

المبحث السادس

الرأي العام في المجتمع السعودي

يشهد المجتمع السعودي تغييرين أساسيين:

الأول مرتبط بالانفتاح الإعلامي، والآخر بتوجه القيادة السياسية نحو الإصلاح في كل مجالات الحياة المجتمعية، ومنها حرية الرأي والتعبير والمشاركة السياسية للمواطن.

فالأول قاسم مشترك بين المجتمعات المعاصرة، إذ أصبحت وسائل الإعلام عاملاً رئيساً في صياغة الرأي والتوجهات العامة بعد الذي حققته من نقلة كبيرة في صناعة المعلومة، وتخطيها لحواجز السياسة والجغرافيا، وتعدد قنوات الاتصال والمعلومة.

والتغيير الثاني مرتبط بالحراك السياسي والاجتماعي في المجتمع السعودي، إذ صاحب الانفتاح الإعلامي العالمي توجه

محلي حقيقي ملموس نحو الإصلاح السياسي، ومن ذلك إعادة النظر في طبيعة عمل المؤسسات الإعلامية، ومنحها المزيد من حرية الرأي والتعبير، والرفع الجزئي للرقابة الحكومية على المضامين الإعلامية، وتوسيع دائرة المشاركة السياسية للمواطن بصفة مرحلية.

هذان التغيران يفرضان حقيقة جديدة على صناعة الرأي العام في المملكة، ويفتحان المجال للمتخصصين لدراسة العوامل المؤثرة في صياغة الرأي العام، واكتشاف فئة المؤثرين في هذا الرأي، ومعرفة سماتهم وخصائصهم، والشروع في إجراء الدراسات العلمية التطورية التي تؤسس لتراكم علمي معرفي متخصص عن هذه الظاهرة الاجتماعية التي أصبحت واقعاً ملموساً يعيشه السعوديون بكل فئاتهم الاجتماعية.

مفهوم قادة الرأي في المجتمع السعودي

في ظل ندرة الدراسات الإعلامية المحلية في مجال الاتصال السياسي، فإن مهمة الباحث في تحديد مفهوم قادة الرأي السياسي في المجتمع السعودي تواجهها الكثير من المعوقات الأكاديمية والثقافية.

فأما المعوقات الأكاديمية، فإن مجال الدراسات الإعلامية المحلية ذات الطبيعة السياسية يبدو أقل مجالات البحث والدراسة اهتماماً من قبل أساتذة الإعلام في الجامعات السعودية أو المتخصصين في المؤسسات الحكومية ذات العلاقة بمثل هذه المجالات البحثية، مثل: وزارتي الإعلام والخارجية، وما هو موجود من رسائل علمية في برامج الدراسات العليا في الجامعات السعودية - على ندرته -^(١) إنما يمثل بدايات للتراكم العلمي في مجال الاتصال السياسي في المجتمع السعودي.

وأما المعوقات الثقافية، فإن المجتمع السعودي حديث عهد بالمشاركة السياسية، وهو المصطلح الذي يتردد كثيراً

(١) تتصدر كلية الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية أقسام الإعلام في جامعات المملكة في هذا المجال بحكم أسبقيتها في برامج الدراسات العليا، وقد سجل فيها عدد من رسائل الماجستير والدكتوراه في مجال الاتصال السياسي.

في دراسات المتخصصين في الإعلام السياسي، ومن بيئة المشاركة السياسية يظهر قادة الرأي وتتسع دائرة تأثيرهم.

إن مفهوم (المشاركة السياسية) لم يعرفه المجتمع السعودي - نسبياً - إلا في السنوات القليلة الماضية تحديداً، بعد أن شهدت مجالات حرية الرأي والتعبير الإعلامي في المجتمع تطورات عدة، منها ما يرتبط باستيعاب التنظيمات الحديثة للعمل الإعلامي في المملكة للتغيرات التي عرفها مجال الاتصال مهنيًا وتقنيًا وتنظيميًا^(١)، ومن ذلك التوجه نحو تحويل المؤسسات الإعلامية الحكومية (الإذاعة، التلفزيون، وكالة الأنباء) إلى مؤسسات عامة، ما يمنحها قدرًا مقبولاً من الحرية^(٢)، إلى جانب تعدد البدائل الاتصالية المتاحة في المجتمع السعودي حاليًا، ومنها الإنترنت، التي أسهمت في ظهور أنماط اتصالية قادرة على تخطي الحدود الجغرافية وتجاوز الرقابة المحلية.

