محاضرات مقياس النقد الإذاعي و التلفزيوني

السنة الثانية ماستر سمعي بصري

إعداد الأستاذ : شيباني رابح

أولا : مدخل مفاهيمي للنقد

1-النقد لغة: جاء في لسان العرب أن " النقد هو تمييز الدراهم وإخراج الزيف منها، وهو أيضا تمييز الجيد عن الرديء في شيء ما، و يقال نقد الكلام نقداً أي: ذكر مميزاته وعيوبه، أي هو ذكر محاسن وعيوب الشيء وهذا يعني أن الثناء يُعد نقداً بعكس ما هو سائد لدى الكثيرين بأن النقد مخصص لإظهار العيوب.

ويعرفه قاموس لسان العرب إلى قيامه على المعنى المادي المنصرف إلى نقد الد را هم والدنانير، وهو ما يدل على أن مصطلح النقد بالمفهوم الأدبي لم يكن شائعا في الثقافة العربية حتى حوالي القرن الثالث الهجري، الذي استعمل فيه العرب كلمة "النقد" لنقد الكلام، شعره ونثره على السواء.

و ورد في قاموس المعاني: نقد الشّيء: بيَّن حسنَه ورديئة، أظهر عيوبه ومحاسنه لا يُبصر الدينارَ غيرُ الناقدِ، نقد العملة: ميَّزها ونظرها ليعرف جيِّدَها من رديئها ناقِد عملات ، وهو بيان أوجه الحسن وأوجه العيب في شيء من الأشياء بعد فحصه ودراسته، وفي الأدب يعني النقد: دراسة النصوص الأدبية في الأدب، وذلك بالكشف عمَا في هذه النصوص من جوانب الجمال فنتبعها، وما قد يوجد من عيوب فنتجنب الوقوع فيها.

2- النقد اصطلاحا: يعد مفهوم النقد اصطلاحا من المفاهيم التي حظيت بالكثير من الدراسات

الأكاديمية، خاصة في مجالات النقد الأدبي والفني.

وقد ورد في معجم المصطلحات العربية أن النقد هو فن تقويم الأعمال الأدبية والفنية وتحليلها تحليلا قائما على أساس علمي، وهو الفحص العلمي للنصوص الأدبية من حيث مصادرها وصحتها وإنشاؤها وصفاتها وتاريخها.

كما عرفته الموسوعة البريطانية بكونه: إصدار حكم على القيمة الجمالية والجودة في الإنتاج الفني .

وفي تعريف آخر يتمحور النقد حول سعيه كي يكون علما موضوعيا من خلال الاستعانة بالعلوم

التجريبية والإنسانية المختلفة، ويأخذ منها دون أن يذوب كليا فيها، لذلك فهو استعمال منظم للأدوات والوسائل من مختلف هذه العلوم والمناهج .

لقد عُرف النقد في الثقافة الإغريقية منذ القرن الرابع قبل الميلاد، وعبرت عنه كلمة Kritikos التي تعني إصدار حكم على الفن والأدب. مع العلم أن الإغريق قد اهتموا بالفنون والآداب وأعلوا من شأنها. وفي عصر النهضة استخدمت كلمة النقد الفني في إيطاليا وانتشرت في فرنسا منذ أوائل القرن

السابع، أما في القرن الثامن عشر فاتسع مفهوم النقد ليشمل معنى التعقيب commentaire على أداء شيء ما على نحو جيد أو رديء.

و يعتبر الباحث نصر الدين العياضي أن النقد في المتن المعرفي الغربي هو نوع صحفي على غرار التحقيق أو الريبورتاج الصحافيين، أي يعتبر شكلا من الكتابة التي تمكن الصحيفة من متابعة الإنتاج الثقافي والفني: المسرح، السينما، التلفزيون، الموسيقى والأغنية، الرقص، الفنون التشكيلية، وغيرها. ويستطرد أن ذلك ليس لتلبية هاجس إخباري، بل لتأويل هذا الإنتاج وتقييمه وتقويمه من أجل ترقيته والسمو بالذوق الفني والجمالي، واث ا رء الثقافة النقدية في المجتمع.

وبهذا المعنى فإنه يختلف عن النقد الذي يمارسه الدرس الأكاديمي الذي ازداد عمقا وثراء، فانشغال العلوم الاجتماعية والإنسانية بالتلفزيون في العصر الحالي أخذ منحى نقديا، سواء تعلق الأمر بتاريخ التلفزيون، أو اقتصاديات التلفزيون، أو التحليل السيميائي للخطاب التلفزيوني، أو علم الاجتماع الإعلامي (نظريات التلقي، علم اجتماع الاستخدامات، علم اجتماع مهن التلفزيون) ، فحتى الفلسفة اهتمت بالتلفزيون ، ولا يمكن أن نتصور الاهتمام الفلسفي بالتلفزيون بمنأى عن النقد.

أسس النقد

يؤكد الباحثون في مجال النقد عامة أن النقد فن لا يجيده كثير من الناس، فليس كل من أظهر عيبا أو ميزة أصبح ناقدا وليس كل" كاتب " أو " إعلامي" أو " فنان" هو ناقد، فالنقد يكون مرفوضا عندما يكون متصفا بالصفات التالية:

-إذا تجاوز حدود الأدب واستخدم ألفاظا جارحة مسيئة إلى الشخص وعائلته، لا إلى فكرته أو

مشروعه وعمله.

