

المقاربات النظرية في دراسات الجمهور

جانفي 2024
سامية مهدي



مفتاح المصطلحات



مدخل القاموس



مختصر



مرجع بيبيوغرافي



مرجع عام

قائمة المحتويات

5	وحدة
7	مقدمة
9	I-أنموذج التأثير :
9.....	أ. المرحلة الأولى: من العشرية الأولى للقرن العشرين الى بداية الحرب العالمية.....
9.....	1. نظرية المجتمع الجماهيري:.....
10.....	2. علم النفس نظرية التحليل النفسي (سيجموند فرويد).....
10.....	3. النظرية السلوكية او المنبه/ الاستجابة:.....
10.....	ب. تمرين.....
11.....	ب. المرحلة الثانية من سنوات الثلاثينيات الى غاية الستينات:.....
11.....	1. مدخل الفروق الفردية:.....
11.....	2. مدخل الفئات الاجتماعية:.....
11.....	3. مدخل العلاقات الاجتماعية:.....
11.....	4. نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:.....
12.....	5. نظرية انتشار المبتكرات:.....
12.....	ت. المرحلة الثالثة: من بداية الستينيات الى يومنا هذا:.....
12.....	1. نظرية الغرس الثقافي:.....
13	II-أنموذج التلقي :
13.....	أ. أنموذج التلقي :.....
13.....	1. الدراسات النقدية المعاصرة:.....
14.....	2. كتاب " موت المؤلف" للباحث رولان بارت:.....
14.....	3. الدراسات الثقافية المعاصرة.....
14.....	ب. مساهمات تيار الدراسات الثقافية في دراسات التلقي:.....
14.....	1. المركز الثقافي للدراسات المعاصرة.....
14.....	2. التلقي عند ريتشارد هوغارت : <i>Richard Hoggart</i>
15.....	3. التلقي عند ستوارت هول : <i>Stuart Hall</i>
15.....	4. التلقي عند دافيد مورلي : <i>David Morly</i>

15.....تمرين، پ.

15.....تمرين، ت.

15.....تمرين، ث.

16.....تمرين، ج.

17 خاتمة

19 حل التمارين

وحدة

مستوى المعرفة و التذكير (remember)

يجب على الطالب ان يكون مطلعاً وعلى دراية كافية في السداسيات السابقة :-
جميع عناصر العملية الاتصالية خاصة " المستقبل " أي جمهور وسائل الاعلام الذي يمثل
المحور الأهم في هذا المقياس.

نماذج الاتصال لمعرفة دور المهم لـ " المستقبل " في هاته النماذج.
اهم براديفمات الكبرى التي نظرت لعلم الاعلام والاتصال من خلال مناقشة اهم
النظريات والمناهج التي تضمنتها والتي بدورها تناولت ونظرت الى جمهور وسائل الاعلام.
مستوى الاستيعاب و الفهم Understand
تمكين الطالب من الالمام بكل المعلومات المتعلقة بأحد اهم أطراف العملية الاتصالية
والإعلامية الا وهو جمهور وسائل الاعلام.

تقديم اهم مفاهيم الجمهور وكذا المفاهيم المشابهة له الى الطالب أولاً ثم رصد التغير
الحاصل في مفهوم جمهور وسائل الاعلام تبعاً الى اهم المحطات التي ساهمت في
تطور هذا المفهوم من عصر الخطابة الى عصر وسائل الاعلام وصولاً الى مفهوم
المستخدم في ظل الوسائط الجديدة للاتصال.

مستوى التطبيق Apply
التعرف على خصائص جمهور وسائل الاعلام الديمغرافية، السوسيوثقافية... الخ وكذا اهم
النظريات التي تكونه.

تمكين الطالب معرفة اهم المقاربات المنهجية بشقيها الكمي والكيفي المناسبة لدراسة
جمهور وسائل الاعلام وكذا اهم المنطلقات الابستمولوجية التي قامت عليها.

مستوى التحليل Analyze
تمكين الطالب من معرفة اهم المقاربات النظرية " نموذج التأثير، نموذج التلقي، انموذج
ما بعد الحداثة" التي انطوت ضمنها دراسات وابحاث الجمهور.

تمكين الطالب من إدراك المتغيرات الحاصلة في البيئة الاتصالية الجديدة وبالتالي
انعكاسها على مفهوم، خصائص، أنواع الجمهور وكذا في تحول من سياق التعرض
والمشاهدة الى سياق الاستخدام.

مستوى التركيب و الانشاء create
معرفة ماهية أنموذج الثلاث الأساسية التي ارتكزت عليها أبحاث الجمهور التلقي
والاستخدام.

معرفة اهم النظريات السلوكية النفسية والاجتماعية التي ارتكزت عليها دراسات التأثير.
معرفة اهم مراحل دراسات التأثير.

