

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الانسانية

قسم العلوم الاجتماعية

المطبوعة البيداغوجية/

الاتصال والرأي العام

سنة ثانية ماستر علم اجتماع الاتصال

الأستاذ / فوزي بومنجل

السنة الجامعية 2022/2021

فهرس المحتويات

	مقدمة
	المحور الأول: قراءة تحليلية في ماهية الاتصال
01	المحاضرة الأولى: مفهوم الاتصال وعناصر العملية الاتصالية
15	المحاضرة الثانية: أنواع الاتصال
21	المحاضرة الثالثة: وظائف الاتصال وأهميته
28	المحاضرة الرابعة: وسائل الاتصال ونماذجه السياسية
41	المحاضرة الخامسة: معوقات الاتصال.....
	المحور الثاني: الرأي العام بين المفهوم، المظاهر والمراحل
48	المحاضرة السادسة: مفهوم ، نشأة وأنواع الرأي العام
58	المحاضرة السابعة: وظائف وخصائص الرأي العام
67	المحاضرة الثامنة:مظاهر ومقومات الرأي العام
72	المحاضرة التاسعة:عناصر تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه
78	المحاضرة العاشرة:مراحل تكوين الرأي العام
	المحور الثالث: طرق قياس الرأي العام وعلاقته ببعض النماذج الاتصالية
87	المحاضرة الحادية عشر: طرق قياس الرأي العام
91	المحاضرة الثانية عشر: الرأي العام والاتصال الرقمي
95	المحاضرة الثالثة عشر: الرأي العام والدعاية
98	المحاضرة الرابعة عشر:الرأي العام والديمقراطية

101 المحاضرة الخامسة عشر: الرأي العام والعولمة
105 خاتمة
106 قائمة المراجع

مقدمة:

يتعرض الإنسان يوميا إلى كم هائل من المعلومات يصعب عليه في الكثير من الأحيان التعامل معها. فقد حاصرته ومازالت تحاصره بواسطة وسائل عدة إبتداءا من الآلة الطابعة، مروراً بالتمذيع والتلفاز وصولاً للحاسب الآلي والانترنت. حيث ازداد الاعتماد على النظم المعلوماتية والاتصالات حيث أصبحت عاملاً رئيسياً في إدارة جميع القطاعات وشكلت ما يعرف بالمجتمعات المعلوماتية.

إن الاتصال ليس فقط قطاعاً ديناميكياً له علاقة بنفسه فقط، ولكنه يعتبر الآن مفتاحاً تقنياً، له الأولوية في جميع المعلومات العالمية الاقتصادية والاجتماعية، مع مشاركة هامة بالتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية. كما أن أهمية الاتصالات في الفعاليات الاقتصادية والمنافسة تقود إلى تضمينها لاتفاقيات تجارية ثنائية وإقليمية متعددة الأطراف خاصة وأن العالم حالياً خاضع لتغير كبير وهام على جميع المستويات.

ولقد تعددت الدراسات والبحوث في مجال الرأي العام والتي هدفت إلى التعرف على طبيعة وطرق تكوينه وقياسه ودوره في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها. وما زال الرأي العام مجالاً مفتوحاً للدراسة والبحث باعتباره أحد العناصر الأساسية والفاعلة في الحياة الاجتماعية. وقد أدى التطور الهائل في وسائل الاتصال والإعلام إلى زيادة أهمية الرأي العام. وتستخدم الدول الكبرى أساليب الاتصال التكنولوجية الحديثة في نشر قيمها ومبادئها وثقافتها.

فالعلاقة بين اللغة والاتصال بين الأفراد والجماعات بين الكلمات وفهم معانيها، كلها تحدد وتوجه عملية الرأي العام، وتؤلف عمليات اجتماعية أخرى كثيرة تدخل في اختصاصات الباحثين الاجتماعيين وغيرهم.

والمؤكد أن هناك علاقة متبادلة بين كل من الرأي العام والإعلام والاتصال يؤثر كل منهما على الآخر ويتأثر به. فالرأي العام يؤثر على محتوى الرسالة الإعلامية والاتصالية. والاتصال يؤثر على الرأي العام من خلال توجيهه وتغيير أنماط سلوكه.

عموما تضمنت المطبوعة ثلاثة محاور في كل محور خمسة محاضرات، حيث تناولنا في المحور الأول قراءة تحليلية في ماهية الاتصال من خلال خمسة محاضرات حددنا في الأول مفهوم وعناصر العملية الاتصالية، وفي الثانية أنواع الاتصال سواء كان رسميا أو غير رسمي. وفي المحاضرة الثالثة تطرقنا لوظائف الاتصال وأهميته، وأما في المحاضرتين الرابعة والخامسة فقد عولجت من خلالهما وسائل الاتصال، سياساته ومعوقاته. في المحور الثاني حاولنا تقريب مفهوم الرأي العام للقارئ حيث تضمنت المحاضرة الأولى مفهوم ، نشأة وأنواع الرأي العام. و حددت وظائف وخصائص الرأي العام في المحاضرة الثانية، أما المحاضرة الثالثة فقد عرضت فيها مظاهر ومقومات الرأي العام. وفي المحاضرة الرابعة رصدت عناصر تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه وفقا لتوجهات المتخصصين في هذا المجال المعرفي. وأما المحاضرة الخامسة فقد حددنا بالتفصيل مراحل تكوين الرأي العام. المحور الثالث والأخير والموسوم بقياس الرأي العام وعلاقته ببعض النماذج الاتصالية فقد تضمن هو أيضا خمسة محاضرات، تم تحديد أهم الطرق المتعارف عليها والمستخدمة في قياس الرأي العام. المحاضرات الأربعة الأخرى عولجت من خلالها تلك العلاقة الارتباطية للرأي العام بمجموعة من الظواهر الاتصالية والتي كانت على التوالي الاتصال الرقمي، الدعاية، الديمقراطية والعولمة. وانتهت المطبوعة بخاتمة بينا من خلالها أهمية الاتصال في فهم ظاهرة الرأي العام.

المحور الأول: قراءة تحليلية في ماهية الاتصال

المحاضرة الأولى: مفهوم الاتصال وعناصر العملية الاتصالية

المحاضرة الثانية: أنواع الاتصال

المحاضرة الثالثة: وظائف الاتصال وأهميته

المحاضرة الرابعة: وسائل الاتصال ونماذجه السياسية

المحاضرة الخامسة: معوقات الاتصال

المحاضرة الأولى: مفهوم الاتصال وعناصر العملية الاتصالية

1- مفهوم الاتصال:

الاتصال لغة مشتق من مصدر "وصل" والذي يحمل معنيين رئيسيين الربط بين كائنين أو شخصين، وذلك عكس الانفصال و البعد. أما المعنى الثاني فهو البلوغ و الانتهاء إلى غاية ما. فالاتصال في اللغة أساسا الصلة و العلاقة والبلوغ إلى غاية معينة.

أما التعريف الاصطلاحي للاتصال فنجده يتباين بتباين المدارس والمذاهب الفكرية والإيديولوجيات. فنجده يعرف على انه نقل للمعارف و تبادل وانتقال الأفكار والمعلومات داخل انساق اجتماعية معينة، ويختلف من حيث الحجم والمحتوى والتأثير.

فهو يعرف على انه نشاط تبادل غير متوقف وغير محتمل أحيانا. يكون بين اثنين أو مجموعة وحدات فردية، تنظيمية، اجتماعية. و يبحث عن تغيير سلوكات العاملين والفاعلين للتقليص من الشك الناتج عن خلاف الوحدات عن بعضها البعض.

فيما نجد البعض يركز على الجانب الفني من خلال إبراز أهمية الرسالة الاتصالية في إثارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي، الغرض منها تحريك سلوكات معينة تتماشى وأهداف ومخططات الجهات المرسلة.

وهناك من يركز على الاتصال الإداري والذي يعني في غالب الأحيان إنتاج، توفير وتجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها، تبادلها وإذاعتها.

ويعرفه روجرز: عملية نقل أو تحويل فكرة ما من شخص (مرسل) إلى شخص آخر (مستقبل) وذلك بغية تغيير سلوكه، والإطار الذي يحدث في إطار منظمة ما عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر ذلك لتبادل المعلومات والآراء والتأثير في المواقف والاتجاهات.

وحسب كيلي Kelly فالاتصال مصطلح يستدعي استخدام الكلمات والحروف والرموز بهدف الوصول إلى معلومات مشتركة أو متنوعة حول موضوع أو فعل أو فكرة معينة.

أما ريتز Reitz فيرى أن الاتصال عبارة عن معلومة يمتلكها فرد وترسل إلى فرد آخر وإذا تم الإرسال بأمانة يصبح المستقبل يمتلك نفس المعلومة للمرسل إليه وبالتالي يحدث الاتصال.

وقد عرفه "إبراهيم إمام" على أنه حامل العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم . (عاطف عدلي العبد، 1993، ص 12)

2- عناصر الاتصال:

الاتصال عملية ذات خمسة عناصر أساسية توجد في إطار اتصالي يحيط بعناصره. فاستجابات الأفراد اتجاه المنبهات المثارة في المواقف الاتصالية ليست استجابة آلية أوتوماتيكية، ولكنها استجابات شرطية، تعتمد على مجموعة من العوامل تلعب فيها البنية الثقافية والاجتماعية دورا هاما و محوريا لإتمام التفاعل داخل هذا الموقف وقد وضح "هارولد لاسويل" صيغة سؤال محوري يضم عناصر عملية الاتصال ويخلصها من وجهة نظر تحليلية مؤداه: "من؟"، "ماذا؟"، "لمن؟"، "كيف؟"، "لماذا؟". (هالة منصور، 2000 ، ص 20)

وإذا حاولنا تحليل هذا السؤال المحوري نجد أننا أمام عناصر الاتصال داخل أي تنظيم، ومهما تنوعت عمليات الاتصال وتعددت أساليبها ، فإنها لا تتم إلا إذا توافرت لها جميع هذه العناصر وهي:

- من ؟ المتصل أو المرسل

- ماذا ؟ محتوى الرسالة أو المضمون

- لمن ؟ المستقبل

- كيف ؟ وسيلة الاتصال

- لماذا ؟ تحليل أو النتائج لعملية الاتصال

2-1- المرسل (المصدر)، من ؟: يعتبر المرسل مصدر الرسالة وهو النظام المنتج للرسالة أو للإشارات في اتجاه المستقبل. و يقصد بالمرسل أو المصدر هو الشخص أو مجموعة الأشخاص أو الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين معين ليشاركوه في أفكار أو اتجاهات أو خبرات معينة.

(Roger mucchielli: communication et réseaux de communication , les éditions E.S.F entreprismoderne d'édition librairies technique, 1980,P 102)

ومن خلال المرسل يتم صياغة الهدف الذي تتضمنه الرسالة الاتصالية ، فهو الذي يحدد الهدف والوسائل، كما يقوم بانتقاء المادة الإشارية الرمزية اللازمة لها ، وصياغتها في إطار هدف. محدد وواضح، داخل موقف اتصالي تحكمه أبعاد ثقافية و تنظيمية معينة.

وعليه فإننا نجد أن المرسل يلعب دورا محوريا هاما في عملية الاتصال، من خلال أهدافه و اتجاهاته التي يتضمنها في مادة الاتصالية نعلى ذلك فانه لابد من توفر عددا من الخصائص في المرسل التي تزيد من فعاليته و قدرته على إتمام الاتصال الفعال داخل التنظيم، ومن أهم الخصائص نذكر:

- **المصداقية:** وهي الدرجة التي يكون عندها المصدر قابلا للتصديق ، والمتصل مرتفع المصداقية هو الذي يتمتع بكل من الخبرة، الكفاءة، والأهلية للثقة، وتتحقق تلك المصداقية من خلال عدة أبعاد منها مستوى التعليم، الذكاء، المكانة الاجتماعية، والخبرة بموضوع الرسالة، وكذلك الموضوعية والصدق في عرض المعلومات . (أميرة منصور يوسف علي، 1999، ص

(38)

- **الجاذبية:** لجاذبية المتصل الدور الهام في استجابات الأشخاص له من خلال مهاراته التعبيرية غير اللفظية (مثلا تعبيرات الوجه وحركة العينين واليدين...الخ) ، وغالبا ما يتأثر المتلقي بالرسالة المقدمة من المصدر فيتشابه معه في الأهداف و الحاجات.

- **التأثير:** تستمد قوة التأثير المتصل أو قدرته في التأثير على الآخرين من خلال سلطة معينة ، أو قدرة على التأثير في مصادر المعلومات، من خلال الخبرة والكفاءة، وبالتالي التأثير في

المستقبل واستمالته. إلا أن هذا التأثير غالبا ما يتأثر بسياق عملية الاتصال ذاتها وطبيعة الموقف الاتصالي بشكل عام (هالة منصور، 2000 ، ص21)

2-2- الرسالة: وهي العنصر الثاني في العملية الاتصالية الاتصالية والتي تجيب عن السؤال " ماذا ؟ " في السؤال المحوري ل " لاسويل "

تعني الرسالة تلك الأفكار والمفاهيم والإحساسات والإشارات التي يود المرسل إيصالها إلى المستقبل، وهي بذلك مضمون الاتصال أو الموضوع المراد توصيله إلى المستقبل بغرض التأثير في سلوكه سواء كان المستقبل فردا أو جماعة، ولضمان استجابة المستقبل للرسالة يجب مراعاة الشروط التالية عندما نقوم بإعدادها :

- يجب أن تقوم بتصميم الرسالة بالصورة التي تجذب انتباه المستقبل كي نضمن نجاح عملية التفاهم و الاتصال التي من الصعب أن نتحدث إذا كان المستقبل مشغول وغير منتبه للرسالة.
- يجب أن يقوم المرسل بصياغة رسالته بصورة تناسب المستقبل حيث لا يستعمل الا الرموز (الرموز اللغوية أو اللفظية أو غير اللفظية أو بهما معا) أو اللغة التي يفهمها المستقبل .
- يجب أن تثير الرسالة في المستقبل شعورا بحاجته الى موضوع الرسالة ليس هذا فحسب، بل يجب أن تعطي اقتراحات وطرق لكيفية سد هذه الحاجة بما يتفق ويتناسب مع الظروف المحيطة به. (عمر عبد الرحيم نصر الله، 2001 ، ص 67)

وعلى هذا تعد الرسالة أهم مكونات العملية الاتصالية وأكثرها فاعلية لأنها مضمونة من خلال المرسل يترجمها في مجموعة رموز ويرسلها إلى المستقبل من خلال قناة أو عدة قنوات و يحاول تلقي الرد الخاص بها للتأكد من أن رموزها قد ترجمت لدى المستقبل بنفس المعنى الذي صيغت به من قبل المرسل

2-3- الوسيلة أو القناة: يقصد بها الطريقة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة من المتصل أو المرسل إلى المستقبل، وهي التي تجيب عن الجزئية " كيف؟ " من سؤال لاسويل، وتختلف هذه الوسيلة وفق لهدف الرسالة وطبيعة المتلقي - المعنى - بتلك الرسالة. وتعني كذلك الطريقة التي تنتقل بها الأفكار و المعلومات، فقد تكون الكتابة كما في المنشورات والكتب الدورية وقد يكون الحديث كما في الاجتماعات والمقابلات، وقد تكون الصورة في جهاز عرض الشرائح، وقد تكون الكتابة والحديث والصورة معا كما في بعض الأفلام السنمائية أو الاشرطة العلمية. (**عبد الكريم درويش، 1974، ص 473**)
فيمكن تشبيه الوسيلة بأنها القنوات التي تمر من خلالها

الرسالة بين المرسل والمستقبل فهي باختصار عبارة عن قنوات للاتصال ونقل لمعرفة، فعلى المرسل أن يختار الوسيلة التي يراها أكثر نجاعة وتأثير على المستقبل

2-4 - المستقبل: وهو الذي يجيب على جزئية " لمن؟ " من خلال السؤال الذي طرحه " لاسويل" يعتبر المستقبل الفرد الذي يوجه إليه المرسل رسالته وهو بذلك " المستقبل " يتلقى أو يستقبل محاولات التأثير الصادرة عن المرسل، وللمستقبل خصائص تؤثر في عملية الاستجابة، هذه الخصائص يمكن تقسيمها إلى قسمين :

- خصائص متعلقة بالجوانب الديموغرافية كالمستوى التعليمي، الوظيفة، الدخل، الجنس، العمر.

- خصائص متعلقة بالجوانب السيكولوجية والاجتماعية كالاتجاه نحو الأفكار المستحدثة، الكفاءة، الشعور بالسيادة، الطموح، التأقلم والفهم السائد.

اذن فان سلوك المستقبل يرتبط بهذه الخصائص والاعتبارات. (أبو النجا العمري ، 1986 ، ص 32)

2-5- التغذية العكسية (المرتدة) أو رجع الصدى: هذا العنصر هو الذي يجيب على الجزئية الخاصة بي " لماذا ؟ " من سؤال " لاسويل ". ويتمثل في رد المستقبل كما يعني " رد الفعل الذي تحدثه مادة الاتصال من مدركات ومفاهيم أو سلوك المستقبل بالطريقة التي هدف إليها المرسل أن تكون ". (أحمد صقر عاشور، 1986 ، ص 224)

كذلك هي " إعادة إرسال الرسالة من المستقبل إلى المرسل واستلامه لها وتأكده من أنه تم فهمها، والمرسل في هذه الحالة يلاحظ الموافقة أو عدم الموافقة على مضمون الرسالة.

إن عملية الاتصال لا تنتهي باستلام الرسالة من قبل المستقبل (Receiver)، فعلى المرسل أن يتأكد من أن الرسالة قد تم فهمها بالشكل الصحيح، والمرسل في هذه الحالة يلاحظ موافقة على مضمونها، وسرعة حدوث عملية التغذية العكسية تختلف باختلاف الموقف، فمثلا في المحادثة الشخصية يتم استنتاج ردود الفعل في نفس اللحظة، و عملية قياس ردود الأفعال مهمة في عملية الاتصال حيث يتبين فيما اذا تمت عملية الاتصال بطريقة جيدة في جميع مراحلها أم لا، كما أن ردود الفعل تبين مدى التغيير في عملية الاتصال سواء على مستوى الفرد أو على مستوى المؤسسة. (محمد محمد الهادي ، د س ، ص 119)

وتزيد فعالية هذه العناصر إذا استعملت وفق منهجية تسمى بمنهجية الاتصال و جليا خاصة في تحديد المستقبل و في أهداف المرسل ورجع الفعل، وتتحدد ملامحها فيما يلي : (أحمد محمد

المصري، 2000، ص 129)

❖ **تحديد المستقبل:** ويتم على عدة مراحل أهمها :

▪ تحديد عقلية و شخصية المستقبل.

▪ تطلعات و احتياجات المستقبل.

▪ تحديد الوسيلة الاتصالية.

❖ **أهداف المرسل:** لابد من بلوغ الهدف المسطر في عملية نقل المعلومة و هذا في إتباع طرق

معينة: -تحديد الأهداف-تمرير الفكرة التي نود إرسالها-الوصول إلى النتائج المرجوة.

❖ **رجع الفعل:** إذا قمنا بإرسال معلومة ما، فلا بد أن ننتظر الجواب أو رد الفعل، وهذا يخلق

ديناميكية اتصالية محضة.

المحاضرة الثانية: أنواع الاتصال

توجد عدة أنواع وتصنيفات للاتصال، وسوف نقتصر هنا على ذكر نوعين رئيسيين من الاتصال مهمة بالنسبة لمدير المؤسسة الاقتصادية وهما:

1- الاتصال الرسمي:

وهي طرق وقنوات الاتصال التي تحدد مسبقاً بصفة رسمية ملزمة لجميع العاملين في المنظمة الإدارية، لكي يتبعونها في جميع اتصالاتهم أثناء مباشرتهم لمختلف أوجه النشاط الإداري داخل المنظمة.

وتأخذ الاتصالات الرسمية الشكل الكتابي في معظم الأحوال مثل التقارير، والطلبات والشكاوي والمراسلات الرسمية وغيرها. ومع ذلك لا تأخذ هذه الاتصالات الشكل الكتابي بالضرورة، فقد تكون شفوية، وذلك مثل الاجتماعات الدورية التي يعقدها المدير، والإدارات المركزية أو الإدارات الفرعية والأقسام مع معاونيهم مرة على الأقل كل أسبوع لتلقي المعلومات. (عبد الغني بسيوني عبد

الله، 1993، ص 388)

ويمثل الاتصال الرسمي معظم ما تجريه المنظمة الإدارية من اتصالات، وتنقسم إلى ثلاثة أنواع على النحو التالي:

*الاتصال النازل (الهابط):

وهو الاتصال من أعلى إلى أسفل ، ويكون من الرؤساء إلى المرؤوسين أو من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى، ويعد هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعا ، ويتم من خلاله نقل المادة المرسله من أوامر وتعليمات وبلاغات وقرارات عبر تسلسل هرمي من القيادة إلى القاعدة.

ومن معوقات الاتصال النازل: (مصطفى ربحي عليان وعدنان محمود الطوباسي، 2005 ، ص

(104

* كثرة عدد المستويات الادارية التي تمر بها الرسالة.

* البعد الجغرافي بين المرسل و المستقبل أحيانا.

* الفروق في الدافعية بين المرسل (الرئيس) والمستقبل (المرؤوس)

ويعتبر هذا النوع من الاتصال المسار الأساسي للاتصال في المنظمات من وجهة نظر أنصار النظرية التقليدية في الإدارة وان ماعدا هذا المسار لا يعترفون به إلا بالقدر الذي يخدم به أغراض المديرين في التعرف على نتائج تنفيذ الأوامر والقرارات التي تصدر عنهم.

***الاتصال الصاعد:**

ينصب الاتصال الصاعد على التقارير التي يبعث بها المرؤوسون في المستويات الأدنى حول أدائهم، ومشكلاتهم، وأداء الآخرين، واتجاهاتهم حول سياسات وإجراءات المنظمة، إذ بدون هذه التقارير لا تستطيع الإدارة العليا رقابة أداء المنظمة، أو اتخاذ القرارات بشأن الفعاليات والبرامج المستقبلية، كما أن الاتصال الصاعد يؤلف تغذية عكسية يستطيع الرئيس من خلالها معرفة ما إذا كان الاتصال النازل قد تم استلامه وفهمه، فان بعض أشكال الاتصال بين الرئيس والمرؤوس مثل

الإدارة المشاركة والإدارة بالأهداف، تشجع المرؤوسين على الإسهام في عملية التخطيط و اتخاذ القرار في المنظمة، مما يؤدي إلى تمكين ولائهم لها .

ويعتبر تقرير الأداء أهم شكل من أشكال الاتصال، غير أنه يتعرض لمشكلات عديدة بسبب العلاقة الفريدة بين الرئيس والمرؤوس، فالمرؤوس هو في موقع (الاعتمادية) على الرئيس كما أن مستقبله يعتمد إلى حد كبير على رأي الرئيس به، و هذا يعني أن أية مكتسبات يحققها المرؤوس، مثلا العلو والترفيع والترقية وتصميم المهمات. فيعتمد على قرارات الرئيس، وبسبب هذه العلاقة الاعتمادية، فانه من الطبيعي أن يحاول المرؤوس الهيمنة على العوامل المؤثرة في رأي الرئيس به. فهو يبعث برسالته (تقرير الأداء)

للرئيس من خلال الاتصال، ويحاول أن يترك كذلك أثرا ايجابيا لدى الرئيس، وقد يتطلب منه ذلك إدخال التعديلات اللازمة في محتوى الرسالة، أو حتى في بعض الحالات الاستثنائية(تزييف بعض المعلومات) وقد تكون التعديلات التي يدخلها صادرة عنه بشكل لا شعوري مدفوعا بمصلحة وبسبب مرور الرسالة بمستويات إدارية متعددة، فان الصورة التي تتكون عن أداء المرؤوس قد تكون براءة لدرجة أكبر من واقع أدائه.

ويميل المرؤوس لان يكون منفتحا وأمينا مع رئيسه كلما كان الأخير متوجها للعلاقات (وليس للمهمات)، وكلما كان التنظيم عضويا وليس ميكانيكيا أو آليا كلما كانت الثقة متبادلة بين الرئيس والمرؤوس، كما أن رضى المرؤوس وأدائه يزداد وينخفض دوران العمل، كلما كان الرئيس يرحب بالاتصال الصاعد، حيث تسمح الإدارة للمستويات الدنيا بالتعبير عن احتياجاتها النفسية

والاجتماعية ومما يخفف حدة الصراعات والتوترات الداخلية. (ايزل بوسترونج ، ترجمة علي

السلمي، 1976 ، ص 137)

*الاتصال الأفقي:

ونعني به الاتصال بين الأفراد على نفس المستوى الإداري (الهرمي) في المنظمة، وهذا الاتصال هام وحيوي لتحقيق فاعلية المنظمة، وهناك الكثير من الأعمال والمهام التي لا يمكن انجازها في المنظمة بدون التنسيق بين الزملاء في العمل، وتتضح أهمية الاتصال الأفقي في المنظمات كبيرة الحجم، والمعقدة والتي تشهد تغيرات بيئية كبيرة، لا تنحصر فائدة الاتصالات الأفقية في تسهيل انجاز العمل، وإنما يمكن توفير الدعم العاطفي والاجتماعي للفرد، والفهم المتبادل بين الزملاء وهو أحد أسباب قوة جماعة الزملاء وكذلك يقوم الاتصال الأفقي كأحد الميكانيزمات التنظيمية بوظيفة الضبط إذ يعتبر اختبار حقيقي للقوة التي تمارسها القيادة في المستويات العليا على مختلف المستويات التنظيمية الأخرى وينظر luthans إلى الاتصالات الأفقية على أنها تفاعلات تبادلية لما لها من علاقة بالناس وسلوكهم، ويعتقد أنها تخدم أربعة أهداف :

- 1- تنسيق الواجبات : يجتمع المديرون لمناقشة كيف تسهم كل دائرة في أهداف المنظمة.
 - 2- حل المشكلات : يجتمع المديرون لحل مشكلة مشتركة.
 - 3- مشاركة المعلومات : يجتمع مديرون مع مديرين آخرين لتبادل المعلومات.
 - 4- حل النزاعات : يجتمع المديرون لحل نزاع ما.
- وهذه الأهداف تنطبق على مستوى الإدارة (بين وحداتها) أو بين الدوائر المختلفة، ويمكن أن تتحقق الاتصالات الأفقية من خلال الاتصال المباشر بين المديرين، أو مكاتب الارتباط، أو فرق العمل المؤقتة، أو اللجان، أو الدور التنسيقي الذي يلعبه المدير. (حسين حريم، 2004، ص 259)

2- الاتصال غير الرسمي: (محمد فريد الصحن، 1997، ص 263)

هو اتصال غير مباشر ويأخذ الشكل العنقودي ويتلازم وجوده مع الاتصال الرسمي فهو تعبير عن الطبيعة البشرية في الاتصال وقد فهم قديما أن المعلومات والتبادل لها الذي يتم عن طريق الشكل العنقودي

غير دقيقة وبالعكس دلت البحوث أنه في الأوضاع الطبيعية أن أكثر من 75% من المعلومات التي تتم عن طريق الأسلوب العنقودي للاتصال صادقة ودقيقة، فهذا التبادل للمعلومات عن طريق المدخل العنقودي يحقق إشباع الحاجات الاجتماعية والأمن للأفراد.

يلاحظ وجود العديد من المزايا الايجابية للمدخل العنقودي للاتصال فهو من ناحية يحقق السرعة في تبادل المعلومات، وأيضا يمر عبر المستويات التنظيمية، ويتصف بالفاعلية، فهو يزود المدير بالمعلومات المرتردة، أما الجوانب السلبية للشكل العنقودي من الاتصال فقد يسبب شقاق وخلاف ، وسوء فهم للرسالة وخاصة إذا كانت المعلومات المنقولة معممة ليست من مصدر رسمي ويكفي أن تحتوي بعض الحقائق لكي يتم تصديقها أو استنتاج أشياء منطقية لكي تتصف بالدقة، والمدخل لعلاج ذلك هو الكشف عن السبب وعرض الحقائق بأسرع ما يمكن من جانب الإدارة وبشكل رسمي.

يتم الاتصال غير الرسمي بين الأصدقاء والأفراد حيث تتصف العلاقات فيما بينهم بأنها مستقلة عن الأعمال الوظيفية والسلطة الرسمية، ويكون بين هؤلاء الأفراد نوع من التجانس والتآلف وإشباع الحاجات، ورغم أن هذا النوع من الاتصالات يتم بطريقة غير مرتبطة بالتنظيم الرسمي، ولكن تجد

لها منفذا للاتصال داخل الهيكل التنظيمي الرسمي، يأخذ الشكل العنقودي فهو يمتد وينتشر داخل التنظيم بصرف النظر عن شكل الهيكل التنظيمي.

وقد عبر Mc.Murry عن التنظيم غير الرسمي في منظمة ما في شكل دوائر أو خلايا والتي تبين أن المدير العام في المركز وباقي الأفراد على مسافات وفي مراكز مختلفة منه، ففي الشكل يتضح من خريطة التنظيم غير الرسمي للمنظمة أن المدير العام الفعلي هو مدير الخزنة (ويرجع هذا لتملك أسرته

الجانبا الأكبر من أسهم الشركة). بينما يكون المدير العام بدون شك في قمة الخريطة التنظيمية للتنظيم الرسمي، ولكن عمليا فهو يحصل على التعليمات من مدير الخزنة و بالتالي فان نواب المدير العام لا يقعون في نفس المستوى منه ولكنهم على مسافات مختلفة من مركز الدائرة ويعبر ذلك عن درجة القرب من المدير العام.

يتضح من الخريطة المعدة على أساس التنظيم غير الرسمي كيف تعمل منافذ الاتصال حيث يتضح أن نائب المدير العام للمبيعات، وكما يتضح حدوث تعديل في مراكز الأفراد في ظل التنظيم غير الرسمي وهي مؤشرات تحذيرية، وبناء على ذلك يرى Mc.Murry ضرورة إعداد خريطة مماثلة بكل شركة التعديلات على الخريطة الرسمية، طالما كان ذلك لمصلحة التنظيم ومساعدته على انجاز أهدافه ويمكن أيضا أن تنتقل المعلومات والأفكار لمن هم خارج فئة الإدارة وبسرعة من خلال الشكل العنقودي.

المحاضرة الثالثة: وظائف الاتصال وأهميته

1-وظائف الاتصال:

وظيفة الاتصال هي مدى استمالته في مختلف الظروف لتحقيق عدة أهداف معينة و تأثيره في العملية التنظيمية عامة. ولا يخفى بأن وظائف الاتصال تربط أساسا بمحتوى الاتصال ويمكن ملاحظة هذا التأثير في عدة جوانب تنظيمية وسلوكية في مختلف المستويات التنظيمية (حسب الهيكل التنظيمي أو النظام الإداري) مما يبرز القول بأن للاتصال وفق ذلك عدة وظائف يمكن تلخيصها في الميادين الثلاثة التالية :

*الإنتاج: لا يمكن بأي حال من الأحوال فصل الاتصال التنظيمي الرسمي في المنظمات وخاصة في المؤسسات الاقتصادية عن عملية الإنتاج. وذلك لأن عملية الاتصال هي التي تحدد سير الإنتاج من حيث الكمية والنوعية كما تحدد التوجهات المرتبطة بالتنفيذ و الأداء و كتوجيه الإنذارات بسبب التغيب والنفاش عن العمل ، وإبداء الإعجاب أو الإعلان عن مكافأة أداء جيد وإرسال المذكرات أو عقد الاجتماعات لمناقشة المشاكل و رفع الإنتاج وتحسين النوعية، فقد بنيت بحوث كثيرة بدراسات هاوتورن بأمريكا مدى تأثير الاتصال الرسمي الذي ينتج عنه التنظيم اللارسمي لجماعات العمال في وضع معايير سلوكية كاستعمال الإشارات و الإيماءات ، ومختلف الحركات التي تدل على سلوك اجتماعي معين كالرضى والإعجاب والاحتقار...الخ فهنا نشير إلى ضرورة إجراء بحوث ميدانية لإقامة علاقة متينة بين الاتصال و الأداء من جهة وتأثير ذلك في الإنتاج.

***الإبداع:** المقصود بالإبداع هو إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة أين تعتبر وظيفة لإبداع أقل وظائف الاتصال ممارسة وذلك من أجل المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف الأطراف للتغيير، فالروتين يعتبر تقنية تنظيمية لتسهيل أداء الملل و الذي يقف في وجه الإبداع علاوة على تصلب المواقف والاتجاهات وخاصة عندما يتطلب الإبداع بذل مجهود كبير لتبني الأفكار والأنماط السلوكية الجديدة بحيث يمكن الافتراض بأنه كلما كان المجهود المطلوب بدله أكبر كلما كانت المقاومة للتغيير أقوى. ومن أسباب هذه المقاومة شعور الفرد والجماعة بصعوبة التكيف مع الوضع الجديد الذي يهدد التوازن الفردي أو الجماعي قد تكون في مجال العمل نتيجة جهود وتفاعلات سابقة يرتبط الإبداع ببعدان هاما يجيدان وظيفته الأساسية، يمثل البعد الأول عملية تقديم الأفكار والاقتراحات والمشاريع والمخططات الجديدة، ويمثل البعد الثاني عملية تطبيق البعد الأول، وبطبيعة الحال فان الاتصال يلعب دورا هاما في تحقيق كل من البعدين وذلك بوضع برنامج يهدف إلى القضاء أو على الأقل التخفيف من عملية المقاومة وإقناع مختلف الأطر بضرورة تبني الإبداعات الجديدة في ميدان العمل وبالضرورة توفير جو نفسي يمنح للأفراد باتخاذ المبادرة في معالجة المشاكل والابتكار بأساليب جديدة في مجالات مختلفة.

***الصيانة:** يمثل دور الاتصال المتعلق بالصيانة في أداء ثلاث مهام أساسية:

- حفظ الذات وما يربط لها من العواطف و المشاعر.
- تغيير مواقف الأفراد من القيمة التي يولونها للتفاعل الذي يحدث فيما بينهم على مستوى أفقي أو عمودي.

- ضمان استمرارية العملية الإنتاجية والإبداعية للمنظمة.

باختصار فإن الإنتاج والإبداع والصيانة وظائف ثلاث يهتم الاتصال في تحقيقها والتأثير في توجيهها إلى جانب تأثير الأجهزة على المستوى التنظيمي كالقيادة ومختلف مستويات الإشراف والنقابة وممثلي العمال.

وهذا ما يدل على التأثير المتبادل بين مختلف الجماعات والأفراد، ومهما يكن فإن وظائف الاتصال لا يمكن أن تنفصل عن هيكل الاتصال ذلك إذا كان المفهوم الأول يتعلق بمضمون الاتصال، فإن المفهوم الثاني يرتبط بالمسارات والأشكال والمستويات التي يتحرك فيها الاتصال وذلك ما يكون شبكات وقنوات للاتصال. (مصطفى عشوي، 1992، ص 154)

2- أهمية الاتصال:

ترجع أهمية الاتصال إلى أن المقدر على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا خطيرا، ومن بين هذه الأهمية نذكر: (مصطفى ربحي عليان ، 2005 ، ص 35)

- يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في المشروعات، وذلك لان المعلومات التي سوف يحصلون عليها من خلال عملية الاتصال فهي تتسم بالصدق و الصراحة.

- أنها أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها، وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.

-أنها وسيلة أساسية في تحسين الأداء و التبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الغدارات المختلفة بالمؤسسة و المؤسسات الأخرى ذات العلاقة بها.

-أنها أداة فعالة لمواجهة أي شائعات أو معوقات تواجه المؤسسة.

يعمل على خلق فرص الاحتكاك و التقارب بين الأفراد والجماعات والمؤسسات.

إن نجاح المنظمة في تحقيق أهدافها يتوقف على نظام الاتصال بها، وهذا يعني أن الاتصال لا ينبغي النظر إليه على أنه عملية مستقلة قائمة بذاتها، ولكنها عملية تعتمد عليها كافة العمليات الإدارية في المنظمة وتبرز أهمية الاتصال في المجالات التالية: **(عبد الكريم درويش ، وليلى تكلا ، 1994 ، ص 496)**

- **الاتصال واتخاذ القرارات:** هناك علاقة وثيقة بين الاتصال واتخاذ القرار، فالقرار هو اختيار بديل من بين مجموعة البدائل المتاحة لمواجهة موقف أو مشكلة معينة، و يعتمد اختيار هذا البديل على قدر ما يتوفر من المعلومات والبيانات الدقيقة عن الموقف أو المشكلة المراد اتخاذ القرار بشأنها، وأيضا عن البدائل المتاحة، ولذلك يلعب الاتصال دور جوهري في عملية اتخاذ القرار حيث يقول دورسي Dorsy أن القرار يتخذ على استقبال نوع من الاتصال وهو يتكون من عملية معقدة لمزج الاتصال من مصادر مختلفة وينتج عن نقل اتصال آخر و يجب أن تنطبق مراكز القرار بالضرورة مع مراكز الاتصال أو أن تكون ملحقة بها.

أن الاتصال يمكن من توفير المعلومات وتدفق البيانات التي تساعد على اختيار أفضل البدائل والوصول إلى القرار الذي يتصف بالرشد أو القريب من الرشد.

وفي الأخير يمكن القول أن اتخاذ القرار معتمد على عملية الاتصال وسريان المعلومات و دقتها والوسائل المتاحة لتمريرها و تلقيها، ولذا فان عملية اتخاذ القرار لا تستطيع أن تنفصل عن الاتصال انفصالا تاما.

- **الاتصال والتخطيط:** يساعد الاتصال الجيد على وضع وإعداد الخطط، فالتخطيط يتطلب توفر المعلومات اللازمة لتخطيطها، وهو في الحقيقة جمع الحقائق والمعلومات التي تساعد على تحقيق الأعمال الضرورية، وتحقيق النتائج والأهداف المرغوب فيها. أين يلزم القائمين على عملية التخطيط أن يكونوا على اتصال وثيق بجميع

مراكز المعلومات والإحصائيات والأبحاث حيث أن لتحقيق عملية التخطيط وأهدافها لابد من ضرورة تدعيم نظام الاتصالات بين القاعدة والأجهزة التنفيذية المتصلة بها، بما يكفل وصول المعلومات والبيانات إلى القائمين على التخطيط، فالتخطيط كعملية ديناميكية ومستمرة يحتاج إلى معلومات وبيانات كما يحتاج إلى إيضاح الهدف والسياسات في مختلف المستويات التنظيمية، كما لابد أن يحظى بالقبول لدى العاملين بالمنظمة، ولن يتحقق ذلك إلا عن طريق اتصال سليم وفعال بإيصال المعلومات والبيانات.

و بالتالي فان عملية التخطيط هي عملية جمع معلومات و اتصال في جوهرها.

- **الاتصال والتوجيه:** يعتمد المدير في توجيهه للعاملين على نظام من الاتصالات حيث يستطيع المدير استخدام سبل الاتصالات المتاحة له، وان يحدد للعاملين أصناف التنظيم بصفة عامة و يشرح لهم الواجبات والأعمال التي تتوقع الإدارة منهم تأديتها والإمكانيات التي تضعها الإدارة تحت

تصرفهم لمساعدتهم على تحقيقها كما أن الاتصال هو سبيل الإدارة لإبلاغ العاملين رأبها في مستويات أدائهم.

- **الاتصال والتنسيق:** يقصد بالتنسيق التوفيق بين الأنشطة المختلفة في المنظمة الإدارية أو لجهود أي جماعة من جماعات المنظمة وذلك لمنع التضارب أو التعارض بين هذه الوحدات، وبحيث سير الجهود الجماعية في تجانس أو انسجام، فيعرف هوايت التنسيق على أنه " ترتيب وظائف كل جزء من أجزاء المنظمة، وتحديد علاقتها بأجزاء أخرى، وتنظيم أداء كل منها لوظائفه، بحيث تؤدي هذه الوظائف حسب خطة مرسومة، تكفل مساهمة كل منها بأقصى طاقتها في تحقيق الهدف المشترك".

لذلك فإن التنسيق الفعال يتوقف على وجود قنوات اتصال جيدة وتبرز أهمية الاتصالات في تحقيق التنسيق في مجال الاتصالات الأفقية.

والاتصال الأفقي وسيلة التنسيق، حيث أن جميع الظواهر تدل على أن عالمنا الحاضر أصبح عالم المنظمات الضخمة، هذه المنظمات تتطلب مزيد من التحكم فيها والسيطرة عليها وقيادتها نحو الهدف، ولقد اتبع هذا زيادة الاعتماد على التنسيق لإمكان توفير التعاون والملائمة الضرورية بداخل هذه المنظمات، من بين عمليات التنسيق التي تتم بواسطة الاتصال، هو التنسيق بواسطة الاجتماعات والمؤتمرات و التقارير الشفوية.

- **الاتصال والرقابة:** إن وضع المنظمة للخطة، ثم العمل على تنفيذها وتحقيق الأهداف المتوخاة منها، يستوجب المتابعة والمراقبة، فالرقابة هي تلك العملية الخاصة بقياس وتصحيح أداء العاملين بهدف التحقق من تحقيق الأهداف والخطة التي وضعتها المنظمة.

إن الاتصال يزودنا بالمعلومات الخاصة بتقييم الأداء والكشف عن الانحراف، فإذا انحرقت الشركة

عن طريقها يتشكل العنصر الجوهرى فى التنبؤ والاتصال يخدم الرقابة بأربع أغراض:

* توفير المعلومات للإدارة فى مختلف المستويات الإدارية والضرورية لتقييم النتائج، والوقت المناسب.

* توفير المعلومات لإدارة المنظمة بحيث تتمكن من إدارة مختلف الموارد بفعالية.

* تزويد الإدارة بالمعايير التى تساعد فى التخطيط المستقبلى بما فى ذلك المؤشرات الخارجية التى تؤثر فى منتجات المؤسسة وخدماتها.

* توفير المعلومات للأطراف الخارجية ذات المصلحة فى الشركة واستمرارها والتى تساعد على التوصل إلى انطباع فعلى وواقعى وسليم من الشركة.

المحاضرة الرابعة: وسائل الاتصال ونماذجها السياسية

1- وسائل الاتصال

إن التقنيات المعاصرة أحدثت ثورة في وسائل الاتصال، ولكن لا يجب أن تختزل الاتصالات في وسائل وتقنيات، فهي ظاهرة أساسية وأكثر تعقيدا.

فوسائل الاتصال عديدة، متباينة، واختيار أي منها يتوقف على الظروف المتاحة بالمؤسسة، أو هي نمط التعامل السائد بها، ونوع المادة المراد نقلها، ونستطيع القول بأن وسائل الاتصال الناجحة هي التي تستعمل فيها أكثر من حاسة بحيث إذا صاحب الكلام عوض الصورة تكون الرسالة مفهومة لدى المستقبل، ونستطيع القول أيضا أن أفضل الأسلوب لإتمام الاتصال هو تبادل المعلومات وجها لوجه، المناقشة، وتبادل الرأي.

وبالتالي تعد المقابلات و الاجتماعات من أفضل وسائل الاتصال فهي تقوم بإبصال المعلومات بطريقة مفهومة، فتؤدي إلى تقوية أواصر الصداقة بين العاملين وتنمي فيهم الشعور بالمشاركة ووحدة الهدف. فوسائل الاتصال هي كالآتي:

1-1- الاتصال الشفوي:

يتمثل في المحادثات الشخصية، المناقشات الجماعية، الاتصالات التليفونية، وغيرها من أشكال الاتصال التي تعتمد على الكلمة المنطوقة في التعبير عن المعاني أو نقل الرسائل إلى الأطراف المستهدفة بها وتستمد الاتصالات الشفهية أهميتها من حقيقة أن المدير يقضي ما بين 50%-90% من وقت العمل اليومي في الحديث مع الآخرين، وترجع سيطرة الاتصالات الشفهية على

عملية الاتصال في المنظمات إلى اعتبارين أساسيين هما: (جميل احمد توفيق، 1984، ص

(346)

أنها تمكن من حصول معلومات مرتدة فورية والتي قد تأخذ شكل الأسئلة أو الاستفسارات « أو تعبيرات الوجه أو الإيماءات أو الموافقات...الخ.

كذلك أن الاتصال الشفهي يتسم بالسهولة، كل ما تحتاجه هو أن تتكلم، وانه يمكن القيام به « دون بدل جهود ملموسة في عملية الإعداد أو التحضير فالمرسل لا يحتاج إلى استخدام القلم أو الأوراق.

ورغم هذه المزايا إلا أن الاتصال الشفهي قد يعاني من عدم الدقة إذا ما استخدم المتحدث الكلمات غير الملائمة للمعنى المقصود أو عندما يغرق في تفاصيل أو عندما يقاوم أو ينسى المتلقي مضمون الرسالة. (جمال الدين محمد المرسي، ثابت عبد الرحمن ادريس، 2000 ، ص 611).

