

قسم: الفنون

شعبة: الفنون البصرية

الدكتور: بوعزة مختار

المطبوعة البيداغوجية ضمن متطلبات التأهيل الجامعي
لدروس ومحاضرات مادة الجمهور والتلقي

المستوى: السنة الأولى ماستر

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

تاريخ الإنجاز: جوان 2024.

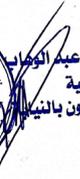
إدارة قسم الفنون	رئيس اللجنة العلمية لقسم الفنون	رئيسة المجلس العلمي لتلقي العربي والفنون	عميد كلية الأدب العربي والفنون
	 د. د. أحمد عيسى رئيس اللجنة العلمية لقسم الفنون	 د. د. بنتيجة تزيخري رئيسة المجلس العلمي لكلية الأدب العربي والفنون	 دكتور: بن دحان عبد الوهاب عميد كلية الأدب العربي والفنون

قسم الفنون

شهادة مصادقة مطبوع الأمالي المتعلق بمادة: "الجمهور والتلقي"
لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص "إدارة الأعمال الفنية والثقافية"

إعداد الأستاذ:

د. بوعزة مختار

مصادقة عميد كلية الآداب العربي والفنون	مصادقة رئيس المجلس العلمي لكلية الآداب العربي والفنون	مصادقة رئيس اللجنة العلمية لقسم الفنون	مصادقة رئيس القسم
 دكتور: بن دحان عبد الوهاب عميد كلية الآداب العربي والفنون بمستغانم	 رئيس المجلس العلمي لكلية الآداب العربي والفنون	 رئيس اللجنة العلمية لقسم الفنون	

السنة الجامعية: 2025/2024

الرقم: 01/ن ع ب ت/ك.أ.ع.ف/ج.م/2024

مستخرج من محضر المجلس العلمي الدورة الاستثنائية رقم: 01
المنعقد بتاريخ: 2024/10/31

➤ صادق المجلس العلمي على تعيين خيرين لتحكيم المطبوعة البيداغوجية الخاصة بالأستاذ: د. بوعزة مختار، مادة: الجمهور والتلقي، دروس، موجّه لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص إدارة الأعمال الفنية والثقافية.

مستغانم في: 2024/10/31

رئيس المجلس العلمي



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

University of Mostaganem - Abdelhamid Ibn Badis

كلية الأدب العربي والفنون

Faculty of Arabic Literature and Arts



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

الرقم: 34/ن ع ب ت/ك.أ.ع.ف/ج.م/2024

شهادة إدارية

بعد الاطلاع على التقريرين الإيجابيين، صادق المجلس العلمي على اعتماد السند البيداغوجي الخاص بالدكتور: بوعزة مختار، أستاذ بقسم الفنون، والموسوم ب: محاضرات في مقياس الجمهور والتلقي، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية.

رئيس المجلس العلمي

مستغانم في: 2024/12/21



قسم: الفنون

شعبة: الفنون البصرية

الدكتور: بوعزة مختار

المطبوعة البيداغوجية ضمن متطلبات التأهيل الجامعي
لدروس ومحاضرات مادة الجمهور والتلقي

المستوى: السنة الأولى ماستر

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

تاريخ الإنجاز: جوان 2024.

إدارة قسم الفنون	رئيس اللجنة العلمية لقسم الفنون	رئيسة المجلس العلمي لتلقي العربي والفنون	عميد كلية الأدب العربي والفنون
	 د. د. أحمد عيسى رئيس اللجنة العلمية لقسم الفنون	 د. د. بنتيجة تزيخري رئيسة المجلس العلمي لكلية الأدب العربي والفنون	 دكتور: بن دحان عبد الوهاب عميد كلية الأدب العربي والفنون



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس – مستغانم-



حليه الادب العربي والفنون

البطاقة الوصفية لمادة الجمهور والتلقي

المستوى: السنة الأولى ماستر

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

السداسي: الأول (01)

السنة الجامعية: 2023-2024

الوحدة التعليمية: الوحدة الأساسية

معامل المقياس: 03 أرصدة المقياس: 06

نوعية التقييم: تقييم مستمر + امتحان جزئي يتم إجرائه في نهاية السداسي

اسم ولقب الأستاذ: الدكتور: بوعزة مختار

عنوان البريد الالكتروني للتواصل مع الأستاذ:

mokhtar.bouazza@univ-mosta.dz

المؤهلات العلمية المستهدفة: يهدف تدريس مادة "المقاربات النظرية لدراسة الجمهور" لما يلي:

- التعرف على الجهاز المفاهيمي لدراسة الجمهور.
- استخلاص مراحل تطور الجمهور وأنواعه التي تشكلت وفق كل مرحلة.
- فهم خصائص البنية الظاهرية للجمهور وسماته السوسولوجية والديموغرافية.
- شرح كيف يختار الجمهور وسائل الإعلام التي يستهلكها وكيف يتفاعل معها
- تحليل كيف يتجاوب الجمهور مع النصوص والمضامين وشرح العوامل الحاسمة
- درس العلاقة بين الانتاج والرسالة والجمهور.
- دراسة النظريات المفسرة للسلوك الذي يتخذه الجمهور من مختلف الرسائل.

برنامج المحاضرات لمادة الجمهور والتلقي

الصفحة	عنوان الموضوع	رقم
02	البطاقة الوصفية للمادة	
05	1. مفهوم جمهور ومراحل تشكله.	
09	2. خصائص وسمات الجمهور.	
14	3. تصنيف المقاربات النظرية لدراسة الجمهور.	
18	4. الجمهور حسب نظرية الغرس الثقافي.	
21	5. الجمهور حسب نظرية الاستخدامات والاشباع.	
25	6. فكرة موت المؤلف وعلاقتها بنظرية التلقي	
28	7. النشأة التاريخية لنظرية التلقي	
32	8. أسس جمالية التلقي في مدرسة كونستانس	
37	9. رواد مدرسة كونستانس وأبرز مفاهيمها	
40	10. مفهوم أفق التوقع لدى روبرت يابوس	
45	11. مفهوم القارئ الضمني لدى فولفانغ إيزر	
50	12. دراسة الجمهور حسب الدراسات الثقافية	
54	13. الجمهور حسب مقارنة التلقي لدى دفيد مورلي	
58	14. الملاحق	
63	15. قائمة المراجع البيبليوغرافية	

المحاضرة رقم 01: مفهوم الجمهور ومراحل تشكله

تمهيد:

تعددت الآراء حول مفهوم الجمهور إذ بات من الضروري على كل باحث يدرس موضوعا متعلقا بهذا النوع المميز من الجماهير أن يحدد مفهومه الذي سيعتمده إجرائيا ضمن دراسته.

مفهوم الجمهور

يشير للمجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثروتهم، وهناك من يعرفه بأنه الجماعة البشرية التي يمكن أن تمنح للنظام السياسي فرصة لتحقيق أهدافها أو تمثل تهديدا مباشرا، وبالتالي فهي إما تعارض النظام السياسي بشكل علني أو مستتر، أو أنها تستطيع دعم وتأييد برامج النظام السياسي أو تحييد هذا التهديد.

مفهوم جمهور وسائل الإعلام

يرتكز مفهوم جمهور وسائل الإعلام في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة على جملة من الاعتبارات التي لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور، وفي هذا المقام فإن مفهوم جمهور وسائل الإعلام لا زال أصله التاريخي يلعب دورا أساسيا في الدلالات المختلفة والاستعمالات المتعددة لمصطلح « Audience » .

العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام:

من خلال الربط بين وسائل الإعلام، وصفات الجمهور نجد بأن أفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام تختلف عاداتهم وتقاليدهم وسلوكياتهم، إضافة إلى أنه لا يجمعهم حيز جغرافي واحد فهم مبعثرون في مناطق مختلفة، كما أنه لا يجمع بينهم تنظيم معين، وسبب ذلك أنهم لا يعرفون بعضهم البعض وزيادة على ذلك هم لا يعرفون القائم بالاتصال الذي يبيث لهم مختلف الرسائل من الوسيلة الإعلامية، ثم إن البرنامج الإعلامي الواحد يتغير عدد متابعيه في منطقة واحدة من يوم لآخر كما أنه يتغير عدد متابعيه في فترة زمنية معينة من مكان لآخر، وعلى هذا الأساس نستنتج بأن مصطلح الجماهير Mass هو أقرب مصطلح لجمهور وسائل الإعلام، أي بعبارة أخرى: جمهور الوسيلة الإعلامية أقرب إلى مفهوم الجماهير Mass أكثر من التجمعات الأخرى.

مراحل تشكل مفهوم الجمهور:

نجد أن مفهوم الجمهور قد تطور خلال ستة مراحل تاريخية متباينة تمثلت فيما يلي:

1. المرحلة الأولى: ما قبل ظهور وسائل الإعلام

كانت فكرة الجمهور في أصلها تعني هؤلاء الذين يقبلون على عرض درامي أو أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس، ويتصف بأن جميع أفرادهم معروفين بذواتهم ومحددون في الزمان والمكان، وكان الانضمام إلى هذا الجمهور بحكم العادة ووفقا للمراتب والمراكز الاجتماعية، وتشرف عليه سلطة أضفت على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة. ولازالت العديد من الخصائص قائمة في الاستعمالات الراهنة لمفهوم الجمهور مع بعض التعديلات الشكلية في الترتيب والأهمية.

2. المرحلة الثانية: ظهور الطباعة

تعتبر أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيري والتي تنعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل ما، وهذا بعد اختراع الطباعة في القرن 15م على يد الألماني "غوتنبرغ"، ذلك الذي أدى إلى ظهور جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات والمطبوعات بما فيها الصحف وتوزيعها على نطاق واسع مما كان عليه الحال سابقا، وقد ساعد هذا التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا بالجمهور العام كفكرة أو رأي يربط بين عدد غير محدود من أناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم ومستوى ترتيبهم وتنظيماتهم.

3. المرحلة الثالثة: الثورة الصناعية

التطور التاريخي الثاني الذي كان له تأثير كبير في تشكيل الجمهور هو الإفرزات الاجتماعية والثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما ساهم في تنمية وتسويق الصحافة خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى المكونة، في هذه المرحلة التاريخية بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا زال يلازم وسائل الإعلام والاتصال إلى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية.

4. المرحلة الرابعة: ظهور الإذاعة والتلفزيون:

بظهور الإذاعة في العشرينيات والتلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى، فظهر شكلان جديان من أشكال الجمهور هما: جمهور المستمعين وجمهور المشاهدين اللذين لم تعد الأمة والحواجر

الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة للصحافة المكتوبة.

5. المرحلة الخامسة: انتشار النظريات الديمقراطية

تم خلالها تبني مبادئ الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحريتها أحد أهم مظاهرها، والتي انعكست على مهام وسائل الإعلام ووظائفها وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ووعي المجتمع. ككل بأهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية، فلم يعد الجمهور مجرد قراء للصحف ومستمعي إذاعات ومشاهدي تلفزيونات وإنما في نفس الوقت يتضمن ناخبون ومستهلكون للسلع والخدمات حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل: جمهور الناخبين، جمهور السوق، جمهور الكتاب...

6. المرحلة السادسة: وسائط الاتصال المتعددة.

إن المراحل الخمسة التي ذكرناها لا تعني أن تطور مفهوم الجمهور قد توقف عند هذا الحد، وإنما لا تزال هناك تطورات في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال الجديدة التي تبقى مستمرة، مما أسهم في تقديم أبعاداً لمفهوم الجمهور تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثقافية، بل أصبح متواجداً في كل مكان وفي نفس الزمن بصورته وصوته وكلماته كمرسل ومتلقي حيث بدأت تظهر بعض المصطلحات التي ترتبط بتقنية الانترنت مثل جمهور الواب، جمهور على الخط، المستخدمون، المشتركون...الخ.

المحاضرة رقم 02: خصائص وسمات



تعود أبحاث دراسات الجمهور إلى عشرات السنين وتنامت مع التطور السريع الذي عرفته وسائل الإعلام خاصة بعدما اكتسبت صفة الجماهيرية، فقد شاع استعمال الجمهور ككلمة واحدة من خلال المفهوم الكمي، الذي يشير لمجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم رسالة إعلامية لمحطة إذاعية، قناة تلفزيونية، أو لصحيفة أو موقع إلكتروني، أو مجموع جمهور هذه الوسائل مجتمعة، وهو بالتحديد مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم ولديهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة.

ولكن مع نهاية الستينات من القرن الماضي ومع تضاءل مقاربة التأثير القوي، تبين أن هناك عدة أشكال لتلقي نفس الرسالة والمحتوى، والتي تبين عبر الأبحاث الميدانية للجمهور، أنه هناك خصائص وسمات وفروقات فردية تتحكم في سيرورة التعرض لمضامين وسائل النشر.

السمات الظاهرية للجمهور

يتضمن مفهوم "الجماهير" (mass) الذي ارتبط بمضامين وسائل الإعلام في بنتيه الظاهرية العديد من الخصائص التي تميزه، وقد حددها الباحث "McQuail" في: الحجم الواسع، التشتت أو التباعد، عدم التجانس، المجهولية أو عدم التعارف فيما بينهم، غياب التنظيم الاجتماعي، الكونية أو التواجد الاجتماعي الغير مستقر زمانيا ومكانيا. ومعظم هذه السمات جاءت كنتيجة للخصائص التي أضافتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، على عملية تلقي المضامين الإعلامية لدى الجمهور.

السمات الإجتماعية للجمهور:

إن دراسة الجمهور تعتبر من دراسات الماكرو (الدراسات الاجتماعية) التي تعتمد على دراسة عينات كبيرة الحجم نسبيا من جمهور وسائل الإعلام، تتحقق فيها صفة الانتشار التي ترتبط بالأطر الجغرافية للبث أو التوزيع. فوسائل الإعلام تتعامل مع أفراد يتفاعلون في وحدات اجتماعية، وتجتمع لهم مجموعة من السمات المشتركة التي تتأثر بالسياق الاجتماعي العام لهذه المجموعات أو الوحدات.

حيث يتعلق الأمر عند حديثنا حول السمات الاجتماعية بالزاوية التي ينظر منها إلى جمهور وسائل الإعلام. وعليه وضع الباحث السوسيولوجي "إينيس" منذ بداية الستينات ثلاثة جوانب رأى أنها حاسمة في تحديد الطابع الاجتماعي لسلوك أي جماعة، عممها كتاب وباحثون إعلاميون بعده على جمهور وسائل الإعلام وهي على النحو التالي:

♦ التمايز الاجتماعي

إن الدراسات التي أجريت على جمهور وسائل الإعلام أثبتت وجود اختلافات شكلية جوهرية عند جماهير وسائل الإعلام المختلفة وعند الجمهور الواحد للوسيلة الإعلامية الواحدة، وبصفة عامة فإن التمايز الاجتماعي لجمهور وسائل الإعلام ليس نتيجة مباشرة لاستعمال تلك الوسائل، فمثل هذه الاختلافات توجد عند أفراد كل جماعة قبل التعرض للرسائل الإعلامية. وتتلخص هذه الفروق في:

أ/- **اختلاف المصالح والاهتمامات:** لقد أصبح بديهيا أن مصالح أفراد الجمهور من خلال استعمال وسائل الإعلام ليست متجانسة ولا متطابقة، وهذا ما يفسر جزئيا تنوع الرسائل الإعلامية في الوسيلة الواحدة وتنوع وسائل الإعلام الموجهة للجماعة الواحدة، ويحدد الدوافع والحوافز التي تدفع الجمهور إلى اقتناء وتفضيل وسيلة إعلامية أو رسالة إعلامية دون الأخرى.

ب / اختلاف درجات الإدراك: يظهر التمايز الاجتماعي أيضا من خلال الاختلاف في مستوى الإدراك العقلي والحسي الذي يتوقف على التربية والتعليم والثقافة، وذلك بتحديد الموقف اتجاه الرسائل والوسائل الإعلامية وفهمها وتفسيرها، وقد أدى هذا التمايز الاجتماعي لأفراد جمهور وسائل الإعلام إلى ظهور نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين ومفهوم قادة الرأي.

