

التلقي وبناء المعنى من منظور الدراسات الثقافية: من ريشارد هوقارد  
وسلطة النص إلى دافيد مورلي وسلطة السياق<sup>1</sup>

Receptivity and meaning-building from a cultural studies  
perspective: from Richard Hoggart and the authority of text  
to David Morley and the authority of context

د. أمينة بصفافة<sup>1</sup>، د. فاطمة الزهراء قيطة<sup>2</sup>

تاريخ الاستلام : 2021/02/21 ؛ تاريخ القبول : 2021/09/29

ملخص: "لقد أصبحنا نعلم أن الكتابة لا يمكن أن تفتح على المستقبل إلا بقلب الأسطورة التي تدعمها، فميلاد القارئ رهين بموت المؤلف" كما يقول رولان بارت، وانطلاقا من هذه المقولة تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على سيرورة تطور دراسات تلقي الجمهور المتلقي للمضامين الإعلامية من منظور الدراسات الثقافية التي تولي اهتماما بسياق التلقي، فلم يعد النص يعكس ذاتية ونفسية المؤلف الاجتماعية والايديولوجية وإنما مات الكاتب ليولد القارئ، فموت سلطة المؤلف المطلقة في الدراما التي تحاكي الجمهور وتفسح له مجالا للتأويل والتفسير بكل حرية حسب مارتن أسلن. فالمؤلف ينتهي دوره عند آخر كلمة يكتبها في نصه ويأتي الدور كله على المتلقي (القارئ) في إعادة كتابة نص جديد من خلال منظوره وتأويله لمعاني النص واستخراجه للدلالات النصية انطلاقا من سياقه السوسيوثقافي. وانطلاقا من هذا الطرح البحثي، سنتناقش هذه الدراسة على دراسات تلقي الجمهور للرسائل الاعلامية ضمن المسارات الستة بداية من عمليات انتاج الثقافة واعادة انتاجها، مروراً بالاستخدامات والاشباع، ثم انتقالا إلى مجال التحركات داخل الاتصالات الجماعية الحرجة، مع الاعتماد على المسار الرابع للبنىوية، ثم التعرّيج على المقاربات النسوية للثقافة الشعبية، ثم وصولا الى التحول الاثنوغرافي في الثمانينات، وهذا للاجابة عن ما هي الأسئلة والقضايا التي طرحتها الدراسات الثقافية على نظرية التلقي المستوحاة من الدراسات الأدبية؟ بمعنى آخر كيف تبرز وفيما تتمثل عملية التلقي في الدراسات الثقافية التي تولي أهمية بالغة لسياق التلقي؟  
الكلمات المفتاحية: الدراسات الثقافية، التلقي، السياق، الجمهور، التأويل

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3، bessafa.amina@gmail.com (الجزائر).

<sup>2</sup> جامعة الوادي، fatimaguita14@gmail.com (الجزائر).

## Summary

"We have come to know that writing can only open up to the future with the heart of the myth that supports it," says Roland Barth. "The reader's responsibility is based on the death of the author." This study aims to shed light on the evolution of studies of public reception of media content from the perspective of cultural studies Which gives attention to the context of receiving, the text no longer reflects the subjective and psychological social and ideological author, but died writer to generate the reader, Based on this research proposal, this study raises the following problematic: What questions posed by cultural studies on the theory of receipt inspired by Literary Studies?

**key words:** Cultural Studies, Receiving, Context, Audience, Interpretation

## 1. مقدمة

إذا كانت الدراسات النقدية التي تناولت الظاهرة الفنية في الماضي لم تبرز المكانة التي يحتلها المتلقي في العمل الفني، فإن الدراسات الحديثة بدأت تولي عنايتها لهذا المجال، بل إن بعض المدارس النقدية الحديثة جعلت من موضوع التلقي قضية مركزية في دراستها للظاهرة الفنية، ومن هنا لم يعد النص يأخذ منظورا وحيدا لما يجري في ذهن الكاتب بل أصبح قابلا لتأويلات القارئ انطلاقا من سياقه السوسيوثقافي.

فمع تطور الدراسات النقدية الحديثة برز اتجاه جديد أصبح يولي عناية خاصة لموضوع التلقي أو الاستجابة للعمل الفني، وفي هذا السياق يرى **ياوس** أن الدراسات التي تمت في مجال الأدب والفن ركزت على المؤلفين وأعمالهم، بينما ظل القارئ مهمشا في هذه الدراسات، علما أن المتلقي يعطي شكلا محسوسا، ونفس الشيء في المجال الإعلام حيث ركزت الدراسات الإعلامية

الأولى على المرسل ورسائل التي كانت حسب افتراضهم تأثر على المتلقي تأثيرا مشابها ومطلقا، لا مجال فيه للمقاومة.

ولكن ابتداء من الخمسينات تغيرت الاعتقادات السائدة حول تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور، أي من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟، إذ أنّ فهم سلوك الجمهور أصبح يشكّل حجر الزاوية في دراسات التلقي، وأصبح مقرونا بفكرة دراسة المتلقي في حدّ ذاته، ولم يعد الباحثون في هذا التقليد يركزون على الرسائل المرسلّة أو المُصمّمة، وإنما أصبح اهتمامهم يدور حول الرسالة التي تمّ استقبالها فعلا من المتلقي (استنتاج المتلقي)، فمحتوى الرسالة يتجاوز بكثير القصد الأصلي لمرسله، حيث أنّ المتلقي أصبح يمثّل جزءا من جماعات تأويلية (communauté interprétative) ويتمثّل دوره في فك رموز الرسائل التي استقبلها متفاعلا معها نتيجة لمجموعة من التفاعلات مع الرسالة في حدّ ذاتها ومع أعضاء الجماعة وهذا ما يُعرف عند (دافيد مورلي) "بأنموذج التفاعل والتأويلات للنصوص الإعلامية"، وبهذا أصبح الحديث خاصة في بداية الثمانينات يدور حول صيرورة الاتصال ضمن نموذج (نص/قارئ)، وبيحث هذا النموذج في الطريقة التي يُولّد بها المتلقين معانيهم الخاصة من خلال قراءتهم للخطاب، فالنصوص قد تعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين في أوضاع مختلفة.

ومن هنا تأتي أهمية دراسة مقارنة التلقي في الدراسات الثقافية، وأشكال القراءة ودور المتلقي في مقابل المقاربات النقدية التي كانت تتركز على المؤلف -السياق- النص، وتتناول العمل الثقافي الفني ضمن حلقة -جمالية- ومن هنا ارتأينا أن تكون إشكالية هذه الورقة البحثية كالتالي: ما هي الأسئلة التي طرحتها الدراسات الثقافية ضمن نظرية التلقي المستوحاة من الدراسات الأدبية؟ بمعنى آخر كيف تبرز وفيما تتمثل عملية التلقي في الدراسات الثقافية التي تولي أهمية بالغة لسياق التلقي؟

## أولاً: مفهوم التلقي

تشير عملية التلقي كمفهوم اتصالي وثقافي على أنه كل متلق يساهم في إنتاج الرسالة التي يتلقاها ويقدرها ويضيف إليها كل ما يصنع تجربته الفريدة والجماعية، فالتلقي ليس موضوعاً نظرياً لكنه حقل امبريقي فلا يمكن اختزال عملية التعرض لوسائل الإعلام في الاستهلاك اللامبالي، ويجب تحليل خطابات المتلقين من ممارساتهم الثقافية وتبسيط الضوء على فهمهم للمواد التي يتلقونها كما تشكل العلاقة بين الوسائل الإعلامية ومحتوياتها موضوع تفاوض اجتماعي أو هوياتي للذين يتلقونها، فكل متلق يشكل ثقافته الاجتماعية ويعيد إنتاجها جزئياً مع أشياء غير متجانسة (ايريك ميغري، 2018، ص 252-278)

والتلقي مصطلح مشتق من الفعل اللاتيني *recipere* أي تلقى واستقبل، وهو مفهوم حديث في الخطاب النقدي تبنته نظرية التلقي الألمانية التي ركزت على البعد التاريخي لعملية التلقي، استخدم في المجال اللغوي والإعلامي والفني، كما أنه كمفهوم هو كيفية التعامل مع الأعمال، أي هو الفعل الذي يتخذه القارئ انطلاقاً من خلفيات نفسية وذهنية واجتماعية وانفعالية، وكمصطلح يستخدم للإشارة إلى نظريات التلقي ( تلقي الأعمال الأدبية والفنية) ويشير إلى العناصر التي تعمل على خلق جمهور للعمل الفني (مخولف بوكروخ، 2011، ص 25).

وللتلقي أو القراءة أربع مستويات: يتمثل الأول في الإدراك الحسي المادي والثاني في التعرف الذي يتحول فيه الحس المادي إلى علامة من خلال عملية ذهنية سيموطيقية في حين المستوى الثالث هو الفهم وفك شفرة العلامة بإعطاء دلالة ما وفي الأخير تفسير تلك الدلالة وإيجاد شفرة جديدة لتشكيل معنى المعنى قصد الاستيعاب. (نفس المرجع، ص 22).

ويشير ميشال دي شارتو إلى التلقي على أنه الاستهلاك ويعرفه بأنه نوع من الإنتاج باعتماده تحليل استمده من المصطلحات العسكرية "إدارة الحروب" من خلال ثنائية "التكتيكية والإستراتيجية حيث يرى بأن استهلاك الأفراد والابتكار في الممارسات اليومية وأيضاً اللغوية هو نوع من التكتيك حيث يلجأ "المستخدم" (المتلقي) إلى تنظيم تكتيكة في الاستخدام/الاستهلاك/الممارسات اليومية وفق ما يراه ويناسبه من خلال ابتكارات وممارسات جديدة والتي تتغير وفق السياق والظروف متجاوزاً بذلك الإستراتيجيات المحددة "المفروضة" من قبل المنتج "المصنع" (المرسل)، ومن خلال هذه الابتكارات والممارسات ينتج المستخدمون معانيهم ودلالاتهم استناداً إلى الظروف والسياق الذي تتم فيه الممارسات اليومية.

ويقصد بذلك أن المستهلك عندما يتناول البضاعة المعروضة (أو المفروضة) عليه فإنه لا يكتفي بالخضوع إليها وقبولها كما هي وإنما يبتكر مساحته الخاصة في الحركة والتعديل أي أنه يعدل المنتجات بمجرد استهلاكها (ميشال دو سارتو، 2011، ص83-90).

إن الشيء الهام الذي جاء به "دو سيرتو" في تعريفه للتلقي هو أنه ينطلق من الفطرة الدفينة للفرد (المتلقي) الذي يتسلح بمهارته الفكرية وبراعته الذهنية في إحباط الفخاخ التي تستهدفه (مضامين الرسائل الإعلامية) فلا يكتفي بالاستهلاك وإنما يتجاوز ذلك نحو الامتلاك، أي أنه يتدبر بحيلة ومهارة السلع أو المواد التي يتناولها فتصبح عنده (صفقات) يتداولها بعدما كانت في الإنتاج في مستوى الرصيد أي أن المنتج (الرسالة) يصبح ملكية المستهلك (المتلقي) يفعل به ما يشاء يعدله، يغيره أو يبتكر به شيئاً آخر ( Serge Broulex, ) (1994, p 170-179).

