

# اتجاه النقدي في الدراسات الإعلامية

## مدخل نظري

م. د. نزار عبد الغفار السامرائي  
قسم الاعلام - كلية الاسراء الجامعة, بغداد \ العراق

## **Critical Trend in Media Studies**

### **Theoretical Introduction**

**Dr. Nazar Abdul-Ghaffar Al-Samarrai**

Media Dept., Al-Esraa University College, Baghdad/Iraq

nazar@esraa.edu.iq

## المستخلص

رغم تعدد الاتجاهات في بحوث الاعلام واستخدام النظريات المختلفة المتعلقة بعلوم الاتصال والاعلام الا أننا يمكن ان نلاحظ اختفاء الاتجاه النقدي من الدراسات الاكاديمية. وحتى الدراسات التي يمكن ان تدرج تحت هذا الإطار، العديد منها لم تشر الى النظرية بشكل صريح، فيما واجهت دراسات أخرى انتقادات بدعوى ان المنهج النقدي لا يتناسب والبحوث الإعلامية بعد هيمنة أسلوب تحليل المضمون على معظم الدراسات الأكاديمية باعتبارها الوسيلة الأفضل لدراسات الاعلام. ورغم وجود توجه في السنوات الأخيرة لاستخدام المنهج النقدي في البحوث الأكاديمية، الا أن هذه المحاولات تبقى محدودة وتعد على أصابع اليد. وتتناول الدراسة الاتجاهات النقدية واستخدامها في الدراسات الإعلامية كونها تتناول الظاهرة الإعلامية من جانب واسع عبر محاولة التعرف على بناء الخطاب الإعلامي وعلاقته بالمجتمع والخطاب السياسي المهيمن. فالمدخل النقدي كما يشير فيركلوف تختلف عن المداخل غير النقدية في أنها لا تقتصر على وصف الممارسات الخطابية بل تبين أيضا كيف يتشكل الخطاب بفعل علاقات السلطة والايديولوجيات.

**الكلمات المفتاحية:** الدراسات الإعلامية، النظرية النقدية، مدرسة فرانكفورت، الدراسات الثقافية، التحليل النقدي للخطأ.



## Abstract

Despite the multiplicity of trends in media research and the use of different theories related to the sciences of communication and media, we can notice the disappearance of the critical trend from academic studies. Even the studies that can be included under this framework, many of them did not refer to the theory explicitly, while other studies faced criticism on the claim that the critical approach is not appropriate for media research after the content analysis method dominates most academic studies as it is the best method for media studies. Although there has been a trend in recent years to use the critical approach in academic research, these attempts remain limited and count on the fingers of the hand. In this study, we try to address critical trends and their use in media studies, as they deal with the media phenomenon from a broad side by trying to identify the structure of the media discourse and its relationship to society and the dominant political discourse. Critical entries, as Fairclough points out, differ from non-critical approaches in that they do not limit themselves to describing discursive practices, but also indicate how discourse is shaped by power relations and ideologies.

**Keywords:** Media studies, Critical theory, Frankfurt school, Cultural studies, Critical analysis of discourse

## الإطار المنهجي

### مشكلة البحث

تعد الدراسات النقدية من الدراسات التي لا تلاقي اهتماما كبيرا في مجال البحوث الإعلامية الأكاديمية في العراق، بسبب النظر الى أن هذا النوع من الدراسات لا يتناسب ودراسة المشكلات الإعلامية، حيث يفضل اغلب الباحثين المختصين بمجال الاعلام استعمال أداة تحليل المضمون، وتحويل النصوص الى بيانات يمكن التعامل معها كمي لغرض الدراسة. وتنطلق مشكلة البحث من تساؤل رئيس مفاده: ما المجالات التي تتناولها الدراسات النقدية في مجال الإعلام؟. ويتفرع عن هذا السؤال التساؤلات الآتية:

- ما المقصود بالدراسات النقدية؟
- ما المدارس النقدية التي تناولت وسائل الإعلام؟
- ما المنطلقات التي تركزت عليها المدارس النقدية لدراسة وسائل الإعلام؟

### أهمية البحث

تنطلق أهمية البحث من أهمية الدراسات النقدية في مجال الإعلام للتعرف على كيفية بناء الخطاب الإعلامي والتأثيرات التي تتحكم باتجاهات هذا الخطاب وكيف يمكن أن يؤثر بال جماهير. وبذلك يمكن أن نحدد البنى التحتية التي يتضمنها الخطاب الإعلامي والايديولوجيات التي يعاد انتاجها عبر هذا الخطاب لتقدم الى الجمهور على انها تتضمن مادة إعلامية بعيدا عن الانحياز لغرض التأثير بالرأي العام للمجتمع، وبالتالي الحصول على الإذعان للأفكار المهيمنة على انها المعبرة عن رأي الأغلبية.

### أهداف البحث

- ترتكز أهداف البحث على الآتي:
- معرفة النظرية النقدية ومدارسها واتجاهاتها الفكرية؟
  - التعرف على المجالات الإعلامية التي يمكن تناولها وفق التوجهات النقدية.

- التعرف على المدارس النقدية وتوجهاتها وكيفية تناولها لتحليل الخطاب الإعلامي.
- التعرف على المرتكزات الأساسية التي تنطلق منها المدارس النقدية المختلفة لدراسة الخطاب الإعلامي.

### منهج البحث

يستخدم الباحث المنهج الوصفي كونه يعدّ من أفضل الطرق التي يمكن أن يستخدمها الباحث لدراسة الظاهرة الإعلامية، لما فيه من خصائص تتعلق بالتعبير الجيد عن السمات والخصائص التي تتعلق بدراسة الاتجاهات والنظريات المتعلقة بدراسة الاعلام.

### حدود البحث

ترتكز حدود البحث على المجال الموضوعي ويتمثل بالدراسات النقدية في بحوث الإعلام واتجاهاتها وافكارها. ويتمثل الحد الزمني مع انطلاق النظرية النقدية متمثلة بمدرسة فرانكوفرت عام 1932، حتى ظهور اتجاه التحليل النقدي للخطاب في تسعينيات القرن العشرين.

