

مقياس مدخل لعلوم الاعلام والاتصال :

الاتصال الجماهيري:

مفهوم الاتصال الجماهيري

الاتصال الجماهيري هو عملية يرسل فيها شخص أو مجموعة من الأشخاص أو مؤسسة ما رسالة عبر قناة اتصال إلى مجموعة كبيرة من الأشخاص والمنظمات مجهولة الهوية وغير المتجانسة

يمكن أن تكون مجموعة الأشخاص المجهولين وغير المتجانسين هذه إما مجموعة أشخاص عامة أو شريحة من الجمهور العام أو كما يعرف بالعينة، تشمل قنوات الاتصال البث التلفزيوني والإذاعة ووسائل التواصل الاجتماعي والمطبوعات، مرسل الرسالة عادة ما يكون محاوراً مهنيًا يمثل المنظمة في كثير من الأحيان

يعتبر الاتصال الجماهيري عملية مكلفة، على عكس التواصل بين الأشخاص بشكل فردي، عادةً ما تكون التغذية العكسية للاتصال الجماهيري بطيئة وغير مباشرة

ويمكن تعريف الاتصال الجماهيري أيضا على أنه عملية نقل الرسالة إلى عدد كبير من الجماهير المنتشرة في أماكن مختلفة، من خلال الاتصال الجماهيري، يمكن نقل المعلومات بسرعة إلى عدد كبير من الأشخاص الذين يبقون عمومًا بعيدًا عن مصادر المعلومات

يتم الاتصال الجماهيري عبر الإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات والمنشورات، إلخ

بعد ذكر تعاريف عامة عن الاتصال الجماهيري سنتطرق إلى بعض تعريفات الاتصال الجماهيري من قبل أشهر المفكرين والكتاب

الاتصال الجماهيري يهتم بنقل المعلومات والأفكار والآراء “، Metha تعريف الاتصال الجماهيري وفقاً لـ “والترفيه وغيرها في وقت واحد إلى عدد كبير من الجماهير غير المتجانسة

Metha تعريف

تعريف الاتصال الجماهيري وفقاً لإيمري، "الاتصال الجماهيري هو عملية إرسال رسالة وفكر وموقف من خلال بعض الوسائط في وقت واحد إلى عدد كبير من الجماهير غير المتجانسة".

تعريف إيمري

الاتصال الجماهيري هو عملية يقوم من خلالها فرد "، R. P. Molo تعريف الاتصال الجماهيري وفقاً لـ " أو منظمة أو حكومة بتواصل مع عامة الناس

R. P. Molo تعريف

أنواع الاتصال الجماهيري

فيما يلي بعض أنواع الاتصال الجماهيري

الإعلان، والذي يتكون من طريقة اتصال معينة التي تحاول فيها حث سلوك المستهلك والتأثير عليه

الصحافة، مثل الأخبار

العلاقات العامة، وهي عبارة عن اتصال يهدف إلى التأثير على الرأي العام لمنتج أو مؤسسة

(على سبيل المثال، الحملات الانتخابية) **السياسة**

مميزات و خصائص الاتصال الجماهيري

الاتصال الجماهيري هو التواصل الذي يحدث بين الناس. في الواقع، الاتصال الجماهيري هو عمليات يتم من خلالها توزيع الرسالة على نطاق واسع بين الأشخاص البعيدين عن المصدر، السمات الرئيسية للاتصال الجماهيري نذكرها كما يلي

• أهداف محددة

- كل اتصال له هدف محدد، بدون أهداف لا يوجد اتصال، والاتصال الجماهيري له أيضاً هدف :
محدد يعتمد على موضوع الاتصال

- تقوم الاتصالات الجماهيرية بنقل أو إيصال الرسائل في وقت واحد إلى : الرسالة المشتركة .
جماهير واسعة ومتنوعة
- عادةً ما تكون مصادر رسالة الاتصال الجماهيري هي شخص أو مجموعة تعمل :مصدر الرسالة
ضمن إطار تنظيمي، ومن الأمثلة على هذه المصادر مراسلي الأخبار ومنتجي التلفزيون
ومحرري المجالات وما إلى ذلك
- في الاتصالات الجماهيرية، تكون الرسائل متطورة ومعقدة، في : الرسائل تكون متطورة ومعقدة
حين أن الرسالة في التواصل بين الأشخاص قد تكون كلمات بسيطة وجمل قصيرة، فإن رسائل
الإعلام الجماهيري معقدة للغاية
- من أمثلة رسائل الإعلام الجماهيري: تقرير إخباري، رواية، فيلم، برنامج تلفزيوني، مقال في المجلة، عمود
في الجريدة، فيديو موسيقي، إعلان معين على لوحة إعلانات
- يتم جمع الجماهير المستهدفة من خلال نفس المصلحة أو المنفعة و التي : معلومات محدودة
تكون مشتركة بينهم في الرسالة المعينة المتاحة من خلال الوسائط الجماهيرية. تحتوي مصادر
الرسائل عمومًا على معلومات محدودة حول جماهيرها فقط
- الإذاعة والتلفزيون والإنترنت وغيرها هي أمثلة على وسائل الإعلام :وسائل الإعلام الجماهيرية
التي تعتبر وسائل إعلام جماهيرية لأنها يمكن أن تصل إلى جمهور واسع في وقت واحد
- ظلت رسائل الاتصال الجماهيري غير شخصية نظرًا لعدم وجود لمسة شخصية :اللا شخصية
للسائط، اللا شخصية للاتصال الجماهيري مهمة وذلك للوصول إلى الجماهير الكبيرة والمتنوعة
والمبعثرة في نفس الوقت تقريبًا
- تتعلق قابلية النقل بحقيقة أن رسائل الاتصال الجماهيري سهلة الاستخدام وأن :قابلية النقل والتنقل
الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الرسائل يمكن أن تنتقل من مكان إلى آخر في أي موقع
جغرافي
- يشير ذلك إلى الامتداد أو الشبوع بين الوسائط وقبول الرسائل، لا يحتاج الشخص إلى : الشمولية
معرفة القراءة والكتابة أو التثقيف بلغة معينة قبل الاستماع إلى برنامج إذاعي أو برنامج تلفزيوني
لمشاهدة بتلك اللغة الأم

- الديمومة
- يشير ذلك إلى الفترة التي يمكن فيها للوسيط الاحتفاظ برسائله وبالتالي جعل الرسالة قابلة :
للمراجعة، يستطيع القارئ الكتب والصحف والمجلات قراءتها وإعادة قراءتها وتخزينها لفترة طويلة
- في مجال الاتصال الجماهيري، تصل المعلومات إلى عدد كبير وكبير : عدد كبير من الجماهير
من الجماهير غير المتجانسة، يمكن أن تتعدى الجماهير المستهدفة في الاتصال الجماهيري
الملايين.
- جماهير الاتصال الجماهيري ليست كبيرة فحسب، بل هي : الجماهير غير المتجانسة والمبعثرة
أيضاً غير متجانسة ومتنوعة. هم في الواقع مكونون من مجموعات من الأشخاص ذوي الخلفيات
والديموغرافيا والخصائص الاجتماعية والسياسية المختلفة
- جماهير المستهدفة من الاتصال الجماهيري غير معروفة : الجماهير غير معروفة شخصياً
شخصياً للناقل بسبب الخلفية المختلفة للجماهير والديموغرافيا والخصائص الاجتماعية والسياسية
غير المتوافقة
- الأفراد الذين يقرؤون الصحف أو يشاهدون فيلماً في المسرح أو يستمعون : المعلومات منفصلة
إلى الراديو أو يشاهدون التلفزيون هي مواقف يكون فيها الجمهور كبير الحجم وغير متجانس
ومجهول الهوية وتكون شخصيته منفصلة عن التواصل من حيث المكان والزمان
- تنتشر جماهير الاتصال الجماهيري في منطقة جغرافية واسعة : تغطية مناطق وحدود شاسعة
وغير متمركزة
- الاتصال الجماهيري هو شكل واحد من أشكال التواصل، حيث :الاتصال يكون في اتجاه واحد
.يتم إنتاج المنتجات على نطاق واسع ونشرها على عدد كبير من الجماهير
- تكون التغذية العكسية في الوسائط الجماهيرية بطيئة وضعيفة، وعادة ما : تأخر التغذية العكسية
.(يكون تدفق الرسائل في اتجاه واحد (من المصدر إلى المتلقي
- في العادة، كانت ردود الفعل ضئيلة ومتأخرة بشكل عام، يمكن لقارئ الصحيفة أن يكتب رسالة إلى
المحرر لكن يظل ذلك محدوداً ومتأخراً

