5.الدراسات الثقافية وممارسات التلقي التلفزيوني
(نموذج ستيوارت هال)

يعد ستيوارت هول أول من نقل الدراسات الثقافية من التركيز على المادية الثقافية الى دراسة التلقي، وانصب اهتمامه بالدرجة الأولى على تلقي المنتجات الثقافية عبر التلفزيون.

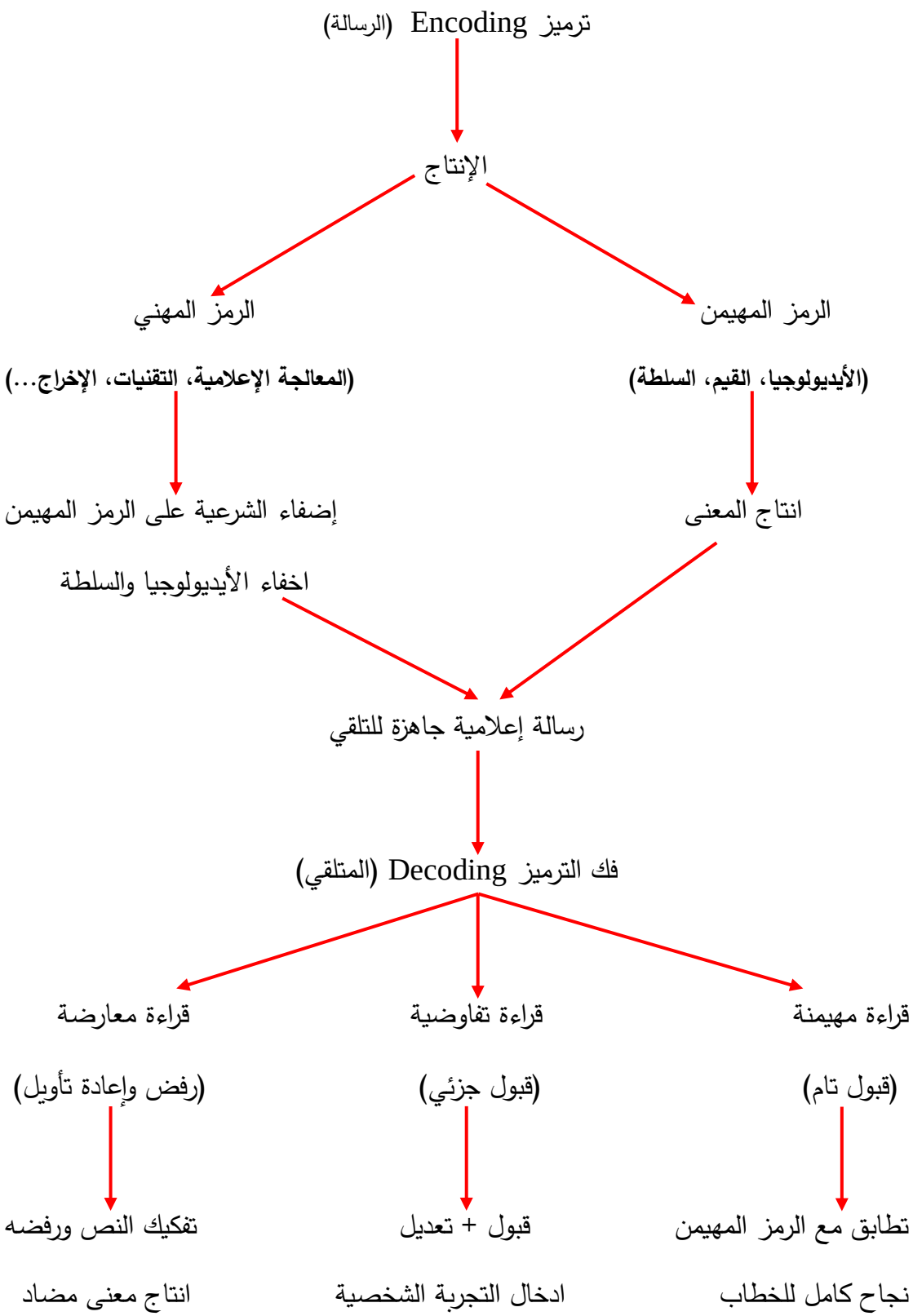
تأثر ستيوارت هول بالمدرسة البنيوية وما بعد البنيوية، وطرح نموذج الترميز/ فك الترميز الذي ينتمي الى دراسات ما بعد الحداثة التي لا تعتبر المتلقي سلبيا وانما فاعلا وايجابيا في العملية الإعلامية.

