

## إشكالات دراسة تلقي المضامين الثقافية والإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة.

### Problems of studying cultural and media contents reception in the new communicative environment.

د. كمال رزوق<sup>1</sup> Dr.Kamel Rezouk<sup>1</sup>، د. عبد الله حنادر<sup>2</sup> Dr.Abdallah Hanadar<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3، Kamelrzig@gmail.com

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 3، abdou.h10@gmail.com

#### ملخص:

تواجه دراسات تلقي المنتجات الثقافية والإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة إشكالات وتحديات عدة نظرا لطبيعة هذه البيئة الكثيرة التطور والتغير، فإذا كان بإمكان الباحث في ظل البيئة الواقعية حصر المواد الثقافية والإعلامية (النصوص)، وكذا الوصول إلى المتلقين ومعرفة طبيعة تلقيهم للنصوص ومختلف التفسيرات والتأويلات التي يقدمونها ضمن السياق الاجتماعي الذي يتلقون فيه، فإن ذلك أصبح صعبا في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، نظرا لتعقدها وتطورها المستمر. إذ تشهد في كل يوم ميلاد العديد من التطبيقات والبرامج ناهيك عن إنشاء العديد من النصوص على اختلاف أشكالها (نصوص مكتوبة وصور وفيديوهات)، لقد أصبحت النصوص الاتصالية غير ثابتة يمكن أن تتعرض للإزاحة الجزئية أو الكلية، ومتشعبة تحمل العديد من النصوص لا يمكن حصرها، ناهيك عن إشكالية صعوبة الوصول إلى المتلقين نظرا لمجهوليتهم من جهة ونتيجة خاصية التفاعل التي خلقت ميزة تبادل الأدوار بين الإرسال والتلقي، فقد أصبح المتلقي حلقة منتجة ومستقبلة من جهة ثانية. يضاف إلى هذه الإشكالات صعوبة معرفة سياق التلقي الذي يعد ضروري لفهم وفك رموز مختلف التفسيرات والتأويلات التي يقدمها المتلقي للمواد الثقافية

والإعلامية. وعليه نسعى من خلال هذه الورقة توضيح هذه الإشكالات أكثر ومحاولة تقديم ما توصل اليه الباحثون من حلول بخصوصها.

الكلمات المفتاحية: التلقي؛ المضامين الثقافية والإعلامية؛ البيئة

الاتصالية الجديدة.

\*\*\*

### **Abstract :**

Studies of receiving Medias and cultural products in the new communicative environment face several problems and challenges due to the changeable nature of this environment. If a researcher can in the real environment account the cultural and information contents (texts), access to receivers and the nature of their reception of texts, and the various explanations and interpretations they provide within the social context of this reception, this has become difficult in the new communicative environment, due to its complexity and continuous development. Every day this new communicative environment witnesses the birth of many applications and programs used in the creation of many texts of all kinds (written texts, images and videos). These new kinds of communicative texts have become unstable and can be subjected to partial or total displacement, and are complex and carry many uncountable texts .In the same context, we raise also the problem of the difficulty of reaching the receivers due to their unknowingness and the possibily of interacting which created the advantage of exchanging roles between the transmitter and the receiver, this last who has become a productive and receiving point at the same time. Added to these problems, we can underline the difficulty of knowing the context of the reception process itself, which is necessary to understand and decipher the various explanations and interpretations given by the receivers of Medias and cultural products. Accordingly, we seek, through this paper, to clarify these problems more and try to present the solutions.