(١) العسكر، فهد بن عبدالعزيز. معالجة مواد الرأي في الصحف السعودية لقضايا الإرهاب المحلي. بحث مقدم لمؤتمر: موقف الإسلام من الإرهاب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١-٣/٣/٢٥١٤هـ.

(٢) صدر قرار مجلس الوزراء عام ١٤٢١هـ بالموافقة على توصية مجلس الشورى بتاريخ ٢٥/٣/١٤١٩هـ بتحويل الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء إلى مؤسسات عامة تكون لها مرونة مالية وتدار على أسس استثمارية.

وإن من بين العوامل التي أثرت في اتساع هامش الحرية الإعلامية تنامي حركة الإصلاح السياسي والإداري في المملكة التي جاءت استجابة لزيادة الوعي السياسي في المجتمع، إلى جانب الرغبة في مسايرة التغيرات الدولية ذات العلاقة بحقوق الإنسان، والحريات المدنية والمشاركة السياسية، ومن ذلك تأسيس مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني^(١)، وهيئة حقوق الإنسان الحكومية والأهلية^(٢)، وإنشاء مجالس بلدية نصف مقاعدها منتخبة من المواطنين^(٣).

وتبعاً لهذه التغيرات التي شهدتها المجتمع السعودي في السنوات الماضية، وبخاصة في مجال حرية الرأي والتعبير الإعلامي وتعزيز المشاركة السياسية، فقد بدأ مفهوم قادة الرأي السياسي يتشكل وتتضح مرتكزاته الأساسية وفقاً لثقافة المجتمع السعودي وطبيعة خصوصيته الدينية المحافظة.

(١) أسس مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني في ٢٤/٥/١٤٢٤هـ بهدف إقامة حوار بين فئات المجتمع المختلفة بهدف تعزيز الوحدة الوطنية.

(٢) صدرت الموافقة السامية على تأسيس الجمعية الوطنية لحقوق الإنسان في ١٥/١/١٤٢٥هـ، وصدر قرار مجلس الوزراء رقم ٢٠٧ بتاريخ ٨/٨/١٤٢٦هـ على قيام هيئة حقوق الإنسان (حكومية).

(٣) الجمعية، أحمد بن محمد. حرية الرأي والتعبير الإعلامي في المجتمع السعودي. ١٤٢٧هـ.

والمتتبع لاتجاهات الرأي العام في المملكة يلحظ أن أكثر من يؤثر فيه هم الأشخاص الذين لهم القدرة والثقة في أنفسهم وعلمهم وتجاربهم لإنتاج خطاب عام في المجتمع بقصد التأثير في الرأي العام وحمله على الاستجابة لهم، أو هم: الأشخاص المؤهلون علمياً الذين يلجأ إليهم الرأي العام بحثاً عن معلومة أو طلباً لموقف تجاه قضية محددة من قضايا المجتمع. ويأتي في صدارة هؤلاء: العلماء، الدعاة، الإعلاميون الذين لهم قنوات اتصال فاعلة في المجتمع.

وهذا المفهوم الأخير مركب من عنصرين أساسيين:

الأول: أن يكون الشخص مؤهلاً علمياً، بحيث يكون مصدر ثقة ومصداقية لدى الرأي العام، مثل العلماء والدعاة، والثاني أن يصل إلى الرأي العام من خلال قناة اتصال فاعلة ومؤثرة. والعنصر الأخير مشروط بصفة الديمومة، بمعنى أن يكون قادة الرأي على اتصال دائم بالمجتمع من خلال هذه القناة أو تلك، مثل: رؤساء تحرير الصحف والكتاب.

والمتتبع لمسيرة التطور الثقافي في المجتمع السعودي يلحظ الأثر الكبير للفئة الأولى من قادة الرأي غير الرسمي، وهم العلماء والدعاة. وسبب ذلك ظاهر وجلي، وهو أن المجتمع

السعودي مجتمع متدين ومحافظ، بل إن الدولة أُسست على منهج الإسلام، وشريعته مهيمنة على كل أنظمة الدولة، والتنشئة السياسية للمواطن قامت على أسس من العقيدة والشريعة في كل مجالات حياته المختلفة، ولذلك كان للعلماء والدعاة القبول من الرأي العام بوصفهم المرجعية الأولى لما يحظون به من مصداقية وثقة. وإذا كان العامل الديني يمثل متغيراً أساساً في تشكيل الرأي العام الغربي تجاه القضايا التي يطرحها قادة الرأي هناك⁽¹⁾، فإن هذه الحقيقة تتأكد في المجتمعات التي يتصف مجتمعها بالتدين كما هو الحال في المجتمع السعودي.

