المحاضرة السابعة :

دور الوسائط الجديدة في تشكيل الرأي العام

1- تأثير الوسائط الجديدة على جمهور مستخدميها :

-لقد غير ظهور الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية جذريًا شكل العلاقات بين الجمهور والإعلام في الوقت الراهن، حيث أصبح الوصول إلى الأخبار والآراء أمرًا أسهل وأسرع من أي وقت مضى، فالمنصات مثل الفيسبوك، التويتر، واليوتيوب أصبحت ساحة جديدة للأخبار والتحليلات السياسية، والتي يمكن أن تصل إلى ملايين الأشخاص في وقت واحد.

-تتميز وسائل الإعلام الرقمية بقدرتها على توفير محتوى متنوع يناسب اهتمامات الجمهور، بالإضافة إلى القدرة على التفاعل المباشر مع الأخبار. هذا التفاعل الفوري يمكن أن يؤثر بشكل كبير على تشكيل الرأي العام، خاصةً من خلال الأخبار العاجلة أو المنشورات ذات التأثير الكبير التي تنتشر بسرعة عبر الإنترنت.

-ومع ظهور الإعلام الرقمي، أصبحت هناك مسألة جديدة تتعلق بانتشار المعلومات والأخبار: احتكار المعلومات. بعض المنصات الكبرى مثل جوجل وفيسبوك قد أصبحت تتحكم في كمية كبيرة من المعلومات التي يتم نشرها، مما يثير قلقًا حول مدى تأثير ذلك على تشكيل الرأي العام.

2- الرأي العام : مفهومه وكيفية تشكليه:

الرأي العام ما هو إلا تعبير الجماعة أو المجتمع عن رأيه و مشاعره، وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمه أو مشكلة تؤرقه، وهو القوة الحقيقية في المجتمع و الحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي المحلي أو العالمي، وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة.

وصناعة الرأي العام تمر عبر مراحل بداية من مرحلتي الإحساس و الإدراك، و النقاش و الحوار ، و الصراع بين الأفراد فكل منهم يريد تقديم رأي بمجموعة من المعلومات و الحجج إلى مرحلة تحول آراء إلى رأي عام بعد النقاش و الإقناع

والاقتناع الحقيقيين، وقد لا يقتنع البعض قناعة تامة لكن يجددها الأقرب إلى المنطق والضرورة، ونجد البعض الآخر يوافق وينضم إلى نفس الرأي لأنه يريد تحقيق صفة الانتماء للآخرين، إن العملية تخضع لمجموعة عوامل متعلقة بشخصية الفرد والظروف المحيطة به.

و قد جاء في مقال للكتاب "وسام فؤاد :"

المعروف أن سنة واحدة من عمر شبكة الأنترنيت تساوي أربعة سنوات من العمر الزمني الأرضي لغيره من وسائل الإعلام جلالة على شدة تأثيرها و سرعة التفاعل و الأداء.

3- تأثير الوسائط الجديدة على الرأي العام :

يمكن القول أن أهمية وسائل الإعلام لم تعد بسيطة كما كانت قبل ظهور الانترنيت والوسائط الجديدة، وأصبحت ذات علاقة مباشرة بتشكيل الراي العام و التأثير عليه ويتضح ذلك من خلال النقاط التالية :

تخطت الوسائط الجديدة دورها في عصر التقنية الحديثة كوسائل إعلامية ذات سلطة محددة، فأصبحت محركا فاعلا للأفراد للتعبير عن آرائهم وكذا وسائل فعالة في حشد الجماهير حول قضية معينة.

ساعدت الوسائط الجديدة في زيادة فرص وعدد الفاعلين في تشكيل الرأي العام وكسر حواجز الخوف بما أدى إلى حالة من الانفجار أو العشوائية من جانب ومن جانب آخر أدى إلى إتاحة الفرص أمام فئات جديدة من المهمشين للتعبير عن مصالحها.

أوجدت الوسائط الجديدة عددا من الأدوات والآليات الجديدة التي تتميز بعناصر تنافسية وجاذبة للجمهور، ووفرت أدوات جديدة للتعبير والاتصال تتميز بالسهولة والانتشار وتجاوز الحدود المكانية والزمانية.

ووفر الفضاء الإلكتروني كوسيلة إعلام دولية الطابع، الفرصة لتحويل القضايا المحلية إلى الطبيعة الدولية بما ساعد على دمج المجتمع المحلي في السياسة العالمية مع كسر سيطرة الإعلام الغربي على حركة الإعلام الدولي، وأتاح الإعلام الجديد الفرصة لتداخل التأثير بين ما هو محلي وما هو دولي حيث التلاحم ما بين الجمهور وقادة الرأي بشكل يتيح فرصة تشكيل التحالفات والتكتلات التي تقف خلف مصالح معينة.

مثلت التجمعات الإلكترونية عبر الوسائط الجديدة والحملات والمجموعات البريدية والنشطاء على المواقع الاجتماعية منصات للرأي والتأثير وجمع وجذب أكبر عدد من المستخدمين.

ضاعف الإعلام الجديد من القنوات التي من خلالها يتم تدوير المعلومات والأفكار في نطاق موسع، واستطاعت هذه الوسائل في ذات الوقت أن تضعف من قدرة السلطات على الرقابة والقمع والتأثير في الرأي العام.

وعمل الإعلام الجديد كوسيط أو كمؤسسة للرقابة على أداء السلطات التنفيذية من خلال ما يتم في شكل معارضة أو احتجاج قد تأتي في صورة تعليقات الكترونية أو المشاركة في استطلاعات الرأي أو غرف الدردشة أو معارضة وذلك مع التجاوز النسبي للقيود على حرية التعبير.