

ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية؟

What Remains of Reception Theory for The Study of Digital Media?

أ.د نصر الدين لعياضي / جامعة الجزائر 3

Pr. Nacer-Eddine Layadi/ University of Algiers 3

alayadi2014@outlook.com

ملخص:

ظلت نظرية التلقي تعاني من التهميش في البحوث الإعلامية في المنطقة العربية مقارنة بما تحظى به من اهتمام في الدراسات الأدبية. والسبب في ذلك يعود إلى عوامل عديدة لعل أبرزها يكمن في هيمنة نظريات التأثير على التفكير في الميديا. ولم يسهم بروز تيار سوسيولوجيا الاستخدامات، الذي ظهر في ثمانينات القرن الماضي للبحث عن علاقة المستخدم بالعدة التقنية في تعزيز مكانة هذه النظرية في دراسة وسائل الإعلام.

يعتقد بعض الباحثين أن تطور تكنولوجيا الاتصال قد جعلت نظرية التلقي متجاوزة لأن الاستخدام والتفاعل حلا محل التلقي. لذا يحاول هذا البحث التساؤل عن مآل التفكير في حدود علاقة المتلقي بالنص في بيئة "الواب2". وقدم على ضوءه جملة من المبررات العلمية التي تدعو إلى الاستفادة المزدوجة من نظرية التلقي الإعلامي وتيار سوسيولوجيا الاستخدامات، وتشغيل مفاهيمهما الإجرائية لدراسة الميديا الرقمية.

الكلمات المفتاحية: التلقي؛ سوسيولوجيا الاستخدام؛ التملك؛ التأويل،

القدارة.

Abstract

The theory of media reception has been marginalized in media research in the Arab world, compared to the interest it is given in literary studies. The reasons for this marginalization are multiple, the most prominent of which lies in the predominance of media effect theories on media reflection. The emergence of the trend of sociology of use in the eighties of the last century, which focused on the study of the relationship between the user and the technical tool, did not serve the theory of media reception.

Some researchers argue that reception theory is overtaken by the development of communication technology since usage and interactivity have replaced reception. And they challenge us to reflect on the limits of the receiver's relationship with the text in the digital media ecosystem.

The present study argues for the use of both the theory of media reception and the trend of sociology of uses and the implementation of their conceptual devices in the study of digital media.

Keywords: Reception; Usage sociology; Appropriation; Interpretation; affordances.

مقدمة:

تكشف مراجعة الأدبيات المتعلقة بنظرية التلقي الإعلامي في البيئة الرقمية عن أطروحتين أساسيتين. الأولى ترى أن هذه النظرية استنفذت حتى قبل أن تتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تعمر حياتنا الراهنة، ولم يبق لها ما تقدمه لدراسة جمهور وسائل الإعلام (Quéré, 1996). والثانية تؤمن بتزايد أهميتها لدراسة مستخدمي الميديا الرقمية (De Sande, Vernic-Alujevic, & Bojana, 1996). ولئن فندت البحوث العلمية المتزايدة التي أجريت على مشاهدي التلفزيون في البيئة الرقمية، ومستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية صحة الأطروحة الأولى، فإن الأطروحة الثانية تتطلب نقاشاً واسعاً ومعقداً. نقترح تأسيسه على السؤال الذي طرّح منذ عقدين من الزمن، وهو: هل يمكن توسيع مجال تطبيق نظرية التلقي

وعدها المفاهيمية، التي استخدمت لدراسة جمهور وسائل الاتصال الجماهيري خاصة التلفزيون في بيئة التكنولوجيا التماثلية، إلى الميديا الرقمية (Livingstone, 2004).

تقتضي الإجابة عن هذا السؤال تقديم تعريف موجز لهذه النظرية، وملخص مكثف لمنجزها عبر الثقافات المختلفة في بيئة التكنولوجيا التماثلية، وأبرز الانتقادات الموجهة لها، وتعيين مسالك التفكير في علاقة المتلقي بالنص في بيئة الواب 2.

تحمل عبارة التلقي الكثير من الأسرار (Dayan, 1992)، بحكم انتمائها إلى جملة من العلوم: الأنثروبولوجيا، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والعلوم السياسية، والنقد الأدبي، وعلوم الإعلام والاتصال. وتحولت إلى مفهوم مركزي لدراسة جمهور التلفزيون، والإذاعة، والصحف، والمنصات الرقمية في شبكة الانترنت، والمسرح، والسينما، والأدب، وغيرها من الفنون. ويحدث في الغالب ألا تتوقف بعض الدراسات للكشف عن محتوى مفهوم التلقي وحصر الواقع الذي يغطيه، بل تتعامل معه كتحصيل حاصل، وك مفهوم مكتسب وجاهز وإجرائي (Zaborowski, 2016). ربما يعود هذا الأمر إلى جملة من العوامل، نذكر منها تداخل هذا المفهوم مع بعض المفاهيم المجاورة، مثل "الاستهلاك"؛ أي استهلاك المواد الثقافية والإعلامية "ذي التضمين الاقتصادي والتسويقي. و"التعرض" لوسائل الإعلام "ذو التضمين الوظيفي. هذا إضافة إلى استناد هذا المفهوم إلى مفاهيم أخرى يفترض أنها تستوضحه مثل: Audience (الحضور، المشاهدون، المستمعون)، والجمهور Public. بيد أن هذه المفاهيم تحتاج هي الأخرى إلى ما يستوضحها. فإذا كان بالإمكان الاقتراب من مفهوم Audience والجمهور على الصعيد الأمبريقي، فإن تناولهما على الصعيد النظري يطرح الكثير من الصعوبات. فمفهوم الجمهور، على

سبيل المثال، لم يحظ بإجماع الباحثين لكونه عبارة عن بناء اجتماعي، وموضع خلاف نظريات الإعلام والاتصال. فنظريتا القذيفة السحرية والنقدية، على سبيل المثال، تصفان الجمهور بالسكون والسلبية. وأنه عرضة للتلاعب والتضليل، بينما تراه نظرية الاستخدامات والإشباع نشيطا، ويتسم بقدرته على تمييز ما ينفعه وبكفاءته في انتقاء المواد الإعلامية التي تلي رغباته وحاجته (Van Hove, 2019). بمعنى آخر، إن عملية البناء الاجتماعي لجمهور وسائط الإعلام التي قامت وتقوم بها نظريات الإعلام والاتصال قد أبرزت الجمهور في صور متعددة تعايشت مع بعضها، نذكر منها صورة المُصَدِّق، والمخدوع والمغفل، وصورة المُشَكِّك والناقد والواعي (Hill, 2011, p 479). وبعضها اعتبرت الجمهور زبونا وحتّى سلعة، وبعضها رآه في صورة المواطن الملتزم بقضايا المجتمع.

في نظرية التلقي

يُعرف التلقي بشكل اختزالي بأنه "اللحظة التي تتشكل فيها دلالات النصّ من قبل الجمهور" (Dayan, 2000) يذهب البعض إلى أبعد من هذه اللحظة، إذ يقرن التلقي بتجربة الجمهور الاجتماعية التي تؤطرها شروط إنتاج "النصوص"، وتداولها، وتلقّيها، واستخدامها (Le Grignou, 2003, p2).

يبدو التلقي، على ضوء ما تقدم، فعلا ثقافياً بامتياز. تنتهي دراسته في مجال علوم الإعلام والاتصال إلى جهود "هانس روبرت جوس" (Henz Robert Jauss) التي تمركزت في جامعة "كونستنس" الألمانية في ستينات القرن الماضي، والتي اعتمدت على الظاهرية من أجل استجلاء العلاقة بين النصّ والقارئ. و"شغلت" مفاهيمها التأسيسية مثل، أفق التوقع، واندماج الأفقين، وجمالية التلقي*. وينتهي أيضا إلى

* يمكن أن نذكر على سبيل المثال بحث إياهو كاتز ومار اليابيس المتعلق بمشاهدة المسلسل التلفزيوني الأمريكي: دلاس الذي نسباً فيه عدم نجاح هذا المسلسل في اليابان بعدم اندماج أفقي التوقع: توقع اليابانيين،

الدّراسات الثقافيّة Cultural Studies البريطانيّة التي سعت إلى دحض فكرة هيمنة وسائل الإعلام المختلفة على جمهورها وقيادته حيثما تشاء. وبهذا شكلت منعطفا هاما في الدّراسات الإعلاميّة، إذ نقلتها من التركيز على المرسل والرسالة إلى المتلقّي وسياق تلقيه للمواد الإعلاميّة والثقافيّة. وحرّرت هذه الدراسات من هيمنة التأثير لتضعها في أفق أرحب يكمن في استقلالية الجمهور، وقدرته على التفاوض مع ما يقرأه ويسمعه ويشاهده من أجل إنتاج المعنى أو مشاركة المُرسِل في هذا الإنتاج.

رغم أن البعض أرخ لدراسات التلقّي الإعلامي بصدور كتاب ريتشارد هوغرت: The uses of literacy: Aspects of working class life: with special reference to publications and entertainments في 1957، والذي فند فيه الرأي السائد الذي يغالي في تأثير الصناعات الثقافيّة على الفئات الشعبيّة في بريطانيا، والطبقة العاملة تحديدا (Mattelard & Neveu, 1996)، إلا أننا نميل إلى الاعتقاد بأن انطلاقة نظرية التلقّي الفعلية تمت في سبعينات القرن الماضي على يد عالم الاجتماع البريطاني "ستيورت هول" (Stuart Hall) من خلال نموذجهِ: التشفير Encoding / وفكّ التشفير Decoding (Hall, 1973)، والذي بيّن فيه بأن المعاني التي يستخلصها الجمهور قد لا تتطابق بالضرورة مع تلك التي استهدفها المُنتَج الإعلامي والثقافي. وهذا يعني احتمال تحويرها وتأويلها وفق سياقات التلقّي ومرجعية المتلقّي الاجتماعيّة والثقافيّة والسّياسيّة.

لقد فتح هذا الكتاب الأفق لجيل من الباحثين داخل بريطانيا وخارجها لتطوير دراسات التلقّي. يأتي في مقدمتهم الباحث "دافيد مولي" (David Morley) الذي وضع عدّة مفاهيميّة ومنهجية لفهم العلاقة بين التلفزيون وجمهوره. وبهذا تمكن من تجريب نموذج "ستيورت هول" من جهة، والابتعاد من جهة أخرى عن

السحر الذي مارسه السيميائيون آنذاك، والتي تقترح معنى وحيد للنص تفرضه على كل المتلقين (Morley, 1993). وقد سمح له هذا التجريب من التأكد من أن النموذج المذكور يخلط بين العديد من القضايا المرتبطة بالإطلاع على المادة المشفرة، وفهمها، وتأويلها، ورد الفعل تجاهها. وكلها قضايا يجب التمييز بينها (Millerand).

لم يقدّم "دافيد مورلي" بدراسة تلقي برنامج تلفزيوني محدّد أو برامج قناة تلفزيونية دون غيرها، بل ركز على عملية المشاهدة التلفزيونية في حد ذاتها، وذلك لأن التلفزيون كان في ثمانينات القرن الماضي الوسيلة الإعلامية الأكثر استحواداً على المشاهدين في الوسط العائلي. واستنتج بأن المشاهدة التلفزيونية ليست فعلاً بسيطاً وسطحياً، بل إنّها في غاية التعقيد لكونها تتزامن مع جملة من الممارسات في السياق البيئي، ولا تفهم من خارج هذا السياق. وهذا جعل سياق المشاهدة بديلاً لـ "تفكيك التشفير" (Millerand).

نأى "ميشال دو سارتو" (Michel De Certeau) عن نموذج "موريس ستيوارت هال"، وبالتالي عن عملية التشفير، وركز على المتلقي بابتكاره مفهوم "الصيد غير الشرعي" Poaching، بمعنى أن ما يقوم به الجمهور في قراءته أو مشاهدته أو استماعه للمادة الإعلامية والثقافية يشبه عملية صيد المعاني، لكنه صيد غير مباح. ويفسر ذلك بالقول: (إنّ القارئ يلعب بالنص، ويصنع بموجبه شيئاً ما، يُطبق تكتيكه في القراءة، يرتب، ويبدل، ويلتف، ويقاوم إلى درجة تصبح لا دلالة للنص سوى لدى قرائه (De Certeau, 1990, p247).

قدمت الباحثة صونيا ليفغنستون (Livingstone, The End of Audiences?) (Theoretical Echoes of Reception amid the Uncertainties of Use) المفاتيح الثلاثة لفهم دراسات التلقي الإعلامي، وهي كالتالي :

1- لا يمكن التكهن بما يقرأه القارئ انطلاقاً من معرفته للنصّ فقط. وهذا الأمر لا ينفي وجود معنى وحيد لهذا النصّ فحسب، بل يؤكد أيضاً بأن ما يستنتجه القراء الأمريكيون من النصّ قد يكون تسليوياً أو نقدياً أو إبداعياً؛ أي يمكن للقارئ أن يلتفت على المعنى الذي يتضمنه النصّ، كما كشفت عن ذلك "جانيس رادوي" (Radway, 1984). أو يقاوم المعنى الكامن في النصّ، كما بيّن ذلك جون فيسك (Fisk, 1987). أو يتملّك الرموز والعلامات التي تحملها الدراما التلفزيونية في بيئة متعددة الثقافات، كما كشفت عنه الباحثتان "ميلر فلوريس"، و"هرمس جوك" (Hermes & Mulle, 2010). إنّ هذه الحالات وغيرها تعمق محتوى مفهوم "التداول الاجتماعي للمعنى" (Dayan, Les mystères de la réception, 1992, p435)، ولظاهرة "التشكيل الاجتماعي لظاهرة التأويلات" (Dominique & Cefai, 2003, p35).

2- فتحت دراسات التلقّي الإعلامي المجال لاستكشاف الجمهور الأمريكي المتعدّد ثقافيّاً وانثربولوجيّاً الذي يؤوّل المادة الإعلامية والثقافية في سياق اجتماعي مخصوص يلغم خطاب الهيمنة الايديولوجيّة المزعوم الذي تمارسه وسائل الإعلام. وهذا دون أن تفتح الباب على مصرعه على مقاومة جذرية وغير محدودة لهذه الأيديولوجيا.

3- أولت الدّراسات المذكورة عناية بالغة لتسييق contextualisation تلقّي وسائل الإعلام في الحياة اليومية، فسمح لها بتشخيص سلطة إعادة إنتاج التراتيبية أو التراصّف الاجتماعي stratification، وعدم المساواة المهيكلّة للنظام الاجتماعي بجانب التكتيكات الصغرى التي تُمكن المتلقّي من تملّك النصوص وتكنولوجيا الإعلام وتعديلها وتكييفها.

بالطبع، إنّ إدراك أهمية هذه المفاتيح تكون ناقصة ما لم نأخذ بعين الاعتبار تحقيقها التاريخي الذي وضعه الباحث الدانيماركي "كيم كريستان شرودر" (Schröder, 2019) ورغم المآخذ التي نسجلها على التداخل الحاصل في المراحل التي صنفها، إلا أنه لفت النظر إلى أن دراسات التلقي الإعلامي اندرجت في سياق تطوّر المجتمعات الغربية تقنيًا وثقافيًا وسياسيًا. فهذه الدراسات لم تأت من فراغ، ولم تُجر تلبية لهاجس علمي فقط، بل جاءت استجابةً لطلب اجتماعي وتعبيرًا عن هاجس سياسي، مثل الكشف عن مساهمة وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي في مجتمع منقسم إلى طبقات، وتبيان كيف تسلك وسائل الإعلام المواطنين ليصبحوا فاعلين سياسيين في الديمقراطية التمثيلية. ودراسة تداعيات "ثقافة المواءمة" the convergence Culture في محاولتها للكشف عن العُدّة الرقمية التي تؤدي إلى تشكل جمهور وسائل الإعلام النشط، والدفع به إلى أسعى مستوى من المشاركة السياسية. ووسعت دراسات التلقي في وقتنا الحالي الأفق السياسي ذاته، من خلال التأكيد على "المواطنة" الدائمة الموجودة في كلّ مكان وكلّ وقت، ممّا دفع بالسياسة لتُمارس خارج "الفضاء العمومي الهبرماسي".

نقد نظريات التلقي في البيئة التكنولوجية التماثلية.

تتعدّد المداخل لنقد نظريات التلقي، نذكر منها ما يلي:

- 1- نظرا لاستفادة نظرية التلقي الإعلامي والثقافي من أرث جامعة "كوسنتس" الألمانية، فقد نالت نصيبها من النقد الموجه لهذه المدرسة. لقد أخذ على هذه المدرسة، التي حرّرت الدراسات الأدبية من النزعة البنيوية والبلاغية، بتركيزها على المتلقي وخلفياته الاجتماعية والثقافية. ووُصفت بأنها تتسم بطابعها النخبوي و"المصطنع". فالمتلقي المُهم بالنسبة لها هو ذاك الذي يسيطر على المدونات اللسانية، والعارف بتاريخ الأدب، والمستعد للعب لعبة النصّ (Pillet, 2011). وهذه مواصفات تنطبق على بعض النقاد وليس على كلّ

القراء. ويرى "بيار بورديو (Pierre Bourdieu) نقائص نظرية القراءة (التلقي)، وما تقرّه من تأويل، في كونها لا تأخذ بعين الاعتبار كلّ ما يرتبط بالسياق التاريخي والاجتماعي للإنتاج النصّ (Bourdieu, 1998, p501).

2- بالفعل، لا يمكن اختزال عملية التلقي في لقاء الجمهور بالمادة الإعلامية والثقافية، بل في احتمال ما ينجم عن هذا اللقاء من تأويل مُنتج للمعنى. وهنا تكمن إشكالية التلقي. فمن الصعب تحديد تخوم هذا التأويل. فالتأويل يولد تأويلا إلى ما لانهاية. لذا أقر "جون فيسك" (Jean Fiske) بأن المعنى غير مستقر لأنه عرضة لإعادة التأويل والاعتراض عليه (Fisk, 1987, p14). وهذا ما أدى بـ "أريك ميغري" Eric Megret (ميغري، 2018، ص381) إلى وصف عملية التلقي بالهشة لكونها تفتقد قاعدة تسمح بالفهم الكامل والتنبؤ بما يقوم به هذا الشخص أو ذاك الجمهور أمام المحتويات الثقافية والإعلامية.

3- إنّ مفهوم " الديمقراطية السيمائية" أو حرب "العصابات السيمائية" (ميغري، 2018) التي تندرج ضمن المفاهيم التي ولجت دراسات التلقي تمنح شرعية لتفعيل آليات السوق الثقافي. وتبرز ما تقوم به الليبرالية المتطرفة في المجال الثقافي والإعلامي. فدراسات التلقي لم تأخذ بعين الاعتبار الاستراتيجيات الإعلامية والاتصالية التي تتبناها المؤسسات الإعلامية، ولا سياستها التسويقية والتجارية، ولا الصراعات الكبرى التي تخوضها المؤسسات الإعلامية من أجل استدراج الجمهور و"القبض" عليه، حتى وإنّ كان هذا الجمهور رافضا للمعنى الذي تروجه، ومتمردا عليه.

