

دراسات الجمهور... من التلقي في بيئة التكنولوجيا التماثلية إلى سوسيولوجيا  
الاستخدام في البيئة الرقمية

**Public studies... from receiving in an analogue technology  
environment to sociology of use in the digital environment**

اسمهان مربي<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر3 (الجزائر)، [ismahene.meribai@gmail.com](mailto:ismahene.meribai@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2022/08/02 تاريخ القبول: 2022/09/07 تاريخ النشر: 2022/10/08

ملخص: لقد شهدت العقود الأخيرة اهتمامًا ملحوظًا بالجمهور وذلك تماشيا مع تطور الدراسات والبحوث في ميدان علوم الإعلام والاتصال، فإذا كانت الدراسات الأولى قد ركزت على صورة الجمهور السلبي، فإن المدارس الحديثة غيرت من هذه النظرة وأصبحت تدافع عن حقوق القارئ وحوّلت مركز الاهتمام من المؤلف إلى القارئ والسياق والمرجعية الثقافية والاجتماعية والإيديولوجية، وهذا ما دعت إليه نظرية التلقي. ولكن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال أسهم بشكل كبير في تطوير ابتكارات جديدة، فقد اتجهت الدراسات منذ الثمانينات من القرن الماضي إلى التركيز على أهمية البعد التقني لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة، وطرحت مسألة علاقة الإنسان بالآلة، وهذا ما وفر للباحثين حقلا جديداً أصبح يعرف بسوسيولوجيا الاستخدامات. وانطلاقاً من هذا الطرح فإن هذه الورقة البحثية تدور حول إبراز أهمية دراسات الجمهور وكيف انتقلت من دراسات التأثير إلى التلقي إلى سوسيولوجيا الاستخدام.

كلمات مفتاحية: نظرية التلقي، الجمهور، سوسيولوجيا الاستخدام، التملك

#### **Abstract :**

Recent decades have seen remarkable interest in the public according to the development of studies in the field of information and communication sciences, if the first studies

focused on the image of the negative audience, modern schools changed this view and now defend the rights of the reader and turned the center of attention from author to reader, and this is what the theory of receiving called for. But the development in information technology and communication has contributed significantly to the development of new innovations, studies since the 1980s have tended to focus on the importance of the technical dimension of the use of modern means of communication, which provided researchers with a new field that became known as the sociology of uses. Based on this proposition, this research paper revolves around highlighting the importance of public studies and how they have moved from impact studies to receiving to the sociology of use.

Keywords: Receiving theory, audience, sociology of use, appropriation

\*المؤلف المرسل: اسمهان مربي

## 1 . مقدمة:

لقد احتلت دراسات الجمهور مكانة هامة في الدراسات الإعلامية والاتصالية، فقد تعددت المقاربات والنظريات التي تفسر سلوك جمهور وسائل الإعلام، يمكن إجمالها في تيارين بحثيين، الأول يدور حول حتمية التأثير يكون فيه المتلقي مجرد مستهدف سلبي لا يحق له إضفاء تعديلات على سيرورة الاتصال، أما التيار الثاني فهو المتعلق بالرؤية الارتباطية أو النسبية التي تتداخل فيها عدّة متغيرات لتفسير وتأويل الرسائل الإعلامية، انطلاقاً من شخصية المتلقي وتجربته المتراكمة وهو ما يعرف بأنموذج التلقي، والذي يعتبر من أحدث الاتجاهات البحثية في دراسات الجمهور، والذي ظهر نتيجة التزاوج بين المدرسة الوظيفية والمدرسة النقدية في إطار الدراسات الثقافية التي أصبحت تولي العناية الخاصة لمسألة القارئ وسياق التلقي.

### البيئة الرقمية

ومع التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال ظهرت دراسات تناولت الاستخدامات اليومية للتقنيات الجديدة وكيف تتغلغل في المجتمع، محدّدة بذلك أهمية المحدّدات السوسيو ثقافية التي تركّز على نشاط المستخدم باعتباره فردًا نشطًا ومبتكرًا وماهرًا وهذا ما يعرف بتيار سوسيولوجيا الاستخدام، الذي سعى إلى فهم كيف يتصرّف المستخدم مع العدّة التكنولوجية وبالتالي الاستعانة بمفهوم الاستخدام لدراسة جمهور الميديا الرقمية، حيث أضافت هذه التكنولوجيا المتمثلة في نظام الاتصال الرقمي والشبكة العنكبوتية العالمية، تشكيلة متنوعة من العناصر الداخلة في تكوين الجمهور لم تكن متوفرة في أنظمة الاتصال الجماهيري سابقًا، الأمر الذي أدّى إلى تطوّر مفهوم جمهور المتلقين النشط الفعّال إلى مفهوم المستخدم النشط والمبتكر والذكي، وانطلاقًا ممّا سبق نطرح الإشكالية التالية: ماهي أهمية دراسات الجمهور وكيف انتقلت من دراسات التلقي في بيئة التكنولوجيا التماثلية إلى دراسات سوسيولوجيا الاستخدام في البيئة الرقمية؟

تساؤلات الدراسة:

- 1 - ما هو مفهوم التلقي؟ وكيف ساهمت نظرية التلقي في تطوير أبحاث الجمهور؟
- 2 - كيف تحوّل مفهوم الجمهور في بيئة التكنولوجيا التماثلية إلى مفهوم المستخدم في البيئة الرقمية؟
- 3 - ما هي اسهامات تيار سوسيولوجيا الاستخدام في تطوير دراسات وأبحاث "الجمهور" في البيئة الرقمية؟

وللإجابة على الإشكالية والتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة والتي تنتهي إلى ما يسمى بالبحوث الكيفية أو النوعية هدفها الرئيسي تحقيق الفهم الأفضل للموضوعات والظواهر والسلوكيات وذلك من خلال الوصف الدقيق والشرح المتعمّق (المزاهرة، 2014، صفحة 147)، فقد اعتمدنا على مقارنة مفاهيمية

## اسمهان مربي

نظرية قمنا من خلالها بتحديد المفاهيم الأساسية كالتلقي وسوسولوجيا الاستخدام، كما قمنا بإبراز أهم الاسهامات النظرية للتيارات البحثية التي عالجت موضوع الجمهور وكيف واكبت التطور الحاصل في وسائل الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة.

### 2. مدخل مفاهيمي ونظري:

2. 1. نظرية التلقي: إن موضوع التلقي يشكّل جانبا هاما في حقل الدراسات الأدبية، كما يمثل جانبا حيّا في ميدان الاهتمامات العلمية الاجتماعية عامة والأدبية والاتصالية خاصة، فنظرية التلقي تبحث في العلاقة بين النص والمتلقي هذا الأخير المستحضر في ذهن الكاتب أثناء عمليات الكتابة والإنتاج، فهذه النظرية تركز من جهة على التفاعل بين النص والمتلقي، ومن جهة ثانية تركز على إبداع المتلقي، حيث جعلت منه المصدر النهائي والأساس والفاعل الحقيقي في إنتاج الدلالات.

تدل كلمة التلقي " على استقبال شيء ما، كما تدل أيضا على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطاب الفني والأدبي والإعلامي، وبعبارة أخرى ذلك الفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والانفعالية والاجتماعية لتفسير ما يقدم له هذا المعنى، حيث يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى (بوكروخ، التلقي والمشاهدة في المسرح، 2004، صفحة 20) .  
الأصول المعرفية لنظرية التلقي:

لقد ظهرت إشكالية التلقي في ألمانيا خاصة في مدرسة " كونستانس " " Constance" (ألمانيا الغربية)، حينما تكلفت الدراسات الأدبية صياغة إشكالية القارئ والمتلقي في الستينات، وترجع أهمية هذا العمل إلى الباحث (ياوس)، عندما ألقى محاضراته سنة 1977 في جامعة "Constance"، حيث أسّس (ياوس) مقاربة تحت اسم " جمالية التأثير والتلقي" معارضة لجمالية الإنتاج والتمثيل، التي ترجع

### البيئة الرقمية

أصولها إلى كل من المقاربة الماركسية والشكلانية، ويقصد الباحث بالتأثير ذلك التفاعل الذي ينتج جراء تعامل القارئ مع النص وما يستهلكه ( يستفيد منه)، فالجمهور ما هو إلا أداة تضمن استمرارية إنتاج الأعمال على اختلاف أنواعها (أدبية، فنية، إعلامية). فالجمهور أو المتلقي يمثل الشريك الضروري للعمل المنجز، في حين يشير مفهوم التلقي إلى مختلف التجسيدات المتتابعة للعمل، وبالتالي فإنّ أي عمل كان ما هو إلاّ جهداً مشتركاً بين الكاتب والقارئ (المتلقي بصفة عامة)، وهذا ما يؤكده "Robert escarpait" بقوله: «إن العمل الأدبي هو نتيجة نشاط الكاتب والقارئ من خلال التفسيرات والتأويلات التي ينشئها الجمهور المتلقي» (بخوش، بلا تاريخ، صفحة 66)

إن دراسات التلقي الحديثة التي تركز على العلاقة التي يمكن أن ينشئها القارئ/ المتلقي مع النصوص الأدبية تطبق كذلك على النصوص الإعلامية من خلال صيرورة تفكيك رموزها وفهم معانيها، ونظراً للمكانة التي يحتلها هذا النموذج في الدراسات الإعلامية، فإن Daniel Dayan يلخص أهميته في مقاله: «أسرار التلقي» في النقاط التالية (شعبان، 2011، صفحة 44):

- أن المعنى لا يوجد كاملاً داخل النص، وبالتالي فإن التلقي لا يعني الاستهلاك السلبي للمعاني الموجودة في النص، وإنما للمتلقي الحق في إضفاء واستنتاج معاني جديدة.
- أن دراسات التلقي تعيد النظر في المتلقي، وذلك من خلال دوره النشط وتمتعه بقدرة تأويلية لفك رموز النص المستهلك.
- أن التلقي يحدث ضمن سياق اجتماعي يكون فيه دور المتلقي إيجابي، حيث أن المتلقي أثناء تلقيه للنصوص الإعلامية يقوم بتشكيل دلالات النص، وبالتالي فإن هذه الدلالات تشكل محور اهتمام الدارسين وليس النص في حدّ ذاته.

## اسمهان مربي

- من غير المعقول القيام بصفة آلية بفك رموز رسالة مثلما تمّ تشفيرها، لأنه يوجد هناك تباين واضح بين سياق التلقي وتعدد المدونات.

2 . 2 - من الجمهور في بيئة التكنولوجيا التماثلية إلى المستخدم في البيئة الرقمية: لقد شهدت العقود الأخيرة اهتمامًا كبيرًا بموضوع الجمهور، وهذا الاهتمام مرتبط بتطور الدراسات في مجال علوم الاعلام والاتصال، وإذا كانت الدراسات الأولى قد ركزت على صورة الجمهور السلبي، فإن المدارس الحديثة غيرت من هذه النظرة، وأصبح الجمهور يحظى بعناية خاصة في هذه الدراسات التي خلصت على أن الجمهور قادر على فرض اختياراته في تعامله مع المادة الإعلامية والثقافية حسب الاشباع التي يبحث عنها. وحسب مرجعياته الثقافية.

