المحاضرة الثانية: مفهوم جمهور وسائل الإعلام والمفاهيم المشابهة له:

مفهوم جمهور وسائل الإعلام:

الجمهور هو العنصر الرابع في سلسلة عملية الإعلام المترابطة والمتداخلة، وقد حظي هذا العنصر ككل عناصر الإعلام الأخرى . باهتمام الباحثين في سوسيولوجيا الإعلام على اعتبار أن الجمهور هو الهدف المتوجهة إليه الرسالة.

مفهوم الجمهور لغة: جاء في لسان العرب(لابن منظور:) أنها كلمة مأخوذة من كلمة الجمهرة وهو عدد من الناس، ويقال جمهور الناس أي جلهم، وجماهير القوم أي أشرافهم، وجُمهورُ كل شيء: معظمُه، وقد جَمْهَرَهُ..، وجَماهير القوم: أَشرافهم، وجَمْهَرْتُ القومَ إِذا جمعتهم، وجَمْهَرْتُ الشيء إِذا جمعته، وعددٌ مُجَمْهَرٌ: مُكَثَّرٌ. [1]

وقد إستخدم لفظ الجمهور كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين **Audience**، **Public** رغم ما بينهما من اختلاف فاصطلاح **Public** ، يشير إلى المجموع العام للأفراد أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح **Audience** إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيا من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد من حيث هو يعتبر جزاءا من Public بينما يلزم كي يكون جزءا من **Audience** ، أن يقوم بعمل ما كأن يقرأ أو يستمع أو يشاهد.[2]

إصطلاحا:

هناك اختلاف في تحديد مفهوم واضح وشامل لمفهوم الجمهور، وذلك حسب العديد من المتغيرات التي توجه الباحثين في ذلك، فقد ينظر إلى الجمهور في سياق التعرض كمجموعات أو وحدات إرسال إعلامية، أي النظر إلى الجمهور كمجموعة من الأرقام لمشاهدين لبرنامج أو تغطية صحفية، أما دينيز ماكويل 1987 Macquiail.D ، فيطرح عدة تصورات لمفهوم الجمهور منها الجمهور بوصفه عامة Mass، والجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عامة group Social ، والجمهور بوصفه مقاربا لمفهوم السوق Market ، وفي كل هذه الأشكال يأخذ الجمهور معنى خاصا يقتصر على السياق والمتغيرات التي يرتبط بها.[3]

هناك اختلاف في تحديد مفهوم الجمهور:" تعرفه جيهان احمد رشتي على انه "مجموعة كبيرة من الناس تضم مختلف الطبقات الاجتماعية، " كما اعتبره المفكران "ملفير ديفلر "milver "" و "روكتيش"roktech "على أنه مجموعة كبيرة من الأفراد تنقسم إلى طبقات متميزة، تختلف في المدركات والعادات والاهتمامات.[4]

يقصد به كذالك" جماعة من الناس تتميز عنها بصفات خاصة، لم يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية تؤثر وتتأثر به.[5]

---

[1] - درر العراق/ معجم لسان العرب لابن منظور، ص 343، متاح على الموقع،-http://wiki.dorar-aliraq.net/lisan alarab/%D8%AC%D9%85%D9%87%D8%B1، تم التصفح بتاريخ 28-12-2020
لسان العرب لابن منظور، المجلد الرابع، ط 3 دار صادر لبنان، 1994، ص149

[2]- باديس لونيس: مرجع سبق ذكره، ص246

[3] عبد الله الطويرقي : صحافة المجتمع الجماهيري، مكتبة العبيكان ، السعودية، 1997 ،ص95

[4] - جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية، مصر، ب ط،1993 ،ص 36 .

[5] - محمد منير حجاب،الموسوعة الإعلامية الفجر للنشر والتوزيع،المجلد،2003،3، ص 559

يفيد مفهوم الجمهور في القاموس الإعلامي:" المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنهم وثقافاتهم وثرواتهم، والحشد ليس له تنظيم أو عادات وتقاليد وطقوس، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، ولكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري، وإذا ما حدث تنظيم للسلوك الفردي في شكل حركة اجتماعية أو سياسية، فإن ذلك السلوك لا يصبح جماهيريا، ولكنه ذا طبيعة اجتماعية، له كيان وبرنامج وثقافة وتقاليد وقواعد موضوعة وإحساس بين أفراد الجماعة."

يعرف علي قسايسية الجمهور على أنه :"اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ، وفي مختلف مراحل تطورها[6]."

كما أن مصطلح جمهور يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية، ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار استعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة وما بعد الحداثة.

