

المحاضرة الثامنة: مفهوم الرأي العام

مفهومه:

الرأي العام: هو مجموع الآراء الفردية التي تعكس مشاعر الناس تجاه قضية معينة في وقت محدد، حيث لا يملك جميع الناس آراءً حول جميع المواضيع، ولذلك يمكن تعريف الرأي العام بأنه يمثل آراء المواطنين العاديين الذين يرغبون في التعبير عنها علنًا.

تتغير آراء الناس لأسباب عديدة، لذا من المهم أيضًا إدراك أن استطلاع الرأي العام هو مقياس لمشاعر الناس في اللحظة التي أُجري فيها الاستطلاع، ومن خلال قياس الرأي العام، يكتسب المسؤولون المنتخبون في مختلف قطاعات الحكومة فهمًا أعمق لما يعتقدونه الناس أنه ينبغي فعله حيال قضايا معينة. (socialsci.libretexts, n.d.)

لقد حظيت مفاهيم الرأي والموقف والقيمة، المستخدمة في أبحاث الرأي العام، بتوصيف مجازي مؤثر من قبل المحلل السياسي الأمريكي روبرت وورسيستر، مؤسس شركة موري (Market & Opinion Research International Ltd). لاستطلاعات الرأي في لندن.

فقد وصف القيم بأنها "تيارات عميقة من المزاج العام، بطيئة التغير، لكنها مؤثرة"، أما الآراء، فهي "تموجات على سطح وعي الجمهور - سطحية وسريعة التغير".

وأخيرًا، المواقف هي "تيارات تحت السطح، أعمق وأقوى"، تمثل منطقة وسطى بين القيم والآراء، ووفقًا لورسيستر، فإن فن فهم الرأي العام لا يقتصر على قياس آراء الناس فحسب، بل يشمل أيضًا فهم الدوافع الكامنة وراء تلك الآراء. (Davison, 2026)

استطلاعات الرأي العام

تُتيح استطلاعات الرأي العام تحليلًا دقيقًا نسبيًا لتوزيع الآراء حول أي قضية تقريبًا ضمن مجتمع معين. وبافتراض طرح الأسئلة المناسبة، يُمكن للاستطلاعات الكشف عن مدى قوة الآراء، وأسبابها، واحتمالية مناقشتها مع الآخرين.

كما يُمكن للاستطلاعات أحيانًا الكشف عما إذا كان أصحاب الرأي يُشكلون مجموعة متماسكة. مع ذلك، لا تُقدم نتائج الاستطلاعات معلومات كافية عن قادة الرأي الذين ربما لعبوا دورًا هامًا في تشكيل هذا الرأي. (Davison, 2026)

أنواع الرأي العام:

يمكن تقسيم الرأي العام حسب الموقع الجغرافي، الاستمرارية وكذا الكيف بالشكل التالي:

(1) الرأي العام وفقاً للموقع الجغرافي والانتشار : (وطني / قومي / محلي / إقليمي /عالمي

رأي عام وطني أو قومي: يقصد به الرأي العام المنتشر في قطر من الأقطار، لتمييز هذا النوع بعدد من المحاور:

-التجانس: رغم الخلافات الداخلية التي قد تصل إلى حد الصراع بين الأحزاب السياسية.

-إمكانية التنبؤ بردود الأفعال: بفضل أجهزة المخابرات الميدانية أو أي أجهزة أخرى للجماعات السياسية.

-معالجة المشاكل التي تسيطر على أكثر من مجتمع: واحد، فأصبح هذا النوع سمة من سمات المجتمع الدولي الذي يسود جميع الشعوب في فترة معينة نحو قضية معينة يحدث حولها الجدل وتمس مصالح تلك الشعوب وقيمها.

رأي عام محلي: رأي يعكس وجهات نظر الجماهير في نطاق معين، فهو الرأي العام المنتشر في مكان محدود جغرافياً لبلدة أو مدينة معينة - السيول في مدينة المناقل.

رأي عام اقليمي: فهو الرأي العام السائد بين مجموعة من المجموعات المتجاورة مثل: مجموعة الدول العربية - دول الاتحاد الأوربي - دول الساحل والصحراء - دول المغرب العربي... بسبب قضية يحدث فيها الجدل في فترة معينة وتمس مصالح تلك المجموعات وقيمها.

رأي عام عالمي: فهو الرأي العام المنتشر على مستوى المجتمع الدولي وتعبّر عنه الجمعيات والمنظمات الدولية المتمثلة في (منظمة الهلال الأحمر - الجمعية العمومية للأمم المتحدة - النقابات المهنية العالمية) نسبة للاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد حول قضية معينة يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب وقيمها.

