

## الميديا الجديدة والجمهور نحو آفاق مستحدثة لدراسات التلقي في البيئة الرقمية

### New media and the public Towards new horizons for reception studies in the digital environment

سعاد بومدين\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة البليدة 2 (الجزائر) boumediensouad@yahoo.com

تاريخ النشر: 2022/12/28

تاريخ القبول: 2022/10/29

تاريخ الاستلام: 2022/06/07

#### ملخص:

إن الميديا الجديدة أفرزت نمطاً إعلامي واتصالي جديد، يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية والاتصالية السابقة، ولعل أبرز السياقات التي تطورت وطرأت عليها تغيرات، هي فهم التلقي في العملية الاتصالية على ضوء طبيعة المادة الإعلامية والسياقات الاجتماعية والثقافية في البيئة الإلكترونية الجديدة .

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى التركيز على العنصر الأخير من عناصر العملية الاتصالية ( التلقي) الذي أصبح يمتزج بنوع من التفاعلية والاستخدام، مما غير من مجرى سيرورته، بالتعريف على أهم النماذج التي ساهمت في نموه في مرحلة ما بعد الحداثة، ومعرفة أيضا مدى مساهمة دراسات وبحوث الإعلام في تبني نموذج التلقي وادراج مفهوم أكثر انسجاما مع الميديا الجديدة، وهو الاستخدام .

كلمات مفتاحية: الميديا الجديدة، الجمهور ، التلقي ، الاستخدام

#### Abstract:

Through this research paper, we seek to focus on the last element of the communication process (receiving), which has become mixed with a kind of interaction and use, which changed the course of its process, by familiarizing itself with the most important models that contributed to its growth in postmodernity, and also to know the extent to which media studies and research contribute to the adoption of the model of reception and the inclusion of a concept more consistent with the new media, which is the use

**Keywords:** new media, audience, reception, use

\*سعاد بومدين

## 1. مقدمة:

شهدت البحوث الاعلامية عبر مراحلها العمرية المختلفة بين بحوث التأثير التي اهتمت بالممارسات التأثيرية لوسائل الاعلام على الأفراد والجماعات وانتهاج مناهج متعددة الأبعاد اقتصادية وسياسية وثقافية واجتماعية وحضارية وتحليلية وسط بيئة حديثة كما شهدت جملة من التطورات المتعددة في مختلف ميادين ومجالات الحياة. ولعل أهم تطوّر عرفته البشرية شيوع تطبيقات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال جماهيرية أضافت أبعاداً أخرى للاتصال واضعة أمام مستخدميها عدداً ضخماً يتنامى يومياً من مصادر الأخبار والمعلومات المتحررة من قيود الزمان والمكان، هي إذن قفزة عاشها ميدان الاتصال والإعلام خاصة بعد ادخال واستغلال ما توصلت إليه التكنولوجيات الحديثة، (من مظاهر هذا التحول في خدمات الاتصال ظهور التلفون الكابلي التفاعلي وانتشار محطات التلفزيون ذات القوة المنخفضة وظهور أجهزة التلفزيون الترانستور التي حولت المشاهدة الى عملية ذاتية تماما وظهور خدمات الراديو ذات النطاق الضيق بدلا من الاذاعات العامة والتوسع في الخدمات التي تلبى حاجات الأفراد وتزيد من قدراتهم على الاختيار من بدائل كثيرة (مكاوي، 2005، ص 256).

وبين أحضان بيئة الميديا الجديدة التي "أدخلت أبعاداً تقنية واقتصادية وثقافية واجتماعية جديدة على الفضاء الاتصالي عامة وعلى هذا الفضاء داخل العائلة، كوحدة قاعدية للتحليل السوسولوجي الجزئي، بصفة خاصة، حيث أصبح الاتصال العائلي يتميز بنمط جديد من التفاعل بين أفراد الأسرة من جهة، توجهت البحوث الحديثة في دراسات الجمهور الى محاولة ابراز وتدوين وتحليل لفهم ما تفرضه هذه البيئة الاليكترونية. وهو امر يدفعنا إلى طرح العديد من التساؤلات ومنها التساؤل المحوري التالي :

ما الذي أملتة الميديا الجديدة على دراسات التلقي للجمهور في مرحلة ما بعد الحداثة؟

## 2. دراسة دفيد مورلي والمرحلة الانتقالية لبحوث التلقي

استفاد الجمهور أكثر من خلال ما قدم له من محطات إذاعية وتلفزيونية تتمتع بالجودة المعيارية الحالية في البث. ويعتبر التلفزيون الرقمي "معيارا جديدا للبث الذي يستخدم الطيف الاذاعي الموجود بشكل أكثر فعالية. وهذا يعني جودة افضل في الصورة والصوت، قنوات تلفزيونية أكثر، بيانات نصية اضافية، يمكن اعطاؤها على نفس القدر من الطيف الذي تستخدمه قناة معينة في الوقت نفسه (اللبان، 2003، ص113).

