

المحاضرة السابعة: تصنيف مقاربات الجمهور (تقديم عام)

من المفيد في مرحلة التحليل النظري للأبحاث الإعلامية التي عالجت موضوع الجمهور من مختلف الجوانب أن نذكر بأهم النماذج ومحاولة تصنيفها من حيث الموضوع حتى يمكن استيعابها وتوظيفها في تحديد معالم النظريات والمقاربات المتعددة التخصصات في دراسات الجمهور، والتي يمكن ان تفي بالغرض في التوصل إلى فهم وتفسير مقبول لظاهرة الجمهور ومختلف أنماط التفاعلات والسلوكيات وتنوعها وتطوراتها المتسارعة تبعا لتطور المبتكرات التكنولوجية الحديثة.

في هذا الصدد يمكن تمييز التوجهات الحديثة لأبحاث الجمهور التي تبلورت منذ السبعينيات ضمن نوعين من التيارات البحثية:

النوع الأول: يمكن أن نطلق عليه أنموذج التأثير أحدث قطيعة مع الأنموذج السائد منذ الأربعينيات، حيث تخلى عن تحليل التأثير قصير المدى، حجر الزاوية في نظرية لازارسفيلد، ليهتم بالتأثير الإدراكي على المدى البعيد لمجموع أنظمة وسائل الإعلام (كمؤسسات اجتماعية) خاصة الأبحاث المتعلقة بتكوين الرأي العام.

النوع الثاني: يمكن أن نسميه أنموذج التلقي وقد ظهر في بداية الثمانينيات ليهتم بالكيفية التي يفسر بها المتلقي الرسائل الإعلامية أي التركيز على عملية التلقي في حد ذاتها باعتبارها ممارسة لها أسسها اجتماعيا وثقافيا، وباعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية.