

نظريّة التّلقّي في تحليل الخطاب

"سعي لتحديد القارئ أم سعي لتحقيق التّواصل؟"

د. نسيم حرّار، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية/الجزائر.

-الكلمات المفتاحيّة: التّلقّي، القارئ، تحليل الخطاب، التّواصل.

الملخّص:

شكّلت نظريّة التّلقّي قفزة نقدية لفترة ما بعد البنيوية، وقد كانت جهود كل من " روبرت يابوس وفولفغانغ آيزر" فتحا نقديا جديدا في مجال تحليل الخطاب، وذلك لما حملته من آراء جديدة لفعل التّواصل اللغوي، ورحلة العمل الإبداعي، واعتماد القارئ حلقة أساسية في التّلقّي.

ونظريّة التلقّي في تحليل الخطاب؛ سعي جاد لمحاولة عرض وتحليل الاستقبال، ووجهة تصدير الرسالة من المبدع إلى القارئ، وتحديد القارئ المقصود في الأعمال الإبداعية، هذا في الخطاب الأدبي. أمّا في الخطاب الإعلامي فنحاول دراسة التّلقّي القائم على الاتّصال من خلال وسائل الإعلام، وتموقع الجمهور الإعلامي ودوره في دينامية وحركيّة التّواصل.

تحاول نظرية التلقي الوقوف على العلاقات التَّجاوبية التَّأثيرية والتَّأثرية للخطاب المكتوب والخطاب الإعلامي، إنَّها بحث عن كميَّات التَّفاعل الذي يحصل بين المرسل والمتلقي للرَّسالة عبر وسائل الإعلام، وقيمة التَّلقي في الخطاب الإعلامي، ودون تلقٍ لا يكون للخطاب الإعلامي أَيْة قيمة، بُنى التَّلقي هي محاولة أيضا لتحديد وجهة تصدير الخطاب، باعتبار أنَّ رسالة المرسل لا يمكن أن تُفهم دفعة واحدة بل تحتاج لإعادة فهم وتأويل وانتباه من المتلقي حتى لو كان هذا المتلقي جاهلا أو أميا، يحدث هذا عندما يجد المتلقي نفسه -بوعي قصدي أو دون وعي قصدي- مندمجا مع ما تقدّمه وسائل الإعلام.

أولاً) نظريّة التَّلقي "إنتاج متعدّد لمعاني التَّعبير":

تُعتبر نظريّة التَّلقي من بين أولى نظريّات مابعد البنيوية، والتي تعني تلقي النّص الأدبي عبر الأجناس الأدبيّة المتعدّدة: القصّة القصيرة، الرّواية، المسرح، أو تلقي عبر وسائل الإعلام السّمعية/البصريّة: التَّلغاف، الحاسوب، الهاتف، المذياع، وغاية الإنتاج في نظريّة التَّلقي تكون جمالية أو إخبارية أو اتّصالية.

بدأت بوادر نظريّة التَّلقي مهتمّة ومركّزة على النّص الأدبي، ثم اتّسع مفهومها وانتقل من النّص الأدبي إلى وسائل الإعلام التي أنتجتها تكنولوجيا المعلوماتيّة والاتصال.

1- التَّلقي اللفظي "المبدع/ النّص/ القارئ":

تجلّت نظريّة التَّلقي في ملامحها النّهائي مع "فولفجانج آيزر وهانز روبرت يابوس"، فقد حاولا إعادة بعث دور القارئ في النّصوص الأدبيّة وإعطائه دورا تشبيديا في سلسلة العمليّة الإبداعية التي كانت تركز على المبدع في مرحلة ما قبل البنيوية، ثمّ انتقلت لتركز على النّص وعزله عن صاحبه في مرحلة الاشتغال البنيوي على: الجملة/النّص، النّص/الخطاب، ثم إقحام القارئ كحدّ أساسي في عمليّة اكتمال الإبداع الأدبي للنّصوص.

أعاد إحياء دور القارئ "جون بول سارتر" في كتابه الشهير "ما الأدب؟"، الذي حاول فيه المؤلّف الإجابة عن أسئلة هامّة في عمليّة الإبداع، وهي: ما الكتابة؟، ولماذا نكتب؟، ولمن نكتب؟، فرأى أنّ العمليّة الإبداعية لا تكتمل ملامحها إلا من خلال اتّحاد الكتابة بالقراءة، يقول "سارتر": «عملية القراءة هي التي يتحقّق بها وجود العمل الأدبي»¹ (جان بول سارتر، دت، ص 43)، فالقراءة عند "سارتر" فعل إنتاجي لما يصل النّص الإبداعي للقارئ، وأمّا إعادة قراءة المبدع لنصه فإنّ قراءته للنص عقيمة لا تنتج المعنى ولا تكشف له ملامح جديدة، فالقارئ في نظر "سارتر" منتج للمعنى الموجود في النّص، والمعنى عند "سارتر" هو أساس فعل القراءة.

أمّا فعل الكتابة، فيرى سارتر أنّه «أصدق مجال يتجلى فيه صدق هذا المنطق (الخلق الفني) وذلك أنّ العمل الأدبي خذروف عجيب لا وجود له إلا في الحركة، ولأجل استعراضه أمام العين لا بد من عملية حسية تسمى القراءة، وهو يدوم ما دامت القراءة، وفيما عدا هذا لا يوجد سوى علامات سود على الورق»² (جان بول سارتر، ص 46)، لقد

نزع ملكية النص من المبدع وأعطائها للقارئ، وقراءة القارئ هي ضمان خلود النص الأدبي، وهي علاقة المصاحبة بين النص والقارئ، وافتراق النص عن القارئ يعني فقدانه جوهره (المعنى) وبقاء مادي غير نافع (الورق والخبر).

