

## مقياس: "دراسة الجمهور"

### المحاضرة الأولى

#### ❖ نشأة مفهوم دراسة الجمهور:

إن نشأة مفهوم دراسات الجمهور تتداخل فيه العديد من العوامل التي ساهمت في تشكيل دراسات الجمهور ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

- **الدعاية:** احتلت الدعاية مجالاً واسعاً عن طريق الصحافة المكتوبة والسينما المتنقلة ولا سيما أثناء الحرب العالمية الأولى (1914-1918) و الثانية (1939-1945) لتشمل عدد أكبر من أفراد المجتمعات الجماهيرية التي تعتبرها النظريات الفلسفية والسيكولوجية على أنهم مجرد تجمعات بشرية إذ يتحكم فيها القادة الأقوياء واستمرت الدعاية كمحرك نشيط لدراسات الجمهور إلى الوقت الراهن.
- **الإشهار:** يعتبر الإشهار والاعلانات التجارية المحرك البارز في اعطاء دفع قوي لدراسات الجمهور سواء تعلق الأمر بالمعلنين أو الناشرين أو موزعي الرسائل الاشهارية على الجمهور وعرفت أبحاث الجمهور تطوراً بعد الحرب العالمية الثانية ليصبح ميداناً متخصصاً يستجيب نموه لاحتياجات المجتمع والاقتصاد.
- **الرأي العام:** يعتبر عامل من عوامل تنشيط دراسات الجمهور والاستجابة لفكرة الديمقراطية حيث تعمل الحكومات على كسب آراء شعوبها وكسب الأغلبية منهم، وكان ظهور دراسات الرأي العام كإلزاماً للأنظمة الديمقراطية ثم تلتها دراسات الجمهور مع انتشار وسائل الاعلام كمظهر من مظاهر ممارسة الديمقراطية.
- **الحاجة العلمية:** برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الاعلام دراسة معمقة لأهداف علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الاعلامية ومضامينها ووسائل الاعلام والآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور. فالكمل الهائل من الدراسات التسويقية وتوجهات الرأي العام وفرت جواً للمقاربات الامبريقية مما دفع بالباحثين الاعلاميين إلى اختبار وإعادة صياغتها من أجل إثراء مشروع النظرية العلمية للإعلام والاتصال.