

المحاضرة العاشرة

مقاربات دراسة التلقي في المشاهدة التلفزيونية

إن تحليلات الأنظمة الرمزية أو الثقافية (وسائل الإعلام) ليست علومًا تجريبية تبحث عن قوانين، بل هي علوم تأويلية تبحث عن دلالات ينتجها المتلقون، وما على الباحث في ميدان الإعلام إلا وصف وتحليل هذه الدلالات الناتجة من جراء تفاعل المتلقي مع المادة الإعلامية، إذ أصبح ينظر لهذه الأعمال بأنها الجيل الجديد من الدراسات الإعلامية والتي أصبحت تسمى تحت اسم دراسات التلقي الحديثة، ومن بين هذه الدراسات التي أعطت دفعا قويا لظهورها نذكر المقتربات التالية:

1. المقرب الإثنوغرافي:

على الرغم من كون المنهج الإثنوغرافي* منهجا قديما تم توظيفه في ميدان الأبحاث الاجتماعية، إلا أن أبحاث الاتصال في السنوات الأخيرة أصبحت تعتمد عليه في دراساتها، ومن أشهر الباحثين في ميدان الاتصال الذين قاموا بتوظيفه نذكر بعض أعمال (دايفيد مورلي David MORLEY) مع ملاحظة أن الأعمال الأولى المؤسسة لهذا المنهج هو عمل الباحث (ريتشارد هقار Richard HOGGART) الذي حاول من خلاله دراسة مختلف الأبعاد الخاصة بالحياة اليومية للطبقة العاملة في إنجلترا ووصفها وصفا دقيقا، خاصة وأن انتشار التلفزيون في تلك الفترة أدى إلى ولوج الثقافة الجماهيرية في تلك الأوساط الشعبية وهذا ما كرس ظهور نوعا من المقاومة لمواجهتها.

وقد عمل (مورلي MORLEY) على الابتعاد عن الإنهيار بالنموذج السيميولوجي الذي يفترض قراءة منمطة وموحدة للصور، وعمل على تبني نموذج (ستوارت هال Stuart HALL) المشهور في ميدان بحوث الاتصال الترميز وفك الترميز حيث يحتل عمل (مورلي MORLEY) المتصل بإثبات الطابع الفاعل للجمهور داخل الدراسات الثقافية قدرا كبيرا من الأهمية، إذ سمح للعديد من الدراسات باتخاذها كمرجعية ومنهجية لأعمالهم، وتتمثل بعض أعمال هذا الأخير فيما يلي:

▲ جمهور برنامج Nationwide :

تعتبر هذه الدراسة التي أجريت عام 1980 بمثابة تحول فاصل في الإتجاه البحثي لما يعرف بالدراسات الإعلامية، فقد ركزت هذه الدراسة على تحليل برنامج إخباري بريطاني موجه إلى جمهور واسع غير متجانس، يتكون من 29 مجموعة كانت قد شاهدت هذا البرنامج في BBC1، وتعكس هذه المجموعات بنايات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وقد توصل الباحث إلى نتيجة مفادها أن النص لا يتم إنتاجه بطريقة معزولة وإنما تتدخل فيه مجموعة من الشروط التاريخية تعطي للنص دلالاته من جهة، ومن جهة ثانية أعاد التوكيد على أن الرسالة متعددة المعاني نتيجة لتعددية القراءات.

* المنهج الإثنوغرافي هو مجموعة من الخطوات والأدوات المتبعة لفهم أساليب وطرق عيش مجتمع ما في إحدى جوانب الحياة اليومية مثل (تلقي مضامين وسائل الإعلام من طرف الجمهور)، وذلك من خلال معرفة أفكار أفرادهم ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكياتهم، وما يصنعوه من أشياء وكيف يتعاملون معها، ويتم ذلك عن طريق الملاحظة في الوضع الطبيعي لحياتهم.

▲ تلفزيون العائلة Family télévision :

انتقل (مورلي MORLEY) في هذه الدراسة من التركيز على دراسة مضامين وسائل الإعلام إلى بحث إشكالية الجمهور من خلال معرفة الكيفية التي يكون بها الجمهور معانيه نتيجة تعرضه للنصوص الإعلامية، ومن ثمة فإن مبدأ فك التشفير الذي اعتمد عليه في دراسته الأولى ترك المجال لدراسة "سياق المشاهدة التلفزيونية وصيرورتها"، والتي تعتبر منهجية رئيسية لفهم النشاط الذي يقوم به المتلقي من خلال مشاهدته لبرنامج معين.

