

الاجابة النموذجية لامتحان مقياس جمهور الإذاعة والتلفزيون

السنة الأولى ماستر سمعي بصري

السؤال الأول: في ضوء ما درست قدم تعريفا جامعاً لمفهوم جمهور وسائل الاعلام ؟ 2 ن

الجمهور بمفهوم مجموعة من المتفرجين ، القراء و المستمعين و المشاهدين : وهذا هو التعريف الشائع و المعروف للجمهور و هو النوع الذي يستخدم كثيراً في معظم أبحاث وسائل الإعلام ، فالجمهور هنا مجموعة من الأشخاص الذين يفترض أن تطالهم وحدة إعلامية معينة : محطة تلفزيونية ، إذاعة ، صحفية أو موقع إلكتروني

السؤال الثاني: ماهي خصائص الجمهور الرقمي ؟ 4 ن

- يتوفر مستخدمو هذه الوسائط الاتصالية الجديدة على :
- إمكانيات واسعة لاختيار الوسيلة التي يريد التعرض لمحتوياتها، على عكس الجمهور في أنظمة الاتصال التقليدية الذي له خيارين فقط: التعرض أو عدم التعرض.
- اختيار الرسائل التي تناسبه وتشبع حاجياته النفسية والاجتماعية والثقافية والتعليمية والتسلية والترفيه
- اختيار زمن التعرض للرسالة الإعلامية التي يرغب فيها، على عكس الأنظمة التقليدية التي تفرض على الجمهور زمن مشاهدة برنامج تلفزيوني أو انتقاء صحيفة أو الاستماع لحصة إذاعية مثلاً.
- إمكانية التعرض لمحتويات وسائل الإعلام دون أن يبرح مكانه في البيت أو المكتب أو في الشارع أو في أي مكان آخر.
- اختيار كيفية التعرض للرسالة، حجمها مصغراً أو مكبر، بالصوت أو بدون صوت، من البداية أو من النهاية، اختيار المقاطع أو اللقطات التي تهتمه.

- اختيار شكل الرسالة التي يريد التعرض لها: مرئية، مسموعة أو مكتوبة على ورق أو بحروف بصرية على الشاشة

السؤال الثالث: "مرت دراسات جمهور وسائل الاعلام بعدة مراحل لتصل إلى ما هي عليه اليوم ، ما هي مع شرح كل مرحلة ؟ 6 ن "

- تجدر الإشارة في هذا التذكير التاريخي إلى هذا التقسيم الذي يبدو مساهراً للتسلسل الزمني إذ هو محاولة قراءة التطور الذي مهدته أبحاث الجمهور عبر مختلف المراحل التاريخية انطلاقاً من وقائع الوضع الراهن و تدخلت عوامل محيطية لعبت دوراً بارزاً في رسم معالم تطور بحوث الجمهور، مُسلطاً الضوء على تأثير العوامل الخارجية (مصالح الحكومات، احتياجات الصناعة، الدعاية السياسية/التجارية، الرأي العام، العلوم الاجتماعية) في تشكيل نظريات التأثير الإعلامي واستقبال الجمهور.

1- ما قبل التحريات العلمية (أوائل القرن العشرين - ثلاثينيات القرن العشرين):

- اتسمت بآراء وافتراضات ذاتية أكثر من التحليل الموضوعي.
- تم النظر إلى وسائل الإعلام على أنها تمتلك قوى خفية مؤثرة تُشكل الآراء والمعتقدات.
- عزز انتشار الراديو والتلفزيون هذه المعتقدات.
- ركزت المفاهيم المبكرة، مثل "نظرية المعنى العام"، على انطباعات الجمهور المُشكّلة من خلال التجربة المباشرة.
- وضعت هذه المرحلة الأساس للبحوث التجريبية المستقبلية.
- 2- التحريات العلمية (من أربعينيات القرن العشرين فصاعداً):
- تميزت بظهور البحوث التجريبية باستخدام الاستطلاعات، والتجارب، وبيانات من علم النفس الاجتماعي، والرياضيات، والإحصاء.
- أظهرت الدراسات (مثل عمل لازارسفيلد حول انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940) دوراً أكثر دقة للتأثير الإعلامي، غالباً ما يكون غير مباشر وطويل الأمد.
- أكدت أبحاث كلابر (1962) على دور وسائل الإعلام ضمن شبكة معقدة من العوامل.

- أدخل ظهور التلفزيون والإنترنت أبعاداً جديدة من التعرض المتزامن وغير المتزامن، مما تحدّى النماذج القائمة.
- شهدت هذه الفترة ظهور مناهج إثنوغرافية (مورلي، ميلر، وسلايتر) لدراسة استخدام الإنترنت في سياقات اجتماعية ثقافية مختلفة، وفحص كيفية تكيف الثقافات مع التغيرات السريعة.