وفي ظلّ كلّ هذه التحوّلات يبقى الاهتمام بدراسة تطوّر وسائل الاتصال والإعلام ضرورة ملحّة لأنّه تراث فكري "يساعد على فهم طبيعة الحاضر والتنبؤ بالمستقبل... وعليه نجد أن عددا من المفكرين والمهتمين بدراسة وسائل الاتصال والإعلام يؤكدون على أهمية تناول هذه الوسائل من النّاحية التّاريخية ولو بصورة مختصرة للتعرفّ بوضوح على مدى تطوّرها ويكشف لنا عن العلاقات المتبادلة بين حاجات الانسان الاساسية في الحياة(عبد الرحمن، 2006، ص13) لتبقى مختلف هذه الوسائل سواء كانت "الاذاعة أو التلفزيون أو الفيديو أو الأقمار الصناعية أو الانترنت أو الهاتف، دائما في تطور مستمر سواء من حيث الوسيلة أو من حيث طريقة ايصال الرسالة الاتصالية وصياغتها .

كما يبقى الجمهور المستهدف من جهته في حركية دائمة وتطور مستمر. فهو مفهوم وجد ليبقى... تغيّرت صورته من حيث الحجم والكم والشكل مرّات عداد ولكنّه مستقر من حيث المعنى والمكانة من وجهة نظر المرسل. إنّ السبب الأوّل في تنوّع الرّسائل والوسائل والدعائم والمؤسسات الاعلامية ومختلف مضامينها الاشهارية والسياسية والاجتماعية والثّقافية... فلا بد لهؤلاء أن يغازلوا هذا الجمهور طمعا في نيل رضاه.

بعدها كانت الدراسات تركز جل اهتماماتها على المرسل والوسيلة وتنظر الى المتلقي على أنه سلبي يتلقى ويتأثر بكافة المضامين الإعلامية بصفة مطلقة وبعدها انعطفت عن مسارها وأصبحت تركز على المتلقي وأصبح ينظر إليه على أنه ايجابي، نشط وفعال في اختيار المضامين الإعلامية التي تتناسب مع حاجاته ورغباته، ظهر توجه جديد في الدراسات الاعلامية المتعلّقة بالجمهور لا سيما وسط الفضاء الاتصالي الجديد وما ترتب عنه من تغييرات جذرية مست مختلف المستويات وأعادت ترتيب زوايا الحياة والعلاقات

التفاعلية بين الافراد وبينهم وبين وسائل الاعلام والاتصال. حيث أصبحت وسائل الاتصال الاليكترونية الحديثة عصب المجتمعات المعاصرة، وهي المسؤولة عن نقلها إلى مرحلة ما بعد الحداثة، لتتحكم في مجريات الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية لأفراد هذه المجتمعات.

فإذا كانت الحداثة قد عُرفت على أنّها حركة تجديد شهدتها أوروبا في حقول الانتاج والأفكار وأنماط الحياة والفن، خرجت على جمود عقول العصور الوسطى (القرن السادس عشر وهناك من يرجعها الى النصف الثاني من القرن الثامن عشر)، فإنّ ما بعد الحداثة تثور بدورها على أشكال الحداثة والنماذج النظرية التي سادت الفكر في القرن العشرين حيث حاولت تحطيم السلطة الفكرية الظاهرة للفكر الحداثي. ومرت ما بعد الحداثة بمراحل عديدة حيث ظهرت في البداية في مجال العمارة ثم انتقلت الى النقد الأدبي والفلسفة، العلوم الاجتماعية بشكل عام. ولعل مؤلف "موت المؤلف" يعتبر من الاعمال التي تنتهي الى هذه المرحلة التي نتجت عن التحول الفكري في الغرب نحو شكل تاريخي من الرأسمالية وعالم التكنولوجيا الذي هو السلطة الشمولية وبروز الاتجاه الاستهلاكي، وإلغاء المسافات بين الثقافات وبين الفن وتجارب الحياة اليومية، كأنها محاولة لتجاوز تقاسيم الماضي نحو المستقبل بأساليب من التنشيط والتنافر وتكسير القراءات واللعب باللغات والاعتماد على هرمونية النشاز، وبالرغم من الانتقادات التي وجهت إلى هذه المرحلة والى المصطلح في حد ذاته إلا أنّ ادبيات دراسات الجمهور تتغذى من مجمل الاجواء المتولدة عن المحيط الاتصالي الجديد ومن الادبيات التي اوجدتها افكار ما بعد الحداثة.

