

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/340570530>

جمهور وسائل الاعلام

Presentation · September 2017

DOI: 10.13140/RG.2.2.28581.04323

CITATIONS

0

READS

17,400

1 author:



Ammar Taher Mohammed

University of Baghdad

40 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE



جمهور وسائل الاعلام - أ.د. عمار ظاهر



الجماعة



مفهوم

يعد مفهوم الجماعة من اكثر المفاهيم اثاره لإشكالية التحديد والتعريف:

تعني كلمة جماعة (تجمع اكثر من شخص في حالة تفاعل اجتماعي)

وهناك الجماعات الاولية (Primary Group)
الجماعات الثانوية (Secondary Group)

وتتفرع من هذان المصطلحان مفاهيم اخرى مثل :
(Community)، (association)، (Group)

الجماعة



مفهوم

ثمة فرق بين مصطلحي (التجمع) و (الجماعة)



الجماعة تعني (تجمع عدد كبير او صغير من الاشخاص خلال مدة زمنية محددة قد تطول او تقصر بحيث يكون ثمة اتصال بينهم)



التجمع يشير الى التجاور المكاني لبعض الافراد دون ان يحدث بينهما تفاعل من نوع ما .

جماعة
اجتماعية

تفاعل اجتماعي

تجمع

مستويات الجماعة

اولا : الحشد او الجماهرة (Crowd):

ويقصد به (مجموعة من الافراد اجتمعوا على امر من غير ترتيب سابق ليكونوا مركبا جديدا يختلف في الخصائص الفردية لكل عضو فيه).

يرجع مفهوم الحشد الى (غوستاف لوبون) الذي كان يرى ان الحشد يعني تجمع افراد في مكان معين حسب المهنة او الجنس حيث يكون للمجتمعين خصائص معينة تختلف عن الخصائص الفردية للأعضاء المكونين له

ويتميز بما يأتي :

1- امكانية التواجد المحدد اي الحضور في مكان معين مع امكانية التغيير.

2-الاختلاف بين اعضاء الحشد في التشابه والاهتمامات.

3- التفاعل الاجتماعي يفتقد الضبط وإمكانية التنبؤ به.

مستويات الجماعة

ثانيا : الغوغاء (mob)

الغوغاء عبارة عن جماعة
(الحشد) تتصرف تحت
ظروف معينة بشكل
متطرف كما هو الحال مع
المظاهرات العنيفة.

حشد كبير من الناس
مهتاج وميال الى القيام
بإعمال لا اجتماعية
وتتميز بان لها اغراض
غير شرعية.

مستويات الجماعة



ثالثا : الجمهور (PUBLIC):

وهو مجموعة من الافراد يجمع بينهم ميل او اتجاه او عاطفة مشتركة او ادراك في وحدة المصالح لذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة والرغبة بتحقيق الذات.



رابعا: الجماهير (Masses)

وتعني الكتل البشرية الكبيرة التي تضم مجموعة متنوعة ليس لها بناء او تكوين محدد ولا تتكون بحكم الوقت او المساحة اي انها لا تجتمع في صعيد واحد وفي وقت معين لأمر معين ويتصف افراد جماعة (الجماهير) بانعدام المعرفة السابقة بينهم غير ان لديهم بعض الافكار والمصالح المشتركة.

الفرق بين الجمهور والجماهير

من
ناحية
الحجم

تتسم الجماهير بكونها اكثر حجما وأكثر اتساعا من جماعة الجمهور وتتضح طبيعة هذا الحجم من كون الجماهير كتلا متعددة كبيرة الحجم بينما يتسم الجمهور بمحدودية حجمه نوعا ما.

من
ناحية
المكان

تعتنق جماعة الجمهور افكار معينة وتكوين محدد مكائيا وزمانيا في حين تفتقد جماعة الجماهير الى ذلك في شكلها العام كجماهير العاطلين او الاجانب ويتميز كلا النوعين بانخفاض درجة الاندماج وضعف الاتصال بين الافراد.

مراحل تشكيل الجمهور

الاولى : مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام :

1- ان الافراد معروفين فهم سكان مدينة صغيرة او قرية.

2- ان الافراد محدودين بالزمان والمكان حيث يتجمعون في دور العبادة او المسرح او الملعب او السوق.

3- ثمة ترتيب معين للجمهور حيث يتصدره طبقة الاشراف والنبلاء والخ.

4- يشرف على التنظيم السلطات الدينية او الروحية

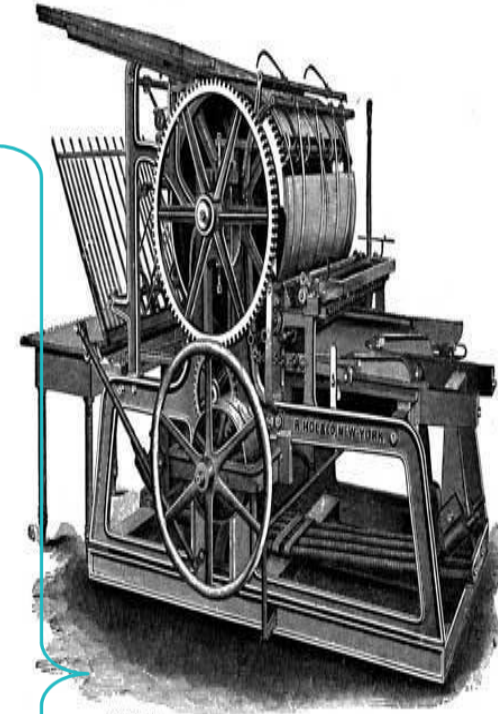
وكانت فكرة الجمهور في اصلها تعني الناس الذي تقبل على عرض درامي او لعبة (الالعاب الرومانية) اي تعني اي اسستعراض يستقطب اهتمام الناس. وكان الجمهور يتصف بمواصفات عدة :

