

المحاضرة الثانية: مراحل تطور جمهور وسائل الإعلام.

لم يتكون المفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام طفرة واحدة وإنما مر بعدة مراحل، كان لكل واحدة منها الأثر الكافي لإضافة عناصر أساسية وإدخال تعديلات شكلية على مفهوم الجمهور وهذا تبعا للتطور التاريخي العام وتطور تقنيات الإتصال الجماهيري على وجه الخصوص.

1- مرحلة ما قبل وسائل الإعلام:

إن فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموع المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي إستعراض عام يستقطب عددا من الناس، واتخذ الجمهور أشكالا مختلفة في كل الحضارات عبر كل مراحل التاريخ، وعلى الرغم من إختلاف الحضارات التي عرفتها البشرية وبالتالي تنوع الجمهور (جمهور الصلوات في المساجد والكنائس ودور العبادة في المعتقدات الأخرى...)، إلا أن بعض الخصائص الجوهرية التي وجدت في فترة وسائل الإعلام الجماهيرية لازالت قائمة وتكون جزءا هاما من معارفنا وفهمنا وتفسيرنا للظاهرة.

لقد كان الجمهور واسعا حيث كان يتكون من مجموع سكان القرية أو المدينة وأفراده معروفين بذواتهم ومحددون في الزمن والمكان، كما كان تجمع الناس لتشكيل جمهور دور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق في الغالب منظم بحكم العادة ومعين المواقع وفقا للمراتب والمراكز الاجتماعية، حيث تشرف عليه سلطة روحية أو إدارية، وأضفت تلك السلطات على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة وكان الجمهور محددًا في الزمان والمكان، أي أن أفراده غير متباعدين عن بعضهم البعض وعن القائم بالإتصال مما ألغى الفواصل الزمنية بين عمليتي الإرسال والإستقبال أو تلقي الرسالة الإعلامية في نفس زمن إرسالها، أي أن الرسالة تستقبل في الوقت الحقيقي لإرسالها بسبب تواجد المرسل والمتلقي في نفس المكان، هذه الخاصية التي ستختفي مع ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفزيون ولكنها تعود مع تقنيات الإتصال الحديثة وخاصة الوسائط الجديدة التي ألغت الفواصل الزمنية مع تواجد المرسل والمتلقي في أماكن متباعدة ومختلفة أي يمكن أن يتواصلوا في نفس الزمن بصرف النظر عن المكان الذي يتواجد فيه كل منهما على سطح الكرة الأرضية في المنازل والمكاتب والحقول والطرق وعلى ظهر السفن والبواخر في عرض البحار والمحيطات وفي الطائرات والمركبات الفضائية.

2- مرحلة ما بعد ظهور وسائل الإعلام:

إن العديد من الخصائص لا زال قائما في المفهوم السائد في الإستعمالات الراهنة للجمهور مع بعض التعديلات والتغييرات الشكلية في الترتيب والأهمية، وعليه فإن المفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام لم يتكون طفرة واحدة، وإنما مرة بمراحل تاريخية ساهمت كل واحدة في إضافة عناصر جوهرية جديدة وإدخال تعديلات شكلية على خصائص أخرى تبعا للتطور التاريخي العام وتطور تقنيات الإتصال الجماهيري على وجه الخصوص.

المرحلة الأولى: المقروئية (جمهور القراء والجمهور العام).

تعتبر أهم مرحلة وأولها في تاريخ وسائل الإعلام الحديثة حيث تم إختراع حروف الطباعة على يد العالم الألماني "غوتنبرغ" في منتصف القرن الخامس عشر ما ساهم في إنشار المقروئية "بفضل إصدار الكتب والنشرات على نطاق واسع، ومع بداية إنشاء وإصدار الصحف الدورية التي ظهرت بعد ذلك في القرن السابع عشر، الأمر الذي أدى إلى ظهور جمهور القراء، وساد في تلك الفترة أيضا مصطلح "الجمهور العام" وهو عبارة عن عدد غير محدود من الناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون تبعا لترتيبهم ومستوى تعليمهم وتطلعاتهم الفكرية والدينية.

المرحلة الثانية: الجماهيرية

في هذه المرحلة كان للتطور الصناعي أثرا كبيرا في تطوير الطباعة التي ساهمت في تطوير الصحافة وتسويقها، وظهور مصطلح صحافة "البانس" أو الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد "المجتمعات الجماهيرية" التي بدأت تتكون حول المدن الصناعية الكبرى، وفي هذه المرحلة بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا يزال يلزم وسائل الإعلام والإتصال إلى حد الآن.

المرحلة الثالثة: جمهور المستمعين وجمهور المشاهدين.

إن العامل الثالث الذي ساهم في الصياغة الحالية للجمهور ورسم معالمه الحديثة هو ظهور وسائل الإعلام الالكترونية، من إذاعة في عشرينات القرن الماضي وتلفزيون في خمسيناته، إذ أصبح الجمهور غير محدد في المكان بعدما باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة، وبينهم وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة ثانية، وظهر شكلان جديداً من الجمهور ويتعلق الأمر بجمهور " المستمعين " و " المشاهدين".

المرحلة الرابعة: جمهور الناخبين وجمهور السوق:

وتتجلى في تبني مبادئ الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحرية الصحافة والحق في الإعلام من مبادئها، حيث إنعكس ذلك على درجة وعي المجتمع بأهمية الإعلام ودوره في السياسة والإقتصاد والثقافة، فلم يعد يقتصر مفهوم الجمهور على مجرد قراء أو مستمعين ومشاهدين، وإنما يتضمن ناخبين يمتلكون سلطة تقرير المصير وإختيار قادة بلادهم، وحتى مستهلكين يتحكمون في سلوكهم الاستهلاكي.

المرحلة الخامسة: الجمهور الإلكتروني أو مستخدمي الإنترنت.

هذه المرحلة تميزت ب " ثورة تكنولوجيات الإتصال الحديثة" لم تكتمل بعد ولا زالت أثارها قائمة إلى يومنا هذا، ونجم عنها مصطلحات جديدة تم إطلاقها على جمهور وسائل الإعلام مثل مستعملي أو مستخدمي الإنترنت " Internautes " وجمهور على الخط " On line " جمهور الواب " Web Audience " وحتى مصطلح الجمهور الإلكتروني "e-Audience"، فهذه المصطلحات أعطت للجمهور أبعاداً جديدة تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثقافية للبلدان والشعوب والأمم.