ولأنّ المتلقي ليس معزولا في افعاله الاتصالية عن الوسائط التي يستخدمها وليس معزولا أيضا عن محيطه (بوكروخ، 2011، ص159) فإنّ الدراسات الاعلامية تبنت خلال هذه المرحلة منظورا جديدا يتمثل في المنظور أو المقرب الاثنوغرافي في دراسات الجمهور. وتعتبر النظرة النقّدية التي قدمها السوسيولوجي M. De Certeau بداية القطيعة مع تلك الدّراسات الكميّة للجمهور وكذلك دراسات تحليل المضمون ظلّت غير كافية لأنّها توجّهت بالأساس إلى معالجة ظاهرة استخدام التلفزيون خارج سياقه الواقعي (اليومي)

وتحليل مضامين الرسائل الإعلامية، أو أنها بحوث قائمة على الأساليب الكمية التي تعني بقياس حجم الجمهور، (Proulx, p186) والذي يرى أيضا أن "أعمال M. De Certeau تتلاقى مع أعمال Blumer فيما يخص الاستعمالات والاشباعات التي تصبّ في الاطار النفسي والوظيفي بعيدا عن البعد النقدي. أما النموذج المقترح من طرف M. De Certeau يفتح في المقابل اشكالية المقاومة اليومية ذات الطبيعة الاجتماعية والسياسية مقابل عروض أجهزة التوزيع والاستهلاك (Proulx, p192)

ونذكر أنّ " M. De Certeau واشكالية التعمّق في ظاهرة استخدام التلفزيون في سياقه اليومي رغم أنّه لم يتوجه إلى دراسة الممارسات التلفيزونية. فهو يعتبرها ممارسة عادية تدور في فضاء من الابداعات المترددة التي تميّزها الحياة اليومية غير الخاضعة لمنطق العقلانية المهيمنة والمنطق البيروقراطي والتجاري المتحكم الذي تحكّمه أجهزة المراقبة الاجتماعية للمجتمع الاستهلاكي، ليعطي للباحثين مادة تفكير لا تنحصر فقط في الجمهور الفعال والنشط الذين تبناها العديد من الباحثين لاحقا الذين سيجددون بعمق حقل دراسات التلقي المنصبّة في مقاربات الانثوغرافيا والتّحليل النفسي والتحليلات القريبة من الدّراسات الثقافية.

وقد كانت البداية مع الأبحاث التي أجراها "دافيد مورلي" في منتصف الثمانينيات حول الاستعمالات الأسرية للتلفزيون وما طرحه من مفاهيم مختلفة جديدة. حيث قام باستجواب وملاحظة ثمانية عشرة عائلة بريطانية تتكون من شخصين بالغين وطفلين تنتمي إلى الطبقة العاملة في أغلبها، وقد اهتم بالاختلافات بين العائلات من جهة وبين أفراد العائلة الواحدة من جهة أخرى مركزا على علاقة السّلطة بين الجنسين وبين البالغين والقصر دون أن يهمل إطار التّحليل وبنية الجمهور من منظور الانتماء الطّبقي والتربية والإيديولوجيا التي تحدد السياق الاجتماعي والثقافي الذي تحلل فيه تركيبة الجمهور وواقعه وأنماط تفاعله، ويقترح هنا اعتبار الطبقة الاجتماعية أو الدخل كمؤشر أكثر مما هو عامل يؤثر مباشرة في تحليل الأبعاد الاجتماعية للمشاهدة التلفيزونية وتأويل الرسائل. حيث ركز مورلي على مجموعة من التساؤلات منها: من صاحب سلطة اتخاذ قرار المشاهدة التلفيزونية داخل الأسرة؟ وهل لدى كلّ الاسر نفس عادات المشاهدة؟ كيف تتم

عملية مناقشة المضامين المختلفة؟ وبعد الدراسة الاثنوغرافية التي أجراها توصل إلى جملة من النتائج الهامة منها (غراينية، 2007 ص 22):

-سلطة اختيار البرامج ينفرد بها الرجال غالبا.

- يميل الرجال الى التركيز اثناء مشاهدة التلفزيون اكثر من النساء اللاتي يكن مشغولات بأنشطة منزلية أخرى.

- يميل الرجال إلى التخطيط بشكل منظم أكثر من النساء اللاتي يملن الى مشاهدة العروض على الشاشة في أية لحظة معينة.

\_ يرفض الرجال التحدث عن التلفزيون بينما تستخدمه النساء كمادة للدراسة.

-يتحكم الاب في استخدام جهاز الفيديو.

- تعرب النساء عن شعور بالذنب بشأن عادات المشاهدة المفضلة لديهن خاصة عادات المشاهدة المنفردة.

- الدراما والخيال من ابرز تفضيلات النساء بالنسبة للمشاهدة بينما يفضل الرجال الرياضة والأخبار.

- تفضل النساء الأخبار المحلية على القومية.

ومن خلال الاهتمام بالعائلات تم التوصل الى أنّ الاختلافات بين أفراد الجمهور ليست

فقط سيكولوجية أو سوسيولوجية أو ثقافية بل تعود أيضا إلى اختلافات اثنية.

وكتب ستيوارت هول في مقدمة كتاب مورلي الذي خصصه للعائلة والتلفزيون "أن

التصورات الفردية للمشاهد وللجمهور وحتى للتلفزيون ذاته قد ارتحلت نهائيا على الاقل \_

حسب ما نتمناه\_ بفضل التّشديد على الاختلافات والمتغيرات وإنّ خريطة التغيرات ناتجة

عن العوامل التي تتغلغل في السياقات الاجتماعية للتلقي التي شرع مورلي في انجازها وان

ما تكتشفه هذه الخريطة وصفة عامة، هو التفاعلات الرقيقة بين المعنى والمتعة

والاستخدام والاختيار (أرمان ومتلار، 2005 ص163).

وبهذا لم يتم الاعتراف للمتلقي بالدور الفعال في بناء معاني الرسائل الاعلامية فحسب

وإنما أيضا بأهمية السياق الذي تتم فيه عملية التلقي، حيث استبدل مفهوم فك الترميز

الذي احدثه هول بمفهوم سياق المشاهدة ، كما سجل تطور آخر في العشرية التاسعة في

دراسات الاستعمالات التكنولوجيات الاتصالية والإعلامية، حيث طرح مفهوم إعادة تسييق دراسة استهلاك التلفزيون في اطار اجتماعي وتقني وثقافي أوسع من خلال ادماج هذه التكنولوجيات في الفضاء الأسري اليومي (قسايسية، 2012 ص 97-98 ) وتعني هذه التكنولوجيات الموضوع في حد ذاته والممارسات المتولدة عنها والدلالات التي تثيرها. فالتكنولوجيا لا تتوفر فقط على قيمة مادية ولكنها تتضمن أيضا قيمة رمزية تأخذ شكلها من خلال استعمالاتها (قسايسية، 2012 ، ص 99 )

ومن البحوث تي تصب في نفس الاطار نذكر:

-البحوث تحلل مضامين المحادثات الشخصية المتعلقة بحصص تلفزيونية تمت مشاهدتها (المحادثات تتم في اماكن العمل أو العمومية أو البيت مثل) (دراسة Boullier )

- بحوث الملاحظة الاثنوغرافية لأعضاء الجمهور ( أفراد، أزواج، عائلات) تضع استخدام التلفزيون في سياق الحياة اليومية مثل (دراسة D. Morley et R Silverstone )

- بحوث أمريكية مرتكزة على الملاحظة في عمق العائلة كجماعة طبيعية تمارس المشاهدة مثل دراسة J. Lull

- بحوث حديثة تتعلق بعلاقة التلفزيون والمشاهدين في تكوين الذاكرة الاجتماعية والهوية المشتركة مثل دراسة Schleesinger و j. Bourdon

- بحوث تعرض الاغتراب الفردي للمشاهدين عن طريق المقابلة المعمقة حول الممارسات اليومية واستخدامات التلفزيون.

لقد أسهمت هذه البحوث من خلال -منهجيتها النوعية الشمولية- في طرق موضوعات جديدة وتقديمها من خلال ارتباطها بالثقافة والأيدولوجيا. حيث لا ينظر إلى الثقافة على أنها مجرد انعكاسات لقوى بنائية، وإنما كنظام للمعاني والأفكار واللغة والطبقة الاجتماعية (بن سلطان، د س، ص 3) .

و مع تطور الاثنوغرافيا في العقود الأخيرة من القرن العشرين، اتخذت مسارات علمية متعددة، واستخدمت في كثير من فروع العلم بأساليب بحثية متنوعة. فلم تعد تقتصر على دراسة الثقافة البدائية، ولكن تخطت ذلك إلى دراسة الثقافات في البيئات الصناعية والمتطورة ( بن سلطان، ص 10)

واعتبر الكندي سيرج بروكس من جهته أن "المقاربة الاثنوغرافية الكلاسيكية كانت تستخدم النظرة العائمة للمواقف والوضعيات التي يلاحظها الباحث من أجل استخراج دلالات معينة لهذه المواقف، بينما الاثنوغرافية النقدية تنطلق من نظرة مركزة أكثر على بؤرة أو نقطة محددة لإشكالية البحث.

### 3. أهم مفاهيم أنموذج ما بعد الحداثة

لقد برز على سطح الادبيات مفاهيم جديدة منها:

1. 3 مفهوم السياق المنزلي: تعتبر الاتجاهات الحديثة المشاهدة التلفزيونية نشاطا معقدا يجري على ساحة يوميات أفراد الاسر (العائلات) ضمن سياق منزلي معين. الامر الذي طرح اشكاليات متعددة حاول الباحثون ايجاد الاجابات الوافية (قساسية، ص 97)

2.3 مفهوم التكنولوجيا المنزلية: تعني "أن سلوك المتفرج حيال وسائل الاعلام لا يختزل في نوع المواقف المرتبطة بمقاييس الانتماء الثقافي (الجماعات الاصلية) أو المورفولوجية (السّن، الجنس، المستوى الدرّاسي...) لكنه يندرج أيضا ضمن المنطلق الاجتماعي. ذلك أن استخدام ادوات الاتصال يعمل على ابراز هويات شخصية جديدة، ويحيي شبكات اجتماعية جديدة ويشجع على ظهور بعض الممارسات المختلفة (بوكروخ، ص 149) أي استخدامات وسائل الاتصال الحديثة في بعديها التقني والاجتماعي ضمن اطار العائلة.

3.3 الديناميكية العائلية: اصبحت الاسرة في هذا المنظور الوحدة القاعدية بدلا من المشاهدة الفردية. فالأسرة هي مجال واسع للممارسات الاجتماعية التي تتأثر بالمحيط الثقافي والاجتماعي الكلي وبالخصوصيات العائلية التي تؤثر في استخدام التكنولوجيا وفي الدلالات التي تضيفها العائلة على هذه التكنولوجيا واستخداماتها. فدراسة الديناميكية العائلية يكشف لنا كيفية الاستخدام العائلي للتكنولوجيات المنزلية وكذلك يبرز اصحاب القرارات المتخذة في الوسط العائلي (قساسية، 2012 ، ص 100-101)

### 4.منظور دراسة التلقي عبر الميديا الجديدة

ابتداءً من النصف الثاني من القرن العشرين برز تحولا جذريا في النظرة إلى بحوث جمهور وسائل الإعلام والاتصال ، بعد أن ركزت البحوث الأولى للاتصال على التوجه الخطي في دراسة الرسالة الإعلامية واهتمامها بدراسة تأثير وسائل الإعلام وحجم الجمهور



ومعدلات التعرض مع إهمال المتلقي الذي كان ينظر إليه على أنه سلبي في تلقيه للرسالة الإعلامية، جاءت دراسات التلقي لتؤكد على الدور الفاعل للمتلقي في تعامله مع محتويات وسائل الإعلام وذلك من خلال عمليات الفهم والتأويل التي يقوم بها بعد تلقيه للرسائل الإعلامية (شعبان، 2014، ص 15)

ومع التعدد الهائل والتنوع الكبير في وسائط الاتصال والإعلام الجديدة بدأ الجمهور يتفتت إلى مجموعات صغيرة، بدلاً من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية وهكذا انتقل الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفني والإعلام المتخصص، إلى مرحلة الوسائط المتعددة في عصر المجتمعات الافتراضية والشبكات الرقمية التي تتميز بها العلاقات واللاتزامنية وعدم التواجد في نفس المكان، في ظل هذه التحولات وُضعت النظريات والمقاربات التي أطررت بحوث الإعلام أمام متغيرات جديدة ألزمتها بضرورة الانسجام مع هذا التغير واستيعاب تحولاته (الشميمري، 2010، ص 31)

لقد وصف دافيد مورلي التطورات التي شهدتها دراسات التلقي في العقد الأول من هذه الألفية بالجيل الثالث لدراسات التلقي، هذا الجيل الذي أَلقت تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال بضلالها عليه، حيث برزت عوامل جديدة مؤثرة في تكوين الجمهور لم تكن موجودة من قبل تغلغل وسائط الاتصال الرقمية، بما تحمله من امكانيات تواصلية (الفورية، اللاتزامنية، التفاعلية... الخ)، أنتج مظاهر جديدة تدعم افتراضية فعالية جمهور وسائل الإعلام الذي أصبح قادراً على اختيار المحتوى والمصدر الإعلامي الذي يتعرض له وقادراً على التفاعل معه و على التحول الى منتج للمضامين الإعلامية بما يمتلكه من عدة تقنية ذات قدرة على النفاذ (بوذن و بوزيد، 2018، ص 09).

