

نظرية التلقي: "من الدراسات الأدبية إلى الدراسات الإعلامية في البيئة الرقمية"

Receiving theory: "from literary studies to media studies in the digital environment"

د. حسبية سعادة

1-جامعة الجزائر03 - كلية علوم الإعلام والاتصال (الجزائر): hassibak899@gmail.com

تاريخ القبول: 2023/06/13

تاريخ المراجعة: 2023/04/15

تاريخ الاستلام: 2023/03/28

ملخص:

تهدف من خلال هذا البحث إلى التعرف على تاريخ نظرية التلقي ومراحل تطورها من الأدب إلى الإعلام، ومن الإعلام التقليدي إلى البيئة الرقمية التي أنتجتها تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فالمتتبع لتاريخ نظرية التلقي يلاحظ أن الانطلاقات الأولى للنظرية قد بدأت في مجال الأدب من خلال دراسة جماليات التلقي بين القارئ والنص الأدبي، إذ ساهمت هذه الجماليات في إعطاء السلطة للقارئ في فهم النصوص وإعادة تأويلها، والأمر ذاته بالنسبة لنصوص والمضامين الإعلامية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام والتي أعطت هي الأخرى سلطة للمتلقي (القارئ، المشاهد، المستمع) في تأويل المضامين الإعلامية، بحكم انتماء النظرية إلى مجال علوم الإعلام والاتصال وتحولت بعدها لدراسة جمهور وسائل الإعلام على اختلافها منها: الإذاعة والتلفزيون والصحف وامتدت جذورها أيضا إلى البيئة الرقمية المرتبطة ارتباطا مطلقا بشبكة الانترنت.

وتهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على مختلف إسهامات الباحثين والمنظرين انطلاقا من الألمان يانوس و إيزر بالإضافة إلى إسهامات دافيد مورلي من خلال دراسة عملية المشاهدة التلفزيونية والتركيز عليها في حد ذاتها. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن نظرية التلقي تقوم على العلاقة بين النص والقارئ، أن نظرية التلقي ترتبط بدراسة الجمهور من خلال فعل المشاهدة، أن نظرية التلقي ترتبط بالبيئة الرقمية من خلال دراسة التلقي عبر مختلف الحوامل التي تنتجها الانترنت.

الكلمات المفتاح: نظرية؛ التلقي؛ الدراسات الأدبية؛ البيئة الرقمية

Abstract:

Through this research we aim to learn about the history of receiving theory and its stages of development from literature to media from traditional information to the digital environment produced by the development of information and communication technology, The tracker of the history of receiving theory notes that the first launches of the theory began in the field of literature by studying the aesthetics of receiving between the reader and the literary text. These aesthetics have contributed to the reader's power to understand and re-interpret the texts, The same is true of the texts and content of the media, which also gave authority to the recipient (Reader, viewer, listener) in the interpretation of media content, by virtue of the theory's affiliation with the field of information and communication sciences, and then transformed to study the media audience as different: Radio, television and newspapers have also been rooted in the digital environment that is absolutely linked to the Internet.

Through this study, we aim to learn about the various contributions of researchers and theorists from the Germans Yaus and Eiser as well as David Morley's contributions by studying and focusing on the television viewing process itself. The study's findings found that the theory of receipt is based on the relationship between the text and the reader, that the theory of receipt is linked to the study of the public through the act of viewing, that the theory of receipt is linked to the digital environment through the study of receipt across the various pregnant women produced by the Internet.

Keywords: Theory ؛ Receive; Literary Studies; Digital Environment.

1. مقدمة:

تشير الدراسات التي تناولت نظرية التلقي أن هذه النظرية لم تنطلق من فراغ وإنما استمدت أصولها النظرية، من نظريات وعلوم مختلفة منها الفلسفة الظاهرية، بالإضافة إلى ارتباطها بمجالات علمية مختلفة حيث انطلقت من الشكلائية الروسية إلى بنوية براغ وظاهرية رومان إنجاردن وهيرمونطيقار غادامير، وصولاً إلى سوسولوجيا الأدب مع كل من ياكوبسون وإيزر، حيث ارتبطت نظرية التلقي بقراءة النص الأدبي وتأويله، ولم تبقى هذه النظرية حبيسة الأدب بل تطورت إلى مجال تلقي المضامين وتأويلها، حيث ارتبطت بشكل أساسي بمجال الإعلام، حيث وجدت نظرية التلقي صداها في مجال الممارسات الإعلامية، وذلك راجع لتطور البحوث المرتبطة بميدان دراسة الجمهور، باعتبار الجمهور طرف مهم في عملية التلقي ويرتبط به فعل التأويل بشكل رئيسي، ولا يمكن لعملية التلقي أن تكون مكتملة الأركان دون استقبال الرسائل الإعلامية من مختلف وسائل الإعلام، وانتقل تركيز الباحثين من الرسائل الإعلامية ومنتجها إلى التركيز على المتلقي، كما انتقلت هذه الدراسات من البيئة التقليدية إلى البيئة الرقمية بمختلف حواملها وأصبحت دراسات التلقي تركز حول تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية في البيئة الرقمية

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية للتعرف على تاريخ نظرية التلقي ومراحل تطورها وانتقالها من مختلف العلوم كالآداب إلى علوم الإعلام والاتصال، ولا يتسنى لنا دراسة هذا إلا من خلال الرجوع إلى البدايات الأولى لهذه النظرية وذلك بالتعرف على مختلف الباحثين وأوائل المنظرين لها.

يتفا جيئ المتتبع لتاريخ نظرية التلقي أن هذه النظرية رغم تطورها وامتدادها في مختلف المجالات ودراساتها الجماليات تلقي مختلف النصوص الأدبية والمضامين الإعلامية، أنها لم تحظى بالاهتمام في المنطقة العربية ن وهو الأمر الذي دفع الكثير من الباحثين للتساؤل حول مكانة نظرية التلقي في الدراسات الإعلامية الرقمية في المنطقة العربية، ونحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على تساؤل رئيس مفاده:

- ما هي ظروف ظهور نظرية التلقي في الأدب وكيف امتدت للدراسات الإعلامية والميديا الرقمية؟

وتماشياً مع التساؤل الآتي تم وضع مجموعة من التساؤلات والتي انبثقت مباشرة من إشكالية الدراسة وجاءت كالآتي:

أ/ ما المقصود بنظرية التلقي عموماً؟

ب/ ما هي المكانة التي تحظى بها نظرية التلقي في دراسات الميديا الرقمية؟

ج/ ما هي المكانة التي تحظى بها نظرية التلقي في الدراسات الإعلامية في المنطقة العربية؟

2. مدخل عام لنظرية التلقي في الإعلام

1.2 التطور التاريخي لنظرية التلقي (من الأبحاث الأدبية إلى دراسات الإعلام التقليدي والرقمي):

إن المتتبع لنشأة نظرية التلقي وتطورها سيدرك أنها لم تنطلق من فراغ، وإنما استمدت أصولها النظرية من الفلسفة الظاهرية، وأصبح المنظور الذاتي هو المنطلق في التحديد الموضوعي، ولا سبيل إلى الإدراك والتصور الموضوعي خارج نطاق الذات المدركة، ولا وجود للظاهرة خارج الذات المدركة لها. فهي تسعى في مجمل أهدافها إلى إشراك واسع وفعلي للمتلقي بغية تطوير ذوقه الجمالي من خلال التواصل الحثيث مع النصوص الفنية، حيث أن حضوره أضحى نافذا منذ وضع اللبنة الأولى لكتابة الرواية، فانتقل من دور المستهلك إلى مرتبة الشريك المحاور الذي يملأ الفراغات بل يلزم الكاتب بتركها، كما استطاع أن يرغم الكاتب يوما بعد يوم على اسقاط الأقنعة اللغوية والبلاغية التي طالما تدر بها (لعجان، 2013)، وتشير الدراسات المتعلقة بنظرية التلقي إلى أن ظهورها يعود إلى الستينات وبالتحديد عام 1967 بألمانيا الغربية وتنسب إلى جامعة كونستانس **Universität de contance** ومن أشهر ممثليها **هانس روبرت ياوس Hans Robert Yauss** و**فلوفغانغ إيزر Wolfgang Iser** (دياب، 2021)، وقد شكلت أطروحات هذين الدارسين مدرسة نقدية عرفت بمدرسة كونستانس "التي تعد من أهم المنعطفات التاريخية الكبرى في تجديد الدراسات النقدية وأعدت تصور بناء جديد لمفهوم العملية الإبداعية من حيث تكونها عبر الزمن - التاريخ - وطرق اشتغال القراءة ودور القارئ في إنتاج هذه العملية أو النص، إن هذه الفرضية بما تحمله من جمالية النص التي تتكون عبر صيرورة القراءة ذاتها، هي التي ستعطي لهذه النظرية ميزتها وجدتها وبعدها الخاص" (ضيف، 2019، صفحة 90)، وتعتبر نظرية التلقي وليدة ظرف ثقافي مرتبط بالمشروع الفلسفي لما بعد الحداثة القائم على نقد مركزية الذات، فالمشروع الحدائثي قام ابتداء من رؤية ديكاوت، على تسييد العقل ومن خلاله الذات المفكرة، والنظر إلى العقل بوصفه قادرا على بلوغ الحقيقة وقد عززت الثورة الفرنسية هذا التوجه القائم على الإيمان بقدرة العقل بإمكاناته في إدراك اليقين، لكن هذا الموقف سرعنا تعرض لانتقادات شديدة ابتداء من القرن الثامن عشر، انطلاقا من النقد الذي قدمه **إيمانويل كانط** لقدرات العقل، بالإضافة إلى فلسفة **فريدريك نيتشه** التي انتقدت مركزية العقل، و**سيكولوجيا سيغموند فريد** التي أبرزت دور الشعور، كما تندرج كل من البنية والتفكيكية ضمن السياق المناهض لفلسفة الحداثة كمشروع لنقد مركزية الذات الإنسانية. (خافج، 2017، صفحة 139).

