

٤. مسح الرأي العام يساعد إدارات العلاقات العامة في التعرف على طبيعة جمهور المنشأة وآرائه وأفكاره واتجاهاته.
٥. الاستفادة من مسح جمهور وسائل الإعلام في التعرف على طبيعة الجمهور الخاص بكل وسيلة إعلامية حتى يمكن اختيار الوسائل التي تصل إلى الجمهور المستهدف، بما يمكن المعلنين مثلاً من تقدير مدى الاستفادة من مسح الرأي العام في التعرف على آراء ورغبات المستهلكين وتفضيلاتهم ودوافعهم.
٦. دراسة الحملات الإعلانية بصفة عامة وإعلانات المنافسين بصفة خاصة من خلال تحليل المضمون.
٧. التعرف من مسح أساليب الممارسة على السياسات والطرق والنظم المتبعة في الإعلان لدى الجهات المنافسة.
٨. الاستفادة من مسح جمهور وسائل الإعلام ومسح وسائل الإعلام في اختيار أفضل وأنسب الوسائل الإعلانية التي يمكن تنفيذ الحملات الإعلانية بها والتي تحقق أكبر درجة اتصال بالجمهور المستهدف للحملة بأقل تكلفة ممكنة.

ثالثاً. تحليل المضمون

طريقة تحليل مضمون مواد الإعلام والدعاية بوسائلها الكبرى الصحف والمجلات والكتب والنشرات، و فقرات أو برامج الإذاعة والتلفزيون والسينما، وكل وسائل الإعلام الأخرى، هي إحدى طرق قياس الرأي العام، إذ يسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً، لذلك يبدأ بتجزئة المضمون إلى وحدات أو عناصر أساسية يسهل عدّها وإحصائها وحساب التكرار الخاص بها.

تتبع أهمية تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية من أهمية الرسالة الإعلامية ذاتها، فهي المنتج الإعلامي الأساسي في العملية الاتصالية، وهي التي يهدف من خلالها القائم بالاتصال إلى إحداث التأثيرات المرجوة، ولهذا يعتبر تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية شائعة الاستخدام في الدراسات الإعلامية، وهو يندرج تحت منهج المسح.

ويستخدم تحليل المضمون في معرفة مضمون وسائل الإعلام لتحديد الأهمية التي تحظى بها الموضوعات المختلفة من خلال تغطية وسائل الإعلام، وهو ما يطلق عليه أجندة وسائل الإعلام، ثم تجرى دراسة على الجمهور لمعرفة ترتيب القضايا لديه من حيث الأهمية، وهو ما يطلق عليه أجندة الجمهور، ثم قياس مدى الارتباط بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.

وتعد عملية تحليل المضمون في قياسات الرأي العام تحليلاً غير مباشر، يستخدم بصفة عامة في الإعلام الخارجي، إذ أن الدولة تتجه إلى الرأي العام الأجنبي لمجرد الإخبار، لأنه لا يعنيه أن يعلم الرأي العام الأجنبي بوجهة نظرها أو ما يحدث في داخل أرضها بل بالعكس أنها تتجه إلى الرأي الأجنبي بقصد إحداث أثر نفسي معين فيه إعجاباً كان أم خلق أداة من أدوات التقارب، وهي نماذج من صور التأثير على هذا الرأي، لذا فإن قياس الرأي العام الخارجي ينبع من فكرة التحليل غير المباشر.

ويشير الدكتور صادق الأسود، إلى أن تحليل المضمون أقتصر بشكل خاص، على تحليل مضمون الرأي العام الدولي وقياسه وذلك لأسباب عدة، منها: أن الدولة لا تسمح لغيرها باستطلاع الرأي العام في بلادها، لأن ذلك ربما يشكل تهديداً لأمنها القومي، كما أن اختلاف