- **الاتصال الهاتفي:** يعتبر الهاتف من أهم وسائل الاتصال بالمكتب الحديث يستعمل كوسيلة لإيصال المعلومات الداخلية النازلة أو الصاعدة هذا الأخير يأخذ شكل خط مفتوح لأسئلة الموظفين حيث يمنح فرصة لطرح الأسئلة حول المسائل العلمية و المسائل الاجتماعية دون اللجوء إلى اخذ موعد مع مسؤوليهم أو كتابة أو تحضير مذكرة. (محمد منير حجاب ، سحرة محمد وهبي، 1995، ص 178)

- **المقابلة:** عبارة عن مواجهة بين شخصين أو أكثر يقوم بينهم حديث أو نقاش أو تبادل أفكار حول موضوع معين يخص احد شؤون المؤسسة أو أفرادها لتحقيق غرض معين وبشكل مختصر

هي لقاء مهني مرتبط بالمؤسسة وظيفتها وشروطها. وهي وسيلة مميزة للاتصالات، و المقابلة الناجحة وسيلة مجدية لنجاح من يتقنها، ولكي تكون المقابلة محققة للغاية يلزم أن تكون مرتبة فلا تتم بطريقة عشوائية. (منال طلعت محمود ، 2002 ، ص 248)

قبل إجراء أي مقابلة، يجب أن يخطط مسبقا للموضوع، والمشكلات والأمور الأخرى التي يحتمل أن تثار فيها أثناء إجراء المقابلة فلا بد من توفير جو مريح للشخص الآخر ن كما يجب توضيح هدف المقابلة أو الطلب من المرؤوسين أن يفعل ذلك إذا كان هو الطالب لعقد المقابلة، كما أنه يجب على المسؤول أن يواجه الأسئلة، ويستمع إلى الإجابات، ويحافظ على التتابع المنطقي للأمور من تحليل المشكلة ، ثم طرح الحلول الممكنة، والبحث عن أفضل حل والوصول إلى قرار أمثل. (ايرل بوستونج، 1976، ص 151).

- **الاجتماعات:** هي وسيلة لفظية نستخدم فيها المناقشات وتعقد على فترات أو بصورة دورية أو كلما استدعى الأمر انعقادها وتختلف الاجتماعات عن المحاضرات والندوات في أن العبء الأكبر من حيث الإعداد والدراسة والمناقشات تقع على عاتق الأعضاء وتختلف الاجتماعات من حيث عدد المشتركين فيها فقد تكون محدودة العدد مثل: اجتماعات مجالس الإدارة اجتماعات اللجان المتخصصة وقد تكون اجتماعات غير محدودة العدد كالاجتماعات العامة للعاملين في المؤسسة.

- **الندوة:** هي عبارة عن مناقشة متكاملة بين مجموعة من هذا المختصين ويتناول موضوع معين وجمهور معين في جوانب مختلفة من هذا الموضوع من جوانبه المتعددة كل منهم بتبادلته من زاوية أو من جانب آخر. ولذلك تعد الندوة من وسائل الاتصال التي تتيح التواصل بين المرسل(وهم

المختصون) وبين المستقبل(الجمهور) حول موضوع معين و لهذه الوسيلة مميزات منها: (بهجت

كشك ، سلمى جمعة ، 1988 ، ص 151)

تتيح الفرصة للجمهور للاستماع لأراء أكثر من خبير أو متخصص واحد و تتوع هذه الآراء وتعدد المتحدثين يزيد من تشويق وانتباه واهتمام الجمهور بموضوع الندوة وحسن تفهمه لزواياها المختلفة.

تتيح الفرصة للمناقشة بين الخبراء والجمهور مما يجعل الاتصال يسير في اتجاهين بعكس المحاضرة التي تسير في اتجاه واحد.

تصبح الندوة على درجة عالية من الأهمية إذا كان الموضوع غير مفهوم لأغلب الحاضرين.

- المؤتمر: وهي وسيلة يجتمع فيها الأفراد وجها لوجه لتبادل وجهات النظر بينهم وكثير من رجال العلاقات العامة يرى أن هذه الوسيلة أهم من الكلمات المكتوبة لذلك تعقد مؤتمرات لعينة من أفراد الجمهور من وقت لآخر وقد تعقد مؤتمرا للباحثين في السياسة التي تسير عليها الشركة وقد تعقد مؤتمرات للباحثين في موضوع معين كان تعقد مؤتمرات للعاملين بالعلاقات الصناعية في إقليم معين ولا شك في أن عقد مثل هذه المؤتمرات يكون مكلفا للشركة خاصة وأن المؤتمر الواحد قد يضم مئات من الأفراد.

تعتبر المؤتمرات إحدى صور الاتصال الديمقراطية حيث يتاح للجميع فرصة المشاركة والتعبير عما يجول بداخلهم وخاصة إذا تم تنظيم هذه اللقاءات بكفاية من حيث اعتبار عوامل الوقت

والجهد والتكلفة مع مقارنتها بالمزايا المتوقع الحصول عليها من هذه المؤتمرات وفي جميع الأحوال يجب تحديد الهدف من المؤتمر والتخطيط المسبق لتحديد هذا الهدف بكفاية.

للمؤتمرات مزايا تتمثل في احتمال التوصل إلى نوعية أفضل في القرار المتخذ نظرا للمشاركة في الآراء والاستفادة من الأفكار المتبادلة هذا إلى جانب أن القرارات المتخذة من خلال المؤتمرات تحظى بمقاومة ومعارضة أقل من الأفراد إلا انه توجد بعض مساوئ للمؤتمرات و منها اعتبار التكاليف والأعباء المالية في الإعداد للمؤتمر والأدوات المستخدمة في تنفيذه بالإضافة إلى ذلك يؤخذ على المؤتمر أن قرار المجموعة يأخذ وقتا طويلا في التنفيذ عن القرار الإداري الصادر من السلطة العليا. (سعيد يس عامر ، 2000، ص 76)

1-2- الاتصال الكتابي:

يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكتابة، يتم استعمال هذا الأسلوب من الاتصال في المنظمات كبيرة الحجم بكثرة، ولكي يتحقق الاتصال الكتابي يجب أن تكون الكتابة بسيطو وواضحة ودقيقة، ويمكن تحسين معظم العمل الإداري عن طريق تحسين الاتصال الكتابي ويعتمد الكثير من الموظفين على الكلمات المكتوبة لغرض معرفة كيفية انجازا عمالهم يضاف إلى ذلك أن التقارير والتعليمات والمذكرات المكتوبة والمنشورات المطبوعة وغيرها تعتبر من الأمور الحيوية للقيام بالعمل الإداري.

والاتصال الكتابي هو الذي يجعل من المستطاع نقل نفس المعلومات بالضبط إلى عدد كبير من الأفراد هذا مع إمكان الرجوع إليها في المستقبل، وينبغي أن يتوفر في الاتصال الكتابي بعض الاعتبارات الأساسية حتى يكون فعالا فالكتابة يجب أن تكون كاملة بحيث يتم تقديم كل المعلومات

الضرورية أما الاعتبار الثاني فهو الوضوح فالاتصال الغامض لا قيمة له لأنه سينقل معلومات غير مفهومة. (احمد محمد غنيم، 2001، ص 270)

- الأوامر والتعليمات: تلعب الأوامر أو التعليمات دورا هاما عند توجيه المرؤوسين والأمر هو الذي يحرك النشاط أو يوقفه ويجب على المديرين أن يتفهموا جيدا معنى الأمر واستخداماته وقيوده، والأمر أداة توجيهية من رئيس إلى مرؤوس بقصد القيام بعمل أو الامتناع عنه في ظرف معين ، وينبغي أن يراعي فيها:

* أن يكون موضوع الأمر أو التعليمات واضحا لا لبس فيه ولا غموض لئلا يؤدي التنفيذ إلى أخطاء تضر بسير العمل.

* أن تتسم صياغة الأمر أو التعليمات وفق نظام يتيح للعاملين الرجوع إليها مباشرة وبسرعة لتوفير إجراء عمليات اتصال لا جدوى منها.

* أن تكون واجبات العاملين ومسؤولياتهم واختصاصاتهم محددة بدقة مما يوفر عليهم بدوره إجراء اتصالات. (كمال الغالي ، 1978 ، ص 327)

- التقارير: تعتبر من الوسائل الأساسية في العمل الإداري حيث تعمل على تنسيق الأعمال الخاصة بالأفراد العاملين داخل المؤسسة إلى جانب تحديد الأدوار المنوطة بكل فرد كما يشرف على السير الحسن لهذه العمليات حيث يمكن تصنيف التقارير إلى عدة أنواع منها:

- تقارير إدارية متعلقة بالوظائف التي يتطلب القيام بها داخل المؤسسة

- تقارير تشغيلية حول معرفة مدى التقدم والسير في أداء الأعمال كما يمكن تصنيف التقارير تبعاً للمصدر الوظيفي الذي تصدر عنه فنقول أنها استشارية - تنفيذية - قانونية وهناك دورية تصدر في مواعيد منتظمة وتعتبر بمثابة الأرشيف التاريخي للمؤسسة وتقارير غير دورية خاصة بمسائل محدودة.

- **المذكرات:** هناك من المسؤولين منهم مولون بإتباع أسلوب المذكرات كوسيلة للاتصال داخل المؤسسة فهم يعتمدون على إرسال المذكرات لذلك من الأحسن الاعتماد على اتصال لفظي و من ثمة ترجمته إلى الكتابة وبالتالي تأخذ هذه الأخيرة شكل المذكرات حيث يعتمد عليها في اتصال أفكار الرئيس إلى المرؤوسين وهذا ما يساعد على تسهيل طريقة العمل داخل المؤسسة.

- **الشكاوي:** تشجع المنظمات المتقدمة عما لها على التعبير عن شكاويهم وتساؤلاتهم و مشاكل عملهم إضافة إلى أنها تضمن إعطائهم فرص كاملة وعادلة للاستماع والمناقشة وأيضاً إعطائهم ردوداً على كل التساؤلات خلال وقت محدد في نظام الشكاوي، وكثيراً ما تكشف عن خلل في التنظيم أو سوء توزيع الأعمال أو خطأ في فهم الأوامر أو مخالفات قانونية والقضاء على أسبابها بكفل للإدارة مناخاً صالحاً لحسن سير الأعمال بشكل عام

- **النشرات:** عبارة عن ملصقات وتعتبر أدوات اتصال كلاسيكية فهي تظهر بصورة تقليدية كورق أو لوحات ضوئية عادة ما تستعمل في الاتصال الداخلي وتحتوي على معلومات وتقارير تصدر عن المؤسسة سواء كانت بخصوص إضرابات حقوق وواجبات العمال معلومات عامة كبرنامج الجمعيات العامة وتتمثل في الأشكال التالية :

* **البيانات:** وتعتبر الوسيلة الأكثر استعمالاً من قبل المؤسسة الهدف منها تغطية الفراغ في المعلومات وإزالة المعلومات و إزالة الشائعات بعد توضيحها والتحقق منها وتكون موجهة أما للعمال أو للإدارة أو الحكومة إذا تعلق الأمر بقضايا ذات أهمية كبرى تكتب البيانات باللغة العربية والفرنسية حتى تصل إلى كافة شرائح العمال زيادة على شرحها من قبل الممثلين.

(anelly nguyen : la communication "une stratégie au service de l'entreprise" ,Economica ,paris ,p 104.)

* **التعليمات التوجيهية:**

وهو عبارة عن جملة الملاحظات التي تنشرها المؤسسة للعمال والتي تخص التذكير بالنشاطات التنظيمية كإنتخاب ممثلي العمال والتوجيهات التي يجب على العامل احترامها أثناء أدائه لمهامه وتختتم عادة بالشعار التالي:

-Ne rien faire sans les travailleurs

- La décision final aux travailleurs

إن هذا الشعار إلى جانب شعارات أخرى يعطي دلالة واضحة على اهتمام المؤسسة برأي العامل باعتباره القوة المادية والمعنوية لتأدية مهامها على أكمل وجه.

- **الاتصال المصور:** هو الاتصال الذي يستخدم فيه الكلمات المصورة أو صور فوتوغرافية أو رسم بياني أو رسم تشكيلي أو خرائط أو بعض أنواع النشاط الإنتاجي، أي أن هذا الأسلوب للاتصال

يكون التعبير فيه عن مضمون الاتصال بالتصوير أو المرئيات وهو الاتصال الذي يتم نتيجة ما تنتقله الصور المرئية من معاني محددة إلى ذهن من يشاهدها وتتمثل وسائله في: الصور الفوتوغرافية الملصقات الأفلام السينمائية الشرائط التلفزيون.

وقد ساد الاتجاه الأخير في استعمال الألوان في الاتصالات المرئية بهدف تقوية تأثيرها على الرأي وجذب انتباهه إليها وحصر جل اهتمامه في موضوع الرسالة

- **لوحة الإعلانات:** يستخدم لوح الإعلانات كوسيلة اتصال لتبليغ العاملين بتعليمات أو سياسات أو أخبار أو معلومات تتعلق بالحياة الوظيفية للعاملين.

يكثر استعمال لوح الإعلانات بالمؤسسة لغرض توضيح الانجازات البارزة والأخبار التحضيرية ويمكن الاستفادة منها في مزاوله عملية الاتصال خاصة إذا اختير المكان المناسب لوضعها بمشاركة العاملين.

- **البريد الإلكتروني :** (Jean Claude corbon et silver Tagan : " Groupeware et Internet vers le partage de connaissances", paris ,2 ed dunod , 1999,p 47)

يتمثل في إرسال و استقبال الرسائل الكترونيا يجنب المستفيدين التأخيرات التي تحدث مع الهاتف فالخط مفتوح دائما ويتم الاعتماد على خدمة البريد الالكتروني في المؤسسات بتخصيص عنوان الكتروني وعلبة رسائل لكل شخص يملك جهاز كمبيوتر لتحقيق اتصال فعال وناجح.

- **مجلة المنظمة:** وتنقسم إلى 3 أنواع: (سعيد يس عامر، 2001، ص 88)

* مجلة تصدر عن القطاع الذي تنتمي إليه المنظمة و يعطي هذا النوع الكثير من الموضوعات الإعلامية والاجتماعية التي تهم العاملين بالمؤسسة مثل أحاديث رئيس المنظمة.

* النوع الثاني من المجالات هو الأكثر تخصصا حيث يركز على أخبار المنظمة بالذات وبعض الموضوعات الخاصة بالعاملين مثل: طلب وظائف جديدة.

* أما النوع الثالث من المجالات اليومية التي تغطي موضوعات عامة من مجلس إدارة المنظمة والأخبار اليومية الهامة التي يتعين إبلاغها إلى العاملين بصورة يومية.

2- سياسات الاتصال: (عبد السلام أبو قحف ، 1992 ، ص 327)

لا شك أن عدم وجود سياسة للاتصال يمثل احد المعوقات الأساسية التي تواجه عملية تبادل المعلومات داخل المنظمة. ولا يقتصر الأمر عند هذا الحد فقط فغياب سياسات الاتصال إنما يعني أيضا أم وجود اتجاهات سلبية من قبل إدارة المنظمة نحو عملية تبادل المعلومات، أو عدم إدراكها لأهمية مثل هذه المعلومات، وتجدد الإشارة إلى أن بناء سياسة الاتصال باعتبارها إحدى السياسات الإدارية والتي لا تقل أهمية عن أي سياسة من السياسات الأعمال التي تستهدف تحقيق عددا من الأهداف يمكن ذكر بعضها في الآتي:

أ- تسهيل عملية تدفق المعلومات (تبادل المعلومات) بين الأفراد والإدارات والأقسام التنظيمية

ب - تجنب أي مشكلة قد تواجه عملية تبادل المعلومات.

ج - توفير المعلومات الضرورية الأزمة (بالكم و النوع) لانجاز الوظائف والسياسات الإدارية

وسياسات الأعمال المختلفة وذلك في الوقت المناسب والمكان المناسب.

د-تحقيق الفهم المتبادل بين الأفراد والإدارات و الأقسام التنظيمية المختلفة، وتحقيق الفهم المتبادل بين الرؤساء و المرؤوسين.

هـ - تحقيق الربط الجيد بين البيئة الخارجية بهدف تحسين العلاقات المتبادلة بين المنظمة وأطراف التعامل الداخلي والخارجي معها.

و- المساهمة الفعالة في تحقيق أهداف التنظيم ورفع فعاليته في الأجلين الطويل والقصير.

ويمكن ذكر أربعة أنواع من الاتصال الداخلي باختصار على النحو التالي :

- **سياسة الباب المفتوح:** وتقوم هذه السياسة على دعامة رئيسية مؤداها أن جميع الأفراد العاملين بالمنظمة لهم فرصا متكافئة أو حقا في مقابلة رؤسائهم في أي مستوى تنظيمي لعرض وجهات نظرهم أو مقترحاتهم أو شكاوهم...الخ.

ولكي تنفذ هذه السياسة قد يكون من المفضل تحديد فترة زمنية معينة خلال يوم العمل لمقابلة المرؤوسين حتى لا يكون تطبيق هذه السياسة على حساب الوقت اللازم لانجاز الوظائف الإدارية المختلفة كما ينبغي أن يصغي الرئيس للمرؤوسين وإلا يكون الاتصال من طرف واحد فقط.

- **سياسة تنويع الوسائل | قنوات الاتصال :** وتقوم هذه السياسة على أساسان توافر أكثر من وسيلة من وسائل الاتصال يساهم بقدر كبير في تسهيل عملية تبادل المعلومات، كما انه يتيح لكل فرد إمكانية الاختيار بين الوسائل البديلة المتاحة ذلك البديل الذي يتواءم و طبيعة المعلومات التي يريد إرسالها أو التي يرغب في استقبال المعلومات من خلالها، وتجدر الإشارة إلى عملية التبادل تعتمد على عدة عوامل أخرى منها ما يلي:

1- درجة ثقافة أو طبيعة المرسل والمستقبل.

2- درجة السرية المطلوبة .

3- درجة السرعة المطلوبة في الحصول على أو إرسال المعلومات.

4- درجة تعرض الوسيلة لمشكلات الاتصالات البيئية أو التنظيمية أو السلوكية.

5- تكلفة استخدام الوسيلة ومدى سهولة استخدامها.

6- أهمية حفظ واسترجاع المعلومات (لأغراض رقابية مثلا).

- **سياسة ترميز الوسائل المستخدمة:** وترتبط هذه السياسة بصفة عامة باستخدام الوسائل المكتوبة، كان يتم وضع شكل معين للمذكرات أو التقارير المستخدمة أو المنشورات أو الخطابات المتداولة وقد يمتد الترميز هنا إلى تحديد استخدام وسائل معينة لنقل أنواع معينة من المعلومات كأن تستخدم اللجان التنظيمية لإرسال القرارات أو التعليمات المعنية، أو استخدام وسائل معينة لإرسال معلومات معينة إلى الرؤساء واستخدام أخرى لتبادل المعلومات بين الزملاء في نفس المستوى الوظيفي... وهكذا، ولا شك أن تطبيق هذه السياسة وإن كانت تفتقد درجة من المرونة إلا أنها تساعد في توفير الكثير من الوقت وتسهيل عملية استخدام الوسيلة.

لأشك أن التقارير من الوسائل الهامة في تبادل المعلومات داخل المنظمات بصفة عامة وتختلف طرق إعداد التقارير هو باختلاف الغرض منها. فإذا كان الغرض من التقارير هو إرسال بعض الحقائق التوصيات لانجاز عمل ما، بالإضافة إلى الرغبة في الاحتفاظ بها كمستند، فهذا يستلزم

إعداد التقارير بطريقة مكتوبة. أما إذا كان الأمر لا يستلزم الاحتفاظ بالمعلومات التي احتواها التقرير فقد يتم إعداده في هذه الحالة شفويا

- **السياسة المركزية:** قد تتبنى المنظمة سياسة المركزية في تبادل كل أو بعض أنواع من المعلومات من خلال إنشاء إدارة للاتصال داخل المنظمة أو بمعنى آخر إنشاء مركز أو وحدة المعلومات تقوم بتحديد وتوفير أنواع المعلومات اللازمة لكافة المستويات الإدارية والتشغيلية، وإدارة أجهزة وأدوات حفظ واسترجاع المعلومات، وتحديد أشكال وطرق استخدام الوسائل، وحماية المعلومات وقد تأخذ المركزية شكلا آخر مؤداه أن يتم تعيين ضابط اتصال في كل إدارة يقوم بدوره همزة الوصل بين أطراف أي عملية اتصال داخل الإدارة أو خارجها.

المحاضرة الخامسة: معوقات الاتصال

تسوء عملية الاتصال ويتشوّه المعلومات الواردة فيها، وتتباين المعاني فيما قصده المتصل، عما فهمه المتصل به لأسباب كثيرة تؤثر في كل عملية من عمليات الاتصال - السابقة الذكر - والتلقي والفهم والتجاوب، ومن النادر أن يتطابق تماما ما قصده المتصل عما فهمه المتصل به فمثلا، ما قاله الإداري: "يبدو أن رجالك يعانون من مشكلات لإنجاز العمل في الوقت المحدد، أريد منك التفكير مليا وتصحيح الأمر"، وما قصده الإداري هو: "تحدث إلى مرؤوسيك وتعرف على المشكلة ثم اجتمع بهم، و معا أوجدوا حلا للمشكلة" أما ما فهمه المرؤوس فهو: " لا يهمني كم عدد الزعماء والقادة عندك، فقط أنجز المطلوب من الإنتاج لدى مشكلات كافية دون أن يزداد الطين بله عنك ". (رحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي، 2005 ، ص 160)

فالفكرة قد لا تكون واضحة بذهن المتصل، ولا يعرف تماما الأهداف التي يريد تحقيقها، ومن بين معوقات الاتصال ما يلي:

إن عملية الاتصال ضرورية و هامة في المنظمات و للأسف لم تحظى بالعناية الكافية و الاهتمام عند تقديم نظام للاتصال واختيار الوسائل المناسبة لتسهيل هذه العملية بين الأفراد داخل التنظيم و نادرا ما نجد في منظمة نظاما خاصا بعملية الاتصال دون مشاكل أو عوائق من بين هذه المشاكل نذكر :

- عدم القدرة على تحقيق أهداف المنظمة بكفاءة .

- انتشار الاتجاهات السلبية من الأفراد تجاه الإدارة و بالتالي إلى ظهور التنظيمات غير الرسمية بين الجماعات .

- التأثير على الروح المعنوية للأفراد نتيجة عدم توافر البيانات والمعلومات الكافية للإمام بالظروف العامة بالمنظمة والخاصة بالعمل

- قد يصعب تخطيط استراتيجيات المنظمة نظرا لعدم توافر البيانات والمعلومات التي يمكن إن يوفرها نظام الاتصال.

- البطء في اتخاذ القرارات يضعف الاتصالات بين المستويات الإدارية سواء من أعلى إلى أسفل أو من الأسفل إلى الأعلى (نفيسة محمد باشيري ، د س ، ص 376)

وتظهر معوقات نظام الاتصال نتيجة مجموعة من العوامل يمكن إجمالها فيما يلي:

-اللغة: تعطي الكلمة الواحدة معاني كثيرة مختلفة لمختلف الأشخاص، وهي نفسها لها مدلولات مختلفة بحسب استخداماتها المحددة.

وتتكون المؤسسات من أفراد يحوزون خلفيات وثقافات مختلفة، كما أن للاختصاصيين والمهنيين منهم لغاتهم الفنية الخاصة بهم التي تناسب الاختصاص والمهنة. وإذا كان للمؤسسة فروع مختلفة في مناطق متباينة ضمن البلد الواحد أو البلدان الأخرى، فإن مشكلة اللغة تتفاقم وتضيف أعبادا أخرى من التعقيد لعملية الاتصالات وتشويها وتحريفها، كما أن المستويات التنظيمية العديدة المتباينة، ووجود مراكز ومراتب وظيفية متفاوتة، يعطي اللغة مضامين ومعاني مختلفة، فالإدارة

العليا تتحدث عن التحفيز والأرباح ومعدلات الإنتاج وقد يدركها الآخرون في المستويات التنفيذية الأدنى، أنها استغلال وجشع من قبل المالكين والإدارة.

