

جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

امتحان السداسي الثاني في مقياس جمهور الإذاعة والتلفزيون

التخصص والمستوى : ماستر 1 سمعي بصري

تاريخ إجراء الامتحان: الأربعاء 24 ماي 2023

التوقيت: 13.00-14.30 مكان إجراء الامتحان: ق 12 المدة 1.30 سا

نص السؤال:

تكلم عن الجمهور مستعرضا معناه ومفاهيمه الحديثة ومراحل تشكله، ميزا سماته وخلفيات دراسته وأنواعه وأبعاده وعوامل تطور الدراسات الخاصة به، ومستشرفا مستقبل جمهور الإذاعة والتلفزيون في ظل طغيان مواقع التواصل الاجتماعي، ومعددا الفروق الموجودة بينه وبين جمهور الوسائل الحديثة.

الاستاذ بوالعام بلال

بالتوفيق لكم جميعا

جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الانسانية

الإجابة النموذجية الخاصة بمقياس جمهور الإذاعة والتلفزيون، المستوى/ الأولي ماستر تخصص سمعي بصري

السنة الجامعية / 2022-2023، السداسي/ الثاني

1-تعريف الجمهور والمفاهيم المشابهة والمفاهيم الحديثة:

ورد في تقرير لجنة "شون ماك برايد" أن الجمهور أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الناس، وانه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة، وظروف حياة بعينها، والجمهور محدد تجمعته رابطة محددة قصد حضور عرض معين وامتد لاحقا إلى وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وهو أيضا ذلك المتلقي أو المتفاعل مع رسالة إعلامية مكتوبة أو مرئية أو مسموعة أو الكترونية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو إيديولوجية. وتعرفه دائرة معارف العلوم الاجتماعية بأنه حشد من الناس صغيرا كان أو كبيرا، وهو مجموعة من الناس يرجعون بوحدة وانسجام وتوافق على الإيحاءات التي تعرضوا لها، وتعرفه تسعديت قدوار بأنه عدد المشاهدين أو المستمعين المستقبليين لبرنامج معين في توقيت محدد يتقاسمون تقاليد وتجارب وقيم مشتركة، وحسب علي قسايسية فان العملية الإعلامية ترتكز أساسا على أربع عناصر أساسية هي المرسل sender أو source system الذي يقوم بتوجيه عنصر الرسالة message عن طريق الوسيلة الإعلامية (الصحيفة، الإذاعة، التلفزيون و الانترنت) إلى المتلقي reciever أو reception system و هو ما يعرف بالجمهور

وهو " اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وفي مختلف مراحل تطورها وعرفته الباحثة سعاد جبر سعيد بأنه المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفرادا يختلفون في مراكزهم ومهنهم وثقافتهم وثروتهم ، والحشد ليس له تنظيم اجتماعي أو عادات وتقاليد وطقوس، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية لكنهم متلفين ناحية سلوكهم الجماهيري ومصطلح الجمهور يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار استعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، وبما أن الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهوره وتطوره بانتشار الإعلام وتطوره أيضا، فقط صاحب ظهور شبكة الانترنت بشكل عام والصحافة الالكترونية على وجه الخصوص ظهور نوع آخر من الجمهور وهو الجمهور الالكتروني ويختلف مفهوم الجمهور عن مفهوم الجماعة

والحشد حسب الهام ويختلف مفهوم الجمهور عن مفهوم الجماعة والحشد حسب الهام بوثلجي_ فالجماعة (groupe) تتميز بلأن كل أعضائها يعرفون بعضهم البعض وهم واعون بعضويتهم المشتركة في الجماعة ويتقاسمون نفس القيم، ولهم علاقات مستمرة في الزمن ويعملون من خلالها على تحقيق أهداف مشتركة ومخططة، أما الحشد (la foule) وهو يتميز بكونه أوسع من الجماعة وه محدود في الزمن والمكان ومؤقت ونادرا ما يعاد تكوينه بنفس الشكل، قد يكون أعضاؤه محددى الهوية معروفين ويتقاسمون نفس الاهتمامات ولكن لا توجد عادة بنية ولا تنظيم اجتماعي أو معنوي يربط بينهم، وأعضاء الحشد متساوون ومدركون بان تجمعهم مؤقت أملا ه الحدث العارض ويمكن أن يحقق الحشد هدفا ولكن عمله يتحقق غالبا بالعاطفة والانفعال وأحيانا بالعضوية.

