

## مفهوم التلقي في سياق الدراسات الثقافية - مقارنة ستيوارت هال لفهم الخطاب التلفزيوني

### The concept of receiving in the context of cultural studies - Stuart Hull's approach to understanding television discourse

عائشة لصلج<sup>1\*</sup>، نور الدين مبني<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر، [aicha\\_lasledj@yahoo.fr](mailto:aicha_lasledj@yahoo.fr)

<sup>2</sup> جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر، [mebni@hotmail.com](mailto:mebni@hotmail.com)

تاريخ الاستلام: 2020/02/15 تاريخ القبول: 2020/05/29 تاريخ النشر: 2020/06/01

#### ملخص:

تتناول هذه الورقة البحثية إسهامات ستيوارت هال في فهم الخطاب التلفزيوني في سياق الدراسات الثقافية، من خلال التطرق أولاً إلى الدراسات الثقافية مفهومها ونشأتها ومقارباتها النظرية والمنهجية، ثم إلى المقاربة الاتصالية للدراسات الثقافية، ثم التفسير الثقافي والدلالي لسياق الخطاب التلفزيوني عند ستيوارت هال.

**كلمات مفتاحية:** الدراسات الثقافية، المقاربة الاتصالية للدراسات الثقافية، الخطاب التلفزيوني، ستيوارت هال، الترميز وفك الترميز.

**Abstract:** This paper deals with Stewart Hull's contributions to the understanding of television discourse in the context of cultural studies, by first addressing cultural studies of their concept and origin and their theoretical and methodological approaches, then to the communicative approach of cultural studies, and then the cultural and semantic interpretation of the context of television discourse of Stuart Hull.

**Keywords:** Cultural Studies, Communicative Approach to Cultural Studies, Television Discourse, Stuart Hull, Coding and Decoding.

## 1. مقدمة:

يتميز الخطاب الإعلامي بكونه محكوما بمدى استجابة الجمهور ومقدرته على استيعاب المعاني المرسلّة، فمهما كان لدى المرسل من اختيارات لغوية وثروة دلالية رمزية فإنّه مضطر للتصرّف وفقا لصورة الجمهور المقصود بالمادّة الإعلامية، من هنا كان فهم الخطاب الإعلامي من طرف جمهور المستقبلين هاجس الدراسات الإعلامية وبؤرة تركيزها لهذا احتلّت دراسات إضفاء المعاني على الرّسالة، وعملية الترميز وفكّ الترميز مكانة خاصّة في الدراسات الإعلامية.

وفي هذا السياق تُعدّ بحوث التلقّي، من التوجّهات التي بحثت في الطريقة التي يُضفي من خلالها جمهور المتلقّين معانيهم الخاصّة على الرّسائل الإعلامية، وتمثل دراسة ستيوارت هال في فهم الخطاب التلفزيوني دراسة رائدة في إطار دراسة أنماط تلقّي الرّسالة الإعلامية - الرموز والمعاني - وتأويلها بناء على السّياق الثقافي والاجتماعي للمتلقّي وهي دراسة تدرج ضمن سياق الدّراسات الثقافية، التوجه النّقّافي والتطوّر العملي والتصوري لمدرسة فرانكفورت الذي حاول فهم الممارسات النّقّافية وتحليلها في سياقاتها الاجتماعية الشّاملة.

## 2. الإشكالية:

رغم إمكانية اعتبار النّقّافة والإعلام وجهين لعملة واحدة ورغم التّدخل الكبير بين المجالين لدرجة ضمّهما في مجال واحد في كثير من الحالات، ورغم أنّ كلاهما يقوم على المعادلة نفسها مرسل - رسالة - مستقبل، إلّا أنّ نظرة فاحصة لجوهر كل منهما تستبين فروقات عدّة ترتكز بالأساس على اختلاف مركز ثقل كل منهما في المعادلة السّابقة الذكر.

فباعتبار المرسل هو مركز ثقل المعادلة النّقّافية، فإنّ المجال النّقّافي يتعلّق بالإبداعات الفردية الراقية، والإنشاء النّقّافي عملية ذاتية تنبثق أصلا من المرسل وهو يُرضي حاجة نفسية داخلية وينطلق من فناعات فردية خاصّة، وفي الأغلب لا يهتم بالتكثيف حسب رغبة الآخر، بل على العكس يفترض تقرب الآخر منه بشكل ما، كما أنّ النّص النّقّافي الإبداعي

طاقة رمزية غنية ومتداخلة يصعب فهمه أو استعماله أو تذوقه من خلال فرضية رمزية واحدة، وأحيانا تكون له مستويات متعددة وزوايا فهم متباينة.

وما دامت القيمة التعبيرية في النص الثقافي هي المسيطرة فإنه يترتب على ذلك أن تتحو اللغة منحى خاصا، باتجاه الدقة والضبط ولكتها تحمل طاقة رمزية، فاللغة في الخطاب الثقافي لا تعدو مجرد تعبير أو أداة اتصال، أي مقصودة لغيرها، بل تكون مقصودة لذاتها فالقصيدة الشعرية هي ما تكونه القصيدة فلا سبيل لتكييفها أو تبسيطها، كما أن القضايا الثقافية تتعلق بموضوعات إنسانية عميقة الطرح، تصقل الرؤية الإنسانية، وتوصل المفاهيم والقيم، وبهذا فالخطاب الثقافي يسعى للديمومة والاستمرار، فهو ليس خطابا ظرفيا أو أنيا.

في حين ينحو مركز ثقل المعادلة الإعلامية نحو المستقبل، وبالتالي يتعلّق أساسا بالاستقبال الجماهيري للرسالة الإعلامية، والتي تتميز بكونها آنية تتجدد موضوعاتها بين الحين والآخر، كما أنّ 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 سمّاه بيار بورديو **Pierre Bourdieu** ظاهرة الحركة الدائرية للإعلام.

لذا فالخطاب الإعلامي مرتبط اشدّ ارتباطا بمدى تفاعل الجمهور وقدرته على فهم وإدراك المعاني المرسلة، فمجموع القدرات التي يملكها المرسل من اختيارات لغوية عدة وثروة دلالية رمزية متنوعة، فإنه مجبر للتصرف وفقا لصورة الجمهور المقصود بالمادة الإعلامية وبما أن الجمهور يتسم بالانتشار واللاتجانس، فإن اللغة الإعلامية تميل إلى البساطة أسلوبا وعرضا، 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

وفكّ الترميز مكانة خاصة في الدراسات والبحوث الإعلامية، في سبيل الإجابة عن التساؤل

الآتي: هل الجمهور مجبر على فهم الرسالة بالطريقة نفسها التي يريدها المرسل؟

### 3- وسائل الإعلام والجمهور أيّ علاقة ؟

إنّ العلاقة 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، فإنّ الباحثين المعاصرين يتفقون على تعقيد الظاهرة الإعلامية والاتصالية ويشددون على أنّ 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 محدّد، كما أنّ الرسائل التي تبثّها وسائل الإعلام لا تقرأ مثلما تفسر، ومن ثمّ يجب تجاوز التعامل مع الرسائل (صور، نصوص، برامج) بطريقة موحّدة، بل بوصفها رسائل متعدّدة المعاني والأهم من هذا كلّهُ أن المتلقي لا يعتبر سلبياً بل فرداً نشطاً وناقداً.<sup>1</sup>

من بين أهم المتغيّرات المرتبطة بسيرورة تلقّي المادة الإعلامية الاتصالية وتعقيدها نجد المتغيّر الثقافي، والذي شكّل في سنوات السبعينات من القرن العشرين هاجساً لعدد من الأبحاث والمقاربات التي عكفت على دراسة الظاهرة الاتصالية في سياقها العام وربطها بالإطار الثقافي كإطار مرجعي للتفسير والتحليل، بعد أن صار ارتباط الثقافة بالإعلام حقيقة لا مراء حولها، وبدا جلياً أنّ الاكتفاء بالتفسيرات المادية والاقتصادية لا طائل منه، في ظلّ الحراك الذي يشهده المجتمع والثقافة ووسائل الإعلام وخاصة المرئية منها، والتي أعادت النظر في تقسيمات الثقافة التقليدية، ولم تعد بذلك تقسيمات الثقافة مقتصرة على العامّة منها والمتخصّصة، إنّما أصبحت ثقافة جماهيرية وصناعة ثقافية وثقافة افتراضية وغيرها من المستحدثات اللغوية التي تعكس علاقات التأثير والتأثر بين الثقافة وتكنولوجيا الإعلام والمعلومات.

في هذا الاتجاه شهد النصف الثاني من القرن العشرين ظهور مقاربات جديدة تبحث في الإعلام والثقافة الجماهيرية من حيث كونها نقطة التقاء بين المجالين، ومثلت المدرسة النقدية ومركز بيرمنغهام للدراسات الثقافية إسهامات هامة في تفسير الصيرورة الثقافية في ارتباطها بوسائل الإعلام.

حيث يعتبر مركز برمنغهام للدراسات الثقافية من أهم التيارات الفكرية التي بحثت في العلاقة إعلام- ثقافة، ونظرت للظاهرة الإعلامية في سياقها الثقافي الكلي، وسعت إلى الاقتراب من الإشكال الثقافي في سياقه الاجتماعي بدراسة وتحليل الصيرورة الثقافية في زمن إنتاجها الصناعي الجماهيري.<sup>2</sup>

وترجع أصول هذا المركز إلى مدرسة فرانكفورت النقدية، وأعمال المفكرين الألمان هوركايمر Horkheimer ، بن جامين Benjamin ، أدورنو Theodo. Adorno الذين هاجروا إلى الولايات المتحدة الأمريكية تحت الضغط النازي، وأسسوا فيما بعد مركز الدراسات الثقافية المعاصرة في مدينة برمنغهام الإنجليزية.

#### 4- مركز برمنغهام للدراسات الثقافية شيء من الكرونولوجيا:

تأسس مركز الدراسات الثقافية المعاصرة سنة 1964 في جامعة برمنغهام في بريطانيا وهو مركز متخصص في دراسات الدكتوراه حول أشكال وممارسات المؤسسات الثقافية في علاقاتها بالمجتمع وبالتغير الاجتماعي.<sup>3</sup> في بداياته حمل اسم مركز الدراسات الثقافية المعاصرة لجامعة برمنغهام، واهتم أساسا بالتحليلات الأدبية لأن معظم أعضائه أساتذة أدب إنجليزي، وتحول فيما بعد إلى مركز للدراسات البريطانية **Birmingham Centre For Contemporary Cultural Studies=BCCCS** ليهتم من بداية السبعينات بتحليل الثقافة الرأسمالية.

ويجسد هذا المركز التطور التصوري والعملية للنظرية النقدية في معالجتها للظاهرة الثقافية، والتي أعطت الأولوية في تحليلها للمحيط الثقافي والاجتماعي واهتمت بالثقافة

كمؤسسة اجتماعية تتفاعل مع غيرها من المؤسسات في إطار المنظومة المجتمعية، في محاولة منها لتجاوز الثغرات في الفكر الماركسي كما عبّر عن ذلك أحد روادها - طومسون - بقوله: " انشغالي الأساسي هو تناول ما صمت عنه ماركس؛ ما هو ثقافي ومعنوي" <sup>4</sup>، وهذا ما جعل البعض يطلق على المدرسة النقدية اسم المدخل الاجتماعي الثقافي لدراسة الظاهرة الاتصالية.

وقد برزت مدرسة فرانكفورت إلى الميدان ابتداء من سنة 1923 عندما قام مجموعة من المنقّفين الألمان بتأسيس معهد البحوث الاجتماعية بمدينة فرانكفورت الألمانية، بهدف إعادة بعث التحليل النقدي الماركسي وفق توصيات المؤتمر الخاص بالماركسية. <sup>5</sup>

لكنّ صعود هتلر إلى السلطة في بداية الثلاثينات من القرن العشرين دفع بأعضاء المعهد أمثال هوركايمر، أدورنو، وماركيوز إلى الهجرة واللجوء إلى أمريكا ونقل أعمال المعهد مؤقتًا 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، إنّما أضحت تيارا فكريا وفلسفيا يقوم على آليات تحليل الظواهر الاجتماعية وفي مقدّمها الظاهرة الثقافية.

