

## المحاضرة الخامسة: أنواع الجمهور و الرأي العام

أثبتت دراسات ميدانية أن الأفراد يختلفون فيما بينهم اختلافاً كبيراً وليسوا نمطاً واحداً متكرراً؛ بحيث يختلفون في نسبة الذكاء والإدراك، وفي مدى تأثرهم بالأمر العقلية أو الوجدانية أو الحسية، بالإضافة إلى الاختلاف البين في المستويات الثقافية والمهنية والتعليمية وغيرها ؛ حيث يمكن تقسيمهم إلى : (2)

**1- جمهور عام :** ويتكون من حشد غير متجانس، لا يوجد له تنظيم اجتماعي ولا قواعد محددة للسلوك، ويضم

جميع قطاعات المجتمع، وهو يتسم بضخامة العدد ، وتباين الأفراد في السمات والخصائص وغياب التواصل الاجتماعي بين أفرادهم لأنهم منعزلون عن بعضهم.

**2- جمهور خاص :** وهذا التخصص قد يكون بناءً على :

\*أساس ديموغرافي : كالسن ،الجنس ، درجة التعليم ، المهنة.

\*أساس حضاري:وهي عوامل متصلة بالسلوك الإنساني ومحدداته كالصفات الشخصية والعادات والتقاليد.

\*أساس ثقافي: بحيث يمكن تقسيمه بدوره على هذا الأساس إلى :

أ- جمهور يقرأ و يكتب، لكنه لا يميل إلى ذلك، فأفراده يعرضون أنفسهم إلى الصور، يشاهدون التلفزيون، و

يستمعون إلى الراديو و يذهبون إلى السينما، و لكن هذا الجمهور يكون ولاؤه لوسائل الإعلام ذاتياً، فهو يبحث

عن الترفيه و الإثارة في تعرضه لها، فهو ليست لديه رغبة حقيقية في القراءة، لأنه يحاول استقبال الرسالة الإعلامية

ببذل أقلّ جهد ممكن، فهو ليس صاحب اتجاه فكري، يميل إلى الإشباع الذاتي و الرضا الظرفي.

ب- جمهور مشارك نفعي وعملي من أصحاب الهوايات، يتعرض لوسائل الإعلام، ويرغب في الارتفاع بمستواه، لا

يميل إلى التفكير بل يميل إلى الماديات.

(2) نسمة أحمد البطريق ، جيهان يسرى، مرجع سابق ، ص 30

ج- جمهور النخبة أو الصفوة وهم مفكرون ومبدعون يهتمون بالآراء ووجهات النظر، و الأحداث الفنية و

المفاهيم الجمالية ولا يهتمون بالماديات .(1)

إنّ تفسير السلوك الذي يقدم عليه أفراد الجمهور الفعّال ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار أيضاً أن هناك

الجمهور الذي فهم الرسالة واستجاب لها عن وعي وإدراك، وهناك الجمهور الذي تفاعل معها تحت التأثير المحدود

في الزمن، غير أن الباحثين يعيرون على المفهوم العددي أنه يفتقد إلى النظرة المكتملة التي يمكنها أن تقدم تفسيراً

شاملاً لواقع الجمهور، وتحليلاً واقعياً لجزئياته وكتباته، فهذا المفهوم يعتبر الجمهور مجرد هيئة للمتلقين؛ حيث يأخذ

الكمية كغاية في ذاتها، في حين يتجاهل النوعية والتّمايز بين أفراد الجمهور، وبالتالي فهو عاجز عن توقّع

الاستجابة المطلوبة .(2)

و كما تمّ تقسيم جمهور وسائل الإعلام من قبل إلى جمهور عام وجمهور خاص، فهناك تقسيمات أخرى ترتبط

بالبناء المعرفي و الاتجاهات التي يتبناها الفرد نحو علاقته بالغير والمجتمع، وكذلك علاقته بوسائل الإعلام، وبناءً على

المعايير الثقافية السائدة في المجتمع، فإنّه يمكن تقسيم الجمهور إلى فئات كالتالي : (3)

**1- أصحاب الاتجاه العلمي:** وهم الذين يميلون إلى الحكم على الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط

الإنساني في إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويتأثر سلوك الأفراد الاتصالي تجاه وسائل الإعلام بهذا

المفهوم، فالفرد من أصحاب هذا الاتجاه يقبل أو يرفض بمعيار الموافقة أو القبول مع المعايير العلمية، وكذلك بقيمة

ما يضيفه هذا العمل إلى المعرفة الإنسانية، ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم وسعة الإطلاع على

العلوم والثقافات المختلفة.

(1) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سابق ، ص 258

(2) علي قسايسية، مرجع سابق ، ص 71

(3) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سابق ، ص 256

**2- أصحاب الاتجاه المعنوي :** وتتأثر أحكام الفرد المنتمي لهذه الفئة بالعائد المعنوي الذي يتمثل في التوافق

والانسجام والإشباع الوجداني والعاطفي مثل الجمال والإبداع الإنساني الذي يكون مصدره الفن والأدب بفروعه المختلفة، والمعايير السائدة في هذا الاتجاه هي المعاني التي تدعّم الحب والخير والسلام والأخوة والتعاطف ، وغيرها من المعاني والرموز الإيجابية للعلاقات في إطارها المعنوي .

**3- أصحاب الاتجاه العملي :** وهو عكس الاتجاه السابق تماما، فالفرد في هذه الفئة يصدر أحكامه في إطار

المنفعة المباشرة، وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام مثل الحصول على المعرفة المتخصصة التي تفيد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية .

**4- أصحاب الاتجاه الاجتماعي :** وهذا الاتجاه يرتبط بالأحكام التي تتوارثها الجماعات لنمط سائد من التقاليد

والأعراف والعادات التي تحكم علاقة الفرد داخلها بأنواعها المختلفة .

## أنواع الرأي العام: :

هناك عدة تصنيفات للرأي العام وانطلاقاً منها خرج الباحثون بتصنيفات له نتيجة اشتراك بعض

الأنواع في شروط وملامح معينة، ويتمثل أبرز هذه التصنيفات فيما يلي:

### 1- من حيث النطاق الجغرافي (الانتشار):

أ- **رأي عام محلي**: وهو الرأي السائد في شارع معين أو قرية أو مدينة أو محافظة، ويعبر عن الاهتمامات المتشابهة في فئة معينة من المجتمع حول موضوع يمس مصلحة هذه الفئة.

و للرأي العام المحلي خصائص أهمها: الانتماء وهو ظاهرة شعور الأشخاص بالانتماء الشديد للمجتمع المحلي<sup>(1)</sup>.

ب- **رأي عام وطني**: ويعبر عن القومية، وهو مرتبط بالوطن والدولة التي يتواجد ويعيش فيها الفرد.

و هذا النوع يرتبط بالوطن وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز هذا الرأي بعدة خصائص أهمها معالجته

للمشاكل القومية<sup>(2)</sup>.

ت- **رأي عام إقليمي**: وهو الرأي السائد بين مجموع من الشعوب متجاوزة جغرافياً في فترة معينة ونحو

قضية تمس المصالح المشتركة لهته الشعوب كالرأي العام والإفريقي أو الخليجي مثلاً.<sup>(3)</sup>

ث- **رأي عام عالمي**: وهو رأي الشعوب لا رأي الحكومات، وهو يتعدى الحدود بين الجماعات السياسية ليعبر عن

نوع معين من التوافق بين الطبقات أو الفئات التي تنتمي إلى أكثر من دولة واحدة، وهذا النوع من الرأي أصبح من

سمات عصرنا هذا مع تطور وسائل الاتصالات.

### من حيث الاستمرار:

<sup>1</sup> احمد، محمد عليق و(آخرون): مرجع سابق، ص 354.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 354.

<sup>3</sup> ميلود، سفاري\_ مراد، زعيمي: مرجع سابق، ص 128.

ويعتبر هذا التقسيم تقسيما زمنيا، وتندرج تحته ثلاث أنواع للرأي العام :

أ- رأي عام دائم: ويمتاز هذا النوع بالاستقرار والثبات ، ويمتاز بأنه أكثر تأثيرا في الناس لأنه يتركز على أسس ثقافية ودينية وتاريخية ترتبط بمنطقة محدودة وهذا ما ذكره محمد سيد محمد حيث قال أن الرأي العام الدائم هو ما يتصل بالدين والأخلاق والعادات والتقاليد وهو يمتاز بالثبات والرسوخ ويشترك فيه السواد الأعظم من الناس<sup>(1)</sup>.

ب- رأي عام مؤقت: وهذا النوع محدد بعوامل زمنية تمثله منظمات معينة كالأحزاب مثلا وذلك أثناء سعيها لتحقيق هدف معين، وفي وقت معين في حيز جغرافي محدود غالبا ما يكون محلي.

وهذا ما قاله فؤاد حيدر: إن الرأي العام المؤقت تمثله الأحزاب السياسية والهيئات ذات الأهداف والبرامج

المحددة، ومتى انتهت الأحزاب والهيئات انتهى هذا النوع من الرأي العام<sup>(2)</sup>.

## 2- من حيث التمثيل:

وهو تقسيم كمي للرأي العام وتمثل أنواعه في:

أ- رأي الأغلبية: ويمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة التي تسكن منطقة واحدة، وهو تكرار الرأي الشخصي للأغلبية الجماعات الفاعلة.

وقد قال خليل عبد الرحمان المعاصرة إن رأي الأغلبية هو ما يزيد على 50% من مجموعة الأصوات

للجماعة الفعالة<sup>(3)</sup>.

ب- رأي الأقلية: وهو الرأي الذي يقل عن نصف الجماعة وقد يكون منهم بعض الأكفاء والمتخصصين.

وقد قال عبد الحافظ سلامة إن رأي الأقلية يكون رأي اقل من 50% من مجموع الجماعة<sup>(4)</sup>.

<sup>1</sup>محمد، سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام- ط2 ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986، ص 167.

<sup>2</sup>فؤاد، حيدر: مرجع سابق، ص 126.

<sup>3</sup> خليل، عبد الرحمان المعاصرة: مرجع سابق، ص 200.

<sup>4</sup> عبد الحافظ، سلامة: مرجع سابق، ص 165.

ت- **الرأي الائتلافي**: ويعبر على رأي جملة أقلية ضمن حيز جغرافي صغير أو محلي مختلفة في اتجاهاتها وتجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة وعوامل خارجية عارضة ويزول بزوالها.

وهذا ما بينه محمد نصر مهنا حيث قال : **الرأي الائتلافي** يعني ائتلاف بعض الآراء في المجتمع إزاء مشكلة معينة في وقت معين تحت تأثير ظروف معينة مما يستلزم قيام هذا الائتلاف بمعنى انه ليس نتيجة تفكير أو مناقشة بل هو وليد عوامل خارجية وإذا اختفت ذهب هذا الرأي<sup>(1)</sup>.

ث- **الرأي الساحق**: هو القريب من الإجماع ويقترّب من العادات والتقاليد لمجموعة من السكان وهو يعبر عن الرضا العام الذي يبديه أفراد الجماعة بعد مناقشتهم لقضية معينة.

حيث قال محمد سيد محمد إن هذا الرأي يكون نتيجة بحث الشعب في المشكلات العامة للوصول إلى الرأي الساحق، وبهذا يكون الشعب قد بلغ الذروة من الاستنارة والوعي<sup>(2)</sup>.

### 3- من حيث درجة التأثير والتأثر:

أ- رأي عام قائد: ويتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمثقفين من أساتذة الجامعات والعلماء والكتاب والسياسيين، وهم نسبة ضئيلة من الشعب في مجتمع محلي لديهم القدرة على التأثير في الناس وإقناعهم وتوجيه آراءهم، ولا يتأثرون بوسائل الإعلام<sup>(3)</sup>.

ب- رأي عام مثقف: ويسمى كذلك القارئ، وهم أواسط الناس ثقافة، يتأثرون بوسائل الإعلام ويؤثرون فيمن هم أقل منهم إطلاعاً واستنارة بقدر ما يجمعون من معلومات وما يختزنون من أفكار وأخبار تؤهلهم أحياناً إلى التأثير في وسائل الإعلام أيضاً<sup>(4)</sup>.

<sup>1</sup> محمد، نصر مهنا: مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال "في عالم متغير"، مركز أسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005، ص 111.

<sup>2</sup> محمد، سيد محمد: مرجع سابق، ص 167.

<sup>3</sup> جابر، نصر الدين\_ لوكيا، الهاشمي: مرجع سابق، ص 138.

<sup>4</sup> عبد الحافظ، سلامة: مرجع سابق، ص 166.

ت- رأي عام منقاد: وهو رأي السواد الأعظم من الشعب في حيز جغرافي غير القادرين على مواصلة الإطلاع والبحث، ومنهم الأميون، ينقاد أصحاب هذا الرأي غالبا لما يوجهه له أصحاب الرأي المسيطر والمثقف القارئ، ولا يملكون القدرة على مناقشة المسائل. فالرأي العام المنقاد يمثل الأغلبية الساحقة في اغلب المجتمعات وهذه الشريحة تنساق وراء الرأي العام القائد والمثقف بتصديقها لما يقال في أجهزة الإعلام المختلفة<sup>(1)</sup>.

#### 4- من حيث الظهور:

أ- رأي عام ظاهر: ويكون التعبير في هذا النوع صريحا دون خوف، وينتشر أكثر في البلدان التي تسودها حرية إبداء الرأي. فهو يعبر عن آراء الناس واتجاهاتهم دون خوف<sup>(2)</sup>.

ب- رأي عام باطن: وهذا النوع لا يعبر عنه نتيجة الخوف من العواقب التي تنتج بعد ذلك فهو عبارة عن أفكار وآراء توجد لدى أفراد الجماعة، وتظل في حالة كمون<sup>(3)</sup>.

#### 5- من حيث وجوده:

أ- رأي عام موجود فعليا: وتظهر آثاره من خلال المناقشات التي تحدث وسط الجماعة الواحدة التي تشكل رأي عام محلي، وهو موجود فعليا في الفئة أو الجماعة.

وقد قال فؤاد حيدر في الرأي العام الموجود فعليا انه فعلي وبدل على أن الاتجاهان قد أثبتت وان لها بعض أنواع التأثير على السلوك الداخلي أو الخارجي<sup>(4)</sup>.

ب- رأي عام متوقع حدوثه: وهو رأي عام يتوقع حدوثه وظهوره بمجرد حدوث مشكلة ما تمس المجتمع ككل أو جزء منه وهذا ضمن نطاق جغرافي صغير.

<sup>1</sup> احمد، محمد عليق: مرجع سابق، ص 356.

<sup>2</sup> خليل، عبد الرحمان المعايطة: مرجع سابق، ص 2000.

<sup>3</sup> عبد العزيز، السيد شخص: مرجع سابق، ص 140.

<sup>4</sup> فؤاد، حيدر، مرجع سابق، ص 125.