1- مقترب التأثير:

تعتبر مسألة تأثير وسائل الإعلام معقدة، وذلك راجع إلى عدم ملاءمة بعض التقنيات البحثية فيه، ونذكر على سبيل المثال إشكالية البحث في التأثير، والعوامل المساهمة في إحداثه، وتعدد الوسائل المساهمة في التأثير، إضافة إلى اختلاف المجتمعات والفروقات الفردية وتعقد الظاهرة الإنسانية والاجتماعية)، فإن تعدد دعائم الاتصال واندماجها المتنوع في الممارسات الاجتماعية قد عقّدا المنهجية وأدوات التحليل.[1]

كما يشمل مقترب التأثير مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى، وهي تهتم بالتغيير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغيير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور.[2]

2- مقترب التلقي:

يقصد بنموذج التلقي، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حوّلت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقته بالتأثير الذي قد يحدث في الجمهور، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الانتقائي القوي والنشط الذي أعيد له الاعتبار

---

[1] عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص325.

[2] علي قسايسية، جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها: من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين، ط1، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص85.

نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام. فقد أحدثت مقاربة الإشكالية الجديدة بنموذج الاستخدامات والإشباعات ونموذج التأويل لدافيد مورلي نقلة نوعية في أبحاث الجمهور، حيث أصبح التركيز على العلاقة بين الرسالة والتلقي.

وفي السياق ذاته يرى هال أن مختلف رموز كل الأشكال التي يتم من خلالها بناء المعاني والرموز من خلال الرسائل الإعلامية يمكن أن يتنوع من موقع استقبال إلى آخر ويمكن أن يتغير من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرمّز إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي:[3]

- **إطار الرموز المهيمنة:** وفي هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه الذي تم وضعه من قبل المرسل، و يطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف.
- **إطار المفاوض:** يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلا أنه يغير خصائص أخرى ليوافق معانيها وأهدافها.
- **إطار المعارض:** يقوم المستقبل في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي – التلفزيوني- فهما جيدا في كل منعطفاته السطحية منها والعميقة، ولكنه يفسر الرسالة بطريقة مخالفة تماما.

([3]) لعبان عزيز، فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، مجلة فكر ومجتمع، فصلية محكمة تصدر عن طاكسيج.كوم للدراسات والنشر، العدد الأول، 2008،ص32.