كما كانت هذه الدراسة تهدف إلى اكتشاف مختلف التفاعلات التي تحدث بين أعضاء العائلة أمام جهاز التلفزيون -بطبيعة الحال أثناء المشاهدة - وذلك في السياق الطبيعي لتلقي البرامج التلفزيونية أو كما يسمى المحيط العائلي، علما أن الدراسة اشتملت 18 عائلة إنجليزية مكونة من شخصين بالغين وطفلين، ينتمون في أغليبيتهم للطبقة العاملة وهم الملاحظين والمستجوبين في هذه الدراسة، وكان الهدف الأساسي لـ (مورلي MORLEY) في هو اكتشاف الاختلافات بالنسبة لكل عائلة ولكن أيضا بين العائلات في حد ذاتها في سياق المشاهدة التلفزيونية من جهة، ومن جهة ثانية بسطة الاختيار بين الجنسين، علما أنه لم يهمل إطار التحليل لبنية الجمهور على مستوى الطبقة والتعليم والإيديولوجية التي يعتنقها الأفراد حيث اعتبر الطبقة الاجتماعية عاملا أساسيا يؤثر بطريقة مباشرة في كيفية المشاهدة ومختلف التأويلات التي يتوصل إليها الأفراد، ومن هذا المنظور درس (مورلي MORLEY) كيفية استهلاك الجمهور للتلفزيون وذلك في إطار اجتماعي -تقني وثقافي واسع، من خلال فهمه للتعقيد الذي تتسم به ظاهرة التلقي انطلاقا من طريقة تعامل كل عائلة مع التكنولوجيات المنزلية ومختلف التأويلات التي تصاحب سياق المشاهدة.

وانطلاقا من هذا الاعتبار، حاول الباحث اكتشاف مختلف التفاعلات التي تحدث داخل الأسرة حول شاشة التلفزيون الذي يحتل مكانة هامة في النشاط العائلي وتوليد مختلف القراءات الخاصة بهم من خلال المعنى والمتعة والاستخدام والاختيار. وتم التوصل لأن فعل التلقي يمر عبر أربعة أطروحات التي هي ثابتة في مراحلها ولكنها مختلفة في جوهرها من متلق إلى آخر حسب الفروقات الفردية، والتجربة والخبرة السابقة للمتلقي تتمثل في:

1. التلقي = القيام بفعل: فعند مواجهة المتلقي لمحتوى معين كصورة مثلا أو نص فهنا لا توجد معاني، ولا أثر للمعاني، لكن هناك أشكال، أصوات، يعمل وعي المتلقي في هذه اللحظة على تقديم دلالات لها، فالتلقي هنا يشكل نشاطا أساسيا لتكوين المعنى نتيجة لاستقبال أشكال مختلفة كما يلعب الانتباه دورا هاما في هذه المرحلة.

2. التلقي = معايشة ثلاثة مستويات: يرتبط التلقي في هذه الأطروحة بالعلاقة التي يقيمها المتلقي مع النصوص التي يتلقاها وذلك من خلال المشاركة، التي تتم من خلال ثلاث مستويات:

- **المستوى الأول:** للمتلقي هنا علاقة مع نظام من الرموز الملموسة (كالألوان، الأشكال، الأصوات..)، إذ يقوم المتلقي هنا بمقارنة كل ما يتلقاه في العالم الرمزي (وسائل الإعلام) مع ما هو موجود في العالم المادي (الحقيقي)، علما أن المحيط الرمزي ما هو إلا محيط تابع للعالم الثاني (المادي)، فهنا المتلقي يستقبل مختلف الأفعال الخاصة عن طريق إدراكه ومراقبته لبيئته.

- **المستوى الثاني:** ويحصل هنا التفاعل بين المتلقي والرسالة التي يستقبلها، حيث يركز انتباهه مع المحتوى من حيث فهم السلوك والإيماءات الصادرة عن الشخصيات الموجودة في المحتوى، فيصدر رد فعل قد يكون بالضحك أو الخوف... إلخ.

- **المستوى الثالث:** وهنا يقوم المتلقي بمقارنة ما شاهده في المستوى الأول والثاني وتقييم ونقد كل ما تم استقباله أي التعلم مما شاهده في الرسالة الإعلامية وذلك من أجل تخطي العقبات.

3. **التلقي = التعبير:** هنا يتم التعبير عن كل ما استقبله عن طريق حدوث الانفعالات وإصدار الأحكام، ويكون ذلك من خلال أربعة مراحل:

- شكل الموضوع الذي يستقبله والمعرفة التي يكتسبها، تسمح للمتلقي بمقارنة كل ما استقبله

- فضول المتلقي لفهم النص، يساعده على اكتساب فائدة تمكنه من تقييم والحكم على ما تم استقباله

- مواقف المتلقي من المحتوى الاعلامي تعبير على المعنى الذي توصل لفهمه من الرسالة

- توقعات المتلقي وميولاته تلعب دورا هاما في شرح وفهم المحتوى الذي يتلقاه.

4. **التلقي = تشكيل صور:** أي أن التلقي هو نظام من الأشكال، لأن المتلقي يقوم بوصف وتحويل كل ما استقبله من رسائل إعلامية في إدراكه إلى أشكال وصور.

2. مقرب الإستخدامات والإشباعات:

تتنوع وتتعدد الدراسات التي تتخذ من مقرب الإستخدامات والإشباعات منطلقا للوصول إلى النتائج المرغوبة فيها، إلا أنه تم التركيز على الدراسة التي أجراها كل من الباحثين (إيليهو كاتز Ilihu KATZ) و(تمار ليبز Tamar LIEBES) عام 1991، فقد انفتحت السوسيولوجيا الوظيفية خلال السبعينات من القرن العشرين على الدراسات التي تنتهي إلى تيار الإستخدامات والإشباعات، إذ شرح (كاتز KATZ) - أحد الوجوه البارزة في هذا التيار- كيف تم تطوير هذا الإتجاه ليصبح إشكالية، واستمر البحث على النحو نفسه إلى غاية أن عمق هذا التيار في الثمانينات مفهومه للقراءة المتفاوض عليها، أي أن المعنى والتأثيرات تنتج من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور، وأن فك الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال، إذ شكل مسلسل "دالاس" في الثمانينات من القرن الماضي موضوعا يسمح بالتحري عن هذه الفرضيات، التي تستند إلى طبيعة الجمهور بأنه نشط وفعال ومشارك حقيقي في عملية الاتصال، وذلك من خلال انتقائية الجمهور للبرامج من جهة، والتأويلات والتفسيرات التي يضيفها على مختلف البرامج التي يتلقاها من جهة ثانية.

وتبرز أهمية الدراسة التجريبية لـ (كاتز KATZ) و(ليبز LIEBES) من خلال دراسة تلقي مسلسل "DALLAS" بين مشاهدين ينتمون إلى عدد من الخلفيات الثقافية والعرقية، حيث كانت هذه الدراسة تبحث عن أدلة متصلة بالتفسيرات المختلفة للمسلسل من حيث الفهم والمقدرة النقدية، وقد افترضَ أن أفراد المجموعات سيناقشون النص بعضهم مع بعض ويترحون تفسيرات مبنية على الفهم الثقافي المتبادل.

ولقد شكلت هذه الدراسة مثالا رمزيا لتطور دراسات الجمهور، حيث جمعت بين فروع مختلفة، أي الإستخدامات من جهة وتأويل النصوص من جهة ثانية، وكان هدف هذه الدراسة يتمثل في محاولة تقديم قراءة المشاهدين للمسلسل التلفزيوني ومختلف تأويلاتهم لأحداث هذا المسلسل، حيث اعتمد الباحثان على منهجية مقارنة لمجموعات عرقية مختلفة (عرب إسرائيل، والمهاجرون الروس، والمهاجرون المغاربة، والكيبوتز kibboutz) التي كانت تشاهد المسلسل.

ويشير (كاتز KATZ) إلى أن هذه الدراسة تركز على التلفزيون كنص وليس على الوسيلة في حد ذاتها، وذلك من خلال مسار المشاهدة من طرف المتلقي، علما أن هذه الدراسة تندرج ضمن مقترب الإستخدامات والإشباعات والتي تعطي أهمية للمتلقى الفرد في حد ذاته وذلك لاستنتاج مختلف المعاني والتأويلات نتيجة تعرضه وتلقيه للبرامج التلفزيونية من جهة، ومن جهة ثانية تندرج هذه الدراسة ضمن دراسات التلقي الحديثة التي أبرزت أهمية النصوص والمتلقي في حد ذاته بغض النظر عن الوسيلة، كما حاولت هذه الدراسة رصد سلوك الجمهور من حيث اهتمامها بالتلقي ووصفه بأنه تجربة جماعية تساعد الفرد على الانتقال من الفضاء الفردي إلى الفضاء العمومي وذلك من خلال مختلف النقاشات التي يجربها المشاهدون.