ويعرّف الجمهور على أنه مجموعة من الناس تجتمع لحضور ومتابعة احتفال ما أو لعبة رياضية أو عرض مسرحي أو فني، ويقال أيضا الحضور والمشاهدون، وتشركلمة جمهور على الأشخاص الذين يهتمون بعمل فكري، أدبي، فني، فهم بعبارة قراء الكتب أو الصحف أو جمهور العروض الفنية أو مشاهدو الأفلام السينمائية أو جمهور البرامج التلفزيونية، أو مستخدمو الإنترنت.

إنّ هذه التعريفات المنطبقة على الجمهور في بيئة التكنولوجيا التماثلية له خصائص التي تميّزه عن غيره ولكن هذه الخصائص التي التصقت بمفهوم الجمهور الذي واكب ميلاد وسائل الاتصال الجماهيري، يطرح إشكالا في عصر التكنولوجيا الرقمية، فما كان يطلق عليه مسمى الجمهور في السابق هم أشخاص كانوا يستخدمون وسائل الإعلام لأغراض محدّدة بشكل أساسي دون غيرها خلال فترة معينة، ثم يكفون عن استخدامها، لينصرفوا إلى ممارسة نشاطات أخرى. أما " الجمهور " في البيئة الرقمية فقد أصبح ذا علاقة دائمة بالوسيلة ولا يتوقف عن استخدامها، فهو الجيل الذي يمكن وصفه بندي القابلية على القيام بالعديد من المهام في آن واحد (العياضي، 2021، صفحة 39)، لهذا فإن الباحث " أليفي

البيئة الرقمية

دونات" يقترح الاستعانة بمفهوم الاستخدام لدراسة جمهور الميديا الرقمية لأن هذا الأخير أصبح مستخدماً نظراً للعدّة الرقمية التي تدعوا 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 (العياضي، 2021، صفحة 42).

يعرّف سيرج برولكس Serge Proulx الاستخدام الاجتماعي على أنه " أنماط استخدام فردية أو جماعية (طبقات، أصناف، أقسام) التي تكون مستقرة نسبياً على مدى زمني طويل في منظومة اجتماعية واسعة (مجموعات، تجمعات، مجتمعات) (Proulx, 2005, p. 9). أما لacroix La croix فيرى أن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط استعمال تبرز بشكل كاف من خلال التكرار تحت شكل عادات مدمجة بشكل تام في الحياة اليومية تفرض نفسها في الممارسات الثقافية الموجودة مسبقاً والتي يتم إعادة إنتاجها تقاوم كممارسات خاصة تقترب من الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها (4, p. millerand, 2008). كما تركز سوسيولوجيا الاستخدام على تحليل ومعالجة وتفسير علاقة المستخدم بالتقنية وتوقّف فهمًا مفصلاً لكيفية ظهور المعاني الاجتماعية والثقافية في سياقاتها (137, p. Vidal, 2012). وبالتالي فإن مفهوم الاستخدام يشير إلى تلك العلاقة بين التكنولوجيا والأفراد التي تنشأ من خلال الفعل الذي تحدّثه التقنية في البيئة الاجتماعية والثقافية، ولذلك يلاحظ أن معظم البحوث اليوم أصبحت تولي اهتماماً بمسار هذه العلاقة التفاعلية (التكنولوجيا، الأفراد) على اعتبار أن الأدوات والوسائل التقنية لا تقاس بمعناها المادي في المجتمع فحسب، بل هي انعكاس لممارسات اجتماعية وثقافية تفرزها هذه الأخيرة في المجتمع.

لقد أشار ميشال دو سيرتو De Certeau Michel بقدرته المستخدمين كأفراد على الاستقلالية والحرية، إذ حاول فهم الميكانيزمات التي من خلالها يصبح الأفراد

## اسمهان مربي

فاعلين ومستقلين في سياق مجموعة واسعة من الممارسات اليومية، كما ساهمت الدراسات الثقافية في تعميق مفهوم المستخدم حيث أثبتت هذه الأخيرة أن الانحرافات الموجودة في تأويل الرسالة تتسبب فيها العوامل الاجتماعية والثقافية المكوّنة للنظام الثقافي السائد (القروي، 2020، صفحة 172). إذ يرى Chambat أنه لا يمكن اختزال الاستخدام فقط في مستخدم يواجه آلة فالعلاقة بالتقنية ليست علاقة آلية محضة، بل هناك بعد اجتماعي.

إن مفهوم الاستخدام يقودنا حتمًا إلى الحديث عن تيار سوسولوجيا الاستخدام أو نظرية المبتكرات التي ظهرت في ثمانينات القرن الماضي، والتي سعت إلى فهم كيف يتصرّف المستخدم مع العدة التكنولوجية فقد ساهمت العديد من المقاربات في تشكيل هذا التيار أولها مقارنة الاستخدامات والاشباع، التي اعتبرت الفرد فاعلاً نشطاً يختار وينتقي المضامين الإعلامية التي تشبع رغباته وحاجياته مما أدى إلى انتقال البحث من التأثير إلى التلقي بطرح التساؤل ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ عوض ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟. وقد بدأت هذه البحوث في الدراسات الأنجلوساكسونية من التيار الوظيفي سنوات الستينات، أما عن بداية البحث في الاستخدام الاجتماعي فقد بدأ مع انتشار الأدوات الاتصالية في فرنسا وزاد أكثر مع ظهور تكنولوجيات المعلومات والاتصال، حيث اهتمت هاته المقاربة بوصف العلاقة التي تربط الفرد بالتقنية أين تحوّل الاهتمام بالفرد المستخدم النشط وتحوّل التساؤل من ما تأثير التقنية على الفرد؟ إلى ماذا يفعل الفرد بالتقنية؟.

