

تعبئة الرأي العام عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين التأثير والتأثر

م.د. سجي فاضل عباس

كلية العلوم السياسية - جامعة النهدين - قسم النظم السياسية والسياسات العامة

استلام البحث: 20-03-2026 مراجعة البحث: 25-04-2026 قبول البحث: 09-05-2026

المخلص

يتناول هذا البحث موضوع تعبئة الرأي العام عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين التأثير والتأثر، باعتباره من الموضوعات المهمة في عصر الإعلام الرقمي والتطور التكنولوجي. ويهدف البحث إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وبيان طبيعة العلاقة التفاعلية بين هذه الوسائل والجمهور اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام، وتحليل أساليب التأثير التي تمارسها المنصات الرقمية في الأفراد والمجتمعات. كما تناول البحث الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي، ودورها في نشر الوعي والتعبئة الجماهيرية، مقابل ما قد تسببه من نشر للشائعات والاستقطاب الفكري وتوصل البحث إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة فعالة في التأثير على الرأي العام، وأن العلاقة بينها وبين الجمهور تقوم على التأثير والتأثر المتبادل، مما يتطلب تعزيز الوعي الرقمي والتفكير النقدي لضمان الاستخدام الإيجابي والمسؤول لهذه الوسائل.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الإعلام الرقمي، التأثير والتأثر، التعبئة الجماهيرية.

Abstract:

This research discusses the topic of Mobilizing Public Opinion through social media between Influence and Being Influenced, as one of the important issues in the era of digital media and technological development. The study aims to identify the role of social media in shaping and directing public opinion, as well as explaining the interactive relationship between these platforms and the audience. The research adopted the descriptive analytical method by studying the concept of social media and public opinion, and analyzing the methods of influence practiced by digital platforms on individuals and societies. The study also addressed the positive and negative effects of social media, its role in spreading awareness and mass mobilization, and the risks of rumors and intellectual polarization. The research concluded that social media has become an effective tool in influencing public opinion, and that the relationship between social media and the public is based on mutual influence and interaction. Therefore, promoting digital awareness and critical thinking has become necessary to ensure the positive and responsible use of these platforms.

Keywords : Social Media, Public Opinion, Digital Media, Influence and Interaction, Mass Mobilization.

المقدمة

يشير مفهوم تعبئة الرأي العام عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى الدور الذي تلعبه هذه المنصات الرقمية في توجيه أفكار الأفراد، وتشكيل مواقفهم، والتأثير على سلوكياتهم تجاه قضايا متنوعة سياسية كانت أم اجتماعية أو اقتصادية. تعتمد هذه العمليات بشكل كبير على السرعة الكبيرة لانسياب المعلومات وانتشارها الواسع، مصحوبة

بمستوى عالٍ من التفاعل بين المستخدمين. وقد أصبح لهذه الوسائل تأثير كبير في صياغة الوعي الجمعي، حيث تسهم في بناء تصورات وآراء مشتركة، لكنها في الوقت نفسه تستمد فاعليتها من ردود فعل المستخدمين واتجاهاتهم، ما يجعل العلاقة بينها وبين الجمهور ذات طابع متبادل من التأثير والتأثر.

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورًا هائلًا في وسائل الاتصال والتكنولوجيا الرقمية، الأمر الذي أدى إلى ظهور وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها واحدة من أهم أدوات التأثير في المجتمعات الحديثة. فقد أصبحت هذه الوسائل جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية للأفراد، ولم تعد تقتصر على التواصل الاجتماعي فقط، بل تجاوزت ذلك لتؤدي دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام وتوجيهه نحو قضايا سياسية واجتماعية وثقافية مختلفة.

وتتميز وسائل التواصل الاجتماعي بسرعة انتشار المعلومات وسهولة تداولها، مما جعلها أداة فعالة في تعبئة الجماهير وحشد المواقف والاتجاهات، خاصة في ظل التفاعل المباشر بين المستخدمين. وفي المقابل، فإن هذه الوسائل لا تؤثر فقط في الجمهور، بل تتأثر أيضًا بأرائهم وميولهم من خلال التعليقات والمشاركات وردود الأفعال المختلفة، مما يخلق علاقة متبادلة بين التأثير والتأثر.

وتكمن أهمية هذا البحث في محاولة فهم الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وبيان مدى تأثيرها الإيجابي أو السلبي على المجتمع، إضافة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة التفاعلية بين المستخدمين والمنصات الرقمية في العصر الحديث.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام والتعبئة الإعلامية أو لتأثير والتأثر والإعلام الرقمي وشبكات التواصل الوعي المجتمعي

إشكالية البحث

تتمثل إشكالية البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

إلى أي مدى تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام والتأثير فيه، وكيف تتأثر هذه الوسائل باتجاهات الجمهور وتفاعلاته؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية عدد من التساؤلات الفرعية:

ما المقصود بتعبئة الرأي العام عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

ما أبرز الوسائل والأساليب المستخدمة في التأثير على الرأي العام؟

ما طبيعة العلاقة بين التأثير والتأثر في وسائل التواصل الاجتماعي؟

ما الآثار الإيجابية والسلبية لتعبئة الرأي العام عبر هذه الوسائل؟

كيف يمكن الحد من التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي؟

فرضية البحث

ينطلق البحث من الفرضية الآتية:

تفترض الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا كبيرًا في تعبئة الرأي العام والتأثير في اتجاهاته الفكرية والاجتماعية والسياسية، كما أنها تتأثر في الوقت نفسه بتفاعلات المستخدمين وآرائهم، مما يجعل العلاقة بين الطرفين علاقة تأثير متبادل.

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في النقاط الآتية:

بيان الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد والمجتمعات.

توضيح كيفية تشكيل الرأي العام عبر المنصات الرقمية.

التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي.

المساهمة في نشر الوعي بأهمية الاستخدام الصحيح والمسؤول لهذه الوسائل.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

التعرف على مفهوم الرأي العام ووسائل التواصل الاجتماعي.

بيان دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام.

توضيح العلاقة بين التأثير والتأثر عبر المنصات الرقمية.

الكشف عن الآثار الناتجة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

تقديم بعض المقترحات للحد من التأثيرات السلبية.

منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف ظاهرة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الرأي العام وتحليل طبيعة العلاقة بين المستخدمين والمنصات الرقمية، مع الاستفادة من الدراسات والمراجع المتعلقة بالموضوع للوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

المبحث الأول

مفهوم الرأي العام

يُعرّف الرأي العام بأنه مجموعة الآراء والاتجاهات والمواقف التي يتبناها أفراد المجتمع تجاه قضية أو موضوع معين في فترة زمنية محددة، ويكون لهذا الرأي تأثير في السلوك الاجتماعي والسياسي والثقافي داخل المجتمع. ويُعد الرأي العام انعكاسًا لوعي الجماهير وتفاعلهم مع الأحداث والقضايا المختلفة، سواء كانت محلية أم دولية.

المطلب الأول

ماهية الرأي العام

الرأي العام هو رأي الأغلبية وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة، وهنالك رأي الأقلية هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمختصين المؤثرين في القضايا المثارة بعلمهم لا انتمائهم الحزبي. الرأي الائتلافي رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها⁽¹⁾، ويقدر ما أحدث الرأي العام من اهتمام كبير لدى الدول والحكومات والشعوب على اختلاف نظمها وأوضاعها بقدر ما اجتهد المفكرون والباحثون والمعنيون بهذا الفرع من فروع المعرفة الإنسانية لوضع مفهوم واضح له، مما نجم عنه تعدد التعريفات وتنوع المفاهيم، ويرجع الاختلاف بين هؤلاء الباحثين والعلماء إلى الاختلاف في وجهات النظر التي تحكمها اهتمامات وتخصصات وأيديولوجيات هؤلاء الباحثين ذلك أن الرأي العام أصبح محور اهتمام خبراء السياسة وعلماء الإعلام، وأساتذة علم النفس، وأساتذة الإدارة والعلوم السلوكية. ويهتم البعض من هؤلاء الباحثين بالآراء التي تتصل بالشئون العامة وتمثل إرادة الأغلبية، ويركز غيرهم على الطريقة التي تتكون بها الآراء، ويحفل آخرون بنوعية الآراء التي يتم التعبير عنها، ويبدى فريق آخر اهتمامه بدراسة تأثير هذه الآراء ودرجات هذا التأثير، وتحليل مصطلح الرأي العام نجد أنه ينقسم إلى لفظين هما: لفظ "رأي" ولفظ "عام"، والرأي من قولك أرى كذا وكلمة أرى في حد ذاتها تعبير عن أمر قابل للشك، وعلى هذا "فالرأي" معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين، وأما كلمة "العام" فيقصد بها الجماعة التي تشترك في الرأي، وهذه الجماعة تتألف من أفراد يتباينون في أخلاقهم وتقاليدهم ومعتقداتهم وثقافتهم⁽²⁾، وتلعب وسائل الإعلام دورًا كبيرًا في توعية وتنقيف الجماهير بما يدور من أحداث

(1) عدلي عاطف، نهي عاطف العبد الرأي العام والفضائيات، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 2007، ص15.
(2) محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه وأنواعه، عوامل تشكيله ووظائفه وقوانينه، طرق قياسه وأساليبه وتغييره)، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، القاهرة-مصر، 2009، ص15.

ومجريات في مختلف أنحاء العالم، وعلى جميع الأصعدة، ولا شك بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي وصلت إليه وسائل الإعلام بدخول الإنترنت والأقمار الصناعية، الذي حول العالم إلى قرية كونية صغيرة جداً، يتداول سكانها المعلومات بكل سهولة ويسر وبسرعة فائقة، من هنا أصبحت وسائل الإعلام مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بسياسات الدول، بل هي في كثير من الأحيان تمثل منيراً للآراء، تبث من خلاله الحكومات والأحزاب السياسية المختلفة آرائها وأفكارها وتصوراتها لقضايا وأحداث معينة، حتى تستطيع إيصالها للجمهور، ومن ثم التأثير على الرأي العام⁽³⁾، وشهد الرأي العام وقياسه تطوراً هائلاً بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحتها من فرص التعبير عن الرأي بحرية وكيفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الإنترنت، ومن ناحية أخرى أصبح حجم المعلومات والبيانات تتاح بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص بما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتاحت الفرصة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة اعلام سهلة وريخية وتم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه إزاء مختلف القضايا، ومن ناحية أخرى زيادة حجم الفاعلين في صناعه وتشكيل الرأي العام⁽⁴⁾.

ومع هبوب الرياح الاتصالية وحدثت طفرات تكنولوجية الي حد كبير في وسائل الاتصال التفاعلي كالأترنت في العالم العربي، والتي كانت من أبرز نتائجها قيام أهم وأعظم ثورة في تاريخ العالم وهي ثورة 25 يناير عام 2011 في مصر، عندما انتفض الشعب ضد رئيسه "مبارك" ونجح في خلعته عبر استخدام تقنيات الحاسب الآلي والآنترنت والفييس بوك كأبرز وأهم مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب في مصر وخارجها، فقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني بمثابة غرفة عمليات الثورة الذي كوّن رأي عام شديد الحيوية والصلابة، وكان الوسيلة الأولى للتواصل بين الثوار علي مختلف الاعداد والمستويات وتبادل المعلومات والآراء والتحركات والتنظيم لها بشكل عصري متطور ومتقدم، كما كان المصدر الاعلامي للأحداث من صور وفيديوهات وأخبار لحظة بلحظة، وهذا أعري العديد ممن لم يكن لهم عضوية بالموقع الي الانضمام إليه، حتى أصبح هناك رأي عام إلكتروني عربي قوي كان من ثمراته ثورتي تونس ومصر ضد زين العابدين بن علي وحسني مبارك، وثورة ليبيا ضد معمر القذافي ونظامه الفاسد والتي نجحت في القضاء علي نظام القذافي⁽⁵⁾، إن الاتصال عبر الأنترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الاتصال والتواصل، باتت تشارك مشاركة فعلية وفاعلة في تكوين الاتجاهات وتشكيل الرأي العام وتوجيهه وارتبط هذا التطور في وسائل الاتصال بظهور أبعاد جديدة تتعلق بالرأي العام ودور الاتصال التكنولوجي فيه، وأدى إلى المشاركة الواسعة للمواطن في الاتصال السياسي، وازدادت أهمية وتأثير الرأي العام على صناع القرار السياسي⁽⁶⁾، لذا تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ساحة لممارسة نوع جديد من التنشئة السياسية وتكوين الرأي العام، باعتبارها تنشئة ذاتية وتشكيل رأي غير موجه إذ لا تقود هذه العملية جهة أو مؤسسة ما سواء رسمية أو غير رسمية، فعلى الرغم من وجود مواقع للمؤسسات الرسمية والأحزاب السياسية بأنواعها على شبكة الأنترنت ووجود صفحات لها على الشبكات الاجتماعية، إلا أن

فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2012، ص11⁽³⁾
(4) محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص65
فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الأنترنت، العربي للنشر والتوزيع، 2013، ص127.⁽⁵⁾
خيرالله سيهان عبدالله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي، مصدر سبق ذكره، ص77.⁽⁶⁾

تأثيرها يبدو محدودًا لاسيما في ضوء حقيقة أن مستخدم الانترنت يملك في هذه الحالة مطلق الحرية في التعويض للمحتوى الذي تعرضه هذه الصفحات والمواقع، يختلف تأثير وسائل الأعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام، تبعًا للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، تكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة التأثير لأنها جمعت كل مزايا الاتصال التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) في الرسالة التي تقدمها⁽⁷⁾.