2- مفاهيم الجمهور الحديثة:

مفهوم السياق المنزلي: إن مفهوم السياق المنزلي يسمح بالاهتمام أكثر بمختلف جوانب الظاهرة ، فالإطار الذي تستقبل فيه الرسائل الإعلامية مع حضور أفراد العائلة داخل الوسط الأسري يطرح التساؤلات حول الكيفية التي تتحقق بها عملية الاتصال في هذا السياق المنزلي، وكيف يتم فيه إدماج التكنولوجيات المنزلية وتكييفها مع مستلزمات البيئات¹، اما مفهوم التكنولوجيات المنزلية: ف تتضمن مجموع المنتجات والتكنولوجيات التي تستعمل في سياق خلايا اجتماعية كوسائل اتصال جماعية وفردية، والتي تشغل حيزا منزليا في السياقات الأسرية مثل آلات التسجيل وأجهزة الكمبيوتر والهواتف، أما الديناميكية العائلية: ويقصد بها قدرة العائلات في التحكم في هذه التكنولوجيات، وإدماجها لأدوات عادية وضرورية في الممارسة اليومية للأسرة وقدرتها على التأويل وإضفاء الرموز التي تحملها هذه التكنولوجيات ومضامين الرسائل التي تنقلها وفقا للخصوصية الثقافية والطقوس الدينية.

3-مراحل تشكيل مفهوم الجمهور:

حسب البروفيسور علي قسايسية فيما يخص مصطلح الجمهور فقد خضع في تشكيله إلى مرحلتين مهمتين:

-مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام:

- مرحلة ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية: وقد قسمت هذه المرحلة بدورها حسب البروفيسور علي قسايسية إلى أربع مراحل مهمة

(المرحلة الأولى: تعتبر هذه المرحلة حسب علي قسايسية أهم مرحلة

¹ - احمد أمين خرار: أنى وسائل الإعلام الجديدة على تكوين السياسي لدى الطالب الجامعي، دراسة استطلاعية على الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010، 2011، ص 102.

المرحلة الثانية: التطور التاريخي الثاني الذي كان التأثير البالغ في تشكيل الجمهور حسب علي قسايسية هو الإفرازات الاجتماعية والثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة

المرحلة الثالثة: ومن العوامل التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور حسب علي قسايسية ورسم معالمه الحديثة ظهور وسائل الإعلام الالكترونية من إذاعة في عشرينات القرن الماضي والتلفزيون من نفس القرن

المرحلة الرابعة: ويتمثل العنصر التاريخي الرابع حسب علي قسايسية في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية

4- السمات العامة لجمهور وسائل الإعلام والاتصال:

أ- السمات الظاهرية للجمهور: الحجم الواسع ، التباعد والتشتت ، عدم التجانس ، عدم التعارف ، غياب التنظيم الاجتماعي ، وجود اجتماعي غير مستقر في الزمان والمكان .

ويُقاس جمهور أية وسيلة جماهيرية وفق أربعة مقاييس: **حجم الجمهور**، **ترتيب الجمهور** ، **درجة تجانس الجمهور**، **طول التعرض**، **التغيير**

السمات الديموغرافية والاجتماعية للجمهور: يقصد بالسمات الديموغرافية تلك الخصائص التي يشترك فيها جميع الأفراد مثل: السن، الجنس، النوع، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية، وقسمها "علي قسايسية" إلى نوعين هما: **(السمات الأولية):** وهي الخصائص غير القابلة للتغيير أي ثابتة وتنسب الى الفرد بميلاده مثل: تاريخ ومكان الميلاد والجنس والانتماء العرقي والسلالات ، **والسمات المكتسبة والقابلة للتغيير:** وهي المتغيرة مثل اللغة والدين والسن والمستوى التعليمي والحالة المدنية والدخل .

الخصائص النفسية للجمهور: يمكن تقسيم الجمهور على أساس خصائصه النفسية، أو دراسة شخصيات أفراد الجمهور بواسطة الاختبارات والبحوث النفسية لتفسير اختلاف تأثير الأفراد بالرسالة الإعلامية، فعلى سبيل المثال ربما يكون الأفراد الذين يمارسون أنشطة متعددة، والذين لديهم قدرات نفسية تؤهلهم لإقامة علاقات متعددة أقل مشاهدة للتلفزيون من الأفراد المنعزلين.

السمات السوسولوجية للجمهور: التمايز الاجتماعي ، اختلاف المصالح والاهتمامات ، اختلاف درجات الإدراك، اختلاف مدى التأثير، الجمهور و التفاعل الاجتماعي ، اجتماعية سلوك الجمهور ، الاستعمالات الاجتماعية، العزلة الاجتماعية، تقسيم الجمهور على اساس الاحتياج للمعلومات .

5-خلفيات دراسة الجمهور: وذلك بالعودة إلى عقائد الجماهير وآرائها كالعرق مثلاً، والتقاليد الموروثة، والزمن، والمؤسسات، والتربية والتعليم.

6-أنواع الجمهور (الجمهور العام، والجمهور الخاص، والجمهور المفترض، والجمهور المتعرض، والجمهور الفعلي، والجمهور الإلكتروني، والجمهور اللا مبالي، والجمهور الشامل، وجمهور الويب، وجمهور مستخدمي الانترنت، و جمهور على الخط، و جمهور خارج الخط....وهناك تصنيفات أخرى للجمهور: (الجمهور المثقف، والجمهور الغامض، والجمهور الجاهل، والجمهور البسيط.....ويقسمه محمد منير حجاب أيضاً حسب المعايير الثقافية إلى:(الجمهور الأمي، والجمهور المادي، والمفكرون.

7-خلفيات دراسات الجمهور: إن تحديد طبيعة الدراسات الاتصالية المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام تتوقف على معالجة العوامل الرئيسية المحركة لها وعلى أهداف الجهة الممولة كما تتوقف على طبيعة العلاقة القائمة بين الجمهور و مقرري السياسة الإعلامية للمؤسسة أو النظام الاجتماعي السياسي. تعمل وسائل الإعلام في إنتاج رسائل إعلامية معينة لجمهور معين لتحقيق أهداف معينة. وعلى الرغم من أهمية الإطار الإيديولوجي و السياسي في تحديد طبيعة الجمهور إلا انه لا يعتبر الطرف النهائي في تحديد العملية الاتصالية ونقتصر على معالجة العوامل المؤثرة في هذه الدراسات وأهم نظريات تكوين الجمهور:

8-أبعاد الجمهور: (التفاعلية، واللا جماهيرية، واللا تزامنية، وقابلية التحرك أو التحويل أو التوصيل، والانتشار والتدويل.

9-عوامل تطوير دراسات الجمهور، وهي (الدعاية، والإشهار، وظهور الرأي العام، والاحتياجات العلمية)

10-نظريات تكوين الجمهور: وهي - نظرية الحدث التاريخي، -ونظرية إدارة السوق: (market theory)، -و نظرية الفروقات الفردية: (individual differences)، -ونظرية اختلاف مصادر الترفيه: (differential leisure resources)، -و النظرية الوظيفية: (functional theory)، -و نظرية التفسير السوسيو ثقافي (socio-cultural explanation).

10-مستقبل جمهور الاذاعة والتلفزيون(يمكن اعطاء رؤية استشرافية ترتبط بالقائم بالاتصال والرسالة والقناة والجمهور والامكانيات والبيئة والحاجيات الاعلامية والدوافع والاهتمامات والرغبات الخاصة بالجمهور، ناهيك عن الاراء والافكار والاهتمامات، وتغير النظم والنماذج الاعلامية، واختلاف الامكانيات والبيئة الاجتماعية، ونمذجة الحياة .