-إذا طال النقد المقدسات الدينية، كالإساءة إلى الأنبياء والرسل أو القرآن الكريم والسنة النبوية. - إذا انتقص من قيمة الجماعات والشعوب بخلفيات عرقية عنصرية.

وحتى تكون العملية النقدية أكثر قوة ورصانة، يتطلب النقد أسسا وقواعدا تتمثل فيمايلي:

1- الاطلاع: يجب أن يطلع الناقد على البيئة الاجتماعية والثقافية والسياقات التي صدرت فيها

الأعمال أو النصوص محل النقد، ذلك أن تف[1]هم طبيعة الشخص والظروف المحيطة به تجعله وأفعاله أكثر وضوحا للناقد.

2-الموضوعية: يتم النقد على واقع ملموس وحقيقي. حيث لا يمكن بنائه على ضوء تخيلات أو

تحليلات أو استنتاجات مبنية على مجهول. فإن لم يكن الناقد يملك حقائق قاطعة فالأجدر أن يتجنب النقد.

3-التجرد: يحكم الناقد على الأفعال والأقوال، وعليه أن يتجرد من كل ما من شأنه أن يؤثر في

حكمه على الشخص أو العمل محل النقد، كالمواقف الشخصية السابقة وغيرها من المؤثرات التي قد تغير موازين القياس في حكمه.

4-النزاهة: تتحقق هذه القاعدة تلقائيا وبشكل شبه كامل إذا تم تحقيق القواعد الثلاث السابقة،

فلا يمكن أن يت[1]صف الناقد بالنزاهة إذا لم يكون صادقا وموضوعيا ومتجردا من انطباعيته الذاتية ومزاجيته في الحكم على الأشخاص أو الأفكار والأعمال.

أنواع النقد:

1-النقد بواسطة القواعد:

لابد لتقدير العمل الفني من معايير للقيمة حيث لابد أن يكون للناقد معيار يعرف به الجودة الفنية ويقيسها .ويحترم الأنواع والأنماط والفوارق بينهما اي لايحترم التجديد والتجريد ويحافظ على التسلسل الفني للأحداث ويسمى بالنقد الكلاسيكي ويعتمد على الإرث اليوناني القديم.

2-النقد السياقي : يُعرَّف النقد السياقي (بالإنجليزية (Contextual Criticism :بأنَّه تقييم وبحث الناقد للأعمال الفنية مع مراعاة ودراسة العوامل المحيطة بالسياق التاريخي والاجتماعي والنفسي للفن والمؤثرات البيئية والثقافية المحيطة به، إضافةً إلى دراسة الظروف الحياتية للفنان، هذا النقد وجد في القرن التاسع عشر اساساً وهو يدرس العلاقات المتبادلة بين الأعمال الفنية والمجتمع وهو الذي يبحث في السياق التاريخي والاجتماعي والنفسي للفن . أي بمعنى يدرس كل التفاصيل ومفهومه واسع وقابل للتجديد والإبتكار و التوسع.

3-النقد الانطباعي :رفض الوظائف المألوفة للنقد ورفض الموضوعية في النقد وكذلك رفض القواعد النقدية وكما قال (أوسكار وايلد " الفن انفعال ") وكل ما يريده الناقد الانطباعي نوعاً معين من المزاج والقدرة على أن يتأثر بعمق بوجود الموضوعات المادية.

4- النقد القصدي : يهتم بمقصد الفنان من مثل : ما الذي حاول الشاعر أن يفعله وكيف حقق مقصده.

5- النقد الباطن (النقد الجديد): شعاره رؤية الشئ في ذاته كما هو بالفعل حيث يركز على الطبيعة الباطنه للعمل وحدها وتجنب كل ما يقع خارج العمل.

ورغم أنه هناك قواعد ومعايير ومنهج لكل نوع نقدي إلا أنه يصعب بل يستحيل تصنيف النقاد تحت أي نوع بعينه لأن معظم الكتابات النقدية تمزج بين أكثر من نوع من أنواع النقد وأحيانا كلها.

يقول جيروم الناقد الجيد هو الذي يكيف أساليبه ومعايير القيمة لديه تبعاً للعمل الخاص الذي يدرسه ، ومن ثم فإنه يستخدم في الحالات المختلفة أنواعاً مختلفة من النقد ، كما أنه يضع في اعتباره الجمهور الذي يكتب له ، ومستوى ذوقه ، ومدى تعوده على عمل له هذا الأسلوب أو النمط(.

سمات الناقد الإعلامي وأخلاقياته

إن الناقد أو كما يسميه "بيار بورديو) Pierre Bourdieu ("بالمفكر الصحفي، يقع عليه عبء كبير في مراجعة الصورة والكلمة الموجهة إلى الآلاف أو الملايين م البشر، والحاملة خلال ساعات بثها مزيجا هائلا م الجهود والخبرات والثقافات الموجهة للمشاهد، ما يستلزم م الكتابة النقدية أن تكون واعية بخطورة الرسالة الموجهة ومدى عمقها وتأثير مكوناتها على مجتمعات بأسرها.

