

## 1. مفهوم جمهور وسائل الاعلام:

يرى البعض ان مفهوم الجمهور يعني " أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الافراد، انه جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم افرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها، بيد ان هذه الجماعة ليست كلا متماثلا حتى وان كانت مجتمعا محليا صغيرا جدا، فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن الكثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الفردية والطبقية والمصلحة الاقتصادية والمعتقد الديني والانتماء السياسي...وما الى ذلك

غير ان مفهوم جمهور وسائل الاعلام يعتبر من المفاهيم الإشكالية التي لم يستطع ان يحظى بإجماع الباحثين في شتى العلوم على غرار علم الاعلام والاتصال فجمهور وسائل الاعلام يشكل أحد اهم العناصر الأساسية في العملية الاتصالية ، فعلى سبيل المثال قد ينظر الى مفهوم الجمهور " في سياق التعرض كمجموعات او وحدات لرسائل الإعلامية، أي ان الجمهور هنا مجرد ارقام من المشاهدين لبرنامج او المتابعين لتغطية صحفية او تلفزيونية ويورد " دينز ماكويل 1987 عدة تصورات لمفهوم الجمهور : الجمهور بوصفه Mass والجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عامة social group والجمهور بوصفه مقاربا لمفهوم السوق Market وفي كل هذه الصور يأخذ الجمهور معنى خاصا يقتصر على السياق والمتغيرات التي يرتبط بها

لكن مصطلح الجمهور ارتبط ظهوره كظاهرة سوسولوجية ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار استعمال وسائل الاعلام في المجتمعات الحديثة وما بعد الحداثة.

وعلى ضوء هذا يمكننا ان نعرف جمهور وسائل الاعلام بانه " في الأصل جماعة تتشا استجابة لنشاط اعلامي محدد تقوم به وسائل الاعلام او انه" مجموعة من المتفرجين، القراء، والمستمعين والمشاهدين" ويعتبر هذا التعريف الشائع والمستخدم كثيرا في الوسط الأكاديمي.

## 2. المفاهيم المشابهة الى جمهور وسائل الاعلام:

### • الجماعة:

تتكون من مجموعة من الافراد، يتميز أعضائها بمعرفة بعضهم البعض وهم بذلك واعون بعضويتهم المشتركة في الجماعة لانهم يتقاسمون نفس القيم، لهم بنية معرفية لعلاقاتهم وهي مستمرة في الزمان ويعملون من خلالها على تحقيق اهداف مشتركة.

### • الجمهور العام:

اكبر حجما من التجمعات الأخرى السالفة الذكر، اعضاءه اكثر تبعثرا ومتباعدين في المكان وحيانا في الزمان ولكنه ذا ديمومة أطول، فهو يتشكل حول قضية مشتركة في الحياة العامة ويتمثل هدفه الرئيس في تكوين اهتمام او راي عام حول قضية او مجموعة من القضايا للوصول الى تغيير سياسي، كما يعتبر الجمهور العام أساسيا في المؤسسات

### • الحشد:

أوسع من الجماعة، وهو ظاهرة ذات وجود مكاني وزماني محدد وقصير فهو تجمع لعدد كبير من الافراد الذين يتعرضون في نفس الزمان والمكان لبعض المتغيرات النفسية والتي توجههم الى اتجاه معين. أي قد يكون أعضاؤه محددى الهوية، يتقاسمون نفس الاهتمامات ولكن لا توجد بينهم بنية ولا تنظيم اجتماعي او معنوي

يربط بينهم، أعضاؤه متساوون ومدركون ان تجمعهم مؤقتا املاه الحدث العارض ويمكن ان يحقق هدفا ما ولكن يتصف غالبا بالعاطفة والانفعال وأحيانا العفوية.

يرى هاربرت بلومر ان "الجمهور" يختلف عن "الحشد" او الجمهرة من حيث ان الجمهور أكثر تفككا، وقل اندماجا وافراده ليسوا متماسكين، ولا يقوم بينهم التماسك الانفعالي الذي يتوفر في حالة الحشد، كما ان الفرد في الحشد ينسى ذاته ويتجه بعواطفه الى الإيحاء الجمعي يتفاعل مع الجو المحيط به ويتكون ما يسمى بالعقل الجمعي او العقل الجماهيري

وعلى العموم،" فان هذه الاشكال تتضمن العديد من الخصائص التي يمكن ان تنطبق على جمهور وسائل الاعلام، كحصيلة عددية او جماعة سوسولوجية، حيث ان جميع هذه الأنواع من تجمع الناس حول مضمون رسالة إعلامية او حول مصلحة مشتركة او انشغال جماعي يستدعي موقفا جماعيا وعملا تضامنيا يتوقف على الإمكانيات الإعلامية المتوفرة في كل مجتمع وعلى الظروف الثقافية والسياسية، وكل شكل من هذه الاشكال يبقى مفتوحا للتعديل والتغيير بسبب التغيرات التي تحدث في السياق الاجتماعي، وبالتالي في أنظمة الاعلام والاتصال الجماهيري".

### 3. مراحل تطور جمهور وسائل الاعلام:

تطور مفهوم جمهور وسال الاعلام تبعا لمراحل أساسية نوجزها في ما يلي:

#### 1.2. مرحلة ما قبل ظهور مؤسسات ووسائل الاعلام:

يقصد بها المرحلة التي ركزت على الجمهور الذي يسعى الى قبول العروض الدرامية، الاستعراضات والألعاب المتاحة، وهو ما ساهم في استقطاب قاعدة

جماهيرية كبيرة حيث كان الجمهور في هذه المرحلة يتسم بالعديد من الصفات التي تجعلهم قادرين على التعرف على الافراد والمجتمعات المحيطة بهم كما يكون هنا الجمهور قادر على تحديد الأماكن والاقوات المناسبة من اجل التعرض بالإضافة الى ان دور العبادة والمسرح كان لهما دور كبير في الاستحواذ وتشكيل جماهير كبيرة وعليه عرف الجمهور في هذه المرحلة بانه " مجموعة من المتفرجين على عرض درامي او لعبة او أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس كجمهور الصلوات في المساجد، وجمهور المسرح وغيرها من الفعاليات التي تستقطب عددا كبيرا من الناس "

## 2.2. مرحلة ظهور وسائل الاعلام الجماهيرية:

حيث يمكن لنا القول ان هذه المرحلة تتكون من محطات مهمة كان لها دور جوهري في تطور مفهوم الجمهور:

. ظهور الالية والتطور المتلاحق لوسائل الاعلام:1

فقد شكل ظهور الطباعة وكذا تطور البريد ووسائل النقل من خلال الثورة الصناعية الى انتشار اصدار الصحف والنشريات ما أدى الى ظهور جمهور القراء وازدياد حجمه. وكذا ظهور الإذاعة والتلفزيون الذي افرز لنا جمهور المستمعين والقراء لتتوسع اعداد الجمهور بفضل انتشار المساحات الجغرافية التي تصلها ذبذبات الراديو واشارات البث التلفزيوني.

2. الثورة الصناعية والافرازات الاجتماعية التي كان لها دور كبير في تشكيل الجمهور " من المجتمع التقليدي الى المجتمع الجماهيري". الذي يتكون من شتات

المهاجرين الأوروبيين الذين يتميزون بالمستوى التعليمي المتدني وعلى ضوء هذا خصص لهم انتاجا إعلاميا يتلاءم بخصوصياتهم والذي يعرف بـ " صحافة الفضاء " التي تستهدف الغرائز، والتي لا تتطلب تكلفة عالية لاقتنائها.

3. ظهور الإذاعة والتلفزيون الذي افرز لنا جمهور المستمعين والقراء لتتوسع اعداد الجمهور بفضل انتشار المساحات الجغرافية التي تصلها ذبذبات الراديو و اشارات البث التلفزيوني.

4. تبني مبادئ الديمقراطية السياسية " الحق في الاعلام، حرية الصحافة " هذا ما انعكس على مفهوم الجمهور الذي كان يتعرض الى المادة الإعلامية من خلال : القراءة والاستماع والمشاهدة الى الجمهور الواعي والقادر على المشاركة في العملية الانتخابية وبهذا ظهرت مفاهيم جديدة للجمهور مثل: جمهور الناخبين.

5. التركيز على المعالم الحديثة والتطورات التكنولوجية التي ساعدت على تطوير مفهوم الجمهور وتشكيله. من خلال انتشار البث المباشر عبر السواتل وتعميم استعمال شبكة الانترنت، التي أدت الى تعديلات جوهرية في مفهوم جمهور وسائل الاعلام واضفت تغيرات جذرية في اشكاله وخصائصه.