ج/ اختلاف مدة التأثير: حيث أن الجمهور لا يتأثر بالرسالة الإعلامية في وقت واحد، فهناك اختلاف بين قطاعات الجمهور كذلك من حيث استمرار التأثير في هذا الجمهور (أسبوع، شهر، ساعة...)، نتيجة لجملة من العوامل تتعلق بالجمهور ذاته وبالرسالة والوسيلة، والبيئة الاجتماعية والثقافية.

♦ التفاعل الاجتماعي

تستدعي معالجة التفاعل الاجتماعي الذي يثيره التعرض لوسائل الإعلام، النظر إلى جملة من العناصر تتداخل بشكل بارز في توضيح هذه الظاهرة من خلال:
أ/- اجتماعية سلوك الجمهور (الطابع الاجتماعي): استخلص "فريدسون" منذ بداية النصف الثاني من القرن الماضي، أن وسائل الإعلام أقحمت في جل نشاطات الحياة الاجتماعية، فالتلفزة على سبيل المثال التي تشاهد وسط العائلة تعرض رسائل إعلامية يتفاعل معها أفراد العائلة ويتفاعلون مع بعضهم البعض، لما توفر لهم من مواضيع للحديث وتبادل الآراء والإحساسات وحتى اتخاذ المواقف، وربما تكون مشتركة، أما الصحف والراديو مثلا ينتج عن استعمالها العزلة عن المحيط الاجتماعي.

ب/- الاستعمالات الاجتماعية: لقد أصبح واضحا أن استعمال وسائل الإعلام والاتصال هو عمل اجتماعي، وخاصة منها الجماهيرية، حيث أنجزت عدة دراسات حول مشاركة أفراد العائلة في استعمال وسائل الإعلام المنزلية، وتعني هذه الجوانب علاقات أفراد

الأسرة، كبنية توفر خلفية مشتركة لبناء علاقات وتنظيم نشاطات وتوفير مواضيع للحديث وتكوين رأي مشترك.

ج/- العزلة الاجتماعية: وقد تم تفسير هذه المسألة من زاوية سيكولوجية على أنها نتيجة الشعور بالحرمان أو شكل من أشكال العزلة النفسية والانصراف عن الواقع الضاغط خوفاً أو عجزاً عن مقاومة الضغوطات الاجتماعية، وهذه العزلة نجدها خاصة عند الأوساط المحتشمة مثل المرضى، البطالين، ربات البيوت... الخ، وقد طرحت هنا مسألتان تبدوان متعارضتين: هل وسائل الإعلام تعمل في اتجاه مناقض للانسجام الاجتماعي وتحسين العلاقات الاجتماعية؟ أم أن الظروف الاجتماعية المتدنية هي التي تدفع إلى استعمال وسائل الإعلام لتدعيم العزلة الاجتماعية؟

د/- علاقة الجمهور/المرسل: يرى جل الباحثين الغربيين أنه من الممكن النظر إلى العلاقة الممكنة إقامتها أو المحافظة عليها بين المرسل والجمهور من خلال وسائل الإعلام، من مستويين اثنين:

- عندما يحاول المرسل الاتصال بمستقبله عن طريق رسالة إعلامية.

- عندما يحاول كل من المرسل والجمهور بلوغ نفس الأهداف عن طريق وسائل الإعلام.

◆ أنساق الضبط المعيارية

إن وجود أنظمة معيارية متعلقة باستعمال وسائل الإعلام، تبدو للوهلة الأولى متعارضة مع الرأي القائل بأن وسائل الإعلام وجدت نشاط إضافي لملء أوقات الفراغ، حيث تعتبر وسائل الإعلام التي تعمل في ظل المبادئ الليبرالية، هذه الأنظمة نوعاً من الرقابة الاجتماعية على نشاطها وخرقاً لحريتها.

في حين ينتظر عموم الجمهور من وسائل الإعلام أن توفر له الإعلام والتعليم والترفيه في تطابق تام مع قواعد الذوق الرفيع، التي تحددتها القيم المستمدة أساساً من الأحكام التقليدية التي تتضمنها الثقافة السائدة وتعاضدها المؤسسات التربوية والأسرية والدينية.

السمات الديموغرافية لجمهور وسائل الإعلام

مع تنوع وسائل الإعلام واتساع حجم الجمهور واحتياجاته واهتماماته في إطار البعد الدعائي والتجاري التسويقي للإعلام والاتصال، أضحت دراساته تعتمد على تحديده على أساس سمات ديموغرافية التي تتفاعل مع عناصر سيكولوجية واجتماعية تؤثر في السلوك الاتصالي وتصنف هذه السمات إلى:

◆ **السمات الأولية:** وهي الخصائص غير القابلة للتغيير، أي الثابتة، وتنسب إلى

الفرد بميلاده مثل: مكان الميلاد، الجنس، الانتماء العرقي، ... وغيرها

◆ **السمات المكتسبة:** وهي الخصائص القابلة للتغيير مثل: اللغة، الدين، السن،

ومستوى التعليم، مكان الإقامة، الوظيفة، الحالة المدنية، ... وغيرها

المحاضرة رقم 03: تصنيف المقاربات النظرية لدراسة

تمهيد:

لقد عرفت مقاربات دراسة الجمهور تحولات نوعية على مر حوالي قرن منذ البدايات الأولى لهذه الأبحاث، التي انتقلت من "السلبية المطلقة" للجمهور أمام "القوى الخارقة" لوسائل الإعلام، إلى الجمهور النشط الفعال وتأثيره ومشاركته في إعداد الرسائل الإعلامية، مروراً بتجزئته وتحليله جزئياً وإثنوغرافيا في سياق الاستعمال المنزلي لوسائل الاتصال في المجتمعات الصناعية وما بعد الصناعية، وهي مجتمعات إلكترونية أو ما بعد الحديثة، وصولاً إلى جيل ثالث من دراسة التلقي، في عالم ما بعد الجمهور، أو الجمهور الإلكتروني (e-Audience) وأخيراً الجمهور ذي القدرة الكلية على التواجد في كل مكان في نفس الزمن. (u-Audience).

محاولة تصنيف مقاربات الجمهور

قد يكون من المفيد، في هذه المرحلة من التحليل النظري للأبحاث الإعلامية التي عالجت موضوع الجمهور من مختلف الجوانب، أن نذكر بأهم النماذج (Paradigms) ومحاولة تصنيفها من حيث الموضوع حتى يمكن استيعابها وتوظيفها في تحديد معالم النظريات والمقاربات المتعددة التخصصات في دراسات الجمهور، والتي يمكن أن تفي بالغرض في التوصل إلى فهم وتفسير مقبول لظاهرة الجمهور ومختلف أنماط التفاعلات والسلوكيات وتنوعها وتطوراتها المتسارعة تبعا لتطور المبتكرات التكنولوجية الحديثة.

في هذا الصدد، يمكن تمييز التوجهات الحديثة الكبرى لأبحاث الجمهور التي تبلورت منذ السبعينات ضمن نوعين من التيارات البحثية. النوع الأول، والذي يمكن أن نطلق عليه نموذج التأثير، أحدث قطيعة مع الأنموذج السائد منذ الأربعينات، حيث تخلى عن تحليل

التأثير القصير المدى، حجر الزاوية في نظرية لازارسفالد، ليهتم بالتأثير الإدراكي على المدى البعيد لمجموع أنظمة وسائل الإعلام (كمؤسسات اجتماعية)، خاصة الأبحاث المتعلقة بتكوين الرأي العام. وظهر النوع الثاني، الذي يمكن أن نسميه أنموذج التلقي، في بداية الثمانينات ليهتم بالكيفية التي "يؤول بها المتلقي الرسائل الإعلامية"، أي التركيز على عملية التلقي في حد ذاتها باعتبارها ممارسة لها أسسها اجتماعياً وثقافياً، وباعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية.

أنموذج التأثير

ويشمل هذا الصنف من النماذج، عموماً، مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى ثم المزيد من التأثير. وهي تهتم بالتغير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور، كما سبقت الإشارة لذلك . وتوصف هذه النماذج، بكونها تشاؤمية لنظرتها السلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثيراً في اتجاه خطي شقولي.

وتجدر الإشارة في هذا الصدد، إلى نموذج القوى البالغة لوسائل الإعلام أو نموذج الوخر الإبري، أو القذيفة السحرية، التي ميزت المرحلة التاريخية الأولى من دراسات الجمهور. وفي مرحلة لاحقة، ظهرت نماذج أقل تشاؤماً في نظرتها للجمهور، مثل تأثير وسائل الإعلام غير المباشر عبر قادة الرأي أو التدفق الإعلامي عبر مرحلتين.

ويندرج في سياق نماذج التأثير التي لم يعد يعتد بها، إلى حد ما، أنموذج الإمبريالية الثقافية والغزو الثقافي الذي ازدهر خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي فيما كان يسمى البلدان السائرة في طريق النمو. كما نجد من بين تلك النماذج التي لازالت لها

أصداء في دراسات الجمهور، نذكر نموذج الانتقائية، ونموذج الاستعمال والإشباع، ونموذج ترتيب الأولويات، ونموذج لولب الصمت.

وتجدر الإشارة إلى أن دراسة صيرورة تأثير وسائل الإعلام كانت دائما متعددة التخصصات مع تعاون وثيق بين علم الاجتماع وعلم النفس، الأول يطرح فرضيات عامة ويقدم الثاني تفسيرات لنماذج من السلوك مثل التعلم وتغيير المواقف والمناهج التجريبية والمعاني والدلالات.

أنموذج التلقي:

يقصد بأنموذج التلقي في هذا المقام، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حولت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقاته بالتأثير الذي قد يحدث في سلوك الجمهور، أي علاقة الرسالة بالتأثير الناجم عن محاولة الإجابة عن التساؤل الأولي (ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور؟) في نموذج لاسويل، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الإنتقائي القوي والفعال والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟) لقد أحدثت مقارنة الإشكالية الجديدة بأنموذج الاستعمال والإشباع لكاتز، وبأنموذج التفاعل والتأويلات لمورلي، نقلة نوعية في نماذج أبحاث الجمهور، حيث أصبح التركيز على العلاقة بين الرسالة والمتلقي ونظرية التلقي التي تشكل حجر الزاوية في هذا الأنموذج الدراسي، هي امتداد لنظرية التأثير والتقبل الألمانية التي ظهرت، في مجال الدراسات الأدبية، في أواسط الستينيات من القرن الماضي، لتطرح بعدها إشكالية تلقي الرسائل الإعلامية، انطلاقا من ثمانينيات القرن الماضي، ضمن السياق العام للتيارات النقدية حول علاقة النص الأدبي بالقارئ وتحول الاهتمام من جماليات التأثير إلى جماليات التلقي، وقد ينسجم هذا الطرح عموما مع المنظور الذي طوره رولان بارث في دراسته الشهيرة "موت المؤلف" حول التلقي، ويلتقي أيضا مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز بيرمينغهام للدراسات الثقافية المعاصرة في بريطانيا.

أنموذج ما بعد الحداثة:

إن مفهوم ما بعد الحداثة تكثف استعماله منذ العقد الثامن للقرن العشرين، للدلالة على تشكيلة واسعة من التغيير في أنماط التفكير، ومنها المفاهيم الجديدة المتعلقة بجمهور وسائل وسلوكياته وأبحاثه، كما هو الشأن بالنسبة لمختلف المفاهيم والدراسات الإعلامية عامة، خاصة مع تسارع عملية انتشار الواب وتغلغله في جميع مناحي الحياة، واجتياح العولمة الإعلامية مختلف مناطق المعمورة، وتعميم أنظمة الاتصال الرقمية التي غيرت جذريا علاقات التبعية بين المرسل والمتلقي.

وشهدت دراسات الجمهور في بداية هذا العقد الأول من الألفين تطوراً كبيراً سماه "دفيد مورلي" الجيل الثالث من دراسات التلقي في سياق إعادة التفكير في جمهور وسائل الإعلام، في إشارة ملخّصة لمرحلتين آيلتين للزوال مرت بهما هذه الدراسات (الجيل الأول متعلق بالتأثير والجيل الثاني خاص بالتلقي، أو المشاهدة كفعل اجتماعي وثقافي)، وارتبطت مظاهر الجيل الثالث بالتطورات الكبيرة التي عرفتها البيئة الرقمية في الاتصال بعد شيوع استخدام الوسائط المتعددة تحديداً، والتي منحت عدة خصائص ساهمت في تغيير مفهوم الجمهور.

إذ ساهمت هذه التكنولوجيات في تنامي مفهوم جمهور المتلقين النشط الذي يتخذ قراره بناء على معطيات سابقة لتلقي الرسالة والمصدر والمحتوى وأعطت للمعرفة الإدراكية دوراً فعالاً كإحدى القوى الوسطية التي تعمل على إحلال التفاعلية محل التأثير بتغيير اتجاهه الخطي. فالفرد في الجمهور "يقبل أو يرفض، يقترب أو يتجنب، يتعرض أو لا يتعرض إلى وسائل الإعلام بناء على قرار اختياره وتفضيله ومستوى هذا التفضيل وشدته. كما يركز أنموذج ما بعد الحداثة على تجسيد مبدأ المشاركة الفعالة في العملية الاتصالية، خاصة بعد الطفرة التي حدثت بظهور شبكات التواصل الاجتماعي.

المحاضرة رقم 04: الجمهور حسب نظرية الغرس الثقافي

❖ نظرية الغرس الثقافي:

1- أول ظهور نظرية الغرس الثقافي

يعتبر الباحث الأمريكي جورج جيربнер George Gerbner من وضع هذه النظرية في أواخر الستينات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال مارتن لوثكينج، والرئيس جون كينيدي، وتورط الو.م.أ في حرب الفيتنام، وقد توصل الباحث جورج جيربнер من خلال سلسلة أبحاثه في ذات الإطار إلى أن التلفزيون أصبح يسيطر أو قوة مسيطرة على كثير من الناس، ومصدرا رئيسيا لبناء تصوراتهم عن الواقع، وبالتالي فالعلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة تكشف عن أهمية دور التلفزيون في بناء القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبالتالي أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.

وخلص إلى عدة نتائج أهمها أن المشاهدين بمعدل غزير تكون معتقداتهم وآراؤهم مماثلة لتلك التي صورت على التلفزيون بدلا من العالم الحقيقي مما يؤكد أن التلفزيون يضع لمشاهديه على المدى الطويل واقعا خاصا مختلفا عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين بحكم متابعتهم المتواصلة لبرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة، ثم طور جيربнер مع زميله لاري غروس نظريته عبر مشاريع بحث عديدة بعنوان "المؤشرات الثقافية" لتتبع آثار التلفزيون المنغرس على المشاهدين خاصة ما تعلق ببرامج العنف والجريمة.

2- فرضيات نظرية الغرس الثقافي: قامت النظرية على جملة من الفرضيات نوجزها كما يلي:

أ- يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وذلك لشيوع وجوده في المنازل وسهولة استخدامه والتعرض له وخاصة بالنسبة لفئة الأطفال حيث يجد الطفل نفسه مستغرقا في بيئة التلفزيون منذ الصغر ولهذا يساهم التلفزيون في عملية تنشئة الأطفال

ب- يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد إذ أن التلفزيون يقوم في حياة الأفراد بعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع (مرآة)، حيث يقل أو يضيق الاختلاف من القيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين للحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها العالم التلفزيون.

3- الفرضية الرئيسة للنظرية :

يشير الفرض الرئيس للنظرية أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة هم أكثر استعدادا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والأفكار والأنماط الثقافية التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الفعلي للمجتمع أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة وبالتالي فإن نظرية الغرس الثقافي في أبسط أشكالها تشير إلى أن التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع ويؤثر على ثقافتهم كلها لأن عملية الغرس كما يرى جربنر نوع من التعلم العرضي، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ولفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بأن العالم الذي يراه في التلفزيون ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

* لا تصنف هذه النظرية بالتوازن والاعتدال من حيث أنها لا تضخم قوة الوسائل الإعلام في تأثيرها على الاتجاهات والعادات.

