

المحاضرة 1: مفهوم جمهور وسائل الإعلام و الاتصال

أصبحت لدراسات جمهور الإعلام والاتصال أهمية بالغة خاصة مع تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية الحديثة ، لهذا أصبحت محورا أساسيا ومهما في كل الأبحاث القاعدية النظرية والتطبيقية التي تتحدث عن مختلف مكونات الاتصال الجماهيري في شتى الميادين خاصة مع التطورات الحاصلة للمجتمعات, لذا نجد أن نظريات الإعلام والاتصال لم تتطور لمجرد الوصف الظاهري للجمهور وخصائصه بل تجاوزت تحليل الجمهور رقميا أي كميا , فحسب الباحث لازويل فان مكونات العملية للاتصال الجماهيري Mass Communication تكمن في خمس عناصر أساسية والتي تتمثل فيمايلي:

1. **القائم بالاتصال**، المرسل، أو نظام المصادر أو الإرسال (Sources system, Sender)، ويرمز له بحرف (S=Sender) في الأدبيات الأنجلوسكسونية.
2. **الرسالة**، أو نظام الرسائل (Messages System).
3. **الوسيلة**، الوسيط والوسائط أو شبكات الاتصال بين الأفراد والجماعات (Medium=Media)، وهي إما وسائل إعلام تقليدية (صحافة مكتوبة، إذاعة وتلفزيون) أو وسائط جديدة (New Media).
4. **نظام الاستقبال**، التلقي أو الجمهور حسب السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية والتاريخية، (Reception system) ويرمز له عادة بحرف (R)، للدلالة على التلقي.
5. **رجع الصدى** feed back

وهي التغذية الرجعية التي تتمثل في رد فعل جمهور وسائل الإعلام والاتصال, حيث أصبحت دراسات الاتصال الجماهيري، تهتم بالمحيط العام الذي يتم فيه توصيل الرسائل الإعلامية بين المرسل والمتلقي عبر قنوات مختلفة أصبحت تمثل امتدادا ماديا وتقنيا وفكريا للإنسان.

- تعريف جمهور وسائل الإعلام Mass Media Audience

لتعريف جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية العديد من التعاريف تختلف من باحث الى آخر ومن نظرية الى أخرى , فمفهوم مضامينه المختلفة تختلف باختلاف تأثير التطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات

الإعلام والاتصال، ومنه يمكن تعريف جمهور وسائل الإعلام و الاتصال "بمجموع الأشخاص الذين تتوفر لديهم وفيهم مواصفات معينة ليشاركوا في التعرض إلى رسائل إعلامية تبثها وتنشرها الصحافة المكتوبة الورقية والإلكترونية، والإذاعة والسينما والتلفزيون والمواقع الإلكترونية التكنولوجية أي الانترنت "

للجمهور مصطلحات مشابهة تتمثل في: الجماعة , الحشد, الرأي العام.

الجماعة:

يعرف الجمهور على أنه جماعة من الأفراد تربطهم خصائص و أهداف مشتركة اتجاه الرسالة الإعلامية التي يتأثرون بها ويتعارفون فيما بينهم , كما عرف على أنه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص , وهناك من عرفه على أنه جماعة من الأفراد وجدوا أنفسهم مؤقتا بقيم مشتركة دمجوها وأصبحوا يعانون من عواطف وانفعالات متشابهة أي التأثير .

الحشد:

هو جمهور أكبر من الجماعة حجما وله العديد من الاختلافات أهمها أن أفرادها لا تربطهم أهداف و خصائص مشتركة ولا يتعارفون فيما بينهم , وهذا ما أكده "هربرت بلومر " في إعطاء الفرق بين الجماهير و الجماعة و الحشد حيث يرى إلى الجماعة على أن كل أعضائها يعرفون بعضهم بعضا و هم واعون بعضويتهم المشتركة في الجماعة، يتقاسمون نفس القيم وفي علاقة مستمرة في المكان و الزمان، يعملون من خلالها على تحقيق أهداف مشتركة و مخططة. أما الحشد فهو أوسع من الجماعة ، محدود في الزمان و المكان ، مؤقت و نادر، لا يعاد تكوينه بنفس الشكل , قد يكون أعضاؤه محدد الهوية، لا يتقاسمون نفس الاهتمامات ولا توجد بينهم بنية و لا تنظيم اجتماعي أو معنوي يربط بينهم، أعضاؤه متساوون و مدركون أن تجمعهم مؤقتا أملاه الحدث العارض و يمكن أن لا يحقق هدفا ما.

الرأي العام:

تعريف الرأي العام :ينقسم إلى كلمتين رأي و عام، ويعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد بشأن موضوع ما والعقل والتدبر والنظر والتأمل . أما كلمة عام فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي عدد كبير من الناس، ويقال شيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم والعامه خلاف الخاصة، وقيل الخلق الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقون .

جمهور الرأي العام حسب الباحث "floyd,H. Allport فلويد ه . ألبورت يعرفه هو" تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بصدد ما يروونه في موضوع ما، يكون ذلك التعبير في صورة تأييد أو معارضة لوضع ما أو لشخص معين بحيث تكون كافية للتأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع المقصود "

هذه المصطلحات الجديدة التي لازالت قائمتها مفتوحة، أعطت مفهوم الجمهور أبعادا جديدة تتجاوز الحدود

السياسية والجغرافية والثقافية للبلدان والشعوب والأمم، بدأت تغزو بكثافة الدراسات التي تتناول الجمهور الذي نحن بصدد محاولة فهمه وتفسيره. وقد أضفت هذه الصفة (Ubiquity) على مفهوم جمهور وسائل الإعلام في عالم

ما بعد الجمهور (Post-Audience)، صفة التواجد الكلي الذي لا يحده مكان جغرافي معين في زمن معين، فهو قد يتواجد في كل مكان في نفس الزمن بصورته وصوته وكلماته المكتوبة، وهو المتلقي للرسائل الإعلامية وفي نفس الوقت القائم بالاتصال أو المرسل.

هذه أهم العوامل التي أثرت في تشكيل المظاهر المختلفة للجمهور كظاهرة سوسولوجية مرتبطة بالمجتمعات

الحديثة وما بعد حديثة أو المجتمعات الصناعية وما بعد الصناعية (Post-Industrial Societies)