- **موضوع الاتصال:** إن عدم الاهتمام بموضوع الاتصال يؤدي إلى خلق مشاكل عديدة تعوق عملية الاتصال في المنظمة ونلاحظ أن تحديد موضوع الاتصال يحتاج إلى دراسات تحليلية لتجميع البيانات والمعلومات لبلورة الفكرة الأساسية من عملية الاتصال حتى تصل بصورة جيدة للمستقبل وللأسف لم يهتم المسئولون في المنظمة بوضع خطة منظمة منسقة ويرجع ذلك إلى حداثة عملية اتصال وبالتالي عدم توافر الكفاءات والمهارات التي تقوم بعملية تخطيط و تنسيق المعلومات لتنظيم نظام جيد و إيضاح المضمون و الفكرة ولكن نلاحظ أن المنظمات تمتاز بالتغيير وبالتالي عليها تطوير استراتيجيات الاتصال لكي يتماشى هذا التطوير والتغيير ومن الملاحظ أن أغلبية التغييرات التنظيمية تتم ببطء شديد ولا تظهر آثارها إلا في الأجل الطويل فيترتب عليها تغيير المعلومات والبيانات .

موضوع الاتصال يعتمد أساسا على مدى توافر البيانات والمعلومات اللازمة لبلورة الفكرة وتحقيق الغرض من الاتصال فأى قصور من ناحية عدم توافر المعلومات الصادقة أو إخفاء المعلومات الهامة عن المرسل قد يؤدي ذلك إلي صعوبة اتخاذ القرارات بطريقة علمية سليمة وبالتالي يلجأ المسئولين إلى الاعتماد على النظرة الشخصية والتخمين مما يؤدي في بعض الأحيان إلى عدم جدية وفعالية هذه القرارات .

- **الوقت:** إننا نعيش في عالم سريع جدا تلعب فيه التقنية دورا هاما في تسريع عملية الاتصال، موفرة الجهد والوقت الذي يعتبره المدراء أندر الموارد وإنما يؤدي ضيق إلى تحريف المعلومات

المتبادلة ويرجع ضيق الوقت إلى لجوء المديرين إلى تقصير قنوات الاتصال لأسباب طارئة وأحيانا بسبب التهاون والتقصير في أداء وظائفهم، فعنصر الوقت له دور كبير فيما إذا كان نظام الاتصال ضعيف أو قوي و قد يؤدي ضغط الوقت الذي يتم فيه الاتصال إلى عدم فعاليته نظرا لاحتمال قصور الرسالة أو عدم توفر الوقت للمستقبل لتفهم الاتصال كذلك الوقت له أهمية لتقديم المعلومات فان اتخاذ القرارات على أساس سليم يتطلب توافر المعلومات في الوقت المناسب وبالتالي عنصر الزمن له أهمية حيوية في ضمان نجاح الإدارة لتحقيق ووظائفها بكفاءة عالية. (

نفيسة محمد باشيري ، دس، ص 380)

- عوامل مرتبطة بحجم المنظمة وسياستها :يؤثر حجم المنظمة الإدارية تأثيرا ملموسا علي نظام الاتصالات فيها، إذ أن المنظمات المتوسطة والصغيرة الحجم لا تجد صعوبة تذكر في وضع نظام محكم في الاتصالات وتحديد خطوط سريعة وفعالة لها ولكن الأمر يختلف بالنسبة للمنظمات الإدارية الكبيرة. (عبد الغني بسيوني عبد الله ، 1993 ، ص 381).

- عدم وجود هيكل تنظيمي يؤدي إلى عدم وضوح الاختصاصات والصلاحيات والمسؤوليات وسبل انسياب الاتصالات بين الوحدات التنظيمية المختلفة.

- عدم كفاءته الهيكل التنظيمي من حيث المستويات التي تمر بها عملية الاتصال من شأنها أن تخلق العديد من العقبات والعوائق في تحقيق سبل الاتصال الفعال بين الوحدات التنظيمية .

- قصور سياسة نظام الاتصالات وذلك لعدم وجود سياسة واضحة تعبر عن البنية الفكرية للإدارة واهتماماتها وتوضيح أبعادها .

- الاعتماد المفرط باستخدام اللجان التي تعتبر-اللجان- إحدى الوسائل الاستشارية في المنظمة والاعتماد عليها بصورة زائدة غالباً ما تؤدي إلى تدهور العلاقات بينها وبين خطوط السلطات التنفيذية مما يؤثر سلباً على عملية الاتصالات.

- عدم وجود إدارة فاعلية للمعلومات أو القصور بها يؤدي إلى العجز في جميع المعلومات و تنسيقها وتصنيفها وتوزيعها بحيث يساهم في تقليص كفاءة وفاعلية عمليات الاتصال.

- عدم الاستقرار التنظيمي والتغيرات المفاجئة والمتتالية وخلال فترات زمنية متقاربة من شأنه أن يخلق عدم توفر المناخ التنظيمي الملائم للاتصال الفعال.

-العوامل السيكولوجية والاجتماعية: يجب إن يسود جو من الثقة و التفاهم المتبادل بين العاملين في المنظمة الإدارية حتى تتحصل المنظمة على الفوائد المرجوة من الاتصالات ومع قد يحدث تعارض وتنازع يؤدي إلى انعدام الثقة حلول الريبة والشك محلها في نفوس العاملين بالمنظمة , تؤثر تأثيراً سلبياً على سلوكهم مما يجعل الاتصالات عديمة

القيمة والفائدة، وتعود نشأة هذه الصعوبات النفسية والسلوكية إلى عدة أسباب يتمثل أولها في الفواصل الطبقيّة بين العاملين إذ تميل كل طبقة إلى التوقع على نفسها وإقامة حواجز بينها وبين غيرها من الطبقات الإدارية وبمرور الزمن تتحول هذه الفواصل الإدارية إلى حواجز نفسية وسلوكية بين العاملين في المنظمة. (عبد الغني بسيوني عبد الله، 1993 ، ص 399)

ومن ناحية أخرى قد ترجع هذه الصعوبات إلى الرئيس، فبعض الرؤساء يمارسون الضغوطات المختلفة على المرؤوسين مما يؤدي إلى ضعف روابط الانتماء للمنظمة وضعف سبل الاتصال

وعدم تقديم أي مقترحات هادفة و مسطورة للعمل بسبب ضعف الاتصال بين الرئيس ومروؤسه مما لا شك فيه أن المسؤولية الأساسية تقع على عاتق الرئيس في إزالة هذه العائق السيكولوجية والاجتماعية.

- عوامل مرتبطة بالمرسل و المستقبل و بقناة الاتصال :

* مشاكل متعلقة بالمرسل منها:

- سوء اختيار الرموز و الكلمات المعبرة عن مضمون الرسالة أو الهدف.
- عدم التطابق في تفسير مضمون الرسالة عند كل من المرسل والمستقبل لاختلاف الخبرة والإدراك عند كليهما.
- سوء العلاقة بين المرسل و المستقبل، أو أن الفروق الشخصية بينهما كبيرة أو أن الثقة بينهما مفقودة، ومن ثم الاختلاف في مضمون الرسالة.
- عدم اختيار الوقت أو المكان المناسب لإرسال الرسالة.

* المشاكل المتعلقة بالمستقبل :

- تعامله مع كم هائل من الرسائل مما يؤدي إلى تعامله مع البعض منها، وإهمال البعض الآخر.
- التفسير السيئ أو الخاطئ للرسالة نتيجة لقراءة ما بين السطور، أو لرفض مضمونها أو لموقف عدائي مع المرسل أو تفسير على ضوء ما ينتظر المستقبل وليس ما تعنيه المعلومة بالفعل.

*مشاكل متعلقة بقناة الاتصال :

اضطرار المرسل إلى استخدام قناة بعينها دونها ملائمة لطبيعة الرسالة أو الهدف منها أو لطبيعة المستقبل ذاته وبالتالي استخدام قناة غير مناسبة أو غير متوافقة مع الرسالة.

المحور الثاني: الرأي العام بين المفهوم، المظاهر والمراحل

المحاضرة السادسة: مفهوم، نشأة وأنواع الرأي العام

المحاضرة السابعة: وظائف وخصائص الرأي العام

المحاضرة الثامنة: مظاهر ومقومات الرأي العام

المحاضرة التاسعة: عناصر تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه

المحاضرة العاشرة: مراحل تكوين الرأي العام

المحاضرة السادسة: مفهوم، نشأة وأنواع الرأي العام

1- مفهوم الرأي العام:

انطلاقاً من الأهمية الكبيرة التي تحتلها دراسات الرأي العام في الحفاظ على توازن أنساق المجتمع المتعددة (الثقافية، السياسية، الاجتماعية...) من جهة. ودوره البارز في تحديد و توجيه مسار سلطة ما من جهة أخرى تعددت مواضيعه بتعدد الاتجاهات، فنجد السياسيين يدرسون موضوع الرأي العام من حيث تأثيره على إدارة الدولة وتخطيط سياساتها الداخلية والخارجية... أما السوسيولوجيون فينظرون إلى الرأي العام على أنه نتاج التفاعل الاجتماعي والاتصالي، هذا التفاعل لا يمكن أن يحدث دون وجود عملية اتصالية مستمرة بين الأفراد داخل الجماعة. لذا يجب أن تكون هناك ركائز وأسس للحصول على هذا التفاعل منها الاتصال ووسائله. وبالتالي فما يهم السوسيولوجي في الرأي العام هو التفاعل الناتج عن الاتصال. فيما نجد السيكولوجيون يرون أن الرأي العام يندرج في إطار اتجاهات، ولدراسته لابد من الاهتمام بمفاهيم كالسلوك، الشخصية، الاتجاه، التفاعل وديناميكية وحركة المجتمع...

كل هذه المفارقات والتي ترجع أساساً إلى التخصص، بالإضافة إلى الاختلاف في مجال الأفكار والعقائد وكذا الارتباطات الإيديولوجية تسببت في عدم وجود تعريف شامل وموحد للرأي العام. فلغة يعرف الرأي بالاعتقاد والعقل حسب ما ورد في معجم الوسيط. ويعني التدبر والنظر والتأمل . وأما العام فتقال للعام من كل أمر، وهي خلاف للخاص حسب ما ورد في معجم الوسيط. وبالتالي فالرأي العام لغة هو عبارة عن استخدام العقل للنظر في أمر ما الذي قد يكون مسألة أو موقفاً أو

مشكلة...وعلى هذا فإن وصف الرأي العام يشير إلى الشمول و وجود جماعة من الناس الذين يتعلق بهم الرأي العام.

أما اصطلاحاً فكلمة رأي تعني الاعتقاد أو الاقتناع بوجهة نظر يؤمن الفرد بصحتها وإمكانية تحقيقها، إلا أن هذا الاعتقاد أو الاقتناع لا يصل في صحته أو إمكانية تحقيقه إلى مرتبة الحقيقة أو اليقين.

وكلمة لرأي قد تفهم في معنيين، معنى واسعاً باعتباره اعتقاداً أو اقتناعاً لدى الفرد، ومعنى ضيق حيث يشار إلى الرأي كأساس منطقي وحجة لقرار يصدره خبير أو متخصص أو قاضي.

أما كلمة عام فتعني كما يقول "بلومر" جماعة من عامة الشعب. وتشير هذه الكلمة إلى قاسم مشترك بين أعضاء الجماعة لمصلحة ما أو مسألة ما تثير الاهتمام إلى موقف مشترك بينهم أو نسبة مؤثرة منهم ويتصف بالعلانية. (بطرس حلاق، 2020، ص21)

وقد عرف الرأي العام حسب "سمير حسين" أنه خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو الاعتقادات السائدة. أو الاتفاق الجمعي لدى غالبية الأفراد وفئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية...كما قد تكون ذات طابع محلي، قومي أو إقليمي أو دولي يدور حولها الجدل. وإن هذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.

أما "عبد الغفار رشاد" فيعرف الرأي العام على أنه تعبير إرادي عن وجهات نظر الجماهير نتيجة النقاء كلمتها وتكامل مفاهيمها بشأن مسألة تثير اهتمامها وتتماشى مع مصالحها. وهو محصلة

تفاعل اكتملت حلقاته ومضامينه بين أعضاء الجماعة ارتضته كأحد البدائل المتاحة لكونه أكثرها ملاءمة وأهمية من وجهة نظر الجماعة ككل. ويعرفه مختار التهامي على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسب لقضية أو أكثر يحتدم فيها النقاش والجدل، تمس مصالح هذه الأغلبية. (مختار التهامي، 1974، ص17)

فيما نجد "يونغ" يرى أنه الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واعي بذاته، وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة أساسها العقل والمنطق. وأن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة.

أما "ليونارد دوب" في كتابه الرأي العام والدعاية يعرفه على أنه "اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، واتجاهات وميول أفراد الشعب إزاء مشكلة ما، في حال انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة، وهو رأي الفئة الاجتماعية التي تتأثر بالمشكلة أكثر من غيرها، ومحصلة ضرب الآراء الفردية (هاني رضا ورامز محمد عمار، دس، ص18)

وبالتالي فالرأي العام هو تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمة أو مشكلة تؤرقه وهو القوة الحقيقية في المجتمع والحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي المحلي أو العالمي وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة وعن اجتماع كلمة الجماهير وصوت الجماهير وإرادة الشعب. والرأي العام هو مجموعة الآراء التي يعبر عنها أفراد الجماعة إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة محددة

أو شخص معين أو اقتراح خاص ما يترتب عليه احتمال القيام بسلوك مباشر أو غير مباشر وكذلك هو محصلة آراء أفراد الجماعة ويمثل صورة من صور السلوك الجماعي تمخضت عن تفاعل واخذ وعطاء بين أفراد الجماعة وبين الجماعة والجماعات الأخرى والرأي العام كنتاج جماعي يمثل الجماعة كلها معبأة للسلوك والعمل فيما يتصل بموضوع الرأي العام.

2-نشأة وتطور الرأي العام:

يعد الرأي العام قديم قدم البشرية، وقد أدركت المجتمعات البدائية أهميته وقيمه فاستخدم لتحقيق مآربه وابتدع أساليب مختلفة كالسحر للتأثير الفعال في الجماهير، أو حين قام رجال الملك "مينا" بكتابة رسم الوجهين على الحجارة ليكون إعلاما وإيداعا بتوحيد الوجهين، وهذا ما يشبه إلى حد كبير ما بقي الآن من تماثيل وشعارات مجسمة في المناسبات المختلفة لتعبئة الشعوب.)

محمدمنير حجاب، 1995، ص25)

وقد لعب الرأي العام دورا كبيرا في الحضارة اليونانية، فقد كانت الدولة المدنية تستمد سلطتها من رضى المحكومين، وبذلك انفتح المجال أمام تبادل الآراء والنظرة العقلانية، وعكست المناقشات العامة التي كانت تدور حول حق المشاركة في الحياة السياسية وفي الهيئات التمثيلية، أمثال المؤتمر العام ومجلس الخمسمائة بواحد بروز الرأي العام، وشكلت كتابات كل من أفلاطون وأرسطو بداية متواضعة لدراسة ظاهرة الرأي العام، وخاصة أن كتاباتهما أكدت على ضرورة أن تقوم الدولة على مبدأ الديمقراطية وسيادة القانون وحق المشاركة السياسية...ومع ظهور الإمبراطورية الرومانية برز ما يسمى آنذاك صوت الشعب أو صوت الجماهير، وتكلموا عن الآراء الشائعة بين الناس وظهر ناقلوا الأخبار المحترفون، حيث كانت الكلمة تنتقل من خلال الاتصال الشخصي وعبر

شبكة الطرق التي بناها الرومان، لترتبط بين أطراف إمبراطوريتهم المترامية، وأقامت على هذه الطرق مراكز لا يفصل بين الواحد والآخر منها أكثر من مائة ميل روماني، وكل منها مزود بالجياد، بحيث يمكن للكلمة والخبر أبلغ الأثر في تشكيل الرأي الروماني. وكان للمفكرين والخطباء أمثال "شيشرون" وأخيه "كونيوس" دورا كبيرا في تكوين الرأي العام، حيث كتب الخير رسالة كاملة عن الدعاية وفنونها، هذا بالإضافة إلى الفنون والنشرات الإخبارية ذات التأثير القوي الفعال على العقول وأنماط السلوك.

وكان للرأي العام في عصور النهضة الإسلامية دورا فعالا في مختلف جوانب الحياة الإسلامية، فقد اهتم الاستلام بالحریات كحرية الرأي والعقيدة والحرية الشخصية، وحرية التملك والتنقل... ووضع أصولا عامة للحكم منها مبدأ الشورى، ووضع الضوابط لممارسة هذه الحريات وحدود للحكم وللمحكومين. وأقر حق الشعب في مقاومة طغيان الحكام. وقد أدرك الخلفاء أهمية الرأي العام فكانوا يهتمون بمعرفة آراء الرعية واتجاهات الراي العام منها، وقد استفاد نظام الحكم في الإسلام من تجارب الأمم والحضارات السابقة عليه، وقد كان المعنى الديمقراطي مألوفا ومتميزا مع طبيعة الحياة العربية (محمد بهجت كشك، 1998، ص 9)

وفي العصر الحديث ابتداء من كتابات " ميكيا فيلي (1469-1527)" حدث تغير معتبر في الكيفية التي تناول الفكر الفلسفي ما يسمى بالرأي العام، فقد اعتبره عنصرا يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة. فيما كان " روسو " أول فيلسوف يستخدم تعبير الرأي العام، وقد جاء في إحدى كتاباته مفهوم إرادة الشعب الذي يشير في المعنى العلمي التطبيقي إلى جوهر الرأي العام في معناه المعاصر. وفي القرن 18م المسمى بعصر التنوير جاءت الثورة

الصناعية، وبعدها الثورة الفرنسية كأبرز حدثين يعبران عن دور وقوة الرأي العام. ثم جاء القرن 19م المليء بالأحداث والتغيرات حيث قامت الثورة الصناعية وتطورت الكشوفات العلمية، واختراع وسائل الاتصال الجديدة، حتى أصبح الرأي العام ذو سلطة وسلطان كبير. كان من نتائجه مطالبة العمال بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم. وأخيرا جاء القرن 20م فتوج الرأي العام بمزيد من الانتصارات، وذلك أن ظهور الراديو والتلفزيون والسينما قد جعل هذا القرن قرن الرأي العام، وكان للحرب العالمية الأولى أثر هام في تدعيم الرأي العام بظهور الدراسات النفسية التي ركزت على دراسة السلوك. (سناء الجيور، 2015، ص16)

3-أنواع الرأي العام:

اختلف المهتمون في مجال الرأي العام في تحديد أنواعه، فمنهم من قسمه على الأساس الزمني، ومنهم من قسمه على أساس الظهور والعلانية، ومنهم على أساس المعايير والحجم، ومنهم من قسمه على أساس جغرافي وغيرها من التقسيمات التي نعرضها فيما يلي:

تقسيمات الرأي العام وفقا للمعيار الزمني:

1-رأي عام دائم: ويركز هذا النوع على القواعد التاريخية والثقافية والدينية، وبشترك فيه كل أفراد الجماعة، يمتاز بالاستقرار والثبات جيلا بعد جيل، حيث لا تؤثر فيه الحوادث والظروف إلا نادرا. وأهم عناصره الدين والعقيدة والعادات والتقاليد، ويكون مصدر هذا الرأي عادات وتجارب الأفراد وتفاعلهم داخل المجتمع مما يعطيه القوة والعمق. كما ان محاولة مناقشة هذا النوع من الرأي يعتبر مساسا بوجود الجماعة ذاتها وطعنا في كيانها الشخصي، لهذا من الصعب تغيير اتجاهه. كالقضية الفلسطينية مثلا.

2- رأي عام مؤقت: ويرتبط هذا النوع من حادث معين أو مصلحة مؤقتة ثم ينتهي بانتهاء السبب الذي ظهر لأجله. ومن خصائصه أنه يستمد قوته على الرغبة في التغيير على العقلانية أكثر من اعتماده على العادات والثقافة والدين.

3- رأي عام يومي: يتكون هذا النوع يوميا نتيجة تأثره بالأحداث اليومية التي تنصدر صفحات الجرائد بشكل عام وباقي وسائل الإعلام الأخرى.

تقسيمات الرأي العام وفقا للمعايير العلانية:

1- رأي عام قائد: ويمثل هذا النوع صفوة المجتمع من القادة الملهمين، والمفكرين البارزين والعلماء. وهؤلاء نسبتهم ضئيلة في المجتمع إلا أن تأثيرهم قوي جدا حيث بإمكانهم قيادته وتوجيهه اتجاه النواحي السياسية والاجتماعية والثقافية التي يرغبون فيها مستعملين في ذلك وسائل اتصال مختلفة كالتجمعات والمهرجانات وغيرها.

2- رأي عام مستنير: أهم من يمثل هذا النوع من الرأي هم المثقفون والمتعلمون من أفراد المجتمع. ويختلف حجم تأثيره حسب المستوى التعليمي والثقافي للفرد، وقدرته على إبلاغ أفكاره وآرائه خاصة لمن هم أقل منه تعليما وثقافة. وهذا ما نلاحظه من كتابات يومية على أعمدة الصحافة والمناقشات التي تدور بداخلها وكذا الحوارات والندوات المرئية والمسموعة.

3- رأي عام منقاد (تابع): نجه عند عامة أفراد الشعب خاصة منهم الأميون أو من ذوي المستويات التعليمية الدنيا، لأنهم عاجزين على متابعة الأحداث بشكل متكامل أو غير قادرين على

قراءة مضامين الأحداث وفهمها بوضوح. لذلك ليس ليهم سوى كم هائل من العواطف والانفعالات التي يستغلها الآخرون عند الضرورة. (خالد أبو سمرة وآخرون، 2011، ص72)

تقسيمات الرأي العام وفقا للمعايير الظاهرة:

1-الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام المعبر عنه ويشير هذا الرأي ويتجسد في الدول ذات الطابع الديمقراطي والتي تميزها الحرية الكاملة لوسائل الإعلام في الوصول إلى مختلف المعلومات وتتناقلها، ويتكون نتيجة وجود أحداث تشغل اهتمام الجمهور فيكون رأيا حولها.

2-الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام الضمني غير المعبر عنه. وينتشر هذا النوع من الرأي العام في الدول ذات الحكم الشمولي والإعلام الموجه والذي يخشى فيه الأفراد الإدلاء بأرائهم حول مختلف القضايا والأحداث.

تقسيمات الرأي العام وفقا لمعيار التواجد:

1-رأي عام موجود بالفعل: هو الرأي العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث تظهر تأثيراته في بعض التعليقات والمناقشات.