(1) Badaracco, Claire. (1992). Religious Lobbyists in the Public Square. P. 34.

سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي

الجهد التحليلي لاستنتاج سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي مبني على معيارين علميين أساسيين:

الأول: تتبع التراكم العلمي في مجال قادة الرأي المبني على نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، واستقراء ما فيه من سمات وخصائص ذكرها الباحثون في الدراسات السابقة ومحاولة تطبيقها على قادة الرأي في المجتمع السعودي.

الثاني: استصحاب الخصوصية الثقافية للمجتمع السعودي خلال مرحلة الاستقراء والتحليل. ذلك أن المجتمع السعودي مجتمع مسلم، يتخذ من الشريعة الإسلامية المصدر الوحيد للتشريع، ونظام العلاقة بين الشعب والحكومة قائمة على مفهوم (البيعة) التي تحدد طبيعة العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وهو عامل مؤثر في إنتاج قادة الرأي، وإدراك مدى تأثيرهم في المجتمع وطريقة تفاعلهم وحراكهم المجتمعي نحو الإصلاح المبرمج في مجالاته المختلفة.

وبناءً على هذين المعيارين، ولما ذكر سابقاً في سياق مناقشة مفهوم قادة الرأي في المجتمع السعودي، يمكن النظر

إلى أهم سمات وخصائص قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي من خلال توافر السمات والخصائص الآتية:

أولاً: الصفة الدينية، وهي سمة ذكرت في غير موضع من دراسات الباحثين في مجال نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين^(١)، وهي أبرز سمات قادة الرأي المذكورة في التراكم العلمي للنظرية التي يمكن ملاحظتها بوضوح ظاهر في المجتمع السعودي، بوصفه مجتمعاً متديناً يخرج المؤثرون فيه من أنساق المجتمع المرتبطة جميعها بالعامل الديني المهيمن على ثقافة المواطن السعودي. ولذلك كان للعلماء والدعاة في المملكة العربية السعودية أثر كبير في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الداخلية أو الخارجية على حد سواء. فعلى المستوى المحلي نذكر - على سبيل المثال - الانتخابات البلدية التي أجريت في مناطق المملكة الإدارية^(٢).

(١) انظر:

Harik, Iliya F. (1971). Opinion Leaders and the Mass Media in Rural Egypt: A Reconsideration of the Two-Step Flow of Communication Hypothesis.

Fenton, James S. & Thomas R. Leggett. (1971). A New Way to Find Opinion Leaders.

Bockman, Sheldon; & William F. Gayk. (1977). Political Orientation and Political Ideology.

Badaracco, Calire. (1992). Ibid, P. 34.

(٢) تُعدّ الانتخابات البلدية في المملكة أول خطوة حقيقية في الإصلاح السياسي والمشاركة

السياسية الشعبية في إدارة الدولة، صدرت بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (٢٢٤) =

فقد كان للشخصيات الدينية الأثر الكبير في تزكية المرشحين، ومن ثم فوزهم بمقاعد المجالس البلدية عبر وسائل الاتصال المختلفة^(١).

وإن الأحداث الإرهابية التي وقعت في عدد من مدن المملكة شهدت بروز الخطاب الديني بوصفه خطاباً مؤثراً ومقنعاً في توجيه الرأي العام نحو اتخاذ موقف ديني وسطي معتدل تجاه هذه الأحداث، وهو خطاب موجه إلى جمهور المواطنين بشكل عام بهدف الحفاظ على الأمن الفكري في المجتمع أو إلى الفئة التي ارتكبت أعمال الإرهاب والتفجير^(٢). وعلى المستوى

= وتاريخ ١٧/٨/١٤٢٤هـ، بهدف «توسيع مشاركة المواطنين في إدارة الشؤون المحلية عن طريق الانتخاب وذلك بتفعيل المجالس البلدية وفقاً لنظام البلديات والقرى...». انظر البند (أولاً) من (دليل انتخاب المجالس البلدية)، الرياض، وزارة الشؤون البلدية والقروية، ط ١، ١٤٢٥هـ.

(١) من هذه الوسائل، المحاضرات والندوات، الاتصال الشخصي المباشر، الاتصال الشخصي المتوسط (عبر الهاتف بنوعيه الثابت والمحمول)، الإنترنت، وما عُرف بـ (القوائم الذهبية) للمرشحين الذين حصلوا على تزيكات من العلماء والدعاة. أما وسائل الاتصال المرئية والمسموعة فقد كان استخدامها محظوراً في الدعاية الانتخابية بنص المادة السادسة من الفصل الرابع من (دليل انتخاب المجالس البلدية).

(٢) اهتمت وسائل الإعلام السعودية المختلفة (الحكومية مثل الإذاعة والتلفزيون أو الخاصة، مثل الصحف المحلية) بالحضور الديني ممثلاً في أعضاء هيئة كبار العلماء، وطلبة العلم الشرعي والدعاة في تنفيذ الفكر الذي كان سبباً في وقوع الأحداث الإرهابية في مدن المملكة المختلفة على مستوى الاتصال الجماهيري. أما على مستوى الاتصال الشخصي فقد تكونت لجان حوار ومناصحة في عدد من الوزارات الحكومية أغلبية أعضائها من طلبة العلم الشرعي والدعاة لهدف بيان موقف الإسلام من مثل هذه الأعمال الإجرامية.

الخارجي أسهم العلماء والدعاة في مواجهة الحملة الإعلامية الغربية التي استهدفت المجتمع السعودي بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م، وبخاصة ما له علاقة بالمؤسسات الدينية ومناهج التعليم ومؤسسات العمل الخيري التطوعي، والقضايا الأخرى مثل المرأة وحقوق الإنسان، وغيرها ما جعل الكثير من مراكز الدراسات الإستراتيجية ووسائل الإعلام الغربية تبحث في تأثير العامل الديني في قيادة الرأي في المجتمع السعودي^(١).

الصفة الدينية لقيادة الرأي في المجتمع السعودي لا تعني أن الشخص غير المنتمي لفئة العلماء والدعاة ليس مؤثراً في المجتمع، بل تؤكد أن هذه الفئة من الأشخاص هم الأكثر تأثيراً في الرأي العام من غيرهم.

ثانياً: الثقة والقبول الاجتماعي، وهي سمة أساس من سمات قادة الرأي ذكرها غير واحد من الباحثين المتخصصين في دراسات الرأي العام، عبر عنها وايمان (Wiemann, 1994)

(١) انظر مثلاً التقرير الشامل الذي أعده اثنان وعشرون مراسلاً عالمياً لمجلة التايم الأمريكية بعنوان: (السعوديون مع من في الحرب ضد الإرهاب)، في عددها الصادر بتاريخ ١٥ سبتمبر ٢٠٠٢م.

بمصطلح (الاعتراف والقبول الاجتماعي)^(١)، و(المصادقية)^(٢)،
ووصفها روبرت وزملاؤه (Robert, etal. 1991) بمكانة قائد الرأي
المعتبرة في المجتمع.^(٣) ومن كانت هذه صفته، فإن آحاد الرأي
العام يتوجهون إليه لمعرفة آرائه ووجهات نظره تجاه القضايا
العامة في المجتمع، وهو من ثم يؤدي وظيفته في محاولة صياغة
الرأي العام والتأثير فيه^(٤).

ولذلك، فإن قادة الرأي الذين يحظون بثقة أفراد المجتمع
يعدون مصادر مؤثرة عندما يكون هناك توجه جماهيري لمعرفة
آرائهم، والذين يبحثون عن المعرفة أو النصيحة تجاه قضايا
معينة هم أكثر فئات الجمهور تأثراً بقادة الرأي، وبخاصة إذا
كان الاتصال في مستواه الشخصي أو الجمعي، كما أكدت ذلك
نتائج دراسات قادة الرأي المبنية على التراكم المعرفي لنظرية
انتقال المعلومات على مرحلتين^(٥).

ولأن المجتمع السعودي يتميز بصفة التجانس والتكامل
العقدي الذي يمتد تأثيره إلى جوانب الحياة المختلفة

(1) Wiemann, (1994), P. 88.

(2) Ibid.

(3) Robert, House; Spangler, William D., & Woycke, James, (1991),
P. 366.

(4) Wiemann, ibid, P. 182.

