

تقديم:

تنطلق التوجهات الكبرى لأبحاث جمهور وسائل الاعلام من مجموعة من النظريات والمقاربات النظرية التي تتسم بالتنوع والتباين في اطروحاتها والتي تحاول ان تقرا تطور أبحاث الجمهور بداية من أبحاث التأثير الى هيكله 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 الاتية: أنموذج التأثير، أنموذج التلقي، أنموذج ما بعد الحداثة.

أنموذج التأثير:

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 تغير عادات وسلوك وتصرفات الجماهير لتكون لنا التوجه البحثي المعروف ب" 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، مواقف، مجالاته الانفعالية الدهنية 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 ل Harold Lassweil الذي يقر 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 الذين بطبيعتهم يكونون عرضة للتلاعب والهيمنة من طرف وسائل الاعلام.

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

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

سادت هذه المرحلة من العشرية الأولى من القرن العشرين الى بدايات الحرب العالمية الأولى، تميزت بأبحاث هذه الفترة بالتركيز على الأثر السحري لوسائل الاعلام على الجمهور. أي مرحلة التأثيرات المباشرة وعلى ضوء هذا ظهرت نظرية الرصاصه 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.

. 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 افراده بالعزلة النفسية عن الآخرين وتميز بانعدام المشاعر الشخصية عن التفاعل مع الآخرين حيث يتحررون فيه من الالتزامات الاجتماعية". وعلى ضوء هذه النظرية سيحضر الفرد بالوحدة والقلق والضياح وفقدان المرجعيات وبذلك سيلجأ لوسائل الاتصال الجماهيري لتعويض جماعات الاهل والعشيرة... الخ والتي كان يشعر في اطارها بالاطمئنان وللتخلص من التوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري.

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 عاقلا او رشيدا، وعليه فان سلوك الافراد ينبع من اللاوعي واللا شعور. 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.

. 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 منبهات 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 الاتجاه 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 المريخ:

استشهدت النظرية كذلك بالحادثة التي وقعت سنة 1939 حينما انتاب الهلع بعض سكان الولايات المتحدة الامريكية عندما اعتقدوا ان هناك غزوا قادم من المريخ، اين قدم الصحفي " اورسون ويلز برنامجا إذاعي بعنوان " غزو من المريخ" 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 الرصاصة السحرية لوسائل الاعلام.

افتراضات نظرية الرصاصة السحرية:

. ان وسائل الاعلام تقدم رسائلها الى افراد المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

. ان هذه الرسائل تقدم مؤثرات او منبهات 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 تاثير المتلقين على بعضهم.

. المرحلة الثانية من سنوات الثلاثينيات الى غاية الستينات:

وتسمى بمرحلة التأثيرات الانتقائية والمحدودة والتي جاءت كرد فعل على نظرية الرصاصة السحرية أي رفض فكرة ان الناس يواجهون وسائل الاعلام باعتبارهم جمهورا لا رابط بين افراده، وظهر تصور جديد بان جمهور وسائل الاعلام عبارة عن كائنات اجتماعية مرتبطة ببيئاتها الاجتماعية.

سوف نتطرق فيما يلي الى نظريات التأثير الانتقائي والتي تتكون من ثلاثة اتجاهات بحثية:
. مدخل الفروق الفردية.

. مدخل الفئات الاجتماعية. (نظرية الاستخدامات والاشباع).

. مدخل العلاقات الاجتماعية. (نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين)، (نظرية انتشار المبتكرات).

مدخل الفروق الفردية:

ترى هذه النظرية ان الافراد يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية بناءا على ما يتماشى مع مكوناتهم النفسية واتجاهاتهم الفكرية " في بدايات القرن العشرين، بدأت المناقشات الواسعة تركز على مسألة مصادر التغير او 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".

. 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."

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.

نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

مؤسسا نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هما بول لازارسفيد والبهو كاتز

ملخص النظرية: ان المعلومات التي تنشرها وسائل الاعلام الى الجمهور تنتقل عبر مرحلتين:

. المرحلة الأولى: قادة الراي الـكين 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 اعدھا 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 نتئجھا 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. وبناءا على نتائج الدراسة طور لازارسفيلد وكاتز عام 1944نظرية 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.

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.

الابتكار: هو أي فكرة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة.

عناصر تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار:

. المصدر: المخترعون والعلماء.

. الرسالة: الابتكار الجديد.

. الوسيلة: قنوات الاتصال الشخصي ووسائل الاعلام.

. المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

. الأثر: تغير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

مراحل اتخاذ قرار الابتكار:

. المعرفة: وهي التعرف على نوعية الابتكار والحصول على معلومات حول وظائفه.

. الاقناع: وهنا يحدد الفرد موقفا مؤيدا او غير مؤيد للابتكار.

. القرار: وهنا يمارس الفرد أنشطة تدفعه اما الى تبني الابتكار او رفضه.

. التدعيم: يسعى الفرد لتدعيم قراره حول الابتكار ولكنه قد يتخلى عنه عندما يتعرض لرسائل جديدة.

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".

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 ومنتظمة 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 وقتا 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".

تقديم:

ظهرت وتطورت نظرية التلقي منذ بداياتها في مجال الادب 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 " .