4- المفاهيم التي أضيفت إلى نظرية الغرس الثقافي :

لقد حاول جيرنر وزملائه تطوير نظرية الغرس بعدما تضارب تحليل البيانات التي جمعها عام 1976 والتي لم تتوصل إلى نفس النتائج التي بني عليها جيرنر نظرية الغرس في البداية، لذا قام هذا الأخير بإدخال مصطلحين من الواقع أن كثافة المشاهدة التلفزيونية تختلف نتائجها باختلاف الفئات الاجتماعية وهما:

أ- الاتجاه السائد: تعددت رؤى باحثي نظرية الغرس الثقافي حول مفهوم الاتجاهات السائدة، لكن معظمهم يرى أن فكرة الاتجاه السائد تقوم على التقارب في وجهات النظر بين الجماعات المختلفة و إذ تمي الاختلافات التي ترجع إلى عوامل ثقافية واجتماعية إلى التلاشي بين كثيفي المشاهدة ، (توحد رؤى كثيفي المشاهدة للعالم المتقدم عبر التلفزيون) ، لهذا فالاتجاه السائد يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق والاختلافات تقل بين الفئات ذات الخصائص الثقافية المتباينة: وهو ما فسره جيرنر من خلال ثلاث كلمات مفتاحية التي يبرز الاتجاه السائد (التلاشي- الاندماج-التحول)

*وعليه فالاتجاه السائد يعني أن وسائل الإعلام (التلفزيون) تخلق وجهة نظر مشتركة بين المشاهدين.

ب- التضخيم: والمقصود به أن وسائل الإعلام تدعم ما يحدث في الحياة اليومية، أي أن إدراك

الأفراد للعالم من خلال الصور التي يقدمها التلفزيون يتطابق مع إدراكهم للواقع الاجتماعي، لذا قد يؤدي هذا التطابق إلى تضخيم للأحداث بما يؤدي إلى تأكيد عملية الغرس، وربما يؤدي التطابق بين العالم الرمزي الذي يصور التلفزيون وظروف الحياة الواقعية إلى التضخيم الذي يساهم في زيادة أنماط الغرس ليحصل كثيفو المشاهدة حسب جيرنر ممن لديهم تجارب مع العنف البدني على جرعات مزدوجة وإضافية، وهو ما يسميه بالنتقيف التبايني من خلال أسئلة الاستبيان التي اعتمد عليها.

المحاضرة رقم 05: الجمهور حسب نظرية الاستخدامات والاشباع

تمهيد:

تعنى النظرية بتعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كاملة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة، من خلال الإجابة على سؤال "ماذا تفعل الجماهير بوسائل الإعلام؟".

❖ التطور التاريخي لنظرية الاستخدامات والاشباع:

إن التطور الفعلي لمدخل الاستخدامات والاشباع كان سنة 1944 في مقال كتبه عالمة الاجتماع Harzog بعنوان "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي وإشباعاته" وذلك من خلال عدة مقابلات مع مستمعات المسلسل لتصل إلى إشباع عاطفية.

ثم أتت دراسة بيرلسون سنة 1945 التي أجراها بعد توقف 8 صحف من الصدور بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك وتوصل إلى أن الصحف تلعب عدة أدوار وتقوم بعدة وظائف تجعل من الجمهور بحاجة دائمة لها منها: نقل المعلومات والأخبار، الهروب من المتاعب اليومية، تقديم التغيرات حول الشؤون العامة ومعلومات حول الأوضاع المالية والإعلانات وأحوال الطقس.

غير أن البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة "إليو كاتز" الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور وقد اعترض كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية. لتستمر جهود كل من لازارسفيد وشرام وريفز لفهم العلاقة بين المتغيرات الاجتماعية واستخدام وسائل الاتصال.

❖ محتوى نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تعنى نظرية الاستخدامات والاشباعات في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله أي أن الجمهور هنا ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل له غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، فكلما كان مضمونا معيناً قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.

فالجمهور يقوم بالدور النقدي للمضامين، ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع يبدأ الفرد بتقويم ما يحصل عليه من معلومات وحتى تقويم مصادرها حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته.

- والحاجة: هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.
- الدافع هو حالة فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما

❖ فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصراً فعالاً ومشاركاً في عملية الاتصال الجماهيري، إذ يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوام الفروق الفردية.
- أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وأن وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
- أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية.

❖ عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- الجمهور النشط: وحدد كل من ليفي وويندال أن نشاط الجمهور له بعدان:
 - أ - التوجيه النوعي للأفراد: وهو على ثلاث مستويات (الانتقائية- الانشغال- المنفعة)
 - ب- البعد المؤقت: يضم الآتي: الانتقاء قبل التعرض- الانتقاء أثناء التعرض- الانتقاء بعد التعرض
- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: أكد الباحثون على أن الفرد يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية ويتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية
- الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام: أشار كاتز أن الحاجات تتبع أساسا من الأفراد ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم
- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: عرفها كاتز أنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام أو الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور.
- اشباعات وسائل الإعلام: وفق مدخل الاستخدامات والاشباعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباعات، وتم تقسيم الاشباعات إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- الاشباعات المطلوبة: أي الاشباعات التي يرمى الجمهور إلى الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباعات يتحقق.

ب- الاشباعات المحققة: أي الاشباعات التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحتواها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباعات حقيقية لحاجات الجمهور.

❖ الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

- ◆ الإدعاء بان الجمهور يتعام مع وسائل الإعلام بك حرية مبالغ فيه إذ هناك عوام اجتماعية واقتصادية مختلفة تحدد من فرص استفادة ك أفراد الجمهور من مضامينها.
- ◆ عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي والنشيط.
- ◆ الجدل الكبير حول كيفية قياس واستخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية والاتصالية وحتى زمن ذلك القياس
- ◆ عدم تفرقة المدخل بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحقق عند التعرض للمضامين الإعلامية إذا افترضنا أن هذا الفرق يعد عنصرا موضحا لمبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية.
- ◆ يرى دينيس ماكويل أن بحوث الاستخدامات والاشباعات يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط وخاصة بطغيان المواد الترفيهية ومضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد والأساسي (نظرة نقدية).

المحاضرة رقم 06: موت المؤلف وبروز نظرية

تاريخ نظرية التلقي:

ظهرت نظرية التلقي في ألمانيا في منتصف الستينيات من القرن العشرين على يد "فولفغانغ إيزر" و"روبرت يابوس" حيث ترعرعت بين ثنايا جامعة كونستانس بجنوب ألمانيا، والتي يرجع سبب ظهورها إلى كونها تعتبر ثورة على النظرية الماركسية أو الواقعية الجدلية أو المناهج التي اهتمت بالمبدع وحياته، وظروفه التاريخية والمناهج النقدية التقليدية التي اهتمت بالمعنى وتصيده من النص، والمناهج البنيوية التي انطوت على النص المغلق وكلها أهملت عنصرا فعلا في عملية التواصل الأدبي ألا وهو القارئ، التي اهتمت به هذه النظرية فاعتبرت حركة تصحيح لزوايا انحراف الفكر النقدي لتعود به إلى قيمة النص وأهمية القارئ بعد أن تهدمت الجسور الممتدة بينهما بفعل الرمزية والماركسية ومن ثم كان التركيز في مفهوم الاستقبال لدى أصحاب هذه النظرية على محورين فقط هما على الترتيب القارئ والنص.

موت المؤلف:

لقد رفضت البنيوية أي سياق خارجي في تفسير الأدب، مما دفع إلى إغلاق النص على نفسه وقتلت بذلك المؤلف، الذي تبدو مقولة موته بأنها "مشروعة في البنيوية انطلاقا من الاعتقاد بأن النظام قائم بذاته ولا يحتاج إلى أية عناصر خارجية تفسره، والمؤلف في النظام البنيوي مفعول العناصر التي تكون النظام وليس فاعلها". حيث يقول "رولان بارت" في هذا الشأن "لكي تسترد الكتابة مكانتها المستقبلية يجب قلب أسطورة الكاتب/ النص القارئ، فموت الكاتب هو الثمن الذي يتطلبه ميلاد القراءة". ولقد دعت البنيوية إلى هاته الفكرة وألحت عليها في أكثر من مقولة، وهي الفكرة التي تعود الدكتور: بوعزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

إرهاصات الأولى إلى مقولة الشاعر الفرنسي "بول فاليري" الذي قال "إن المؤلف تفصيل لا معنى له"

إن زحزحة البنيوية لسلطة المؤلف هي في الوقت نفسه إزاحة لسلطة النقد ولوصايته المطلقة على النص، لذا تم استبدال الناقد التاريخي بمفهوم القارئ بوصفه شبكة نصوصية، ونسجاً متداخلاً من القراءات المتعاقبة، فهو لا يملك تاريخاً ولا سيرة ذاتية، ولا يدعي التسلط على النص أو الوصاية عليه، وإنما هو قارئ متسائل، يتنقل بين فراغات النص بقلق السؤال وبانفتاح عليه بدل أن يصدر الأحكام.

ومع بروز التيار الحداثي للمقاربات النقدية البنيوية انصب التركيز على القارئ كسلطة ثانية بعد سلطة النص الذي جاء بديلاً عن المؤلف، وهذا بعد ممارسة عملية القتل عليه التي هي في نظر "أمبيرتو إيكو" - "تحرير لطاقة النص على الإنتاج، إذ ينبغي على المؤلف أن يموت بعد أن يكتب، كي لا يربك المسار الذي يتخذه النص". لتصبح المعادلة ثنائية الحدين (النص/القارئ) تستبعد أي طرف آخر لأنه في نظرها يشوش العملية الإبداعية والنقدية على السواء، ولا تتحقق في النص المقروء لذاته الجمالية.

حيث يؤكد "رولان بارث" أن "النص نسيج من الاقتباسات تنحدر من منابع ثقافية متعددة. إن الكاتب لا يمكنه إلا أن يقلد فعلاً ما هو متقدم عليه"، فالمؤلف عند "رولان بارث" ليس إلا مجرد ناسخ ومقلد، لا دور أو تأثير يملكه في العملية الإبداعية، سوى القدرة على خلط أو تركيب كتابات موجودة بالفعل. وما يقوم به هو تجميع هذه الكتابات وإعادة نشرها، وهو في ذلك يستفيد من القاموس الضخم للغة والثقافة، والذي يكون مكتوباً بالفعل قبل مجيئه، إن "بارث" بهذا يؤكد على حضور فعل الكتابة الذي يُلغي الصوت الأول ممثلاً في المؤلف، وكل الأصوات الأخرى المصاحبة له ممثلة في العوامل الخارجية، ومن ثم يبقى النص مقابل القارئ في عملية حوارية متداخلة، تجعل النص أمام قارئه مجموعة من النصوص المتراسة لأنها واحداً.

فالنقد الذي مارسه "رولان بارث" على النص الأدبي القديم، وتلك الثورة التي قادته إلى نزع السلطة الأبوية، والمرتبة المقدسة من المؤلف أو الباحث التي كان يحتلها دون غيره على النص، دفع به ليؤكد على أهمية القارئ كوريث للمؤلف، مستبدلاً بذلك سلطة بأخرى، إذ أنّ قارئ "بارث" هو مؤلف جديد حل محل المنزلة التي احتلها المؤلف السابق، فهو مركز تجمع الإقتباسات جميعها، هو حيز يحوي كل مفردات اللغة والتراث، هو نوع من ديوان الأمة وذاكرتها الجمعية، وعلى هذا فليس هو بشخص ما له تاريخ وسيرة وشخصية. بل إنه يمتلك كافة الامتيازات التقليدية، لذا يحاول "بارث" أن يجعل القارئ منتجا للنص لا مستهلكا له.

المحاضرة رقم 07: النشأة التاريخية لنظرية التلقي

المرجعيات الفلسفية لنظرية التلقي:

يتفق الباحثون على أن نظرية جمالية التلقي اتخذت من الفينومينولوجيا والهرمينوطيقا سندًا معرفيًا ومرجعًا فلسفيًا في بدايات تأسيسها حيث استمدت منها أبرز مفاهيمها الإجرائية. إذ يعتبر كل من "يدموند هوسرل" و"رومان إنغاردن" أبرز أعلام الظاهرتية الذين شكلت مفاهيمهم أسسًا ومحاورة إجرائية لجمالية التلقي التي ارتبطت بالظاهراتية ارتباطًا وثيقًا. ولعل من أبرز هذه المفاهيم المؤثرة في اتجاه جمالية التلقي نجد مفهوم المتعالي والقصدية، فالأفكار التي صاغها "هوسرل" حول تلقي الأشياء من خلال الفهم الذاتي والتلقي الذاتي بدأت تتحول إلى حقائق ملموسة تحاول أن تستند إلى مكونات أساسية (الماهوية للشئ) أما "إنغاردن" أول من عدل في مفهوم المتعالي عند أستاذه "هوسرل" والذي يرى أن "المعنى الموضوعي أي الخالي من الموضوعات المسبقة ينشأ بعد أن تكون للظاهرة معنى مخصصًا في الشعور، أي بعد الارتداد من عالم المحسوسات الخارجية المادية إلى عالم الشعور الداخلي الخالص". وهذا يشير إلى أن المعنى هو خلاصة الفهم الفردي الخالص وهذه العملية تسمى بالمتعالي، وقد جعلت هذه الفكرة المتلقي ركنا أساسيا في إدراك الجمال الأدبي، وأعطت لهذا الإدراك أساسا موضوعيا وماديا، فالمتلقي يملأ فراغات (فجوات) النص الأدبي الموجود فيه لأن إدراك الظاهرة الأدبية لا تتحقق إلا بوجود المتلقي.

إذا كانت ظاهراتية "إنغاردن" عُدّت من المصادر التي أسهمت في ظهور نظرية التلقي، فإن تأويلية "غادامير" قد أسهمت في التأسيس لبعض المفاهيم الإجرائية التي ارتبطت بجمالية التلقي. والهرمونيوطيقا ترد إلى أصلها اليوناني Hemun الذي يعني الفعل يفسر "ولقد ذكر أنه أول من استخدم هذا المصطلح هو "أرسطو" في كتابه الأرخانون

باب منطق القضايا، حيث يقول هرمينيا تعني تفسير، كما تعني تفسير وتأويل الكتاب المقدس، وهي تشير إلى مجموعة من القواعد التي يجب على المفسر اتباعها لفهم النص الديني...وبعدها اتسع المصطلح ليشمل كافة النصوص من ذات المجال الإنساني". ولكن الفهم كما يرى "غادامير" "لم يعد أسلوباً يرشد ممارسة الناقد واللاهوتي، ومن ثم كان لابد من نقل هذا المصطلح من دائرة الاستخدام اللاهوتي، ليكون علماً أو فناً لعملية الفهم وشروطها في تحليل النص". وقد صاغ "شلايرماخر" ما يعرف بالدائرة الهرمونيوطيقية والتي تعني أن الجزء لا يفهم إلا في ضوء الكل، والكلمة مثلاً لا يحدد مفهومها إلا في الجملة، ولقد كان "شلايرماخر" الفضل في نقل المصطلح من الاستعمال اللاهوتي إلى استعماله في مجال تحليل النصوص أما "هايدغر" فقد وضع نظرية متكاملة للفهم تقوم على طاقة تحكمها العوامل التاريخية، فالمفاهيم المتوارثة من التاريخ دائماً تؤثر في فهمها للنصوص وفي النهاية تفسرها. ولقد استند أصحاب نظرية التلقي إلى جهود الفيلسوف "غادامير" في نظريته إلى التأويل وعمل الفهم وإعادة الإعتبار إلى التاريخ في إعادة إنتاج المعنى وبنائه، إذ يقول: "لا يمكن فهم أي حقيقة دون أن تأخذ بعين الاعتبار العواقب التي تترتب عليها، إذ لا يمكن حقيقة الفصل بين فهمنا لتلك الحقيقة، وبين الآثار التي تترتب عليها، لأن تاريخ التفسيرات والتأثيرات الخاصة بحدث أو عمل ما، هي التي تمكننا من فهمه كواقعة ذات طبيعة تعددية المعاني وبصورة مغايرة لتلك التي فهمها معاصروه بها". وبهذا فهو يدعو إلى فهم التاريخ بوصفه شرطاً ضرورياً في دراسة الفهم والتأويل. ويركز "غادامير" على ذات القارئ كقوة فاعلة في عملية الفهم والتأويل ويحاول أن يجعل هذه العملية موضوعية بحتة وهذا ما يتضح في فهمه للتاريخ (الماضي)، فهو يخضع تأثيرات الماضي لفهم الذات.

كما نجده قد فرّق بين المعنى والدلالة فالمعنى هو الشيء الثابت الذي ضمّه المؤلف للنص، فهو متطابق مع ما هو في ذهنه ومع ما يقصد إليه ويرمي، في حين أن دلالة الشيء يتوصل إليه القارئ عن طريق التوقعات والاحتمالات التي يتيحها الأدبي نفسه.

الجزور المعرفية لنظرية التلقي:

إن التراكمية التي تعد من أبجديات المعرفة العلمية، كانت الرافد الأساسي في تطور النظريات من خلال رجوع الباحثين إلى الأصول الفكرية والإطلاع على ما كتبه السابقون، كما هو الحال في تنوع المناهج النقدية عبر مسار تطورها التاريخي، والذي تعد جمالية التلقي جزءا منه، إذ تقوم على مجموعة من الأسس والمرتكزات التي استقتها من مختلف الإتجاهات والمدارس النقدية السابقة لها زمنيا. والتي نذكر منها المدرسة الشكلانية الروسية، إذ يكاد يجمع مؤرخو هذه الحركة أن البدايات الأولى للشكلانية الروسية تجسدت حينما نشر "فكتور شكولوفسكي" مقالته عن الشعر المستقبلي عام 1914 تحت عنوان "انبعاث الكلمة". وكان السؤال الذي ارتكزوا عليه للوصول إلى ذلك لا يكمن في "كيفية دراسة الأدب، وإنما الماهية الفعلية لموضوع بحث الدراسة الأدبية". بمعنى أن موضوع الدراسة الأدبية عند الشكلانيين ليس الأدب، إنما الأدبية، والتي تعني دراسة الخصائص التي تجعل من الأدب أدبا، بعيدا عن كل عامل خارجي.

ونجد مفهوم الإغتراب عند بعض الدارسين من أهم المصطلحات التي يستعملها الشكلانيون، قد مهد لنشوء رؤية جديدة في القراءة والتلقي؛ لأنه يتيح للمتلقي من خلال عملية الإدراك. تكوين دلالات جديدة والتفاعل مع النص تفاعلا إيجابيا يسمح له بإدراك الشكل الفني إدراكا متميزا، يتجاوز مرحلة التعرف السطحي عليه. وهذا ما يلزمه حياة خبرة جمالية كافية تتيح له تجاوز مرحلة التعرف إلى مرحلة الإدراك الجمالي للشكل الأدبي. وتلتقي هذه الفكرة مع آراء أصحاب جمالية التلقي حين تنظر إلى المتلقي كطرف ينبغي أن يتحصن وراء خبرة جمالية للأعمال الأدبية حتى يتمكن من بناء معنى هذا العمل، ويعيد رسم صورته العامة. لقد حاولت كل من البنيوية والشكلانية مقارنة النص الأدبي في ذاته ولذاته، فأنصار النظريتين ينظرون إلى النص على أنه شيئا موضوعيا يملك وجودا مستقلا؛ أي بعيدا عن المؤلف والمجتمع والقارئ، وبالتالي ليس له امتداد الدكتور: بوعزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

خارج وجوده، وقد قادهم هذا التصور إلى دراسة النص الأدبي دراسة وصفية بالكشف عن بنيته وكيفية تركيبته وشكله وأنساقه. فقد حرص الشكلانيون على الشكل واستبعدوا المضمون؛ حيث ذهبوا إلى أن ما يميز العمل الأدبي عن غيره من أنواع الخطاب هو الشكل وليس مضمون، على عكس مفهوم أصحاب جمالية التلقي الذين ركزوا على الشكل والمضمون معا. مما جعل دراسة الشكلانيين قراءة قاصرة للعمل الأدبي؛ لأنه لا يمكن الإبداع والتجديد في الشكل لوحده، إنما يكون ذلك في مضمون العمل الأدبي أيضا، بل إن التميز في المضمون هو الذي يجعل من الأشكال الأدبية بنسبة غالبية أعمالا أدبية إبداعية حقيقية.

وإضافة إلى المدرسة الشكلانية الروسية، تمثل مدرسة براغ البنيوية من أكثر المصادر اسهاما في نظرية جمالية التلقي بألمانيا، وذلك من خلال أعمال "موكروفيسكي" أحد أهم منظري المدرسة، فهو لم يفصل بين العمل الأدبي بما هو بنية على النسق التاريخي بل يرى بأنه لا بد من فهم العمل الأدبي على أنه رسالة، إلى جانب كونه موضوعا جماليا، وبهذا يتوجه إلى متلق هو نتاج العلاقات الاجتماعية لذلك يصبح العمل الفني يحتل مكانا في السياق الملائم لفحص الاستجابة الجمالية.

واستمدت نظرية التلقي منهجها في البنيوية باعتبارها المنهج الذي ارتكزت عليه من خلال تحليلها للنص ودور القارئ، فالبنيوية تركز في أحد وجوها على النص الأدبي أو البنية اللسانية الحاملة للدلالة والمنتجة لها والمكتفية بذاتها. إذ أن أصحاب نظريات التلقي يعدون البنية اللسانية إحدى المؤثرات في فهم النص لكن هذه البنية لا بد لها من تعدي مرجعيات ذاتية قائمة على الفهم من لدن القارئ.

كما نجد من التيارات التي مهدت لظهور نظرية جمالية التلقي إتجاه سوسولوجيا الأدب، الذي سعى لابرز الاهتمام الحقيقي بالقارئ. والذي يرى أن الكاتب عندما يكتب فهو يضع نصب عينيه القارئ، ومن هنا رأى "روبير اسكاربيت": "أن حياة الأعمال الأدبية تبدأ من اللحظة التي تنشر فيها، إذ أنها في ذلك الحين تقطع صلتها بكاتبها لتبدأ رحلتها مع الدكتور: بوعة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

القراء". كما أن عملية النشر بحد ذاتها دلالة على أهمية القارئ في حياة الكاتب. ويواصل "روبير اسكاربيت" في كتابه سوسولوجيا الأدب تأكيده بأن الكتاب أيا يكن موضوعه، يصل إلى القارئ، ويتمثل هذا في الحوار الذي يقيمه الكاتب للجمهور لغاية ما.

وأيا تكن غاية الكاتب ... فإنّ هدفه ومحط رحال حوار هو القارئ والجمهور. والقارئ على مستوى الفرد تظل قضيته ضمن حدود الحدث العادي لا تسترع انتباها ولا تكتسب أهمية. حتى إذا ما تعدد القراء وتكون "جمهور" هذا الكتاب أو "ذاك" من الكتب تلبست المسألة عندئذ طابعا اجتماعيا وصارت وجها من وجوه علم اجتماع الأدب.

ولقد أسهمت الحقول المعرفية والمرجعيات الفلسفية بشكل كبير في ظهور نظرية التلقي فالمؤثرات الخمسة والإرهاصات الأولى التي تمخضت عنها نظرية التلقي كما حددها "روبرت هولب" هي: الشكلانية الروسية، بنوية براغ، ظواهرية "رومان انغاردان"، هرمنيوطيقا "هانز غادامير"، وسوسولوجيا الأدب.

المحاضرة 08: أسس جمالية التلقي لدى مدرسة

مفهوم جمالية التلقي لدى مدرسة كونستانس:

إنّ المتنبع لحركة المناهج النقدية وتطورها عبر الزمن، يمكنه أن يميّز بين ثلاث لحظات فارقة في مسار النقد: لحظة (المؤلف) وتمثلت في نقد القرن التاسع عشر (التاريخي، النفسي، الاجتماعي، ...)، ثم لحظة (النص)، التي جسّدها النقد البنائي في الستينات من القرن العشرين، وأخيرا كما في اتجاهات ما بعد البنيوية لحظة (القارئ) أو (المتلقي)، ففي حين أن الاتجاهات البنيوية قد أعلنت من سلطة النص، ولم تعر بقية عناصر العمل الأدبي اهتماما، نجد أنّ اتجاهات ما بعد البنيوية قد أعلنت من سلطة القارئ، ولا سيما نظرية التلقي في السبعينات من القرن العشرين، والتي قيل إنها جاءت لتصحيح الأخطاء التي وقعت فيها البنيوية، وأبرزها الصنمية النصية، وموت المؤلف وإهمال حركة التاريخ، فجاءت هذه الاتجاهات كرد فعل حاد على هذا الانغلاق النصي. وهذا بعد ممارسة عملية القتل على المؤلف التي يعتبرها "أمبيرتو إيكو" بمثابة تحرير لطاقة النص على الإنتاج، إذ ينبغي على المؤلف أن يموت بعد أن يكتب، ويؤكد "إيكو" في المقابل أنّ: "النص آلة كسولة تتطلب من القارئ بذل جهد تعاضدي جبار لكي يملأ فراغات "ما لم يقل" وما قيل" التي لبثت بيضاء". وهو ما من شأنه أن يدفعنا للتأمل في السؤال الذي طرحه علينا "جون بول سارتر" ويدخل متسللا بين هذا وذاك في قوله لمن نكتب؟ أو أننا سنجد أنفسنا تحت غطاء التساؤل الآتي: ماذا كُتبت لنا؟ فالتساؤل الأول جعل العمل الفني محل تساؤل نقدي ووجه البحث عن ذلك المبدع الحقيقي للعمل الفني وهو الذي قاد "جون بول سارتر" في أربعينيات القرن الماضي إلى القول "لا يوجد الفن إلا من أجل الآخر وبه". وكأني بالتساؤل هو: أليس القارئ من يوجد من أجله الأثر الأدبي؟ أليس هو من يقدر كيان أو وجود العمل الفني؟

إن نظرية التلقي في رؤيتها للعمل الأدبي تعتبر أنّ النصّ حقا قد يوجد قبل أن يقرأ وهو موجود بعد أن يقرأ، وما يثبت حق الوجود قبل وبعد هو فعل الكتابة ولا يمكنها -القراءة- تحقيق المسافة الجمالية بين النصّ وقارئه؛ إذ إن القراءة هي من يحقق ويقرر ذلك عبر ملء الفراغات وسد البياض، فالقارئ هو المنتج للنص، وهو ما يؤكده "بارث" حين يقول "لا يوجد نص قبل عملية القراءة، فالنص يولد حينما يقرأه الآخر أي القارئ. فالنص فراغ بعض فوق بعض والقارئ هو الذي يملأ هذا الفراغ إنه هو الذي يقيمه، ينشئه وينتجه". إذ أنّ النصّ لا يكتفي بذاته، فهناك نوع من التداخل والالتحام بين النصّ وقارئه ينتج عنه تأثير جمالي لتصبح بذلك آلية القراءة تتحرّك بين قطبين، القطب الفني للنص يهتم بالنص وصنعتة اللغوية، والقطب الجمالي يختص بنشاط عملية القراءة، وكلا ينصهر في الأخير، ويحل فيه ليتشكل من ذلك النص.

منذ عام 1966 لم تتوقف جمالية التلقي المعروفة باسم مدرسة (كونساتنس) عن التطور لتتحول إلى نظرية التواصل الأدبي، وينحصر موضوع أبحاثها في التأريخ الأدبي، باعتباره إجراء يوظف ثلاثة عناصر فاعلة هي، المؤلف، والعمل الأدبي، والمتلقي، أي عملية جدلية تتم فيها دائما الحركة بين الإنتاج والتلقي بواسطة التواصل الأدبي. وظهرت ملامح هذه النظرية بعد أن طرحت مفاهيمها من خلال كتابات "هانز روبرت ياوس" و"فولفغانغ إيزر" وهما من أبرز الأعلام المؤسسين لها، حيث أرسوا مفاهيمها وإجراءاتها من خلال أعمالهم التي عارضوا بها مفاهيم البنيوية. فلقد أحدثت الكتابات المتأخرة خاصة تأثيرا كبيرا في نقد استجابة القارئ والنظرية الأدبية في بريطانيا، والولايات المتحدة. إذ تم اعتبار نشأة هذه النظرية من قبل المهتمين بالنقد بمثابة ثورة على النظام، الذي أحكم على المتلقي فجعله منقادا بهذه الآداب الجبرية فترة طويلة في ألمانيا وأصبح منهجهم النقدي يرتكز على استقبال النص بطرق شبه التفسير والتحليل المبني أساسا على لغة العمل الأدبي وما تتميز به من رموز ودلالات موحية". ولأنهم ركزوا في رؤيتهم النقدية لاستقبال

النص على مفهوم يشبه إلى حد كبير منهج التفسير والتحليل في اعتماده على لغة النص وما توحى به من دلالات ورموز.

وتسعى نظرية التلقي من خلال إسهامات "ياوس و"إيزر" إلى طرح مجموعة من الأفكار تتمثل فيما يلي:

■ إن نظرية التلقي في طرحها النقدي لا تهتم بما يقوله النص ولا بمفاهيمه ومعانيه، بل تهتم بما يتركه العمل من آثار شعورية ووقع جمالي في نفوسنا وهي تبحث عن أسرار خلود الأعمال وبقائها.

■ تتجه هذه النظرية بكل تركيزها واهتمامها إلى المتلقي، وترى أنه من أهم ركائز العملية الإبداعية، فهو في هذه العملية لا يمثل أهمية عن المبدع ولا عن النص المبدع. وكان ذلك رد فعل منها على الاتجاهات التي سبقتها، وخاصة البنيوية، التي تعطي من شأن النص على حساب القارئ.

■ تؤيد هذه النظرية القول بتعدد القراءات واختلافها باختلاف القراء. أي أنها تنفي أحادية معنى النص، وتقول بإمكانية تعدد المعاني، وقابلية النص الواحد للتأويل بغير معنى. فإذا كانت القراءة إجابة عن سؤال الكتابة، فإن هذا الجواب يقدمه كل واحد منا، مع ما يحمله من تاريخ ولغة وحرية. التي هي في تحول لا نهائي، فإن جواب العالم للكاتب لا نهائي أيضا. فنحن لا نكف أبدا عن الإجابة عما كتب خارج كل جواب، فلا حدود لدلالات النص، مثلما لا حدود لقراءاته وتأويلاته.

■ ويرتبط بهذه الفكرة أيضا رفضهم لفكرة المعنى الموروث في النص الأدبي، لأن نقاد نظرية التلقي يرون أن النص قابل لعدد لا متناه من التفسيرات والتأويلات، واختلاف القراء زمنيا ومكانيا، يتعارض مع هذه الفكرة نظرا لاختلاف نظرة هؤلاء القراء إلى النص الأدبي، وبالتالي اختلاف فهمهم له.

وهكذا، فإن معنى النص الأدبي ينبني أمام أعين القراء جميعا، "ولكن تلقي هذا المعنى على هذا النحو أو ذاك، واختلاف هذا التلقي من قارئ إلى آخر ينتجان

عن علاقة القارئ الذاتية بالمعنى، فكل قارئ ينفعل انفعالا خاصا به مع أنه يسلك سبل القراءة ذاتها التي يفرضها على جميع القراء".

■ وتبعا لهذه الفكرة فإن النص الأدبي عند أصحاب هذه النظرية لا يعد نصا بالكامل، كما لا يمكن حصره عندهم في ذاتية القارئ، ولكنه نتاج تفاعل هذين العنصرين معا -القارئ مع النص-، فقراءة كل نص أدبي، كما يرى "إيزر"، تفاعل بين بنيته ومنتقيه، وهذا هو السبب في أن النظرية الظاهرية للفن تؤكد أن دراسة النص الأدبي يجب أن تُعنى بما يترتب على هذا النص من ردود أفعال قدر عنايتها بالنص نفسه. وبهذا فإن قراءة النص تتجاوز قصدية منشئه، وتستكشف أبعادا أخرى بفاعلية التأويل أو التفسير المنبثقة في سياق النص، والقارئ في نشاطه المستكشف لأبعاد أخرى يمتلك حرية التأويل من غير نفي لإمكانات النص، والتي تتبدى في تحاور القارئ مع المقروء، واستبطان تحولاته الدلالية.

■ يتكون النص الأدبي نتيجة لتصادف عنصرين، هما: أفق الانتظار، الذي يستدعيه النص، وأفق التجربة، الذي يلح عليه المستقبل.