- القاء الضوء على اهم الدراسات التي اعادت الاعتبار الى الفعل التلقي.
- القاء الضوء على اهم مساهمات باحثين مركز الدراسات الثقافية المعاصرة.
التعرف على تيار ماهية تيار سوسيلوجيا الاستخدامات.
التعرف على اهم مقاربات تيار الاستخدام.

مقدمة

تنطلق التوجهات الكبرى لأبحاث جمهور وسائل الاعلام من مجموعة من النظريات والمقاربات النظرية التي تتسم بالتنوع والتباين في أطروحاتها والتي تحاول ان تقرا تطور أبحاث الجمهور بداية من أبحاث التأثير الى هيكلية تفاعلات الافراد في سياق التلقي ثم أخيرا محاولة تحليل سيرورة الاستخدام لجماعات المستخدمين التي تتخطى الوجود المادي للجمهور.

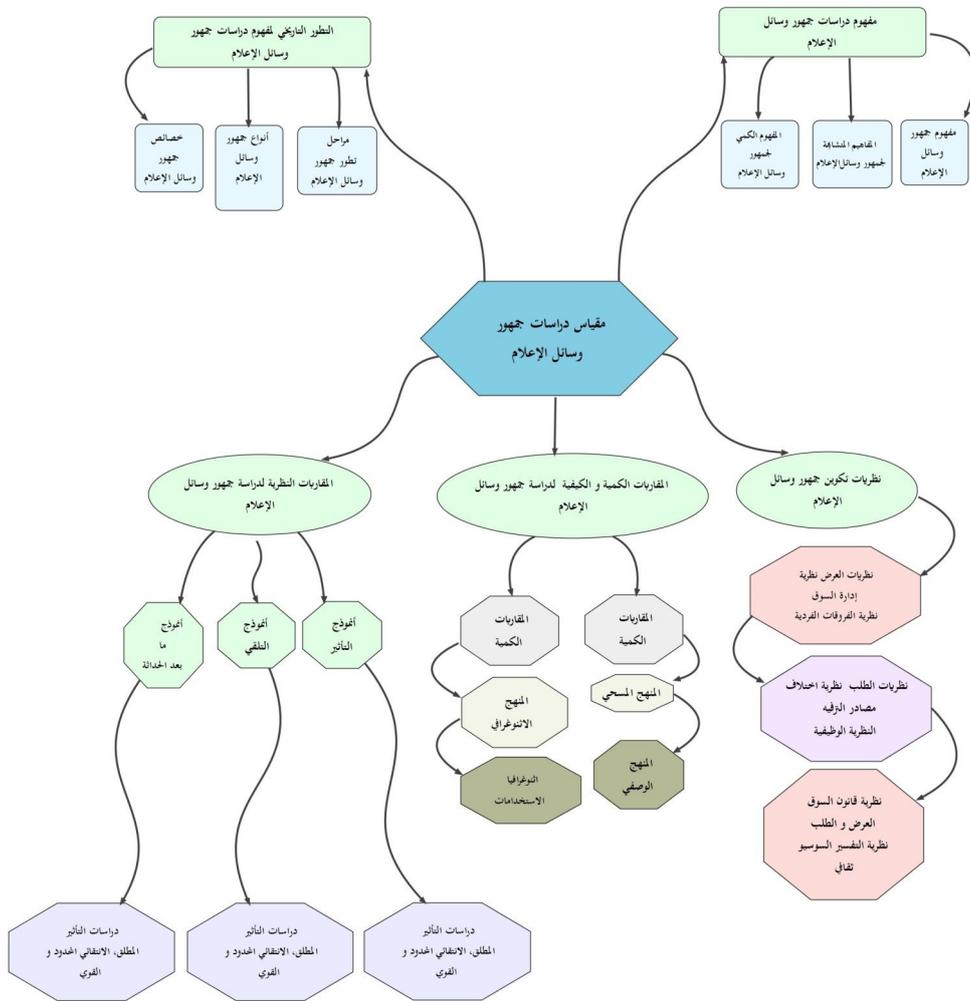
ويمكن لنا ان نلخص هذه التوجهات النماذج الثلاثة الآتية: أنموذج التأثير، أنموذج التلقي، أنموذج ما بعد الحدائة.