كما لعبت المقاربات السوسولوجية الجديدة التي تأسست بعد سنة 1968، دورًا هامًا في تشكيل تيار سوسولوجيا الاستخدام في فرنسا كتيار الاستقلالية الاجتماعية والتي اهتمت بالتحوّلات المجتمعية كتقويض الهياكل التقليدية وتفكك الإيديولوجيات، وظهور قيم جديدة وتنامي الفردانية، فقد

### البيئة الرقمية

أثبتت الدراسات أنه مع انتشار الحواسيب المحمولة وتطور التقنيات الرقمية وانتشار القنوات الإعلامية تحول الاستخدام إلى تعزيز المبادرة وتعبير عن تفضيلات فردية وحرية شخصية، وأكثر منه تأثير الوسيلة وهو ما قلل من هيمنتها. كما بينت الأبحاث أن الأفراد يمتلكون هذه الأدوات لأغراض التحرر الشخصي أو الإنجاز في العمل أو لأغراض المؤانسة، وبالتالي من مكتسبات البحوث حول الاستقلالية الاجتماعية ظهور ما يعرف بالمستخدم الفاعل المستقل، وأن الفرد يكتسب أدواته من أجل التوجيه الذاتي لفعل الاستخدام (القروي، 2020، صفحة 172).

لقد كان لدراسات التلقي التي تناولناها سابقا الأثر الكبير في تشكيل سوسيولوجيا الاستخدام، هذا بالإضافة إلى الدراسات الثقافية التي ساهمت في تعميق مفهوم الاستخدام بدراسة ثقافة المجتمعات الصناعية المعاصرة، فالاستخدام يتأثر بعوامل اجتماعية وثقافية مشكّلة النظام الثقافي المهيمن، وحسب هذه المدرسة فإن استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال هو عملية نشطة تنطوي على لحظات المسيرة، لحظات التقاطع، لحظات للتلاقي، وأخرى للافتراق، لحظات الرضا، ولحظات الرفض وقد ينتهي الاستخدام باعتناق اتجاهات أو مواقف أو حتى قيم جديدة (سوقال، 2017، صفحة 192).

إن المقاربة السوسيوثقافية التي اقترحها الباحث فليشي Patrice Flichy ساهمت هي الأخرى في تشكيل تيار سوسيولوجيا الاستخدام انطلاقا من أن كل نشاط تقني يندرج ضمن إطار مرجعي سوسيوثقافي، أي في إطار يمكن من فهم الظواهر التي نعيشها، ومن تنظيم أفعالنا الخاصة، ويقترح فليشي ضرورة التمييز بين مكونين للتقنية التشغيل والاستخدام اللذين يشكلان وجهين لحقيقة واحدة. يحدّد إطار التشغيل مجموع المعارف والمهارات المستخدمة أو التي يمكن استخدامها في النشاط التقني، أما إطار الاستخدام فهو النشاط الفعلي

### اسمهان مربي

للمستخدم ويتلاءم مع الطريقة التي تستخدم فيها المادة التقنية في الواقع الاجتماعي، ذلك أن المادة التقنية يمكن أن تستخدم بطرق مختلفة من قبل المستخدمين (بوكروخ، التلقي في الصحافة والاعلام، 2011، صفحة 151).

**3 . دراسات الجمهور: من التلقي إلى سوسيولوجيا الاستخدام:** لقد عرفت دراسات الجمهور تطورًا ملحوظًا، حيث تعددت المقاربات التي تهتم بدراسته بدءًا بمقاربة التأثير إلى التلقي وصولاً إلى دراسات سوسيولوجيا الاستخدام، وذلك توازنًا مع التطور الحاصل في وسائل الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ولمعرفة الرهانات الحالية لدراسات الجمهور ودراسات التلقي وسوسيولوجيا الاستخدام بصفة خاصة، لابد من التذكير بالأعمال والأبحاث المنجزة ما يقارب نصف قرن في حقل دراسات الجمهور.

**3 . 1 . أنموذج التأثير:** يعتبر هذا الأنموذج بمثابة الحلقة الأولى المشكلة لسلسلة الدراسات التي أنجزت في ميدان بحوث الاتصال، ورغم أن هذا الأنموذج قديم إلا أن الرجوع إليه أمر ضروري لفهم خلفية التنظير والتأسيس للدراسات الحديثة وما بعد الحديثة.

وينقسم هذا الأنموذج إلى مساهمات إمبريقية وأخرى نقدية، فالطرح الامبريقي ينظر للمتلقي بأنه سلبي، لا يملك القدرة على مواجهة الرسائل الإعلامية، وإنما الرسائل الإعلامية هي التي تؤثر عليه كطلقات سحرية وذلك وفق نظرية الفديفة السحرية.

أما المساهمة الثانية فتتمثل في النظرية النقدية (مدرسة فرانكورت) بزيادة كل من (أدورنو، هوركهايمر، ماركوزو) والتي تندرج هي الأخرى ضمن أنموذج التأثير.

النظرية النقدية: ترى هذه النظرية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم،

البيئة الرقمية

ولذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية التي ترتقي بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة والمهيمنة على المجتمع (مي، العبدالله، 2010، صفحة 102)

ويرى أعلام مدرسة فرانكفورت أن ما تقدمه وسائل الإعلام هو عبارة عن أعمال وضيعة أو سنوية للأعمال الراقية هدفها إلهاء الناس عن البحث عن الحقيقة، وضربوا مثلا لذلك بالتحليل النقدي للثقافة النازية والطرق الخاصة بتعريف الثقافة الرفيعة التي أقامها هتلر وأجهزة دعايته، وبالتالي فإن هذه المدرسة رأت أن تقديم الثقافة الجماهيرية التي يقدمها وسائل الإعلام هي تدعيم للصفوية والأبوية التي تفرضها السلطة أو القوى المهيمنة على المجتمع كما يرون (أي أعلام مدرسة فرانكفورت) أنه من خلال التجارة العالمية، والثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه، وحيث تكون السلعة هي الأساس فإن الثقافة يمكن تسويقها أيضا لتحقيق الربح، وتعمل بالتالي من خلال مفهوم صناعة الثقافة على ترسيخ الأفكار الخاصة بسيطرة الطبقة المالكة أو المهيمنة على المجتمع بمفهومه الرأسمالي (طاهر، دون ذكر السنة، صفحة 142)

وهذا فإن المتلقين ليسوا فاعلين حقيقيين وإنما سلبين يتلقون المنتجات الثقافية ويستهلكونها بصفة نمطية، فالصناعة الثقافية - حسب ماركوز - أنتجت مجتمعا ذا بعد واحد، يكون الإنسان فيه تابعا، وذلك من خلال تقمصه لهذه الثقافة، وبالتالي فإن هذه التبعية تفسر نجاح المنتج الثقافي أمام الجمهور الذي في حقيقة الأمر لا يختار، لكنه معرض لسيل هائل من الرسائل التي تؤثر فيه مباشرة (ليلة، 1990، صفحة 161)

إلى جانب هذه الدراسة هناك مجموعة من الأبحاث التي تندرج ضمن أنموذج التأثير ولكن ليس تأثيرًا مباشرًا وإنما تأثيرًا غير مباشر لبعض الباحثين

## اسمهان مربي

الأمريكيين من أمثال " هيرتا هيرزوج " و " روبرت ميرتون " و " بول لازرسفيلد " و " إلهو كاتز"، حيث توصل هؤلاء إلى دحض النظرة المتشائمة لجمهور وسائل الإعلام، ومن بين الأبحاث التي شكّلت قطيعة مع أنموذج التأثير المباشر دراسة " اختيار الشعب"، إذ تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى وضع نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين: نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين:

أظهرت دراسة لازرسفيلد وبيرلسون وجوديث المنشورة عام 1944 بعنوان اختيار الشعب والتي أجريت في أعقاب حملة انتخاب الرئاسة الأمريكية لعام 1940 التي فاز بها روزفلت على الرغم من حملات الصحافة المعادية له أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهما في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام، وأن قادة الرأي يمثلون عنصرا مهما في عملية الاتصال الشخصي، ويلعبون دور الوسيط بين الأفراد ووسائل الإعلام (مكاوي و الشريف ، نظريات الإعلام، 2000، صفحة 202)، وأطلقوا على عملية سريان المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير عبر قادة الرأي اسم " تدفق الاتصال على مرحلتين ".

إن هذه الأبحاث والنظريات المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام سواء كانت إمبريقية أو نقدية، تعتبر اللبنة الأولى للدراسات المتعلقة بالتأثير إلى غاية الستينات. فالدراسات الأمريكية تركّز على دراسة أثر وسائل الإعلام على المدى القصير والبعيد مستعينة بالسياق السياسي والاقتصادي والثقافي الذي يتدخّل في تلقي الخطاب الإعلامي، أما الدراسات النقدية فتهتمّ بآليات التلاعب في عقول الجماهير.

**3 . 2 . دراسات استعمال وسائل الإعلام والإشباع :** خلال أربعينات القرن العشرين وبعد أن تأكّد الباحثون أن الاختلافات الفردية والاجتماعية تؤثر على قدرة وسائل الإعلام على إحداث تأثير في الجمهور، ظهرت رؤية جديدة حول العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وبدأ التحول من النظر إلى الجمهور كمتلقي

البيئة الرقمية

سلبى إلى النظر إليه كمتلقي إيجابي، على أساس أن أفرادهم يستطيعون اختيار الوسائل والمضامين التي يريدون التعرض لها.

وتقوم هذه النظرية على الأبعاد التالية:

- افتراض الجمهور النشط.
- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام فالأفراد ليسوا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، بل أعضاء في جماعات اجتماعية وشركاء في بيئة ثقافية واحدة (مكاوي و السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 2014، صفحة 244)

- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، فالدوافع والحاجات عوامل محركة للأفراد للتخفيف من أعباء الحياة اليومية ولتحقيق التوازن النفسي الذي يساعد على الاستمرار مع الغير وتحديد سلوك الجمهور (عبد الحميد ، 2004، صفحة 217)، وبالتالي فإن استخدام وسائل الإعلام مرهون بالتباين في الحاجات بين الأفراد.

- التعرض لوسائل الإعلام، إذ أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبى احتياجاته.

- إشباع وسائل الإعلام، وفق هذه النظرية يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج يطلق عليها الإشباع.

### 3.3 - الدراسات المرتبطة بالأبعاد الرمزية والسوسيو سياسية لوسائل الإعلام:

يرتبط هذا التوجه بدراسة وتحليل العلاقة التي تربط كلا من بنية النظام السياسي والاقتصادي والأيدولوجي مع وسائل الإعلام، إذ أن الجديد الذي جاءت

## اسمهان مربي

به هذه الدراسات هو ذلك الاهتمام الذي ينصب على دراسة السياقات الاجتماعية التي يتم من خلالها تلقي الرسائل الإعلامية، وقد انبثق هذا التيار عن مركز الدراسات الثقافية المعاصرة الذي تأسس سنة 1964 في جامعة برمينغهام في إنجلترا، ويهتم هذا المركز بالأشكال والممارسات والمؤسسات الثقافية وعلاقتها بالمجتمع والتغير الاجتماعي، وكان "ريتشارد هُوغارت" "Richard Hoggart" أول مدير له، وقد خلفه في هذا المنصب الجامايكي الأصل ستيوارت هال سنة 1968، وهي نفس السنة التي عين فيها نائبا للمدير العام لليونسكو، وقد اعتمد هُوغارت في تحليله لسلوكات المتلقين على موضوع الثقافة الجماهيرية، والفكرة الأساسية التي أتى بها في كتابه "ثقافة الفقراء" تكمن في التأكيد على أنه يجب دراسة الجمهور في مختلف أشكاله وأساليبه الحياتية وذلك من خلال تحليل أثنوغرافي دقيق يساعد على معرفة كيف تنظم حياة الجماعة محل الدراسة، من أجل فهم كيف يتعامل الجمهور مع المنتجات الثقافية والتي تفرز مواقف خاصة (بن دينا بعلي، الصفحات 114-305)