4- هل يبرز ما سبق قوله ما ذهب إليه "لويس كيروي" (Quéré, 1996) عندما أكّد بأن الدّراسات الثقافية Cultural studies أوصلت نظرية التلقي إلى طريق مسدود؟ فعلى الرغم من اقراره بأن دراسات التلقي فتحت أفقا واسعة

لدراسة وسائل الإعلام والتلفزيون تحديداً وأنجزت بحوثاً ميدانية مهمة إلا أنه جزم بأنها لم تفلح في تقديم برنامج بحث حقيقي وواضح، يستند إلى أسس نظرية ومفهومية صلبة، بل ذهب إلى أبعد من هذا في تأكيده على أن دراسات التلقي الإعلامي سقطت في الأيديولوجيا وهي التي تزعم أنها تروم تحريرها منها. ويوضح فكرته هذه بالقول أنها سعت إلى الدحض الضمني للحركة الفكرية التي تؤمن بقوة وسائل الإعلام وتأثيرها، والتي وجدت أنصاراً ومؤيدين لها، بدل العمل على بنائها نظرياً ومفهومياً. وتأسيس إطاراً للتقصي والبحث.

5- نعتقد أن تركيز دراسات التلقي على الجمهور حال دون تقديمها الكثير من المعرفة عن وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، بقدر ما أتاح لها تقديم الكثير من معلومات والأفكار عن التنظيم الاجتماعي، والعلاقات الاجتماعية، وعلاقات السلطة، وصورة الذات الجماعية أو الخصوصيات الثقافية. والأمثلة في هذا المجال عديدة، يمكن أن نذكر بعضها من التوضيح وليس الحصر: الكشف عن مصدر السلطة داخل العائلة والعلاقة القائمة بين الذكور والإناث من خلال مشاهدة التلفزيون مثلما بيّنت ذلك بحوث مشاهدة التلفزيون التي قدمها ديفيد مورلي (Morley, Family television: Cultural power and domestic leisure, 1999, p139-152)، أو نظرة المرأة لذاتها عبر قراءة الروايات العاطفية (Radway, 1984) أو إبراز بعض السمات الثقافية والعرقية داخل المجتمع الإسرائيلي عبر مشاهدة مسلسل "دالاس" التلفزيوني في إسرائيل (Bouchard, 1993) أو الكشف عن طباع الجزائريين ومزاجهم والثقافي عبر مشاهدتهم للمسلسل التلفزيوني الأمريكي "دالاس" (Stolz, 1983). لعل هذه الأمثلة تكشف توجه دراسات التلقي إلى فهم الجمهور أو المجتمعات أو الجماعات الاجتماعية أو "الجندر" من خلال الميديا، والتلفزيون تحديداً، بدل فهم الميديا.

لا يمكن لنقد نظرية التلقي مهما بلغت حدّته أن ينكر مساهمتها البارزة في البحث عن جمهور وسائل الإعلام على ضوء المقاربة الظاهرية بعد أن ظلّ ردحا من الزمن خاضعا للمقاربة الوضعية. وأثّرت دراسته على الصعيد المنهجي بعد أن كان مقتصرًا على الدّراسات الوصفية كما يجسده مسح الجمهور لتحديد مورفولوجيته السوسولوجيّة، وتكمّيمه من أجل ضبط سوق المشاهدة التلفزيونيّة في البلدان الديمقراطيّة.

تتجلّى قيمة نظرية التلقي فيما لخصه الباحثان إلهو كاتز، وتمرار ليباس بالقول:

(قبل بروز نظرية التلقي كان بعضنا يدرس نصوص الثقافة الشعبية، وبعضنا الآخر يدرس تأثيرها على الجمهور. فالبعض الأول لم يكن يعرف أي شيء عن الجمهور، والبعض الثاني لا يعلم أي شيء عن هذه النصوص (Schröder, 2019)

نظرية التلقي والدّراسات الإعلاميّة في المنطقة العربيّة:

تكتسي معرفة كيفيّة تلقي الجمهور في المنطقة العربيّة لبرامج التلفزيون والإذاعة أهمية قصوى. هذا ما يستشف من الشهادة التي قدمها الأستاذ الشاذلي الفيتوري (Fitouri, 1983, p 147-183) منذ أزيد من نصف قرن، إذ ذكر أنه خرج وزملاؤه من الجامعة التونسيّة في السنة 1961 في نزهة في جزيرة جربة التونسيّة. فلاحظوا راعي قطيع من المعز يحمل جهاز " ترانزيستور ". فاستفزه أحد زملائه بقوله: "أنظر، الإذاعة تُعلّم الشعب". فاتّجه صوب الراعي ليسأله عما يستمع في الجهاز. فأجابه فوراً إنّهُ يستمع إلى أغان بدوية. ثم سأله ثانية: هل تعرف من يحكم تونس؟ فأجاب الراعي: إنه الباي! فاستطرد في السؤال: وهل تعرف من هو الحبيب بورقيبة؟ فجاء رد الراعي سريعا: إنه زعيم سياسي! هكذا لم تستطع الإذاعة

التونسية، التي تحوّلت إلى جهاز دعاية بعد استقلال تونس، أن تعلم أبناء الشعب الفقراء بأن بورقيبة أصبح رئيس تونس، وأن الباي قد أجبر على ترك العرش قبل ست سنوات! ولا يستطيع أي شخص أن ينكر بأن الإذاعة التونسية لم تكف عن ذكر اسم بورقيبة أكثر من مرة في اليوم، والتغني بالنظام الجمهوري في تلك السنوات.

حقيقة، إن هذا الراعي لا يمثل الشعب التونسي، الذي تتوجه إليه الإذاعة التونسية بخطابها لكنه يطرح، بشكل أو آخر، إشكالية تلقي المستمع والمشاهد في العديد من البلدان العربيّة للبرامج الإذاعيّة والتلفزيونيّة.

يغلب على بحوث الإعلام في المنطقة العربيّة المنشورة في المجلات العربيّة المتخصصة*، والمنصات الرقمية الأكاديمية، مثل المنصة الجزائرية للمجلات العلمية، وموقع Academia.edu، وموقع Google.scholar، وموقع <https://www.researchgate.net>، وقاعدة البيانات الرقمية الأكاديمية "معرفة" (<https://search.emarefa.net>) وقاعدة بيانات "مبتعث" لبحوث الدكتوراه والماجستير في الإعلام (www.mobt3ath.com) الاهتمام المفرط بدور وسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور انطلاقاً من مكونات النصّ الإعلامي فقط، دون السؤال عن الجمهور. إنها تنطلق من تصور جاهز لأدوار وسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور النابع من البراديغم الوظيفي. وبهذا لم تهتم بالمعنى الذي يستخلصه الجمهور من المواد الإعلامية والذي يمكن الوصول إليه بالاستناد إلى البراديغم الظاهراتي.

* مثل "المجلة الجزائرية للاتصال"، و"المجلة التونسية للاتصال"، والمجلة العربية لعلوم الإعلام، والباحث الإعلام، لكن جلها لا تنشر أرشيفها ليتمكن القارئ من الاطلاع وتحمّل البحوث والدراسات المنشورة في أعداها القديمة.

نميل إلى الاعتقاد بأن العديد من الدّراسات التي أنجزت عن جمهور وسائل الإعلام في البلدان العربيّة استندت إلى البراديغم الوظيفي. ولم تتمكن، مع الأسف، من تشخيص المورفولوجيّة الاجتماعيّة لجمهور هذه القناة التلفزيونيّة أو المحطة الإذاعيّة أو برنامج من برامجها. لقد اتجه جلّها إلى تحديد أنماط التعرض للقنوات التلفزيونيّة أو عادات مشاهدتها (عبد الرضا حمود، 2015) والتي يقصد بها: وقت المشاهدة، نوعيّة البرامج التي تُشاهد، كثافة المشاهدة، دوافع المشاهدة، والإشباع المحقّقة. وحاولت دراسات أخرى معرفة "اتجاهات" الجمهور. لقد رحّلت مفهوم "الاتجاه" من حقل علم النفس، الذي يشترط سلم القياس، إلى حقل علوم الإعلام. فاكتنف الغموض مقاصده: هل يعني رأي أو موقف المشاهد من قناة تلفزيونية أو برنامج تلفزيوني؟ هل يعني تقييم الجمهور للمادة الإعلامية أو الوسيط الإعلامي؟ هل يقصد به الوقت الذي يخصصه الجمهور لمشاهدة هذه القناة أو الاستماع إلى الإذاعة، أو مدى استفادته منها؟

وإن كانت هناك ضرورة لدراسة الجمهور من زاوية تعرضه لبرامج التلفزيون أو الإذاعة أو الكشف عن أنماط مشاهدتها أو اتجاهات هذا الجمهور فإن ما ينجم عن هذه الضرورة لا يصب في الإشكالية التي تطرحها نظرية التلقّي، التي ذكرناها أعلاه، وأثارها ملاحظة الأستاذ الفيتوري.

ما سبق قوله لا ينفي وجود بعض بحوث الإعلام في المنطقة العربيّة التي اتخذت من التلقّي عنواناً لها، لكنها تعاملت معه كمرادف للتعرض أو المشاهدة أو الاستماع (لكحل، 2015)، أو حاولت دراسة التلقّي من منظور وظيفي: الاستخدامات والإشباع وليس من زاوية التأويل وإنتاج المعنى. وبعضها توقف عند حدود الدّراسات المسحية للجمهور (بوسيلة، 2019).

من البحوث القليلة جدًا التي تصدت إلى إشكالية تلقي الجمهور للمواد الإعلامية والثقافية في البلدان العربية نقتصر على أبرزها في الجدول التالي. ولا نزعم أنها تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صادقاً، بل يمكن اعتبارها كمؤشرات لبحوث التلقي الإعلامي.

الموضوع	الوسيلة	المقاربة	تساؤلات البحث	أدوات جمع البيانات وتحليلها
الكاريكاتير السياسي في الصحافة الجزائرية ورهانات التلقي (خافج، 2019)	الصحف الجزائرية	تفهيمية	- ماهي المعاني والدلالات التي يحملها الكاريكاتير السياسي في الصحف الجزائرية؟ - ماهي قراءات الجمهور للكاريكاتير السياسي في الصحف الجزائرية؟	- دراسة سيميائية للكاريكاتير السياسي - مقابلة نصف مقننة مع عينة من القراء.
"هنا صوت الجزائر" * (Fanon, 1960)	الإذاعة	تفهيمية	- كيف تعامل الجزائريون والمعمرون في الجزائر المستعمرة مع الإذاعة	- الأرشيف والإحصائيات - الاحتكاك بالجزائريين

* يذكر فرانس فانون أن 95% من المعمرين الأوروبيين في الجزائر كانوا يملكون جهاز الترانزستور الذي شكل همزة وصلهم ثقافياً وسياسياً بفرنسا بينما لم يهتم الجزائريون بهذا الجهاز. لقد كان بإمكان الكثير منهم ماديًا اقتنائه لكنهم لم يفعلوا وذلك لسبب أخلاقي: فالأغاني الغزلية والاحياءات الجنسية التي تتضمنها بعض البرامج تترك العائلة الجزائرية أنداك. لقد " كانت تقاليد الاحترام تبلغ من الأهمية أن تبني هذه التقنية الحديثة-الترانستور- بإمكانه أن يزعزع استقرار الأسرة الجزائرية وتهز العلاقة بين الرجل والمرأة والأبناء بآبائهم"، لكن مع انطلاقة الإذاعة الجزائرية في الخارج في 1956 سارع الجزائريون إلى شراء هذا الجهاز رغم العقوبة المشددة التي يسلطها الجيش الاستعماري على كل جزائري يملك هذا الجهاز. ويختم فرانس فانون تحليله بالقول لقد حولت الإذاعة الجزائريين إلى أمة- أنظر:

والأوربيين في مستشفى الأمراض العقلية - المشاركة في الجهاز الإعلامي لثورة التحرير الجزائرية	- كيف تغير موقف الجزائري من الإذاعة بعد الثورة؟ وماذا أصبحت تعني له.			
- تحليل بنيوي لصفحة المعجبين بهذا المسلسل في صفحة الفيسبوك - مقابلة نصف مقننة مع عينة من مشاهدي المسلسل في منطقة "شفاشون" المغربية التي صُور فيها المسلسل، ومع مغاربة من الشتات شاهدوا المسلسل التلفزيوني المدروس - مقابلة مع بطلة المسلسل التلفزيوني	- ما هي أهمية الدراما التلفزيونية في البناء الهوياتي لجمهورها في واقعها العيني والافتراضي؟ - كيف يفهم المشاهدون المغاربة داخل الوطن وخارجه العلاقة بين ما هو محلي وما هو عالمي عبر مسلسل "لالا منانة" التلفزيوني الذي بث عبر تعددية الشاشات؟	بنائية	التلفزيون- تعدد الحوامل الرقمية	التلفي عابر الحدود للمسلسل التلفزيوني (Chaouni, 2018)

- الاستبيان - المجموعة البؤرية	- كيف يدرك الطلبة الجامعيون في شرق الأردن العلاقة بين الترفيه التلفزيوني العالمي والتغيير الاجتماعي، خاصة ذي الصلة بالعلاقة بين الجنسين: الذكور والاناث؟	تفهمية	التلفزيون	الإعلام الفضائي العربي وإدراك التغيير في العلاقة بين الجنسين (Roald, 2017)
- دراسة مونوغرافية - الاستبيان - المقابلة - الملاحظة بالمشاركة.	- هل تعمل وسائل الاتصال الجماهيري على إحداث التجانس الثقافي في الجمهور الجزائري؟ - كيف تؤثر الظروف السيئة لتلقي المواد الإعلامية وفك تشفيرها على الاختيار الإعلامي للفلاحين الجزائريين في سبعينات القرن الماضي؟ - كيف يؤثر الاتصال غير المتكافئ على التمايز الاجتماعي، وعلى إعادة إنتاج المعنى؟	تفهمية	وسائل الاتصال الجماهيري: صحف، إذاعة، تلفزيون	الاتصال غير المتكافئ (Chevaldonné, 1981)

تصورات الجمهور التركي والفلسطيني والمصري للمسلسلات التركية (Karam, 2013 & Yanardağoglu)	التلفزيون	بنائية	- كيف يتفاوض الجمهور العابر للثقافات مع المسلسلات التركية؟ - ما هو تصور المشاهدين للحادثة كما تعبر عنها المسلسلات؟	- المقابلة - المجموعات البؤرية
الجزائريون يشاهدون مسلسل "دالاس" الأمريكي (Stolz, 1983)	التلفزيون	تفهيمية	- كيف فهم الجزائريون السرد التلفزيوني في مسلسل دالاس في ظل تحول المجتمع الجزائري في ثمانينات القرن الماضي؟	- المقابلة وتحليل شهادات الجمهور والصحافيين - تحليل بعض النصوص الصحفية التي كتبت عن المسلسل
عادات المشاهدة التلفزيونية في المجتمع التارقي* (بوغاري، 2015)	تلفزيون	تفهيمية	- ما هي القنوات التلفزيونية التي تختارها الأسر التارقية وأنواع المضامين المنتقاة من قبل كل فرد؟ - ما مدى فهم أفراد الأسرة التارقية للغة ومضامين برامج التلفزيون؟ - من هو صاحب سلطة	- دراسة اثنوغرافية - الملاحظة المباشرة أثناء فعل المشاهدة - المقابلة نصف الموجهة مع أفراد ثلاث أسر تارقية.

* التوارق: المجموعة من السكان الذين يقطنون الصحراء الجزائرية من أصول أمازيغية وعلى تخوم حدودها الجنوبية: المالي، والنيجر، وليبيا، وموريطانيا، يتحدثون اللغة الأمازيغية ويكتبونها بحروف التافيناغ

	اتخاذ قرار المشاهدة التلفزيونية في الأسرة؟ وما هي مختلف التأويلات الناتجة عن عملية التلقي؟			
- دراسة إثنوغرافية - المقابلة المعمقة نصف موجهة لـ 16 مبحوث مهاجر ذوي مسارات حياتية ومهنية مختلفة، والكشف عن علاقتهم بوسائل الإعلام المحلية والعربية.	- ما هي مكانة وسائل الإعلام لدى الجالية المغربية في مدينة موريل؟ - هل أن تلقي الجاليات المغربية لوسائل الإعلام العربي تدفعهم للانطواء الهوياتي في إطار "غيتو"؟ - هل يؤدي تلقي الجالية المغربية لبرامج وسائل الإعلام العربية إلى " تهجين" ثقافتهم في سياق المشاهدة الكندي؟	بنائية	تلفزيون – انترنت	تلقي وسائل الإعلام العربية الدولية عبر الأقمار الصناعية والانترنت (Aoudia, 2009)

تمثلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيسبوك. (الحمامي، 2015)	الميديا التقليدية - صفحة فيسبوك	تفهمية	- ما هي تمثلات مستخدمي ومستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة في الفضاء الافتراضي؟ - وما هي الموارد الثقافية التي يوظفها المستخدمون والمستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي لتأويل مضامين الميديا عن المرأة؟	- تحليل مضمون الصفحات التي أنشأتها الميديا التقليدية العربية عن المرأة - إبراز تأويل مستخدميها ذكورا وإناثا من خلال جملة من المؤشرات: الأسماء المستعارة، وصور الملصق، التعليقات، وأسلوب الحجاج
---	---------------------------------	--------	--	--

نظرية التلقي الإعلامي في البيئة الرقمية:

إنّ الاطلاع على بعض البحوث التي تناولت عملية التلقي الإعلامي عبر الحوامل الرقمية المتعددة يحفز على التفكير في فاعلية نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الجمهور في بيئة الواب 2 العابرة للثقافات من خلال النقاط التالية:

- 1- يُعتقد أن حدود نظرية التلقي الإعلامي تتجلى أكثر في بيئة الواب 2 لأنها تسعى إلى توضيح العلاقة الملتبسة التي تجمع القارئ بالنص، لكن مكانة هذا النصّ تراجعت في البيئة الرقمية لصالح العدة التقنية Device. تبدو هذه الحجة مقنعة على الرغم من أن الباحث دافيد مورلي (Morley, La reception des travaux sur la reception Retour sur "Le public de NationWide", 1993)، الذي يُعتبر من رواد نظرية التلقي، لم يركز في بحوثه على قناة تلفزيونية بعينها أو على برنامج تلفزيوني محدّد، مثلما فعلت العديد من بحوث التلقي الإعلامي. لقد اهتم

مورلي بالتلفزيون كعدّة تقنيّة. وصك جملة من المفاهيم، مثل التكنولوجيا العائليّة، والديناميكية العائليّة، التي مكّنته من منح قيمة اجتماعيّة وثقافيّة وتواصلية للتلفزيون في السياق العائلي، والكشف عن مكانته في الحياة اليوميّة لدى الأسرة البريطانيّة في مطلع ثمانينات القرن الماضي. لكن هذا لا يمنع من القول أن أغلب بحوث التلقي الإعلامي ركزت على علاقة المتلقي بالمادة الثقافيّة والإعلاميّة، ولم تهتم بالحامل - العدّة التكنولوجيّة - إلا في حدود ضيقة.

