

نظرية التلقي من مجال الأبحاث الأدبية إلى دراسات الميديا:
التطور والإشكالات

Reception Theory From Literary Research to Media Studies: Development and Problems

أ. محمد لمين قوميدي Mohamed Lamine Goumidi¹، أحمد بونعامة Ahmed

²Bounaama

¹ جامعة الجزائر 3، mohamed-commentateur@hotmail.fr

² جامعة محمد خيضر بسكرة، okbaaymen@gmail.com

ملخص:

إن التغيرات التي طرأت على الحياة الاقتصادية والسياسية في منتصف السبعينات من القرن الماضي كان لها الأثر في إعادة النظر في المناهج والأساليب الدراسية التي لم تعد تلبي حاجة البحث في مجال الأدب والفن، وبدأ الانشغال بقضايا التلقي، القراءة، والتأويل، في نهاية السبعينات وبداية الثمانينات في الدراسات النقدية الألمانية، أين ظهرت مدرسة كونستانس، إلى جانب ذلك فقد أسهمت التيارات الفلسفية والفكرية السائدة آنذاك في ظهور نظرية التلقي وقدمت بعض الحلول المنهجية لأزمة البحث في مجال الثقافة والأدب.

وعلى هذا الأساس كانت انطلاقة النظرية على يد العالم "ياوس" Hans yauss، ثم تبعه بعد ذلك مواطنه أيزر Wolfgang izer الذي تبني آراء "ياوس" لبلورة مفهوم جديد يحتفي بالعلاقة المتبادلة بين النص والقارئ، وكذا التركيز على أن الفهم الحقيقي للنص ينبثق من القارئ.

لقد وجدت نظرية التلقي صداها في حقل الممارسات الإعلامية، نتيجة لتطور البحوث الاتصالية وبالخصوص بحوث جمهور وسائل الإعلام، إذ أن هذه الأخيرة تعد

من أهم المجالات البحثية في حقل بحوث الإعلام والاتصال، باعتبار الجمهور هو المستهدف الأساسي في العملية الإعلامية التي لا تكتمل أركانها دون تلقي رسائلها. انتقل البحث عن "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس" إلى الاهتمام بالبحث عن "ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟".

ومن هنا سنحاول من خلال هذه المداخلة إعطاء مشهد علمي حول الظروف التي ظهرت فيها نظرية التلقي، والمراحل التي مرت بها مدارسها الرئيسية، وصولاً إلى انزياحها في مجال علوم الإعلام والاتصال وأهم الإشكالات التي يمكن فهمها من خلال تطبيق الآليات والمعايير التي وضعتها النظرية لفهم أفضل للعلاقة القائمة بين وسائل الإعلام وجمهورها.

الكلمات المفتاحية: التلقي؛ دراسات الميديا؛ نظرية التلقي؛ الجمهور.

Abstract

The changes that occurred in the economic and political life in the mid-seventies of the last century conducted searchers to reconsidering the study methods that no longer meet the need for research in the field of literature and art. Wherever, the preoccupation about issues of reception, reading, and interpretation took the priority at the beginning of the eighties, especially in German critical studies, where Constance School appeared and contributed to the emergence of the theory of reception and provided some methodological solutions to the research crisis in the field of culture and literature.

On this basis, the theory was launched by Hans Yauss and followed by his compatriot Izer Wolfgang who adopted the views of Yauss to formulate a new concept that celebrates the mutual relationship between the text and the reader, as well as focusing on the fact that the real understanding of the text emanates from the reader.

The theory of reception has found resonance in the field of media practices, as a result of the development of communication research, especially the media audience research, as the latter is one of the most

important areas of research in the field of media and communication research, as the audience is the primary target in the media process whose elements are not complete without receiving its messages. The search for 'What the media do to people' has shifted to an interest in the search for 'What do people do with the media?'

Hence, we will try through this intervention to give a scientific view about the circumstances in which the theory of reception emerged, the stages that its main schools went through, leading to its displacement in the field of information and communication sciences and the most important problems that can be understood through the application of mechanisms and standards set by the theory for a better understanding of the relationship existing media and its audience.

Key words :reception; Media studies; reception theory; the public.

مقدمة:

إن التغيرات التي طرأت على الحياة الاقتصادية والسياسية في منتصف السبعينات من القرن الماضي كان لها الأثر في إعادة النظر في المناهج والأساليب الدراسية التي لم تعد تلبي حاجة البحث في مجال الأدب والفن، وبدأ الانشغال بقضايا التلقي، القراءة، والتأويل، في نهاية السبعينات وبداية الثمانينات في الدراسات النقدية الألمانية، أين ظهرت مدرسة كونستانس، إلى جانب ذلك فقد أسهمت التيارات الفلسفية والفكرية السائدة آنذاك في ظهور نظرية التلقي وقدمت بعض الحلول المنهجية لأزمة البحث في مجال الثقافة والأدب.

لقد وجدت نظرية التلقي صداها في حقل الممارسات الإعلامية، نتيجة لتطور البحوث الاتصالية وبالخصوص في ميدان دراسات جمهور وسائل الإعلام، إذ أن هذه الأخيرة تعد من أهم المجالات البحثية في حقل بحوث الإعلام والاتصال، باعتبار الجمهور هو المستهدف الأساسي في العملية الإعلامية التي لا تكتمل أركانها دون تلقي رسائلها، وانتقلت استراتيجية الأبحاث من دراسات التأثير إلى التركيز على تلقي

الجمهور واليات استجابته للرسائل الإعلامية ؛ أي (انتقل البحث من "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس" إلى الاهتمام بالبحث عن "ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام"). من خلال هذه الورقة البحثية سنعود إلى الإرهاصات الأولى لدراسة التلقي في الأدب، ونحدد كيف تطورت دراسات التلقي من دراسة المؤلف والنص إلى دراسات المتلقي في النص الأدبي، لنعرج إلى محاولة فهم التلقي الإعلامي من دراسات التأثير إلى دراسة التلقي في وسائل الإعلام والاتصال، وأخيراً الحديث عن بروز الجيل الثالث من دراسات التلقي في مجال الإعلام والاتصال.

وعليه يكمن هدف هذه الورقة البحثية في الإجابة على التساؤل التالي: كيف انزاحت نظرية التلقي الألمانية من مجال النقد الأدبي إلى حقل الدراسات الإعلامية؟ منهج البحث: اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، لأنه يسمح لنا بالتطرق إلى مختلف المراحل التي مرت بها نظرية التلقي، والوقوف على المدارس الفكرية التي كان لها الفضل في بروز مفهوم التلقي، ثم الوصول إلى دراسات التلقي في بحوث جمهور وسائل الإعلام، وذلك مع التحليل والتعليل وصولاً إلى النتائج العامة كخلاصة للبحث .

المفاهيم الأساسية للبحث:

أ-التلقي: يشتق مصطلح التلقي من الفعل اللاتيني Recipere بمعنى تلقي واستقبل. ويقال في العربية: تلقاه، أي استقبله، والتلقي هو الاستقبال -كما حكاه الأزهرى- وفلان يتلقى فلاناً أي يستقبله. ويقال في الإنجليزية: réception أي استقبال أو تلق، ويقال: réceptive أي متلق أو مستقبل. (بن دنيا، 2013)

ولكن التمايز في الدلالة بين مفهوم الاستقبال ومفهوم التلقي يكمن في طبيعة الاستعمال عند العرب، فالكثير الغالب في الاستعمالات العربية هو استخدام مادة التلقي بمشتقاتها مضافة إلى النص سواء أكان النص النص خبراً أو حديثاً أو خطاباً

وحسبنا في هذا أن القرآن الكريم عول على هذه المادة في أناقته التعبيرية ولم يستخدم مادة "الاستقبال" في هذا المجال. ففي أجل مواطن التلقي لأشرف النصوص، يقول المولى - عز وجل -: {وإنك لتلقى القرآن من لدن حكيم عليم} سورة النمل. الآية 06. وكذلك قوله تعالى: {فتلقى آدم من ربه كلمات فتاب عليه}. سورة البقرة، الآية 37

والتلقي كاصطلاح نقدي حديث هو أن يستقبل القارئ النص الأدبي بعين الفاحص الذواقة بغية فهمه، وإفهامه، وتحليله، وتعليقه على ضوء ثقافته الموروثة، والحديثة وآرائه المكتسبة الخاصة في معزل عن صاحب النص. (بوصابة، 2015/2014، صفحة 40)

ويشير التلقي إلى العناصر التي تعمل على خلق جمهور للعمل الفني، والتلقي هو موقف ونشاط المتفرج في مواجهة العرض الفني، والطريقة التي يستخدمها في تفكيك المعلومات الصادرة عن النص. (بوكروخ، 2011، صفحة 25)

ب- الجمهور (Audience): ويستعمل في هذه الدراسة للدلالة على جميع الأوضاع التي تعني اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وفي مختلف مراحل تطورها، كما أنه يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار استعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة وما بعد الحديثة. (قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، اطروحة دكتوراه، 2007/2006)

أولاً: نظرية التلقي.

نظرية التلقي هي صدى لتطورات اجتماعية وفكرية وأدبية في ألمانيا الغربية خلال ستينات القرن الماضي، وتهتم هذه النظرية بالقارئ وبما يثير القارئ في النص بغض النظر عن النص وشخصية المؤلف، بل تركز تركيزاً كلياً بكل ما يثير القارئ، والدور الذي يؤديه في إتمام النص وغيرها، وارتبطت نظرية التلقي في بدايتها بالظروف

السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة في النصف الثاني من القرن العشرين، التي ساعدت على ظهور تيارات فلسفية وفكرية أسهمت في بلورة أسس هذه النظرية. (بوصابة، 2015/2014، صفحة 246)

لقد أخذ الحديث عن نظرية التلقي حيزا كبيرا في الدراسات النقدية المعاصرة، ولأسيما في ألمانيا حيث كانت الانطلاقة من مدرسة كونستانس بألمانيا على يد العالم "ياوس Hans yauss"، ثم تبعه بعد ذلك مواطنه "إيزر Wolfgang izer الذي تبنى آراء "ياوس" لبلورة مفهوم جديد يحتفي بالعلاقة المتبادلة بين النص والقارئ، وإيماننا منه بما للقارئ من دور فعال وإيجابي في صياغة معنى النص وإعطائه روحا إبداعية خلاقة تضمن له الحياة والوجود.

ومن أهم مرتكزات هذا الاتجاه البحثي، هو أن القارئ هو المحور الأهم في عملية التلقي، وعلاقته بالنص ليست علاقة جبرية موظفة لخدمة نظام أو طبقة كما في الماركسية، وليست علاقة سلبية كما في المذهب الرمزي وإنما هي علاقة حرة غير مقيدة. أما صاحب النص فقد أهملت النظرية دوره في عملية التلقي، بمعنى أن دراسة أحواله النفسية والتاريخية ليست أمرا ضروريا يعتمد عليه المتلقي في تعامله مع النص. فالنظرية تشير في مجموعها إلى تحول هام في عملية التلقي من صاحب الإنتاج إلى النص والقارئ. (بن دنيا بعلي، 2013)

وبالتالي، تستبعد هذه النظرية دراسة النص على أساس منهج يهتم بحياة الكاتب؛ لأن النص في ذاته أو في ارتباطه بصاحبه لا يمثل -عندهم- فنا ما لم يخضع لعملية الإدراك. «الإدراك وليس الخلق... الاستقبال وليس النتاج هو العنصر المنشئ للفن»، وهذا يتم بواسطة القارئ خلال تفاعله مع النص، ولكي يتحقق التفاعل بالصورة التي يرونها كان تركيزهم على أهمية الدور الواسع الذي ينهض به القارئ عبر مجموعة من الإجراءات المنظمةة في عملية القراءة. (عبد الواحد، 1996، صفحة 18)

ثانيا: الإرهاصات الأولى لنظرية التلقي:

في هذا الصدد نجد "روبرت هولب" قد وقف عند خمسة من المصادر الفكرية التي رآها مؤثرة في ظهور هذه النظرية ورواجها، عندما قال: « أفردت في باب الإرهاص خمسة مؤثرات هي الشكلانية الروسية، بنيوية "براغ"، ظواهرية "رومان إنجاردن"، هرمينوطيقا "هانز جادامير" وسوسولوجيا الأدب».

1-المدرسة الشكلانية الروسية: بحث الشكلانيون الروس في آليات النص الأدبي وتقنياته، بهدف الوصول إلى الخصائص الأساسية التي تتأسس منها مادة البناء الأدبي، لان الأساس في الأدب هو الطريقة التي تمت بها تقديم الفكرة، وليس ما يقوله أو الفكرة التي يتضمنها، فالمهم هو الشكل اللغوي الموظف بشكل خاص، حيث تصبح اللغة هي المادة الأساسية التي يتعامل معها القارئ، وفق نظرته الأولية وإدراكه الشعري، حيث يعد الإدراك الشعري ضربا من ضروب اختيار الشكل والإحساس به، ويتضح من هذه التصورات ومن مفهوم الأدبية التي صارت ركيزة أساسية للشعرية المعاصرة، قاعدة متينة لنظرية التلقي. (هولب، 2000، الصفحات 48-49)

2-المدرسة البنيوية: تعد إسهامات مدرسة براغ البنيوية في غاية الأهمية، خاصة في مجال القراءة والتلقي الجمالي للنص الأدبي، ويظهر ذلك من خلال أعمال المنظرين الكبار للمدرسة، أمثال "يان موكاروفسكي Mukarovsky Jan" التي كانت أعماله من أكثر المصادر النظرية سيادة في ألمانيا، خاصة في نهاية الستينات وبداية سبعينات القرن الماضي، حيث ظهرت ترجمات ألمانية لعدد كبير من كتاباته. (عبد الناصر، 1999، صفحة 76)

ويتضح إichاء "موكاروفسكي" بنظرية التلقي أكثر ما يتضح عندما يحدد الإطار العام للفن بوصفه نظاما حيويا دالا، ووفقا لهذا المفهوم يصبح كل عمل فني مفرد

بنية، ولكنها بنية لها مرجعيات غير مستقلة عن التاريخ، ولكنها تتشكل وتتحدد من خلال أنساق متعاقبة في الزمان.

3- ظواهرية رومان إنجاردن (الظاهراتية): لقد أكد هذا الاتجاه الفلسفي على دور المتلقي في تحيين المعنى، وجعله جزءا من مكتسباته القبلية و البعدية، لأن النص عند الظاهراتيين لا يوجد إلا عندما يتحقق أو يصبح راهنا، ولهذا يجب تبني وجهة نظر المؤول مرتبطة بنصه هو، وبتدخلاته المحكومة بمكوناتها الثقافية والمعرفية الخاصة. (خضير، 2004، صفحة 15)

ولعبت الظاهراتية دورا هاما في بلورة أهم المفاهيم التي دعا إليها أعلام نظرية التلقي، حيث دعا نقاد القراءة وجمالية التلقي في منتصف السبعينات إلى تفاعل القارئ والنص، إعادة لثنائية الذات والموضوع الظاهراتية، فتأثر رواد هذه النظرية لاسيما "آيزر وياوس" بالفكر الظاهراتي من "إدموند هوسرل" (Husserl.Edmund) حتى "هيدغر" (Heidegger) واشتقوا مصطلحاتهم ومفاهيمهم الخاصة مثل) أفق الانتظار(و)المسافة الجمالية) و(فراغات النص) و(الوقع الجمالي) التي أعانهم على وضع قواعد لتقبل النصوص وتأويلها. (السكر، 1998، صفحة 103)

4- هيرمينوطيقا جادامير: قدم "هانز جورج جادامير -Gadamer Georg Hans " مجموعة من الإجراءات المنهجية في التعامل مع النص الإبداعي، من خلال إعطاء المتلقي لهذا النص بعدا تأويليا يستخلص أبعاد النص المستقبلية، وفق رؤية تناسب الطبيعة التاريخية لعمليات الفهم الأدبي، وتعد هذه الإجراءات أهم ما قدمه "جادامير" لنظرية التلقي، فحاول في أعظم أعماله " الحقيقة والمنهج" التشكيك فيما يبدو أن كثيرا من مساهمي نظرية التلقي أشد ما يكونون في حاجة إليه، ألا وهو المنهج لا لدراسة الأدب وتحليله فحسب، بل للوصول إلى الحقيقة المتعلقة بالنص. (فضل، 2002، صفحة 119).

5- سوسولوجيا الأدب: لقد قامت سوسولوجيا الأدب بخدمة جليلة بمساعدتها لنظرية التلقي على فهم العلاقة التي تجمع بين المتلقي، والظروف الاجتماعية التي تم فيها التلقي، وذلك من خلال التركيز على فحص المنظومة الاجتماعية في تلقيها للعمل الأدبي، وبيان حقول الفعالية للعمل القرائي مع تقديم المحفزات، وتوفير الظروف والمعطيات الأساسية لإنجاح العملية التواصلية بين النص والجمهور، كما تقوم سوسولوجيا الأدب بدور مهم في استقراء إحصائي للقراءة الجماهيرية، وطبيعة القراء والقراءة، وكيفية الاتصال مع ضرورة التركيز على الآثار التي أحدثها المتنبئون في زمانهم، وبعد زمانهم في نفوس المتلقين، الذين يذكرون قيمة الأعمال ويقرؤونها. (بوصابة، 2015/2014، صفحة 252)

فنصل إلى القول أن كل هذه الاختلافات في وجهات النظر والتي نادى بها منظرو هذه التيارات الفكرية والفلسفية ساهمت في توجيه المسار العام الذي قامت عليه نظرية التلقي، والتي صارت فيما بعد منهجا لإعادة النظر في القواعد القديمة، وكذا محاولة التعامل مع الأعمال الأدبية المحدثه.

ثالثا: أهم أعلام نظرية التلقي:

يعود الفضل في إرساء قواعد النظرية إلى علمين من أعلام النقد الألماني هما: ياكوب وأيزر.

أ- أهم المفاهيم الإجرائية عند هانز ياكوب Hans JAUSS:

حاول ياكوب إرساء قواعد نظريته انطلاقا من إيمانه بأفكار معينة جسدها في عدة إجراءات أساسية هي:

1- أفق الانتظار Horizon d'attente:

يعد أفق الانتظار «في تقدير ياكوب الركيزة المنهجية في النظرية، إذ يلعب دورا بارزا في أطوار نظرية التلقي، بحيث يعد بناؤه منطلقا لتصوير النظم الأدبية عبر العصور

المختلفة. ومصطلح أفق الانتظار مركب من كلمتين «كلمة أفق والتي استقاها من "جادامير" وكلمة الانتظار وقد أخذها من مفهوم خيبة الانتظار عند كارل بوبر.

ويقصد بأفق الانتظار (التوقع): مجموعة القواعد السابقة الوجود لتوجيه فهم القارئ (الجمهور) وتمكينه من تقبل تقييبي. (مسالتي، 2014، صفحة 90)

ويمكن القول أن أفق الانتظار هو مجموع الخبرات التي تتكون لدى القارئ عبر قراءاته المتعددة للنصوص المختلفة، إذ يصبح «كأنه معيار يستخدمه المتلقي لتسجيل رؤيته القرائية التي تنسب إليه في المقام الأول بوصفه مستقبلاً لهذا العمل أو ذاك. (عبد الناصر، نظرية التوصليل وقراءة النص الأدبي، 1999، صفحة 113)

2- تغيير الأفق:

قد يحدث العمل الجديد صدمة جمالية بالنسبة للمتلقي، بحيث يخالف أفق انتظاره و«يخيب ظنه» (القارئ) في مطابقة معايير السابقة مع معايير العمل الجديد، وهذا هو الأفق الذي تتحرك في ضوئه الانحرافات أو الانزياحات عما هو مألوف، فيلجأ المتلقي إلى تكييف أفق انتظاره، ويغيره حسب المستجدات، وبالتالي ينشأ أفق انتظار جديد.

3- المسافة الجمالية *esthétique Distance* :

هي «المسافة الفاصلة بين الانتظار الموجود سلفاً والعمل الجديد، حيث يمكن للتلقي أن يؤدي إلى تغيير الأفق بالتعارض الموجود مع التجارب المعهودة». (صالح، 2001، صفحة 76)

4- اندماج الأفاق :

يرى "ياوس" أن فهم أي نص أدبي ينتهي إلى الماضي يتم عبر إعادة علاقاته بقرائه المتعاقبين انطلاقاً من الحاضر؛ أي وضعه في سياق زمني يتيح التغلب على المسافة التاريخية التي توجد بين الحاضر والماضي، ومن هنا تأتي أهمية تاريخ القراءات.

5- منطق السؤال والجواب :

استقى "ياوس" هذا المفهوم من "جادامير" الذي ذهب إلى أن فهم أي عمل فني، يعني فهم السؤال الذي يقدمه هذا العمل إلى القارئ باعتباره جوابا ، لأن النص عندما يكون بين يدي القارئ يصبح موضوعا للتأويل ، منتظرا جوابا ما عن سؤاله، «فالنص الأدبي جواب عن سؤال القارئ ، ويتطور أفق التوقع عن طريق منطق السؤال والجواب، إذ يسمح أفق الانتظار بالبحث عن الأسئلة الضمنية التي تنطوي عليها المؤلفات الماضية من ناحية، ومن ناحية أخرى يسمح بطرح أسئلة جديدة. (بنبراهيم، 2015، صفحة 96)

ب- أهم المفاهيم الإجرائية عند إيزر Wolfgang Iser :

وقد اهتم بالنص المنفرد - على عكس "ياوس" في التاريخ الأدبي- وكيف يعقد القراء علاقة معه، من أهم المفاهيم الإجرائية التي جاء بها نجد :

1- القارئ الضمني Lecteur implicite :

يعرفه إيزر بقوله «إنه مجسد كل الاستعدادات المسبقة الضرورية بالنسبة للعمل الأدبي لكي يمارس تأثيره ، وهي استعدادات مسبقة ليست مرسومة من طرف واقع خارجي وتجريبي ، بل من طرف النص ذاته ، وبالتالي فالقارئ الضمني كمفهوم له جذور متأصلة في بنية النص ؛ إنه تركيب لا يمكن بتاتا مطابقته مع أي قارئ حقيقي». (إيزر، د.س، صفحة 30)

2- مواقع اللاتحديد indéterminations lieux :

استقى هذا المفهوم من "أنجاردن" الذي «ينظر إلى النص على انه جوانب تخطيطية مصحوبة بفراغات يسميها " أنجاردن" الفجوات أو مواقع اللاتحديد» ، وهذه الفجوات هي التي تحقق الجمالية للنص الأدبي ، ويكمن دور القارئ في ملء هذه الفجوات.

3- السجل النصي:

ويعني تلك الحالات الضرورية كالنصوص السابقة والسياقات الخارجية المختلفة (الأوضاع الثقافية والاجتماعية) التي يحتاجها النص في لحظة القراءة لكي يتحقق المعنى. (بومعزة، 2017، صفحة 186)

4- الاستراتيجيات النصية:

وهي عبارة عن مجموعة من القوانين التي لابد لها من مرافقة التواصل الذي يتم بين المؤلف والقارئ ، وظيفتها الربط بين عناصر السجل وتقييم العلاقة بين السياق المرجعي والمتلقي، وهي المسؤولة عن كيفية توزيع وترتيب وتنظيم عناصر السجل على النسيج النصي، وبالتالي على ضوئها يتحدد النص في بنائه وشكله الخاص. (حمودين و المسعود، 2016، صفحة 312)

5- مستويات المعنى:

يرى إيزر بأن « النص لا يظهر المعنى في نمط محدد من العناصر، وإنما يتأسس وفق مستويات تظهر إلى الوجود بفعل الإدراك الجمالي ، إذ يرى بأن هناك مستويين تتم وفقهما عملية متواصلة لبناء المعنى، تحتل خلالها العناصر التي تسهم في ذلك البناء مواقعها بالانتقال من المستوى الخلفي (السياق المرجعي) إلى المستوى الأمامي (النص)». (بومعزة، 2017)

رابعا: نظرية التلقي في بحوث علوم الإعلام والاتصال

لفهم الرهانات الحالية المرتبطة بدراسة الجمهور والتلقي، يجب أن نضع في الاهتمام، جل الدراسات التي أنجزت في الموضوع، منذ أزيد من نصف قرن من الزمن، ونستطيع أن نخلص إلى أن دراسات تأثير وسائل الإعلام على المتلقين، ميزتها أربع أنواع من المقاربات، هي: دراسة التأثيرات، دراسة الاستخدامات والاشباع، دراسة الأبعاد الرمزية والسوسيو-سياسية لوسائل الإعلام، وأخيرا دراسات التلقي

بالمعنى التام. ولكن يمكن تمييز التوجهات الحديثة الكبرى لأبحاث الجمهور التي تبلورت منذ سبعينات القرن العشرين، ضمن تيارين بحثيين: التيار الأول وهو "أنموذج التأثير" والذي أحدث قطيعة مع الأنموذج السائد منذ الأربعينات، حيث تخلى عن تحليل التأثير قصير المدى، حجر الزاوية في نظرية "بول لازارسفيلد" ليهتم بالتأثير الإدراكي ((Cognitive، وظهر التيار الثاني الذي يسمى أنموذج التلقي في بداية الثمانينات، ليهتم بالكيفية التي يؤول بها المتلقي الرسائل الإعلامية. (الحكيم، 2011، صفحة 86)

أنموذج التأثير Effect paradigm:

ويشمل هذا الصنف من النماذج عموما، مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى ثم المزيد من التأثير. وهي تهتم بالتغير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغير مقارنة بالوضع السابق للتعرض وتوصف هذه النماذج، خاصة الأولية منها، بكونها تشاؤمية لنظرتها السلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثيرا في اتجاه خطي شقولي. (افروجن، 2017).

ينظر هذا الأنموذج للمتلقي بأنه سلمي، لا يملك القدرة على مواجهة الرسائل الإعلامية وفق ما يحتاج إليه لإشباع حاجياته ورغباته؛ وإنما الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام هي التي تؤثر عليه. وبالتالي فإن أنموذج التأثير يلح على القوة الهائلة التي تملكها وسائل الإعلام للتأثير على الجماهير، وذلك من خلال تقنيات الإقناع والترسيخ لها، وبالتالي تجعل الجمهور كالعجينة تصنع منها الوسيلة ما تريد من أنماط تفكير وإيديولوجيات. (بوصابة، 2015/2014، صفحة 267)

وتجدر الإشارة في هذا الصدد، إلى نموذج القوى البالغة لوسائل الإعلام (Media Powerful) ونموذج الوخز الإبري (Paradigm Hypodermic)، أو القذيفة السحرية، التي ميزت المرحلة التاريخية الأولى من دراسات الجمهور، وفي مرحلة لاحقة، ظهرت نماذج أقل تشاؤما 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.

وعلى الرغم من استمرار واتساع الاعتقاد في قدرة وسائل الاتصال والإعلام على إحداث تأثير ما في المتلقين، فلقد فقد هذا الصنف، بطبيعة الحال، 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. ويندرج في سياق نماذج التأثير التي لم يعد يعتد بها، إلى حد ما، أنموذج الإمبريالية الثقافية والغزو الثقافي الذي ازدهر خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي، وما زالت نماذج أخرى من نفس القبيل تتجدد تبعا للمستحدثات التكنولوجية، وتلج على البقاء والاستمرار، لارتباطاتها الوثيقة بتيارات أيديولوجية.

ومن بين تلك النماذج التي لازالت لها أصداء في دراسات الجمهور، نذكر نموذج الانتقائية (Selectiveness Paradigm)، ونموذج الاستعمال والإشباع (Gratification and Use)، ونموذج تحديد مواضيع الاهتمام (Agenda Setting Paradigm)، ونموذج لولب الصمت (Silent Spiral). (افروجن، 2017)

أنموذج التلقي:

يقصد بأنموذج التلقي في هذا المقام، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات 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؟) في نموذج لاسويل (Lasswell) إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الانتقائي القوي والفعال والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟) (Elihu Katz). وقد ظهرت افتراضات ودراسات مختلفة دعت إلى تغيير النظرة إلى الجمهور، بعد أن كان ينظر إليه على أنه متلق سلبي، إزاء قوة الرسالة الاتصالية، وتأثيرها فظهر مفهوم "الجمهور العنيد" الذي يقول عنه الباحث الأمريكي "دنيس هوويت Howitt" "أنه الجمهور الذي يبحث عن ما يريد أن يتعرض له، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم له هذا المحتوى، وظهر افتراض مفهوم "الجمهور النشط"، الذي يشير إلى سعي الجمهور وبحثه عن مصادر إضافية للمعلومات، على اعتبار أن المعلومات التي تقدمها له وسائل الإعلام، غير كافية لإشباع حاجاته، أو أنها متحيزة طبقاً لأهداف القائم بالاتصال ونياته. (الدهان، 2013، صفحة 22)

ومنه نقول أن نظرية الاستعمالات والاشباع لوسائل الإعلام Les et Usages (Les Gratifications des medias) ترى أن الجمهور ليس سلبي كما كانت تنظر إليه دراسات التأثير وإنما فاعل حقيقي يختار ما يتمشى معه انطلاقاً من مبدأ التعرض والإدراك الانتقائيين، أي استعمال وسائل الإعلام لأغراض مختلفة، فكان الاهتمام بالدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت قضية التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين استقبال الفرد لمضامين وسائل الإعلام ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها. (عبد الحميد، 2004، صفحة 271)

وأحدثت مقارنة الإشكالية الجديدة بأنموذج الاستعمال والإشباع ل "كاتز"، وبأنموذج التفاعل والتأويلات ل "دافيد مورلي" Morley David، نقلة نوعية في نماذج أبحاث الجمهور، حيث أصبح التركيز على العالقة بين الرسالة والمتلقي، وتشكل

نظرية التلقي حجر الزاوية في هذا النموذج ، وهي امتداد لنظرية التأثير والتقبل الألمانية التي ظهرت في مجال الدراسات الأدبية، بالموازاة مع التيارات الواقعية التي تركز اهتمامها على المؤلف المبدع، وحياته وظروفه التاريخية، أي القائم بالاتصال والمرسل من منظور الدراسات الإعلامية، وطور بعض منظري وسائل الإعلام الجماهيري نظرية التلقي، وكان اهتمامهم منصبا حول محاولة تفسير آليات فهم النصوص والصور الإعلامية من طرف الجمهور، فتم القيام بتجربة مشاهدي السينما والتلفزيون، وكيف يتم تشكل المعنى من خلال هذه التجربة.

ويجب التذكير بأن إشكالية تلقي الرسالة الإعلامية طرحت انطلاقا من ثمانينات القرن الماضي، في السياق العام للتيارات النقدية، خاصة المدرسة الألمانية التي حولت الاهتمام من جماليات التأثير إلى جماليات التلقي، وقد ينسجم هذا الطرح عموما مع المنظور " الذي طوره رولان بارث " Barthes Roland في دراسته الشهيرة "موت المؤلف" حول التلقي. (قسايسية، 2012، صفحة 90)

رابعا: بروز الجيل الثالث من دراسات التلقي

إذا كانت التيارات النقدية بمختلف فروعها قد سعت إلى تقديم قراءة للنصوص، فإن المعنى لا يزال يطرح إشكالا، ولا سيما في ظل التطور المذهل الذي تشهده التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال، ذلك أن استخدام أدوات جديدة للتواصل سينجر عنه حتما البحث عن أشكال للتواصل مع القراء والمستمعين والمشاهدين، ولكن المسألة التي لا تزال تؤرق المنشغلين بموضوع تلقي الخطاب الإعلامي تكمن في البحث عن إمكانية الوصول إلى تحديد معنى المنتجات التي تقترحها الوسائط التكنولوجية. (بوكروخ، 2011، صفحة 157)

و شهدت دراسات الجمهور تطورا أسماه "دافيد مورلي" الجيل الثالث من دراسات التلقي، في سياق إعادة التفكير في جمهور وسائل الإعلام، وهذا الجيل الجديد الذي لم ترسم معالمه النهائية بعد، يمكن ملامسته من خلال العديد من

الظواهر والمفاهيم المرتبطة به، فعلى الصعيد التكنولوجي اتسع انتشار "شبكة الويب العالمية"، واجتياح العولمة الإعلامية، وتعميم أنظمة الاتصال الرقمية التي غيرت جذريا عالقات التبعية بين المرسل والمتلقي، وعلى الصعيد الاقتصادي أعاد نهوض البلدان "النمور الآسيوية" في نهاية القرن الماضي، و نموها المذهل إمكانية محافظة شعوبها لثقافتها وحضاراتها ومسيرة الدول المحتكرة للاقتصاد، وعلى الصعيد السياسي طرحت الحرب على الإرهاب التخلي عن المبادئ التي أوجدها الحربين العالميتين، كالحق في الإعلام والاتصال و الاختلاف، وتحتاج أبحاث الجيل الثالث من دراسات التلقي، الذي يركز على منظور المنهج الإثنوغرافي إلى الكثير من الدقة، خاصة مع تطور دراسات الجمهور، وانعكاسات تكنولوجيات الاتصال على الوجود اللامادي واللامحدودية في الزمن والمكان بالنسبة للجمهور، والذي يطلق عليه "ما بعد الجمهور" .. (الحكيم، 2011، صفحة 93)

إن الرقمية لم تمنح حرية الاختيار المطلق للمتلقي وحسب، ولكنها قضت على العديد من القيود التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية على الجمهور، من قبل عرض نسخ من خدماتها عبر مواقع الانترنت، وقبل إنشاء وسائل إعلام جماهيرية إلكترونية (E-media)، وسيوفر نظام الاتصال الرقمي بعد تعميمه وجمهرته في عمليات الاتصال المحلية والإقليمية والدولية، وخاصة تلفزيونات الانترنت وتوسع شبكتها، سيوفر لجمهور المتلقين خيارات عديدة، ومنها القدرة على التجوال بين الزوايا والأزمنة المختلفة، لتلقي تفاصيل الحدث، أو العمل الدرامي مثل الرجوع إلى لقطة معينة، والرجوع إلى الخلف والتقدم للأمام، وغيرها مما يدل على سيادة المتلقي في اتخاذ القرارات.

خاتمة:

تعد دراسات جمهور وسائل الإعلام من أهم المجالات البحثية في حقل علوم الإعلام والاتصال، باعتبار الجمهور المستهدف الرئيسي في العملية الإعلامية، ولهذا السبب وجدت نظرية التلقي صداها في حقل دراسات الميديا. وإذا كانت المقاربات التقليدية تنظر إلى الجمهور على أنه «متلق سلبي»، فإن المقاربات الجديدة في الدراسات الإعلامية تؤكد على الدور «النشط» الذي يؤديه المتلقي (الجمهور) في تأويل الرسالة وفك ترميزها ضمن سياق محدد يوافق عملية التلقي.

ويمكننا أن نخلص للقول: أن نظرية التلقي الألمانية التي نشأت في أحضان الدراسات الأدبية قد وجدت رواجاً وصدى كبير في حقل الدراسات الإعلامية، خاصة في ظل بروز التكنولوجيا الحديثة وانتشار استخدامها بين جمهور المتلقين للمضامين الإعلامية من جهة، ومن جهة أخرى ظهور مفاهيم جديدة مرتبطة بالجمهور كالمشاركة والتفاعلية، وهو ما سمي بالجيل الثالث من دراسات التلقي، ونختتم بهذه المقولة الشهيرة للباحث "دانيال داين" يقول: «يجب على دراسات التلقي أن لا تتحدث عن الجمهور أو عن اسم ومعنى الجمهور بل يجب عليها أن تعطي الكلمة للجمهور».

المراجع:

- افروجن، كهينة. (ديسمبر، 2017). الواقع التنظيري لأزمة التلقي في عصر الإعلام الالكتروني-دواعي التحول. (10)، الصفحات 283-296.
- إيزر، فولفغانغ. (د.س). فعل القراءة-نظرية جمالية التجاوب (في الأدب)-تر:حميد لحمداني و الجلالي الكدية. فاس المغرب: منشورات مكتبة المناهل.
- بن دنيا بعلي، فطيمة. (2013). إشكالية التلقي والتأويل..في بحوث الاعلام المعاصر. مجلة الكلمة، 20 (80)، الصفحات 133-145.

- بن دنيا بعلي، فطيمة. (جوان، 2013). أنموذج التلقي في بحوث جمهور وسائل الاعلام. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، 1 (1)، الصفحات 309-320.
- بنبراهيم، نوال. (2015). أثر التلقي. الرباط: طوب بريس.
- بوصابة، عبد النور. (2015/2014). ثقافة الاشهار الالكتروني واشكاليات التلقي في المجتمع الجزائري. الجزائر، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3: قسم الاتصال.
- بوكرواح، مخلوف. (2011). التلقي في الثقافة والاعلام. الجزائر: دارمقامات للنشر والتوزيع.
- بومعزة، فاطمة. (ديسمبر، 2017). نظرية القراءة والتلقي - المرجعيات والمفاهيم. مجلة النص (22)، الصفحات 165-195.
- الحكيم، فواز منصور. (2011). سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري (الإصدار ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- حمودين، علي و المسعود، قاسم. (جوان، 2016). اشكالات نظرية التلقي: المصطلح، المفهوم، الإجراء. مجلة الأثر (25)، الصفحات 305-314.
- خضير، ضياء. (2004). ثنائيات مقارنة. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- الدهان، رواء هادي. (2013). وسائل الاعلام ومستويات الثقة-العراق أنموذجا. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صالح، بشرى موسى. (2001). نظرية التلقي - أصول... وتطبيقات. الدار البيضاء المغرب: المركز الثقافي العربي.
- الصكر، حاتم. (1998). ترويض النص، دراسة للتحليل النصي في النقد المعاصر، إجراءات ومنهجيات. مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عباس محمود، عبد الواحد. (1996). قراءة النص وجماليات التلقي. مصر: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الناصر، حسن محمد. (1999). نظرية التوصيل وقراءة النص الادبي. القاهرة: المكتب المصري لتوزيع المطبوعات.
- فضل، صلاح. (2002). مناهج النقد المعاصر (الإصدار ط1). المغرب: دار إفريقيا الشرق.

- قسايسية، علي. (2012). *جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها-من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين*. الجزائر: دار الورسم.
- مسالتي، محمد عبد البشير. (ديسمبر، 2014). مقولات نظرية التلقي بين المرجعيات المعرفية والممارسة الإجرائية. *مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية* (4)، الصفحات 83-100.
- هولب، روبرت. (2000). *نظرية التلقي: مقدمة نقدية*. (عز الدين اسماعيل، المترجمون) القاهرة: المكتبة الأكاديمية.