و هنا تبرز أهمية الناقد الإعلامي متى ما جمع التجربة المهنية والتأطير المعرفي لطرح رؤى نقدية مؤثرة بحكم قربه المهني م المعلومات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وطبيعة عمله في إنتاج المعلومة وتوزيعها، مع ضرورة أن يستند إلى خلفية سياسية واجتماعية وفلسفية وقدرات علمية تمكنه م استخدام مناهج التحليل وقواعد استخدام القياس الإعلامي، ومن الضروري أن يعتمد الناقد الإعلامي على التفكير المبني على التحليل والفرز والاختيار والتمحيص بهدف التمييز بين الأفكار السليمة والأفكار الخاطئة وتقييم المادة محل النقد.

و من السمات و الأخلاقيات التي يجب على الناقد الإعلامي أن يتحلى بها نذكر:

أولا : سمات الناقد

1-التفكير بدقة ووضوح وعمق ومنطق سليم وبإنصاف.

2-تفتح الذهن نحو الأفكار الجديدة والابتعاد عن المجادلة.

3-تجنب الأخطاء الشائعة في تحليله للأمور.

4-الفصل بين التفكير العاطفي والتفكير المنطقي والقدرة على توضيح أفكاره للآخرين.

5-القدرة على تحديد حجم ونوع المعلومات التي يحتاجها.

6-الاعتراف بالاختلاف الذي يتسم به الناس بانطباعاتهم وآرائهم حول فكرة واحدة.

7-تقديم الكثير م الأدلة لدعم آرائه ووجهات نظره.

8-الاعتراف بأخطائه والتراجع عن أفكاره في حال ثبوت خطئها .

ثانيا: **أخلاقيات الناقد**: يجب على الناقد أن يتحلى بمجموعة من المعايير الأخلاقية الواجب التحلي بها عند القيام بعملية النقد نذكر منها:

1-الالتزام بالموضوعية والحياد وعدم إطلاق الأحكام الذاتية.

2-احترام الخصوصية والابتعاد عن القذف والتجريح.

3-تقديم النقد البناء من خلال الاعتماد على الحجج والبراهين.

4-احترام مواثيق وأخلاقيات العمل الإعلامي.

نظريات النقد الإعلامي

ارتبطت هذه النظريات بالفلسفة والأدب والفنون) المسرح، الموسيقى، الرسم(...، ويتم الاستعانة بها في مجال النقد الإعلامي بما أن مخرجات العملية الإعلامية هي عملية إبداعية متكاملة البناء ، ويمكن الإشارة إلى هذه النظريات فيما يلي:

1-نظرية استجابة القارئ:

هي إحدى المدارس الفكرية المتخصصة في النظرية الأدبية التي تركز على القارئ) وفي مجال الإعلام "الجمهور(" وتجربتهم في قراءة عمل أدبي ما، تختلف هذه المدرسة عن المدارس الفكرية والنظريات الأدبية الأخرى التي تركز الاهتمام على المؤلف أو محتوى وشكل العمل في المقام الأول، وأساس هذه النظرية رصد ردود أفعال الجمهور من منطلق فردي وتحليل العمل يقوم مفهومه وتقديمه في إطار ردود فعل الجمهور المتلقي.

2-نظرية المحاكاة:

تعود جذور هذه النظرية إلى كتابات أفلاطون وأرسطو، حيث المحاكاة في الأدب عند أفلاطون على أن ما في الواقع هو تقليد أو محاكاة لما هو موجود في عالم المثُل، فالشاعر يقلد الأشياء الموجودة حوله دون أن يعي طبيعتها، وبذلك يكون شعره هو تقليد التقليد، فهو بعيد عن الحقيقة بدرجتين، والفعل الدرامي -كما أشار أرسطو - هو عبارة عن مماثلة الأفعال الإنسانية، والمماثلة لا تتصف بالتقليد الدقيق للأشخاص أو الأشياء، إنما من أبرز سماتها العمومية والتجريد. وبناء على مفهوم المحاكاة في الأدب عند أرسطو تُرجَع الفنون كافة ومنها الشعر إلى أصل فلسفي واحد هو محاكاة الحياة الطبيعية. وفي النقد الإعلامي تقوم هذه النظرية على الحذو بأحد النقاد الآخرين ممن هم على قدر كبير من الشهرة و حب الجماهير.

الشروط التي يجب أن تتمثل في نظرية المحاكاة يذكر:

-استخدام الأسلوب النقدي وأنماط العرض فيه.

-إضافة الألفاظ والصور الفنية وبراعة التعبير وحداثة المصطلحات المستخدمة في النقد.

-إضافة الألفاظ والصور الفنية. الموضوعية في النقد.

3- النظرية الشكلية:

تعتبر الكلمة الركيزة الأساسية في التحليل والتفسير والنقد، فالكلمة هي الوحدة الرئيسية التي يتألف منها النص ويتوقف عليها سهولة استيعابه أو صعوبته. ومن خلال الكلمة يمكن الارتقاء بالنص إلى قمة درجات التأثير أو التنفير. ويمكن تلخيص هذه النظرية في وجود معاني ودلالات للكلمات، اللغة المستعارة، المعاني المركبة، الصياغة اللغوية، التنظيم والبناء.