2-رأي عام متوقع وجوده: هو رأي عام الذي لم يكن موجود أصلا لكن يتوقع وجوده في بعض الأحداث والمشاكل، وتلعب مراكز البحث للرأي العام دورها في التنبؤ بالرأي العام المتوقع.

(محمد منير حجاب، 1995، ص37)

تقسيمات الرأي العام وفقا لمعيار الحجم:

1- رأي الأقلية: ينحصر هذا النوع بين عدد قليل من الأفراد وهو ما يمكن تسميته بالمبادئ التي تقوم عليها الجماعة حتى ولو كان يعارض الرأي العام الاجتماعي والكلّي، و غالبا ما نجد أصحاب هذا الرأي يعملون بكافة الطرق على أن يصبح رأيهم رأي الأغلبية.

2- الرأي الائتلافي: و يقصد به رأي مجموعة من الأقليات المختلفة الاتجاهات الإيديولوجية أو الفكرية، ونظرا لظروف معينة يمر بها المجتمع تتحد هذه الأقليات مشكلة إئتلاف من أجل صد التيارات الأخرى، ومن خصائصه أنه ينتهي بانتها السبب في وجوه. وغالبا ما نلاحظ هذا النوع في مجتمعات تتخذ فيها الأحزاب والايولوجيات أشكال متعددة. والائتلاف أيضا يعني أن الجماعات الأقلية لم تحصل على رأي الأغلبية.

3- رأي الأغلبية: و هذا النوع يكفي نفسه بنفسه لأنه يمثل أكثر من نصف الجماعة من المجتمع ، و هذا لا يعني في كل الحالات أن الذي يمثل الأغلبية اليوم بإمكانه الحفاظ عليها دائما، فقد يفقدها في أي لحظة من نشاطه أو حياته خاصة إذا بنى مواقفه على الدعاية الكاذبة و المضللة أو بناها تحت أوامر الجماعات الاجتماعية الضاغطة.

4- الرأي العام الساحق و الجامع: و هو رأي قريب من الإجماع، و غالبا ما نجده يستمد قوته من العادات و المعتقدات و الثقافة السائدة. حيث نجد الجماعات تقف خلفه مؤيدة له بمنع مناقشته بهدف تغييره.

تقسيمات الرأي العام وفقاً لمعيار المكان:

1-الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد في منطقة معينة ويرى بعض الباحثين أن للمجتمع

المحلي خصائص المجتمع الوطني أهمها: الانتماء، التجانس والاكتماء الذاتي

2-الرأي العام الوطني: ويرتبط هذا النوع من الرأي العام بالوطن والدولة. ويتميز بكونه متجانس

أي أنه يملك خلفية من التراث والتقاليد، رغم الصراعات التي يمكن أن تنشأ داخل الدولة. كما

يمكن التنبؤ به وبأبعاده، وهو يهتم بالمشاكل الوطنية بالدرجة الأولى.

3-الرأي العام الإقليمي: هو الرأي العام السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً وفي

فترة زمنية محددة تجاه قضية معينة أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة

وقيمها الإنسانية الأساسية، ويقوم على مجموعة من القواعد منها المصلحة المشتركة والارتباط

التاريخي، تقارب العادات والتقاليد وتشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ووحدة اللغة

والثقافة.

4-الرأي العام العالمي: وهو الرأي العام السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة زمنية معينة حول

قضية أو أكثر يحدث حولها النقاش والجدل. وتمس المصالح المشتركة لهذه الشعوب أو القيم

الأساسية لها. ويعتبر الرأي العام العالمي من أهم القوى والمركبات التي تؤثر بشكل فعال في

توجيه سياسته.

(محمد منير حجاب، 1995، ص 35)

المحاضرة السابعة: وظائف وخصائص الرأي العام

1-وظائف الرأي العام:

إن بروز الرأي العام كظاهرة في الوسط الاجتماعي ليس وليد الصدفة بل إنه أمر هادف وله مقاصد يبتغي أداؤها تتمثل عموماً في تحقيق المصلحة العامة للجمهور. وفي خلال ذلك تعترضه جملة من المؤسسات والجماعات والأفراد كما يواجه برامج وأهداف ومشاريع وأنشطة اجتماعية واقتصادية... الخ. وإن كان يتأثر بها فإنه يؤثر فيها إلى حد التوجيه والتحكم.

والرأي العام يتدخل في جل مجالات الحياة، ونخص بالذكر هنا المجال السياسي والاجتماعي، حيث تعد السياسة من أهم المحركات أو المفاعلات في الرأي العام، بمعنى أنها الموضوع التي تتشكل منه يكون مضمون القضايا التي يثور حولها النقاش والتفاعل في عملية تشكيل وتكوين الرأي العام. ولهذا كان له في هذا المجال أهمية كبيرة وبالأخص في رسم حدود العلاقة بين مختلف تشكيلات النظام السياسي وأساساً بين الحاكم والمحكوم.

ويمكن حصر أهم الوظائف السياسية والاجتماعية للرأي العام فيما يلي:

1- تحديد طبيعة الممارسة السياسية: وجد الحاكم لتنظيم حياة المحكوم، ولهذا كان من الضروري اعتماد رأي المحكوم عند اتخاذ القرارات وبالأخص القرارات ذات الأهمية بالنسبة للجمهور (الرأي العام)، بمعنى أن نتيجة نشاط الحاكم المتمثلة في القرارات المتخذة هي انعكاس للرأي العام ولقوة تأثيره . كما أن الحاكم أو الحكومة مطالبة بتعديل سياستها وتوجهاتها كلما استدعى الأمر ذلك، حتى يتماشى الرأي العام مع المصلحة العامة.

2- التأثير على الانتخابات: الانتخاب هو اختيار الحاكم ومن ثم تقرير السياسة التي سيتم انتهاجها، ويفترض أن الانتخاب يوصل الى المصلحة العامة، أي أنه تجسيد للرأي العام وأهدافه ومقاصده.

3- المتابعة السياسية: وهو ما يلاحظ غالبا في الأنظمة الديمقراطية أين تكون علاقة الحاكم بالمحكوم دائمة باعتبار أن الحاكم مسؤول أمام المحكوم، وفي هذا النظام يمارس الرأي العام المتابعة السياسية للحاكم وتحركاته التي لها أهمية بالنسبة للجمهور والتي غالبا ما تكون بالمناقشة والسؤال وأحيانا تقديم النصيحة والمشورة.

4- إنجاح السياسات و الدولة أو النظام السياسي الحاكم: إن تطبيق الساسة العامة والوصول بالخطط الموضوعة لتحقيق الأهداف المرجوة تستدعي تدخل فاعل من أفراد المجتمع عامة، ولهذا تسعى الدولة والحكومات بشتى السبل الى دعوة عامة الناس الى المشاركة الفاعلة، هذه الأخيرة تأخذ مظهر الرأي العام.

5- تحديد ملامح الساسة الخارجية: إن تحديد معالم الساسة الخارجية يأخذ بعين الاعتبار رغبة الشعب وما يتعارض مع هذه الرغبة، فالرأي العام جد مهم في تحديد السياسة الخارجية للدول.

6- دعم النظام السياسي: تقوم أنظمة الحكم وفقا لشرعية معينة وتستمر وفقها وذلك بالتأكيد على استمرارية الحكم والموافقة على طبيعة الممارسات السياسية هذا من جهة ومن جهة أخرى دفع التنمية السياسية من خلال إحلال وتأطير الثقافة السياسية التي تعد مجموعة القيم التي تساهم في اختيار الممارسات السياسية.

7- المحافظة على الروح المعنوية: فالكل يتفق على أن للروح المعنوية أهمية كبيرة في حياة الجماعات وهي تمثل الدافع الضروري في استمرار أداء الأدوار، وإيتاء الأعمال والسلوكات التي يستدعيها الاجتماع، وليس هناك أقدر من الرأي العام في تحقيق الروح المعنوية العالية. ذلك أنه يمثل الاتفاق كمصدر للمصلحة العامة بغية تفادي التوترات الاجتماعية كالثورات والإضرابات والمظاهرات وغيرها.

8- المساهمة في تشريع القوانين والمصادقة عليها: إن التشريع من صلاحيات السلطة التشريعية التي تتمثل في نواب الشعب، أي أن الرأي العام هو المصدر الحقيقي للقوانين التي تأتي تعبيراً عن انشغالاته أو تحقيق لرغباته أو علاجاً لمشاكله. وتعتمد الأنظمة الحاكمة لجلب موافقة الرأي العام على تمهيدته للقانون بتهيئة الأذهان وجلب التأييد حتى تضمن موافقة التصديق على الرأي العام..

9- الرقابة الاجتماعية: ويبرز هنا الضمير الجمعي في شكل رأي عام يقوم بوظيفة المحافظة على القيم والأخلاق والعادات في المجتمع وذلك بشكليين إما الموافقة بالسكوت أو التصريح بالقبول على اللائق من السلوكات والمظاهر أو بالرفض.

10- تنمية وتطوير الحياة الاجتماعية: اعتباراً لقوة الرأي العام في تغيير الأوضاع والآراء والأنشطة وتعديل التشريعات أيضاً فهو يؤدي وظيفة التطوير في مختلف مجالات الحياة. فهو يتقبل الجديد ويدعمه تحقيقاً للتطور والازدهار كمسعى طبيعي من الاجتماع، وتسعى إلى إرضائه بشكل مباشر عن طريق التأثير عليه بوسائل مختلفة كالدعاية من خلال الترشيح أو التعبئة الاجتماعية باعتبارها نمط مجتمعي وغاية لتحقيق الفعل الجماعي، فالرأي العام يسعى إلى تحقيقها بتجنيد كل الطاقات فالمشاريع التنموية والصحية مثلاً تحتاج إلى التعبئة الاجتماعية بغية إنجاحها.

كما أن هناك بعض الإسهامات لتحديد وظائف الرأي العام يمكن حصرها فيما يلي:

*الضبط الاجتماعي: حيث اختلف العلماء في مسألة تحديد مفهوم الضبط الاجتماعي ولا ميدانه ولا حدوده بوصفه عملية تتطوي على كثير من المضامين والمفاهيم التي تتدخل في تحديد أبعاده ووظائفه بالنظر إلى أسسه ومجالاته النظرية والعملية. وقد وردت إشارات إلى مسألة النظام والقواعد المنظمة للسلوك والسلطة في كثير من الكتب القديمة أين تعرض فلاسفة اليونان القدماء لمسألة الضبط الاجتماعي واستخدموا مصطلحات أخرى كالقانون أو الدين أو العرف أو الأخلاق... (عبد الله الخريجي، 1997، ص82)

*رعاية القيم الاجتماعية: القيم الاجتماعية هي مجموعة من الاتجاهات العقلية التي تكون فيما بينها جهازا شبه مقنن يستخدمه الإنسان في قياس وتقدير المواقف الاجتماعية. وتتم القيم بمراحل عديدة حتى تستقر وتصبح هي الوحدات المعيارية في الضمير الاجتماعي لدى الإنسان وأثناء هذا التطور والنمو تأخذ القيمة الاجتماعية صفة الثبات النسبي. كما تجدر الإشارة إلى أن القيم تمر من جيل إلى آخر عن طريق التنشئة الاجتماعية والجماعات المرجعية والمؤسسات البنوية. وتنتقل من مجتمع إلى آخر عن طريق وسائل الاتصال والانتشار الحضاري والاحتكاك المجتمعي. وعند مرورها عبر الأجيال والمجتمعات والحضارات لا تبقى ثابتة وراسخة بل تتعرض للتحوير والتغيير لكي تتلاءم مع الأفكار والعقول التي تنتقل إليها ومع البيئة التي تدخل فيها، ومع روح العصر التي تكتنفها وتشكل إطارها المرجعي والسلوكي.

*إذكاء الروح المعنوية: يعد مفهوم الروح المعنوية من المفاهيم النفسية المجردة، وقد ذهب علماء الاجتماع في تعريفها إلى أقوال متعددة أقربها كونها عامل نفسي يقود الأفراد فرادى وجماعات إلى

النجاح أو الفشل في أي موقف من المواقف الرئيسية التي تحتاج إلى جرأة وثبات وتضحية . وفي الوقت الذي تكون فيه بقية عوامل النجاح المجتمعية متساوية. فتكون بذلك الروح المعنوية هي اتجاه عقلي يدفع الفرد للتعاون الايجابي مع بيئته الاجتماعية والتحمس لتحقيق أهدافها والشعور بالسعادة أثناء تحقيقها.

*التعبئة الاجتماعية الجماهيرية: هي تحريك واستنفار المجتمع بكل قطاعاته للمشاركة الايجابية لتحتي الأهداف المطلوبة ولا بد أن تشمل التعبئة الاجتماعية جميع قطاعات المجتمع من المسؤولين الرسميين والسياسيين وقادة الرأي والقادة المحليين وجموع المواطنين نساء ورجالا، بل حتى الأطفال في المدارس.

(فوزية دياب ، 1990 ، ص73)

*تحسين السلوك الإنساني: إن السلوك هو حالة من التفاعل بين الكائن الحي ومحيطه أو بيئته، وهو في غالبيته سلوك متعلم (مكتسب) يتم من خلال الملاحظة والتعليم والتدريب. وكلما أتيح لهذا السلوك أن يكون منضبطا ووظيفيا ومقبولا كلما كان هذا التعلم ايجابيا. ويفعل تكراره المستمر يحيل إلى سلوك مبرمج سرعان ما يتحول إلى عادة سلوكية تؤدي غرضها ببسر وسهولة وتلقائية.

*الوظيفة الاقتصادية: أصبحت لمواقف الرأي العام تجاه القضايا الاقتصادية أهمية كبيرة في الوقت الحاضر، حيث يتم الاهتمام بمعرفة وجهة نظر الرأي العام كي يتم تبنيها من قبل أصحاب القرار الاقتصادي في الحكومات والشركات. لذلك تجرى الاستبيانات والاستفتاءات لمعرفة اتجاهات الرأي العام مسبقا تجاه السياسات التنموية والاقتصادية بطرق قياس متعددة. وتكون نتائجه مهمة

لرسم صورة المستقبل للسياسات والخطط والمشاريع من خلال كونه قوة من قوى الحياة الاقتصادية. فهو تعبير عن سلوك الأفراد والجماعات المتضمن طاقة وقوة معينة هي أصل وجوهر حركته.

*الوظيفة السياسية: يؤثر الرأي العام باتخاذ القرارات السياسية فعندما ينوب ممثلوا الشعب عن ناخبهم يكونون إرثا شعبيا يحدد الموافقة والرفض لكثير من القرارات والآراء المطروحة، وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد أو معارض. (عبد الله الخريجي، 1997، ص 97)

2- خصائص الرأي العام:

رغم الاتفاق بوجود الرأي العام كملتقى بين وجهها نظر الجماهير حيث يمثل انفعالها و يعكس شحناتها النفسية إلا أنه لم يتمكن أصحاب الاهتمام بالظاهرة من تحديد خصائص يمكن على الأرجح اعتمادها كقوانين لظاهرة الرأي العام، و من ثم فلا مجال لمحاولة التعميم.

و يمكن رصد بعض الخصائص العامة فيما يلي:

1- للرأي العام تأثير كبير في الحياة الاجتماعية و السياسية على وجه الخصوص من خلال تدخله في صنع القرار. و لهذا يتوجب الاعتراف به كظاهرة لها الأثر البالغ في التأثير على المجتمع.

2- أنه لا يترتب على مخالفة الرأي العام جزاءات قاسية على الأقل ، لهذا توج فئة تشكل الأقلية لا تتبنى وجهة نظر الرأي العام بمعنى أنها تعارضه و تقاوم ظهوره.

3- إن عملية تشكل الرأي العام تتخذ مراحل متتالية و ذلك في إطار بيئة اجتماعية معينة ، و من ثم فهو يختلف باختلاف البيئة أو المجتمعات.

كما يمكن رصد بعض الخصائص فيما يلي: (كامل خورشيد مراد، 2013، ص51)

-الرأي العام مصطلح شامل يتضمن العديد من الآراء

-الرأي العام يختلف في ذروة العمق والقوة

-الرأي العام ظاهرة متغيرة

-الرأي العام سهل التبليور

-يتشكل الرأي العام بواسطة الزعماء والقادة

خصائص الرأي العام حسب العالم الأمريكي كونتريل-CANTRIL

حاول العالم الأمريكي كونتريل-CANTRIL وضع خصائص و قوانين للظاهرة حددها حسب اعتقاه

من خلال دراسته للرأي العام الأمريكي من خلال ما يلي :

1-حساسية الرأي العام تجاه الأحداث الهامة.

2-الرأي العام قد يصاب بتحويلات مؤقتة كثيرة لإيذاء الأحداث الاستثنائية و الفجائية، و لهذا فإن

الرأي العام لا يستقر إلا إذا اتضحت الأمور و أدركها الجمهور.

3-إنه يتأثر بالأحداث أكثر من تأثره بالأقوال إلا إذا ارتقت الأقوال مرتبة الأحداث.

4-إنه لا يثور بشأن الحوادث المحتملة المستقبلية، بل يتفاعل و يستجيب للواقع الحالي منها فقط.

5-يوم الرأي العام بدوام الحوادث و المصلحة من التفاعل فهو يتأثر بتقديم الصورة الحقيقية و الواقعية و بالتصريحات المباشرة أيضا لما توفره من مصداقية و ثقة.

6-يتشكل الرأي العام بخصوص مشكلة أو قضية أو حادث ما كمواجهة له ، و لكن لا يسعى و لا يتوصل إلى الحلول أو اختيار طرق لتحقيق الأهداف.

7-قد يبني الرأي العام علة الأهواء و الرغبات مثله مثل الرأي الشخصي هذا ما يجعله أكثر تعرض للتطرف في مواقفه.

8-يزداد تعقل الرأي العام و ثباته كلما ازداد وعي أفراد جمهوره و ادراكهم لمصالحهم العامة.

خصائص الرأي العام حسب دوبر DOOB و آخرون:

إن هذه الخصائص جاءت كرد فعل على الخصائص التي حددها العالم كونتريل CANTRIL و التي لقيت معارضة كبيرة من الباحثين حول إمكانية اعتمادها كقوانين لظاهرة الرأي العام، لما فيها من غموض وإبهام. و يمكن حصر الخصائص عند هؤلاء فيما يلي:

1-الثبات و التقلب: الرأي العام ظاهرة متغيرة عادة و ذلك بحسب تغير الأحوال و الأحداث التي تؤثر في العوامل الداخلية و الخارجية لتكوين الرأي العام. فكلما استقرت العوامل كان الثبات حالة للرأي العام.

2-التبرير:محاولة التبرير واتخاذ المبررات المنطقية، مع أن أسبابه الحقيقية انفعالية.

3-الإبدال: بمعنى التعامل مع الأمور بغير المثل لعدم المقدرة على المواجهة. أي أنها استجابة من الرأي العام لأمر ما استجابة بديلة لعدم المقدرة على الاتيان بالاستجابة المفروضة (الأصل) و من ثم السبب الحقيقي المثير لهذه الانفعالات.

4-التعويض: أي تعويض النقص الذي يلزم الجمهور بالتركيز على جوانب أخرى عن النشاط الانفعالي.

5-الاسقاط: أي تفسير سلوك و أعمال الآخرين حسب ما يجري في نفسيته و ذاتيته.

6-التقمص: و هو عكس الإسقاط و هو التعامل بموضوعية مع الأحداث.

7-التطابق و الاتفاق: أي الامتثال لرأي الأغلبية و الاتفاق مع رأي المجتمع و الجمهور.

8-التبسيط: فالرأي أكثر تأثيرا بها فكلما كانت الأمور بسيطة كلما تفاعل معها خاصة وأن القضايا التي تثيره و تتعلق بالمصلحة العامة هي عموما معقدة و شائكة.

المحاضرة الثامنة: مظاهر ومقومات الرأي العام

1-مظاهر الرأي العام:

1-الثورة: و هي منفذ اضطراري يتميز بالعنف ، يسلكه الجمهور عند فقدان الأمل لديه في نجاعة

السبل الأخرى عن وجوده و استحقاقاته. و الثورة عادة تكون في مواجهة نظام متسلط أو قائد

متجبر بيدي اصراره و يكون مصرا على عدم إعارة الجمهور و متطلباته و مصالحه أي اهتمام.

2-المظاهرات الشعبية: و هي شكل آخر للتعبير عن رأي عام يلجأ إليه الجماهير لإيصال رأيها

للقادة والحكام عند افتقاد سبل التعبير الأخرى.

3-الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة: و هي تجمعات لأفراد من الشعب عادة حسب فئات

مختلفة و متميزة تناقش خلالها قضاياهم و تتولد فيها آراء عامة ، و عادة ما يرجع إليها القادة و

المسؤولون لاتخاذ قراراتهم.

4-الاتصال الجماهيري: و يتم من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية عندما تكون متاحة و مسخرة

لخدمة مصلحته.

5- الانتخابات والتصويت: و إن كانت لا تمثل أو تشكل الرأي العام كظاهرة إلا أنها تعبر عنه و

تكشف عن اتجاهه على اعتبار أنها أداة نظامية يعبر الجمهور من خلالها عن رأيه و يمارس

وظيفة سياسية في ظل الديمقراطية.

6-المراسلات: والتي غالبا ما تكون في إطار غير رسمي الغرض منها التعبئة والتحسس.

7-المقاطعة: بمعنى الامتناع عن الإتيان بسلوك معين وهي مثل مقاطعة بعض المنتوجات نتيجة مواقف أصحابها كوكا كولا مثلاً.

8-السلبية و اللامبالاة: وتكون كنتيجة لانعدام الثقة في الأنظمة والحكومات والسياسات والقضاة أيضاً مثلاً.

9-الإضراب عن العمل والاعتصام: وهي سلوكيات تعبر عن عدم رضا الرأي العام تجاه السلطة و الحكام و سخط الجماهير بشأن القرارات التي لا تخدم مطالبهم و لا تخدم مصالحهم. (محمد منير حجاب، 2000، ص14)

10-اختلاق الشائعات: حيث لا يجد الشعب وسيلة للتنفيس عن الرأي فقد يلجأ إلى أسلوب نشر الشائعات كمظهر من مظاهر التعبير عن اتجاهات الرأي العام، وذلك لإزعاج الحكومات الديمقراطية وزعزعة الثقة فيها، والشائعات روايات يتناقلها الأفراد دون أن ترتكز عن مصدر موثوق به يؤكد صحتها (عطوف محمود ياسين، 2011، ص110)

2-مقومات الرأي العام:

-الجمهور: يعرف "زادات"الجمهور بأنه جمع من الناس يشتركون حول قضية من القضايا التي تشغل اهتمامهم. و كما جاء في قاموس الاجتماع على انه عدد كبير من الأفراد يشتركون بمصلحة عامة أو باهتمام واحد. و الجمهور نوعان عام و نوعي، فالعام هو الذي يشمل جميع الأفراد دون تخصيص أما النوعي فهو الذي يشمل فئة من المجتمع يرتبط أفرادها بمصلحة مشتركة

على اعتبار خصوصيات مميزة وللجمهور خصائص: -يتأثر بالإجاءات -سهولة التأثير فيه -
يتضمن الاختلافات العقلية -الشعور بالانتماء -لا يتحدد جغرافيا.

