

محاضرات مقياس جمهور الإذاعة والتلفزيوني

المحاضرة الأولى: مفهوم الجمهور.

1- لغة:

لفظ جمهور مشتق من الفعل جَمَهَرَ، يُجْمَهُرُ، جَمَهْرَةٌ، جمهر الشيء: جمعه، بَجَمَهَرَ، يَجْمَهُرُ، تَجْمَهُرُ، تجمهر الناس: اجتمعوا، جمهور ج جماهير وجمهور من الناس: جُلُهم وعامتهم، يقال: من أسباب التخلف في التعليم المهني أن جمهور الطلبة يحتقر العمل اليدوي، أي: جُلُّ الطلبة أو عامتهم، والجمهور من كل شيء: معظمه، والجمهور: الرملة المشرفة على ما حولها سميت بذلك لكثرتها وعلوها وفي حديث موسى بن طلحة أنه شهد دفن رجل فقال صلى الله عليه وسلم: ((جَمَهُرُوا قَبْرَهُ))، أي جمّعوا له التراب أو أجمعوا عليه التراب جمعا ولا تطينوه ولا تسووه وفي التهذيب: جمهر التراب إذا جمع بعضه فوق بعض ولم يخص به القبر، وجمَهَرَ له الخبر: أخبره بطرف له على غير وجهه وترك الذي يريد، قال الليث: الجمهور الرمل الكثير المتراكم الواسع، قال الأصمعي: هي الرملة المشرفة على ما حولها المجتمعمة، والجمهور والجمهورّة من الرمل: ما تعقد وانقاد، وقيل: هو ما أشرف منه، والجمهور: الأرض المشرفة على ما حولها والجمهورّة حرّة لبني سعد بن بكر، ناقة مُجْمَهَرَةٌ: إذا كانت مُدَاخَلَةَ الخَلْقِ كأنها جمهور الرمل، وجماهير القوم: أشرافهم وعدد مُجْمَهَرٌ: مُكْتَبَرٌ، الجمهورة: المجتمع، الجُمَاهِرُ: الضخم وفلان يتجمهر علينا أي يستطيل ويحقرنا، ومن ذلك قيل للخلق العظيم جمهور لكثرتهم والجمع جماهير.

2- إصطلاحا:

لقد تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور، واختلفت باختلاف السياق الذي نشأ فيه هذا الأخير الذي ارتبط تارة بالحدث الثقافي من خلال العروض المسرحية، وتارة أخرى بالسوق، ولعل أهم سياق نشأ فيه الجمهور هو ذلك المتعلق بنشأة وسائل الإعلام والاتصال على اختلاف مراحلها من صحافة مكتوبة وراديو وتلفزيون إلى الانترنت بكل ما حملته من مستجدات على وسائل الإعلام الجديدة، وهذا هو المفهوم الذي سنحاول تسليط الضوء عليه في دراستنا والمتعلق بجمهور وسائل الإعلام.

ويشير خضر العرابي الحارثي في هامش ترجمته لكتاب: الإعلام وسيلة ورسالة لمؤلفيه جون ميرل ووالف لوينشتاين إلى أنه درج كثير من أساتذة الإعلام في العالم العربي على استخدام لفظ جمهور كترجمة للمصطلح

الانجليزي Audience وعلى إستخدام اللفظ نفسه كترجمة لمصطلح Public رغم ما بينهما من إختلاف ، ولذلك لا بد من ضرورة التفريق بين المصطلحين ، فالمصطلح الثاني يشير إلى المجموع العام للأفراد أو الشعب في مجتمع ما ، بينما يشير المصطلح الأول Audience أن يقوم بعمل ما كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع ويبدو من الأفضل إستخدام لفظ المتلقي أو جمهور وسائل الإتصال كترجمة للمصطلح الانجليزي Audience. والجمهور حسب ترجمة كلمة Public نجدها في القواميس والمعاجم أنه عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو إهتمام واحد يعرفون به، ونظرا لوجود هذه المصلحة المشتركة التي تجمع أعضاء الجمهور، فإنهم يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحيد التي تتفاوت من جمهور إلى آخر، وتتميز الجماهير عادة بضخامة حجمها وإنفصالها جسمية أي تواجديا وقد تكون مختلفة إلى حد بعيد، وعرفه كرم شلي حسب كلمة Public: عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة، أما أحمد زكي بدوي فيرى أنه عدد كبير من الأفراد يشتركون عن إدراك في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر ورغم أن معظم أعضاء الجمهور لا يتصلون غالبا إتصالا مباشرا ببعضهم البعض إلا أنهم يشتركون فيما يقرؤون وفيما يحصلون عليه من معلومات في نواحي النشاط المشتركة، وجاء تعريف كلمة جمهور كترجمة لكلمة Audience على أنه حشد من الأفراد يتركز إنتباههم على مؤثر خارجي كجمهور مشاهدي السينما والتلفزيون ويكون الإتصال في هذا الحشد في إتجاه واحد أي من المؤثر إلى أفراد الحشد أو جماعة من الناس متشابهة الإهتمامات تقريبا ومتقاربة الثقافة، وتجتمع في مكان واحد لهدف واحد مثل جمهور النادي أو الفصل الدراسي أو خطبة الجمعة في المسجد أو جماعة المشاهدين أو المستمعين أو الحاضرين، وجاء تعريف كلمة جمهور في موسوعة مصطلحات البحث العلمي أنه عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو إهتمام واحد يعرفون به ونظرا لوجود هذه المصلحة المشتركة التي تجمع أعضاء الجمهور فإنهم يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحيد التي تتفاوت من جمهور إلى آخر ، ويقول عادل حسن أن الجمهور كلمة تطلق على مجموعة من الأفراد تربطهم مصالح خاصة أو يشتركون في صفات معينة أولهم رغبات خاصة أو يتشابهون في مظهر معين ، وقد تكون هذه المجموعة صغيرة أو كبيرة وقد تكون أقلية كما قد تكون أغلبية ، هذا وقد عرف Ogle الجمهور بأنه مجموعة تتكون من شخصين أو أكثر لهما بعض الصفات المشتركة.

وقد عرفت الباحثة سعاد جبر سعيد الجمهور إنطلاقاً من التعريف الإصطلاحي للمفردة التي يقابلها في العربية كلمة "جمهرة" أو "حشد" وهي مستمدة من الكلمة "Mass" و التي تعني العدد الكبير من الأفراد، حشداً كان أو جمهرة، أو من الكلمة الإغريقية "Maza" والتي تعني وجبة الشعير، وقد إستخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، في السياق ذاته، عرفت الباحثة سعاد جبر سعيد الجمهور بناءً لما ورد في القاموس الإعلامي: "الجمهور هو المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراداً يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثروتهم، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، لكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري." هذا وقد عرف الباحث Pierre Sorlin الجمهور على أنه " جماعة لا توجد عنها معطيات من قبل وغير معروفة على حسب الموضوع الذي نشأت لأجله"

إن التعاريف الكثيرة للجمهور تعكس الفروق الإيديولوجية والاجتماعية الموجودة في عالم شديد التنوع، بيد أنه يمكن تحديد نقطة مشتركة، فحتى في داخل القطر الواحد لا يمكن إعتبار الجمهور مجموعاً غير محدد المعالم للأفراد الذين يتألف منهم، لذلك ينبغي الحديث عن الجماهير وليس عن الجمهور، فالجمهور يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها بيد أن هذه الجماعة ليست كلاً متماثلاً حتى وإن كانت مجتمعاً محلياً صغيراً جداً، فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن كثير من الإختلافات التي تقوم على أساس الفروق الطبقيّة والمصلحة الإقتصادية والمعتقد الديني والإنتماء السياسي والإيديولوجي.

3- تعريف جمهور وسائل الإعلام:

إن مفهوم جمهور وسائل الإعلام الذي تعنى به دراستنا لا يزال يستمد مفهومه من حيث فكرة الجمهور في الأصل التاريخي لمصطلح "Audience" التي تعني مجموعة من المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي إستعراض عام يستقطب عدداً من الناس كجمهور الصلوات في المساجد، وجمهور المسرح وغيرها من الفعاليات التي تستقطب عدداً كبيراً من الناس.

ويمكن أن نعرف جمهور وسائل الإعلام على أنه " جماعة تنشأ إستجابة لنشاط إعلامي محدد تقوم به وسائل الإعلام ". فالجمهور إذن ظاهرة ثنائية من حيث مصادر التكوين، فهو عبارة عن تجمع يتم تشكيله إما من

خلال الإستجابة لوسائل الإعلام بما تحمله من مضامين وما توظفه من أدوات أو من خلال القوى الإجتماعية الأخرى التي تعمل بمعزل عن وسائل الإعلام وذلك من خلال أدواتها الاتصالية الخاصة.

يعتبر الجمهور الطرف الثاني من معادلة العملية الإتصالية، والجمهور هو الشريحة (أو الشرائح) الإجتماعية التي تسعى الوسيلة الإعلامية إلى الوصول إليها والتأثير عليها والجمهور هو مفهوم إفتراضي، الأمر الذي يعني صعوبة رسم حدود دقيقة و واضحة لجمهور كل وسيلة أو مادة إعلامية تعزله عن جمهور الوسيلة الأخرى و ليس ثمة جدران عالية فاصلة، بل ثمة تداخل و ربما بدرجة كبيرة أحيانا بين جماهير الوسائل و المواد، ولهذا فان المقصود بالجمهور هو تلك المجموعة من البشر الذين يشكلون الكتلة الرئيسية من الأفراد الذين يتلقون هذه الرسالة أو يتعرضون لوسيلة إعلامية معينة، دون أن يعني ذلك أن ليس ثمة أفراد آخرون من خارج هذه الكتلة يتلقون هذه الرسالة أو يتعرضون لهذه الوسيلة، أو أن أفراد هذه الكتلة لا يتعرضون لرسائل أو وسائل أخرى، فمن خلال ما ذكر نخلص إلى أن جمهور وسائل الإعلام هو مجموعة كبيرة من الأفراد نشأت إستجابة لنشاط إعلامي محدد (قراءة، إستماع، مشاهدة، إستخدام متعدد الوسائط)، غير معروفة للقائم بالإتصال تتميز بالإنتشار والتشتت والتباين في السمات العامة والفردية والإجتماعية التي تؤثر على السياق العام في تشكيل سلوكياتها وإتجاهاتها وآراءها، وكل فرد منها يملك القدرة على النشاط كوحدة أو في تنظيم إجتماعي متماسك، وتشكل في مجموعها عنصرا فعالا في العملية الإعلامية.