

**المحاضرة الأولى:****أ. مفهوم جمهور وسائل الإعلام والمفاهيم المرتبطة به:**

بعد فهم جمهور وسائل الإعلام عنصراً مهماً في العملية الاتصالية ومع ذلك، فقد أصبحت مشكلة متعطلة التغيرات المتقاربة لتباين وضعها الراهن، فالتغيرات في الجمهور تتذبذب بشكل ملحوظ من حيث الأدوار والخصائص خاصة مع تطور وسائل الإعلام وظهور الوسائل الاتصالية الجديدة وتطور النظريات التي تدرسه، فمن الجمهور الجماهيري إلى التفاعلي، ومن الجمهور التأثر إلى الجمهور المتألق، إلى المستخدم، وبهذا فالجمهور غير مستقر على الدوام، وتحديد مفهومه والتعامل مع أبحاث الجمهور وفهم ديناميكيات جمهور وسائل الإعلام في حد ذاته يرتدى الآن مظهراً معقداً ويخضع للتغيرات السياقية، حيث أصبح تحديد مفهوم الجمهور الحقيقي مهمة صعبة ، وأبحاث الجمهور تتطلب عدسة تاريخية كما أشارت صونيا ليفينجستون، وهذا ماجعلنا نقدم للطالب في هذه المطبوعة أهم المفاهيم المرتبطة به والتغيرات التي طرأت عليه مفهوم جمهور وسائل الإعلام والمفاهيم المرتبطة به

## الجمهور الأصيل:

تكمّن الأصول المبكرة لجمهور وسائل الإعلام الحالي في عروض الأداء العامة المسرحية والموسيقية وكذلك في المباريات والعروض المسرحية في العصور القديمة، وأفكارنا المبكرة للجمهور هي تجمع فعلي في مكان معين فالمدينة اليونانية أو الرومانية، على سبيل المثال، يكون لها مسرح أو ساحة، وكان قد سبق ذلك دون شك تجمعات أقل رسمية لأحداث مماثلة ولمناسبات دينية أو حكومية وكان لجمهور الأصيل العديد من السمات المألوفةاليوم في

مجالات أخرى من الأداء العام، ومن خصائصه:

- تخطيط وتنظيم المشاهدة والاستماع بالإضافة إلى عروض الأداء نفسها.
- أحداث ذات طابع عام وشعبي.
- محتوى ترفيه وتعليمي ويقوم على خبرة التجارب العاطفية.
- فعلا الاختيار والانتباه الفرديين والطوعيين.
- تخصص أدوار المؤلفين والمؤدين والمتفرجين.
- المكان المادي لتجربة المتفرجين والأداء والخبرة

## • مفهوم الجماهير:

مفهوم الجماهير مع أنه الأكثر شيوعاً من حيث الاستخدام كمفهوم حيث أن شاع استعماله في البدايات الأولى، إلا أنه يشير إلى السلبية، أو القابلية للتأثير، أو التقلب، أو الأذواق العشوائية، مع اهمال السياق الاجتماعي للتعرض. كان المصطلح يحمل دلالة تحقرية، إذ كان يعكس رؤية سلبية للذوق الشعبي والثقافة الجماهيرية.

وقد قال ريموند ويليامز (1983) في الحقيقة لا توجد جماهير، وإنما توجد فقط طرق رؤية الناس "جماهير، فمصطلاح "الجماهير" يشير إلى فهم مشترك أو الاندماج في منتدى مشترك ويعني أيضًا توجهاً معيناً نحو العمل الجماعي، ومن الشائع تحديد الجماهير في الخطاب الشعبي، وهذا ما أدى إلى تشويه سمعته واعتباره غير مهم، سلبي، فردي، غير عقلاني، غير مهم، مستهلك، منغمس في العاطفة، وتظهر "الجماهير" مثل "شيء غير متبلور ولا يمكن تمييزه، مع دلالات الدونية، الرداءة الابتذال الحشد الغوغاء، الرعاع، مستغل، سلبي، مدار مؤسسيًا من خلال استخدام الدعاية والإحصاء والتسويق في حين أنه يتم تقييم الجمهور في خطاب النخبة على أنه نشط وناقد، ومهم عقلاني ويستخدم لوصف عدد كبير من الأشخاص مجهولي الهوية، متحدثون بشكل عام من خلال مشاركتهم في استخدام وسائل الإعلام.

## مفهوم الجماعة:

تعرف الجماعة بأنها مجموعة صغيرة كل عضو فيها لديه معرفة ببعضه البعض، يتشاركون نفس القيم داخل بنية محددة عبر فترة زمنية محددة مع الشعور بتحقيق الأهداف المحددة، تحركه عقلي، منظم ويخضع للتنسيق الاجتماعي والأخلاقي، وقد يمثل أيضاً جمهور وسائل الإعلام بمعنى ما مجموعة اجتماعية، فهو مجموعة قراء الجريدة المحلية أو مجموعة المستمعين لمحطة راديوية، أهلية، هنا يتشارك الجمهور على الأقل في خاصية واحدة اجتماعية ثقافية محددة تتمثل في المساحة والعضوية المشتركتين في المجتمع السكني، فمثلاً تتميز الجرائد بامتلاكها مجموعات قراء ذوي ميول سياسية متفاوتة، ويعبر القراء عن هويتهم السياسية عن طريق اختيارهم للصحيفة، وكذلك عن طريق إيجاد تعزيزات لمعتقداتهم وقد تستجيب الجرائد والمجلات عن طريق تشكيل محتوياتها والتعبير عن الآراء وفقاً لذلك، وفي الغالب عددهم يكون صغيراً، لكن يغلب عليهم في الوقت نفسه أن يكونوا شديدي الالتزام، فلديهم عدة أهداف سياسية واجتماعية واضحة.