(2) الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن من حيث الاستمرار والتغيير : ينقسم هذا النوع من أنواع الرأي العام إلى (3) أقسام رئيسة (مستمر / مؤقت / يومي) تتمثل في التالي:

رأي عام دائم (مستمر): ينشأ بسبب مجموعة من العوامل الحضارية أو الثقافية يعد الدين والعادات والتقاليد أهم عناصره من خلال المشاعر والاحاسيس للجماهير، فيكون الرأي العام سريعاً بسبب الشائعات وحملات الدعاية المضادة.

رأي عام مؤقت: يتركز انتشار هذا النوع من أنواع الرأي العام عوامل زمانية ومكانية تتمثل في المنظمات الدولية والهيئات الحكومية والأحزاب السياسية ذات البرامج المحددة وينتهي هذا النوع بانتهاء تغيير احد العوامل - مثال لذلك موقف الناخبين من مرشح معين في الدول الديمقراطية إذ ينتهي الحدث بانتهاء الانتخابات.

رأي عام يومي: يتمثل هذا النوع في وسائل الإعلام بالدعاية وإطلاق الشائعات بسبب مس مصالح الناس ومثال لذلك موقف الجماهير من إرتفاع الأسعار أو زيادة تعرفه المواصلات وتأزمها.

(3) الرأي العام وفقاً للكيف : (قائد / مستنير / منقاد)

رأي عام قائد: يمثل هذا النوع صفوة المجتمع (نخبة) من المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء وزعماء الأحزاب وذلك لعدم تأثرهم بوسائل الإعلام وما تطلقه من شائعات.

رأي عام منقاد: يقصد به السواد الأعظم من المجتمع الذين يمثلون شريحة الأميين للذين نالوا حظاً ضئيلاً من التعليم والثقافة لتأثرهم بما تبثه وسائل الإعلام المختلفة من (صحف / إذاعات مسموعة / إذاعات مرئية) من دون التفكير فيما ينشر أو يذاع عبر هذه المحطات الإذاعية بشقيها المرئي والمسموع.

رأي عام مستنير (مثقفين): يمثل هذا النوع المتعلمون في المجتمع لتأثيرهم فيمن حولهم وأقل منهم تعليمياً. (هنوز، 2025)

المحاضرة التاسعة: مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم وفي الجزائر

قد تختلف مجالات البحث في الإعلام اختلافاً كبيراً في محتواها ومنهجها، لكن معظمها يقدم مزيجاً من الإعداد العملي لمختلف المهن الإعلامية، إلى جانب فرص لتحليل الصور الإعلامية من زوايا مختلفة، بما في ذلك الجوانب الأخلاقية والسياسية والتاريخية.

فعلى سبيل المثال، إلى جانب اكتساب مهارات عملية كإنتاج الأفلام أو كتابة النصوص الإعلانية، قد تتاح للطلاب فرصة استكشاف قضايا مثل تصوير الإعلام لثقافة معينة أو صراع سياسي.

أما مجال دراسات الاتصال، وهو مجال أوسع نطاقاً، فيتجاوز المجالات التي تُعتبر عادةً ضمن "الإعلام"، ليشمل استكشاف التواصل البشري في مختلف البيئات والسياقات، ولا يقتصر هذا على المهن الإعلامية كالصحافة والتسويق والترفيه فحسب، بل يشمل أيضاً الأعمال والإدارة والتعليم والسياسة والعلاقات الدولية والقانون وغيرها. (topuniversities, n.d.)

مجالات وتخصصات البحث في العالم

الاتصال والإعلام الجديد

ينصبّ التركيز هذا المجال على التقنيات الحديثة والناشئة، مثل استخدام الوسائط التفاعلية على المنصات الرقمية، ويتاح لمن يهتم بهذا المجال خيار دراسة بعض المقررات التي تُدرّس ضمن قسم علوم الحاسوب، وهذا هو الجزء التقني الذي يميز الإعلام والاتصال عن غيره من تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية.

يتضمن أيضاً تصميم وتطوير الوسائط الرقمية، والأساليب الرقمية لجمع البيانات وتحليلها، والقضايا السياقية والاجتماعية ذات الصلة.

وسائل التواصل الاجتماعي

يُعَدّ التخصص في وسائل التواصل الاجتماعي مناسباً للمهتمين بهذا المجال المؤثر للغاية الذي أُضيف مؤخراً إلى قطاع الاتصال العالمي، يتضمن تطوير خصائص وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وتويتر،

وإنستغرام، بينترست، تامبلر، لتعلم مهارات استخدام هذه المنصات ليس فقط كفرد، بل أيضًا لتمثيل مؤسسة أو منتج أو حملة، كما هو الحال في معظم تخصصات دراسات الإعلام.