(5) Ibid, P. 183.

الاجتماعية والسياسية، وهو عامل أساس في عملية ضبط السلوك المجتمعي وتوجيهه على المستويين الرسمي والشعبي، فإن سمة (الثقة والقبول الاجتماعي) تبدو أكثر وضوحاً في التأثير في الرأي العام من غيره من المجتمعات الأخرى التي يظهر فيها الانقسام الأيديولوجي أو التباين الفكري أو التحزب السياسي، ولذلك فإنه كان الشخص أكثر ثقة وقبولاً من أفراد المجتمع كلما كان تأثيره في الرأي العام ظاهراً.

ثالثاً: التعرض لوسائل الاتصال، في هذا العصر الذهبي لوسائل الإعلام، بعبارة كوهين Cohen⁽¹⁾، الذي أصبحت فيه هذه الوسائل خاضعة للتنافس في إشباع حاجات الجمهور، وباتت تعكس صوت المجتمع أكثر من كونها أداة سياسية للحكومات، كما كان عليه الوضع قبل عقد التسعينيات الميلادية من القرن المنصرم، فإن مهمة قادة الرأي تبدو أكثر وضوحاً في مراغمة هذه الوسائل والحد من تأثيرها في الرأي العام. ولذلك، فإن من أهم سمات قادة الرأي في أي مجتمع أنهم يتعرضون لوسائل الإعلام أكثر من غيرهم، كما أكد ليتل جون (Littlejohn, 1982) في وصفه لسمات قادة الرأي في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين⁽²⁾.

(1) Cohen, Jeffery , (2004), P. 493.

(2) Littlejohn, ibid, P. 275.

وإذا كانت دراسات الرأي العام تشير إلى أن قادة الرأي لا يتعرضون كثيراً لوسائل الإعلام، فإن قادة الرأي في مفهوم هذه النظرية هم (نشيطنون) في البحث عن المعلومة والرسالة الإعلامية Active Media Seekers⁽¹⁾.

ويصف الباحثون في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين قادة الرأي بأنهم يتعرضون لوسائل الاتصال المختلفة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي يقومون بصياغتها أو إعادة تفسيرها، ومن ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه⁽²⁾.

وفي المجتمع السعودي نلاحظ أن من يصنفون على أنهم من قادة الرأي يتعرضون لوسائل الاتصال، المختلفة عن طريقتين: الأولى، التعرض المباشر لهذه الوسائل الاتصالية، إذ يخصصون جزءاً كبيراً من وقتهم لمتابعة المضامين الإعلامية التي تعنى بالقضايا المحلية أو الخارجية ومن ثم يكونون وجهة نظر شخصية تجاهها. الثاني، التعرض الوسيط لوسائل الاتصال، ويعني أن قادة الرأي المؤثرين في المجتمع تصلهم الرسالة الإعلامية عن طريق أشخاص آخرين ينقلون إليهم المعلومة

(1) Infante, Rancer, Womack, ibid, P. 362.

(2) Chan, Kenny; ibid, P. 56.

كما هي من وسائل الاتصال، ثم يُكوّن قادة الرأي وجهة نظر متفكّة أو مختلفة مع المعلومة الأصلية ثم ينقلونها بدورهم إلى الرأي العام. ويبدو التعرض الوسيط لمضامين وسائل الاتصال واضحاً بين فئة العلماء والدعاة^(١)، وهم الأكثر تأثيراً في المجتمع، حيث تنطبق عليهم أيضاً الصفتان الأوليان (الصفة الدينية، والثقة والقبول الاجتماعي)، إضافة إلى صفة التعرض لوسائل الاتصال.

وبناء على ما سبق من استعراض لسّمات قادة الرأي في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، والتتبع الاستقرائي لما يمكن وصفهم بقادة الرأي في المجتمع السعودي، فإنه يمكن بلورة رأي أولي، وصياغة توجه علمي يشير إلى أن من أهم صفات قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي هي: الصفة الدينية، والثقة والقبول الاجتماعي، والتعرض المستمر لوسائل الإعلام. وهي سمات ثلاث تستصحب الطبيعة الثقافية للمجتمع مسنودة بشواهد من الواقع المعيش.