## مفهوم الحشد :

الحشد أكبر من مجموعة صغيرة لكنه يعمل ضمن حدود واضحة، وتعايشه الجماعيغير دائم وبالكاد يتغير مع نفس الخصائص المميزة، وقد يشارك الحشد تصرفًا مماثلاً ولكن لا يخضع للتنسيق الاجتماعي والأخلاقي، وغير منظم تحركه عاطفي، وتشكله مؤقت.

ويكون في العادة تجمعات من الأفراد المتفرقين، الذين لا تقوم بينهم روابط متبادلة، يتحدون بحاجة معينة أو بنوع معين من الحاجة أو قضية معينة، ولا يحتمل أن يحملوا داخلهم أي شعور بالهوية الجماعية، على الرغم من أنهم يحملون بعض الخصائص

الديموغرافية والاجتماعية المشتركة مثل جمهور وسائل الإعلام الذي يتشكل استناداً إلى تقارب الاهتمامات ثقافة الذوق ، لا إلى المكان أو الخلفية الاجتماعية المشتركين .

## مفهوم الجمهور العام

الجمهور كبير نسبياً، على نطاق واسع ومشتتة بشكل غير متجانس، ويفصل الجمهور إلى التشكل حول قضية في الحياة العامة، والغرض الأساسي منها هو تعزيز مصلحة أو رأي وتحقيق التغيير السياسي، وهنا نحن نتحدث عن الجمهور العام وهو الفئة المستنيرة من متتبعي السينما والراديو وإلى حد ما الصحافة (الشعبية التي تشكل الرأي العام حول مختلف القضايا، وهو أكبر بكثير من الجماعة أو الحشد.

## مفهوم جمهور وسائل الإعلام

ظهر مفهوم الجمهور مع فلاسفة القرن الثامن عشر، مثل جون ستيوارت ميل، فإنها تعني به جمهوراً مهتماً بالقضايا ذات الأهمية العامة ويميل إلى مناقشتها في بعض الأماكن العامة - منتدى الترخيص يعتقد أن هذه الآلية تعزز تنوع التعبير الاجتماعي والتماسك واكتشاف "الحقيقة" وهو مماثل لـ"المجال العام عند هابرماس وهو يعني أيضاً أن الجمهور ينخرط في نقاش عقلاني حول القضايا ذات الاهتمام المشترك، وإيجاد سوابق تاريخية في صالونات القرن الثامن عشر فرنسا والمكاهي والنوابي الاجتماعية في أوروبا الغربية.

وماذا يشاهد، وذهب إلى أبعد من ذلك حيث أصبح الجمهور نشط قادر على إنشاء المحتوى ومشاركة المعلومات.

### مفهوم مستخدم الوسائل الاتصالية الجديدة:

في السياق اليومي، تُستخدم كلمة "جمهور" بشكل شائع بدون مشاكل، ومع ذلك، هذا المصطلح معقد إلى حد ما، وإنشاء تعريفه الدقيق يطرح عدداً من الصعوبات المفاهيمية للبحث الاجتماعي لأن "الجمهور" هو في الأساس مفهوم مجرد ، وقد جلب التطور الطبيعي لوسائل الإعلام دراسات مستخدمي الوسائل الجديدة إلى جانب دراسات الجمهور لكي يتمكن باحثو الجمهور من جذب هذا الجمهور ويبدو أن البيئة الإعلامية الجديدة تهتم

بالمستخدمين الذين يتمتعون بتحكم أكبر في ما يرون ومتى يرون". وهذا يعني أن المستخدم لديه درجة أكبر من الاختيار لمحتويات الوسائط الجديدة ولديهم أيضًا القدرة على الاختيار عند استخدامهم حيث يتحول ميزان نشاط الجمهور من المتأثر إلى المتألق إلى الاستخدام والتفاعل.

هناك نموذج التعايش النموذجي بين وسائل الاعلام مع التركيز على عدم اليقين من تلاشيا الجمهور، ويندرج ضمن مفهوم المستخدم عدة مفاهيم منها:

### **الجمهور الإلكتروني:**

هو الأفراد الذي يسير الكترون حياتهم اليومية سواء على المستوى التجاري أو الانتخابي، وهم من يساعدهم أيضا في عملية تعرضهم للوسائل الاعلامية التقليدية على شبكة الانترنت، ويطلق عليهم أيضا الجمهور المشبك.

### **جمهور الواب:**

وهم الأفراد الذين يشتكون في استخدام ومتابعة مختلف المواقع الإلكترونية، ويضم الجمهور على الخط أي الذي يتابع محتويات الوسائط الجديدة مباشرة أي تزامني، والجمهور خارج الخط هو الذي يستخدم محتويات الوسائط الجديدة بشكل لاتزامني