أن وسائل الإعلام تعمل كمتغيرات تابعة يتم توظيفها كأداة في الصراع وتخضع لتأثيرات مجموعة كبيرة من المتغيرات، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو تنظيمية، في حين يرى البعض الآخر أن وسائل الإعلام وبخاصة المرئية منها تمارس دورًا فاعلاً في إدارة الصراعات المختلفة، وأن وسائل الإعلام هي التي تشكل الصورة الذهنية عن العالم الخارجي لدى الجماهير، وفي ضوء الدور التي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات والصور والتأثير في الرأي العام من خلال ما تقدمه من معلومات وأفكار، والتركيب على تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام أثناء الأزمات والصراعات والكوارث، وهو ما أكدته التراكم الثقافي والمعرفي من الدراسات والبحوث خلال أكثر من نصف قرن على الأقل، حيث تلجأ الحكومات والقوى السياسية المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام كساحة تطرح فيها تصوراتها، أو قد توظفها أيضًا كأداة لدعم أو تثبيت تصوراتها، وقد تكون وسائل الإعلام ساحة وأداة وطرفًا في الوقت ذاته، ولا شك أن وسائل الإعلام عندما تنهض بهذا الدور لا تقدم تصورات فحسب، بل تعكس في الوقت ذاته معتقدات المجتمع عن تلك التصورات⁽⁸⁾.

المطلب الثاني

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي ظهرت نتيجة التطور التكنولوجي وانتشار شبكة الإنترنت، إذ أصبحت أداة رئيسية في تبادل المعلومات والتفاعل بين الأفراد والجماعات. وقد تعددت تعريفات الباحثين لهذا المفهوم تبعًا لاختلاف الزوايا العلمية التي تناولته.

عرفها الباحث محمد عبد الحميد بأنها:

“منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح للمستخدم إنشاء صفحة خاصة به، وربطه بنظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها”.

كما عرفها حسن عماد مكاري بأنها:

(7) نصيف جاسم، دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الرأي العام لطلبة الجامعات محافظة كربلاء، مجلة جامعة اهل البيت، العدد 22، كلية الاداب، ص 111.
(8) علي عباس فياض، دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام العراقي نحو قضايا الصراع، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال العدد (9)، الجزء الأول، ص 405.
(محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 27)

“وسائل إعلامية رقمية حديثة تعتمد على التفاعل والمشاركة، وتتيح تبادل الرسائل والمعلومات والصور والفيديوهات عبر الإنترنت”.

ويرى عبد الرؤوف محمد أن وسائل التواصل الاجتماعي هي:

“منصات إلكترونية تساعد الأفراد على التواصل وتبادل الآراء والأفكار وصناعة المحتوى الإعلامي بصورة مباشرة”.

أما الباحث نبيل علي فقد أشار إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل:

“بيئة رقمية تفاعلية تسمح بتدفق المعلومات بسرعة كبيرة بين مختلف فئات المجتمع”.

وتتميز وسائل التواصل الاجتماعي بعدة خصائص، منها سرعة انتشار المعلومات، والتفاعل المباشر، وسهولة الاستخدام، إضافة إلى قدرتها الكبيرة على التأثير في الرأي العام وتشكيل اتجاهات الأفراد. وقد أصبحت تطبيقات مثل Facebook و Instagram و X من أبرز المنصات المستخدمة عالمياً في التواصل ونشر المعلومات.

1- (حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص 112).

2- (عبد الرؤوف محمد، الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2018، ص 45).

3- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2009، ص 88).

المبحث الثاني: تعبئة الرأي العام

تُعرف تعبئة الرأي العام بأنها العملية التي يتم من خلالها توجيه أفكار ومواقف الأفراد والجماعات نحو قضية أو هدف معين، وذلك باستخدام وسائل وأساليب مختلفة تهدف إلى التأثير في اتجاهات الجمهور وإقناعه بتبني موقف محدد. وتُعد وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي من أبرز الأدوات المستخدمة في تعبئة الرأي العام في العصر الحديث.

وتعتمد عملية تعبئة الرأي العام على نشر المعلومات والأفكار والرسائل المؤثرة التي تستهدف عواطف الأفراد وعقولهم، من أجل خلق حالة من التفاعل الجماهيري تجاه قضية سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية. كما تسهم سرعة انتشار الأخبار عبر المنصات الرقمية في زيادة قدرة الجهات المختلفة على التأثير في الجماهير وتوجيه آرائهم.

المطلب الأول

تعبئة الرأي العام العراقي

يلعب الرأي العام دوراً مهماً في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وفي جميع النواحي الحياتية التي تهتم المجتمع، وما له من علاقة تأثير وتأثر بوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، ودور الإعلام في تشكيل الرأي العام نحو القضايا والمشكلات المختلفة التي تواجه المجتمع، وهذا يتوقف على أهميتها له، فالقضية التي يهتم بها الرأي العام هي عبارة عن حدث وسلوك يتشكل من مجموعة من المتغيرات المترابطة والمتفاعلة ضمن إطار بيئي محدد، وأن تكون من ضمن الظواهر الاجتماعية، حيث أنها تشمل على موضوعات فكرية ومادية ومشكلات طبيعية واجتماعية وإنسانية، وكونها قابلة للملاحظة والإدراك الإنساني، فهي مما لاشك فيه تعمل على التأثير على وسائل الإعلام وتتأثر بها، وكذلك على الرأي العام فهي تؤثر فيه وتتأثر به⁹، تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تكوين الرأي العام، حيث تقوم بتشكيل الاتجاهات والآراء لدى الجمهور ومن ثم تدخل الدعاية والمعلومات العامة والرأي العام ضمن هذه الوظيفة¹⁰ والرأي العام ظاهرة اجتماعية سلوكية توجد في جميع المجتمعات الإنسانية دون اعتبار لمستوى تقدمها أو نوعية نظامها السياسي والاقتصادي ووجود ظاهرة الرأي العام منذ بدء الوجود البشري فإن الاهتمام بها كحقل للدراسة بعد أمراً حديثاً وكأي ظاهرة إنسانية موضع الدراسة، إذ ان الرأي العام وقياسه تتأثر هي الأخرى باعتبار ذاتية للباحث وهو ما ينعكس بالتالي في تعريفات مختلفة للرأي العام وطرق قياسه¹¹، الرأي العام يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعلم السياسة، لأنه يمتد تأثيره ليشكل كافة مؤسسات الدولة واصل ومصدر شرعية السلطة، وكذلك يرتبط بالمشاركة السياسية، إذ ان اغلب اهتمام الحكومات بصوت الشعب هو ارتباطها من خلال المشاركة السياسية، وعندما يكون هنالك اخماد

⁹ زهير عابد، الرأي العام وطرق قياسه، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص15.

¹⁰ زهير عبد اللطيف عابد، الاعلام الجماهيري، دار البازوري للنشر والتوزيع، ط2، عمان-الأردن، 2015، 45-46.

¹¹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ص21.

للصوت الشعب يعني تضيق حجم المشاركة السياسية ، وتقليص مدى فاعليتها¹²، إذ فالرأي العام من المصطلحات الحديثة التي لم تعرف إلا إبان حرب الاستقلال الأمريكية والثورة الفرنسية، ولكن لا يمكن القول أن الحضارات القديمة لم تعرف المفاهيم المشابهة للرأي العام، فقد عرف اليونان المفاهيم القريبة من فكرة الرأي العام، كالإتفاق العام أو الاتجاهات السائدة وكانوا يحتفون بها أشد احتفاءً، حتى أنهم خلدوها في "معبد البانتويون". وتحدث الرومان أيضاً عن الآراء الشائعة بين الناس ووصلوا في أواخر عهد إمبراطوريتهم إلى مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب، ولعله يقترب كثيراً من اصطلاح الرأي العام في التاريخ الحديث¹³، فيعرفه عاطف عدلي العبد بأنه الرأي العام ينتج عن تفاعل أفكار الافراد، في أي شكل من اشكال الجماعة¹⁴ ، والرأي العام هو رأي الأغلبية وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة، وهنالك رأي الأقلية هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة بعلمهم لا انتمائهم الحزبي. الرأي الائتلافي رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها¹⁵، ويقدر ما أحدث الرأي العام من اهتمام كبير لدى الدول والحكومات والشعوب على اختلاف نظمها وأوضاعها بقدر ما اجتهد المفكرون والباحثون والمعنيون بهذا الفرع من فروع المعرفة الإنسانية لوضع مفهوم واضح له، مما نجم عنه تعدد التعريفات وتنوع المفاهيم، ويرجع الاختلاف بين هؤلاء الباحثين والعلماء إلى الاختلاف في وجهات النظر التي تحكمها اهتمامات وتخصصات وأيديولوجيات هؤلاء الباحثين ذلك أن الرأي العام أصبح محور اهتمام خبراء السياسة وعلماء الإعلام، وأساتذة علم النفس، وأساتذة الإدارة والعلوم السلوكية. ويهتم البعض من هؤلاء الباحثين بالآراء التي تتصل بالشئون العامة وتمثل إرادة الأغلبية، ويركز غيرهم على الطريقة التي تتكون بها الآراء، ويحفل آخرون بنوعية الآراء التي يتم التعبير عنها، ويبدى فريق آخر اهتمامه بدراسة تأثير هذه الآراء ودرجات هذا التأثير، وتحليل مصطلح الرأي العام نجد أنه ينقسم إلى لفظين هما: لفظ "رأي" ولفظ "عام"، والرأي من قولك أرى كذا وكلمة أرى في حد ذاتها تعبير عن أمر قابل للشك، وعلى هذا "فالرأي" معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين، وأما كلمة "العام" فيقصد بها الجماعة التي تشترك في الرأي، وهذه الجماعة تتألف من أفراد يتباينون في أخلاقهم وتقاليدهم ومعتقداتهم وثقافتهم¹⁶ وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في توعية وتثقيف الجماهير بما يدور من أحداث ومجريات في مختلف أنحاء العالم، وعلى جميع الأصعدة، ولا شك بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي وصلت إليه وسائل الإعلام بدخول الإنترنت والأقمار الصناعية، الذي حول العالم إلى قرية كونية صغيرة جداً، يتداول سكانها المعلومات بكل سهولة ويسر وبسرعة فائقة، من هنا أصبحت وسائل الإعلام مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بسياسات الدول، بل هي في كثير من الأحيان تمثل منبراً للآراء، تبث من خلاله الحكومات والأحزاب السياسية المختلفة آرائها وأفكارها وتصوراتها لقضايا وأحداث معينة، حتى تستطيع إيصالها للجمهور، ومن ثم التأثير على الرأي العام¹⁷ وشهد الرأي العام وقياسه تطوراً هائلاً بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحتها من فرص التعبير عن الرأي بحرية ويكفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الانترنت، ومن ناحية أخرى أصبح حجم المعلومات والبيانات تتاح

¹² Daniel katz public opinion and propaganda holt rineltart wanton new York 1954,p8-9

¹³ بطرس حلاق، الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية، ط1، سوريا ، 2020، ص2.

¹⁴ مختار التهامي ، عاطف عدلي العبد، الرأي العام جامعة القاهرة، مصر ، 2005، ص18.

¹⁵ عدلي عاطف، نهى عاطف العبد الرأي العام والفضائيات ،دار الفكر العربي للنشر والتوزيع،2007، ص15.

¹⁶ محي الدين عبد الحليم، الرأي العام (مفهومه وأنواعه ، عوامل تشكيله وظائفه وقوانينه ،طرق قياس اساليبه وتغييره)مكتبة الانجلو المصرية ،ط1،القاهرة-مصر، 2009، ص15.

¹⁷ فتحي حسين عامر، الرأي العام الالكتروني، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة ، 2012، ص11

بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص بما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتيحت الفرصة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة اعلام سهلة ورخيصة وتم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه إزاء مختلف القضايا، ومن ناحية أخرى زيادة حجم الفاعلين في صناعه وتشكيل الرأي العام).¹⁸ وتمر صناعة الرأي العام عبر مراحل، بداية من مرحلتى الإحساس والإدراك، والنقاش والحوار، إلى الصراع بين الأفراد، فكلاً منهم يريد تقديم رأيه بمجموعة من المعلومات والحجج، إلى مرحلة تحوّل الآراء إلى رأي عام بعد النقاش والإقناع الحقيقيين، وقد لا يقتنع البعض قناعة تامة لكن يجدها الأقرب إلى منطقته، وضرورته، ونجد البعض الآخر يوافق وينضم إلى الرأي نفسه لأنه يريد تحقيق صفة الانتماء للآخرين، فالعملية تخضع لمجموعة عوامل متعلقة بشخصية الفرد والظروف المحيطة به¹⁹ وشكلت شبكة الانترنت أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المتنامي من جميع البلدان والثقافات واللغات والفئات العمرية المختلفة والمهنة دون تمييز. وكانت بداية هذا الدور قد ظهر منذ منتصف التسعينيات في دعم مفهوم وممارسة الديمقراطية، وأخذ هذا الدور في التبلور المتصاعد مع النمو المتزايد للإنترنت وانتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، كما عملت شبكة الانترنت على إعادة تنشيط المجال المدني وتوسيع نطاق الحياة المدنية وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه وسرعته وتحديه للحدود الجغرافية، وكذلك عمل الانترنت على إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المختلفين في توفير فرص للتفاعل والاتصال فيما بينهم حول المجال السياسي العام وعملية صناعه القرار²⁰، وأصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من ضرورات الحياة، إذ تؤدي وسائل الإعلام دوراً بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات، وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافياً، أو غير متجانسة ديموجرافياً، وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير في الجماهير، وتوجيهها نحو الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، ومن ثم التأثير في تصور المواطن للسياسة، وتتخذ هذه الشبكات موقفاً فريداً في هذه العملية، إذ تمارس تأثيرات قوية في صانعي القرار، وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار²¹، ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعاً للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة

¹⁸ محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوه التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص65

¹⁹ سمر إبراهيم محمد دور وسائل التواصل الاجتماعي في الازمات السياسية والحروب مجلة دراسات شرق أوسطية، المجلد 26، العدد 100، 2022، ص47.

²⁰ محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوه التعبئة الافتراضية، المصدر السابق، ص65.

²¹ اسامه غازي المدني دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الادب والعلوم الاجتماعية، ص402.

التأثير لأنها جمعت كل مزايا وسائل الاتصال التقليدية المقروءة والمسموعة والمرئية في الرسالة التي تقدمها²²، ومع هبوب الرياح الاتصالية وحدوث طفرات تكنولوجية الي حد كبير في وسائل الاتصال التفاعلي كالإنترنت في العالم العربي، والتي كانت من أبرز نتائجها قيام أهم وأعظم ثورة في تاريخ العالم وهي ثورة 25 يناير عام 2011 في مصر، عندما انتفض الشعب ضد رئيسه "مبارك" ونجح في خلعته عبر استخدام تقنيات الحاسب الالي والإنترنت والفيديو بوك كأبرز وأهم مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب في مصر وخارجها، فقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني بمثابة غرفة عمليات الثورة الذي كوّن رأي عام شديد الحيوية والصلابة، وكان الوسيلة الأولى للتواصل بين الثوار علي مختلف الاعمار والمستويات وتبادل المعلومات والآراء والتحركات والتنظيم لها بشكل عصري متطور ومتقدم، كما كان المصدر الاعلامي للأحداث من صور وفيديوهات وأخبار لحظة بلحظة، وهذا أغري العديد ممن لم يكن لهم عضوية بالموقع الي الانضمام إليه، حتى أصبح هناك رأي عام إلكتروني عربي قوي كان من ثمراته ثورتي تونس ومصر ضد زين العابدين بن علي وحسني مبارك، وثورة ليبيا ضد معمر القذافي ونظامه الفاسد والتي نجحت في القضاء علي نظام القذافي²³، إن الاتصال عبر الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الاتصال والتواصل، باتت تشارك مشاركة فعلية وفاعلة في تكوين الاتجاهات وتشكيل الرأي العام وتوجيهه وارتبط هذا التطور في وسائل الاتصال بظهور أبعاد جديدة تتعلق بالرأي العام ودور الاتصال التكنولوجي فيه، وأدى إلى المشاركة الواسعة للمواطن في الاتصال السياسي، وازدادت أهمية وتأثير الرأي العام على صناعات القرار السياسي²⁴، لذا تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ساحة لممارسة نوع جديد من التنشئة السياسية وتكوين الرأي العام، باعتبارها تنشئة ذاتية وتشكيل رأي غير موجه إذ لا تقود هذه العملية جهة أو مؤسسة ما سواء رسمية أو غير رسمية، فعلى الرغم من وجود مواقع للمؤسسات الرسمية والأحزاب السياسية بأنواعها على شبكة الإنترنت ووجود صفحات لها على الشبكات الاجتماعية، إلا أن تأثيرها يبدو محدودًا لاسيما في ضوء حقيقة أن مستخدم الإنترنت يملك في هذه الحالة مطلق الحرية في التعويض للمحتوى الذي تعرضه هذه الصفحات والمواقع، يختلف تأثير وسائل الأعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام، تبعًا للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، تكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة التأثير لأنها جمعت كل مزايا الاتصال التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) في الرسالة التي تقدمها²⁵، أن وسائل الإعلام تعمل كمتغيرات تابعة يتم توظيفها كأداة في الصراع وتخضع لتأثيرات مجموعة كبيرة من المتغيرات، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو تنظيمية، في حين يرى البعض الأخر أن وسائل الإعلام وبخاصة المرئية منها تمارس دورًا فاعلاً في إدارة الصراعات المختلفة، وأن وسائل الإعلام هي التي تشكل الصورة الذهنية عن العالم الخارجي لدى الجماهير ، وفي ضوء الدور التي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات والصور والتأثير في الرأي العام من خلال ما تقدمه من معلومات وأفكار، والتركيز على تزايد

²² نفس المصدر ، ص402.

²³ فتحي حسين عامر، استطلاعات الراي العام على الإنترنت، العربي للنشر والتوزيع ، 2013 ، ص127.

²⁴ خيرالله سبهان عبدالله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي، مصدر سبق ذكره ، ص77.

²⁵ نصيف جاسم، دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الراي العام لطلبة الجامعات محافظة كربلاء، مجلة جامعة اهل البيت ،العدد22، كلية الاداب، ص111.

الاعتماد على وسائل الإعلام أثناء الأزمات والصراعات والكوارث، وهو ما أكدته التراكم الثقافي والمعرفي من الدراسات والبحوث خلال أكثر من نصف قرن على الأقل، حيث تلجأ الحكومات والقوى السياسية المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام كساحة تطرح فيها تصوراتها، أو قد توظفها أيضاً كأداة لدعم أو تثبيت تصوراتها، وقد تكون وسائل الإعلام ساحة وأداة وطرفاً في الوقت ذاته، ولا شك أن وسائل الإعلام عندما تنهض بهذا الدور لا تقدم تصورات فحسب، بل تعكس في الوقت ذاته معتقدات المجتمع عن تلك التصورات²⁶

المطلب الثاني

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام العراقي

وتؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام العراقي من خلال ما يأتي:²⁷