4-نظرية النوع الاجتماعي:

ظهر مفهوم النوع الاجتماعي في ثمانينات القرن الماضي في الدراسات الاجتماعية من خلال دراسة الواقع بمختلف مستوياته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتحليل تفاعل العلاقات والأدوار لكل من الرجل والمرأة، فقابل هذا المفهوم مفهوم "الجندر" الذي يرتبط بالصفات البيولوجية المحددة لجنس الإنسان أنثى أو ذكر، والتي لا يمكن أن تتغير وإن تغيرت الثقافات والمكان والزمان. بينما يختلف عنه النوع الاجتماعي لأنه يعنى بالأدوار الاجتماعية وهو قابل للتغير حسب المكان والزمان. وقد فرق علم الاجتماع بين الجنس البيولوجي والنوع (الجندر)، فالجنس يعني الاختلاف البيولوجي، بين الذكر والأنثى، أما الجندر فهو مسألة ثقافية يرجع إلى التصنيف الاجتماعي بين المذكر والمؤنث.

5-النظرية اللغوية:

أساسها أثر اللغة في تقوية أو ضعف المحتوى. ويربط "روندال" النمو النحوي في هذا المحور بالعمق التعبيري. فكلما كان الوعي النحوي والصرفي عميقا، كلما اكتسب المتعلم قوة تعبيرية، تجعله متمكن من المتن اللغوي الذي يشتغل عليه. ويمكن تعريف النظريات اللغوية على أنها القواعد الأساسية التي يضعها علماء اللغة لتقوم اللغة عليها وهي الأعمدة التي ترفع عَمَدَ بناء اللغة الكبير، وتختلف هذه النظريات باختلاف المواضيع التي تتناولها كل نظرية، فهناك نظريات تتناول اللسانيات ونظريات تتناول البلاغة والنحو ونظريات تبحث في مراحل النطق عن الأطفال.

6-نظرية الخيال والصور الذهنية:

أساس هذه النظرية تحليل الصور الذهنية، وما يميز الصورة الذهنية هو صعوبة إنجازها، فهي تحتاج بذل جهود أكبر للإقناع وقدرا أكبر من المعلومات والحقائق. أما الصورة النمطية فقد تعاملت معها الدراسات على أنها صورة سلبية تتشكل من خلال التعميمات وتقوم على مجموعة من السمات التي تثير الخوف والكراهية والاشمئزاز والاحتقار.

وتعرف الصورة الذهنية بكونها: "انطباع صورة الشيء في الذهن"، أو بتعبير أدق: "حضور صورة الشيء في الذهن"، ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة (IMAGE)المتصلة بالفعل" (IMITARI) يحاكي" أو "يماثل." وعلى الرغم من أن المعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل، إلا أن معناها الفيزيائي "الانعكاس"، وهو المعنى الذي أشار إليه معجم "ويبستر" الذي يعرفها بكونها "تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة

معينة نحو شخص أو شيء معين".

ويشير "كينث بولدنج" في تعريفه للصورة الذهنية إلى أنها تتكون من تفاعل الإنسان مع كل من:

-المكان الذي يعيش فيه، وموقعه في العالم الخارجي. - الزمان والمعلومات التاريخية للحضارة الإنسانية.

-العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والأصدقاء.

-الأفعال المرتبطة بالطبيعة والخبرات المكتسبة حيالها. - الأحاسيس والمشاعر والانفعالات.

ويضيف "حسين محمد علي" عناصر أخرى مثل: - احتياجات الجماهير ومطالبهم واهتماماتهم وتطلعاتهم.

- ردود أفعال الجمهور تجاه سلوك المؤسسة وأقوال المسؤولين فيها.

وتأتي مهمة الناقد الإعلامي للكشف عن ذلك و تبيانه بناء على جملة من المهارات يعمل على توظيفها في الحكم على فعالية الرسائل الإعلامية، ويتم ذلك عبر محورين رئيسيين هما:

1-فهم موضوع الرسالة الإعلامية: تتمثل مهارات الناقد في تحديد الفكرة الرئيسية) الفكرة الموضوعية الظاهرة والمصرح بها، الفكرة المركزية الضمنية (، تحديد الأفكار الفرعية، تحديد الحجج والبراهين المستخدمة) المؤيدة والمعارضة (، تحديد وتمييز المعلومات التي تتصل بموضوع الرسالة الإعلامية، تحديد العبارات الغامضة أو غير المفهومة...

2-تحليل الموضوع الإعلامي ونقده: تتمثل مهارات الناقد في تحديد العلاقات الرابطة بين عناصر الموضوع الإعلامي للكشف عن الإسهاب والحشو الذي قد يصبح عائقا دون فهم المتلقي للرسالة الإعلامية بهدف تبسيط الرسالة للمتلقي من جهة؛ ومعرفة من جهة أخرى ما إذا كان الموضوع الإعلامي خاضعا للوحدة بين أجزائه فيكون عملا رفيع المستوى أم أن أمر الوحدة قد كان غائبا أو ضعيفا وهو ما من شأنه أن يقي م للرفع من مستواه لاحقا.

