

النقد الإعلامي Media criticism

الدكتور: توفيق عمري

DGM413

مدخل مفاهيمي للنقد الإعلامي Media Critique

المحاضرة الأولى



المحاضرة الأولى

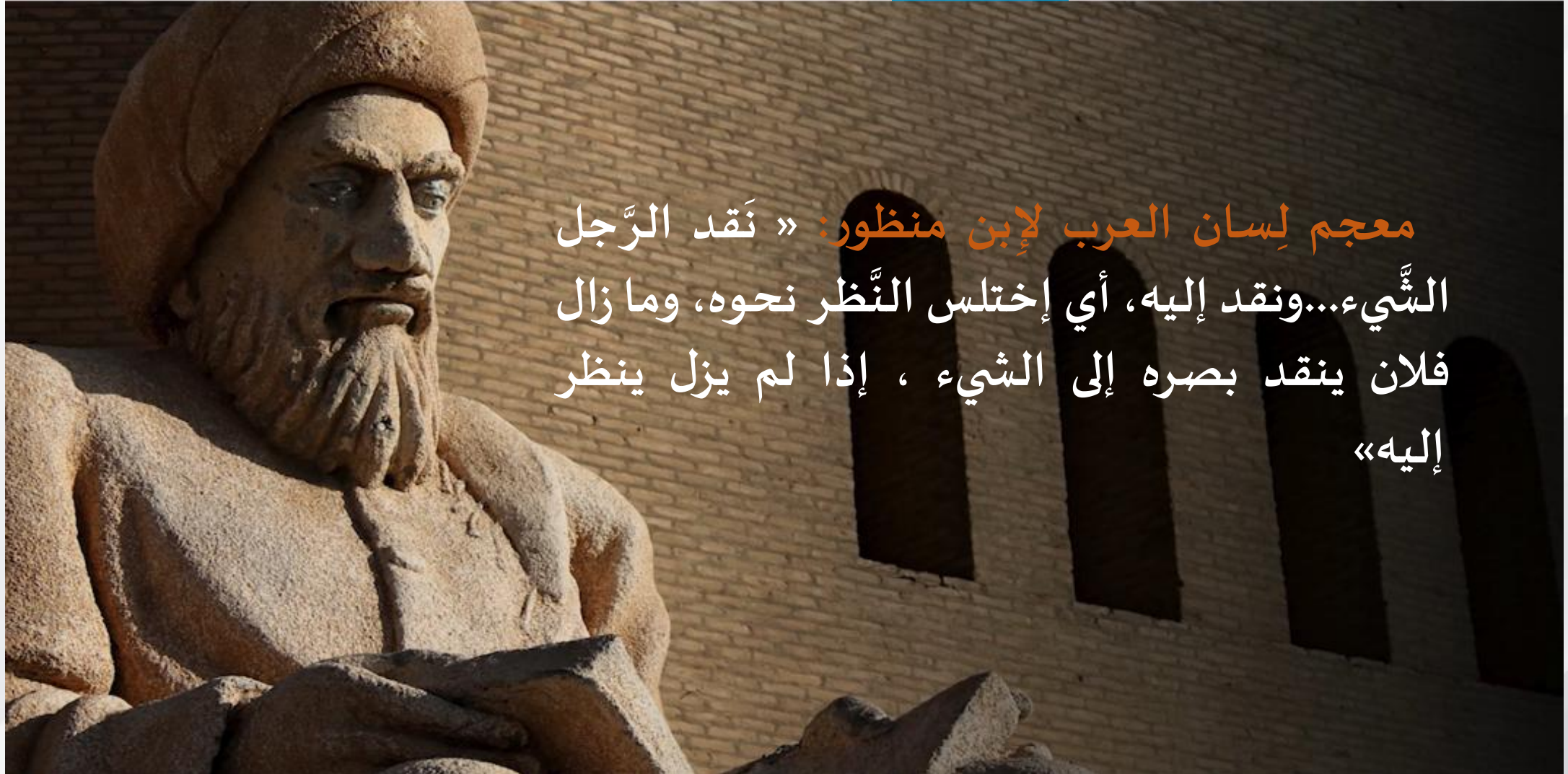
محتويات المحاضرة :

