

التلقي في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال:  
دراسة في الأبعاد المفاهيمية والنظرية.

## Reception in Light of NTIC: Study in Conceptual and Theoretical Dimensions.

د. مصطفى كشايري / جامعة الجزائر 3

Mustapha Kechairi/ University of Algiers3

kechairi.mustapha80@gmail.com

### ملخص:

يهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على أهم المفاهيم التي جاء بها فعل تلقي المنتجات الإعلامية، وكيف تغير فعل التلقي من القراء إلى المشاهدين إلى تفاعلات غامرة متعددة الوسائط في ظل التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، بداية من تلقي النصوص الأدبية وعملية بناء المعنى إلى التأويل وفهم المعاني وفق السياق الثقافي والاجتماعي للمتلقين، وهذا عبر طرح تجميع نظري يدمج العديد من وجهات النظر اتجاه تلقي الجمهور للمنتجات الإعلامية والثقافية انطلاقاً من أنموذج التأثير إلى أنموذج التلقي.

الكلمات المفتاحية: التلقي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة؛ التفاعل؛

الجمهور؛ بناء المعنى.

\*\*\*

### Abstract:

We aim, through this research paper, to underline the most important concepts evoked by the media reception act, and how this last has changed from readers to viewers into immersive multimedia interactions in light of the new media and communication technology. Starting from receiving literary texts and the process of building meaning to interpretation according to the cultural and social context of the receivers, we propose a

theoretical compilation that integrates many points of view towards the audience's reception of media and cultural products from the influence paradigm to the reception paradigm.

**Keywords:** reception; new information and communication technology; interaction; audience; constructing meaning.

### مقدمة:

تعدُّ مسألة التسليم للمفاهيم أحد المعضلات الأساسية التي ساهمت في بناء المعرفة وتطورها وكذا استمراريتها، وهذا عبر نقدها وبالتالي افراز أفكار جديدة ومناقشتها، هذا الأمر يطرح معه إشكالية التعاطي مع أي مفهوم تبلور أنفاً أو حاضراً، وعليه فإن تناول مفهوم التلقي في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة كمفهوم له أبعاد مهمة في الحقل المعرفي وخصوصاً في حقل الإعلام والاتصال يعدُّ أمراً ضرورياً.

وعليه فإن تحليل مفهوم التلقي يجب أن يستمر في تحديد مسألة بناء المعنى كمسألة مركزية في الدراسات الإعلامية، وعليه أصبح من المهم جداً على الباحثين والمفكرين في حقل علوم الإعلام والاتصال مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان الرقمي والتكنولوجي، وهذا بالتحكم الجيد بالأسس التي يقوم عليها هذا المفهوم، وقد تم طرح العديد من المفاهيم الجديدة التي ارتبطت بدراسات الجمهور مثل: الجمهور النشط، الجمهور الفعّال، الجمهور على الخط .. وغيرها من المفاهيم الجديدة التي طرحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

### الإشكالية البحثية:

إنَّ التطور العلمي والمعرفي وكذا التكنولوجي الذي يشهده العالم أصبح عاملاً مهماً في تغيير مسار وأسلوب الحياة البشريّة ما أفضى تبني آليات وأساليب من نوع آخر، إذ أن تعاطي الفرد في حياته الاجتماعية والثقافية أصبح مختلفاً في ظل الرقمنة،

ما أحدث ثورة في مجال الدراسات والأبحاث في شقها الإعلامي والاتصالي خاصة فيما يتعلق بدراسات الجمهور وتلقي الرسالة الإعلامية، إذ أنه من البديهي أن تتطور نظريات التلقي وتساير هاته التحولات التي تطرح العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وبالتالي ظهور مفاهيم ومتغيرات جديدة أثرت هذا الحقل.

فبعدها كان التركيز فقط على الرسالة والتأثير في أبحاث الجمهور باعتبار أن المتلقي عنصر سلبي يتلقى الرسائل ولا يصدر ردود أفعال، ظهر نوع جديد من الدراسات وهي مقاربات التلقي أو الدراسات الجديدة للجمهور، حيث أصبح التركيز منصبا على العلاقة الرابطة بين الرسالة والمتلقي ودور الجمهور الفعال والنشط في استعمالاته لتكنولوجيات الاتصال الحديثة وهذا ما أسماه " دافيد مورلي " بالجيل الثالث من دراسات التلقي.

وعليه فإنّ مساءلة المفاهيم المرتبطة بدراسات الجمهور في حقل الإعلام والاتصال من المواضيع الهامة التي تناولها الباحثون خاصة وأنّ " مفهوم التلقي " كانت بداياته بداية أدبية محضة، إلا أنه اكتسب خصوصية في ميدان الإعلام والاتصال فتحت المجال للباحثين للخوض في دراسة هذا المفهوم باعتباره ارتبط في بداياته بوسائل الاتصال التي حصرت معناه في أنّ الجمهور يتلقى الأخبار والمعلومات دون القيام برد فعل أو التفاعل مع المحتوى الإعلامي، إلا أنّ اتجاهات أخرى فرضت نفسها إثر التغير الاجتماعي الذي شهدته المجتمعات الغربية والعربية أيضا وبالتالي ظهور أبعاد مفاهيمية جديدة لمفهوم التلقي كالجمهور النشط، والتفاعلية وبناء المعنى، وهذا ما تناولته نظرية التلقي في الساحة النقدية المعاصرة.

وعليه فإنّ تشخيص وتحديد المفاهيم يعدّ من أهم الخطوات التي تمكن الباحثين من التحكم في مجال البحث والدراسات باختلاف الميادين، ذلك أن التكنولوجيات الحديثة أضفت لمفهوم التلقي مفاهيم جديدة طرحت نقاشات

علمية سنحاول طرحها في هاته الورقة البحثية وذلك بالإجابة على السؤال المحوري التالي:

هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في طرح مفاهيم جديدة لمفهوم التلقي؟

#### هدف البحث وأهميته:

يتجلى الهدف من هاته الورقة البحثية في تقديم قراءة مفاهيمية ونظرية للتلقي في ظل التطورات المصاحبة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وكذا لفت النظر للتغيرات التي طرأت على مفهوم المتلقي الذي كان حسب الدراسات الأولية متلقيا سلبيًا وغير فاعل في العملية الاتصالية.

#### منهج البحث:

استخدمنا في هذه الورقة البحثية المنهج المسحي والذي يصنف ضمن المسح المكتبي بالدرجة الأولى، أي مسح الأدبيات الموجودة حول متغيري التلقي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال

#### تحديد المفاهيم:

#### التلقي:

هو اللحظة التي يتم فيها تشكيل دلالات النص من قبل أفراد الجمهور أو سيرورة إنتاج المعاني من قبل المتلقي وتأويلها.

#### تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

هي مجموع التقنيات أو النظم التي تستخدم لوصف تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي يمكن السعي إلى المعلومات من خلالها والنفاز إليها عبرها.

## التفاعل:

هي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته.

بناء المعنى: هو الفعل الذي يقوم به المتلقي عند تلقي المنتجات الإعلامية، والذي يتمثل في الصورة الذهنية التي يبنها وفق مرجعيته الثقافية وسياقه الاجتماعي.

أولاً: مدخل مفاهيمي ونظري للتلقي

### 1.1 في مفهوم التلقي وجماليته

يشقُّ مفهوم التلقي من الفعل اللاتيني Recipere بمعنى تلقى واستقبل، فهو مفهوم حديث نسبياً في الخطاب النقدي، تبنته نظرية التلقي الألمانية التي ركزت على البعد التاريخي لعملية التلقي واستخدمه المنظرون الأنجلوساكسون في المجال اللغوي والإعلامي وفي حقل الفنون في مرحلة لاحقة (مخلوف بوكروخ، 2011، صفحة 25).

ويقال في العربية: تلقاه، أي استقبله، والتلقي هو الاستقبال -كما حكاه الأزهري- وفلان يتلقى فلاناً أي يستقبله (محمود عباس عيد الواحد، 1996، صفحة 13)، ويقال في الإنجليزية: «réception» أي استقبال أو تلقٍ، ويقال: «réceptive» أي متلقٍ أو مُستقبل.

من جانبه يحدد المنظر الألماني كلاين Ulrich Klein مصطلح التلقي في معجم علم الآداب على أنه استقبال أدبي يتم وفق أربعة عناصر، هي: إعادة الإنتاج، التكييف، الاستيعاب، التقييم النقدي (فطيمة بن دنيا، 2019) في حين يرى ياوس

أن التلقي هو عمليات إنجاز تعليمات معينة من خلال عملية إدراك موجه يمكن استيعابها من خلال فهم البواعث التي تكمن خلفها والإشارات التي تحركها.

وفي السياق نفسه يجدر بنا أن نشير إلى أن مفهوم التلقي حديث نسبياً وقد أخذ عبر تطوره معاني متعددة، فهو يدل على كيفية تعامل مجموعة ما مع أعمال كاتب أو مؤلف أو فنان أو مدرسة أو تيار أو أسلوب عبر التاريخ، ويشير أيضاً إلى العناصر التي تتحكم في خلق جمهور ما للعمل الفني.

وبالرغم من تعدد التعاريف للتلقي إلا أننا نجد بعض المداخل النظرية لجمالية التلقي تشير إلى أنه ثمة إشكال منهجي في تدقيق الفواصل بين مصطلحات تبدو متداخلة المفاهيم، حيث لا يجب الخلط بين مفهوم التلقي ومفهوم الفاعلية التي يحدثها العمل، حيث يرتبط التلقي بالقارئ، والفاعلية بالعمل نفسه.

ونخلص للقول إلى إن التلقي هو اللحظة التي يتم فيها تشكيل دلالات النص من قبل أفراد الجمهور أو سيرورة إنتاج المعاني من قبل المتلقي وتأويلها.

وإن جمالية التلقي لا تسمح فقط بإدراك معنى العمل الأدبي وشكله بالكيفية التي تم فهمها على نحو تطوري عبر التاريخ، بل تقتضي أيضاً أن يصنّف كل عمل ضمن "السلسلة الأدبية" التي ينتهي إليها، حتى يُتمكن من تحديد وضعه التاريخي ودوره وأهميته في السياق العام للتجربة الأدبية فبالانتقال من تاريخ تلقي الأعمال الأدبية إلى التأريخ الحدّي للأدب، يتضح أن هذا الأخير سيرورة يؤدي فيها التلقي السلبي للقارئ والناقد إلى التلقي الإيجابي للمؤلف وإلى إنتاج جديد، وبتعبير آخر، سيرورة يمكن فيها للعمل اللاحق أن يحل المعضلات الأدبية والشكلية التي تركها معلقة العمل السابق، وأن يطرح بدوره معضلات أخرى (هانس روبرت يابوس، 2016، صفحة 72).

كما نجدُ أفق التوقع للتلقي، حيثُ تنظرُ " بشرى موسى صالح" إلى الأفق على أنه "الفضاء الذي تتم من خلاله عملية بناء المعنى ورسم الخطوات المركزية للتحليل ودور القارئ في انتاج المعنى عن طريق التأويل الذي هو محور اللذة"، وارتباط انتاج المعنى بالتأويل لأنه عالم مفتوح على ثقافة وخبرات القارئ التي يمارس بها التحليل، فمن تنوع القراء واختلاف خبراتهم وثقافتهم أصبح لكل عمل أدبي عدد لا متناه من التأويلات. (فطيمة بن دنيا، 2019)

يشير "ياوس" إلى أن مفهومه – أفق التوقع – يتضمن ثلاثة عوامل أساسية.

1. التجربة المسبقة التي اكتسبها الجمهور عن الجنس الذي ينتهي إليه النص.

2. شكل الأعمال السابقة وموضوعاتها التي يفترض معرفتها.

التعارض بين اللغة الشعرية واللغة العلمية، أي التعارض بين العالم المتخيل والواقع اليومي (فطيمة بن دنيا، 2019) هذا ما يذهب إليه ناظم عودة بقوله: " أن الحقيقة الثانية التي نلمسها من خلال مفهوم أفق الانتظار إن مقياس تطور النوع إنما هو المتلقي، وذلك لأن مجموعة المعايير التي يحملها من خلال تجاربه السابقة في قراءة الأعمال هي تخص ذلك التطور في اللحظة التي تتعرض فيها تلك المعايير إلى تجاوزات في الشكل واللغة، وهذه اللحظة هي لحظة الخيبة. (ناظم بن عودة، 1997)

ويرى ياوس أن القيمة الجمالية للأعمال الأدبية تكمن في العلاقة بين أفق التوقع والقارئ لأن " الأعمال الأدبية الجيدة هي وحدها القادرة على جعل أفق انتظار قراءها يكمن بالخيبة، أما الأعمال البسيطة فهي تلك التي ترضي آفاق انتظار جمهورها وإن مآلها مثل هذه الأعمال هو الاندثار السريع"، أي أن الأعمال الجيدة هي التي تخيب آفاق القراء، بينما الأعمال التي توافق آفاق انتظارها وتلبي رغبات القراء

المعاصرين هي أعمال بسيطة لأنها نماذج تعودوا عليها، وبمعنى آخر أنه كلما انحرف العمل الأدبي عن أفق توقع القارئ حَقَّقه أدبيته .

ويعتبر مفهوم " أفق الانتظار " تلك الاستراتيجية تالتي قوم عليها جمالية التلقي والتي تعيد الاعتبار للقارئ أو المتلقي سواء أكان ذلك من خلال تصور جديد للتاريخ الأدبي، بحيث يدمج المتلقي في الدائرة التي كانت لا تتسع إلا للعمل والكتاب، وبهذا ترفع القارئ إلى رتبة وسيط بين الحاضر والماضي، بين العمل وفعله أم من خلال اتخاذ تجربة القارئ معبرا لفهم وتأويل الأعمال الماضية.

وينطلق يابوس في تحديده لهذا المفهوم من نقطة مفادها أن النص الأدبي لا ينبثق من فراغ، ولا يؤول إلى فراغ، إذ " حتى في لحظة صدوره لا يكون ذا جدة مطلقة تظهر فجأة في فضاء... فبواسطة مجموعة من القرائن والشارات المعلنة أو المضمرة، ومن الإحالات الضمنية والخصيات التي أصبحت مألوفة، يكون جمهوره مهياً سلفاً لتلقيه على نحو معين، فكل عمل يذكر القارئ بأعمال أخرى سبق له أن قرأها، ويكيّف استجابته العاطفية له، ويخلق منذ بدايته توقعا ما لتتمة الحكاية ووسطها ونهايتها. (هانس روبرت يابوس، 2016، صفحة 56)

ونفهم من هنا أن أفق الانتظار هو النسق المرجعي الذي يحيط بالعمل الأدبي لحظة ظهوره إلى الوجود، أي نسق المعايير والقيم المتزامنة مع ظهور العمل الأدبي والتي تشكل التجربة الأدبية والتاريخية المتعلقة بالحياة ككل لدى قرائنه الأولين.

فتجربة التلقي لا تتحقق إلا من خلال هذا الحوار المتبادل بين النص والمتلقي، بين الأسئلة التي يثيرها المتلقي والأجوبة التي يقدمها النص في أفق تاريخي محدد. وقد اهتم يابوس كثيرا بضرورة البحث عن السؤال الذي كان النص في زمنه الحقيقي، ويمثل إجابة عنه، كما بحث فيما يمكن أن يقدمه النص من إجابات مخالفة عن أسئلة جمهور العصور الموالية حتى العصر الحالي، ويجب أن يتضمن تأويل النص باعتباره جوابا، شيئين إثنين: إجابته من جهة على انتظارات شكلية كانت

مقررة من قبل التقليد الأدبي السابق على وجود النص، وإجابته من جهة أخرى على أسئلة المعنى مثل تلك التي يضعها القراء الأوائل في نطاق عالمهم الخاص المعيش تاريخياً، ولن تكون إعادة بناء.