***أسس نموذج ستيوارت هال:**

- رفض الحتمية الإعلامية.
- اعتبار المتلقي منتج للمعنى وليس مجرد مستقبل له.
- يعتم بكيف يفكر الجمهور.
- التركيز على تفسير المعنى وفك رموز الخطاب التلفزيوني.

***طرق تأويل الخطاب التلفزيوني عند هال:**

يرى ستيوارت هال أن التلفزيون يقوم بإعادة بناء الواقع وليس نقل الاحداث الخام فقط. وينبغي ان يفهم الاعلام بوصفه نسقا من العلامات وليس مجرد ناقل معلومات. فالرسالة الإعلامية حتى تكون مفهومة ينبغي أن تحمل معنى، وهي بذلك تخضع الى عملية الترميز، وعندما يتلقاها المتلقي يقوم بفك هذا الترميز.



-مخطط توضيحي لنموذج ستيوارت هال-

الترميز: يتم انتاج الرسالة الإعلامية وفق البنية المعرفية للمرسل التي تتحدد انطلاقا من:

- الأطر الأيديولوجية (القيم السياسية، القيم الاجتماعية، الخلفية الثقافية...الخ).
- السياقات المؤسساتية (ظروف الإنتاج، علاقات الإنتاج...).
- القواعد المهنية.
- معرفة واسعة نوعا ما برغبات الجمهور.
- الآراء السائدة.

ترمز الرسالة بناء على رمزين:

****الرمز المهيمن:** هو الإطار الأيديولوجي العام الذي يعكس القيم السائدة في المجتمع، ويخدم توازنات السلطة.

****الرمز المهني:** هي الطريقة التي تُنتَج بها الرسالة الإعلامية، وفقا لقواعد المهنة، المعايير التقنية والأعراف المهنية داخل المؤسسة الإعلامية.

يعمل الرمز المهني كآلية تقنية لإعادة انتاج الرمز المهيمن واضفاء الشرعية عليه، مما يسهل على الجمهور تبني القراءة المهيمنة. باختصار يقوم الرمز المهني بـ:

- إضفاء الشرعية على الخطاب وجعله يتمتع بالمصداقية والطابع الموضوعي.
- جعل المعنى المهيمن طبيعي عبر تقديم الخطاب باستخدام تقنيات مهنية تجعله يبدو طبيعيا وبديهيا.
- تقليل المقاومة عبر تخفيف الشك وجعل الجمهور أكثر قابلية للتقبل.

فالرمز المهني لا يكون محايدا بل يعمل داخل حدود الرمز المهيمن ويعيد انتاجه. ذلك أن الخطاب المهني يبدو تقنيا ومحايدا لكنه في الواقع يترجم الأيديولوجيا المهيمنة بطريقة مقبولة ومقنعة. فتكون الرسالة الإعلامية تملك "**المعنى المهيمن**" أو الدلالة المرجوة والنمطية التي يُنصح بها الجمهور. وبهذا يظهر تأثير الهيمنة(غرامشي) والسلطة والمعرفة (فوكو).

يتساءل ستيوارت هال ان كان الجمهور مجبرا على فهم الرسالة بنفس الطريقة التي يريدها المرسل.

إذا كانت الإجابة نعم، فهذا يعني أن عملية الارسال والاستقبال هي عملية ميكانيكية للترميز وفك الترميز، ومن ثم فالرسالة مرتبطة بواقع مادي موجود قبل عملية النقل (الاتصال) ولا يلحقها أي تغيير أثناء الارسال والاستقبال، فتتم بذلك عملية نقل المعنى عن طريق الرسائل بشكل مثالي.

غير أن ستيوارت هال يرفض هذا الأمر ويرى أن:

1- عملية الاتصال أكثر تعقيدا فالرسالة تحمل ما هو غير مفهوم، معاني مضادة ومعاكسة للمعنى المراد نظرا لتعقد السيرورة التأويلية، تعدد المعاني والذي يبرز أكثر في حالة الاتصال الأيقوني (الألوان، الاشكال، الرموز...)، كثرة الرموز تؤثر في التشابهات بينها وطريقة فك معانيها.
2- لابد من اعتبار المتلقي يتمتع بدرجة من الحرية في تأويل الرسائل.
3- المتلقي يستطيع رفض المعنى الذي يضفيه المرسل على الرسالة ويؤولها بالطريقة التي تلائمه انطلاقا من رغباته، معارفه، موقعه الاجتماعي، سياقه الثقافي...الخ.
4- المعنى لا يُفرض بشكل مباشر بل يبنى من خلال التفاعل بين النص الإعلامي والمتلقي ضمن سياقات اجتماعية وثقافية متعددة.

***فك الترميز:** هي عملية تفسير الرسالة من قبل الجمهور بناء على البنية المعرفية الخاصة به (يضفي معاني على الرسالة في سياق بنيته المعرفية) والتي تتحدد انطلاقا من الخلفية الاجتماعية والثقافية والتجربة الشخصية. وهو ما يجعل المعنى متعددا وليس ثابتا.

***التفسير الثقافي والسياقي للخطاب التلفزيوني:**

يرى ستيوارت هال أن عملية فك الترميز قد تحدث ضمن أحد الأطر الثلاثة التالية:

* **إطار الرموز المهيمنة:** أو القراءة المهيمنة Dominant

- ✓ المتلقي يقرأ الرسالة داخل نفس الإطار المرجعي الذي أُنتجت فيه.
- ✓ قراءة الرموز بطريقة مشابهة للطريقة التي وضعها المرمزون (نفس الإطار التأويلي).
- ✓ فك الرموز بالنظر الى الرمز المرجعي الذي استُخدم في عملية الترميز، فالمشاهد يتحرك في إطار الرمز المهيمن.

ما ينتج عنه توافق تام مع الرسالة واندماج المتلقي في المعاني المربطة بالرسالة التلفزيونية، ومن ثم إعادة انتاج الخطاب السائد (أي ان المتلقي يتبنى نفس المعنى والأيديولوجيا الخاصة بالمرسل).

وحتى يتحقق هذا النوع من القراءة لابد ان تكون هناك هيمنة ثقافية قوية، تشابه الخلفية الثقافية بين المنتج والمتلقي، وضعف التعددية الإعلامية مما يجعل الخطاب الإعلامي موحدا وغير متنوع.

**الإطار المفاوض: أو القراءة التفاوضية Negotiated

- ✓ يقبل المتلقي بعض خصائص المعاني المهيمنة ويغير خصائص أخرى وفقا لتجربته الشخصية.
- ✓ حدوث قراءة هجينة تجمع بين قبول الاطار العام للرسالة وإعادة تفسير بعض عناصرها (قبول جزئي + إعادة تفسير)

أي أن المتلقي لا يرفض الخطاب لكن يعيد تأويله وفق واقعه الخاص عن طريق انتقاء المعاني، التكييف مع التجربة الشخصية، وإعادة ترتيب الأولويات.

يتطلب تحقيق هذا النمط من القراءة وجود وعي نقدي جزئي لدى المتلقي، اختلاف جزئي في السياق الاجتماعي بين المرسل والمتلقي، واحتكاك بين الثقافة السائدة والثقافات الفرعية.

**الإطار المعارض: أو القراءة المعارضة Oppositional

- ✓ قراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة.
- ✓ رفض المعنى المهيمن وإنتاج معنى مضاد، أي أن المشاهد يفهم الرسالة فهما جيدا كما قُصدت، ثم يرفضها بالكامل ويعيد تأويلها بشكل مخالف تماما.
- ✓ وجود موقف أيديولوجي مضاد (وليس سوء فهم).

وتتم القراءة المعارضة عبر: تفكيك الخطاب، كشف التحيزات الأيديولوجية، إعادة بناء معنى بديل.

حتى يتحقق هذا الإطار ينبغي توفر وعي نقدي مرتفع لدى المتلقي، انتماؤه لثقافة مضادة أو مهمشة، وعدم وجود ثقة في المؤسسات الإعلامية.

***الانتقادات الموجهة لنموذج ستيوارت هال:**

- ✓ اهمال البعد العاطفي في عملية التلقي (التأثير الوجداني، اللاوعي والعاطفة) والتركيز على التفسير العقلي.
- ✓ التركيز على النص أكثر من السياق التكنولوجي.
- ✓ محدودية التطبيق في الاعلام الرقمي التفاعلي.