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الانسانية و الإجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال

مقياس دراسات الجمهور



فرنسية

أنموذج التأثير :

9	المرحلة الأولى: من العشرية الأولى للقرن العشرين الى بداية الحرب العالمية
10	تمرين
11	المرحلة الثانية من سنوات الثلاثينيات الى غاية الستينات:
12	المرحلة الثالثة: من بداية الستينيات الى يومنا هذا:

يعتبر التأثير أحد مركبات العملية الاتصالية هذا ما دفع الباحثين في هذا المجال لتنظير لمجموعة من النظريات التي ارتكزت غالبيتها في البداية على تأثير وسائل الاعلام على سلوكيات الجمهور و القدرة على تغيير عادات وسلوك وتصرفات الجماهير لتكون لنا التوجه البحثي المعروف بـ " أنموذج التأثير " والذي يشمل كل دراسات التأثير التي تشير الى " مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ، المباشر، المحدود، القوي والطويل المدى ثم المزيد من التأثير فهي تهتم بالتغير او التحول الذي قد نلاحظه على سلوكيات الجمهور، مواقفه، مجالاته الانفعالية الذهنية والادراكية والمعرفية اثناء وبعد التعرض لوسائل الاعلام وعلاقة هذا التعرض مقارنة بالوضع السابق للتعرض بالقدرة المفترضة لوسائل الاعلام".

يعتبر هذا الأنموذج بمثابة الانطلاقة الفعلية لميدان دراسة تأثيرات وسائل الاعلام على الجمهور والذي ينطلق من سؤال ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور؟ وينقسم هذا الأنموذج الى مساهمات امبريقية وأخرى نقدية، حيث ان الطرح الامبريقي الأمريكي ينبع من الأنموذج التقليدي لـ Harold Lasswell الذي يفر بالسلبية المطلقة للمتلقي بحيث لا يمتلك أي قدرة في مواجهة الرسائل الإعلامية. اما الطرح النقدي مع مدرسة فرانكفورت التي ترى ان الجمهور عبارة عن كتلة من الافراد المعزولين الدين بطبيعتهم يكونون عرضة للتلاعب والهيمنة من طرف وسائل الاعلام.

وعرف هذا الأنموذج عدة تطورات عبر مراحل يمكن عرضها فيما يأتي:

أ. المرحلة الأولى: من العشرية الأولى للقرن العشرين الى بداية الحرب العالمية

سادت هذه المرحلة من العشرية الأولى من القرن العشرين الى بدايات الحرب العالمية الأولى، تميزت أبحاث هذه الفترة بالتركيز على الأثر السحري لوسائل الاعلام على الجمهور. أي مرحلة التأثيرات المباشرة وعلى ضوء هذا ظهرت نظرية الرصاصة السحرية لـ Harold Lasswell والتي تبلورت كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمي الى العلوم الاجتماعية على غرار الاتجاهات السلوكية في علم النفس والتي ظهرت في أمريكا في العقد الثاني من القرن الماضي.

1. نظرية المجتمع الجماهيري:

ظهرت في بداية القرن العشرين، " حيث تغيرت صورة المجتمع الذي كان سائدا في القرن التاسع عشر) مجتمع تقليدي يرتبط ارتباطا وثيقا الى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث يتسم أفراداه بالعزلة النفسية عن الآخرين وتميز بانعدام المشاعر الشخصية عن التفاعل مع الآخرين حيث يتحررون فيه من الالتزامات الاجتماعية". وعلى ضوء هذه النظرية سيشعر الفرد بالوحدة والقلق والضياع وفقدان المرجعيات وبدلك

سليجاً لوسائل الاتصال الجماهيري لتعويض جماعات الاهل والعشيرة... الخ والتي كان يشعر في اطارها بالاطمئنان وللتخلص من التوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري.(1)[01]

2. علم النفس نظرية التحليل النفسي (سيجموند فرويد)

يفترض فرويد ان الانسان تحركه قوى فطرية غير واعية وغير رشيدة ويتحكم فيه العقل الواعي بشكل جزئي ونتيجة لذلك فان السلوك الإنساني ليس عاقلاً او رشيداً، وعليه فان سلوك الافراد ينبع من اللاوعي واللاشعور. ويرى مؤسسو هذه النظرية ان وسائل الاعلام تستهدف اللاوعي الفردي. وعلى ضوء هذا يعتبر الباحثين ان نسبة كبيرة من الرسائل الإعلامية والدعائية تتوجه الى لاوعي الفرد وبذلك يحدث التأثير القوي لوسائل الاعلام.

3. النظرية السلوكية او المنبه / الاستجابة:

يفترض بافلوف في هذه النظرية ان " لكل فعل ردة فعل وان كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، واعتبرت هذه النظرية وسائل الاعلام منبها تتعرض له الجماهير وتستجيب له بشكل او باخر " ، وعلى ضوء هذا يمكن اعتبار ان الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري المختلفة هي بمثابة منبها خارجية على سبيل المثال) الدعاية السياسية هي منبه يدفعك كمتلقي لتحديد موقفك السياسي بالطريقة التي يرغب فيها مرسل الرسالة الإعلامية تمريرها بالإضافة الى جملة من العوامل السياسية والإعلامية والتي نوجزها فيما يلي:

الدعاية:

استخدمت بشكل موسع "الاعمال الدعائية خلال الفترة ما بين الحربين وفترة الحرب نفسها في استثارة الناس ضد الالمان من خلال عرض لبعض الصور الوحشية - الحقيقية او المزيفة- التي تستدعي الى الذاكرة وحشية النازي وبالتالي تزداد كراهية العدو وتزداد بالتالي الجهود الموجهة الى دعم الانتجاه الحربي ضد الالمان وعلى أساس ان المصدر الوحيد للمعرفة حول هذه الأساليب هو ما كان يقدمه الحلفاء من صور من خلال وسائل الاعلام وغيرها حول الموضوعات وبالتالي فانه يظهر في هذه الحالة تأثير العلاقة بين المثير والاستجابة وتكرار عرض المثيرات وتزامنها في تحقيق الأهداف".
حادثة غزو المريك:

استشهدت النظرية كذلك بالحادثة التي وقعت سنة 1939 حينما انتاب الهلع بعض سكان الولايات المتحدة الامريكية عندما اعتقدوا ان هناك غزوا قادم من المريك، اين قدم الصحفي " اورسون ويلز برنامجا إذاعي بعنوان " غزو من المريك" وكان نتيجة هذا البرنامج ان استجاب اليه المستمعون، وكأنهم يواجهون غزوا حقيقيا، مما جعل على الأقل مليوناً من الأمريكيين خائفين والاف منهم أصيبوا بالرعب" وهذا ما عزز نظرية الرضاة السحرية لوسائل الاعلام.(2)[02]

افتراضات نظرية الرضاة السحرية:

- ان وسائل الاعلام تقدم رسائلها الى افراد المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.
- ان هذه الرسائل تقدم مؤثرات او منبها تؤثر في مشاعر وعواطف الافراد وتقودهم الى الاستجابة بشكل مماثل.
- ان تأثيرات وسائل الاتصال قوية ومتماثلة ومباشرة ويرجع ذلك الى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل العادات والتقاليد والعادات المشتركة.
- ان الفرد يتلقى معلوماته بشكل فردي من وسائل الاعلام وبدون وسيط وان رد الفعل فردي لا يعتمد على تأثير المتلقين على بعضهم.

ب. تمرين

كيف ساهمت النظريات السلوكية في بلورة أنموذج التأثير لأبحاث جمهور وسائل الإعلام؟

ب. المرحلة الثانية من سنوات الثلاثينيات الى غاية الستينات:-

- وتسمى بمرحلة التأثيرات الانتقائية والمحدودة والتي جاءت كرد فعل على نظرية الرصاصة السحرية أي رفض فكرة أن الناس يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم جمهورا لا رابط بين افراده، وظهر تصور جديد بان جمهور وسائل الإعلام عبارة عن كائنات اجتماعية مرتبطة ببيئاتها الاجتماعية.
- سوف نتطرق فيما يلي إلى نظريات التأثير الانتقائي والتي تتكون من ثلاثة اتجاهات بحثية:
- مدخل الفروق الفردية.
- مدخل الفئات الاجتماعية. (نظرية الاستخدامات والإشباع).
- مدخل العلاقات الاجتماعية. (نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين)، (نظرية انتشار المبتكرات). (3)[03]

1. مدخل الفروق الفردية:

ترى هذه النظرية أن الافراد يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية بناء على ما يتماشى مع مكوناتهم النفسية واتجاهاتهم الفكرية " في بدايات القرن العشرين، بدأت المناقشات الواسعة تركّز على مسألة مصادر التغير أو التفرد Uniqueness في الشخصية الإنسانية. ونظرا لان علماء النفس بدأوا الدراسات الخاصة بتعلم البشر والدوافع) المؤثرات (أصبح من الواضح بشكل مطرد ان كلهم كانوا مختلفين في بينيتهم النفسية وقد وجد ان شخصية كل كان حي مختلفة مثل بصمات الأصابع ورغم ان البشر يشتركون جميعا في أنماط السلوك الخاصة بثقافتهم، الا ان كل فرد له بنية ادراكية مختلفة من حيث الاحتياجات والعادات الادراكية والمعتقدات والقيم والمهارات ولهذا أصبحت دراسة الفروق الفردية بين هذه العوامل".

يقوم هذا المدخل على " أربع قواعد أساسية تتحكم في سلوك افراد الجمهور تجاه وسائل الاعلام وتتعلق هذه القواعد بالاهتمام الانتقائي، الادراك الانتقائي، التذكر الانتقائي، السلوك الانتقائي لوسائل الاعلام".

2. مدخل الفئات الاجتماعية:

يتداخل هذا المدخل مع مدخل اتجاه الفروق الفردية" فمعرفة متغيرات العمر، التعليم والدخل... الخ يمكن ان تعطي مؤشرا لتحديد نوعية المضمون الاتصالي الذي يتعرض له فرد معين، الا ان مدخل الفئات الاجتماعية يركز على انطواء الفرد ضمن فئات ومجموعات اجتماعية معينة يجعله يستجيب بطريقة مختلفة عما لو كان ينتمي الى فئة اجتماعية أخرى".

3. مدخل العلاقات الاجتماعية:

يؤكد هذا المدخل ان الافراد لا يعيشون حالة عزلة ولا يخضعون لتأثير الرسائل الإعلامية وليسوا مجردين من اية روابط اجتماعية. بل على العكس تسود علاقات شخصية واجتماعية بين الافراد مما يؤثر في تشكيل آرائهم وتحديد طبيعة سلوكياتهم.

4. نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

مؤسسا نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هما بول لازارسفيلد والبهو كاتز ملخص النظرية: ان المعلومات التي تنشرها وسائل الاعلام الى الجمهور تنتقل عبر مرحلتين:
- المرحلة الأولى: قادة الراي الـ < ين يتعرضون غالبا للرسائل الإعلامية.
- المرحلة الثانية: ومن ثم تنتقل من قادة الراي الى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية، وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي.
تاريخ النظرية:

اول ظهور لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هو ما بلورته نتائج الدراسة التي اعددها الباحثون في جامعة كولومبيا الامريكية بول لازارسفيلد، بيرنارد بريلسون، وهلين جوديت بعنوان: اختيار الشعب The people'Choice التي أجريت على الانتخابات الرئاسية الامريكية عام 1944 اد كان من اهم نتيجها التي لفت نظر الباحثين ان قادة الراي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين اكثر من الأثر الذي كان متوقعا ان تحدثه وسائل الاعلام الجماهيرية. وبناء على نتائج الدراسة طور لازارسفيلد وكاتز عام 1944 نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

- ابرز ما تطرقت له النظرية
- ان عملية تكوين الراي ليست عملية فردية بل هي عملية جماعية.
- ان الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين الآراء.
- ان هناك افراد داخل الجماعات اكثر حرصا على الاطلاع على وسائل الاعلام الجماهيري وانهم حريصون على نقل مضمونها الى باقي افراد الجماعة.
- غالب افراد الجماعات يحصلون على المعلومات من الاتصال المباشر مع قادة الراي وليس من وسيلة الاتصال مباشرة.

5. نظرية انتشار المبتكرات:

هذا النموذج قريب الشبه بنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين غير انه يسمح بمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال اد انه يرى ان تدفق المعلومات ينساب عبر افراد عديدين، ويرتكز على تفصيلات اكثر حول شخصية قائد الراي،(4)[04]

ت. المرحلة الثالثة: من بداية الستينيات الى يومنا هذا:

يقر الباحثون ان في هذه المرحلة ان وسائل الاعلام أصبحت تحدث نوعا من التأثير يحدث غالبا على المدى البعيد وقد اتسع هذا التفكير تزامنا مع تطور وسيلة التلفاز كوسيلة اتصال جماهيري لها دور كبير في " صناعة الخيال".

1. نظرية الغرس الثقافي:

ظهرت هذه النظرية في أمريكا خلال عقد السبعينيات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الاعلام، تقول هذه النظرية بان مداومة التعرض للتلفاز او لفترات طويلة ومنظمة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بان العالم الذي يراه على شاشة التلفاز هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيشه وهذه النظرية مرتبطة بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي جورج جرينر.

تفترض هذه النظرية ان "تأثير التلفزيون ووسائل الاعلام الأخرى على الجمهور انه كلما يفضي الناس وقتنا أطول في التعرض بوسائل الاعلام فانه يتشابه ادراكهم للواقع الاجتماعي مع ما تعرضه وسائل الاعلام، وهذه الصور والأفكار المقدمة غالبا ما تختلف عن بيانات العالم الحقيقي، وعلى ذلك الدين يتعرضون لوسائل الاعلام لفترات طويلة للعالم بشكل مختلف عما يدركه الدين يتعرضون بدرجة اقل لتلك الوسائل".(5)[05]

أنموذج التلقي :



13	أنموذج التلقي :
14	مساهمات تيار الدراسات الثقافية في دراسات التلقي:
15	تمرين
15	تمرين
15	تمرين
16	تمرين

ظهرت وتطورت نظرية التلقي منذ بداياتها في مجال الأدب الى ان امتدت الى مجال الاعلام والاتصال حيث وجدت مكانا لها في الدراسات الإعلامية نتيجة تطور البحوث الإعلامية والاتصالية وتطور الدراسات التي تعلق بجمهور وسائل الاعلام لأهمية هذا العنصر في العملية الاتصالية والإعلامية والتي لا يمكن لها ان تكتمل دون حدوث فعل التلقي من طرفه باعتباره المستهدف في عملية التلقي، وعلى ضوء هذا فعملية " التلقي " تعني عملية بناء للمعاني التي يضيفها الجمهور على الرسالة الإعلامية، أي التعرف على الطريقة التي ينتج من خلالها افراد الجمهور معانيهم الخاصة والمختلفة اثناء قراءتهم لنصوص وسائل الاعلام وعلى ضوء هذا برزت اتجاهات حديثة في " دراسات وابحاث الجمهور " تهتم بعملية التلقي ويشار الى هذا التوجه بـ " دراسات وبحوث التلقي " او ما يعرف بـ " انموذج التلقي ".

آ. أنموذج التلقي :

لا يمكننا الحديث عن انموذج التلقي في دراسات وابحاث الجمهور دون ان نعرض على نظرية التلقي، والتي تعتبر صدى لتطورات اجتماعية وفكرية وادبية في المانيا الغربية خلال ستينات القرن الماضي، وتهتم هذه النظرية بالقارئ وبما يثير القارئ في النص بغض النظر عن النص وشخصية المؤلف، بل تركز تركيزا كليا بكل ما يثير القارئ والدور الذي يؤديه في إتمام النص وغيرها، حيث تنطلق نظرية التلقي من بعض الفرضيات النظرية التي تتمحور حول نموذج (النص/ القارئ) للباحث Daniel Dayan حيث يتركز هذه الدراسات على العلاقة التي يمكن ان ينشئها القارئ، المتلقي مع سيرورة تفكيك رموزها وفهم معانيها، وقد ارتبطت نظرية التلقي في بداياتها بالظروف السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة في النصف الثاني من القرن العشرين التي ساعدت على ظهور تيارات فلسفية وفكرية أسهمت في بلورة أسس هذه النظرية.(6)[06] حيث اخذ الحديث عن نظرية التلقي حيزا كبيرا في:

1. الدراسات النقدية المعاصرة:

على غرار مدرسة كونستانس في المانيا على يد العالم " ياوس " Hans Yauss "، ثم تبعه بعد ذلك مواطنه " ابزر " Izer " الذي تبني اراء " ياوس " لبلورة مفهوم جديد يحتفي بالعلاقة المتبادلة بين النص والقارئ وایمانا منه بما للقارئ من دور فعال وایجابي في صياغة معنى النص واعطائه روحا إبداعية خلاقة تضمن له الحياة والوجود. ومن اهم مرتكزات هذا الاتجاه البحثي، هو ان القارئ هو المحور الأهم في عملية التلقي.(7)[07]

2. كتاب " موت المؤلف " للباحث رولان بارث:

يعتبر الباحث رولان بارث هو من ساعم " في تثبيت فكرة الاهتمام بدراسة القارئ على حساب المؤلف، ركز رولا بارث على ضرورة إعطاء الحق الكامل والمطلق للقارئ في القراءة والتفسير، إذ ينبغي على سلطة المؤلف ان تزول لأنه لا بد ان يتحرر القارئ من كل القيود، لذا لا بد من الاهتمام بالقارئ والتعرف على القراءات التي يقدمها للنصوص. (8)[08]

3. الدراسات الثقافية المعاصرة

هذا التيار الذي " دحض فكرة هيمنة وسائل الاعلام المختلفة على جمهورها وقيادته حينما تشاء وبهذا شكلت منعطفًا مهمًا في الدراسات الإعلامية، إذ نقلتها من التركيز على المرسل والرسالة الى المتلقي وسياق تلقيه للمواد الإعلامية والثقافية. وحررت هذه الدراسات من هيمنة التأثير لتضعها في افق أرحب يكمن في استقلالية الجمهور، وقدرته على التفاوض مع ما يقرأه ويسمعه ويشاهده من اجل انتاج المعنى او مشاركة المرسل في هذا الإنتاج". (9)[09]

ب. مساهمات تيار الدراسات الثقافية في دراسات التلقي:

وفي هذا السياق تُعد بحوث التلقي، من التوجهات التي بحثت في الطريقة التي يُصفي من خلالها جمهور المتلقين معانيهم الخاصة على الرسائل الإعلامية، وتمثل دراسة ستيوارت هال في فهم الخطاب التلفزيوني دراسة رائدة في إطار دراسة أنماط تلقي الرسالة الإعلامية -الرموز والمعاني وتأويلها بناء على السياق الثقافي والاجتماعي للمتلقي - وهي دراسة تندرج ضمن سياق الدراسات الثقافية، التوجه الثقافي والتطور العملي والتصوري لمدرسة فرانكفورت الذي حاول فهم الممارسات الثقافية وتحليلها في سياقاتها الاجتماعية الشاملة. (10)[10]

1. المركز الثقافي للدراسات المعاصرة

تأسس المركز سنة 1964 بجامعة برمنجهام في بريطانيا. حيث امتزجت المسيرة التاريخية لهذا المركز مع تاريخ مجمع خريجي جامعة برمنجهام، والباحث الاجتماعي البريطاني ريتشارد هوغرت Ritchard Hoggart الذي وضع حجر الأساس لمركز برمنجهام للدراسات الثقافية المعاصرة centre for contemporary cultural studies في عام 1964 حيث أشرف عليه بشكل مباشر، ثم انيطت ادارته الى ستيوارت هول وبعده الى ريتشارد جونسون" - تحليل مضامين وسائل الاعلام من خلال إعادة صياغة تصور طبيعة الثقافة ودورها في المجتمع، في ظل الإشكالات التي طرحت حول هيمنة وسائل الاعلام على عقول الناس، وسلبها لقيمهم الثقافية الاصيلة بتلقينهم قيم الثقافة المهيمنة، ثقافة الأفلام وثقافة التلفزيون.

2. التلقي عند ريتشارد هوغارت Richard Hoggart:

الفكرة العامة التي وردت في الكتاب الذي درس الصحافة الشعبية، تمحورت حول رصد أفعال فنيات الصواحي أي بنات الفلاحين والكادحين وتفاعلهم مع المادة الإعلامية وخاصة التي تبثها الصحافة الشعبية وحقق فرضيتين:

- ان الافراد حين يتعاملون مع وسائل الاعلام يلجؤون الى الموارد او المصادر التي يقتبسونها من محيطهم الثقافي ويقدمون قراءة للأعمال التي تأتي من خارج بيئتهم لصالحهم، بمعنى ممارساتهم غير معزولة عن مجتمعهم وقيمهم وثقافتهم ولم يبنهروا بما تبثه وسائل الاعلام بالرغم من تعليمهم عادي ومتوسط ورغم الحرمان الا انهم لم يتمثلوا بالثقافة تلعب دورا أساسيا في التعامل مع وسائل الاعلام.

- هناك نوع من الفصل بين الارسال والتلقي أي المادة الإعلامية لا تستقبل مثلما ترسل والمتلقي يستقبلها كما يريد.

وبالتالي فهو اول من يبرز بقوة قدرات المقاومة لأفراد الطبقات الشعبية اثناء عملية التلقي، من خلال أنماط الاهتمام المتغيرة او الانتقائية بالرسائل الإعلامية والمنتجات الثقافية، مع احتمالية حدوث بعض التغييرات نتيجة لتكيف الجمهور مع مضامين الرسائل الإعلامية.

3. التلقي عند ستوارت هول : Stuart Hall :

يعتبر ستوارت هول Stuart Hall ممن اسسوا لتحليل التلقي النشط في الدراسات الإعلامية من خلال مقالة الشهير حول التشفير وفك تشفير encoding decoding مضامين الخطاب التلفزيوني، والذي مفاده ان منتج الرسالة يضيف معنا مهيمنا ولكن من سوء حظه ان المتلقي هو الذي يفك الرموز ويفترض ثلاث احتمالات حيث يمكن ان يقدم المتلقي قراءة مفصلة للرسالة اما: متوافقا/ متفاوضا/ متعارضا مع المعنى المهيمن من قبل المنتج.

ابن قدم هذا النموذج مساهمة دعمت ميدان الدراسات الثقافية وتحديد التلقي حيث اقر بوجود دلائل تبين بان هناك فوارق كثيرة في تفسير النصوص الإعلامية بسبب العوامل الاجتماعية والثقافية المشكلة لنظام الثقافي للدراسات السابقة في مجال الاتصال التي كانت تركز على ان عملية الاتصال تسير في اتجاه واحد: مرسل، رسالة، مستقبل. غير انه توصل الى نتيجة مفادها ان الاتصال لا يسير في شكل خطي، وانما يمكن للمستقبل ان يضيف تعديلات جديدة على الرسالة وفق العملية التالية: استقبال، انتقال، توزيع، استهلاك، إعادة انتاج.

4. التلقي عند دافيد مورلي David Morly:

انطلق من تحليل أيديولوجية الرسائل التلفزيونية، ودرس بعد ذلك العلاقات بين هيكل الطبقة وعملية فك التشفير، لمعالجة الدور الذي تلعبه الاختلافات في النهاية بين الجنسين: رجل/ امرأة في السياق المنزلي لمشاهدة الاسرة للتلفزيون، ومن هنا فان عمله قد خضع لمتغيرين رئيسيين، حيث تخلص عن التلفزيون كمركز رئيسي، الى الاهتمام بالطريقة التي تستخدم فيها التقنيات المختلفة في المجال المحلي، ليتوسع في اطار تحليل الأدوار التي تلعبها هذه الوسائط وهذه التقنيات في بناء الهويات الوطنية والثقافية. وقد توصل دافيد مورلي الى هذه النتائج باستخدام المنهج الاثنوغرافي.

