



قسم علوم الإعلام والاتصال
الدكتور حميد حملوي

السنة الثانية ماستر : اتصال جماهيري والوسائط الجديدة السداسي الأول إثنوغرافيا الجمهور و المستخدمين

فيما يتعلق " بدراسات الجمهور خاصة". وبالنظر أيضا، لنوع العجز الذي سجلته المقاربات الكمية في إعطائها الفهم الدقيق للظواهر الاجتماعية وكذا ثقافات المجتمع من أجل التعرف على السلوكيات الفردية والجماعية وعلاقة الجمهور بالتكنولوجيا الحديثة المستخدمة في الإعلام والاتصال، وهذا للتعرف أكثر على المواضيع محل الدراسة والتي تكون ضمن بحث استقرائي يتوج بنقيرير وصفي باستخدام الأدوات المنهجية كالملاحظة بالمشاركة، المقابلات والبحث عن العلاقة الترابطية لثقافة المجتمع المدروس بالثقافة العامة للمجتمع وأهدافه من أجل الحفاظ على العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع.

المنهج الإثنوغرافي:

يمكن التعرف على الدراسات الإعلامية من خلال تأثير وسائل الإعلام على الجمهور فهي مرتبطة بما يلي :

- المرسل
- الأداة أو الوسيلة
- المرسل إليه أو المتلقي

وبالتالي، يتأثر المتلقي بالمادة الإعلامية التي تعرض عليه يوميا، وهكذا أصبحت جل الدراسات تركز على المتلقي أي المرسل إليه والعلاقات التي تربطه مع الوسائل الإعلامية المختلفة. وعليه، فهو أمام اختيارات عديدة إعلامية مختلفة.

شهدت الدراسات الاجتماعية الإثنوغرافية تحولات عديدة تمثلت في الاهتمام بالمرسل إليه أي المتلقي بعد أن كانت البحوث تركز على صاحب الموضوع (المرسل) حيث أصبح التركيز فيما بعد على المتلقي في بناء وإنتاج معاني وتفسيرات مختلفة لكل مضامين الرسائل الإعلامية ليهتم في النهاية الباحث الإثنوغرافي على العلاقة المتبادلة بين



قسم علوم الإعلام والاتصال
الدكتور حميد حملاوي

مواضيع الرسالة والمرسل إليه، وفي هذا الخصوص ظهلت مدارس عديدة اهتمت بسلوك المتلقي أو الجمهور حسب المراحل التاريخية:

ففي منتصف الثمانينات، حددت المواضيع المرتبطة بالأسرة والتيليفزيون (سياق المشاهدة، الديناميكية الأسرية، التفاعل والتأويلات... إلخ) لذا لا بد فهم التكنولوجيا كنظام تقني ومادي وإجتماعي وثقافي، وهذا ما تبرزه التفاعلات التي تحدث بين أفراد الأسرة الواحدة (نقاشات جماعية تحدث بين أفراد الأسرة الواحدة في تحليلاتها للمواضيع المطروحة).

بظهور الأنترنت في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الواحد والعشرين، حيث استخدمت هذه الوسيلة من قبل العديد من الفئات الاجتماعية حيث ظهرت مفاهيم جديدة منها: الجمهور الإلكتروني، التكنولوجيا الحديثة، وسائل الإعلام، الثقافة الإلكترونية.

ومن بين تلك الدراسات الإثنوغرافية، دراسة "ميلر" حول استخدام الوسيلة الجديدة الأنترنت سواء في العمل أو الترفيه وهذا ما ساعد في تغيير النسيج الاجتماعي وبناء علاقات إجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد.

1- تعريف الإثنوغرافيا Ethnographiy

إن مصطلح الإثنوغرافيا، يتكون من مقطعين : الأول (Ethno) "إثنو" بمعنى جنس أو شعب، والثاني (Graphy) "غرافي" وتعني وصف، وبذلك تعرف الإثنوغرافيا بأنها " وصف لثقافات وحياة الشعوب".

وتعرف الإثنوغرافيا على أنها الدراسة التحليلية للمجموعات الإثنية "العرقية" المعاصرة (دراسة تلك المجموعات المادية والاجتماعية واللغوية)، وهي "ملاحظة وتسجيل المادة الثقافية من الميدان ووصف النشاط الثقافي كما يبدو، فهي الدراسات الوصفية لأسلوب الحياة ومجموعة التقاليد والعادات وأصناف التراث الخاصة بالإثنيات، أي تلك التجمعات الإنسانية التي تمتاز ببنية عائلية وإقتصادية واجتماعية متجانسة، حيث تقوم الوحدة على لغة وثقافة مشتركة.

من حيث المنهجية يقتضي البحث الإثنوغرافي قيام الباحث بمعايشة المجتمع موضوع البحث لجمع البيانات كتدوين المشاهدات اليومية أو إجراء مقابلات مع المبحوثين إضافة إلى تحليل الوثائق واليوميات ذات الصلة، حيث أن هذا النوع من الأبحاث يتطلب وقتا طويلا.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
الإنسانية والاجتماعية



قسم علوم الإعلام والاتصال
الدكتور حميد حملاوي

إن الإثنوغرافيا تختلف عن الإثنولوجيا كونها تعني "أعمال الباحثين والفولكلوريين وسواهم الذين بحثوا عادات وتقاليد الشعوب وثقافتهم وقيمهم والدورة الحياتية للفرد والمجتمع.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الأنثروبولوجيا والإثنولوجيا والإثنوغرافيا لا تختلف فقط في الأسماء، وإنما يكمن الاختلاف في المواضيع المختلفة التي تعالجها: كالأإنسان أو المجتمع أو الشعب أو الثقافة. ورغم وجود نظريات وتيارات قديمة وحديثة مختلفة، إلا أن الإقتراب واضح بين الآراء حول معنى الإثنوغرافيا.