- تستخدم قنوات الإعلام التكنولوجية الحديثة. الراديو، يشمل آلات : استخدام الوسائط التكنولوجية الحديثة الشريط والميكروفونات والأجهزة التي تعمل على رقمنة الأمواج الصوتية التي تنشرها وتلقى وحدات فك شفرة الأمواج الصوتية وتعيدها إلى شكلها الصوتي الأصلي.
- في مجال الاتصال الجماهيري، تصل المعلومات بسرعة وتتواصل : النشر السريع والمستمر .باستمرار مع عدد كبير وهائل من الجماهير غير المتجانسة
- مثل غيرها من أشكال التواصل، الضوضاء موجودة في السياق الشامل. قد تكون هذه :الضوضاء الضوضاء دلالات أو محيطية أو ميكانيكية

العلاقة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري:

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

الاتجاه الأول : يرى أنها علاقة تنافسية ،حيث يحاول الاجابة على سؤال مفاده أي قناة من هذه القنوات أكثر تأثيرا ؟الاتصال الشخصي أو الجماهيري؟

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

وعلى هذا فالالاتصال الشخصي قد يدعم أو يعيق من تأثير الاتصال الجماهيري فيزيد من فاعلية الرسالة الإعلامية وتأثيرها ،كما قد يساعد على الرجوع مرة أخرى لوسيلة الاتصال الجماهيرية للتعرف على معلومات أكثر يستفاد منها في المناقشات الشخصية .

وظائف الاتصال :

أ- وظائف وسائل الاعلام في المجتمع:من الصعب أن نجد مجتمعا حديثا بدون وسائل الاعلام ،كذلك فان وسائل الاعلام لا يمكن أن تدار بكامل طاقتها بدون المجتمع الحديث وفيما يلي بعض آراء الباحثين حول ذلك:

1- مفهوم لاسويل للوظائف المجتمعية :

-نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال :تعمل وسائل الاعلام على تمرير القيم والتقاليد إلى الأجيال التالية ويكون مستحيلا في حالة عدم قدرة وسائل الاعلام ،على اىصال المعلومة بكفاءة أو نقص مهارة الاستقبال لدى الجمهور -الخلل الوظيفي-

-مراقبة البيئة :تستخدم كتحذير مبكر لتوفير المعرفة لاتخاذ القرارات ويعتبر المراسل الخارجي التابع لوسائل الاعلام مراقبا للبيئة الداخلية .

-ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة :من خلال ايجاد الترابط بين أجزاء المجتمع تجاه البيئة المحيطة يؤدي إلى تطور الرأي العام .

2- مفهوم لازارسفيد وميرلتون للوظائف المجتمعية :

-الاعلام :ويعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع التي تقع داخل المجتمع وخارجه.

-تحقيق تماسك المجتمع :وذلك بتدعيم الضبط الاجتماعي من خلال المعايير الخاصة بالتنشئة الاجتماعية .

-تحقيق التواصل الاجتماعي :وذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية ودعم القيم الشائعة .

الترفيه:وذلك من خلال تقدم التسلية والقضاء على التوتر الاجتماعي .

التعبئة:وذلك من خلال المساهمة في الحملات الاجتماعية وبصفة خاصة في الأزمات .

3- مفهوم ليزلي مولر للوظائف المجتمعية :

-وظيفة الاخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة .

-تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس

-الترفيه

-التنشئة الاجتماعية

-التسويق

-قيادة التغيير الاجتماعي

-خلق المثل الاجتماعية

-الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه

التعليم

4-وظائف الاتصال عند رومان جاكبسون

التواصل يشغل حيزاً كبيراً من تفكير الباحثين في اللغة، وإن الباحثين في محاولتهم خلق نظرية تطبيقية لعملية التوصيل كانوا يتجهون إلى منهج يعتمد على تحليل الرسالة اللغوية وذلك طبقاً للعناصر الدلالية والجمالية للغة. وكان الأساس اللغوي لتحليل الرسالة اللغوية موجوداً في نظرية التواصل عند جاكبسون، إذ إنّ نظرية التواصل عند جاكبسون تقوم على مبدأ مهم وهو أنّ كلّ حدث لغوي يتضمّن ستة عناصر أساسية وهي:

الرسالة: هي العنصر الأساس في نظرية التواصل عند جاكبسون، والمقصود بها مضمون ما قاله ونقله المرسل -أي المتكلم- من معلومات إلى المرسل إليه. المرسل أو المتكلم: يُعدّ أيضاً من العوامل الأساسية في العملية التواصلية؛ إذ إنّّه هو الذي ينتج الرسالة، ويبعثها إلى المرسل إليه، ومما هو جدير بالذكر أن مصطلح "مرسل" لا يُطلق على الأشخاص وحدهم، إنّما على الأجهزة أيضاً، فعلى سبيل المثال المذياع يُعدّ مرسلًا؛ فهو يرسل إشارات ذات دلالات لغوية معينة.

المرسل إليه:

هو الطرف الذي يستقبل رسالة المرسل، وهو أساس في العملية التواصلية، وإضافة إلى ذلك فهو يقوم بمهمة أخرى تتمثل في فهم الرسالة، وفك رموزها وتأويلها. قناة الاتصال: مما هو معروف أنّ أي رسالة تحتاج قناة تمر من خلالها، وهذه القناة تمثل صلة الوصل بين المرسل والمرسل إليه، ومن مهامها إنشاء الاتصال والحفاظ عليه قائماً. السنن أو

الشفيرة: هي مجموعة العلامات المركبة والمرتببة في قواعد والتي يستعين بها المرسل في تكوين رسالة، ولا يمكن للمرسل إليه أن يفهم هذه المجموعة من العلامات إلا إذا كان لديه المعجم اللساني نفسه الموجود لدى مُرسل الرسالة (المتكلم)، وهذا يعني أن السنن أو الشفيرة هي أمر مشترك بين المرسل والمرسل إليه.

السياق: لا بد لكل رسالة من سياق معين نُظمت فيه، ولا يمكن فهم مكوناتها، أو تحليل رموزها وسننها إلا بالرجوع إلى السياق الذي قيلت فيه وذلك لفهم الملابسات والأجواء التي أدت إلى تأليف الرسالة على هذه الطريقة أو تلك. وعلى الدارس أن يعلم أن هذه العناصر في نظرية التواصل عند جاكسون تعمل متماسكة متآلفة، ويكون الاتصال بين الناس من خلال نظام العلامات الذي يُتفق عليه بين أفراد البيئة اللغوية المحددة. وظائف عناصر التواصل إن عناصر الاتصال الستة التي سبق توضيحها وتفصيلها في نظرية التواصل عند جاكسون هي تمهيد وتوطئة وضعها جاكسون ليصل منها إلى ما هو بيت الصيد في نظرية الاتصال، أي إلى الوظائف التي تنتج عن هذه العناصر الستة في العملية التواصلية، فاللغة من خلال العناصر الستة تحقق وظائف ستة، وهي:

أو الانفعالية: عندما يكون تركيز الرسالة منصباً على Expressive الوظيفة التعبيرية

المرسل، فإن الوظيفة التي تنتج هي الوظيفة التعبيرية، وأكثر ما تكون هذه الوظيفة في الرسالة المملوءة بشحنات انفعالية وعاطفية للمتكلم؛ إذ إنه يُعبّر عن انطباعه وانفعاله نحو شيء ما، ويكثر في هذه الوظيفة استعمال الضمائر الشخصية أي ضمائر المتكلم تتعلق هذه الوظيفة بالرسالة نفسها، والمقصود: poetique مثل "أنا". الوظيفة الشعرية هنا هو الرسالة باعتبارها حاملة للمعنى؛ إذ إن كل رسالة لفظية لا بد أن تشتمل على هذه الوظيفة، لكن بدرجات مختلفة، وتكون هيمنتها على الشعر أكثر. الوظيفة الانتباهية تتصل هذه الوظيفة بقناة الاتصال، وهدفها هو تأكيد الاتصال والحفاظ: Attention: عليه، وأحياناً يكون الهدف إيقاف الاتصال، وتحقيقاً لهذا الهدف تستعمل تعابير وأساليب Conative: متداولة في الحياة اليومية ومشتركة بين أفراد المجتمع. الوظيفة الإفهامية ترتبط هذه الوظيفة بالمرسل إليه "المتلقي"، وتكثر فيها ضمائر المخاطب، ومن أفضل الأمثلة على هذه الوظيفة القصائد والكتابات التي تعالج موضوعات كالثورة والانتفاضة؛ إذ إن هذا النوع من الأدب يقوم على مخاطبة الآخر، ويحاول التأثير فيه، وإقناعه وإثارته، ومن الملاحظ كثرة أساليب الأمر والنداء في هذه الوظيفة. الوظيفة المرجعية

هذه الوظيفة قاعدة كل اتصال؛ إذ إنها تحدد العلائق القائمة بين الرسالة: référence: وبين السياق أي الموضوع الذي ترجع إليه، وقد سماها جاكسون بالمرجعية الوظيفية والمعرفية، وغاية هذه الوظيفة تكمن في صياغة معلومة صحيحة عن المرجع، وينبغي أن تكون موضوعية، إضافة إلى ذلك يمكن ملاحظتها والتأكد من صحتها، وتغلب على ويُطلق عليها: metalinguistique: هذه الوظيفة ضمائر الغائب. وظيفة ما وراء اللغة أيضاً اللغة الواصفة، وهي وظيفة ترتبط بالسنن، وهذه الوظيفة مختلفة عن باقي الوظائف الأخرى؛ إذ إنها تملك كفاية تفسيرية قادرة على وصف اللغة نفسها، وعلى هذا فهي وظيفة ميتا لسانية أي: وظيفة شرح وتوضيح

ب-وظائف وسائل الاعلام للفرد:

-توجيه السلوك والتماس المعلومات لمراقبة البيئة من خلال ما نتعرض اليه في وسائل الاعلام يتكون لدينا مخزون من البناء المعلوماتي :

-توجيه فهمنا :ما تنقله لنا وسائل الاعلام حقيقي او غير حقيقي ولكنه يجعلنا أقل قلقا وأكثر فهما .

*تطوير مفاهيمنا عن الذات

-استكشاف الواقع تطور النظر إلى أنفسنا في مواقع الأشخاص التي تعرضها وسائل الاعلام او ما يسمى بالتوحد

-عقد مقارنات ةأضداد وذلك من خلال ماتمدنا به وسائل الاعلام من نماذج ايجابية وسلبية

-المساعدة في تطوير مهنتنا :من خلال ماتمده لنا وسائل الاعلام من معلومات في مجال تخصصنا

*تسيير التفاعل الاجتماعي :من خلال تزويدنا بالاشياء التي نمارسها ونتحدث عنها

*بديل التفاعل الاجتماعي :من خلال الشخصيات التي تعرضها والتفاعل معهم

*المساعدة في التحرير العاطفي من خلال اطلاق العنان للانفعالات

*المساعدة في الهروب من التوتر حل المشاكل والهموم.