ب. تمرين

[19 ص 1 حل رقم]

كيف أثرت نظرية التلقي على دراسات وأبحاث الجمهور؟

تسليط الضوء على الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور

تهمش الجمهور وتراه سلبيًا يتلقى البرامج دون مقاومة

ت. تمرين

[19 ص 2 حل رقم]

على ماتركز نظرية التلقي في بحوث الإعلام والاتصال؟

ث. تمرين

[19 ص 3 حل رقم]

كيف يكون للنص معنى بالنسبة للقارئ؟

التقاء النص والقارئ هو الذي يخرج النص إلى الوجود	<input type="radio"/>
التلاقي بين النص والقارئ يبقى دائما تقديريا وليس مجددا	<input type="radio"/>

ج. تمرين

[19 ص 4 حل رقم]

كيف ساهمت دراسة التشفير وفك التشفير لستوارت هول في بلورة أنموذج التلقي؟

التأكد من أن النموذج المذكور يخلط بين العديد من القضايا المرتبطة بالإطلاع على المادة المشفرة، وفهمها وتأويلها، ورد الفعل تجاهها.	<input type="radio"/>
الابتعاد من جهة أخرى عن السحر الذي مارسته السيميائية آنذاك.	<input type="radio"/>

* *

*

عرف الجمهور اهتمامات بحثية عديدة ، نظرا لأهميته كعنصر محوري في عملية الاتصال الجماهيري، واختلفت التوجهات الفكرية والتيارات البحثية، نتيجة التطورات السياسية والاقتصادية المستمرة إضافة إلى تطور صناعة الإعلام ، هذا الاختلاف نتج عنه تنوع في الأطروحات النظرية وبالتالي الدراسات الامبريقية ، ما أتاح ثروة معرفية في هذا الحقل البحثي ، الأمر الذي وفر قاعدة معرفية وعلمية تساعد المهتمين بدراسات الجمهور في مساراتهم البحثية .

وقد مرت دراسات الجمهور بالعديد من المراحل ، تميزت بانتقال الاهتمام من تأثير وسائل الإعلام على المتلقي الذي كان ينظر له كوحدة سلبية إلى دراسات التلقي ، التي غيرت هذه النظرة السلبية لمتلقي الرسالة الإعلامية ، هذا المتلقي الذي أصبح يوصف بالفعال والنشط ، ثم تجاوزها إلى أبعد من ذلك من خلال مؤشرات الأنموذج الجديد إلى المستخدم المنتج .

في الختام نأمل أن يكون هذا العمل المتواضع ، إضافة علمية ومرجعا لطلبة التخصص، على أن يكون مفيدا لهم في دراساتهم وأبحاثهم المستقبلية ، خاصة وأن عدد المراجع في هذا المجال لازال إلى يومنا هذا حرجا مقارنة بأهميته .

خاتمة

عرف الجمهور اهتمامات بحثية عديدة ، نظرا لأهميته كعنصر محوري في عملية الاتصال الجماهيري، واختلفت التوجهات الفكرية والتيارات البحثية، نتيجة التطورات السياسية والاقتصادية المستمرة إضافة إلى تطور صناعة الإعلام ، هذا الاختلاف نتج عنه تنوع في الأطروحات النظرية وبالتالي الدراسات الامبريقية ، ما أتاح ثروة معرفية في هذا الحقل البحثي ، الأمر الذي وفر قاعدة معرفية وعلمية تساعد المهتمين بدراسات الجمهور في مساراتهم البحثية .

وقد مرت دراسات الجمهور بالعديد من المراحل ، تميزت بانتقال الاهتمام من تأثير وسائل الإعلام على المتلقي الذي كان ينظر له كوحدة سلبية إلى دراسات التلقي ، التي غيرت هذه النظرة السلبية لمتلقي الرسالة الإعلامية ، هذا المتلقي الذي أصبح يوصف بالفعال والنشط ، ثم تجاوزها إلى أبعد من ذلك من خلال مؤشرات الأنموذج الجديد إلى المستخدم المنتج .

في الختام نأمل أن يكون هذا العمل المتواضع ، إضافة علمية ومرجعا لطلبة التخصص، على أن يكون مفيدا لهم في دراساتهم وأبحاثهم المستقبلية ، خاصة وأن عدد المراجع في هذا المجال لازال إلى يومنا هذا حرجا مقارنة بأهميته .

حل التمارين

< 1 (ص 15)

تسليط الضوء على الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور

تهمش الجمهور وتراه سلبيا يتلقى البرامج دون مقاومة

< 2 (ص 15)

< 3 (ص 15)

التقاء النص والقارئ هو الذي يخرج النص إلى الوجود

التلاقي بين النص والقارئ يبقى دائما تقديريا وليس مجددا

< 4 (ص 16)

التأكد من أن النموذج المذكور يخلط بين العديد من القضايا المرتبطة بالإطلاع على المادة المشفرة، وفهمها وتأويلها، ورد الفعل تجاهها.

الابتعاد من جهة أخرى عن السحر الذي مارسه السيمياء آنذاك.