- 1- مقدمة.
- 2- تعريف النقد.
- 3- ظهور فكرة النقد .
- 4- تعريف الإعلام.
- 5- عناصر العملية الإعلامية.
- 6- مفهوم النقد الإعلامي.
- 7- دور النقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية.
- 8- التربية الإعلامية.
- 9- الوعي الإعلامي.
- 10- خلاصة



تتباين وسائل الإعلام مع بعضها البعض،
من حيث القدرة على تحقيق اتصال ناجح
وانجاز الأهداف المنشودة من العملية الإعلامية،
وهنا يأتي دور النّقد الإعلامي، الذي ينصب
إهتمامه على تقييم وإثراء العملية الإعلامية.
وينطلق النّقد الإعلامي من إدراك أنّ وسائل
الإعلام، ليست محايدة بالكامل، بل قد تحمل اتجاهات
أيديولوجية أو مصالح اقتصادية وسياسية، الأمر الذي
يستدعي فحصًا دقيقًا لمحتواها.





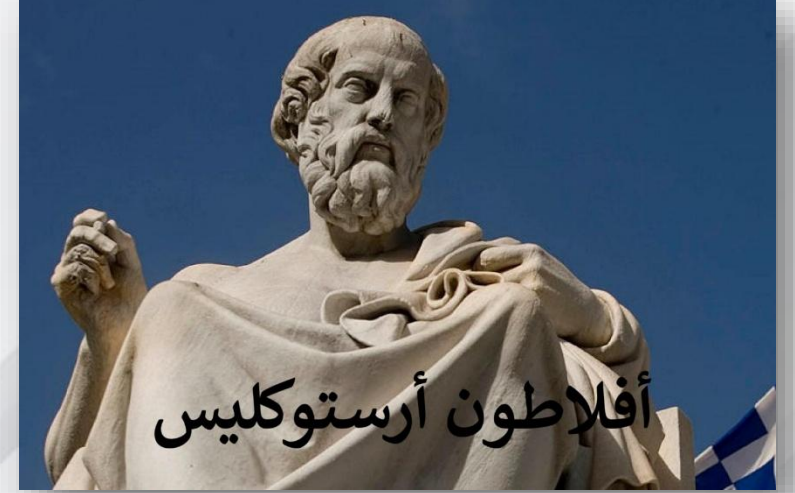
معجم لسان العرب لابن منظور: «نقد الرجل
الشيء...ونقد إليه، أي إختلس النّظر نحوه، وما زال
فلان ينقد بصره إلى الشيء ، إذا لم يزل ينظر
إليه»

الفيروز آبادي في القاموس المحيط :
«النَّقد هو التَّمييز بين الأشياء، نقول نقدت الدراهم، أي ميَّزت الجيِّد منها والمزيف، والنَّقد هو المناقشة، نقول: ناقده في المسألة أي ناقشه، ويطلق النَّقد على الراجع من الأشياء».

كَمَا إِسْتَحْدَمُ النَّاسُ كَلِمَةَ النِّقْدِ، صَارَ فِين مَعْنَاهَا إِلَى نَقْدِ أَخْلَاقِ الْآخَرِينَ وَعَادَاتِهِمْ وَبَيَانِ مَا يَتَحَلَوْنَ بِهِ مِنْ كَرِيمِ الصِّفَاتِ وَسَيِّئِهَا، وَلِهَذَا قَالُوا «إِنْ نَقَدْتَ النَّاسَ نَقَدُوكَ» وَأَنْ تَرَكْتَهُمْ تَرَكُوكَ» ثُمَّ دَخَلَ مُصْطَلَحُ النِّقْدِ فِي نَقْدِ الشَّعْرِ وَالْخُطْبِ فِي الْعَصْرِ الْجَاهِلِيِّ، حَيْثُ كَانَتْ أَسْوَاقُ الْعَرَبِ أَشْبَهَ بِالنُّوَادِي الْأَدْبِيَةِ يَلْقَى فِيهَا الشُّعْرَاءُ قَصَائِدَهُمْ وَالنَّاسُ يَسْمَعُونَ، وَكَانَ النِّقْدُ لَا يَعْدُو فِي هَذِهِ الْمَرَحَلَةِ أَنْ يَكُونَ مِلَاحَظَةً فَرْدِيَّةً تَقُومُ عَلَى الذُّوقِ الشَّخْصِيِّ.



النّقد كمارسة له جذور عميقة وطويلة، إرتبطت أساسًا بالإطار الفلسفي والتّفكير الناقد، ويعدّ اليونانيون أوّل من وضع أصول النّقد وقواعده، ومن أبرزهم: **أرسطو**، سيما عبر كتابيه المشهورين: "الخطابة" و"فن الشعر" و**أفلاطون** الذي أسّس لنظرية كاملة باتت تعرف بنظرية المحاكاة. وبالرغم من الاختلافات التي قد نقف عليها في الأدبيات النظرية التي عنت بالنّقد، إلّا أنّ هناك توافقًا على أهمية النّقد كعملية حيوية وسامية في أي مجتمع.



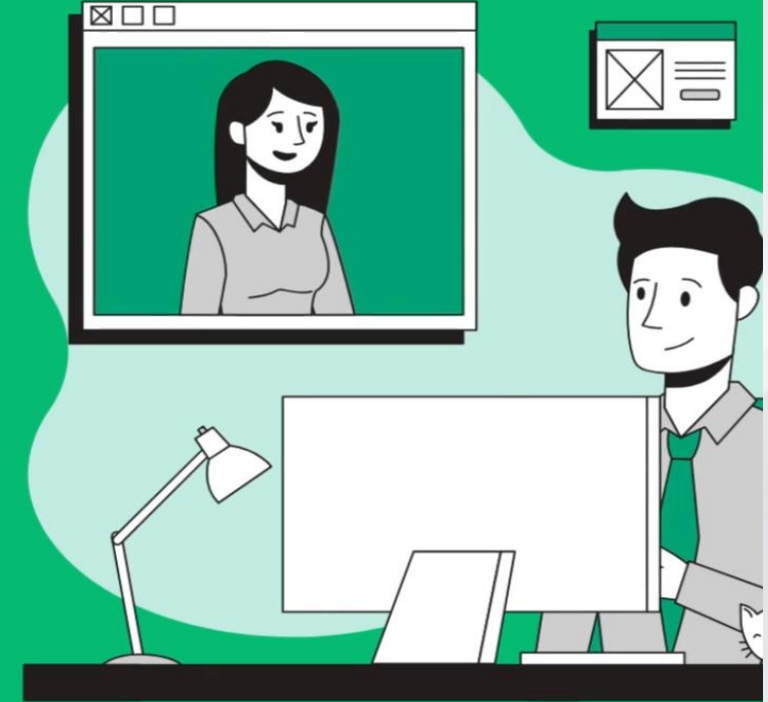
وَبطبيعة الحال تعدّدت وتباينت الأفكار والإسهامات الفكرية والفلسفية على مدار العصور، ومع ذلك وبالرغم من هذه الجذور التاريخية الممتدة للنّقد، إلّا أنّ النّظرية النّقديّة، ظهرت في القرن العشرين فقط، فباستثناء النّقد الأدبي وروافده النّظرية، التي فرضت وجودها على مرّ العصور، فإنّ النّقد كمارسة فكرية ناقدة للمجتمع والثقافة، بالإستناد على العلوم الإنسانية والاجتماعية، تأخّر إلى غاية عشرينيات القرن العشرين. وتعدّ هذه النّظرية من أهمّ المرجعيات المعرفية المؤسّسة للنّقد الإعلامي، وأحد أسباب بلورة أهدافه وتوجهاته ووظائفه.

لغويا:

تَعْنِي كلمة الإعلام في اللغة العربية " الإِخبارُ بالشَّيءِ والإِبلَغُ "، وهو ما يقابل مصطلح information باللغة اللاتينية.

إصطلاحا

وَهُوَ عملية نقل الأخبار والحقائق والمعارف والأفكار ، من فردٍ أو مؤسسة إلى جمهور واسع، من خلال وسائط مختلفة (كـالصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الإنترنت)، بهدف الإخبار أو التوجيه أو الإقناع أو الترفيه، من أجل تحقيق التواصل والتأثير في الرأي العام.



مفهوم شامل



وَالْيَوْمَ لَمْ تَعُدْ تَتَمَاشَى التَّعَرِيفَاتِ السَّابِقَةَ، مَعَ تَطَوُّرِ مَفْهُومِ الْإِعْلَامِ، الَّذِي أَصْبَحَ اسْتِخْدَامُهُ فِي عِلْمِ الْإِعْلَامِ، قَرِيبًا مِنْ مِصْطَلَحِ الْإِتِّصَالِ (communication)، فَالْإِعْلَامُ بِمَفْهُومِهِ الْأَبْعَدَ هُوَ: "التَّعَرِيفُ بِقَضَايَا الْعَصْرِ وَمَشَاكِلِهِ، وَكَيْفِيَّةُ مَعَالَجَةِ هَذِهِ الْقَضَايَا، فِي ضَوْءِ النِّظَرِيَّاتِ وَالْمُبَادِئِ الَّتِي اعْتَمَدَتْ لَدَى كُلِّ نِظَامٍ، مِنْ خِلَالِ وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ الْمَتَّاحَةِ دَاخِلِيًّا وَخَارِجِيًّا وَالسِّيَاسَاتِ الْإِعْلَامِيَّةِ وَالْإِتِّصَالِيَّةِ الْمُنَاسِقَةِ". مَعَ مَرَاعَاةِ: التَّبَادُلِ وَالتَّفَاعُلِ وَالتَّأَثُّرِ.

05 عناصر العملية الإعلامية

عناصر العملية الاعلامية



تتكوّن العملية الإعلامية من أربعة عناصر رئيسية: المرسل (المصدر)، الرسالة، الوسيلة، والمتلقي (الجمهور)، هذه العناصر تتفاعل مع بعضها البعض، لتشكيل عملية نقل المعلومات والتأثير في الجمهور.

بالإضافة إلى هذه العناصر الأساسية، هناك عنصر خامس وهو التأثير، وعنصر سادس وهو رجع الصدى (التغذية الراجعة Feedback) وهو الأثر الذي تحدثه الرسالة الإعلامية في المتلقي بعد استقبالها.

1- المرسل: المصدر



المرسل في العملية الإعلامية: "هو الشخص أو الجهة التي تولّد الرسالة الإعلامية وترسلها إلى المتلقي".
وظائفه الأساسية: صياغة الرسالة بطريقة واضحة ومفهومة، وتحويل أفكاره أو معلوماته إلى شكل يمكن نقله عبر وسيلة الإعلام (كالكلمة، الصورة، الفيديو، الصوت...).

2. الرسالة:



هي المحتوى الإعلامي الذي يتم نقله من المرسل إلى المتلقي. يمكن أن تكون الرسالة: مكتوبة، مسموعة، مرئية، أو مزيجاً منها، مثل: خبر، مقال، صورة، إعلان، أو أي مادة إعلامية.

3- الوسيلة: قناة الاتصال



هي القناة أو الأداة التي يتم من خلالها نقل الرسالة إلى المتلقي. تشمل وسائل الإعلام المطبوعة، الإذاعة، التلفزيون، الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، وغيرها.

4- الجمهور المتلقي



هو الطرف الذي يستقبل الرسالة
الإعلامية. وهذا الجمهور قد يكون
متجانساً أو غير متجانس (الفئة)، وقد
يكون معروفاً أو مجهول
الهوية.



التأثير أو الإستجابة، بمعنى
الأثر الناتج عند المتلقي بعد استقبال
الرسالة: (فهم، إقناع، تغيير،
رأي...).



التغذية الراجعة: هي **رد فعل المتلقي** بعد استقبله للرسالة الإعلامية، وتعدُّ جزءاً أساسياً من العملية الاتصالية.

- **مباشرة:** مثل تعليق شفهي، سؤال، أو مشاركة رأي فورية.

- **غير مباشرة:** مثل زيادة نسب المشاهدة، الإعجاب، المشاركة عبر الإنترنت، أو التغيير في السلوك والمواقف.

✓ تعريف النَّقد الإعلامي:

تقابل كلمة "نقد" باللغة العربية، كلمة "Krisis" في اللغة الإغريقية، والتي تعني ثلاثة أمور:

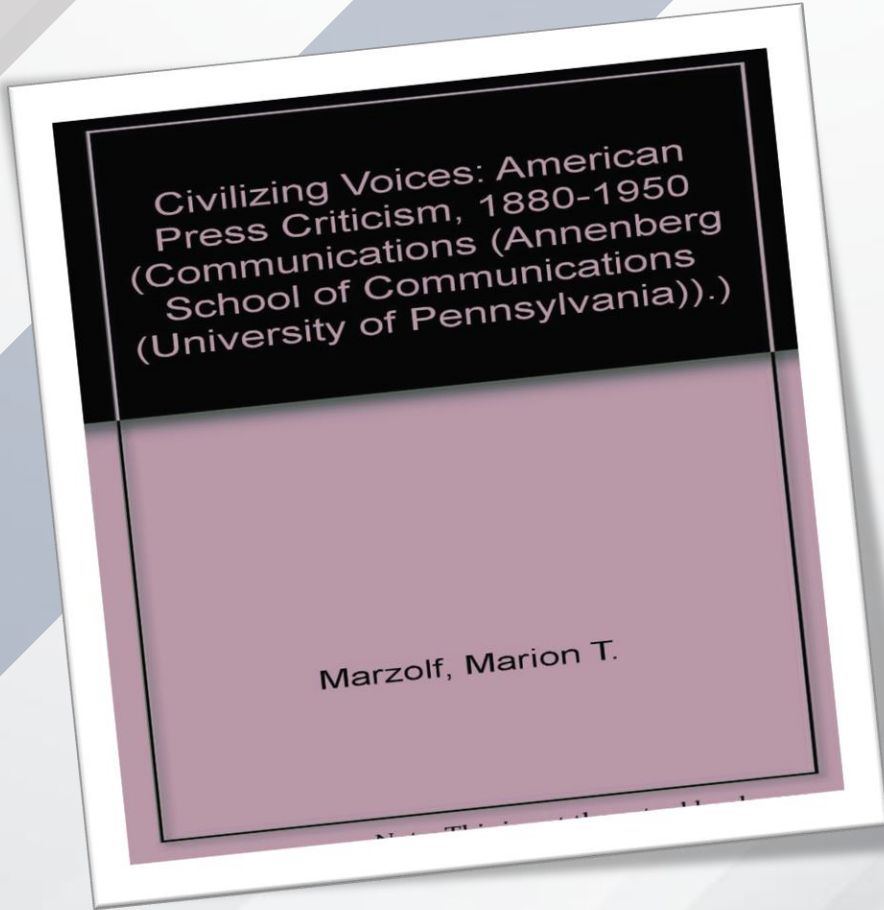
- "الأزمة والتشنج"
- "الفصل والتفريق" ومنها جاء معنى:
- "التمييز والحكم".

وهي كلمة أخذت مكانها في المصطلحات القانونية، وكذا الفلسفية، حيث تعني كلمة diakrisis حركية الفكر، التي تفرِّق بين ما هو مختلف ومتعارض أو متناقض.

النَّقد الإعلامي هو: " دراسة
الأعمال الإعلامية، بشكلها السياسي
والاقتصادي والاجتماعي والترفيهي
وتقييم الممارسات المهنية
وتفسيرها وتحليلها عبر مقاييس
إحصائية وكمية .



نستنتج من خلال التعريف، أنَّ مفهوم النقد الإعلامي يتَّجه إلى تقييم مضمون الخطاب الإعلامي وشكله وأسلوبه ووسيلته الإعلامية وتبيان جوانب القوة والضعف ثم الحكم على الممارسة أو المادة الإعلامية ودرجة فاعليتها لدى الجمهور المستهدف، وفق الهدف الرئيس للعملية الإعلامية .



الباحثة الأكاديمية: **Marion Tuttle Marzolf** قامت
عام 1991 بتأليف كتاب بعنوان: "أصوات حضارية:
نقد الصحافة الأمريكية 1880-1950".
وفصلت في بعض جوانب النقد الإعلامي، حيث ذكرت
أنَّ النقد الإعلامي يُعنى بنوعية الخبر، مستوى الحياد
الإعلامي، التأثيرات والخلفيات التجارية و الاقتصادية،
على اعتبار أنَّها ملوثات متعدِّية للجمهور ويستوجب
حمايته منها.

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

وضع المعايير المهنية، وتطوير ميكانيزمات، تجعل وسائل الإعلام مسؤولة، كما أسّست له نظرية المسؤولية الاجتماعية. فالنّقد الإعلامي بهذا المعنى، يقوم على متابعة وتقييم المنتجات الإعلامية، وتقويم وتطوير الممارسات الإعلامية، وعلى هذا الأساس، يكون للنّقد الإعلامي وظيفة مزدوجة إعلامية وتقييمية.

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

أولاً: الالتزام بالمعايير والضوابط المهنية:

يذكر المؤسّسات الإعلامية، بمواثيق الشرف الصحفي وأخلاقيات المهنة، وفق ما تقتضيه الممارسة الإعلامية، وما يتوافق مع قوانين الإعلام في كل بلد
يرسخ قيم: الصدق، الدقة، التوازن، والموضوعية.

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

نموذج : ميثاق شرف الصحفيين السعوديين :

الواجبات و الإلتزامات :

- يلتزم الصحفي بنقل المعلومات، في أي وسيلة إعلامية بأمانة ومعايير دقيقة ونزيهة وموضوعية، وعرض الحقائق من جميع الأطراف والتأكد من دقتها، وعندما لا يستطيع التأكد من المعلومة أو مصدرها يجب أن يشير إلى ذلك بوضوح.

هيئة
الصحفيين
السعوديين
SAUDI
JOURNALISTS
ASSOCIATION

<https://www.sju.org.sa/page/honor-code>

07

دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

ثانيا: كشف الأخطاء والانحرافات

يوضّح جوانب الضعف في مضامين ومحتويات الإنتاج الإعلامي، عبر القنوات التلفزيونية أو الإذاعات الرقمية أو المواقع الإخبارية، وغيرها من المؤسسات مثل: التحيز، التضليل، السطحية، أو إهمال الدقة.

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

نموذج : غلق مؤقت لبث قنوات تلفزيونية :

السلطة المستقلة لضبط السمعى البصري بالجزائر:

- بيان أصدرته السلطة في 31 ماي 2025 يقضي بوقف
بث القنوات التلفزيونية: النهار TV-الشروق NEWS-
الحياة TV

بعد تسجيل ممارسات إعلامية غير مهنية، تمس بوعي
المواطنين وتضرب الجهود الوطنية المبذولة لمواجهة الدجل
والشعوذة، والترويج لخطابات تتعارض والقيم الدينية
والعلمية.



AUTORITÉ DE RÉGULATION DE L'AUDIOVISUEL

<https://www.youtube.com/watch?v=B-SFi6NFbBk>

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

ثالثاً: توجيه المؤسسات الإعلامية للتطوير
يقدم مقترحات عملية لتحسين أسلوب العمل أو طريقة
عرض الأخبار.
مثال: توظيف وسائط متعددة (صور ، فيديو هات) لزيادة
الوضوح والشفافية.

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

نموذج : تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية الجذابة

موقع شبكة الجزيرة الإعلامية:

يعتمد هذا الموقع الإخباري على أسلوب جمالي في عرض المضامين والمحتويات الإخبارية، سيما جودة الصور والفيديوهات، و طريقة عرض الأخبار. مثال: إتاحة الولوج إلى جودة افتراضية عالية الجودة لشبكة الجزيرة، بتوظيف وسائط متعددة (صور، إنفو غرافيك) لزيادة الوضوح والشفافية.



<https://network.aljazeera.net/ar>

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

رابعاً: حماية الجمهور من الأخبار الكاذبة.
يساعد الجمهور المتلقي على التمييز بين الخبر الصحيح والخبر المزيف.
يعزّز مناعة الجمهور ضدّ الشائعات والدعاية المغرضة في القضايا المجتمعية، أو السياسية أو الثقافية وغيرها.

دور النقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

الاقتصاد

الرياضة

نموذج : مقارنة بين موقعين إخباريين

الأخبار

الرئيسية

مقتل 18 شخصا في حادث
مرور بالاسكندرية



لقي 18 شخصا مصرعهم صباح اليوم الاحد، في حادث مرور مميت بالمدخل الجنوبي لمحافظة الإسكندرية بمصر، إثر اصطدام حافلة نقل المسافرين بمركبة سياحية

20 قتيلا في حادث مرور
مميت بالإسكندرية



أكدت مصالح أمن محافظة الإسكندرية بمصر عن تسجيلها مقتل 20 شخصا في حادث مروري أليم بالمدخل الجنوبي للمحافظة صباح يوم الأحد.

07 دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية

خامساً: المساهمة في الإصلاح المجتمعي
الإعلام جزء لا يتجزّء من منظومة المجتمع،
وإصلاحه ينعكس إيجاباً على الوعي العام والفكر
المجتمعي.

كذلك النّقد البناء، يرفع مستوى الحوار العام، ويعزّز
الثقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور.

07

دور النّقد الإعلامي في إصلاح الممارسات الإعلامية



نموذج : الانفتاح على آراء فئات المجتمع



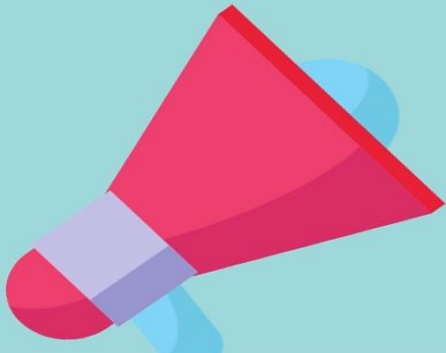
التربية الإعلامية

التربية الإعلامية تمكّن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعاتهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثمّ تمكّنهم من إكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام.



التربية الإعلامية

وَبالنظر إلى التعريف السابق يتبيّن أن مصطلح التربية الإعلامية، يتّجه نحو تنمية المهارات الاتصالية و الفكرية للمتلقي، وتحصينه من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية، وتنمية مفهوم المعرفة الإعلامية وكذا ملكة النقد الإعلامي لدى الجمهور .



هو: "عمليات من المعرفة والتفكير والإدراك تتيح للمتلقي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهما صحيحا، والإحاطة بخلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبني موقف صحيح إزاءها " فالمتلقي حين يتعرض للرسالة الإعلامية ويكون بصدد نقدها فإنه ينفعل بداية مع هذه الرسالة ويكون محاطا بمجموعة من الدوافع النفسية التي حفزته للتعرض لها ثم يفكر ويدرك فحوى هذه الرسالة .

وبهذا يكون في المستوى الثاني من الوعي الإعلامي الذي يمثل عمليات الفهم والمعرفة و الإدراك ، ويمارس مجموعة من العمليات العقلية المعقدة بهدف الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها، رابطا إياها بمجموعة من المتغيرات السوسيو ثقافية وبعدها يصل إلى المستوى الثالث من مستويات الوعي الإعلامي وهو المستوى السلوكي الذي يمثل أحد مظاهر الوعي الإعلامي ومستلزماته فقد يتبنى جزء من هذه الرسالة وقد يهملها وقد يرفض بعض محتوياتها أو يتبنى بعض الأفكار، والاتجاهات والقيم والمعلومات التي تحملها، وقد يناقش مع زملاء المهنة أو الأصدقاء وأفراد العائلة محتويات الرسالة الإعلامية التي تعرض لها مما ينشئ تفاعلا اجتماعيا بعد التفاعل الذاتي الذي سببته عملية النقد الإعلامي.

خلاصة:

النَّقد الإعلامي البناء والسليم، ليس مجرد "هجوم" على وسائل الإعلام، إنما هو: وسيلة لتصحيح المسار، تعزيز المصداقية، وضمان أن يبقى الإعلام خادماً للحقيقة والمجتمع.

قائمة المراجع المعتمدة

- 1- عبد العزيز ياسر: " نقد الإعلام الرقمي: من الهيمنة إلى المشاركة"، القاهرة: دار روافد، 2020.
- 2- أنور عبد العزيز: "النقد واستكمال منظومة العمل الإعلامي"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، ع1، 2000.
- 3- حسن عماد مكاوي: "الإعلام الجديد: المفهوم والوسائط والتأثير"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2017.
- 4- سليمان فؤاد: "وسائل الإعلام الرقمية وتشكيل الرأي العام"، بيروت: دار الكتاب الجامعي، 2019.
- 5- إبراهيم محمود: "المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال" (الجزائر العاصمة: المجلس الأعلى للغة العربية، 2004)
- 6- مي عبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، (بيروت: دار النهضة العربية 2014).
- 7- محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي (القاهرة: عالم الكتب، 2012).
- 8- فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010).

9-Bill Kovach, Tom Rosenstiel : principes du journalisme traduit de l'américain par Monique Berry, nouveaux horizons, Paris, 2004.

10-Jérôme Bourdon jean- Michel Frondon : L'œil critique, Le journaliste critique de télévision, Médias Recherches études, Belgique, 2003.





تمنياتي للجميع بالتوفيق والسداد