

## التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

### Socio-Cultural Interpretation and Individual Differences: A Critical Review of Theories of Media Audience Formation

ناديا جباب<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، nanoudjebbab@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2026/07/11 تاريخ القبول: 2026/08/04 تاريخ النشر: 2026/08/10

#### ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم مراجعة نقدية للنظريات الكلاسيكية المفسرة لتشكيل جمهور وسائل الإعلام، واختبار مدى قدرتها على تفسير سلوك المستخدم في البيئة الرقمية المعاصرة. وتتناول أبرز هذه النظريات، وهي: نظرية الحدث التاريخي، ونظرية إدارة السوق، ونظرية الفروق الفردية، والنظرية الوظيفية. ونظرية التفسير السوسيوثقافي مع تحليل أسسها النظرية وحدودها في ظل التحولات التي فرضتها المنصات الرقمية و خوارزميات والذكاء الاصطناعي.

وتبين نتائج الدراسة أن الانتقال من الإعلام الجماهيري التقليدي إلى بيئة الاتصال الرقمي أدى إلى تفتت الجمهور، وظهور جماعات اهتمام متخصصة، وتعاظم دور الخوارزميات واقتصاد الانتباه في توجيه التعرض للمحتوى، مما أضعف القدرة التفسيرية لبعض النظريات الكلاسيكية. وفي المقابل، أظهرت النظرية الوظيفية والمقاربة السوسيوثقافية قدرة أكبر على تفسير السلوك الإعلامي الحديث. وتخلص

الدراسة إلى اقتراح نموذج تفسيري هجين يدمج الأبعاد التكنولوجية والسلوكية والسوسيوقافية بما يتلاءم مع طبيعة المستخدم الرقمي في عصر المنصات. كلمات مفتاحية: جمهور الاعلام، البيئة الرقمية، الفروق الفردية، التفسير السوسيوقافي.

**Abstract:**

the formation of media audiences and to examine their ability to explain user behavior in the contemporary digital environment. It addresses the most prominent of these theories, namely the Historical Event Theory, the Market Management Theory, the Individual Differences Theory, the Functional Theory, and the Socio-Cultural Interpretation Theory, while analyzing their theoretical foundations and limitations in light of the transformations brought about by digital platforms, algorithms, and artificial intelligence.

The findings of the study indicate that the transition from traditional mass media to the digital communication environment has led to audience fragmentation, the emergence of specialized interest groups, and the growing role of algorithms and the attention economy in directing content exposure, which has weakened the explanatory power of some classical theories. In contrast, the Functional Theory and the Socio-Cultural Approach have demonstrated a greater ability to explain modern media behavior.

The study concludes by proposing a hybrid explanatory model that integrates technological, behavioral and socio-cultural dimensions in a manner consistent with the nature of the digital user in the platform era.

**Keywords:** Media Audience, Digital Environmen, Individual Differences Theory, Socio-Cultural Interpretation.

## \*ناديا جباب

### 1. مقدمة

تشكل الأطر النظرية في حقل سوسيولوجيا الإعلام والاتصال الأدوات المعرفية والإبستمولوجية الأساسية لفهم السلوك البشري وتفسير طبيعة العلاقة الرابطة بين المتلقي والوسيلة الإعلامية. ولعقود طويلة، ظلت النظريات الكلاسيكية لتكوين الجمهور تمد الباحثين بجهاز مفاهيمي قادر على تصنيف وفهم دوافع الاستهلاك الإعلامي؛ غير أن هذه المنظومة النظرية نشأت وتطورت في بيئة الاتصال الجماهيري الخطي التقليدي (الصحافة المكتوبة، الراديو، والتلفزيون)، حيث اتسم المشهد بمركزية التوجيه وخطية التأثير المباشر.

ومع التحول المتسارع نحو البيئة الرقمية، وبروز سوسيولوجيا المنصات والشبكات التفاعلية المحكومة بالذكاء الاصطناعي وخوارزميات توجيه المحتوى، واجهت السوسيولوجيا الإعلامية مأزقا إبستمولوجيا (معرفيا) عميقا يتعلق بمدى كفاية وصلاحيات هذه الأطر التقليدية. لقد تشرذم الجمهور المعاصر، وتعددت مساراته ودوافعه، وتحول من رتبة "المتلقي السلبي" إلى فاعل رقمي نشط يعرف بـ "المستخدم". ومن هنا، تبرز الأهمية البالغة للقيام بـ "مراجعة نقدية" في الوقت الراهن، لا تهدف إلى إلغاء التراث النظري، بل تسعى إلى إعادة فحص واختبار تماسك وقدرة النظريات الكلاسيكية على تفسير سلوك هذا الجمهور الرقمي المتشظي والفرداني.

