

المحاضرة 01: نشأة مفهوم دراسات الجمهور

أولاً: نشأة مفهوم دراسات الجمهور

إن نشأة مفهوم دراسات الجمهور تتداخل فيه العديد من العوامل التي ساهمت في تشكيل

دراسات

الجمهور ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

1. **الدعاية:** احتلت الدعاية مجالاً واسعاً عن طريق الصحافة المكتوبة والسينما المتنقلة ولاسيما أثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية لتشمل أكبر عدد من أفراد المجتمعات الجماهيرية التي تعتبرها النظريات الفلسفية والسيكولوجية على أنهم مجرد تجمعات بشرية إذ يتحكم فيها القادة الأقوياء واستمرت الدعاية كمحرك نشيط لدراسات الجمهور إلى الوقت الراهن مع اختلاف الأساليب، فقد كانت الدعاية تعتمد على النظريات في علم النفس مثل نظريات فرويد مثلاً لتحقيق استجابة لدى الأفراد، ولا زالت إلى غاية يومنا هذا الدعاية تساهم في دراسات الجمهور خاصة في الحملات الانتخابية والدعاية للسياسيين.

2. **الإشهار:** يعتبر الإشهار والإعلانات التجارية المحرك البارز في إعطاء دفع قوي لدراسات الجمهور سواء تعلق الأمر بالمعلنين أو الناشرين أو موزعي الرسائل الإشهارية على الجمهور وعرفت أبحاث الجمهور تطوراً في وما بعد الحرب العالمية الثانية ليصبح ميداناً متخصصاً يستجيب نموه لاحتياجات المجتمع والاقتصاد.

3. **الرأي العام:** يعتبر عامل من عوامل تنشيط دراسات الجمهور والاستجابة لفكرة الديمقراطية حيث تعمل الحكومات على كسب آراء شعوبها وكسب الأغلبية منهم ، وكان ظهور دراسات الرأي العام كإلزاماً للأنظمة الديمقراطية ثم تلتها دراسات الجمهور مع انتشار وسائل الإعلام كمظهر من مظاهر ممارسة الديمقراطية، وفي نفس السياق تأثير الأفكار الجديدة حول الأجيال الجديدة لحقوق الإنسان في تطور دراسات الجمهور خاصة بعد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان سنة 1948 الذي أنشأ الجيل الجديد الحق في الإعلام والحقوق المجاورة والمساوية وأصبح هذا الحق قانونياً في 1966 بعدما كان حقاً نظرياً في 1948 حيث من حق الجمهور أن يطلع على المعلومات والآراء التي تلي حاجاته وتستجيب لاهتماماته لذا استوجب فرض دراسات لمعرفة احتياجات الجمهور الإعلامية المتغيرة بتغير ظروف المكان والزمان بصرف النظر عن كونه مستهلكاً أو ناخباً.

4. **الحاجة العلمية:** برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام دراسة معمقة لأهداف علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الإعلامية ومضامينها ووسائل الإعلام والآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور. فالكثيرون الهائل من الدراسات التسويقية وتوجهات الرأي العام وفرت جواً للمقاربات الإمبريقية مما دفع بالباحثين الإعلاميين إلى اختبار وإعادة صياغتها من أجل إثراء مشروع النظرية العلمية للإعلام والاتصال وقد ازداد الاهتمام بهذه الدراسات والحاجة إليها بعدما تبنت دول العالم الثالث أفكار الحداثة والتنمية وقدرات وسائل الإعلام على المساهمة في عملية الانتقال من المجتمعات التقليدية إلى المجتمعات الحديثة وفقاً لنظرية الإعلام الإنمائي وقد تجسد ذلك

في إنشاء معاهدة متخصصة في الدراسات الإعلامية على مستوى أغلب جامعات تلك الدول تحت إشراف اليونسكو على برامجها.

ثانيا : مفهوم الجمهور

هناك اختلاف في تحديد مفهوم واضح وشامل لمفهوم الجمهور وذلك حسب العديد من المتغيرات التي توجه الباحثين في ذلك فقد ينظر إلى الجمهور في سياق التعرض كمجموعات أو وحدات لرسال اعلامية، أي النظر إلى الجمهور كمجموعة من الأرقام لمشاهدين لبرنامج أو برنامج أو تغطية صحفية.

كما عرف على أنه جماعة في حالة نفسية معينة ووضع شعوري خاص وهناك من عرفه على أنه جماعة تضامنية من أفراد وجدوا أنفسهم مؤقتا ودمجوها بقيم مشتركة وأصبحوا يعانون من عواطف وانفعالات متشابهة .

ولقد دعا برت Britt إلى القول بأن الباحثين استخدموا دلالات عديدة للجمهور مختلفة ومتباينة فمنهم من استخدمه للدلالة على حشد من الناس متجاورين بدنيا ومنهم من استعملوه للدلالة على جماعات خاصة معينة.

وقد حاول "هربرت بلومر" إعطاء الفرق بين الجماهير والجماعة والحشد حيث ينظر إلى الجماعة على أنها كل أعضائها يعرفون بعضهم بعضا وهم واعون بعضويتهم المشتركة في الجماعة، يتقاسمون نفس القيم ولهم بنية لعلاقتهم مستمرة في الزمن، يعملون من خلالها على تحقيق أهداف مشتركة و مخططة .

أما الحشد فهو أوسع من الجماعة ، محدود في الزمان و المكان ، مؤقت و نادر، يعاد تكوينه بنفس الشكل ، قد يكون أعضاؤه محددى الهوية، يتقاسمون نفس الاهتمامات و لكن لا توجد بينهم بنية و لا تنظيم اجتماعي أو معنوي يربط بينهم، أعضاؤه متساوون و مدركون أن تجمعهم مؤقتا أملاه الحدث العارض ويمكن أن يحقق هدفا ما و لكن كمله يتصف غالبا بالعاطفة و الانفعال و أحيانا عفويا

وفي تطور مفهوم الجمهور 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 و كان هذا الجمهور يتصف بعدة مميزات إذ أن جميع أفرادهم معروفين بذواتهم ومحددون في الزمان و المكان ذلك أنهم سكان لمدينة أو قرية ما، وكان تجمعهم لتشكيل جمهور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق غالبا منضما بحكم العادة و معين المواقع وفقا للمراتب و المراكز الاجتماعية تشرف عليه سلطة دينية أو روحية أو إدارية حيث 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.

2. مرحلة ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية:

وقد قسمت هذه المرحلة بدورها إلى أربع مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية وإدخال تعديلات شكلية على عدة خصائص ويتجلى ذلك في:

❖ **المرحلة الأولى:** تعتبر هذه المرحلة أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية والتي تنعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل ما اذ عرفت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد الألماني جوتنبرغ 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.

❖ **المرحلة الثانية:** التطور التاريخي الثاني الذي كان له 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 أفراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة "Mass society" التي نمت حول المدن المكونة الصناعية الكبرى المكونة خاصة من شتات المهاجرين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية إلى المدن والمجتمعات الحديثة التي تتميز بالتباين بين أفرادها لغياب قيم ثقافية و تقاليد وأعراف اجتماعية مشتركة. وفي هذه المرحلة التاريخية بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا زال يلزم 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 و التلفزيون من نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي و التلفزيوني 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 و الحواجز 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 و على الرقابة السياسة و الاجتماعية و مبادئ الوصول إليها و المشاركة فيها كما تمع ككل بأهمية الإعلام و دوره في الحياة السياسية و الاقتصادية و الثقافية كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام و دوره في الحياة السياسية و الاقتصادية و الثقافية.