■ ترى هذه النظرية أن أهم شيء في عملية الأدب هي المشاركة بين النص والقارئ المتلقي، إذ العمل الأدبي لا تكتمل حياته وحركته الإبداعية إلا عن طريق القراءة وإعادة الإنتاج من جديد، لأن المؤلف ما هو إلا قارئ للأعمال السابقة، وهذا يعني أن العمل الأدبي مركب من عدة أعمال سابقة فلولا ذلك لما استمر الأدب في التطور. ولذلك أهملت نظرية التلقي دور المؤلف في هذه العملية، بمعنى أن دراسة أحواله النفسية والتاريخية ليست أمرا ضروريا يعتمد عليه المتلقي في تعامله مع النص، فالنظرية تشير في مجموعها إلى تحول هام من صاحب الإنتاج إلى النص والقارئ.

المحاضرة 09: رواد مدرسة كونستانس وأبرز مفاهيمها

ولقد أسست مدرسة "كونستانس" عن طريق أبرز ممثليها "ياوس" و"إيزر" بشكل فعلي لما يُسمى بنظرية القارئ واعتبرته مرتكزا لها في العملية النقدية، معتبرة أنّ تجربة القراءة تشمل ما يفعله القارئ في النص وما يفعله النص في القارئ فالقراءة إذن تجربة مشتركة يتقاسمها النص والقارئ والمعنى هو حدث يقع بين الكلمات وعقل القارئ، ليصبح فعل القراءة بمثابة إنتاج ثان للنص وهذا الإنتاج هو عملية الإبداع التي يمارسها القارئ بعيدا عن المؤلف الذي تم صرف النظر عنه. وذلك عبر تحقيق مجموعة من الإجراءات المنظمةة لعملية التلقي والتي تتمثل فيما يلي:

❖ **حرية التلقي:** ولا يقصد بحرية القارئ في هذه النظرية أن يكون غير ملتزم بالضوابط الفنية، بل أن يتحرر من الجبرية التي فرضها النقد الماركسي على الفن وأن يكون القارئ حرا في استقبال النص. حيث يؤكد أصحاب هذه النظرية على: " أن القارئ إذا لم يحاول التغلب على التزامه الإيديولوجي، فإن القراءة الصحيحة للنص، ستكون مستحيلة".

❖ **المشاركة في صنع المعنى:** وينظر أقطاب منهج التلقي، إلى إجراءات التفاعل مع النص، التي تستلزم مشاركة القارئ في صنع المعنى دون أن يكتفي بالتفسير التقليدي الذي يجعل القارئ خارجا عن النص، فبالمشاركة الفعالة في صنع المعنى ينتقل الاهتمام من موضوع العمل الأدبي إلى سلوك القراءة، ولقد ميزت نظرية التلقي بين مهمتين للقارئ في مسألة المشاركة في صنع المعنى هما: مهمة الإدراك المباشر، مهمة الإستذهان.

أ- مهمة الإدراك المباشر:

فهمة الإدراك تعتبر المرحلة الأولى في التعامل مع النص، في تفهم الشكل الخارجي له، وما يتوفر عليه من معطيات لغوية وأسلوبية، وما يصل إليه القارئ من نتائج خلال هذه المرحلة التفسير، التي لا تعد في نظر أصحاب نظرية التلقي عملا فنيا يضاف للقارئ، بسبب انفصال العلاقة بينه وبين العمل الأدبي من جهة، ولأنه يعاني من طغيان الإشارات والرموز، والمفاتيح السطحية من جهة أخرى.

ب- مهمة الاستذهان:

أما فيما يخص الاستذهان، فهو عنصر أساسي من الخيال المبدع الذي يلعب دورا في إيجاد مواضع جمالية فأثناء انتقال القارئ إلى المستوى الثاني من عملية القراءة، تظهر لديه " فراغات" أو "غموض" يجب عليه حينئذ ملؤها ليصير بفعل ذلك مشاركا في صنع المعنى. والوصول إلى هذا الغموض هو الهدف الأساسي عند أصحاب هذه النظرية، الأمر الذي من شأنه أن يفتح مجال الحوار الجاد بين المتلقي والإنتاج مثلما يبين "انجاردن" الكيفية المثلى التي أشار إليها إيزر حيث يوضح في معرض حديثه، قضية التجسيم ودوره في تفعيل خيال المتلقي، قصد تمكينه من ملئ فجوات الغموض، ويساعد القارئ أيضا على إدراك العمل الأدبي.

❖ **المتعة الجمالية:** تحدد المتعة الجمالية من خلال الطبيعة الخاصة بالتأمل الجمالي... إنها تنشأ من خلال تلك الوحدة الخاصة بين المتلقي والعمل الفني، وهذه المتعة الفنية ليست متعة من أجل موضوع معين خارج العمل الفني بل هي متعة موجودة داخله، وهي الوظيفة التي تتبع كل عمل أدبي فهي ظاهرة جمالية تجلب القارئ وهذا ما أكده أحد رواد هذه النظرية إذ يقول عنها " ياوس": " إن المتعة الجمالية تتضمن لحظتين: الأولى تنطبق على جميع المتع، حيث يحصل الاستسلام من الذات للموضوع... والثانوية تتضمن اتخاذ موقف يوظف القارئ وجود الموضوع ويجعله جماليا"، ومعنى هذا أن القارئ سيشارك كذلك في صنع الجمال مبرزا له في العمل الأدبي من خلال تواصله مع النص والقيام بفك شفراته ورموزه التي يرصدها ويسهم بذلك في إنتاج المتعة الجمالية، لكن هذه

الدكتور: بوعزة مختار
جامعة مستغانم
السنة الجامعية: 2023-2024

الأخيرة لن تحصل له في المرحلة الأولى، كونه منشغلا بإثارة الموضوع نفسه، وما يحدثه من تطهير وانفعال، بل يحصل له في المرحلة الثانية عندما يصل إلى درجة اللذة والمتعة المباشرة التي يتبنى بسببها موقف ويتجلى ذلك من خلال سلوكه، فإما أن يتعاطف مع النماذج المثيرة للرحمة والشفقة، وإما أن يبتعد عن النماذج التي تثير في نفسه الاشمئزاز، فتصبح المتعة لها وظيفة أساسية تساهم في توجيه إدراك المتلقي، " والمتعة يجب أن لا تتفصل عن وظيفتها العملية الموجهة للإدراك".

بالرغم أن "ياوس" و "إيزر" يعتبران من أبرز مؤسسي هذه النظرية واشتراكهما في رسم الخطوط العريضة لمنهجهما، واستطاعا تقديم جملة من المفاهيم النظرية والإجرائية كبديل لمصطلحات البنيوية، إلا أن هذا لم يمنع من رصد بعض الاختلافات بينهما في الآليات الإجرائية التي تسعى للإجابة على إشكالية "لماذا تتم دراسة تاريخ الأدب؟" التي طرحها "ياوس" في محاضرة ألقاها عام 1967 بجامعة "كونساتنس" وهي الفروقات التي نوه لها الناقد "روبرت سي هوليب" من خلال ربطه لجمالية التلقي بياوس، وربط الفاعلية والتأثير بعمل إيزر، حيث يشير إلى أن:

- "ياوس" اهتم بتطور النوعي الأدبي مركزا جهوده في مراجعة نظرية الأدب
- فيما اهتم "إيزر" بقضية بناء المعنى وطرائق تفسير النص، من خلال اعتماده على أن النص يحتوي على عدد من الفجوات التي تستدعي قيام المتلقي بعدد من الإجراءات ليكتمل المعنى.

المحاضرة 10: مفهوم أفق التوقع لدى "روبرت يابوس"

أفق التوقع في فلسفة روبرت يابوس "نظرية التلقي":

"هانز روبرت يابوس" هو ناقد ومؤرخ ألماني ولد عام 1921 وأحد أساتذة جامعة كونستانس الألمانية، وباحث لغوي في الأدب الفرنسي وامتدح إلى التجديد في معارفه الأكاديمية فكان هدفه الوحيد هو الربط بين الأدب والتاريخ. فاعتبر بذلك مؤسس نظرية في أواخر الستينات من القرن الماضي. وكانت إسهاماته واضحة وجليّة في نظرية جماليات التلقي انطلاقاً من النظريات التي تتعلق بالمعنى والعمل الأدبي، لذلك يقول "روبرت هولب": "تتضمن محاولة "يابوس" تجاوز ثنائية الماركسية والشكلانية والنظر إلى الأدب من منظور القارئ المستهلك ... الجوهر التاريخي للعمل لا يتضح من خلال فحص إنتاجه أو وصفه فقط بل ينبغي أن نعالج الأدب باعتباره عملية جدلية بين الإنتاج والتلقي. إذ يرى "يابوس" أن المنهج الملائم للدراسة الأدبية هو الذي يجمع بين مزايا الشكلانية والماركسية، واعتمد في صياغة ثنائية الذات والمعنى على المطلب الماركسي الذي يؤكد أن الأدب مجرد وسيلة، لتحميل مضامين الإيديولوجية ووضعها في السياق التاريخي، والمطلب الشكلاني في إحلال الذات المدركة في تحقيق الأدب ذلك لأن الذات المتلقية تساهم في بناء المعنى من خلال فعل الإدراك.

ففي المحاضرة التي ألقاها في ماي 1967 بجامعة كونستانس الألمانية والتي كان عنوانها "لماذا تتم دراسة تاريخ الأدب؟" وضع "يابوس" اللبنات الأولى لنظرية جديدة في فهم الأدب وتفسيره والوقوف عند إشكاليته. وهذا من خلال صياغته لمجموعة من المفاهيم الأساسية التي كانت كلها مقترحات تصب في رؤيته للجمع بين التاريخ وعلم الجمال في دراسته للأدب، وفي هذا الصدد يؤكد "يابوس" في تصوره للظاهرة الأدبية على أنها تقوم على ما الدكتور: بوعزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

يسميه "ياوس" بأفق التوقع، وهو مصطلح فلسفي تحدث عنه "غادامير" وسماه الأفق التاريخي، حيث أخذ "ياوس" مفهوم الأفق من "غادامير" وركب مفهومه "أفق التوقع" من مفهوم عنده، ومن مفهوم خيبة الانتظار عند "كارل بوبر" بحيث وجد "ياوس" هذين المفهومين المطبقين في فلسفتي العلوم والتاريخ يخدمانه في البرهنة على أهمية التلقي في فهم الأدب والتاريخ له حيث يرى "غادامير" أن فهم أي حقيقة هو مرتبط بالعواقب التي تترتب عليها، وأن فهمنا للعمل لا يتأتى إلا بالنظر إليه من زاوية غير تلك التي كانت في فهمه عند معاصريه فيقول: "لا يمكن فهم أي حقيقة دون أن تأخذ بعين الاعتبار العواقب التي تترتب عليها، لأن تاريخ التفسيرات والتأثيرات الخاصة بحدث أو عمل ما هي التي تمكنا - بعد أن اكتمل هذا العمل وأصبح ماضيا - من فهمه كواقعة ذات طبيعة تعددية المعاني وبصورة مغايرة لتلك التي فهمها معاصروه بها" ولهذا كان "غادامير" يدعو دوما إلى فهم النص في ضوء السياق التاريخي الذي خلق فيه اعتمادا على كونه شرطا أساسيا من شروط أية ممارسة تأويلية في نظره، ذلك يعني اتحاد واندماج السياق التاريخي الذي نشأ فيه الأثر مع أفكار ومعتقدات المفسر الشخصية، بحيث يكون لهذا الأخير الرأي الحاسم في "إعادة إحياء معنى النص" من جديد، ما دفع "غادامير" إلى تسمية إتحاد الأفقين أفق النص وأفق المؤول (المتلقي) بـ"انصهار الأفق".

استفاد "ياوس" من مفهوم الأفق عند "غادامير" و"كارل بوبر" مجسدا التكامل بين التاريخ وعلم الجمال من خلال تطويره لمفهوم "الأفق"، مؤكدا خصوصية هذا المفهوم في مجال الأدب، حيث أعاد مفهوم أفق التوقع تعريف التاريخ الأدبي، فأصبح هذا الأخير يعتمد على الخبرة السابقة لقراءة النصوص الأدبية "فالنص الأدبي لا يملك أي تأثير ما لم يتدارك القارئ أن قراءة أي نص ليست مغلقة عن أفق توقعات القراء، والتاريخ الأدبي في رأيه هو مجموعة من النصوص، رشحتها قراءات مختلفة، في أزمنة مختلفة". جاعلا القارئ عنصرا أساسيا في إنتاج المعنى بواسطة العمل التأويلي الأدبي الذي يعد عنصرا من عناصر تحقيق اللذة، وتصبح العلاقة بين النص والقارئ خاضعة لمنطق السؤال

الدكتور: بوعزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

والجواب، يتمظهر في شكل حوار، مما يعني أن تحديد أفق الأسئلة والأجوبة التي تشكل في نهاية الأمر نصا جديدا بالنسبة إلى القارئ.

وتتألف الأنظمة المرجعية لأفق التوقع حسب "ياوس" من ثلاثة عوامل هي:

1. التجربة المسبقة التي اكتسبها الجمهور عن الجنس الذي ينتمي إليه النص.

2. شكل الأعمال السابقة، وموضوعاتها التي يفترض معرفتها.

3. التعارض بين اللغة الشعرية، واللغة العلمية، أي التعارض بين العالم التخيلي والعالم الواقعي اليومي.

إن المفهوم العام لأفق التوقع يتجلى في التهيؤ القبلي للقارئ أو ما يجيء به من توقعات، وميول واعتقادات في إطار المرجعيات الفكرية والفنية التي يلم بها، ذلك أن كل عمل أدبي جديد يدعوه إلى استحضار جملة من الأعمال السابقة من نفس الجنس لتهيئه ذهنيا ونفسيا لاستقباله، مما يأخذ به إلى خلق توقعات معينة. وقد ذهب "ياوس" في ذلك إلى أن: "الأثر الأدبي يتجه إلى قارئ مدرك تعود على التعامل مع الآثار الجمالية، وتكيف مع التقاليد التعبيرية فيها، فكان أفق الانتظار عنده يتجسم في تلك العلامات، الدعوات والإشارات التي تفترض استعدادا مسبقا لدى الجمهور لتلقي الأثر". فحينما يشرع المتلقي في قراءة عمل حديث الصدور، فإنه ينتظر منه أن يستجيب لأفق انتظار أي أن ينسجم مع المعايير الجمالية التي تكون تصوره للأدب. لكن للعمل أيضا أفقه الخاص الذي قد يأتلف وقد يختلف مع أفق القارئ، مما ينتج عن ذلك حوار أو صراع بين الأفيين، ويمكن لتصادم الأفيين المفترض في كل قراءة أن يتمخض عنه ثبات انتظار القارئ أو تغييره أو إعادة توجيهه، وعلى إثر ذلك، لفت "ياوس" الانتباه إلى مصطلح "تغير الأفق" أو بناء "الأفق الجديد" عن طريق وعي جديد يطلق عليه بالمسافة الجمالية، أي التي تفصل ما بين أفق الانتظار التاريخي السابق والعمل الجديد وتغيير الأفق لدى المتلقي لن يتم إلا بواسطة التعارض، وخيبة الأمل بالنسبة للقارئ في عدم تحقيق المطابقة، بين معايير السابقة، مع معايير العمل الجديدة، ومن خلال عدم المطابقة بين الأفيين المتعارضين الدكتور: بوعزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

تتحرك في ضوءه الانحرافات، أو الانزياحات، عما هو معتاد وهذه الخيبة وذلك التعارض، هو ما يدعى "بالمسافة الجمالية" أي المسافة الفاصلة بين الانتظار الموجود سلفا، والعمل الجديد، حيث يمكن للمتلقي أن يؤدي إلى تغيير الأفق بالتعارض الموجود، مع التجارب المعهودة.

كما نجد أيضا من بين أهم الأدوات الإجرائية المعتمدة في نظرية "ياوس" مفهوم المسافة الجمالية، ويعني به الفرق بين كتابة المؤلف، وأفق توقع القارئ؛ بمعنى هي المسافة الفاصلة بين التوقع الموجود لدى القارئ والعمل الجديد، حيث يمكن الحصول على هذه المسافة من خلال استبيان ردود أفعال القراء على الأثر، أي من خلال الأحكام النقدية المطلقة عليها. ولا ينفصل مفهوم المسافة الجمالية عن مفهوم التوقع الذي عبر عنه "ياوس" بتغيير الأفق أو بناء الأفق الجديد، والمشكل باكتساب القارئ لوعي جديد، ذلك أن العمل الأدبي الراقي عنده هو الذي لا يرضى أفاق توقعاته، ولا يلبي رغبات قرائه المعاصرين بل يسير في الممانعة والانتهاك لاستجابة القارئ الرتيبة، فيخترق معاييرها الفنية ويعارضها.