وعلى الناقد أيضا أن يميز العلاقة بين المقدمات والنتائج وإن كان هناك ترابط منطقي بينهما. كما عليه أن يميز بين الحقيقة والرأي، باعتبار أن الحقيقة هي إثبات بالدليل العقلي أو هي مسلمة من المسلمات أما الرأي فهو وجهة نظر تعبر عن مشاعر أو أفكار قد يتم الاتفاق عليها، لذا فإن التمييز بين الحقيقة والرأي يجعل الناقد الإعلامي أكثر موضوعية؛ وعقله أكثر تيقظا فلا يتعامل مع وجهات النظر وكأنها حقائق بل آراء قد تثبت صحتها وقد لا تثبت

بالتركيز على مستويات النقد الاذاعي والتلفزيوني يمكن الوقوف عند العناصر التالية:

1-نقد الشكل: ونقف عند هذا المستوى على:

-نقد الشكل الاعلامي: هل الشكل الاعلامي موافق مع طبيعة المضمون، وهل يتوافق مع السياقات السائدة، هل يستجيب لشروط الخبر ام التقرير أم التغطية ام الروبورتاج ام التحقيق والاستقصاء، أو هل يصلح لأن يكون الامر أفضل مع حوار الشخصية أم مع الطاولة المستديرة أم مع حديث الشخصية أم مع أشكال اخرى أفضل.

-نقد الديكور: (هل هي طبيعية ام اصطناعية) وهل هي عصرية ام تقليدية، وهل تستجيب لمواصفات القيم الجمالية، وهل هي جذابة أم لا، وهل تلقي بالبصر الى الانجذاب الطوعي، وهل هي كبيرة أم صغيرة، هل هي مكلفة أم لا، هل هي متناسبة مع الموضوع أم لا.

-نقد الأزياء هل الازياء مواتية ام لا، هل هي عصرية ام لا، هلى تتوافق والبرنامج ام لا، هل هي مكلفة ام لا.

-نقد الاطار الفيزيقي: من خلال التركيز على الأثاث والخلفيات وكل العناصر التي يحتويها البرنامج، وكذلك كل التقنيات البارزة في الحصة أو الأستوديو مع عدم اغفال التأثيث والجمهور والخلفيات والظل وغيرها.

-نقد الألوان: هل تناسب حال البرنامج ومضمونه وموضوعه ام لا، هلى هي جذابة ام لا، هل هي دافئة ام ساكنة، وعناصر اخرى مثل العمق والبروز والوضوح والتداخل وغيرها.

-نقد اللغـــة: هل اللغة مفهومة ام لا، هل هي واضحة ام لا، هل هذه اللغة يفهمها الجمهور أم هي لغة اجنبية لا تفيد الجمهور في فهم المبنى والمعنى، هلى هي لغة أصلية أم لغة مدبلجة أم لغة مترجمة، ام عبارة عن اشارات ورموز وايقونات وحركات وغيرها.، وكذلك يمكن الوقوف عند أسلوب كتابة هذه اللغة، هل هي لغة بسيطة في الطرح ام لغة مركبة، هل هي لغة اعلامية محضة، ام لغة علمية معقدة، ام لغة أدبية انشائية فيها الإطناب والأدب والاستعارات وغيرها حيث لا تفيد المعنى الاعلامي ولا يفهمها المتلقي.

-نقد الصورة: الصورة كما هو معلوم خطيرة جدا، وهي تغني المتلقي عن كلام كثير، وهي تختزل كل معاني الاشياء والأحداث والموضوعات والوقائع، وللصورة ايديولوجيتها، ولها عرض، ولها تفسيرات وتأويلات كثيرة، وترتبط بالزمان والمكان وبالأشخاص، وبشهود عيان، وبإطار زمني ومكاني وبشري، وهي مزيج بين الحروف والرموز والإشارات والتركيبات والخطوط، ويمكن هنا تحديد ما اذا كانت مناسبة لمعالجة الموضوع ام لا، وهل هي موجهة أم لا، كذلك يمكن نقد طريقة تأطيرها والهوامش التي تحدها، والأشياء التي تنقلها، والتعابير التي تعريها، والألفاظ والألوان البارزة فيها، وشكلها والأفكار الظاهرة والمستترة التي تعبر عنها وتلقي بها في ذهن المتلقي، يمكن الوقوف ايضا عند سلم اللقطات، وحركة التقاطها، وديناميتها وبانوترامیتها أو سكونها، وتواؤمها مع الموضوع والغرض منها وتأثيرها في النهاية.

-نقد الانواع الاعلامية، هل الخبر محرر بطريقة جيدة، وهل يتوفر على تقنيات كتابة

وتحرير الخبر الصحفي، واذا كان تقريرا، فأي الأسئلة يركز عليها، وما هي التفاصيل التي يركز عليها، واذا كان تغطية هل جانب عناصر كانت ستنقص من اهمية التغطية، واذا ما كان روبورتاجا، هل الروبورتاج جمالي، وما درجة الجاذبية فيه، وماهي الاشياء التي تجذب انتباه المتلقي وتجعله ينصت او ينجذب نحوه، وهل الروبورتاج يركز على زاوية واحدة ام على زوايا كثيرة...اما اذا كان تحقيقا واستقصاء، هل الاستقصاء يشبه التحري الأمني ام لا، ما هي الزاوية التي ركز عليها، هل وظف الشواهد والأدلة والحجج والبراهين ام لا.

وظائف النقد الإعلامي:

1-يضع النقد الإعلامي أسس التعامل مع الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور إذ يتيح للمتلقي تقييم المضامين الإعلامية على اختلافها واتساع المجالات التي تغطيها من مواد إعلامية سياسية واقتصادية وثقافية ورياضية وأيضا ترفيهيه.

2- يتجه النقد الإعلامي إلى الحفاظ على الهوية الذاتية والثقافية والخصوصيات الحضارية التي تحظى بها الشعوب وتمييزها عن بعضها البعض، إذ تشهد الساحة الإعلامية تطورا مذهلا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بما يجعل العالم قرية كونية، وبما ساعد على تخطي حواجز الزمان والمكان، وبث ثقافات مختلفة عبر الفضائيات وشبكة الإنترنت، بكل ما تحمله من أفكار وقيم وصور مما جعل الفرد محاصرا بكم هائل من الوسائل الإعلامية التي من شأنها أن تمس منظومة القيم الثقافية والحضارية لدى الملتقي في العالم العربي.

3-يواجه النقد الإعلامي الوعي الزائف الذي تتضمنه الرسائل الإعلامية المتدفقة والتي تقدم في جزء معتبر منها مضامين ومعلومات وصورا مشوهة عن الشعوب الأخرى مما جعل بعض المضامين الإعلامية التي تبثها الفضائيات والصحف والإنترنت وسائل اتصالية تساهم في تزييف الواقع الخاص للشعب من شعوب العالم.

4- يساهم النقد الإعلامي في تطوير مهارات التفكير النقدي لدى المتلقي نحو المضامين الإعلامية بهدف تمكينه من حسن انتقاء ما يتعرض له المتلقي وحسن استخدام وسائل الإعلام.

وقد تعددت تعريفات التفكير الناقد من وجهة نظر الباحثين في علم النفس وخبراء التربية ومن أهمها: " أنه التفكير الذي يعتمد على التحليل والفرز والاختيار والتمحيص لدى الفرد بهدف التمييز بين الأفكار السليمة والأفكار الخطأ " كما عرفه آخرون بأنه "قدرة الفرد على التحقق من ظاهرة ما وتقويمها استنادا إلى أسس محددة كيفية النقد الإذاعي

تتمثل مهمة الناقد الإعلامي في تأمل الأشكال الإذاعية وتفكيك النصوص بهدف إيضاح الجوانب الخفية واختبار ما إذا كان النص الإذاعي قادرا على الوصول إلى ذهن المستمع. إذ أحيانا ما يكون النص الإذاعي محشوا بالمحسنات اللغوية التي من شأنها أن تجعل الأفكار غامضة مما يضيع المعنى على المتلقي. وهنا يحاول الناقد أن يلتقط الفكرة

ويحـدد الهـدف وينتـزع الشـوائب مـن الـنص بهـدف تبسـيطه علـى المتلقـي وإظهار الحشـو اللغـوي والصـور الخياليـة وتقـديم ذلـك كلـه فـي أسـلوب يسـهل فهمـه علـى الجمهور، وينبغـي علـى الناقـد الإعلامـي أن يركـز أثناء نقده للأشكال الإذاعية على جملة من النقاط وهي:

1-الجمهور: يجـدر بالناقـد الإعلامـي أن يكـون عارفـا بـالجمهور الـذي يوجـه لـه البرنـامج والخصـائص المميـزة لـه، فهنـاك فرق بـين الجمهـور العـام والخـاص، ولكل جمهور حاجاته ورغباته ومن هنا تظهر أهمية التنبه للغـة الموجهـة للجمهـور، والمعلومـات المتاحة...

2-اسم البرنامج: إن اختيـار اسـم البرنـامج علـى درجـة كبيـرة مـن الأهميـة بحيـث ينبغـي أن يكـون الاسـم معبـرا عـن موضـوع البرنـامج. ويركز الناقد على مدى تمتع اسم البرنامج بمواصفات الاختصار والملاءمة والتشويق...

3-استهلال البرنامج: يجدر بمعد البرنامج أن يجعل الافتتاحية مؤثرة وملفتة للانتباه، وأن تكـون جديـدة غيـر مكـررة لتحقيق الجاذبية للبرنامج. وهنا يركز الناقد على مدى النجاح في إعداد هذا الاستهلال.

4-موضوع البرنامج: ينبغي أن يكون الموضـوع مشبعا لحاجـة مـن حاجـات الجمهـور، وأن يكـون محـددا ومقسـما إلـى محـاور بحيـث يـتم الانتقـال مـن محـور إلـى آخـر بسلاسـة وتـرابط إضـافة إلـى العرض الجيد للمحاور. ويركز الناقد على مدى تنوع المحاور وملاءمتها للموضوع وجودتها وكفايتها لتناول كل الجوانب...

5-الأفكار الواردة في البرنامج: ينبغـي علـى النـاقد الإعلامي أن يحـدد طبيعـة الأفكـار الواردة في البرنامج، هل هي أفكـار مكررة و مقتبسـة أم جديدة وأصيلة، ضعيفة أم قوية ، معقدة أم بسيطة، ...

6-تقديم البرنامج: مـن المقـاييس الهامـة التـي تـدل علـى نجـاح البرنـامج مـن عدمـه أن يكـون التقـديم على درجة عالية من الإتقان يتجسد مـن خلالـه المضـمون الـذي يعبـر عـن الفكـرة وهـو مـا يسـتدعي مـن مقـدم البرنـامج أن يكـون متقنـا لأصول الإلقـاء وفنونـه وملمـا بقواعـد اللغـة وله

مهارات التقديم الإذاعي مثل جاذبية العرض، والقدرة على الحوار واستخدام الوقفات الطبيعية عند التقديم... وعلى الناقد الإعلامي الوقوف على هذه المهارات وكيفية تجسيدها من طرف المذيع.

7-المؤثرات الصوتية: وهنا يتم التركيز على الأصوات والموسـيقى المصـاحبة لفقرات البرنامج: هل هي جذابـة وملائمـة لطبيعـة الموضوع، وهل تم توظيفها في المكان والزمان المناسبين ...سيما أن الإذاعة تعتمد على الصوت كعنصر أساس.

النقد الإذاعي وتطوره

يشير مفهوم النقد الإذاعي إلى تقييم الرسائل الإعلامية المبثوثة عبر الوسائل الإعلامية السمعية وتحليل خلفية الرسالة وكشف أهدافها للمتلقي ووضع ميزان يتم على أساسه قياس ما إذا حقق القائمون بالاتصال في هذه الوسائل الأهداف المسطرة، بالاعتماد على البعد المنهجي الذي يكون على مستوى البناء العام للعمل الإذاعي من خلال المقاييس الجمالية، الفنية والتقنية المرتبطة به، وكذلك من خلال التأثر بأفق توقعات المتلقي) المستمع.(مع الأخذ بعين الاعتبار خصائص الإذاعة التي تستدعي توظيف الخيال أكثر. وعليه، فإن نقد الإذاعة وبالنظر لتعدد أبعاد ومستويات النقد يأخذ بعين الاعتبار العمل الإذاعي من ناحيتين، ناحية فنية تتعلق بالعمل في حد ذاته، وناحية شعبية تتعلق بشهرة ونجاح العمل لدى الجمهور، دون أن تكون هناك ضرورة لارتباط نجاحه الفني بنجاحه الشعبي، مع إمكانية أن يحقق العمل نجاحا من الناحيتين الفنية والجماهيرية.

ولقد أدى انتشار الإذاعة في عشرينيات القرن الماضي إلى ضرورة الاهتمام بمحتوى ما تبثه عبر الأثير من خلال المتابعة النقدية له على صفحات المجلات والجرائد؛ وقد كانت معظم الصحف مع بداية ظهور الراديو تكتفي بنشر البرامج على صفحاتها وما يوافيها به وكلاء الدعاية عن المشتركين في تلك البرامج، ثم بدأ النقد الصحفي يتطور ببطء ليصل إلى مرحلة الخلق والاقتراحات البناءة التي تساهم في تطوير البرامج الإذاعية.

وتعد الدراما الإذاعية من بين البرامج الأولى التي خضعت لعملية النقد وذلك مع بداية القرن العشرين، حيث كان يتم نقل المسرحية كما هي كنص مسرحي دون تعديل أو تغيير، بينما يقوم المذيع بوصف المناظر والحركة المسرحية، دخول وخروج الممثلين، حركاتهم وتعبيرات وجوههم، والملابس التي يرتدونها بهدف نقل صورة واضحة لما يجري على خشبة المسرح. لكن سرعان ما كونت ملامحها الذاتية التي تنطلق من خصائص هذه الوسيلة في حد ذاتها، حيث ومع التطورات التي كانت تعرفها الإذاعة واتجاهها نحو التخصص، ظهر فن الدراما الإذاعية من خلال أنواع مسرحية إذاعية جديدة ومسلسلات إذاعية تعتمد على العناصر الرئيسية المتمثلة في الكلمة المنطوقة، الموسيقى والمؤثرات الصوتية. ومع تنوع البرامج المبثوثة عبر أثير الإذاعة مثل الأخبار والمنوعات والإعلانات بدأ النقد الإعلامي في مسايرة هذا التطور، فأصبح يتضمن عملية وصف وتحليل وتفسير لمختلف هذه البرامج للحكم على جودتها وقيمتها ومحاولة إعطاء مقترحات للرفع من قيمتها والرقي بها نحو الأفضل، كما أصبح للناقد أن ينقد البرمجة الإذاعية، والنظر في مدى استنادها إلى أسس علمية مبنية على دراسات جمهور المستمعين، لا على التقديرات الذاتية.

ثانيا: متطلبات النقد الإذاعي

يقتضـــي النقد الإذاعي)على غرار النقد العوامل التي يمكن تلخيصها في الآتي:

1-تحصيل تكوين تأهيلي خصوصي لممارسة النقد الإذاعي.

2-توفر مرجعية فكريـة وثقافيـة تمكن الناقـد مـن الاضـطلاع بـدوره وتمكنـه مـن

مقاربــة العمـل الإذاعي بأبعـاده وخلفياتـه ومرتكزاتــه الفكريــة والثقافيــة

والاجتماعية.

3-اعتبـــار هذا النـوع مـــن النشـاط النقدي كنشـــاط متكامل وحيـوي فـــي المجتمـع بالدرجة نفسها التي يتمتع بها أي نشاط إعلامي في المجالات الأخرى.

4- الاعتماد على دراسات الجمهور بشكل علمي ودوري.

5- التحلي بالشروط الموضوعية لاستعمال حق النقد.

وعلى العموم، ولنجاح العملية النقدية لمحتوى الإذاعة يجب على الناقد الإعلامي الأخذ بعين الاعتبار النقاط الآتية:

•الإلمام بموضوع البرنامج الإذاعي وموقعه ضمن الخريطة البرامجية.

•الحرص على تعريف الجمهور بالبرنامج دون أي غموض أو إبهام.

•الإلمام بعناصر العمل الإذاعي ومراحله المختلفة، مثل الإخراج، الصوت، الإعداد والتقديم...

حيث أن النقد يجب أن يتسم بالشمول لكل هذه العناصر، مع أن ذلك لا ينفي إمكانيات التركيز على عناصر معينة تكون أساسا للتقييم.

النقد التلفزيوني

إن النقد التلفزيوني هو وجهة نظر مختصة لخبير يملك الكفاءة المعرفية والفنية اللازمة للحديث عن التلفزيون. فلا يقوم بعمل دعائي لمنتج تلفزيوني أو قناة تلفزيونية، ولا يندد بهما. ولا يعالج مضمون ما قيل في التلفزيون فقط، لأن الحكم على المضمون يندرج في آخر المطاف في خانة الرأي الذي قد يجد من يخالفه، أو ينال من مصداقيته. لذا يمكن القول أن التلفزيوني هو خطاب يتضمن جملة من الملفوظات التي تنتج أحكاما تقديرية للمنتجات التلفزيونية في سياقات بثها وتلقيها. وهنا يجب التأكيد على أن النقد التلفزيوني لا يختصر في نقد المادة التلفزيونية المجردة والمسلوخة عن وسيلة البث، والمفصولة عن موقعها في شبكة البرامج التلفزيونية، ووقت بثها. وذلك لأن هناك فرقاً بين نقد المادة التلفزيونية ونقد التلفزيون؛ فالأول يعني تقديم رأي حول منتج موجه للبث التلفزيوني، بصرف النظر عن طبيعة القناة التي تبثه ومتى؟ ونسق المواد التي تسبقه في البث أو تلحقه. هذا إضافة إلى أن معيارية نقد مادة إخبارية تختلف عن معيارية نقد مادة درامية، بل حتى نقد المواد الدرامية ذاتها يختلف، فنقد فيلم تلفزيوني).

خصائص النقد التلفزيوني

يتسم النقد التلفزيوني بمجموعة من الخصائص، يذكر أهمها فيما يلي:

-يعد نقد التلفزيون تخصصا حديث النشأة مقارنة بأنواع أخرى، كمجال فن الشعر والرواية والمسرح... مما يجعله يفتقد للخبرة في التحكم بآليات النقد.

-تتعدد وتتنوع مجالات نقد التلفزيون بتعدد وتنوع برامجه من أخبار، رياضة، ثقافة،... مما يفرز تخصصات معينة تتوزع على مختلف هذه البرامج، والتي تستطيع أن تصل إلى ما يعرف بتخصص التخصص، بحيث أننا لا نجد مثلا ناقدا تلفزيونيا للبرامج الاجتماعية بل ناقدا للبرامج المتخصصة في الظواهر الاجتماعية وناقدا للبرامج المتخصصة في العلاقات الاجتماعية، وناقدا للبرامج المتخصصة في المشاكل الاجتماعية...

-تعدد مستويات وأبعاد نقد التلفزيون، فمنه البعد المنهجي، الذي قد يكون على مستوى البناء العام للعمل التلفزيوني من خلال المقاييس الجمالية، الفنية والتقنية المرتبطة به، أو على مستوى جمهور المشاهدين من خلال التأثر بأفق توقعات التلقي البصري: الثقافية، الفنية والأخلاقية، للعمل وموضوعه في إطار السياق المنتج فيه.

- يتعذر في مجال نقد التلفزيون أن يحقق الناقد فعل مشاركة الجمهور في مشاهدة العمل، بالإضافة إلى اختلاف الظروف المحيطة بالفعل الاتصالي، فعند مشاهدة البرامج التلفزيونية يمكن متابعتها بشكل فردي، أو أسري، ويتاح فيها للفرد الحرية الكاملة في تغيير البرنامج بتغيير المحطة، إذا لم يلق إعجابه.

-يستدعي النقد التلفزيوني الأدوات المنهجية للفحص والتحليل المعمق، بالاستناد إلى خلفية نظرية تصوغ النتائج المتوصل إليها لأن التلفزيون يعتمد على العديد من الأشكال كالأصوات والصور والألوان... مما يشكل تداخلات في الإنتاج التلفزيوني ومنها تبرز التداخلات في مجال النقد.

النقد الإذاعي والتلفزيوني: هو عبارة عن تقسيم الرسالة الإعلامية المبثوثة عبر الوسائل السمعية والبصرية وتحليل خلفية وكشف أهدافها للمتلقي ووضع ميزان يتم على أساسه قياس ما إذا حقق القائمون على الاتصال في هذه الوسائل أهدافهم المرسومة أم لا.

النقد الإعلامي: دراسة الأعمال الإعلامية بشكلها السياسي والاقتصادي، الاجتماعي والترفيهي، وتقييم الممارسات المهنية وتفسيرها وتحليلها عبر مقاييس إحصائية وكمية.

النقد الدرامي: علم منهجي موضوعي يعتمد في تقاليده ومعاييره على العلوم الحديثة مثل علم النفس، الجمال والمنطق والفلسفة والأخلاق بعيدا عن الحماس أو التعصب أو التحيز.