## إشكالية الدراسة:

انطلاقاً من هذا السياق، تبلور المشكلة البحثية للمقال في التساؤل الجوهرى التالى: إلى أى مدى لا تزال النظريات الكلاسيكية لتكوين الجمهور (مثل: الفروق الفردية، التفسير السوسيوثقافى، النظرية الوظيفية) تمتلك القدرة التفسيرية والتحليلية لفهم سلوك "المستخدم" فى البيئة الرقمية المعاصرة، وما هى حدود صمودها أو تراجعها أمام ظاهرة التشظى والفردانية؟

وينبثق عن هذه الإشكالية المركزية الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هى المرتكزات الفلسفية والمعرفية التى قامت عليها النظريات الكلاسيكية (الحدث التاريخى، إدارة السوق، الفروق الفردية، الوظيفية، والتفسير السوسيوثقافى) فى تفسيرها لتشكّل الجمهور؟

2. كيف واجهت هذه المنظومة النظرية الكلاسيكية تحديات البيئة الرقمية (تعدد مصادر الترفيه، تفتت الجمهور، وتدخل الخوارزميات)؟

3. إلى أى مدى يمكن للنظرية الوظيفية والمقاربة السوسيوثقافية تقديم إطار تفسيري راهن لفهم سلوك "المستخدم" الرقمية النشط؟

## أهداف الدراسة وأهميتها:

تكمن أهمية هذه الورقة البحثية فى كونها تقدم مراجعة أدبية ونقدية تسد الفجوة المعرفية بين جمود النص النظرى الكلاسيكى وديناميكية الممارسة الرقمية، وتهدف أساساً إلى:

• تفكيك المرتكزات المعرفية للمقاربات الكلاسيكية (السياقية، السيكلولوجية، والسوسيلولوجية)

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

• رصد الخلل الإبستمولوجي الذي أحدثته الخوارزميات واقتصاد الانتباه في هذه النظريات.

• بناء نموذج تركيبى هجين يدمج المتغيرات التكنولوجية والسلوكية والسياقية لفهم المتلقي المعاصر في مرحلة ما بعد الحداثة الإعلامية.

## 2. المرتكزات المعرفية لنظريات تكوين الجمهور الكلاسيكية

شهد حقل سوسيولوجيا الاتصال تراكما معرفيا غزيرا أفرز حزمة من الأطر والنظريات العلمية التي حاولت تقديم نموذج وصفي متكامل لبنية الجمهور وتفكيك آليات تشكّله. ولم تكن هذه النظريات مجرد طروحات عشوائية، بل انبثقت من خلفيات فلسفية وإبستمولوجية متباينة صُنفت تاريخياً وفقاً لزاوية معالجتها للظاهرة الاتصالية إلى ثلاثة مقاربات رئيسية:

### 1.1 المقاربات السياقية والتجارية (نظرية الحدث التاريخي ونظرية إدارة السوق)

تنطلق هذه المقاربة من رؤية ماكرو-سوسيولوجية واقتصادية تفسر تكوّن الجمهور بوصفه استجابة حتمية لظروف زمنية طارئة، أو كتلة مستهدفة لتحقيق عوائد استثمارية، وهو ما يتجلى في نموذجين:

#### • نظرية الحدث التاريخي (The History-Event Theory):

تعد هذه النظرية إحدى المحاولات التأسيسية الأولى لفهم نشأة الجماهير وتطورها من منظور سياقي وتطوري. ورغم اتساع طروحاتها والغموض الذي يكتنف بعض جوانبها، إلا أنها تحتفظ بقيمتها من خلال متغيرين جوهريين؛ يتعلق الأول بـ التاريخ التوالي للمؤسسة الإعلامية، حيث يبرهن مسارها على أنها نشأت وتطورت

## ناديا جباب

تاريخياً لخدمة ومخاطبة فئات اجتماعية محددة، ثم تمددت تدريجياً نحو الفضاء الجمعي العريض. بينما يتعلق المتغير الثاني بالهوية والسمعة الاتصالية التي تنجح الوسيلة (خاصة المطبوعة) في تطويرها لدى المتلقي (McQuail، 1984، p. 164) وبناء على ذلك، ترتبط هوية الجمهور تاريخياً بطبيعة الوسيلة ذاتها؛ حيث تميز جمهور الصحافة المكتوبة قديماً بسمات نقبوية وصفوية تمتلك مستويات تعليمية واجتماعية رفيعة، في حين أفرز بزوغ التلفزيون جمهوراً عريضاً عابراً للطبقات، يتحرك بدافع أساسي يبحث عن الترفيه والتسلية.

### • نظرية إدارة السوق (Market Management Theory):

تعتمد هذه المقاربة البراغماتية على تفسير تشكل الجمهور بناء على طبيعة المعروض الإعلامي وحجم التدفق الإعلاني وتأثيره في توجيه المؤسسات. وترى النظرية أن وسائل الإعلام ذات الطابع التجاري تعتمد إلى هندسة واستهداف أسواق استهلاكية محددة (وهي هنا الجماهير) بآليات غير مباشرة، معتبرة المادة الإعلامية مجرد وعاء ناقل للاستثمار الإشهارية؛ ومن ثم يصبح تحديد حجم الجمهور ونوعيته المتغير الحاسم في قياس مدى ربحية السلع والخدمات المعلن عنها (قسايسية، 2018، ص75)

وتسعى "إدارة السوق" هنا إلى استكشاف ميكانيزمات رفع معدلات المتابعة إلى أقصى حد، وهو النموذج الذي قام عليه الإعلام في المجتمعات الليبرالية (خاصة الأنجلوسكسونية) بناءً على دراسات توقعية ومسوح قبلية لطبيعة المستهلكين (قسايسية، 2018، ص76)

ويتعامل هذا المنظور مع الجمهور كفئة من المستهلكين المنفصلين لا تجمعهم روابط اجتماعية داخلية أو هوية جمعية، مؤطراً العلاقة بين المرسل

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

والمتلقي في صيغة "حسابية مادية متبادلة" تشبه المبادلات النقدية البحتة، متجاوزاً أي أبعاد أخلاقية أو معيارية

## 1.2 المقاربات السيكلولوجية والفردية (نظرية الفروق الفردية ونظرية اختلاف مصادر الترفيه)

بالمقابل، نقلت المقاربات السيكلولوجية بؤرة التحليل من الهياكل والمؤسسات إلى الذات الإنسانية والفرادة النفسية، مرجعةً سلوك التلقي إلى الحاجات الذاتية والانتقاء الواعي عبر نموذجين:

### • نظرية الفروق الفردية (Individual Differences Theory):

تندرج هذه النظرية ضمن أطر "تلبية رغبات المتلقي"، وتفترض أن تشكل الجمهور وتمايزه هو نتاج لخيارات واعية يقوم بها حشد واسع من الأفراد بناءً على تباين عاداتهم الذهنية، وقيمهم، ومهاراتهم الإدراكية، حيث يجب أن يحصل المتلقي على ما يريده وفقاً لآليات العرض والطلب والمنافسة (ماكويل، 2015، ص. 755)

وتعود جذور هذا الطرح إلى مطلع القرن العشرين مع تطور دراسات التعلم السيكلولوجي التي أثبتت تميز الشخصية البشرية بفرادة تشبه تميز بصمات الأصابع.

وعندما تخلص علماء النفس عن الحتميات البيولوجية والغرائز المتوارثة، اتجهوا نحو تفسير السلوك بناءً على المكتسبات البيئية وعمليات التعلم المتباينة (الحميد، 2012، ص. 55) وبتطبيق ذلك على الحقل الاتصالي، ثبت أن أفراد الجمهور ليسوا كتلة متناغمة تستقبل الرسائل بنمط موحد؛ بل برز "مبدأ الإدراك الانتقائي"

### ناديا جباب

كألية محورية تختار بموجبها الشرائح البشرية المضامين وتفسرها بطرق متنوعة، بل وتتجنب بعضها بوعي تام، مما يجعل من الجمهور فاعلا "عنيدا" وتحصناً نسبياً أمام التأثيرات الميكانيكية للوسيلة (حسن، 1985، ص. 118).

#### • نظرية اختلاف مصادر الترفيه (Diversification of Entertainment Sources):

ترتكز هذه النظرية على معيار "الاستعداد والجدوى النفعية" من استقبال المادة الإعلامية، حيث تربط تمايز الجمهور بثلاثية هيكلية حاسمة تتكامل فيما بينها بصيغة ناتج مركب: حجم وقت الفراغ، المستوى الثقافي المعرفي، والوفرة المالية (السيد، 2005، ص. 235-236) وبناء على تفاعل هذه العناصر، فإن الفئات الاجتماعية التي يتوفر لها فائض زمني واسع (وقت فراغ أطول) يقابله غالبا قدرات مالية محدودة—مثل الأطفال، النساء، والمسنين—تنزع نحو استهلاك وسائط إعلامية أقل كلفة مادية وتستغرق وقتا أطول في المتابعة والتعرض اليومي العابر للبرامج (قسايسية، 2014، ص. 117).

#### 1.3 المقاربات السوسيولوجية البنوية (النظرية الوظيفية ونظرية التفسير السوسيوثقافي)

تتوسط هذه المقاربة الطروحات السابقة عبر دمج الذات بالسياق، مرجعة سلوك عادات التلقي وتشكل الجماهير إلى أدوار البناء الاجتماعي والبيئة الثقافية الحاضرة:

#### • النظرية الوظيفية (Functionalist Theory):

تعد من أبرز نظريات "الطلب" التي تركز على الحوافز والدوافع الاجتماعية والنفسية التي تحرك الجمهور نحو الاستخدام النشط لوسائل الإعلام بغرض نيل

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

إشباعات محددة. وقد كان "هارولد لاسويل" أول من أصل للوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام عبر تصنيفها في ثلاثة أبعاد بارزة: مراقبة البيئة (وظيفة الإخبار) لتمكين المجتمع من التكيف مع التحولات، تحقيق الترابط عبر تقييم وتفسير الأحداث لتوحيد السلوك الاجتماعي، ونقل التراث الاجتماعي (التنشئة الثقافية) لتمرير القيم والعادات من جيل إلى جيل

ورغم دور هذه الإشباعات في رسم معالم الجمهور، إلا أن النظرية واجهت نقداً إبستمولوجياً حاداً لوقوعها في مأزق "الربط الآلي الأحادي" بين المضمون والوظيفة؛ إذ لا يمكن لمضمون إعلامي واحد أن يشبع حاجات متباينة أو يحل مشكلات سيكولوجية معقدة ومتباينة لجمهور واسع، ناهيك عن الضبابية الفاصلة بين رغبات المتلقي الحقيقية وما يحصل عليه واقعياً (الرحمان، 2016، ص ص. 540-548)

#### • نظرية التفسير السوسيوثقافي (Socio-Cultural Interpretation Theory):

جاءت هذه النظرية لتسد الثغرة التي خلفتها المقاربات السيكولوجية والتجارية عبر قراءة السياقات الاجتماعية والثقافية التي تؤطر الحياة اليومية للجمهور أثناء التعرض. وتفترض النظرية أن الأفراد والجماعات يميلون بطبيعتهم السوسيوولوجية إلى إيلاء الاهتمام بالمضامين الإعلامية المرتبطة بمحيطهم القريب والأشياء المألوفة لديهم، والتي تتوافق مع قيمهم الروحية والاجتماعية ولا تشكل خطراً على خطابهم الجمعي.

وتمنح هذه المقاربة أولوية قصوى لـ "محددات الزمان والمكان" في تفسير تشكّل الجمهور، معتبرة أن عملية التعرض للمحتوى هي جزء من ممارسة ثقافية

## ناديا جباب

شاملة محكومة بضوابط البيئة؛ وبناء عليه يطور الجمهور سلوكا تنظيميا تلقائيا يحكم تعرضه للرسائل من خلال منظومة التفضيل، والانتقاء، والاستبعاد التي تتماشى مع اتجاهاته ومواقفه الفكرية.

### 2. تحديات البيئة الرقمية والخلخلة الإستمولوجية للنظريات

تفرض البيئة الاتصالية الراهنة، المحكومة بمنطق الخوارزميات وصناعة المنصات، إعادة نظر جذرية في الصلاحية التفسيرية للجهاز المفاهيمي والنظري الذي تأسست عليه دراسات الجمهور الكلاسيكية. إن الانتقال من مجتمع "الاتصال الجماهيري الخطي" إلى مجتمع "الشبكات والمنصات التفاعلية" لم يعد مجرد تحول تقني في أداة التوصيل، بل هو زلزال إستمولوجي أعاد صياغة طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال والمتلقي، وهو ما يتجلى في ثلاثة تحولات بنيوية ونقدية كبرى:

### 1.2 من الجمهور المتجانس إلى "الجمهور المفتت" (Fragmented Audience)

تأسست النظريات الكلاسيكية لجمهور الإعلام (لا سيما نظريات البث الجمعي كالتلفزيون والراديو) على فرضية وجود "جمهور عام ومتجانس" يتجمع في أوقات محددة لمتابعة رسائل موحدة عابرة للجغرافيا والطبقات. غير أن وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الحديثة ألغت تماماً مركزية "الجمهور العام"، وحلت مكانها ظاهرة "التشظي الجماهيري الفائق".