3- ما بعد التحريات العلمية:

- ظهرت تحول جديد يبتعد عن فكرة أن وسائل الإعلام قوية بطبيعتها، مُشدداً على دور تصور الجمهور لتأثير وسائل الإعلام.
- يُعد تأثير وسائل الإعلام سياقياً ويعتمد على عوامل مثل الأحداث التاريخية، والضغط النفسي، والظروف الاجتماعية.
- يمكن أن يتضخم تأثير وسائل الإعلام، خاصة في أوقات الأزمات (الحروب، الكساد الاقتصادي)، بسبب تركيز المعلومات والآراء في بعض وسائل الإعلام.

- قوة تأثير وسائل الإعلام المُتصورة قد تكون نتيجة لظروف مُتزامنة وليست قدراتها الجوهرية.

- تستغل الحكومات والجهات القوية وسائل الإعلام في محاولة التأثير على الناس ومراقبة توجيه سلوكهم.

السؤال الرابع: يؤرخ الباحثون لمراحل تطور وتشكل الجمهور من عدة مناح بناءً على التخصص أو الاتجاه العلمي، في ضوء ما سبق تكلم عن تطور الجمهور في إطار تطور المجتمعات البشرية، مبرزاً ماهيته وأنواعه في هذا المنحى. 8

المقال يجب أن يتضمن ما يلي:

في سياق تحليل تطور الجمهور في إطار تطور المجتمعات البشرية، يبرز المنحى الاجتماعي والسياسي كإطار أساسي لفهم ماهية الجمهور وأنواعه. يعكس هذا المنظور التغيرات في بنية السلطة، أنماط التنظيم الاجتماعي، وآليات التعبير عن الإرادة الجماعية داخل المجتمعات البشرية عبر مراحل تطورها التاريخي.

ماهية الجمهور: هو تجمع من الأفراد، قد يكون مؤقتاً أو دائماً، يتشكل استجابةً لسياق اجتماعي أو سياسي معين، ويُظهر درجة من الوعي المشترك أو التوجه الجماعي تجاه قضية، شخصية، أو حدث، مما يؤثر على السلطة أو يطمح إلى ذلك. إنه ليس مجرد "عدد"، بل كيان ذو ديناميكيات داخلية وعلاقات خارجية مع المؤسسات الاجتماعية والسياسية.

يمكن تتبع مسار تطور مفهوم الجمهور في إطار تطور المجتمعات البشرية، بعيداً عن المحددات الإعلامية عبر المراحل الرئيسة كالتالي:

1. المجتمع التقليدي

في هذه الحقبة، التي تشمل المجتمعات القبلية، الإقطاعية، والإمبراطوريات القديمة، لم يكن مفهوم الجمهور كما نعرفه اليوم قائماً. كانت التجمعات البشرية تتشكل وتتفاعل بناءً على الروابط العائلية، القبلية، أو المهنية (النقابات الحرفية). كانت السلطة مركزية، غالباً ما تكون في يد النخب الدينية أو الأرستقراطية، وكانت المشاركة السياسية محدودة ومقيدة بفئات معينة. هنا، يمكن الحديث عن: جمهور الطاعة: وهو تجمع من الأفراد يخضعون لسلطة تقليدية (ملك، شيخ، زعيم ديني) دون إمكانية حقيقية للمشاركة أو المساءلة. تُبنى علاقتهم بالسلطة على الولاء والتبعية.

جمهور الطقوس والاحتفالات: يتكون من أفراد يتجمعون لأداء طقوس دينية أو اجتماعية، حيث يكون الهدف هو تعزيز التماسك الاجتماعي وتأكيد الهوية الجماعية، وليس التعبير عن رأي سياسي أو المساهمة في صنع القرار. كانت الفضاءات العامة بالمعنى الحديث غائبة، حيث كانت التفاعلات تتم ضمن دوائر ضيقة ومحدودة، ولم تكن هناك آليات لتكوين رأي عام واسع أو مجتمعات حاشدة ذات طابع سياسي مستقل.

2. المجتمع الانتقالي (عصر التنوير والثورات)

شهدت هذه المرحلة، التي تزامنت مع عصر التنوير والثورات السياسية الكبرى (مثل الثورة الفرنسية والأمريكية)، تحولات جذرية في مفهوم السلطة والمواطنة. بدأت الدولة القومية بالتشكل، وظهرت مفاهيم مثل الحقوق الفردية، السيادة الشعبية، والمواطنة. لم يعد الأفراد مجرد رعايا، بل بدأوا يطالبون بحقوقهم في المشاركة في الشأن العام. هنا، يمكن ملاحظة بزوغ أنواع جديدة من الجمهور: جمهور الخطاب العام: يتكون من أفراد يتجمعون في صالونات فكرية، مقاهي، أو ساحات عامة لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية. هذا الجمهور لا يعتمد بالضرورة على وسائل الإعلام الجماهيرية، بل على النقاش الشفهي والمناظرات العامة.