الصحافة

تُعدّ الصحافة من أكثر التخصصات شيوعًا بين الراغبين في العمل في مجال الإعلام، ويمكن دراستها كتخصص مستقل، أو كتخصص فرعي ضمن برنامج دراسات الإعلام والاتصال، هذا المجال يشتمل على مختلف المنصات والعمليات الصحفية، بما في ذلك المهارات المهنية مثل كيفية العمل في غرفة الأخبار، وكيفية البحث عن المصادر، وكيفية تقديم القصة للجمهور.

عادةً ما تكون دراسات الصحافة عملية للغاية، حيث يتم التركيز على أنشطة عديدة للبحث وتقديم التقارير الإخبارية والمقالات الخاصة، باستخدام العروض التقديمية المكتوبة أو استكشاف بدائل أخرى مثل الصحافة المصورة أو الفيديو.

النشر والتحرير

يُعنى بالنشر والتحرير للراغبين في العمل في مجال الإعلام ضمن صناعة النشر، حيث تتضمن مواضيع مثل نشر المجلات، ونشر الصحف، ونشر الكتب، والإعلام الجديد، قد تشمل أيضًا بعض الاهتمامات الأخرى كتطوير الأعمال، وتسويق وتوزيع المنشورات، والتصميم الجرافيكي، والتحرير اللغوي، والقضايا القانونية.

كما يهتم هذا المجال بشكل أكبر في مجال مثل نشر كتب الأطفال، أو النشر الأكاديمي، أو النشر الإلكتروني، وربما الاستفادة من محاضرات يقدمها متحدثون ضيوف من هذا المجال.

البث الإذاعي والتلفزيوني

يبحث هذا المجال في كل مرحلة من مراحل إنتاج تلفزيوني أو إذاعي، بدءًا من اختيار القصة أو الفكرة المناسبة، مرورًا بالتصوير أو التسجيل، واختيار مواقع التصوير، والتحقق من الحقائق وإجراء المقابلات، وصولًا إلى المونتاج والتقديم.

يُفترض أن يُمكن هذا المجال المهتمين من تطوير مهاراتهم التقنية في مجالات متعددة، بالإضافة إلى تنمية إبداعهم ورؤيتهم الفنية.

دراسات السينما والإعلام

يركز مجال دراسات السينما والإعلام الخيار على العمل في صناعة السينما، سواء كمنتج أو كاتب سيناريو/محرر أو ناقد.

غالبًا ما تجمع مضامين البحث في هذا المجال بين الجوانب النظرية والعملية، وهذا يخلق مجموعة واسعة من المهارات التحليلية والمهنية، قصد إكساب متلقيه فهمًا شاملاً لصناعة السينما، قديمها وحديثها، وتتعرف على مختلف الأساليب والأنواع السينمائية، وقد تُركز على أفلام من فترة زمنية أو ثقافة أو موضوع معين، تعمل على اكتساب مجموعة من المهارات العملية في صناعة الأفلام، بما في ذلك كتابة السيناريو، والإنتاج، والإخراج، والتصوير، والإضاءة، والمونتاج.

للبحث في الإعلام والاتصال مجالات أخرى غير التي تم ذكرها وتشمل المواضيع التالية: الإعلان، وسلوك الجمهور، وثقافة المشاهير، والكوميديا، وألعاب الفيديو والبيئات الافتراضية، والتواصل بين الثقافات، والتسويق، وقانون الإعلام، وبحوث الإعلام، والثقافة ما بعد الحداثية، والمسرح، والثقافة البصرية، وتصميم المواقع الإلكترونية، وثقافة الشباب. (topuniversities, n.d.)

مجال البحث الإعلامي في الجزائر

إن مجالات البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر ورغم أنها لم تواكب التقسيمات العالمية تبعاً لظاهرة تخصص التخصص (التخصص الدقيق)، إلا أنها عرفت إدراج بعض التخصصات مؤخراً لمختلف المؤسسات العمومية والخاصة، ويتعلق الأمر بشكل خاص، بالقائم بالاتصال أو ما يسمى في بعض المؤسسات بخلايا الاتصال والعلاقات العامة، التي تهتم بشكل رئيس في عرض وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام جمهورها الداخلي والخارجي، ناهيك عن تخصصات فرضتها التقانة الحديثة (مواقع التواصل الاجتماعي)، مثل صانع محتوى، كاتب لمواقع التواصل الاجتماعي، ظاهرة المؤثر في مواقع التواصل الاجتماعي، القائم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية لمختلف المؤسسات على اختلاف مجالات عملها.

ولم يقتصر المجال على الشق المهني فقط، بل امتد للممارسة الأكاديمية ولا أدل على ذلك من كليات، أقسام وشعب الإعلام والاتصال المنتشرة بمختلف المؤسسات والمراكز الجامعية على المستوى الوطني، إضافة إلى المخابر الإعلامية الجامعية المختصة، وفرق البحث، وكذا المجالات العلمية في مجال الإعلام والاتصال المفهرسة في المنصات العلمية.