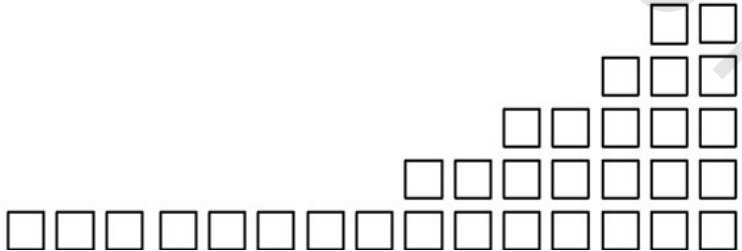


الفصل الثاني

الرأي العام ومقوماته وأساليب تغييره



obeikandi.com

المبحث الأول

مقومات الرأي العام

يؤكد الخبراء أن الرأي العام في أي بلد من البلدان له مقومات مستمدة من تاريخه وظروفه البيئية المتنوعة^(١).

ومعرفة هذه المقومات تساعد على استنباط الاتجاهات المحتملة للرأي العام بالنسبة لموضوع معين، ويمكن من التنبؤ بالاتجاهات المحتملة عند طرح موضوع ما، وتحديد الدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام والتنظيمات السياسية والشعبية حيالها، وأهم هذه المقومات^(٢):

١- العادات والتقاليد والقيم المتوازنة:

تعكس العادات والتقاليد والقيم المتوازنة طبيعة النظام الاجتماعي السائد في مجتمع من المجتمعات، ويزداد التمسك بالتقاليد في المجتمعات البدائية والمتخلفة والفقيرة؛ حيث تتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق وبديهيّات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي، وقد تشمل هذه المعتقدات نواحي أخلاقية واجتماعية، كانت مثار جدل في أزمنة سابقة، ثم انتهت إلى الصورة التي تقبلها الجميع، فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوارثة.

ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي وتشكيله.

ويطالب المفكر الإعلامي مختار التهامي بآلا نخلط في دراستنا للرأي العام بين هذه المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة، وبين الرأي العام، فالرأي العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش، بعكس المعتقدات العامة التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير، ولم تعد مثار نقاش عام.

وفي العصر الحديث يلاحظ أن ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق، بينما اتسعت دائرة الرأي العام وشملت كثيرًا من الأمور التي كانت محرمة على النقاش، مثل:

سفور المرأة وتعليمها؛ وذلك نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الإعلام - خاصة الفضائيات - التي مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقياتها وتقاليدها، بما فيها من تناقض وتصارع أحيانًا.

بالرغم من أن القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبل الآراء العامة، إلا أن لها - وخاصة العادات السيئة منها - تأثيرًا كبيرًا جدًا وبالعكس الخطورة على الرأي العام.

ذلك أن الفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة؛ فقد يؤيد الرأي العام - في دولة ما - سلوكًا معينًا، في مسألة معينة، كما قد يعارضه، وفي ذلك يقال مثلًا: إن الرأي العام ضد هذا السلوك.

وقد يعني ذلك أن هذه المعارضة الظاهرة أو الكامنة لا تتفق وعادات المجتمع.

فالفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، بل إن هناك بعض الجهات التي تتقن استغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأي العام وتوجيهًا يتفق مع مصالحها ومآربها، وخاصة في المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.

كما أن وسائل الإعلام مسئولة عن دحض هذه العادات والتقاليد واقتلاعها من جذورها، وشرح سياسة الحكومة حيالها والملابسات المتبينة التي تمس مصالح الجماهير من قريب وتحتم الإقلاع عن هذه العادات والتقاليد البالية والترويج للقيم والعادات المفيدة، مثل: قيمة العمل وقيمة الادخار ومواجهة بعض الجهات ذات المصالح الخاصة التي تجيد استغلال القيم والعادات المتوارثة لتوجيه الرأي العام توجيهًا يتفق مع مصالحها ومآربها السياسية والاقتصادية والاجتماعية؛ فلقد استطاع الاستعماريون أن يتقنوا فنون السيطرة والتحكم عن طريق دراساتهم للعوامل الحضارية المختلفة والمقومات الثقافية في كل أمة، واستطاعوا على ضوءها أن يميزوا الأمم شيعًا، ويفتتوا الشعب الواحد شعوبًا متنافرة^(٣).

فلقد أقام الاستعمار المعاهد المتخصصة لدراسة الشعوب المستهدفة والتعرف على ثقافتها وطابعها القومي لاستخدام ذلك في التأثير على الرأي العام في تلك البلاد وتدريب كبار الساسة الاستعماريين والجواسيس ورجال المخابرات الذين يستخدمهم في تحقيق أهدافه في تلك البلاد عن طريق معرفة محتوى الثقافة من قيم وتقاليد ومعتقدات تمكن الاستعمار من تمزيق الشعوب شيعة وزرع الأسافين في جماعاتها المختلفة وأعضاء ثقافتها الفرعية.

٢- الدين:

يعتبر الدين من أبرز مقومات الرأي العام، ومن المسلمات التي لا تقبل الجدل، ولا تدخل في مجال الرأي العام^(٤).

ولقد لعبت الأديان - وماتزال - أدوارًا مؤثرة ومهمة في حياة الأمم والجماعات على اختلاف معتقداتها وأديانها، باعتبارها قوى ذات تأثيرات معنوية وروحية وثقافية.

وتعود جذور الدور المؤثر والفاعل للدين إلى قرون طويلة سابقة، فلقد لعبت الكنيسة دورًا أساسيًا في حياة الكثير من الشعوب وفي مختلف البلاد التي انتشرت فيها المسيحية، وخاصة في أوروبا؛ حيث كان لها دور فاعل في الشؤون الروحية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

كما لعب الدين الإسلامي الحنيف دورًا بارزًا في حياة الشعوب التي اعتنقته منذ فجر الدعوة الإسلامية قبل أكثر من أربعة عشر قرنًا وحتى يومنا هذا، وظهر تأثيره في مختلف الشؤون الحياتية للمسلمين: أمة ودولة، وتشريعًا ومنهاج حياة، باعتبار أن الدعوة الإسلامية لم تقتصر على الشؤون العبادية فحسب، بل يصل تأثيرها إلى كل الشؤون الروحية والحياتية.

كما يعتبر الدين أحد مقومات النظام الثقافي، فالدين من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل، وجوهر الدين يبقى ثابتًا لا يتزعزع إلا أن الدين - كما يرى البعض - قد يستخدم استخداما سيئًا؛ كأن يعبأ به البسطاء من المتدينين ويلهب حماسهم لخدمة غرض معين فيتحول الإيمان إلى عصبية.

مثال: الحروب الصليبية الأوروبية في القرون الوسطى بين الشرق والغرب، والتوسع الاستعماري الأوروبي بحجة تحقيق رسالة الجنس الأبيض في نشر المسيحية وسيادة العالم والحركة الصهيونية والاستعمارية، ومنها الادعاء بالحق الإلهي المقدس للملوك، وبأن الملوك خلفاء الله في الأرض.

ولقد اهتم الدين الإسلامي بالرأي العام، ونشطت الدعوى الإسلامية لكسب ميول الرأي العام نحو الإسلام في ربوع الأرض المختلفة دون تهديد أو إرغام، وأكد على حرية الرأي وحرية العقيدة، ودعا الجماهير للتعبير عن آرائهم ومن معالم اهتمام الإسلام بالرأي قوله - عز وجل - : ﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾ [آل عمران: ١٥٩] ، وقوله : ﴿وَأْمُرْهُمْ شُورَى﴾ [الشورى: ٣٨]، وجاءت المساجد مع الإسلام كمنابر للرأي العام وتوجيهه ولتضامن المسلمين وتآلفهم، ولكي يتدارسوا فيها شئون دينهم ودنياهم^(٥).

ويقول الدكتور عبد القادر حاتم في كتابه القيم: (الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية): "إن الدين يفرض نفوذاً أوسع، حتى على غير المتمسكين به، ويشكل مصدراً من مصادر الرأي العام، فلا استشهاد بآية قرآنية أو بأحاديث شريفة يخلق الاقتناع ويشير الحوافز والدوافع ويحرك المشاعر والعواطف"^(٦).

٣- التربية والتعليم:

تلعب المؤسسات التعليمية والتربوية؛ كالمدارس والمعاهد والجامعات، في تكوين الرأي العام وتشكيله، سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث اتجاهه وقوته.

فالمدرسة تأتي بعد العائلة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار التلاميذ في سنوات أعمارهم الأولى، فهي على أقل تقدير تدعم اتجاهاتهم وآرائهم التي اكتسبوها من العائلة.

ويساعد التعليم الطفل على التفكير، وكلما ازدادت معرفته اتسع أفقه بما يمكنه من التحرر من جهات النظر وخبراته السابقة التي أصبحت تختلف مع وجهات نظره الجديدة.

ويرى بعض الخبراء في مجال الاتصال أن الاتجاهات السائدة في التعليم تؤثر تأثيراً كبيراً على مستقبل الرأي العام داخل الدولة، خصوصاً إذا قامت هذه الاتجاهات على

أساس بث روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية أو إذكاء روح التعصب؛ ذلك أن النشء لا يستطيع في المرحلة الأولى من حياته أن يعمل عقله للتمييز بين الحق والباطل، والنتيجة المحتملة لذلك أن يكبر النشء وتكبر معه بعض أنماط من السلوك وألوان التعصب والتحيز التي تبلغ في النفس مبلغ العقيدة واليقين؛ لطول ما يتلقاها ويتلقنها ويقرؤها خلال سنوات حياته المدرسية^(٧).

وهكذا يشب جيل أو أجيال كاملة من الرجال والنساء المؤمنين بطائفة من الأفكار والشعارات التعصبية المتحيزة التي رسخت في نفوسهم وعقولهم، وبلغت منها مبلغ العقيدة التي لا تقبل المناقشة والتفكير.

وقد حذر الخبراء من تعدد الجهات المشرفة على التعليم في الدولة، وتعدد الأيديولوجيات الموجهة له؛ إذ إن معنى ذلك التعداد إعداد جيل متنافر في التفكير والاتجاهات والأهداف تنافراً يشبه - إلى حد كبير - ذلك الذي يقع بين الأحزاب ذات المصالح الطبقية المتباينة؛ فلقد قرأت أجيال كاملة من شباب مصر تاريخها الوطني على غير حقيقته، وصُوِّر لها الأبطال في تاريخها تائهين وراء سحب من الشك والغموض، بينما وُضِعَتْ هالات التمجيد والإكبار حول الذين خانوا كفاحها، كما لُقِّنَتْ أجيال متعاقبة من شباب مصر أن بلادها لا تصلح للصناعة ولا تقدر عليها.