(١) لمشاهير العلماء والدعاة في المملكة متعاونون (مستشارون غير رسميين، أو طلاب ومريدون ونحوهم) يقدمون أهم ما تثيره وسائل الاتصال المحلية أو الخارجية ذات العلاقة بالشأن المحلي، أو بالقضايا الخارجية العامة؛ لإطلاعهم عليها والحديث عنها عبر وسائل الاتصال المتاحة لهم.

قادة الرأي في المجتمع السعودي

الحديث عن سمات قادة الرأي في عهد الإعلام التقليدي وتأثيرهم الذي تناولته نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين بالتفصيل يحتاج إلى إعادة نظر بعد ظهور وسائل الإعلام الجديد (التويتر، والفيسبوك، واليوتيوب، والواتس أب)، وغيرها من برامج. فلم تُعد وسائل الاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع بكل فئاته وطبقاته مقتصرة على وسائل الإعلام التقليدية التي كانت خاضعة للتوجيه الحكومي، أو كانت تفتح أبوابها للنخب التي تنطبق عليها معايير حكومية أو شعبية معينة^(١).

ظهرت وسائل الإعلام الجديد، وحملت معها مجموعة من الإشكاليات النظرية التي توجب إعادة النظر في سمات وخصائص قادة الرأي التي تحدّثت عنها دراسات المتخصصين، ونظريات التأثير والرأي العام. هذه الإشكاليات تقف أمام محاولة الإجابة العلمية الدقيقة عن التساؤل الأهم الذي يتناوله هذا المبحث، وهو:

(١) المعايير الحكومية أن يكون صاحب الرأي متوافقاً مع توجهاتها، والمعايير الشعبية أن يكون صاحب الرأي متديناً، أو معروفاً بالأمانة والنزاهة، أو الإخلاص للمجتمع وقضاياها، وغير ذلك.

من هم قادة الرأي المؤثرون في المجتمع السعودي في
عصر الإعلام الجديد؟

الإشكاليات العلمية :

الإجابة عن هذا التساؤل لا تبدو سهلة منذ الوهلة الأولى، فالوصول إلى إجابة علمية وموضوعية عن هذا التساؤل الرئيس تحتاج إلى دراسات علمية توفر إجابات لمشكلات منهجية أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة التي تمثلها وسائل الإعلام الجديد، ومنها:

١- ما النسبة الحقيقية بين أفراد المجتمع السعودي التي تستخدم وسائل الإعلام الجديد؟ لو افترضنا نسبة معينة -كبيرة كانت أم صغيرة- هل هؤلاء المستخدمون لوسائل الإعلام الجديد -وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي- يستخدمون هذه الوسائل للتعرف إلى قضايا الشأن العام في المجتمع أم لحاجات أخرى؟

٢- في ظل التأثير الملحوظ لإنتاج الأفلام القصيرة التي تعالج مشكلات المجتمع التي تمثل همماً وهاجساً لأفراده، هل يمكن اعتبار من يقوم بإعداد هذه الأفلام وإنتاجها ضمن قادة

الرأي الذين لا يمكن تصنيفهم ضمن قادة الرأي الذين تحدثت عن سماتهم نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين؟

٣- إذا افترضنا - جديلاً - أن قائد الرأي هو من يستطيع إحداث أثر في الجماهير، فهل يمكن أن يتحول المواطن الذي يؤدي دور المراسل الإعلامي في ظرف معين إلى قائد للرأي إذا أحدث تأثيراً في الجماهير؟

لنتصور الواقعة الحقيقية الآتية:

حدثت كارثة سيول جدة عام ١٤٣٢هـ (٢٠١١م) وفرضت قنوات الإعلام الرسمية تعتيماً إعلامياً في محاولة لمنع نشر الحقائق والمعلومات المتعلقة بالوفيات والأضرار المادية التي لحقت بملكات المواطنين والمقيمين، إلا أن عدداً من المواطنين وثق هذه الحادثة، ثم نشرها على اليوتيوب، وتناقلتها بعد ذلك وسائل الإعلام الجديد، وأصبحت حديث المواطن، وهو ما اضطر الجهات العليا في الدولة إلى التعامل بجدية مع الكارثة ومحاسبة المتسببين فيها وإخضاعهم للتحقيق.

