

## المحاضرة 12 :

### 4-الاتصال الجماهيري:

#### 4-1-تعريف الاتصال الجماهيري :

الاتصال الجماهيري هو جزء من عملية الاتصال الانساني برمتها وقد برز الاهتمام بالاتصال الجماهيري كظاهرة وكتخصص علمي مع بدايات القرن العشرين.

فحينما يزيد عدد المتلقين للرسالة الاتصالية بشكل كبير تحدث تغييرات جذرية على عملية الاتصال، على القائم بالاتصال ان يكيف نفسه لمواجهةها، أهم تلك التغيرات نقص التفاعل بين المرسل والمستقبل، والتغييرات التي تطرأ على طبيعة رجع الصدى من الجمهور.

ان الاتصال الجماهيري هو: تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية، ويعرفه البعض بأنه: بث رسائل واقعية او خيالية على اعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في اماكن متفرقة.

فالالاتصال الجماهيري يتميز بقدرته على توصيل الرسائل الى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، والافراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة نفسها في اللحظة نفسها وبأقل جهد وبأسرع وقت ممكن.

وفي الاتصال بالجماهير تنتقي العلاقة بين المرسل والمستقبل حيث انه ليس اتصالا وجها لوجه.

كما يعرفه البعض بأنه: اتصال منظم ومدروس يقوم على ارسال رسائل علنية عامة صادرة من مؤسسة للاتصال الجماهيري عبر وسيلة اتصال جماهيرية إلى جمهور عريض من الناس بقصد التأثير على معلوماتهم واتجاهاتهم او سلوكا تهم.

ويقول اليوت فرايدسون بأن: عملية الاتصال الجماهيري تتميز عن انواع الاتصال الاخرى من خلال كونها توجه في المقام الاول الى قطاع عريض من الشعب وليس الى فرد واحد او عدة افراد او الى جانب محدود من الشعب، فضلا عن هذا يحتوي على شرط جوهري مؤداه توفر الوسائل التكنولوجية اللازمة لانجاز عملية الاتصال بحيث يتميز من خلالها اتمام عملية الاتصال مع كافة الناس في الوقت نفسه.

#### 4-2-خصائص الاتصال الجماهيري :

يرى تشارلز رايت ان عملية الاتصال الجماهيري تتميز بالخصائص التالية :

-الاتصال الجماهيري موجه صوب جمهور كبير نسبيا ومختلف الاتجاهات، ومن هنا كانت الرسائل الموجهة الى افراد متخصصين لا تعتبر في العادة اتصالا جماهيريا.

-الاتصال الجماهيري عام وعاجل وعابر: فهو عاجل لان القصد منه ان تصل الرسائل الى جماهير كبيرة في اقصر وقت ممكن، وهو عابر بمعنى انه لا يراد له في العادة الدوام والبقاء

والدخول في السجلات ،بل يجب ان يستهلك في الفور وهو عام لانه موجه الى كافة افراد الجمهور .

-الاتصال الجماهيري منظم: فالقائم بالاتصال في المؤسسات الاعلامية يختلف عن الفرد او الكاتب العدي ،من حيث انه يعمل من خلال تنظيم معقد.

وفي ذات السياق يرى المفكر الاعلامي السويدي دنيس ماكويل ان الاتصال الجماهيري يتميز بالمواصفات التالية :

-تتطلب عمليات الاتصال الجماهيري في العادة منظمات صورية (تكون فيها العلاقات رسمية وليست شخصية) ذات بناء مركب .

- تتجه وسائل الاتصال الجماهيري الى جمهور عريض .

- تتم عمليات الاتصال الجماهيري بشكل علني فالمضمون الذي تنقله متاح لكل فرد ويتم انتشار تلك المضامين بشكل غير منظم نسبيا و بصورة غير رسمية .

- يتميز الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بأنه غير متجانس من حيث التركيب .

- تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري تحقيق الاتصال في الوقت نفسه مع عدد كبير من الناس الذين يبعدون مكانيا عن المصدر ويكونون هم انفسهم متباعدين عن بعضهم البعض .

- في عمليات الاتصال الجماهيري تكون العلاقة بين المرسل والجمهور علاقة غير شخصية، حيث توجه الرسالة الى جمهور من الأشخاص، من غير المعروفين بدورهم العام الذي يؤدونه لمتلقين .

- يكون الجمهور في عمليات الاتصال الجماهيري عبارة عن كيان جمعي فريد بالنسبة للمجتمع الحديث يتميز بعدد من الملامح والسمات المختلفة .

فضلا عن الخصائص السابقة رصيد الجزاء عدة خصائص اخرى يمكن حصرها فيما يلي :

-يحتاج الاتصال الجماهيري الى مؤسسة اعلامية معقدة لإمداد و انتاج الرسالة الاتصالية المنظمة والمدروسة والمؤثرة ،وهذا يتطلب عددا كبيرا من الاشخاص من ذوي المهارات المختلفة الذي يعملون كفريق واحد لإتمام العمل ،فنحن مثلا بحاجة الى عشرات او مئات الاشخاص لإنتاج برنامج اذاعي او تلفزيوني او فيلم سينمائي او صحيفة او مجلة .

-يسير الاتصال الجماهيري في اتجاه واحد في اقله ،ومن عيوبه انه لا يسهم للقائم بالاتصال بمعرفة ما اذا فهمت رسالته بشكل دقيق او لم تفهم ،كما ان المرسل والجمهور لا يعرفون بعضهم بعضا لأن الجمهور في الاتصال الجماهيري غير متجانس .

-الرسالة الاتصالية الجماهيرية عرضة للرقابة من قبل الرقيب او حارس البوابة كما يمكن ان تتعرض للتشويش كعدم وضوح الطباعة او رداءة البث الاذاعي التلفزيوني .

-تكون الاستجابة او رد الفعل في الاتصال الجماهيري ضعيفة ومتأخرة فعندما نقرأ مقاله في صحيفة ونريد توجيه نقد لها او تصحيح او رد نقوم بارسال رسالة للمحرر بعد يوم او يومين او كثر من نشرها.

#### 4-3-التكامل والتنافس بين الاتصال الشخصي و الاتصال الجماهيري:

هناك علاقة واضحة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، فقد تكون هذه العلاقة تكاملية وقد تكون تنافسية، وقد حدد خبراء وباحثو الاتصال العلاقة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري في اتجاهين.

\*الاتجاه الاول : يرى أنها علاقة تنافسية، حيث يحاول الاجابة على سؤال مفاده:اي قناة من

هذه القنوات اكثر تأثيرا ؟ الاتصال الشخصي ام الاتصال الجماهيري؟

\*الاتجاه الثاني : يرى ان العلاقة بينهما تكاملية، حيث يتميز كل منهما بخصائص معينة ينفرد بها ويرى في الدمج بينهما تحقيق تفاعلية الاتصال.

وعلى هذا فالاتصال الشخصي قد يدعم او يعيق من تأثير الاتصال الجماهيري فيزيد من فاعلية الرسالة الاعلامية وتأثيرها، كما قد يساعد على الرجوع مرة اخرى لوسيلة الاتصال الجماهيرية للتعرف على معلومات اكثر يستفاد منها في المناقشات الشخصية .

#### \*مقارنة بين الاتصال الشخصي و الاتصال الجماهيري:

الاتصال الجماهيري	الاتصال الشخصي	الخصائص الاتصالية
اتجاه واحد	اتجاه او اكثر	اتجاه الرسالة الاتصالية
مرتفعة	منخفضة	امكانية الوصول الى جمهور كبير
منخفضة جدا	عالية جدا	القدرة على التقاء الجمهور المستهدف
منخفضة جدا	مرتفعة جدا	امكانية التغلب على العوامل الانتقالية
قليل جدا	كبير جدا	مقدار رجوع الصدى
زيادة معرفة و الادراك	تغيير الاتجاه السلوكي	التأثير
ضعيفة و منخفضة	عالية	درجة الثقة