في هذا السياق يعرف علي قسايسية الجمهور الالكترونيe-Audience بأنه: "مجموعة من الأشخاص الذين يتدخل الإعلام الإلكتروني بأي شكل من الأشكال في تقديم أو تسهيل تعرضهم للرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائط الإعلامية، بما فيها وسائل الإعلام التقليدية التي تستعمل شبكة الانترنيت للتوزيع الالكتروني.[7]"

كما عرفت الباحثة سعاد جبر سعيد الجمهور انطلاقا من التعريف الاصطلاحي لمفردة " Mass" التي يقابلها في العربية كلمة " جمهرة " أو " حشد" ، وهي مستمدة من الكلمة الإغريقية" Maza" وتعني وجبة الشعير، وقد استخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة الغير قابلة للعد، وكذلك العدد الكبير من الأفراد حشدا كان أو جمهرة[8].

من المنظور التسويقي الجمهور هو مجموعة من الأسواق ذات الخصائص الاجتماعية والديمغرافية تستخدمها المؤسسات الإعلامية والأبحاث التسويقية. [9]

ومن منظور الدراسات الثقافية الجمهور ليس ظاهرة طبيعية لذا يفضل فهم الجمهور ليس في إختزاله إلى مجموعة من الناس، لكن الاقتراب منه كتكوين اجتماعي وتاريخي، من منظور الدراسات الثقافية من المفيد التعرف على مركزية العلاقة بين الجمهور والنص في العملية الاتصالية وتكوينها، هذه العلاقة المركزية لمشروع تجريبي مستمر للإثنوغرافيا ودراسة الاستقبال، وظهر مفهوم الجمهور الشامل كجمهور عالمي يرتبط بالعالمية والثقافة، فأنتوني كينغ يرى أنه إذا كانت هناك ثقافات منتجة في وسائل الإعلام، فهناك وجهات نظر منتجة ثقافيا للعالمية، ومن هذا المنظور أصبح الجمهور عالمي نتيجة للإنتاج الثقافي على نطاق عالمي من قبل عمالقة تكتلات وسائل الإعلام.[10]

---

[6] - علي قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، مرجع سبق ذكره ،ص 48-49

[7]- علي قسايسية: جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين، مرجع سبق ذكره، ص20

[8]-سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ط1؛ عمان:عالم الكتب الحديث، 2008 ، ص 21.

[9]- Mariagrazia Fanchi,op,cit,page 9

[10]- Vamsee Julnri,Becoming global Audience ,intersection in communication and culture,vol2,2003,p119

انطلاقا من هذه التعريفات نجد أن مفهوم جمهور وسائل الإعلام يشير لمعنيين مختلفين :

المعنى الشامل :

وهو الصدى الذي تلاقيه الرسائل ومدى الاهتمام الذي تحث عليه الوسيلة، ويلتقي هذا المعنى مع التعريف السوسيولوجي للجمهور.

المعنى الضيق :

وهو مجموع الأشخاص المفترض فيهم التعرض لوسائل الإعلام ومحتوياتها التي تقدمها وتبثها، وتعداد هؤلاء الذين تعرضوا لها فعلا، غير أن المعنى الأخير للجمهور كقياس عددي والمقترن بتعرضه للوسائل الإعلامية والاتصالية، وبالصناعة الإشهارية هو المعنى الذي فرض نفسه، وهو الذي يهم المهنيين في وسائل الإعلام والمعلنين [11]

المفاهيم المشابهة لجمهور وسائل الإعلام:

تعددت المفاهيم المشابهة لجمهور وسائل الإعلام، وهو ما قد يحدث خلطا لغير المختصين، لذلك سنحدد المفاهيم المشابهة لمفهوم الجمهور وعلاقة مفهوم الجمهور بهذه المفاهيم، وكذا الاختلافات بينها:

قد حاول "هربرت بلومر" أن يصل إلى مفهوم جمهور وسائل الإعلام كنوع من الجمهور له مميزاته التي تميزه عن باقي أنواع الجمهور، وذلك من خلال التفكير في خصائص كل من التجمعات البشرية الأخرى، أي المفاهيم المشابهة له (الجماعة/الحشد/الجمهور العام/ الجماهير).[12]

الجماعة:

وحدة اجتماعية تتكون من مجموعة من الأفراد (اثنين فأكثر) بينهم تفاعل اجتماعي متبادل، وعلاقة صريحة وتتحدد فيها الأدوار الاجتماعية للأفراد، ولها مجموعة من المعايير الخاصة بها، ويكون فيها وجود الأفراد مشبع لحاجات بعضهم البعض تتميز بوحدة المصالح والهدف المشترك

أمثلة على الجماعة: الأسرة– الجيش– .... الخ، وهي تجمعات بشرية تمثل جماعة.

من أهم أنواع الجماعة نجد الجماعة المرجعية: هي تلك الجماعة التي يرجع إليها الفرد في تقويم سلوكه الاجتماعي ويربط نفسه بها ويأمل أن يرتبط بها نفسياً ويتأثر بمعاييرها والاتجاهات السائدة فيها ويؤدي فيها أحب الأدوار إلى نفسه، وتقسم إلى أنواع هي:

أ– جماعات الانتماء الفعلي: مثل (أسرة– حزب سياسي) ينتمي إليها الفرد فعلاً.

ب– جماعات الانتماء الآلي: مثل جماعة السن والجماعات الثقافية ينتمي إليها الفرد بصورة آلية.

ت– جماعات متوقعة أو منتظرة: مثل رابطة الخريجين لا ينتمي إليها الفرد فعلاً ولكنه يتوقع الانتماء إليها[13] .

---

[11] - جازية بن رابح: دور بحوث قياس الجمهور في توجيه الإستراتيجيات الاتصالية في المؤسسة الجزائرية، الاتصال ألإشهاري التلفزيوني نموذجا، مجلة حوليات جامعة الجزائر1، العدد32، جوان ، 2018، ص101

[12]- شعوة هيبة: دراسات الجمهور مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة سنة ثالثة علوم الإعلام والاتصال، قسم الدعوة والإعلام والاتصال ، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، السنة الجامعية، 220-2021، ص11

13- حوراء عباس كرماش السلطاني ، مفهوم الجماعة وأهميتها في المجتمع، كلية التربية الأساسية،قسم التربية الخاصة

الحشد:

تم تعريف الحشد في الاستخدام الشائع بأنه تجمع مؤقت للناس في وقت واحد ومكان واحد، لكن مجرد تجميع الفرص للناس في أي مكان ليس حشداً بالمعنى السوسيولوجي، يصبح التجمع الجماعي للأفراد حشدًا فقط، عندما يكون لديهم اهتمام مشترك أو بؤرة اهتمام ويظهرون مجموعة مميزة من خصائص السلوك.

يتميز بأنه محدود من حيث الزمان والمكان، لأنه ينشأ نتيجة حوادث، فهو لا يتميز بالتنظيم ولا يربط بين أفراده مصالح مشتركة، أعضاؤه قد يكونوا محددي الهوية.[14]

ويرى بلومر أن الجمهور يختلف عن الحشد أو الجمهرة في أن الجمهور أكثر تفكك، وأقل إندماجا وأن أفراده ليسوا متماسكين، ولا يقوم بينهم التماسك الانفعالي الذي يتوفر في حالة الحشد، كما أن الفرد في الحشد ينسى ذاته ويتجه بعواطفه إلى الإيحاء الجمعي، ويتفاعل مع الجو المحيط به، ويتكون ما يسمى بالعقل الجمعي أو العقل الجماهيري.[15]

وقد ميز "بلومر" أربع أنواع من الحشد كما يلي:

***الحشد العارض:** يقصد به التجمهر الذي يحدثه الأفراد لمشاهدة حادث معين:(حادث مرور)

***الحشد النظامي:** يتميز بالتنظيم(مشاهدي مباراة، فيلم سينمائي..)

***الحشد الفاعل:** نشاهده مثلا في المظاهرات أو الاندفاع الجماهيري، يتميز أفراده بالانفعال.

***الحشد المعبر:** أفراده يشتركون في أداء عبادات وطقوس معينة،"صلاة الجمعة".[16]

الفرق بين الجماعة والحشد:

وعلى ما يظهر من تشابهٍ في الشكل بين المفهومين، فإن الأمر ليس كذلك أبداً، فالمجموعات هي كتل كبيرة من السكان تتسم بالرسوخ والثبات، وهي وإن كانت غير عصية على التغيير، إلا أن هذا التغيير يتم في إطار ديناميا‌تها الداخلية، فلا يطال من جوهر ثباتها ورسوخها، حتى وإن أحدث شيئاً من «التعديل» أو التغيير في شكل أدائها ودورها تبقى راسخة .

بل وأكثر من ذلك فإن الحشود لا تظهر إلا على هامش الجماعات الكبيرة، في لحظات تأزم هذه الجماعات، وبالتالي فإن الحشود ظاهرات لا اجتماعية، وتتكون من أناس غير اجتماعيين على نحو ما يبسط لنا منجي الزيدي في مؤلفه: «جماهير الثقافة» الحشود بحكم كونها طارئة، وخارجة عن نطاقات التوقع في نشوئها، حيث تنطوي على مقادير كبيرة من الفجأة، تكون محكومة بالفوضى والميل إلى التطرف، وقد تصبح

---

https://basiceducation.uobabylon.edu.iq/lecture.aspx?fid=11&lcid=59512، تم التصفح بتاريخ 13-10-2021 على الساعة 23,43

[14] - هيبة شعوة: مرجع سبق ذكره، ص12

[15] - جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر2003، ص16

[16]- هيبة شعوة: مرجع سبق ذكره ، ص12

في بعض حالاتها عدوانية، حين تستشعر في نفسها قوة، توهم أصحابها بأنهم أقوى مما استقرت عليه الجماعات، فلا يترددون عن الإقدام على ما لا يمكن تخيل أنه ممكن من ممارسات[17].

الغوغاء:

يقال لهم الغوغاء والدهماء والسوقة والرعاع والهمج والهلانث والوحش وبوغاء الناس ورجرجة الناس، جميع هذه الألفاظ تدل على مجاميع سفلة الناس وتجمعهم، وعلى طول ما قرأت في أحداث التاريخ العربي وما كان للغوغاء أو السوقة من أدوار لم أجد لهذه الفئة دوراً مشرفاً يستحق الإشادة أو الثناء بل نجدهم هم من يقوم بالنهب والسلب والتعدي على الأملاك والأعراض والجرأة على الدماء ، وتذكية النعرات القبلية والمذهبية، هذا مسلك الدهماء الذين يشكلون في كل مجتمع نسباً متفاوتة حسب تحضر المجتمع ورقيه.. هذه الفئة موجودة في العشوائيات وبعض التجمعات البشرية؛ مثل تجمعات بعض المهن غير المستقرة وغير المنضبطة بسلطة القانون والنظام ومثل هذه الفئات تحمل الاستعداد القيمي لممارسة الفوضى والتحفز لها عند كل مناسبة مواتية، هنالك من وعى لأهمية هذه الفئة فاحتوى مسلكها من خلال خطاب مؤدلج بحيث حول النقمة بإسم الحاجة إلى نقمة باسم الإيديولوجيا المتبناة، واستثمر التعصب الفئوي والقبلي والعرقي والإقليمي بين فئات الغوغاء والسوقة لصالح التعصب الإيديولوجي، واستعملوا كمطايا لأهداف فئة معينة أو فئات ما كانت لتصل لأهدافها، لولاهم فهم الوقود المحرك للفوضى الاجتماعية وللنعرة القبلية والتعصب الإقليمي.

وقد أشار لهذا المفهوم سيدنا علي بن أبي طالب رضي الله عنه وكرم وجهه: الناس ثلاثة: عالم رباني، ومتعلم على سبيل نجاة ، ورعاع همج يميلون مع كل ريح.[18]

---

[17] حسن مدن: في الفرق بين الحشود والجماعات، مقال متاح على الرابط-https://www.alkhaleej.ae/%D8%B4%D9%8A%D8%A1 تم التصفح بتاريخ 14-10-2021 على الساعة 15,28

[18] ناصر الحزيمي: الدهماء والغوغاء، مقال متاح بجريدة الرياض، 1-12- 2011 العدد15865

الجمهور العام:

هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى، أعضاؤه أكثر تبعثرا، متباعدين في المكان والزمان، ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية معينة مشتركة من الحياة العام، هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو ظاهرة، وقد عرفه "ديوي": "على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها".

الجماهير:

في أصلها الإنجليزي (mass) تعني الكتلة وتشير إلى تشكل مجتمعات.

أصبحت الجماهير في العصر الحديث أحد منتجات الثورة الصناعية، بحيث اقترب تكوينها من النزعة الاجتماعية والسياسية، ومن هنا فقد أصبح الجمهور مستهلكين يخضعون للتحكم، وهكذا نلاحظ تراجعا في حدود التوصيفات السلبية ولاسيما صيغ التحقير بل على العكس، أصبحت الجماهير مثمنة يسعى لاستقطابها وإرضائها، فمفهوم الجماهير مفهوم متحول وإشكالي، لكن هناك قدرا من الاتفاق على تكوينها الجمعي الذي يتخذ قيمته تبعا للوظيفة التي يؤديها.[19]

[19] - رامي أبو شهاب: بلاغة الجمهور، مفاهيم وتطبيقات ، الإشكاليات المعرفية والمنهجية وحدود التأصيل ، مجلة العمدة في اللسانيات وتحليل الخطاب ، العدد6، 2019، ص153