يعتبر الطرح السابق تحديدا لمسار تطور نظرية التلقي منذ بداياتها في الأدب إلى غاية امتدادها وتطورها في الدراسات الإعلامية، فقد وجدت نظرية التلقي مكانا لها في الدراسات الإعلامية نتيجة لتطور البحوث الاتصالية والإعلامية وتطور مجال علوم الإعلام والاتصال وتطور الدراسات التي تعلق بالجمهور نظرا لأهمية هذا العنصر في العملية الاتصالية الإعلامية، والتي لا يمكن لها أن تكتمل دون حدوث فعل التلقي من طرفه باعتباره المستهدف الأساسي في عملية التلقي.

أما عن علاقة نظرية التلقي بوسائل الإعلام فيمكن القول أن التطور الذي شهدته التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال وتطبيقاتها الإعلامية قد شكل نقلة نوعية في تغيير علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، وخاصة في عملية التلقي

للآراء والأفكار والمضامين الإعلامية الأمر الذي يفتح المجال أمام الباحثين للاهتمام ببحوث الاستخدامات و التلقي لوسائل الإعلام، سواء الرقمية منها أو التقليدية والعلاقة بين إشكالية التلقي التي حدثت في ظل التطور الكبير في وسائل الإعلام الرقمي وانعكاساتها على طبيعة ونوع وعادات وسلوك تعرض الجمهور لتلك الرسائل (مصطاف، 2021، صفحة 460)، وتكشف مختلف المرجعات للأدبيات المتعلقة بنظرية التلقي الإعلامي في البيئة الرقمية عن أطروحتين أساسيتين إذ ترى الأطروحة الأولى أن هذه النظرية استنفذت حتى قبل ظهور وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تشهدها حياتنا اليومية، ولم يبق لها ما تقدمه لدراسة جمهور وسائل الإعلام، والثانية تؤمن بتزايد أهميتها لدراسة مستخدمي الميديا الرقمية (لعياضي، 2021، صفحة 20)، ومن هذا المنطلق يتساءل الأستاذ نصر الدين لعياضي عن ماذا بقي من نظرية التلقي في مجال الدراسات الإعلامية لدراسة الميديا الرقمية، على اعتبار أن نظرية التلقي ظلت تعاني التهميش في الدراسات الإعلامية مقارنة بالدراسات الأدبية، ويرجع السبب في ذلك إلى جملة من العوامل في مقدمتها هيمنة نظريات التأثير على التفكير في الميديا.

2.2 إرهاسات نظرية التلقي (إسهامات المنظرين):

بعد تعرضنا لتاريخ نظرية التلقي وكيف تطورت من الأدب وامتدت إلى الإعلام التقليدي ومنه إلى البيئة التكنولوجية، نحاول من خلال هذا العنصر الحديث عن أهم رواد نظرية التلقي وأهم الأعمال الذين ساهموا في وضع أسس النظرية وأهم مرتكزاتها، من بين المنظرين الأوائل الذين لهم الفضل في وضع نظرية التلقي نذكر كل من:

1.2.2. إسهامات هانز روبرت يابوس:

في إطار اهتمام يابوس بمسألة التلقي اشتغل بالعلاقة بين الأدب والتاريخ، حيث بدأ عمله بنقد الاتجاهات الشائعة لدراسة تاريخ الأدب والتماس بديل لها، إذ انتقد على إثر ذلك المنهج الوضعي لأنه عاجل الأعمال الأدبية على أنها نتائج لأسباب مؤكدة، كما اتقد الاتجاه الذي يدعو إلى دراسة ما يعرف باسم تاريخ الأفكار، معارضا بذبك الشرح العلمي للتاريخ بجماليات الإبداع غير العقلاني، والتماس الإبداع الأدبي في تكرار الأفكار، والموضوعات القائمة بمعزل عن التاريخ، وانتقد كذلك مفهوم الانعكاس عند الماركسيين وأيضا الشكلانيين لتعلقهم بجماليات الفن للفن، وعدم قدرتهم على الربط بين التطور الأدبي والتطور التاريخي، وبناء على هذه الانتقادات يرى يابوس أن المنهج الأنسب لدراسة التلقي هو الذي يجمع بين الماركسية والشكلانية الذي يحتفظ بثمار الإدراك الجمالي. (حدادي، 2017، صفحة 134). وقد صاغ يابوس نظريته (جمالية التلقي أو نظرية الاستقبال) انطلاقا من النظريات التي تتعلق بالمعنى والعمل الأدبي ووظيفته وموقف المتلقي والعمل وصلته به والمبادئ التي تنظم هذه الصلة، ويتم بناء المعنى حسب يابوس من خلال تأويل العمل الأدبي، مستندا في ذلك إلى افتراضات غادامير في العملية التأويلية حيث تخضع إلى ثلاثة وحدات متلازمة هي: الفهم، التفسير والتطبيق، وقد وجد يابوس وفق نظرية غادامير أن جمالية التلقي نجحت في معرفة فكرة أن "الفهم يتضمن دائما التفسير وأن التفسير هو الشكل الظاهر للفهم. (مرزوق، 2021، صفحة 197)

ويمكن أن نوجز نظرية التلقي عند يابوس في النقاط الآتية:

أولاً/ أن استهلاك النص لا يتم من موقع عال، بل يتم النظر إليه من خلال الأسلوب الحوارية.

ثانياً/ اختيار الوقت المناسب للممارسة الفعل القرائي (فعل التلقي) ، باعتبار أنه لا يمكننا أن نتعامل مع النص(المضمون المقدم) بأريحية في كل الأوقات.

ثالثاً/ الإدراك الجمالي للنص والذي يرتبط مباشرة بالقارئ باعتباره القادر على كشف أسرار المضمون المقدم.

رابعاً/ طاقة الإلغاء، ويقصد بها رفض وطرح كل الأفكار والأحكام السابقة عند مباشرة عملية تلقي المضمون. (عثماني،

2017، صفحة 300)

2.2.2. إسهامات (فولفغانغ آيزر):

يعتبر إيزر من بين أهم المنظرين لنظرية التلقي بفعل الأفكار التي طرحها إلى جانب زميله يابوس، فقد كان له الأثر الواضح في تطوير نظرية التلقي من خلال المفاهيم المتعلقة ببناء المعنى ودور القارئ استشراف المعنى من النص، إذ يعتبر القارئ عنده هو المسؤول عن إنتاج المعنى ووضعها، إذ يعتقد بشأن هذا الخصوص أن الاستقبال هو عمل دراسة النص استناداً إلى ردود أفعال جمهور القراء، دون أن نستثني النص نفسه، يوفر طريقة الاستقبال ويسبب التأثير على القارئ، وبالتالي فإن التأثير والاستقبال عند إيزر يشكلان نقاط ربط أساسية لعملية التلقي، اهتم إيزر ببناء المعنى الذي هو مهمة القارئ من خلال لحظة تفاعله مع النص فجمالية القراءة تتحدد من خلال إدراك القارئ وفهمه للجانب الفني للنص ، ويعطي إيزر بعدين أساسيين للنص بعد خاص بالمؤلف وبعد خاص بعد جمالي يحققه القارئ (المتلقي) بفعل مساهمته في ومشاركته في صنع المعنى من خلال تدخله في إعطاء العمل الأدبي (المحتوى) أبعداً تأويلية تساهم في خلق أفق جديدة للنص (المضمون) (بو حجر، 2022، صفحة 92)

ولقد كان إيزر يشارك يابوس تدعيم ركائز نظرية جماليات التلقي بحيث عدت أفكارهم ومقترحاتهم على مشارف السبعينات لنظرية جديدة في فهم الأدب، ويتفقان أيضاً فإن للعوامل الثقافية دوراً محدداً إلى مدى بعيد للصور التي تم تلقيها عمل يابوس، فقد تم تلقي عمل إيزر في إطار الوسط نفسه، فقد كان لكل من مقال يابوس (الاستشارة) ومقاله (التاريخ الأدبي بوصفه حافظاً لدراسة الأدب)، وأيضاً مقال إيزر (بنية الجاذبية في النص) أثراً وترحيباً كبيراً ، ويمكن القول أن هذا المقال أحد الأسباب التي جعلت إيزر واحداً من أوائل المنظرين في مدرسة كونستانس. (حسن، 2002، صفحة 33)

