

### المحاضرة الأولى:

### جمهور وسائل الاعلام المفهوم البنية والتطور

#### تعريف جمهور وسائل الإعلام :

هو العنصر - المشكل من جماعة- الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية، ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الجهة التي توجه إليها الرسالة ويقوم بحل رموزها ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دورا مهما في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور. فنجاح العملية الاتصالية يجب ألا يقاس بما يقدمه المرسل، بل بما يقوم به المستقبل سلوكيا. ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائيا للرسالة الإعلامية فهو قد يرفضها، أو يستجيب لها، إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل.

وللجمهور مصطلحات مشابهاة 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 عُرف على أنه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص .

#### 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 أكدته "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.

#### 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 كلمة عام فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي عدد كبير من الناس، ويقال شيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم والعامة خلاف الخاصة، وقيل الخلق الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقون. وجمهور الرأي العام حسب الباحث floyd,H. Allport هو "تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بصدد 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 تشكل 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 عددا من الناس، وكان هذا الجمهور يتصف بعدة مميزات إذ أن جميع أفرادهم معروفين بذواتهم ومحددون 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 ويتجلى ذلك فيما يلي:

#### 2.1. المرحلة الأولى

تعتبر أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيري والتي تنعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل ما، وهذا بعد اختراع الطباعة في القرن 15م على يد الألماني "غوتنبرغ"، ذلك ما أدى إلى ظهور جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشرات 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. المرحلة الثانية

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

#### 2.3. المرحلة 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 جديداً من أشكال الجمهور هما: جمهور المستمعين وجمهور المشاهدين .

#### 2.4. المرحلة الرابعة

ويتمثل العنصر التاريخي في اعتناق النظريات الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحريةتها أحد أهم مظاهرها، فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية، فلم يعد الجمهور مجرد قراء للصحف ومستمعي إذاعات ومشاهدي تلفزيونات وإنما في نفس الوقت يتضمن ناخبون ومستهلكون للسلع والخدمات حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل: جمهور الناخبين، جمهور السوق، جمهور الكتاب...

إن هذه المراحل الأربعة 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، الخ...

وهناك خصائص وسمات عامة للجمهور المستهدف أهمها:

1-الموقع الجغرافي : يلعب الموقع الجغرافي دوراً هاماً في تحديد الخصائص 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 تأريخها السياسي بالحروب والثورات تتصف بصلاية الرأي والميل إلى التحدي فضلاً عن الميل الواضح إلى التمسك بالنزعة الوطنية .

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

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

5- نظم التعلم : 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 متخلف.