

## الوحدة السادسة

### مقرب التلقي والمقرب النقدي

**1- مقرب التلقي:** يقصد بنموذج التلقي، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حوّلت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقته بالتأثير الذي قد يحدث في الجمهور، إلى التركيز على **مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الانتقائي القوي والنشط** الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام.

فقد أحدثت مقارنة الإشكالية الجديدة بنموذج الاستخدامات والإشباعات ونموذج التأويل لدافيد مورلي نقلة نوعية في أبحاث الجمهور، حيث أصبح التركيز على العلاقة بين الرسالة والتلقي.

ففي حين يُعتبر المرسل هو مركز ثقل المعادلة الأدبية أو الثقافية، ينحو مركز ثقل المعادلة الإعلامية نحو المستقبل، وبالتالي يتعلق أساسا بالاستقبال الجماهيري للرسالة الإعلامية، والتي تتميز بكونها آنية تتجدد موضوعاتها بين الفينة والفينة، كما أن ارتباط مركز ثقل المعادلة الإعلامية بالجمهور أضفى عليها عديد الخصائص منها الجماهيرية والتبسيط والتعميم مما يجعل النص الإعلامي نصا مغلقا غير قابل - في معظمه - للتجديد، يدور ويتكرر بين وسائل الإعلام المختلفة وفق ما سماه بيار بورديو ظاهرة الحركة الدائرية للإعلام.

لذا فالخطاب الإعلامي محكوم بمدى استجابة الجمهور ومقدرته على استيعاب المعاني المرسلة، فمهما كان لدى المرسل من اختيارات لغوية وثروة دلالية رمزية فإنه مضطر للتصرف وفقا لصورة الجمهور المقصود بالمادة الإعلامية، وبما أن الجمهور متسع القاعدة، فإن اللغة الإعلامية تنحو منحى البساطة، وقرب المأخذ، وتبتعد عن الحشو والتعقيد.

من هنا كان فهم الخطاب الإعلامي من طرف جمهور المستقبلين هاجس الدراسات الإعلامية وبؤرة تركيزها، لهذا احتلت دراسات إضفاء المعاني على الرسالة، وعملية الترميز وفك الترميز مكانة خاصة في الدراسات والبحوث الإعلامية، في سبيل الإجابة عن التساؤل الآتي: هل الجمهور مجبر على فهم الرسالة بالطريقة نفسها التي يريد بها المرسل؟

فالعلاقة التي يقيمها المرسل مع وسائل الإعلام والاتصال هي علاقة شديدة التعقيد، إذ بالرغم من تباين النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تمت في مجال علوم الإعلام والاتصال، فإن الباحثين

المعاصرين يتفقدون على تعقيد الظاهرة الإعلامية والاتصالية، ويشددون على أن الاتصال الإعلامي لا ينظر إليه بوصفه نموذجاً خطياً يسير في اتجاه واحد، بل يعمل وفق نموذج دائري يتقاطع من خلاله الإرسال مع التلقي بشكل متفاعل، فالإتصال الإعلامي سيرورة دينامية يندرج ضمن سياق اجتماعي وثقافي محدد، كما أن الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام لا تقرأ مثلما تفسر، ومن ثم يجب تجاوز التعامل مع الرسائل (صور، نصوص، برامج) بطريقة موحدة، بل بوصفها رسائل متعددة المعاني والأهم من هذا كله أن المتلقي لا يعتبر سلبياً بل فرداً نشطاً وناقداً

وجدير بالذكر أن إشكالية تلقي المنتجات الإعلامية طُرحت في السياق العام للتيارات النقدية وخاصة المدرسة الألمانية التي طورت نظرة نقدية في الستينات حول علاقة النص الأدبي بالقارئ، وينسجم هذا الطرح مع المنظور الذي طوره رولاند بارث Barthes في دراسته الشهيرة موت المؤلف، ويلتقي أيضاً مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز بيرمنغهام للدراسات الثقافية وما طرحه ستورارت هال Hall في نموده الترميز وفك الترميز، والذي يعتبر مساهمة معتبرة دعمت ميدان الدراسات الثقافية في تفسيرها لصيرورة الفعل الاتصالي، حيث اعتبر أن هناك فوارق كثيرة في تفسير النصوص الإعلامية بسبب العوامل الاجتماعية والثقافية المشكّلة للنظام الثقافي والتي كانت - في الأدبيات السابقة - تركز على أن عملية الاتصال تسير في اتجاه واحد: مرسل ← رسالة ← مستقبل، غير أنه توصل إلى نتيجة مفادها أن الاتصال لا يسير في شكل خطي، وإنما يمكن للمستقبل أن يضفي تعديلات جديدة على الرسالة وفق العملية التالية: إنتاج ← انتقال ← توزيع ← استهلاك ← إعادة إنتاج.

وفي السياق ذاته يرى هال أن مختلف رموز كل الأشكال التي يتم من خلالها بناء المعاني والرموز من خلال الرسائل الإعلامية يمكن أن يتنوع من موقع استقبال إلى آخر و يمكن أن يتغير من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرّز إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي:

- إطار الرموز المهيمنة: وفي هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه الذي تم وضعه من قبل المرسل، و يطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف.
- إطار المفاوض: يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلا أنه يغير خصائص أخرى ليوافق معانيها وأهدافها.

- إطار المعارض: يقوم المستقبل في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي - التلفزيوني - فهما جيدا في كل منعطفاته السطحية منها والعميقة، ولكنه يفسر الرسالة بطريقة مخالفة تماما.

درس التلقي في العديد من السنوات وبقي حبيس إطار التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام وثم النظر إلى المتلقي على أنه كان سلبي، واعتبر الجمهور كحشد وكوم من البشر الذي كان لصيق البدايات الأولى لظهور هذا المفهوم حتى قبل ظهور وسائل الإعلام وهو الجمهور الذي يمكن أن تؤثر عليهم وسائل الإعلام بعد ظهورها بالكيفية التي يريدها مالكوها، لكن النظرة إلى التلقي تغيرت بعد "موت الكاتب" ل "امبرتو ايكو" و "نظرية التلقي" ل "روبرت هولب" بمعنى أن بداية تأطير هذا النشاط ظهر في المجال السيميولوجي والأدبي لينتقل إلى المجال الاتصالي، وأصبح يُنظر إلى التلقي على أنه النشاط الذي يتم حسب السياق "السيقنة" contextualisation من أجل إدراك المعنى وتبني رسائل من طرف مستخدمين فاعلين يتفاعلون مع وسائل الإعلام، وأصل الأعمال التي قامت بتحليل التلقي باعتباره ممارسة نشيطة يعود إلى نص ستوارت هال 1973 حول التشفير وفك التشفير الذي نظر إلى التلقي باعتباره ممارسة ثقافية متموقعة اجتماعيا ترتبط بالممارسات في مجال الاستهلاك الإعلامي. ولقد اهتمت نظرية التلقي بوضوح بالفعل الإنساني باعتباره فعلا ذكيا يرتكز على التفكير، وعليه يعتبر المتلقي فاعلا نشيطا يمارس ممارسة اجتماعية معقدة يتم تسييقها، وقد كانت الممارسة التلفزيونية بفضل انتشارها وتعميمها الميدان المحب لأبحاث التلقي خاصة بعد دراسة كاتز واليابس حول مسلسل دالاس.

## 2- التقليد النقدي في بحوث تأثير وسائل الإعلام:

يرجع أصل التقليد النقدي في بحوث الإعلام الاتصال إلى مدرسة فرانكفورت التي دشنت دراسات الاتصال النقدية في الثلاثينات من القرن الماضي، وقامت بتوليف الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام، والتحليل الثقافي للنصوص ودراسات تلقي الجمهور للتأثيرات الاجتماعية والإيديولوجية للثقافة الجماهيرية والاتصال. وقد دأب منظرو هذه المدرسة على تحليل منتجات الثقافة الجماهيرية في سياق الانتاج الصناعي، حيث كانت سلع المنتجات الثقافية تظهر نفس خصائص المنتجات الأخرى للإنتاج الجماهيري:

التسليع، والمعيارية، والجمهرة، وكان لمنتجات الصناعات الثقافية وظيفة محددة تتمثل في إعطاء الشرعية الإيديولوجية للمجتمعات الرأسمالية القائمة، وإدماج الأفراد في إطار المجتمع والثقافة الجماهيريين.

وقد برزت مدرسة فرانكفورت إلى الميدان ابتداء من سنة 1923 عندما قام مجموعة من المثقفين الألمان بتأسيس معهد البحوث الاجتماعية بمدينة فرانكفورت الألمانية، بهدف إعادة بعث التحليل النقدي الماركسي وفق توصيات المؤتمر الخاص بالماركسية المنعقد سنة 1922.

لكن صعود هتلر إلى السلطة في بداية الثلاثينات من القرن العشرين دفع بأعضاء المعهد أمثال هوركايمر وأدورنو وماركيوز.. إلى الهجرة و اللجوء إلى أمريكا ونقل أعمال المعهد مؤقتا إلى جامعة كولومبيا بالولايات المتحدة الأمريكية حتى عام 1950. وبعد أن وضعت الحرب أوزارها، عاد المعهد ليستأنف نشاطاته في المدينة الأصل فرانكفورت ليشتهر باسم المدينة "مدرسة فرانكفورت النقدية"، ولم تبق مدرسة فرانكفورت مجرد معهد، إنما أضحت تيارا فكريا وفلسفيا يقوم على آليات تحليل الظواهر الاجتماعية وفي مقدمتها الظاهرة الثقافية، وقد اكتسب هذا التيار تسميته وشرعيته من خلال معارضته للتيار الإمبريقي الأمريكي.

ويمكن إجمالاً تحديد أهم الخصائص التي امتازت بها مدرسة فرانكفورت بالآتي:

- توجه النظرية النقدية سلوك الإنسان وأفعاله، وترى توجهها نقدا فاحصا لإيديولوجيا المجتمع الغربي وتعرية لها.
- تختلف النظرية النقدية عن نظرية العلوم الطبيعية، بكون الأخيرة ذات صبغة موضوعية، أما الأولى فذات صبغة تأملية انعكاسية لسلوك المجتمع، وتوجهاته والسعي نحو نقدها.
- البحث عن الحقيقة عن طريق استخدام النقد.
- الاتفاق على أهمية المحور الإنساني في العملية البنائية التاريخية للمجتمعات البشرية.
- رصد أزمات المجتمع الرأسمالي ومحاولة نقده لبيان تحيزاته وممارساته السلطوية.