**Keywords:** reception; cultural and media contents; the new communicative environment.

## مقدمة

لم تعد الثورة التكنولوجية في مجال الاتصالات والرقمنة تستهدف المتلقي التقليدي الذي كان يتلقى محتويات وسائل الإعلام بمعزل عن الآخر، فسمات المجتمع الحاضر تميزه بخاصية التفاعلية، التي أحدثت طفرة في العملية الاتصالية عن المنظور التقليدي، بحيث أصبح أي فرد كيفما كان مستواه العلمي متلقيا ومتفاعلا ومشاركا في آن واحد، خاصة بعد التحولات التكنولوجية التي أفرزت ظهور شبكة الانترنت وما تشتمل عليه من مختلف التطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي التي منحت مستخدميها إلى جانب الكم الهائل والمتنوع من المضامين الإعلامية المتعددة الثقافات والايديولوجيات و اللغات، إمكانية إنشاء المضامين الإعلامية ومشاركتها والتي كانت حكرا في وقت من الأوقات للقائم بالاتصال. الأمر الذي منح المتلقي إمكانية تقمص دور القائم بالاتصال والتحول في الأدوار من متلقي إلى مرسل متى كان له ذلك. ناهيك عن إمكانية اللعب بالنصوص الاتصالية بإضافة وحذف ما يريد وقت ما يريد. الأمر الذي خلق لدى الباحثين في تلقي المضامين الإعلامية والثقافية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة إشكالات عدة منها ما هو متعلق بصعوبة الوصول إلى المتلقيين وكذا صعوبة الحصول على نصوص إعلامية واتصالية ثابتة، إلى جانب صعوبة دراسة فعل التلقي في إطار سياقه الذي يعد ضروريا لفهم وفك رموز مختلف التفسيرات والتأويلات التي يقدمها المتلقي للمواد الثقافية والإعلامية. وعليه نسعى من خلال هذه الدراسة النظرية الاجابة عن التساؤل التالي: ما هي إشكالات دراسة تلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في البيئة الاتصالية الجديدة؟ وما هي الحلول المنهجية لذلك؟.

### دراسات التلقي في ظل البيئة الاتصالية التقليدية:

لقد كان لامتدادات نظرية التلقي ذات الأصول الأدبية دور كبير في تنشيط حركة البحث في ميدان علوم الإعلام والاتصال، واخراجها هي الأخرى من حالة الركود

التي كانت تعاني منه، حيث انتقل الباحثون من الاتجاه الذي يبحث في فيما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى البحث في الاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام من خلال تحديد ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال. (بوكروخ وآخرون، 2015، ص50). فقد كان هناك اعتقاد راسخ بقوة تأثير البالغ الذي يمكن أن تمارسه وسائل الإعلام والاتصال على جمهور المتلقين كأفراد وجماعات وتوجيههم الوجهة التي ترغب فيها الجهات المؤثرة في السياسات الإعلامية في مختلف المجتمعات عبر مختلف المراحل التاريخية، هذا الاعتقاد الذي رسخته مضامين الخلاصات التي كانت قد توصلت إليها بعض الدراسات السيكولوجية السلوكية بداية من العقد الثالث من القرن الماضي وتطبيق مناهج العلوم التجريبية في مجالات العلوم الانسانية والاجتماعية منذ نهاية القرن 19. (قسايسية، 2011، ص21)

لقد حاول الاتجاه البحثي الجديد إعادة الاعتبار للمتلقى بعد أن كان ينظر إليه على أنه حلقة ضعيفة وسلبية في العملية الاتصالية يستهلك المضامين الإعلامية دون أن تكون له أي ردة فعل اتجاهها. حيث أصبح ينظر إليه على أنه متلقي نشط وفعال له دور كبير في بناء الرسالة الإعلامية. وتعود أصول هذا الاعتقاد إلى المبدأ الجديد الذي أقرته نظرية التلقي الأدبية التي أعلنت موت المؤلف ونهاية سلطته وأعطت القارئ مكانة متميزة ضمن العملية الإبداعية، فالنص حسبها ليس ذا قيمة ما لم يقرأ وما لم يكن قابلاً لقراءات متعددة، مستعصياً على أن يستهلك من قراءة واحدة. وهذا بالذات ما حاولت الاتجاهات السابقة على نظرية التلقي تزكيتها، إذ كان جهدها ينسحب إلى إبراز القيمة الفنية للنصوص في ذاتها وما تختزنه من جمالية دون الالتفات إلى جهد القارئ، فالنص في نظر هؤلاء قائم بذاته مكتمل بما يختزنه من مكونات، غير منقوص بقراءته أو مبتور بفهم، وما القارئ الا مستهلك باحث عما يريد في هذه النص الذي يكفيه حاجته. (شاوي، 2015، ص125).

وعليه وتفنيديا للنظرة التي كان ينظر بها للمستقبل، باعتباره مجرد مستهلك لا غير، ذهبت نظرية التلقي إلى القول بأن أهم شيء في عملية التواصل الأدبي هي تلك المشاركة الفعالة بين النص الذي ألفه المبدع وبين القارئ المتلقي، حيث أن الفهم الحقيقي للأدب ينطلق من وضع القارئ في مكانه الحقيقي وإعادة الاعتبار له باعتباره هو المرسل إليه والمستقبل للنص ومستهلكه وهو كذلك القارئ الحقيقي له. وهذا يحيل إلى أن العمل الأدبي لا تكتمل حياته وحركيته الإبداعية إلا عن طريق القراءة وإعادة الإنتاج من جديد، لأن المؤلف ما هو الا قارئ للأعمال السابقة وهذا ما يجعل التناص يلغي أبوية النصوص ومالكها الأصليين. (قسايسية، 2011، ص125) ومن ثم فان أي فهم للمضامين الإعلامية يقوم على التأويلات والتفسيرات التي يقدمها الجمهور.

يعرف التلقي بأنه فعل تلقي أو تسلم الرسالة الإعلامية، ويتم نهاية كل عملية اتصالية كاملة والتي يمكن أن تؤدي وظيفة اجتماعية وثقافية. (قسايسية، 2011، ص43) كما يعرف بأنه الفعل الذي يمارسه المتفرج الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والاجتماعية لتسلم وتفسير ما يقدم إليه، وتتضمن عملية التلقي معان متعددة كالإدراك والاحساس، والحكم وبناء المعنى فهو نشاط اجتماعي يخضع لتراث وثقافة المجتمع، ويكون مصاحبا لفعل التأويل الذي يفسر النصوص ويحدد معناها. (شاوي، 2015، ص 19)

أعادت إذن نظرية التلقي بافتراضاتها لجمهور وسائل الإعلام قيمته في العملية الاتصالية وبأنه عنصر فعال ونشط فيها، وقد عملت على محاولة معرفة الدور الذي يلعبه الجمهور المتلقي في فك رموز الرسائل وإضافة معاني عليها، والتي ليست بالضرورة هي نفسها معاني النصوص أي المعاني التي يقصدها القائم بالاتصال.

لقد جعلت دراسات التلقي من تجربة المشاهدة (تجربة مشاهدي السينما والتلفزيون) كأساس لتفسير آليات فهم المتلقين للنصوص والصور الإعلامية من

خلال محاولة فهم كيفية قراءة هذه النصوص من طرف الجمهور، وكذا محاولة معرفة كيف يتم تشكل هذا المعنى من خلال هذه التجربة.

وحسب دراسات التلقي فإن النصوص الإعلامية البارزة في الفيلم أو البرنامج التلفزيوني، لا تستقبل بمعنى ذاتي داخلي، ملازم له فالمعنى يولد عند التفاعل بين المشاهد والنص، أي عندما يتعرض هذا الأخير للنص. (قسايسية، 2015، ص 126) من الإسهامات التي قدمتها نظرية التلقي لتفسير عملية تلقي الجمهور للمنتجات الإعلامية، هو نقل مركز الاهتمام الذي كان يتمحور في الدراسات السابقة على المرسل ومجتمعه وثقافته إلى مرجعية المتلقي ذلك القارئ الذي يقرأ النص بثقافته ومجتمعه ومعارفه اللغوية وغير اللغوية. (شاوي، 2015، ص 133).

لقد أولت دراسات التلقي للسياق أو الإطار الاجتماعي أو المرجعي الذي يتفاعل فيه المتلقي مع وسائل الإعلام والاتصال أهمية كبيرة، لما للعوامل السياقية من تأثير كبير على الطريقة التي يشاهد بها المتلقي الفيلم أو البرنامج التلفزيوني، وتشتمل عوامل السياق على تشكيلة متنوعة من العناصر منها هوية المشاهد وظروف التعرض والتجارب القبلية لدى المشاهد وتصوراته السابقة عن نوع الفيلم وإنتاجه وحتى قضايا سياسية وتاريخية واجتماعية محيطة.

حيث عملت نظرية التلقي على وضع الجمهور، كأفراد وجماعات في سياقات تأخذ بعين الاعتبار كل العوامل التي يمكن أن تؤثر في كيفية قراءة النص وبناء معنى انطلاقاً من النص المسيق. (قسايسية، 2011، ص 126)

عرفت دراسات تلقي المنتجات الثقافية والإعلامية تطوراً كبيراً مع الأبحاث التي قدمها ديفد مورلي Morley David في منتصف الثمانينات، حيث انتقل إلى دراسة فعل التلقي بشكل أعمق في إطار المجتمعات المصغرة (الأسرة) وركز اهتمامه على محاولة فهم فعل المشاهدة (مشاهدة التلفزيون) في الفضاء المنزلي، أي فهم كيف