- 1) تشكيل النخب السياسية: تعد مواقع التواصل الاجتماعي من العوامل الأساسية في عملية تشكيل الرأي العام وبناءه، إذ تقوم بدور هام وجوهري على كلا الاتجاهين، فهي تؤثر وتتأثر بكل من الجماهير والرأي العام والنخب السياسية الحاكمة، وتكون هذه المواقع أكثر ديمقراطية ما دامت تعبر عن وجهة نظر الجماهير، وتبتعد هذه المواقع عن الديمقراطية كلما كانت مرتبطة أكثر بالنخب السياسية؟
 - 2) بناء قاعدة واسعة من المعلومات إذ تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتحديد برنامج ناجح من الأفكار والمواضيع الساخنة التي تشغل الجماهير، وبما يتوافق مع توجهات النخب الحاكمة.
- وتلعب وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع العراقي دوراً كبيراً في توجيه وتشكيل وصناعة الرأي العام فهي تشكل عصب الحياة المعاصرة نظراً لذلك الدور والتأثير على مختلف السياسات العامة، ويكونها سلاح ذو حدين أولهما ايجابي يساهم في تكوين رأي عام يتسم بالإيجابية تجاه قضايا المجتمع المختلفة، وسلبية تعمل على تفتيت المجتمع وأذهان الشباب وتخريبها وتتم عملية التأثير على الرأي العام بخطوات وأساليب متعددة، فوسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدراً مهماً من مصادر المعلومات تقوم بتزويد المتلقي بشكل مستمر بكم هائل من المعطيات والمعارف المختلفة في شتى القضايا والموضوعات، وهذه المعلومات قد تكون صحيحة ضمن سياقاتها الطبيعية، وقد تتزع منها فتتغير دلالاتها، وقد تكون معلومات ناقصة ومشوهة، بل وقد تكون مكذوبة، كما أنها قد تكون معلومات محايدة لا يُراد منها خدمة توجه معين، وقد تكون معلومات موجهة. كذلك، ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية، متجاوزة بذلك الحدود السياسية والجغرافية، والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية، إذ يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، تؤثر في العلاقات السياسية والاقتصادية، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة²⁸، إذ لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام العراقي وتحريك الشعوب، وان استعمالها تتاغم مع الوسائل الحديثة، والتقرب من شريحة واسعة من الشباب التي تستخدم هذه المواقع، واستثمار قدرات وطاقت الشباب ايجابياً لانخراط

²⁶علي عباس فياض، دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام العراقي نحو قضايا الصراع، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال العدد (9)، الجزء الأول، ص405.

²⁷ عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي نظره عن قرب، مصدر سبق ذكره، ص365.

²⁸علي فواز طلال العدوان، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام في الأردن، المجلة العملية للبحوث والدراسات التجارية المجلد 37، العدد الثاني، 2023، ص 1329.

أوسع في القضايا الوطنية الملتهبة، وأثبتت شبكات التواصل الاجتماعي قدرتها على نقل وقائع ما يحدث في العالم العربي، كما أتاحت مجالاً أوسع للحرية أكثر من الإعلام التقليدي المكفول بالنظم والقوانين، وأصبح العالم يتحدث عن دور هذه الشبكات، فبعد ان كانت وسائل اجتماعية للتواصل بين الناس، أدرك الشباب أهميتها فقلبوها وحولوها لوسيلة للتواصل السياسي فأصبحت أداة سياسية للتغيير، وهذا دلالة واضحة على أن الذي يجري اليوم هو شيء يختلف تماماً عما هو مألوف²⁹، فقد أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي دخول فاعلين جدد في وسائل الاتصال الحديثة، بعد أن كان محصوراً في النخب، إذ أصبح هؤلاء قادرين على التأثير في الرأي العام ومخاطبة الجماهير بلغة قريبة إليهم، وسواء أُنقّق البعض مع ما يطرحه هؤلاء المؤثرون أم لم يتفق فإن الواقع يشهد أن المتابعين للمحتوى، الذي يقدمه مشاهير التواصل الاجتماعي، ويحتاج إلى دراسات معمقة لمعرفة أسباب انجذاب الجمهور نحو ما يقدمه بعض الفاعلين في «الميديا الاجتماعية»، وإن الفرد في النظم الديمقراطية الحديثة يعبر بحريته في القول والتعبير عن الرأي والاعتقاد³⁰، ولقد برز الرأي العام العراقي إلى الواقع الجديد بعد 9 نيسان من عام 2003 بعد قمع ومنع من حرية و تعبير دام لعدة عقود من السري إلى العلني ، ومن المحظور إلى المسموح عنه بكل مظاهره ، إذ ظهر بأشكال متعددة كالتظاهرات والانتخابات والوسائل الإعلامية المتطورة كالتقنيات الإذاعية والفضائية والصحف والمجلات الناطقة بلغات متعددة كالعربية والكردية ... وغيرها ، فضلاً عن ظهور العديد من الإصدارات من الكتب والمؤلفات العراقية والعربية الصادرة في الداخل والخارج ، واتجه الرأي العام العراقي نحو اثبات دوره في الحياة السياسية كبلورة افكاره عن طريق الاحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني إذ عملت على دعم الرأي العام العراقي للمشاركة في انتخابات ديمقراطية عن طريق برامج الاحزاب الانتخابية وخطاباتها السياسية ، فضلاً عن ظهور المجتمع المدني بمنظوماته التي . سعت إلى بلورة الرأي العام العراقي عن طريق المؤتمرات والندوات وورش العمل وتنظيم التظاهرات والمسيرات السلمية التي . على دعمه ، وجعلت منه يخطو خطوات ايجابية نحو التعبير³¹ أن أهم ما يميز الرأي العام العراقي بعد العام 2003 ، هو انتقاله من السري إلى العلني عن طريق إحدى وظائفه التي أظهر فيها دوره الفعال والناجح ، ألا وهو : مشاركته في الانتخابات العراقية ، والذي يعد مؤشراً على تطوره ، ووسيلة لإسناد السلطة للأشخاص يمارسونها نيابة عن الشعب ، فعن طريق صناديق الانتخاب ، وعبر اصوات هيئة الناخبين تتحقق فكرة التداول السلمي للسلطة ، ويرى البعض ان طبيعة الانتخاب (حقاً) ، في حين يرى البعض الآخر بأنه (وظيفة اجتماعية) ، وتمثل الانتخابات الحرة والعادلة إحدى العناصر الأساسية لترسيخ الرأي العام في داخل النظام الديمقراطي ، وعن طريق الانتخاب يستطيع الناخبون ان يعبروا عن رغباتهم ، وفي الوقت نفسه يعبرون عن الشعور بالمشاركة ، والالتزام بتكوين نظام الحكم ، في حين تعد العملية الانتخابية في العراق عملية معقدة تنطوي على مراحل متتابعة ، وفعاليات متعددة تحتاج إلى إجراءات تنفيذية دقيقة من أجل إنجازها بنجاح ، ويرجع سبب ذلك إلى الظروف الموضوعية التي أجريت خلالها الانتخابات كما وعدت الأخيرة الطريق الذي سارت عليه الديمقراطية³²، مما قد يدفعه إلى اتخاذ موقف ما أو حتى القيام بعمل ما ، ولوسائل الإعلام القدرة على تهدئة الشارع، عبر إشباع حاجة الجمهور من المعلومات بشأن كل ما يجري من أحداث، إذ يعتمد أفرادها على وسائل الإعلام لمعرفة آخر التطورات، لذا تستعرض تلك المؤسسات مواقف

²⁹ عبد الجبار احمد عبدالله، فراس كوريكس عزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية ، العدد 44، 2012، ص201.