## أولاً: مفهوم النقد

مفهوم النقد مثل أي مفهوم من مفاهيم الدراسات الإنسانية التي تتعدد تعريفاتها وفق التوجهات والمجالات المختلفة التي تتعامل مع المفهوم. حيث يعد النقد، ظاهرة من ظواهر التاريخ والمجتمع والثقافة، وترسخ المفهوم نهاية القرون الوسطى، التي مهدت الطريق لتطور مفهوم النقد في ابعاده، الاجتماعية والثقافية والفلسفية والسياسية.

وتعني كلمة النقد في القواميس العربية تمييز الدراهم واستخراج المزيف منها و"نقد النقد الدراهم أي ميز جيدها من رديئها" (الزمخشري، 1996، 214).

وجاءت كلمة نقد (Kritik، Critic) لأول مرة في اللغة الاغريقية (techne)، بمعنى الاختبار او الحكم، الذي يعتبر اهم المقدرات عند الانسان التي تحفظه من الخطأ او الخديعة، وبصورة خاصة، فيما يخص الشخص ذاته، وهو ما اطلق عليه النقد الذاتي، وفي ذات الوقت دلت كلمة نقد؛ على نوع من الجدل العقلي او النشاط المتميز للعقل من اجل الوصول الى معرفة اخرى (الحيدري، 2009).

و استطاع النقد أن يحقق استقلاليته بعد ظهور الافكار التأملية وحلولها مكان المفاهيم والافكار التقليدية القديمة، وبخاصة تلك التي ترتبط بالحق والمقدس. ويشير الباحثون هنا الى التحول الذي احدثه عمانويل كانت في مفهوم النقد، وصولاً الى هيغل ثم ماركس الشاب حيث بدأت فكرة النقد تعني، الجدل، قبل ان يتطور المفهوم ليصبح عملاً فكرياً في شروط المعرفة الممكنة، اي القدرات التي تمكن الانسان من المعرفة والنظر في الامور بحرية.

ويعد النقد تفكيراً عملياً منظماً حيث يعمل على إخراج الطاقات العقلية للناقد لاكتشاف مجالات جديدة للتعبير عن واقع المجتمع والحياة (القليني، 2014، 6).

وإذا كان النقد ينطلق من تصورات ومفاهيم مشكّلة بصور مسبقة في المفهوم التقليدي للنظرية، فإن النقد الجديد الذي أضحت النظرية تتخذه مستنداً، حسب هوركهايمر، يقوم على مساءلة البدايات والمسلمات، وإخراج الأنساق المغلقة من

زواياها الضيقة، وإعادة النظر في التفكير ومناهجه وأساسه ومفاهيمه. اذ اعتبر هوركهايمر النقد "إمالة اللثام عما هو متوار ومتحجب"، واعتراف بمدى تعدد القضايا الاجتماعية والسياسية والإنسانية عموماً، ممّا يحتم تعدد المقاربات كذلك. (إبراهيم ونزار، 2014)

### ثانياً: مدرسة فرانكفورت وظهور النظرية النقدية

تشير الدراسات الى ان النظرية النقدية برزت بشكل واضح عند مفكري ما عرف بمدرسة فرانكفورت وبالأخص الجيل الأول منهم متمثلاً بماكس هوركهايمر، وتيودور ادرنو إضافة الى هيربرت ماركوز الذين وضعوا أسس النظرية عند تأسيس معهد الدراسات الاجتماعية في ثلاثينيات القرن العشرين. وترسخ هذا الاتجاه بعد توجههما الى الولايات المتحدة هرباً من السيطرة النازية على ألمانيا. قبل ان يبرز من ضمن الجيل الثاني المفكر والفيلسوف يورجين هابرماس.

ورغم ان الجميع يتفق على تأثر رواد مدرسة فرانكفورت بأفكار كارل ماركس، التي وضعها في شبابه على وجه الخصوص، الا انهم في الوقت نفسه "رفضوا منذ البداية الحتمية الاقتصادية، والنظرية المرحلية للتاريخ، واي اعتقاد جبري في الانتصار "المحتوم" للاشتراكية" (برونر، 2016، 10)

أيضاً هناك تأثيرات واضحة تتمثل بالأفكار الوجودية، ولاسيما عند هوسرل مؤسس الظاهراتية وهيدير. إضافة الى أفكار عالم الاجتماع الألماني ماكس فيبر، وأفكار فرويد في علم النفس، ومنظور نيتشه للذاتية.

ومن أهم الجذور التاريخية والعقلية التي تغذت عليها النظرية النقدية ونمت في تربتها (مكاوي، 2017، 17):

1. تراث الفلسفة المثالية الألمانية، وفي مُقدِّمته تراث هيجل
2. كتابات الشباب المبكر لكارل ماركس التي تحتل فيها فكرة اغتراب الإنسان في ظلّ مجتمع علاقات الإنتاج الرأسمالي مكانة كبيرة.
3. الفلسفات الاجتماعية الألمانية وبخاصة عند ماكس فيبر
4. فلسفة التحليل النفسي وفلسفة الحضارة عند سيجموند فرويد

5. الأفكار والتصوّرات الماركسية والهيكلية الجديدة التي عبر عنها جورج لوكاتش
6. التأثير ببعض أفكار فلسفة الظاهراتية (الفيينومينولوجيا)، وفلسفة الحياة وفلسفة الوجود التي انطلق منها بعض أعلام مدرسة فرانكفورت.

### هوركماير وادرنو - الإعلام والصناعة الثقافية

ترى النظرية النقدية أن ثمة قوى متعددة في عالمنا الحديث هي في حالة من التضاد والترابط في آن معا، واحدها مع الأخرى: العلم والتكنولوجيا بوصفهما محررين او مدمرّين، الثقافة بوصفها منبهة وموقظة او مهدئة ومسكّنة، الفن بوصفه تقديمي او رجعيًا. (هاو، 2010، 21)

ومن هذا المنظور فأن هوركماير وأدرونو يتناولان الإعلام من ناحية انه صناعة ثقافية ترتكز على التقنية وتطورها، ومع الإقرار بمسألة توخي الربح كصناعة، الا انه من جهة "ملا يفصح عنه" فأن "الأرضية التي تكسب التقنية سلطتها على المجتمع بواسطتها هي السلطة القائمة بالمسيطرين اقتصادياً". (هوركماير، أدرونو، 2006، 142) وبهذا الشكل فأن النظرية النقدية تركز على موضوع تأثير السلطة على وسائل الإعلام، التي تنظر اليها على أنها صناعة ثقافية.

