

مفاهيم النقد الثقافي في نقد الخطاب الإعلامي

مقاربة ثقافية نظرية

Concepts of Cultural Criticism in Criticizing Media Discourse
A Theoretical Cultural Approach¹ (1) الكامل زرفاويالجامعة مرسلتي عبد الله تيبازة - (الجزائر)
kammlzarfaoui@gmail.com

(2) نصيرة علاك

الجامعة مرسلتي عبد الله تيبازة - (الجزائر)
alleklynda2@gmail.com

تاريخ النشر: 2026-06-09

تاريخ القبول: 2025-06-04

تاريخ الإرسال: 2025-04-08

الملخص

يرى النقاد والباحثين في مجال النقد، أن النقد الثقافي لا يستطيع أن يكون بديلا عن النقد الأدبي، على عكس ما ذهب إليه "عبد الله الغدامي"، فهو نظرية تقتصر إلى آليات وأدوات التحليل النقدي، ولا يرتقي إلى مصاف المناهج النقدية التي تمتلك آليات القراءة والتفسير والتأويل بالمفهوم الكلاسيكي للنقد الأدبي، لا سيما في دراسته للخطاب الإعلامي الذي تم تهميشه في المناهج النصية التي أبعده عن دائرة الإبداع الأدبي، إلى أن جاء النقد الثقافي الذي يدرس الخطاب الرفيع والمهمش والهامشي. في هذا البحث نكشف على أهم المفاهيم الثقافية التي يركز عليها النقد الثقافي في مقاربه للخطاب الإعلامي التي تكشف عن جمالياته وسلبياته من خلال الأنساق الثقافية التي يحتويها في أعماق قضاياها.

الكلمات المفتاحية: النقد الثقافي، الخطاب الإعلامي، الهيمنة الثقافية، الاستشراق، سيمياء الإعلام

¹ المؤلف المرسل

الملخص باللغة الأجنبية:

Critics and researchers in the field of criticism believe that cultural criticism cannot be a substitute for literary criticism, contrary to what Abdullah Al-Ghadami has argued. It is a theory that lacks the mechanisms and tools of critical analysis and does not rise to the level of critical approaches that possess the mechanisms of reading, interpretation, and exegesis in the classical concept of literary criticism. This is particularly true in its study of media discourse, which has been marginalized in textual approaches that have excluded it from the realm of literary creativity. This is until the advent of cultural criticism, which studies elevated, marginalized, and marginal discourse.

In this research, we explore the most important cultural concepts upon which cultural criticism relies in its approach to media discourse, revealing its aesthetics and negatives through the cultural patterns it contains at the heart of its issues.

Keywords: Cultural criticism, media discourse, cultural hegemony, Orientalism, media semiotics

مقدمة:

يرى النقاد والباحثين في مجال النقد، أن النقد الثقافي لا يستطيع أن يكون بديلاً عن النقد الأدبي، على عكس ما ذهب إليه "عبدالله الغدامي"، فهو نظرية تفتقر إلى آليات وأدوات التحليل النقدي، ولا يرتقي إلى مصاف المناهج النقدية التي تمتلك آليات القراءة والتفسير والتأويل، أو على الأقل أسس ومعايير قراءاتية بالمفهوم الكلاسيكي للنقد الأدبي، وهو ما جعل "آرثر أيزابغر" يعرفه بأنه نشاط وليس مجالاً معرفياً خاصاً بذاته، والإشكال الحقيقي الذي يطرح على مستوى "النقد الثقافي" هو إشكال الأدوات الإجرائية التي تعتمد عليها المناهج النقدية الأدبية في تحليل الإبداع الأدبي.