³⁰ حسني عامر فتحي وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتوزيع لقاها 2011، ص22.

³¹ الكوثر عبد الباري، أثر الراي العام في السلوك السياسي العراقي عام 2003، مجلة قضايا سياسية، جامعة النهرين، كلية العلوم السياسية ، العدد 57، 2019،

³² نفس المصدر .

الساسة، الذين يلجأ العديد منهم إلى أهم وسائل الإعلام وأهمها الفضائيات، لتبرير مواقفهم ، ومنهم من يميل إلى التصعيد ومنهم من يميل إلى التهدئة في خطاباتهم، فيما يسعى الرأي العام العراقي في المراحل المقبلة لأن يكون جزءاً فاعلاً للضغط على الحكومة لتحسين إدارتها للبلد وحلحلة الأزمات، بل ويتعد باختيار أشخاص يديرون البلد بشكل أفضل، وذلك عن طريق الإدلاء بصوته في الانتخابات، ويتوقف ذلك النضوج لديه، عبد متابعتة مواقف الساسة عبر وسائل الإعلام³³ وقد تميز دور الرأي العام العراقي بارتفاع مستوى المشاركة السياسية في الانتخابات من قبل جميع شرائح المجتمع العراقي إذ يعد انفتاح ورغبة في ان يكون له دور في الحياة السياسية . والملاحظ أنه على الرغم من اتاحة حرية الرأي والتعبير الا ان ما شهد الرأي العام من ضعف نسبي في الكتابات والإصدارات من الكتب والمجلات، وتردي عمل الفضائيات العراقية على الرغم من كثرة اعدادها، مما أدى الى تراجع للرأي العام العراقي نتيجة لمجموعة من المعوقات تتعلق بتدهور الأوضاع الأمنية وسوء الأوضاع الاقتصادية وقلّة وعي الأفراد بدورهم السياسي في المجتمع وطبيعة الثقافة السياسية السائدة فضلاً. عن حداثة التجربة الديمقراطية في العراق أما أهم العوامل المؤثرة على الرأي العام العراقي وعلى دوره في المشاركة³⁴ هي

الاسرة : إذ شكلت الاسرة العراقية نسبة لا تقل عن (32) بتأثيرها في ميول الفرد العراقي وتغير قراراته لغرض المشاركة في العملية الانتخابية من اجل التغيير، واختيار الافضل والانجع من صناع القرار السياسي.

المرجعية الدينية : شكلت المرجعية الدينية ما نسبته (23%) من حيث تأثيرها في آراء الناخبين، وذلك للعلاقة الوطيدة بين الاسرة والانتماء الديني، وتتصدر المرجعية قائمة احد العوامل تأثيراً في رأي الناخب العراقي حيال القضايا السياسية، إذ أسدت المرجعية الدينية الى الاحزاب العراقية موقفاً حسب له الدور الايجابي والاهم في تاريخ المرجعية الدينية عن طريق توجيه جميع الاحزاب السياسية على تغيير برامجها الانتخابية وخطابها ورجالاتها الممثلين للرأي العام العراقي رغبة في الحفاظ على وحدة الصف وللحيلولة دون تمزيق المجتمع العراقي وتفاقم مسألة الطائفية . دور وسائل الاعلام (14%) شكلت نسبة كبيرة ، ويرجع سبب ذلك الى التطوير في الاداء والمضمون لوسائل الاتصال والاعلام العراقية .

الاصدقاء : تشكل علاقات الاتصال الشخصي بين الاصدقاء احد المؤثرات في بلورة الآراء والافكار لدى الفرد، إذ يشكل ما نسبته (12%) من مجموع المبحوثين، التي اخت تلعب دورا كبيرا في الراي العام.

مواقع التواصل الاجتماعي: أثرت مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة وتعبئة الرأي العام العراقي، إذ شكلت ما نسبته (5%) من مجموع ما سجلته الإحصائية الميدانية، ويرجع سبب ذلك الى كثرة استخدام الفرد العراقي للشبكة العنكبوتية العالمية (الانترنت) ، والتي تساعد الفرد على سرعة الحصول على المعلومة والخبر في الوقت المناسب، فضلاً عن سهولة تداول الافكار والآراء بين المواطنين بسرعة ودقة ، وخلال فترة قصيرة، وهذا ما شجع ودعم مشاركة الرأي العام العراقي اثناء انتخابات. أن السلوك التصويتي للناخب العراقي غالباً ما يتأثر بالتركيبية الاجتماعية للمجتمع ، إذ أن السلوك الانتخابي هو أحد مؤشرات الانقسام أو التمايز الاجتماعي و ذلك من خلال ربط السلوك أو الاختيار الانتخابي بالانتماء الاجتماعي للناخب فهو يتأثر بالبيئة الاجتماعية

³³ غزوان جبار محمد، اتجاه طلبة الجامعة ازاء الخطاب السياسي في الفضائيات ،مجلة الباحث الإعلامي،العدد 48،ص79.

³⁴ نفس المصدر ، ص79.

و الحيز المكاني لذا فالدراسات الانتخابية ركزت في جزء من أعمالها على جغرافية التصويت إذ أن العامل المكاني أو الجغرافية له أهمية بالغة في التصويت إذ قد يصوت المواطنون للمرشح أو للقوائم الانتخابية بحكم الصداقة أو الجيرة للمرشحين ، فهناك ميل عام الى حصول المرشح على أصوات كثيرة في مسقط رأسه أو في المنطقة التي ينتمي اليها ونشأ فيها ، كما أن طبيعة المعلومات المتداولة التي تؤثر في قرار التصويت تتأثر الى حد بعيد بشبكة العلاقات الاجتماعية المحلية . أن طبيعة المجتمع العراقي و تركيبته غير المتجانسة والمتعددة نتج عنها تعدد المحددات المؤثرة في اتجاهات وسلوك الناخبين و المتجسدة بمختلف الأطر التنظيمية والقانونية و المؤسسات الدينية و السياسية و الاجتماعية و الثقافية ، الا أن تلك الأطر و المؤسسات تفاوتت فيما بينها في درجة تأثيرها على سلوك الناخبين ، هذا من جانب و من جانب آخر لا ينكر أحد من أن المؤسسة الدينية و القوى و الأحزاب الإسلامية ربما كانت الأكثر قدرة في توجيه و تعبئة الناخبين بما ينسجم مع آراءها و مواقفها بحكم الدور الأساسي للمرجعية الدينية و الثقافية ، فضلاً عن المساجد و الحسينيات المنتشرة في جميع محافظات البلاد³⁵

الخاتمة والاستنتاجات

في ختام هذا البحث، يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم الوسائل المؤثرة في تعبئة الرأي العام وتوجيهه، لما تمتلكه من قدرة كبيرة على سرعة نشر المعلومات وإيصالها إلى مختلف فئات المجتمع. وقد أسهمت هذه الوسائل في تعزيز التفاعل بين الأفراد وإتاحة مساحة واسعة للتعبير عن الآراء والمواقف تجاه القضايا المختلفة، مما جعلها عنصراً أساسياً في تشكيل الوعي المجتمعي.