وبالتالي فمقاربة "دوسيرتو" أثرت الدراسات الإعلامية، خاصة فيما تتعلق بالظواهر المرتبطة باستقبال وتلقي رسائل وسائل الإعلام والاتصال، كما أثرتها مقاربات رواد الدراسات الثقافية خاصة ريشارد هوفارت وستيوارت هول ودافيد مورلي، وهذا ما سنناقشه فيما يلي:

### ثانيا: التلقي في الدراسات الثقافية

قبل استعراض اسهامات الباحثين في الدراسات الثقافية في مجال التلقي سنقدم تطور التلقي الذي مر عبر مراحل ستة حسب ما استخلصناه من قراءتنا لأعمالهم وتمثلت في:

#### ❖ عمليات إنتاج الثقافة وإعادة إنتاجها:

وهنا نشير إلى بداية مرحلة جديدة ومثيرة في عام 1980 فيما يسمى ببحث الجمهور أين قدم هول رائد في الدراسات الثقافية مفهوم الترميز وفك الترميز أو ما يعرف بالتشفير وفك التشفير. (Stuart Hall. 1997, p27-39)، وشرح من خلاله درجات "الفهم" و"سوء الفهم" أثناء التبادل الاتصالي الذي يعتمد على درجات التناظر/عدم التناظر (علاقات التكافؤ) المنشأة بين مواقف "التجسيديات" للمشفر/ المنتج والمفكك/ المتلقي، وخلص هذا النموذج إلى وجود ثلاثة أنواع من الجمهور وتتمثل في "المهيمن" و"المعارض" و"التفاوضي" (ماتلار آرمان ميشال، 2005، ص122-123).

كما ينتقد ستيوارت هول أيضاً البيان المتعلق بالجمهور كمتلقي سلبي، إذ أنه ينتقد الخطية لكنه يدعم الشكل الجديد للعملية: دوران الإنتاج-التوزيع / الاستهلاك - الاستنساخ ويعتقد أن المنتجين يشفرون المعلومات في البداية، ثم ينشرون المعلومات المشفرة على الجمهور، وفي النهاية يستخدم الجمهور المعلومات الأساسية الخاصة بهم ومعرفتهم الخاصة لفك تشفيرها، ومن ثم يعتقد أنه لم يعد الجمهور هو المتلقي، ولكن بدلاً من ذلك، أثناء عملية تشفير

المعلومات وفك التشفير، فقد أصبحوا بالفعل منتجين ويلعبون دور إعادة إنتاج المعلومات (Fatimah Awan, 2008 p 28-51).

❖ **مجال الاستخدامات والإشباعات:** (Elihu Katz, Jay G. Blumler and Michael Gurevitch. 1973-1974, pp. 509-523).

وقام كاتز وديان وكاري بالتركيز على تفسير الجمهور للمشهد الاعلامي وهو بمثابة بناء جسر بين دراسات الإشباع والدراسات الثقافية، وكان الأساس المنطقي هنا هو تفسير الانتقائية في استجابات الجمهور لمواجهة التجاوزات الإعلامية، مع كون المفهوم الأساسي هنا هو الجمهور الفاعل، وهكذا فقد فتح هؤلاء الباحثون مفهوماً أوسع لما يتعامل الجمهور مع النصوص، من أجل السماح بالاستخدامات الطقسية للاتصالات مثل نقل محتويات الوسائط من المنتجين إلى الجمهور، وهنا انتقلنا من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟.

❖ **مجال التحركات داخل الاتصالات الجماعية الحرجة:**

وتم هنا التركيز على الجمهور المقاوم النشط المستقل كجزء من التشكيك في نظريات الهيمنة مثل أطروحة الأيديولوجيا السائدة، وأطروحة الإمبريالية الثقافية، وأطروحة نهج الاقتصاد ودحضها.

❖ **اعتماد المسار الرابع على تفكيك أوسع للبنوية المهيمنة:**

القائم على نهج التحليل النصي (تقليد "نظرية الشاشة") (Nash Mark. 2003) كجزء من التحرك نحو ما بعد البنوية، وقد حدث هذا من خلال نهج مدرسة برمنغهام الثقافية ومن خلال تأثير جماليات التلقي الألمانية، ونظرية استجابة القارئ الأمريكية، ونظرية البيئة، والتي تركز على دور القارئ الذي كان حاسماً في التنظير من نهج متكامل للنص وقارئ، أين تم اقتراح "القارئ النموذجي" كمجموعة ضمنية من الافتراضات التي يمكن اكتشافها في داخل

هيكل النص الذي جعل معنى النص مفتوحًا بشكل أساسي أو غير مستقر، اعتمادًا على المساهمة التفسيرية الفعلية لـ "القراء الحقيقيين".

#### ❖ المقاربات النسوية للثقافة الشعبية:

والتي سمحت بإعادة النظر في كثير من الأحيان إلى دور "المذكر" و"المؤنث" في النظرية الثقافية كمثل على هذا الأخبار مقابل المسلسلات التلفزيونية والاستجابات المعرفية والعاطفية على مستوى عالٍ ومنخفض من الثقافة، وقدمت مجموعة من التقييمات التي تم تحديدها في المقام الأول بين الجمهور النشط والسلبى، والقراءات النقدية والمعارية والنصوص المفتوحة والمغلقة، مع التركيز على الجمهور المهتم وإعادة تقييم أو إعطاء صوت لأولئك الذين كانوا حتى الآن غير مرئيين ومهمشين.

#### ❖ "التحول الإثنوغرافي" في الثمانينيات:

والذي ينقل التركيز بعيدًا عن لحظة تفسير النص إلى سياق تلك اللحظة مع دافيد مورلي، وينطوي على تحليل مفصل للثقافة، مع التشديد على أهمية "الوصف المفصل" باعتباره أساسًا للنظرية مع تحليل الجوانب الطقسية للثقافة والاتصال والممارسات التي يتم بها إعادة إنتاج المعاني في الحياة اليومية حسب دي سيرتو (Sonia Livingstone. 2008. pp. 237-255).

بالإضافة إلى الدراسة الإثنوغرافية لإلين سبتر (1999) والتي يصف فيها نوعًا مختلفًا من المشاريع على الأطفال والتأثيرات الإعلامية، ويعتمد النهج الإثنوغرافي النوعي، على ملاحظاتها المطولة والمفصلة عند العمل في مدرسة حضانة، وهذا يقوده إلى نقد النهج التجريبي واستبداله به، وتم التحليل على أسس ثقافية لاستخدام الوسائط وذلك أن البحث الإثنوغرافي يقدم اختلافًا كبيرًا في المنهجية من التجربة المخبرية، و فقط من خلال البحث الإثنوغرافي يمكن أن تظهر السمات الرئيسية لسياق استخدام الوسائط، كما أن السمات السياقية تؤدي إلى استنتاجات بحثية مختلفة جدًا.



