

المحاضرة التاسعة: تصنيف مقاربات الجمهور

ثانيا: أنموذج التلقي

يقصد بأنموذج التلقي النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حولت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقاته بالتأثير الذي قد يحدث في سلوك الجمهور، أي علاقة الرسالة بالتأثير الناجم عن محاولة الإجابة عن التساؤل الأولي (ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟) في نموذج لازويل Lasswell ، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الانتقائي القوي والفعال والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير إستراتيجية البحث إلى (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟).

لقد طور بعض منظري وسائل الإعلام الجماهيري نظرية التلقي وأقاموا خطوط تلاقي بينها وبين نظرية الاستعمال والإشباع التي لا تركز فحسب على أثر أو تأثير وسائل الإعلام على الأفراد، بل أيضا على طريقة الاستخدام لهذه الوسائل، وعلى المتعة والمنفعة التي يحصلون عليها من هذه الوسائل، وعلى نفس المنوال يركز المنظرون الإعلاميون على الدور الذي يلعبه الجمهور المتلقي في فك رموز الرسائل وإضفاء معاني عليها ليست بالضرورة هي نفسها معاني النصوص، أي ليست نفس المعاني التي قصدها القائم بالاتصال.

وقد أصبحت نظرية التلقي واحدة من أبرز النظريات المعاصرة التي أعادت الاعتبار لفعل التلقي كأساس للعملية التواصلية بين المرسل والمستقبل، إضافة إلى الإطلاع على أساليب دراسة الرأي العام في مختلف الوسائل الإعلامية، فهي تهتم عموما بمحاولة تفسير آليات فهم النصوص والصور الإعلامية من خلال فهم كيفية قراءة هذه النصوص من طرف الجمهور، حيث يركز الاهتمام من خلال دراسات التلقي على تجربة مشاهدي التلفزيون والسينما، وكيف يتم تشكل المعنى من خلال هذه التجربة.

ومن بين مزايم هذه النظرية أن النصوص الإعلامية من خلال الفيلم أو البرنامج التلفزيوني، لا يستقبل بمعنى ذاتي داخلي ملازم له، فالمعنى يولد لدى التفاعل بين المشاهد والنص (أي عندما يتعرض هذا الأخير للنص)، ويذهب أصحاب هذه النظرية إلى القول بأن العوامل السياقية لها تأثير أكثر من العوامل النصية على الطريقة التي يشاهد بها الملتقي الفيلم أو البرنامج التلفزيوني. وتشتمل عوامل السياق على تشكيلة متنوعة من العناصر منها هوية المشاهد وظروف التعرض والتجارب القبلية لدى المشاهد وتصوراته السابقة عن نوع الفيلم وإنتاجه، وحتى قضايا سياسية وتاريخية واجتماعية محيطية.