2-المشكلة: و هي التي تثير خلافا أي صعوبة ما بخصوص موضوع ما يواجه الجمع من
الناس ويكون في حاجة إلى إثارة حسم والوقوف بشكل أو بآخر في مواجهتها. و طبيعي أن إيزاء
هذه الصعوبات تتعدد وجهات النظر فيبرز الخلاف والتعارض لا فقط في المصالح بل كذلك في
الصور وكيفيات التعامل معها ومواجهتها. والمشكلة يجب أن تأخذ بالحسبان:

-أن الموضوعات التي حولها إجماع لا توصف برأي عام

-أن دليل إثبات صحة وجهة نظر معينة ليس هو الرأي العام

-الخطأ في نقل الحقائق أو الوصول إليها لا يمكن أن يوصف بأنه رأي

3-النقاش: أي مناقشة المشكلة موضع الخلاف إذ أن فكرة الرأي العام تفترض فكرة المناقشة
والحرية في الإعلان و الإبداء عن الرأي. وهذا يعني أن الرأي العام كظاهرة حتى يؤدي وظائفه
يفترض فيه:

-حق المواطن (الفرد) في تكوين رأيه بمختلف الوسائل دون أن يفرض عليه رأي معين أو مصدر
معين من مصادر المعلومات

-حق الفرد في الإعلان عن رأيه دون أن يخشى من ذلك عقابا أو جزاءا معيناً يمنعه من إمكانية
ذلك الإعلان والإفصاح

-أن الحق في الإعلان عن الرأي يستلزم و يرتبط به الحق في المناقشة. ذلك أن الرأي العام لا يتكون إلا من خلال الصراع و الجدل الفكري والحوار بين وجهات النظر، ولا يمكن أن يكون وليد كلام أو حديث من جانب واحد.

ويتطلب تكوين الرأي العام إثارة المناقشات الجادة والفاعلة للمشكلة موضوع البحث، وهذه المناقشات تقوم على الفهم والدرس والموضوعية، وتحقيق ذلك في إطار التفاعل الاجتماعي الحر. إذ تظهر وجهات النظر المختلفة، ويتم اتفاق جوهري والتقاء وجهات النظر، كل هذا في إطار المصالح المشتركة للجماعة وقيمها من اجل الوصول إلى احد الحلول المطروحة لحل المشكلة.

بالإضافة إلى بعض المقومات التي يمكن حصرها فيما يلي:

المقومات الأولية: وهي تلك المرتبطة بالفرد، ولا بد من توافرها حتى يمكن تصور صلاحيته لأن يكون رأياً، وهي مقومات تتنوع بين عناصر موروثية وأخرى متعلقة بالشخصية وأخرى عضوية ونفسية واجتماعية. وهكذا ينطوي تحت هذه المجموعة تلك التي تكون مقومات السلوك بوجه عام والتي يعد الرأي العام أحد أبرز تجلياتها ومظاهرها.

المقومات المساعدة: يقصد بها مقومات جماعية تتبع من الجمهور الذي يقوم بعملية التفاعل فينقل الظاهرة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي، وهنا تتحدد بالعقل الجماعي أو الطابع القومي.

المقومات الأساسية: تحدد المقومات الأولية في تفاعلها مع المقومات الثانوية ظاهرة الرأي العام، ولكن الإعلان عنها وقوتها وصورتها وسرعتها تتحدد بعناصر أخرى كأدوات نقل ظاهرة الرأي العام

وإبرازها ابتداء من القيادة إلى التنظيم الجماعي سياسيا كان أم غير ذلك. وما يرتبط بذلك من أدوات الاتصال. ومن جانب آخر خصائص الواقعة أو الحادثة التي أدت إلى التعبير عن الرأي هل هي واقعة عنيفة أو هادئة ومتوقعة أم غير متوقعة... والواقع أنه يدخل في خصائص الواقعة أيضا ما يطلق عليه الاهتمام الفردي أو الجماعي لتلك الواقعة أو الحادثة. (كامل خورشيد مراد، 2012،

ص 113)

المحاضرة التاسعة: عناصر تكوين الرأي العام والعوامل المؤثرة فيه

1-عناصر تكوين الرأي العام:

ظاهرة الرأي العام كظاهرة اجتماعية في أساسها تتبع من العديد من العناصر أو العوامل التي تتفاعل فيما بينها لتشكل الرأي العام و بلورته. و رغم أن الاتفاق قائم بخصوص تعدد العوامل أو العناصر فإنه يبقى التردد في تحديد تلك العناصر ومدى تدخلها في تحديد الظاهرة.

غالبية الشعب: أي ان الرأي الذي ينبغي أن يؤخذ بعين الاعتبار هو رأي الأغلبية، ولن يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية.

الوعي: إبراز دور وسال الإعلام والتوعية، وأجهزة التنظيمات الشعبية والسياسية في إلقاء الضوء على الموضوعات المثارة لعدم توفر المعلومات عنها، لأن من لا علم له لا رأي له، وإنما يجنح إلى التطرف أو التعصب والوهم.

الزمن: لكل موضوع او مشكلة مثارة ظروفها المحددة بزمن وقوعها سواء كانت ظروفًا سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وقد تتغير بتغيير الوقت.

الجدل والنقاش:تقليب القضية على كافة وجوها والوصول الى رأي على أساس التفكير السليم.

المصلحة: إبراز المصلحة المادية المشتركة في القضية المثارة التي تحظى اهتمام الجماهير)

عاطف علي العبد، 2006، ص15)

و فيما يلي عرض لثلاثة آراء مختلفة:

1-العالم الأمريكي "هاولي HAWELLY : أبرزت دراسته خمسة عناصر تتمثل فيما يلي:

1-الشخصية الفردية: بمعنى خصائص شخصية الفرد و بصفة خاصة كيف ينظم هذا الفرد قيمه ومعتقداته . وبالتالي رؤيته أو وضعه لكل مشكلة أو حادثة في مواضيع من النظام المتدرج للمبادئ والمثل (سلم القيم) والتي تسيطر على الفرد وتكون خلفيته العقيدية.

2-الخبرات الذاتية: أي مجموع الوقائع التي تكون التراث الفردي والجماعي، والتي كان الفرد أو الجماعة عنصر من عناصرها.

3-المتغيرات الفيزيولوجية: أي المتغيرات العضوية، وأهم شيء فيها هي الغدد

4-النظم الحضارية والثقافية: وهي تشكل قواسم مشتركة بين الأفراد والجماعات بما في ذلك الأوضاع المرتبطة بالأسرة والدين أساسا.

5-المبادئ الفلسفية والمبادئ العامة: وهي المبادئ التي تستقر خلف المبادئ الثقافية كأسس كبرى تقوم عليها الخلفية العقائدية والثقافية للفرد.

2-العالم لاسويل LASSWELL: حدد عناصر الرأي العام في عنصرين:

1-مجهر الاهتمام (FOCUS): و يقصد به مجموعة من العوامل التي تخلق حالة من الاهتمام بموضوع النقاش وبالتالي التعدد في وجهات النظر، وهو هنا يفرق بين قسمين في عناصر الاهتمام:

-الاهتمام المرتبط بأدوات ووسائل الاتصال الجماهيرية

-الاهتمام المرتبط بالمظاهر الأخرى للموقف الاجتماعي

2-الاستعدادات(PREDISPOSITIONS): و تمثل جملة من الاستعدادات التي يتمتع بها الفرد

وتمكنه من التفاعل الاجتماعي في حدود درجة معينة تختلف من فرد لآخر.

3-حامد عبد الله ربيع: من خلال دراسته للرأي العام المصري ميز بين ثلاثة مجموعات من

العناصر كل منها تحدد خصائص أو درجات معينة من درجات التكامل و التعبير عن الظاهرة:

1-عناصر أولية: وهي تلك المرتبطة بالفرد و التي لا بد من توفرها حتى يمكن تصور قابلية

إمكانية الفرد لأن يتخذ رأي، وهي بدورها تتكون من عناصر وراثية مثل الجنس والدين. وأخرى

غير وراثية مكتسبة تتعلق بشخصية الإنسان.

2-عناصر ثانوية: وهي عوامل اجتماعية تتبع من الظاهرة الكلية أي الحقيقية الاجتماعية التي في

نطاقها تحدث عملية التفاعل لتنتقل الظاهرة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي، وهنا

نستطيع التمييز بين عنصرين وهما العقل الجماعي أو الضمير الجماعي والبيئة

الاجتماعية(الجغرافيا والديمغرافيا).

3-عناصر جانبية: والتي لا تكون حاضرة في كل الأحداث فعادة ما تكون فجائية وظرفية.

فالعناصر الولية في تفاعلها مع العناصر الثانوية تحدد الرأي العام، ولكن الإعلان عن الرأي وقوته

صورته وسرعته يتعلق بالجانبية التي حددها صاحب الرأي إلى وسائل الاتصال والثابتة على

الواقعة أو الحادثة أو القضية في حد ذاتها.

2-العوامل المؤثرة في الرأي العام:

هناك العديد من العوامل التي بإمكانها التأثير في الرأي العام يمكن حصرها فيما يلي:

***العادات والتقاليد والقيم الثقافية:** تتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق وبيدهيات وقيم لا تقبل الجدل أو إبداء الرؤى. هذه المعتقدات قد تشمل نواحي أخلاقية أو اجتماعية كانت مثار جدل في أزمة سابقة ثم انتهت إلى الصورة التي تقبلها الجميع فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوازنة، ورسخت عبر العصور في أذهان الجماهير، ولم تعد مثار نقاش عام. لكن في العصر الحديث اتسعت دائرة الرأي العام وضاق ميدان المعتقدات والتقاليد فشمّل كثيرا من الأمور التي كانت محرمة على النقاش نتيجة التطور الحضاري والعلمي التي مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة.

***الأسرة:** تعتبر الأسرة إحدى المؤسسات الاجتماعية الهامة التي تساهم في تكوين الرأي العام فهي البنية الرئيسية والأولى للتنشئة الاجتماعية للفرد. وتأثير الأسرة يتضمن غرس القيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، حيث تكون للتأثيرات المكتسبة في المراحل الأولى من العمر التأثير القوي والدائم. ومن التأثيرات الهامة التي تقوم بها الأسرة عملية تشكيل الاتجاهات تجاه السلطة، وبذلك تصبح الأسرة البؤرة أو المركز المنطقي للتأثير الذي يفوق كل الوسائل الأخرى.

***وسائل الإعلام:** تلعب وسائل الإعلام والاتصال الشخصي والجماهيري والدعاية والفاعلان دورا هاما في تكوين الرأي العام والتأثير فيه وتغيير اتجاهاته لدى الجماهير مهما كانت متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة ديموغرافيا خاصة من ناحية التوسع الفضائيات التي تزود الناس بالمعلومات والأخبار، ومن جهة ثانية إمكانيات وسائل الإعلام ومميزاتها.

***القيادة:** تلعب القيادة دورا هاما في التأثير على الرأي العام وذلك في بروز القائد أو الزعيم الذي يستطيع التأثير على الجماهير وكسب ودعم من خلال إبراز الأفعال التي تؤيد قيادته وفي الوقت نفسه يتأثر بها وتزداد درجة تأثير القائد على اتجاهات الرأي العام عندما يكون في مرحلة من الثقة والتقدير العاليين من الجماهير (محي الدين عبد الحليم، 2009، ص135)

***الدين:** يلعب الدين دورا كبيرا جدا في توجيه الرأي العام في معظم بلاد العالم في كافة ميادين الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بل والعلمية أيضا. ويكفي ذكر الاضطهاد الذي لقيه (جاليلي) في عصر النهضة حين قال بأن الأرض كروية والدعوة التي تتستر وراء الدين والتي تقف ضد تعليم المرأة واحتلالها مكانتها التي تليق في المجتمع.

***النظام السياسي:** مهما اختلف خطه الفكري يلعب دورا هاما في تكوين الرأي العام، فالمواطن يقع تحت الهيمنة الكاملة للأيديولوجية السائدة في النظام السياسي، فإذا كان النظام قائما على الديكتاتورية وحكم الفرد ترتب عن ذلك حرمان طبقات كاملة من التعبير السياسي مما يؤدي إلى سلبية الرأي العام. أما في الأنظمة القائمة على الديمقراطية والشورى فإن الرأي العام يكون أكثر فعالية وإيجابية، وتلجأ الحكومات الديمقراطية لعدة وسائل للتأثير في الرأي العام طمعا في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، ومن تلك الوسائل نشر الثقافة السياسية وزيادة الوعي السياسي لدى الجماهير. (جمال مجاهد وآخرون ، 2010 ، ص258)

***المناقشات الجماعية:** تؤثر المناقشات الجماعية التي تتيح حرية التعبير عن الرأي والتي تدور حول قضايا العامة والتي تصل في النهاية إلى قرار جماعي، ومن خلاله تؤثر حتى في تعديل

الاتجاهات وتغييرها، وتكوين الرأي العام، حيث يستشعر أفراد الجماعة أن الرأي العام تبلور من خلالهم، وأنهم غير خاضعين للتأثير الخارجي.

*الشائعات: عندما تركز على بعض الأخبار أو المعلومات وترويجه، وتدرس دراسة واقعية وتوجه توجيهها مخططا تؤثر تأثيرا نفسيا خطيرا في الرأي العام، كونها من أخطر أسلحة الحرب النفسية.)

غريب عبد السميع غريب ، 2006، ص112)

المحاضرة العاشرة: مراحل تكوين الرأي العام

ظاهرة الرأي العام ظاهرة عضوية أي إنها لا تتكون فجأة و لا تبرز دون سابق إنذار، ولا تختفي أيضا دون تفاعلات معينة، فالتحليل الديناميكي للظاهرة يفترض علينا أن لا نقتصر على تناول العناصر من حيث أبعادها واعتبار مثل ذلك التحليل الجامد والهيكلي كافي للإجابة عن الاستفهامات العديدة التي تثيرها الظاهرة، وبالأخص عند الإجابة عن السؤال كيف؟ وكيف يعترضه المتابعة المرحلية إبتداءا من تقابل مختلف العناصر الواحد منها مع الآخر حتى تتبلور ظاهرة الرأي العام في حقيقة واضحة تعبر عن نفسها وتؤدي وظيفتها. إلا أنه تجدر الإشارة أو التنويه إلى متابعة المراحل بهذا التفصيل هو مجرد محاولة نظرية بمعنى أنه يمكن لهذه المراحل أن تتداخل فيما بينها وذلك بحسب طبيعة كل نموذج من نماذج الظاهرة، وتحليل هذه المراحل أو متابعة الظاهرة في انتقالها من حقيقة غير واضحة تتبلور في نهايتها في شكل مواقف محددة بل أنها تصل في بعض الأحيان إلى درجة من التصلب أو التحجر في بعض المواقف بحيث لا تقبل المناقشة .

ويمكن التمييز بين سبعة (7)مراحل:

1-مرحلة الإدراك (PERSEPTION):ويقصد به إدراك الشيء أو تصوره ذهنيا، أي بعبارة أخرى يقصد به أثر رسالة معينة من حيث تصور حقيقة معينة بطريقة ذاتية. وظاهرة الرأي العام ما هي إلا مشكل أو قضية معينة، ووجهات نظر محددة تجاه مشاكل، فيبدأ الرأي العام في شكل تصور فردي لتلك المشكلات أو القضايا. فالفرد منذ أن ينشأ في المجتمع وتأخذ شخصيته في التكامل تتولد لديه مجموعة من القيم والمفاهيم وتفرض عليه أن يهتم أو لا يهتم بها، ويتصور تلك التي

تعنيه وتصير موضع اهتمامه بأسلوب معين، وإن يقدر أبعاد تلك المشاكل والقضايا تبعاً لأهداف محددة، وهو بذلك يخضع لشحنات انفعالية وقد يتأثر بتراث وتقاليد لكنه دائماً يتقبل تلك المشاكل والقضايا ويطحنها في وعائه ويفهمها بأسلوبه.

والإدراك بهذا المعنى ليس إلا مظهراً من مظاهر التعبير عن كيفية فهم الفرد وتصوره للمشكلات والقضايا التي تدور حولها ظاهرة الرأي العام. وهو بهذا المعنى أيضاً لا يفهم إلا ما يدور وبالطريقة التي يريد، وبالشكل الذي يتقبله وعاءه الشعوري واللاشعوري. هذه الحقيقة توضح المهمة الخطيرة التي تستطيع أن تؤديها وسائل وأجهزة الإعلام و القيادة أو قادة الرأي أيضاً في تشكل الوعاء الإدراكي للفرد.

2-مرحلة الصراع (CONFLIT): إن مرحلة الإدراك هي مرحلة ذاتية فردية بينما مرحلة الصراع تعني الانتقال المتتالي من إدراك المشكلة إلى التعبير المشترك للمشكلة بالقوى الاجتماعية، والصراع بهذا المعنى يأخذ صور متعددة ومنتالية:

الصراع الذاتي: يكون على مستوى الفرد، ويميز التناقض بين الإدراك للمشكلة في أبعاده المختلفة والمصالح المعقدة التي يرتبط بها الفرد من حيث وجوده ونشاطه ليحدث تفاعلاً وتكاملاً أو تمزقاً وتردداً لديه نتيجة محدودية فرديته.

الصراع الجماعي: يكون على مستوى الجماعة، وينتقل الصراع الذي يرتبط بالقوى الاجتماعية التي تتركز حولها مصالح ومواقف الفرد الذي يسعى إلى أن يؤقلم بين موقفه وموقف تلك الفئات أو القوى الاجتماعية التي ينتمي إليها. وهكذا فإنه عندما تثار مشكلة فإن القوى الاجتماعية أو البؤر الإصلاحية تلجأ لأن تفرض أوضاعها بحيث تتحرر لتتفاعل أو تتعارض تبعاً لمصالحها أو

ارتباطاتها لتعبر بهذا تعبيراً مباشراً أو غير مباشر عن العلاقة المرتبطة بتلك البؤر أو المصالح المختلفة . وهذا الصراع الجماعي مهما طال سوف ينتهي الى تغليب وجهة نظر معينة بحيث تصير هذه الوجهة معبرة عن القوة ككل أو الفئة أو الطبقة، ويساعد على بلورة الصراع الجماعي وجود تنظيمات هيكلية تقوم بعملية تجميع القوى وتنظيمها، إذ أن كل تنظيم شرعي يفترض درجة معينة من الانسجام ليسمح بعملية التكفل بين الجماعات التي تجمعها مصالح مشتركة والذي يساعد على أدائها، والتي غالباً ما تسمى عند علماء الاتصال بقنوات التعبير عن الرأي والتنظيمات التي تؤدي هذه الوظيفة يمكن أن تكون سياسية كالأحزاب أو غير سياسية كمنظمات العمال أو الجمعيات الثقافية ...

الصراع النظامي: يصير الصراع في مرحلة الثالثة نظامياً، وهنا تبرز بشكل أكثر التنظيمات السياسية أو الأحزاب، فالحزب السياسي هو وحده الذي من حقه أن يعبر عن هذه الصورة من صور الصراع، وهو الوحيد أيضاً الذي بإمكانه أن ينقل الصراع من التناقضات بين الجماعات لبصير صراعاً نظامياً. وهنا تبرز بشكل جلي ما تسمى بصحافة الرأي في إطار الإعلام المكتوب الذي يدين بالولاء للحزب ليعكس أفكاره ويدافع عن وجهة نظره أو موقفه من عناصر تشكيل القضايا أو المشاكل المطروحة.

3-مرحلة التركيز (CONCENTRATION): خلال المرحلة الثانية أي مرحلة الصراع ينتهي الرأي من التعبير عن نفسه، وإن الرأي لم يعد خاصاً وليس فنئياً وإنما هو رأي عام ، إذ خرج من الحيز الباطن إلى العلانية بحيث أضحى يعبر عن نفسه تعبيراً صريحاً . لكن مفهوم الرأي العام يفترض الاختلاف في وجهات النظر والتعدد في الرقعة والحدود التي تكون موضوع نقاش وخلاف أو تعدد

ينتهي إلى نوع من التركيز لينتهي إلى شيء من التوثيق والتقارب في وجهات النظر، بعبارة أخرى يأخذ هذا الصراع عملية تطور تتجلى في مرحلتين :

-مرحلة تبرز فيها المفاهيم الأساسية أو الأفكار والحقائق التي تدور حولها المشكلة من حيث أبعادها، نتائجها ومقوماتها...هذا الاتضاح سيؤدي إلى تقارب بين المواقف أو على الأقل سوف يكشف مختلف نقاط التلاقي، وبالمقابل نقاط التعارض.

-مرحلة تؤدي إلى التوافق من حيث المواقف، وبالتالي تركيز اتجاهات الرأي العام.

وبالتالي تنتهي مرحلة التركيز في اغلب الأحيان الى مواقف ثلاثة : مؤيد أو معارض أو غير مهتم. مع اختلاف في درجات التأثير والمعارضة و كذا سبب اللامبالاة. وهكذا يكون قد أدى وظيفته الايجابية بالإعلان عن موقف حقيقي لمختلف القوى الاجتماعية التي يتكون منها المجتمع.

4-مرحلة الرضى: بانقضاء المرحلة الثانية فإن الرأي العام يكون قد أدى وظيفته، وانهي عملية الربط بين السلوك الفردي والمواقف الجماعية ، ولكنه في بعض الأحيان وتبعاً لطبيعة المشكلة ومدى أهميتها وعمقها بالوعي الاجتماعي أو التطور السياسي العام . فقد يبدأ تطور لاحق يعكس الانتقال من ظاهرة الرأي إلى صورة جديدة من صور السلوك الجماعي الذي سوف يبدي أو يوضح أو يتجلى من خلاله التركيز في الرؤى لأن الصراع والتركيز مع ما تعنيه الكلمتين من تصادم فكري يفترض المناقشة يؤدي تدريجياً و بصلة خاصة ، و هنا يتدخل عامل الزمن الى إيضاحها (نقاط الاختلاف و التلاقي).الاتفاق أو التقابل حول نقطة معينة بخصوص مشكلة محور الرأي العام، وهذا التركيز في وجهات النظر هو ما يسمى مرحلة الرضى والتوافق بين مختلف فئات وشرائح الرأي العام، بمعنى أن الصراع والتركيز سوف يؤدي إلى تحقيق وحدة معينة في اتجاهات

الرأي، الوحدة في دلالة على تراضي الأطراف وهي تمثل أقوى مراحل تطور الظاهرة والمصدر الحقيقي لعملية صنع القرار، كما أن تجلياتها تكون واضحة بعلاقة الحاكم بالمحكوم حيث تؤدي إلى التقابل بينهما.

