

المحاضرة الثالثة: المقاربات النظرية للجمهور

يمكن تقسيم التوجهات الكبرى لأبحاث دراسة الجمهور لجمهور وسائل الإعلام الى أربعة أنواع أساسية، وهي كالتالي:

1- **أنموذج التأثير:** ظهر هذا النوع من الدراسات في السبعينات من القرن الماضي، وقد أحدث هذا النوع من الدراسات قطيعة مع الأنموذج الذي كان سائدا منذ الأربعينات الذي كان يتحدث عن التأثير قصير المدى.

ويشمل هذا النموذج كل النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود، الفوري والطويل.

وتهتم هذا النموذج بالتغير أو التحول الذي يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية الذهنية الإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام، وعلاقة هذا التغير بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور.

وتعتبر هذه النماذج -خصوصا الأولى منها- تشاؤمية إذ كانت تتحدث عن عدم قدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثير في اتجاه خطي شاقولي.

ويمكن أن نذكر هنا نموذج القوى البالغة لوسائل الإعلام، ونموذج الوخز الابري والقذيفة السحرية، ولقد اختلف هاذين النموذجين السابقين لكونهما كانا يستهدفان محاولة تفسير إقبال الجمهور على مشاهدة الأفلام أو قراءة قصص مشوقة.

ولكن في المرحلة الموالية ظهر نموذج أقل تشاؤما مثل تأثير وسائل الإعلام غير مباشر أي نظرية التأثير عبر مرحلتين (قادة الرأي أو حراس البوابة).

وأيضاً لم يعد يعتبر بالنموذج الامبريالية الثقافية والغزو الثقافي للذين ازدهرا خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي، لكن حالياً هناك نماذج أخرى تتجدد وفقاً لمتطلبات التطورات التكنولوجية أمثال: نموذج الاستعمال والإشباع، ونموذج تحديد مواضيع الاهتمام (ترتيب الأولويات)، ونموذج لولب الصمت.

2- **نموذج التلقي:** يقصد بها النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حولت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقته بالتأثير الذي قد يحدث في سلوك الجمهور أي علاقة الرسالة بالتأثير الناجم عن محاولة الإجابة عن التساؤل الأولي: ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور؟ ثم إلى التنقل من قبل الجمهور النشط والقوي (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟). فأحدثت مقاربة الإشكالية الجديدة بنموذج الاستعمال والإشباع "لكاتر" ونموذج التفاعلات والتأويلات لـ"مورلي" نقله نوعية في أبحاث الجمهور. وأصبح التركيز على علاقة الرسالة بالمتلقي، ونظرية التلقي هي امتداد لنظرية التأثير والتقبل.

ترى نظرية التلقي أن أهم ما في عملية التواصل الأدبي هو المشاركة بين النص والقارئ لأن حياة النص الأدبي لا تحتمل إلا بالقراءة وإعادة الإنتاج.

وقد طور بعض منظري الإعلام نظرية التلقي وأقاموا خطوط تلاقي بينهما وبين نظرية الاستعمال والإشباع المرتكزة على تأثير وسائل وطريقة استخدام والمنفعة المحققة منهم، وترى هذه النظرية أن المادة الإعلامية لا يستقل بمعنى ذاتي، بل يتم المعنى من خلال التفاعل بين المادة والمتلقي لأن العوامل المحيطة بالمتلقي تأثيرها أكبر من المادة الإعلامية، حيث تشمل هذه العوامل هوية المتلقي وظروف التعرض والتجارب السابقة وما يحيط بالمتلقي سياسياً واجتماعياً... الخ.

تميز التطور الاول لأنموذج التلقي بالانتقال من التساؤلات حول البنية الطبقية وعملية فك الرموز الى التمايز في عملية المشاهدة التلفزيونية حسب النوع داخل العائلة، ولذلك اتسع إطار قضية التلقي من خلال الربط بين التكنولوجيات الجديدة ووسائل الاتصال الجماهيري والتفاعلات العائلية.

3- **أنموذج ما بعد الحداثة:** تستمد المفاهيم الجديدة المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام وسلوكياته وأبحاثه ومقوماته أساسيا من الأدبيات التي أوجدتها تيارات ما بعد الحداثة ابتداء من القرن العشرين، ومن الأجواء التي خلقتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال المستجدة في المحيط الاتصالي المتحرك.

وقد دل مفهوم ما بعد الحداثة الذي تكثف استعماله منذ العقد الثامن على تغييرات كبيرة في أنماط التفكير مشير الى التيارات النقدية للحقائق المطلقة في مجال ما كمواقف إيديولوجية، وقد ظهرت عدة دراسات أصبحت مؤشرات قوية على ظهور تيار جديد في الدراسات الإعلامية ودراسات الجمهور خاصة يمكن أن أصبح أنموذج يصف الحداثة. وأهم المفاهيم المتداولة في المرحلة الانتقالية من مجتمعات الحداثة الى ما بعد الحداثة، وهي:

أ- **مفهوم السياق المنزلي:** تعتبر الاتجاهات المشاهدة التلفزيونية كمنشأ يومي ضمن العائلة، فالتلفزة تستقبل في سياق بالغ التعقيد والقوة، ما يجعل الباحثين في يحاولون البحث لمعرفة الطابع السياقي عبر طرح أسئلة بحثية عن كيفية استعمال التلفزة في المنزل وحول سلطة اتخاذ القرارات المتعلقة باختيار القنوات التلفزيونية والبرامج التي تشاهد في هذا الوسط الأسري.

ولإجراء هذه البحوث المتعلقة بالاتصال المنزلي يجب الأخذ بعين الاعتبار أوجه التشابه والتمايز بين الأسر وفهم مكانه هذه الفروق والتماثل في فضاء الثقافة والمجتمع

الواسع لأخذ قضايا الانتماء الطبقي الاثني والإيديولوجي والسلطة والجوانب المادية لعالم الحياة اليومية.

كما يركز تحليل السياق المنزلي على بحث الكيفية التي يتم بها إدماج التكنولوجيات حتى يصبح جزءا لا يتجزأ من الديناميكية الداخلية وتنظيم الفضاء المنزلي.

ولم يبقى مفهوم الجمهور العددي أي الذين يتابعون البرامج والحصص وأصبح ينظر الى المتلقي كعضو ديناميكي ممارس لنشاط اتصالي راتب في الحياة اليومية للأسرة (الجماعة).

ب- **مفهوم التكنولوجيات المنزلية:** تنتظر دراسات الاستعمالات التكنولوجية المنزلية خلال ربع قرن تقريبا الى هذه التكنولوجيات كوسيلة إعلام منزلية في السياق منزلية في السياق العائلي والسياق العام الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي.....الخ.

وهنا تعنى التكنولوجيا بكل وسائلها (تلفزيون، حاسوب، قارئ، أشرطة فيديو....الخ) الموضوع والممارسات المتولدة ودلالاتها متضمنة قيم مادية ورمزية تتشكل من خلال الاستعمال، أي فهم كيفية إدماج التكنولوجيا في الحياة العائلية، وتأثير هذه الحياة في التكنولوجيات المنزلية.

ج- **مفهوم الديناميكية العائلية:** أدخل هذا المفهوم تعديلا هاما على مفهوم الجمهور بعد ما كان مجرد فرد مشاهد أصبح عضوا في الجماعة المشاهدة أي المشاهدة الجماعية بدلا من الفردية (الديناميكية العائلية).

وبالتالي جعل الأسرة مجالا نشيطا للممارسة الاجتماعية المتأثرة بالمحيط الثقافي وبالخصوصيات العائلية التي تتم من خلال عملية استعمال التكنولوجيات المنزلية الجديدة وترجمة الرموز التي تحملها وفهم مضامين الرسائل التي تنقلها، أي يمكن هذا المفهوم من

تحليل التعرض والاستعمال الفردي ضمن إطار تفاعلات العلاقات العائلية وتحديد عوامل ممارسة المشاهدة، السلطة، والمسؤولية.

4- **الاتجاه الامبريقي في دراسات الجمهور:** البحث الامبريقي يمكن التحقق من نتائجه ومدى مطابقتها للواقع، ويمكن للبحث الامبريقي أن يختبر صحة أو خطأ فرضية أو تحليل نظري، مثل ما فعل "اللازارسفيدل" وآخرون بشأن نظرية التأثير البالغ والشامل لوسائل الإعلام على المتلقي، حيث أثبتت نتائج البحث الميداني الذي أجراه هذا الفريق على دور ومكانة وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية الرئاسية، وبطلان نظرية "الوخز الابري" أو "القذيفة السحرية" التي تمارسها وسائل الإعلام على أفراد المجتمع الجماهيري.

- **مميزات الدراسات الامبريقية:**

- 1- **الموضوعية:** أي الابتعاد عن الذاتية بقدر التقرب من الواقع موضوع الدراسة.
- 2- **إمكانية التحقق من النتائج:** أي إمكانية إعادة الدراسة للتأكد من صحة أو خطأ النتائج المتوصل إليها.
- 3- استخدام أسلوب أو منهجية بحث مناسبة للقضية، موضوع البحث الامبريقي.

وللاستفادة علميا من نتائج الأبحاث الأمبريقية، ويوصي الاختصاصيون بضرورة مراجعة جملة من الاعتبارات منها:

- أ- **الاستمرارية مع النتائج السابقة:** أي أن الباحث مطالب بالاطلاع على نتائج الأبحاث السابقة التي أجريت حول موضوع بحثه.
- ب- الانسجام بين محتوى الفرضيات والنتائج موضوع بحثه.

ج- احترام صارم للأمانة العلمية وأخلاقيات البحث لتفادي التلاعبات السياسية التي غالبا ما تحاول توجيه نتائج الدراسة، وبخاصة في ميدان سبر الآراء.

- **أساليب الأبحاث الامبريقية الشائعة:** هي أخذ عينة تمثيلية للجمهور المراد بحثه وقياس حجمه وكيفية تشكيله وأنماطه استجاباته للرسائل الإعلامية، الى جانب قياس فئات

العينة: السن، والجنس، والمستوى التعليمي، والوضع الاجتماعي، ومكان الإقامة، تأخذ بعين الاعتبار الخصائص السيكولوجية والسوسولوجية والسياقات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي يجري فيها التفاعل بين الجمهور والرسائل الإعلامية، وهناك ثلاثة أساليب تستعمل على نطاق واسع في دراسة جمهور أي وسيلة إعلامية:

1- **أسلوب البحث التجريبي:** ويستعمل خاصة في عملية الكشف عن الخصائص السيكولوجية والاجتماعية والتفاعل الاجتماعية وتأثير السياقات المتنوعة في استجابة الجمهور للرسائل الإعلامية.

2- **أسلوب المسح:** ويقوم أساسا هي الاستجابات والاستثمار لتحديد فئات الجمهور على أساس الجنس والسن ومستوى التعليم والوظيفة والموافق والآراء...الخ.

3- **أسلوب دراسة الحالة:** ويستخدم الملاحظة ومتابعة الحالة المدروسة لفترة زمنية معينة، والمقابلة الجماعية أو الفردية والوثائق، وهو أسلوب لبحث ظاهرة معينة في فضاء معين، لكن نتائجها غير قابلة للتعميم.