3. مكانة نظرية التلقي في الدراسات العربية بين الإعلام التقليدي والتكنولوجيا الحديثة:

1.3. نظرية التلقي من الإعلام التقليدي إلى البيئة التكنولوجية الحديثة:

تعتبر نظرية التلقي واحدة من النظريات المعاصرة التي أعادت الاعتبار لفعل التلقي كأساس العملية التواصلية بين المرسل والمستقبل إذ تهم بفهم آليات فهم النصوص والصور الإعلامية وتفسيرها فلمعنى يولد لدى مشاهدة النص، وتمتلك العوامل السياقية تأثيرا كبيرا أكثر من العوامل النصية على الطريقة التي يشاهد بها المتلقي الفيلم أو البرامج التلفزيونية، ويركز المنظرون الإعلاميون في هذه النقطة على دور الجمهور في فك رموز الرسائل وإضفاء معاني عليها زيادة على المعنى الذي يقصده القائم بالاتصال، وقد كانت هناك الكثير من إسهامات الباحثين في دراسة نظرية التلقي وتطويرها ومن بينهم أعمال الباحث البريطاني **دافيد مورلي David Morley**، الذي انطلق من بحوث النتائج التي توصل إليها **ستوارت هل Stuart Hall**، هذا الأخير الذي ركز على ضرورة الاهتمام بالسياق الذي تتم فيه عملية التلقي، واستبدل مفهوم فك الرموز بمفهوم سياق المشاهدة. (كشايري، 2021، صفحة 128) وتعتبر هذه الدراسات والأبحاث بمثابة تطوير لنظرية التلقي في بيئات مختلفة. وسنورد هنا مراحل تطور نظرية التلقي.

نشير هنا إلى أن عبارة التلقي تحمل الكثير من الأسرار بحكم انتمائها إلى جملة من العلوم مثل الانثروبولوجيا، وعلم الاجتماع وعلم النفس والعلوم السياسية، والنقد الأدبي، وعلوم الإعلام والاتصال، وتولت إلى مفهوم مركزي لدراسة التلفزيون والإذاعة والصحف والمنصات الرقمية في شبكة الانترنت، والمسرح والسينما والأدب وغيرها من الفنون، ويحدث في الغالب غلا تتوقف بعض الدراسات للكشف عن محتوى مفهوم التلقي وحصص الواقع الذي يعطيه، بل تتعامل معه كتحصيل حاصل، ومفهوم مكتسب وجاهز وإجرائي، ويعود ذلك إلى جملة من العوامل كتداخل هذا المفهوم مع المفاهيم المجاورة مثل الاستهلاك أي استهلاك المواد الإعلامية، التضمين الاقتصادي والتسويقي ومفهوم التعرض لوسائل الإعلام التضمين الوظيفي، بالإضافة إلى استناد هذا المفهوم إلى مفاهيم أخرى أنها تستوضحه مثل: (الحضور، المشاهدين، المستمعون) والجمهور بيد أن هذه المفاهيم تحتاج إلى ما يستوضحها، فإذا كان بالإمكان الاقتراب من مفهوم **Audience** والجمهور على الصعيد الامبريقي، فإن تداولهما على الصعيد النظري ويطرح الكثير من الصعوبات. (لعياضي، ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامية لدراسة الميديا الرقمية؟، 2021)

لقد تم خلال نصف قرن الانتقال من النموذج الذي يفسر الإعلام انطلاقا من المصدر أو من المرسل إلى النموذج الذي يعطي الدور الإيجابي (النشط) للمتلقى لاستنتاج دلالات معاني الخطاب الإعلامي الموجودة في بيئته (أي من نموذج أحادي الاتجاه إلى نموذج تفاعلي أو تحاوري لعملية الاتصال، وأصبح الحديث يدور حول صيرورة الاتصال ضمن نموذج (نص/ قارئ)، أو كما يطلق عليه بالجمهور النشط الذي يكون **مشاهد وناقد**، ويبحث هذا النموذج في الطريقة التي يخلق بها الجمهور معانيهم الخاصة بعد تلقيهم للرسائل الإعلامية، وهي تلك النصوص التي تعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين وفي وضعيات مختلفة، وعليه فهذا النموذج يركز على ما يشاهده أو يقرأه أو يستمع إليه

الجمهور في وسائل الإعلام و على المعاني التي تنتج نتيجة تفسير الجمهور المتلقي لمختلف الرسائل والنصوص الإعلامية، وقد أولى هذا الاتجاه أهمية خاصة لمسألة القارئ وسياق التلقي ، وقد احتل هذا النموذج مكانة خاصة في تقليد دراسات تلقي الجمهور لمختلف المضامين والنصوص الإعلامية. (عبادة، 2017، صفحة 190) والمتعارف عليه حول مختلف الأبحاث والنظريات أن هذه النظريات تتطور لتلاءم البيئة التي يمكن دراستها فيها وعليه فقد تطورت نظريات التلقي لتجد لنفسها مكانة في ظل البيئة التكنولوجية وفي ظل التطور المتلاحق الذي تشهده وسائل الإعلام.