أفق الانتظار الأول إلا العودة إلى النزعة التاريخية إذا لم ينتقل التأويل التاريخي بدوره من طرح السؤال: ما الذي كان قد قاله النص في السابق؟، إلى السؤال: ما يقول لي النص؟ وما الذي أقوله أنا بصدد النص؟. (hans robert jauss, 1988, p. 11)

ومهما اختلفت التأويلات باختلاف الأديان والأجناس والأمم والجماعات والأفراد وتطورات الأفراد، فإن أصل نشأته وسيورته وإجرائه يرجع إلى مقولتين: أولاهما غرابة المعنى عن القيم السائدة، القيم الثقافية والسياسية والفكرية، وثانيتها: بث قيم جديدة بتأويل جديد، أي ارجاع الغرابة إلى الألفة، ودس الغرابة في الألفة. (جامعة محمد الخامس، 1995، صفحة 23-24)

وتشتق كلمة التأويل في اللغة العربية من فعل أول الشيء تأويلاً بمعنى أرجعه وأول الرؤية فسرها وعبر عنها، وأول الكلام يعني دبّره وقدره وفسّره، ويعتبر التأويل بمثابة عملية بحث مستمرة عن أمثل شكل للفهم والاستيعاب، على اعتبار أن كل فهم يفتح طريقاً إلى التساؤل وإلى تنشيط الفكر، فالتأويل محكوم بعملية استطلاع الحقيقة السرية أو المعنى المختفي وراء الإشارات والتعبيرات المختلفة، فلا يكفي فقط تفكيك الرموز وإنما يجب البحث عن المعنى الكامن في النص من أجل تقديم قراءات ومعاني أخرى.

في هذا الصدد يرى أمبرتو إيكو أن التأويل هو تلك التخمينات والتفسيرات التي يقدمها المتلقي نتيجة تلقيه للرسالة الإعلامية وذلك من خلال الكشف عن المعنى الخفي للرسالة (إمبرتو إيكو، 2000، صفحة 77)، ويرى كذلك إيكو أن التأويل هو تفاعل مع نص العالم أو تفاعل مع عالم النص عبر إنتاج نصوص أخرى، وحسب

جورج غادامير نجد أن هناك ثلاث مراحل في علم التأويل: الفهم *compréhension* والتفسير *interpretation*، والتطبيق *application* (فطيمة بن دنيا، 2019) ومن الضروري أن كل ممارسة تأويلية تحقق وحدة هذه اللحظات الثلاث من خلال ميادين موضوعه، مهما اختلفت. وهو يرى أن التأويل هو الشكل الجلي للفهم. هذا الانصهار للفهم والتأويل، بالمقابل، أدى في الهرمينوطيقا إلى إبعاد التطبيق - بوصفه عنصراً ضرورياً ضمن مراحل العملية التأويلية-هائياً من سياق الهرمينوطيقا.

وإجمالاً يمكن القول بأن التأويل يتطور بتطور فعل القراءة ومهما تكن الإجراءات أو الخطوات التي يتبعها فهو يستهدف استخلاص المعنى الذي هو الخطوة الأولى نحو الفهم، وبناء المرجعية التي هي الخطوة الأولى للتفسير.

## 2.1 من أنموذج التأثير إلى أنموذج التلقي في بحوث الإعلام والاتصال Reception paradigm

### 1.2.1. أنموذج التأثير

ويشمل هذا الصنف من النماذج عموماً، مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى ثم المزيد من التأثير. وهي تهتم بالتغيير أو التحوّل الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغيير مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور.

وتوصف هذه النماذج خاصة الأولية منها بكونها تشاؤمية لنظرتها السلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثيراً في اتجاه خطي شاقولي. (علي قسايسية، 2005)

وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى نموذج القوى البالغة لوسائل الإعلام، ونموذج الوخز الإبري أو القذيفة السحرية التي ميّزت المرحلة التاريخية الأولى من دراسات الجمهور. وفي مرحلة لاحقة ظهرت نماذج أقل تشاؤماً في نظرتها للجمهور، مثل تأثير وسائل الإعلام غير المباشر عبر قادة الرأي أو التدفق الإعلامي عبر خطوتين والتدفق عبر خطوة واحدة ثم التدفق عبر خطوات متعددة، ثم العودة إلى مزيد من التأثير المعمم على عدد متزايد من الناس مع تزايد الأزمات والتوترات وتزايد تحكم وسائل الاتصال الحديثة في النشر الآني للمعلومات عبر وسائط أقل تكلفة وأقل جهد وسهولة الولوج إليها وأكثر قابلية للاستعمال. (كهينة إفروجن، 2017، صفحة 284).

وعلى الرغم من استمرار واتساع الاعتقاد في قدرة وسائل الإعلام والاتصال على أحداث تأثير ما في المتلقين، فلقد فقد هذا الصنف العديد من النماذج خاصة الأنموذجين التقليديين الأولين، القوى الخفية والقذيفة السحرية، الذين سادا في البدايات الأولى من محاولات تفسير إقبال الناس على مشاهدة الفيلم الجذاب أو قراءة القصة المشوقة أو متابعة الإعلان المغربي.

كما كادت تختفي تماماً نماذج أخرى مثل أنموذج الإعلام الإنمائي الذي زعم في وقت من الأوقات أن لوسائل الإعلام دور كبير وفعال في حث الناس وتهيئتهم للانطلاق الإنمائية لمجتمعاتهم وانتقالها من الحالة التقليدية إلى حالة الحداثة. (علي قسايسية، 2007، صفحة 123)

## 2.2.1 أنموذج التلقي Effect paradigm

تعود المنطلقات الأولى لنظرية التلقي إلى الدراسات النقدية في مجال الأدب التي شهدتها الساحة النقدية الألمانية في الستينيات من القرن الماضي (هالة دغمان، 2015، صفحة 142) وقد جاءت هذه النظرية كرد فعل للتطورات العقلية.

ويقصدُ بها النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات (غازي مختار طليحات, 2014) التي حولت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقاته بالتأثير الذي قد يحدث في سلوك الجمهور أي علاقة الرسالة بالتأثير الناجم عن محاولة الإجابة عن التساؤل الأولي ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور.

استمدت دراسات التلقي إشكالياتها انطلاقاً من السياق العام للتيارات النقدية وخاصة المدرسة الألمانية التي طورت نظرة نقدية حول علاقة النص الأدبي بالقارئ، وتحول الاهتمام من جمالية التأثير إلى جمالية التلقي.

ويلتقي أيضاً هذا الطرح مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز برمينغهام للدراسات الثقافية المعاصرة في بريطانيا (فطيمة بن دنيا, 2019) وما قدمه استوارت هل Stuart hall من تدعيم لهذه الدراسات، من خلال نموذج «الترميز وفك الترميز»، الذي ركّز من خلاله على الإمساك بمؤشرات تأويل الجمهور للرسائل الإعلامية انطلاقاً من متغيرات النوع والانتماء الطبقي والاجتماعي.

وقد كان لزاماً الانتقال من النموذج الذي يفسر فعل وسائل الإعلام انطلاقاً من المصدر إلى النموذج الذي يكتشف أهمية المتلقي، بمعنى من نموذج أحادي الاتجاه إلى نموذج تحاوري لعملية الاتصال، وأصبح من الضروري الربط بين النص الإعلامي والمتلقي، هذا الأخير الذي يمكن له تقديم دلالات ومعاني تختلف مع ما يريده صاحب النص، فهناك تباين شديد بين سياقات التلقي بسبب تعدد المدونات، كما أن الجماعات التأويلية والمصادر الثقافية المشتركة تؤثر في عملية فك الرموز (فطيمة بن دنيا, 2019).

ولا يفوتنا أن نشير إلى أن الباحث رولان بارت هو أهم من ساهم في تثبيت فكرة الاهتمام بدراسة القارئ على حساب المؤلف الذي ظل ولفترة طويلة هو الملك، فمن خلال كتابه «موت المؤلف» ركّز رولان بارت على ضرورة إعطاء الحق الكامل والمطلق للقارئ في القراءة والتفسير، إذ ينبغي على سلطة المؤلف أن تزول لأنه لا بد وأن

يتحرر القارئ من كل القيود، لذا لا بد من الاهتمام بالقارئ والتعرف على القراءات التي يقدمها للنصوص، و في هذا المجال يقول الباحث دانيال داين Daniel Dayen: دراسات التلقي لا تتكلم عن الجمهور (علي قسايسية، 2007، صفحة 65)، ولا على اسم الجمهور، هي تعطي الكلمة للجمهور.

ومن أجل فهم التلقي يجب تحليل سيرورة التشفير (الإنتاج) وفك التشفير (التأويل من طرف المتلقي)، كما ركز على تحليل ومعرفة العلاقات بين بنيات السلطة السياسية والاقتصادية، وكذا الأيديولوجية الموظفة من طرف وسائل الإعلام وأشكال الثقافة الشعبية.

في السياق نفسه يرى هال أن للمتلقي ثلاث مواقف مفترضة يمكن أن يتخذها إزاء النص، يمكنه أن يقدم قراءة تتوافق مع ما أراده صاحب النص، ويمكنه تقديم قراءة تفاوضية بحيث يوافق على عناصر المعنى المهيمن ويرفض البعض الآخر، كما يمكنه أن يتعارض مع المعنى المهيمن.

وترى نظرية التلقي أن أهم شيء في عملية التواصل الأدبي هي تلك المشاركة الفعالة بين النص الذي ألفه المبدع وبين القارئ المتلقي، أي أن الفهم الحقيقي للأدب ينطلق من وضع القارئ في مكانه الحقيقي وإعادة الاعتبار له باعتباره هو المرسل إليه والمستقبل للنص ومستهلكه، لأن المؤلف ما هو إلا قارئ للأعمال السابقة، ويعني هذا أن العمل الأدبي لا تكتمل حياته وحركته الإبداعية إلا عن طريق القراءة وإعادة الانتاج من جديد، لأن المؤلف ما هو إلا قارئ للأعمال السابقة وهذا ما يجعل التناسل يلغي أبوية النصوص ومالكها الأصليين. (علي قسايسية، 2007، صفحة 125)

وبدأت دراسات التلقي في الثمانينات كرد فعل على التصور السائد للجماهير على أنها سلبية لمضامين وسائل الإعلام، لأنه منذ ظهور هذه الأخيرة قبل أكثر من قرن

من الزمن، تأثرت النظريات الرئيسية للجمهور بقوة بالنظريات الاجتماعية للايديولوجيا والهيمنة والنظريات النفسية والاجتماعية لتأثيرات وسائل الإعلام للتغيير السلوكي، وكانت النتيجة الترويج للصورة السالبة للجمهور باعتباره متجانسا وضعيفا ويمكنُ التلاعب به بسهولة باعتباره يواجه وسائل إعلامية قوية.

وقد سعت نظرية التلقي إلى نقد كل عنصر من عناصر هذه الصورة، وتضمنت في مرتكزاتها الأساسية أنّ الجمهور هو جمهور نشط وغير متجانس ومحفز وحتى قادر على نقد المحتوى الإعلامي، وقد قامت هذه النظرية بوضع برنامج للقيام بالبحث النظري والتجريبي حول "الجمهور النشط active audience" لوسائل الإعلام.

وجدت نظرية دايفد مورلي بأنّ الأشخاص من الخلفيات الاجتماعية المختلفة يتلقون النصوص الإعلامية بصفة مختلفة

ويركز المنظرون الإعلاميون على الدور الذي يلعبه الجمهور في فك رموز الرسائل وإضفاء معاني عليها أي المعنى الذي يقصده القارئ بالاتصال.

وتعتبر نظرية التلقي واحدة من أبرز النظريات المعاصرة التي أعادت الاعتبار لفعل التلقي كأساس لعملية تواصلية من المرسل والمستقبل إذ تهتم بتفسير آليات فهم النصوص والصور الإعلامية فالمعنى يولد لدى المشاهد والنص.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن العوامل السياقية لها تأثير أكثر من العوامل النصية على الطريقة التي يشاهد بها المتلقي الفلم أو البرنامج التلفزيوني.

في المجال نفسه، نجد أن من بين أهم المساهمات في دراسات التلقي أعمال الباحث البريطاني دافيد مورلي David Morley الذي انطلق في بحوثه من النتائج التي توصل إليها ستيوارت هل، حيث ركّز على ضرورة الاهتمام بالسياق الذي تتم فيه عملية التلقي، واستبدل مفهوم فك الترميز بمفهوم سياق المشاهدة وبالتحديد السياق العائلي، إذ يشير إلى ضرورة الاهتمام بالتمائل والاختلاف بين العائلات، كما

يركز مورلي على الحركية العائلية، إذ أصبحت -حسبه- الوحدة القاعدية هي العائلة وليس الفرد (David morely, 1992, pp. 11-12)، أما منهجياً فيتبع مورلي المناهج الإثنوغرافية التي تسمح بملاحظة التفاعلات فيما بين أفراد العائلة أمام شاشة التلفزيون عن طريق الملاحظة بالمشاركة.

## ثانياً: التلقي في ظل التكنولوجيات الحديثة

### 1.2- التوجه نحو أبعاد جديدة لمفهوم التلقي في ظل التكنولوجيا

إن هذا التسارع في المجال التقني التكنولوجي أكسب أبحاث الجمهور كحقل للبحث أهمية بالغة، باعتباره مجالاً حيويًا للقيام بالدراسات حوله، فمنذ ظهور الأنترنت اكتسب التلقي أبعاداً جديدة انطلاقاً من بعد اللامادية واللامكانية والتي تعني إمكانية إرسال واستقبال الفرد للرسالة في الوقت الذي يناسبه، أي ليس شرطاً أن يكونا على الخط في نفس الوقت مثلاً: عند استخدام الفرد للبريد الإلكتروني يمكنه إرسال الرسالة في أي وقت شاء دون الحاجة لوجود المستقبل على الخط، واللامكانية التي تعني إمكانية مخاطبة الأشخاص في أي مكان دون الحاجة إلى التواجد في مكان واحد، وهو ما أصبح يطلق عليه عالم ما بعد الجمهور، وهو ما جعل الكون قرية صغيرة على حد تعبير مارشال ماكلوهان.

وقد شهدت دراسات الجمهور في بداية هذا العقد الأول من الألفين تطوراً كبيراً سماه ديفيد مورلي بالجيل الثالث من دراسات التلقي في سياق إعادة التفكير في جمهور وسائل الإعلام في إشارة ملخصة لمرحلتين آيلتين للزوال مرتتبهما هذه الدراسات (الجيل الأول المتعلق بالتأثير والجيل الثاني خاص بالتلقي، أي المشاهدة كفعل اجتماعي وثقافي)، فنجد على الصعيد التكنولوجي بأن عملية انتشار الواب أصبحت متسارعة وتغلغلت في جميع مناحي الحياة، واجتاحت العولمة الإعلامية

مختلف مناطق المعمورة التي غيّرت جذريا علاقة التبعية بين المرسل والمتلقي. (علي قسايسية، 2012، صفحة 101)

وقد ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في طرح العديد من الإشكاليات في حقل دراسات جمهور وسائل الإعلام، إذ تنامي بفضلها جمهور المتلقين النشط الذي يتخذ قراره بناء على معطيات سابقة لتلقي الرسالة والمحتوى، كما أثرت اللغة المتخصصة بعدة مصطلحات للدلالة من زاوية مختلفة على واقع الجمهور الجديد الذي خلقته تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة: مثل الجمهور العلام والاتصال الجديدة مثل الجمهور الإلكتروني والجمهور عن بعد والمواطن المشبك في مجال السلوك الانتخابي خاصة، ولكن أحدث هذه المفاهيم الأكثر انتشارا والتي دخلت في حقل الأكاديمي هو ما يمكن أن نسميه الجمهور القادر على التواجد الكلي في كل مكان وفي نفس الزمان. (علي قسايسية، 2007، صفحة 104).

