

## المحاضرة الثالثة

### ❖ جمهور وسائل الاعلام

هم الأشخاص الذين تتوفر لديهم مواصفات معينة ليشاركوا في التعرض الى رسالة اعلامية سواء (الصحافة المكتوبة الورقية و الإلكترونية، الاذاعة، التلفزيون، المواقع الالكترونية) ويمكن جمهور السينما و حتى المسرح.

فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموع المتفرجين على عرض خاص أو لعبة أو استعراض و قد يكون جمهورا واسعا يتكون من مجموع سكان القرية أو مدينة و كذلك جمهور دور العبادة أو الملعب أو السوق....الخ. بمعنى منظم بحكم العادة وفقا للمراتب و المراكز الاجتماعية.

### ❖ أنواع جمهور وسائل الاعلام

- **جمهور القراء:** وهو جمهور الصحف و النشريات ( أناس متباعين و غير معروفين بذواتهم)
- **الجمهور العام:** كتيار فكري و هو مجموعة من السكان يختلفون عن عامة الناس في مستواهم و تطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية بمعنى الطبقة المستنيرة التي تهدف الى تكوين الرأي العام حول القضايا المشتركة التي يحلمون بتجسيدها على أرض الواقع.
- **جمهور المستمعين و المشاهدين**
- **جمهور الوسائط الجديدة:** الخاص بتكنولوجيات الاعلام و الاتصال الحديثة .
- **الجمهور المبحر:** جمهور البريد الالكتروني، الحوار و الدردشة .
- **الجمهور الشامل:** وهو جمهور وسائل الاعلام التقليدية و الحديثة.
- **الجمهور المفترض:** و هو مجموع السكان الذين يمتلكون الوسائل المادية التي تسمح لهم باستقبال الرسائل الاعلامية لوسيلة اعلامية معينة و من هنا فان كل الذين يمتلكون جهاز استقبال تلفزيوني أو اذاعي يشكلون الجمهور المفترض لها، و جمهور الصحيفة المفترض يقاس بعدد نسخ السحب و المبيعات .
- **الجمهور النشط:** وهو الجمهور الذي يتفاعل أو يستجيب للرسالة الاعلامية سواءا بالإيجاب و هو الجمهور المستهدف من خلال الاعلانات التجارية أو بالسلب و هو الجمهور الذي يحاول كسب وده على الأقل ضمان حياته .

### ❖ سمات الجمهور الديمغرافية:

السن، النوع، مستوى التعليم، المهنة، الحالة الاقتصادية، الدخل....الخ،

و يمكن تصنيفها الى نوعين أساسيين:..

أ. **السمات الأولية:** وهي الخصائص الغير قابلة للتغيير أي الثابتة مثل تاريخ و مكان الميلاد، الجنس، العرف و السلالات.

ب. **السمات المكتسبة:** و القابلة للتغيير مثل اللغة، الدين، مستوى التعليم، مكان الإقامة، الوظيفة، الدخل: كل هذه السمات تشكل اتجاها في بحوث الإعلام يهدف إلى تحليل استجابة جمهور المتلقين لمعرفة أنواعه التي تميل الى وسيلة اعلامية معينة في أوقات مختلفة و حسب نوع المحتوى. إن أكثر السمات الديمغرافية استعمالا هي: النوع و السن و مستوى التعليم، والدخل، وذلك نظرا لتأثيرها في شخصية الفرد و نموذج سلوكه الاجتماعي بصفة عامة

و سلوكه الاتصالي بصفة خاصة .

● **النوع:(ذكور/اناث):** ذلك نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للرسائل الاعلامية و تبعاً لاختلاف مصالح و حاجيات كل من الذكور و الاناث ، و البحوث الأكثر دقة تتناول النوع مقترنا بالعمر أو المهنة أو مستوى التعليم او الوضعية الاجتماعية أو الاقتصادية.

● **السن:** وذلك لتباين الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة التصنيف و التبويب حيث تتمايز مصالح الفرد و اهتماماته .

● **مستوى التعليم:** تمكن دراسة هذه السمة من معرفة اسلوب التعليم المنظم في الدولة من حيث التربية و النشأة الاجتماعية التي توجه السلوك تجاه الوسائل الاعلامية و الذي يتباين بتباين المعرفة المكتسبة في مختلف المراحل التعليمية و فيما يلي أهم فئات المستوى التعليمي :

✓ لا يقرأ و لا يكتب (أمي).

✓ يقرأ و يكتب بفضل برامج محو الأمية.

✓ المرحلة الابتدائية.

✓ المرحلة المتوسطة.

✓ المرحلة الثانوية.

✓ المرحلة الثانوية .

✓ المرحلة الجامعية .

✓ ما بعد التخرج.

● **الحالة الاقتصادية :** تحدد قدرة الأفراد على اقتناء الوسيلة الاعلامية الملائمة لوضعهم الاقتصادي و لذلك تنال اهتماما كبيرا في وصف الجمهور لارتباطها الوثيق بتخطيط الحملات الاشهارية و للتفريق بين مستويات الدخل هناك ثلاث مستويات : منخفضة ،متوسطة ، عالية.