أن جماعة المشاهدين يستعملون عمليا وبكيفية نشيطة التلفزيون كعنصر مندمج في ثقافتهم، بمعنى كيف يؤولون محتوى الرسائل التلفزيونية انطلاقا من قيمهم الثقافية وخبراتهم وتجاربهم الاجتماعية، وكيف يشاركون في البناء الاجتماعي لمعاني المنتج الإعلامي من خلال القراءة التي يقدمونها للنصوص. وقد اعتمد ديفد مورلي في هذه الدراسة على المنهج الاثنوغرافي من خلال الاعتماد في جمع المعطيات على الاستجابات العميقة والملاحظات المباشرة والملاحظة بالمشاركة. (قسايسية، 2011، ص ص127، 128)

أسهمت وبشكل كبير تطبيقات المنهج الاثنوغرافي في مقارنة الظاهر الإعلامية وبالخصوص دراسات تلقي الأفراد للمضامين الإعلامية في ظل سياقاتها الثقافية والاجتماعية والسياسية. كما اسهمت اجتهادات ديفد مورلي في إعطاء مفاهيم جديدة مثل:

**السياق المنزلي:** يحاول هذا المفهوم تطوير نموذج للاتصالات المنزلية، وذلك بمحاولة فهم آلية الاتصال المنزلي من خلال التقرب من الإطار الذي تستقبل فيه الرسائل الإعلامية ، وفهم الكيفية التي تتحقق بها عملية الاتصال في هذا السياق الطبيعي، وكذا محاولة فهم الكيفية التي تتم بها عملية ادماج التكنولوجيا المنزلية وتكيفها مع مستلزمات هذه البيئات وتجنيدتها لتدعيمها، آخذا في الاعتبار أوجه التشابه والتمايز بين الأسر وفهم مكانة هذه الفروق والتماثل في فضاء الثقافة والمجتمع الواسع. (قسايسية، 2011، ص ص 132. 133)

**التكنولوجيا المنزلية:** ينظر هذا المفهوم إلى كل من التلفزيون وآلة التسجيل وقراءة الاشرطة والهاتف والراديو والكمبيوتر الشخصي كتكنولوجيا منزلية تتولد عنها ممارسات ودلالات في المحيط المنزلي، فالتكنولوجيا لا تتوفر فقط على قيمة مادية ولكنها تتضمن أيضا قيمة رمزية. ومن ثم يسعى هذا المفهوم إلى محاولة فهم الكيفية التي يتم بها ادماج التكنولوجيا في الحياة العائلية اليومية، وكذا فهم الكيفية

التي تؤثر بها الحياة العائلية اليومية في التكنولوجيا المنزلية. (قسايسية، 2011، ص 133)

**الديناميكية العائلية:** يسعى هذا الطرح بعد أن أجرى تعديلا على مفهوم الجمهور الذي لم يعد مجرد فرد مشاهد ولكنه عضو في الجماعة (الأسرة)، إلى تحليل المشاهدة أو الاستعمال الفردي للتكنولوجيا في إطار الأسرة أي في إطار العلاقات العائلية، وهذا لتحديد العوامل الحاسمة (المؤثرة) في ممارسة المشاهدة.

حاول البعد التحليلي للديناميكية العائلية جعل الأسرة كوحدة قاعدية للدراسة بدلا من المشاهدة الفردية. حيث جعل الأسرة مجالا نشيطا للممارسات الاجتماعية التي تتأثر في نفس الوقت بالمحيط الاجتماعي والثقافي الكلي وبالخصوصيات الموجودة داخل كل عائلة والتي يحملها كل فرد فيها، الذين لهم تاريخ وعادات وتقاليد وطقوس وأسرار خاصة تحدد درجات تفتحهم وانغلاقهم على التأثيرات الخارجية.

ويستهدف هذا الطرح دراسة العلاقات الاجتماعية القائمة داخل العائلة والتي تتم من خلالها عملية استعمال مجموع التكنولوجيات المنزلية الجديدة وتأويل الرموز التي تحملها هذه التكنولوجيات ومضامين الرسائل التي تنقلها. كما تسعى إلى بحث مختلف أشكال الديناميكيات الداخلية للأسرة المرتبطة بتمايز سلوك أفرادها تبعا لاختلاف متغيري السن والنوع، إلى جانب بحث ديناميكية العلاقات الخارجية عن الأسرة، حيث أن تأويل دلالات الرموز التي تحملها الرسائل الإعلامية والاستجابة لمضامينها، يحدد طبيعة العلاقات مع العلم الخارجي. كما يجري في نفس الإطار تحليل طبيعة القرارات المتخذة داخل البنية العائلية والكيفية التي تتخذ بها هذه القرارات. (قسايسية، 2011، ص ص 134. 135)



### 3. صعوبات دراسة تلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في البيئة الاتصالية

#### الجديدة

أسهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة في خلق بيئة اتصالية جديدة تتميز بتعدد الوسائط الاتصالية الحاملة لفيض كبير من المضامين الإعلامية المتعددة الايديولوجيات والثقافات والهويات، بيئة سمحت لجميع فئات المجتمع من الاتصال والمشاركة وبث ونشر ما يريدون عن واقعهم المعاش دون عوائق أو عراقيل. لقد خلقت هذه البيئة المتخمة بشتى المضامين الإعلامية صعوبات لدى دارجي تلقي المنتجات الإعلامية والاتصالية على مستويات عدة ومن ذلك:

أولاً: صعوبات على مستوى المتلقين (المستخدمين):

مع ظهور البيئة الاتصالية الجديدة وما صاحبها من تحولات في وسائل وأشكال الإعلام برزت أنماط إعلامية جديدة خاصة مع ظهور سمة التفاعلية في الميديا الجديدة. حيث منحت المنصات الاجتماعية حرية للجمهور في إنتاج وإرسال المضامين الإعلامية. الأمر الذي جعل جمهور المستخدمين يتحولون من حالة التلقي إلى حالة الانتاج، وهذا ما ساهم في إتاحة إمكانيات وفرص المشاركة في إنتاج الثقافة من خلال ما يسمى بالإننتاج الذاتي. (العمرى، 2019)

إن هذه الخاصية الجديدة التي منحها البيئة الاتصالية الجديدة للمستخدمين (للمتلقين)، خلقت أمام الباحثين إشكالية صعوبة التوصل إلى المتلقين وفصلهم عن القائم بالاتصال. حيث أصبحت الرسائل الإعلامية متعددة المصادر. ناهيك عن إشكالية صعوبة التوصل إلى المتلقين كأفراد نظراً لكبر حجمهم، حيث تسمح البيئة الاتصالية الجديدة لجميع فئات المجتمع المنتشرة في أصقاع العالم المشاركة في الاتصال في إطار منصة واحدة تتعدد فيها الهويات والثقافات والأطر الاجتماعية والسياسية. ومن ثم يعد التوصل إلى متلقي مضمون إعلامي ما أمراً مستحيلاً. إلى

جانبا هذا تواجه الباحثين إشكالية مجهولية هؤلاء المتلقين فأغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمون هويات مجازية ويخفون الهوية الحقيقية. على عكس متلقي وسائل الإعلام التقليدية الذين يمكن التوصل إليهم بسهولة.

### ثانيا: صعوبات على مستوى المحتوى الرقمي:

تتميز بنية البيئة الاتصالية الجديدة بالديناميكية وبالمرونة الشديدة سواء على مستوى المواقع والتطبيقات الموجودة نفسها، ففي كل دقيقة تظهر مواقع وحسابات إلكترونية. أو على مستوى المحتوى المتعدد الوسائط (صورة وصوت ونصوص). الذي يتسم بأنه في حالة تجدد وتغير شبه مستمر سواء كانت بالإضافة والتطوير أو بالحذف أو الاختفاء.

تختلف طبيعة تكوين المحتوى المنشور في منصة البيئة الاتصالية الجديدة وبخاصة في تطبيقات وسائط الاتصال الجديدة جذريا عن محتوى وسائل الإعلام التقليدية حيث تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية من حيث كونها نصوص أو مواد سمعية وبصرية. كما تتنوع فيه مستويات علاقات التناص التي تربط بين وحداته من خلال الروابط التي تمثل جزءا أصيلا من تكوين شبكة الويب، كما أنه يشتمل كذلك على بعد يرتبط بالعلاقات التفاعلية والارتباطية التي تنشأ من خلال تبادل الاتصال. (صالح، 2015)

إلى جانب هذا يتميز النص الرقمي على منصات البيئة الاتصالية بالتنوع إذ هناك النص الترابطي (hypertexte)، وهو النص الذي يستخدم النص المتفرع، والمؤثرات الرقمية الأخرى. والتي يقوم بكتابتها شخص واحد ويتحكم في مساراتها، أي لا يشاركه في عملية الكتابة أحد غيره، فهو نص يكتبه مؤلفه فقط، وقد سمي بالتفاعلي لأنه يحتوي على أكثر من مسار داخل النص وتسمح للقارئ بالاختيار بين المسارات التي يريدتها.

كما نجد النص التشعبي. وهو نص لا يكتفي بذاته، إنما يعول على الروابط التي يتواصل وإياها، فقد يكون النص في ذاته رابطاً، وقد يؤلف في مجموع مكوناته مجموعة من الروابط وهذه الروابط تكون في اتجاه واحد، حيث يقود النص لآخر وهكذا في حركة اتجاهية أو التفاضلية بالعودة لنقطة البداية، أو في اتجاهين بإدخال المتلقي في دائرة النص فيما يعرف بالنص التفاعلي. (كوراي، 2014، ص14)

إن هذه البنية غير الثابتة والمتنوعة والمتشعبة لمنصات البيئة الاتصالية ولمحتواها الرقمي خلقت أمام الباحثين إشكالية صعوبة الحصول على محتوى ثابت يمكن دراسته، حيث يمكن للمضمون الإعلامي الواحد أن يشتمل على وسائط متعددة صورة ونص، فيديو إلى جانب احتوائه على روابط عديدة. إلى جانب هذا الإشكال يواجه الباحثين إشكال عدم مصداقية الآراء والأفكار المنشورة من قبل المستخدمين أو المتلقين للمضامين الإعلامية الرقمية، والتي لا تكون في كثير من الأحيان مؤشراً دقيقاً عن الواقع الحقيقي، حيث يمكن أن تكون سلوكيات الأشخاص على تطبيقات الوسائط الجديدة-كما تعكسها كتاباتهم وتفاعلاتهم- مغايرة لما هو قائم على أرض الواقع في محاولة منهم لتقمص هويات أو سلوكيات تتماشى مع الوسط الذي هم فيه. (صلاح، 2015)

إضافة إلى ما سبق تواجه الباحثين إشكالية تنوع اللغات المستخدمة في منصات التواصل، فهي تجمع أفراداً من بيئات متنوعة، إلى جانب تنوع السياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية وحتى الأيديولوجية التي ينتمون إليها والتي تطرح إشكال صعوبة تحليل اللغات وفك رموزها نظراً لعدم القدرة على معرفة طبيعة السياق الاتصالي الذي تتم من خلاله عملية إنتاج المعنى وتداوله والتفاعل معه.

لقد حاول الباحثون تجاوز هذه الإشكالات من خلال الاعتماد على منهج الاثنوغرافيا الافتراضية، حيث تحاول الدراسة الاثنوغرافية على الخط إبراز طبيعة الاتصال والترابط البيئي والابداعات والابتكارات المتبادلة connectionness and

mutual creation ، للحياة على الخط **Life Online** والحياة خارج الخط **Life Offline** . (مخلوف بوكروح وآخرون، 2014، ص104)

من جهتها، تسعى الدراسات السيبرية "Cyberethnography" ليس فقط إلى إبراز كيف يستخدم الأفراد الإنترنت وإنما إلى الكيفية التي تجعل من خلالها تلك الممارسات للإنترنت معنى في السياق المحلي، حيث أنه يتم استعادة الفرد للأحداث الماضية- الذاكرة التاريخية- ويتمثلها في الحالية والخبرات الشخصية والجماعية في الزمان والمكان، كما أنها تسعى إلى إبراز دور الشتات والأقليات من الجماهير المستخدمة للوسائط الاتصالية الجديدة في إعادة صياغة الحدود التقليدية في بحوث الجمهور. (مخلوف بوكروح وآخرون، 2014، ص104)

وتكمن أهمية المنهج الاثنوغرافي في بحوث الإعلام والاتصال في دراسات التلقي في عنصرين وهما:

- أن هذا المنهج يأخذ بعين الاعتبار السياق الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والتكنولوجي لكل التفاعلات الاتصالية الناتجة عن الاستخدامات المختلفة للوسائط الاتصالية الجديدة بمختلف مدخلاتها ومخرجاتها، وذلك على خلاف النماذج السابقة التي اهتمت بدراسة عنصر العملية الاتصالية دون الاهتمام بدراسة السياق الذي تتواجد فيه هذه العناصر.

- يساهم هذا المنهج في تجاوز ما أسماه الفيلسوف اندري اكوان (Andre Akoun) بحدود التوجه الأمبريقي هذا الأخير الذي يؤدي اعتماده في الدراسات الاتصالية إلى إعادة إنتاج أدبيات مهندسي الاتصالات الذين يختصرون مسار الاتصال في مخطط مرسل-رسالة- مستقبل- أثر. (Sade-Beck,p06)

## خاتمة:

أسهمت دراسات التلقي في ظل البيئة الاتصالية التقليدية في إعادة الاعتبار لجمهور وسائل الإعلام والاتصال باعتباره الحلقة الأهم في تفسير وإعادة إنتاج المضامين والرسائل الإعلامية من خلال عملية التأويل التي يقوم بها. كما أولت أهمية كبيرة لسياق الاتصال وهو الإطار الاجتماعي والثقافي الذي ينتهي إليه الفرد والذي يساهم بشكل كبير في عملية قراءة النصوص الإعلامية ومن ثم المساهمة في عملية الإنتاج الاجتماعي.

غير أنه مع ميلاد البيئة الاتصالية الجديدة التي أسهمت وبشكل كبير في تطوير وإثراء المضمون الإعلامي للجماهير حيث أصبح بإمكانهم الحصول على فيض هائل من المضامين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية، ناهيك عن إمكانية الحصول على تفاصيل الأخبار والأحداث والوقائع بشكل آني، كما عملت على تخليص المتلقي من صفة الاستهلاك السلبي التي كانت تنسب إليه، وكذا ردم الهوة التي كانت قائمة بين القائم بالاتصال والمتلقيين في ظل الإعلام التقليدي. وذلك من خلال منحه إمكانية التفاعل وإبداء الرأي حول ما يتابعه من خلال ميزة التفاعلية التي تتسم بها. حيث أصبح بإمكان المتلقي أن يصبح مرسلًا وأن يساهم في عملية إنتاج المضامين، ناهيك عن تحول القائم بالاتصال إلى متلقي، في صورة تمنح الجميع إمكانية المشاركة والتفاعل.

لقد جعلت الحالة الديناميكية والمتغيرة التي تتسم بها بنية البيئة الاتصالية الجديدة دارجي تلقي المضامين الإعلامية والثقافية يواجهون إشكالات في كيفية دراسة المتلقي (الذي أصبح غير واضح) وكذا دراسة المضامين الإعلامية والاتصالية غير الثابتة، حيث برزت إشكالات على مستوى المتلقيين (المستخدمين) وإشكالات على مستوى المحتوى غير الثابت والمتشعب.

وعليه اتجه بعض الباحثين إلى استخدام الاثنوغرافيا الافتراضية كمنهج بحثي جديد يحاول دراسة التفاعلات التي تحدث بين التقنية والجمهور في سياقها من خلال الاعتماد على الملاحظة بالمشاركة من خلال مشاركة المبحوثين في منصات التفاعل. وكذا الاعتماد على المقابلة الالكترونية.

### المراجع:

- بوكروج، مخلوف واخرون.(2015). وسائط الاتصال بين الارسال والتلقي، الجزائر: مخبر بحث استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، أشغال الملتقى الوطني الاول ديسمبر 2014، ط1.
- شاوي، ليليا. (2015). أنماط تلقي جمهور مستخدمي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية-دراسة اثنوغرافية لعينة من الأسر الجزائرية جانفي 2010- جانفي 2015. أطروحة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
- عبد المجيد صلاح، مها. (2015). الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي رؤية تحليلية. المملكة العربية السعودية: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي...التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية. كلية الإعلام والاتصال. 11/10 مارس 2015.
- العمري احمد صالح، طه. (2019). البيئة الاتصالية في ظل الإعلام الجديد. على الرابط <https://www.researchgate.net/publication/333092883>
- قسايسية، علي. (2006-2007). المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر. رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر3.
- كوراي، مبروك. (2012). النص الرقمي وآليات التلقي. مجلة دراسات. العدد الثاني. ديسمبر 2012.
- Sade-Beck,Liav.Internet Ethnography: Online and Offline, [https://sites.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3\\_2/pdf/sadebeck.pdf](https://sites.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf).