

المحاضرة الثامنة: إحصالية المعنى في التلقي التلفزيوني:

تشكّل دراسات التلقي Receiving Studies إتجاها بارزا وتحوّلا جذريا في مجال دراسة الجمهور، لأنّها تتعامل مع فرضية تتعلّق بالطابع الإحصالي لإنتاج المعنى، حيث تؤكّد هذه الفرضية أنّ المعاني ليست خصائص ثابتة في النصوص التلفزيونية، بل هي نتاج لتفسير المشاهد الذي يقوم على أساس قراءة النصوص، ويترتّب على ذلك أنه ليس ثمة شيء في النصوص يمكن لعمليات الفهم والإدراك أن تراه مطابقا لما يقصده منتج النص، وإنما يوجد في مقابل ذلك عملية تفسير يُنتج المشاهد الدلالات من خلالها عبر نشاط تأويلي، ومادامت معاني التلفزيون متوقفة على النشاط التفسيري، فإنّ طابع هذا التوقف يختلف حسب المستويات المختلفة التي يحدث فيها تفاعل (نص/مشاهد)-(text/viewer)، ومن أجل إستكشاف الطبيعة العامة لعلاقات (تفاعل/ تفسير) لا بدّ من التمييز بين مستويين إثنين على النحو التالي :

1-1 الفهم والإدراك:

يحوّل المشاهدون في هذا المستوى ما يشاهدونه ويسمعونه على الشاشة إلى " معنى " أساسي لما يعرض أو يقال ولما يحدث فعليًا، وفيما يتعلّق بالحديث يقوم هذا النشاط الأوّلي في عملية صنع المعنى باستخدام الألفاظ والسياقات التي تتم فيها هذه الإستخدامات، ومن ثمّ فإنّ النشاط التفسيري ما هو إلاّ مجموعة من القواعد والمعايير المستخدمة في عمليات التعرّف على ما يشاهد ويسمع.

2-1 الاستجابة:

وهي مستوى من التفسير تظهر نتائجها من خلال عمليات التفاعل بين النص والمشاهد، وذلك من خلال تقييم المشاهدين الخاص والواعي لما شاهدوه وسمعوه، وهو يحقّق معنى ودلالة داخل إطار ميولهم ومعارفهم، حيث أنّ هذه الاستجابات إزاء البرامج التلفزيونية تختلف وتتنوع إلى حد بعيد، مقابل كل النزعات السلوكية القوية لأبحاث التأثير الكلاسيكية والتصوّرات المتعلّقة بالقوّة الكلّية المطلقة للنصية (textuality) التي أبرزها العديد من الباحثين في الآثار الإيديولوجية، حيث أصبح التوكيد الجديد يركّز أكثر على عملية التأويل التي تشرح كيف يختلف المشاهدون ويتميزون إلى حد بعيد بخصوص التفسيرات التي يعطونها لما يشاهدونه، وتجدر الإشارة هنا إلى حقيقة أن الآثار التي قد يتركها البرنامج على المشاهد تعمل دائما من خلال معنى من نوع ما، وهذا المعنى هو نتاج التأويل.

2- جمهور التلفزيون " الفاعل " :

تعتبر مشاهدة التلفزيون مجموعة من الأنشطة ذات شكل إجتماعي وثقافي، حيث يتعلق جانبا منها بالمعنى الخطابي، ومشاهدو التلفزيون مبدعون وفاعلون، فهم لا يتقبلون ببساطة ودون نقد للمعاني النصية؛ بل يتعاملون معها من خلال قدراتهم ومهاراتهم الثقافية المكتسبة سابقا، علاوة على ذلك فإنّ النصوص لا تُجسّد مجموعة واحدة من المعاني الخالية من الغموض والإبهام بل تحمل معاني متعددة ومن ثمّ فإنّ أفراد الجمهور فاعلون حقيقيون، حيث سيتعامل أفراد الجمهور المكونين بصورة مختلفة مع معاني نصية مختلفة ولذلك يطلق عليهم: " جمهور فاعل.

وفي هذا الصدد ومن منظور التفاعلات الرمزية، يرى (بلومر) بأنّ جماعة الأفراد المتفاعلين تولّد صيرورات إجتماعية تنتج المعنى ومن هذا المعنى تتأتى الحقائق التي تمثل العالم الحقيقي الذي يقضي فيه الأفراد حياتهم، فهكذا يوجد الآن قدر وفير من الأعمال والبحوث حول جمهور التلفزيون داخل تقليد الدراسات الثقافية، حيث يتلخص إهتمامها في الجملة التالية: " تنظر هذه الدراسات إلى الجمهور على أنّه منتج فاعل وواسع الإطلاع للمعنى وليس مجرد متلقٍ يتأثر بالنص " ، ولكن ينبغي توضيح بعض النقاط حتى يتجلى المعنى أكثر:

- المعاني مقيّدة بأسلوب بناء النص والسياق المنزلي والثقافي الذي تجرى فيه المشاهدة.
- يرتبط بناء المشاهدين للمعاني بالسياقات التي يشاهدون فيها التلفزيون وروتين الحياة اليومية.
- يستطيع الجمهور التمييز بسهولة بين الواقع والخيال والتلاعب بالحدود بينها بفاعلية.
- عمليات بناء المعنى ومكان التلفزيون في روتين الحياة اليومية تتفاوت من ثقافة لأخرى، من حيث النوع والطبقة داخل المجتمع الثقافي الواحد.

فنموذج الجمهور " الفاعل " يشكّل جزءا من إتحاه الدراسات الثقافية ويركز بشكل أوسع على النشاط الموجه نحو المعنى للمستهلكين الذين ينتقون ما يتناسب معهم، ومن ثمة فإنّ العلاقة بين النص والمشاهد علاقة تفاعلية يقترب فيها المشاهد من النص وهو يحمل توقعات معينة ثم تتعرض للتعديل أثناء المشاهدة، وهكذا فإنّ الفهم يحدث دائما من وجهة نظر الشخص الذي يفهم ولا يتضمن إعادة إنتاج معنى نصي محكم بل يتم " إنتاجه " من قبل المشاهدين.