2- تستخدم نظرية التلقي الإعلامي عدّة مفهوميّة مستقاة من النقد الأدبي أن لم تكن مرتبطة بنمط الاتصال المكتوب، مثل النصّ والقراءة. العدّة التي يعتقد أنها فقدت أهميتها في فهم الاتصال في العصر المرئي.

يعود مفهوم النص في نظرية التلقي إلى الدّراسات الثقافيّة التي لا تحصره في المعنى الاصطلاحي الوارد في القواميس، بل وظفته من باب الاستعارة ليشمل الصورة الثابتة والمتحركة، والأفلام، والبرامج التلفزيونيّة، والإذاعيّة، واللقطات الإعلانيّة والوسيلة الإعلاميّة. وقد تبلور في ظل الدّراسات السيميائيّة التي استفادت منها هذه النظرية. فمفهوم "النصّنة" Textualization يملك قيمة جوهريّة في الدرس السيميائي. فعالم اللسانيات الدانيماركي "لويس هلمسيّف" (Louis Hjelmslev) أوحى بأن لا شيء يفلت من تشكيله كنص. فالنصّ هو موضوع السيميائيات وحدّها (Badir, 2007).

ويتعدى مفهوم القراءة لدى أصحاب نظرية التلقي المعنى الاصطلاحي، والذي يعني فك حروف النص المكتوب. إنّه مسار من ابتكار المعنى يتدخل فيه التفاوض مع النصّ - بالمعنى المذكور أعلاه - وتأويله الذي يتجسد عبر مستويات مختلفة تحدّد جملة من المتغيرات، تأتي في مقدمتها كفاءة المتلقي المعرفيّة وتجربته الاجتماعيّة. وهذا يؤدي إلى القول أن لكلّ نصّ قراءات متعددة.

3. يصدق على الجمهور، الذي يُشكل إطاراً مركزياً لدراسة التلقي الإعلامي، ما قاله الفيلسوف الألماني "هيرمان إبنجهاوس" (Hermann Ebbinghaus) عن علم النفس: إنه يملك ماضياً موعلاً في القدم لكن تاريخه قصير (Livingstone & Das, 2002). لقد عُرف مفهوم الجمهور، الذي واكب ميلاد وسائل الاتصال الجماهيري، بأنه "جماعة من البشر مرئية، ومُعترف بها، ومُدركة لمرونيّتها، والتي يمكن من خلالها توقع تمظهراتها الملموسة" (Esquinazi, 2002). لقد طرح هذا المفهوم إشكالات نظرياً 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 ما واحد أم متعدّد؟ وهل ضاع القاسم المشترك في هذا التعدّد؟ وهل أن الاستعمال الفردي للوسيلة وتشذّر المواد الإعلامية عبر تعدّد الحوامل الإعلامية الرقمية قد وضع حداً للجمهور؟ إنّ الإجابة عن هذه الأسئلة تؤدي إلى التساؤل عن الجمهور في ظل التحولات التي تعيشها الميديا المعاصرة، وتداخل الانتاج والاستخدام ("الانتخدام" *produsage).

إنّ الجمهور "موجود في كلّ مكان ولا مكان" في الفضاء الافتراضي، لكن هل يمكن دراسته بالطريقة التقليدية؟ فما كان يطلق عليه مسمى الجمهور في السابق هم أشخاص كانوا يستخدمون وسائل الإعلام لأغراض محدّدة بشكل أساسي، دون غيرها، خلال فترة معينة، ثم يكفون عن استخدامها، لينصرفوا إلى ممارسة نشاطات أخرى. أما "ما يعتقد أنه جمهور" في البيئة الرقمية فقد أصبح ذا علاقة دائمة بالوسيلة ولا يتوقف عن استخدامها (Schröder, 2019). إنّ الجيل الذي يمكن وصفه بذي القابلية على القيام بالعديد من المهام في آن واحد Multitasking

* الانتخدام كلمة مركبة من الانتاج والاستخدام للتعبير عن ظاهرة التداخل بين منتجي المادة الإعلامية والثقافية الرقمية ومستخدميها والمعبّر عنها بـ Produsage

Generation . لذا يشكك بعض الباحثين في وجود شيء اسمه جمهور الميديا في الفضاء الافتراضي (Ang, 1991) هذا على الرغم من أن الناس لازالوا يشاهدون برامج التلفزيون التقليدي والأفلام السينمائية سواء في بيوتهم أو خارجها.

لقد جعلت الميديا الرقمية جزءا كبيرا من نشاط مشاهدي برامج التلفزيون عبر مختلف الحوامل الرقمية ظاهرا للعيان لم نألفه في مشاهدة التلفزيون كما وصفها "دافيد مورلي". فمن النقر على أيقونة الإعجاب إلى التعبير عن المشاعر والآراء باستعمال الأيقونات – Simeley - مروراً بإشراك الغير في المشاهدة سواء بإعادة إرسال ما يشاهد كله أو في شكل مقاطع فيديو فقط، أو تذييل الفيديو بتعليق، أو مناقشة الأصدقاء الافتراضيين أو الفعلين فيما يشاهدون بشكل مواز ومتزامن مع المشاهدة. وغني عن القول أنّ هذه المناقشة تتطلب استخدام شاشتين، وغيرها من الممارسات، التي وسعت مفهوم المشاهدة ومططت الأساليب والآليات التي تسمح بإعادة إنتاج المعنى بشكل مرئي. وقد ترتب عن كل هذا أن البيئة الرقمية ساهمت بنشاط في فسخ عقد المشاهدة الذي كان يجمع المشاهد والتلفزيون التقليدي.

يقترح الباحثون، الذين يعتقدون أن نظرية التلقي أصبحت متجاوزة بفعل ديناميكية البيئة الرقمية استبدالها بالمشاركة. فالتفكير في الاتصال الميدياتيكي، حسب الباحث "سيغر سيلين" (Séguir, s.d)، يجري اليوم في إطار براديغم المشاركة التي كانت تمارس في الميديا "التقليدي"، لكن مجال تطبيقها اتسع في ظل التكنولوجيا الرقمية وفضلها. ويمكن أن تنطلق مع بداية الإنتاج التلفزيوني، مثل اقتراح بعض المواضيع على معدي البرامج التلفزيونية أو اقتراح تكملة لسيناريو فيلم أو مسلسل تلفزيوني، أو من خلال ما تمارسه نوادي المعجبين ببعض البرامج التلفزيونية والإذاعية من تأثير على محتوياتها أو مواضيعها، أو عبر تصويت المشاهدين على مسار الألعاب التلفزيونية أو برامج تلفزيون الواقع. وبالنظر إلى

لجوء بعض القنوات التلفزيونية إلى نشر شرائط فيديو أو "نصوص" مستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي، مثل تغريدات مشاهدي برامجها السياسية على موقع شبكة "تويتر"، ندرك محدودية هذه المشاركة، والتي تكشف عن العجز الواضح عن نقل السلطة من التلفزيون، الذي يمارس أبويته، إلى الجمهور حتى وإن كان هذا الأخير حاضرا في الأستوديو، وطرفا في النقاش الدائر في البرامج التلفزيونية (Livingstone & Lunt, 1993). لذا لا نعتقد بأن المشاركة التلفزيونية، التي ترسخ فكرة "الجمهور النشط والفاعل"، تحلّ محل مفهوم التلقي أو تلغي نظريته.

من أجل تجديد نظرية التلقي لدراسة الميديا الرقمية لا يوافق الباحث "شودرو كريم كريستان" (Schrøder, 2019) على إدراج المشاركة في أفق نظرية التلقي فحسب، بل يضيف لها عملية الوساطة الميديا تيكية "Mediatization" التي يرى بأنها لا تأخذ بعين الاعتبار الجمهور. فهذه "الوساطة" هي ميتا مفهوم *méta-concept* للطريقة التي يُدار بها النظام الاجتماعي. إنها ليست تقريرا عن مبدأ لنظام مخصوص يستند إلى وسائل الإعلام (...) وينتظر منها أن تشمل التقارير المتنوعة عن الطريقة التي يتم بها توريط وسائل الإعلام في تحولات مختلف حقول الفعل والمنافسة" (Couldry, 2014, p35).

ويضيف الباحث الدانيماركي ذاته، مفهوم "الجمهرة" *Audientization* للوساطة الميديا تيكية. ويوضح فكرته بالقول: يعني هذا المفهوم أنه يتوجب علي كلّ دراسة لمسار هذه الوساطة دمج نشاط المشاهدة الناجم عن الانتباه أو الانخراط الواعي في الميديا المدروسة نظرا للطريقة التي يؤثر بها هذا النشاط، مهما كان ضئيلا وذا تأثير ضعيف على تكوين الميديا، وعلى علاقتها ببقية مؤسسات المجتمع. (Schrøder, 2019)

بالنظر إلى ما سبق عرضه يقترح الباحث "ألفي دونات" الاستعانة بمفهوم الاستخدام لدراسة "جمهور" الميديا الرقمية لأن هذا الأخير أصبح مستخدماً نظراً للعدّة الرقمية التي تدعو مستخدمها إلى التفاعل سواء بالتعبير عن آرائهم ومشاعرهم أو بنقل الأخبار أو ممارسة النقد من خلال التعليقات أو تقديم التوصيات التي يتم تقاسمها في مواقع التواصل الاجتماعي (Donnat, 2017).