كما أظهرت الدراسة أن العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والرأي العام تقوم على التأثير والتأثر المتبادل، إذ تؤثر المنصات الرقمية في أفكار الجمهور واتجاهاته، وفي الوقت نفسه تتأثر بتفاعلات المستخدمين وآرائهم. ورغم الإيجابيات التي تقدمها هذه الوسائل في نشر المعرفة وزيادة الوعي، إلا أنها قد تُستغل في نشر الأخبار المضللة وإثارة الانقسامات الفكرية والاجتماعية.

ومن هنا تبرز أهمية تعزيز الثقافة الرقمية وتنمية التفكير النقدي لدى الأفراد، من أجل الاستخدام الواعي والمسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي، بما يساهم في بناء رأي عام قائم على المعرفة والوعي، ويخدم استقرار المجتمع وتقدمه.

بعد الخاتمة عادةً تضع هذه الأقسام بالترتيب:

النتائج

أثبتت وسائل التواصل الاجتماعي قدرتها الكبيرة على التأثير في الرأي العام.

تسهل المنصات الرقمية في سرعة انتشار المعلومات وتشكيل الاتجاهات الفكرية.

³⁵ الكوثر عبد الباري، أثر الرأي العام في السلوك السياسي العراقي عام 2003، مجلة قضايا سياسية، جامعة النهرين، كلية العلوم السياسية ، العدد 57، 2019،

توجد علاقة متبادلة بين وسائل التواصل الاجتماعي والجمهور قائمة على التأثير والتأثر.

يمكن أن تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دورًا إيجابيًا في نشر الوعي المجتمعي.

قد تتسبب في نشر الشائعات والمعلومات المضللة عند سوء استخدامها.

التوصيات

تعزيز الوعي والثقافة الرقمية لدى أفراد المجتمع.

التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها أو تداولها.

تشجيع الاستخدام الإيجابي والمسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي.

دعم البرامج التوعوية التي تحد من انتشار الأخبار الكاذبة.

تتمية التفكير النقدي لدى المستخدمين خاصة فئة الشباب.

المصادر

1. (1) عدلي عاطف، نهى عاطف العبد الراي العام والفضائيات، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 2007، ص15.
2. (1) محي الدين عبد الحليم، الراي العام (مفهومة وأنواعه، عوامل تشكيله وظائفه وقوانينه، طرق قياس اساليبه وتغييره)، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، القاهرة-مصر، 2009، ص15.
3. (1) فتحي حسين عامر، الراي العام الالكتروني، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2012، ص11.
4. (1) محمد مصطفى، الراي العام في الواقع الافتراضي وقوه التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص65.
5. (1) فتحي حسين عامر، استطلاعات الراي العام على الانترنت، العربي للنشر والتوزيع، 2013، ص127.
6. (1) خيرالله سبهان عبدالله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي، مصدر سبق ذكره، ص77.
7. (1) نصيف جاسم، دور شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في تشكيل الراي العام لطلبة الجامعات محافظة كربلاء، مجلة جامعة اهل البيت، العدد22، كلية الاداب، ص111.
8. (1) علي عباس فياض، دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الراي العام العراقي نحو قضايا الصراع، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال العدد (9)، الجزء الأول، ص405.
9. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص27).
10. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص112).

11. (عبد الرؤوف محمد، الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2018، ص 45).
12. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2009، ص 88).
13. ¹ زهير عابد، الراي العام وطرق قياسه، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص15.
14. ¹ زهير عبد اللطيف عابد، الاعلام الجماهيري، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط2، عمان-الأردن، 2015، ص45-46.
15. ¹ مصطفى يوسف كافي، الراي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ص21.
16. ¹ بطرس حلاق، الراي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية، ط1، سوريا، 2020، ص2.
17. ¹ مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الراي العام جامعة القاهرة، مصر، 2005، ص18.
18. ¹ عدلي عاطف، نهى عاطف العبد الراي العام والفضائيات، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 2007، ص15.
19. ¹ محي الدين عبد الحليم، الراي العام (مفهومه وانواعه، عوامل تشكيلة وظائفه وقوانينه، طرق قياس اساليبه وتغييره)، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، القاهرة-مصر، 2009، ص15.
20. ¹ فتحي حسين عامر، الراي العام الالكتروني، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2012، ص11.
21. ¹ محمد مصطفى، الراي العام في الواقع الافتراضي وقوه التعبئة الافتراضية، العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص65.
22. ¹ سمير إبراهيم محمد دور وسائل التواصل الاجتماعي في الازمات السياسية والحروب مجلة دراسات شرق أوسطية، المجلد 26، العدد100، 2022، ص47.
23. ¹ محمد مصطفى، الراي العام في الواقع الافتراضي وقوه التعبئة الافتراضية، المصدر السابق، ص65.
24. ¹ اسامه غازي المدني دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الادب والعلوم الاجتماعية، ص402.
25. ¹ فتحي حسين عامر، استطلاعات الراي العام على الانترنت، العربي للنشر والتوزيع، 2013، ص127.
26. ¹ خيرالله سبهان عبدالله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي، مصدر سبق ذكره، ص77.
27. ¹ علي فواز طلال العدوان، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الراي العام في الأردن، المجلة العملية للبحوث والدراسات التجارية المجلد 37، العدد الثاني، 2023، ص 1329.
28. ¹ عبد الجبار احمد عبدالله، فراس كوريكس عزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، 2012، ص201.
29. ¹ احسن عامر فتحي وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتوزيع لقاهر 2011، ص22.

30. ¹الكوثر عبد الباري، أثر الرأي العام في السلوك السياسي العراقي عام 2003، مجلة قضايا سياسية، جامعة النهرين، كلية العلوم السياسية، العدد 57، 2019،
31. ¹ غزوان جبار محمد، اتجاه طلبة الجامعة ازاء الخطاب السياسي في الفضائيات، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 48، ص79.

الكتب الاجنبية

1. Daniel Katz public opinion and propaganda holt rinehart wanton new York ¹ 1954,p8-9