

## المحاضرة الثانية(02): موسومة ب :بحوث الجمهور

### تعريف بحوث الجمهور :

تعرف بحوث الجمهور بأنها تنفيذ إجراءات علمية منهجية وفق منهجية ما تتعلق بجمهور ما .

### خصائص بحوث الجمهور :

-وجود ظاهرة بحثية مجتمعية

-إجراءات علمية على مجتمع الظاهرة،وهنا ينبغي التفريق بين جمهور الظاهرة الذي يمثل جزءا من الظاهرة لكن لا يتأثر بها كليا ،بحيث لا يكون متفاعلا معها كليا ،أما مجتمع الظاهرة فهو يؤثر ويرتبط بالظاهرة،مثلا جمهور الإذاعة .

-يرتكز جمهور وسائل الاعلام في صياغته الشكلية وفي مضامينه لها جملة من الإعتبارات لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات المعاصرة خاصة تلك المجتمعات التي تستعمل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بكثافة.

### أنواع الجمهور:

#### 1-الجمهور العام:

هو أكثر الجماهير حجما ،عضاؤه أكثر تبعثرا متباعدين في الزمان والمكان ،ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة ،هدفه تكوين رأي عام حول قضية أو ظاهرة اجتماعية ،إرتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة .

-يتميز هذا النوع من الجمهور بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة ،هذا النوع من الجماهير أيضا عرفه ديوي بأنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول لها .

#### 2-الجمهور الخاص :

وهو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الإهتمامات أو الحاجات أو الإتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة أو نادي ما ،هنا

ينبغي على وسائل الاعلام إستشارة نادي ما ،وهنا ينبغي على وسائل الإعلام إستشارة هذا الإهتمام وتدعيمه وتلبية حاجيات الجمهور .

## تصنيف اخر

قدم الباحث الأمريكي(كلوس ) تحليلا عدديا للجمهور وفق مايلي :

### 1-الجمهور المفترض :

هو مجموع الجمهور المنوط بهم استقبال الرسائل الإتصالية لوسيلة إعلامية معينة ،ومن هنا يمكن القول أن من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيوني أو إذاعة أو من يشترون صحيفة ويتفاعلون مع مضامين وسائل الإعلام الإلكترونية .

يقاس الجمهور المفترض للصحيفة بعدد نسخ السحب ،والجمهور المفترض للإذاعة يقاس بعدد المستمعين ،وجمهور التلفزيون يقاس بنسب المشاهدة ،أما جمهور الويب المفترض فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفير أجهزة الكمبيوتر مع ضرورة الإشتراك في شبكة الانترنت .

### 2-الجمهور الفعلي :

هو مجموع الأفراد الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة أو قراء صحيفة معينة أو زوار موقع الكتروني معين .

### 3-الجمهور المعترض :

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الإعلامية ولكن ليس بالضرورة الإستجابة لمحتواها في كل الحالات .

### 4-الجمهور الفعال :

وهو الجمهور الذي يستجيب ويتفاعل مع الرسالة الإعلامية وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات أو الإشهارات التجارية والدعوات الانتخابية ،هذا النوع من الجماهير يحاول كسب ود المرسل .

## مكونات الجمهور :

## السمات الشخصية :

يقسم الجمهور وفق السمات الشخصية وفقا للجنس والسن ومكان الميلاد وهي السمات التي التي لا دخل للفرد في إكتسابها .

## السمات القابلة للتأثير :

هنا يقسم الجمهور وفقا للمستوى التعليمي والدخل والحالة الاجتماعية واللغة والدين والوظيفة والاقامة .

## السمات الإجتماعية :

وهو الجمهور الذي يكون من خلال الإتجاه نحو موضوع معين (مؤيد، معارض)

## المعايير الثقافية :

وهذا معناه تقسيم الجمهور تبعا الى جمهور متعلم وجمهور غير متعلم .

## الاستعداد للإقناع :

هنا يتكون الجمهور من فئات الإستعداد المرتفع للإقناع وفئات الاستعداد المنخفض للإقناع .

## السمات العامة :

والتي من خلالها يمكننا اعتبار أن الجمهور يتكون من فئة عنيدة أي جمهور عنيد وجمهور ذواق وجمهور غامض وجمهور بسيط الخ...

قد يكون من الصعب معرفة من هو جمهورك وماذا يريدون ،  
يمكنك استخدام تحليل الجمهور لمعرفة المزيد عن جمهورك وكيفية  
خدمتهم بشكل أفضل

للوصول إلى إمكاناتك الكاملة ، يجب عليك تحسين تحليلك  
لمهارات الجمهور. في عصر الإنترنت ، أصبح التقاط بيانات  
الجمهور أسهل من أي وقت مضى. إذا قمت بإجراء هذا التحليل ،  
يمكنك معرفة جمهورك الفعال والوصول إلى أقصى إمكاناتك مع  
الاحتفاظ بها في الاعتبار.