الوحدة الثامنة

المقاربات المفسرة لمستخدمي وسائط الاتصال الجديدة

تمهيد: بعد تبلور ملامح بيئة الوسائط الجديدة، بدأ التنظير لفهم النموذج الاتصالي الوسائطي وتفسير استخدام الوسائط في البيئة الرقمية، وأوجه استخدامات الكومبيوتر في هذا النظام المعلوماتي الجديد، وتركزت هنا معظم المداخل على فهم استخدام الوسائط الجديدة بناء على النماذج الاتصالية السابقة له والنظريات الاتصالية التقليدية، وشارك في وضع تصوراتها أساتذة إعلام وغيرهم من الذين يعملون في مجالات ذات صلة بالتطبيقات التكنولوجية.

وحتّى الوقت الحاضر، لا يوجد ما يسمى نظريات استخدام الوسائط الجديدة أو نظريات مستخدمي الوسائط الجديدة بل يوجد ما يعرف بمداخل الإعلام الجديد أو المقاربات المفسرة لاستخدام ومستخدمي الوسائط الجديدة، كما أنّ الباحثين وأساتذة الإعلام والاتصال يستخدمون في أبحاث ودراسات الإعلام الجديد نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري المتعارف عليها، مع الأخذ بعين الاعتبار الأساليب الجديدة في الاتصال وتوظيف هذه النظريات بما يخدم وسائط الإعلام الجديدة، ومن المقاربات المفسرة لمستخدمي الوسائط الجديدة نجد:

1- المقاربة التشاركية للقضاء العمومي: برزت التشاركية كتيار فكري جديد منبثق بالأساس من أعمال الفيلسوف الألماني هابرماس وأطروحته حول تشكل الفضاء العمومي، ذلك أن استخدام الوسائط الجديدة أوجد فضاء كبيرا ومهما يمكّن من جمع أفكار عدد من المفكرين المهتمين بالحقل الرقمي والذين نقلوا إليه رؤيتهم المتحررة في دمقرطة وتشاركية هذه الوسائط الجديدة.

ويقترح الباحثون الذين يعتقدون أن نظرية التلقي أصبحت متجاوزة بفعل ديناميكية البيئة الرقمية استبدالها بالمشاركة، فالتفكير في الاتصال الميدياتيكي حسب الباحث Ségur يجري اليوم في إطار براديغم المشاركة التي كانت تمارس في الميديا التقليدية لكن مجال تطبيقها اتسع في الميديا الرقمية وبفضلها، [1]

ويرتبط مصطلح التشاركية بمصطلح الفضاء العمومي، المرتبط غالبا بالفيلسوف الألماني يورغن هابرماس Jorgen Habermas (1962/1989)، والذي يعتبر مصطلحا وصفيا معياريا في الآن ذاته، وهو يعين بنية تاريخية

[1] نصر الدين العياضي، **ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية**، مجلة الزهير للبحوث والدراسات الاتصالية والإعلامية، المجلد 1 العدد 1، 2021، ص44.

ظهرت في أواخر القرن 18 في أوروبا الغربية لتضع نموذجا لما يجب أن يكون عليه المجتمع المثالي أو الجيد، ويعد المفهوم من أكثر المفاهيم تداولا وانتشارا في الحقول المعرفية التي تتعاطى مع المجتمع والديمقراطية، بحيث يتصور هابرماس الفضاء العمومي على أنه مجال أو فضاء أين تتداول بضم التاء الآراء الديمقراطية ويعبر عنها ويناقشها المواطنون.

على المستوى التجريدي، يمكن أن يوصف الفضاء العمومي على أنه مجموعة من الفضاءات يمكن ولوجها مباشرة وهي ليست محصورة على شروط أي عضو، وفيها يعلق الأفراد والجماعات على مختلف المواضيع في مواجهة جمهور عريض.

وإذا كان هابرماس قد كتب عن فضاء عمومي له جذوره في الزمان والمكان فإنه من الواضح أنه علينا أن نراجع المفهوم لتكييفه أحسن مع واقعنا الوسائطي والإعلامي المتغير. فالمجال العمومي الذي نحن بصدد بنائه لا يمكن أن يتصور بضم الياء بمفهوم تقليدي فهو لا يحتل فضاء فيزيائيا كما أنه غير محدد جغرافيا، فهو يتواصل ويستمر باختلاف عبر الزمن.

في هذا الفضاء العمومي الجديد –الافتراضي– يمكن أن نلاحظ ظهور فئة جديدة من الأفراد في السنوات الأخيرة، مدعومة أو مشجعة من الفرص والضغوطات نفسها التي أهلت نظراءها القدامى أو الأوائل، والمقصود هنا التقدم في تقنيات الاتصال مقترنا بقلق عميق نابع من إعادة تفاوض التسويات الاجتماعية [2]

إن شبكة الشبكات باتت بمثابة الفضاء العمومي الرقمي الجديد بامتياز، باعتباره تعبيرا عن تصاعد مد الديموقراطية الرقمية، وتجاوزا الفضاء المادي الذي أطر "الملعب السياسي" طيلة الأزمنة السابقة لظهور الشبكة. كما أن ثنائية الفضاء الخاص والعام قد غدت في طريقها للتجاوز، بعدما تماهت مستوياتها، وتم تمييع الحدود الفاصلة فيما بين مكوناتها، فبات الويب بعدا جديدا من أبعاد الفضاء العام كما الخاص، وأضحى الأفراد كما الجماعات كما المؤسسات، مطالبين بإعادة تموقعهم بهما، وهو ما يستوجب من الفاعلين تكوينا علميا ومعرفيا عاليا، للإفادة من ذلك[3]

ويرى الباحث المصري عادل عبد الصادق مُحَمَّد أن من أبرز تجليات تأثير وسائط الجديدة على الفعل السياسي والعمومي ما يلي :

---

[2] Saddek Rabah, **Social Networking Platforms as a Virtual Public Sphere in the Arab World**, Global Media Journal Arabian Edition Fall/Spring 2012-2013 Vol. 2, Nos. 1-2, pp. 47-62

[3] يحي اليحياوي: **في إشكالية الديمقراطية الرقمية**، مقال متوفر على الرابط http://www.e-joussour.net/ar/node/2629 تاريخ الولوج 17 فيفري 2015.

أولا- تمكن الفرد من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله وذلك بالاستفادة من إمكانات الهاتف المحمول ومختلف تقنيات الاتصال بالإنترنت و مختلف الخدمات المرافقة.

ثانيا- إتاحة القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه مباشرة وبمرونة فائقة. وهذه الخاصية مهمة جدا لتمكين الجماعات شبه المتنقلة وقاطني المناطق النائية من المشاركة السياسية.

ثالثا- المشاركة الشخصية، حيث توفر الإنترنت القدرة على القيام بأعمال فردية وتطوعية غير خاضعة لأي توجيهات من جهات معينة، بل لقناعات الفرد السياسية .

رابعا- الإنترنت يمكن أن تقدم العديد من الخدمات الأساسية الحكومية بشكل أسرع و أكثر صلة بالمواطنين، والتي تعد من أسس العملية الديمقراطية، كما توفر تكاليف جمع المعلومات، وسهولة الوصول إليها، ويمكن استخدام الانترنت كأداة تعليمية وتوعوية وتنويرية في المجالات السياسية و الاجتماعية .

خامسا- تساعد شبكة الانترنت في تسهيل عملية جمع المعلومات اللازمة لمحاسبة الحكومات و مساءلتها، ونشر المواد الإعلامية التي تشكل أداة نقد للحكومات وسياستها العامة، حيث يمكن استخدام ذلك بفعالية من قبل معارضي الحكومة والمواطنين العاديين.

سادسا- يمكن أن يعمل الإنترنت كآلية للديمقراطية من خلال ما يتيحه من طرق وآلية جديدة لممارسة العملية السياسية كالتصويت الإلكتروني أو إجراء مشاورات بين كل من الناخبين وممثليهم، أو استطلاعات الرأي الالكترونية أو تكوين المجموعات والتحالفات السياسية عبر الإنترنت.

2- **مقترب اثنوغرافيا الاتصال وتفسيره لاستخدام الوسائط الجديدة:** تجدر الإشارة أن "المنهج الإثنوغرافي" الذي يقوم على جمع المعطيات : من استجوابات عميقة، ملاحظة مباشرة، والملاحظة بالمشاركة، كان قد استخدم كمنهج قديم في مجال الأبحاث الاجتماعية، فباتت أبحاث الاتصال مؤخرا تعتمد عليه في دراساتها، ولعل من أشهر الباحثين في ميدان الاتصال الذين استخدموه في أبحاثهم نذكر بعض أعمال "دافيد مورلي".

مع ملاحظة أن الأعمال الأولى المؤسسة لهذا المنهج هو عمل الباحث Richard Hoggart الذي حاول من خلاله دراسة مختلف الأبعاد الخاصة بالحياة اليومية للطبقة الشغيلة في إنجلترا ووصفها وصفا دقيقا، خاصة وأن انتشار التلفزيون في تلك الفترة أدى إلى ولوج الثقافة الجماهيرية في تلك الأوساط الشعبية، ما كرس نوعا من المقاومة لمواجهتها، علما أن عمله هذا نشر في كتاب تحت عنوان "La culture du pauvre"، كما اهتم

"رولان بارث" بالمتلقي في دراسته الشهيرة "موت المؤلف La mort de l'auteur" أين يقول فيها : "أنه ينبغي لسلطة الكاتب أن تزول تماما، أي أن الدلالة النصية لا تنبع من مؤلفه بل من علاقته بالمتلقي أو القارئ.[4]

وعودة لما ذكرناه في بداية هذه النقطة، فقد عمل David Morley على الابتعاد عن الانبهار بالنموذج السيميولوجي الذي يفترض قراءة منمّطة وموحّدة للصور، وعمل على تبني نموذج Stuart Hall المشهور في ميدان بحوث الاتصال الترميز وفك الترميز حيث يَحتلّ عمل Morley المتّصل بإثبات الطابع الفاعل للجمهور داخل الدراسات الثقافية قدرا كبيرا من الأهمية، إذ سمح للعديد من الدراسات باتخاذه كمرجعية ومنهجية لأعمالهم.

وتعد الاثنوغرافيا على الانترنت أو علم الأعراق البشرية السبراني إضافة حديثة للأدوات البحثية الموجودة ضمن النموذج التفسيري مع جذورها في "الاثنوغرافيا"، كجزء من العلوم الاجتماعية وتحديدا فرع الانثروبولوجيا، حيث ينصب تركيزه على دراسة الجماعات البشرية والثقافات. فالاثنوغرافيا على الانترنت هي منهج نوعي يستعمل لجمع البيانات في المجتمعات الافتراضية في محاولة لكشف أعمق للسلوكيات والمشاعر[5]

تنطوي الاثنوغرافيا على الانترنت كمقاربة بحثية الانغماس في الثقافة الافتراضية والملاحظة لمواقع الويب التفاعلية والمجتمعات الافتراضية عندما يتم تداول أو مناقشة القضايا المختلفة، وقد عرفها موقع متخصص في الاثنوغرافيا السيبرانية على أنها "دراسة التفاعل عبر الانترنت" بوصفها استراتيجية بحث تدرس استخدامات الانترنت والممارسات الاجتماعية عبرها وكيف ينخرط المستخدمون في علاقات شبكية فيما بينهم.

تتمثل أدوات الدراسة الاثنوغرافية الافتراضية في المقابلات الالكترونية مع المستخدمين المشاركين أو الملاحظة بالمشاركة أو دون مشاركة، كما تجرى مقابلات جماعية متعمقة باستخدام الوسائط الجديدة، أو يتم تحليل التفاعلات عبر الوسائط من خلال تحليل الصور وأنماط التواصل واللغة المستخدمة من قبل مستخدمي الوسائط وغيرها.

1- مقترب التلقي وإسقاطاته في البيئة الوسائطية الجديدة: كما سبق وأن ذكرنا في مقاربات دراسة جمهور وسائل الإعلام برزت الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور والتي اهتمت

---

[4] نصر الدين بوزيان، محمد زكريا خراب، **سوسيولوجيا التلقي التلفزيوني: تطور المفاهيم وتقاطع التخصصات**، أعمال الملتقى الرابع للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال، مستغانم الجزائر، ماي 2018، ص54.

[5] زينب خلالفة، **الاثنوغرافيا على الانترنت: السبيل لفهم المجتمعات الافتراضية**، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 2، 2022، ص88.

ب"عملية التلقي" باعتبارها عملية بناءٍ للمعاني يضفيها المتلقي على الرسائل الإعلامية، بمعنى التعرف على الكيفية والطريقة التي ينتج من خلالها أفراد الجمهور معانيهم الخاصة من خلال تفسير وتأويل الرسائل الاتصالية، بناء على خلفيات اجتماعية وثقافية واقتصادية ومخيال ثقافي وإعلامي يجعل من عملية تلقي الرسائل الإعلامية صيرورة نشطة ومعقدة تمنح السلطة الأكبر للمتلقي على حساب مرسل الرسالة، ففي مقابل سلطة الوسيلة أو سلطة النص ركزت دراسات التلقي على "سلطة المتلقي" الذي يقوم بفك شيفرات الرسائل الإعلامية بصفته الفاعل الحقيقي في إنتاج الدلالات.[6]

وبالنظر إلى التحولات التي أحدثتها بيئة الاتصال الوسائطي على المنظومة الإعلامية برمتها، والتي أصبغتها بطابع افتراضي يختلف عن المنظومة الاتصالية التقليدية بكونه يفتح المجال واسعا لاتصالات شبكية متعددة الاتجاهات يتحول فيها وعبرها الفرد باستمرار بين موقعي الإرسال والتلقي بصفتها فضاء جماعيا تشاركيا تنصهر فيه عناصر العملية الاتصالية ويشترك المستخدمون في إنتاجه، وهو بهذا المعنى أنموذج تواصلي جديد لا يتعلق بعملية بث مركزية إنما يتفاعل الكل داخله ويسهم كل فرد (مرسل/مستقبل) في اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي.

إن الاطلاع على بعض البحوث التي تناولت عملية التلقي الإعلامي عبر الحوامل الرقمية المتعددة يحفّز على التفكير في فاعلية نظرية التلقي الإعلامي في دراسة الجمهور في بيئة الويب 2 العابرة للثقافات من خلال النقاط التالية:

- يُعتقد أن حدود نظرية التلقي الإعلامي تتجلى أكثر في بيئة الويب لأنها تسعى إلى توضيح العلاقة الملتبسة التي تجمع القارئ بالنص، لكن مكانة هذا النص تراجعت لصالح العدة التقنية، تبدو هذه الحجة مقنعة على الرغم من أن الباحث دافيد مورلي الذي يعتبر من رواد نظرية التلقي لم يركز في بحوثه على قناة تلفزيونية بعينها أو على برنامج تلفزيوني محدد، مثلما فعلت العديد من بحوث التلقي الإعلامي، فقد اهتم مورلي بالتلفزيون كعدة تقنية وصك جملة من المفاهيم مثل: التكنولوجيا العائلية والديناميكية العائلية...والتي مكّنته من منح قيمة اجتماعية وثقافية وتواصلية للتلفزيون في السياق المنزلي العائلي، والكشف عن مكانته في الحياة اليومية لدى الأسرة البريطانية في مطلع ثمانينات القرن الماضي. لكن هذا

---

[6] عائشة لصلج، **الدراسات الثقافية ومحاولة فهم الفعل الاتصالي: مقاربة Stuart Hall نموذجا**، مجلة المعيار، جامعة تيسمسيلت، المجلد 14 العدد 1جوان 2023، ص1005.

لا يمنع من القول أن أغلب بحوث التلقي ركّزت على علاقة المتلقي بالمادة الثقافية والإعلامية ولم تهتم بالحامل –العدة التكنولوجية– إلا في حدود ضيقة.

– تستخدم نظرية التلقي الإعلامي عدّة مفهومية مستقاة من النقد الأدبي ومرتبطة بنمط الاتصال المكتوب، مثل النص والقراءة، هذه العدّة التي يُعتقد أنها فقدت أهميتها في فهم الاتصال في العصر المرئي.

– يصدق على مفهوم الجمهور ما قاله الفيلسوف الألماني Herman Ebbinghaus عن علم النفس بأنه يملك ماضيا موغلا في القدم، لكن تاريخه قصير، فقد عرف مفهوم الجمهور، الذي واكب ميلاد وسائل الاتصال الجماهيري بأنه جماعة من البشر مرئية ومعترف بها ومدركة لمرؤيتها، والتي يمكن من خلالها توقع تمظهراتها الملموسة.وقد طرح هذا المفهوم إشكالا نظريا على الدارسين، ويتمثل في معرفة متى يمكن القول أن المتفرج والمشاهد والمستمع تحولوا إلى جمهور في عصر التكنولوجيا التناظرية، ناهيك عن عصر التكنولوجيا الرقمية؟ وهل أن جمهور وسيلة إعلامية واحد أو متعدد؟ وهل ضاع القاسم المشترك في هذا التعدد؟ وهل أن الاستعمال الفردي للوسيلة وتشذّر المواد الإعلامية عبر الحوامل الإعلامية الرقمية قد وضع حدا للجمهور، إن الإجابة عن هذه التساؤلات تؤدي إلى التساؤل عن الجمهور في ظل التحولات التي تعيشها الميديا المعاصرة وتداخل الإنتاج والاستخدام.[7] فالجمهور موجود في كل مكان وفي لا مكان في الفضاء الافتراضي

إن الجمهور في بيئة الوسائط الجديدة "موجود في كل مكان ولا مكان" في الفضاء الافتراضي، لكن هل يمكن دراسته بالطريقة التقليدية؟ فما كان يُطلق عليه مسمى الجمهور في السابق هم أشخاص كانوا يستخدمون وسائل الإعلام لأغراض محدد بشكل أساسي، دون غيرها، خلال فترة زمنية معينة، ثم يكفون عن استخدامها، لينصرفوا إلى ممارسة نشاطات أخرى، أما ما يُعتقد أنه "جمهور" في البيئة الرقمية فقد أصبح ذا علاقة دائمة بالوسيلة ولا يتوقف عن استخدامها، إنه الجيل الذي يمكن وصفه بذي القابلية على القيام بالعديد من المهام في الوقت ذاته، لذا يشكك بعض الباحثين في وجود شيء اسمه جمهور الميديا في الفضاء الافتراضي، هذا على الرغم من أن الناس لا زالوا يشاهدون برامج التلفزيون التقليدي والأفلام السينيمائ

[7] نصر الدين العياضي، ماذا بقي من نظرية التلقي لدراسة البيئة الرقمية؟ مجلة الزهير، ص39.