## 5- الدراسات الثقافية؛ مقارنة تاريخية:

ظهرت الإرهاصات الأولى للدراسات الثقافية كتيار فكري خلال الثلث الأخير من القرن التاسع عشر، في سياق السّجالات التي عرفتها بريطانيا والتي عرفت باسم الثقافة والمجتمع أين سيطرت الأذواق السيئة على المجتمع الجماهيري في عصر اصطلاح عليه على أنّه عصر تقهقر بامتياز *Siècle de nuisance*، <sup>6</sup> وكان من أبرز رواد هذا النقاش *Matew Arnold, John Ruskin, William Morris* والذين اتفقوا على اتّخاذ موقف ثقافي نقدي ضدّ ما أسموه ضحالة الثقافة في زمن المجتمع الجماهيري الصناعي.

وهكذا خرجت الدراسات الثقافية- خاصة في بداياتها في بريطانيا- من رحم الدّراسات الأدبية عموماً، وما يسمّى الليفيسيتية **Leavisism**\*\*\*، والثّقافة بالنسبة إلى هذا التيار ليست مجرد نشاط متعة وإمضاء وقت فراغ، بل تهتم بتكوين أفراد ناضجين ذوي إحساس بالحياة حقيقي ومتوازن، ويأتي ارتباطها مع النقد الأدبي بشكل عام بسبب اعتماد كليهما في تحليلات النصوص الأدبية أو الثقافية على تخصصات معرفية أخرى مثل علم الاجتماع والفلسفة والتحليل النفسي واللغويات، لكنّ تطوّرها السريع لتصبح تخصصاً مستقلاً ترافق مع النّقدّم الحاصل في التّفكير ما بعد الحدائث ومع تبدّل النظرة إلى النصّ ومفهوم الثّقافة، إذ لم تعد الثّقافة تختصر بما يعرف بالثّقافة الراقية المرتبطة في الأدب خاصة بالنصّ المكتوب الذي اكتسب صفة المعيارية في الثّراث الأدبي، فالنصّ بالنسبة للدراسات الثقافية عبارة عن موضوع للنّقاش، من هنا فهو لا يقتصر على ما هو مكتوب فقط، بل أصبح بالإمكان عدّ أيّ شيء نصّاً، لأنّ الدّراسات الثّقافية تنظر إلى النصّ الثّقافي على أنّه نمط من التّعبير ذو مغزى شكلاً ومضموناً، عندما تدرس كلّ تقاطعاته بكلّ تعقيداتها<sup>7</sup>.

وفي هذا السّياق تأسّست مجلة **Scrutiny** سنة 1932 من طرف **Leavis**، وأريد لها أن تكون منبراً لحرب أخلاقية وثقافية ضدّ البلاهة الممارسة من طرف وسائل الإعلام والإشهار في سبيل إعادة بعث التقليد الأصيل للثقافة الإنجليزية **la grande tradition**<sup>8</sup> وبهذا مثّلت **scrutiny** مشروعاً لإحياء الثقافة القديمة، ومقاومة الرّداءة التي تنتشرها مضامين وسائل الإعلام لاسيما الإشهارية منها فكانت بمثابة الإرهاصات الأولى للدراسات الثقافية البريطانية. وتوقّف إصدار المجلّة سنة 1953، لكنّ هاجس الإشكالات الثقافية المرتبطة بالتلفزيون ظلّ مهيمناً على ساحة النقاش في بريطانيا، وفي هذه الفترة شهد مركز الدراسات الثقافية نشأته الحقيقية من خلال إصدار **Richard Hoggart** الكتاب المرجع التأسيسي للدراسات الثقافية سنة 1957 والذي حمل عنوان **The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life**، وفيه يصف الكاتب تأثير ثقافة وسائل الاتصال الحديثة على الطبقة العمالية

والتغييرات التي أحدثتها على نمط حياتهم وممارساتهم، وكيف تقاوم الطبقات العمالية هذا النوع من الثقافة التجارية، التي تؤثر عليهم - رغم أشكال المقاومة لديهم- تأثيرا تراكميا على المدى البعيد.

وبهذا تمحور الإشكال المعرفي للدراسات الثقافية حول تحليل مضامين وسائل الإعلام من خلال إعادة صياغة تصوّر طبيعة الثقافة ودورها في المجتمع، في ظلّ الإشكالات التي طرحت حول هيمنة وسائل الإعلام على عقول الناس، وسلبها لقيمهم الثقافية الأصيلة بتلقيهم قيم الثقافة المهيمنة؛ ثقافة الأفلام وثقافة التلفزيون.

كما تسعى الدراسات الثقافية حسب مؤسسيها إلى فهم الكيفية التي من خلالها تقوم الهويات المختلفة للممارسات الثقافية بتحديد العلاقات التي تجري في إطارها، وذلك بالنظر إلى السياقات التي يُعاد تشكيلها باستمرار من جهة، وكيف تكون هذه الهويات بدورها محدّدة من طرف هذه الممارسات من جهة أخرى.<sup>9</sup>

## 6- الخطاب التلفزيوني والثقافة بين التجاذب والتنافر:

إنّ أبرز الإشكالات التي تحكم العلاقة ثقافة - تلفزيون هي تحديد طبيعة هذه العلاقة هل هي علاقة احتواء تجعل التلفزيون معطى ثقافيا يُنظر إلى كل مواده وبرامجه بمنظور انثر وبولوجي للثقافة يرى فيها ذلك الكلّ المركب الذي يشمل المعرفة، الفن، العقائد وكل ما يكتسبه الإنسان من حيث هو عضو في جماعة، وبذلك تصب كل البرامج التلفزيونية في خانة الثقافي بما فيها الرياضة وبرامج الأخبار، وغيرها أم هل يحدد ويميّز الثقافي عن الرياضي وعن السياسي بتحديد زوايا معينة يطلق عليها الثقافة.

