**نشأة وتطور مفـهـوم الجـمـهـور:**

 يخضع مفـهـوم جمهور وسائل الإعلام في صياغته الراهنة إلى مجموعة من الاعتبارات لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة بعض المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور.غير أن إعادة صياغة المفاهيم غالبا ما تضيف عناصر جديدة مستجدة لا تعني دائما بالضرورة إلغاء أو تعديل العناصر السابقة التي تدخل في تكوين المفهوم. وفيم يخص مصطلح الجمهور فقد خضع في تشكيله إلى مرحلتين مهمتين حيث قسمتا كالتالي:

**1-مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام:**

كانت فكرة الجمهور في أصلها تعني هؤلاء الذين يقبلون على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس. وكان هذا الجمهور يتصف بعدة مميزات إذ أن جميع أفراده معروفين بذواتهم ومحددين في الزمان والمكان ذلك أنهم سكان لمدينة أو قرية ما، وكان تجمعهم لتشكيل جمهور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق غالبا منضما بحكم العادة ومعين المواقع وفقا للمراتب والمراكز الاجتماعية تشرف عليه سلطة دينية أو روحية أو إدارية حيت كان يجلس سيد القبيلة في الأول ثم تأتي حاشيته ثم النبلاء حتى نصل إلى جميع الناس وقد أضفت تلك السلطات على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكات جماعية معينة. العديد من هذه الخصائص لا زال قائما في المفهوم السائد في الاستعمالات الراهنة للجمهور مع بعض التعديلات والتغييرات الشكلية في الترتيب والأهمية

 **2-مرحلة ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية:** وقد قسمت هذه المرحلة بدورها إلى أربع مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية و إدخال تعديلات شكلية على عدة خصائص ويتجلى ذلك في ما يلي:

 •**المرحلة الأولى:**تعتبر هذه المرحلة أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية و التي تنعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل ما اذ عرفت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد الألماني جوتنبورغ ذلك الذي أدى إلى ظهور جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات و المطبوعات بما فيها الصحف لاحقا و توزيعها على نطاق واسع مما كان عليه الحال سابقا. و قد أوجد هذا التطور النوعي تقسيما اجتماعيا اقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء و الفقراء و الحضر و البدو و ساعد هذا التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا بالجمهور العام Public كفكرة أو رأي يربط بين عدد غير محدود من أناس يوجدون ضمن السكان و يختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم و مستو تربيتهم و تطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية.

**•المرحلة الثانية**: التطور التاريخي الثاني الذي كان التأثير البالغ في تشكيل الجمهور هو الإفرازات الاجتماعية و الثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما أسهم في تنمية و تسويق الصحافة خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى إفراد المجتمعات الجماهيرية Mass society الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى المكونة خاصة من شتات المهاجرين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية إلى المدن و المجتمعات الحديثة التي تتميز بالتباين بين إفرادها لغياب قيم ثقافية و تقاليد وأعراف اجتماعية مشتركة. في هذه المرحلة التاريخية بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا زال يلازم وسائل الإعلام والاتصال إلى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية كما سنرى.

 •**المرحلة الثالثة**: و من العوامل التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور و رسم معالمه الحديثة ظهور وسائل الإعلام الالكترونية من إذاعة في عشرينات القرن الماضي والتلفزيون من نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة و بينهم و بين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى فظهر شكلان جديدان من أشكال الجمهور هما المستمعين و المشاهدين الذين لم تعد الأمية والحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة للصحافة المكتوبة.

**•المرحلة الرابعة**: و يتمثل العنصر التاريخي الرابع في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية الذي تعتبر وسائل الإعلام و حريتها أحد أهم مظاهرها فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام و وظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسة و الاجتماعية ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام و دوره في الحياة السياسية والاقتصادية و الثقافية. فلم يعد الجمهور فقد مجد قراء للصحف و مستمعي إذاعات ومشاهدي تلفزيونات و إنما في نفس الوقت يتضمن ناخبون ومستهلكون للسلع والخدمات حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل جمهور الناخبين mass electorate و جمهور السوق mass market ,

 إن هذه المراحل الأربعة التي ذكرناها لا تعني أن تطور مفهوم الجمهور قد توقف عند هذا الحد و إنما لا تزال هناك تطورات في هذا المفهوم مع تطور تكنولوجيات الاتصال.

**المرحلة الخامسة:** وهي ترتبط بتأثير البث التلفزيوني المباشر عبر السواتل والتوسع المتسارع في استعمال شبكة الأنترنت حيث بدأت تظهر بعض المصطلحات التي ترتبط بتقنية الانترنت مثل جمهور الواب web audience وو online audience و offline audience و الجمهور الشامل أو الدولي وحتى مصطلح الجمهور الإلكترونيe Audience والجمهور ذو التواجد الكلي في كل مكان وزمن U audience

هذه المصطلحات أعطت للجمهور أبعادا جديدة تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثقافية للبلدان والشعوب والأمم، بدأت تغزو بكثافة الدراسات التي تتناول الجمهور الذي نحن بصدد محاولة فهمه وتفسيره. وآخر المصطلحات Ubiquitous أضفى على مفهوم جمهور وسائل الإعلام في عالم مابعد الجمهور Post Audience صفة التواجد الكلي الذي لايحده مكان جغرافي معين في زمن معين، فهو قد يتواجد في كل مكان في نفس الزمن بصورته وصوته وكلماته المكتوبة، وهو المتلقي للرسائل الإعلامية وفي نفس الوقت القائم بالاتصال أو المرسل.