فالمسافة الجمالية لا يمكن لها أن تتحقق إلا بالانزياح عما هو مألوف وكلما تقلصت المسافة الجمالية كان العمل الإبداعي أقرب إلى فن الطبخ أو التسلية على حد تعبير "ياوس". ومن هنا يمكن تمييز ثلاثة أفعال لدى القارئ:

- الاستجابة ويترتب عليها الرضى والارتياح.
- التغيب ويترتب عنه الاصطدام.
- التغيير، أي تغيير الأفق المتوقع.

ويتعامل "ياوس" مع العمل الأدبي على أساس معيارين، معيار الإدراك الجمالي للتلقي، ومعيار الخبرات الماضية التي تستحضرها أثناء لحظة التلقي، كما وضح لنا المعنى "ياوس" من خلال تأويل العمل الأدبي، أي أن الإستراتيجية الجديدة التي تتبناها جمالية التلقي في القراءة قائمة على استخدام فعل الفهم في قراءة النص، حيث لا يستقيم العمل الدكتور: بوعزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

الأدبي إلا إذا شارك المتلقي في عملية بناء وإنجاز المعنى ومشاركة فعالة تجعله طرفا في تأويله وتفسيره مستخدما في ذلك خبرته الجمالية ومرجعياته الثقافية.

لقد سعى "ياوس" لتجاوز الهوية بين المعرفة الأدبية والمعرفة التاريخية، إذ يقول: "فالنص الأدبي له قدرات فنية تمكن من ممتلكاته وهي مرتبطة، غير أن الجمال يوجد في الذات المتلقية للنص الفني والعلاقة بين ما تملكه الذات القارئة من رؤى جمالية تكشف عنها كل مرة عبر الزمن، وما تسمح به ممتلكات النص الفنية من الإستجابة لذلك الكشف الجمالي هو الذي يدعوه لجمالية التلقي. على ذكر ما سبق فإن "ياوس" ربط بين الجنس الأدبي وما سبقه من قوانين تتمثل في التراث والتقاليد السائدة لدى القارئ وأفق توقعاته، بحيث يمكنه أن يحكم على العمل المتلقي فيقتبس درجة انتمائه إلى النماذج السابقة. وأكد على أن النص الأدبي لا يتطور بإرادة المؤلف وحده وإنما يخضع لتأثير المتلقي أيضا.

المحاضرة 11: مفهوم القارئ الضمني لدى " فولفغانغ

هو أستاذ الأدب الإنجليزي والأدب المقارن في جامعة كونستانس، ولد في ألمانيا عام 1926، عمل في العديد من الجامعات الأوروبية والأمريكية، وهو من أبرز مؤسسي المدرسة الألمانية في النقد الحديث. ويعتبر المؤسس الثاني لنظرية جمالية التلقي بعد "ياوس" نظرا لما أسهم به في سبيل تعزيز مكانة نظرية التلقي وسط المتلقين الألمان وخارج أسوار كونستانس. فقد توغل إيغالا كبيرا في إشراك المتلقي في هيكله المعنى وبنائه عن طريق فعل الإدراك، وإن هذا الاعتماد على الذات في تقرير المعنى والبحث عنه هو ما يعني عند "هوسرل" بمصطلح "القصدي"، وعملية التلقي لديه ممارسة ذاتية نشيطة لإنتاج المعنى الذي يؤهله الفهم والإدراك.

ويركز "إيزر" في عملية القراءة على مسألة ضم الفجوات التي توجد في العمل الأدبي، والتي يجب على القارئ أن يملأها، وهذا يثير تفاعلا بينه وبين النص، مما يضيف على هذه العملية الصبغة الإجرائية المستفيدة من المقاربة الموضوعية للإنتاج الأدبي. بحيث تنشط عملية التأثير والتأثر ملكة الربط عند القارئ حتى يتمكن من أن ينغمس في العملية الإبداعية للنص، ومنه إنشاء قراءات مختلفة باختلاف الأفراد ومؤهلاتهم من جهة، واختلاف الأزمنة من جهة أخرى، فتكون بذلك القراءة المفتوحة أرحب من الكتابة، وهذا النوع من القراءة الذي يركز على المخزون الثقافي لكل قارئ يجعل من القراءة عملية مستمرة وسيرورة لإنتاج المعنى والفهم.

ولعل المصطلح الأهم في المفاهيم والخطوات الإجرائية الذي شد انتباه "إيزر" هو مفهوم "القارئ الضمني"، حيث فرق بينه وبين القراء الآخرين الذين حددتهم القراءات البنيوية والأسلوبية التي سبقتها، كالقارئ المثالي، والقارئ المعاصر، والقارئ الجامع، والقارئ المخبر، والقارئ المستهدف وغيرهم، فقارئ "إيزر" ليس له وجود حقيقي (...). فهو يجد

التوجيهات الداخلية لنص التخيل، لكي يتيح لهذا الأخير أن يتلقى (...). إن القارئ الضمني هو تصور يضع القارئ في مواجهة النص، في صيغ موقع نصي، يصبح الفهم بالعلاقة معه فعلا".

إن القارئ الذي يقصده "إيزر" لا وجود له كحقيقة مجسدة، إنه قارئ افتراضي تحدده بنية النص في انتظار تجسده من خلال عملية القراءة الفعلية على يد قارئ حقيقي، حيث يمثل القارئ الضمني كل الاستعدادات المسبقة الضرورية واللازمة للعمل الأدبي كي يكون بإمكانه ممارسة تأثيره، يحددها النص ذاته من خلال بنيته وتركيبه، وهذا يعني أن القارئ الضمني موجود قبل بناء المعنى الضمني في النص، وقبل إحساس القارئ بهذا التضمين عبر إجراءات القراءة.

ولقد سبق "إيزر" إلى هذا المفهوم الناقد الأمريكي "واين بوث" حينما عرض بتوسع مفهوم "المؤلف الضمني" في كتابه "بلاغة الفن القصصي" سنة 1961، والذي يقصد به الأنا الثانية للمؤلف التي تتفصل عن ذاتيته المرتبطة بشروط الواقع، وتتحد بالعالم التخيلي، وإذا كان "بوث" يقصد في طرحه لمفهوم "المؤلف الضمني" أن البناء السردي للرواية يتضمن -أحيانا- توجها مباشرا إلى القارئ من خلال كلمات الرواية نفسها، فإن "إيزر" وعبر مفهومه الجديد "القارئ الضمني" يعارضه، إذ يرى أن النص لا ينطوي على مؤلف ضمني، وإنما على نوع من التوجه الضمني، الذي يتوجه به العمل الأدبي إلى المتلقي. ومفاد هذا أن القارئ الضمني يتبلور على ضوء الفضاء النصي، من خلال ما يتيح سجله واستراتيجيته من إرهابات لإنتاج المعنى فيكون بذلك شريكا للمؤلف، يتقاسم وإياه إنتاج المعنى.

كما يفترض "إيزر" أن النص ينطوي على مجموعة من الفراغات أو ما يسميه "إنغاردن" بفراغات الغموض التي يتركها الكاتب عن قصد أو عن غير قصد، والتي تتطلب من المتلقي القيام بمجموعة من الإجراءات من أجل ملئها، والجدير بالذكر أن بناء المعنى عند "إيزر" يستند إلى ثلاثة أبعاد:

1. البعد الذي سماه "إنغاردن" المظاهر التخطيطية
2. الإجراءات التي يحدثها النص في عملية التلقي
3. البناء الخاص بالأدب طبقا لقيود تعمل على تحقيق الوظيفة التواصلية وتحكم تفاعل القارئ به.

وواصل "إيزر" في مسعاه موضحا رؤيته للعمل الأدبي الذي يتركز على التأثير والتأثير إلى إنتاج جملة من المفاهيم الإجرائية ليوضح بها التفاعل بين المتلقي والنص، لملء الفجوات، وسد الفراغات"، والتي تمثلت أساسا في "سجل النص، الرصيد والإستراتيجية النصية، مواقع اللاتحديد، وجهة النظر الجواله":

❖ سجل النص:

يخالف النص الأدبي التصورات التي نحملها عن موضوع واقعي ما، لأنه يشتغل على الرمز لبناء معادل فني لتجربة واقعية، وهو يوظف عددا من السياقات: اجتماعية، ثقافية، أدبية...بها يحيل على نماذج من الواقع، منها يستمد القارئ القدرة على إدراك وظيفتها في الحياة الواقعية، يسمى "إيزر" تلك السياقات بسجل النص ويقصد به تلك العلاقة التي تربط النص بالواقع، في إطارها يمكن للقارئ أن يستوعب النص في حدود موقفه من الواقع الخارجي، أي أن الأعراف المشكلة لمختلف السياقات تصبح كفيلة بإقامة تواصل بين النص والقارئ، معنى ذلك أن السجل هو الذي يكشف أفق انتظار النص من العالم الواقعي.

❖ الرصيد والاستراتيجيات النصية:

يشير "إيزر" إلى أن للنص رصيده الخاص، ومرجعيته الخاصة به، حيث يسهم القارئ في بناء هذه المرجعية عبر تمثله للمعنى "فهو يعيد صياغة المخطط المؤلف لأجل تشكيل خلفية لعملية الاتصال، وهو يقدم إطارا عاما يمكن من خلاله تنظيم رسالة النص ومعناه". كما اعتبره منطقة مألوفة وملتقى للنص والقارئ، ويعد هذا إقرارا لما يمتلكه القارئ من

حقائق ورصيد، وبما أن الرصيد بحاجة إلى بنية ينتظم فيها اقترح "إيزر" مصطلح الإستراتيجيات لكي يحدد هذه الوظيفة حيث يعتبرها مقومات بنوية.

❖ مواقع اللاتحديد:

إن استراتيجية النص هي التي تلجأ إلى خلق مواقع اللاتحديد والتي اصطلح عليها بالبياضات أو الفجوات أو حتى الفراغات، ويحدد "إيزر" هذه الفجوة التي تعيق استمرارية القراءة، والتي تُترك عمدا ليملأها القارئ بمواقع اللاتحديد، ذلك أن النصوص الأدبية مملوءة بالانحرافات والتحويلات غير المتوقعة، وأيضاً بإحباط لتلك التوقعات وهو ما يسمح للقارئ بإظهار قدراته الخاصة لملء هذه الفراغات. ويتمثل دور مواقع اللاتحديد في تنشيط القارئ ومشاركته في إعادة إنتاج النص، حيث يكون مشاركاً ومتدخلاً فيه، إذ تسمح له هذه البياضات بتدخله عن طريق ملئها، وهذا حسب ما يؤكده "نيوتن".

❖ وجهة النظر الجواله:

يحتل القارئ موقعا داخل النص الأدبي ويستدعي فهمه له وجهة نظر جواله والتي يعتبرها "إيزر" الإجراء الذي يسمح له بالتجول في دهاليز النص، فهي وسيلة فعالة تتيح وصف الطريقة التي بها يكون القارئ حاضرا في النص، إنها تمنحه فرصة الكشف عن المنظورات المعقدة والمتحولة لدى انتقاله من منظور إلى آخر، ويترتب عن ذلك تشكيل شبكة، "من الروابط تشمل النص بكامله بصورة كامنة"، في ظل ذلك تمنح وجهة النظر الجواله بعدا زمانيا ومكانيا للقراءة، نظرا لارتباطها بتقلبات القارئ النصية، إذ أن ما يبينه القارئ سيظل دائم الانفتاح على تجاربه وإدراكاته الخاصة، مما يخلق نوعا من التأثير والتداخل بين منظورات النص المختلفة. "وهذا يعني أن عملية بناء الموضوع الجمالي تستدعي في الوقت نفسه تجربة القارئ السابقة وتدفعه إلى تصحيحها وتجاوزها". فعملية فهم النص لا تتم دفعة واحدة، بل من خلال انفتاحه تدريجيا أمام القارئ، إذ يمحي شيئا فشيئا ذلك الانفصال القائم بين الذات والموضوع، يمثل القارئ نقطة لرؤية متحركة داخل

بنية النص، حيث يمكنه ذلك من تحقيق حضوره الإيجابي بإدراكه للمواقف والتأويلات المتعددة للموضوع الواحد.

استطاع "إيزر" أن يتجاوز ما فعله غيره عندما "حدد العلاقة بين النص والقارئ على ثلاثة أقطاب متشابكة النص-القارئ وتفاعلهما". والذي من خلال -أي التفاعل- فإنّ القارئ "لا بد أن يتوقف مع النصّ الجيد الذي لا يستهلك نفسه وذلك عن طريق تلك الفراغات على نحو معتمد لكي يملأها القارئ، وعادة ما تتجم هذه الفراغات الموجودة في النص من حيل أسلوبية لا يكتشفها ولا يفهم أبعادها إلاّ قارئ متمرس"، فالنص مرتبط بالقارئ الذي يكشف هذه الفجوات ويقوم بملئها وفق المفاهيم لأن التفاعل ينتج عن طريق انسجام القارئ بالنص.

المحاضرة 12: دراسة الجمهور حسب الدراسات الثقافية

تمهيد:

تعد الدراسات الثقافية كمفهوم واستراتيجية منعطفًا معرفيًا ونقديًا في مجال دراسة ظاهرة الثقافة، وكيف تبنى تاريخيًا، حيث يهدف هذا التخصص من حيث الممارسة إلى المساهمة في بناء النهضة التعليمية على أساس الوعي النقدي الجديد. إذ تنظر إلى النص الثقافي على أنه نمط من التعبير ذو مغزى شكلا ومضمونا عندما تدرس كل جوانبه بكل تعقيداته.

لقد نشأت الدراسات الثقافية، واكتسبت حضورها، في بريطانيا في ستينات القرن الماضي عندما أنشأت جامعة بيرمنغهام عام 1964 "مركز الدراسات الثقافية المعاصرة" الذي أداره في البداية "ريتشارد هوغارت" ثم تسلم إدارته عشر سنوات "ستيوارت هول" 1969 - 1979. ومنذ السبعينيات بدأت الدراسات الثقافية في الانتقال إلى مجتمعات خارج بريطانيا حيث هاجرت إلى كل من الولايات المتحدة وكندا وأستراليا وفرنسا والهند، وخلال الثمانينيات أصبحت الدراسات الثقافية في كل دولة، تسم بمميزات القومية ومستقلة.

الجهاز المفاهيمي للدراسات الثقافية:

إن لمصطلح الثقافة عدد كبير من المفاهيم والتعارف منها الوارد إلينا عبر الترجمة من لغات أخرى ومنها ما هو متعلق بالحضارات والأديان. ركزت مختلف النظريات على مفهوم الثقافة انطلاقًا من خلفيات كل تيار أو مذهب، ف نموذج "ماكس فيبر" يرى الثقافة مجرد عامل مساعد يدفع المجتمع صوب غاياته، أما "كارل ماركس" فيختزل الثقافة إلى ناتج فرعي لطور الإنتاج السائد، في حين يرى "إميل دوركايم" أن الثقافة مؤسسة ضمن المؤسسات الاجتماعية الأخرى، أما المدرسة البريطانية لعلم الاجتماع فتقول باستقلالية الثقافة وعدم حساسيتها للعوامل الاجتماعية.

ولكن مهما اختلفت هذه النظريات والمذاهب في تفسير الفعل الثقافي إلا أنها تتفق في ضرورة الحفاظ على جزء معتبر يخصص للثقافة الراقية التي تعتبر الصورة الناصعة عن كل مجتمع. كما أن الثقافة تعتبر جزءا كبيرا من التحول الثقافي.

✚ التحول الثقافي:

لقد اتسع ميدان الثقافة في ذاته بشدة بعدما دخل مفهوم التحول الثقافي من قبل فريدريك جيمسون. حيث يرى أن النمط الإستهلاكي أصبح ثقافة الحياة اليومية، فالأفراد يجدون هوياتهم في أنشطتهم وأعمالهم وأوقات ترفيههم، ويبرز هذا التصوير واضحا في الحياة الأمريكية.

كما ساعدت البنيوية الاجتماعية بدرجة كبيرة في هذا التطور، ومع التحول تجاه المعنى، تراجعت أهمية الفنون الراقية والثقافة الجماهيرية في الدراسات الثقافية، وساعد التحول الثقافي الدراسات الثقافية كسب مزيد من الاعتبار كنظام أكاديمي، وزادت أهمية هذا التخصص وتأثيره على الأنظمة الأخرى.

✚ أنواع الثقافات: للثقافة عدة أنواع من أهمها:

- **الثقافة النخبوية:** هي التي تحصلت عليها نخبة من المجتمع بواسطة عدة وسائل كالكتاب، وهي ثقافة مكتوبة، وتعبّر عن مواقف المجتمع عندما تكون نابعة منه، وتسمى أيضا الثقافة العالمية.
- **الثقافة الشعبية:** هي مجموع العناصر التي تشكل ثقافة المجتمع المسيطرة في أي منطقة جغرافية محدودة، غالبا باستخدام طرق إعلام شعبية. تنتج هذه الثقافة من التفاعلات اليومية بين عناصر المجتمع إضافة لحاجاته ورغباته التي تشكل الحياة اليومية للقطاع الغالب من المجتمع. أو هي الثقافة الشفوية التي ينقلها المجتمع من جيل لآخر، والذي يعد الفلكور أبرزها، وتتألف كلمة فلكور من مقطعين "Folk" وتعني الناس أو الشعب. و" Lore" وتعني معرفة أو حكمة.
- **الثقافة الجماهيرية:** هي ثقافة مرتبطة بوسائل الإتصال وتنقل بواسطتها، وهي تؤثر على أفراد المجتمع بالتكرار وطول الزمن. أو هي تلك المحتويات التي تبثها وسائل

الإعلام الجماهيرية في المجتمع التقني المعاصر، التي تسعى لنشر المواقف الجديدة لدى الجماهير الواسعة. وتتميز هذه الثقافة بالنمطية أو المعيارية، وترسيخ القيم المثالية، وتنمية النزعة الاستهلاكية في المجتمع.

سمات الدراسات الثقافية:

تتميز الدراسات الثقافية بعدة سمات تميزها عن باقي الدراسات وتتمثل في:

1. تعمل ضمن مفهوم ممتد واسع للثقافة، وترفض ثنائية الثقافة الرفيعة/ الثقافة الوضيعة، كما ترفض أي نوع من الهرمية الثقافية، فكل ما يعبر به الناس عن "حياتهم" يستحق الاهتمام والدراسة.
2. تعنى بمظاهر الثقافة الشعبية جميعها، وتتنظر إليها بصفتها تعبيراً مشروعاً ذا مكانة تستحق الاهتمام والاحتفال، وتعد هذه الثقافة تعبيراً سياسياً مشروعاً لا مجرد ظاهرة غريبة لافتة للانتباه.
3. لا تصور الثقافة بصفتها ثابتة غير متحولة، أو بصفتها نظاماً مغلقاً على نفسه، بل تصورها في ديناميكيتها وتحولها وتجدها الدائم، فالثقافة ليست مجرد آثار صناعية أو رموز جامدة بل هي عملية تحول دائمة.
4. تشمل جميع مظاهر الحياة: الأوبرا، والأزياء، وأحاديث المقاهي، التسوق، وأفلام الرعب... إلخ لتقوم بفحصها وتحليلها، فلم يعد هناك معنى مركزي أو فضاء مهيمن بامتياز خاص.
5. الدراسات الثقافية ذات طبيعة عابرة للاختصاصات، فهي تشجع استعارة أشكال الدراسة جميعها، كما تستقبل المؤثرات المنهجية والإجرائية من كل حذب وصوب.
6. ترفض الدراسات الثقافية القيم المطلقة وتشجع طبيعة النظر النسبي الى موضوعات دراستها.

ويلخص "ستيوارت هول" في تقديمه للأعمال التي قام بها مركز الدراسات الثقافية المعاصرة أن هذه الأعمال جاءت كتحدٍ للبحوث التقليدية، وتهتم بدراسة الإتصال في الإطار الأوسع للدراسات الثقافية، وبصفة خاصة.

- دراسة محتوى الإتصال في إطار أوسع وتعريفه من خلال الدور الفكري والعقائدي للإتصال
- بدلا من نماذج التأثير المباشر التي كانت تقوم على أساس المثير - الإستجابة، والتأكيد على قوة وسائل الإتصال الفكرية والثقافية
- تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديمًا واضحًا للمعنى، وإعطاء اهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى التقليدي.
- التأكيد على مفهوم القراءة وجمهورها الذي يشير إلى العلاقة بين ترميز الوسائل الإعلامية والإتصالية وتباين تفسيرات الجمهور، بدلا من مفهوم الجمهور Audience الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير حاجات المسح الخاصة بالمؤسسات الإذاعية ووكالات الإعلان.

دافيد مورلي وتحولات الدراسات الثقافية:

طرح "مورلي" إشكالية التلقي ووسائل الإعلام التي تدخل ضمن إشكالية الدراسات الثقافية هي تلقي وسائل الإعلام والتكنولوجيا الجديدة، وحاول "مورلي" البحث عن علاقات السلطة وطبيعة التفاعلات داخل الأسرة، حيث أن أعماله تصب كلها في تيار البحث عن الأسرة والتكنولوجيا، إذ أدرج عدة أبعاد منها إدخال مفهوم الإطار المنزلي ووضع التصورات: التلفزيون، اختيار الأسرة واعتبارها وحدة تحليل واهتم بالتوجه المنهجي والبحث عن المنظور الإثنوغرافي.

فكانت دراسته حول تحليل البرامج الإعلامية العامة والمجلات، حيث دعا للتواصل السياسي واستهداف الجماهير الكبيرة وغير المتجانسة (رياضة، برامج منوعات، مسلسلات...). إن الهدف هو محاولة لفهم كيفية استخدام الجماهير المجموعات طريقة محددة والنشطة للتلفزيون، ومتكاملة كجزء من ثقافتهم، وهو القول كيف أنها تفسر المحتوى التلفزيوني على أساس ما هي عليه، تجربتهم الاجتماعية وغيرها.

المحاضرة 13: الجمهور في مقاربة التلقي لدى دفيد مورلي



يقصد بأنموذج التلقي في هذا المقام، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حولت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقاته بالتأثير الذي قد يحدث في سلوك الجمهور، أي علاقة الرسالة بالتأثير الناجم عن محاولة الإجابة عن التساؤل الأولي (ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور؟) في نموذج لاسويل، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الإنتقائي القوي والفعال والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث (إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟) لقد أحدثت مقاربة الإشكالية الجديدة بأنموذج الاستعمال والإشباع لكاتز، وبأنموذج التفاعل والتأويلات لمورلي، نقلة نوعية في نماذج أبحاث الجمهور، فأصبح التركيز على العلاقة بين الرسالة والمتلقي.

أصول ومبادئ النظرية:

تشكل نظرية التلقي التي هي حجر الزاوية في هذا الأنموذج، امتداد لنظرية التأثير والتقبل الألمانية التي ظهرت في مجال الدراسات الأدبية في أواسط الستينيات من القرن الماضي، وجاءت لتعيد الإعتبار للقارئ في عملية التواصل الأدبي باعتباره عنصرا فعالا. وترى نظرية التلقي أن أهم شيء في عملية التواصل الأدبي هي تلك المشاركة الفعالة بين النص التي ألفه المبدع وبين القارئ المتلقي. أي أن الفهم الحقيقي للأدب ينطلق من وضع القارئ في مكانه الحقيقي وإعادة الاعتبار له باعتباره هو المرسل إليه والمستقبل للنص ومستهلكه وهو كذلك القارئ الحقيقي له. ويعني هذا أن العمل الأدبي لا تكتمل حياته وحركته الإبداعية إلا عن طريق القراءة وإعادة الإنتاج من جديد، لأن المؤلف ما هو إلا قارئ للأعمال السابقة.

انطلاقا من ثمانينيات القرن الماضي طرحت إشكالية تلقي الرسائل الإعلامية، في السياق العام للتيارات النقدية وخاصة المدرسة الألمانية التي طورت نظرة نقدية في الدكتور: بو عزة مختار جامعة مستغانم السنة الجامعية: 2023-2024

الستينيات حول علاقة النص الأدبي بالقارئ وتحول الاهتمام من جماليات التأثير إلى جماليات التلقي، وقد ينسجم هذا الطرح عموماً مع المنظور الذي طوره "رولان بارت" في دراسته الشهيرة "موت المؤلف" حول التلقي، ويلتقي أيضاً مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز بيرمينغهام للدراسات الثقافية المعاصرة في بريطانيا.

فحوى نظرية التلقي في البحوث الإعلامية:

تهتم عموماً بمحاولة تفسير آليات فهم النصوص والصور الإعلامية من خلال فهم كيفية قراءة هذه النصوص من طرف الجمهور، حيث يركز الاهتمام من خلال دراسات التلقي، على تجربة مشاهدي السينما والتلفزيون وكيف يتم تشكل المعنى من خلال هذه التجربة. ومن بين مزاعم هذه النظرية، أن النصوص الإعلامية، من خلال الفيلم أو البرنامج التلفزيوني، لا يستقل بمعنى ذاتي، داخلي ملازم له، فالمعنى يولد لدى التفاعل بين المشاهد والنص، ويذهب أصحاب هذه النظرية إلى القول أن العوامل السياقية لها تأثير أكثر من العوامل النصية على الطريقة التي يشاهد بها المتلقي الفيلم أو البرنامج التلفزيوني. وتشتمل عوامل السياق، على تشكيلة متنوعة من العناصر منها هوية المشاهد وظروف التعرض والتجارب القبلية لدى المشاهد وتصورات السابقة عن نوع الفيلم وإنتاجه، وحتى قضايا سياسية وتاريخية واجتماعية محيطية.

إنّ فهم سلوك الجمهور أصبح يشكّل حجر الزاوية في دراسات التلقي، وأصبح مقروناً بفكرة دراسة المتلقي في حدّ ذاته. ولم يعد الباحثون في هذا التقليد يركزون على الرسائل المرسلة أو المصمّمة، وإنما أصبح اهتمامهم يدور حول الرسالة التي تمّ استقبالها فعلاً من المتلقي (استنطاق المتلقي). وهذا ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإجابة على السؤال التالي: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ الذي توصل إليه "إليو كاتز" من خلال نموذج الاستعمال والإشباع، وبعبارة أخرى فإنّ محتوى الرسالة يتجاوز بكثير القصد الأصلي لمرسله، حيث أنّ المتلقي أصبح يمثل جزءاً من جماعات تأويلية؛ ويتمثّل دوره في فك رموز الرسائل التي استقبلها متفاعلاً معها؛ نتيجة لمجموعة من التفاعلات مع الرسالة في حدّ ذاتها ومع أعضاء الجماعة.

أبحاث دافيد مورلي في التلقي التلفزيوني:

يُقرّ "دافيد مورلي" من خلال أنموذج التفاعل والتأويلات للنصوص الإعلامية على أنّ الفروق الفردية في التفسير موجودة بالفعل، لكنه يشدّد على أهمية الفوارق الاجتماعية والاقتصادية في تشكيل الطرق التي يفسّر الناس بها تجاربهم مع التلفزيون وذلك عن طريق التقاسم الثقافي المشترك للمدونات.

وانطلاقاً من هذا المنظور، فقد تمّ الانتقال خلال نصف قرن من النموذج الذي يفسّر فعل وسائل الإعلام انطلاقاً من المصدر أو من المرسل، إلى النموذج الذي يعطي الدور الايجابي (النشط) للمتلقي لاستنتاج دلالات معاني الخطاب الإعلامي الموجودة في بيئته. وبعبارة أخرى من نموذج أحادي الاتجاه أو شاقولي إلى نموذج تفاعلي أو تحاوري لعملية الاتصال. وأصبح الحديث يدور حول صيرورة الاتصال ضمن نموذج (نص/قارئ). ويبحث هذا النموذج في الطريقة التي يُؤلّد بها أفراد الجمهور معانيهم الخاصة من خلال قراءتهم للخطاب الإعلامي، أي أن النصوص قد تعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين في أوضاع مختلفة. فهو يركّز على ما يشاهد أو يقرأ أو يستمع إليه الجمهور في وسائل الإعلام، وعلى المعاني التي تنتج نتيجة تفسير النصوص الإعلامية.

التلقي التلفزيوني والمقاربة الإثنوغرافية:

عكف عدد من الباحثين الثقافيين على التأسيس لمقاربة تركز على المظاهر النصية للمشاهدة التلفزيونية إلى جانب الأبعاد الاجتماعية للتحليل وتأويلات المشاهدين. يكمن الهدف الرئيسي في محاولة فهم كيف أن جماعة المشاهدين يستعملون عملياً وبكيفية نشيطة التلفزيون كعنصر مندمج في ثقافتهم، بمعنى كيف يؤوّلون محتوى الرسائل التلفزيونية انطلاقاً من قيمهم الثقافية وخبراتهم وتجاربهم الاجتماعية، وكيف يشاركون في البناء الاجتماعي لمعاني المنتج الإعلامي من خلال القراءة التي يقدمونها للنصوص. ولفهم تأويل مشاهد معين لمنتج تلفزيوني ما، يلجأ الباحثون لمنظور أكثر نفعية حيث يستعملون بكثافة المناهج الإثنوغرافية لجمع المعطيات: الاستجابات العميقة، والملاحظة المباشرة، والملاحظة بالمشاركة.

ويرجع الفضل في تطوير المنهج الأنثروبولوجي في دراسات الاتصال الجماهيري عامة ودراسات الجمهور بصفة خاصة، إلى تيار الأبحاث المتعلقة بالأسر والتكنولوجيات المتولد عن الاستعمال العائلي المتنامي للمبتكرات التكنولوجية الجديدة (التلفزيون، مسجل وقارئ الفيديو، والحاسوب).

تميز التطور الأولي لأنموذج التلقي، بانتقال اهتمامات البحث من قضايا الايديولوجيا وتحليل الرسائل المتلفزة من خلال تساؤلات حول البنية التطبيقية وعملية فك الرموز إلى التمايز في ممارسة المشاهدة من منظور النوع داخل العائلة. وقد ترتب عن هذا التحول إعادة تأطير قضية التلقي داخل سياق أوسع يستدعي الربط بين التكنولوجيات الجديدة ووسائل الاتصال الجماهيري والديناميكيات العائلية بهدف فهم عملية التلقي في أبعادها المتعددة.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم



قسم الفنون

كلية الأدب العربي والفنون

السنة الجامعية: 2020-2021

الشعبة: فنون بصرية

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

المستوى: السنة الأولى ماستر



الإمتحان الجزئي للسداسي الأول في مادة الجمهور والتلقي

نص السؤال:

لقد تسبب جائحة كورونا في التأثير على الحياة الفنية والثقافية نتيجة القيود التي فرضتها الدول في الحجر المنزلي، الأمر الذي أحدث شللا أو ركودا في النشاطات بمختلف المؤسسات الفنية والثقافية، ومع طول الأزمة الصحية اضطر القائمون على الحركة الفنية بالجزائر للبحث عن بدائل فكان الفضاء الافتراضي الملجأ لهذا، ولأن الفن والثقافة لا تقوم إلا بوجود جمهور باعتباره المعنى الأول بمضامينهما، استوجب دراسة هذا التحول.

المطلوب: ناقش وحلل كيف تلقى الجمهور النشاطات الفنية التي تم بثها عبر مختلف منصات الفضاء الافتراضي، مع تعليل إجابتك وفق المرتكز النظري الأنسب لهذه الحالة؟

الدكتور: بوعزة مختار

مع تمنيات أستاذ المادة لكم بالتوفيق والنجاح

الملحق رقم 01: الامتحان الجزئي للسداسي الأول للسنة الجامعية: 2020-2021

المطبوعة البيداغوجية لمادة "الجمهور والتلقي" للسنة أولى ماستر إدارة الأعمال الفنية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم



قسم الفنون

كلية الأدب العربي والفنون

السنة الجامعية: 2021-2022

الشعبة: فنون بصرية

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

المستوى: السنة الأولى ماستر

الإمتحان الجزئي للسداسي الأول في مادة الجمهور والتلقي



نص السؤال:

تعتبر معارض اللوحات الفنية التشكيلية على اختلاف تياراتها أحد النشاطات التي تخصص لها دور الثقافة حيزا زمانيا ومكانيا للترويج لها وفرصة للتعريف بالفنانين، ولكن الملاحظ أنه معظم الأحيان ما يقتصر الحضور فقط على الفنانين التشكيليين وئلة قليلة من أهاليهم وأصدقائهم، هذا بالرغم من أنّ الدعوة للحضور تكون مجانية ومفتوحة لجميع فئات الجمهور.

