

المحاضرة الثالثة: تقسيمات الجمهور في علاقتهم بوسائل الإعلام

إن مفهوم جمهور وسائل الإعلام لازال أصله التاريخي يلعب دورا أساسيا في الدلالات المختلفة والاستعمالات المتعددة لمصطلح Audience، وقد كانت فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموع المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس، واتخذ الجمهور أشكالاً مختلفة في كل الحضارات عبر كل المراحل التاريخية.

والجمهور حسب المفهوم العددي الكمي هو مجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية أو قناة تلفزيونية أو صحيفة أو موقع إلكتروني أو مجموع هذه الوسائل مجتمعة.

لكن التقسيم العددي هذا يخفي علينا بعض العوامل المؤثرة في تعامل الجمهور مع مختلف الوسائل الإعلامية، حيث أن الجمهور في تفاعله مع تلك الوسائل ينقسم إلى أقسام هي:

1 – الجمهور المفترض: هو مجموع الأفراد الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال مختلف مضامين المؤسسات الإعلامية، وبالتالي فإن كل الذين يمتلكون جهاز استقبال تلفزيوني أو إذاعي يشكلون الجمهور المفترض لهما، وجمهور الصحيفة المفترض يقاس غالبا بعد نسخ السحب والمبيعات والمرتجات أما جمهور الواب المفترض فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر وخط هاتف وجهاز مودام إلى جانب الاشتراك في خدمة الانترنت.

2 – الجمهور الفعلي: وهو مجموع الأشخاص الذين يستقبلون فعلا العرض الإعلامي مثل المشاهدين الموظفين على برنامج تلفزيوني معين والمستمعين المداومين على حصة إذاعية أو قراء صحيفة أو زوار موقع إلكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر عليه.

3- الجمهور المستهدف: هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها، وعن الموقف الذي سيتخذه منها، حيث أن هناك أفرادا من الجمهور يستجيبون للرسالة وهناك من يتجاهلها، تبعا لتطابقها مع احتياجاتهم ومصالحهم المادية واهتماماتهم الفكرية والإعلامية وقيمهم الثقافية والروحية ومعتقداتهم الدينية.

مقياس: دراسات الجمهور

الطور الأول ليسانس

السداسي: الخامس

السنة الجامعية: 2020 – 2021

الجامعة: جيلالي ليايس – سيدي بلعباس

الكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

القسم: العلوم الإنسانية

السنة الثالثة تخصص إتصال

الأستاذ: عشاش نورين nourine.achache@univ-sba.dz

4 – الجمهور النشط: وهو الجزء من الجمهور الذي يتفاعل أي يستجيب للرسائل الإعلامية سواء بالايجاب وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية ، أو يتفاعل بالسلب وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو على الأقل ضمان حياده.