كما توصلت الدراسة إلى أن كل جماعة ثقافية قدمت قراءة خاصة بها، فهناك نوعان من القراءات: قراءات مرجعية تحيل أحداث المسلسل إلى الحياة الواقعية، والنوع الثاني هو قراءات نقدية تعالج المسلسل بوصفه خيالا يخضع لأشكال سردية واتفق جمالي حول هذا المنتج الثقافي، وانطلاقا من هذا المنظور، بينت هذه الدراسة أن تفسير محتوى رسالة إعلامية مهما كان نوعها يتوقف على طبيعة الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، كما أن تجانس الرسائل لا يمنع أو لا ينفي التباين في التلقي.

3. المقرب البنائي:

من بين الأعمال التي تندرج ضمن الدراسات الحديثة لتلقي الجمهور للنصوص الإعلامية نجد أيضا المقرب الذي اهتم بالنصوص وعلاقتها البنائية من جهة والدلالات التي ينشئها الجمهور نتيجة فهمه لمعانيها من جهة أخرى، ومن بين هذه الدراسات نذكر دراسة كل من:

▲ التلفزيون والنقد المبني على القارئ لـ (روبرت ألان Robert ALIN):

يعتبر النقد المبني على القارئ من المقاربات النقدية المعاصرة التي نشأت وتطورت خلال الستينات والسبعينات؛ ويرى (روبرت ألان Robert ALIN) أن تأكيد النقد المعاصر على الشفرات والتقاليد عند دراسة النص والمرجعية المحتومة التي تقام بين النصوص، يبدو ملائما على نحو خاص لدراسة التلفزيون، فالتلفزيون واحد من أنظمة العلامات المعقدة الكثيرة التي من خلالها يجرب المشاهد العالم ويعرفه.

ويستخدم (ألان ALIN) النقد المبني على القارئ لشرح العلاقة التي تربط بين المشاهد وعوالم الأوبرا الصابونية Soap opera المبثثة في التلفزيون الأمريكي، إذ يرى مؤلف الدراسة أن هذه العلاقة تتضمن فعل قراءة يمكن أن يدوم عقودا من الزمن، ويختبر (ألان ALIN) مستعينا بهذا النقد، الصيغتين الرئيسيتين من صيغ ارتباط المشاهد بالتلفزيون: صيغة أفلام هوليوود، وفيها يكون ارتباط المشاهد على نحو مقنع، والصيغة البلاغية، وفيها تتم مخاطبة المشاهد مباشرة (وهذا ما يكون في الإشهارات التلفزيونية التي تخاطب المتلقي مباشرة)، وتظهر إمكانية الاستفادة من النقد المبني على القارئ في قراءة برامج التلفزيون من خلال كون أن النصوص التلفزيونية ما هي إلا نصوصا مقروءة والاختلاف يكمن في الوسيلة وحسب، وعليه فإن نظرية التلقي ونقد استجابة القارئ والنقد المبني على القارئ أسماء تطلق على تشكيلة من الأعمال في الدراسات الأدبية، تعطي الصدارة لدور القارئ في فهم النصوص واستقاء المتعة منها،

إذن ملاحظة أن المعنى لا يوجد إلا من خلال فعل القراءة، لم يتسبب في ظهور مقارنة واحدة للأدب، وإنما عدة مقاربات تهتم بدراسة كل من الفيلم والتلفزيون والأشكال الأخرى من النتاج الثقافي، وأحسن دليل على ذلك ما قام به (ألان ALIN) في دراسته هذه التي صدرت في كتاب عنوانه "قنوات الخطاب" والذي يضم ثماني دراسات، تتبنى كل منها مقارنة نقدية معاصرة في قراءة التلفزيون الأمريكي، حيث حاول (ألان ALIN) تطبيق النظرية الخاصة "بفعل القراءة" على التلفزيون، بل على شكل من أكثر أشكال السرد التلفزيوني شعبية المرتبط بـ "الأوبرا الصابونية"، إذ تساعد هذه النظرية على تفسير العلاقة بين مشاهدي الأوبرا الصابونية والعالم التخيلية المبنية على نحو يثير الغرابة.

ويرى (ألان ALIN) أن مشاهدة الأوبرا الصابونية تَنَنَظَّمُ بواسطة كونها مقسمة إلى حلقات يومية، وأن الصفة المميزة في الأفلام وبرامج التلفزيون، هو معدل قراءة المشاهد لها، فقراءة البرامج التلفزيونية على اختلاف أنواعها من عمل النص نفسه لا من فعالية قراءة المشاهد، حيث تنطلق الصور فيها بسرعة حسب معدل مقرر مسبقاً ولا يمكن تغييره، وليس تنظيم القراءة هذا في أوبرا الصابون والأشكال التلفزيونية الأخرى أمراً تقنياً فقط ولكن عرفياً أيضاً، إذ يوزع جزء محدد من النص على كل حلقة وعلى كل مشهد داخل الحلقة، وبلغه النقد المبني على القارئ يشكل الوقت بين نهاية إحدى الحلقات من أوبرا الصابون وبداية الحلقة التالية فجوة إجبارية، تجعل مشاهديها يتحدثون مع الآخرين عن قصصها، ولا توجد الفجوات النصية بين حلقات أوبرا الصابون فقط، بل توجد كذلك داخل كل حلقة، إذ تخطط كل حلقة حول موقع الإشهارات، بحيث أن المشهد الذي يسبق مباشرة إشهاراً يثير سؤالاً سردياً، ويعتبر راعي البرنامج النص السرد في أوبرا الصابون مجرد ذريعة للإشهار، أما في نظر المشاهد من ناحية أخرى، فقد يكون الإشهار إعاقة في السرد، أي فجوة أخرى بين أجزاء النص تترى فرصة ممتازة لتعيين أهمية المعلومات النصية السابقة، وإعادة صياغة التوقعات فيما يخص تطورات المستقبل.

إن الفجوات التي تكون بنية التجربة في مشاهدة أوبرا الصابون : الفجوات بين الحلقات، وبين المشهد والذي يليه، بالإضافة إلى الفجوات التي تحدثها حواجز الإشهارات، تغدو أهم حين يفكر المرء في البرنامج الذي يشاهده وكيف تؤثر على تعاقب الأحداث، وبالتالي فالنصوص التلفزيونية تحمل داخلها مكاناً مخصصاً ليشغله القارئ عن طريق فهمه وتأويله للمعاني الموجودة فيها، ويتم ذلك عن طريق فعل القراءة الذي من خلاله يطور المشاهد فهمه للبرنامج المشاهد.

٨ دراسة فك مدونات الأخبار (جوستين لويس Justin LEWIS):

تعتبر دراسة (جوستين لويس Justin LEWIS) بعنوان فك مدونات الأخبار Decoding Télévision News من بين المساهمات الهامة في ميدان بحوث التلقي، حيث تندرج هذه الدراسة ضمن مقرب "الإعلام العام"، الذي يدور محوراً حول مختلف العمليات التي يمكن من خلالها أن ينتج الجمهور معانٍ مختلفة، إذ ركز الباحث على عمليات صنع المعنى من التلفزيون بدلاً من التركيز على القضايا والقيم التي تنقلها التقارير الإخبارية التلفزيونية، حيث اعتمد الباحث على منهجية استجواب 50 مبحوثاً كانوا قد شاهدوا البرنامج، ثم قام بمقارنة ذلك بالخصائص المحددة للنشرة الإخبارية (نشرة العاشرة مساءً في القناة التجارية البريطانية ITN - تقديمات مقدم النشرة ومزجها للكلام والصورة وتوالي اللقطات ومواقع تقارير الصحفيين الموفدين وكيف تختتم القصة الإخبارية)، حيث ارتكزت دراسته على عملية المشاهدة وتأويلات المشاهدين لما سمعوه وشاهدوه من جهة واعتماده على بنية النص من جهة ثانية.

