

المحاضرة الثانية: عوامل ظهور دراسات الجمهور

هناك عدة عوامل أسهمت بشكل أو بآخر في ظهور دراسات الجمهور، نذكر منها ما يلي:

أولاً: دخول الإعلان كعامل اقتصادي مهم ضمن اقتصاديات الصحف والإذاعة، مما أدى إلى دعم الأبحاث في مجال اختبار تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور المستهلك.

ثانياً: تأثير الإعلان المرافق للحربية العالميتين الأولى والثانية على الاهتمام بأبحاث الاتصال، فقد كان استخدام هتلر للإعلان عاملاً مهماً في ازدهار الإعلان والإعلان المضاد، مما عزز رغبة الحكومة في تحليل الإعلان واكتشاف مدى تأثيره في الجمهور، وإنشاء مراكز بحوث خاصة بذلك.

ثالثاً: كان لاستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية بخاصة بعد دخول الراديو والتلفزيون إلى حلبة الحملات الانتخابية خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية تأثير كبير في ازدهار البحوث، بعد أن تم توظيف وسائل الإعلام تلك لاستقطاب جماهير الناخبين، ومن ثم فقد أجريت الدراسات العديدة المرافقة للحملات الانتخابية والتي تعقبها، لتحليل تلك الحملات الانتخابية، ولمعرفة مدى تأثيرها على الناخبين.

رابعاً: شهدت الأربعينيات والخمسينيات موجة من الاهتمام في تنمية الدول المتخلفة، مما حفز كثيراً من الباحثين لدراسة مدى تأثير وسائل الاتصال في التنمية القومية، وانتقال التحديث إلى الدول ما تحت النمو، ورافق ذلك ازدهار في بحوث تدفق المعلومات.

خامساً: الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال التي حولت العالم إلى قرية كبيرة بحسب رأي ماركسهايم، جعلت الباحثين يدققون النظر في تأثير هذه الثورة الاتصالية في مستويات محلية وقومية وعالمية.

سادساً: التقدم في مجالات مناهج البحث وطرق جمع البيانات وفرزها وتحليلها، بالإضافة إلى استخدام الكمبيوتر في البحوث، أسهمت جميعاً في تطوير البحوث الإعلامية، وإيجاد أفضل السبل لدراسة المشكلات الإعلامية.

مراجع مقترحة: روجر وبمر وجوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصبع وفاروق منصور، بيروت: مركز

دراسات الوحدة العربية، 2013.