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في طرح العديد من الإشكالات في حقل دراسة جمهور وسائل الإعلام ، والتي تنامي بفضلها جمهور المتلقين النشط الذي يقوم باتخاذ قراره انطلاقا من معطيات وتراكمات سابقة كونها من خلال تلقيه مختلف محتويات الرسائل التي تنتجها وسائل الإعلام، وقد أعطت المعرفة الإدراكية دورا فعالا كإحدى القوى الوسيطة التي تعمل على إحلال التفاعلية محل التأثير ، وتجعل الفرد أو الجمهور يقبل أو يرفض أو يتعرض أو لا يتعرض بناء على قرار اختياره وتفضيله ومستوى هذا التفضيل وشدته، هذا من جهة من جهة أخرى فقد أثرت اللغة المتخصصة بعدة مصطلحات للدلالة من زوايا مختلفة على واقع الجمهور الحالي الذي ساهمت في خلقه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة: مثل الجمهور الإلكتروني، الجمهور عن بعد (قسايسية، 2007، صفحة 138)، وغيرها من التسميات التي ترتبط بالجمهور المعاصر المرتبط بشكل مباشر بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويشير في هذا السياق الأستاذ مخلوف بوكروح في كتابه الموسوم ب **التلقي في الثقافة والإعلام** إلى أن البيئة التكنولوجية ساهمت في خلق أنماط جديدة لتلقي الجمهور لمختلف الرسائل والمحتويات التي يتم تقديمها عبرها، وقد أفرزت تكنولوجيات الإعلام والاتصال أنماط جديدة من الاستهلاك لم تكن موجودة في وسائل الإعلام التقليدية، فمنذ ظهور هذه التقنيات الجديدة حملت معها ابتكارات جديدة، دفعت بالمتلقي إلى تبني مواقف جديدة تتماشى والبيئة الإعلامية الجديدة. (بوكروح، 2011، صفحة 153)

يحفز الاطلاع على البحوث التي تناولت عملية التلقي الإعلامي عبر الحوامل الرقمية التفكير في فعالية نظرية لتلقي الإعلامي لدراسة الجمهور في بيئة الواب2 العابرة للثقافات من خلال النقاط الآتية:

- يعتقد أن حدود نظرية التلقي الإعلامي تتجلى أكثر في بيئة الواب 2 لأنها تسعى إلى توضيح العلاقة الملتبسة التي تجمع القارئ بالنص، لكن الملاحظ أن مكانة هذا النص تراجعت في البيئة الرقمية.
- تستخدم نظرية التلقي الإعلامي عدة مفاهيمية مستقاة من النقد الأدبي إن لم تكن مرتبطة بنمط الاتصال المكتوب.
- يصدق على الجمهور الذي يشكل إطارا مركزيا لدراسة التلقي الإعلامي.

2.3 نظرية التلقي في الدراسات العربية:

يشير الأستاذ نصر الدين لعباضي إلى أن بحوث علوم الإعلام في المنطقة العربية المنشورة في مختلف المراكز العلمية، الاهتمام المفرط بدور وسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور انطلاقاً من مكونات النص الإعلامي فقط، دون من السؤال عن الجمهور، إنما تنطلق من تصور جاهز لأدوار وسائل الإعلام وتأثيرها على الجمهور النابع من البراديغم الوظيفي، وبهذا تهتم بالمعنى الذي يستخلصه الجمهور من المواد الإعلامية، والذي يمكن الوصول إليها بالاستناد إلى البراديغم الظاهري.

من هذا المنطلق يشير إلى أنه يميل إلى الاعتقاد بأن العديد من الدراسات التي أنجزت عن جمهور وسائل الإعلام في البلدان العربية استندت إلى البراديغم الوظيفي والذي لم تتمكن حسب رأيه من تشخيص المورفولوجية الاجتماعية لجمهور قناة تلفزيونية أو محطة إذاعية أو برنامج من برامجها، ولقد اتجه جلهما إلى تحديدي أنماط التعرض للقنوات التلفزيونية أو عادات مشاهدتها والتي يقصد بها: وقت المشاهدة، نوعية البرامج التي تشاهد، كثافة المشاهدة، دوافع المشاهدة، والإشباع المحققة، وحاولت دراسات أخرى معرفة اتجاهات الجمهور، لقد رحلت مفهوم الاتجاه في حقل علم النفس، الذي يشترط سلم القياس، إلى حقل علوم الإعلام، فاكتنف الغموض مقاصده: هل يعني رأي أو موقف المشاهدة من قناة تلفزيونية أو برنامج تلفزيوني؟ هل يعني تقييم الجمهور للمادة الإعلامية أو الوسيط الإعلامي؟ هل يقصد به الوقت الذي يخصصه الجمهور لمشاهدة هذه القناة أو الاستماع إلى الإذاعة، أو مدى الاستفادة؟

من هذا المنطلق يتساءل إذا ما كانت هناك ضرورة لدراسة الجمهور من زاوية تعرضه لبرامج التلفزيون أو الإذاعة أو الكشف عن أنماط مشاهدتها أو اتجاهات الجمهور فإن ما ينجم عن هذه الضرورة لا يصب في الإشكالية التي تطرحها نظرية التلقي التي ذكرناها أعلاه. في مقابل ذلك لا ينفي الطرح السابق حسب رأيه وجود بعض بحوث الإعلام في المنطقة العربية التي اتخذت من التلقي عنواناً لها، لكنها تعاملت معه كمرادف للتعرض والمشاهدة أو الاستماع، أو حاولت دراسة التلقي من منظور وظيفي: تمثل في دراسة الاستخدامات والإشباع وليس من زوايا التأويل وإنتاج المعنى، "باعتبار نظرية التلقي تقوم في جوهرها على تلقي المواد الإعلامية والمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام وتأويل المتلقي لها وإعادة إنتاج المعنى يمكن أن يكون مخالفاً للمعنى الذي وضعه القائم بإنتاج المادة الإعلامية" كما أن بعض الدراسات توقفت عند حدود الدراسات المسحية للجمهور دون أن تغص في دراسات عملية تلقيه للمضامين الإعلامية وطريقة تأويله لهذه المضامين وكيفية إنتاج المعاني انطلاقاً من المواد والمضامين الإعلامية التي قام بتلقيها. أي أن هذه البحوث في مجملها لم تتصدى إلى إشكالية تلقي الجمهور للمواد الإعلامية والثقافية وهو ما يغلب على الدراسات في المنطقة العربية وأيضاً في الجزائر.

ويرجع السبب في كون نظرية التلقي ظلت تعاني التهميش في المنطقة العربية مقارنة بما تحظى به من اهتمام في الدراسات الأدبية، بسبب عوامل عدة منها هيمنة نظريات التأثير على التفكير في الميدان، كما أن بروز تيار سوسولوجيا

الاستخدامات لم يساهم في البحث عن علاقة المستخدم بالعدة التقنية في تعزيز مكانة هذه النظرية في دراسة وسائل الإعلام.

4. تحليل النتائج :

بعد تقديمنا لهذه الورقة البحثية بناء على الدراسات السابقة التي تعرضت لنظرية التلقي سواء الدراسة المتعلقة

بجماليات التلقي أو التلقي عند مختلف المنظرين فقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج ارتبطت أساسا بالدراسة:

- لقد كانت الإرهاصات الأولى لنظرية التلقي من المدرسة الشكلائية الروسية إلى المدرسة البنوية إلى الظاهرية التي لعبت دورا في بلورت المفاهيم التي دعت إليها رواد نظرية التلقي، بالإضافة إلى إسهامات غادامير، ومنها إلى الأدب مع كل من يابوس وإيزر.
- حسب ما سبق طرحه فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في طرح العديد من الإشكالات في حقل دراسات جمهور وسائل الإعلام، حيث تنامي بفضلها دور الجمهور النشط الذي يقوم باتخاذ قراراته بناء على معطيات سابقة لتلقي مضمون المواد الإعلامية.
- أفرزت التكنولوجيات الحديثة للاتصال أنماط جديدة للاستهلاك ساهمت في تطوير نظرية التلقي في مجال الإعلام. لقد أدت الانترنت بمختلف تطبيقاتها وحواملها إلى إنتاج أنماط جديدة للتلقي ساهمت في تطور دراسات التلقي في البيئة الرقمية.
- تعتبر نظرية التلقي من النظريات المعاصرة التي أعادت الاعتبار لفعل التلقي كأساس لعملية تواصلية من الوسيلة إلى المتلقي.
- تعتبر هيمنة نظريات التأثير على التفكير في الميديا واحدة من الأسباب التي جعلت نظرية التأثير تعاني التهميش في المنطقة العربية.

