

المحاضرة السابعة: جمهور وسائط الاتصال الجديدة والاتجاهات الحديثة لدراسته

أولاً: جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة:
رأينا سابقاً بأنه يمكن تحديد جمهور الوسيلة الإعلامية حسب معايير محددة كالرسالة أو مجال النشر والبيث.. الخ، أما الجمهور في ظل الوسائط الجديدة Media New أصبحت له القدرة التواجد في كل مكان، وذلك ما أدى إلى إطلاق مصطلح آخر عليه هو "المستخدمون".

1/ تعريف جمهور "مستخدمي" الوسائط الجديدة:

تعددت التعاريف المقدمة لجمهور الوسائط الجديدة أو لمستخدمي الوسائط الجديدة ومن بين هذه التعاريف:

" مجموعة من الأفراد الذين يستطيعون متابعة وسائل الإعلام القديمة إضافة إلى استخدام التطبيقات التكنولوجية من خلال هذه الوسائط من أي مكان اعتماداً على شاشاتها، وفي أي زمن اعتماداً على الشبكات".

وقد أثريت اللغة المتخصصة بعدة مصطلحات للدلالة، من زوايا مختلفة، على واقع الجمهور الجديد التي خلقته تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، مثل الجمهور الإلكتروني (e-Audience) والجمهور عن بعد (Remote Audience) والمواطن المشبك (Netizen) في مجال السلوك الانتخابي خاصة. ولكن أحدث هذه المفاهيم الأكثر انتشاراً والتي دخلت الحقل الأكاديمي هو ما يمكن أن نسميه – الجمهور القادر على التواجد الكلي (Ubiquitous Audience) (ويشار إليه في الأدبيات الإلكترونية (u-Audience)

ويدل هذا المصطلح، على العموم، إلى الشيء الذي يبدو متواجداً في كل مكان وغالباً غير متموقع جغرافياً. وقد استعمله ماك ويزر (Mark Weiser) في نهاية التسعينات للدلالة على عالم تحيط فيه الحواسيب والتجهيزات الإعلامية بالناس وتساعدهم في كل شيء يقومون به. هذه البيئة قائمة الآن في المنزل وفي المكتب وفي الجيب، مثل الهاتف الخليوي ومذكرة الجيب الرقمية (PDA)، توفر للمستخدمين الذين يتزايد عددهم باضطراد، القدرة على الاستعلام والاتصال والتسوق والشراء والبيع ودفع الفواتير ومختلف التحويلات المالية واستشارة الأطباء والمحامين، أي القيام بالنشاطات اليومية العادية في أي مكان يتواجدون فيه وفي أي زمن، أي بدون انقطاع (Non-Stop) وهذا بفضل تطوير الواب وتكييف التكنولوجيات الجديدة مع احتياجات المستخدمين. غير أن الأبحاث التي تجريها الجامعات ومراكز الدراسات، لازالت تركز، في هذه المرحلة من تطور الواب على الجوانب التقنية للبحث عن أنجع وأقصر السبل لجمهرة (Massification) تكنولوجيات الإعلام والاتصال، أي تمكين أكبر عدد من الناس، من خلال تخفيض السعر وتيسير طرق الاستعمال، من الاستفادة من المزايا التي توفرها.

ثانياً: الاتجاهات والمقاربات الحديثة في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة

أمؤشرات نموذج جديد: "نموذج ما بعد الحداثة":

❖ الظهور وسياق التطور:

تستمد المفاهيم الجديدة المتعلقة بجمهور وسائل وسلوكياته و أبحاثه، كما هو الشأن بالنسبة لمختلف المفاهيم والدراسات الإعلامية عامة، تستمد مقوماتها أساساً من الأدبيات التي أوجدتها تيارات ما بعد الحداثة ابتداءً من القرن العشرين، وأيضاً من الأجواء التي خلقتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال المستجدة في المحيط الاتصالي المتحرك. ومن هناك، فإن حصر دلالات هذه المفاهيم المستجدة، يستدعي استحضار بعض الجوانب المناسبة في إطارها المرجعي السيميولوجي والتقني.

إن مفهوم ما بعد الحداثة (Post-modernism) تكثف استعماله منذ العقد الثامن للقرن العشرين، للدلالة على تشكيلة واسعة من التغيير في أنماط التفكير، مشيراً على العموم إلى التيارات النقدية للحقائق المطلقة والهويات في الفلسفة والفن والموسيقى أو الهندسة المعمارية أو الأدب والشعر واللغة أو التاريخ والسياسة والثقافة. وهو يعني في هذه المجالات بالذات مواقف أيديولوجية أكثر من كونه يعبر عن حقبة زمنية في تاريخ الحضارة الإنسانية، كما يشير إليه البعد التكنولوجي (Post-modernity)

وقد شاع استعمال مصطلح ما بعد الحداثة بعد دخوله، أولاً المجال، الفلسفي سنة 1979 على يد جون فرا نسوا ليوطار (Jean-François Lyotard) الذي نشر " شرط ما بعد الحداثة-La Condition Post-moderne) وهو العمل الذي نشر بالإنجليزية سنة 1984، أي أن الأدبيات الأنجلو-سكسونية بدأت تكتشف وتستعمل المفهوم في أواخر العقد الثامن من القرن الماضي.

وقد تتجلى أفكار ما بعد الحداثة المطروحة في جوانب التلقي المختلفة وفي ميادين نشر المستحدثات من خلال دراسة إبيستومولوجية للباحثة "جانب نيكولايزن (Nicolaisen, 2005) "، والنقاشات التي كانت قد جرت من قبل حول العناصر الأكثر دلالة في المفاهيم الأكثر تداولاً في أبحاث الجمهور خاصة خلال العشرية الأخيرة (1995-2005) على يد كوكبة من الباحثين منهم مورلي، كاران، فيسك وسلايتر وغيرهم من الذين لازالوا يواكبون عن قرب تطورات دراسات الجمهور.

ولئن كانت هذه الإرهاصات لا تشكل بعد أنموذجاً متميزاً، فإنها مؤشرات قوية على ظهور تيار جديد في الدراسات الإعلامية، ولاسيما دراسات الجمهور في عالم ذي حركية سريعة، يمكن أن تستقر قريباً في أنموذج يتخذ وصف ما بعد الحداثة. وحتى يمكن التعرف على إرهاصات هذه المرحلة ومؤشرات تيار الدراسات الجديد، نستعرض فيما يلي ملخصات لأهم المفاهيم المتداولة في هذه المرحلة الانتقالية من مجتمعات الحداثة إلى المجتمعات اللاحقة لما بعد الحداثة التقنية (Afterpost-Modernism) التي شكلت موضوع ملتقى في جامعة شيكاغو عام 1997.

ب- مفهوم نموذج ما بعد الحداثة:

ونعني بنموذج ما بعد الحداثة دراسات ما بعد الجمهور Post-Audience studies ونقصد به الدراسات الإعلامية حول مستخدمي الوسائط الجديدة New Media Users، هذه الوسائط التي ظهرت مع التطورات الكبيرة في نهاية القرن العشرين وخاصة في مجال التكنولوجيا إذ دخلت البشرية عصر ما بعد الحداثة ومن أهم ما يميزه ثورة المعرفة والمعلومات وانتشارها بفصل التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال " الأنترنت والوسائط الجديدة " وعليه فإن دراسات الجمهور في عصر ما بعد الحداثة مختلفة عما سبقها من بحوث فهي تتميز بتناولها دراسة جمهور مختلف، ووسائل إعلام مختلفة من حيث الخصائص والمميزات، خاصة وأن الوسائط الجديدة لم تنه وسائل الإعلام القديمة بل استطاعت إحتوائها، فظهرت الصحف الإلكترونية والإذاعة والتلفزيون عبر الأنترنت، الموصولة بالحواسيب واللوحات الإلكترونية والهواتف الذكية التي تسهل الإستخدام والتفاعل وتتجاوز الزمكان فنتج عن هذا التطور في الوسائل جمهوراً من المستخدمين ولعل أهم خصائصه:

جمهور إفتراضي لا وجود له

✓ صعوبة التعرف على سماته الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي)

✓ صعوبة تحديد مكانه

✓ تحول الجمهور من إعتبره متلقياً ألي يقوم بدوري الإرسال والتلقي

❖ التحديات التي تواجه أبحاث الجمهور في ظل نموذج ما بعد الحداثة:

ونظراً لما سبق أصبحت دراسات الجمهور منذ نهايات القرن العشرين، أمام تحديات جديدة لم تعرفها دراسات الجمهور سابقاً ومنها:

- التطور السريع الذي تشهده تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وعجز التنظير العلمي على مواكبة سرعة هذا التطور الدائم والمستمر.

- صعوبة وضع الثقة في شخصية إفتراضية هويتها الحقيقية غير معروفة

- وعليه أصبحت دراسات الجمهور في نموذج ما بعد الحداثة تتطلب ما يلي:
- تمركز العمل الجماعي ، حيث يحتاج البحث حول الوسائط الجديدة فريق بحث من تخصصات مختلفة ' علم النفس، علم الاجتماع، تكنولوجيا الحاسوب، الأنثروبولوجيا لتفسير وإعطاء الأبعاد الحقيقية للظاهرة المدروسة وصفا وتحليلا وتنبؤا
- إتفاق الباحثين حول ضرورة تجديد المقاربات النظرية التي تم توظيفها لدراسة ظواهر الإعلام والاتصال مع الوسائل القديمة وإعادة التفكير في مفاهيم جديدة
- ضرورة التجديد في مناهج البحث وتفضيل الكيفي على الكمي، خاصة المقرب الإثنوغرافي وبالتحديد الإثنوغرافيا على الخط، أو إثنوغرافيا النت،
- الوسائط الجديدة حقل دائم التشكل ما يؤدي إلى ظهور مباحث جديدة مما يتطلب التركيز على الدراسات الثقافية والأبعاد التاريخية والجيوسياسية والإقتصادية وأيضا قضايا الهوية الفردية والجماعية والإهتمام بالظواهر ذات العلاقة بالهويات الرقمية والمجموعات الافتراضية والثقافات الافتراضية.¹

ثالثا: المفاهيم المتداولة في الفترة الإنتقالية من مجتمعات الحداثة إلى مجتمعات ما بعد الحداثة

وحتى يمكن التعرف على إرهاصات هذه المرحلة، ومؤشرات تيارات الدراسات الجديدة، نستعرض فيما يلي ملخصات لأهم المفاهيم المتداولة في هذه المرحلة الانتقالية من مجتمعات الحداثة، إلى المجتمعات اللاحقة لما بعد الحداثة التقنية.

✚ مفهوم السياق المنزلي (Domestic Context)

تعتبر الاتجاهات الحديثة، المشاهدة التلفزيونية كمنشأ يومي معقد يجري في السياق المنزلي ويمارس أساسا ضمن العائلة، فالتلفزة تستقبل في سياق بالغ التعقيد والقوة. غير أن الطابع السياقي للتلفزيوني يطرح تساؤلات مؤرقة حول الكيفية التي تستعمل بها التلفزة في المنزل، وحول سلطة اتخاذ القرارات المتعلقة باختيار القنوات التلفزيونية والبرامج التي تشاهد في هذا الوسط الأسري.

إن مفهوم السياق المنزلي يسمح بالإلمام أكثر بمختلف جوانب الظاهرة، فالمحيط أو الإطار الذي تستقبل فيه الرسائل الإعلامية، خاص أوفي حضور أفراد العائلة الذين يفترض أنهم مصقولون بمطالبات هذا المحيط ذاته، يطرح التساؤل حول الكيفية التي تتحقق بها عملية الاتصال في هذا السياق "الطبيعي" نفسه الذي ينظر إليه داخل ومن خلال هذه الصيرورة، وكيف يتم داخل هذا السياق ذاته إدماج التكنولوجيات المنزلية وفي نفس الوقت تكييفها مع مستلزمات هذه البيئات وتجنيدها لتدعيمها.

تسعى أبحاث التلقي الحديثة، من خلال محاولة الإجابة على مثل هذه الإشكاليات، تطوير نموذج للاتصالات المنزلية يأخذ بعين الاعتبار نشاطات الاتصال المتنوعة التي تتعايش في وضعية المشاهدة التلفزيونية من بين تشكيلة الاستعمالات الأخرى لتكنولوجيات الاتصال والإعلام المنزلية. وينبغي أن يأخذ نموذج الاتصال المنزلي بعين الاعتبار، أيضا، أوجه التشابه والتمايز بين الأسر وفهم مكانة هذه الفروق والتمايز في فضاء الثقافة والمجتمع الواسع حيث تحدد قضايا الانتماء الطبقي والإثني والإيدولوجيا والسلطة والجوانب المادية لعالم الحياة اليومية.

يستبعد تحليل سياق المشاهدة التلفزيونية المفهوم العددي للجمهور حيث لم يعد مجرد حصيلة عددية لأفراد الأسر الذين يتابعون البرامج والحصص، وإنما أصبح ينظر إلى المتلقي كعضو ديناميكي ممارس لنشاط اتصالي رتيب في الحياة اليومية للأسرة (الجماعة). فلا ينبغي أن يستمر البحث في النظر إلى الأفراد على أساس أن آراءهم وسلوكياتهم فردية ومنعزلة عن تلك الظروف السياقية التي تتشكل فيها الأفكار وتعدل.

¹ فتية بارك: دراسات الجمهور من الصحافة إلى الوسائط الجديدة، بين النظريات القاعدية والبحث عن مقاربات جديدة، المجلة الجزائرية لبحوث الرأي العام، المجلد2، العدد1، جوان 2019، ص ص 54، 55.

كما ينبغي أن يركز تحليل السياق المنزلي على بحث الكيفية التي يتم بها إدماج (Encastre) التكنولوجيات حتى تصبح جزءاً لا يتجزأ من الديناميكية الداخلية وتنظيم الفضاء المنزلي.

✚ مفهوم التكنولوجيات المنزلية (Domestic Technologies)

على الرغم من أن دراسات الاستعمالات التكنولوجية المنزلية قد انطلقت منذ حوالي ربع قرن من الزمن، ورغم التطور الهائل في هذه التكنولوجيات، فإن فهم مكانه التلفزيون في المجتمع المعاصر لا زالت تشكل قضية هامة ضمن إطار الأبحاث الحديثة، حيث تنظر هذه الأبحاث إلى هذه التكنولوجيات كوسيلة إعلام منزلية أساساً، والتي ينبغي النظر إليها في نفس الوقت، في السياق العائلي وفي داخل السياق العام للحقائق الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي يعاد تمفصلها بدون انقطاع في السياق المنزلي. فالتلفزيون يعتبر، على الصعيدين المنزلي والوطني، الخاص والعمومي، عاملاً فاعلاً في ثقافة الاستهلاك وفي الثقافة التقنية.

غير أن التلفزيون ينبغي، على أهميته المتميزة، أن يعتبر واحداً فقط من مظاهر الثقافة التقنية، إلى جانب عدد متنامي من تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تشغل حيزاً منزلياً في السياقات الأسرية، مثل آلة تسجيل وقراءة أشرطة الفيديو، وجهاز الكمبيوتر الشخصي، والستريو، والمجيب الآلي، والو لكرمان والهاتف والراديو.

وتعني التكنولوجيا هنا، الموضوع في حد ذاته والممارسات المتولدة عنها والدلالات التي تثيرها. فالتكنولوجيا لا تتوفر فقط على قيمة مادية ولكنها تتضمن أيضاً قيمة رمزية تأخذ شكلها من خلال استعمالاتها، الأمر الذي يعطي كل الأهمية لفهم الكيفية التي يتم بها إدماجها في الحياة العائلية اليومية وفي المقابل، فهم الكيفية التي تؤثر بها الحياة العائلية اليومية في التكنولوجيات المنزلية. وبهذه الصيغة تصبح «دلالات التلفزيون، وبالتالي كل التكنولوجيات المنزلية، تضم في نفس الوقت دلالات النصوص ودلالات التكنولوجيات، وينبغي أن تفهم كخصائص مستحدثة لممارسات الجمهور المسيّقة. وينبغي أن ينظر إلى هذه الممارسات في موقعها ضمن تسهيلات ومعوقات تفاعلات المحيط الاجتماعي الجزئي في العائلة والمنزل. تصبح تكنولوجيات الإعلام والاتصال من هذا المنظور، نظاماً تقنياً ومادياً واجتماعياً وثقافياً يشمل قواعد واستعمالات وعلاقات.

✚ الديناميكية العائلية (Family Dynamism)

أدخل هذا المنظور تعديلاً هاماً على مفهوم الجمهور الذي لم يعد مجرد فرد مشاهد، ولكنه عضو في الجماعة (العائلة) المشاهدة، وأصبحت الأسرة بالتالي، هي الوحدة القاعدية بدلاً من المشاهدة الفردية. ويستهدف هذا البعد التحليلي للديناميكية العائلية، جعل الأسرة مجالاً نشيطاً للممارسات الاجتماعية التي تتأثر في نفس الوقت بالمحيط الاجتماعي والثقافي الكلي وبالخصوصيات الموجودة داخل كل عائلة التي مع الأفراد المكونين لها، لهم تاريخ خاص وعادات وتقاليد وطقوس وأسرار خاصة، تحدد درجات تفقهم أو انغلاقهم على التأثيرات الخارجية وتجعلهم أكثر أو أقل حساسية لدعوات المعلنين أو المربين أو المسلمين أو المرشدين للشراء والتعلم والترفيه والهداية.