لعل هذه هي الإشكالية التي تترك النقاد عند مقاربتهم للنصوص الأدبية بالنقد الثقافي، فما بالك في مقارنة الخطاب الإعلامي الذي لا نكاد نعثر على دراسة نموذجية له في الدراسات النقدية الثقافية، خاصة أن النقاد والباحثين في هذا المجال سواء من الغرب أو العرب يعتبرون النقد الثقافي يحمل مفهوماً واسعاً وغير محدد، واختلافهم في تحديده، حيث انقسموا في ذلك، فمنهم من يعتبره منهجاً نقدياً، وبعضهم يعتبرونه نظرية أدبية، وآخرين يعتبرونه استراتيجية ثقافية، خاصة أنه يشغل في مجال مفتوح على حقول نقدية متنوعة؛ مستعينا بتيارات فكرية مختلفة ومدارس أدبية ونقدية متنوعة، ومذاهب لا حدود لها. كالنظريات الفكرية والفلسفية، والأدبية والاجتماعية والتحليل النفسي.

في هذه الدراسة النقدية نحاول دراسة أهم المفاهيم الثقافية التي ينتهجها النقد الثقافي في مقاربتة للخطاب الإعلامي، ابتداءً من الأنساق الثقافية الظاهرة والمضمرة التي تختبئ في أعماق الخطاب الإعلامي، بالإضافة إلى مفهوم الهيمنة الثقافية وخطاب السلطة، والاستشراق، كما يعتمد النقد الثقافي أيضاً على سيمياء الإعلام والثقافة الشعبية ووسائل الإعلام، والأيدولوجيا واللاوعي الثقافي، كل تلك القضايا سيتم دراستها من خلال هذا البحث في مفاهيمها، وطرح مرتكزاتها الفكرية والفلسفية والنقدية.

2. من نقد الأدب إلى نقد الثقافة:

كان للدراسات الثقافية الأثر الكبير لظهور النقد الثقافي، الذي يعتبر نقد حديث الولادة، أفرزته مرحلة ما بعد الحداثة والتي هيمنت على الحركة النقدية الأدبية لمدة عقود من الزمن، فكان ميلاده مع إرهابات العولمة التي أدت إلى تحولات في الدراسات النقدية، نتيجة لتشبع الفكر النقدي من نقد النصوص والخطابات الأدبية، فكان البحث عن مجال نقدي مختلف يحتوي جميع المناهج والنظريات الأدبية، ويجعلها في بوتقة واحدة، بغض النظر على الأسس الفكرية، والمرتكزات الفلسفية، فكان ميلاد النقد الثقافي من رحم الدراسات الثقافية.

يعرف الناقد الأمريكي آرثر أيزابغر (Arthur Asa Berger) النقد الثقافي بأنه "نشاط وليس مجالاً معرفياً خاصاً بذاته"²، أي أنه فاعلية نقدية لا يملك استقلالية ذاتية، لأنه ينطوي على مفهوم واسع في آليات مقارنته، دون أدوات إجرائية محددة تضبط مقارنته للنصوص، كونه يحتوي جميع المناهج والنظريات النقدية، وشمل ذلك نظريات الأدب والجمال والنقد، والفلسفة، والموروث الحضاري، والثقافات الشعبية، والمؤسسات الثقافية، والخطابات السياسية والثقافية، فالنقد الثقافي يدعو إلى تخلص الأدب من المرجعية الحتمية أحادية الجانب، والمفهوم المؤسساتي له، التي تبحث عن مكنن الإبداع في الخطاب، فهو يساؤل النص دائماً عن الجمال، كما يحاكمه عن كل ما هو مشوه ومبتذل وركيك عبر الحفر في أغوار النص، واستخراج الأنساق الثقافية المتضمنة بداخله وأبعادها ومرجعياتها، أو بالأحرى ما يشوه الأدب ويشين العمل؛ أي هو يستقرئ الجانبين معاً الجميل ونقيضه.