المواطن هنا هو من أحدث هذا التأثير الكبير على المستويين الرسمي والشعبي، فهل يمكن القول: إن (المواطن الإعلامي) يمكن أن يكون قائد رأي مرحلي في وقت من الأوقات؟

إذا كان الجواب بـ (نعم) فإن سمات قادة الرأي الذين تحدثت عنهم نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين قد انتفت في هذه الحالة. وإن كان الجواب بـ (لا)، فماذا عن التأثير الذي أحدثته (المواطن الإعلامي)، إذا كنا نقول: إن قائد الرأي هو من يستطيع أن يحدث أثراً في المجتمع؟

٤- قد يستدل بعض المتابعين لوسائل الإعلام الجديد أن العلماء وطلبة العلم والدعاة يتصدرون قادة الرأي المؤثرين في المجتمع من خلال التعرف إلى عدد جمهورهم والمتابعين لهم (في التويتر أو الفيسبوك مثلاً)، لكن الحقيقة هي أن نسبة كبيرة من المتابعين لهم من غير السعوديين، ثم إنه ليس كل متابع مؤيداً، أو قابلاً للتأثير فالجماهيرية التي تحظى بها شخصية ما ليست دليلاً قاطعاً على حجم التأثير الذي يحدثه في المجتمع.

قد يقول قائل: إن العبرة ليست بعدد المتابعين وكثرتهم، لكن بالتأثير وتحريك الجماهير، والدليل على ذلك ما حصل في الثورات العربية، حيث قامت وسائل الإعلام الجديد (وبخاصة الفيسبوك) بالتأثير في قطاع كبير من الناس، حركتهم أعداد قليلة من الناشطين السياسيين، فأدى إلى اشتعال فتيل الثورات

الشعبية، وإحداث تغيير جوهري في البناء السياسي للدول التي شهدت تلك الثورات.

ومع صحة هذا القول إلا أنه لا يمكن تعميمه في جميع الحالات التي تمر بها المجتمعات. قد يكون صحيحاً في ظروف الأزمات، لكن في أوقات السلم والأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي - وهو الأصل - قد يبدو ذلك التأثير مستبعداً إلى حد كبير.

٥ - هل غيّر الإعلام الجديد من القناعات الدينية أو السياسية أو الاجتماعية أو الخدمية التي كانت سائدة في المجتمع السعودي؟ أم أنه رسخها بمزيد من حرية التعبير والتفاعل الذي أتاحتها وسائل الإعلام الجديد بين قادة الرأي والجمهور؟

هذا تساؤل قد يقف عنده المتخصصون، فيرون أن الإعلام الجديد لم يأت بجديد يمثل تغييراً جوهرياً في قناعات الناس، بل أتاحت الفرصة لقادة الرأي لتأكيدهم، وارتفاع سقف الحرية في التعبير عنها، وبناء جسور من التفاعل بين قادة الرأي وجمهورهم.

وربما يستند هذا الرأي إلى حجة تقول: إن الإعلام الجديد طور من وظائف الإعلام التقليدي في التواصل مع الجماهير، مثل الآنية^(١)، وسرعة الانتشار، وتوثيق المعلومة لتكون أكثر

(١) الآنية، يعني الحديث عن الموضوع أو القضية في أوانها، أو وقت حدوثها.

مصدقية^(١)، ومحاولة استقطاب أكبر عدد من الجمهور والمؤيدين، ومن ثم فإن القنوات لم تتغير، الذي تغير فقط هو وسائل التعبير عنها، بكل ما تحمله من خصائص جاذبة ومؤثرة.

بيد أن هذا الرأي الذي يبدو مقنعاً إلى حد ما قد يواجه بحجة أخرى تزيد هذه الإشكالية العلمية تعقيداً. هذه الحجة هي أن الإعلام الجديد جاء بقنوات جديدة، لم تكن موجودة في عهد الإعلام التقليدي. ومن ذلك حرية التعبير نفسها. فهي قيمة جديدة جاء بها الإعلام الجديد وفرضها واقعاً وحقيقة. فلم يكن قادة الرأي في وقت مضى يتمتعون بسقف مقبول من حرية الرأي والتعبير كما هو الحال الآن. وحرية التعبير قيمة مهمة، وعنصر أساس في تكوين الرأي العام السليم، والمعبر بصدق عن اتجاهات الجمهور ومواقفهم تجاه القضية محل النقاش.

وإن (توافر المعلومات الكافية عن قضايا الرأي العام، التي تمثل أحد عوامل تكوين الرأي العام السليم^(٢)) لا يمكن أن تتحقق إلا في بيئة تتمتع بحرية الرأي والتعبير.