5. خاتمة:

تعتبر نظرية التلقي من النظريات التي حظيت باهتمام المبحوثين من مختلف الفروع والتخصصات نظرا لارتباط هذه النظرية بالجانب الجمالي، والجانب التأويلي لمختلف النصوص والمضامين الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام في البيئة التقليدية، أو الحوامل التي توفرها الانترنت في البيئة الرقمية، حيث تطورت نظرية التلقي من الأدب إلى الإعلام، عن طريق تداخل العلوم والتصاقها ببعضها، بالإضافة إلى تطور المضامين وتطور الوسائل التي تقدم عبرها النصوص وتغير السياق الذي تقدم فيه تلك المضامين، فتغير السياق يؤدي إلى تغير الطبيعة التي تتميز لتلك البرامج ليس من ناحية الوفرة في البرامج والمواد وإنما من ناحية خاصة تلك البرامج، يضاف إلى ذلك كله تغير أذواق المتلقي واهتماماتهم الأمر الذي يفرض تطوير أساليب دراسة وتأويل مضامين المواد والنصوص التي تقدم في بيئات مختلفة.

لكن بالرغم من التطورات المتلاحقة لتلقي المضامين عبر مختلف الحوامل إلا أن دراسات التلقي لم تحظى بالاهتمام في المنطقة العربية إذ ركزت جل الدراسات على أنماط تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية وأيضا دوافع الاستخدامات دون التعمق في دراسة طرق إنتاج المعاني من طرف المتلقي.

م هذا المنطلق يمكن لهذه الدراسة أن تقدم جملة من الاقتراحات نوردتها كالآتي:

1. ضرورة التعمق في دراسة تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية والابتعاد عن السطحية في الطرح (مثل الدراسات المسحية).
2. ضرورة دراسة تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية في البيئة الرقمية.
3. ضرورة البحث في أساليب تأويل المتلقي للمضامين الإعلامية وطرق إنتاج المعاني.
4. ضرورة التصدي لإشكالية تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية في البيئة العربية.

6. قائمة المراجع:

1. رشدي ضيف. في نظرية التلقي: المكونات والمقولات، مجلة إشكالات في اللغة والأدب . 08 (03)، (15) جويلية، 2019 سميرة حدادي. جمالية التلقي افتراضات ياوس وآيزر، مجلة الآداب . 17 (01)، (24) ديسمبر، (2017).
2. الشريف مرزوق. نظرية التلقي وأطروحاته. مجلة النص . 07 (01)، (30 جوان، 2021)
3. عادل عبد الرزاق مصطفى. إشكالات التلقي في ظل الإعلام الرقمي وتأثيرها على جمهور وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية). مجلة مداد الآداب . (22)، (2021). صفحة 460.
4. عبد المالك عثمان. نظرية التلقي عند ياووس وإيزر رواية ضياع في عرض البحر نموذجاً. مجلة الحكمة للدراسات الأدبية واللغوية . 05 (02)، (01 جوان، 2017).
5. عبد الناصر محمد حسن، نظرية التلقي بين ياوس وإيزر ، القاهرة : دار النهضة للنشر والتوزيع، (2002).
6. علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي. دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور الجزائري أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال: كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، (2007) .
7. كريمة خافج. التلقي في الأدب والإعلام والمفاهيم المقاربة له "التعرض، القراءة التأويلية". مجلة المعيار . (17)، (30 جوان، 2017).
8. محمد بوحجر. مفاهيم جماليات التلقي ين ياوس وإيزر. مجلة الخطاب والتواصل . 02 (02)، (29 ديسمبر، 2022).
9. مخلوف بوكروخ، التلقي في الثقافة والإعلام، القاهرة : دار المقامات للنشر والتوزيع، (2011).
10. مصطفى كشايري. التلقي في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال (دراسة في الأبعاد المفاهيمية والنظرية). مجلة الزهير والدراسات في الاتصالية والإعلامية . 01 (01)، (01 سبتمبر ، 2021).
11. نصر الدين لعباضي. (2021). ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامية لدراسة الميديا الرقمية؟ مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية.
12. نصر الدين لعباضي. ماذا بقي لنظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية؟. مجلة الزهير للبحوث والدراسات الاتصالية والإعلامية . 01 (01)، (01 سبتمبر، 2021).
13. نور الهدى عبادة. تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام والاتصال. (فاروق أهناي، المحرر) مجلة مدارات سياسية . 01 (01) ، (27 جوان، 2017).