وتناول هوركماير وادرنو في كتابهما (جدل التنوير) تحت عنوان (صناعة الثقافة - التنوير وخداع الجماهير) السينما والإذاعة بوصفهما صناعة تتوخى الربح ولكنها في الوقت نفسه تعمل على تنميط الجماهير وفق رؤية محددة يبتغيها المنتجون، فيما يشيران الى التلفزيون كجهاز يجمع ما بين السينما والإذاعة. مبيين ان السينما (الفيلم) والراديو والمجلات أصبحت "نظاما قائما بذاته" كما أن "كل قطاع من القطاعات اصبح قائما على الإعلام" (هوركماير، أدرونو، 2006، 141) في الوقت نفسه فأن الراديو اخضع المستمعين "قسريا" لالتقاط برامج القطاعات المختلفة والتي تتشابه بمجموعها.

ومما يمكن أن نلاحظه هنا أن المفكرين استنتجا بوقت مبكر (1944) أن الوسائل التقنية تميل أكثر فأكثر لتصبح وسائل معلوماتية، وهذا ما تحقق فعلا اذ مكن تطور تقنيات الاتصال ودمجها بنظام المعلومات الى ثورة اتصالية كبيرة وأصبحت المعلومات السلعة

الأكثر قيمة في مجتمعنا الحاضر، ووسيلة السيطرة للدول الغربية على المنتج الثقافي العالمي فليس من الصدفة كما يشير المفكران "أن تكون الصناعة الثقافية آتية من البلدان الصناعية الليبرالية، وما يتبعها من وسائل إعلام مميزة" (هوركماير، أدورنو، 2006، 156) فالدول الغربية هي من يمتلك التقنية المدمجة بالمعلوماتية وبذلك فأنها تسيطر على عملية الإنتاج الإعلامية، والصناعة الثقافية بوجه عام، سواء على صعيد الإنتاج السينمائي، أو التلفزيوني، أو عملية إنتاج الأخبار والسيطرة على التدفق الإعلامي باتجاه واحد. وبذلك تحولت المعرفة في تلك المجتمعات الى أداة سيطرة بدلا من ان تكون أداة تحرر، وذلك عندما أصبحت مرتبطة بالغايات السياسية والاجتماعية التي تتوخى الهيمنة والسيطرة (بومير، 2010، 43).

اما ماركوز وهو الطرف الثالث من رواد مدرسة فرانكفورت فعمل على توضيح كيف أن وسائل الإعلام الجماهيري تصطنع وعيا زائفاً عديم الإحساس بما فيه من زيف. مبينا أن الفكر الأحادي الجانب يلقي تحبيذا وتشجيعا دائما من صناع السياسة ومموليهم بالإعلام الجماهيري. (ماركوز، 1988، 47-50)

ان التعامل مع المادة الإعلامية وفق النظرية النقدية يستوجب التعرف على جميع ما يحيط بظروف الإنتاج والعلاقات التي ترتبط بالمادة الإعلامية وكيف تعمل على إعادة إنتاج الخطاب الإيديولوجي بدافع الهيمنة على الخطاب المجتمعي وفق رؤية ماركس، وغرامشي. فالنظرية النقدية تتعامل مع الظاهرة على أساس النظرة الكلية (ماكرو)، وليس على أساس الجزئي (مايكرو) مع عدم اهمالها للجزئيات فيمكن للكُل ان يعبر عن مجمل الأجزاء كما أن الجزء يمكن أن يكون دليلا على الكل.

### هابرماس - الفعل التواصلي والمجال العام

التطور الكبير في دراسات النظرية النقدية كان مع بروز هابرماس الذي وضع نظرية الفعل التواصلي الى جانب المجال العام والتي برزت في الدراسات الإعلامية السنوات الأخيرة مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي التي يرى الباحثون انها أصبحت مجالا عاما لطرح الأفكار بحرية وبالشكل الذي بنى فيه هابرماس رؤيته للمجال العام من ناحية سهولة الوصول اليه وحرية طرح الأفكار والحوار الحر والمساواة.

من الجدير بالذكر أن هابرماس ركز في تحليله الأركيولوجي للمجال العام على الدعاية التي تعد المبدأ الأساسي التي اعتمدت عليه البرجوازية لبسط نفوذها وسيطرتها على المجتمع والهيمنة والتحكم في أذواق الناس، ثم تناول تطور الآلة الإعلامية في تاريخ أوروبا وانعكاساتها في تشكيل الرؤية النقدية، ومع ظهور مؤسسات ووسائط إعلامية أخرى تجذرت هذه الروح النقدية في المجتمع الأوروبي، فكان لظهور الصحافة عنصر ثان في التحول الذي عرفه المجتمع الأوروبي بعد العلاقات التجارية ما قبل الرأسمالية والتي كان لها انكس تأثيرها على النظام السياسي والاجتماعي في أوروبا. فيما ساهم بروز المجلات في تعزيز هذا الفضاء (الأشهب، 2013، 165). ويصف كارل بوتشر Karl Buser هذا التطور بالقول: تم تغيير الصحف من مجرد مؤسسات لنشر الأخبار إلى حاملين وقادة للرأي العام، وأسلحة للسياسيات الحزبية، حولت عمل الجريدة، وظهر عنصر جديد بين جمع ونشر الأخبار ألا وهو: هيئة التحرير، ويعني ذلك لناشر الصحيفة أنه تغير من بائع للأخبار الحديثة إلى تاجر للرأي العام. (عاشور، 2019).