من جانب آخر يعتبر نموذج "ستيوارت هال" الترميز وفك الترميز من بين أهم الأعمال المؤسسة لنظرية التلقي، فمن خلال هذا النموذج يبين لنا "هال" الطريقة التي تؤول بها الرموز المتضمنة في المواد والرسائل الإعلامية من طرف من يتلقونها (بن دينا بعلي، الصفحات 114-305)، من أجل فهم التلقي يجب تحليل سيرورة التشفير (الإنتاج) وفك التشفير (التأويل من طرف المتلقي)، كما ركز على تحليل ومعرفة العلاقات بين السلطة السياسية والاقتصادية، وكذا الأيديولوجية الموظفة من طرف وسائل الإعلام وأشكال الثقافة الشعبية (ماتلار، 2005، صفحة 122) في السياق نفسه يرى هال أن للمتلقي ثلاث مواقف مفترضة يمكن اتخاذها إزاء النص، يمكنه أن يقدم قراءة توافق مع ما أراد صاحب النص، يمكن تقديم قراءة

البيئة الرقمية

تفاوضية بحيث يوافق على عناصر المعنى المهيمن ويرفض البعض الآخر، كما يمكنه أن يتعارض مع المعنى المهيمن (شعبان، 2011، صفحة 30).

بصفة عامة يعمل الباحثون في هذا الاتجاه على محاولة دراسة رسائل وسائل وسائل الاتصال - خاصة التلفزيون - والواقع المعيش في نفس الوقت من خلال تفسير الكيفية التي تعمل من خلالها الرسائل الإعلامية والجمهور في إنتاج أنظمة للرموز والرسائل المشتركة، وذلك عن طريق تفسير بعض الأنماط السلوكية والثقافية التي يركز عليها التلفزيون وعلاقتها بالعالم المعيش.

وتعتبر الدراسات الثقافية رسائل البرامج التلفزيونية مجموعة من النصوص المعقدة التي يشارك المتلقي في فك رموزها وتشكيل معانيها، وبالتالي فإن هذه المساهمة والتي تعتبر التقليد الأساس في دراسات التلقي تنطلق من اعتبارات عدة تتمثل في التركيز على النص في حد ذاته ومختلف التأويلات التي ينشئها الفرد المتلقي نتيجة قراءته لمختلف النصوص، مما يؤكد مبدأ الاختلافات الفردية في تلقي وتفسير الرسائل الإعلامية.

**3. 4 - دراسات التلقي:** تركز نظرية التلقي على أساس أن الفهم الحقيقي للنص ينبثق من القارئ، حيث أن أي نص بما فيه النصوص الإعلامية على اختلاف أنواعها لا تكتمل أركانها إلا من خلال القراءة المتمثلة في المشاركة الفعالة بين النص والقارئ، هذا الأخير الذي يتمتع بكل الحق في إضفاء معاني للنصوص التي يتلقاها، فمن خلال فعل القراءة يستطيع القارئ أن يستخرج المعاني من النص أو استخراج ما أراد منتج النص التعبير عنه، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال تفاعل القارئ مع النص واستنطاقه والولوج إلى عوالمه المختلفة، وكذا محاولة تحليل جزئيات النص المختلفة وتفكيك شفراته لكي يعيد تفسيرها وتأويلها من جديد وفق فهمه لمضمون النص حسب مستواه الفكري والثقافي (عبد الواحد، 1996، صفحة 18).

## اسمهان مربي

ولقد استمدت دراسات التلقي إشكاليتهما انطلاقاً من السياق العام للتيارات النقدية وخاصة المدرسة الألمانية التي طورت نظرة نقدية حول علاقة النص الأدبي بالقارئ وتحول الاهتمام من جمالية التأثير على جمالية التلقي، ويلتقي أيضاً هذا الطرح مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز برمنغهام للدراسات الثقافية المعاصرة في بريطانيا، ومع ما قدمه ستيفارت هال كما قلنا سابقاً من خلال الإمساك بمؤشرات تأويل الجمهور للرسائل الإعلامية انطلاقاً من متغيرات النوع والانتماء الطبقي والاجتماعي.

وهنا لا بد أن نشير إلى أن الباحث رولان بارث هو أهم من ساهم في تثبيت فكرة الاهتمام بدراسة القارئ على حساب المؤلف الذي ظل لفترة طويلة هو الملك، فمن خلال كتابه " موت المؤلف " ركز رولان بارث على ضرورة إعطاء الحق الكامل والمطلق للقارئ في القراءة والتفسير، إذ ينبغي على سلطة المؤلف أن تزول لأنه لا بد وأن يتحرر القارئ من كل القيود، لذا لا بد من الاهتمام بالقارئ والتعرف على القراءات التي يقدمها للنصوص.

وفي هذا المجال يقول الباحث " دانيال دايان " : « دراسات التلقي لا تتكلم عن الجمهور، ولا على اسم الجمهور، هي تعطي الكلمة للجمهور » (Le Grignou, 2003, p. 3)

في نفس المجال، نجد أن من بين أهم المساهمات في دراسات التلقي أعمال الباحث البريطاني " دافيد مورلي " David Morley الذي انطلق في بحوثه من النتائج التي توصل إليها ستيفارت هال، حيث ركز على ضرورة الاهتمام بالسياق الذي تتم فيه عملية التلقي، حيث استبدل مفهوم فك الترميز بمفهوم سياق المشاهدة، وتحول مركز الاهتمام إلى عملية المشاهدة ومحاولة فهم النشاط في حد ذاته أكثر مما هو مجرد استجابة خاصة لبرنامج إعلامي خاص.

دراسات الجمهور... من التلقي في بيئة التكنولوجيا التماثلية إلى سوسيولوجيا الاستخدام في

### البيئة الرقمية

وقد اهتم مورلي في هذه الدراسة التي استعمل فيها المنهج الاثنوغرافي بالتفاعلات بين مختلف أفراد العائلة أمام الشاشة الصغيرة في السياق الطبيعي لاستقبال التلفزيون الذي هو الفضاء المنزلي، وقد اشتملت الدراسة 18 عائلة انجليزية مكونة من شخصين بالغين وطفلين، ينتمون في أغلبيتهم للطبقة العاملة وهو الملاحظين والمستجوبين وكان الهدف الأساسي لمورلي في هذا البحث هو اكتشاف الاختلافات بالنسبة لكل عائلة، ولكن أيضا بين العائلات في حد ذاتها في سياق المشاهدة التلفزيونية من جهة أخرى، واهتم من جهة أخرى بسلطة الاختيار بين الجنسين، علما أنه لم يهمل إطار التحليل لبنية الجمهور على مستوى الطبقة والتعليم والأيدولوجية التي يعتنقها الأفراد، حيث اعتبر الطبقة الاجتماعية عاملا أساسيا يؤثر بطريقة مباشرة في كيفية المشاهدة ومختلف التأويلات التي يتوصل إليها الأفراد (قسايسية، 2012، صفحة 94):

وبهذا فقد درس مورلي كيفية استهلاك الجمهور للتلفزيون وذلك في إطار اجتماعي - تقني وثقافي واسع، من خلال فهمه للتعقيد الذي تتسم به ظاهرة التلقي انطلاقا من طريقة تعامل كل عائلة مع التكنولوجيا المنزلية ومختلف التأويلات التي تصاحب سياق المشاهدة (قسايسية، 2012، صفحة 95):

وفي هذا الصدد كتب ستيوارت هال "Stuart Hall" في مقدمة كتاب " دافيد مورلي " David Morlry " التلفزيون العائلي، السلطة الثقافية والترفيه المنزلي، يقول: «إن التصورات الفردية للمشاهد، وللجمهور، وحتى للتلفزيون ذاته قد ارتحلت . نهائيا على الأقل حسب ما تمناه - بفضل التشديد على الاختلافات والمتغيرات، وإن خريطة التغيرات ناتجة عن العوامل التي تعمل في السياقات الاجتماعية للتلقي التي شرع مورلي في إنجازها، وإن ما تكتشفه هذه الخريطة، بصفة عامة، هو التفاعلات الرقيقة بين المعنى، والمتعة، والاستخدام والاختيار» (ماتلار، 2005، صفحة 163).

## اسمهان مربي

ومن أهم الدراسات التي رصدت الاستخدام المنزلي لوسائل الإعلام الحديثة، تلك التي قام بها الباحثان سيرج برولكس Serge Proulx و ماري فرانس لابرغ Marie France Laberge بعنوان الحياة اليومية والثقافة المنزلية وبناء الهوية العائلية والتي أجريت في مقاطعتي مونتريال وأوتاوا بكندا، إذ يرى الباحثان أن الاستخدام المنزلي لوسائل الإعلام يسهم في تعزيز وتقوية التفاعل بين أفراد العائلة، ويسهم في بناء هوية العائلة وإرساء أسس الثقافة التلفزيونية، فالهوية الاجتماعية للعائلة لا تتكون فقط من خلال الأحداث التي تشهدها العائلة وأفرادها في مختلف مراحل حياتهم، بل من خلال استخدام وسائل الإعلام وبالتحديد التلفزيون، كما توصل الباحثان إلى استنتاجات أساسية أهمها أن التعرض للتلفزيون يسمح بمناقشة قضايا تخص أفراد الأسرة، وبالتالي فالتلفزيون يقوّي الروابط بين أعضاء الخلية الأسرية ويتجاوز إطار الاستماع (بوكروخ، التلقي في الصحافة والاعلام، 2011، صفحة 147). وبالتالي فإن هذه الدراسة أبرزت أن الجمهور لم يعد ذلك الفرد المشاهد، وإنما هو عضو في جماعة وهي العائلة المشاهدة، وبالتالي فإن ديناميكية التفاعلات تختلف من عائلة إلى أخرى حسب الخصوصيات الموجودة داخل كل عائلة، وبالمحيط الاجتماعي والثقافي عامة.

ولقد أسهم التطور الذي عرفته التكنولوجيات الحديثة في ظهور دراسات تناولت الاستخدامات اليومية للتقنيات الجديدة، من أهمها تيار سوسيولوجيا الاستخدام كتيار بحث يبتعد عن تيار النظريات الحتمية التكنولوجية ليسعى إلى دراسة ظواهر الاستخدام، حيث أن هذه الأخيرة تدرس العلاقات الاجتماعية والتقنية التي تنشأ بين الأفراد أو الجماعات الاجتماعية والأشياء التقنية، وقد اهتمت الأبحاث التي تندرج ضمن هذا التيار بتحليل دلالات الاستخدام التي تحيل إلى التمثلات والقيم التي توظف في استخدام تقنية معينة، إذا حاولت هذه الأبحاث أن تبين أن الولوج الاجتماعي للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

البيئة الرقمية

واندماجها في الحياة اليومية للمستخدم، تتوقف على دلالات الاستخدام التي يبلورها المستخدم (بوخنوفة، 2007، صفحة 35.34).