ويعتقد ميك أندر وود (Mick Underwood, 2006) أن مراجعة الإجراءات المنهجية لدراسات الجمهور، حولت فهمنا، وبالتالي نظرنا للجمهور الذي اعتبرته الدراسات والأبحاث الأولية مجرد أفراد متأثرين بالقوى البالغة للرسائل الإعلامية قارئين للنصوص ومؤولين للصور التي تخلقها وتوزعها وسائل الإعلام، والتي جعلت جيمس كارن (Curran, 1997) على سبيل المثال يتمكن من كتابة تاريخ دراسات التلقي ويعيب على مورلي، وفيسك، وسارطو (Morley, Fiske, Certau) وغيرهم من المحللين الثقافيين المحدثين، إفراطهم في الاعتماد على مذهب «المراجعة» الجديد.

ومع ذلك، فإن طرح إشكالية الديناميكية العائلية بهذه الكيفية، يسمح بوضع إطار للتفكير قد يكون مفيداً في دراسة العلاقات الاجتماعية (العائلية في المقام الأول) التي تتم من خلال عملية استعمال مجموع التكنولوجيات المنزلية الجديدة وتأويل الرموز التي تحملها هذه التكنولوجيات ومضامين الرسائل التي تنقلها. يتم في إطار هذه العلاقات الاجتماعية من جهة، بحث مختلف أشكال الديناميكيات الداخلية للأسرة

المرتبطة بتمايز سلوك أعضائها تبعاً لاختلاف متغيري السن والنوع، ومن جهة أخرى، بحث ديناميكيات العلاقات الخارجة عن الأسرة حيث أن تأويل دلالات الرموز التي تحملها الرسائل الإعلامية والاستجابة لمضامينها، يحدد طبيعة العلاقات مع العالم الخارجي. كما

يجري في نفس الإطار تحليل طبيعة القرارات المتخذة داخل البنية العائلية والكيفية التي تتخذ بها هذه القرارات (أي عضو من أفراد العائلة يتخذ أي قرار ومتى ولماذا) وأيضاً الكيفية التي تناقش بها القضايا المرتبطة باختيار المحتوى.

إن، تمكن دراسة الديناميكية العائلية من تحليل المشاهدة و/أو الاستعمال الفردي في إطار العلاقات العائلية من خلال التفاعلات التي تحدث داخلها. ويسمح هذا السياق بتحديد العوامل الحاسمة في ممارسة المشاهدة من حيث السلطة والمسؤولية والرقابة في مكان معين وفي أوقات معينة.

ثالثاً: التوجهات الإثنوجرافية في بحوث الجمهور:

تطورت بحوث الجمهور من حيث المناهج والأدوات ، وظهرت مقتربات منهجية جديدة وأصبح الميل للدراسات الكيفية وتحديد الدراسات الإثنوجرافية "التي تمثل التوجه الجديد في المنهج الإثنوجرافي بتمثل في دراسة السلوك الاتصالي للجمهور والتفاعلات الممكنة مع الرسائل الإعلامية، التي يتلقاها من مختلف الوسائط المتوفرة في الفضاء الاتصالي الجديد الذي تشكل الأنترنت أهم وسائطه على الإطلاق ووسع مجال الثقافة التفاعلية بين الإنسان والمحيط التكنولوجي ، وهو الأمر الذي استدعى تعميم الاختبارات المنهجية الإثنوجرافية للتوجه الجديد في أبحاث الجمهور ، وهي تندرج عموماً فيما أصبح يعرف بالمنهجية الإثنوجرافية في دراسات التلقي ، حيث تستلزم تحديد إثنوغرافيا الجمهور إضافة إلى ذلك توجب إجراء تحريات علمية حول أنظمة التأويل والعمليات التي يقوم بها المتلقون وتستند خطوات البحث إلى إختلاف وحدث التحليل كالفرد بإعتباره موضوع إجتماعي وذات فردية والجماعة والعلاقات ما بين الذات المشتركة في تجربة الحياة اليومية للجماعة ويعتبر قسائسية أن تطبيق المقرب الإثنوجرافي يحتاج إلى مشاركة كلية للباحث وإفتاح ذهني ومهارات وتدريب على تقنيات الملاحظة وإستعمالها في مختلف التحقيقات الاجتماعية كما يحتاج إلى إستثمار في الوقت والجهد من أجل أن بتعود الدارس على مجال البحث والإندماج فيها إلى جانب المشاركة الكلية والملاحظة المباشرة الغير منقطعة للسلوك اليومي"¹

¹ مريم دهان: المقاربة الإثنوجرافية تعريفها، مميزاتها، تقنياتها وعلاقتها بدراسة الجمهور، مجلة تاريخ العلوم، الجزء 1، العدد 8، جوان 2018، ص40.