كما أفرزت تكنولوجيات الإعلام والاتصال أنماطا جديدة من الاستهلاك لم تكن موجودة في وسائل الإعلام التقليدية، فمنذ ظهور التقنيات الجديدة حملت معها ابتكارات جديدة، دفعت بالمتلقي/ المستخدم إلى تبني مواقف جديدة وتطوير ممارسات جديدة، ودفعت هذا الباحثين إلى البحث عن مقاربات جديدة تتماشى والبيئة الإعلامية الجديدة. (مخلف بوكروح، 2016، صفحة 153)

فنجذُ بأنّ المتلقي/المستخدم يعدُّ في الدراسات المعاصرة العنصر المحوري في العملية الاتصالية وكذا الإعلامية، فبعدها كان يتميزُ بالسلبية في البحوث الأولية والتي تجلت في بحوث التأثير، أصبح اليوم متلقيا إيجابيا وفاعلا اجتماعيا حيويا يتفاعل مع ما يردُّه من أخبار ومضامين إعلامية وثقافية وفق سياقهُ الاجتماعي وخلفياته وكذا مراجعتهِ الثقافية التي تساعدُ في بناء المعاني والدلالات وبالتالي القدرة على التأويل دون التقيد بأي مؤثرات سياسية. لقد أضافت مثل هذه الحرية في الاختيار التي يكتسبها الفرد باستمرار سمات أخرى للجمهور مثل سمة التفاعلية التي

أتاحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال للجمهور إمكانية تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة الاتصالية والمستقبل، حيث أصبح بإمكان كل فرد من أن يصبح مرسلا ومتلقيا في نفس الوقت، وهو ما يصطلح عليه بـ "صحافة المواطن" والتي تعرف على أنها صحافة أنشأها أشخاص غير مهنيون على شبكة الأنترنت،

يشير مفهوم الجمهور النشط إلى قدرة المتلقين على أن يكونوا مبدعين وديناميكيين لهم دور أساسي في العملية الإعلامية الاتصالية بدلا من اعتبارهم متلقين سلبين

## 2. مفهوم السياق المنزلي (domestic context)

تعتبر الاتجاهات المشاهدة التلفزيونية كنشاط يومي معقد يجرى في السياق المنزلي ويمارس أساسا ضمن العائلة فالتلفزة تستقبل في سياق بالغ التعقيد والقوة، غير أن الطابع السياقي للتلقي يطرح تساؤلات مؤرقة حول الكيفية التي تستعمل بها التلفزة في المنزل وحول سلطة اتخاذ القرارات المتعلقة باختيار القنوات التلفزيونية والبرامج التي تشاهد في هذا الوسط الأسري.

تسعى أبحاث التلقي الحديثة من خلال محاولة الإجابة على مثل هذه الإشكاليات وينبغي أن يأخذ نموذج الاتصال المنزلي بعين الاعتبار أوجه التشابه والتمايز بين الأسر وفهم مكانة هذه الفروق والتماثل في فضاء الثقافة والمجتمع الواسع لأخذ قضايا الانتماء الطبقي الاثني والأيدولوجي والسلطة والجوانب المادية لعالم الحياة اليومية. (علي قسايسية، 2012، صفحة 98.97)

كما يركز تحليل السياق المنزلي على بحث الكيفية التي يتم بها إدماج التكنولوجيا حتى يصبح جزءا لا يتجزأ من الديناميكية الداخلية وتنظيم الفضاء المنزلي.

### 3.2 . مفهوم التكنولوجيات المنزلية: (domestic technologies)

على الرغم من الاستعمالات التكنولوجية المنزلية قد انطلقت منذ حوالي ربع قرن من الزمن ورغم التطور الهائل في هذه التكنولوجيات فان فهم مكانة التلفزيون في المجتمع المعاصر لا زالت تشكل قضية هامة ضمن إطار الأبحاث الحديثة إذ تنظر إلى هذه الأبحاث كوسيلة إعلام منزلية أساسا فالتلفزيون يعتبر على الصعيدين المنزلي والوطني الخاص والعمومي عاملا فاعلا في ثقافة الاستهلاك وفي الثقافة التقنية (كهينة إفروجن، 2017، صفحة 289) وبهذا تصبح دلالة التلفزيون وكل التكنولوجيات المنزلية تضم في نفس الوقت دلالات النصوص ودلالات التكنولوجيات وينبغي أن تفهم كخصائص مستحدثة لممارسات الجمهور ومن هنا تصبح تكنولوجيات الإعلام والاتصال نظاما تقنيا وماديا واجتماعيا وثقافيا يشمل قواعد واستعمالات وعلاقات.

### 4.2 . الديناميكية العائلية: (family dynamisme)

أدخل هذا المفهوم تعديلا هاما على مفهوم الجمهور بعدما كان مجرد فرد مشاهد أصبح عضوا في الجماعة المشاهدة أي المشاهدة الجماعية بدلا من الفردية (الديناميكية العائلية).

ويعتقد "ميك أندروود" أن مراجعة الإجراءات المنهجية لدراسات الجمهور حولت فهمنا وبالتالي نظرتنا للجمهور الذي اعتبرته الدراسات والأبحاث الأولية مجرد أفراد متأثرين بالقوة البالغة للرسائل الإعلامية قارئين للنصوص ومؤولين للصور التي تخلقها وتوزعها وسائل الإعلام

وهذا ما مكن "جيمس كارن" 1997 من كتابة تاريخ دراسات التلقي ويعيب على "مورلي" و"فيسك" و"سارطو" إفراطهم في الاعتماد على مذهب "المراجعة" الجديدة.

إن طرح إشكالية الديناميكية العائلية بهذه الكيفية يسمح بوضع إطار للتفكير في دراسة العلاقات الاجتماعية من خلال استعمال التكنولوجيات المنزلية الحديثة يتم في إطار العلاقات الاجتماعية ومختلف الديناميكيات الداخلية للأسرة مع اختلاف السن، النوع، الجنس واختلاف التأويلات والدلالات والرموز التي تحملها الرسائل الإعلامية والاستجابة لمضامينها.

إذن، تمكن دراسة الديناميكية العائلية من تحليل المشاهدة والاستعمال الفردي في إطار العلاقات العائلية خلال التفاعلات التي تحدث داخلها وهذا ما يحدد العوامل الحاسمة في ممارسة المشاهدة، السلطة، المسؤولية. (علي قسايسية، 2012، صفحة 100)

## 5.2. مفهوم التكنولوجيا الرقمية:

هي تكنولوجيا حديثة تعتمد على إرسال النبضات الكهربائية بطريقة " التشغيل " on/ off " والإيقاف حيث تتخذ جميع الرموز والحروف والأرقام والأصوات والصور والرسوم كودا رقمية مكونا من أرقام " الواحد والصفير. وهذه اللغة تسمى الحروف " الثنائية بالفرنسية، Bit ، بالإنجليزية Binary وبمجرد أن يتم تشفير الحروف والرموز والأرقام ..... في شكل 0 و 1 ، فإنه يتم ضغط هذه المعطيات بهدف ربح الحيز المكاني بما يؤهل من تخزين عدد كبير من المضمون، لكن عندما يتم استقبال الرسائل، يتحكم إزالة الضغط وبذلك يتم إزالة التشفير.

فالتكنولوجيا الرقمية هي لغة الآلة، فالمعلومة المراد إرسالها يتم تشفيرها في شكل ثنائيات من (0 و 1) حيث يتم ضغطها وتخزينها، وعند استقبالها تقوم الآلة بإزالة التشفير وبذلك يستطيع الإنسان المستقبل فهم مضمون هذه المعلومة سواء كانت حروف أو رموز أو أصوات أو صور ...

### خلاصة:

تحتاج عناصر العملية التواصلية إلى التكامل لكي تحقق تناسق فعلي في المجتمع ككل، وبما أن متلقي الخطاب الإعلامي يعد عنصرا جوهريا في هذه العملية، يجب إذا الاهتمام به من أجل الارتقاء به من جهة فهم الخطابات في وسائل الإعلام والاتصال بكل أشكالها وأنواعها، وإشراك المتلقي في إنتاج هذه الخطابات.

وخضع متلقي الرسائل الإعلامية في صياغته الراهنة إلى مجموعة من الاعتبارات لها علاقة بالتطور السريع الذي شهدته المجتمعات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة انعكاس الاستعمال المكثف لهذه التكنولوجيا. الأمر الذي أدى إلى إعادة التفكير في صياغة بعض المفاهيم الشائعة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور، إلا ان إعادة صياغة مفاهيم جديدة في أي مجال غالبا ما تضيف عناصر جديدة ولا تلغي بالضرورة العناصر السابقة التي تدخل في تكوين أي مفهوم، وهذا ما أفرزته الدراسات التي انتقلت من فكرة اعتبار المتلقي غير فاعل وسليبي إلى الأبحاث التي أفرزت نتائج جعلت من المتلقي فاعلا اجتماعيا ناشطا.

## المراجع:

- إفروجن، كهيبة. (ديسمبر، 2017). الواقع التنظيري لأزمة التلقي في عصر الإعلام الإلكتروني. دواعي التحول. مجلة تاريخ العلوم، العدد العاشر.
- ايكو، امبرتو. (2000). التأويل بين السيميائيات والتفكيكية. (سعيد بنكراد، المترجمون) المغرب: المركز الثقافي العربي.
- بن دنيا، فطيمة. (27 ماي، 2019). إشكالية التلقي والتأويل: في بحوث الإعلام المعاصر. تاريخ الاسترداد 15 فيفري، 2020، من كلمة: <http://kalema.net>
- بن عودة، ناظم. (1997). الأصول المعرفية لنظرية التلقي. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- بوكروح، مخلوف. (2011). التلقي في الثقافة والإعلام. القاهرة: دار المقامات للنشر والتوزيع.
- جامعة محمد الخامس. (1995). من قضايا التلقي والتأويل. الرباط: مطبعة النجاح الجديدة.
- دغمان، هالة. (2015). دراسة مفاهيمية في نظرية التلقي وسوسولوجيا الاستخدامات. الجزائر: مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر.
- طليحات، غازي مختار. (8 سبتمبر، 2014). أدبنا القديم ونظرية التلقي. تم الاسترداد من الموقع العربي العملاق: [www.bab.com](http://www.bab.com)
- عبد الواحد، محمود عباس. (1996). قراءة النص وجماليات التلقي. مصر: دار الفكر العربي.
- قسايسية، علي. (2005). مقاربات السلوك الاتصالي، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الحادي عشر. الجزائر: دار هومة للنشر.
- قسايسية، علي. (2007). المنطقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي. جامعة الجزائر.
- قسايسية، علي. (2012). جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها من المتفرجين غلى المبحرين الافتراضيين. الجزائر: دار الورسم للنشر.
- معروز، عبد العالي. (2014). فلسفة الصورة، الصورة بين الفن والتواصل. المغرب: إفريقيا الشرق.

- ياوس، هانس روبرت. (2016). جمالية التلقي من أجل تأويل جديد النص الأدبي. (رشيد بن حدو، المترجمون) الجزائر: منشورات الاختلاف
- Morley, D. (1992). La réception des travaux sur la réception. (Trad. Daniel Dayan) Hermes.
- Jauss, H.R., (1988). pour une herméneutique littéraire. (Trad. Maurice Jacobe) Gallimard.