ويعتبر مفهوم التملك أو مقارنة التملك إحدى أهم المقاربات التي تثير إشكاليات في الاستخدام، فالمستخدم ليس مجرد مستهلكاً سلبياً للمنتجات والخدمات المقدّمة له، بل يأتي كفاعل وبيني استخداماته وفقاً لاهتماماته الوظيفية أو الترفيهية... فالفرد أو الجماعة تملك وسيلة ما من أجل تحقيق نتيجة معيّنة والتي تعبّر عن حاجة ما، هذه الحاجة قد تكون اجتماعية، وبالتالي فمن الممكن أن تتغير وتتحوّل من خلال بناء العلاقات داخل جماعة الانتماء، وبهذا فإن مفهوم التملك ليس مجرد الحيازة المادية للأدوات التقنية، بل هو بناء رموز انطلاقاً من مرجعية المستخدم في سيرورة معقدة (ضيف ، 2019، صفحة 214) وبالتالي نستنتج أن تملك تكنولوجيا الاتصال يهدف إلى إعطاء المستخدم سلطة الفعل وسلطة الابداع، فأفق التملك في سوسيولوجيا الاستخدام يتجلى عبر ابتكار وظائف جديدة التي لم يتصورها صانع هذه التكنولوجيات.

**4 - خاتمة:** من خلال هذه الورقة البحثية توصلنا إلى نتيجة أساسية مفادها أن دراسات " الجمهور " اليوم تحتاج إلى هذا التزاوج بين المقاربات والتيارات البحثية، فهي محتاجة لدراسات التلقي لارتكازها على فكرة جديدة تتعلق بالتفاعل الديناميكي الذي يربط المتلقي مع السيلة الإعلامية انطلاقاً من أنّ تلقي مؤسسة لها أسسها اجتماعياً وثقافياً، وبالتالي فإنّ مفهوم السياق والتأويل من أهم المفاهيم التي تعمل على فهم الجمهور المتلقي، كما يمكن الاستفادة من تيار سوسيولوجيا الاستخدام في إطار مفهوم التملك والتمثّل لدراسة هذا المستخدم لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة.

5. قائمة المراجع

Le Grignou, B. (2003). *du côté du public: usages et réceptions de la télévision*. France: Economica etudes politiques.

millerand, F. (2008). *usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation*. <http://composite.org/v1/98.1/articles/ntci1.htm>. Consulté le 07 20, 2022

Proulx, S. (2005). *Penser les usages des TIC aujourd'hui (enjeux, modèles, tendances)* (Vol. T1). Bordeaux: Presses universitaires de Bordeaux.

Vidal, G. (2012). *La sociologie des usages, continuités et transformations* (Vol. 1 edition). France: hermes science publications.

حسن عماد مكاوي ، و سامي الشريف . (2000). *نظريات الإعلام*. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

حسن عماد مكاوي، و حسين السيد ليلي. (2014). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

حنان شعبان. (2011). *تلقي الإشهار التلفزيوني*. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.

رمان وميشال ماتلار. (2005). *تاريخ نظريات الاتصال* (المجلد الطبعة الثالثة). لبنان: المنظمة العربية للترجمة.

ريم القروي. (2020). *اسهامات سوسيولوجيا الاستخدام*. قراءة مفاهيمية نظرية. *مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية*، المجلد 7 العدد 4، صفحة 172. تم

الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/120508>.

سامي إسماعيل. (2002). *جماليات التلقي*. القاهرة: دار الأعلى للثقافة.

عباس محمود عبد الواحد. (1996). *قراءة النص وجماليات التلقي*. مصر: دار الفكر العربي.

عبد القادر ضيف . (2019). *التملك الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال*، مقارنة سوسيوتقنية. *مجلة أنسنة للبحوث والدراسات*، المجلد 10 (العدد 2)،

الصفحات 208-224. تم الاسترداد من

دراسات الجمهور... من التلقي في بيئة التكنولوجيا التماثلية إلى سوسيولوجيا الاستخدام في

### البيئة الرقمية

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/105843>.

عبد الوهاب بوخنوفة. (2007). *المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات*. جامعة الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال.

علاء طاهر. (دون ذكر السنة). *مدرسة فرانكفورت من هوركايمر إلى هابرماس*. بيروت: منشورات مركز الإنماء القومي.

علي بخوش. (بلا تاريخ). *تأثير جمالية التلقي (الألمانية) في النقد الأدبي*. تاريخ الاسترداد 07 24، 2022، من [Lab.univ-biskra.dz](http://Lab.univ-biskra.dz).

علي قسايسية. (2012). *جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين*. الجزائر: دار الورسم للنشر.

علي ليلة. (1990). *موقع مدرسة فرانكفورت على خريطة النقد الاجتماعي مكانتها وإسهاماتها*. مجلة قضايا فكرية، العدد العاشر.

فاطمة بخوش، إيمان سوقال. (2017). *مقرب سوسيولوجيا الاستخدام في بحثو الاعلام والاتصال*. مجلة العلوم الاجتماعية العدد 2 ديسمبر 2017، صفحة 192.

فاطمة بن دينا بعلي. (2013). *أنموذج التلقي في بحوث جمهور وسائل الإعلام*. تم الاسترداد من <http://asjp.cerist.dz/en/article/63794>.

محمد عبد الحميد . (2004). *نظريات الاعلام واتجاهات التأثير (المجلد الطبعة الثانية)*. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.

مخلوف بوكروح. (2004). *التلقي والمشاهدة في المسرح*. الجزائر: مؤسسة فنون وثقافة .

مخلوف بوكروح. (2011). *التلقي في الصحافة والاعلام*. الجزائر: مقامات للنشر والتوزيع.

منال المزاهرة. (2014). *مناهج البحث الإعلامي*. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

اسمهان مريبي

صرالدين العياضي. (2021). ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا  
الرقمية. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/>  
182151 .