إن التفكير في مفهوم الاستخدام يقودنا رأساً إلى تيار سوسيولوجيا الاستخدام أو نظرية المبتكرات التي ظهرت في ثمانينات القرن الماضي، والتي سعت إلى فهم كيف يتصرف "المستخدم" مع العدّة التكنولوجية المتوفرة آنذاك: جهاز الفيديو، والمجيب الآلي على الهاتف، والحاجي، وجهاز التحكم عن بعد في جهاز التلفزيون Remonte Control؟ وكيف يدرجها في حياته اليومية؟

إنّ تبديل الاستخدام بالجمهور لا يعني بتاتا أن مفهوم الاستخدام معصوم من المراجعة في البيئة الرقمية وحتّى من النقد، وذلك لسببين: الأول عملي يلخصه سؤال الباحثة الهولندية من أصول إندونيسية "أنج مي أين" (Ang May Ien): ما معنى الحياة في عالم يعاني من تخمة في الميديا" (Couldry, 2011, p213). إنّها تعني ببساطة العيش في الثقافة الرقمية التي لا وجود لها دون الممارسات التي تستلزم استعمال عدّة المعلوماتية: ممارسات الاستهلاك الميدياتيكي والثقافي، والتواصل، والتعبير عن الذات (Fluckiger, 2008) ففي ظل هذه الثقافة يصبح الاستعمال شرطاً أنطولوجياً للميديا الرقمية ويتداخل مع الاستخدام. وأضحى مفهوم المستخدم النموذجي لهذه العدّة يميل للاندماج في تصور الأجهزة التقنية. (Das, The End of Audiences? Theoretical Echoes of & Livingstone) (Reception amid the Uncertainties of Use

أما السبب الثاني فهو نظري، ويكمن في دلالة مفهوم الاستخدام الذي من المفروض أنه يتعارض مع مفهوم الاستهلاك الذي يحيلنا إلى السوق؛ فالمستخدم

يختلف عن المستهلك/ الزبون الذي يشترط منه دفع مقابل مالي الحصول على سلعة أو خدمة. لقد تشكلت دلالة الاستخدام Usage في ظل دولة الرفاهية welfare state ، التي تقدم جملة من الخدمات مجاناً، مثل الصحة والتعليم لمواطنيها ضمن التزاماتها الاجتماعية. لكن هل ينطبق هذا الأمر على الميديا الرقمية؟ بمعنى آخر ألا يعتبر استخدام الانترنت والمنصات الرقمية استهلاكاً لأنه فعل غير مجاني، بل يتطلب مقابل مالي؟

إنّ الولوج Access والربط بالشبكة Connexion هما مفتاح زيادة الاستهلاك وانتشاره الذي ينمو ويتكاثر بارتفاع عدد تعليقات المؤثرين وآراء الخبراء، ونصائح المتواصلين، وانطباعات من يلج شبكة الانترنت أو يكون متصلاً عبر منصاتها الرقمية. (Paquienseguy) هذا إضافة إلى أن مفهوم الاستخدام يقتصر على العدة التكنولوجية بصرف النظر عما تحمله. وبهذا يتقاطع مع أطروحة مرشال مكلوهان التي "تحتفي" بالوسيط Medium، وتعتبره رسالة.

رغم اقتناع بعض الباحثين النشيطين في مجال الدّراسات الإعلامية بموت التلفزيون في العصر الرقمي، مثل "إليهو كاتز" (Katz Elihu) و"بادي سكينال" (Ségur, 2012) و"جون لوي مسيكا" (Missika, 2006) إلا أن الكثير من البحوث واصلت دراسته في البيئة الرقمية مستلهمة مما توصل إليه "دافيد مورلي" في بحوثه عن جمهوره.

وتعدّدت هذه الدّراسات إلى درجة يصعب تصنيفها، ناهيك عن حصرها كمياً. فبالإضافة إلى اهتمامها بدراسة جمهور برنامج بعينه، مثل جمهور المسلسلات التلفزيونية (Domingo & Wiard, 2016) أو برنامج سياسي حواري، اتجهت بحوث التلقّي الإعلامي إلى دراسة شريحة معينة من جمهور التلفزيون (أطفال، شباب، نساء) (Lacalle & Pujol , 2017) أو عشاق نجوم التمثيل والفن، في تعاملها مع

"التلفزيون الاجتماعي". وإلى الكشف عن أسرار مشاهدة المادة التلفزيونية عبر أنماط البث والتوزيع المعاصرة، مثل الفيديو وفق الطلب، والتلفزيون الاستدراكي (Beuscart, 2012 & Beauvisage)، وإلى مقارنة الجمهور الذي يتابع برامج التلفزيون التقليدي، بالجمهور "أونلين" Online عبر مختلف الشاشات. (Zalduendo, 2017) Morales & (Aasebo, 2015) لكن من يطلع على بعض الدّراسات الحديثة التي أنجزت في هذا الإطار* تهتم بعملية تشفير المادة الإعلامية والثقافية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، خاصة السّمعية-البصرية، وفكّ تشفيرها، أو تُعدّ تطبيقاً لتيار سوسيولوجيا الاستخدام"، التي تحدثنا عنه آنفاً؟ وهل زالت الحدود الإجرائية، التي كانت تفصل الدّراسات التي تستند إلى نظرية التلقي عن تيار سوسيولوجيا الاستخدام في عصر التكنولوجيا التماثلية، في العصر الرقمي أم أن مستقبل "نظرية التلقي أصبح في حكم الماضي" مثلما أكد ذلك الباحث "لويس كيوي" (Mauro, 2005)* * بعد أن بلعتها سوسيولوجيا الاستخدام؟ لقد عملت هذه السوسيولوجيا على توسيع مجال بحثها ليشمل جنيولوجيا استخدامات العدة التقنية، ومسار تملكها Appropriation، وصياغة الرابط اجتماعي بواسطتها. (Quéré, 1996)

ما يبرر طرح هذا السؤال الأخير أن نظرية التلقي أصبحت توظف مفهوم "التملك" الذي اجترحته سوسيولوجيا الاستخدام من بحوثها الأمبريقية. بالفعل لقد أضحت الكثير من البحوث التي تستند إلى نظرية التلقي الإعلامي تشترك مع

* يبين هذا البحث كيف أن التلفزيون يساهم في تشكيل هوية الذكور من الشباب وهم في تحولهم إلى سن البلوغ من خلال إجراء مقابلات مع من يتراوح سنهم من 15 و 17 سنة في مختلف مناطق الترويج.

** يسعى هذا البحث إلى شرح كيف أن المسلسل "Terra Nostra" التي بثتها قناة "غلوبو" البرازيلية منح للمشاهدين من مختلف الأوساط الاجتماعية والثقافية أطار لتأويل السياسية البرازيلية ولفهم التحولات الديمقراطية في البرازيل مع الإشارة إلى أن بعضهم لا يرى سوى الجانب الترفيهي في هذا المسلسل.

بحوث سوسيولوجيا الاستخدام في توظيف مفهوم " التملك " The appropriation.
(Jouët, 2000)

يؤكد مفهوم التملك على استقلالية مستخدم العدة التكنولوجية أو متلقي المواد الإعلامية والثقافية، ويراها نابعة من كفاءة المستخدم الإدراكية والتقنية التي تتجلى عبر تفاعله المنتظم بل اليومي مع الحامل والمحمول الإعلامي والثقافي (Combes, 2011)، (Moeschler)، (Séгур, Réception, s.d)، (Cefai, 2003)، (Dominique)، (Compte, 2008)، (Jouët & Pasquier, 1999)، (Jenkins, 1992)، في مختلف الفضاءات: البيت، مقر العمل، المدرسة والجامعة، المسجد والكنسية، النادي الثقافي والرياضي، والملعب، والمقهى، والسوق.

لقد وظفت نظرية التلقي مفهوم التملك لقراءة علاقة المتلقي بالمادة الإعلامية والثقافية، بينما "شغلت" سوسيولوجيا الاستخدام هذا المفهوم لفهم علاقة المستخدم بالعدة التكنولوجية. إذا، إنّ الغاية من توظيف مفهوم التملك تُطرح في أفقين مختلفين. فأفق التملك في نظرية التلقي هو أنثروبولوجي وثقافي وسياسي بغية تحقيق الذات وبناء الهوية الفردية والجماعية، والكشف عن الخصوصية الاجتماعية والثقافية. بينما أفق التملك في سوسيولوجيا الاستخدام يتجلى عبر ابتكار وظائف جديدة للعدة التكنولوجية غير تلك التي تصورها صانعوها من مهندسين ومستثمرين. فغاية هذا التملك تقنية وتجارية، بدليل أن الشركات المصنعة لتكنولوجيا المتطورة وبرامجها التطبيقية أنشأت وحدات للبحث الاجتماعي والنفسي. واستفادت كثيرا من بحوث سوسيولوجيا الاستخدام في تطوير منتجاتها.

الخلاصة:

بالنظر إلى ما سبق طرحه نقترح الاستعانة بنظرية التلقي وتيار سوسيولوجيا الاستخدامات معا في دراسة المتلقي /مستخدم الميديا الرقمية، وذلك لتجاوز حدود كلتا النظريتين من جهة، ومن أجل تطبيق تعددية المقاربة النظرية لفهم العلاقة بين أضلاع المثلث التالية: العدة التكنولوجية، النص الإعلامي والثقافي، والمتلقي. فسوسيولوجيا الاستخدامات تهتم بالعدة التكنولوجية/الوسيط الإعلامي ومستخدمه. ونظرية التلقي تركز على النص وجمهوره. إذا يمكن الاستفادة من مفهومي التمثل والتملك اللذان ترتكز عليهما سوسيولوجيا الاستخدامات، ومن مفهومي سياق التلقي والتأويل اللذين تعتمد عليهما نظرية التلقي.

فبالنسبة للسياق لا يمكن الإحاطة به في بيئة الواب 2 دون الأخذ بعين الاعتبار التغير الذي يعيشه التلفزيون المعاصر، والذي يختلف عن تلفزيون السبعينات، ليس من ناحية وفرة البرامج والمواد وأشكال البث والتوزيع فحسب، بل من ناحية الطبيعة أيضا. فالتلفزيون العمومي كان يروم تحقيق الوظائف التالية: الإعلام، والتعليم والتثقيف والتسلية، بينما التلفزيون الخاص كان يهدف إلى تحقيق غاية تجارية عبر التركيز على الترفيه الذي يستقطب أكبر عدد من المشاهدين. بينما يسعى التلفزيون المعاصر إلى إقامة علاقة مع المشاهدين والحفاظ عليها. وولوج المجموعات البشرية المتواجدة في جيوب شبكة الانترنت. يبدو أن تحقيق هذا المسعى في البيئة الرقمية أصعب من البيئة التماثلية. لقد لجأ التلفزيون التماثلي إلى جملة من الحيل لشد المشاهدين وتعويدهم على برامجهم، منها على سبيل المثال بثّ المسلسل التلفزيوني عبر حلقات مترابطة في ساعات محدّدة من اليوم. أما في الوقت الراهن فقد برزت ظاهرة ما أصبح يعرف بنهم المشاهدة "binge watching"، أي مشاهدة كلّ حلقات المسلسل التلفزيوني دفعة

واحدة عبر المنصات الرقمية، مثل نتفليكس Netflix أو خدمة التلفزيون وفق الطلب.

ولا يمكن تفعيل سياق المشاهدة دون الأخذ بعين الاعتبار تداعيات انفصال المحمول عن الحامل الذي نجم عن التكنولوجيا الرقمية؛ أي انفصال المادة الإعلامية والثقافية عن ناقلها، مما سمح بارتحالها عبر الوسائط المختلفة Transmedia وما بين الوسائط Intermediacy. الترحال الذي يؤكد بأن وسائل الإعلام ليست ظاهرة مفصولة عن بعضها ولا تراكما لها، بل إنها مسار تجري فيه التفاعلات الدائمة بين النصوص.

أما بالنسبة لتأويل المشاهدين " للنصوص " التلفزيونية في بيئة الواب، فلم يعد يتوقف على المتغيرات التي برهنت عليها دراسة الجمهور في ظل التلفزيون التناظري، مثل السن، والمستوى الثقافي، والجنس، والانتماء الاجتماعي. لقد أصبح يخضع أيضا إلى الكفاءة التقنية التي يشترطها مفهوم التملك الذي تحدثنا عنه أعلاه، باعتباره المتغير الرئيس لكونه يشكل عتبة المرور إلى فك شيفرات النص المتشعب Hypertext، الذي يعتبر نصا على نص أو نصا مفتوحا. فالكفاءة التقنية تساعد على اكتشاف الأخبار المزيفة Fake News والصور والفيديوهات المفبركة Deepfake، والنصوص المفتتة "Dispersible texts" أو تُمكن من ممارستها.

إن كان التأويل يستعين بالدرس السيميائي، بهذا القدر أو ذاك، فلا بد من تطويع مفردات هذا الدرس ليستوعب التغيير الذي طرأ على النص الرقمي:

(إنَّ سيميائية الوصلات والروابط " الرقمية " يمكن اعتبارها بمثابة معان متعددة لمدونات codes التلفزيون. واعتبار القدرات " affordances " * بمثابة

* Affordance يقصد بهذه العبارة ما تتوفر عليه العدة التقنية من امكانيات ليستعملها المستخدمون و قدرة هؤلاء على تملكها، أي ابتكار وظائف تلي حاجاتهم

القراءات المفضلة. ويمكن تمديد جماعات الممارسة إلى جماعات التأويل. وتوسع ثقافات "ريمكس" Ramex ** قصد معرفة القراء اللهيون أو المقاومين. وتنظيم مفهوم النوع "الفني أو الصحفي" للنصوص وممارسات الاستخدام/ القراءة وفي السياقات القديمة والجديدة للميديا (Livingstone & Das)

كان التأويل في التلفزيون التماثلي ينطلق من النص ولا يتوقف عنده. ويسترشد، بهذا القدر أو ذاك، بنوايا الاتصال أو غايات المرسل: التلفزيون، منتج البرنامج التلفزيوني، أو المبرمج الذي يُعد شبكة برامجه. النوايا التي يكشف عنها الخط الافتتاحي للمؤسسة التلفزيونية والذي يندرج في مخطط "موريس هول": التشفير وفك التشفير. لكن تشذر المادة السمعية البصرية وتعدد منتجها وموزيعها ومقتسمها، وما تثيره من تفاعلات، يضرب الرؤية لهذا المخطط الذي لا نعرف بداية دورته ولا نهايتها: فالمرسل والمتلقي يشفران ويفكان التشفير في آن واحد. (Livingstone & Das)

ما سبق طرحه لا يمكن أن يخفي التحديات المنهجية التي تواجه عملية الربط بين نظرية التلقي وسوسيولوجيا الاستخدامات الاجتماعية والتي تتطلب ابتكار بعض الأساليب البحثية أو تجديدها، مثل النص في أثناء الفعل "text in action" (Wood, 2006) والإثنوغرافية الذاتية (auto-ethnographic)، و"البحث الإجرائي التشاركي" Participatory Action Research، من أجل دراسة "الانتخدام" "produsage" (Brown & Quan Haase, 2012) واستغلال الكم الهائل من البيانات Big Data وفيض الصور. فرغم أن تفاعل مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية مرئي وظاهر للعيان إلا أن تأويله من قبل المتفاعلين يظل مبطنًا

** يقصد به فك المادة الإعلامية أو الثقافية أو الفنية - موسيقى - غناء- لوحة زيتية وإعادة تركيبها بتبديل

وخاصا ويفلت من ملاحظات الباحثين. (Livingstone, 2004) ويصعب النفاذ إليه عبر المقابلة أو المجموعة البؤرية. لذا لابد من اللجوء إلى الاثنوغرافيا الرقمية والتي يمكن أن تساعد في تجاوز عقبة البحث المتمثلة في الاختلاف في بعض الأحيان بين ما يصرح به المبحوثون عن ممارستهم في شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وما يقومون به فعلا، والذي يتسم بنوع من الحميمية. والتفكير في كيفية التغلب على صعوبة أرشفة مادة البحث لسرعة زوالها في مواقع الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية، وفك أسرار تراكم بروفيلات المستخدم الرقمية.

المراجع :

- الحمامي، الصادق. (2015). المرأة العربية في النقاش الافتراضي، دراسة في تمثيلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيسبوك. تونس: مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، كوثر.
- بوسيلة، زهير. (2019، نوفمبر). أنماط تلقي برامج التلفزيون الفضائي لدى المشاهد الجزائري -دراسة على عينة من جمهور العاصمة. الجزائر: مجلة الدراسات الإعلامية (9).
- بوغاري، ش. (2015). عادات مشاهدة التلفزيون لدى المجتمع التارقي. مذكرات ماستر في علوم الإعلام والاتصال (3). كلية الإعلام، جامعة الجزائر.
- خافج، ك. (2019). الكاريكاتير السياسي في الصحافة الجزائرية ورهانات التلقي: دراسة تحليلية لعينة من جرائد الخبر، الشروق، Liberté، El-Watan في الفترة الممتدة من 2012 إلى 2017. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث. كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- عبد الرضا حمود، نها. (2015). عادات مشاهدة الطفل العراقي في عمان للإعلانات التلفزيونية الموجهة للأطفال وانماطها- دراسة مسحية. ماجستير في الإعلام. الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
- لكحل، خيرة. (2015). الشباب وتلقي صورة الثورة التحريرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة في دور الكفاءة القيمية. الصورة والاتصال، 5(15).
- ميغري، أ. (2018). سوسيولوجيا الاتصال والإعلام. (ترجمة نصر الدين لعياضي) البحرين: هيئة البحرين للثقافة والآثار.
- Aasebo, T. S. (2015). Television as a maker of boy's construction of growing up . S. University ,Éd .Young .(2) /3 ,doi:Do 10.1177/1103308805051321

- Ang, M. I. (1991). *Desperately seeking the audience*. London and New York: Routledge.
- Aoudia, K. (2009). *réception par satellite et Internet des Medias arabes trasnationaux: intégration et transformations identitaires d'immigrations à Montréal .thèse de doctorat en communication*. Montréal: université du Québec à Montréal.
- Badir, S. (2007). *La sémiotique aux prises avec les Medias, Sémiotique et communication, Etat des lieux et perspectives d'un dialogue*. *Semen*. (23) Récupéré sur <http://semen.revues.org/document4951.html>
- Beauvisage, T & .,Beuscart, J.-S. (2012). *Audience Dynamics of Online Catch Up TV*. USA .Récupéré sur https://www.academia.edu/1527928/Audience_Dynamics_of_Online_Catch_Up_TV?sm=b
- Bouchard, N.-N. (1993). Elihu Katz et Tamar Liebes (1990), *The export of Meaning, Cross-cultural Readings of Dallas* .CRISE ,Éd (.Communication. *Information Medias Theories* ,(1)14 ,pp.2015-2010 .
- Bourdieu, P. (1998). *Les règles de l'art*. France: Seuil.
- Brown, B & .,Quan Haase, A. (2012). *A workers' Inquiry2.0. An Ethnographic Method for The Study of Produsage in Social Media Contexts* .,Triple C (Cognition, Communication, Co-Opetation) .(2)10 ,Récupéré sur <http://www.triple-c.at>
- Cefai, D & .,Dominique, P. (2003). *Les sens du publics, publics politiques, publics médiatiques*. France: PUF.
- Chaouni, N. (2018). *Etude de la reception transnationale d'une serie télévisée et ses effets sur l'attractivité touristique d'une région rurale .Thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication*. France: Université Montpellier Paul Valéry.
- Chevaldonné ,F. (1981). *La communicaion inégale. L'accès aux media dans les campagnes algériennes*. France: Editions du C.N.R.S.
- Combes, C. (2011). *La consommation de series à l'epreuve d'internet entre pratique individuelle et activité collective*. *Réseaux*.(165)1 ,
- Compte, C. (2008). *L'influence des soap opera sue les stratégies narratives des series télévisées*. *Interactions Humaines Mediatisées*.(2)9 ,

-
- Couldry, N .(2011) .*The necessary future of the audience... and how to research it in Virginia Nightingale The handbook of Media Audiences* .USA: John Wily & Sons Ltd., Publication.
 - Couldry, N .(2014) .Mediatization: What Is It ? Dans L. Kramp, N. Carpentier & , A. Hepp ,*Media practice and everyday Agency in Europe-German Federal state* .Lumiere Bremen.
 - Dayan, D .(1992) .Les mystères de la réception .*Le Débat*.(17)
 - Dayan, D .(2000) .Télévision: Le presque-public .*Réseaux*.(100)
 - De Certeau, M .(1990) .*L'invention de quotidien* . T1. France: Gallimard.
 - De Sande, R., Vernic-Alujevic, L & ,Bojana, R .(1996) .Challenges when researching digital audiences: mapping audience research of software designs, interfaces and platforms, participations .*Audiences and Reception studies* .(1)13 ,Récupéré sur <http://cutt.ly/dhdxbdv>
 - Donnat, O .(2017) .La question du public, d'un siècle à l'autre .*Culture et Recherche* .(134)Récupéré sur <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Enseignement-superieur-et-Recherche/La-revue-Culture-et-Recherche/Les-publics-in-situ-et-en-ligne>
 - Esquinazi, J.-P .(2002) .Les non-publics de la télévision .*Reseaux*.(113-112)
 - Fanon, F .(1960) .*Ici la voix de l'Algerie. L'an V de la révolution algérienne* . France: Maspero.
 - Fisk, J .(1987) .*Television Culture* .Londres: Routledge.
 - Fitouri, C .(1983) .Débat, Images: pollution ou développement ?Dans J.-L. Maurer, F. Mellah & ,D .& .Perrot ,*Les nouvelles chaines Techniques modernes de la télécommunication et le Tiers Monde* . pp .(183-147 .France: Presses Universitaires de France.
 - Fluckiger, C .(2008) .L'école à l'épreuve de la culture numérique des élèves . *Revue Française de Pédagogie*.(163)
 - Hall, S .(1973) .*Encoding and decoding in the television discourse* . Birmingham: Center for Contemporary Cultural Studies .U.K.
 - Hill, A .(2011) .*The Audience is the Show in Virginia Nightingale The Handbook of Media Audiences* . USA: L. P. John Wiley & Sons Ed

-
- Jenkins, H .(1992) .*Textual Poachers: television Fans and Participatory Culture* . New York: Pperback.
 - Jouët, J .(2000) .Retour critique sur la sociologie des usages .*Réseaux*.(100)18 ,
 - Jouët, J & ,Pasquier, D .(1999) .Les jeunes et la culture de l'ecran. Enquete nationale auprès des 6-17 ans .*Réseaux*.(93-92)17 ,
 - Lacalle, C & ,Pujol, C .(2017) .Online coimunicationand everyday life: Female social audience and TV fiction .*Universum, Revue Chile* .(2)32 ,Récupéré sur https://www.academia.edu/35938414/ONLINE_COMMUNICATION_AND_EVERYDAY_LIFE_FEMALE_SOCIAL_AUDIENCE_AND_TV_FICTION
 - Le Grignou, B .(2003) .*Du coté du public. Usages et receptions de la télévision* . France: Economica.
 - Livingstone, S ,2004) .March .(The challenge of changing audiences: Or what is the audience researcher to do in the age of the Internet ?*European Journal of Communication* .(1)19 ,doi:10.1177/0267323104040695
 - Livingstone, S & ,Das, R) .s.d .(The End of Audiences? Theoretical Echoes of Reception amid the Uncertainties of Use .U.K .Récupéré sur <http://cutt.ly/ChaeQtJ>
 - Livingstone, S & ,Lunt, P .(1993) .un public actif un telespectateur critique . *Hermes*.(12-11)2-1 ,
 - Mauro, P. P ,2005) .November .(Political controversies in Brazilian Tv fiction viewer's interpretations of the Telenovella Terra Nostra .*Television and New Media* .(4)6 ,doi:10.1177/1527476405279862
 - Millerand, F) .s.d .(David Morley et la problématique de la réception .Récupéré sur <http://cutt.ly/GhiZILn>
 - Missika, J.-L .(2006) .*La fin de la télévision* .France: Le Seuil.
 - Moeschler, O) .s.d .(Allers-retours. Les usages des cultural studies par la sociologie .*Revue de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française* .Récupéré sur <http://journals.openedition.org/sociologies/5323>
 - Morley, D .(1993) .La reception des travaux sur la reception Retour sur "Le public de NationWide ." *Hermes*.(12-11)
 - Morley, D .(1999) .*Family television: Cultural power and domestic leisure* .New York: Routledge.

-
- Mulle, F & ,Hermes, J .(2010) .The performance of cultural Citizenship: Audiences and politics of Multicultural Television Drama .*Critical Studies in Media Communication* .(27)2 ,doi:10.1080/15295030903550993-
 - Neveu, A & ,Mattelard, A .(1996) .Cultural Studies'stories. La domestication d'une pensée sauvage ?*Réseaux*.(80)
 - Paquenseguy, F) .s.d .(L'utilisateur et le consommateur à l'ère numérique .Récupéré sur <https://www.researchgate.net/publication/319481463>
 - Pillet, F .(2011) .Que reste-t-il de l'école de Constanc ?*Etudes Germaniques*.(263)
 - Quéré ,L .(1996) .Faut-il abandonner l'étude de la réception? Point de vue . *Réseaux*.(79)14 ,
 - Radway, J .(1984) .*Reading the romanc. Women, patriarchy and popular literature* .U. o. Press ,Éd (.USA: Chapel Hill.
 - Roald, A. S .(2017) .Satellization of Arab Media: perceptions of changes in gender relations .*Cyber Orient*.(2)11 ,
 - Schrøder, K. C .(2019) .Reception Research in a Post-broadcasting Digital Age . *Television & New Media* ,(20)2 ,pp .169-155 . doi:10.1177/1527476418811114
 - Ségur, C .(2012) .Katz, E; Scannell, P, The end of Television? Its impact on the world .*Questions de Communication*.(21)
 - Ségur, C) .s.d .(.Réception .Récupéré sur <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/reception/.hal-01704166>
 - Stolz, J .(1983) .Les Algériens regardent Dallas .Dans J.-L. Maurer, F. Mellah & , D. e. Perrot ,*Les nouvelles chaines Techniques modernes de la télécommunication et le Tiers Monde: pieges et promesses* pp .(246-221 . France: Presses Universitaires de France.
 - Van Hove, F .(2019) .*Médias d'actualité ,journalistes et publics sut Twitter: Vers un renouvellement des relations*)?T. d. sociales ,Éd (.Suisse: Université de Fribourg.
 - Wiard, V & ,Domingo, D .(2016) .Fragmentation versus convergence: University students in Brussels and the consumption of TV series on the Internet. Participations .*Journal of Audiences and Reception Studies* .(1)13 , Récupéré sur

https://www.academia.edu/25542863/Fragmentation_versus_convergence_University_students_in_Brussels_and_the_consumption_of_TV_series_on_the_Internet

- Wood, H .(2006) .Texting the subject: women, television, and modern self-reflexivity) .U. o. Virginia ,Éd (.*Communication Revue* .Récupéré sur <https://doi.org/10.1080/10714420590947692>
- Yanardağoglu, E & ,Karam, I .(2013) .The fever that hit arab satellite television: audience perceptions of turkish TV series .*Journal Identities: Global studies in culture and power* .(5)20 ,Récupéré sur <http://doi.org/10.70289X.2013.823089>
- Zaborowski, R .(2016) .Old topics, old approaches? Reception in television studies and music studies, Participation .*Audiences and Reception Studies*.(1)13 ,
- Zalduendo, C. L & ,Morales, B. G ,2017) .Sep/Dec .(Spanish tv reception in the multiscreen era . ,*Commun. Soc (Revue)* .(30)Récupéré sur http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300197&lng=en&nrm=iso&tlng=en