واستطاع الفضاء الافتراضي الذي أوجدته تقنية المعلومات والاتصالات ان يمنح مفهوم المجال العام الذي تحدث عنه يورغن هابرماس معنأً جديداً. مع وجود شرطين أساسيين يجب توفرهما حتى يتمكن المواطن من المشاركة في المجال العام عند تناول القضايا والموضوعات المجتمعية، ويتمثل هذان الشرطان بالحرية والمساواة.. و"يقصد بذلك حرية الرأي، وما يتبع ذلك من فكرة المساواة بين الجميع حتى يتيح الفرصة لتناول كافة الموضوعات والآراء دون التفكير بتفضيليات لأفراد أو مؤسسات داخل المجتمع" (القرني، 2011).

لقد فتحت نظرية المجال العام لهابرماس مجالاً امام الباحثين لدراسة عملية تشكل الرأي العام عبر دراسة التفاعل والحوار في مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها فضاء يتيح التواصل وابداء الرأي لجميع الراغبين بذلك بعيداً عن اية قيود وجعل الجميع على قدم المساواة في ذلك الامر. وهو ما أتاح امام المواطنين الى المشاركة في الحوار السياسي والمجتمعي بعدما كان من الصعب الوصول الى وسائل الاعلام الجماهيري التقليدية. وفي الوقت نفسه الكشف عن تأثيرات خطاب السلطة، وفق رؤية النظرية النقدية، في الخطاب المتداول عبر السوشال ميديا لغرض صنعة رأي عام (زائف) كما تبين ذلك نظرية لولب

الصمت التي وضعتها الألمانية اليزابيث نيومان حيث ان التركيز على موضوع معين من وجهة نظر محددة في وسائل الاعلام تدفع الآخرين الى القبول بها على أنها تشكل رأي الأغلبية في محاولة منهم للحصول على "التوافق الاجتماعي" كون أعضاء المجتمع سوف يعملون على القبول بالاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام وبذلك فإن الرأي العام يتجه نحو الأفكار التي تروج لها وسائل الإعلام بشكل مستمر، فيما يلتزم المعارضون، وهم غالباً ما يكونون اغلبية، الصمت خوفاً من العزلة او ما يظنونه عدم توافق مع آراء المجتمع..

ويمكن لهذا الامر ان يعطينا نظرة أوسع لدراسة التأثيرات التي حققها مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية فيما عرف بالربيع العربي، وكيف لعبت هذه المواقع إضافة الى الفضائيات دوراً في تشكل كتلة كبيرة من المجتمع أعربت عن رفضها للأنظمة القائمة وبالتالي تحشيد اغلبية افراد المجتمع لأسقاط هذه الأنظمة.

### ثالثاً: النظرية الثقافية النقدية

لاتقف الدراسات النقدية على مدرسة فرانكفورت، فهناك العديد من النظريات التي تتشارك في أن وسائل الإعلام تروج لخطاب الجماعات المهيمنة في المجتمع وتؤثر بشكل ما في تشكل الثقافة الجمعية للمجتمع، مع ملاحظة ان هناك تعدد في الرؤى باتجاه تعريف مفهوم الثقافة.

وتعد الدراسات الثقافية (cultural studies) من ابرز الاتجاهات النقدية التي تأثرت، وأثرت بمدرسة فرانكفورت، والتي "يمكن إطلاقها على مجموعة من الدراسات والبحوث والنظريات والمناهج والنشاطات النقدية التي تتمحور بشكل أساسي حول تحليل شتى الظواهر والنشاطات الثقافية". (محمدي، 2019، 17)

ويتفق المفكرون على ان الدراسات الثقافية قد ظهرت ضمن مركز برمنغهام للدراسات الثقافية وتبلورت على يد ستيفارت هول الذي تولى إدارة المركز، مع الإشارة الى تاجر باحثي المركز بالعديد من المفكرين البارزين، ولاسيما (ماثيو آرنولد، وفرانك ريموند ليفس، وجورج لوكاش، إضافة الى المفكر الإيطالي أنطونيو غرامشي).

ومع تطور الدراسات الثقافية وتوسعها تحوّل النقد لدى مدرسة برمنجهام، إلى خطاب نقدي يعكس القيم الإيديولوجية والسياسية السائدة من ناحية وهكذا يصبح النص

عبارة عن علامة ثقافية هي جزء من سياق ثقافي وسياسي أنتجها، وما يريد هؤلاء النقاد هو الكشف عن الانظمة الداخلية لهذه العلامة (الثقافية) في إطار مناهج التحليل المعرفية، وتأويل النصوص وخلفياتها التاريخية والتحليل المؤسساتي، لذلك فهم يضعون النص داخل سياقه السياسي والتاريخي (عدلان، 2018).

وتتعامل الدراسات الثقافية مع النصوص الإعلامية انطلاقاً من نظرتها الى مختلف النصوص الأخرى التي تتناولها ضمن إطار الممارسة الثقافية والتي تعني " العمل والإنتاج وتجليات الحياة اليومية للكائن البشري التي تتأثر بأبعاد اقتصادية وبالطبقة والعرق والجنوسة والسياسة وبالحاجة والرغبة"، وهي في هذا الجانب تتناول النص من جوانبه كافة ولا تكتفي بالجزئيات فتعمل على التحليل بالتركيز على " المعنى الذي تولده النصوص من خلال دراسة شكلها وبنيتها وسياقاتها واسسها النظرية". (ديورنغ، 2015، 10).

وتعد المقالة التي دوّنها هول بعنوان الترميز وفك الرموز (Encoding Decoding) الأبرز والأكثر تأثيراً في مرحلة ما بعد التأسيس للدراسات الثقافية، حيث تمحورت حول الترميز وكيفية فك الرموز، حيث اعتبر مفهوم الترميز دالاً على قضية يعتمد عليها المعنيون بالشأن الإعلامي لتنظيم المعلومات والأواصر العامّة ضمن نصّ موحّد كي يستعرضوا لقرّائهم ومتابعيهم الأفكار التي يتبنونها ويقنعونهم بها؛ وفي هذا السياق عادةً ما تستحكم المصالح التي تحظى بأهميّة بالغة في المجتمع لتصبح وكأنّها حاجةً طبيعيّة لا محيص منها. وأمّا فك الرموز فهو برأيه يدلّ على ما ينسبه المخاطبون إلى وسائل الإعلام من قضايا يتمّ استعراضها فيها، ومن هذا المنطلق يثيرون استفهاماتٍ حول المصالح التي يُراد تحقيقها من وراء ذلك. (محمّدي، 2019، 30)

ويوضح هول الأسس التي تتبعها الدراسات الثقافية في تحليل مضمون وسائل الإعلام بأربع نقاط رئيسة سارت عليها هذه الدراسات في مركز جامعة برمنجهام هي (مكاوي، السيد، 2010، 119):

1. دراسة محتوى وسائل الإعلام على المستوى الواسع (Macro Level) بدلا من نماذج التأثير المباشر التي تعتمد على (مثير/استجابة)، والتأكيد على قوة وسائل الإعلام الفكرية والثقافية، وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقدم بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية التي يتم تحديدها.

2. تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديماً واضحاً للمعنى، وإعطاء اهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى التقليدي.
3. التأكيد على العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور، بدلاً من مفهوم الجمهور الموحد الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير المسوح الخاصة بالمؤسسات الإذاعية ووكالات الإعلان.
4. الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمها، والتي تختلف تماماً عن نماذج الثقافة الجماهيرية التي تتناولها البحوث الأمريكية.

ويمكن أن نلاحظ عبر هذه النقاط أن الدراسات الثقافية في مجال النقد الإعلامي تركز على فرضية الهيمنة التي وضعها غرامشي والتي تذهب إلى تأثير السلطة على الخطاب الإعلامي، وتحويله إلى إعادة إنتاج للخطاب السياسي والأيديولوجي لتأكيد هيمنة أفكار السلطة على المجتمع.

كما أن الدراسات الثقافية تذهب إلى أن المضمون الإعلامي غير محايد وأن اللغة الإعلامية رغم وصفها بالوضوح والبساطة إلا أنها يمكن أن تحمل معانٍ متعددة وفق أسلوب بناء النص، كون عملية الصناعة الإعلامية أصبحت لا تتعلق بالمعلومة بحد ذاتها وإنما بطريقة استعمال اللغة في سردها، وحينها تصبح اللغة الأداة التي تستخدم لنقل الأيديولوجيا ضمن الأخبار ليست لكونها (أي اللغة) تحمل طابعاً أيديولوجياً "وإنما الاستعمال الذي تستعمل به اللغة هو الذي يحمل ذلك الطابع" (ابريير، 2010، 57).

وتهتم الدراسات الثقافية أيضاً بالتباين بين الجمهور، وعلى أساس هذا التباين فإن تفسير الرسائل الإعلامية سيكون متبايناً أيضاً ووفق عملية فك الترميز الذي يقوم به المتلقي، وهذا الاتجاه يأتي انطلاقاً من المفهوم الذي ذهب إليه مفكرو مدرسة برنجهام بأنه ليس هناك "صناعة ثقافية" كما ذهب هركامير وادرنو، وإنما صناعات ثقافية متعددة، مع التركيز على الثقافة الشعبية. ونجد أن هذا التوجه ممكن أن يساهم في تطوير دراسات الإعلام البديل بكونه يمثل إعلاماً شعبياً، تمارسه الفئات "المهمشة" بعيداً عن الإعلام التقليدي الموجه الذي تسيطر عليه الجهات المهيمنة سياسياً واقتصادياً. وتبرز في هذا

الاتجاه دراسة اعلام الأقليات والجماعات الصغيرة، سواء التقليدي منه (الصحف والإذاعة والتلفزيون) ام الجديد الرقمي عبر مواقع الانترنت ومن ضمنها مواقع التواصل الاجتماعي. وفي هذا الجانب يشير هول الى العلاقة بين وسائل الإعلام والتنوع الثقافي كعلاقة تسيطر عليها الهيمنة، وفق مفهوم غرامشي، حيث " تستفيد أجهزة الإعلام من الشفرات المهيمنة في إعادة إنتاج الأفكار والحوارات التي تسهم في سيطرة جماعات ثقافية عرقية معينة" (سيابيرا، 2012، 130) ولكن في الوقت نفسه فان هول يشير الى ان الجماعات الأخرى لها شفراتها الخاصة بها بأطرها المعرفية ومرجعياتها، وهذا ما يجعل هذه الجماعات تقاوم خطاب الجماعة المهيمنة وتحاول ان تجد خطابها الخاص عبر وسائل الإعلام البديل.

لقد حققت الدراسات الثقافية توسعا كبيرا حتى في الولايات المتحدة واستطاعت ان تجد لها توجهات بحثية متعددة لتنتشر بشكل واضح مع تناول مختلف النصوص.

### التحليل النقدي للخطاب الإعلامي

أتاح التحول من نظرية النص الى الخطاب مجالا واسعا امام الدراسات النقدية لتناول مختلف النصوص المنتجة سواء على صعيد الادب ام السياسة ام الإعلام وغيرها من الفروع الإنسانية.

ورغم ان إشكالية التفريق بين النص والخطاب لازالت قائمة ولم تحسم بشكل بات، الا ان الباحثين الأساسيين في مدرسة التحليل النقدي للخطاب اتفقوا على ان الخطاب هو اللغة في مجال استخدامها الاجتماعي

ويشير فان دايك الى ان الخطاب ظاهرة اجتماعية متعددة الابعاد، مبينا أن التعريف المكتمل او الناقص للخطاب يتضمن ابعادا كثيرة ويتكون من تصورات اخرى كثيرة تحتاج الى تعريف (دايك، 145).

فيما تحدد روث ووداك مفهوم الخطاب من وجهة التحليل النقدي بأنه اللغة (بشكلها المقروء والملفوظ) بوصفها شكلا من اشكال الممارسة الاجتماعية، اي انه يشير الى علاقة جدلية بين حدث خطابي معين والمواقف والمؤسسات والهياكل الاجتماعية التي تعد اطارا له.

وفي هذا الجانب يشير نورمان فيركلوف الى ان مفهوم اللغة الذي نحتاج اليه في الدراسات النقدية هو الخطاب، اي اللغة باعتبارها ممارسة اجتماعية تتحكم فيها الابنية الاجتماعية (فيركلوف، 2016، 35)..

### اتجاه فيركلوف لتحليل الخطاب الاجتماعي

الخطابات ليست مجرد تعبير محض عن الممارسات الاجتماعية، بيد انها تخدم كذلك أهدافا، هي على وجه التحديد، ممارسة السلطة (ماير، 82). وتمارس الخطابات السلطة في المجتمع نتيجة كونها تؤسس طرق الحديث والتفكير والفعل وتنظمها. ان الشمولية التي تميز الخطاب بشكل عام ادت الى تعدد المجالات التي يتناولها التحليل النقدي للخطاب بتعدد اشكال النصوص التي يتناولها وحسب الاتجاه الذي يعمل عليه الباحث. لذلك فإن فيركلوف يعارض اي رؤية تربط على نحو تام طرق البحث (المنهجية) بحقول معينة او أنماط نصوص. ويرفض الحد من حدود مجالات التطبيق الخاصة بالمقاربة الجدلية-العلائقية التي قد تتغير عندما تطبق في مجالات مختلفة. ورصد فايركلوف وفوداك ثماني توجهات مختلفة للتحليل النقدي للخطاب هي (اللطيف، 2009):

1. التوجه الفرنسي في تحليل الخطاب خاصة كتابات ميشيل فوكو
2. اللغويات النقدية ممثلة بكتابات فولر، وكريس، وهودج
3. التحول السوسيوثقافي وتحول الخطاب ممثلة في اعمال فايركلوف
4. السيميوطيقا الاجتماعية ممثلة بكتابات كريس واخرون
5. منهج التحليل التاريخي للخطاب ممثلا في كتابات جماعة فيينا المتحلقة حول روث فوداك
6. تحليل القراءة، ممثلا في كتابات اوتز ماس
7. مدرسة دويسبرج ممثلة بكتابات جاجر
8. الدراسات السوسيو معرفية، وتضم معظم كتابات فان دايك

وبشكل عام فإن فيركلوف تأثر باللغويات النقدية وبأعمال ميشيل فوكو وغرامشي عن الهيمنة الايديولوجية، اضافة الى تاثره بعالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو، والخطاب بالنسبة الى فيركلوف هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية من وجهة نظر معينة،

ويرى ان الخطابات تشكل وتعيد انتاج الهويات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية وتمثل نظم المعرفة والاعتقاد لمستخدمي تلك اللغة (شومان، 2007، 95).

### فان دايك والتحليل النقدي للخطاب

في نهاية الثمانينات من القرن الماضي قدم فان دايك نظرية جديدة تتضمن عدة فروع عملية عن الأخبار في الصحافة، وتبنى هذه النظرية لوصف وتحليل عملية اعادة انتاج الافكار المنحازة اثنيا في وسائل الاعلام، وسوء استخدام القوة واعادة انتاج عدم المساواة من خلال العمليات الايديولوجية في المجتمع وعبر وسائل الاعلام (شومان، 2007، 79).

ولغرض فهم التقارير الإخبارية بشكل كافٍ يطلب فان دايك بتحليلها كنتيجة للعمليات المعرفية والاجتماعية للخطاب وإنتاج المعنى من قبل الصحفيين، كما يجد انه من المفيد التمييز بين المعالجة المعرفية أو الممارسات الاجتماعية للتواصل النصي وبناء النصوص الإعلامية نفسها. ويركز فان دايك على البنية النصية للتقارير الإخبارية لغرض ربطها بسياقاتها المعرفية أو الاجتماعية أو السياسية (9، 1988، dijk).

وينوه فان دايك الى الاختلافات الواضحة في استخدام اللغة بين الصحف النوعية او النخبوية والصحافة الشعبية، اذ تميل الاولى الى استخدام جمل طويلة معقدة، والعديد من التسميات، وفي بعض الاحيان تعرض التقارير الاخبارية بنى نحوية نادرة في اشكال الخطاب الاخرى مثل الجمل التقريرية المحولة (جبارة، 2012، 456).

وفي ما يخص التحليل النقدي للأعلام يذهب فان دايك الى الحاجة لدراسة سبل الولوج الى الخطاب عبر تحديد من له منفذ الى (انتاج) الأخبار او البرامج، ومن يسيطر على مثل هذا المنفذ؟ ومن يستطيع ان ينظم المؤتمرات الصحفية المفتوحة للصحفيين؟ واي الصحف لها حق النشر؟ ثم من الذي تعقد المقابلات معه ويستشهد بقوله؟ واي الافعال والاحداث تُعرّف بانها أخبار؟ واي الافتتاحيات ومقالات الرأي او الرسائل تنشر من بين تلك التي تصل الى المحرر؟ ومن يحق له الاشتراك في برنامج تلفازي؟ وبعبارة اكثر تعميماً: من الذي يقبل تعريفه للموقف السياسي والاجتماعي ويؤخذ على محمل الجد؟

ومن هذا يتضح لنا ان عملية التحليل النقدي للخطاب الاعلامي تشمل جميع جوانب انتاج النصوص الاعلامي بهدف التعرف على طبيعة السياق الذي تتم به هذه العملية ومن

ثم معرفة شكل السيطرة على سياق انتاج الخطاب وكيف يتم التحكم ببنى الخطاب اي ما الذي يجب ان يقال ؟ وكيف تتم صياغته (بأي كلمات، وفي اي نمط من الجمل، وبأي ترتيب، وفي اي موضع، في المقدمة ام الخاتمة) (دايك، 2014، 47)

ولهذا يمكننا القول ان التحليل النقدي للخطاب الاعلامي يبدي بالنظر الى أن النص الإعلامي ناتج عن عدد من العمليات المعرفية والاجتماعية التي تؤثر في عملية صناعة الأخبار وتداولها عبر سلسلة من السياقات. وهو بذلك يمكن ان يكون شموليا يتناول مختلف عناصر العملية الاتصالية، سواء عبر التركيز على تحليل البنية السطحية للنص الاخباري او البنية العميقة، او تحليل السياق، بما يمكن من تحديد البنى الكبرى المكونة للخطاب الاعلامي.

### إشكاليات وملاحظات

رغم ان الاتجاه النقدي في الدراسات الإعلامية ظهر منذ اربعينيات القرن العشرين وصولا الى عقد التسعينيات حين ترسخ اتجاه التحليل النقدي للخطاب الإعلامي الا ان هذه الدراسات كما اشرنا في المقدمة تواجه عدد من الإشكالات والملاحظات في الدراسات الاكاديمية المختصة بالإعلام (في كليات الإعلام بالعراق على وجه الخصوص).

ومن الإشكالات التي يمكن تلمسها في هذا الجانب ربط تحليل الخطاب بالدراسات الألسنية وعده منهاجا يتعلق باللسانيات النقد الادبي، لاسيما وان مؤسسي هذا الاتجاه جلمهم من الباحثين الذين انطلقوا من مجال اللسانيات باتجاه المناهج الحديثة من البنيوية الى السيميائية الى التحليل النقدي. لذلك يجد عدد من الاكاديميين بأن هذه الدراسات لا تدخل في نطاق الدراسات التحليلية لإعلام.

من جانب آخر فأن العديد من الاساتذة والباحثين في مجال الإعلام يرون في الخطاب مرادفا للمضمون وعليه فأن الدراسات التي حملت عنوان الخطاب عمدت على قصر بحوث الإعلام على استخدام التحليل الكمي أداة للتحليل بدلا من الاساليب الحديثة في تحليل الخطاب والتي تتعامل مع اللغة، ولاسيما نظرية افعال الكلام لاوستن، والنظرية التداولية التي تعد احد اهم مرتكزات تحليل الخطاب في الاتجاهات التي اصطلح عليها بما بعد الحداثة.

ولعل التوسع في مفهوم الخطاب وتعدد المدارس التي تناولته منذ ظهور هذا المصطلح على يد هاريس اسهم كثيرا في ابتعاد الباحثين في مجال الإعلام عن الخوض في

هذا المجال، وبشكل عام فأن الكثير من الباحثين الإعلاميين يذهبون الى أن دراسات الخطاب هي دراسات لغوية وليست إعلامية، اسهم في ذلك الدراسات التي تتوقف عند نشأة هذا الاتجاه دون الوصول الى المدارس الحديثة التي انطلقت من مدرسة فرانكوفرت وتطورت على يد رواد منهج تحليل الخطاب النقدي.

كما أن هناك خلافا بشأن التوجه النقدي في كونه منهجا ام اسلوبا، والواقع يشير الى ان تعدد الاتجاهات والمدارس التي تستخدم التحليل النقدي عمقت هذا الخلاف، غير أن ذلك لم يمنع في ان يكون التحليل النقدي منهجا بحثيا متعدد الاتجاهات والأساليب، ويستخدم ادوات عدة منها الكمية التي يستعين بها حيثما تطلب الامر.

الامر الآخر الذي يثير اشكالية في موضوع المنهج النقدي، هو الخلط بين النقد من حيث كونه تقييما للعمل او النص الإعلامي وبيان مواطن الضعف والقوة فيه استنادا الى التعريفات المعجمية للنقد بكونه تحديدا لجوانب التميز والقصور في العمل الإعلامي، وبين الاتجاه النقدي الذي اسست له مدرسة فرانكوفرت ومعهد بيرمنغهام، ومن ثم ظهور التحليل النقدي للخطاب على يد فان داك وفيركلوف ووداك، والذي يربط بين الإعلام والمجتمع مرتكزا بشكل اساس على افكار ميشيل فوكو وغرامشي بشأن السلطة والهيمنة. وبشكل عام فأن عبارة "البحوث النقدية" في الاعلام تطلق على اتجاهات بحثية مختلفة تتراوح بين المقرب الاجتماعي في الدراسات الإعلامية، او المقتربات السيميائية والبنوية وما بعدها، فضلا عن التحليلات الخطابية والتحليلات الثقافية والايديولوجية لوسائل الاعلام (او ما يطلق عليها الدراسات الثقافية بشكل عام) (جبارة، 2012، 330).

ورغم ان المنتقدين للاتجاه النقدي في البحوث الاعلامية يرون في هذا التنوع والاختلاف جانب سلبي يبعد هذه الدراسات عن المنهجية العلمية التي بحاجة لقياس الصدق والثبات وفق اسس معينة كما معمول به في استخدام التحليل الكمي للمضمون، الا ان الحقيقة ان تعدد الأبعاد في دراسة الخطاب الاعلامي نقديا يجعل هذا الاتجاه اكثر عمقا واقرب الى استكشاف البنى العميقة التي يتضمنها الخطاب الاعلامي، كما يمكننا من ادراك عملية بناء الخطاب الاعلامي الذي يرتكز بالأساس على استخدام اللغة بأشكالها المختلفة وهو الامر الذي لا تستطيع البحوث الكمية الوصول اليه لاعتمادها على تحليل ما هو ظاهر من النص فقط دون محاولة سبر البنى التحتية او معرفة بنية النص الاعلامي الذي هو بطبيعته نص سردي لغوي.

لقد شغلت الدراسات النقدية لوسائل الاعلام حيزا كبيرا وواضحا في اوربا والولايات المتحدة، ولم تقف عند حدود النظريات التي تناولناها بإيجاز فيما سبق، فهناك نظريات أخرى مثل النظرية الاقتصادية السياسي، ونظرية الهيمنة، ونظرية التبعية، إضافة الى نظرية السرد، ونظريات التلقي.

## الاستنتاجات

مما تقدم يمكن أن نستنتج أن الدراسات النقدية هو اتجاه بدأ يتوسع في الدراسات الإعلامية بمختلف دول العالم وله اسسه ومرجعياته الفكرية والعلمية التي جعلته توجهها مهما في دراسات الإعلام.

تتضمن الدراسات النقدية الإعلامية اكثر من اتجاه وفق الأسس والمرجعيات الفكرية ومن اهم المدارس التي تتناول دراسة الاعلام هي: مدرسة فرانكوفرت (النظرية النقدية)، ومدرسة برمنغام (الدراسات الثقافية)، وتحليل الخطاب النقدي.

الدراسات النقدية لا تعني بتحديد الجيد والريء في صناعة الإعلام وانما تهتم بدراسة البنى العميقة التي تتضمنها المواد الإعلامية، وكيفية إعادة انتاج الخطاب السياسية وخطاب السلطة عبر الإعلام، وأهتمت بشكل أساس بالصناعة الثقافية، ودور الاعلام في تشكل الثقافة الشعبية، إضافة الى الأيديولوجيا في الإعلام، والخطاب العنصري، والجندر (الدراسات النسوية).

## التوصيات

يوصي الباحث بالآتي:

1. الاهتمام بالدراسات النقدية في مجال الإعلام وافساح المجال للباحثين لدراسة المنتج الإعلامي وفق هذا الاتجاه
2. تدريس النظريات النقدية واتجاهاتها في كليات الإعلام ولاسيما بالنسبة لطلبة الدراسات العليا (الماجستير والدكتوراه)
3. اصدار مطبوع خاص بالدراسات النقدية للإعلام يساهم به الباحثون المختصون في هذا المجال في العراق.

4. تأسيس مختبر او تجمع علمي مختص بالباحثين والمهتمين بمجال الدراسات النقدية بما ذلك (السيمائية، وتحليل الخطاب) يتكفل بتطوير الدراسات بهذا المجال ودعم الباحثين وعقد الملتقيات المتخصصة اسوة ببعض الجامعات العربية.

## المصادر

1. إبتسام علي حسين. (01 ديسمبر، 2014)، المجال العام في الدولة السلطوية: مفهوم القوة بين الخطاب والفاعلين، تاريخ الاسترداد 07 آب، 2020، من المركز العربي للبحوث والدراسات: <http://www.acrseg.org/21431>
2. إبراهيم ونزار. (5 مارس، 2014). إمكانات وحدود نقد المجتمع: ماكس هوركهايمر (1895-1973م) أنموذجاً. تاريخ الاسترداد 2020/8/15، من مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث: <https://www.mominoun.com/articles>
3. الزمخشري. (1996). أساس البلاغة، معجم في اللغة والبلاغة. بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
4. الن هاو. (2010). النظرية النقدية -مدرسة فرانكوفرت. القاهرة: المركز القومي للترجمة.
5. اولجا جوديس بيلي. (2009). فهم الاعلام البديل. القاهرة: مجموعة النيل العربية.
6. بشير ابرير. (2010). دراسات في تحليل الخطاب غير الادبي. اربد، الاردن: عالم الكتب الحديث.
7. تون أ.فان داك. (بلا تاريخ). دراسات الخطاب النقدي: المقاربة المعرفية الاجتماعية، ضمن، م س، ص145. تأليف روث ووداك، مناهج التحليل النقدي للخطاب. القاهرة.
8. توين فان داك. (2014). الخطاب والسلطة، القاهرة. القاهرة: المركز القومي للترجمة.
9. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
10. حسين حاج محمدي. (2019). مدرسة برمنغهام -ماهيتها ورؤاها في بوتقة النقد والتحليل. بيروت: المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية.
11. د إبراهيم الحيدري. (27 مارس، 2009). الاصول الاجتماعية والثقافية والفلسفية لمفهوم النقد، الجمعة 27 مارس 2009. تاريخ الاسترداد 8، 15، 2020، من مجلة ايلاف الالكترونية: <http://html.422276/3/https://elaph.com/Web/ElaphWriter/2009>
12. رويدي عدلان. (مجلد:07 عدد:1 2018). الدراسات الثقافية النشأة والمفهوم. مجلة اشكالات، 150-170.
13. سايمون ديورنغ. (2015). الدراسات الثقافية:مقدمة نقدية. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

14. ستيفن اريك برونر. (2016). النظرية النقدية -مقدمة قصيرة جدا. القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.
15. سوزان القليني. (2014). النقد الاعلامي. القاهرة.
16. سيجفريد ياجر وفلورينتتاين ماير. (بلا تاريخ). الجوانب النظرية والمنهجية في التحليل النقدي للخطاب وتحليل التصرفات عند فوكو. تأليف روث ووداك، مناهج التحليل النقدي للخطاب. القاهرة.
17. صفاء جبارة. (2012). الخطاب الاعلامي بين النظرية والتحليل. الاردن: دار اسامة للنشر.
18. عبد السلام الأشهب. (2013). أخلاقيات المناقشة في فلسفة التواصل لدى هابرماس، . الاردن: الأردنية للنشر والتوزيع.
19. عبد الغفار مكاي. (2017). النظرية النقدية لمدرسة فرنكفورت (تمهيد وتعقيب نقدي). المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي.
20. علي بن شويل القرني. (7--30--2011). الإعلام الاجتماعي يستند بـ"هابرماس". الجزيرة، 8.
21. عماد عبد اللطيف. (2009). من الوعي الى الفعل -مقاربات معاصرة في مقاومة الخطاب السلطوي. مجلة ثقافات، كلية الاداب بجامعة البحرين، -70 71.
22. قياتي عاشور. (04 11, 2019). يورغن هابرماس: المجال العام - مقال موسوعي. تاريخ الاسترداد 07 08, 2020، من اضاءات:  
<https://www.ida2at.com/jurgen-habermas-public-domain-article-encyclopedia/>
23. كمال بومير. (2010). النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت من ماكس هوركماير الى اكسل هونيث. الدار العربية للعلوم ناشرون: بيروت.
24. ماكس هوركماير، تيودور ف. أدورنو، (2006). جدل التنوير. بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة.
25. محمد شومان. (2007). تحليل الخطاب الاعلامي - اطر نظرية ونماذج تطبيقية. بيروت: الدار المصرية اللبنانية.
26. نورمان فيركلف. (2016). اللغة والسلطة. القاهرة: المركز القومي للترجمة.
27. نورمان فيركلوف. (2015). الخطاب والتغير الاجتماعي. القاهرة: المركز القومي للترجمة.
28. هريبرت ماركوز. (1988). الانسان ذو البعد الواحد. بيروت: دار الآداب.
29. يوجينا سيابيرا. (2012). التنوع الثقافي والإعلام العالمي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
30. Dijk, V., (1988). News Analysis. Hillsdale, New Jersey: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS.