

المحور الرابع: الرأي العام والإعلام

1. تعريف الرأي العام

الرأي العام في مجتمع هو خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب، أو هو الاتفاق الجماعي لغالبية الشعب اتجاه أمر أو ظاهرة أو قضية من القضايا الخلافية، قد تكون اقتصادية، اجتماعية، ثقافية أو تربوية، كما قد تكون ذات طابع إقليمي أو محلي أو دولي، أو تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل، ويكون لهذا الإجماع قوة التأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.

ويعرفه ليونار دوب بأنه " موقف جماعة إزاء مشكلة معينة أو حدث ما " وعرفه جيمس برايس بأنه " :التعبير عن آراء الناس تجاه القضايا التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة."

2. العوامل المساهمة في تكوين الرأي العام

➤ العوامل الفردية: أي الفرد بإدراكه واحساسه وسلوكه يؤثر في بلورة القضية، ونقلها من مستوى ادني إلى مستوى عام واشمل، والعكس قد تؤثر القضية في سلوكه.

➤ العوامل الطبيعية: مرجعها البيئة الجغرافية للفرد، فمثلا الذي يقطن في منطقة فلاحية ليس لديه الاهتمام ذاته بالنسبة للمقيم في المدينة.

➤ العوامل الاجتماعية: فالظروف الاجتماعية من تدهور مستوى المعيشة إلى انعدام الشغل، أيضا انعدام الوعي ونقص المستوى العلمي وغيرها، كلها ظروف وعوامل في وجود الإشاعات تلعب دورا في تكوين الرأي العام.

➤ الأوضاع الاقتصادية: إن تراجع مستويات النمو وتأخر مشاريع التنمية، التضخم والمديونية الخارجية وتسريح العمال، تعد كلها عوامل تؤثر في تجمع الأفراد وتنظيمهم لمظاهرات واحتجاجات، مثلما حدث في عدة دول أوربية بسبب الأزمة المالية العالمية، خاصة في اليونان وإيطاليا، وإسبانيا.

➤ العوامل السياسية: كلما كان هناك استقرار سياسي، كلما كان الرأي العام أكثر ثبات واستقرارا تجاه القضية.

➤ شخصية القائد أو الزعيم: فالرأي العام يتبلور بوجود قائد له كاريزمية ومواصفات خاصة؛ كالشجاعة والدهاء والذكاء، الحنكة الدبلوماسية والقوة.

➤ العوامل الدينية: فالدين يعد مرجعية وأرضية لسلوكات الأفراد ومن ثم يحظى بالإجماع ويصبح محرك.

3. خصائص الرأي العام

✓ يفترض وجود جماعة واسعة، قد تكون هذه الجماعة هي كافة أفراد المجتمع فيكون رأيا عاما للمجتمع، وقد يكون رأي جماعة جزئية تمثل قطاعا محددا أو عدة قطاعات من المواطنين فيكون رأيا عاما خاصا.

✓ وجود مسألة معينة تثير اهتمامات الأفراد وابداء الرأي اتجاهها، ويشترط في هذه المسألة أو القضية أن تكون موجودة في بيئة الجماعة ومتصلة بمصالحها، وأن تخلق حالة تأزم فعلية لها.

✓ وجود رأي للجماعة اتجاه تلك القضية سواء بالقبول أو الرفض، والذي يفصح عنه بصورة شفوية أو كتابة، فيفترض الرأي العام عملية تفاعلية عقلية أو انفعالية بين أفراد الجماعة المعنيين وبين القضايا المعنية.

✓ الرأي العام هو تعبير عن سلوك موحد لأفراد الجماعة المعنية، وهو بذلك لا يعبر عن علاقة جمعية لسلوك أفراد الجماعة، بل هو محصلة تفاعل تلك السلوكيات.

✓ الرأي العام في وجوده النهائي، تعبير عن طاقة عامة تساوي في شدتها وقوتها محصلة طاقات الأفراد المتفاعلين في الموقف المعني، وقد تكون الطاقة إيجابية مساندة وقد تكون سلبية مدمرة.

4. مراحل تكون الرأي العام

هناك 05 مراحل لتكوين رأي عام وهي:

➤ مرحلة الإدراك: وهي فترة وجود تصور كامن لدى الفرد حول القضية.

➤ مرحلة الصراع: يخرج التصور على المستوى الفردي حول الموضوع كي يناقش على مستوى الجماعة.

➤ مرحلة التركيز: أي أن القضايا والمشاكل عديدة، وبالتالي يتم التركيز على/ حول قضية واحدة.

➤ الرضا والاتفاق: فبعد التركيز على قضية ما يظهر رضا لدى غالبية الأفراد تجاه القضية والموقف منها.

➤ الاندماج والاستقرار: بحيث يندمج الجميع في صف الرأي الغالب حول القضية الموقف الذي يصبح ثابت ونهائي.

5. أنواع الرأي العام

يقسم الرأي العام حسب عدة معايير هي:

- على أساس العدد أو الكم: فهناك رأي عام فردي أو شخصي ثم يتحول إلى إجماع، وهناك الرأي العام بالأغلبية، وهناك الرأي العام الساحق أي بالإجماع على موقف ما، وهناك الرأي العام الائتلافي وهو رأي الأقليات الموجودة داخل المجتمع.
- على أساس جغرافي: هناك الرأي العام المحلي أو الوطني، وقد يكون نسائي أو شبابي، فلاحى أو عمالي، وهناك الرأي العام الدولي وهو من سمات المجتمع الحديث وظهر في الولايات المتحدة الأمريكية، خاصة مثل الرأي العام الدولي تجاه الإرهاب.
- على أساس الزمن: فنجد أري عام دائم وكلي أي يرتكز على أسس ثقافية واجتماعية معينة، وهناك رأي عام مؤقت يزول بزوال المشكلة، و الرأي العام اليومي.
- على أساس الوعي: هناك الرأي العام القائد أو النخبوي كمواقف وسلوكات نخبة أو فئة معينة، كالنخبة العسكرية والإداريين، وهناك رأي عام مثقف يخص من لديهم مستوى علمي عالي، وهناك الرأي العام المنقاد أو التابع أو الخاضع.

6. تعريف الإعلام

يعرف الإعلام بأنه مجموعة من قنوات الاتصال المُستخدمة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية أو البيانات، ويُعرف بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير، ويعرف بأنه المعلومات التي تُنشر بواسطة الوسائل الإعلامية، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون، كما أنّ الإعلام يكون بمجموعة من الوسائل التي تؤثر بصورة واسعة على الأفراد كالمجلات والجرائد ومواقع التواصل الاجتماعي.

7. وظائف الإعلام

يقدم الإعلام مجموعة من الوظائف اهمها:

➤ وظيفة الالتقاط او الهوائي

تلعب الوسيلة الإعلامية دور المغذي بالمعلومات الجديدة وتعد محفزا قويا، بل تمس حتى أنماط العيش، وهنا يبدو دور التلفاز قويا جدا.

➤ وظيفة التضخيم

بحيث تطرح مسائل التغيير للنقاش، وتقوم بتضخيمها لغرض الحصول على الردود الاجتماعية، وهنا يبدو دور الصحافة كبيرا.

➤ وظيفة التوجيه

تقوم وسائل الإعلام باقتراح أنماط فكرية، أنماط عيش، أفكار تجديدية للتكيف مع حركية العالم، هنا دور المجلات، وصحافة الرأي يبدوا جليا.

➤ وظيفة الموشور

هي وظيفة بيداغوجية تغذي الطرف المستقبل بأنماط سلوكية، المواقف العصرية، وتعمل كمدرسة للتغيير، دور الصحافة او لمجلات المتخصصة يبدوا واضحا.

➤ وظيفة الصدى

تعبر وتدعم وتقوي أنماط العيش، والفكر المهيمن، وهنا دور الصحافة المحلية.