ولقد وظف (لويس LEWIS) مصطلحين استعارهما من النقد الأدبي لـ (رولان بارث Roland BARTH) وهما:

• **مصطلح Lexie أو "الكلمة أو العبارة":** حيث يشير إلى وحدة المعنى الذي يدركه المشاهد وليس وحدة محددة من قبل تحليل الباحث، والتي قد تختلف من مشاهد إلى آخر بسبب الإختلاف في العناصر البصرية واللفظية التي يسجلها المشاهد تتعلق بمسألة الإنتباه والإدراك الإنتقائي والإختلافات في المعنى التي يعزوها المشاهد إلى ما يسمعه ويشاهده، فمثلا: لقطات تظهر عمالا أمام بوابة المصنع قد يتم تسجيلها على أنها مهمة من طرف كل المشاهدين لكن البعض قد يبني (Lexia كلمات أو عبارات) عمال عاديين والآخر قد يبني Lexia تشير إلى نقابة.

• **مصطلح Thème أو "المشبه":** ويشير إلى فئة من المعنى تقع على مستوى أعلى من الكلمة أو العبارة، ويولد المشاهدون المشبهات من الأقسام المختلفة من القصة الإخبارية من خلال توليف Lexia أي الكلمات أو العبارات لإنتاج معاني في شكل اقتراحات فيما يتعلق بالمفردة وما تدور حوله وبما حدث أو لم يحدث، ونتائج هذه الدراسة تكشف عن أن المعاني التي يكونها المشاهدون من الأخبار ليست دائما تلك التي يقصدها منتجوا النصوص، إذ قد تتوافق أو لا تتوافق، وتجدر الإشارة إلى أن هذا المقترح يقوم على تحليل مزدوج للنصوص وتأويلات الجمهور المشاهد.

▲ تأويل الأخبار التلفزيونية (ماريسا فيولا Marisa VIOLA):

من بين الدراسات التي تنتمي إلى نفس طرح (لويس LEWIS)، هناك دراسة (ماريسا فيولا Marisa VIOLA) تحت عنوان: "تأويل الأخبار التلفزيونية Interpretation of T.V News"، وتحاول الباحثة من خلالها تبيان أوجه الاختلاف والنشاط الذي يتميز به الجمهور في تفسيره للأخبار، إذ وقع اختيار الباحثة لبرنامج إخباري تم بثه في قناة BBC 1 يوم 22 مارس 2002 على الساعة 15:11، وقد اختارت الباحثة عينة تتكون من أربعة أشخاص ينتمون إلى جيلين مختلفين (رجل 51 سنة، امرأة 52 سنة) و(شاب 24 سنة، امرأة 32 سنة)، يكونون قد شاهدوا البرنامج المستهدف، علما أن الباحثة اعتمدت على أداة المقابلة في استجواب المبحوثين وذلك مباشرة بعد نهاية العرض الإخباري، وطلبت منهم إعادة قص الأحداث التي تمت مشاهدتها.

وتوصلت الباحثة إلى نتيجة مفادها أن المبحوثين اختلفوا في طريقة ترتيبهم وتفسيرهم للأخبار التي تمت مشاهدتها (علما أن القضية الفلسطينية هي التي احتلت الصدارة في الترتيب)، فمثلا المبحوث الذي يبلغ 51 سنة قدم تفسيرات هامة تختلف وتعمق أكثر من التفسيرات التي قدمها المبحوث الذي عمره 24 سنة، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على تدخل عنصر المعرفة المسبقة التي يملكها المستجوب الأول أكثر من المستجوب الآخر، وبالتالي إعطاء نوع من التفاصيل للقضية المشاهدة. لذا فعند متابعة الأخبار فإن المشاهدين يختلفون في تفسيراتهم للنصوص المشاهدة، وهذا راجع إلى طبيعة النص في حد ذاته وتعقيدات الجمهور، وبالتالي يعمل الجمهور على ملء ما لم يصرح به النص التلفزيوني انطلاقا من تجربته وخبراته السابقة.

انطلاقا من الأعمال السالفة الذكر حول تلقي النصوص الإعلامية، فإن تحليل القراءات والإستعمالات المتباينة لوسائل الإعلام له فائدة جد مهمة، وذلك من خلال المكانة التي يحتلها الفرد المستهلك (الذي يقال بأنه سيد اختياراته في عالم تلفزيوني مليء بالبرامج) في تلقيه للبرامج التلفزيونية، ومن ثمة يقوم بإضفاء معاني ودلالات نتيجة المشاهدة والمتعة التي تقدمها له هذه البرامج، مما يؤدي إلى إزالة اللبس حول التأثير المباشر لوسائل الإعلام ومنحها بالتالي لسلطة المعنى والتأويل الموجودة لدى المتلقي الفرد في حد ذاته.