

المحاضرة الثانية

ب . التطور التاريخي للجمهور:

من خلال ما تم عرضه أعلاه، يتبين أن مفهوم جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة مر بعدة مراحل خلال تطوره التاريخي الذي ارتبط بتطور الوسائل من جهة، وتطور الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية وعليه مر الجمهور أثناء تطوره بالمراحل التالية:

مرحلة اختراع الطباعة :

تعتبر مرحلة الطبعة أو مرحلة في ظهور وسائل الإعلام في القرن الخامس عشر، حيث ظهر بفضلها جمهور قراء الصحيفة (النخبة).

مرحلة جماهيرية الصحافة:

وكانت هذه المرحلة نتيجة افرازات الثورة الصناعية وظهور المجتمع الجماهيري، حيث أصبحت الصحافة جماهيرية وشعبية من حق الجميع فقراء كانوا أو نخبة.

مرحلة ظهور الإذاعة والتلفزيون

وتميزت هذه المرحلة بظهور الإذاعة والتلفزيون في خمسينات القرن الماضي، مما شكلا لمستمعين والمشاهدين. جمهور

مرحلة حرية الصحافة والحق في الإعلام

أما هذه المرحلة فتميزت بانتشار الديمقراطية والاعتراف بحرية الصحافة والحق في الإعلام، وأصبح من الممكن مشاركة الجمهور في النقاش بوسائل الاعلام المختلفة، كما أتاحت لهم هذه المرحلة إمكانية أن يكونوا ناخبين لهم حرية اتخاذ قرار اختيار ممثليهم ومستهلكين يحددون مصير مؤسساتهم، وهو ما شكل جمهور الناخبين وجمهور السوق.

مرحلة البث المباشر وانتشار استخدام الأنترنت:

وهي مرحلة ثور الوسائط الاتصالية الجديدة المتصلة بشبكة الأنترنت، وهي التي أوجدت لنا مستخدمو الوسائط الجديدة ومختلف المفاهيم المرتبطة به التي وضعناها سابقا.

وفي هذا السياق يجب أن نضع في الاعتبار المفاهيم المختلفة تاريخياً للجمهور وهي:

الجمهور البسيط ويكون التواصل المباشر وجهاً لوجه في الأماكن العامة، وغالباً ما يكون عاليًا كما في المسرح أو الاجتماع السياسي:

الجمهور الجماهيري: شديد التوسط ومكاني ، حتى أنه عالمي، ومشتت بشدة، كما هو

الحال في قراء الصحف أو جمهور التلفزيون، وهو منتشر ، ولكن في نفس الوقت جزء لا

يتجزأ أو مدمج مع جميع جوانب الحياة اليومية التي تتميز بالروتين كما هو الحال في

الإنترنت دائماً على اتصال متعدد المهام مع التلفزيون والمحادثة والعمل من المنزل.

ونظرًا لأن العديد من هذه الوسائط الجديدة ومحتويات الوسائط متعددة الجنسيات في النطاق، يبدو أن الجمهور أصبح عالمي بشكل متزايد بينما كان في السابق وطني أو محلي بشكل أساسي

• الجمهور بوصفه الأشخاص المجتمعين ويشير بالأساس إلى مجموع الأشخاص مقاساً على أنه يولي الانتباه إلى عرض أو منتج معين لوسائل الإعلام في وقت معين هؤلاء هم المتفرجون المعروفون".

• الجمهور بوصفه الأشخاص الموجه إليهم "الخطاب يشير بالأساس إلى مجموعة الأشخاص الذين يتصورهم القائم بالاتصال والذين من أجلهم يتشكل المحتوى، ويُعرف ذلك "باسم الجمهور المحدد سلفاً" أو "المستجوب"

• الجمهور بوصفه "حدثاً" تجربة التلقي الفردي أو رفقة آخرين كحدث تفاعلي في الحياة اليومية، موضوع في سياقها الصحيح وفقاً للمكان وغيره من السمات.

• الجمهور بوصفه استماع" أو "تجربة" استماع يشير بالأساس إلى تجربة الجمهور التشاركية، عندما يكون الجمهور متضمناً في عرض ما أو متاح له المشاركة عن طريق وسائل بعيدة أو لتقديم استجابة في الوقت نفسه.

وهناك على الأقل ستة مفاهيم ذات صلة بمفهوم الجمهور الكمي، وهي على النحو التالي:

• **الجمهور المتاح أو المحتمل :** كلهم يمتلكون المهارات الأساسية مثل معرفة القراءة والكتابة/أو القدرة على التلقي

الجمهور الدافع: أولئك الذين يدفعون بالفعل مقابل منتج من منتجات وسائل الإعلام، سواء أكان ذلك منتج جريدة ، أو مشاهدة أفلام ، أو تاجر شرائط فيديو، أو قرصاً مضغوطاً،أو كتاباً.

• **الجمهور المنتبه :** أولئك الذين يقرؤون محتوى معيناً بالفعل ويشاهدونه ويستمعون إليه،وما شابه.

الجمهور الداخلي: أولئك الذين يهتمون بأقسام معينة من المحتوى أو أنواع معينة أيضاً منه أو عناصر مفردة معينة فيه.

. **الجمهور التراكمي :** النسبة الإجمالية للجمهور المحتمل الذي يتم الوصول إليه خلال فترة زمنية معينة.

• **الجمهور المستهدف :** هو ذلك القسم من الجمهور المحتمل الذي يختار من أجل أن يتم الوصول إليه عن طريق مصدر معين (أحد المعلنين مثلاً).