٤- النظام السياسي السائد:

فالنظام السياسي السائد داخل الدولة يلعب دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام، وهناك نوعان من الأنظمة:

١- النظم الديموقراطية:

ففي النظم الديموقراطية تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المخالف للحاكم علانية، وبالنسبة للمسائل العامة دون خوف، ويظهر هذا في البلاد المتقدمة الكبرى وبعض الدول النامية؛ مثل: لبنان ومصر.

وتتعدد - في هذه النظم - التنظيمات السياسية، خاصة الأحزاب السياسية المتنافسة ذات البرامج المعلنة التي توضح موقفها بالنسبة للمشكلات العامة، وتقدم بدائل الحلول لها؛ حيث يسعى كل حزب منها للحصول على تأييد الرأي العام لبرنامج ووجهة نظره عن

طريق ما يقدمه من بيانات وحجج وبراهين تؤيد ذلك، سواء أكان حزبًا حاكمًا أو معارضًا.

والحياة الحزبية في بيئة لا يسودها مناخ حرية وشفافية وانفتاح، وتختلط فيها قيم التحديث بموروثات المجتمعات المختلفة؛ كالتأثيرية والعشائرية والعائلية والولاءات الشخصية، تؤدي إلى تفتيت الرأي العام وتحول الصراع الديمقراطي إلى نزاعات، تتحكم فيها الغرائز والمصالح الفتوية الضيقة التي قد تؤدي إلى حروب أهلية.

وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام؛ طمعًا في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، وتلجأ هذه الحكومات إلى عدة وسائل لتحقيق ذلك؛ مثل^(٨):

- ١- العمل على تنمية الوعي السياسي لدى الجماهير.
- ٢- عرض الحقائق كاملة على الرأي العام حتى يستطيع أن يكون وجهات نظره الصائبة تجاه تلك الأحداث.
- ٣- استخدام وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام، وذلك في شرح السياسة الحكومية، ومحاولة صياغة الرأي العام، وتوجيهه الوجهة التي تتفق مع الصالح العام.
- ٤- الاهتمام باستطلاع الرأي العام؛ حيث تزداد معاهد ومراكز قياس الرأي العام في الدول الديمقراطية؛ وذلك يُمكن الحكومات الديمقراطية من دراسة اتجاهات الرأي العام ورسم السياسات المناسبة لمواجهتها.
- ٥- توفير الحرية للتنظيمات السياسية الشعبية للقيام بدورها في العمل السياسي، وخاصة مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات الأهلية والنقابات المهنية.

٢- النظم غير الديمقراطية:

ففي النظم غير الديمقراطية نجد أن النظم التسلطية التي تقوم فيها السلطة الحاكمة بالتسلط والسيطرة على أفراد الشعب، وتتحكم في آرائهم، وتحد من حقوقهم وحياتهم، وتحاول فرض نظام سياسي أو مذهبي معين على الشعب دون قبول معارضة من أحد،

ومن أمثلتها: نظم الحكم الشيوعية والنازية والفاشية وعدد من دول العالم الثالث المتخلفة التي تدعي تطبيق الحكم الديمقراطي.

وهذه النظم في الواقع بعيدة كل البعد عنه لأسباب عديدة، منها: الضغط والتسلط والتحكم الذي تفرضه هذه النظم الديكتاتورية الحاكمة على جماهير الشعب من كبت للحريات وتقييد للرأي العام ومحاولة تكوينه بأسلوب يساير أهداف هذه النظم ومبادئها. وتقوم الدولة الديكتاتورية بدعاية قوية، لا تتورع فيها عن استخدام الأساليب المنافية للأخلاق؛ كالكذب والخداع والتضليل والتهويل من خلال سيطرتها على الإعلام، فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب.

والنتيجة في هذه الحالة هي خلق رأي عام "مصنّع" أو مفتعل، يكون في العادة فجاً ومتسماً بالسذاجة والغفلة، مثلما كان الرأي العام في ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية إبان الحرب العالمية الثانية وقبل نشوبها بعدة سنوات.

وهذا يؤدي حتماً إلى سلبية الرأي العام في الدولة؛ إذ يحل محله "الخوف العام، أو السخط العام"^(٩).

٥- الزعامة؛

يلعب عنصر الزعامة دوراً كبيراً في قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتها واتجاهاتها وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة.

والزعيم الحقيقي هو الذي تتمثل وتتركز فيه آمال الشعب وأحلامه وتطلعاته، والذي يستمد قوته من إدراكه لرغبات شعبه ومطالبه واحتياجاته، فهو التجسيد الحي لمشاعر الجماهير.

لذلك فأهمية الأدوار التي يلعبها الزعماء في توجيه الرأي العام في مجتمعاتهم لا يمكن التشكيك فيها.

وهناك أنواع للزعامة، وهي^(١٠):

١- القائد أو الزعيم الفكري:

وهو الذي يسيطر في عالم الأفكار، ويتمتع هذا الزعيم عادة برؤية واسعة، ويضع خطط المستقبل للجماعة، ومن أمثلتهم: جاليليو، وداروين، وجوته.

٢- القائد أو الزعيم الإداري:

وهو القائد الذي يقول ليفعل؛ مثل: رجال الأعمال والساسة، وربما يبعد مثل هذا القائد عن رؤية وجهات النظر الأخرى.

٣- الزعيم الرمزي:

وهو الذي يمثل رمزًا فقط؛ مثل: ملكة بريطانيا تملك ولا تحكم، أو رئيس جمهورية الهند، أو رئيس إسرائيل "شيمون بيريز".

٤- زعيم الدعوة أو الإثارة:

ويتبنى هذا الزعيم عادة إحدى القضايا؛ حيث يقود حملات سياسية مكثفة للدفاع عنها، ويكون هؤلاء الزعماء مقدرة فائقة على الاستمالة والإقناع، كما أن دعايتهم تكون مؤثرة للغاية.

وهناك تصنيف آخر للزعامة وتنقسم إلى^(١١):

١- الزعامة الدينية:

وهي زعامة روحية خالصة؛ حيث يعتبر الأنبياء والرسل أروع مثال لها؛ إذ تستوعب رسالتها مخاطبة العقول وتبليغ رسالة السماء التي تدعو إلى المحبة والإخاء والمساواة والسلام والعدل والرحمة والحرية.

ويمتاز الزعماء الدينيون بقوة المنطق والأخلاق الحميدة والبلاغة الشديدة والصفاء الذهني وسمو الروح والبعد عن المطامع الشخصية.

٢- الزعامة السياسية:

هناك زعامات سياسية كان لها تأثير على الرأي العام مثل "مهاتيم غاندي" محرر الهند، وجمال عبد الناصر الزعيم العربي والرئيس المصري الراحل، و"باتريس لومبا" الزعيم الأفريقي الذي تحدى الاستعمار المهيمن على بلاده، و"نلسون مانديلا" و"شارل ديغول" الزعيم الفرنسي الأسبق.

والقائد الطاغية - مثلاً - يصل إلى الحكم عادة في أوقات الأزمات العنيفة، وبخاصة الأزمات الاقتصادية؛ حيث يشيع اليأس وتحين الفرصة لكي يتقدم هذا القائد الانتهازي إلى الأمة، ويستولي على قيادتها بالأمانى والوعود المعسولة، وسرعان ما يتقلب ويفصح عن أمره ويحكم الأمة بالحديد والنار، ويسوق الشعب سوق القطيع ليحقق رغباته الأنانية أو رغبة أسياده المختفين وراء الستار.

٦- التجارب والأحداث المهمة:

فالتجارب التي تخوضها الشعوب - وبخاصة التجارب التي مازالت حية في أذهان الأجيال المعاصرة - لها تأثير كبير في توجيه الرأي العام للشعب، كما تستفيد بعض الشعوب من تجارب البعض الآخر.

فتجربة الشعب المصري المريعة مع الغرب هي التي تجعله لا يثق فيه، مثل الترحيب بقرار تأميم قناة السويس عام ١٩٥٦، وتجربة الشعب المصري مع العدوان الإسرائيلي هي التي تعيق تنفيذ اتفاق السلام بين مصر وإسرائيل، وتقف حجر عثرة في طريق التطبيع.

لذلك فإن الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للتجارب والأحداث الكبرى، كما أن الأحداث الخطيرة، تحول الرأي العام من النقيض إلى النقيض في فترة قصيرة؛ فالأحداث أقدر من الخطب والكلمات المذاعة بالراديو والتلفزيون على تكوين الرأي.

مثل: كان إغراق السفينة الحربية (إيلات) على يد البحرية المصرية حدثاً مهماً ومقدمة للحدث الأكبر: الزلزال الذي حول الرأي العام من حالة الخوف والتمزق إلى حالة الثقة والكرامة ونصر أكتوبر ١٩٧٣.

ومثل: إن انتصار اليابانيين على روسيا عام ١٩٠٥ قد أيقظ أوروبا، وحطم أسطورة الرجل الأبيض.

ومثل: كان فوز نجيب محفوظ بجائزة نوبل للآداب حدثاً مهماً، أيقظ العالم كله، وبدأ الرأي العام العالمي يعرف أن من بين العرب نابغين؛ أمثال: نجيب محفوظ وأحمد زويل وغيرهما.

ومثل: انتحار الشاب الجامعي التونسي "بوعزيزي" بعد أن حرق الشربة سيارة الخضرارات التي استأجرها لبيع عليها ويتكسب، كانت السبب في قيام الثورة التونسية والإطاحة بنظام حكم ابن علي.

٧ - الثورات الكبرى:

تعتبر الثورات الكبرى من الأحداث التي تترك آثارا لا تمحى في حياة الأمم وتاريخها وذاكرتها.

ويؤدي نجاح ثورة من الثورات غالبا إلى امتداد المناخ الثوري إلى البلدان المجاورة. مثال: قيام الثورة التونسية، ثم بعدها قامت الثورة المصرية، ثم قامت بعدها الثورة الليبية، وكلها ثورات ضد أنظمة الحكم الفاسدة.

مثال آخر: لقد واجهت الثورة الفرنسية مواقف عدائية من الأنظمة الملكية المجاورة. مثل آخر: حوربت الثورة البلشفية غداة اندلاعها - ليس من أعدائها الداخليين، الذين تلقوا مساعدات من الخارج، بل من الأنظمة الرأسمالية القريبة منها والبعيدة عنها؛ لذلك فالثورات تحرك الرأي العام في البلد الناصر لتحقيق الأهداف التي طالما سعى إليها وآمن بها، وهي عادة أهداف ذات جذور اقتصادية واجتماعية وتاريخية عميقة.

٨ - المناخ الاقتصادي:

الأوضاع الاقتصادية لها تأثير كبير على نظام الأسرة وعلى الطبقات الاجتماعية وعلى نسق القيم في المجتمع وعلى تشكيل نظامه السياسي.

ويرى بعض الخبراء أن تأثير العامل الاقتصادي هو أقوى محددات الرأي العام على الإطلاق، وأن هناك عوامل أخرى مؤثرة قد يكون السبب في ضعف العامل الاقتصادي ووقوع الأفراد تحت الضغوط المتعارضة عند تكوين آرائهم؛ كأن تتطلب مصالح الفرد الاقتصادية تأييد رأي معين ضد قيم المجتمع أو معتقداته، وهناك علاقة بين الرأي العام والعامل الاقتصادي^(١٢).

فكثير من الآراء المعلنة في الحياة الخاصة والعامة قد تكون مدفوعة الثمن، ويظهر ذلك واضحا في النفاق الاجتماعي الذي يقوم به المسؤولون للحكام في البلدان النامية، وفي الدعاية الانتخابية وفي بيع الأصوات في الانتخابات.

كما أن الأفراد يتأثرون في تكوين آرائهم بمصالحهم ومصالح الجماعة أو الجماعات التي ينتمون إليها؛ حيث تلون المصالح والحاجات للفرد والموضوعات بما يتماشى معها.

كما أن الأفراد - خاصة في الدول النامية - يكونون منشغلين طوال يومهم بالعمل من أجل البقاء أحياء، وليس لديهم الوقت أو الجهد اللازم لمناقشة المشاكل العامة، ويترتب على هذا نقص في الوعي وعدم مشاركة في الحياة العامة يجعلهم لا يمثلون عنصرا في تكوين الرأي العام في بلادهم.

يؤثر اختلال الأوضاع الاقتصادية داخل الدولة وتعرضها للأزمات الاقتصادية من بطالة ومجاعة وتضخم وانخفاض في القيم الشرائية وندرة في الإنتاج على اتجاهات الرأي العام.

فالجوع مرشد سيئ للشعوب، والشعب الجائع لا يمكن أبدا أن يستخدم العقل أو يقتنع بالمنطق، ويكون لقمة سائغة في أيدي محترفي السياسة^(١٣).

كما أدرك الاستعماريون والاحتكاريون تمام الإدراك أثر الأزمات الاقتصادية الحادة في الانحراف بتفكير الرأي العام، فكان استخدامهم لسلح المقاطعة والحصار الاقتصادي ومنع المعونات في حربهم ضد الدول النامية التي تنتهج سياسة تحريرية لا يرضون عنها.

٩- المناخ الثقافي والإعلامي والفني؛

إن المناخ الثقافي والفني والإعلامي الذي يعايشه الإنسان طفلا وصبيا ويافعا ورجلا يؤثر تأثيرا بالغاً على تشكيل عقله وتفكيره، وما لم يكن هذا مناخا صحيحا سليما يغذي الناس بالمعلومات والأفكار والقيم والمشاعر السليمة، ويفتح آفاقها ويرى ذوقها ويشحذ إرادتها ويرتفع بدوافعها، فلم يمكن بأي حال أن يسود المجتمع رأي عام سليم وصحيح يقاوم الانحراف وينبذ الأنانية والتعصب ويدفع عجلة التقدم والبناء.

ولذلك ينبغي على الدارس في ميدان الرأي العام أن يحدد نوع الجماهير التي يدرسها ونوع الزاد الثقافي والفني والإعلامي الذي تزود به؛ لكي يستطيع أن يتبين: هل هي جماهير مراهقة مضللة، وسريعة الانقياد، تحكمها الغرائز والعواطف؟ أم هي جماهير

صلبة اعتادت على النقاش والجدل وتقليب أوجه الأمور؟ قبل تكوين آرائها والانحياز إلى جانب من الجوانب.

- مكونات الرأي العام:

ويشارك في تكوين الرأي العام أيضا مختلف الهيئات والتنظيمات الشعبية والنقابية والحزبية عن طريق طرح أفكارها واتجاهاتها والدعوة إليها، بمختلف الوسائل التي تؤدي الصحافة والوسائل السمعية والبصرية دورًا في نشرها وتعبئة الرأي العام وتوجيهه من خلالها^(١٤):

- مؤسسات المجتمع المدني:

المفهوم المستقر للمجتمع المدني يقوم على أساس أنه مجموعة المؤسسات والفعاليات والأنشطة التي تحتل مركزًا وسيطًا بين العائلة باعتبارها الوحدة الأساسية التي ينهض عليها البنيان الاجتماعي والنظام القيمي في المجتمع من ناحية والدولة ومؤسساتها وأجهزتها ذات الصبغة الرسمية من جهة أخرى.

وهذا المعنى فإن منظمات المجتمع المدني تساهم بدور مهم في ضمان احترام الدستور وحماية حقوق الأفراد وحرياتهم وتمثل الأسلوب الأمثل في إحداث التغيير السلمي والتفاهم الوطني مع السلطة في سبيل تعزيز الديمقراطية وتنشئة الأفراد على أصولها وآلياتها.

فهي الكفيلة بالارتقاء بالفرد وبث الوعي فيه وتعبئة الجهود الفردية والجماعية للتأثير في السياسات العامة وتعميق مفهوم احترام الدستور وسيادة القانون.

- وسائل الإعلام:

تلعب وسائل الإعلام دورًا سياسيًا مهمًا يساهم في تعبئة الرأي العام الشعبي من خلال كتابات وأقوال المفكرين والصحف والفضائيات المرئية والمسموعة والاجتماعات والندوات التي تساهم في اطلاع الجماهير على المشاكل الأكثر إلحاحًا، والتي يتعرض لها المجتمع وتكون مراقبًا جماعيًا لصالح الشعب من خلال انتقاد سياسات الحكام وكشف فضائهم وفسادهم وانتهاكهم لسيادة القانون.

فالإعلام يشكل السلطة الرابعة، وله دور في مراقبة مجريات تنفيذ الخطط والمشاريع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وكشف الأخطاء والانحرافات المرافقة لعمليات الإعداد والتخطيط، وتنفي الأداء الحكومي والمباشرة بما توجهه من نقد بناء يعتمد مصالح الوطن والمواطن بالدرجة الأولى.

* * *

المبحث الثاني

أساليب وطرق تغيير الرأي العام

وما لا شك فيه أن وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع والمتابع للأحداث يكون دائما أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبطأ في تكوين آرائه، ومذبذبا في اتجاهاته، وفريسة للإشاعات والانحرافات، ويتصف في النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمور، وتغلب الانفعال الطارئ على التفكير السليم^(١٥).

ومن أصعب الأمور تغيير الآراء، ولذلك فإن مضمون الإعلام يكون أكثر يسرا وفعالية إذا كان متعلقا بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها.

وعن أهم أساليب تغيير الرأي العام كما يراها خبراء الإعلام^(١٦):

١- أسلوب التكرار والملاحقة:

ويعتبر هذا الأسلوب من أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام، وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير.

وقد وصف (جوبلز) هذا الأسلوب الدعائي فقال: "إن سر الدعاية الفعالة يكمن، لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارا وتكرارا".

ويطلق على هذا الأسلوب: (الترتيل)، وهذا الترتيل لكي يكون مؤثرا لا بد من تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة الجمهور وسماته المختلفة.

مثال على ذلك: هو الصراع العربي الإسرائيلي؛ حيث كرست الدعاية الصهيونية حملاتها وركزتها في جملة واحدة: "إسرائيل التي لا تقهر"، ولقد ساعدت ظروف نكسة

١٩٦٧ في أن يترسخ لدى الرأي العام العربي مفهوم (إسرائيل الكبرى) التي لا تقهر، واستخدمت إسرائيل مرتكزات مدروسة لتنفيذ هذا الأسلوب، أهمها:

- عرض صور الأسرى العرب والمصريين في الإعلام وبث الأحاديث معهم، ورسائلهم إلى ذويهم، والتي تركز على ما حدث لهم من هزيمة وانكسار.

- وعرض صور وأفلام المعارك والحروب التي وقعت على الأرض العربية لبيان مدى التفوق الإسرائيلي.

- تنوع أسلوب العرض، سواء من خلال الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون بعد حرب ١٩٦٧؛ لتثبيت مفاهيم وأفكار معينة عند الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية.

ولقد ساعد الصهيونية على استخدام هذا الأسلوب (الترتيل) على السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام، خاصة وسائل الإعلام الأمريكية بدرجات وطرق متعددة مثل:

- امتلاك الصحف وإدارة محطات الإذاعة المسموعة والمرئية أو تعيين عناصر موالية للصهيونية في المناصب المهمة في صحف الصفوة.

- وجود اليهود بأعداد كبيرة بين العاملين في الحقل الإعلامي.

- استقطاب المعلقين السياسيين وكتاب الأعمدة وكبار الصحفيين لتأييد إسرائيل.

- الضغط على الصحفيين الذين يكتبون عن أحداث الشرق الأوسط إن أبدوا أي ميل لمساندة العرب أو الاعتراض على الممارسات الإسرائيلية.

- إغراق وسائل الإعلام بالأخبار التي تنبع من مصادر إسرائيلية، والعمل على تقليل الأخبار الصادرة من مصادر عربية.

- استخدام الإعلان للضغط والسيطرة على الصحف ومحطات الإذاعة المسموعة والمرئية المحلية التي لا تخضع لسيطرة المنظمات الصهيونية، سواء بالملكية المباشرة أو عن طريق تعيين صحفيين موالين لإسرائيل في المناصب المهمة.

- امتلاك إسرائيل لقمر صناعي يدعى amos الذي يمكن إسرائيل من استخدام تكنولوجيا الاتصال لتحقيق أغراضها الدعائية للتأثير في الرأي العام، سواء بأسلوب الترتيل أو غيره.

٢ - أسلوب الإثارة العاطفية:

تعتمد الدعاية - في الأساس - على إثارة العواطف، لا على المناقشة والافتناع، وتنبع عن احتقار دفين للمواطنين وعقولهم، مثلما كان يحدث في التليفزيون المصري قبل ثورة ٢٥ من يناير ٢٠١١.

ومثال آخر: كان الزعيم الألماني (هتلر) يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء، وأن استجابة الجماهير تكون دائماً استجابة عاطفية أكثر مما هي عقلية؛ ولذلك فقد كان يدعو إلى أن تتجه الدعاية إلى العواطف، وخاصة عاطفة الحقد، وأيسر السبل إلى إثارة الحقد والتشهير وإكالة التهم، فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق!

وكان (هتلر) يؤمن بأن ذاكرة الجمهور ضعيفة، وأن الأفراد يستجيبون لمن يدفعهم بالقوة أكثر من استجابتهم لمن يقنعهم، وأنهم سيتأثرون أكثر بالتكرار المستمر لشعارات تستميل العواطف، ولا يتأثرون بالحجج العقلانية؛ حيث يزداد استخدام أسلوب الإثارة العاطفية عندما يصعب استخدام الأساليب الموضوعية والحقائق المادية في استحالة الرأي العام، أو مواجهة رأي عام مضاد، فإن الدعاية يلجأ في تلك الحالة إلى ممارسة أسلوب الاستثارة العاطفية والغرائزية، خاصة في المجتمعات التي تزداد فيها نسبة الأمية. وتتمثل خطورة هذه المضامين على الرأي العام في كونها تبعده عن مشاكل بلده وآماله المستقبلية، وتغرقه في متاهات من الغرائز، وتنمي لديه الاتجاهات الهروية.

مثال: في الانتخابات البرلمانية البريطانية، نادى العديد من المرشحين بإباحة الشذوذ الجنسي لإرضاء شريحة كبيرة من الناخبين، ورضخ مجلس العموم البريطاني وأصدر توجيهاً بذلك^(١٧).

٣ - أسلوب عرض الحقائق:

ويعتمد هذا الأسلوب على وصول الحقائق إلى أكبر عدد من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى وأبقى من الأكاذيب والتهاويل والشائعات، وينبع هذا الأسلوب - بطبيعة الحال - من احترام عقلية الجماهير.

مثال: ما قام به الإعلام المصري خلال حرب أكتوبر ١٩٧٣.

٤- أسلوب تحويل انتباه الجماهير:

وهو من الأساليب التي يتبعها السياسيون وأجهزة الإعلام، وهو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر، مثل: أهمية الموضوع المشار أو أكثر أهمية منه.

حيث يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي السائد بين الجماهير بالنسبة لمسألة أو موضوع معين؛ ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ.

٥- أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة:

إن البرامج والتوصيات الإيجابية المحدودة لها أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأي العام، بعكس البرامج غير المحددة والكماليات الجوفاء، والتذبذب، ويسوق البعض نموذجاً لذلك: الديانات بما تعرضه من جزاء للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب في مخاطبة الجماهير.

وكلماً كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها؛ ذلك أن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحملها في طياتها من سلبية وهدم، ويدرك رجال السياسة تماماً مزايا البرامج المحددة.

٦- أسلوب افتعال الأزمات:

وهو من الأساليب الحديثة لتغيير الرأي العام، ويعني استغلال بعض الأحداث أو الظروف - وربما تكون محدودة - بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام، وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب^(١٨).

مثال: افتعال إسرائيل لأزماتها مع الدول العربية باستمرار، مثل: أزماتها مع سوريا عام ١٩٦٧ كبداية لشن عداوانها على الأمة العربية واستخدامها - ببراعة - هذا الأسلوب في أثناء المفاوضات مع الفلسطينيين.

٧- أسلوب الرعب والفوضى:

وهو أسلوب تلجأ إليه بعض القوى لتغيير الرأي العام لصالحها.

وقد استخدمتها المخابرات النازية بصفة خاصة في استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب بإخضاعها من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى.

كما استخدمتها الدول الغربية في إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعي المنتظر قبل انهيار المجتمعات الشيوعية.

كما أن استغلال الاحتكارات الغربية لهيستريا الحرب التي كانت تنشرها أجهزتها الدعاية قد مكنتها من إبقاء العالم في حالة من التوتر خدمة لمصالحها الاقتصادية وأطماعها التوسعية.

٨- الشائعات:

الشائعات هي معلومات لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي والنزاهة والدقة والأمانة، ومن ثم فهي أقدر على الغوص في الجماهير التي تفتقد إلى الوسيلة التي تمدهم بها هو صادق وحقيقي.

مثال: انتشار شائعة قوية، مفادها أن الرئيس العراقي صدام حسين قيل بعد إعدامه: إنه لا يزال على قيد الحياة، وسوف يعود للحكم في العراق أثناء حكم أوباما لأمريكا!

ومن المعروف أنه يصعب وجود صحيفة تقدم الصدق كل الصدق أو الحقيقة في فترات الحروب والأزمات، مثل: انتشار أمراض أنفلونزا الخنازير والطيور، وخاصة السياسية والاقتصادية، مثل: عدم وجود استقرار في الجيش؛ حيث يوجد في الناس ميل إلى تصديق الشائعة دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة.

وتزداد الخطورة حينها لا يكتفي البعض بتصديق الشائعات، بل يضيف إليها من عنده، وتزداد الشائعات في جو الحرب؛ حيث تكون سرية الأخبار أمراً جوهرياً تتطلبه دواعي الأمن واعتبارات النشر على الرأي العام.