إن النظريات الجديدة نسبياً في دراسة التلقي عبر الميديا الجديدة نجد أنه تم الاعتماد عليها لدراسة البيئة الإعلامية الجديدة خاصة في أوروبا وأمريكا نظراً لما تشتمل عليه من افتراضات قد تسهم في فهم متغيرات البيئة الإعلامية الجديدة خاصة أنها تهتم بالجوانب النفسية والاجتماعية للإنسان في تلقيه لهذه المضامين، وهو ما يتناسب مع دراسة التلقي والاستخدام في الميديا الجديدة، ودراسة التفاعلات التي تتم في هذا السياق وكذا عادات وانماط التلقي والاستخدام، وهو ما نجده في العديد من الدراسات الغربية مثل دراسة "

(Charalampos & others, 2016) التي بحثت في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي المستخدمين حول مواقع الويب وذلك من خلال دراسة التفاعلات (المشاركات التعليقات... الخ) وهو ما نجده أيضا في دراسة (Schweisberger, Billinson, 2014) Chock, في أثار تضمين وتأثير القصص الإخبارية على الانترنت في سياقات وسائل الإعلام الاجتماعية (الفايسبوك) ومدى تأثير هذه الموضوعات على الذات مقارنة بالآخرين إذا تم قراءتها من خلال الصفحة الشخصية للمستخدم على شبكة الانترنت (بوذن بوزيد، ص 09)، حيث أصبحت دراسة تلقي وسائل الإعلام والاتصال ودراسة التأثيرات الاجتماعية لاستخدامات هذه الوسائل الإعلامية مرتبطة ارتباط وثيق بعدد من العوامل ذات العلاقة بالخلفيات الاجتماعية والديموغرافية للفرد بالإضافة لبعض العوامل الأخرى المرتبطة بالخبرة الشخصية والاتصال المباشر ومدى القرب الاجتماعي بين الأفراد، لفهم آليات إدراك وتلقي الرسائل الإعلامية خاصة عبر حوامل الميديا الجديدة

إن الاطلاع على البحوث والدراسات التي تناولت الميديا الجديدة يحيلنا إلى الحديث عن لتحولات التي طرأت على عملية التلقي الإعلامي عبر الحوامل الرقمية المتعددة ويحفز على التفكير في فاعلية التلقي الإعلامي لدراسة الجمهور في بيئة "الويب2" أو عبر الميديا الجديدة العابرة للثقافات من خلال النقاط التالية (لعياضي، 2021، ص 10):

- أن حدود التلقي الإعلامي تتجلى أكثر في الميديا الجديدة لأنها تسعى إلى توضيح العلاقة العلاقة الملتبسة التي تجمع القارئ بالنص، لكن مكانة هذا النص تراجعت في البيئة الرقمية لصالح العُدّة التقنية. وتبدو هذه الحجة مقنعة على الرغم من أن الباحث ديفيد مورلي الذي يُعتبر من رواد نظرية التلقي، لم يركز في بحوثه على قناة تليفزيونية بعينها أو على برنامج تليفزيوني محدد، مثلما فعل العديد من بحوث التلقي الإعلامي. لقد اهتم مورلي بالتلفزيون كعدّة تقنية.

- ينطبق على الجمهور، الذي يُشكّل إطارًا مركزيًا لدراسة التلقي الإعلامي، ما قاله الفيلسوف الألماني، هيرمان إبنجهاوس (Hermann Ebbinghaus)، عن علم النفس: إنه يملك ماضيًا موغلًا في القدم لكن تاريخه قصير لقد عُرف مفهوم الجمهور، الذي واكب ميلاد وسائل الاتصال الجماهيري، بأنه "جماعة من البشر مرئية، ومعترف بها، ومدركة

