

المحاضرة الأولى:

تعريف جمهور وسائل الإعلام :

هو العنصر - المشكّل من جماعة - الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية، ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الجهة التي توجه إليها الرسالة ويقوم بحمل رموزها ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور. فنجاح العملية الاتصالية يجب ألا يقتصر بما يقدمه المرسل، بل بما يقوم به المستقبل سلوكياً. ولا يمكن أن تتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائياً للرسالة الإعلامية فهو قد يرفضها، أو يستجيب لها، إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته وقد يتخذ بعض الجمهور موقف الالامبالة من الرسالة ولا يتفاعل.

وللجمهور مصطلحات مشابهة تتمثل في: الجماعة، الحشد، الرأي العام.

الجماعة:

يعرف الجمهور على أنه جماعة من الأفراد تربطهم خصائص وأهداف مشتركة اتجاه الرسالة الإعلامية التي يتأثرون بها ويتشارفون فيما بينهم، كما عُرف على أنه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص .

الحشد:

هو جمهور أكبر من الجماعة حجماً وله العديد من الاختلافات أهمها أن أفراده لا تربطهم أهداف و خصائص مشتركة ولا يتشارفون فيما بينهم ،وهذا ما أكدته "هيربرت بلومر " في إعطاء الفرق بين الجماهير و الجماعة و الحشد حيث يرى إلى الجماعة على أن كل أعضائها يعرفون بعضهم بعضاً و هم واعون ببعضوتها 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 محددي الهوية، لا يتقاسمون نفس الاهتمامات ولا توجد بينهم بنية و لا تنظيم.

الرأي العام:

تعريف الرأي العام :ينقسم إلى كلمتين رأي وعام، ويعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد بشأن موضوع ما والعقل والتدبر والنظر والتأمل. أما الكلمة عام فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي عدد كبير من الناس، ويقال شيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم وال العامة خلاف الخاصة، وقيل الخلق الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقة. وجمهور الرأي العام حسب الباحث floyd,H. Allport هو "تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بقصد ما يرونه 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".

مراحل تشكيل الجمهور

1. مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام

كانت فكرة الجمهور في أصلها تعني هؤلاء الذين يقبلون على عرض درامي أو أي استعراض عام يستقطب عدداً من الناس، وكان هذا الجمهور يتصرف بعدة ميزات إذ أن جميع أفراده معروفين بذواتهم ومحددات في الزمان والمكان، ذلك أنهم سكان المدينة أو قرية ما وكان تجمعهم لتشكيل جمهور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق.

2. مرحلة ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية

قسمت هذه المرحلة إلى أربعة مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية وإدخال تعديلات شكلية على عدة خصائص في الجمهور ويتجلّى ذلك فيما يلي:

2.1 المرحلة الأولى

تعتبر أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيري والتي تعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل ما، وهذا بعد اختراع الطباعة في القرن 15م على يد الألماني "غوتينبرغ"، ذلك ما أدى إلى ظهور جمهور القراء بفضل التمكّن من إصدار النشريات والمطبوعات بما فيها الصحف وتوزيعها على نطاق واسع مما كان عليه الحال سابقاً، وقد أوجد هذا التطور النوعي تقسيماً اجتماعياً واقتصادياً كان معروفاً في الأسبق بين الأغنياء والفقراء والحضر والبدو وساعد هذا التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حالياً بالجمهور العام

2.2. المراحلة الثانية

التطور التاريخي الثاني الذي كان له تأثير يكفي في تشكيل الجمهور هو الإفرازات الاجتماعية للثورة الصناعية التي أعطت دفعاً قوياً للطباعة مما ساهم في تنمية الصحافة خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبيرة والمكونة من المهاجرين الذين تنقلوا من الأرياف ذات الروابط العائلية إلى المدن والمجتمعات الحديثة التي تتميز بالتباعد بين أفرادها لغياب قيم ثقافية وتقاليدي وأعراف اجتماعية مشتركة، حيث راى هذا التحول ظهور الاتصال الجماهيري

2.3. المراحلة الثالثة

من العوامل الأساسية التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور ظهور وسائل الإعلام الحديثة "الإذاعة والتلفزيون"، إذ أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى، فظهر شكلان جديدان من أشكال الجمهور هما: جمهور المستمعين وجمهور المشاهدين.

2.4. المراحلة الرابعة

ويتمثل العنصر التاريخي في اعتناق النظريات الديمقراطيّة السياسيّة التي تعتبر وسائل الإعلام وحيتها أحد أهم مظاهرها، فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطيّة في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسيّة والاجتماعيّة ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهميّة الإعلام ودوره في الحياة السياسيّة والاقتصاديّة والثقافيّة، فلم يعد الجمهور مجرد قراء للصحف ومستمعي إذاعات ومشاهدي تلفزيونات وإنما في نفس الوقت يتضمن ناخبي ومستهلكون للسلع والخدمات حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل: جمهور الناخبين، جمهور السوق، جمهور الكتاب... إلخ.

إن هذه المراحل الأربع التي ذكرناها لا تعني أن تطور مفهوم الجمهور قد توقف عند هذا الحد، وإنما لا تزال هناك تطورات في هذا المفهوم مع تطور تكنولوجيات الاتصال ، حيث بدأت تظهر بعض المصطلحات التي ترتبط بتقنية الانترنت مثل جمهور الواب، جمهور على الخط، ... إلخ.

وهناك خصائص وسمات عامة للجمهور المستهدف أهمها:

1-الموقع الجغرافي : يلعب الموقع الجغرافي دوراً هاماً في تحديد المخواص والسمات السيكولوجية والسلوكية للجمهور ، والتحقق من الموقع الجغرافي الذي يعيش فيه الجمهور يساعد على رسم صورة عامة عن خصائص وسمات هذا الجمهور .

2-التاريخ السياسي : فعلى سبيل المثال الشعوب التي يجعل تاريخها السياسي بالحروب والثورات تتصرف بصلابة الرأي والميل إلى التحدى فضلاً عن الميل الواضح إلى التمسك بالنزعة الوطنية .

3- التركيب الاجتماعي : فالنظم الاجتماعية التي ترعى كرامة أبنائها وتتضمن لهم العدالة الاجتماعية وتحقيق وتكافؤ الفرص وتتكلف الحريات، تتميز هذه الشعوب بالاستقامة والعدالة والتكافل واحترام الحقوق والواجبات.

4- التراث الثقافي : على سبيل المثال الشعوب التي تنتهي إلى تراث ثقافي يدعو إلى احترام العمل والأمانة أنها هي شعوب يتميز أفرادها بتكميل الشخصية، في حين أن الشعوب التي تنتهي إلى ثقافة تدعو إلى الخمول إنما هي شعوب تتميز بالانحراف والضعف.

5- نظم التعليم : يؤثر النظام التعليمي في أي مجتمع على أبناء هذا المجتمع ، فالشعوب التي تنشأ في ظل نظام تعليمي يشجع على الابتكار والخلق تختل في سماته وخصائصها عن تلك التي تنشأ في ظل نظام تعليمي متخلّف.