المحاضرة 05: أنواع الجمهور والرأي العام

أولا: أنواع الجمهور

1. **الجمهور العام:** هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا ، متباعدين في المكان و أحيانا في الزمان و لكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو العام كظاهرة اجتماعية ارتبط ظهوره و تطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية و يعتبر الجمهور الديمقراطية، فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة و مستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.
2. **الجمهور الخاص:** هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الافراد المشتركين في صحيفة ما و يصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الاعلام استشارة هذا الاهتمام و تدعيمه و تلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي و ينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز وهذا ما يبرز اختيار وسائل الإعلام للموضع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات و تكييفها وقدم الباحث الأمريكي كلوس تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي:

- **<u>الجمهور المفترض</u>** : هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال أي الذين يملكون الوسائل المادية و التقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة و من هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة يشكلون الجمهور المفترض لهما و الجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب أما جمهور الواب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر و خط هاتفي و مودام إلى جانب اشتراك في الانترنت.
- **<u>الجمهور الفعلي:</u>** هو مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة أو قراء صحيفة أو زوار موقع الكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على رابطة.
- **<u>الجمهور المتعرض:</u>** و هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها زعن الموقف الذي يتخذه منها فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية وهناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته ومصالحه المادية واهتماماته الفكرية والثقافية.
- **<u>الجمهور الفعال:</u>** وهو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسالة الإعلامية وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو حياده

ثانيا: أنواع الرأي العام

يقسم الرأي العام إلى أنواع وفقا لمجموعة من المعايير أهمها ما يلي:

1. **وفقا للمعيار المكاني:** وفقا لهذا المعيار يصنف الرأي العام إلى ما يلي:

- **الرأي العام المحلي:** وهو الرأي السائد في منطقة معينة ويرى بعض الباحثين أن للمجتمع المحلي خصائص تختلف عن خصائص المجتمع الوطني أهمها: الانتماء، الصغر، التجانس والاكتفاء الذاتي.
- **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، كما أنه يعالج المشاكل الوطنية بالدرجة الأولى.
- **الرأي العام الإقليمي:** وهو الرأي العام السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا وفي فترة زمنية محددة تجاه قضية معينة أو أكثر يحتدم فيه الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة وقيمها الإنسانية الأساسية ويقوم على مجموعة من القواعد منها المصلحة المشتركة، الارتباط التاريخي، تقارب العادات والتقاليد وتشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية ووحدة اللغة والثقافة.
- **الرأي العام العالمي:** وهو الرأي العام السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة زمنية معينة حول قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش، وتمس المصالح المشتركة لهذه الشعوب أو القيم الإنسانية الأساسية لها، وتعتبر الرأي العام العالمي من أهم القوى والمرتكزات التي تؤثر بشكل فعال في توجيه سياسته.

2. **وفقا للمعيار الزماني:** وفقا لهذا المعيار يصنف الرأي العام إلى ما يلي:

- **رأي عام مؤقت:** وهو رأي عام ينشأ نتيجة حادث عارض ويزول بسرعة فور زوال الأسباب التي أدت إلى ظهوره وقد يدوم ساعات، ثم يزول وقد لا يتكرر الرأي الذي ينشأ بفعل زلزال أو اغتيال.
- **الرأي العام اليومي:** وهو رأي عام متحرك يرتبط بتطورات سياسية أو اقتصادية متحركة؛ حيث تؤدي وسائل الإعلام دورا فاعلا في تشكيل هذا النوع من الرأي العام.
- **الرأي العام الدائم:** وهو الأكثر شيوعا والذي تعمل فيه العوامل المختلفة ويسري القواعد الأساسية للرأي العام ويتصل اتصالا قويا بأشياء الثابتة كالدين والأخلاق والعادات والتقاليد ويشترك فيه الأغلبية، يمتاز بالاستقرار ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادرا.

3. وفقا لمعيار قوة التأثير:

- **الرأي العام القائد:** ويسمى أيضا الرأي العام النشط ويمثل هذا النوع من الرأي العام، صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء وتعد هذه الفئة في المجتمع قليلة لكنها قوية التأثير وهي التي تقود المجتمع وتوجهه في جميع النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية، وهم يفرضون ويكرسون آراءهم في المجتمع من أجل ذلك الموارد المتاحة.
- **الرأي العام القارئ أو المثقف:** يتكون من أواسط الناس ثقافة، وتقل ثقافتهم عن الفئة الأولى أي الصفوة، ويختلف حجم هذا الرأي حسب درجة التعليم في المجتمع، وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم ويتأثرون بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه وقد تؤثر فيه بقدر محدود.
- **الرأي العام المنساق:** ويمثل رأي السواد الأعظم من الناس فهؤلاء يكونون عرضة لتأثير وسائل الإعلام ويتقبلون ما ينشر ويذاع دون تمحيص أو تدبر ويكونون عرضة لحملات الدعاية.

4. **وفقا لمعيار الظهور:**

- **الرأي العام الظاهر:** وهو الرأي العام المعبر عنه وينشر هذا الرأي ويتجسد في الدول ذات الطابع الديمقراطي والتي تميزها الحرية الكاملة لوسائل الإعلام في الوصول إلى مختلف المعلومات وتناقلها ويتكون نتيجة وجود أحداث تشغل اهتمام الجمهور فيكون رأيا حولها.
- **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 بآرائهم حول مختلف القضايا والأحداث ويتحول الرأي العام الكامن إلى رأي عام ظاهر في الحالات التالية:

- ازدياد شدة اتجاه الجماهير نحو مشكلة معينة لدرجة أنهم لا يستطيعون كتمانها؛
- رفع المعاناة الاجتماعية والقانونية، التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي العام كمواقف الدول أو تشجيعها على ظهور آراء معينة كانت غير موجودة؛
- الثورات والانتفاضات وحالات الغضب الجماهيري.

5. وفقا لمعيار التواجد: وينقسم إلى ما يلي:

- **رأي عام موجود بالفعل:** وهو الرأي العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث تظهر تأثيراته في بعض التعليقات والمناقشات.
- **رأي عام متوقع وجوده:** وهو الرأي العام، الذي لم يكن موجودا أصلا لكن يتوقع وجوده عقب بعض الأحداث والمشاكل وتلعب مراكز بحوث الرأي دورها في التنبؤ بالرأي العام المتوقع.

6. **وفقا للتقسيم الكمي**: وينقسم إلى ما يلي:

- **رأي الأغلبية:** وهو الرأي الذي يمثل عن ما يزيد عن نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفاعلة.
- **رأي الأقلية:** ورأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان منهم بعض الأكفاء الذين لهم تأثير في القضايا المثارة بعلمهم لا بانتمائهم الحزبي

- **الرأي الائتلافي:** وهو رأي مجموع الأقليات المختلفة في اتجاهاتهم والتي تجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة وهو ليس وليد المناقشة وإنما نتاج عوامل خارجية عارضة ومتى زالت الأسباب يزول هذا لرأي.
- **الرأي الساحق أو الرضا العام:** وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أغلبيتها الساحقة وهو ليس رأي الأغلبية وإنما رأي قريب من الإجماع ويقترب من العادات والتقاليد والأعراف.