المحاضرة الحادي عشر:

2-4 دراسة جمهور القراء نموذجا

إن إنعزال الصحيفة عن جمهور قرائها يعني موتها، فعلى الصحيفة أن تحقق إتصالا مستمرا مع جمهور قرائها، إن رسائل القراء تعد وسيلة ناجعة لربط الصحيفة بقرائها وإقترابها من مشاكلهم وإهتماماتهم، وشكل من أشكال مساهمة القراء في تحرير وقيادة الصحيفة.

إن مسألة وجود تفاعل متبادل بين الصحيفة والقراء هي المسألة المركزية في نجاح أي صحيفة، ورسائل القراء هي أيضا إحدى المعايير الهامة لدى تفاعل القراء وإستجابتهم لما ينشر في الصحيفة، كما أنها من جهة ثانية تعبر عن مدى إهتمام الصحيفة بجمهورها وإستماعها على مطالبه وقربها منه .

تعتبر رسائل القراء من أهم الوسائل للإتصال بالقراء بشكل مباشر، لمعرفة إهتماماتهم وآرائهم وحاجاتهم وإستجاباتهم لما تنشره الصحيفة وبدون رسائل القراء قد تتعرض الصحيفة – وبالتالي الصحفيون الذين يعملون فيها – إلى العزلة عن جماهير القراء، كذلك فإنه من الضروري للكاتب الصحفي أن يعرف موقف الجمهور من كتابته ومدى إستجاباته لها وموقفه منها، إن هذا من شأنه أن يزيد من فعالية كتابة هذا الصحفي ويزيد من ارتباطه بالواقع وجمهور القراء.

ليس هناك خلاف على أن كل الصحف تستهدف الوصول إلى كل القراء في المناطق الجغرافية التي يصل إليها توزيع الصحف، إلا أن تباين التوزيع في المناطق تثير لدى الصحف الدافع إلى التعرف على من يقرأ Reader ومن لا يقرأ Non - Reader في هذه المناطق للتعرف على حجم القراء أولا باعتباره أحد الحقائق الأساسية التي ترتبط بالأهداف التسويقية أو التجارية لهذه الصحف، وكذلك التعرف على الخصائص العامة أو السكانية، أو الإجتماعية والفردية لهؤلاء القراء وتصنيفهم في فئات تتفق والتقسيم الفئوي لهذه الخصائص والسمات وتفسر سلوك قراءة الصحف في علاقته بها لأن هذه الحقائق والسمات تقوم بدور أساسي في تشكيل خبرات الفرد و تؤثر في كل من الشخصية ونماذج السلوك.

لفترة طويلة خلال العقود الماضية كان التركيز في وصف القراء أو التعرف على صورتهم يتم من خلال السمات العامة أو السكانية فقط مثل: العمر والنوع والمستوى التعليمي ومستوى الدخل أو المستويات الإقتصادية، وقد تم الحصول على بيانات كثيرة ووفيرة تسهم في رسم صورة قراء الصحف من هذه السمات،

إلا أن الحجم وحده لا يقدم دليلا كافيا لتخطيط السياسات التحريرية والترويجية لكون التعرف على صورة قراء الصحف من خلال هذه السمات يخدم بالأساس الأهداف التسويقية والترويجية.

إن دراسة هذه السمات وحدها لم تعد كافية لوصف صورة القراء، ذلك لأن التعميمات الخاصة بالعلاقة الإرتباطية الموجبة بين إنتشار التعليم وكذلك المستويات الإقتصادية وإرتفاع كمية قراءة الصحف قد إصطدمت بحقائق عكسية في الكثير من المجتمعات، فعلى الرغم من إنتشار التعليم في أمريكا على سبيل المثال فانه قد لوحظ إنحدار في قراءة الصحف وهبوط توزيعها مما أدى إلى إستثارة البحث والدراسة للتعرف من جديد على صورة قراءة الصحف وصورة من يمتنعون عن قراءتها في نفس الوقت، فقد لاحظت ثلاث دراسات قومية أجريت في أمريكا خلال الستينات و السبعينات هبوطا في قراءة الصحف تزايد من 21 % عام 1961 إلى 23 % في عام 1970 إلى 27 % عام 1977 وكذلك فقدت الصحف القومية وحدها حوالي 2،5 مليون مشترك في منتصف عام 1970 ويشير بعض الباحثين إلى أنماط ثلاثة من الضوابط التي تؤثر في قراءة الصحف وفي كيفية تحديد فئات سمات جمهور قرائها :

أولا: الضوابط البنائية constructural constraints: ويمكن صياغتها في مجموعة فئات تضع الفرد في موقع في البناء الإجتماعي وتجتمع في فئات السمات العامة والإجتماعية التي تجعل الفرد في بعض منها يقرأ الصحف وفي غيرها لا يقرأ الصحف، والأخيرة تتمثل في مجموعة الفئات التي تحددت من خلال نتائج البحوث السابقة مثل إنخفاض التعليم والدخل والوظيفة أو المركز الإجتماعي والسن والعزلة الإجتماعية...إلخ

ثانيا: ضوابط الإنتقال أو التحول Transitional Constraints: لكون الضوابط البنائية لا تعمل وحدها، فقد يكون الفرد في مستوى عال من التعليم، إلا أنه يخضع لضوابط أخرى تؤثر في عادات القراء، وهي التي ترتبط بتغير الحياة الشخصية للفرد مثل التغير في الإقامة أو التغير في الحالة الزواجية أو الأبوة أو التغير الوظيفي، ولأن قراءة الصحف تدخل في إطار عادات الفرد اليومية، فكذلك يتوقع أن تتغير ببعض هذه التحولات أو الانتقالات أو التغييرات.

ثالثا: الضوابط الذاتية Self Constraints: وهي التي تشكل الحد الأدنى للاقتراب أو تجنب قراءة الصحف، وتشكل أيضا إستعداد الفرد للإستجابة إلى دورة التغير في حياته بإسقاط الإهتمام بقراءة الصحف، ويتسم الخاضعون لهذه الضوابط بأنهم من القراء غير الدائمين والذين يمكن أن يتحولوا إلى القراءة أو عدم القراءة بتأثير الضوابط الأخرى أو التغير فيها.

إن هذه الأنماط الثلاثة ذات علاقة متداخلة ويقوم تأثيرها الكلي بتصنيف المجتمع إلى جماعات مختلفة في علاقتها بحالة قراءة الصحف .

وفي إطار هذا التقسيم للضوابط (بنائية وانتقالية وذاتية) يمكن تحديد أهم السمات أو الخصائص التي يمكن من خلال فئاتها تحديد صورة قراء الصحف وهي نفسها التي تم ذكرها سابقا في دراسة سمات جمهور وسائل الإعلام .