(١) مثل المعلومات أو المقاطع المرئية الحقيقية التي لا يمكن أن تنشرها وسائل الإعلام التقليدية، سواء أكانت حكومية أم خاصة.

(٢) انظر ص (٢١) من المبحث الثاني.

٦- ثمة إشكالية أخرى تتعلق بجمهور الوسيلة الإعلامية، فلم تعد جماهير وسائل الإعلام تلك الجماهير الكبيرة التي تشاهد أو تقرأ أو تسمع وسيلة معينة، كما كان عليه الحال في الإعلام التقليدي، وكما كانت تبخته نظريات الاتصال، وبخاصة نظرية المجتمع الجماهيري Mass Society Theory، التي قادت أدبياتها إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory، فجمهور الوسيلة الإعلامية - بظهور الإعلام الجديد - أصبح جمهوراً مفتتاً ومجزأً. Segmented Mass، تتنازعه أكثر من وسيلة، بل تجذبه وسيلة معينة أكثر من غيرها. فهناك جمهور التويتر، وجمهور الفيسبوك، وجمهور اليوتيوب، وجمهور الواتس أب، وغيرها.

وهنا تبرز إشكالية الوصول إلى تعريف دقيق ومحدد لتأثير قادة الرأي:

- فهل يكون قائد الرأي مؤثراً في وسيلة دون غيرها؟
- وهل من المفترض على قائد الرأي المؤثر أن يكون حاضراً في كل وسائل الإعلام الجديد أو معظمها؟

٧- وبعد عرض تلك الإشكاليات المنهجية المتعلقة بظهور الإعلام الجديد، وعلاقته بتأثير قادة الرأي، تبرز حقيقة ملحة

جديرة بالبحث والدراسة، وهي:

هل يعني الحديث عن تأثير الإعلام الجديد ضعف تأثير قادة الرأي في الإعلام التقليدي؟ أم أنهما يتكاملان في إحداث التأثير؟

نحن نرى الآن أن كثيراً ممن لهم حضور في وسائل الإعلام الجديد لهم حضورهم الفاعل والمؤثر في وسائل الإعلام التقليدي، وبخاصة التلفزيون. فهذه الوسيلة لا تزال تحظى بجماهيرية كبيرة في ظل التنافس المحموم بين قنوات التلفزة لجذب أكبر عدد من المشاهدين. وبرامج الحوار المباشر شاهد حي وواقعي على هذه الحقيقة. بل ربما كانت مادة ثرية لمضامين الإعلام الجديد للحديث عنها ومناقشتها، ما يشير إلى الجانب التكاملي بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في إحداث التأثير أو تعزيز الأثر القائم.

قادة الرأي في الإعلام الجديد

من خلال المتابعة المستمرة لما يدور في الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي من نقاشات تتعلق بقضايا المجتمع السعودي نستطيع القول: ⁽¹⁾ إن قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي يمكن تصنيفهم إلى نوعين:

النوع الأول: المؤثرون في القضايا العامة للمجتمع ذات العلاقة بحاجات المواطن الأساسية، مثل المعيشة، أو الإسكان، أو الخدمات العامة، أو غيرها من القضايا ذات الصلة المادية، فقادة الرأي هنا هم كل من يستطيع أن يعبر عن تلك الحاجات باسم المواطن، بغض النظر عن مكانتهم الاجتماعية أو صفتهم الاعتبارية. فالمهم هنا هو مدى الأثر الذي يحدثه في الرأي العام.

النوع الثاني: المؤثرون في القضايا العامة للمجتمع ذات العلاقة بالاتجاه الفكري أو الثقافي للمواطن. فقادة الرأي المؤثرون في هذا النوع هم من عرف عنهم الصلاح والاستقامة، وشهد لهم الناس بالثقة والقبول الاجتماعي، كما أكدت على ذلك الدراسات العلمية التي أشير إليها سلفاً.

(1) وهو رأي مبني على الملاحظة، ويحتاج إلى دراسات علمية ميدانية، كمية وكيفية، تختبر مدى صحته وقربه من الصواب.

وفي مجتمع محافظ مثل المجتمع السعودي، فإن العلماء وطلبة العلم يتصدرون قائمة المؤثرين في الرأي العام؛ ذلك لأنهم يتحدثون باسمه، ويعبرون عن هويته وثقافته التي لا تزال تضع الدين في صدارة أولياتهم الحياتية.