إذ يعتبر التلفزيون وسيلة إعلام ثقافية من الدرجة الأولى حيث لا يقتصر دوره على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة الحيّة، بل هو أداة من أدوات ديمقراطية الثقافة لكونه وسيلة جماهيرية تساهم في حصول الملايين من الجماهير على الثقافة والإطلاع على أشكال الإبداع الثقافي من دون عائق ثقافي أو تعليمي، وما يجعل التلفزيون متميزا عن أشكال الاتصال المعروفة هو شخصيته التركيبية، أي قابليته على استخدام



الصورة والصوت والمؤثرات الصوتية، فالتلفزيون له القدرة على البث مباشرة لملايين المشاهدين، والتفسير الفني للحدث لحظة وقوعه هذه القدرة تقرر عاملي الزمان والمكان الحقيقيين على شاشة التلفزيون.<sup>10</sup>

وبما يملكه التلفزيون من إمكانيات حديثة متطورة فهو يعدّ من أرقى الوسائل الإعلامية الثقافية، وأكثرها نفاذاً وتأثيراً على البنية الاجتماعية والثقافية والأخلاقية للمجتمع، ولا شك أن ذلك يعتبر من أخطر مجالات التأثير في الحياة الإنسانية، فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلاً ومضموناً أهمّ أداة فكرية تعبر الفازات والدول لتشكل تأثيراً على الرأي العام وعلى الثقافات الأخرى.<sup>11</sup>

فقد حطمت الصورة التلفزيونية كل الحواجز الثقافية والطبقية ووسّعت من دائرة الاستقبال لتساهم في إدخال الجماهير العريضة ساحة الاستقبال الثقافي، بعد أن كانت الثقافة حكراً على المركز - الفئة النخبوية ثقافياً أو اقتصادياً - وكانت الجماهير العريضة على هامش الثقافة إمّا لسبب ثقافي يعود إلى عدم قدرتها على القراءة بسبب الأمية، أو لسبب اقتصادي لعدم قدرتها على شراء الكتب والجرائد، وبهذا انحصرت الثقافة والمعرفة على فئات محددة مثّلت النخبة ولعبت دور قادة الرأي بصفتها وصيّة على الفكر والمعرفة.

لكنّ الموازين انقلبت في المجتمعات المعاصرة التي جعلت من الصورة كتاب البسطاء من البشر على حد مقولة كيرغوار<sup>12</sup>، حيث أصبحت معرفة الحقائق والإطلاع على مجريات الأحداث متاحة للجميع دون إقصاء ولا تمييز في فضاء التلفزيون، هذا الفضاء الذي لم يكسر وصاية النخبة على الفكر المطبوع فحسب، إنّما أوجد وسطاء جدد ونجوم جدد بل وثقافة جديدة تتدفق فيها المعلومات بغزارة لا متناهية تصل إلى حدّ الإغراق والتشبع والتكرار والتضخم لدرجة ارتفعت معها أصوات تشتكي من كثرة المعلومات وفيضها المتجدّد والمستمر كما عبّر عن ذلك أحد المتخصّصين في الاتصال بقوله "من كثرة معرفتنا بكل شيء أصبحنا لا نعرف أي شيء"<sup>13</sup>

فالتلفزيون لم يبق مجرد أداة نقل حيادية للمضامين الثقافية، إنّما صار فاعلاً له دوره في قولبة وتشكيل الأطر الثقافية وصنع المخيال الجماهيري\*، من خلال مضامينه التي لها

من الخصوصية ما يجعلها تختلف عن ثقافة المطبوع أو الشفهي بصفاتها ثقافة إطارين متكاملين: ثقافة إطار النص - الكلام ودلالاته - وثقافة إطار الصورة - الصورة ودلالاتها<sup>14</sup> وبهذا طرح حضور التلفزيون وهيمنة خطاباته على السياق الثقافي العام إشكالات متعدّدة على رأسها إشكالية تحديد مفهوم الثقافة التلفزيونية كثقافة من نوع جديد، وهل يتعلّق الأمر بثقافة تلفزيون أم بثقافة تلفزيونية، ذلك أنّ الثقافة التلفزيونية هي تلك الثقافة التي تتخذ سمات الحركة، السرعة، الإبهار والاستهلاك وإن لم تكن منبثقة عن شاشة التلفزيون<sup>15</sup>.  
أمّا ثقافة التلفزيون فيُقصد بها الوعي بالخصوصية التقنية والتعبيرية للتلفزيون بوصفه مؤسّسة اجتماعية واقتصادية، وتكييف خطابه بما يتماشى وخصوصيته كأداة سمعية بصرية<sup>16</sup>، بمعنى آخر ثقافة التلفزيون هي القيم والتصورات والممارسات التي تحكم الممارسة التلفزيونية.

فالثقافة التلفزيونية هي ثقافة توظيفية لما تملكه الوسائل السمعية البصرية من مؤهلات تسمح لها بتجاوز الحواجز اللسانية والاجتماعية والسياسية والجغرافية، ما يجعلها قادرة على توظيف كافّة مجالات الحياة وبنّها على شاشة التلفزيون في قالب جماهيري استعراضي لزيادة عدد المشاهدين، بغض النظر عن طبيعة المادة الإعلامية، وفي هذا الصدد يقول أحد المختصين " إنّ عيب التلفزيون لا يكمن في كونه يُقدّم موادّه في قالب ترفيهي، بل إنّ حَوْل كل ما يُقدّمه ويعرضه على الجمهور إلى مادّة ترفيهية".<sup>17</sup>

هذه النظرة للوظائف الإعلامية للتلفزيون تعكس تغليب الوظيفة الترفيهية على حساب الوظائف التثقيفية والإخبارية، كما أنّها تُعبّر عن نظرة تراتبية لوسائل الإعلام الجماهيري في المجال الثقافي تضع النمط المكتوب على رأس السلم الثقافي، بينما يحتلّ التلفزيون مكانه لا مكانته أسفل الهرم، وفي هذا الصدد يرى **Bruno Bettelheim** أنّ التلفزيون يأسر الخيال لكنه لا يُحرّره، أما الكتاب الجيد فإنه يُنبّه الذهن ويحرره في الوقت نفسه. فالتلفزيون يخلق الانطباعات بدل الأفكار، ويشجع العواطف بدل التفكير ويخاطب الأحاسيس بدل العقل، وبهذا فهو يبهر ولا ينيّر، ويرفّه ولا يُثقف.

من هنا احتلّ التلفزيون موقع الصدارة في المعادلة الثقافية المعاصرة التي تُشكّل الصورة مركز ثقلها وقائدها الفكري، بوصفها علامة ثقافية ترتبّ على عرش التلقي والتأويل والتأثير

المباشر على المشاهد، الذي بات أسير الصور الذهنية والأنماط الثقافية المتدفقة من على الشاشات.

## 7- المقاربة الإعلامية- الاتصالية للدراسات الثقافية:

لقد تبوّأت الدراسات الاتصالية داخل الدراسات الثقافية مكانة مهمة على مستويات متعددة كالإنتاج (الاقتصاد السياسي)، النص (السيمياء، تحليل الخطاب)، التلقي (الاستهلاك)، ورغم الاختلافات النسبية لكل مستوى، فالذي يمكن التأكيد عليه هو أنّ عمليات الاتصال والثقافة تحتاج لأن تستكشف عبر جميع هذه المستويات، ضمن فحص متعدّد الرؤى للأبعاد الثقافية. ويعتبر نموذج ستيوارت هال **Stuart Hall** المتمثّل في الترميز وفك الترميز، مساهمة معتبرة دعمت ميدان الدراسات الثقافية في تفسيرها لصيرورة الفعل الاتصالي، حيث اعتبر أنّ هناك فوارق كثيرة في تفسير النصوص الإعلامية بسبب العوامل الاجتماعية والثقافية المشكّلة للنظام الثقافي والتي كانت - في الأدبيات السابقة- تركز على أنّ عملية الاتصال تسير في اتجاه واحد: مرسل ← رسالة ← مستقبل، غير أنّه توصّل إلى نتيجة مفادها أنّ الاتصال لا يسير في شكل خطي، وإنّما يمكن للمستقبل أن يضيفي تعديلات جديدة على الرسالة وفق العملية التالية: إنتاج ← انتقال ← توزيع ← استهلاك ← إعادة إنتاج.<sup>18</sup>

طوّر هذا النموذج الاتصالي - التفسير وفك التفسير- بواسطة ستيوارت هول في أواخر 1970 وأوائل 1980 وهو يشير إلى العلاقة بين النصوص ومنتجها وقراءتها أو جمهورها ويقترح هذا النموذج أنّه مهما كان التحليل النصّوصي للمعاني نوعاً من النقد التي قد تضطلع بهذه المهمة، فإنّه سيكون نقداً أو تحليلاً بعيداً عن بعض ما حدّدته هذه المعاني وإن وجدت فسوف تُفعل من قبل القارئ الحيني- الجماهير - المستهلكين".<sup>19</sup>

وكان نموذج " الترميز وفكه" **encoding / decoding model** أوّل تدخّل مؤثر في هذا المجال من ضمن الدراسات الثقافية في حدّ ذاتها، ففي مقال مهم يحمل العنوان نفسه اقترح ستيوارت هول **Stuart Hall** نظرية تواصل مؤلفة من الأربع مراحل السابق ذكرها، فكلّ مرحلة تعتبر مستقلة نسبياً عن المراحل الأخرى، وهذا يعني أنّ ترميز الرسالة يتحكّم فعلاً في تلقيها ، لكن ليس على نحو شفاف - فكل مرحلة حدودها الخاصة المميزة وإمكاناتها- ويسمح مفهوم الاستقلال الذاتي النسبي لهول أنّ يبين أنّ تعدّد المعاني **polysemy** ليس كالتعددية

**pluralisme**، فالرسائل ليست منفتحة على أي تفسير أو استخدام لمجرد أن كل مرحلة في الدائرة تحدّ من إمكانات المرحلة المقبلة، ويمضي هول ليثبت أنّ الرسائل بنية سيطرة معقدة في الوجود الاجتماعي الفعلي لأن علاقات القوة المؤسسية تبصمها في كل مرحلة، علاوة على ذلك، يمكن أن يجري استقبال رسالة في مرحلة معيّنة فقط ، ويمكن أن يجري استقبال رسالة في مرحلة معيّنة فقط إذا كانت مناسبة وأمكن تمييزها، على الرغم من وجود متنّسح لأن يجري فهم الرسالة أو استخدامها على الأقلّ بطريقة مخالفة للميل الفطري لدى الإنسان. هذا يعني أنّ علاقات القوة في مرحلة الإنتاج- على سبيل المثال- سوف تتناسب تجاوزا مع العلاقات في مرحلة الاستهلاك، وبهذه الطريقة تصبح دائرة الاتصال أيضا دائرة تعيد إنتاج نموذج الهيمنة ، وهي بالتالي تنتمي إلى " إيديولوجية " تفهم على أنّها نظام معان يجري من خلاله عدّ البنى الاجتماعية طبيعية أو على الفطرة بدلا من كونها وسيلة تسمح للرأسمالية وهرمياتها الطبقية بأن تستنسخ نفسها<sup>20</sup>

ويقول هال أنّه يمكن الاقتراب من السيّورة الاتصالية كبنية منتجة ومثبتة من طرف فترات مترابطة فيما بينها ولكنها متمايزة، وهذا ما يعتبر كبنية معقدة في موقف الهيمنة، يتم الإبقاء عليه من خلال تمفصل ممارسات متصلة بحيث تحافظ كلّ واحدة منها على خصوصياتها وبالمقابل لها طريقتها المميّزة وأشكالها الخاصة وظروف وجودها.<sup>21</sup>

وينطلق هال أنّ ما يظهره التلفزيون ليس هو الواقع ( رغم محاولات المهيمنين إقناعنا عكس ذلك)، أي أنّ الأحداث ليست خاما، وحتى نتمكّن من إرسالها وفهماها ينبغي أن تحمل معنى أي أن تكون مرمّزة، وتتدخل في هذه العملية، أي عملية ترميز الرسائل الإعلامية عدة عوامل منها التنظيم البيروقراطي للعمل داخل المؤسسة الإعلامية، الإيديولوجية المهنية رغبات الجمهور، وأخيرا جو الآراء السائدة الذي ينبغي على المرسل التّموقع فيه إذا أراد أن يوصل رسالته.

ويناقد ستيوارت هول من خلال نمودجه الخطاب التلفزيوني حيث يقدم مقارنة نظرية لكيفية إنتاج الخطاب داخل وسائل الإعلام، يدّعي نمودجه أنّ تفسير الرسائل التلفزيونية والتي يتم إعادة فك تشفيرها يعتمد على المكانة الثقافية والاقتصادية للفرد وكذا تجاربه الشخصية، وقد انتبه هول من خلال هذا النمودج إلى الطبيعة النشطة للجماهير حيث تكون

كلّ مرحلة من مراحل إنتاج الرسالة مستقلة عن الأخرى ومرتبطة فيما بينها كسلسلة من التّعقيد، وتسترعي هذه العملية المعقّدة علاقات البنى التحتية، كما أنّ عملية الإنتاج تتطلب هي الأخرى هياكل السّلطة الاجتماعية والثقافية والسياسية (كاللغة- الثقافة السائدة / الأيديولوجية وما إلى ذلك)، اعتمادا على التكوّينات المتاحة في المجتمع، ووفقا للاحتياجات الفنيّة وفي مرحلة التّدالول يتمّ تدويلها حسب الحالة الاجتماعية والاقتصادية، أين يتمّ تخصيص الرّسالة التلفزيونية كخطاب هادف بحيث يتمّ فكّ ترميزها بشكل ذي مغزى. وفي مرحلة الاستخدام يمكن للجمهور فكّ شفرة الرّسالة حسب الخلفية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وعبر النتائج الإدراكية، المعرفية، العاطفية، الإيديولوجية أو السلوكية للجمهور وتكسب الرّسالة التلفزيونية قيمتها في الاستخدام الاجتماعي وفي ضوء الاستراتيجيات السياسية المنتهجة.

ويرى هول أنّ عملية تشفير مضامين التلفزيون، تعدّ بمثابة تمفصل للحظات مرتبطة ببعضها البعض ولكنّها مختلفة من حيث إنتاج، تداول، توزيع واستنساخ، وكلّ لحظة من هذه اللّحظات تمتلك ممارسات محدّدة تكون ضرورية للدّارة الثقافية\*\*\*. ولكن كلّ لحظة لا تضمن حدوث اللحظة المولوية، فإنّ إنتاج المعاني لا يضمن استهلاك هذه المعاني، كما أنّ المشفّرين قد لا يقصدون معنى ما، لأنّ النّصوص التلفزيونية تحمل العديد من المعاني التي يمكن تأويلها بطرق شتّى، وهذا لا يعني أنّ جميع المعاني متساوية فيما بينها، بل بالأحرى سيتمّ هيكله النصّ داخل هيمنة تقود إلى المعنى المفضّل، بمعنى بناء نصوص تكون مرشدة لنا.<sup>22</sup>

وهذا ما يحيل إلى علاقة الإعلام بالواقع والتي لخصّها عالم الاجتماع لويس كيري **Quéré Louis** فيما يلي: "إنّ الواقع الذي تطلّعون عليه وسائل الإعلام يحمل طابعا متناقضا، لأنّه انعكاس للواقع وبديل لمراجعته في ذات الوقت أو يقوم مقامها، فوسائل الإعلام تبدو أنّها تعيد إنتاج الواقع بينما تقوم بتشكيله قطعة قطعة، ليمكّن مظاهر صور طبق الأصل للواقع ويشكل تمثلا له في آن واحد".<sup>23</sup>

إنّ عملية الاتصال في الحقيقة هي عملية معقّدة تحمل في طياتها ما هو غير مفهوم كما تحمل معاني مضادة، ومعاكسة للمعنى المراد، وهذا لطبيعة تعقّد السيرورة التأويلية، ومن هنا وأمام تعقّد هذا الواقع الاتصالي، فإنّ اعتبار المرسل يتمتع بدرجة من الحرية في تأويل الرّسائل يصبح أمرا محتوما، إنّ المستقبل أيا كان الموقع الذي يتواجد فيه فإنّه يستطيع رفض

المعنى الذي يضيفه المرسل على الرسالة، ويؤولها بالطريقة التي تلائمها انطلاقاً من معارفه ورغباته ومخيلته وموقعه الاجتماعي، وجدير بالذكر أنّ هذا التصور في ذاته (من الناحية المبدئية) ليس جديداً، ولم يظهر مع الدراسات الثقافية، وإنما سبقت إليه الدراسات حول الاستخدامات والإشباع، وكذا الدراسات الانتقائية، التي تعترف للمستقبل بقدرته على الانتقاء والاختيار، ولكن في إطار الخدمة المقدّمة له، أكثر من هذا فإن الطرح الذي كان سائداً هو أن القراءة الصحيحة للرسالة هي التي تتوافق مع القراءة الملائمة التي وضعها المرسل، إلاّ أنّه مع الدراسات الثقافية تمّ التراجع عن فكرة أن استقبال الرسائل أو فك رموز رسالة ما يتم بصفة سلبية، وتكون معاني هذه الرسالة موجودة سلفاً، وإنما اعتبار العملية سيرورة نشطة.

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 يتغيّر من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرّمز إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي:<sup>24</sup>

- **إطار الرموز المهيمنة:** وفي هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه الذي تم وضعه من قبل المرسل، ويطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف إذ أنّه يمثل وجهات نظر الأغلبية وبالتالي وبالتّالي فهو المرجعية التّأويلية للجمهور، وهو ما ينتج عنه حالة من التكيّف وإخضاع الموقف لما هو سائد في المجتمع.

- **إطار المفاوض:** يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلاّ أنّه يغيّر خصائص أخرى ليوافق معانيها وأهدافها، في إطار المصلحة الذاتية المستقاة من الواقع المعيش .

- **إطار المعارض:** يقوم المستقبل في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي - التلفزيوني - فهما جيّداً في كل منعطفاته السطحية منها والعميقة، ولكنّه يفسّر الرسالة بطريقة مخالفة تماماً.

وفق هذه الأطر الثلاث يبرز الموقف الذي يعكس رأي ستيوارت هال في نموذجي الهيمنة والتفاوض والمقاومة، ففي التّموذج المهيمن يستهلك الجمهور المعنى بشكله المباشر ولا يبدي

أيّ مقاومه في استنساخ التشفير الأولي للرسالة حيث يشاركه المضمون، من خلال عقد اتفاقي في عملية الترميز الأولى، وهذا ما يفرض عدم وجود أي تحييز ثقافي بين المرسل والمرسل إليه، أمّا في اللحظة التفاوضية فيتم تفكيك الرمز في النسخ المتفاوض عليها من خلال التكيّف مع الرسالة حيث لا يتم قبولها بشكل مباشر وإنما مشاركة الرسالة ومقاومتها وتعديل رموزها وفق تجاربه واهتماماته، أمّا عن المعنى المعارض ففي هذا الموقف يفهم المستهلك المعنى الحرفي، ولكن بسبب عدم توافق الخلفيات في فك تشفير الرسائل يتم إنتاج تفسيرات الأفراد الخاصة بشكل يتعارض تماما مع المعنى المقصود في التشفير الأولي فمن خلال المقاومة والمعارضة يبني الجمهور رسالته الخاصة حيث يضعف التشفير من أجل إعادة وضع الرسالة ضمن إطار مرجعي بديل.

## 8. خاتمة:

تعدّ هذه الورقة البحثية مقارنة لفهم الخطاب الإعلامي التلفزيوني من خلال محاولة استقراء سيرورة تلقي المضامين الإعلامية التلفزيونية، ففهم العلاقة التي يتبناها المرسل مع وسائل الإعلام والاتصال في علاقته بالمتلقي هي علاقة شديدة التعقيد، تتجلى إحدى أبعادها في سعي الخطاب التلفزيوني إلى فصل المتلقي عن عالمه الحقيقي بانتشار المضامين التي تنتشرها وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة في المجتمع، وعلى التقيض يعتبر البعد الآخر هو دور المواقع الاجتماعية في تفسير الخطابات الإعلامية عند مختلف الاجتماعية.

وفي نافذة القول يمكن تلخيص محتوى هذه الدراسة النظرية في مختلف جوانبها في أنّ الدراسات الثقافية تعتبر الخطابات الإعلامية - التلفزيونية - مجموعة نصوص معقدة يشارك فيها المتلقي بفعالية في فك رموزها وتشكيل معانيها في إطار ما هو مشترك بين المتلقين والقائمين بالاتصال، وهو ما ينبغي مراعاته أنّ فهم نفس الرسالة المتضمنة في الخطابات التلفزيونية يتم تفسيرها بطرق مختلفة لاحتوائها على أكثر من قراءة وكذا ارتباط مسألة الفهم للمضامين بإشكالية ممارستها، فواقع الرسائل الإعلامية في الخطاب التلفزيوني يتوقف حسب ستيوارت هول على مدى فك الترميز، حيث يتم تشفير الخطاب التلفزيوني في شكل علامات سيميائية، ويتوقف ترميز المعنى على مدى التأثير الأيديولوجي الذي يكتنزه تشفير العلامات

داخل الرسالة التلفزيونية من جهة وعلى مدى وعي الجمهور النشط، حيث تتوارى العلامة المرمزة داخل الفعل الدلالي العميق وتتخذ أبعاداً أيديولوجية أثناء التلقي، من أجل ذلك كان على الجمهور النشط مجابهة التواصل الخطي المشوّه للاتصال في الخطاب التلفزيوني. وعليه فمساهمته تعتبر مرجعية أساسية في دراسات التلقي لاشتماله على اعتبارات المضمون في حدّ ذاته ومختلف التأويلات التي ينشئها الفرد المتلقي في علاقته بهذه المضامين الإعلامية وكيفية التعامل معها، وهو ما يتطلّب من الخطاب الإعلامي أن يرتبط بمدى تفاعل الجمهور وقدرته على فهم وإدراك المعاني المُرسلة، بالوضع في الحسبان أنّ تلك القدرات التي يملكها المرسل من اختيارات لغوية وثروة دلالية رمزية متنوعة.



## قائمة المراجع:

- <sup>1</sup> مخلوف بوكروح: **التلقي في الثقافة والإعلام**، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى. 2001، ص10.
- <sup>2</sup> لعبان عزيز: **فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال**، فكر ومجتمع فصلية محكمة تصدر عن طاكسيج. كوم للدراسات والنشر، العدد الأول، يناير 2008 ص.35.
- <sup>3</sup> Armand Mattelart, **cultural studies story : la domestication d'une pensée sauvage ; Réseaux, n° 80, 1996.** p.14.
- <sup>4</sup> Armand Mattelart op cit , p.14
- <sup>5</sup> Olivier Dhilly, **La critique des industries culturelles par l'école de Frankfort : la mystification des masses 27/06/2007** ,texte en ligne, [www.clemi.org/.../download\\_fichier\\_fr\\_ecole.de.frankfort.pdf](http://www.clemi.org/.../download_fichier_fr_ecole.de.frankfort.pdf) consulté le15/02/2010
- <sup>6</sup> Armand Mattelart, op cit, p.14
- <sup>7</sup> سايمون ديورنغ: **الدراسات الثقافية مقدمة نقدية**، ترجمة ممدوح يوسف عمران، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2015، ص10
- <sup>8</sup> Armand Mattelart ;op cit, p.15
- <sup>9</sup> عزيز لعبان، مرجع سبق ذكره، ص.25
- <sup>10</sup> محمد كحط الربيعي: **الدور الثقافي للفتوات الفضائية العربية: المضامين والأشكال والتلقي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية بالدانمرك، 2007، ص.30
- <sup>18</sup> محمد كحط الربيعي: **مرجع سبق ذكره** ، ص.30
- <sup>12</sup> مؤيد عبد الجبار الحديثي: **العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1** 2002، ص 237.
- <sup>13</sup> نصر الدين لعياضي: **كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟** مجلة الإذاعات العربية، العدد 1 2001، ص.7
- <sup>14</sup> ماجي الحلواني حسين: **حول مفهوم الثقافة التلفزيونية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد2، 2005، ص.15.

15 زكي الجابر: هل يجوز الحديث عن ثقافة جديدة، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد2، 2005،

16 يحيى اليحياوي: هل للمغاربة ثقافة تلفزيونية؟ جريدة العمل الديمقراطي، 7- 15 مارس 2002

17 نصر الدين العياضي: المادة الثقافية في التلفزيون الإذاعات العربية، عدد3، 2001، ص45.

18 Stuart HALL, *Codage/Décodage*, Réseaux, N°68, CENT, 1994, PP 27-39.

19 كريس باركر: معجم الدراسات الثقافية، ص 117.

20- سايمون ديورنغ: الدراسات الثقافية مقدمة نقدية، ترجمة ممدوح يوسف عمران، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، د. ط ، 2015 ص 187 ص 188

21 لعبان عزيز، مرجع سبق ذكره، ص29.

22 كريس باركر: مرجع سبق ذكره ، ص 117 ص 118

23 نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات المؤتمر الدولي للإعلام والأزمات: الرهانات والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 14/15 ديسمبر 2010. ص1

24 لعبان عزيز، مرجع سبق ذكره، ص32.

\* يرجع الفضل في الدراسات الثقافية كتقليد إلى أعمال **F.R. Levis** ونهجه في الدراسات الأدبية الذي أصبح يعرف باسم **Leavisism**. بحيث سعى لإعادة توزيع الوصول إلى الثقافة الراقية من خلال تقديس أنواع معينة من الأدب التقليدي، ما أسماه "التقليد العظيم" (تم استبعاد الأدب الحديث) ثم استخدام نظام التعليم، وفكرة أن الثقافة وخاصة الأدب، هي ليست مجرد نشاط ترفيهي بل هي بناء شخصي وتعزيز الممارسة التي أعطت المستفيدين بعض الأصول الاجتماعية الهامة، وقد أطلق عليها فيما بعد "عاصفة الثقافة" لبوردو. بالنسبة لفرانس ليفيس ، عارضت فوائد "الثقافة الراقية" مخاطر "الثقافة الهابطة".

\*\* **المخيل**: هو آليات التفكير والتحليل والتصوّر والتماثل، كما أنّه مجموعة الأنساق الاجتماعية الثقافية والدينية والسياسية التي تشكّل الهوية الثقافية، والتي تمثّل عالماً حياً في ذهن الأفراد والجماعات.

\*\*\* **Leavisism**: هو شكل من أشكال الدراسات الأدبية سميت على **Frank Raymond Leavis** ( هو ناقد أدبي بريطاني في النصف الأول من القرن العشرين- 14 جويلية 1895 - 14 أبريل 1978 )، تأثر

إلى حدّ كبير بفكرة أنّ الثقافة هي أعلى نقطة في الحضارة واهتمام الأقلية المتعلمة، يجادل Leavis أنّه قبل الثورة الصناعية كان لدى إنجلترا ثقافة حقيقية للنخبة المتعلّمة، وبالنسبة إليه كان ذلك عصرا ذهبيا لمجتمع عضوي به ثقافة حيّة من الأغنية الشعبية والرقص الشعبي وغيرها من أصناف الثقافة.

\*\*\*\***الدائرة الثقافية Circuit of Culture**: طوّرت فكرة الدائرة الثقافية من خلال النقاش حول الثقافة المادية وبخاصة العلاقة التي تربط الاقتصاد بالثقافة، واستخدام هاته الاستعارة يعدّ محاولة للابتعاد عن الحتمية والاختزالية المضمنتين في النموذج الماركسي " البنية الفوقية والبنية التحتية "، مع الإبقاء على وجود صلة تفسيرية بين الإنتاج الثقافي، المادي والاستهلاك، هذا النموذج وجد عبر توصيف التكوين الاجتماعي ( الذي تم طرحه من قبل الماركسية خلال 1970)، حيث يعتبر هذا التكوين مشكلات من بنيات معقدة يميّزها الطابع الاختزالي للممارسات الثقافية وفق علاقات حتمية، وظهرت الدائرة الثقافية عام 1980 وطورت سنة 1990 حيث تبنت فكرة تفصل مستويات الممارسة مع مسائل الاقتصاد والثقافة، فالمعنى الثقافي ينتج ضمن كلّ مستوى من مستويات الدائرة الإنتاج- التمثيل- الهوية- الاستهلاك- التنظيم، حيث تساعدنا الدائرة على فهم الطرق التي من خلالها يتشكّل ما هو اقتصادي بطريقة ثقافية. ويمكن تحليل السلع كما هي مضمّنة في مستوى التصميم والإنتاج ويتم تحويلها من خلال إبداع جديد داخل تمثيلها بهوية مستخدميها، وتضمن علامات الإنتاج على مستوى الاستهلاك، وكلّ من التمثيل والاستهلاك يشكّلان مستوى الإنتاج من خلال التصميم والتسويق. وتكمن أهمية الدائرة في كشف طبيعة العلاقات بالموجودة بين العناصر.