

المستوى: السنة الثالثة

التخصص: اعلام

الاجابة النموذجية في مقياس:دراسات جمهور وسائل الاعلام

الاجابة:

مقدمة المقال(2ن):

مدخل عام حول الجمهور و وسائل الاعلام .

العرض(16ن):

1/المفهوم الاصطلاحي للجمهور(2ن): يعرف "علي قسايسية"الجمهور على أنه "اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الاعلام بمختلف أشكالها، و في مختلف مراحل تطورها."

2/المراحل التاريخية التطورية لجمهور وسائل الاعلام

-مرحلة جمهور القراءة(2ن):ان أول مرحلة في تاريخ وسائل الاعلام كانت اختراع حروف الطباعة في القرن15م على يد العالم الألماني غوتنبرغ الأمر الذي أدى الى ظهور جمهور القراءة بفضل التمكن من اصدار النشريات و المطبوعات بما فيها الصحف فيما بعد و توزيعها على نطاق واسع خصوصا بعد الثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة و تنمية و تسويق الصحافة.

-مرحلة جمهور المستمعين و المشاهدين(2ن):بدأ مع ظهور الاذاعة في عشرينيات القرن الماضي و التلفزيون في خمسينيات نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان، فلم تعد الأمية و الحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الاعلامية، كما كان بالنسبة للصحافة المكتوبة.

-مرحلة جمهور الناهيين و جمهور السوق(2ن):انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام و وظائف وسائل الاعلام و على الرقابة السياسية و الاجتماعية و مبادئ الوصول اليها و المشاركة فيها، كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الاعلام و دوره في الحياة السياسية و الاقتصادية و الثقافية فلم يعد الجمهور فقط مجرد قراء للصحف و مستمعي الاذاعة و مشاهدي التلفزيون، و لكنه يتضمن في نفس الوقت ناخبين و مستهلكين للسلع و الخدمات.

-مرحلة مستخدمو الوسائط الاتصالية الجديدة(2ن):أدى تأثير البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية و الاستخدام المتزايد للإنترنت، قد ساهم في ظهور ما يعرف بمستخدمو الوسائط الاتصالية الجديدة و بروز مصطلحات مثل مستخدمي الانترنت، جمهور الواب، الجمهور الشامل،الجمهور الالكتروني، هذه المصطلحات أعطت للجمهور أبعادا جديدة تتجاوز الحدود السياسية و الجغرافية و الثقافية للشعوب و البلدان، و بدأت تغزو بكثافة الدراسات التي تتناول الجمهور.

2/السمات لجمهور وسائل الاعلام:

-السمات البنية الظاهرية للجمهور(2ن):

الحجم الواسع:الجمهور يضم فئات مختلفة من الصغار و الكبار و من الذكور و الاناث في مختلف دول العالم.

التشتت: يتميز الجمهور بتواجده في أماكن متباعدة و مختلفة مع الاستخدام المتزايد لوسائل الاتصال الجديدة.

عدم التجانس: أن أفراد الجمهور متميزين في احتياجاتهم و ادراكهم للمضامين الاعلامية.

عدم التعارف أو المجهولية: يتميز أفراد الجمهور بأنهم غير معروفين بذواتهم و مجهولين لدى بعضهم البعض من جهة، و من جهة اخرى غير معروفين بالنسبة للقائم بالاتصال.

- السمات الديمغرافية لجمهور وسائل الاعلام (1ن):

السمات الأولية: هي السمات الفطرية التي يولد بها الانسان و لا يمكن تغييرها كالجنس و السن.

السمات الثانوية: هي السمات المكتسبة القابلة للتغيير مثل اللغة، الوظيفة، الدخل، مستوى التعليم، الإقامة.

- السمات السوسولوجية لجمهور وسائل الاعلام (2ن):

التميز الاجتماعي: هي اختلافات اجتماعية تحدد تعرضه للمضامين الاعلامية و كيفية استخدامه للوسائل الاتصالية الجديدة و ترتبط باختلاف حاجيات الجمهور لهذه المضامين و تتمثل في اختلاف المصالح و الاهتمامات، اختلاف درجات الادراك، اختلاف مدى التأثير.

التفاعل الاجتماعي: يبرز من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية، كما يمكن ملاحظته من خلال اجتماعية سلوك الجمهور، و الاستعمالات الاجتماعية، و العزلة الاجتماعية.

- أنظمة الرقابة المعيارية (1ن): ان القيم المتعلقة بالمحتوى مستندة أساسا من الأحكام التقليدية التي تتضمنها الثقافة السائدة و تعاضدها مع مؤسسات التنشئة الاجتماعية و تنطبق هذه القيم على بعض الأنواع من المحتوى حسب طبيعة السياق. حيث يفضل الجمهور أن توفر هذه الوسائل الاعلام، التعليم، التربية.

خاتمة المقال (2ن):

استخلاص عام حول جمهور وسائل الاعلام و مراحل التطورية و السمات التي تميز بها.

