

المقاربة أو البراديجم الوظيفي

تستخدم المقاربة الوظيفية في سياق دراسة تأثيرات وسائط الاتصال الجماهيري التقليدي، فضلا عن دراسة الاتصال المنظم (Communication organisationnelle) كما أنها تخلص التركيب والوظيفة شكلا للتنظيمات، وكذلك الدينامية في العلاقات التي لا شكل لها بين أعضاء هذه المنظمات.

و كانت الانطلاقة في الستينات، من القرن الماضي، عندما قبلت الجماعة العلمية فكرة أن "الميديا" لا تملك إلا القليل من التأثير، انطلقت حركة معاكسة، معيدة الاعتبار لمفهوم التأثير. وأضافت هذه الحركة، إذا عناصر للنماذج الأولى (نظرية لاسويل). وحللت التأثيرات الخاصة بأنساق القيم، والاعتقادات والتصرفات في المجتمع. هذه التأثيرات ساهمت في إحداث التغييرات في القيم، أو تعزيز تلك التي وُجدت سابقًا.

إن تيار الوظيفية السوسيولوجية، كان محاولة لإعادة النظر في نظرية لاسويل، التي تنظر إلى الاتصال كنقطة بدء ونقطة نهاية، فرفض هذا التيار المبدأ الآلي حول التأثير المباشر غير المكيف، حسب الوضعيات، متوقفاً عند المتغيرات الوسيطة، بين نقطة البدء ونقطة النهاية.

وجرى تركيز على أن الرسائل الإعلامية لا تؤثر إلا إذا كان الجمهور مستقبلاً لها (مثال الإعراض عن الإعلام الرسمي والتطلع إلى الإعلام الخاص في قضايا بعينها).

كما التفت هذا التيار إلى دراسة الجمهور، والتوقعات الخاصة بالحاجات لاتي يصبو إليها (تركيز الرسائل على الحريات وحقوق الإنسان ومحاربة الفساد في الثورات العربية مثلا).

إن المقاربات التي يتيحها "البراديجم" الوظيفي عديدة، نستطيع من خلال بعضها أن نحمل وسائط الاتصال الجماهيري "وظائف ظاهرة أو مستترة": وظيفة التسلية - وظيفة الإعلام (الإخبار) - وظيفة اللهو - وظيفة تعزيز القيم.

ويمكن تحميل وسائط الاتصال الجماهيري اختلالات وظيفية ظاهرة ومستترة: اللامبالاة - الغزو الثقافي - تدني الفكر النقدي - زيادة التقيد بالعرف الاجتماعي.

إن التقنية المعتمدة في بعض مقاربات التيار السوسيولوجي الوظيفي تحولت من دراسة الفرد كعضو منعزل إلى دراسته من خلال عدد من المجموعات التي تشكل الأفراد، وثمة نموذجان مهمان في هذا التيار:

1. تدفق الاتصال على مرحلتين.

2. الاستخدامات والإشباع.

وثمة نموذج ثالث هو تحديد الأولويات أو وضع الأجندة.

1. تدفق الاتصال على مرحلتين : ل لازارسفيلد (Lazarsfeld) وكاتز (Katz): يدعي

هذا التيار أن الرسائل الإعلامية، تصل بادئ ذي بدء عبر قادة الرأي الذين بدورهم يحولونها إلى مجموعاتهم المنتمية إليهم المؤلفة من الجمهور، أكثر أو أقل من المعروضة في وسائل الإعلام. قائد الرأي يشكل هنا أداة نقل بين الميديا والجمهور الكبير.

تطور هذا النموذج في إطار دراسة العوامل المؤثرة في اختيار الناخبين في الحملة الانتخابية لرئيس الولايات المتحدة الأمريكية روزفلت.

وتوصل الباحثان كاتز ولزارسفيلد من خلال دراسة أجريها عام 1955 حول "التأثير الشخصي : أي دور يلعبه الأفراد في تدفق وسائل الإعلام"، إلى أهمية "المجموعة النووية" وأن الاتصال يتم على مرحلتين، حيث يعتبر دور قادة الرأي مركزيا.

وتقوم نظرية التدفق على مرحلتين على :

- الفئة الأولى من الأشخاص، الذين هم على دراية بما يجري في محيطهم، وهم قادة الرأي.
- الفئة الثانية : الأفراد الذين يتابعون وسائل الإعلام بدرجة أقل، ويعتمدون على الآخرين في الحصول على المعلومات.

وفي محاولة للاستفادة من هذه النظرية، في التأثير على الجمهور لجأت وسائل الإعلام المرئي إلى إعطاء مساحة مدفوعة لقادة الرأي، إما للتعليق على الأحداث، أو لإجراء حوارات مطولة ونقاشات حلها.