لرؤيتها (pierre,2002 p316-344) وطرح هذا المفهوم إشكالا نظرياً على الدارسين ويتمثل في معرفة أن المتفرج والمشاهد والمستمع تحولوا إلى جمهور في عصر التكنولوجيا التناظرية ناهيك عن عصر التكنولوجيا الرقمية في ظل التحولات التي تعيشها الميديا المعاصرة، وتداخل الإنتاج والاستخدام، فما كان يُطلق عليه اسم الجمهور في السابق هم أشخاص كانوا يتعرضون لوسائل الإعلام لأغراض محددة بشكل أساسي، دون غيرها، خلال فترة معينة . أما "ما يُعتقد أنه جمهور" في البيئة الرقمية فقد أصبح ذا علاقة دائمة بالوسيلة ولا يتوقف عن استخدامها (pierre2002,p316-344) إنه الجيل الذي يمكن وصفه بذي القابلية على القيام بالعديد من المهام في آن واحد لذا يُشكك بعض الباحثين في وجود شيء اسمه جمهور الميديا في الفضاء الافتراضي، هذا على الرغم من أن الناس ما زالوا يشاهدون برامج التلفزيون التقليدي والأفلام السينمائية سواء في بيوتهم أو خارجها. يقترح الباحث، أوليفي دونات (Olivier Donnat)، في هذا الصدد الاستعانة بمفهوم الاستخدام لدراسة "جمهور" الميديا الرقمية، لأن هذا الأخير أصبح مستخدماً نظراً للعدّة الرقمية التي تدعو مستخدمها إلى التفاعل سواء بالتعبير عن آرائهم ومشاعرهم، أو بنقل الأخبار، أو ممارسة النقد من خلال التعليقات، أو تقديم التوصيات التي يتم تقاسمها في مواقع التواصل الاجتماعي (couldry,2014,p35) .

#### 4. الجمهور من التلقي إلى الاستخدام

لقد تعددت الدراسات التي تُعنى ببحوث الجمهور إلى درجة يصعب تصنيفها، ناهيك عن حصرها كمياً. فبالإضافة إلى اهتمامها بدراسة جمهور برنامج بعينه، كجمهور المسلسلات التلفزيونية، أو برنامج حوارى، اتجهت بحوث الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية إلى دراسة شريحة معينة من جمهور التلفزيون ( أطفال، شباب، نساء) (pujo,2017,p117-132) في تعاملها مع "التلفزيون الاجتماعي"، وإلى الكشف عن أسرار مشاهدة المادة التلفزيونية عبر أنماط البث والتوزيع المعاصرة، مثل الفيديو وفق الطلب والتلفزيون الذكي، وإلى مقارنة الجمهور الذي يتابع برامج التلفزيون التقليدي، بالجمهور

"أونلاين" أو عبر الخط لمختلف الشاشات و حين الاطلاع على بعض الدراسات الحديثة يصعب تصنيفها إلى أي فئة تنتمي لدراسات التلقي الإعلامي، التي تهتم بعملية تشفير المادة الإعلامية والثقافية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، خاصة السمعية-البصرية، وفك تشفيرها، أو إلى دراسات سوسيوولوجيا الاستخدام، وهل ويشير هذا إلى الحديث عن ما إذا كانت هذه الدراسات تستند إلى نظرية التلقي في عصر التكنولوجيا ونشير في هذا الصدد إلى دراسات لويس كيري التي عملت سوسيوولوجيا الاستخدام على توسيع مجال بحثها ليشمل استخدامات العُدّة التقنية، ومسار تملكها (Appropriation)، وصياغة الرابط الاجتماعي بواسطتها (Josiane Jouët, 2000, p487)

فلا يمكن اليوم تفعيل سياق المشاهدة دون الأخذ بعين الاعتبار تداعيات انفصال المحمول عن الحامل الذي نجم عن التكنولوجيا الرقمية، أي انفصال المادة الإعلامية والثقافية عن ناقلها، مما سمح بارتحالها عبر الوسائط المختلفة، أما بالنسبة لتأويل المشاهدين "للنصوص" التليفزيونية في بيئة الويب، فلم يعد يتوقف على المتغيرات التي برهنت عليها دراسة الجمهور في ظل التليفزيون التناظري، مثل: السن، والمستوى الثقافي، والجنس، والانتماء الاجتماعي، بل أصبح يخضع أيضاً إلى الكفاءة التقنية التي يشترطها مفهوم التملك، باعتباره المتغير الرئيس في عملية التلقي، لكونه يشكل عتبة المرور إلى فك رموز النص المتشعب (Hypertext)، (لعياضي، 2021، ص11).

## 5. خاتمة

لقد طرحت "أبحاث الجمهور إشكاليات متنوعة في طبيعتها ومنطلقاتها النظرية وأسسها وأدواتها المنهجية، حسب السياقات العامة والمراحل التاريخية لتطور الدراسات الإعلامية عامة، ودراسات الجمهور خاصة، وأيضاً حسب درجة تطور المجتمعات التي تجرى فيها هذه الدراسات (قسايسية، 2012، ص20)

حيث تغذت دراسات التلقي من روافد عديدة ومتنوعة بدءاً من ارسطو وافلاطون ومرورا بتراث نظري ومنهجي أفرزته مدارس وتيارات نقدية كالهرمينوطيقا والسيميولوجيا والبنوية والتحليل النفسي والتفكيكية وغيرها من المدارس، التي تعددت بتعدد وتنوع منطلقاتها، كما استمدت من نتائج البحوث الاعلامية للتأثير التي كانت بمثابة الانطلاقة

الأولى التي عبّدت الطريق أمام دراسات التلقي كما سلف الذكر، لتمهد هذه الأخيرة بدورها الطريق أمام الدراسات الحديثة التي تموّعت على بساط مناخ اتصالي جديد يختلف عن سابقه، أين أصبحت شبكة الانترنت محدّثة بمواقع الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية وغيرها من المواقع الإلكترونية الأخرى التي أتاحت للجمهور فرصة التجوال وغزارة المحتوى وسهولة الوصول إلى المعلومات المختلفة وزيادة التشبع، الأمر الذي فتح مجالاً خصباً وواسعاً أمام الباحثين للتطرق إلى مواضيع جديدة وزوايا مختلفة عما تناولته الدراسات السابقة، بعد استعراضنا لأهم مقاربات التلقي والمفاهيم الحديثة للجمهور توصلنا إلى أن الفرد في الجمهور يتفاعل بصفة مستمرة مع الرسائل الإعلامية، حيث ساهمت التكنولوجيات الحديثة في تطور مفهوم جمهور المتلقين وهذا نتيجة التطورات المذهلة والسريعة التي تشهدها هذه الأخيرة، وأصبحت الدراسات اليوم تركز على الاستخدام وتملك الميديا الجديدة وإلى التزاوج الذي يحدث بين الاستخدام للتقنيات وإنتاج المعنى، الذي أصبح عملية يقوم بها المتلقي في ظل الميديا الجديدة.

## 6. قائمة المراجع

### الكتب:

- قسايسية علي (2012)، "جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها: من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين"، الجزائر، الورسم للنشر والتوزيع.
- بوكروح مخلوف (2011)، "التلقي في الثقافة والإعلام"، الجزائر، دار مقامات للنشر والتوزيع.
- بوذن محمد أمين، بوزيد فائزة (2018)، آليات تلقي الميديا الجديدة بمنظور الشخص الثالث - مجلة علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، عدد 2 السنة الثانية
- عبد الرحمان عبد الله محمد، "سوسيولوجيا الاتصال والإعلام"، القاهرة، دار المعرفة الجامعية
- مكايي حسن عماد، (2005) تكنولوجيات الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية.
- متلار وارمان ومشال، (2005) تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة لعياضي نصرالدين والصادق راجح، بيروت، المنظمة العربية للترجمة.
- اللبان شريف درويش، (2003)، تكنولوجيا الاتصال: قضايا معاصرة، القاهرة، المدينة برس القاهرة.

- الشميمري فهد بن عبد الرحمان(2010)، التربية الاعلامية : كيف نتعامل مع وسائل الاعلام، السعودية، مكتبة الملك .
- بن سلطان فهد ، "المنهج الاثنوغرافي: رؤية بحثية تجديدية لتطوير واقع العمل التربوي، السعودية ، د ب ن.

**-Nick couldry,(2014) medicalization what is it "in life kramp et al media practice and everyday agency in europe (German federal state, lumière Bremen**

### الأطروحات:

-غراينية وردة، (2007 2008) ،أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الاسرة الجزائرية: دراسة اثنوغرافية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 ، السنة الجامعية

### المجلات

- Serge Proulx, une lecture de l'œuvre de Michel De Certeau : l'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usages, Communication, vol 15, n 2 automne.
- Jean pierre(2002) ,les non publics de la télévision, réseaux ,vol 20 ,N 112.
- Charo lacalle cristina pujo(2017)l , onliine communucation and everyday life ;female social audience and TV fiction chile ,chilli,vol 32,N 2

### المواقع الالكترونية:

نصرالدين لعباضي، (2021) دراسة إعلامية : ماذا بقي من نظرية التلقي لدراسة الميديا الجديدة، 3 مجلة الزهير للدراسات والبحوث، المجلد 1، العدد1

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downSomaitepdf/813/1/1/182151>