جمهور الثورات والانتفاضات: يمثل تجمعات حاشدة تهدف إلى التعبير عن رفضها للسلطة القائمة والمطالبة بالتغيير الجذري. يتميز هذا الجمهور بكونه متحركًا ومنظمًا ذاتيًا، ويعتمد على التعبئة الجماعية والتواصل المباشر. الجمهور السياسي الناشئ: يتشكل من أفراد بدأت تظهر لديهم وعي سياسي مستقل، ويسعون للمشاركة في الحياة السياسية من خلال تشكيل جمعيات، أحزاب، أو الانخراط في النقاشات العامة.

بدأ مفهوم الرأي العام بالتشكل في هذه المرحلة، ليس بالمعنى الإحصائي، بل كقوة اجتماعية وسياسية يمكن أن تؤثر على القرارات الحكومية. 3. المجتمع الحديث (القرن التاسع عشر والقرن العشرين)

مع ترسيخ الديمقراطية الغربية وظهور الأنظمة البرلمانية والدساتير، أصبح للجمهور دور أكثر وضوحًا في الحياة السياسية. لم يعد الجمهور مجرد قوة ثورية، بل أصبح جزءًا لا يتجزأ من العملية السياسية المنظمة. تميزت هذه المرحلة بـ:

الجمهور الانتخابي: يُعد هذا النوع من أبرز سمات الديمقراطية التمثيلية، حيث يتكون من المواطنين المؤهلين للتصويت، والذين يمارسون حقهم في اختيار ممثلهم السياسيين. هو جمهور محدد قانونيًا، دوري، وتعبيري في طبيعته. جمهور التجمعات والمظاهرات المنظمة: يمثل هذا النوع شكلاً من أشكال التعبير عن الرأي العام خارج نطاق الانتخابات. يتميز بكونه مُسيّسًا، منظمًا، وهادفًا إلى الضغط على صانعي القرار لتحقيق مطالب معينة.

جمهور الرأي العام المستطلع: مع تطور أدوات المسح الاجتماعي والإحصاء، أصبح من الممكن "قياس" آراء الجمهور حول قضايا معينة، مما ساهم في تشكيل مفهوم "الرأي العام" كمؤشر كمي للتوجهات الاجتماعية والسياسية.

الجمهور الحزبي: يتشكل من الأفراد الذين ينتمون أو يتعاطفون مع أحزاب سياسية معينة، ويشاركون في أنشطتها لدعم أجندتها السياسية. في هذه المرحلة، أصبح للجمهور وجود قانوني وسياسي معترف به، وأصبح تفاعله مع السلطة يتم من خلال آليات مؤسسية محددة.

4. مجتمع ما بعد الحداثة / المجتمع الشبكي (أواخر القرن العشرين والقرن الحادي والعشرين)

في هذه المرحلة، التي تتميز بتفكك الروابط الاجتماعية التقليدية، وتنامي الفردانية، وتزايد تعقيد القضايا الاجتماعية والسياسية، أصبح مفهوم الجمهور أكثر سيولة وتنوعًا. برغم هيمنة الإعلام الرقمي، يمكن ملاحظة تحولات اجتماعية وسياسية مستقلة عنه: جمهور القضايا العابرة للحدود: يتشكل هذا الجمهور حول قضايا عالمية مثل تغير المناخ، حقوق الإنسان، أو قضايا العدالة الاجتماعية، بغض النظر عن الانتماء الجغرافي أو الوطني. هو جمهور عابر للحدود، غير متجانس، ومدفوع بقيم مشتركة.

جمهور الحركات الاجتماعية الجديدة: يتميز هذا الجمهور بكونه غير هرمي، لا مركزي، ويتبنى أشكالًا جديدة من التعبئة والاحتجاج (مثل العصيان المدني، المقاومة السلمية). هو جمهور قائم على الهوية، مرن، وقادر على التعبئة السريعة.

الجمهور المفتت / المجزأ: في ظل غياب الروابط الاجتماعية القوية وتعدد الولاءات، يمكن أن يتجزأ الجمهور إلى مجموعات صغيرة ذات اهتمامات متباينة، مما يصعب عملية تكوين إجماع وطني أو رأي عام موحد حول القضايا الكبرى.

جمهور "المشهد السياسي": هذا الجمهور يُعرف بأنه سلبى إلى حد كبير، يكتفي بمراقبة الأحداث السياسية كـ "مشاهد" دون مشاركة فعالة، وقد يتأثر بـ "الدراما" السياسية أكثر من جوهر القضايا.

في الختام، يُظهر تحليل تطور الجمهور من منظور اجتماعي وسياسي أن تشكله لم يكن مجرد نتيجة لتقدم تكنولوجي، بل كان انعكاسًا لتحولات أعمق في مفهوم السلطة، المواطنة، والمشاركة في الشأن العام. إن فهم هذه الديناميكيات يتيح لنا إدراك تعقيد ظاهرة الجمهور وتنوع أشكالها، بعيدًا عن اختزالها في دورها كمستهلك لوسائل الإعلام.