

المحاضرة الثالثة : المتلقى في وسائل الإعلامالأهداف التدريسية :

- مساعدة الطالب في التعرف على مكانة المتلقى بين عناصر العملية الاتصالية .

المحتويات:

- تعريف المتلقى
- العوامل المؤثرة في فاعلية المتلقى
- المتلقى في البيئة الاعلامية الجديدة

- تعريف المتلقى :

في وسائل الإعلام يمثل عنصر المتلقى الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، باعتباره الهدف المقصود في عملية الاتصال، و عليه فإن طبيعة الجمهور وخصائصه تلعب أدورا حاسمة في إدراك معنى الرسالة و بالتالي تحدد درجة تأثيرها في الجمهور .

- العوامل المؤثرة في فاعلية الجمهور :

يمكن تصنيف مجموع العوامل المؤثرة في فاعلية الجمهور في مجموعتين رئيسيتين هما :
 . الخصائص الديموغرافية : و تشمل السن ، النوع ، مستوى الدخل ، مكان الإقامة ، ..الخ
 . الخصائص النفسية : و تشمل الذكاء ، السلوك ، الرأي ، درجة الثقة ، درجة التقبل للآخر ...الخ

- المتلقي في البيئة الإعلامية الجديدة :

بظهور الأنترنت و انتقال وسائل الإعلام التقليدية لبث و نشر محتوياتها على الشبكة استثمارا لخصائص التفاعلية و تعددية الوسائط و تكنولوجيا النص الفائق، و انتشار الصحف الإلكترونية و البوابات الإخبارية تنبأ الباحثون بنهاية مصطلح الجمهور التقليدي audience و دعوا لاستبداله بمصطلح المستخدمون Users في محاولة للتعبير عن تخلص أفراد الجمهور من إكراهات التلقي السلبي و ممارسة أدوار نشطة في عملية تلقي المضامين الإعلامية وفق الخيارات التي أصبحت متاحة لهم بفعل الوسيط الجديد . هذا الأخير الذي أعاد هندسة علاقاتهم بوسائل الإعلام ، و هي العلاقة التي لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط من خلال سلسلة لامتناهية من العمليات (التحكم في مكان و زمان التلقي ،النسخ، الطباعة، رجع الصدى، الانتقال بين المواضيع و المواقع ، التجول في الأرشيف الخ فمصطلح الاستخدام (Usage/Use) يختلف بهذا المعنى عن مصطلح التلقي (Reception)، ويعكس التمايز بين الاستخدام و التلقي، فمستخدم الوسائل الإعلامية عبر الوسيط الجديد يختلف في سماته وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع . و مع تطورات الجيل الثاني و تطبيقات الويب 2.0 التي ساهمت في ظهور و انتشار المدونات الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي و مواقع الويكي تحدث باحثون متخصصون عن انتقال المستخدمين ، كمنتجين و صنّاع للأفعال الاتصالية ، إلى ممارسة خبرات اتصالية مستحدثة و غير مسبوقه ،تغيرت بفعلها أبعديات العملية الإعلامية برمتها حد التثوير، ويصف الباحث الأكاديمي Axel Bruns عملية تحول الجمهور من عملية التلقي إلي فعل التأليف عبر إنتاج مضامين متنوعة في البيئة الإليكترونية من خلال رؤية خاصة تقضي باستبدال "مصطلح المستخدمين Users بمصطلح Producers للتعبير عن الأدوار الجديدة التي يتمكن هؤلاء من لعبها في إطار بناء وسائل إعلامهم الخاصة "1 عن طريق إعادة تبويب المواد الإعلامية وإدراجها في فئات من ابتكاره و تغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها و إعادة نشر موضوعات على الشبكات الاجتماعية و ماقع الويكي و المدونات والتعليق عليها وتصنيفها ونصح الآخرين بتصفحها .

على هامش اقتراح المستخدم للفعل الإنتاجي و إسهامه ، الفعّال ، في تضمين المحتويات نشأ غموض التمييز بين المنتجين والمتلقين، وخاصة بعد زيادة إنتاج المستخدمين لمضامينهم الخاصة ، و إثبات قدراتهم كهواة محترفين، باعتبار أن القائمين على إنتاج هذا المضمون هم من المستخدمين الهواة لمواقع الإنترنت، ولكنهم أيضا أولئك الذين اكتسبوا صفات و سمات تؤهلهم للعمل كمحترفين ومنتجين

¹ BRUNS, Axel: **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage**, Peter Lang Publishing , New york , 2008 , p :15

للمضامين الإعلامية في مجالات مختلفة ، وهم الذين يصطلح على تسميتهم بـ ProAm اختصاراً لـ "Professional Amateurs" الهواة المحترفون" خاصة و أن الوسائل الإعلامية باتت تخصص أقساماً خاصة لهذا النوع من المضامين على خارطة مواقعها الإلكترونية عبر شبكة الاتصالات التي ينخرط فيها المستخدمون المنتجون سواء عبر التعليقات ومشاركة الملفات والبرامج المفتوحة المصدر والبودكاست ، و الشبكات الاجتماعية وبرامج الويكيوز والوسوم و التدوين ومنصات استضافة المدونات و المنتديات و التجمعات الإلكترونية...إلخ.

في ظل هذه التغيرات يتأسس التمييز بين طرفي العملية الإعلامية ، ليس على أساس موقعهما النهائي الذي تحدده طبيعة الانتماء للمؤسسة الإعلامية ، و إنما على طبيعة الفعل المنتج ، ذلك أن كلا الطرفين يتمتع بحياسة المبادرة في إنتاج المضامين في البيئة الإعلامية الجديدة ، و عليه أصبح التلقي عملية تمارسها كل الأطراف ضمن سياقات مختلفة ، فالصحفي المحترف يمارس التلقي للمضامين التي ينتجها الهواة و يتعامل معها كمصدر للمعلومات ، و يمارس المستخدم المنتج التلقي في إطار عملية استقبال نشط للمضامين التي يعلق عليها و يشاركها في مواقع التواصل الاجتماعي و يعيد إنتاجها في المدونات الإلكترونية .