

النقد الإعلامي Media criticism

DGM413

الدكتور: توفيق عمري

أسس علمية في النقد الإعلامي

المحاضرة الثانية



المحاضرة الثانية

محتويات المحاضرة :

- 1- مقدمة.
- 2- التفكير الناقد وأهميته.
 - خلفية معرفية
 - نماذج مهنية
- 3- مهارات التفكير الناقد .
 - نماذج لمخالفات وأخطاء مهنية.
- 4- مستويات النقد.
 - خلفية معرفية
- 5- سمات الناقد الإعلامي .
 - خلفية معرفية
 - نماذج لمخالفات وأخطاء مهنية
- 6- أسس و أنواع النقد الإعلامي
 - خلفية معرفية
 - نماذج نقدية.
- 7- خلاصة .



يُعَدُّ النِّقْدُ أداةً أساسية لفهم الظواهر الإعلامية وتقييمها، إذ تتعدّد أنواعه بين النِّقْدِ التَّحْلِيلِيِّ، والتَّفْسِيرِيِّ، والتَّقْوِيمِيِّ، والإنشائي، وكل نوع منها يُسهم في الكشف عن جوانب مختلفة من الرِّسالة الإعلامية. ومن هنا يبرز دور التَّفكير النّاقد باعتباره عملية عقلية مننظمة، تقوم على التَّحليل والمقارنة، والإستنتاج، وإِتخاذ الموقف الواعي، تجاه ما يُقدّم من محتوى.

ولكي يكون النّاقد الإعلامي فاعلاً، لا بدّ أن يتّصف بعدد من السِّمات مثل: الموضوعية والقدرة على الملاحظة الدّقيقة، والإستقلالية في الرّأي، والمرونة في تقبُّل وجهات النّظر المتعدّدة، إضافةً إلى الأمانة العلمية. كما أنّ ممارسة النِّقْد الإعلامي تتطلّب إمتلاك مهارات التَّفكير النّاقد، الحجج والأدلة، وربط الأفكار بالسيّاقات الإجتماعية والثّقافية، والتّعبير عن الموقف النّقدي بوضوح ومنطقية. وبذلك يصبح النِّقْد، أداةً تطويرية، تُسهم في رفع وعي الجمهور، وتعزيز جودة الممارسة الإعلامية.

تعريف التفكير الناقد: هو عملية عقلية منظّمة، تهدف إلى تحليل الحقائق والمعلومات وتحرير الأفكار وتنظيمها، وتحديد الآراء وعقد المقارنات والتوصل لإستنتاجات وتقويمها بدقّة وحلّ المشكلات، وإكتشاف المغالطات، وتقييم الحجج والأدلة، للوصول إلى أحكام وقرارات منطقية وموضوعية.

تحليل: تفكيك الفكرة إلى عناصرها.

تفسير: فهم المعنى والسياق.

تقويم: الحكم على قوّة الحجج والأدلة.

إستنتاج: الوصول إلى قرارٍ منطقي.



❖ أهمية التفكير النقدي:

- يعلّمنا القبول والفرز ثمّ الإنتقاء و التّحقق.
- يُرسّخ قيم الموضوعية و إحترام الآراء الشخصية.
- يرسّخ قيم العدل و الدّقة في إصدار الأحكام.
- يُساعد على إستيعاب أفكار الآخرين، والإستفادة منها والتّعامل مع الآخرين.
- يُساعد على تحسين المحتوى الإعلامي.
- الموضوعية وعدم التّحيّز.
- المرونة و التّقبل.
- تطوير الشّكل و المضمون، سواءً بتناوله الأداء أو المحتوى.
- يزيد من بناء الوعي الجمعي في المجتمع، حيث يساعد الجمهور على إنتقاء التّعرض للمحتوى الإعلامي .
- يُساعد على تنقية المحتوى الإعلامي ويكشف الشّائعات و يُفنّد الآراء، ما يؤدّي دورًا مهمًا في الحفاظ على الأمن القومي.

❖ الموهبة النقدية:

هي قدرة خاصة يهبها الله لبعض الأشخاص، تُمكنهم من الفحص الدقيق، واكتشاف العيوب الخفية، والإحساس بجمال الظاهر والمستتر، والموازنة بين المتشابهات والتمييز بين الفروق الدقيقة، التي قد تغيب عن عامة الناس. وإذا كبرت هذه الموهبة تُحوّل صاحبها إلى ناقد متميز.

أمّا الحسّ الذوقي: هو ملكة فطرية، تمنح الناقد القدرة على الاختيار السليم، والتمييز بين التناسق والتنافر في الأصوات والألوان والأشكال. ويُعدّ الذوق مُكملاً للموهبة النقدية، إذ يساعد الناقد على تذوق الأعمال الأدبية ونقل هذا التذوق إلى القراء.

مثال: 

عُرض على مجموعة من القراء، قصيدةً شعريةً حديثة. أغلب القراء إستمتعوا بالموسيقى الشعرية واللغة الجميلة، لكن الناقد الموهوب لاحظ وجود كسرٍ في الوزن في أحد الأبيات، وإكتشف تناقضًا في الصور الفنية بين بداية النص ونهايته. هذا التحليل لم يكن ظاهرًا لعامة القراء، لكنه برز بفضل موهبته النقدية وقدرته الفائقة على الفحص والتمييز.



تُعَدُّ مَهارة التَّفكير النَّاقد من أهمّ عناصر التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، لأنّها تحسن قدراتك على إستخدام عقلك بدل عواطفك، وتستطيع تحديد مشاعرك، وربطها بطريقة منطقية مع أفكارك، وسيساعدك ذلك على تطوير مستويات أفضل من التفكير، وممارستك للتَّفكير النَّاقد تنمي قدرتك على المناقشة، والحوار، والقدرة على التواصل، والتفاوض مع الآخرين.

تبرز أهمية التفكير الناقد في أوقات الأزمات والحروب والأحداث الكبرى، ولاسيما مع التدفق الاعلامي الهائل وافتقار الافراد بغض النظر عن فئاتهم العمرية ومستوياتهم الثقافية واختلاف اعمالهم ووظائفهم ابسط مقومات التعامل معها، وهنا تظهر ضرورة تفعيل هذه المهارة واستخدامها.

فعندما يمتلك الفرد هذه المهارة يكون مستقلاً في تفكيره وقادراً على اتخاذ قرارات صائبة ومهمة في حياته، فهو ينعكس على طريقة الفرد في انتقاء المحتوى الاعلامي.

مهارات التفكير الناقد في وسائل الإعلام

من أهم مهارات التفكير الناقد في وسائل الإعلام:



أولاً : التحليل

تفكيك الأخبار أو البرامج لمعرفة عناصرها: المصدر، الأسلوب، الصور، اللغة.
مثال : تحليل تقرير إخباري، لمعرفة إن كان يعرض كل الأطراف أم يركّز على طرف واحد.



ثانياً : التقويم (التقييم)

فحص مصداقية الخبر ومطابقته للمعايير المهنية.
مثال : مقارنة خبر منشور على قناة إلكترونية، مع ما جاء في مصادر رسمية أو ما نقلته وكالة أنباء موثوقة.



ثالثاً : الاستدلال

ربط بين ما يُعرض في وسائل الإعلام والوقائع أو الأحداث الواقعية.
مثال : إستنتاج أن إعلاناً تجارياً يُبالغ في عرض المنتج، لأنه يخالف الحقائق العلمية.



رابعًا :الكشف عن المغالطات

التَّعرُّف على التَّلَاعِب بالمعلومات أو إِسْتِخْدَام الصُّوَر المُضِلَّة.

مثال : الكَشَف عن عُنوانٍ صحفيٍّ مثيرٍ للجدل، لكنَّه لا يعكس مضمون المقال بدقَّة.



خامسًا : المقارنة والتَّمييز

التَّفريق بين الحقائق والآراء، أو بين الخبر والتعليق الشَّخصي.

مثال : التَّمييز في البودكاست بين ما هو تصريح رسمي، وما هو رأي المذيع.



سادسًا : التَّفسير

فَهِم الرِّسَالِ الخَفِيَّة أو الرموز في الإعلانات أو البرامج.

مثال : تفسير دلالات الألوان والموسيقى في إعلانٍ سياسي.



سابعًا : طرحُ الأسئلة النقدية

. التساؤل عن مصدر المعلومات، هدف الرسالة، المُستفيد منها.

مثال :سؤال: لماذا تُكرر قناة تلفزيونية معيّنة خبرًا محددًا بشكل يومي؟ ومن المستفيد من ذلك؟

بإمكاننا استخدام مهارات التفكير الناقد، بتوجيه مجموعةٍ من الأسئلة لكلِّ عنصر، من عناصر عملية الإتصال، حسب نموذج (لازويل) الشهير، الذي اقترح خمسة أسئلة للتعبير عن الإتصال هي:

- 1-من؟ وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (المُرسل وصانع المحتوى).
- 2-ماذا يقول؟ وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (الرسالة والمحتوى).
- 3-بأيّة وسيلة؟ وهي الأسئلة المرتبطة بنوعية (الوسيلة وتقنياتها).
- 4-لمن؟ وهي الأسئلة التي تخصّ (المُستقبل- المتلقّي - الجمهور).
- 5-وبأي تأثير؟ وهي الأسئلة المتعلقة بجوانب (النتيجة - الأثر - ردُّ الفعل).

اتَّفَقَ عديد الباحثين على تصنيف النِّقد إلى ثلاثة مستويات، وقبولها معًا : نقدٌ فنيّ وأدبيّ، ونقدٌ صحفيّ إعلامي، ونقدٌ المجالس.

1- النِّقدُ الفنيّ : يبحث في جماليات الفنون، غرضه كشف الجميل في الجميل وتبيينه، يلتزم بأخلاقيات كل فنٍّ وأدبٍ، تلك الأخلاقيات النَّاتجة والمُنْتَجة لكل فنٍّ على حدّى، حسب وسائط كلِّ فنٍّ وشروط تكوينه، ويترفعُ النِّقدُ الفنيّ عن الأعمال الرديئة، وفق شعار: " كلُّ نقدٍ جيّدٍ لعملٍ رديءٍ هو نقدٌ رديءٍ".
بمعنى آخر :

- النِّقدُ الفنيّ لا يُبنى على الهدم والبحث عن العيوب فقط.
- النِّقدُ الفنيّ غايته الأولى إظهار الجمال، وتحليل عناصر الإبداع. أمّا ذكر الخلل أو النقص فهو مُكَمِّل، يُوضع في سياق خدمة الجمال، وإبراز ما هو أجمل وأسمى في العمل.



■ أمثلة في النقد الفني:

■ مثال من الشعر:

لو أن ناقدًا يقرأ قصيدة، قد يقول: "القصيدة جميلة في صورها البلاغية وموسيقاها العذبة، غير أن تكرار بعض الألفاظ أضعف الإيقاع في مقطع معين."
■ هنا الناقد أشار إلى خلل (تكرار الألفاظ)، لكنه لم يجعله الهدف الأساسي، بل ذكره بشكل عابر، في سبيل إظهار الجمال الكلي للقصيدة.

■ مثال من لوحة تشكيلية:

ناقد يتأمل لوحة فنية، فيكتب: "تميّزت اللوحة بأنسجام الألوان وتعبيرها العاطفي العميق، إلا أن توزيع الضوء في الجزء العلوي، لم يكن موفقًا تمامًا، لكنه لا يقلل من قوة الانطباع العام."
■ هنا الناقد ركز على الجمال (انسجام الألوان، التعبير العاطفي)، بينما أشار للعيب (توزيع الضوء) كجزء صغير يوضح لا أكثر.

2- النقد الصحفي:

مِيزة هَذَا النِّقْد، أَنَّهُ فاعِلٌ فِي الحِياة اليَوْمِية، واضِحُ الأَثَر، بِسرعةٍ يُمكن لِلنَّاس تَلَمُّسَ نَتائِجِها، وَهَذَا النُّوع من النِّقْد، يَتطلَّب عَرَضِ المَحاسِنِ وَالمَساوئِ، بِنسبٍ تَفْرِضُها حَالَةُ المَوْضُوعِ المَطْرُوحِ، وَتَشترطُها مَساحةُ الزَّاوِيةِ فِي الصَّحِيفة، أَوِ الوَقْتُ فِي الظُّهورِ التِّلْفَزيونِيِّ، لَكِنَّها فِي الغالبِ تَعْرِضُ السَّلِبياتِ وَالنِّواقِصِ.

وَالنِّقْدُ الصَّحْفِيُّ لَا يَعْني فَقْطُ كَشْفِ الأَخْطَاءِ أَوِ الإِنْحِرَافَاتِ فِي المَقالاتِ وَالتَّقاريرِ، بَلِ الأساسُ فِيهِ هُوَ تَسْلِيْطُ الضَّوْءِ عَلَى جُودَةِ الأَداءِ الصَّحْفِيِّ، وَعُمُقِ المَعالِجَةِ، وَأَثَرِ المادَّةِ الإِعلامِيةِ فِي المَجْتَمَعِ. وَالإِشارةُ إِلَى العِيوبِ تَكُونُ ثانِويَّةً، تَأْتِي فَقْطُ لِدَعْمِ الهَدَفِ الرَّئيسِ، وَهُوَ تَحْسينُ مَسْتَوَى الصَّحَّافَةِ وَخِدْمَتِها لِلْمَجْتَمَعِ.



■ مثال في النقد الصحفي :

ناقدٌ صحفي يكتب عن تقرير منشور في جريدة: " المقال جاء غنيًا بالمصادر ومتوازنًا في عرض وجهات النظر، وهو ما يعزّز مصداقيته ويزيد ثقة القارئ. غير أنّ بعض الأرقام الواردة، لم تُوثّق بشكل كافٍ، وكان من الأفضل دعمها بمراجع واضحة، لكنّ ذلك لا يقلل من قيمة الجهد المبذول في معالجة القضية."

- هنا الناقد أشاد بالإيجابيات (غنى المصادر، التوازن، المصداقية)
- ثم أشار إلى خلل (غياب التوثيق الكامل للأرقام).
- لكنّه لم يجعل هذا الخلل هو الهدف الأساسي للنقد، بل اعتبره تفصيلًا صغيرًا في خدمة الجوهر.



3- نقد المجالس :

هو نوعٌ من النَّقد الَّذي يتمُّ داخل المجالس الخاصة أو العامة، (مثل جلسات الأصدقاء، أو حلقات النقاش، أو المنتديات الثقافية). وهو مجال واسع، لكن له أخلاقياته الواضحة:

- ❖ لا تقرب من الأعراض → أي لا تجعل نقدك يتعدى على سُمعة الناس أو شرفهم.
- ❖ لا تكذب في المعلومة → إلِترم بالصدق فيما تنقله أو تنتقده.
- ❖ قل ما بدى لك أمام أصحابك → في المجلس يمكنك أن تعبر بحرية، وتطرح رأيك أو نقدك مباشرة.
- ❖ لا تنقل الكلام إلى الخارج → ما يُقال في المجلس يبقى في المجلس، إلّا إذا أذن صاحبه بنقله.

إذن : نقد المجالس وسيلة للتعبير والمصارحة بين الناس، لكنّه يظلّ مضبوطاً بأخلاقيات الصُّحبة والستر، حتّى لا يتحوّل إلى فضحٍ أو نَميمةٍ.

■ مثال في نقد المجالس:

في مجلسٍ ثقافي أسبوعي، اجتمع مجموعة من الشباب لمناقشة كتاب قرأوه معًا. أحد الحاضرين قال:

"أعجبني الكتاب في وضوح الفكرة وتسلسل الأحداث، لكن لاحظت أن المؤلف يطيل في بعض التفاصيل الثانوية، وهذا يُضعف متعة القراءة".
هنا الناقد:

- لم يقترب من الأعراض → لم يتعرض للمؤلف أو سمعته الشخصية.
- لم يكذب في المعلومة → تكلم عن ملاحظة حقيقية من تجربته مع الكتاب.
- عبّر بحرية أمام أصحابه → قال رأيه بصراحة في المجلس.
- لم ينقل الكلام خارج المجلس → لو لم يطلب المؤلف أو باقي الأعضاء نشر النقد، يبقى الأمر في حدود المجلس.



يُتَّسم التفكير الناقد بمهارات تنعكس على المُفكِّر الناقد، وتُمْكِّن من تبني أحكام قائمة على أُسُس موضوعية تتَّفَق مع الوقائع المُلاحَظَة، فالناقد الإعلامي ليس مجرد مُتلقٍ، بل هو محلِّل وباحث يقرأ ما وراء الخطاب الإعلامي، لذلك يَتميِّز بعدة سِمات أساسية، أهمها:



1- الموضوعية

ينظر إلى الرسالة الإعلامية من دون تحيز، ويُفرِّق بين الحقائق والآراء.
مثال: عند تحليل تقرير إخباري عن أزمة إقتصادية، لا ينحاز الناقد لجهة سياسية، بل يقارن بين أرقام البنك المركزي والتقارير الدولية.



2- القدرة التحليلية

يُفكِّك النُّصوص والصُّور والرموز، ويربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي والسياسي.
■ مثال: في إعلان تلفزيوني لمشروب غازي، يفسِّر كيف يتم ربط المنتج بالسعادة والصداقات، رغم أن مكوناته قد تضرُّ بالصحة.

سمات الناقد الإعلامي

3- المعرفة الواسعة

يمتلك خلفيةً قويةً في الإعلام، الاتصال، علم الاجتماع، السياسة، والثقافة، تساعد على فهم أبعاد الرسائل الإعلامية.
مثال : أثناء نقد تغطية قناة رياضية لمباراة، يستحضر الناقد معلومات عن قوانين كرة القدم، تاريخ المنافسة، والبُعد الثقافي للجماهير.

4- الحسُّ النقدي والذوقي

يستطيع التمييز بين الجودة والرداءة، وبين الرسائل التي تخدم وعي الجمهور، وتلك التي تستغله.
مثال : عند مشاهدة مسلسل درامي، يُميّز الناقد بين الحُبكة المُتقنة والشّخصيات العميقة، وبين الإطالة المُفتعلة والحوارات الضعيفة.

5- الحياد والاستقلالية

لا يخضع لتأثير المؤسسات الإعلامية أو السلطة أو المصالح التجارية.
مثال : ناقد يكتب مقالاً عن أداء قناة إخبارية، مملوكة لرجل أعمال نافذ، وينتقدها بجرأة رغم ضغوط الإعلانات أو النفوذ السياسي.

6- القدرة على التقييم والتفسير

لا يكتفي بوصف المحتوى بل يقدّم تفسيرات ودلالات، ويكشف ما هو ظاهر وما هو خفي.

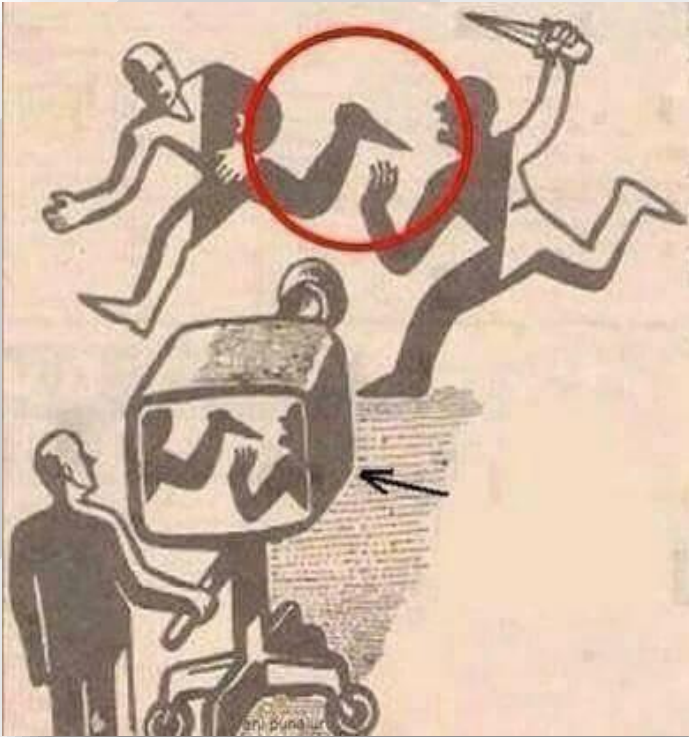
مثال: بدلاً من القول: "الفيلم جيد"، يشرح الناقد كيف نجحت الموسيقى في تعزيز المشاعر، وكيف عبّرت الإضاءة عن صراع البطل.

7- الجرأة والمسؤولية

يتحمّل مسؤولية رأيه، ويعبّر عنه بشجاعة مع التزامه بأخلاقيات النقد. مثال: ناقد يفضح التّضليل في تغطية قناة لحربٍ معينة، مع إدراكه أن رأيه قد يُعرّضه لهجوم أو تضيق.

8- المتابعة المستمرة للتّطورات

يواكب تطوّر الوسائط الرّقمية، تقنيات البث، وأساليب الإعلام الجديدة. مثال: ناقد إعلامي يشرح للجمهور تأثير الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وكيف يمكن أن يُستخدم في التّضليل العميق (Deepfake).



سمات الناقد الإعلامي

- ويمكن تحديد سمات المفكر الناقد، التي حددها (هارناد 1996) على النحو التالي :
- تفتح الذهن نحو الأفكار الجديدة.
 - عدم المجادلة في الأمور التي لا يعرفها .
 - يعرف مدى حاجته للمعلومات.
 - يعرف الفرق بين نتيجة "ربما تكون صحيحة" ونتيجة "لا أن تكون صحيحة".
 - يتجنب الأخطاء الشائعة في تحليله للأمور.
 - كثير السؤال عما لا يفهمه.
 - يفصل بين التفكير العاطفي والتفكير المنطقي .
 - يتمتع بالقدرة على توضيح ما يريد قوله للآخرين وفهم ما يقولون.
 - يحمل الكثير من الأدلة، التي يدعم بها آرائه ووجهات نظره.
 - يتراجع عن أفكاره في حال ثبوت خطئها.
 - يعترف بعدم معرفته إذا سئل عن موضوع ما، وكان لا يعرف الإجابة.



نذكر هنا أهم أسس للنقد الإعلامي، التي استُمدت من النقد الأدبي فيما يلي :
في المجال الإعلامي، لا توجد نظرية أو إطار محدد لنقد وسائل الإعلام ومضامينها بصورة علمية مقننة، ولكن توجد نظريات علمية للنقد، يمكن الاستفادة منها وتطويعها في خدمة النقد الإعلامي.

□ تطبيقي: لا بدّ للنقد الإعلامي أن يتسم بكونه تطبيقي، بحيث لا يزدحم بأقوال وآراء ونظريات، إنّما يجب أن يُعنى بالغرض المنشود في التفسير والتحليل وتوضيح ما خفي على الجمهور المتلقي.

نقد تطبيقي: "في نشرة الأخبار ليوم 5 سبتمبر، قناة (س) خصّصت 10 دقائق لتغطية نشاط الحكومة، مقابل 30 ثانية لإحتجاجات المواطنين، وهذا يوضّح إنحيازاً في توزيع الوقت."

□ الموضوعية:

لا يمكن بناء النقد، بناءً على تَخَيُّلات أو تَحْلِيلَات أو إِسْتِنْتَاجَات أو أَيِّ أَمْرٍ مبني على مجهول .. فإن لم تكن تملك "حقائق" قاطعة فالأفضل لك أن تتجنب النقد .. والنقد لا يكون إلا على واقع ملموس وحقيقي.

مثال :

إذا كان ناقدًا إعلاميًا يراجع برنامجًا تلفزيونيًا:

النقد الموضوعي: يقول: "البرنامج عرض معلومة خاطئة حول نسبة البطالة،

ذكر أنها 5% بينما تقرير الديوان الوطني للإحصاء يثبت أنها 12%."

النقد غير الموضوعي: يقول: "أعتقد أن معد البرنامج غير كفء، لأنه يبدو

مُرتبًا دائمًا."



□ التعمُّق:

لا يمكن للنَّقد أن يقف طويلاً أمام الشكليات، التي تجعل العمل الإعلامي مجرد شكلٍ جمالي جاذب للأنظار، ولكن يجب البحث عن دلالات المضمون للعمل الإعلامي المُقدَّم .

مثال :

برنامج حوار في قناة معينة:
التَّركيز على الشكل فقط (نقد سطحي): "الأستوديو جميل جداً، الإضاءة رائعة، والمذيع يرتدي بدلةً أنيقة."

النَّقد الجاد (المضمون): "رغم أنَّ البرنامج يبدو أنيقاً من حيثُ الإخراج، إلّا أنَّ المذيع لم يمنح الضَّيف المعارض وقتاً كافياً للحديث، ممَّا أضعف التَّوازن في الطَّرح، ووجَّه الجمهور نحو رأي واحدٍ فقط."

أي أنَّ الشَّكل قد يجذب المشاهد، لكن قيمة النَّقد الحقيقية، تُظهر عند تحليل ما وراء الشَّكل: الرسالة ومصادقيتها وأثرها على الجمهور.

□ المعايشة:

لا بدّ أن تتضمن عملية النّقد الإعلامي، معايشة الناقد للحدث أو للعمل الاعلامي ومتابعته كاملاً: (نشرة أخبار ، خبر صحفي، برنامج، بودكاست) وأنّ يتشبع بكل ما يدور حول العمل الإعلامي الذي ينقده .

مثال :

نّاقداً إعلامي يريد تقييم تغطية قناة معينة لمباراة كرة قدم:
إذا إكتفى بمشاهدة ملخص قصير، سيكون نقده ناقصاً. لكن إذا تابع المباراة كاملة، لاحظ أداء المعلق، طريقة عرض اللّقطات، الإعلانات المرافقة، وتحليل ما بعد المباراة، عندها يكون نقده معايشة حقيقية للعمل الإعلامي، فيستطيع كشف نقاط القوّة والضعف بدقة.

□ التجرد:

النَّاقِد " قاضٍ " يحكم على الأفعال والأقوال، وعلى القاضي أن يتجرّد من كل ما من شأنه أن يؤثر في حكمه على الشخص أو العمل محلّ النّقد، كالمواقف الشخصية السابقة وغيرها من المؤثرات، الّتي قد تُغيّر موازين القياس في حكمه، وهو أمر يفصل بينه وبين الإطّلاع خيط رفيع .. قد يصعب على الكثيرين التّمييز بينهما.

مثال توضيحي:

ناقد إعلامي يقيم مقالاً صحفياً، كتبه صحفي كان قد اختلف معه سابقاً. إذا ترك خُصُومته القديمة تؤثر على حكمه وقال: "المقال ضعيف لأنّه من فلان" فهذا فقد التّجرّد.

أمّا إذا استند إلى أسلوب المقال، ضُعب الحُجج، وعدم دقّة الأرقام، فهذا حكم موضوعي شبيه بحكم القاضي.

بالمقابل، النّاقِد يحتاج إلى إطلاع واسع: على اللّغة، القواعد الصّحفية، المعايير المهنية... حتى يكون حكمه قائماً على عِلْمٍ، لا على فراغ.

أسس النقد الإعلامي

□ البيئة الإجتماعية:

يعدُّ النقد تفكيرًا علميًا منظّمًا حيث يعمل على إخراج الطّاقات العقلية للنّاقد، لإكتشاف مجالات جديدة للتّعبير عن واقع المجتمع والحياة ، ولكن لابدّ من خلال النّقد أن يؤكّد النّاقد على الإطار الثقافي للمجتمع، والذي يعني حصيلّة المعارف والخبرات والقدرات التي يحصل الفرد عليها من مجتمعه وتتحكّم في الإطار الثقافي، ظروف البيئة الإجتماعية والطّبيعية وظروف اللّغة وظروف المجتمع، الذي نعيش فيه بوجه عام .

مثال : ناقد إعلامي يتابع مسلسلًا مصريًا إجتماعيًا.

يتعامل مع العمل النقدي بشكل علمي ومنظّم: يلاحظ كيف يعكس المسلسل قضايا واقعية (مثل البطالة أو الهجرة غير الشرّعية).

يستخدم طاقاته الفكرية، ليكتشف أنّ العمل يُقدم مجالًا جديدًا، للتّعبير عن هموم الشّباب عبر الدراما. لكنّه لا يكتفي بالتّحليل الفنّي فقط، بل يربطه بالإطار الثقافي للمجتمع المصري: اللغة المستعملة (اللهجة الدارجة العامية، الفصحى)، العادات الإجتماعية (الأسرة الممتدّة، التّضامن)، والظروف الإقتصادية والسّياسية.

أسس النقد الإعلامي

□ الإِطْلَاع :

على النّاقِد أن يكون مَطَّلِعاً على البَئِئَةِ الإِجْتِمَاعِيَةِ والثقافية والسياقات الَّتِي صدرت فيها الأعمال موضوع النّقد، كما يجب على النّاقِد أن يعرف أن لكل عنصرٍ لغته في النّقد فلا يمكن الحكم على عملٍ إعلامي بمقاييسٍ عصرٍ سابقٍ أو بمعجمٍ لغويٍّ، لعصرٍ سابقٍ، فلا بدّ أن يكون لديه حصيلة لغوية، مستمدةٍ من البَئِئَةِ والإطار الاجتماعي، الذي يعيش فيه.

مثال تطبيقي:

ناقد يستمع لأغنية شبابية معاصرة:

خطأ: أن يُقارَنها مباشرةً بالقصيدة العمودية في القرن التاسع عشر، ويقول "هذه ليست شعراً".
الصواب: أن يقيّمها في سياقها الحالي: هل تعكس هموم الشّباب؟ هل تُوصِل رسالة بوسائل إعلامية معاصرة (إيقاع، صورة، فيديو كليب)؟ وهل لغتها قريبة من لغة الجيل الذي تتوجّه إليه؟ بعبارة أخرى: النّقد يواكب العصر، ولا يفرض عليه مقاييس الماضي.

أسس النقد الإعلامي

□ النزاهة:

أحد أهم قواعد النقد ، وهذه القاعدة تحديداً، تتحقق تلقائياً وبشكل شبه كامل، إذا تمّ تحقيق القواعد السابقة، فلا يمكن أن يتّصف الناقد بالنزاهة إذا لم يكن صادقاً وموضوعياً ومتجرداً من انطباعيته الذاتية و مزاجيته في الحكم على الأشخاص أو الأفكار والأعمال.

مثال توضيحي:

إذا قيّم ناقد تغطية إعلامية لانتخابات ما، وكان صادقاً في نقل الأرقام، موضوعياً في تحليله للأحداث، متجرداً من إنحيازه الحزبي... عندها يكون حكمه نزيهاً. أمّا إذا بالغ في مدح قناة، لأنها تابعة لجهة يحبها، أو هاجم أخرى لأنها تعارضه، فهذا نقد غير نزيه لأنه خضع لمزاجه ومصالحه. بعبارة مختصرة: النزاهة هي العدالة في النقد، وهي الثمرة التي تنبت من الصدق والموضوعية والتجرد.

على الرغم من أنّ النقد التلفزيوني يُعتبر مجالاً حديث النشأة في الوطن العربي على وجه الخصوص، حيث ما يزال يحتاج الكثير من الدراسات والأبحاث، التي تنتظر لهذا الفنّ، وتضع له أسسه وقواعده الخاصة به، إلا أنّ ذلك لم ينفِ ممارسته كنشاط، له وجود في مختلف الوسائل، وبأشكالٍ متعددة.

أولاً :النقد الصحفي :

هو عملية يقوم بها الناقد على ما ينشر في صفحات الجرائد والمجلات العامة أو المتخصصة، لدراسة العمل الفنيّ أو الأفعال أو القرارات، التي يتمّ نشرها أو عرضها في الصحف المطبوعة أو الإلكترونية، من مختلف جوانبه المكوّنة له، من خلال عملية الوصف، التحليل والتفسير، التقييم بإظهار جوانب قوّته وضعفه للحكم عليه. ويهدف إلى التعريف بهذه الأعمال لدى الجمهور، ويمكنه أيضاً أن يثير نقاشاتٍ وجدالاتٍ، حول القضايا الشائكة في المشهد الأدبي أو الإعلامي.

والنقد الصحفي هو جسر بين العمل والجمهور، فهو لا يكتفي بالعرض، بل يشرح، يحلّل، ويقيم، ليُتيح للقارئ فهماً أعمق وتفاعلاً أكبر، مع ما يُنشر أو يُعرض في الساحة الإعلامية والثقافية.

□ نموذج نقدي صحفي :

المقال الأصلي في الصحيفة: مقال منشور بعنوان "التكنولوجيا تجرُّ الشباب إلى عزلة"، وفيه يذكر الكاتب أنَّ الهواتف الذكية، هي السَّبب الوحيد وراء ضعف الروابط الاجتماعية لدى الجيل الجديد.

النقد الصحفي للمقال:

رغم أنَّ المقال طرح قضية مهمة تَمَسُّ الشباب والمجتمع، إلَّا أنَّه اعتمد على طرح أحادي الجانب، إذ حَمَلَ التكنولوجيا كامل المسؤولية، دون الاستناد إلى دراسات أو أرقام تدعم الفكرة. كما تجاهل الصحفي عوامل أخرى، لا تقل أهمية مثل: البطالة، الضغوط الاقتصادية، والتغير في نمط الحياة.

من الناحية الأسلوبية، لغة المقال كانت سلسة وجذابة، لكنَّها غلبت عليها النبرة الوعظية، بدل التحليل الموضوعي.

الحكم: المقال يُثير الانتباه إلى قضية اجتماعية حساسة، لكنَّه يفتقد إلى التوازن والعمق العلمي، وكان من الأفضل أن يُدعم بآراء خبراء أو إحصائيات حديثة.



أنواع النّقد الإعلامي

ثانياً : النّقد الإذاعي

هو رأي مُتخصص أو وجهة نظر يقدمها خبير يمتلك معرفة فنيّة وثقافية حول مجال الإذاعة (برامج، نشرات إخبارية، تمثيلات إذاعية، إعلانات...) .تقوم على الوصف، التحليل، التقييم، بهدف رفع مستوى الإذاعة، وجعلها أكثر تأثيراً وإقناعاً لدى الجمهور. وهذا النّقد لا يقتصر على إبداء الرّأي، بل يشمل تقييماً وتحليلاً لجوانب العمل الإذاعي مثل:

- . وضوح الصّوت وجودة البثّ.
- . أداء المذيعين والمقدّمين.
- . تنسيق الفقرات وتوزيع الوقت.
- . مدى موضوعية الأخبار ودقّة المعلومات.
- . إنسجام الموسيقى أو المؤثرات الصوتية مع المحتوى.



أنواع النّقد الإعلامي

□ نماذج نقدية إذاعية:

1. برنامج إذاعي حوارى:

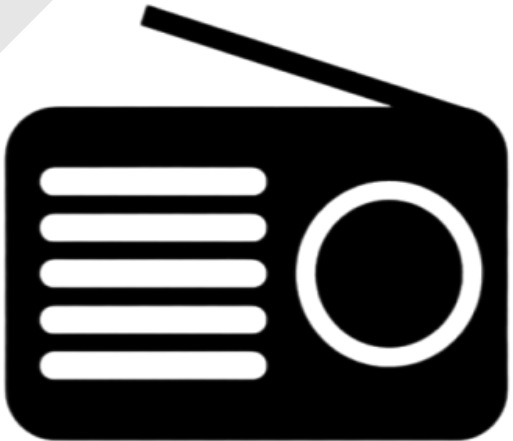
النّقد: المُذيع يطرح أسئلة جيدة في البرنامج، لكن يُقاطع الضيوف كثيراً، ممّا يضعف الحوار.
الهدف: تنبيه إلى ضرورة منح الضيف وقتاً كافياً للتعبير.

2. نشرة أخبار:

النّقد: الأخبار شاملة ودقيقة، لكن إلقاء المذيع سريع جداً، يجعل المتلقّي يفقد بعض التفاصيل.
الهدف: الدّعوة إلى إلقاء أبطل وأكثر وضوحاً.

3. إعلان إذاعي:

النّقد: الإعلان جذاب موسيقياً، لكنّ النصّ الدعائي طويل ولا ينسجم مع مدّة البث.
الهدف: إقتراح تعديل النصّ ليكون أقصر وأكثر تركيزاً.



أنواع النّقد الإعلامي

ثالثاً : النّقد التّلفزيوني

هو خطاب تحليلي تقييمي، يكتبه أو يُقدّمه ناقد مختص، يتناول فيه البرامج أو المواد التّلفزيونية (أخبار، مسلسلات، إعلانات، برامج حوارية...)، من خلال أحكامٍ تقديرية، تُبرز نقاط القوة والضعف، ويتم ذلك في إطار سياقات البث والتّلقي؛ أي كيف يُقدّم المحتوى على الشاشة وكيف يستقبله الجمهور، بهدف تطوير أداء التلفزيون.

فالنّاقِد هنا، يتعامل مع الصّورة والصّوت معاً، وليس النّص فقط كما في النّقد الصّحفي.

- يراعي سياق البثّ: وقت العرض، القناة، الفئة المستهدفة.
- يهتم بالتّلقي: كيف يتفاعل المشاهدون مع العمل؟ هل يحقّق التّأثير المطلوب؟
- تقديري تحليلي: يُقدّم أحكاماً مبنية على معايير فنيّة، (الإخراج، التّمثيل، الإيقاع...) ومعايير إعلامية (المصداقية، الموضوعية).

□ نماذج نقدية تلفزيونية :

1- نقد نشرة أخبار:

- . الوصف : النشرة قدّمت تقارير عن أزمة اقتصادية.
- . التحليل : الصور كانت واضحة، لكنّ التقرير إعتد على تصريحات رسمية فقط.
- . التقييم : قوة النشرة في وضوح الرسوم البيانية، لكنّ ضعفها في غياب أصوات المواطنين.
- . الحكم : النشرة منقوصة وتحتاج إلى توازن في المصادر.

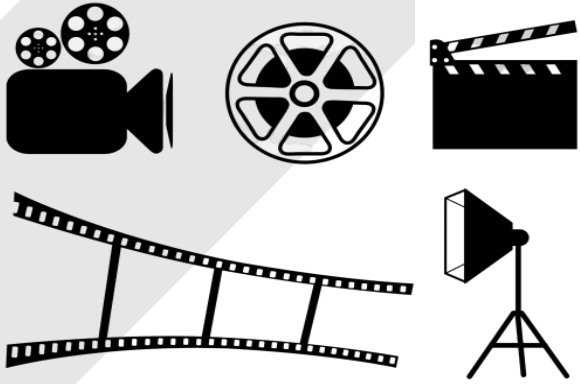
2- نقد برنامج حوارى

- . الوصف : برنامج يناقش قضية الهجرة غير الشرعية.
- . التحليل : إستضاف البرنامج خبراء وأهالي مهاجرين، مما أعطى تنوعاً في الآراء.
- . التقييم : النقاش كان حيويّاً، لكنّ المذيع لم يضبط وقت الضيوف، فحدثت فوضى في الحوار.
- . الحكم : برنامج جريء وواقعي، لكنّه يحتاج إلى إدارة أكثر احترافية.



رابعاً :النّقد الدرامي

هو علمٌ منهجي وموضوعي، يهتمُّ بدراسة الأعمال الدرامية الفنيّة (مسرحيات، مسلسلات، أفلام...) تحليلًا وتقييمًا، بالإعتماد على معايير علمية وفنيّة مستقاة من علوم متعددة :



علم النفس: لفهم دوافع الشخصيات وسلوكها.

علم الجمال: لتقدير القيمة الفنية والجمالية للعمل.

المنطق والفلسفة: لقياس ترابط الأحداث وحبكة القصة.

الأخلاق: لبحث الرسائل والقيم التي ينقلها العمل للجمهور.

ويبتعد النقد الدرامي عن الحماس الأعمى، أو التعصب، أو التحيز، ليكون موضوعياً وهادئاً في أحكامه.

النقد الدرامي إذن هو نقد علمي وموضوعي يربط الفن الدرامي بالعلوم الإنسانية والفلسفية، يدرس الشخصيات والحبكة والجوانب الفنية والجمالية، ليقدم حكماً عادلاً بعيداً عن التعصب والانحياز.

□ نموذج نقد درامي:

"المنزل العجيب" : مسرحية كوميدية إجتماعية، تسخر من البيروقراطية المبالغ فيها داخل المؤسسات. تبدأ المسرحية بعائلة تريد إستخراج وثيقة بسيطة، لكنها تدخل في دوامة من الطوابير، والأختام، والموظفين المتكاسلين. الأحداث تتصاعد بطريقة ساخرة، حتى تصل إلى موقف عبثي يثير الضحك، ويكشف الخلل في الإدارة.

التحليل والتفسير:

من الناحية النفسية : الشخصيات مرسومة بطريقة كاريكاتورية، مما يعكس بوضوح الصفات السلبية لبعض الموظفين (الكسل، اللامبالاة).
من الناحية الجمالية : الديكور بسيط، عبارة عن مكتب كبير وعدة نوافذ، لكن توظيفه كان ذكياً، حيث تحولت كل نافذة إلى "حاجز بيروقراطي" جديد.
من الناحية الفلسفية/الأخلاقية : المسرحية طرحت سؤالاً ساخراً : هل أصبحت القوانين وُضعت لتعقيد حياة المواطن بدلاً من تسهيلها؟

التقييم:

نقاط القوة : النص مليء بالمفارقات المضحكة، والإيقاع سريع يحافظ على إنتباه الجمهور.
نقاط الضعف : بعض النكات اعتمدت على التكرار، وأدت إلى فتور بسيط في مُنتصف العرض.

خلاصة:

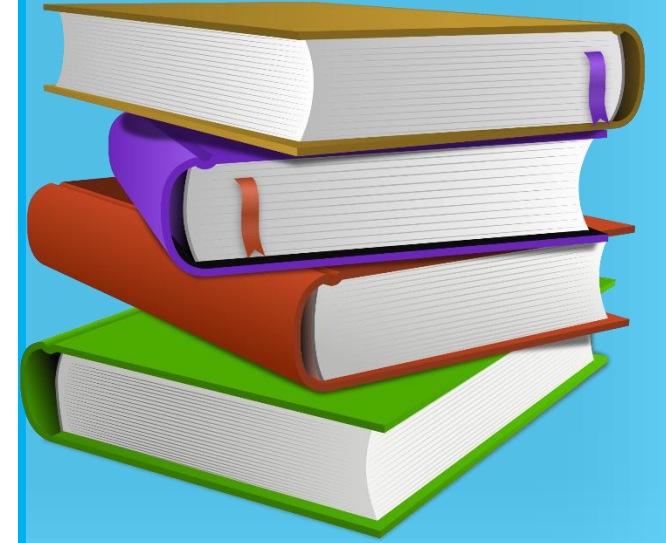
يبقى النّقد الإعلامي عملية تحليلية موضوعية، تهدف إلى كشف قوّة وضُعف الرّسائل الإعلامية بمختلف أشكالها الصحفية والرّقمية، الإذاعية، والدرامية، بهدف تنمية وعي الجمهور وتوجيهه، وتشجيع الحوار، مستنداً على التّفكير النّاقّد ومهاراته، وبالإعتماد على أسس أخلاقية ومنهجية واضحة. بما يجعل المتلقي قادراً على التّمييز بين المعلومة الصّحيحة والمعلومة المضلّلة.

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 مكايي: "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

