

## المحاضرة الثامنة

### التلقي في المشاهدة التلفزيونية

#### 1. أشكال تلقي الرسائل التلفزيونية:

إن التلقي التلفزيوني هو فعل استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية (برامج) من خلال الوسيلة الجماهيرية المتمثلة في التلفزيون، ويرتبط فعل التلقي بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل و مضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات ويصاحبه في ذلك عنصرا إتاحة وتوافر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور ، وهناك ناحية أخرى متعلقة بخصائص وعادات الجمهور و الجماعات و مرجعيتها تتضمن سمات نفسية وثقافية واجتماعية واقتصادية. ومن المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين في العملية الإعلامية (المشاهدة التلفزيونية)، أنه لا يعتبر مجرد متلق يتعرض ويتأثر أو لا يتأثر بالخطاب الإعلامي ، لكنه طرف متفاعل ونشط في هذه العملية، لذلك فإنه يقوم بدور بمجرد أن يتفاعل مع الخطاب الإعلامي، وينعكس ذلك من خلال إظهار ذاته الاجتماعية من جهة وإسهامه كطرف في حركية العملية الإعلامية واستمراريتها من جهة ثانية. ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها، والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناء على الممارسة التي يقوم بها المتلقي كطرف في المشاهدة .

ويمكن تحديد عدة أشكال لفعل التلقي، والتي تختلف باختلاف التطبيقات:

▲ **التلقي الاختياري:** يتمثل هذا النوع من التلقي في الفعل الإرادي الذي يمارسه الفرد المشاهد، قصد طلب المعلومات وتلقها للتفسير أو الاستطلاع على رسالة اتصالية معينة دون أخرى، فتكون المشاهدة مقصودة و تابعة من رغبة واختيار الفرد ، وقد يتم التلقي الاختياري بشكل مخطط له كانتظار الفرد لبرنامج معين في وقت محدد من جراء تعوده على متابعته يوميا، وقد يحدث هذا النوع من التلقي عن طريق الصدفة أي دون التخطيط لنوع البرنامج المشاهد، وهذا ما يظهر لنا من خلال عثور المشاهد عن طريق الموائبة على برنامج معين ينال إعجابه ودون قصد ففي هذه الحالة تكون المشاهدة اختيارية.

▲ **التلقي غير الاختياري:** وهو التلقي الذي يحدث بصورة اضطرارية أو إجبارية، نتيجة لمؤثرات تتعلق بالمصلحة الحقيقية في موضع الرسالة أو التماسها للترقية أو الحاجة إلى التنوع، و المؤثرات تتعلق الظرف الاتصالي، كالمشاهدة لتجنب معارضة الآخرين.

كما يمكن أن يكون التلقي مباشرا و غير مباشر:

▲ **التلقي المباشر:** الذي يتم عندما تناسب الرسائل التلفزيونية من الجهاز الى الحواس البشرية بصورة مباشرة، فالأفراد يشاهدون التلفاز بعلاقة حقيقية و مباشرة ، حيث يتعرض الأفراد للتلفاز بصورة مباشرة باعتباره وسيلة منزلية.

▲ **التلقي غير المباشر:** ففي هذا النوع من التلقي، لا تقف حدود التلقي المباشر فهما أو تفسيراً عند حدود الأفراد وإنما تنتقل و تفسر الرسائل إلى الآخرين بشكل غير محسوس وهنا يصبح الحديث عن التلقي غير المباشر ، حيث لا تقتصر حدود التعرض للتلفزيون باعتباره وسيلة جماهيرية على المشاهدين بشكل مباشر ، وإنما يسير وفق وسطاء مثلما يحدث وفق نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين من خلال قادة الرأي .

## 2. التجربة التلفزيونية وأثرها على عملية المشاهدة:

تعرف المشاهدة التلفزيونية بـ "عدد الأشخاص الذين شاهدوا أو يشاهدون برنامجاً تلفزيونياً في وقت محدد"، وتتضمن المشاهدة ناهيك عن المساحة التي يقضيها الجمهور أمام التلفزيون، البرامج التي تستقطبه قصد المتابعة، وكذا الوسيلة أي التلفزيون الذي يضم المشاهدة التلفزيونية على مسافة معينة قصد تكوين عادات المشاهدة. لذا يتفق المختصون على أن "المشاهدة فعل اجتماعي"، غير أنهم يختلفون في وصف وتحديد هذا الفعل، بحيث يراه البعض بأنه:

▲ **المشاهدة ممارسة واعية:** وذلك لأننا نشاهد التلفزيون لتلبية حاجة محددة وللرفع من درجة تفاعلنا مع وسطنا الاجتماعي، فما يبثه التلفزيون غالباً مادة للحديث والحوار وإبداء الرأي.

▲ **المشاهدة شكل من الإنتماء والارتباط:** بأفراد المجتمع الذين يشاركونهم المشاهدة.

▲ **المشاهدة فعل مجارة الغير:** إننا نشاهد التلفزيون لأن غيرنا يشاهده.

▲ **المشاهدة سلوك مرتبط بالعادة والتعود:** إلى درجة أنه تغلغل في روتين حياتنا اليومية، إننا نشاهد التلفزيون ليؤنس وحدتنا، بدليل أننا نشغل التلفزيون بمجرد الدخول إلى البيت وننصرف لقضاء حاجتنا البسيطة ونتابع ما يبثه بالسمع.

مما سبق ذكره ، نستطيع القول أن التجربة التلفزيونية هي ذلك التفاعل أو الدور الذي يضيفه المتلقي على عملية المشاهدة وتكون هذه التجربة إما سيكولوجية (ترتبط بالمتعة) أو نقدية. وتحتل هذه الأخيرة نشاطاً مهماً ضمن الأنشطة التي يقوم بها المتلقي في عالم حياته اليومية، ضف إلى ذلك فإن التلفزيون يتطلب انتباهاً لأنه يوظف حاسي السمع والبصر.

فالمشاهد لا يستطيع أن يفعل شيئاً آخر وهو يشاهد التلفزيون وإلا أدى ذلك إلى قطع عملية المشاهدة – وبالتالي يندمج تماماً في المشاهدة ، لأن مضمون البرامج التلفزيونية محدد، وليس مضموناً مجرداً لا يستطيع المشاهد أن يتحكم فيه. أي لا يستطيع إعادة اللقطات أو الكلمات التي قد تفوته، كما أن جاذبية الصورة تتميز هي الأخرى بالسرعة وبالتالي لا يمكن التحكم فيها أثناء المشاهدة ، على خلاف الصحيفة والكتاب الذين يستطيع المتلقي أن يرجع إليهما وقت ما شاء.

وبعبارة أخرى ، فالتجربة التلفزيونية تمثل ذلك الاستغراق الزمني المتتابع الذي يقضيه المشاهد في تلقيه للبرامج التلفزيونية وبمجرد وجود أي عائق سواء تعلق بمشكل اللغة أو بالوسيلة في حد ذاتها كوجود الوصلات الإخبارية، مثلاً يؤثر عليها ومن ثم يؤثر على انتباهه وإدراكه، لأن التجربة التلفزيونية عبارة عن ارتباط نفسي شعوري، إذ يبقى خيال الفرد فيها مشدوداً بما تم

مشاهدته، حيث ترتبط تجربة المشاهدة التلفزيونية بالتجربة الجمالية لدى المشاهد، إذ لا يمكن الحديث عن هذه التجربة بمعزل عن الفعل التلفزيوني الذي يتنوع بتنوع الأنواع التلفزيونية (أخبار، ودراما، وأشرطة وثائقية... إلخ).

وانطلاقاً من هذا الاعتبار، فإن التجربة التلفزيونية ما هي إلا حالة نفسية شعورية تعم عملية المشاهدة التلفزيونية من بداية الإحساس والتلقي لمجمل الصور إلى بداية اللذة والمتعة الجماليتين اللتين تحدث عند المشاهد، لكن وبفضل انتشار البث التلفزيوني المباشر وتعدد القنوات التلفزيونية والبرامج في حد ذاتها، فإن تجربة المشاهدة التلفزيونية لا تلبث أن تستقر على نمط واحد من المشاهدة، بل تتعدى ذلك إلى أنماط للمشاهدة حيث ميز (روبرت ألان Robert ALIN) بين ثلاثة أنواع من التجارب التلفزيونية:

**1. مشاهدة الأوبرا الصابونية:** حيث يكون المشاهد في هذه البرامج تابعاً للتتالي السردى التخيلي لبنية النص التلفزيوني أثناء عملية المشاهدة التلفزيونية.

**2. مشاهدة التلفزيون التجاري:** يكون المشاهد في هذه المشاهدة مشخصاً، أي يرتبط ببرامج الأخبار والإعلانات التلفزيونية التي تقدم رسائل واضحة بدلالات مفهومة إلى المشاهد، بمعنى تخاطب المشاهد على نحو مباشر.

**3. مشاهدة البث المباشر لمجريات الأحداث:** حيث يكون زمن المشاهدة والبث هو زمن واحد، أي معاشيته حقيقة، ويحدث هذا أثناء نقل الأحداث مباشرة من مكان وقوعها كالزلازل والفيضانات والحروب.

كما ترتبط التجربة التلفزيونية بتلك الصيرورة التي من خلالها يبقى الفرد مشدوداً بعينيه لما يراه، مما يؤدي إلى تجربة جمالية تجعل الفرد يتوجه أساساً نحو لحظة المتعة أو الألم، علماً أن المرئي لا يخاطب وعي الفرد بقدر ما يتوجه إلى استثارة عواطفه والحصول على استجابة آنية في العلاقة مع المنبه. إذ أن المشاهد عندما يتحول من عالم الحياة المادية إلى عالم آخر (رمزي، وسائل الإعلام) فإنه يتخلى عن عالمه السابق وهذا نتيجة لسيطرة الانتباه، فالمشاهد يعطي للشئ الذي اختاره زمناً من الانتباه إلى غاية انقضائه عنه.

وتمر تجربة المشاهدة التلفزيونية حسب (ولبار شرام Wilbur SCHRAMM) عبر عدة متغيرات ينبغي أخذها بعين الاعتبار تتمثل في الاستعداد العقلي والمعايير الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، وبالتالي فإنها تجربة معقدة تتداخل فيها ثقافة المشاهد وثقافة المنتج، كما تتداخل فيها قوة تأثير الرسالة التلفزيونية مع قدرة الفرد المشاهد على الانتقاء والاختيار أثناء التعرض، والتي تكون في شكل استجابات شعورية ونفسية تتمثل في: ارتياح المشاهد أو غضبه، رضاه أو نقده لما يشاهده.

وبعبارة أخرى فإن تلقي البرامج التلفزيونية يظهر كتجربة ذات صلة وثيقة بالزمن المشاهد يرسم من خلالها المشاهد كل الأفعال التي تلقاها سواء في الزمن الماضي أو الحاضر أو المستقبل وذلك عن طريق تركيز انتباهه حول البرنامج المشاهد من جهة، وممارسته لفعل التأويل الذي من خلاله يستنتج الدلالات من جهة أخرى.

ويمكن أن نلخص جوهر التلقي في المشاهدة التلفزيونية في المراحل التي تحدث من خلالها عملية التلقي من خلال ما يلي:

**▲ التأثير:** ويتم ذلك من خلال اندماج المشاهد مع العرض المشاهد، مما يؤدي به إلى شعوره وكأنه أمام شي حقيقي، وبالتالي يولد لديه متعة المشاهدة ومن ثمة التأثير على شعوره ونفسيته.

▲ **التطهير:** هذا المفهوم له علاقة بالتأثير الإنفعالي لدى المتلقي، وما هو إلا عبارة عن الإنفعال الذي يحرر المشاهد الضارة، وينتج هذا النوع من الإنفعال خاصة عندما يشاهد المتلقي أعمال العنف مما يؤدي به إلى تفريغ شحنه العنف الموجودة عنده، وهذا ما يؤدي إلى خلق متعة أنية بالنسبة إليه.

▲ **التمثل أو التماهي:** ويدل على العملية السيكولوجية غير الواعية، حيث يميل الإنسان من خلالها إلى التشبه بإنسان آخر، أي يتقمص عاطفيا، ويتمثل المشاهد التي يشاهدها في البرنامج، فمثلا يرى المشاهد في مشهد عذاب البطل هو عذابا لنفسه، وهذا ما يسمى بمفهوم التقمص العاطفي أو الوجداني، وبالتالي فعملية التمثل ما هي إلا عملية نفسية يحاول من خلالها الفاعل معايشة نفس الوضعية ولكن خياليا.

▲ **التأويل:** يتم في هذه المرحلة ضمن التجربة التلفزيونية تفسير الخطاب الذي تلقاه المشاهد انطلاقا من خبراته الشخصية وتنشئته الإجتماعية، وبالتالي التعرف على دلالات ومعاني النص التلفزيوني وهذا طبعا بعد توظيفه لأدواته الإدراكية الخاصة به.

انطلاقا من هذا المنظور، فإذا كانت التجربة التلفزيونية عبارة عن عملية معقدة ترتبط خاصة بالحالة النفسية للمشاهد، فإن هذه الأخيرة قد تخلق متعة جمالية أثناء المشاهدة، حيث تمثل المتعة درجات لا يمكن قياسها بجهاز خاص، لكن يمكن قياسها من خلال ما تحدثه في نفس المتلقي من بهجة وسرور أو دهشة، وبالتالي فإن المتعة هي محصلة التجربة التلفزيونية، والتي تعكس حالة شعورية ترتقي بالمشاهد إلى مستوى الراحة والاسترخاء بفعل يولد اللذة البصرية التي تخاطب عواطف المشاهد، علما أن التلفزيون ما هو إلا مجموعة من الصور والأصوات يقرأها المتلقي بطريقته الخاصة، ومتعة المشاهدة ما هي إلا نتيجة من نتائج الحصول على المعنى والتفسير والتأويل الذي يتوصل إليه المشاهد بعد مشاهدته للبرامج التلفزيونية، وبطبيعة الحال فإن هذه المتعة تختلف من شخص لآخر.

غير أن هذه المتعة قد لا تكتمل بصفة نهائية، وذلك لتدخل عدة متغيرات مرتبطة بالدرجة الأولى، بوجود وصلات إخبارية التي قد تؤثر على المتلقي في استمرار انتباهه وتركيزه على البرنامج، مما قد يؤدي إلى التأثير عليها (المتعة التلفزيونية) من جهة، ومن جهة أخرى المتعة التي يجدها في الومضات الإخبارية هي الأخرى لا تكتمل نظرا لمحدودية وقت الومضة في حد ذاتها، إلا أن المشاهد إذا وجد هناك إغراء أو متعة في البرنامج المشاهد فقد يرجع لمتابعته بعد الوصلة الإخبارية.

عليه، فإن المشاهدة التلفزيونية ما هي إلا تجربة إعلامية تستدعي مشاركة سيكولوجية من طرف المشاهد، لأن التلفزيون ما هو إلا وسيلة يوظف الصورة والصوت مما يؤدي إلى جذب المشاهد نحوه وجعله يوظف قدراته للتفاعل والمشاركة من خلال عمليات الانتباه والإدراك والتأويل التي يولمها لنشاط المشاهدة. هذا إذا أخذنا بعين الاعتبار أن تلقي النص التلفزيوني هو تلقي متسلسل ومتربط؛ وجود أي عائق يؤثر عليه كما سبق الإشارة إليه. ومن بين المعوقات الأخرى التي تؤثر على المشاهدة التلفزيونية وجود آلة التحكم عن بعد وهذا ما سوف نتطرق إليه في العنصر القادم.

### 3. احتمالية المعنى في التلقي التلفزيوني:

تشكل دراسات التلقي اتجاهها بارزا وتحولا جذريا في مجال دراسة الجمهور، لأنها تتعامل مع فرضية تتعلق بالطابع الإجمالي لإنتاج المعنى، حيث تؤكد هذه الفرضية أن المعاني ليست خصائص ثابتة في النصوص التلفزيونية، بل هي نتاج لتفسير المشاهد الذي يقوم على أساس قراءة النصوص، ويترتب على ذلك أنه ليس ثمة شيء في النصوص يمكن لعمليات الفهم والإدراك أن تراه مطابقا لما يقصده منتجو النص، وإنما يوجد في مقابل ذلك عملية تفسير يُنتج المشاهد الدلالات من خلالها عبر نشاط تأويلي.

ومادامت معاني التلفزيون متوقفة على النشاط التفسيري، فإن طابع هذا التوقف يختلف حسب المستويات المختلفة التي يحدث فيها تفاعل (نص / مشاهد Viewer)، ومن أجل استكشاف الطبيعة العامة لعلاقات (تفاعل / تفسير) لابد من التمييز بين مستويين اثنين على النحو التالي:

▲ **الفهم والإدراك:** يحول المشاهدون في هذا المستوى ما يشاهدونه ويسمعونه على الشاشة إلى "معنى" أساسي لما يعرض أو يقال ولما يحدث فعليا، وفيما يتعلق بالحديث يقوم هذا النشاط الأولي في عملية صنع المعنى باستخدام الألفاظ والسياقات التي تتم فيها هذه الإستخدامات، ومن ثم فإن النشاط التفسيري ما هو إلا مجموعة من القواعد والمعايير المستخدمة في عمليات التعرف على ما يشاهد ويسمع.

▲ **الاستجابة:** وهي مستوى من التفسير تظهر نتائجها من خلال عمليات التفاعل بين النص والمشاهد، وذلك من خلال تقييم المشاهدين الخاص والوعي لما شاهدوه وسمعوه، وهو يحقق معنى ودلالة داخل إطار ميولهم ومعارفهم، حيث أن هذه الاستجابات إزاء البرامج التلفزيونية تختلف وتنوع إلى حد بعيد.

إذن، مقابل كل النزعات السلوكية القوية لأبحاث التأثير الكلاسيكية والتصورات المتعلقة بالقوة الكلية المطلقة للنصية Textuality التي أبرزها العديد من الباحثين في الآثار الإيديولوجية، أصبح التوكيد الجديد يركز 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.

#### 4. جمهور التلفزيون "الفاعل":

وتعتبر مشاهدة التلفزيون مجموعة من الأنشطة ذات شكل اجتماعي 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 فإن النصوص لا تجسد مجموعة واحدة من المعاني الخالية من الغموض والإبهام بل تحمل معاني متعددة ومن ثم فإن 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 BLUMER) بأن جماعة الأفراد المتفاعلين تولد صيرورات اجتماعية 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 اهتمامها في الجملة

التالية: "تنظر هذه الدراسات إلى الجمهور على أنه منتج فاعل وواسع الإطلاع للمعنى وليس مجرد متلق يتأثر بالنص"، ولكن ينبغي توضيح بعض النقاط حتى يتجلى المعنى أكثر:

- المعاني مقيدة 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.

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