وفي هذه البيئة الجديدة، تفتت الكتلة الجماهيرية الكبرى وتحولت إلى ما يعرف بـ "جماعات الاهتمام الدقيقة" أو "الجمهور الجزئي". لم يعد المستخدمون يستهلكون محتوى جمعيًا واحدًا، بل تنظموا سوسيولوجيًا في فضاءات افتراضية معزولة أو ما يطلق عليه في أدبيات الاتصال الرقمي "غرف الصدى" حيث يتجمع

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

الأفراد بناء على اهتمامات تخصصية دقيقة جداً، أو توجهات فكرية وسياسية متطابقة (سمحي، 2022، ص 45-48) هذا التفتت وضع النظريات التي تفسر تشكل الجمهور بناء على المعايير البنيوية الكبرى (كالطبقة الاجتماعية أو الهوية الوطنية الموحدة) في مأزق تفسيري حقيقي، نظراً لأن المحدد الأساسي للتجمع أصبح رقمياً واهتمامياً افتراضياً لا فيزيائياً.

## 2.2 مأزق "إدارة السوق" الكلاسيكية أمام "اقتصاد الانتباه" والخوارزميات

كانت نظرية "إدارة السوق" الكلاسيكية ترى الجمهور ككتلة من المستهلكين تشتري وتباع بناء على "معادلة الوقت مقابل المادة الإعلانية"؛ حيث تنتج الوسيلة محتوى لتجذب قراءاً أو مشاهدين، ثم تبيع وقت انتباههم للمعلنين. هذا النموذج التجاري البسيط تعرض لخلخلة عميقة في عصر سوسيولوجيا المنصات.

إن السوق الرقمي اليوم لم يعد يدار بمنطق العرض والطلب الكلاسيكي للمادة الإعلامية، بل أصبح محكوماً بـ "اقتصاد الانتباه" المدعوم بالذكاء الاصطناعي وخوارزميات التعلم الآلي. في هذا النموذج، لا تبحث المؤسسات الإعلامية والمنصات (مثل ميتا، تيك توك) عن زيادة حجم الجمهور الكلي بطرق تقليدية، بل تهدف إلى "استعمار الانتباه" وتمديد زمن البقاء الافتراضي للمستخدم عبر التوقع الآلي لسلوكه (بوزيد، 2021، ص-ص 115، 112)

المأزق الإستمولوجي هنا يكمن في أن العلاقة الحسابية لم تعد معاملة نقدية واضحة بين منتج ومستهلك؛ بل تحول المستخدم نفسه—عبر نقراته، وتفضيلاته، وبياناته الشخصية—إلى مادة خام مجانية تُغذى بها الخوارزميات، لتقوم الأخيرة بإعادة

توجيه انتباهه وصياغة خياراته بشكل آلي وقسري ناعم (بومعيزة، 2020، ص. 710)، مما يفرغ مفهوم "حرية الاختيار" التجاري من محتواه الحقيقي.

### 2.3 الفروق الفردية في عصر "الفقاعات التفسيرية" (Filter Bubbles)

تقدم نظرية الفروق الفردية الكلاسيكية تفسيراً سيكولوجياً يقوم على أن تمايز الجمهور يعود إلى الفرادة المعرفية والإدراكية لكل إنسان، وأن عملية التعلم والبيئة النفسية تجعل كل فرد يختار محتواه بطريقة مستقلة وانتقائية. تضع البيئة الرقمية الراهنة هذا الطرح أمام "مفارقة إبستمولوجية ونقدية" بالغة التعقيد:

فمن جهة، تبدو الرقمية وكأنها الذروة القصوى لتحقيق نظرية الفروق الفردية؛ حيث توفر المنصات محتوى فائق التخصيص مصمماً خصيصاً ليتناسب مع البنية النفسية والإدراكية لكل مستخدم على حدة وبشكل منفرد تماماً. ولكن من جهة أخرى، فإن هذا التصميم الآلي قاد إلى ما يُعرف بـ "الفقاعات التفسيرية". الخوارزمية، في سعيها لإرضاء المستخدم، تعزله بوحي أو بدون وعي داخل شرنقة فكرية وثقافية لا يرى فيها إلا الأفكار التي تشبهه والمضامين التي تؤكد معتقداته السابقة (Pariser، 2011، pp. 21-24).

وبالتالي، فإن الرقمية في الوقت الذي توهم فيه المستخدم باحترام فروقه الفردية وفرادته السيكولوجية، فإنها في الواقع تقيد وتلغي هذه الفروق؛ لأنها تحرمه من ميزة التنوع والتعرض للمضامين المختلفة، وتسجنه داخل قالب فكري نمطي متشابه مع أفراد فقاعته، مما يجعل "الجمهور الرقمي المعاصر" يجمع بين الفردانية المطلقة في الاستهلاك، والنمطية الفكرية الجماعية داخل الفقاعة الافتراضية المحددة له سلفاً.

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

### 3. اختبار الصمود: نحو أطر نظرية هجينة لفهم "المستخدم"

لا يعني رصد الخلخلة الإستمولوجية للنظريات الكلاسيكية إعلان "موتها المعرفي"، بل يستدعي الأمر إعادة فحص مرونتها التفسيرية، ومحاولة تكييفها لتفسير الظواهر الاتصالية المستحدثة. يتطلب فهم "المستخدم الرقمي" اليوم عدم إسقاط الأطر الجاهزة، وإنما استنطاق قدرتها على الصمود ودمجها في نماذج تفسيرية هجينة تتوافق مع سياق ما بعد الحداثة الإعلامية.

### 1.3 راهنية المقاربة الوظيفية (الاستخدامات والإشباعات الرقمية)

أثبتت المقاربة الوظيفية—لا سيما مدخل الاستخدامات والإشباعات—أنها الأثر النظري الأكثر مرونة وقابلية للتكيف مع التحولات التكنولوجية؛ نظراً لانطلاقها الأساسي من فرضية "إيجابية ونشاط الجمهور". وفي البيئة الرقمية الراهنة، انتقل المستخدم من رتبة "النشاط النسبي" الكلاسيكي إلى رتبة "النشاط الفائق والتحكم الكامل"، حيث غدا هو من يحدد وقت، ونوع، وسياق التعرض للمادة الإعلامية (الغفارن، 2019، ص15-18)

لقد تكيّفت المقاربة الوظيفية لتفسير سعي المستخدم المعاصر نحو نيل "إشباعات رقمية مستحدثة" تتجاوز الإشباعات المعرفية أو العاطفية التقليدية، ويمكن حصر أبرزها في ثلاثة أبعاد:

- إشباعات التعبير عن الذات: من خلال بناء الهوية الرقمية وإدارة السمعة الافتراضية عبر المنشورات، والتغريدات، ومشاركة التفاصيل اليومية.

### ناديا جباب

- إشباعات التفاعل الاجتماعي: عبر الانتماء إلى جماعات افتراضية مرنة تكسر العزلة الفيزيائية وتحقق للمستخدم شعوراً بالاندماج مع أقران يشاركونه الميول ذاتها (دليمي، 2020، ص. 42).
- إشباعات الهروب الرقمي: ويتجلى ذلك في التلقي الارتدادي واللامتناهي للمضامين البصرية القصيرة (كالريلز والتيك توك) كوسيلة ميكانيكية للهروب من ضغوط الواقع المعيش وصناعة عزلة اختيارية مؤقتة.

### 2.3 التفسير السوسيوثقافي كأداة لتفكيك المحتوى الرقمي

يبرهن واقع الممارسة الاتصالية الراهنة أن الفضاء الرقمي ليس بيئة معزولة عن البناء السوسيولوجي للواقع، بل هو امتداد له؛ وهنا تبرز راهنية "نظريات التفسير السوسيوثقافي". فالخوارزميات والمنصات وعلى الرغم من عولمتها التقنية، إلا أنها تظل عاجزة عن فرض معانٍ موحدة؛ إذ يتدخل السياق الثقافي والاجتماعي للمتلقي كـ "مصفاة حتمية" لإعادة تفكيك وتأويل الخطاب الرقمي (بوسعدة، 2021 ص 302، 205).

وتظهر هذه الراهنية بوضوح في سوسيولوجيا "الميمز" (Memes) والترندات العابرة للمنصات؛ فالـ "ميم" ليس مجرد فكاهة رقمية عابرة، بل هو "شفرة سوسيوثقافية مكثفة" ووحدة تفاعلية لا يمكن للمستخدم استيعابها، أو التفاعل معها، أو إعادة إنتاجها إلا إذا كان يتقاسم مع صانعيها الخلفية الثقافية، والمعارية، والتاريخية نفسها. (لعياضي، 2022، ص. 114)

يقوم الجمهور الرقمي بـ "تبيئة" (Indigenization) المضامين العالمية السائدة وإعادة صياغتها بلمسة محلية ساخرة، مما يجعل من الممارسة الرقمية آلية دفاع اجتماعي وتعبير قيحي يقع في صلب البناء السوسيوثقافي للمجتمع.

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

### 3.3 رصد الفجوة النظرية: نحو نموذج تركيبي هجين:

أدى التفرد التكنولوجي للوسائط الجديدة إلى تشكل فجوة معرفية واضحة في أدبيات الإعلام؛ فالأطر الكلاسيكية باتت تعاني من "قصور أحادي الجانب". فبينما تغفل نظريات الفروق الفردية والسياق السوسيوثقافي قوة التدخل الخوارزمي في حجب وتوجيه المحتوى، تسقط نظريات إدارة السوق من حساباتها فاعلية ونشاط المستخدم وقدرته الفائقة على التمرد والالتفاف على الرسائل التجارية.

ولسد هذه الفجوة الإستراتيجية، يطرح هذا المقال "نموذجاً تركيبياً هجيناً" يتجاوز خطية النماذج الكلاسيكية، ويقوم على دمج ثلاثة أبعاد محورية تناسب مرحلة "ما بعد الحداثة الإعلامية" (McQuail D، 2020، pp. 412-416):

1. البعد التكنولوجي الهيكلي (التحكم الخوارزمي): الاعتراف بأن الخوارزمية هي الوسيط البنيوي الجديد الذي يدير اقتصاد الانتباه ويصنع أطر التلقي (من مستلزمات نظرية السوق الحديثة).
2. البعد السلوكي الذاتي (المرونة الوظيفية): الإبقاء على فرضية المستخدم النشط الذي يبحث عن إشباعات هويتها تفاعلية وصانعة للمحتوى (من مستلزمات النظرية الوظيفية).
3. البعد البيئي التفاعلي (السياق السوسيوثقافي): فهم أن المستخدم يتحرك داخل غرف صدى افتراضية وجماعات اهتمام محكومة بخلفيات ثقافية محلية تمنح النص الإعلامي دلالاته النهائية (من مستلزمات التفسير السوسيوثقافي).

#### 4. خاتمة واستنتاجات

شكلت محاولة إعادة فحص الأطر النظرية الكلاسيكية لتكوين الجمهور في العصر الرقمي مدخلا إستمولوجيا ضروريا لفك الارتباط بين حتمية القوالب النظرية القديمة وديناميكية الظواهر الاتصالية المستحدثة. وقد كشفت هذه المراجعة النقدية والتأصيلية عن مجموعة من الاستنتاجات الجوهرية التي تجيب على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية، ويمكن حصرها في النقاط التالية:

• أفول خطية التأثير وأحادية التلقي: أثبتت الدراسة أن الانتقال من مفهوم "الجمهور الكتلة" في الإعلام الخطي إلى مفهوم "المستخدم" في بيئة المنصات قد أحدث خلخلة في عمق النظريات السياقية والتجارية (كالحديث التاريخي وإدارة السوق)؛ إذ لم يعد الجمهور مجرد متلقي مستهدف بالرسائل الدعائية ضمن علاقة حسابية بسيطة، بل تحول إلى فاعل مزدوج يُنتج البيانات ويستهلك المحتوى في آن واحد.

• مفارقة الفردانية والنمطية في عصر الخوارزميات: بينت المراجعة النقدية لنظرية الفروق الفردية أن البيئة الرقمية تقود الباحث إلى "مأزق تفسيري"؛ فبينما توهم المنصات بتقديم محتوى فائق التخصيص يحترم الفردانية السيكلوجية للمستخدم، فإنها عبر آلية "الفقاعات التفسيرية" تعزله داخل أطر نمطية فكرية مسبقة الصنع، مما يحد من حريته الانتقائية الفعلية.