لقد بُنيت عملية التلقي عند "سارتر" على دعامتين أساسيتين هما: الكتابة ومصدرها المبدع العارف بدروب وتفصيل نصه الإبداعي، والقراءة ومبعثها القارئ الذي يعطي المعنى الكامن في النصوص عبر مختلف المراحل والأزمنة، وبهذا فقد أسس "سارتر" لثلاثية العملية الإبداعية: المبدع/ النص/ القارئ، مع إسناد كل طرف دوره.

توالت بعد جهود "سارتر" في نظرية التلقي أبحاثاً للألماني "هانز روبرت يابوس" والذي اهتم بجماليات التلقي، وعلاقة التلقي بالفن والإبداع، محاولاً أن يُخلص النص الأدبي من التقاليد الكلاسيكية، ومعارضاً في الوقت نفسه الآراء التي تحاول قبوله النصوص وفق آراء منهج التحليل النفسي، والمنهج التاريخي، وعارض أيضاً أفكار نظرية الانعكاس "wederspigelung" ويصف أفكار لوكاتش وغولدمان في نظرتهما للأدب أنها مرآة سلبية للعالم الخارجي³ (روبرت هولب، 2000، ص 101).

اشتغل "يابوس" بنظرية التلقي وربط من خلالها علاقة الأدب بالتاريخ، وسيرورة النصوص عبر التاريخ الأدبي محافظة على طابعها الجمالي التأثيري في المتلقي، وقد أعلن عن ذلك في محاضراته سنة 1967م عنونها: "ما التاريخ الأدبي وما الغرض منه؟" وكان هدفها «المحافظة على نوع الصلة الحيوية بين نتاج الماضي واهتمامات الحاضر (...). ولا يمكن إقامة هذا النوع من العلاقة في مجال البحث الأدبي ومجال التعليم إلا إذا لم يعد تاريخ الأدب يلقي به عند حافة الاهتمام العلمي»⁴ (روبرت هولب، نظرية التلقي مقدمة نقدية، ص 97).

ويرتكز مفهوم التلقي عند "يابوس" على المعنى الروحي الذي يضمن للنص الأدبي خلوداً بفعل القراءات التي تطال النص، وبفعل لحظات الفهم "Verstehen" والتفسير "Auslegen"، والتطبيق "Anweden"، وهي لحظات تأويلية معارضة للحظات المادية المتعلقة بالتاريخانية والزمانية لتحول النصوص الأدبية، فيقول عن التأويل: «التأويلية الأدبية عليها أن تقر بأن التطبيق جزء لا يتجزأ من الفهم وأن توجد ضمن التجربة الجمالية بين لحظات الفعل الهيرمينوطيقي الثلاث»⁵ (هانس روبرت يابوس، 2016، ص 113)، بهدف الوصول إلى تأويل جاد وحكم جمالي للتلقي، كما يعتبر "يابوس" أن البنيوية انقطعت عن الواقع الاجتماعي ولم تركز على إنتاج المعنى وتصديره للمتلقي، ما فتح المجال لظهور مناهج ما بعد البنيوية (السمياء، التداولية، الأسلوبية، .. إلخ)، وبهذا فقد حررت هذه المناهج النص من المفاهيم الضيقة.

وجمالية التلقي قصد بها "يابوس" دراسة ديمومة الصلة بين القارئ والنص حاضراً ومستقبلاً، وبهذا فقد جعل القارئ عنصراً فعالاً في عملية التواصل الأدبي، وهو الحكم على النصوص من خلال تعاقبها عبر التاريخ، والحقيقة المطلقة التي يدعيها مؤرخو الأدب ليست مطلقة بل نسبية، شأنها في ذلك شأن الحقائق التي يحاول القراء الوصول إليها في النصوص عبر مختلف مراحل انتقال النصوص، حتى الآراء والتصورات التي يبديها النقاد إزاء النصوص هي نسبية وغير مطلقة، بل تعدد الأحكام النقدية بين النقاد هو ما يعطي صورة تقترب من الطبيعة الجمالية للنصوص، وانتهى إلى التسليم بـ«ضرورة التوحد بين تاريخ النص وجمالياته، بينما اهتم الآخرون بالفلسفة وعلم النفس والاجتماع في مفهوم

الاستقبال، ومعنى هذا أنّ التّعامل مع النصّ - عند يابوس - يتّسم بمعياريين لا غنى لأحدهما عن الآخر: معيار الإدراك الجمالي لدى المتلقي، ومعيار الخبرات الماضية التي يتم استدعاؤها في لحظات التلقي»⁶ (صالح ولعة، 2007، ص188)، ومعناه أن لا نتعامل مع النصّ الأدبي كبنية ماديّة ثابتة متنقّلة بين الأزمنة بل على القارئ أن يتعامل مع النصّ كبنية متعدّدة المعاني، عليه فهمها بالاعتماد على الثّقافة ومعايير الجمالية لكل وقت.

ومن المصطلحات التي ركّز عليها "يابوس" أفق التّوقّع "Horizon d'attente" والتي يعني بها «نظام من المرجعيات المشكّلة بصفة موضوعية، وهو مع كل عمل في اللحظة التاريخية التي يظهر فيها ينشأ من ثلاثة عوامل أساسية: التجربة المسبقة التي اكتسبها الجمهور حول الجنس الذي ينتمي إليه النصّ، شكل وموضوعاتية الأعمال السابقة التي يفترض معرفتها، والتعارض بين أسلوب اللغة الشعرية وأسلوب اللغة العملية، العالم الخيالي والواقع اليومي»⁷ (Hans Robert Jauss, 1978, p49)، وبهذا فإنّ "يابوس" يشترط في القارئ التّسلح بالمعرفة الأدبيّة والوعي الأدبي لطبيعة كلّ جنس أدبي وماهيته، وحركيّة الأجناس الأدبيّة، وتعاقبها عبر الفترات المتلاحقة والمتراكمة تاريخياً، وهي المقاييس الجمالية للحكم على النصوص الإبداعية وتشكّل معانيها في ذهن القارئ، وبهذا فإنّ أفق الانتظار عند القارئ من منظور "يابوس" هو نمطي ومتكرّر ومنسوخ عن التجارب الإبداعية السابقة، والخروج عن التّقاليد المتعارف عليها يتولّد عنه "خبيّة أفق التّوقّع" إذا لم تجد هذه النماذج قبولا لدى القارئ، أو "نجاح أفق التّوقّع" إذا لقيت الأعمال الإبداعية قبولا وتأثيراً عند المتلقي.

توالت بعده جهود "فولجانج آيزر" في إيجاد أطر معرفيّة وتطبيقيّة لنظرية "التلقي"، ولم تشكّل جهود "آيزر" قطيعة مع جهود سابقه "يابوس"؛ بل سار على نهجه في الخطوط العريضة، فاهتم "آيزر" بإيجاد أجوبة للسؤال الجوهرية في نظرية التلقي وهو: كيف يكون للنصّ معنى عند القارئ؟، في محاولة منه إلى إخراج النصّ سلطة المبدع (المنتج) إلى سلطة القارئ (المتلقي)، وإيضاح العلاقات التّفاعليّة والتّواصلية بين القارئ والنصّ في سبيل الوصول للمعنى.

والنصّ عند "آيزر" «ما هو موجود بالقوّة للسماح بإنتاج المعنى واستغلاله»⁸ (روبرت هولب، ص136)، وهو بهذا حقل إنتاجي للمعنى الذي يتولد بفعل قراءة القارئ له، أمّا القراءة فيعني بها "آيزر" عملية علاجية لكشف الجوانب الجمالية في النصّ التي يقوم بتشخيصها القارئ، ويقصد بالقارئ أنواع عديدة، فمن القارئ عند "آيزر" "القارئ الضمني" «إن المصطلح يدمج كلا من عملية تشييد النصّ للمعنى المحتمل وتحقيق هذا المعنى المحتمل من خلال عملية القراءة»⁹ (روبرت هولب، ص136)، فالقارئ الضمني عند هو موجود في العلاقة التشاركية التناوبية بين النصّ/القارئ والقارئ/النصّ.

أمّا القارئ المثالي فهو القارئ «المنغمس في النصّ، والذي يعيش عملية الصنعة الخيالية للنصّ من أولها إلى آخرها»¹⁰ (Wolfgang Iser, 1985, P69)، فهو قارئ ناقد محلّل ومركّب لبني النصّ، من أساليب بلاغية ونحوية وصرفية، وكلما وصل لتحديد هذه البنى من حيث هي عناصر متمفصلة في الهيكل العام للنصّ تجلّى دور القراءة ودور القارئ معاً، والعلاقة الحميمية بين النصّ والقارئ، إلّا أنّ ما يعاب على هذا القارئ حسب بعض النقاد أنّه قارئ متخيّل؛ لأنّ النصّ الأدبي مهما حاولنا مقارباته واستفراغ مكنوناته فإنّ الدلالة تبقى متولدة ومتدفقة بمعاني جديدة، ويرى

"عبد الكريم شرقي" أن القارئ المثالي تخيل محض، و زيادة على ذلك فهو يمثل وضعية تواصلية "مستحيلة" ويدل "عبد الكريم شرقي" قوله بأن القارئ أيا كان، وحتى المؤلف نفسه كقارئ لنصه الخاص لن يتمكن أبدا من استنفاد كل الإمكانيات الدلالية التي ينطوي عليها النص¹¹ (عبد الكريم شرقي، 2007، ص 186)، ويعلّل أيضا قائلا: «إن إمساك القارئ لكل معاني النص الممكنة يعني تلمصه من وضعيته التاريخية الخاصة، و توقعه في كل الوضعيات التاريخية الممكنة وهو ما يبدو أقرب إلى المثالية منه إلى الواقع»¹² (عبد الكريم شرقي، 2007، ص 186).

وبهذا فالتملّص من الواقع والانشغال بما هو خيالي، هو انغماس في المثاليّة ومحاولة أيضا الخروج عن مدار التاريخ واختزاله في لحظة القراءة الآنيّة فقط، وهذا غير ممكن التّحقق فعليا، إلّا أنّ "آيزر" في هذا الطرح قد أخذ في الحسبان القالب المطاطي الذي يأخذه تشكّل المعنى في النصّ فحاول احتواءه والقبض عليه، ف«اهتم آيزر بقضية بناء المعنى وطرائق تفسير النصّ من خلال اعتقاده أنّ النصّ ينطوي على عدد من الفجوات (Lacunae) التي تستدعي قيام المتلقي بعدد من الإجراءات لكي يكون المعنى في وضع يحقق الغايات القصوى للإنتاج»¹³ (عبد الناصر حسن محمّد، 2002، ص 34-35)، وأخذ العلاقة الديناميّة بين النصّ والقارئ، وقطي العمل الأدبي: القطب الفنّي (Artistic) والقطب الجمالي (Esthetic)، فالقطب الأوّل متعلّق بالمبدع وإنتاج النصّ، والقطب الثاني متعلّق بفعاليات تلقي النصّ الأدبي.