وتعريف الشائعة: هو أنها الترويج لخبر مخلق، لا أساس له من الواقع، أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشوية في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو

العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول^(١٩). مثل: الأخبار الكاذبة التي بثها التلفزيون المصري ونشرتها الصحف القومية المصرية في تظاهرات يوم ٢٥ من يناير ٢٠١١ المسمى بيوم الغضب الشعبي المصري ضد نظام الحكم؛ حيث هونت كثيراً من حقائق الأمور، وأكدت أن المظاهرات معدودة الأفراد وقلة من الناس في هذه المظاهرات التي كانت بالملايين.

أنواع الشائعات:

وضع العديد من الخبراء تقسيماً للشائعات وأنواعها فيما يلي^(٢٠):

١- شائعات الأمل أو الأمان والأحلام:

وتعبر عن رغبات وآمال أولئك الذين تروج الشائعة بينهم، وهي شائعات تنتشر بين الناس؛ لأن لهم حاجات ورغبات فيها، مثل: تشجيع الجندي على القتال في الحرب ضد العدو المغتصب.

٢- شائعات اليأس والخوف:

وهي التي تعتمد على نشر الخوف والقلق، وهي تنتشر في وقت خوف الناس، فالإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة، لا أساس لها من الصحة، فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال، ويتعلق بموضوع خوفه وقلقه، ويفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة، يُمليها عليه الخوف والوهم.

٣- شائعات الكراهية وتحويل الولاء ودق المكائد:

وهي الشائعات التي تصدر لتعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تكمن في نفوس بعض الناس، كما هو الحال بين الأحزاب السياسية المتعارضة.

طرق مكافحة الشائعات:

هناك قواعد وأسس لمحاربة الشائعات كما يراها الخبراء، منها^(٢١):

١- قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً:

ويمكن تدمير شائعة كاذبة بشائعة أكثر منها كذباً، ولكن بحيث يمكن إثبات كذب هذه الأخيرة.

مثال: عندما انتشرت شائعة إعدام الشخصيات الألمانية الكبرى بالجملة في نهاية عام ١٩٤٣ - قام جوبلز بمناورة مشهورة؛ فقد أضاف إلى الشائعة المعروفة ما هو أشد فظاعة، فأوعز إلى أجهزة الإعلام أن تدّيع خبر مقتل هتلر نفسه، فضرب الشائعات الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص.

٢- القضاء على الشائعات بالمعلومات:

فالشائعات تروّج في غيبة الأنباء، أو حين لا تذاع الأنباء إلى أن تصل إلى الجمهور، أو من جراء عجز الفرد عن فهم الأنباء التي يتلقاها، أو التعقيم التام على الأنباء. فلا بد أن يقدم للناس أدق الأنباء الممكنة كاملة وبسرعة.

ولذلك يزداد في غيبة الإعلام والبيانات الموثوق فيها انتشار الشائعات، كما أن الغموض يغذي الشائعات ويدعمها، ولا بد من اتخاذ إجراءات مضادة فوراً.

٣- تكذيب الشائعة:

تعد من أبرز أساليب مكافحة الشائعة من خلال تكذيب الشائعة ونشر عكسها دون الإشارة إليها:

مثال: إذا انتشرت في مجتمع شائعة عن أزمة في رغبة الخبز، تنتشر وسائل الإعلام ما يكذب هذه الشائعة دون الإشارة إليها على شكل تحقيقات عن توافر الخبز وجهود الدولة في هذا المضمار.

* * *

مراجع الفصل الثاني

- ١- فاروق يوسف، الرأي العام، (القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٨٧).
- ٢- محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام، وتأثره بالإعلام والدعاية (بيروت: مكتبة لبنان، د.ت).
- ٣- مختار محمد التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٢).
- ٤- عاطف علي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٥).
- ٥- صلاح الدين جوهر، علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته (القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٨٠).
- ٦- شاهيناز طلعت، الرأي العام (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣).
- ٧- عاطف علي العبد، فوزية العلي، دراسات في الإعلام الفضائي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٥).
- ٨- عاطف علي العبد، علاقة الطفل المصري بوسائل الإعلام (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨).
- ٩- إبراهيم عبده، الصحافة في الولايات المتحدة، القاهرة: سجل العرب، ١٩٦١.
- ١٠- كرم شلبي، الإعلام والدعاية في حرب الخليج: وثائق من غرف العمليات، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامي، ١٩٩٢).
- ١١- جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥.
- ١٢- السيد ياسين، تحليل مضمون الفكر القومي العربي: دراسة استطلاعية (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٠).
- ١٣- جابر عبد الحميد: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، (القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٨٣).
- ١٤- جمال زكي، أسس البحث الاجتماعي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٦٢).

١٥- حسانين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة (القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٦٢).

١٦- جمال السيد، أضواء على الحرب النفسية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٢.

١٧- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

١٨- محمد طلعت عيسى، الشائعات .. وكيف نواجهها؟ (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٦٤).

١٩- محمد طلعت عيسى، الشائعات .. وكيف نواجهها؟ مرجع سابق.

٢٠- المرجع السابق نفسه.

٢١- المرجع السابق نفسه.

* * *