• صمود المقاربات الذاتية والسياقية: أظهرت الدراسة راهنية واضحة للنظرية الوظيفية ومقاربة التفسير السوسيوقافي؛ فالأولى نجحت في التكيف لتفسير بحث المستخدم عن إشباعات رقمية تفاعلية مستحدثة (كالتعبير عن الذات والهروب الرقمي)، بينما أثبتت الثانية أن السياق الثقافي والاجتماعي للمتلقي يظل

التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

الفلتر الحاسم في منح المضامين التفاعلية (Memes والترندات) دلالتها ومعناها النهائي، متجاوزة بذلك جفاف الهندسة التقنية للخوارزميات.

تخلص هذه الدراسة إلى أن فهم "المستخدم الرقمي المعاصر" وفك شفرات سلوكه المتشظي والمفتت لا يمكن أن يتحققا بالاعتماد على نظرية كلاسيكية أحادية الجانب. ومن هنا، يقدم هذه الدراسة نموذجا تركيبيا هجيناً يتجاوز القصور المعرفي السالف ذكره عبر دمج الأبعاد التكنولوجية، السلوكية، والسوسيوثقافية، وهو ما يفتح آفاقاً جديدة تدعو إلى تجديد الجهاز المفاهيمي في سوسيولوجيا الاتصال ومواكبة ميديا ما بعد الحداثة.

## 5. قائمة المراجع:

## Bibliographie

- McQuail, D. &. (2020 ,pp. 412-416). *Media and Mass Communication Theory* . London:: (7th Edition)Sage Publications.
- McQuail, D. (1984,p. 164). *Mass Communication Theory*. London:: Sage Publications,.
- Pariser, E. (2011,pp. 21-24). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York:: Penguin Press.

## ناديا جباب

- الحميد، م. (ع. 2012)، ص. (55) جمهور وسائل الإعلام. القاهرة : دار عالم الكتب.
- الرحمان، ع. (2016)، ص. (548-540). سوسيولوجيا الإعلام والاتصال . الإسكندرية :: دار المعرفة الجامعية.
- السيد، ح. (ع. 2005)، ص. (236-235). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، . القاهرة :: الدار المصرية اللبنانية.
- الغفان، ع. (ع. 2019)، ص. (18-15) ظريات الإعلام في العصر الرقمي: تحديات المفهوم والمنهج. مجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 68، ص. 15-18
- بوزيد، ب. (م. 2021)، ص. 112، (115) اقتصاد الانتباه وسوسيولوجيا المنصات الرقمية: دراسة نقدية في تحولات التلقي. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة جيجل، المجلد 04، العدد 02، ص. 112-115.
- بوسعدة، ع. (2021)، ص. 302، (205) دراسات الجمهور والتلقي من المقاربات الكلاسيكية إلى سياق الميديا الجديدة: قراءة استكشافية في الأصول والامتدادات . مجلة آفاق علمية، المركز الجامعي لتامنغست، المجلد 13، العدد 04، ص. 205-302
- بومعيزة، (2020)، ص. (710). المقاربات النظرية الحديثة في دراسات جمهور وسائل الإعلام الجديدة. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 54، الجزء 02، ص. 710
- حسن، ح. (1985)، ص. (118). مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال. القاهرة : دار الفكر العربي.
- دليمي، ع. (2020)، ص. (42). سوسيولوجيا الجمهور الرقمي: الاستخدامات والإشباغات في بيئة الشبكات الاجتماعية. مجلة المذيع، الأكاديمية العربية للدراسات والاتصال، المجلد 03، العدد 01، ص. 42.
- سماحي، س. (2022)، ص. (48-45) تحولات الجمهور في البيئة الرقمية: من التلقي إلى التفاعلية. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد 10، العدد 01، ص. 48-45
- قسايسية، ع. (2014)، ص. (117). الجزائر :: مخبر بحوث الإعلام،.

## التفسير السوسيوثقافي والفروق الفردية: مراجعة نقدية لنظريات تشكل جمهور الإعلام

- قسايسية, ع2018), ص. (75) جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها: من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- قسايسية, ع2018), ص. (76) الجزائر: الديوان الجامعي للمطبوعات.
- لعياضي, ن. ا. (2022). ص. (114). سوسيولوجيا الثقافة الرقمية: تحولات إنتاج المعنى واستقباله لدى الجمهور المعاصر. مجلة الاتصال والتنمية، بيروت، العدد 35.
- ماكويل, د2015), ص. (755). نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري. ترجمة: أيمن باجنيد وعبير خالد، ط 6. لرياض: منتدى أسبار الدولي.