وعلى العموم فإنّ نظريّة التّلقي الألمانيّة التي صاغها "هانز روبرت ياوس و فولفجانج آيزر" أعادت بعث رحلة النصّ وسموّه عن صاحبه (المنتج)، وأعطت مشعل التّلقي للقارئ قصد الولوج في النصّ والبحث عن المعنى، وتذوّق الجوانب الفنيّة والجماليّة للنصّ، ونمط تجليها مع سياقات الظاهرة الأدبية في مسيرتها التاريخية والفكرية، وأضافت حلقة جديدة (النصّ/ القارئ) واشتغلت على دينامية العلاقة بينهما.

أمّا بنية التّلقي اللفظي فقد تأسّست في مفهومها العام على النصّ المكتوب الحامل للمعنى، وهذا المعنى يبثّه المنتج (المبدع) من خلال فعل الكتابة، ويستقبله القارئ من خلال عمليّة القراءة، وفهم المعنى يتطلّب تأويلا ولغة شارحة لفحوى النصّ يقدمها القراء، وتكون كل قراءة إنتاجا لنصّ آخر وانشطارا موسّعا للمعنى الذي لا يستقر على نمط، ولا يتوقّف في فترة زمنيّة ما.

2- التلقي المزدوج "السَّمعي/البصري":

يعرف الوقت الرَّاهن الذي نعيشه اليوم انتشارا موسَّعا لوسائل الإعلام المختلفة، سواء السَّمعية مثل: المذياع والهاتف، أم المرئية ك: التِّلغاز، السينما، والكمبيوتر، وهو الانتشار الذي ساهم في تلقِّي وتداول المعلومة واستقبالها في وقتها المناسب بأيسر السبل، مراعية في ذلك مستوى الفهم لدى الشَّرائح المختلفة من طبقات المجتمع.

أقصد بالتلقي المزدوج تلقي البرامج الإعلامية باختلاف أنواعها (نشرات، أشرطة، أفلام، مسلسلات، ومضات إخبارية..). عبر واسطة إعلامية سمعية/بصرية، ويدخل في التلقي المزدوج حاسي السَّمع (الأذن) والبصر(العين)، ويدخل في بثِّ المادَّة الإعلامية خاصيَّة «الجمع بين الصورة والصَّوت، واختزال المسافة بين المنتج والمتلقي، ومراعاة التَّأثير الفئِّي والجمالي والتَّنسي للألوان، والمؤثَّرات الموسيقيَّة والديكور والألوان، وأبعاد النقاط الصورة، وزاوية التَّصوير»¹⁴ (نسيم حرَّار، 2018، ص87)، كل هذا لضمان تحقيق توصيل تام التَّفاصيل للرَّسالة.

ومصطلح "نظريَّة التلقي المزدوج" أوجده العالم "آلان بايفيو Allan Paivio" في كتابه "The Dual Coding Theory : Verbal / Visual" وقد حملت واجهة الكتاب فَصِّي دماغ بشري، مكتوب على الفص الأيمن Visual (بصري)، وعلى الفص الأيسر Verbal (شفهي)، وهو يعني بهذا أنَّ إدراك المعلومة المرئية يكون بشكل مختلف عن المعلومة اللفظية، فالفص الأيمن مسؤول عن إدراك الصور البصريَّة والألوان وتحليلها وتركيبها، أمَّا الفص الأيسر من الدِّماغ فمسؤول على إدراك الكلمات والأصوات والأرقام والحروف وتحليلها وتركيبها، ويساعد التلقي المزدوج حسب "بايفو" في تنشيط التَّذكر وسهولة الاستقبال والتلقي للمعلومة.

لقد انتقلت نظريَّة التلقي المزدوج من فهم فحوى النَّص الأدبي والقارئ والتعامل مع النصوص الأدبية، إلى فهم واستقبال الصورة المرئية والكلام المسموع في وسائل الإعلام الحديثة، فأخذ الجمهور مكانة القارئ، ويتميَّز جمهور التلقي الإعلامي بأنَّه جمهور غير متجانس، لذلك استقطب هذا الجمهور أيضا اهتمام الدَّارسين لوسائل الإعلام والاتِّصال، فأنتجت نظريَّات خاصَّة لدراسة سيكولوجيَّته والتَّأثير فيه.

وأصبحت سيميولوجيا التَّواصل مجالا هاما يُعتمد لدراسة ماتقدِّمه وسائل الإعلام، ويُقصد بسيمياء التَّواصل أيضا كيفية تحقُّق التَّواصل بعلامات وإشارات ورموز بين مستعملي أو واضعي هذه الأنساق السيميائية وبين متلقيها، وتحقيق التَّواصل أو فهم القصد من الإشارات والرموز والعلامات هي الغاية التي تنشدها سيمياء التَّواصل.

وتركَّز سيميائية التَّواصل في الخطاب الإعلامي على الصورة المرئية، فيعدُّ الإعلام التِّلغزيوني بأنواعه أكبر مروِّج لها ، «إنَّ هيمنة التِّلغزيون كوسيلة إخبارية، ناتج جزئيا عن سمة الشَّمول التي تمتلكها الأخبار التِّلغزيونية، فأخبار التِّلغزيون خاضعة لقاعدتي (التوازن والموضوعية)»⁽¹⁵⁾ (جوناثان بيغل، 2011، ص143)، فالتِّلغاز هو واسطة التلقي أو القناة التي تمرُّ بها الصورة المرئية من المرسل (المنتج) إلى المرسل إليه (بالوعة الصورة المرئية)، لقد صار «للتِّلغزيون روح الأغلبية مثله في ذلك مثل الديمقراطية، إنَّه بتدعيمه للقلاع يضمن العلاقات الاجتماعية للأفراد الاجتماعيين، ويجعل منشرحي

النفوس بيتسمون، إنه يجعل من النجوم نجومًا»⁽¹⁶⁾ (ميشيل مافيزولي 2005، ص 251)، وهذا لسرعة تغطية الخبر وبتّه للمشاهد، وديمومة البثّ التّلفزيوني وتنوّعه، وسهولة وصول المعلومة للمتلقّي، إنّه خطاب حديث لعصر جديد.

ويرى "الغدّامي" أنّ ثقافة الصورة المرئية «علامة على التّغيير الحديث، مثلما هي السّبب فيه، ولأوّل مرّة في تاريخ البشرية التّقّافي والاجتماعي نجد أنفسنا عاجزين في رؤية أو تسمية قادة حقيقيين يقودون الناس ويؤثرون عليهم فكّريا أو سياسيا أو فنيا»¹⁷ (عبد الله الغدّامي، ص 26)، فسلطة وسائل الإعلام ووصولها لأكبر عدد من المتلقّين والمشاهدين جعلها تتحكّم في الأمور المصيرية للشّعب، وتصنع القادة وتُنحّيهم من الحكم، ففي الحرب العالمية الثانية استعملت وسائل الإعلام الأمريكية الدّعاية المغرضة ضدّ الإتحاد السوفياتي، وكان هذا سببا في انتصار الولايات المتّحدة في الحرب، واليوم صار مفهوم "الإرهاب" في تصوّر الغرب صورة بصرية لرجل بملامح عربيّة ولحية وعمامة وقميص أبيض، وهي حالة إعلاميّة مقصودة لتحطيم المسلمين والعرب بدأت معالمها بأحداث (11 سبتمبر 2001م).

إنّ بنى التّلقّي المزدوج تتأسّس تماشيا وخاصيّة البرامج الإعلاميّة التي تُبثّ للمشاهد، والتي يدخل في تلقيها حاسّتي السمع (الصوت) والبصر (الصور)، لإدراك معنى الرسالة، ويتمّ فعل التّواصل في الخطاب الإعلامي وفقا لخطاظة رومان ياكوبسون وفقا لما سيمثّله الشّكل الموالي.

شكل رقم (01) يمثّل أطراف عمليّة التّواصل:

السّيّاق

مرسل.....رسالة.....مرسل إليه

اتّصال

سنن

المصدر⁽¹⁸⁾: محمد الولي، مبارك حنون، 1988، ص 30.

يمكن القول أنّ التّلقّي المزدوج هو تواصل إنساني في شكله العام، يتأسّس في ملمحه العام على تواصل لغوي إبلاغي لساني، وتواصل آلي يكون عبر واسطة أو قناة، مثل: التّلفاز، الراديو، وسائل التّواصل الإلكتروني، الهاتف.. وغيرها، وتواصل سيميائي إشاري يتحقّق بالصور والرموز والألوان.

ثانيا) التّواصل التكنولوجي "استثمار لاستمالة الجمهور الإعلامي":

تعتبر "النّظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام" لـ"ألبرت مارشال ماكلوهان" من أشهر النّظريّات التي اهتمت بالتّواصل التكنولوجي عبر وسائل الإعلام، والتي أحدثت نجاحا واستقطابا واسعا في النّصف الثاني من عقد ستينيّات القرن العشرين، والتي يرى صاحبها أنّ: الوسيلة هي الرّسالة،¹⁹ The Medium is the Message (Marshall Mcluhan)، ويقصد بالعبارة أنّ الإرسال الإعلامي للرّسالة وفحوى خطابها يتحقّق بوسيلة إعلاميّة،

فقد وضع "ماكلوهان" بعبارة هذه "الرسالة والقناة" في المستوى نفسه، فالقناة أو "وسيلة الاتصال" هي التي تُسهّم في تحديد قصديّة الخطاب الإعلامي وتأثيره.

وفي نظر ماكلوهان أنّ التاريخ الإنساني مقسّم إلى أربعة مراحل هي: (أ) المرحلة الشّفوية: أي مرحلة ما قبل التّعلم، وهي مرحلة تعتمد على ما هو شفاهي فقط، واعتبرها أطول فترة من التاريخ البشري.

(ب) مرحلة كتابة النسخ: التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.
(ج) عصر الطّباعة: من سنة 1500م إلى سنة 1900م تقريباً.
(د) عصر وسائل الإعلام الإلكترونيّة من سنة 1900م تقريباً حتى الوقت الحاضر²⁰ (Marshall McLuhan, 1967, p103)

ووفق منظور "ماكلوهان" فإنّ مراحل تقسيم التاريخ الإنساني سايرت الظروف المحيطة بحياة الإنسان، وعكست مستوى الحياة التي يجيهاها الإنسان، وهي مراحل تختزل المسافة بين بني البشر، وتراعي سيرورة التاريخ والحاجة. وممّا صيغ في "نظرية ماكلوهان" تصنيفه لوسائل الاتّصال إلى: «وسائل اتّصال باردة ووسائل اتّصال ساخنة»²¹ (Mc Luhan (Marshall), 1968, p99)

ويقصد بوسائل الاتّصال الباردة الوسائل التي تتطلّب من الجمهور المتلقي لها جهداً إيجابياً تفاعلياً معها، من خلال مشاركة القيم التي تبثّها مع غيره، ومعايشة الحدث، أمّا وسائل الاتّصال الساخنة، فهي الوسائل الجاهزة المحدّدة نهائياً، فلا تحتاج من المشاهدة أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة أو معايشة، فالكتابة والهاتف والتلفاز وسائل باردة، أمّا الطّباعة والإذاعة والسينما فهي وسائل ساخنة²² (محمّد جاسم فلحي الموسوي http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html).

أصبح يُعوّل اليوم في وسائل الإعلام على الجمهور، لأنّه هو البالوعة الوحيدة للبرامج الإعلاميّة، وقصديّة الإعلام في ذلك خلق اتّصال جماهيري "Mass Media" لتوحيد الجماهير "Massification" بمعنى نقل الرّسائل الاتّصالية لأكبر عدد من المتلقّين وتعدّد الجماهير المستقبلية مع مراعاة مركزيّة الاتّصال وتحقيق الشبوع والصدى الإعلامي.

ولا يتأتّى ذلك إلا من خلال المقاصد الستّة التي حدّدها الباحث "ألن توفلر" والتي يعتبرها مفاتيح المستقبل،

«وهي:

- (1) التّفاعلية Interactivity
- (2) قابليّة التّحرك أو الحركة Mobility
- (3) قابليّة التّحويل Convertibility
- (4) التّوصيليّة Connectivity
- (5) الشبوع والانتشار Ubiquity

6) التّدويل Globalization «²³ (محمّد جاسم فلهي الموسوي <http://www.ao->

[academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html](http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html))، فالْتفاعليّة هي الحالة التي

تُحدثها الرّسالة في المتلقي، وقابليّة التّحرُّك أو الحركة هي إمكانيّة إثارة مشاعر الجماهير اتّجاه قضية رأي عام، فتتوخّد موافقهم وآراؤهم، وقابليّة التّحويل هي التّوعية التي تُحدثها بعض البرامج الإعلاميّة فتُحدث تغييرا في سلوك الجمهور، والتّوصيليّة هي الوسيلة التي تصل بها الرّسالة عبر وسيلة الإعلام، فقد يكون التّوصيل سلوكيا أو لا سلوكيا، أو عبر وسيلة إعلاميّة باردة أو وسيلة إعلام ساخنة، أمّا الشّيوخ والتّدويل فيمكن أن تنقل وسائل الإعلام أحداثا راهنة وهامّة تتجاوز حدود التّلقي، فتشيع وتنتشر وتصل إلى أوسع نطاق.

ويعتبر التّطور التّقني في مجال الاتّصال الجماهيري، وتعدّد سبل الاتّصال وتوفير المعلومة بأيسر السبل، فتحا مينا جعلنا نعيش (عصر الشّاشة)، فقد أصبحت الوسائل المطبوعة والمقروءة والمسموعة والمرئية تتماشى مع ما هو مرئي إعلامي، وينبني هذا التّصوّر على ظهور خدمات الاتّصال الجديدة، التي توجّه رسائل متخصصّة تلبي الميول والنزعات الفريدة، مثل التّلفاز (السلكي) التّفاعلي و(الشريط المسموع) و(الشريط المصوّر)، كما يعرف وقتنا الراهن إقبالا متزايدا لامتلاك هذه الوسائل، نظير ما تمنحه للأفراد من القدرة على خلق بيئة الاتّصال التي تناسبهم.

وللاتّصال الجماهيري عدة خصائص، نذكر منها الخصائص التي حدّدها "تشارلز رايت" «خصائص الاتّصال

الجماهيري عند تشارلز رايت:

- الاتّصال الجماهيري موجه صوب جمهور كبير نسبيا ومختلف الاتجاهات. ومن هنا كانت الرسائل الموجهة إلى أفراد متخصصين لا تعتبر العادة في اتّصالا جماهيريا.

- الاتّصال الجماهيري عام وعاجل وعابر، فالاتّصال عاجل لأنّ القصد منه أن تصل الرسائل إلى جماهير كبيرة في أقصر وقت ميسور، بل في التّو واللّحظة. والاتّصال عابر، بمعنى أنّه لا يراود له في العادة الدّوام والبقاء والدخول في السجلات. بل يجب أن يستهلك على الفور²⁴ (طه نجم، http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_29.html).

وبهذا فقصدية الاتّصال الجماهيري توجيهية من خلال دراسة الفئات العمرية لهذا الجمهور، ودراسة الميول والرّغبات ثمّ التّأثير فيها بما يتماشى وسلطة البثّ وأهدافها، كما تتجلى قصدية الخطاب الإعلامي من خلال سرعة التّوصيل للرّسالة الإعلامية ومواكبة روح العصر التكنولوجية، وتوفير المادة الإعلامية الاستهلاكية بشكل يومي يتماشى واحتياج الأفراد وإشباع رغباتهم.

إنّ تجلّي القصدية في الخطاب الإعلامي يتشكّل من خلال العملية الإدراكية لجمهور الإعلام للمادة الإعلامية، وقدرة المادة الإعلامية التّأثير في سلوك الفرد المتلقي، أو بتعبير "سيرل" هي: «الخاصية للكثير من الحالات والحوادث العقلية التي تتّجه في طريقها إلى الأشياء، وسير الأحوال في العالم»²⁵ (صلاح اسماعيل، 2007، ص151)، فالقصدية من هذا المنظور هي فعل واعٍ تتمّ في عقل المتلقي للمادة الإعلامية، وبهذا فالجمهور الإعلامي يدرك قصدية الخطاب الإعلامي من خلال العلاقة التّجاوبية مع ما تقدّمه المادة الإعلامية وما يعايشه الإنسان في الواقع، أي العلاقة بين المادة

المقدمة في الإعلام، والمضمون الذي تحمله والرسالة التي تستثمر في تبليغه، ولا يتأتى هذا إلا من خلال دراسة التوجه العام للجمهور الإعلامي ومعرفة السلوك السيكلوجي له، والتأثير فيه.

وتتحقق قصدية الخطاب الإعلامي من خلال استمالة عواطف الجمهور الإعلامي، ومزامنة وسائل الإعلام للأحداث والتهويل لها، ورسم صورة الاستضعاف لهذا الجمهور وإقحامه في الحدث كطرف، ورسم صورة القوة والانتهازية للطرف الثاني وإظهاره في صورة الديكتاتور، ويمكن أن نمثل في هذا المقام بصورة الرئيس العراقي "صدام حسين" حين سوق الإعلام الغربي لديكتاتوريته فانتفضت شعوبه وحطمت تمثاله في بغداد، وبذلك سقطت صورة زعامته، واستمالة عاطفة الجمهور الإعلامي يقوده نحو التمرد على القيم وعدم إحساسه بالمسؤولية، والتحرر من سلطة الفرد والانخراط في سلطة الجماعة، ما يؤدي إلى الانفلات من المعاقبة والتحرر من السلطة المراقبة لتصرفاته.

وتتميز عواطف الجمهور الإعلامي بأنها عواطف متحدة اتجاه الرأي الذي تريد وسائل الإعلام الترويج له، وتتميز هذه العاطفة بأنها عاطفة جياشة تميل للعنف والخراب، كما أن هذه الجماهير الإعلامية بعد خروجها إلى الشوارع والساحات العمومية سرعان ما تتكئ وتصب لها ممثلين وترفع لافتات تتماشى وقصدية الخطاب الإعلامي والهالة الإعلامية التي أراد الإعلام تحقيقها، وليست عواطف الجمهور دوما تميل للهالة الإعلامية التي يريد الإعلام تحقيقها، بل يمكن أن تسير الأمور في الخط المعاكس، مثل الموقف الذي صور لحظة إعدام "صدام حسين" فتعاطفت معه معظم الشعوب العربية، وتأثرت بعقوبة الإعدام التي نفذت فيه يوم عيد الأضحى.

إن قصدية الخطاب الإعلامي تتماشى والتأثير في العواطف والأحاسيس من خلال البث التلفزيوني، وتنسيق ذلك بالترويج للصورة التي تتماشى والهدف المنشود، فمثلا إذا أرادت وسيلة إعلامية تابعة لتيار ما إسقاط صورة رئيس حزب ما أو دولة، فإنه يتوجب عليها أن تظهر هذا الرئيس في صورة باهتة ومنفرة للمتلقي، لتتحول هذه العواطف إلى فعل جماعي يقود جمهور الإعلام الانقلاب عليه، وقد كانت الدعاية المغرضة أداة فعالة استعملتها كل من الولايات المتحدة والاتحاد السوفياتي -سابقا-، قصد التأثير في الخصم وإشاعة الحماس في معسكرات جيش كل طرف.

تتماشى قصدية الخطاب الإعلامي وخطاطة التواصل اللساني، والتي تشمل على المرسل وهو الباث الإعلامي، والمتلقي وهو الجمهور الإعلامي، والقناة والتي تكون قناة تلفزيونية أرضية أو فضائية (سمعية / بصرية)، كما تمثل القصدية في الخطاب الإعلامي مساندة القصدية الإعلامية للأحداث ومعرفة السياق الذي يُصدَّر فيه الخبر، دون أن ننسى تأثير الألوان والصورة والصوت في التأثير على المتلقي بما يحقق هدف الباث.

- شكّلت نظرية التّلقّي أساسا استراتيجيا لتحقيق مقصدية الخطاب المكتوب والخطاب الإعلامي؛ وذلك لأنّها استطاعت أن توسّع دائرة الاستقبال، وتفتح أفقه على شتى فئات المجتمع، بعد أن كان التّلقّي ينحصر على القارئ النخبوي، وصار التّلقّي المزدوج رهانا تستثمر فيه كلّ وسائل الإعلام بهدف التّوسيع من عدد مشاهدي قنواتها.
- أصبح فعل التّلقّي أمرا يسيرا وسهلا المنال، فبإمكان الجمهور الإعلامي أن يساير رغباته وميوله بضغطة زر "تبديل"، وصار التّلقّي المزدوج فضاءً مفتوحا على عوالم متعدّدة تراعي رغبة المتلقّي.
- يمكن أن يساهم التّلقّي في بناء مجتمعات متحضّرة كما يمكن أن يساهم في تدمير مجتمعات متحضّرة.
- يسهم التّلقّي من الانفتاح على المجتمعات وتقليص الهوّة والقطيعة، ويحقّق التّواصل بين البشر.
- ساير التّواصل التكنولوجي متطلّبات الثّورة الرقمية الحديثة، فأصبح العالم "قرية صغيرة"، وفتح مجال البحث العلمي في الاشتغال على التّأسيس لنظريات حديثة "نظريات الإعلام والاتصال".

¹ جان بول سارتر، ما الأدب؟، ترجمة وتعليق وتقديم: محمد غنيمي هلال، دار نضضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، د ت ، د ط، ص 43.

² جان بول سارتر، ما الأدب؟، ص 46.

³ ينظر: روبرت هولب، نظرية التلقي مقدمة نقدية، ترجمة: عز الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 2000، ص 101.

⁴ روبرت هولب، نظرية التلقي مقدمة نقدية، ترجمة: عز الدين إسماعيل، ص 97.

⁵ هانس روبرت يابوس، جمالية التلقي من أجل تأويل جديد للنص الأدبي، تقديم وترجمة: رشيد بنحدو، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2016، ص 113.

⁶ صالح ولعة، القراءة والتأويل، مجلة التواصل الأدبي، جامعة برج باجي مختار عنابة، العدد الأول، 2007، ص 188.

