

المحاضرة الرابعة: عوامل تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام.

يمكن تلخيص العوامل المؤثرة في دراسات جمهور وسائل الإعلام في أربعة عناصر متداخلة في أسبائها، ووسائلها، ومختلفة في أهدافها كما يلي:

1- الدعاية :

لقد إرتبط ظهور دراسات الجمهور وتطورها بإستعمال وسائل الإعلام الجماهيرية كقنوات لنشر الدعاية على نطاق واسع، فالدعاية هي مجموعة من المعلومات والبيانات، حيث يتم إستعمالها بكيفية يرغب فيها القادة الأقوياء، وقد إستلزم مواجهة الدعاية دراسة الجمهور من خلال دراسة المضامين الدعائية ومدى تأثيرها في الجماهير المتعرضة لوسائل الدعاية، وقد إستمرت الدعاية كمحرك تنشيط لدراسات الجمهور إلى يومنا، ولقد إعتمدت دراسات الجمهور على نتائج الأبحاث والتجارب النفسية الإجتماعية وحتى البدنية، كما كان الشأن مع النازية والفاشية، فقد إعتد موظفو الدعاية النازية على نتائج أبحاث داروين و هيجل اللذين درسا الطبيعة البشرية للأفراد والجماعات، والتفاعلات النفسية والإجتماعية، كما إستفاد الشيوعيون والليبراليون من نتائج علم النفس السلوكي و الإجتماعي لتصميم رسائل الدعاية المضادة أثناء الحرب الباردة، ومازالت الدعاية الإيديولوجية للأحزاب والتيارات الفكرية واحدة من العوامل الكاملة وراء الدراسة المنصبة على الجمهور سواء تعلق الأمر بالحملات الإنتخابية أو الظرفية لتجنيده حول قضايا وأفكار معينة، وتستخدم لهذه الأغراض تقنيات عالية وأساليب دقيقة.

2- الإشهار:

إذا كانت الدعاية شيئا غير ظاهر بوضوح في تنشيط دراسات الجمهور، يشترك الممولون غالبا وراء أهداف إنسانية وفكرية وعلمية، فان الإشهار أو الإعلانات التجارية كانت هي المحرك البارز لها في إعطاء دفع قوي لدراسات الجمهور، سواء في إعلان السلع المادية أو غير المادية(الخدمات) ، وقد ساهم الإشهار بصفة فعالة في تطوير أبحاث دراسات الجمهور وذلك لضمان وصول الرسالة الإشهارية وإستعمالها من طرف المستهلك وتحقيق التأثير المنتظر، سواء في تغيير السلوك أو توجيهه، وتعمل وسائل الإعلام على صنع الرسائل الإشهارية والثقافة الإستهلاكية وفق الثقافة الجماهيرية، فهناك إرتباط وثيق بين الدعاية والإعلانات حيث

تكاد تختفي الأهمية العلمية لبعض هذه العوامل عن بعضها، فالإعلانات هي بشكل أو بآخر دعاية لبضاعة، وتحمل في نفس الوقت مضامين إيديولوجية وثقافية للقيم السائدة لمعدي ومراسلي الإعلانات الإشهارية.

3- الرأي العام:

تنطلق فكرة الرأي العام من فكرة مفادها أن "سلطات الحكومات عليها أن تقوم بإرضاء المحكومين" وبالتالي تستجيب لفكرة الديمقراطية، إذ في أي نظام ديمقراطي تسعى الحكومات إلى كسب تأييد المواطنين والرعايا والمحافظة على مصالحهم وذلك تحسبا للإنتخابات (على سبيل المثال)، كما أن بحوث الجمهور تكاثفت خلال النصف الثاني من القرن العشرين ضمن تطور الدراسات الإعلامية بصفة عامة، حتى أصبحت هناك مؤسسات متخصصة في قياس الرأي العام لحساب الحكومات والأحزاب والمصالح التجارية بما فيها وسائل الإعلام ذاتها، وتستعمل أحدث وأسرع الوسائل العلمية والتكنولوجية في دراسات توجهات الجمهور وإنشغالاته، غير أن تلك الوسائل والأساليب الحديثة قد سهلت فرص التلاعب بالأفراد، والتأثير في الرأي العام والتحكم في المجتمع في بعض البلدان إن لم يكن في جميعها ولو بدرجات مختلفة ومتفاوتة.

وفي نفس السياق يمكن الحديث عن تأثير الأفكار الجديدة لحقوق الإنسان في تطور دراسات الجمهور خاصة بعد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان سنة 1948 الذي أنشأ جيلا جديدا من حقوق الإنسان وهو الحق في الإعلام، حيث أن من حق الجمهور أن يطلع على المعلومات والآراء التي تلي حاجاته وتستجيب لإهتماماته، وحتى الحق في الإتصال بشكل أوسع الذي نادى إليه الفرنسي جون دارسي عام 1969، وبالتالي يفترض أن تجرى دراسات للكشف عن إحتياجات الجمهور الإعلامية وإشباعها.

4- الإحتياجات العلمية :

برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام دراسة معمقة بأهداف علمية وأكاديمية بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بمصادر الرسائل الإعلامية ووسائلها، والآثار التي قد تحدثها في مختلف فئات الجمهور، فالكمل الهائل من الدراسات التسويقية وتوجهات الرأي العام وفرت مادة دسمة من المقاربات والنظريات التي دفعت الباحثين الإعلاميين إلى إختبارها، وإعادة صياغتها علميا في محاولة لإثراء النظرية العلمية للإعلام والإتصال بعد أن إستفادت من تقنيات البحث الحديثة.

ينطلق الباحثون العلميون من أرضية مفادها أن " لا وجود إجتماعي لوسائل الإعلام بدون جمهور" فالجمهور هو البعد الإجتماعي لوسائل الإعلام، فقد كانت بداية الإهتمام العلمي بجمهور وسائل الإعلام مع ظهور الوظائف التعليمية والتربوية، حيث أجرى علماء النفس السلوكي بحثا يسرت دعم نظريات التعليم حيث أصبحت وسائل الإعلام تستعمل لأغراض التعليم والتدريب المهني، كما برزت الحاجة إلى تدعيم نظريات الإتصال وتحليلها من العموميات التي لحقت بها نتيجة تدريسها ضمن فروع مختلفة للعلوم الإجتماعية، فقد إستفاد الباحثون الأكاديميون من الوسائل الفنية للمختبرات، وعملية المسح الإجتماعي في دعم نظرية العلمية للإتصال .