عقب مرحلة الرضى فإن تطور الرأي العام لا يعني التحلل السلوكي إلا بقسط محدود، بحيث إنها سوف تتدخل في تشكل ظواهر أخرى. هذه المراحل المتتابعة سوف تختلف من مشكلة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر كما هو الحال في المراحل الأربعة السابقة

5-مرحلة الاندماج:المعنى العام له هو اندماج الفرد في عقيدة الجماعة ككل. ويقصد بذلك بأن القسط الذي اتفق عليه المجتمع وعبر عنه بشكل الرضى والتوافق يرتد نحو الفرد ليصب في وعاء اللاشعور. وفي مرحلة الاندماج هذه ينتقل السلوك الجماعي من مجرد الاشتراك في الرأي إلى اتحاد السلوك الجماعي ليشكل أحد عناصر ومقومات السلوك الفردي، حيث تحدث حركة اندماج قوية من جانب المواطن إلى استيعاب ذلك القسط الذي اتفقت عليه الجماعة ليصل لا مجرد تعبير عن رأي و إنما عنصر من عناصر تركيبته العقيدية. هذه العملية تبلغ أقصاها في الموقف الشخصي المتردد أو المعارض ولو بصفة نسبية ن لذلك الموقف الذي دارت حوله عملية الرضى. ولكنه أيضا ذو فعالية بالنسبة لنموذج آخر من نماذج ومواقف الرأي العام. حيث أن هذه العملية تنتج إلى إحداث نوع معين من أنواع التوافق بين الشخصية الفردية وبين السلوك الجماعي أو ما استقرت عليه الجماعة.

6-مرحلة الاستقرار: تمثل أساسا هذه المرحلة في تلاقي أو توافق بشكل من الاستقرار لهذه القوى التي تشكل النظام السياسي، لذا فالرضى والاندماج يخلقان نوع من الترابط في المجتمع وأجزاء النظام السياسي.

إن الرأي العام بطبيعته مؤقت ويتحدد بخصوص مشكلة أو قضية ما ، وبالتالي فهو يختفي باختفائها، أو على الأقل بظهور مشكلة أكثر أهمية بالنسبة للمجتمع. إلا أن الاختفاء لا يكون كلية ، ذلك أن الرأي العام سيشكل نوع من الخبرة التي سوف تتشكل فيما بعد الخلفية الحقيقية التي ينطلق منها المجتمع أو مختلف القوى الممثلة له. ووصول الصراع الفكري حول مشكلة من المشاكل إلى مرتبة الرضى، ثم تعميق ذلك الرضى في الشخصية الفردية باسم الاندماج لابد وان يخلق نوع من الترابط بين القوى المشكلة للنظام السياسي. والترابط أيضا بين القوى الاجتماعية والنظامية. وأيضا الترابط بين القوى الحاكمة والمحكومة، بحيث تكون كل منها تعبر تعبيرا مرادفا عن الأخرى. بمعنى سيكون هناك تناسق بين الطرفين كدلالة على النظام الديمقراطي الذي هو بيئة الرأي العام، و من ثم سوف يتجلى الاستقرار السياسي.

7-مرحلة الشمول: هنا يأخذ الرأي العام مرحلة الشمولية، وهو يعكس النتيجة النهائية التي سوف تنتهي إليها الظاهرة. بمعنى أنها سوف تفنى كبقية الظواهر الأخرى، إلا أن فناء هذه الظاهرة (الرأي العام) سوف يؤدي إلى تكون ظاهرة أخرى أو مصدر لبروز ظواهر أخرى.

و يقصد بالشمول عندما تتضح تلك الجزئية بالقسط الذي انتهى إليه الرأي العام لتصير بعد أن تكون قد ارتبطت ارتباط فعلي بالمجتمع السياسي لتصبح كحقيقة كلية تعبر عن سمة من سمات

هذا المجتمع التي تتدخل في تشكيل الطابع القومي له، لتصبح أحيانا أحد عناصر التوثيق بين المجتمعات كما هو الحال في الطابع القومي العربي نحو القضية الفلسطينية.

كما إن محاولة تحديد مراحل معينة لتكوين الرأي العام أو لتطور عملية هي محاولة تجري على مستوى التحليل النظري لأن ظاهرة الرأي العام ظاهرة معقدة للغاية فضلا عن أسلوب تكوينها أو تتابعها المرحلي قد يتميز بالتكامل الشديد، بحي يصعب وضع حد فاصل بين مرحلة وأخرى، ومع ذلك يتعين إجراء عملية التحليل هذه بغرض فهم الملامح العامة لكل مرحلة، علما بأن المراحل لا يشترط أن تتعاقب بالصورة التي تحدد وإنما يمكن تصور إخفاء بعضها أو تكتل أو تكامل بعضها في مرحلة واحدة. ويمكن التمييز بين عدة مراحل أساسية من بينها: **(سمير عبد الحميد علي، دس ، ص72)**

*إدراك الجماعة لموقف ما على أن يمثل مشكلة واهتماماتهم بها وإقرارهم على انه يجب اتخاذ تصرف ما نحوه والقيام باستكشاف الحلول الممكنة خلال جمع بعض الحقائق والأفكار والمعلومات عن هذا الموقف من مصادر متعددة.

*المناقشات والتساؤلات: حيث تظهر التساؤلات حول مدى أهمية الموضوع وخطورته والعمل على استكشاف الحلول الممكنة له من خلال جمع بعض الحائق عن الموقف والعمل على إمكانية التوصل إلى حله.

*بروز المقترحات من خلال المناقشة وظهور اقتراحات بديلة لحل المشكلة مع تبادل آراء أفراد الجماعة ومناقشة هذه البدائل

*تبلور الآراء نتيجة اختلاف وجهات النظر حول المقترحات، حيث تتبلور إما كأراء معارضة أو مؤيدة أو محايدة.

*الاتفاق الجماعي: حيث تصل الجماعة إلى الاتفاق على أن بديلا معيناً يمثل حلاً أفضل للموقف ويكون هذا البديل عادة هو الرأي الأكثر قوة واعتدالاً وواقعية. ويصبح هذا هو الرأي العام.

*ترويج الرأي: حيث يتم الاتفاق على قبول الرأي أو الحل البديل مما يؤدي إلى زيادة وعي الجماعة وإدراكها.

*السلوك الجماعي: وهو التعبير عن الرأي العام بعد إتمام تكوينه عن طريق تنفيذ برامج عمل والاستمرارية فيه حتى الوصول إلى النتيجة المطلوبة. (محي الدين عبد الحليم، 2009، ص92)

المحور الثالث: طرق قياس الرأي العام وعلاقته ببعض النماذج الاتصالية

المحاضرة الحادية عشر: طرق قياس الرأي العام

المحاضرة الثانية عشر: الرأي العام والاتصال الرقمي

المحاضرة الثالثة عشر: الرأي العام والدعاية

المحاضرة الرابعة عشر: الرأي العام والديمقراطية

المحاضرة الخامسة عشر: الرأي العام والعولمة

المحاضرة الحادية عشر: طرق قياس الرأي العام

يكاد يجمع الباحثون على وجود ثلاث طرق للقياس في مجال الرأي العام: (عاطف عدلي

العبد، 1999، ص 98)

1- طريقة الاستقصاء: (استطلاع مباشر/ استبيان):

تعتبر طريقة الاستبيان من أكثر الطرق المستخدمة في البحوث السياسية والاجتماعية والإعلامية. ويمكن تعريف الاستبيان على أنه أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين، ويقدم في شكل أسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان، (ويسمى أيضا الاستقصاء، الاستمارة، الاستبيان)

2- طريقة المسح:

تتضمن الدراسات المسحية جمع بيانات من عدد كبير من الأفراد بغرض الوصول إلى الإجابة عن تساؤل مطروح دون الاقتصار على حالة واحدة. ويمكن للقائم بمسح الرأي العام أن يتبع نوعين من المسح إما المسح الشامل وإما المسح بالعينة

المسح الشامل: يتم إجراؤه على كافة وحدات المجتمع، يتميز بشموليته وعموم نتائجه، واقتربها من الحقيقة أكثر. هذه الطريقة لا تستخدم غالبا إلا من طرف هيئات متخصصة في الإحصاء، وهي الهيئات والمراكز التي تمتلك الوسائل المادية والبشرية لإجراء مسح شاملة.

ويمكن حصر مجموعة من الخصائص والمميزات للمسح الشامل فيما يلي:

-كثرة التكاليف نظرا لامتداده على مساحة واسعة، وتعامله مع مجموعة كبيرة من الأفراد

-امتداده على مساحات واسعة، وعلى فترات زمنية قد تصل إلى سنوات

-يحتاج إلى فرق بحث مدربة ومؤهلة ومقاومة

المسح بالعينة: نظرا لعدم قدرة الباحث على إجراء المسح الشامل يضطر القائم بقياس الرأي العام للاستعانة بطريقة المسح بالعينة الذي تتعدد فيه أنواع المعاينة، وتتنوع حسب تجانس المجتمع، وأهداف البحث. (عمار بوحوش ومحمد الذنبيات، 1999، ص66)

وأيا كان نوع المسح فالقائم بقياس الرأي العام يمكنه الاستعانة بأداتي الملاحظة والمقابلة

الملاحظة: واحدة من أهم طرق قياس الرأي العام، وهي تستخدم بشكل خاص في الموضوعات التي غالبا لا يرغب الناس في الحديث عنها مجاهرة أو الإجابة عن الأسئلة التي توجه إليهم حولها. ويهتم الملاحظ (الباحث الميداني) بتسجيل الآراء والإشارات والانفعالات للشخص المبحوث، ويتواجد الملاحظون في كافة التجمعات الجماهيرية مثل النوادي والمقاهي ودور السينما والمواصلات.ويقومون بكتابة الآراء دون ذكر الأسماء لأن المهم هو الرأي نفسه وليس صاحب الرأي.

المقابلة: هي أداة لقياس الرأي العام،وتقوم على علاقة شفوية بين الباحث الميداني والحالة موضع الدراسة، وهكذا تختلف المقابلة عن الاستبيان في وجود طرف ثالث يتدخل في العلاقة بين مخطط الاستمارة والحالة موضوع الدراسة، فيثور احتمال أن تؤثر في آرائها بها ينتفي معه شرط الموضوعية والجديّة.

3-تحليل المضمون:

ويعدمن أحدث طرق القياس وجمع البيانات عن الرأي العام، حيث يمكن للباحث القيام بجمع البيانات عن الرأي العام عن طريق تحليل السلوك اللفظي المتوفر في شكل رسائل اتصالية للأفراد باستخدام تحليل المضمون. وذلك بدلا من ملاحظة سلوك الأفراد أو المقابلة أو الاستبيان. ومن ثم فإن تحليل المضمون يتفوق على الأدوات السابقة في تخطيه لمشكلة الزمن، حيث أن الوسائل السابقة محددة بينما تحليل المضمون ليس محكوم بأي زمن، ويمكن تعريف تحليل المضمون أنه أسلوب أو أداة بحث لوصف المحتوى الظاهر أو الواضح للرسائل الإعلامية وصفا كميا وموضوعيا منظما. كما يعرف على أنه أسلوب لإنشاء الاستدلالات من خلال تحديد وتعريف خصائص الرسائل بشكل نظامي وموضوعي. ويعتمد تحليل المضمون أساسا على ما ومكتوب من صحف أو كتب أو مجلات أو من خلال المضمون الظاهر للوثيقة المكتوبة أو الشيء الكامن الذي لم يعبر عنه صاحبه صراحة (غير المكتوب).

وقد بدأ استخدام تحليل المضمون في تحليل المحتويات الفعلية لظواهر سلوكية واجتماعية واقتصادية وسياسية...وهو ذو فائدة كبيرة في تحديد العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي العام لشريحة اقتصادية واجتماعية في مجتمع دون غيره من المجتمعات. كما يعتمد تحليل المضمون على الدراسات الميدانية والوثائق والإحصائيات الرسمية، وما تنقله وسائل الإعلام للوصول إلى

المواقف والآراء الفعلية للجماهير نحو قضية معينة. (محمد عبيدات وآخرون، 1999، ص62)

وتواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية على وجه الخصوص مجموعة من المشكلات

يمكن حصرها فيما يلي:

-نقص المعلومات المتاحة للأفراد كمياً وكيفياً، وأهميتها في تكوين الرأي خاصة في عصر تدفق المعلومات.

-النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات، والمقصود بها وسائل الإعلام والاتصال.

-تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام.

-اللااستقرار السياسي والاقتصادي والأمني لعدد من هذه الدول، مما يعيق قياسات الرأي العام، ناهيك على السطحية وعدم العمق، وصغر شرائح الرأي العام المعتدلة.

-كثرة وتشعب المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام وفي مقدمتها التشكيك في أهميته، وانخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة ومحاولة التخلص من الباحث. بالإضافة إلى صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محاكاة خارجية للقياس أو قلة أو ندرة المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات. (**سمير محمد**

حسين، 1984، ص353)

المحاضرة الثانية عشر: الرأي العام والاتصال الرقمي

يعرف الاتصال الرقمي بأنه المهارة الأساسية لمعظم الاعتمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار من المفاهيم والإنتاج والتواصل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم ، حيث ان الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية بالإضافة إلى بعض التعريفات التي اقترنت باستخدام الحاسب الآلي والوسائل المتعددة في الاتصال: مثل الاتصال من خلال الكمبيوتر، الاتصال القائم على الكمبيوتر دون التعمق في الأبعاد الإنسانية والاجتماعية لهذا المفهوم من الاتصال، وهذا ما يؤكد الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتقنياتها وتأثيراتها. لذا يجب التركيز في تعريف الاتصال الرقمي على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الأساسية للاتصال بين أطرافه حيث يتم تبادل المعلومات وترميزها او معالجتها بواسطة هذه النظم، وفي نفس الوقت فإن الاتصال في هذا الاتساق يقع في الإطار الأوسع لمفهوم الاتصال وعناصره وأشكاله ونماذجه لأنه في النهاية اتصال إنساني بين أفراد لتحقيق أهداف ما. وقد ساعدت هذه النظم أيضا على تطوير مستويات وأشكال الاتصال القائمة، وتوفير أشكال حديثة منها بحيث تؤدي في النهاية الى تعظيم قدر الاستفادة من توظيف هذه التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات. وعلى العموم هناك ثلاثة منظومات تواصلية داخل شبكة الانترنت تتمثل الأولى في المنظومة الفردية والجمعية كالمدونات والمنديات والحوارات والبريد الالكتروني، الدردشة ومواقع الويكي. وأما الثانية فهي المنظومة المؤسسية (مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية والجمعيات الحكومية...) وأما الثالثة فهي منظومة إعلامية كالمواقع

الإعلامية والإخبارية، حيث يمثل المضمون مقياساً رئيسياً يمكن اعتماده لتشخيص منظومة ما. (

حسين جعفر الطائي، 2013، ص116)

أثبتت وسائل الاتصال الرقمي في السنوات الأخيرة بأنها العنصر الفعال في الأحداث الساخنة والحرجة دولياً، بأدواتها الحديثة والمتطورة وسرعة انتشارها عبر الإنترنت حول العالم. واعتبرت هذه الوسائل الرقمية المصير الأول والمغذي لجميع أشكال النشر الإعلامي، بل هي من تضخم الأحداث أو تقلل من أهميتها وتحدد مستوى انتشارها، وتستند في ذلك على طبيعة الصور والفيديوهات التي تنتقلها للآخرين بأسرع ما يمكن، فتتحرك الناس إما سلباً أم إيجاباً وتحديثهم بالضد أو مع.

وقد تجلى ذلك بوضوح خلال الساعات العشر التي استغرقها انقلاب الجمعة بتركيا في 15 تموز 2016 فبرز دور الإعلام والاتصال ليكون نقطة اعتماد المسؤولين وصناع القرار والمتابعين من كل أنحاء العالم لمعرفة تفاصيل ومجريات الحدث، وسجلت منصات الإعلام الاجتماعي انفراداً غير مسبوق حتى على الأجهزة المعنية من المخابرات الرسمية وكبار المسؤولين المدنيين. حيث اظهر الاتصال الرقمي وزير الخارجية والرياضة والشباب في تركيا يتفرجان بدهشة من مطعم تفاصيل الانقلاب العسكري عبر شاشة التلفاز، وجرى تصويرهما عبر كاميرا موبايل محمول، وأرسلت إلى الفضائيات لتنتقلها للمشاهدين بطريقة إعلامية عززت كثيراً من قدراته الخارقة هذه وتجعله يشكل مصدراً إخبارياً للفضائيات بكل الأوقات وبالذات في النقاط وتوريد الصورة النادرة.

وهكذا أثبتت سرعة الأحداث وسخونتها وتعددتها انتهاء عصر الكاميرات الكبيرة والمعدات، وأصبحت بإمكان الصحفيين الماهرين بالتصوير عبر أجهزة الهاتف الشخصي المحمول بتأدية

مهاراتهم. ولعل الفيصل في هذا هو تلك الخصائص التي تميز الاتصال الرقمي من تفاعلية من جهة والتنوع في تطور المستحدثات الرقمية الذي أدى إلى ارتفاع القدرة على التخزين وتوظيف أفضل عملية اتصالية بما يتفق مع حاجات الفرد وتوقعاته من جهة أخرى. بالإضافة إلى ذلك التكامل والفردية الذين حققا حرية كبيرة للمستخدم في التحول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال. كما أن إمكانياته في تجاوز الحدود الثقافية والزمان والمكان قريبا من المجتمعات البشرية وازداد عدد مستخدمي شبكات الإنترنت التي تعد مجموعة شبكات دولية وإقليمية في تزايد يومي. (ماهر عودة وآخرون، 2015، ص70)

وفي وقتنا الحالي فإن الإعلام والاتصال الرقمي اعتمد على سرعة التعامل في نقل المحتوى الإعلامي بتفاعلية الاستخدام المتبادل عبر تطبيقات فنية لأجهزة الموبايل الشخصي، ولكن بكل ما تم الحديث عنه من قدرة التقنيات الإعلامية على السرعة والتفاعلية لكن يبقى العنصر المؤثر والأكثر ضمنا لنجاح العملية الاتصالية هو الإعلامي الواعي لواجبه التنويري ويتمسك بلغة الحقائق في سبيل الموضوعية وإعطاء المتلقي الصورة الكاملة لما يجري ومساعدته على تكوين الصورة الواضحة.

ما يمكن استخلاصه أن الاتصال الرقمي أصبح له دور كبير في صناعة وتشكيل الرأي العام ليس فقط على المستوى المحلي بل العالمي ككل، حيث ساعد على ذلك زيادة الارتباط العالمي بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات. وأصبح هناك ما يزيد على مليار مستخدم للإنترنت وما يزيد على أربعة ملايين مستخدم للهاتف المحمول، وهذا ما انعكس في ظهور فاعلين كثيرين في تشكيل الرأي العام. وفتح المجال للتأثير في هذا الخير والمساهمة فيه، حيث أن استخدام تلك الوسائل الجديدة

بشكل جيد وإيجابي ساهمت في تحقيق التواصل الاجتماعي بين العديد من التجمعات البشرية والأفراد من كافة أنحاء العالم، حول قضايا مشتركة تؤثر فيهم ويؤثرون في انتشارها.

المحاضرة الثالثة عشر: الرأي العام والدعاية

لقد ارتبط مصطلح الدعاية بأذهان الكثير من الناس مصحوبا بصفة الكذب، حيث ان هذا المصطلح وخاصة في الظروف الطارئة وظروف الحرب يستخدم استخداما فعليا في الاتصال بالجمهير وضمانا لتأييدهم للقائد أو زعيم، وأبرز دليل على ذلك ما حدث في الحرب العالمية الثانية في ألمانيا حيث قام هتلر بدور ايجابي وفعال في قيادة شعبه نحو الحرب وحتى محاربة معظم الدول الأوروبية مستخدما الدعاية والشعارات. لهذا تتجلى أهمية الدعاية كوسيلة في الظروف الطارئة لتنمية الشعور الوطني ورفع المعنويات. كما يعرف البعض الدعاية على أنها نشر المعلومات والحقائق أو المبادئ أو الإشاعات أو الأكاذيب وفق اتجاه معين من جانب فرد أو جماعة. (احمد محمد مرسي، 2009، ص43) والدعاية أنواع عديدة منها السياسية والتي تضم الأساليب التي تستخدمها الحكومة أو الحزب أو الإدارة أو جماعة الضغط بهدف التأثير لتغيير سلوك الجمهور وموقفه السياسي. ومنها الاجتماعية والتي تسعى إلى أن تدمج في المجتمع أكبر عدد من أفرادها وتوحد سلوكهم بناء على نمط المجتمع، ولنشر أسلوب المجتمع في الحياة خارجيا، ومن ثم فرض نمط هذا المجتمع على جماعات أخرى. والدعاية الدينية التي تهدف الى تحويل الناس من معتقداتهم الدينية إلى معتقدات أخرى، وتعرف عند المسلمين بالدعوة وعند المسيح بالتبشير. بالإضافة إلى الدعاية النفسية والتي تنشط أثناء الحروب وتهدف إلى إضعاف الروح المعنوية عند الخصم وتحقيق الدعم والتأييد لها عند شعب أو شعوب محايدة. والدعاية التجارية وهي الإعلان الذي يسعى فيه الدعائي إلى الترويج لسلعة ما أو خدمة ما، تكون مدفوعة الأجر ومعلن عنها.

وتعتمد الدعاية على وسائل رئيسية أربعة تتمثل الأولى في الوسائل المطبوعة كالصحف والمجلات والكتب والإعلانات والملصقات...والثانية في الوسائل المنطوقة أو الصوتية كالخطب والغاني والأناشيد الوطنية التي تستعين بالراديو...والثالثة في الوسائل المرئية كالتماثيل والصور الفوتوغرافية والعلامات الإعلامية والرموز والشعارات...وأما الرابعة فهي الوسائل المنطوقة والمرئية وهي التي تجمع الصوت والصورة كالسينما والتلفزيون والانترنت...وإذا كانت هذه الوسائل قد استخدمت في أغراض التسلية والترجيح والتعليم والدعاية التجارية والإعلان، فهي تستخدم كذلك في أغراض الدعاية السياسية. (عبد اللطيف حمزة، 1984، ص38)

فالدعاية تلقن المواطنين عددا من النظريات والدروس، فتحرك فيهم الحماس للتعاون وبذل الجهود من اجل أهداف يراد تحقيقها، وتجعل من الرأي العام عرضة لتبديل ناعته وتغيير أفكاره وعواطفه. وتعتبر الدعاية من أهم الأحداث العالمية التي تكون ذات أساليب مقنعة ومؤثرة تدخل اليأس في قلب العدو ولا يجد أمامه سبيلا إلى الهروب. وعند متابعة الناس إلى أحداث قد تشعر بالخوف والارتباك، وهنا بحاجة إلى تصريحات رسمية حول الأزمات والحاجة إلى سياسة تنشر الوثائم بين الناس وتعطيهم قوة إلى الأمام أي تقليص الخوف ونشر الاطمئنان بين المواطنين ذو العقائد المختلفة، وهذه مسؤولية الحكومة للاضطلاع بها لإيصال الدعاية إلى مستوى ينبغي بثقة الجماهير. وتعد وزارة الدفاع من الدعاة الرسميين في خطة الدفاع أو الهجوم أو الحشد واستجماع القوة أو المباغته، وكذلك وزارة الخارجية التي يجب أن تخصص دوائر من اجل الدفاع عن سياسة بلادها. وظروف الدعاية تختلف من حدث إلى آخر في حال الحرب تلقى سياسة الحكومة تأييد كبير من الجمهور والكتل السياسية وتحديد موقفا مشتركا ودعاية تحدد وتسير بالمجتمع لتنويع

أوجه النشاط في شتى الميادين، ونشر فكرة اللقاءات الشعبية، وإذا هبت العاصفة تحولت اللقاءات إلى تيارات يخصص فيها الجهد للتأثير على العدو وتتوحد الجهود ضده ومخاطبة عقول وعواطف الناس ليشاركوا مع الحكومة في معالجة الحدث. وتؤدي الدعاية رسالتها في تقوية التلاحم ونبذ الخلافات وإعداد الشعب نفسياً وفكرياً وبلورة الوعي السياسي والثقافي والاجتماعي، وبناء مجتمع متماسك، والتصدي للدعاية المضادة والرد عليها خوفاً من إيقاع الفتنة وزرع التفارقة وإقامة الحواجز بين فئات المجتمع وتحصن الفرد ضد أساليب الدس والتضليل والكذب الذي يفبركها الإعلام المعادي. ومسؤولية الإعلام الوطني سد وغلق منافذ الهدم وتدمير نشاط العدو وتخزين جراحه والبحث الوسائل لتعريضه. ونتيجة لأهمية الإعلام الذي يمثل نصف المعركة لابد من ثورات إعلامية لتجاوز المحن والتأثير على العدو من خلال ركائز ودعائم متينة تأخذ بالتقدم مدعوماً بحشد من الكفاءات الفكرية والعلمية والفنية منسقة ومتكاملة تملأ كل الزوايا ضمن تنسيق موحد وممنهج لتوعية المواطنين وتبصيرهم، إضافة إلى دعم ورعاية من المسؤولين المباشرين لعلام دون تذليل فعاليته في التأثير على المتلقي.

المحاضرة الرابعة عشر: الرأي العام والديمقراطية

تعد الديمقراطية شكل من أشكال الحكم يشارك فيه جميع المواطنين المؤهلين على قدم المساواة إما بطريقة مباشرة أو عن طريق ممثلين عنهم منتخبين في اقتراح وتطوير واستحداث القوانين. وهي تشمل الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تمكن للمواطنين الممارسة الحرة والمتساوية لتقرير المصير السياسي. ومن أهم أسس الديمقراطية الالتزام بالمسؤولية واحترام النظام وترجيح كفة المعرفة على القوة والعنف. ويطلق مصطلح الديمقراطية على المعنى الضيق أحيانا لوصف نظام الحكم في دولة ديمقراطية، وبمعنى أوسع وصف ثقافة مجتمع. والديمقراطية بهذا المعنى الوسع هي نظام اجتماعي مميز يؤمن به ويسير عليه المجتمع، ويشير إلى ثقافة سياسية وأخلاقية معينة تتجلى فيها مفاهيم تتعلق بضرورة تداول السلطة سلميا وبصورة دورية. ويعود منشأ ومهد الديمقراطية إلى اليونان حيث كانت الديمقراطية الأثينية أول ديمقراطية نشأت في التاريخ البشري (صادق الأسود، 1991، ص94)

ويكون المرء خلال حياته الخاصة ونشاطاته المهنية وعلاقاته الاجتماعية بعض الانطباعات المباشرة التي تعد نقطة انطلاق في تكوين رأيه الذي يكون حكما على الأحداث يتراوح بين التأييد والرفض واللامبالاة. ويأمل من حكمه المتغير حسب معتقداته تحليل الوقائع واستخلاص النتائج.

واختلفت وجهات النظر حول مدى أهمية وقوة الدور الذي يؤديه الرأي العام، فهناك من يرى أنه يؤدي دورا رئيسيا في الحياة السياسية بالاستناد إلى طبيعة العلاقة بين السلطة والرأي العام، تلك العلاقة التي يجب أن تتوضح من خلال نظرة الرأي العام للسلطة باعتبارها ممثلة لأغلبية الشعب انطلاقا من مبادئ السيادة الشعبية والديمقراطية، والتعاقد الاجتماعي، وباعتبار أن السلطة تملك

أقوى وسائل التأثير على الرأي العام. ومن هنا تأتي أهمية الرأي العلاقة بين السلطة بأنواعها وبين الرأي العام بأشكاله وتياراته. بينما يؤكد الاتجاه الآخر على ان الرأي العام معطل ومشلول لذلك فإن فعاليته منعدمة في الحياة السياسية أوفي علاقته بالسلطة في بلد ما أو آخر. وبين وجهتي نظر دعاة كل مجموعة يبدو أن أهمية الرأي العام

تتمثل عموما في أنه يتبع الشرعية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على النظام السياسي وقراراته المتعلقة بالسياسة العامة للدولة، وأن إتباع تلك الشرعية يمثل صورة من الرضى العام على القرارات المتخذة. وتهتم الحكومات بصورة مباشرة بظاهرة تكوين الرأي العام وتطوره، هذا الرأي هو في الوقت عينه قوة لحساب السلطة. ويكاد يجمع المختصون أن الرأي العام موجود في كل الأنظمة السياسية سواءا كانت ديمقراطية أو ديكتاتورية استبدادية، ولكن يتباين الرأي العام في دوره من نظام لآخر، ففي الأنظمة الديمقراطية تكفل الحريات نظريا حيث يمكن للمواطن ممارسة حقوقه المدنية، حيث يؤثر بشكل قوي في اتجاه السلطة ومواقفها، ومن هذه الحريات والحقوق حق إبداء الرأي وحق الاجتماع وتكوين المنظمات السياسية وحق انتخاب ممثليه في المجالس المختلفة. وبالتالي فالنظام الديمقراطي ساهم في توفير هذه الحريات ومن ثم ساعد بشكل كبير وغير مباشر على بلورة تيارات رأي عام حر وأصيل. وبالتالي تدخل الدولة للحد من حرية استخدام المواطن لهذه الحقوق يعد تدخلا غير مباشر في اتجاه الرأي العام. أما في الأنظمة الأخرى غير الديمقراطية فإن الرأي العام فيها غالبا ما يكون موجود، ولكن غير فعال في علاقاته مع السلطة. وهكذا نستنتج أن النظام الديمقراطي الذي يعبر عن الرأي العام وحقيقة دوره إزاء السلطة (سعد الدين خضر،

1968، ص06)

وصار واضحا أن القاسم المشترك بين الرأي العام الفاعل والديمقراطية هو النظام السياسي. وبعبارة أدق إن طبيعة النظام القائم تحدد الرأي العام ومدى تأثيره بالديمقراطية، فضلا أنها تحدد طبيعة الديمقراطية ودورها في الحياة السياسية. وواضح أن لطبيعة نظام الحكم أهمية قصوى في تحديد ماهية الرأي العام وتطوير مواقفه، فنظام الحكم المطلق لا يسمح بظهور تيارات معارضة في الرأي العام، وقد عبر "جوزيف ستالين" سنة 1929م عندما أعلن " يجب أن يكون الرأي العام لا أكثر من انعكاس لمبادئنا وآرائنا" وفي البلدان التي يحكمها حزب واحد يسمح للآراء أن تختلف فقط داخل نطاق الحزب، وهناك تحل وتسوى دون ان تبرز بوضوح على مسرح الحياة اليومية. كما يلاحظ أيضا أن عملية التوجيه والإعلام تصدر عن جهاز مركزي موحد وفق نهج الحزب وخطه، وينطبق الحال على المشاركة السياسية الديمقراطية بالقدر التي تكون فيه ضمن النظام السياسي لمساندته ودعم قراراته. وإذا كان الأمر كذلك فإن غياب التعبير الحقيقي عن الرأي العام والمشاركة الديمقراطية يولد ذلك الغياب الكثير من التناقضات في التركيبة المجتمعية، ففي نظام الحكم الديمقراطي فالمفروض أن يجد الرأي العام المناخ السليم لنموه وازدهاره وازدياد فعاليته. فالديمقراطية تقتضي السماح بتعدد وتنوع واختلاف الآراء يعد سمة من أبرز سمات الديمقراطية. وفي ظل الحكم الديمقراطي تزدهر المشاركة السياسية وغيرها، بل أن الحكم لا يوصف بالديمقراطية ما لم فيه مشاركة حقيقية وفعالة، ما يعزز فكرة أن الرأي العام يرسخ الحكم الديمقراطي. (ألفريد سوفي

ترجمة كامل عياد ، د س ، ص 56)

المحاضرة الخامسة عشر: الرأي العام والعولمة

تعددت التعاريف التي صيغت لمصطلح العولمة حيث عرفت اللجنة الأوروبية عام 1997 أنها العملية التي عن طريقها ومن خلالها تصبح الأسواق في الدول المختلفة تعتمد كل منها على الأخرى اعتمادا كليا بشكل متزايد بسبب آليات التجارة في السلع والخدمات والتدفق الحر لرأس المال والتكنولوجيا، وهي ليست ظاهرة جديدة ولكنها استمرار للتطورات التي توالى وتتابعت لفترة طويلة من الزمن...ويرى الباحث الأمريكي "توماس فريدمان" بأن العولمة هي نظام عالمي جديد يعيد تشكيل الرأي العام عن طريق إعادة تشكيل القنوات لدى المجتمعات والأفراد. وتناول المفكر "صادق جلال العظم" العولمة من وجهة نظر اقتصادية حيث يرى بأنها حقبة التحول الرأسمالي العميق للإنسانية جمعاء في ظل هيمنة دول المركز وبقيادتها وتحت سيطرتها، وفي ظل سيادة نظام عالمي للتبادل غير المتكافئ. ويعتبر " عبد الإله بلقزيز" العولمة لحظة التتويج لانتصار النظام الرأسمالي العالمي كونيا. وهي نتيجة لتوسع الدولة القومية الحديثة من خلال فيض نظامها الاقتصادي والتكنولوجي والثقافي خارج حدودها السياسية.

ويمكن استخلاص أن العولمة ليست مجرد مفهوم أو حالة راهنة، وإنما هي عملية ديناميكية مستمرة يمكن ملاحظة سيرورتها باستخدام مؤشرات كمية وكيفية، كما أنها ظاهرة مركبة تتداخل في تركيبها مظاهر وعوامل سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وإعلامية وتقنية وعسكرية... (ماجد

شود، 1998، ص 22)

وانطلاقا من الدور الفعال للإعلام في حركة المجتمع في الميادين كافة ومنذ القدم، حين كان يتطلب وصول الخبر من مكان أضعاف الوقت الذي يتطلبه الآن، فيمكن تصور الدور الذي

يضطلع به الإعلام ايجابيا أو سلبيا في عصر العولمة. وحتى يؤدي الإعلام دوره بايجابية لا بد من مواكبة قضايا الأمة والدفع باتجاه وتحقيق الأهداف بشكل مدروس ودقيق. إن عولمة الإعلام هي سمة رئيسية من سمات العصر المتسم بالعولمة، وهي امتداد أو توسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافي نتيجة ذلك التطور لوسائل الإعلام والاتصال التي جعلت بالإمكان فصل المكان عن الهوية والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية والتقليل من مشاعر الانتماء إلى مكان محدود. ومن الأوائل الذين تطرقوا إلى هذا الموضوع عالم الاجتماع الكندي " مارشال ماكلوهان " الذي صاغ في نهاية الستينات ما يسمى بالقرية العالمية. وتشير عولمة الإعلام إلى تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية العابرة للقارات لاستخدامها في نشر وتوسيع نطاق النمط الرأسمالي في كل العالم من خلال ما يقدمه من مضمون عبر وسائل الإعلام في المجالات المختلفة. (محمد عابد الجابري، 1998، ص42)

صار من المؤكد أن للعولمة تأثيراتها الفعالة على الرأي العام في المجتمعات المعاصرة، سواء المتقدم منها أو النامي. وتمثلت أبرز تأثيرات العولمة في الجانب الاجتماعي الذي تمثل في محاولة تكوين شخصية معولمة تصير طبقا لنظام عالمي تحكمه قوة طاغية مهيمنة، إذ سعت العولمة الى محاولة القضاء على الإرث الإنساني للمجتمعات وذلك من خلال العمل على تعميم قيم محددة، وخاصة الأمريكية منها. أما الجانب الاقتصادي فقد برزت تأثيرات العولمة في سيطرة القيم الاستهلاكية لدى الرأي العام على حساب قيم العمل المنتج على المستوى الفردي.

ومن أهم مخاطر العولمة على الرأي العام:

الخطر المجتمعي: يحذر علماء الاجتماع من أن أسوأ ما يقع على المجتمعات هو انقسامها الى طبقات الأغنياء والفقراء، وان الآثار السيئة لتكدس الأموال في أيدي قلة من الناس تسبب تسلطهم وتحكمهم في مصير الكثرة، وتسخرهم لخدمتهم بغير حق. وكمثال لذلك أمريكا ذات النظام الديمقراطي، وكيف يؤثر المال على امتلاك وسائل الإعلام ومن ثم التأثير على الرأي العام.

الخطر الثقافي: وهو محاولة صهر الثقافات الموجودة في ثقافة واحدة هي الثقافة الغربية، وبالذات الأمريكية وجعلها النموذج العالمي، مستغلة التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات وما ترسله عبر الفضائيات من سيل جارف من المواد الإعلامية وتفرغ العالم من الهوية الوطنية والقومية والدينية.

الخطر الأخلاقي: إن ثقافة العولمة هي ثقافة مادية بحتة لا مجال فيها للروحانية أو العواطف النبيلة أو المشاعر الإنسانية، تهمل فيها العلاقات الاجتماعية القائمة على التعاطف والتكافل والاهتمام بمصالح وحقوق الآخرين ومشاعرهم. فهي تشكل عالما يجعل من الشح والبخل فضيلة، ويشجع على الجشع والانتهازية والوصول إلى الأهداف بأية وسيلة دون الاهتمام بالقيم الأخلاقية السائدة في المجتمع. إن وسائل العولمة في مجال الإعلام والاتصالات وخصوصا الأقمار الصناعية التي تلف حول العالم في كل لحظة، وتنتسلل إلى البيوت دون استئذان وتلعب بشخصية الأفراد والأمم تثير في العديد من برامجها الغرائز والشهوات وتحطم قيم الفطرة الإنسانية الرفيعة، فتتناقض بذلك مع النظام الاجتماعي والأخلاقي الفطري.

الخطر الاجتماعي: ويتمثل ذلك بمحاولات الدول الغربية تحت مظلة المم المتحدة أن تفرض نموذجها الاجتماعي، وان تفرض على العالم قيم المجتمع الغربي المختلة في مجال الأسرة والمرأة

من خلال المؤتمرات الدولية في المجالات الاجتماعية المختلفة، ومن خلال المؤتمرات الإقليمية ولجان المتابعة لتوصيات هذه المؤتمرات المتعددة والمنتشرة والتي تدعو إلى اعتماد النموذج الغربي في الحياة الاجتماعية والسكان. كما أن توصيات هذه المؤتمرات قد تصل إلى ما يشبه القرارات الملزمة. (عابدين الشريف، 2006 ، ص75)

خاتمة:

لقد أصبح الرأي العام اليوم قوة كبيرة داخل المجتمع نتيجة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية الراهنة. فهو قوة ذات تأثير كبير في حياة الناس اليومية، حيث بات يبني الشهرة ويهدمها، يؤازر هيئات الخدمة العامة ويضع الوانين ويلغيها، كما أنه يرفع التقاليد الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية أو يتنكر لها، وينفخ في الروح المعنوية أو يثبطها. وقد ارتبط مفهوم الرأي العام بارادة الشعب، وتوغل في الكثير من المجالات المعرفية، وأصبح من الظواهر الاجتماعية التي تآثرت بالعديد من المتغيرات والاصطلاحات كالديمقراطية والعلومة التي مست جوانب مختلفة من الممارسات. ويبقى الإعلام والاتصال من العمليات التي يترتب عليها نشر المعلومات والأخبار أساسها الصدق والصراحة واحترام لقول الجماهير، وتكوين الرأي العام عن طريق تنويره. وأما لدعاية فهي تحاول تكوين الرأي العام عن طريق التأثير في شخصيات الأفراد من خلال دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجأتهم بالأخبار والتهويل فيها وتقديم الوعود الكاذبة الزائفة. وبالتالي فإن كل من الإعلام والاتصال والدعاية وغيرها تعد قوة ايجابية وفعالة لها تأثيرها الناجح في تكوين الرأي العام. فإذا كان وصول الخبر من مكان يتطلب أضعاف الوقت الذي يتطلبه الآن فيمكن تصور الدور الذي يضطلع به الإعلام والاتصال ايجابيا أو سلبيا في عصر العولمة ما يحتم عليه مواكبة قضايا الأمة والدفع باتجاه تحقيق الأهداف بشكل مدروس ودقيق.

قائمة المراجع باللغة العربية:

- 1-أبو النجا العمري، الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، د ط ، الاسكندرية
1986 ،
- 2-أحمد صقر عاشور، السلوك الإنساني في المنظمات ، دار المعرفة الجامعي ، د ط،
الاسكندرية ، 1986
- 3-أحمد محمد المصري، الإدارة الحديثة " الاتصالات، المعلومات، القرارات، مؤسسة شباب
الجامعة، القاهرة، 2000
- 4-احمد محمد مرسي، المدخل إلى الاتصال الجماهيري،ج1، الناشر المكتبة العصرية، المنصورة،
جمهورية مصر العربية، 2009
- 5- احمد محمد غنيم، إدارة الأعمال ، المكتبة العصرية ، د ط ، المنصورة ، 2001 ألفريد
سوفي، ترجمة كامل عياد، الرأي العام، دار دمشق للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، د س
- 6-أميرة منصور يوسف علي، الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، دط ،
الاسكندرية، 1999
- 7-ايزل بوسترونج، ترجمة علي السلمي، مراجعة حسنة أحمد توفيق، مقدمة في إدارة الأعمال،
مكتبة النهضة العصرية، القاهرة ، 1976

8- بهجت كشك ، سلمى جمعة، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 1988

9- بطرس حلاق، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020

10- جميل احمد توفيق، إدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1984

11- جمال الدين محمد المرسي، ثابت عبد الرحمن ادرس، السلوك التنظيمي " نظريات ونماذج

تطبيق عملي لإدارة السلوك في المنظمة "، الدار الجامعية ، دون مكان النشر، 2000

12- جمال مجاهد وآخرون، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، 2010

13- هاني رضا ورامز محمد عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات

والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، دس

14- هالة منصور،الاتصال الفعال مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الاسكندرية، دط ،

2000

15- حسين حريم، السلوك التنظيمي بسلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار الحامد

للنشر، 2004

16- حسين جعفر الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، دار البداية، عمان، الأردن،

2013

17- كمال الغالي ، الإدارة العامة، مطبعة الدودي، دط، دمشق ، 1978

18- كامل خورشيد مراد، مدخل الرأي العام، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط3، عمان، 2013

19- ماجد شهود، العولمة: مفهومها، مظاهرها، مطبعة اليازجي، دمشق، 1998

20- ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015

21- محمد فريد الصحن ، سعيد محمد المصري، إدارة الأعمال، الدار الجامعية للطبع والنشر،

الاسكندرية، 1997

22- محمد منير حجاب ، سحره محمد وهبي، المداخل العامة للعلاقات العامة والمدخل الاتصالي،

دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995

23- محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، مكتب الجامعي الحديث،

الاسكندرية، 1998

24- محمد محمد الهادي، إدارة الأعمال " الأصول العلمية وتطبيقات المعلومات والتكنولوجيا "، دار

المريخ، الرياض، د س

25- محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي،

دمشق، 1998

26- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر،

ط2، عمان، 1999

27-محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه وأنواعه)، ط1، مكتبة الانجلومصرية،

القاهرة، 2009

28-منال طلعت محمود : مدخل إلى علم الاتصال ، دار النشر والتوزيع ، الإسكندرية، 2002

29-مختار التهامي،الرأي العام والحرب النفسية، دار الفكر، القاهرة، 1974

30-مصطفى ربحي عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء

للطباعة والنشر، عمان، 2005

31-نفيسة محمد باشيري، إدارة الموارد البشرية، كلية التجارة ، القاهرة ، د س

32-سعيد يس عامر، الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي، دار النشر، ط2، القاهرة ،

2000

33-سناء الجيور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان،

2015

34-سمير عبد الحميد علي، الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، ماهي للنشر والتوزيع

وخدمات الكمبيوتر، الإسكندرية، دس

35-سعد الدين خضر، الرأي العام قوى التحريك، مطبعة الجمهورية، الموصل، العراق، 1968

36-سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984

37-صادق الأسود، الرأس العام: ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية،مديرية دار الكتب للطباعة

والنشر، بغداد، 1991

38- عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والانساني، دار وائل للطباعة والنشر،

عمان ، ط1 ، 2001

39- عبد الكريم درويش ، وليلى تكلا، أصول الادارة العامة، مكتبة الانجلو مصرية، دط، القاهرة

، 1974

40- عبد الغني بسيوني عبد الله، أصول علم الادارة العامة " دراسة لأصول و مبادئ علم الإدارة

العامة في الإسلام والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا ومصر ولبنان"، الدار الجامعية للطباعة

والنشر، 1993

41- عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال " المفهوم و الأهمية النسبية ونطاق الدراسة " ، المكتب

العربي الحديث ، د ط، مصر ، 1992

42- عبد الله الخريجي، الضبط الاجتماعي، دار الشروق ، جدة، 1997

43- عطوف محمود ياسين، مدخل في علم النفس الاجتماعي، دار النهار واللقاء، الكويت،

2011

44- عاطف علي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، 2006

45- عمار بوحوش ومحمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان

المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1999

46-عابدين الشريف، الإعلام والعولمة والهوية، المؤثر والمتأثر، المركز العالمي لدراسات وأبحاث

الكتاب الأخضر، طرابلس، ليبيا، ، 2006

47-عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، مجلد 1، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر،

1984

48-فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 1990

49-خالد أبو سمرة وآخرون، سيكولوجيا الرأي العام، دار الرابطة للنشر والتوزيع، عمان، 2011

50-غريب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب

الجامعة، الاسكندرية، 2006

قائمة المراجع باللغة الفرنسية:

1- anelly nguyen : la communication "une stratégie au service de l'entreprise" ,Economica ,paris

2-Jean Claude corbon et silver Tagan : " Groupeware et Internet vers le partage connaissances",paris ,2 ed dunod , 1999

3-Roger mucchielli: communication et réseaux de communication , les éditions E.S.F entreprismoderne d'édition librairies technique, 1980