⁷ Hans Robert Jauss : Pour une esthétique de la réception, trad. Claude B1 Maillard, édition, Gallimard, Paris, 1978, p49.

⁸ روبرت هولب، نظرية التلقي مقدمة نقدية، ترجمة: عز الدين إسماعيل، ص 136.

⁹ المرجع نفسه، ص ن.

¹⁰ Wolfgang Iser, "L'acte de lecture, théorie de l'effet esthétique", Trad. De l'allemand par Evelyne Sznczer, Bruxelles: P. Mardaga, 1985, P69 .

¹¹ ينظر: عبد الكريم شرفي: من فلسفات التأويل إلى نظريات القراءة دراسة تحليلية نقدية في النظريات الغربية، العربية للعلوم الجزائر، ط1 2007، ص 186.

¹² المرجع نفسه، ص 180

¹³ عبد الناصر حسن محمد، نظرية التلقي بين يابوس وآيزر، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2002، ص 34-35.

¹⁴ نسيم حرّار، أدباء الجزائر - مبدعو التسعينيات الأكثر حظوة بالدراسات الجامعية، دار إي-كتب، لندن، ط1، 2018، ص 87.

¹⁵ جوناثان بيغل، مدخل إلى سيمياء الإعلام، ترجمة: محمد شيبا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2011، ص 143.

¹⁶ ميشيل مافيزولي، تأمل العالم، الصورة والأسلوب في الحياة الاجتماعية، ترجمة: فريد الزاهي، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، ط1، 2005، ص 251.

¹⁷ عبد الله الغدّامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة و بروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط2، 2005، ص 26.

¹⁸ محمد الولي، مبارك حنون، قضايا الشعرية رومان جاكوبسون، دار توبقال للنشر، المغرب، ط1، 1988، ص 30.

¹⁹ Marshall McLuhan & Quentin Fiore , The Medium is the Message, Penguin Books, United Kingdom, 1967, p1.

²⁰ McLuhan, Marshall , La Galaxie Gutenberg, Paris, Mame, 1967, p103.

²¹ McLuhan (Marshall), Pour comprendre les media, Paris, Mame, 1968, p99.

²² ينظر موقع: محمد جاسم فلحي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية بالدغمارك، أطلع عليه: يوم: 10

سبتمبر 2018، في الساعة: 15:00، الرابط: [http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-](http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html)

[20060523-456.html](http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html)

²³ الموقع نفسه، الرّابط نفسه.

²⁴ أرشيف المدونة الالكترونية، طه نجم، الاتصال الجماهيري، المهية والوظائف، 29 نوفمبر 2011، اطلع عليه: 7 سبتمبر 2018، في الساعة 18:21، الرابط: http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_29.html

²⁵ صلاح إسماعيل، فلسفة العقل ودراسة في فلسفة سيرل، دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص151.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً) المراجع العربية:

- 1 صالح ولعة، القراءة والتأويل، مجلة التواصل الأدبي، جامعة برج باجي مختار عنابة، العدد الأول، 2007.
- 2 صلاح إسماعيل، فلسفة العقل ودراسة في فلسفة سيرل، دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
- 3 عبد الكريم شرفي: من فلسفات التأويل إلى نظريات القراءة دراسة تحليلية نقدية في النظريات الغربية، العربية للعلوم الجزائر، ط1، 2007.
- 4 عبد الناصر حسن محمّد، نظرية التلقي بين ياقوس وآيزر، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2002.
- 5 عبد الله الغدّامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2005، ص 26.
- 6 محمد الولي، مبارك حنون، قضايا الشّعريّة رومان جاكوبسون، دار توبقال للنشر، المغرب، ط1، 1988.
- 7 نسيم حرّار، أدباء الجزائر - مبدعو التسعينيات الأكثر حظوة بالدراسات الجامعية، دار إي-كتب، لندن، ط1، 2018.

ثانياً) المراجع المترجمة:

- 1 هانس روبرت ياقوس، جمالية التلقي من أجل تأويل جديد للنص الأدبي، تقديم وترجمة: رشيد بنحدو، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2016.
- 2 جان بول سارتر، ما الأدب؟، ترجمة وتعليق وتقديم: محمّد غنيمي هلال، دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، د ت ، د ط.
- 3 جوناثان بيغل، مدخل إلى سيمياء الإعلام، ترجمة: محمّد شيّا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2011.
- 4 روبرت هولب، نظرية التلقي مقدمة نقدية، ترجمة: عز الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 2000.
- 5 ميشيل مافيزولي، تأمل العالم، الصورة والأسلوب في الحياة الاجتماعية، ترجمة: فريد الزاهي، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، ط1، 2005.

¹ Hans Robert Jauss : Pour une esthétique de la réception, trad. Claude B1 Maillard , édition, Gallimard, Paris, 1978 .

² Marshall McLuhan & Quentin Fiore , The Medium is the Message, Penguin Books, United Kingdom, 1967.

³ McLuhan (Marshall), Pour comprendre les media, Paris, Mame, 1968.

⁴ McLuhan, Marshall , La Galaxie Gutenberg, Paris, Mame, 1967.

⁵ Wolfgang Iser, « L'acte de lecture, théorie de l'effet esthétique », Trad. De l'allemand par Evelyne Szner, Bruxelles : P. Mardaga, 1985.

رابعاً) المواقع الإلكترونية:

¹ أرشيف المدونة الإلكترونية، طه نجم، الاتصال الجماهيري، الماهية والوظائف، الرابط:
http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_29.html

² محمد جاسم فليحي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية بالدمار، الرابط:
http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html