يخضع مفهوم جمهور وسائل الاعلام الى اعتبارات عدة لها علاقة بالتطورات السريعة التي تشهدها المجتمعات الحديثة وتمر عملية تشكيل الجمهور في مرحلتين:

مراحل تشكيل الجمهور

الحقبة الاولى :

وتعد حقبة مهمة في تاريخ وسائل الاعلام الجماهيرية حيث تنعكس على موضوع تشكيل الجمهور بطريقة ما ، اذ عرفت الطباعة وظهر جمهور القراء بعد ظهور النشرات والمطبوعات والصحف وقد ساعد هذا التطور على ايجاد ما يعرف بالجمهور العام كفكرة او رأي محدود بين الناس يتواجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم .



الثانية :

مرحلة
ظهور
وسائل
الاعلام
الجماهيرية

مراحل تشكيل الجمهور

الحقبة الثانية:

مرحلة الثورة الصناعية التي اسهمت في تنمية وتسويق الصحافة لاسيما الصحافة الشعبية او الموجهة الى افراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى المكونة من شتات المهاجرين الذين انتقلوا من الارياف التي تسودها الروابط العائلية والصلات الاجتماعية الى المدن التي تتميز بالتباين بين افرادها لغياب قيم الثقافة .

وفي هذه الحقبة بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا يزال يلزم وسائل الاعلام

مراحل تشكيل الجمهور



الحقبة الثالثة

من العوامل التي اسهمت في تشكيل مفهوم الجمهور ورسم معامله الحديثة ظهور وسائل الاعلام الالكترونية من اذاعة وتلفزيون في بدايات القرن الماضي فقد اصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الاذاعي والتلفزيوني بين افراد الجمهور من جهة وبينهم وبين القائم بالاتصال من جهة اخرى.

مراحل تشكيل الجمهور



الحقبة الرابعة

وتتمثل باعتناق نظريات الديمقراطية التي تعد تحترم وسائل الاعلام وحريتها حيث انعكس تطبيق الانظمة الافكار الديمقراطية في انظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الاعلام فلم يعد الجمهور فقط مجرد قراء للصحف ومستمعي اذاعات ومشاهدي قنوات فضائية وإنما يتضمن بالوقت ذاته ناخبون ومستهلكون وقد ارتبط ذلك بظهور مصطلحات جديدة مثل جمهور الناخبين وجمهور السوق الخ.

مراحل تشكيل الجمهور



الحقبة الخامسة



الجمهور الخاص:

وهو الجمهور الذي يجمع افراده بعض الاهتمامات او الحاجات او الاتجاهات المشتركة التي تتميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل مجموعة الافراد المشتركين في صحيفة متخصصة بالمقابل من واجب وسائل الاعلام تلبية حاجات هذا النوع من الجمهور لذا تختار مواضيع معينة لتنظيم اهتماماته

الجمهور العام:

وهو اكبر حجما من التجمعات الاخرى، اعضاءه اكثر تبعثرا متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان هدفه الرئيس تكوين اهتمام او رأي عام حول قضية معينة او ظاهرة اجتماعية.

انواع الجمهور

مستويات الجمهور حسب درجة المساهمة

- الجمهور الذي يمتلك اجهزة تلفزيون ورايو
- يقاس جمهور الصحف بعد مبيعات النسخ
- صعوبة قياس جمهور الانترنت كونه يحتاج الى بنى تحتية وخدمة ويتطلب مهارات.

وهو مجموع السكان الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الاعلامية لوسيلة معينة.

1- الجمهور المفترض:

مستويات الجمهور حسب درجة المساهمة

2- الجمهور الفعلي :

هو مجموع الأشخاص الذين يستقبلون فعلا العرض الاعلامي مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني وإذاعي او مستخدمي الموقع الالكتروني يسجل حضور الزوار بمجرد الكبس على رابط معين.

3- الجمهور المتعرض :

هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الاعلامية بصرف النظر عن ادراكها وعن الموقف الذي يتخذه ازاءها فهناك جمهور يستجيب للرسالة الاعلامية وهناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته او مصالحه المادية او اهتماماته الفكرية

مستويات الجمهور حسب درجة المساهمة



4- الجمهور الفعال:

وهو الجزء الذي يتفاعل اي يستجيب للرسالة الاعلامية وهو الجمهور المستهدف في الاعلانات التجارية والدعوات الانتخابية حيث يحاول المرسل كسب وده او حياده على الاقل.