

المحاضرة السابعة

❖ مراحل تطور دراسات الجمهور:

- **الدعاية:** احتلت الدعاية مجالا واسعا عن طريق الصحافة المكتوبة و السينما المتنقلة و لا سيما أثناء الحربين العالميتين الأولى و الثانية لتشمل عدد أكبر من أفراد المجتمعات الجماهيرية و استمرت الدعاية كمحرك نشيط لدراسات الجمهور إلى الوقت الراهن مع اختلاف الأساليب و الأهداف ، و لا تزال الدعاية الإيديولوجية للأحزاب و التيارات الفكرية واحدة من العوامل المنشطة للدراسات الخاصة بالجمهور سواء بالحملات الانتخابية الدورية أو الظرفية بغرض استمالة الرأي العام.
- **الإشهار:** يعتبر الإشهار و الإعلانات التجارية المحرك البارز في إعطاء دفع قوي لدراسة الجمهور ، سواء تعلق الأمر بالمعلنين أو الناشرين أو موزعي الرسائل الإشهارية على الجمهور ، و قد عرفت أبحاث الجمهور تطورا في الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية .
- **الرأي العام:** بدأ ظهور دراسات الرأي العام و من ثم دراسات الجمهور مع انتشار وسائل الاعلام كمظهر من مظاهر ممارسة الديمقراطية و قد تكاثفت بحوث الجمهور خلال النصف الثاني من القرن العشرين ضمن تطور الدراسات الإعلامية بصفة عامة مما جعل دراسات الجمهور ضرورة فرضت نفسها لمعرفة احتياجاته الإعلامية المتغيرة بتغير ظروف المكان و الزمان.
- **الاحتياجات العلمية :** برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام لأهداف علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين بعد التقدم الهائل من الدراسات المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الإعلامية و مضامينها و الآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور .

❖ أشكال الجمهور:

اتخذ الجمهور أشكالا متعددة تبعا لأنواع الاتصال ,من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجماعي ثم الاتصال الجماهيري ، و تعددت أشكال الجمهور من مرحلة حضارية إلى أخرى حيث يمكن التمييز بين جمهور الاتصال الجماعي المباشر و الاتصال عن بعد بواسطة الرسل و الحمام الزاجل في مرحلة ما قبل وسائل الإعلام و بين جمهور حضارة الطباعة و أخيرا جمهور المرحلة التمهيدية للحضارة الالكترونية.

أولا:مرحلة ما قبل وسائل الإعلام .

فكرة الجمهور كانت تعني في الأصل مجموعة المتفرجين على عرض ما أو لعبة أو عرض عام يستقطب عدد من الناس و اتخذ الجمهور أشكالا مختلفة في كل الحضارات عبر كل مراحل التاريخ (جمهور الصلوات في الكنائس و المساجد و دور العبادة في الديانات الأخرى) لقد كان الجمهور واسعا حيث يتكون من مجموع سكان القرية أو المدينة و أفرادها معروفين بذواتهم و محددين في الزمن و المكان .

ثانيا:مرحلة الجمهور أثناء ظهور وسائل الإعلام.

(الرجوع إلى المحاضرة الثالثة)

جمهور مشروع معين (المستهلكين):

تحديد الجمهور المستهدف في أي مشروع يتم :

- ✓ تحديد المنطقة الجغرافية مهم جدا مع اختيار المنتج المناسب مع ثقافة السكان .
- ✓ تحديد الفئة العمرية و الجنس و المستوى التعليمي و الحالة الاجتماعية .
- ✓ تقييم الجمهور المستهدف الذي يساعد على تصنيف دائرة الاختيار.

تطور مفهوم الجمهور خلال مئة سنة إلى يومنا هذا :

- ✓ **الجمهور سلبي:** كل الدراسات انطلقت من الظاهرة السلوكية في علم النفس و بالتالي مثل هذا النوع اهتم به علم النفس الاعلامي .
- ✓ **الجمهور الإيجابي:** النظرية المهمة هي النظرية الوظيفية أي النظرية الاجتماعية أي التي تنتمي إلى علم الاجتماع فسمي علم الاجتماع الإعلامي من 1900 الى 1970.
- ✓ **الجمهور التفاعلي:** النظريات المفسرة له هي نظريات اجتماعية خالصة و العلم الذي تنتمي اليه هو علم الاعلام و تسمى النظريات المعرفية ، و بالتالي النظريات من عام 1970 كلها نظريات اعلامية معرفية.
- ✓ **جمهور السوق:** نظرياته هجينة بمعنى تم الدمج بنظريات اجتماعية ، نفسية ، اعلامية و حاول أن يستخلص كل الشواثب التي واكبت المراحل الثلاثة. (منظومة الاعلام الجديد).

ثانيا مرحلة ما بعد ظهور وسائل الإعلام:

جمهور القراء و الجمهور العام:

أول و أهم مرحلة يمكن أن تشكل بداية التاريخ لوسائل الاعلام كانت اختراع حروف الطباعة حيث ظهر جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات و المطبوعات بما فيها الصحف لاحقا و توزيعها على نطاق أوسع مما كان عليه الحال سابقا و على أناس متباعدين و غير معروفين بذواتهم 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 ظهور مفهوم القراء أولا ثم تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا بالجمهور العام، كتيار فكري او رأي يربط بين عدد غير محدود من الناس يوجدون ضمن السكان و يختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم و مستوى تربيتهم و تعليمهم و تطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية ، أي بداية الظهور في الفضاء العمومي لطبقة مستنيرة هدفها تكوين رأي عام حول القضايا المشتركة التي يحملونها و يحلمون بتجسيدها على أرض الواقع .

جماهير وسائل الإعلام:

كان التطور التاريخي الرئيسي الموالي لاختراع حروف الطباعة و الذي كان له التأثير البالغ في تشكيل مفهوم الجمهور و الإفرازات الاجتماعية للثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما أسهم في تنمية الصحافة و تسويقها خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة لأفراد المجتمعات الجماهيرية التي بدأت تتكون حول المدن الصناعية الكبرى و المكونة خاصة من المهاجرين الذين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية القوية الى المدن و المجتمعات الجديدة التي تتميز بتفكك الروابط الاجتماعية و التباين بين أفرادها لغياب قيم ثقافية و أعراف اجتماعية مشتركة.

كل هذا أضاف على فكرة الجمهور سمات تواجد أفراده في أماكن مختلفة و تلقي الرسائل في أزمنة مختلفة و عدم تعارفهم فيما بينهم و بالتالي لم يعد جمهور القراء كل الناس و لكن فقط الذين يمتلكون القدرة على القراءة و الكتابة.

ثالثا: جمهور المستمعين و المشاهدين.

إن العامل الثالث الذي ساهم مساهمة كبيرة في الصياغة الحالية للجمهور و رسم معالمه الحديثة و ظهور وسائل الإعلام من إذاعة و تلفزيون ، إذ أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي و التلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة و بين المرسل و القائم بالاتصال من جهة أخرى ، فظهر شكلان جديان من أشكال الجمهور أي المستمعين و المشاهدين الذي لم تعد القومية و الحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة لجمهور قراء الصحافة المكتوبة.