لقد غيرت التكنولوجيا اللاسلكية والرقمية بشكل كبير نمط استهلاك الجمهور للمنتجات الاعلامية، وأسلوب الحياة وطرق الترفيه ووقت الفراغ. في العصر الرقمي، مما ساهم في تكاثر كبير للممتلكات الشخصية للوسائط، بما في ذلك مجموعة متنوعة من الأجهزة الشخصية بدءًا من الهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، والكتب الإلكترونية، والعديد من المعدات الإلكترونية اليدوية الحديثة، وهذا ما أدى إلى تنوع الوسائط "القديمة" و"الجديدة" في أشكالها ومحتوياتها، وكان التغيير الأبرز، والأكثر جذرية على الإطلاق، هو التحول من الاتصال الجماهيري أحادي الاتجاه إلى التواصل التفاعلي بين مقدمي وسائل الإعلام والمستهلكين (Tong Zhao, 2018, p1-6)

وعليه فقد ساهمت هذه التقاليد الستة المحددة المذكورة أعلاه بشكل كبير من الانخراط في نهج متقارب لدراسات تلقي الجمهور، مما أدى إلى توليد خطوط بحثية جديدة ومنتجة تقوم على الإنتاج والنص والسياق، وقد أثبتت أن الجمهور قادر على فك التشفير، وأن سياقه الثقافي مهم، وأن أفراد الجمهور غالبًا ما يختلفون في التحليلات النصية.

وضمن هذا السياق، هناك نظرية الشاشة السابقة الذكر القائمة على تحليل الفيلم كخطاب تهدف إلى الكشف عن الآليات الرمزية التي من خلالها تضيي النصوص السينمائية الذاتية على القراء من خلال إنتاج المواقف الموضوعية (Liesbet van Zoonen, 2017, p 1-17)، مما يساهم في خلق أنماط التفكير النقدي القائمة على مبدأ أن المشاهدين أصبحوا متواطئون عن غير قصد في إنتاج المعنى كما دبره النص، وهذا ما ساهم في تطوير نموذج الجمهور كمنتج ايجابي نشط، فمن غير المعقول وضع دور سلبي للجمهور واعتباره غير مدرك لكيفية عمل وسائل الإعلام عليهم، فهذه النظرية تجاوزت النموذج الأول المتشائم.

على نطاق واسع تم الاستشهاد بالمقطع عن فك تشفير الجمهور أنه بينما قد يكون للنصوص بعض المعاني المشفرة، أعضاء الجمهور مع ذلك قادرون على "التفاوض" مع المعاني أو مقاومتها حسب انتماءاتهم السياقية، وبهذا يحدد العمل الأكثر حداثة تحليل تلقي الجمهور.

وفي مقابل هذا الطرح، هناك طرح آخر يوصي باكتشاف ما إذا كان الجمهور نشطاً في بعض الأحيان وأحياناً أخرى سلبي؟ أو ما إذا كان أفراداه في بعض الأحيان يتبادلون الخبرات وفي أوقات أخرى ينقسمون إلى مجموعات فرعية.

وعليه فإن تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام يعتمد بشكل معقد على السياق، علاوة على ذلك، أثبت الالتزام المنهجي بالمقاربات الإثنوغرافية أنه لا يقدر بثمن في دراسات الجمهور النشط البناء ذو الممارسات التفسيرية والذي يشكل رابطاً حيويًا في تداول المجتمع وتكاثره، لاعتبارت عدة أهمها:

- الجماهير متعددة ومتنوعة ومتغيرة.
- معاني النصوص الإعلامية مسألة تفسير.
- عواقب "التعرض" لوسائل الإعلام أو استخدامها تعتمد على السياق الاجتماعي (Sonia Livingstone Media, op. cit, pp. 9–50).

وبعد عرض هذه المراحل فإن الدارسين للتلقي يرون أنه من المهم رؤية التلفزيون وكافة أشكال الثقافة الشعبية على أنها موضع تنازل واختلاف في الرأي ولا يقتصر دورها على تلقين الإيديولوجيا لجمهور المشاهدين لأنه برغم من أن التمثلات تنشئ مواقف للذات إلا أن ذلك لا يترتب عليه بالضرورة قبول جميع القراء المشاهدين لما يقدم لهم بل أكدت دراسات التلقي حدوث مفاوضات بين الذات والنص ومن الباحثين في الدراسات الثقافية المنتمين لمركز برمنغهام البريطاني والذين أكدوا فاعلية الجمهور وقدرته على فك تشفير الرسائل انطلاقاً من بيئتهم الثقافية هم:

## 1. Richard Hoggart :

دراسة ريشارد هوقارت تحت عنوان ثقافة الفقراء هي دراسة عن نمط حياة الطبقات العاملة في إنجلترا (1970)، حيث يصف عبره العلاقات بين الثقافة المكتسبة والثقافة الشعبية، بعد أن قام بملاحظة كيفية تلقي هذه الطبقة للنص الإعلامي عبر الصحافة المكتوبة وتفسيره، مما جعل عمله جزءاً من الأنثروبولوجيا خاصة وأنه ابن هذه الطبقة، مما جعل عددا قليلا جداً من الكتب التي توفر متعة في القراءة تضاهي تلك الموجودة في كتابه، حيث تلقي دراسته نظرة شاملة على طرق الطبقات العاملة، خاصة وأن تحليل تلقي مضامين الرسائل الإعلامية يجب أن يتم من وجهة نظر نمط الحياة ككل، وتم ذلك من خلال إجراء فحص دقيق لتنوع وديناميكية الممارسات الثقافية التي تمت ملاحظتها، دون فصلها عن الخطط الشاملة التي تجعلها موجودة، وبهذا فند ريشارد هوقارت التيار الذي يسعى إلى إثبات تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك الفردي، وأدان آثار تصنيع الثقافة (مدرسة فرانكفورت)، وهو ما تأسس عليه عمل ميشيل دي سيرتو (1980) في فرنسا في الحيل فيما يتعلق بالأشياء اليومية، وبشكل أكثر تحديداً، في فن الصيد غير المشروع في نشاط القراءة، فريتشارد هوقارت يدرس الانتقال من الاستخدام إلى الاستيلاء على الثقافة، حيث ينتقل بهذا، في الأوساط الشعبية من "الاستهلاك غير المبالي" الذي يترجمه جان كلود باسيرون بـ "الانتباه المائل" للإشارة إلى الاهتمام النسبي بالمحتويات المنتشرة بواسطة وسائل الإعلام مثل المسلسلات والمعلومات أو الإعلان، من خلال القوة الاستفزازية، التي يمكن ملاحظتها تقريباً لهذه

المفاهيم، فهو يسלט الضوء على موقف المقاومة أو على الأقل "التردد المؤسسي الذي من خلاله حرمت الجماعات من الأدوات الثقافية لضمان اليقين وباليقين يقومون بحماية أنفسهم من خطر الانسلاخ عن ثقافتهم الشعبية.

من خلال هذه المفاهيم، تبرز الفكرة أن المتلقي، وفقاً للأوقات وتصرفاته الخاصة، يمكنه إبعاد قوة العرض دون رفضه تماماً، والتفاوض عليه، فبالنسبة لريتشارد هوقارت هذه المفاوضات ليست فقط موجودة في علم نفس اجتماعي، كما أظهرت أعمال نظرية الاستخدامات والإشباع لكاتر بلومر، بل إن قدرة القارئ أو المستمع أو المشاهد التلفزيوني على بناء وضعية مناسبة له مبنية من وجهة نظره انطلاقاً من تنشئته وعاداته وتؤدي بشكل دقيق إلى "أخذ البعض وترك البعض الآخر" ، وهذا لتوضيح موقف المتلقي بين القبول واللامبالاة (التناقض في التلقي)، والإثنوغرافيا الشاملة للطبقات العاملة فقط هي قادرة على الجمع بين الحياة اليومية والاستثنائية والروتينات والعادات والالتصاقات والرفض مثل أشكال التناقض والتباعد، وهذا ما منح هذا "الإنتاج الصامت" شكلاً جديداً من الوجود والاعتراف، وأصبح أرضية لدراسات وسائل الإعلام وجمهورهم، وبهذا يقدم نهج ريتشارد هوجرت مساهمة كبيرة في دراسات التلقي، من خلال التحرر من المجال الصارم للأدب لتمهيد الطريق لفحص دقيق للمسألة الثقافية للاتصال الجماهيري. ( Anne Piponnier , 2018, p1-9)

وبالتالي فالفكرة العامة التي وردت في كتابه *La Culture Du Pauvre* الذي درس فيه الصحافة الشعبية، تمحورت حول رصد أفعال فتيات الضواحي

أي بنات الفلاحين والكادحين وتفاعلهم مع المادة الإعلامية وخاصة التي تبثها الصحافة الشعبية وحقق فرضيتين:

- إن الأفراد حين يتعاملون مع وسائل الإعلام يلجأون إلى الموارد أو المصادر التي يقتبسونها من محيطهم الثقافي ويقدمون قراءة للأعمال التي تأتي من خارج بيئتهم لصالحهم، بمعنى ممارساتهم غير مغزولة عن مجتمعهم وقيمهم وثقافتهم ولم يبهروا بما تبثه وسائل الإعلام بالرغم أن تعليمهم عادي ومتوسط ورغم الحرمان إلا أنهم لم يتمثلوا بالثقافة تلعب دورا أساسيا في التعامل مع وسائل الإعلام.

- هناك نوع من الفصل بين الإرسال و التلقي أي المادة الإعلامية لا تستقبل مثلما ترسل والمتلقي يستقبلها كما يريد ( Richard Hoggart, 1970).

وبالتالي فهو أول من يبرز بقوة قدرات المقاومة لأفراد الطبقات الشعبية أثناء عملية التلقي، من خلال أنماط الاهتمام المتغيرة أو الانتقائية بالرسائل الإعلامية والمنتجات الثقافية، مع احتمالية حدوث بعض التغييرات نتيجة لتكيف الجمهور مع مضامين الرسائل الإعلامية.

## Stuart Hall\_2

المشهور بنموذج Codage Décodage والذي مفاده أن منتج الرسالة يضيف معنا مهيمنا ولكن من سوء حظه أن المتلقي هو الذي يفك الرموز ويفترض ثلاثة احتمالات:

- يمكن أن يقدم المتلقي قراءة مفصلة للرسالة متوافقة مع المعنى المهيمن المقترح من قبل المنتج.

- يمكن أن يقدم المتلقي قراءة مفصلة للرسالة تفاوضية مع المعنى المهيمن المقترح من قبل المنتج.

- يمكن أن يقدم المتلقي قراءة مفصلة للرسالة معارضة مع المعنى المهيمن المقترح من قبل المنتج وقد لقيت هذه الدراسة رواجا في الأوساط فهو يرى أن تأويل الجمهور للرسائل الإعلامية يتم انطلاقا من متغيرات النوع والانتماء الطبقي الاجتماعي، ويؤكد هول على أن هذه القراءات سواء كانت موافقة أو تفاوضية أو معارضة موصولة بتجربة الفرد وثقافته ( Stuart Hall, 1997, p27-39).

وبهذا، تمثل أعمال ستيفورت هول مدير مركز برمنغهام حول الدور الإيديولوجي لوسائل الإعلام و طبيعة الإيديولوجيا عموما لحظة مفصلية في تشكّل نظرية قادرة على دحض مسلمات التحليل الوظيفي الأمريكي واستحداث شكل مختلف من البحث النقدي حول وسائل الإعلام، وقد قسم س.هال سيرورة الاتصال التلفزيوني في مقاله Encoding / Decoding إلى أربع لحظات مختلفة: "الإنتاج ، التدوير، التوزيع / الاستهلاك، إعادة الإنتاج " تتميز عن بعضها البعض بصيغ عملها و شروط تشكلها و بقائها لكنها منفصلة حول بعضها البعض بناءا على مجموع العلاقات المؤسساتية السلطوية التي تربطها (Stuart Hall, 1997, p27-39)، وهذا جدول صادر في مجلة "Réseaux" عن ما توصل إليه ستيفورت هول:

**Emission en tant que discours « significatif »**

codage	décodage
structures de sens 1	structures de sens 2
cadres de connaissance	cadres de connaissance
rappports de production	rappports de production
infrastructure technique	infrastructure technique

المصدر: revue réseaux n°68 CENT – 1994 pour la version française CCCS pour la version original p 2.

فالجمهور في هذه المقاربة فهو المتلقي ومصدر الرسالة في نفس الوقت ذلك أن خطة الإنتاج – لحظة التشفير – تحيل على التصور الذي تحمله المؤسسة التلفزيونية أنه المعني بعملية فك التشفير ، و يحدد هال ثلاثة أصناف للجمهور " المهيمن " و "المعارض" و " التفاوضي " .

أ – **الصنف الأول:** يمثل وجهات النظر الغالبة التي تبدو طبيعية وشرعية وحتمية بعبارة أخرى فإن الذوق العام الغالب على النظام الاجتماعي و الفضاء المهني هو المرجعية التأويلية ضمن هذا الصنف .

ب – **الصنف الثاني:** يقوم بقراءة الرسالة بناء على إطار مرجعي ورؤية مختلفة للعالم: (مثال على لك تفسيره للمصلحة الوطنية بأنها مصلحة الطبقة.

ج – **الصنف الثالث:** هو خليط من العناصر المتعارضة المكيفة ومنطلقات المتناقضة ويقوم بتبني جزء من الدلالات والقيم المهيمنة، لكنه يستمد من واقعه الموضوعي المعيش ومصالحه التي تتبنى بعض الحجج المتقاسمة في فضائه وذلك لرفض بعض القيم المهيمنة.

والحاصل أن هذا المقال قد اعتبر مرجعية استرشد بها الكثير من الأبحاث التي أجراها مركز برمنغهام حول التلفزيون، ومن الأعمال التي قام بها هو التأكيد على العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور بدلا من مفهوم الجمهور الموحد الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير المؤسسات الإذاعية ووكالات الإعلان، وقد اتفق معه دافيد مورلي في البداية مع طرحه وكانت انطلاقة منه كما سنوضح فيما يلي:

**David Morley\_3**

بدأ البحث الإعلامي البريطاني في أوائل الثمانينات بعد ستيوارت هول إلى "إعادة اكتشاف الأيديولوجية"، حيث وضح دافيد مورلي أن السلطة ليست

مرتبطة بالصراع الطبقي فقط بل في الاختلاف بين الأشخاص من حيث السن والجنس والمستوى التعليمي، حيث اهتم بتفاصيل عمليات فك التشفير التي تحدث في السياق المحلي، لدراسة هياكل التواصل العائلي أثناء تلقي منتجات التلفزيون، وبالتالي قام بوضع الاتصال السياسي الذي تنقله وسائل الإعلام في سياق الاتصال المنزلي، حيث يتميز بجميع أنواع الاتصالات التبادلية بين التقنيات الجديدة والتلفزيون (أو وسائل الإعلام الأخرى)، وديناميكيات الأسرة وشبكات المحادثة، فأعماله الأخيرة تتعلق بالدور الأساسي الذي تلعبه وسائل الإعلام في صياغة المجالين العام والخاص ودورهم في التنظيم الاجتماعي للمكان والزمان، وفي البناء الاجتماعي للمجتمعات، وبالتالي يحدد إطار ديناميكيات الاتصال، كما يحدد أيضاً تحديد سياق المناقشات حول دور وسائل الإعلام في بناء الهويات الثقافية (David Morley, 1992, p 31, 46).

وبالتالي، فإن دافيد مورلي انطلق من تحليل أيديولوجية الرسائل التلفزيونية ودرس بعد ذلك العلاقات بين هيكل الطبقة وعملية فك التشفير، لمعالجة الدور الذي تلعبه الاختلافات في النهاية بين الجنسين رجل / امرأة في السياق المنزلي لمشاهدة الأسرة للتلفزيون، ومن هنا، فإن عمله قد خضع لتغيرين رئيسيين، حيث تخلى عن التلفزيون كمركز رئيسي، إلى الاهتمام بالطريقة التي تستخدم فيها التقنيات المختلفة في المجال المحلي، ليتوسع في إطار تحليل دراسة الأدوار التي تلعبها هذه الوسائط وهذه التقنيات في بناء الهويات الوطنية والثقافية، وهذا في سياق جغرافيا وسائل الإعلام لما بعد الحداثة. وبعبارة أخرى، تعرض عمله لسلسلتين منفصلتين من التحولات ففي السلسلة الأولى، قام بتغيير في الموضوع: مشاكل الطبقة استبدالها بمسائل الهوية العرقية والجنسية، وفي السلسلة الثانية قام بتغيير الطريقة: حيث تصبح مسألة التفسير مسألة الممارسات ويؤدي إلى مشكلة بناء الهويات والمجتمعات (Ibid, p 31, 46).



وفي هذا السياق فإن عمل دافيد مورلي ساهم بشكل كبير في توضيح كيفية تفسير النصوص من قبل الجمهور ويرى أن المتلقي له قدرة على التأويل وفك ترميز الرمز المهيمن الذي يرمزه المرسل وهذا في دراسته مع أنج المتصل بإثبات الطابع الفاعل للجمهور داخل الدراسات الثقافية ويؤكد على تعددية القراءات وكذلك التجمع حول مواقف فك شفرة رئيسية منشأة بواسطة الطبقة، وأن الاختلافات في تأويل البرامج يمكن تفسيرها بولوج مختلف أفراد المجموعات على شفرات إلى مهارات ثقافية خاصة وفي إطار السياق المنزلي وهذا من خلال اهتمامه بالديناميكية العائلية (Ibid, p 31, 46).

وانطلاقاً من هنا أصبحت الدراسات الأخيرة لجمهور وسائل الإعلام تتميز في الأساس بعريضتين أساسيتين: أولاً الجمهور نشط دائماً، وثانياً محتوى الوسائط هو "متعدد المجالات"، وهذا ما يجعل المقاومة التفسيرية أكثر انتشاراً بين المشاهدين بين القبول أو إعادة إنتاج المعاني السائدة، وبالتالي فإن الرسالة ليست كأنها يتمتع بـ "معنى حقيقي" وحصري، فالآليات المهمة التي يدخلها المتلقي تلعب دوراً في تعزيز بعض المعاني وإزالة الأخرى، وهذا ما يفرض معاني تفضيلية لديه، واستخلاص تفسيرات مختلفة بناءً على ارتباطات مرتبطة بالسياق.

وقد توصل دافيد مورلي إلى هذه النتائج باستخدام المنهج الإثنوغرافي الذي هدفه الدراسات الإثنوغرافية اكتشاف الانتظام بنفس القدر وتنوع التفسير والإثنوغرافيا النقدية لا تفعل ذلك، ليس فقط "الاكتشاف والتحقق من الاختلافات بل أهدافها أكثر طموحاً، مثل تحليل هذه الحالات الهجينة حيث التجانس والتنوع حيث تركز على الممارسات وتحليلها ضمن سياقها، فلا يمكن تجاهل علاقات القوة الاجتماعية، فالجمهور لا يمتص المنتجات الإعلامية والثقافية مثل الإسفنج فهو منتبه ومنتج من الناحية الثقافية، إلا أن هذا لا يعني أن الجمهور ينتقد أو

يبدع دائما فقد يكون مهيمنا عليه، فعملية التلقي عملية نسبية فليست جميع الأشكال الثقافية متساوية.

### **:Sonia Livingstone\_6**

يشير التفسير إلى الطريقة التي يفهم بها الناس حياتهم والأحداث والجهات والعمليات والنصوص التي يواجهونها، وصنع المعنى هذا مزود بالسياق وغالبا ما يعتمد عليه، ويؤخذ التفسير ليشمل الفهم أو الإدراك أو الإمساك ببساطة من أجل فهم شيء ما، حيث فحصت صونيا ليفينغستون المفاهيم المترابطة للتفسير والاستقبال من خلال

عدسة "دراسات الاستقبال" في الاتصال والدراسات الثقافية ، التي تحدد سياق الدور النشط للقراء والمشاهدين داخل الدائرة الأوسع للثقافة، وهذا النهج يتصور إنتاج واستنساخ المعنى على مستويات الماكرو (سياسي الاقتصادية) ، والميكرو (عالم الحياة اليومية) كجزء من ديناميكية ودورة التعزيز المتبادل ، على النقيض من خطية المرسل-المستقبل النموذج الأكثر شيوعاً في بحث الجمهور، فمفهوم التفسير يكمن في قلب مجموعة من التخصصات المختلفة، ويستند بشكل خاص على الفلسفة ولاحقاً العلوم الإنسانية الأدبية، حيث نظر العلماء طبيعة ودور الناس في الحياة اليومية، وكذلك تفسير النصوص الأدبية نتيجة الاختلافات الفردية البحتة، وهذا ما جعلها تتابع التفسير كمشروع تجريبي ضمن دراسات الإعلام والاتصال وبدأت في مواجهة الجوانب الإشكالية للتفسير التي تم تجاهلها في ذروة المقترحات حول النصوص القوية أو التأثيرات الإعلامية القوية، إلى البحوث التفسيرية للجماهير في التعامل مع النصوص بدلاً من الاستجابة ببساطة للمنبهات، استنادا إلى الدراسات الثقافية خاصة التقاليد النسوية والأساليب الإثنوغرافية خلال الثمانينيات والتسعينيات، حيث تم وضع العمل التفسيري في سياق العلاقات بين البنية والسلطة، وتؤكد أن الجمهور نشط، مشاهد ناقد (Livingstone, S, Das, R, 2013, p1-25)

ومن بين الباحثين أيضا الذين يرون أن الجمهور ليس مجرد متأثر بالمضامين الاعلامية وانما متلقي ايجابي نشط ايفانس الذي يؤكد بأن الجمهور ايجابي ونشط وان محتويات وسائل الإعلام قابلة للتفسير، حيث يولي اهتماما خاصا بمفهوم المجتمع التفسيري، وقضايا الهيمنة والمقاومة فيما يتعلق بمحتوى الوسائط واستقبالها ، والأهداف العلمية العلمية في البناء النظري. ( EVANS, W,1990)، كما يرى امبيرتو ايكو في ذات السياق أن الجمهور ايجابي فهو يهتم بالمسلسلات ليس لأنها تؤثر فيه وإنما لأنها تستجيب لرغباتنا الطفولية ويشير إلى أن القارئ له القدرة على اكتشاف التفاصيل حسب قراءاته السابقة (موسوعة القارئ المعرفية) والقارئ هو الذي يكتشف ما يوجد بين السطور ويميز بين نوعين من القراء إذ هناك القارئ الساذج والقارئ الناقد"النموذجي" ويفترض أن الجمهور قادر على المرور إلى مستوى جمالي والحكم على فن الامتزاجات الذي يدور حول موضوع خرافي "أسطوري" وتحدث عن التلقي ومسألة التأويل في كتابه"العامل المفتوح" وأشار إلى دور القارئ الضمني في كتابه "القارئ في الحكاية"، إضافة إلى بيار بورديو الذي يرى أن إقبال الجمهور على المادة الثقافية الجماهيرية مصدره الحرمان والاحتياج كما يعتبر الأفراد المستخدمين لوسائل الإعلام حقيقة لهم قدرة في تفسير النصوص الإعلامية، فالناس ليسوا أغبياء ويركز على الممارسات المنزلية في القراءة والاستماع والمشاهدة لوسائل الإعلام من خلال محاولة فهم أثر السياق للحياة اليومية والعائلية في تأويل هذه الرسائل (ايريك ميغري، مرجع سبق ذكره، ص 250-252).

الخاتمة:

يتبين مما سبق أن الدراسات الثقافية اهتمت بالتلقي وذلك بالاتفاق بين الباحثين على الدور الذي يلعبه الجمهور في الحدث الفني، حيث ترى بعض الدراسات أن المتلقي يعتبر بمثابة الحلبة التي يدور فيها صراع الأفكار اعتبارا من أن التلقي في المجال الثقافي يعد أحد أهم العناصر الأساسية التي تساعد على كشف أهمية مثل هذه الدراسات فضلا عن اكتشاف اهتمامات المتلقي وأذواقه وحاجاته، ورفع مستوى تذوقه للأعمال الإبداعية باعتباره هو الذي يتردد في المشاركة في العملية الاتصالية متفاعلا مع ظروف المشاهدة التي تتطلبها طبيعة العرض وأحسن مثال على ذلك مجال المسرح الذي يعتبر فيه المتلقي ذو أهمية كبيرة لا تتجلى أو تقتصر على عملية المشاهدة بل تتعداها إلى صياغة التفاعل بينه وبين العرض المسرحي و هذا من طبيعة الفن المسرحي القائمة على المشاهدة والرؤية و الحضور الفعلي للجمهور ومشاركته في الحدث الثقافي.

وعليه يمكن أن نتوصل إلى أن تلقي مضامين وسائل الإعلام مجموعة من الأنشطة ذات شكل اجتماعي وثقافي، يتعلق جانب هام منها بالمعنى الخطابي ومشاهدو وسائل الإعلام الجماهيري بصفة عامة فاعلون فهم لا يقبلون وببساطة المعاني النصية بل يتعاملون معها من خلال قدراتهم ومهاراتهم الثقافية المكتسبة سابقا، كما أن النصوص لا تجسد مجموعة واحدة من المعاني الخالية من الإبهام والغموض، بل تحمل معاني متعددة فأفراد الجمهور المكونين بصورة مختلفة سيتعاملون مع معاني نصية مختلفة فهم فاعلون وواسعو الاطلاع على المعنى وليس مجرد متلقين يتأثرون بالنص وعليه فقد وفق كل من الباحثين السابقين الذكر في هذه الورقة البحثية في طرحهم إلى حد كبير إلا أن ليس كل الأفراد المتلقين فاعلين بدليل أن هناك أناس لا يزالون يذرفون الدموع عند مشاهدة عرض مؤثر أو قراءة قصة محزنة، وعليه يبقى التلقي نسيبا حسب طبيعة الأفراد وسياقهم.

## المراجع:

- ميغري، ايريك. (2018). سوسيلوجيا الميديا والاتصال. ت. نصر الدين، لعياضي. البحرين: هيئة البحرين للثقافة والآثار.
- بوكروخ، مخلوف. (2011). التلقي في الثقافة والإعلام. الجزائر: مقامات للنشر والتوزيع.
- دو سارتو، ميشال. (2011). ابتكار الحياة اليومية - فنون الأداء العملي -. ت. محمد شوفي، الزين. الرباط: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- ماتلار آرمان ميشال، (2005)، تاريخ نظريات الإتصال، ت. نصر الدين لعياضي، الصادق رايح، ط 3، بيروت، توزيع المنظمة العربية للترجمة مركز دراسات الوجدة العربية.

Anne, Piponnier. (2018). Hoggart (Richard). Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics.

David, Morley. (1992). LA RÉCEPTION DES TRAVAUX SUR LA RÉCEPTION Retour sur « Le Public de Nationwide ».

EVANS, W. (1990). « The interpretive turn in media research » in Critical Studies in Mass Communication, Vol. 7.2.

Proulx, Serge. (1994). Une lecture de l'œuvre de Michel de Certeau : L'invention du quotidien, paradigme de l'activité des usagers. In: Communication. Information Médias Théories, volume 15 n°2, automne.

Stuart, Hall. (1997). codage/ décodage, Réseaux Reader, article N°68, vol 12.

Livingstone, Sonia and Das, Ranjana (2013) The end of audiences?: theoretical echoes of reception amid the uncertainties of use. In: Hartley, John, Burgess, Jean and Bruns, Axel, (eds.) A Companion to New Media Dynamics. Wiley-Blackwell, Oxford.

Richard, Hoggart. (1970). La culture des pauvres, Editions de Minuit, Paris

Fatimah Awan. (2008). Understanding Audiences, Chapter 3, This text is part of the full PhD thesis available at: <http://www.artlab.org.uk/fatimah-awan-phd.htm>.

Elihu Katz, Jay G. Blumler and Michael Gurevitch. (1973-1974), Uses and Gratifications Research, journal article, The Public Opinion Quarterly , Vol. 37, No. 4.

Nash Mark. (2003), Screen theory and film culture, 1977-1987. PhD thesis, Middlesex University.

Sonia Livingstone. (2008). Relationships between media and audiences: prospects for audience reception studies, Book section Original citation: Originally published in Liebes, T and Curran, J. Media, ritual and identity: essays in honor of Elihu Katz. London, UK : Routledge.

Tong Zhao. (2018). Analysis of the Concept of Audience in the Digital Age, London School of Economics and Political Science, London.

Liesbet, Van Zoonen. (2017). Methods of Critical Audience Studies, esearch methods for critical audience studies.(eds). The International Encyclopedia of Media Effects. Wiley-Blackwell.