المطلوب: بصفتك إطارا مقبلا على شهادة الماستر في إدارة الأعمال الفنية والثقافية، استتجد بك مدير دار الثقافة لتتقترح عليه استراتيجية لمواجهة هذا العزوف من الجمهور، فما هي معالمها مع التدقيق بأمثلة؟

الدكتور: بوعزة مختار

مع تمنيات أستاذ المادة لكم بالتوفيق والنجاح

الملحق رقم 02: الامتحان الجزئي للسداسي الأول للسنة الجامعية: 2021-2022

السنة الجامعية: 2023-2024

جامعة مستغانم

الدكتور: بوعزة مختار



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -



قسم الفنون

كلية الأدب العربي والفنون

السنة الجامعية: 2022-2023

الشعبة: فنون بصرية

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

المستوى: السنة الأولى ماستر

الإمتحان الجزئي للسداسي الأول في مادة الجمهور والتلقي

نص السؤال:

لقد شهدت الألفية الثالثة من القرن العشرين انتشارا للوسائط المتعددة، الأمر الذي وفر للجمهور موادا فنية وثقافية متنوعة ساهمت بشكل أو بآخر في تغيير نمط تلقيه لهذه المنتجات الفنية. إذ أعتبر خبيرا الإعلام الرقمي "لي ريني" و"باري ويلمان" بأن: "الوفرة الغامرة في الخيارات، جعلت الأفراد يسيطرون على أين وماذا يشاهد الناس. فلم تعد، باختصار، النظرية القديمة والمفهوم التقليدي "للجمهور" يتناسبان مع العصر الرقمي الحالي".

المطلوب: على ضوء ما درست حلل وناقش هذا التحول الحاصل في التلقي لدى الجمهور وفق المقاربة النظرية المناسبة لهذا الطرح؟

الدكتور: بوعزة مختار

مع تمنيات أستاذ المادة لكم بالتوفيق والنجاح

الملحق رقم 03: الامتحان الجزئي للسداسي الأول للسنة الجامعية: 2022-2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم



قسم الفنون

كلية الأدب العربي والفنون

السنة الجامعية: 2023-2024

الشعبة: فنون بصرية

التخصص: إدارة الأعمال الفنية والثقافية

المستوى: السنة الأولى ماستر

الإمتحان الجزئي للسداسي الأول في مادة الجمهور والتلقي

نص السؤال:

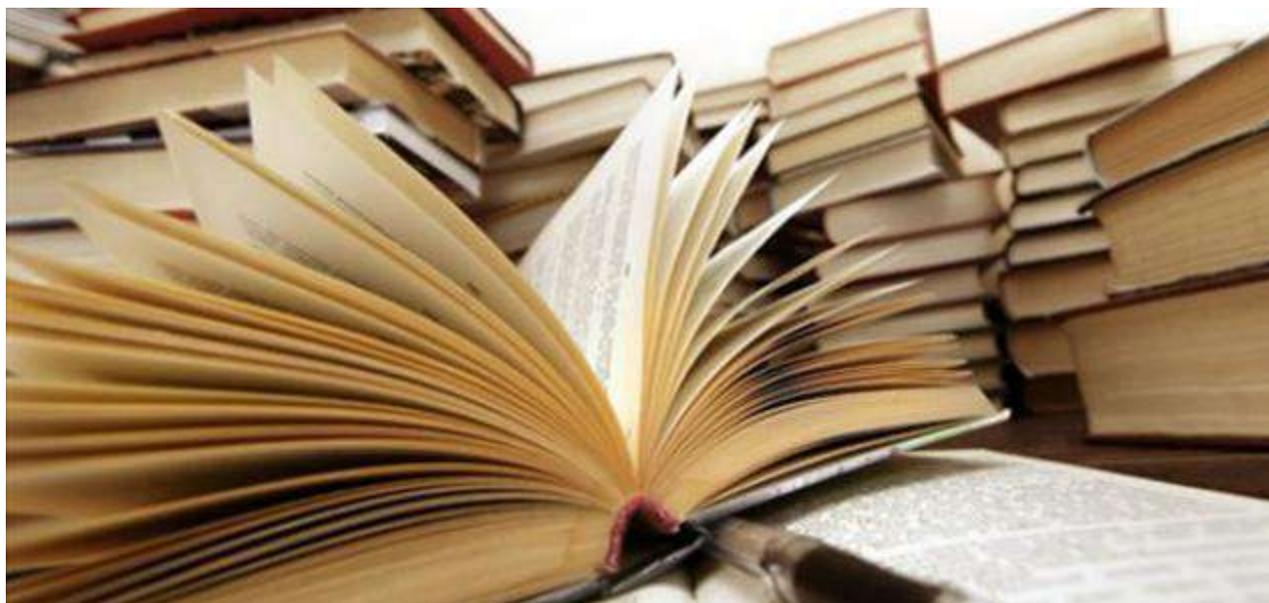
تقول الباحثة "هيبه مسعودي": "أنّ الدفع بالفنون المعاصرة إلى أقباص التصنيع الثقافي أحدث تبعات وإحراجات لا يمكن حصرها؛ في تغيير القيمة الإبداعية والتواصلية، التي كان يؤسسها الفن، وانتقالنا من عالم الثقافة والفن إلى عالم الصناعة والتجارة فقط. فلئن كنا نتحدث عن متلقٍ وجمهور في الدائرة التقليدية للفن، فإنه يتوجب علينا استخدام مفهوم المستهلك حينما يتعلق الأمر بالصناعة الثقافية، والمستهلك لا يتعامل مع آثار فنية وقيمة إستطبيقية بقدر ما يبحث عن سلع وبضائع تُؤمّه بالسعادة الواهية، وتجعل من تجواله في المعارض وقاعات الفنون كتجواله في المساحات التجارية الكبرى والأسواق".

المطلوب: على ضوء ما درست حلل وناقش هذه المقولة بتوضيح كيفية حصول التحول الذي حدث في التلقي لدى الجمهور لأحد الأشكال الفنية؟

الدكتور: بوعزة مختار

مع تمنيات أستاذ المادة لكم بالتوفيق والنجاح

الملحق رقم 04: الامتحان الجزئي للسداسي الأول للسنة الجامعية: 2023-2024



قائمة المراجع البيبليوغرافية

قائمة المراجع البيبليوغرافية

المراجع باللغة العربية

1. إبراهيم خليل، في نظرية الأدب وعلم النص، الدار العربية للعلوم، منشورات الإختلاف، الجزائر، ط1، 2010.
2. أحمد بدر، الاتصال بال جماهير والدعاية الدولية، الكويت: دار القلم، 1975.
3. بسيوني إبراهيم حمادة، "وسائل الاعلام والسياسة- دراسة في ترتيب الاولويات"، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1996.
4. بشري موسى صالح، نظرية التلقي الأصول والتطبيقات، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 2001.
5. جيهان رشتي، "الاعلام ونظرياته في العصر الحديث"، القاهرة: دار الفكر العربي، 1971.
6. جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.
7. حسن محمد حسن، النظرية النقدية عند هيربرت ماركيوز، لبنان: دار التنوير، ط1، 1993.
8. حميد سمير، النص وتفاعل المتلقي في الخطاب الأدبي عند العرب، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، د.ط، 2008.
9. رعد عبد الجليل جواد، نظرية الاستقبال، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، 1992.
10. سامي إسماعيل، جماليات التلقي، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ط1، 2002.
11. سيزا قاسم، القارئ والنص (العلامة والدلالة)، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر، 2002.
12. شاكر عبد الحميد، التفصيل الجمالي، دراسة في سيكولوجية التذوق الفني، سلسلة عالم المعرفة. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.
13. شعبان حنان، تلقي الإشهار التلفزيوني، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
14. طرابيشي ميرفت، السيد عبد العزيز، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
15. عبد الجليل مرتاض، الظاهر والمتخفي: أطروحات جدلية في الإبداع والتلقي، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
16. عبد الله ابراهيم، التلقي والسياقات الثقافية: بحث في تأويل الظاهرة الأدبية، الطبعة الثانية، الجزائر: منشورات الإختلاف، 2005.
17. عبد الله أبو راشد، التذوق والنقد الفني، سوريا: منشورات وزارة الثقافة، 2000.
18. عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، دار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ط2، 2005.
19. عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، رام الله: منشورات دار الماجد، 2006.
20. عبد الله محمود عدوي، الجماليات في الإعلام التلفزيوني، بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، 2016.

21. علي قسايسية، جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، من المتفرجين الى المبحرين الإفتراضيين، الجزائر: دار الورسم للنشر، ط1، 2011.
22. عيساني أحمد، الهرمونطيقيا وفلسفة التأويل-من مناهج النقد الفلسفي-، دار الغرب، الجزائر، دط، 2004.
23. العيفة جمال، الثقافة الجماهيرية: عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق، عنابة: منشورات جامعة باجي مختار، 2003
24. فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإتصال الجماهيري، سوريا: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
25. قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، القاهرة: منشأة المعارف، ط1، 1984.
26. محسن محمد عطية، تذوق الفن، القاهرة: دار المعارف، 1997.
27. محمد عبد الحميد، "دراسات الجمهور في بحوث الإعلام"، لبنان: دار الفكر، 1987.
28. محمود عباس، عبد الواحد، قراءة النص وجماليات التلقي بين المذاهب الغربية والحديثة وتراثنا النقدي: دراسة مقارنة، القاهرة: دار الفكر العربي، ط1، 1996.
29. مخلوف بوكروح، التلقي والمشاهدة في المسرح، مؤسسة فنون، الجزائر، دط، 2004.
30. منال هلل المزاهرة، "نظريات الاتصال"، دار المسيرة، عمان، ط1، 2012.
31. موسى ربايعه، جماليات الأسلوب والتلقي، دار جرير للنشر والتوزيع، 2008.
32. مي العبد الله، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، بيروت، ط2، 2010.
33. ناظم عودة خضر، الأصول المعرفية لنظرية التلقي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1997.
34. نجم عبد الشهب، نور الدين النادي، الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
35. نصر الدين العياضي، وسائل الإتصال الجماهيرية: آراء ورؤى، الجزائر: دار القصبه للنشر، 1998.

المراجع المترجمة للغة العربية:

1. أرمان وميشال ماتلار: "تاريخ نظريات الإتصال" ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رايح، الطبعة الأولى، بيروت، أكتوبر 2005
2. آلن هاو، النظرية النقدية، ترجمة ثائر ديب، القاهرة: المركز القومي للترجمة، ط1، 2010.
3. أمبرتو إيكو، القارئ في الحكاية (التعاقد التأويلي في النصوص الحكائية)، ترجمة: أنطوان أبو زيد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط1، 1996.
4. إيزر فولفغانغ، فعل القراءة، نظرية في الإستجابة الجمالية، ترجمة: عبد الوهاب علوب، المجلس الأعلى للثقافة، 2000.
5. توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، ترجمة: سعد هجرس، طرابلس: دار أويا للطباعة والنشر والتوزيع، 2004.

المطبوعة البيداغوجية لمادة "الجمهور والتلقي" للسنة أولى ماستر إدارة الأعمال الفنية

6. جورج سانتيانا، الإحساس بالجمال، ترجم: محمد مصطفى بدوي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2001.
7. جون ميرال، الف لوينشتاين، الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة: ساعد خضر العرابي الحارثي، السعودية: دار المريخ، 1989
8. روبرت هولب، نظرية التلقي: مقدمة نقدية، ترجمة: رعد عبد الجليل، دار الحوار اللادقية، 1992.
9. روبرت هولب، نظرية التلقي، ترجمة: عز الدين إسماعيل، النادي الثقافي بجدة، السعودية، 1994.
10. روبير إسكاربيت، سوسيولوجيا الأدب، ترجمة: آمال أنطوان عرموني، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، ط3، 1999.
11. غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة: فيروز بورمة، مكتبة عراس للنشر والتوزيع.
12. لويس دوللو، الثقافة الفردية وثقافة الجمهور، ترجمة: عادل العوا، بيروت: منشورات عويدات، 1983.
13. هانس روبيرت يابوس، جمالية التلقي من أجل تأويل جديد للنص الأدبي، ترجمة: رشيد بنحدو، الطبعة الأولى، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2004
14. هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1999.

المقالات العلمية باللغة العربية

1. إبراهيم بعزیز، "أثر الصورة الإشهارية على ثقافة المتلقي وقيمه"، ورقة علمية قدمت في الملتقى الوطني حول ثقافة الصورة، جامعة المدينة يوم 04 جوان 2010.
2. أيزر فولفغانغ، فعل القراءة، نظرية الواقع الجمالي، ترجمة: أحمد المديني، مجلة آفاق المغربية، الدار البيضاء، ع6، 1987.
3. بن تومي، القراءة وضوابطها المصطلحية، مجلة قراءات، جامعة بسكرة، العدد الأول، 2009.
4. رشيد بنحدو، العلاقة بين القارئ والنص في التفكير الأدبي المعاصر، عالم الفكر، الكويت، مجلد 23، العدد 1 و2، 1994.
5. رشيد بنحدو، "قراءة في القراءة"، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 48/49، سنة 1988.
6. عبد العزيز طليمات، الواقع الجمالي وآليات إنتاج الواقع عند فولفغانغ أيزر-مجلة دراسات سيميائية-الدار البيضاء، ع6، 1992.
7. مجدي أحمد توفيق، استلاب القارئ وتحريره، مجلة فصول، ج 16، العدد 03، 1998.
8. محمد بلوحي، جمالية التلقي عند مدرسة كونستانس الألمانية (جهود يابوس وأيزر)، مجلة عمان، العدد 113، الأردن، تشرين الثاني.
9. نجوى عبد السلام، حسن سحلول، معضلة القارئ النظرية، المعرفة، دمشق، العدد 402، مارس 1997.

الرسائل والأطروحات باللغة العربية:

1. علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
2. إيناس عياط، استراتيجية التلقي الأدبي في الفكر النقدي المعاصر، رسالة ماجستير في النقد وقضايا الأدب، إشراف عبد الحميد بورايو، قسم اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر، 2001-2000.
3. حراث سعاد، الخطاب المسرحي عند علولة وجمالية التلقي دراسة لمسرحية اللثام، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2006-2005.
4. خالد وهاب، جمالية التلقي في مسرحية النخلة وسلطان المدينة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2009-2008.

المراجع باللغات الأجنبية:

1. Armand Nivelle, **Les théories Esthétiques en Allemagne de Baumgarten a Kant**, Paris (VI). Société d'édition les belles lettres, 1955.
2. CERVILLE Maxime, QUEMENER Nelly, **Cultural studies: Théories et méthode**, Armand Collin, 2015.
3. Iser Wolfgang, **l'acte de lecture –théorie de l'effet esthétique-**, trd : Szyner (Evelyne Bruxelles, ed. Pierre Mardaga), 1976.
4. JOST François, **Les médias et nous**, Bréal, 2010.
5. Wemer J. Severin and James W. Tankard, **Communication Theories: Origins, Methods, and uses in the Mass Media**, London: Longman, 1992.
6. Blumler Jay G, and Elihu Katz ; « **The Uses of Mass Communication- Populartaste and Orga nized Social Action** », in : Schramm and Roberts, 1977.
7. Erving Goffman, **La mise en scène de la vie quotidienne – la présentation de soi -**, Tom 1 Editions de Minuit, Paris, France, 1973
8. Hiebert R. E; and al; **Mass Media: An Introduction to modern Communication**; Longman, New York, 1982
9. Patrick, CHAREAUDEAU, **Les médias et l'information**, De Boeck Edit, in Collection 'Médias recherches', Bruxelles, 2005.
10. Theodor Adorno et Max Horkheimer, "La production industrielle des biens culturels" dans: la dialectique de la raison: Fragments philosophiques, coll. Tell, Paris: Gallimard, 1974.