أما عبد الله الغدامي؛ فيعرف النقد الثقافي على أنه "فرع من فروع النقد النصوي العام، ومن ثم فهو أحد علوم اللغة وحقول (الأسنوية)، معني بنقد الأنساق المضمرّة التي ينطوي عليها الخطاب الثقافي بكل تجلياته وأنماطه وصيغته"³

كما يعنى النقد الثقافي "بنقد الأنساق المضمرّة التي ينطوي عليها الخطاب الثقافي بكل تجلياته وأنماطه وصيغته، ما هو غير رسمي وغير مؤسساتي وما هو كذلك سواء من حيث، دور كل منهما في حساب المستهلك الثقافي ولذا فهو معنى يكشف لا الجمالي"⁴. وبصفة عامة تحول النقد من نقد للأدب إلى نقد للثقافة من خلال مقارنة مختلف الخطابات والنصوص الأدبية وغير الأدبية؛ وتحليلها وفق معايير ثقافية بحتة، بهدف إخراج الأدب من الحيز الضيق الذي لا يخرج عن إطار الأدبية، والاتجاه إلى دراسة كل ما هو هامشي ومهمش، مع "رفع الحواجز بين التخصصات والمستويات في الممارسات الإنسانية،

لأنها تنتمي جميعا إلى الثقافة التي هي مجمل صنيع الإنسان، ومن ثم ينكر النقد الثقافي التفرقة التقليدية المألوفة بين البناء التحتي والبناء الفوقي⁵

إن تشبع الخطاب النقدي الأدبي بمقاربات المناهج السياقية والنسقية، ومع تناوب المؤلف والنص والمتلقي على عرش النقد في حقب مختلفة، ومن خلال جميع المناهج النقدية، فتح المجال لتجديد مجال النقد بصفة عامة عبر منهجية مختلفة في الدراسات النقدية تتفاعل فيها البنى والأنساق ومكونات الثقافة الأخرى من مؤسسات ومعتقدات، بعيدا عن الانزواء حول اللغة وآثارها، أو النص المنغلق على نفسه أو المبدع دون المتلقي أو العكس، فكان ميلاد النقد الثقافي المنفذ لكل تلك التراكمات الفكرية التي أوصلت النقد إلى طريق مسدود، حيث أعاد تحديد التفكير النقدي، وأعطى للنقد نفسا جديدا من خلال مقاربة ثقافية للنص والخطاب.

3. مفهوم الخطاب الإعلامي:

ظهرت في مطلع الثمانينيات العديد من مدارس تحليل الخطاب، وأصبحت لها تأثير في الدراسات العربية والغربية على حد سواء، إلا أنها لم تتفق على بلورة مفهوم موحد للخطاب الإعلامي، خاصة أنه دُخِل على دراسات تحليل الخطاب، ويعد الخطاب الإعلامي "من نمط الخطابات التي تأخذ أشكالا ومستويات عدة، أي ليس من أنماط الخطابات التي تأخذ شكلا واحدا أو مستوى واحدا عند إنتاجها"⁶، فهو "الوحدة اللغوية الأساسية التي تحمل مضمونا معينا في شكل جمل متوالية موجهة من متحدث إلى متلقي بقصد الاتصال به وإقناعه بمضمون رسالة أو إبلاغه بشيء ما، وهو تفاعل بين طرفي الاتصال"⁷

كما يعرف بأنه: "منتج لغوي إخباري متنوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية socioculturelle محدّدة وهو شكل من أشكال التّواصل الفعّال في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي بإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها"⁸، من خلال "مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية"⁹

فالخطاب الإعلامي هو نص مكتوب ينشر في الصحف والمجلات، كما يمكن أن يكون نص مسموع فقط يذاع عبر الإذاعات والميكروفونات، أو أن يكون نص سمعي-بصري، يبتث عن طريق وسائل الإعلام السمعية-المرئية مثل التلفزيون ووسائط الأنترنت المختلفة كاللوحات الرقمية والهواتف النقالة، ويختلف عن الخطاب الأدبي في كونه خطاب ثقافي إخباري موجه للعامة، على عكس الخطاب الأدبي الذي هو خطاب إبداعي موجه للنخبة من المجتمع.

4. مفاهيم النقد الثقافي في نقد الخطاب الإعلامي:

1.4 الأنساق الثقافية:

يرى عبد الله الغدامي أن: "النسق المضمّر هو النسق الثقافي، والنسق الثقافي هو تلك العناصر المترابطة والمتفاعلة والمتكاملة والفنون والأخلاق والعادات والعرف، التي يكتسبها الفرد في مجتمع معين"¹⁰

ويعد كليفورد غيرتز (Clifford Geertz) من الباحثين الأوائل الذين استخدموا مصطلح النسق الثقافي في بحثه حول النظر على الأنظمة الاجتماعية الحاكمة بوصفها أنساق ثقافية إذ يعالج "الدين بوصفه نسقا ثقافيا، ويشير غيرتز إلى وظيفة مهمة للنسق الثقافي بوصفه مرشدا للعمل والمسودة للسلوك وهي الوظيفة التحكيمية في سلوك الأفراد؛ حيث يكون الفرد محكوما بالتصرف وفق ما يمليه النسق الثقافي الذي يؤمن به كالدين والعادات الاجتماعية"¹¹

يعرف الناقد عبد الله الغدامي الأنساق الثقافية بقوله: "فالنسق عموما هو انتظام بنيوي يتناغم وينسجم فيما بينه؛ ليولد نسقا أعم وأشمل، وعلى سبيل المثال يوصف المجتمع بأنه نسق اجتماعي عام ينتج عنه مجموعة أنساق فرعية انتظمت معه، وشكلته فتولد عنه نسق سياسي وآخر اقتصادي علمي ثقافي تنسج علاقتهما فيما بينهما في مسافات متفاعلة ومتداخلة"¹²

كما قدم الناقد المغربي عبد الفتاح كيليطو مفهوما شاملا للنسق الثقافي حين عرفه على أنه: "مواضعة (اجتماعية، دينية، أخلاقية استيعابية...) تفرضها، في لحظة معينة من تطورها، الوضعية الاجتماعية، والتي يقبلها ضمينا المؤلف وجمهوره"¹³

حدد تالكوت بارسونز (Talcott Parsons) "ثلاثة أبعاد للنسق الثقافي وتتمثل في أنساق الأفكار والمعتقدات، أنساق الرموز التعبيرية، أنساق التوجيه القومي"¹⁴، ويخضع النسق الثقافي للمنطق الاجتماعي الذي يدخل في إطاره الطقوس والشعائر، وعليه فقد قام على أربعة أسس رئيسية وهي:

1- **التكامل:** كل نسق يجب أن يحافظ على الالتئام والانسجام بين مكوناته.

2- **التكيف:** لابد للنسق من التلاؤم مع بيئته التي يندرج ضمنها

3- **تحقيق الأهداف:** لكل نسق أدوات ومصادره، ويحقق أهدافه.

4- **المحافظة على النمط:** حالة التوازن في النسق أمر ضروري ولا بد من تحقيقها.

يعتبر عبد الله الغدامي الأنساق الثقافية "أنساق تاريخية أزلية ولها الغلبة دائماً وعلامتها اندفاع الجمهور إلى استهلاك المنتج الثقافي المنطوي على هذا النوع من الأنساق، وقد يكون ذلك في الأغاني أو في الأزياء أو الحكايات والأمثال مثلما هو في الأشعار والإشاعات والنكت"¹⁵

أي أنها أنساق من التراث الثقافي الإنساني، والعلامة الخاصة بها مردها إلى توجه الجمهور نحو استهلاك منتج الثقافة من الأغاني الشعبية والأمثلة والألغاز والأحاجي ونحو ذلك.

تنقسم الأنساق الثقافية من ناحية الحضور والغياب إلى نسقين رئيسيين:

1.1.4 النسق الظاهر:

يتجلى النسق الظاهر في الخطاب من خلال الوظيفة الذاتية داخله، يتقادى تضاد الأنساق في البنية اللغوية التي تتحكم فيه، والمعنى في الخطاب لا يتحقق إلا بوجود النسق الظاهر ملازماً للنسق المضمّر، حيث "يتحدد النسق عبر وظيفته وليس عبر وجوده المجرد والوظيفة النسقية لا تحدد إلا في وضع محدد ومقيد، وهذا يكون حينما يتعارض نسقان أو نظامان من أنظمة الخطاب أحدهما ظاهر والآخر مضمّر، ويكون المضمّر ناقضاً وناسخاً للظاهر"¹⁶، وعليه فالنسق الظاهر هو رفيق النسق المضمّر ونقيضه في نفس الوقت، يلزمه ولا يقاربه، يتجلى في سطح النص ويظهر على مستوى البنية، على عكس النسق المضمّر الذي يعمل في الخفاء ولا يظهر على سطح النص ويختبئ في البنية العميقة للنص"¹⁷

2.1.4 النسق المضمّر:

يعتمد النسق المضمّر استراتيجية التخفي، حيث يتموضع في البنى العميقة للخطابات والنصوص، ويتسرب عبر أقنعة كثيرة، فهو "ذو طبيعة سرديّة، يتحرك في حبكة متقنة، ولذا فهو خفي ومضمّر، قادر على الاختفاء دائماً، ويستخدم أقنعة كثيرة أهمها قناع الجمالية اللغوية، وعبر البلاغة وجمالياتها تمر الأنساق آمنة مطمئنة"¹⁸

ويتواجد النسق الثقافي في النصوص الأدبية عبر مظهرين هما: "النسق الظاهر المعلن والنسق المضمّر الخفي، وهما متلازمان بحيث لا ينفك أحدهما يجادل الآخر ويناقضه، إنّ العلاقة بين النسق الظاهر في النص الأدبي عبر ظهوراته اللغوية، والنسق المضمّر في ضوء علائقه بالمرجعيات والشفيرات الثقافية، تبدو علاقة اعتباطية بحيث يولد النسق الجمالي أنساقاً سيميائية ثقافية مفتوحة"¹⁹.

2.4 الثقافة الشعبية ووسائل الإعلام:

من أهم القضايا التي يطرحها النقد الثقافي لنقد الخطاب الإعلامي، الثقافة الشعبية التي تنتشر في وسائل الإعلام المختلفة، وزاد الاهتمام بالثقافة الشعبية في الدراسات الثقافية خاصة أنها تمثل الثقافة الدنيا والتي تم تهميشها من طرف الدراسات النقدية الأدبية، التي ذهبت إلى دراسة الثقافة العليا من الإبداع الأدبي، والذي اعتبرته أدبا رفيعا، يقدم إلى النخبة من المثقفين دون دراسة الثقافة الدنيا أو الأدب الشعبي، إلى أن جاءت الدراسات الثقافية والتي أولت اهتماما بالغا بكل الخطابات والنصوص الرفيعة والمهمشة والهامشية، وبذلك "أصبحت الأبحاث المتعلقة بوسائل الإعلام والثقافة الشعبية من المحاور الرئيسة في النشاط المبكر لمركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة برمنجهام، الذي سرعان ما أدرج علم السيميولوجيا في دراسة وسائل الإعلام والثقافة الشعبية"²⁰

أما مدرسة فرانكفورت فقد أولت الاهتمام في الدراسات الثقافية لوسائل الإعلام، مركزة في دراساتها عن هيمنتها الثقافية، وأيديولوجياتها، ونتائجها المادي، متسائلة "من يربح منها، ومن يسيطر عليها"²¹ بمعنى أن تأسيس وسائل الإعلام، ليس للمتعة فقط، بل أن لها أغراض أخرى مادية وسلطوية، وأنها تعتبر أحد أسلحة السيطرة في التأثير على المتلقي وأدلتجه في أتون السلطة المهيمنة، فوسائل الإعلام في عصر العولمة وتطور التقنيات الحديثة أصبحت سلاحا فتاكا تستخدمه القوى المتحكمة في العالم للهيمنة. وإن كان الخطاب الإعلامي ينتج ثقافة المتلقي، من خلال صناعة الثقافة وتصديرها عبر وسائل الإعلام، فإنه يعد سلاحا فعالا تستخدمه القوى العظمى في الهيمنة الثقافية، من خلال صناعة البرامج الثقافية التي تحمل في أنساقها المضمرة والظاهرة الخطاب الثقافي الذي يخدم السلطة، وتمير الرسائل المشفرة التي تحتوي على ثقافة الأيديولوجيا، ونشرها تحت مسمى التقدم والحضارة، كما يساهم الإعلام الثقافي في التشهير لسياسات الإمبريالية الغربية عن طريق نشر الدعايات الهدامة، ونشر الفلسفة الغربية التي تدعو للعولمة على النموذج الغربي.

كما تدخل دراسة وسائل الإعلام في المقاربة الثقافية، بما يسميه المفكر السياسي الأمريكي "جوزيف ناي" بالحرب الناعمة وهي استخدام كافة الوسائل المتاحة للتأثير على الآخرين بدون الحاجة لاستخدام القوة العسكرية وهو أخطر الاستراتيجيات التي تستخدمها الإمبريالية الغربية للسيطرة على البلدان، دون الحاجة إلى الاستعمار الكلاسيكي، خاصة أنها تستهدف العقول والأفكار والقيم والأخلاق والهويات والأديان بالتحريف والتزييف والتجريف، بدون استعمال أي سلاح مادي، هدفها نشر الفتن والحروب الداخلية، والتمرد على الأنظمة السياسية المعادية، وتفكيك المجتمعات، وتحطيم القيم الأخلاقية والمعتقدات الدينية لدى الأفراد، وإغراق الفكر في بحور الترف والتفاهات والخرافات.

3.4 الهيمنة الثقافية والخطاب السلطوي:

الهيمنة مصطلح مشتق من الكلمة الإغريقية hegemon، التي تعني "القائد" أو "المرشد" أو "الحاكم". وفي الإستعمال العام له، يشير هذا المصطلح إلى السيطرة أو النفوذ الذي يمارسه بلد ما على بلاد أخرى، وفقا لمبدأ تنتظم حوله مجموعة من العناصر²²، أما في الدلالة العامة، التي تشيع اليوم في الخطاب السياسي والثقافي المتداول يشير المصطلح إلى التسلط أو الرقابة الصارمة التي يفرضها فرد أو شعب أو مؤسسة أو غير ذلك على ما عداه لتحقيق مصلحة للتسلط أو الرقيب²³، أي أن الهيمنة في دلالتها العامة تعني السيطرة والتحكم في كل شيء، ابتداء من الفرد إلى المؤسسة المتمثلة في الدولة ومؤسساتها إلى سيطرة الدول على العالم سياسيا واقتصاديا وثقافيا.

وقد قام المفكر الإيطالي أنطونيو غرامشي ببلورة مفهوم الهيمنة ليأخذ أبعادا أدق تحديدا، وأكثر دلالة، لتأخذ الهيمنة من منظوره طابعا رؤيويا للعالم وللطبيعة والعلاقات الإنسانية تمارسها النخب المثقفة أو المؤسسات الثقافية، فمن وجهة نظره يرتبط صعود طبقة اجتماعية معينة وهيمنتها ارتباطا عضويا بهيمنة ثقافية وفكرية تهىء لذلك الصعود²⁴

أما المفكر الماركسي ريموند ويليامز الذي يعد أحد منظري الدراسات الثقافية فقد قدم مفهوما واسعا للهيمنة، حيث يرى أن الهيمنة هي مفهوم يتضمن وأيضا يتجاوز مفهومين غالبيين سابقين: الأول مفهوم عن «الثقافة Culture» من حيث كونها عملية اجتماعية كلية يحدد ويشكل البشر حياتهم الكلية، أما الثاني هو «الأيديولوجيا Ideology» في أي معنى من معانيها الماركسية، وفيها نجد منظومة من المعاني والقيم تعبر وتكشف عن مصالح طبقة بعينها²⁵

وقد أعطى ميشال فوكو في كتاباته مفهوما آخر موازيا للهيمنة، وهو مفهوم السلطة (power) ويعني به "القدرة على تحقيق ما هو مرغوب فيه، سواء وجدت مقاومة أم لم توجد، وتتضح ملامح السلطة في الأدوات والأساليب والإجراءات المؤثرة في أفعال الآخرين"²⁶

من خلال ما سبق من المفاهيم يتبلور مفهوم الهيمنة الثقافية، على أنه فكر إيديولوجي ذو أبعاد متعددة، تمارسه السلطة عبر مؤسساتها، من خلال خطابات محددة عبر الإعلام الثقافي في مختلف وسائل الإعلام الحديثة، كالبرامج الثقافية وصناعة الأفلام والمسرح بواسطة نخبة من المفكرين الموالين لسياسة وأهداف القوى المسيطرة، وتسعى من خلال الهيمنة إلى تهجين الفكر السائد لدى الشعوب ونشر ثقافة المركز ولغاته وعاداته وتقاليده، وفرض الواقع الذي يخدم توجهاتها الإيديولوجية والتوسعية، وتستغل الهيمنة الثقافية كاستراتيجية تتحكم في الأفراد كما تتحكم في دول العالم الثالث من طرف الإمبريالية الغربية.

4.4 سيمياء الإعلام:

يعتمد النقد الثقافي في مقارنته للخطاب الإعلامي على علم العلامات والثقافة، فالدراسات السيميائية تدرس الخطابات الثقافية بكل أنواعها، بما في ذلك الإعلانات والدعاية والموضة، كما أنها تبحث في دلالة الرموز والإشارات والطقوس، وما تحيل إليه النصوص والظواهر الأخرى، فضلا عن كيفية عمل الرموز والعلامات والشفرات، ومسألة التواصل والتزامن والتناص، حيث تقدم السيميولوجيا "اهتماما على كيف يقدم الناس المعاني في استخدامهم للغة وفي سلوكهم (كلغة الجسد والملبس وتعبيرات الوجه وهكذا)"²⁷

قسم ماك لوهان وسائل الإعلام إلى قسمين: وسائل إعلام حارة، ووسائل إعلام باردة، فالحارة هي: "التي تزود الإنسان بعناصر إخبارية كثيرة، وتمده بعناصر من القوانين والشفرات المساعدة في فك الرموز والدلالات وفهم الرسالة بيسر وسهولة"²⁸، أي أن وسائل الإعلام البصرية هي وسائل حارة مثل التلفزيون والإعلانات والسينما، أما وسائل الإعلام الباردة فهي: "تزود المتلقي بعناصر إخبارية قليلة ومحدودة، وبشفرات ترميزية غامضة، مما يضطره إلى المشاركة في عملية إنتاج الدلالة والمعنى، استكمالا لملء الفراغات والفجوات والخطابات الغائبة"²⁹، ويقصد بها الوسائل المسموعة والمكتوبة كالإذاعة والصحف والمجلات، فالوسيط البصري في عصر العولمة مسخر بالأساس للتأثير على ذوق المتلقي وأفكاره بهدف الاستحواذ على توجهاته وآراءه، فيفقد الإنسان هويته وحرية، ويتحول إلى إنسان آلي، مبرمج من طرف وسائل الإعلام، حيث تلعب وسائل الإعلام ووسائلها دورا كبيرا في تشيئ المتلقي عن طريق تقنيات الصورة، وهندسة الصوت والديكور والألوان والأضواء والأزياء، والتركيب والمزج والرمز والجسد، والتركيز على الترفيه والإثارة والتشويق.

مع تطور مجال النقد الثقافي واعتماده السيميولوجيا كأحد المناهج النقدية في مقارباته النقدية للنصوص والخطابات، انبثقت سيمياء الإعلام من سيمياء الثقافة كأحد المفاهيم الرئيسية التي يركز عليها النقد الثقافي في دراسة وتحليل الخطاب الإعلامي، خاصة أن سيمياء الثقافة تنطلق من اعتبار الظواهر الإعلامية علامات ثقافية ورموز تواصلية، وانساقا دلالية، يحملها الخطاب الإعلامي بأنواعه الثلاثة، المكتوب والمسموع والمرئي، وكيفية فهمها وتفسيرها والكشف عن مدلولاتها انطلاقا القاموس اللغوي الإعلامي، الذي يتميز بخصوصية لغوية تختلف عن القاموس اللغوي لبقية الخطابات الأخرى، وهناك العديد من الحقول الإعلامية التي استعملت فيها التقنيات السيميائية في الدراسة والتحليل، المسرح والسينما، والموسيقى والصور الفوتوغرافية، والإشهار وعروض الأزياء، والدعاية والقصة المصورة والفن، والفنون التشكيلية، وبرامج الترفيه والتواصل.

5.4 أيديولوجيا الإعلام:

يرى المفكر لوي ألتوسير (Louis Althusser) أن "الإنسان حيوان أيديولوجي بطبيعته، لأن الفرد غير قادر على التصرف من دون أيديولوجيا، كما لا يمكن وجود أيديولوجيا من دون البشر"³⁰، أي أن الأيديولوجيا فطرية في الإنسان، و"كلما كان هناك اتصال فثمة حتما أيديولوجيا. هذه الأيديولوجيا إذا لم تكن جلية وواضحة فإنها تكون خفية"³¹، والأيديولوجيا في مفهوم ألتوسير هي "مجموعة من الأفكار الشاملة والمنظمة التي ترتبط بالحياة السياسية والاجتماعية وتفسرها. فالأيديولوجيات تفسر للناس لماذا تحدث الأشياء، ولتفعل ذلك تميل لتبرير الفعل القائم"³²

والخطاب الإعلامي الثقافي هو خطاب تواصلية يعتمد اللغة والصورة والصوت على طبيعة الوسيلة الإعلامية الذي تنقله سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية، وهو انعكاس للحياة السياسية والاقتصادية، وللمعتقدات الدينية، ولغة والعادات والتقاليد التي تحكمه.

أما موسوعة لالاند فتعرف الأيديولوجيا بأنها "كلمة ابتكرها دستوت دي تراسي يعني بها علم موضوعه دراسة الأفكار بالمعنى العام لظواهر الوعي، ومزاياها وقوانينها وعلاقاتها مع العلامات التي تمثلها وبالأخص أصلها"³³

يعتمد النقد الثقافي في نقده للخطاب الإعلامي على نقد الأفكار التي تنتج البرامج الثقافية والإعلانات، وبرامج الدعاية الإعلامية، والمسرح والسينما، وما يحمله الإعلام الثقافي من أيديولوجيات مهيمنة، وهو ما يسميه ألتوسير (الاستجواب)، وهو "العملية التي بها توجد التمثيلات في الثقافة (في وسائل الإعلام مثل التلفزيون، والسينما، والمجلات، وفي أشكال الفن مثل الإعلانات والبرامج التجارية)، وهي -إن جاز التعبير- تحمل الأفراد إلى قبول الأيديولوجية المحمولة بواسطة صنع التمثيلات تلك"³⁴ وقد تزايد الاهتمام بالأيديولوجيا في الدراسات الإعلامية الحديثة مع تطور وسائل الإعلام لعدة عوامل، لعل أهمها أن الرسالة الإعلامية باتت متغيرا هاما في صياغة وعي الجمهور ومواقفهم، اتجاه القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام، وثانيا إدراك القائمين على الوسيلة الإعلامية وصانعي رسالتها، لهذا الاعتماد الكبير من الجمهور على الإعلام، وتأثيره في وعيهم ومعارفهم ومواقفهم واتجاهاتهم، وقدرته على صياغة الرأي العام، وما يحمله الخطاب الإعلامي من عقائد وأفكار في صدارة أولويات وسائل الإعلام، وبخاصة في مجالات الفكر والسياسة.

فأيديولوجيا الإعلام تعد مرجعا أساسيا يستخدمه النقد الثقافي في مقارنته الثقافية، وهو نقد للأفكار والمرجعيات الثقافية والحضارية المتجسدة في الخطاب الإعلامي الذي تنشره وسائل الإعلام، وهي مرجعيات ذهنية متكونة من مجموعة أفكار ومفاهيم سياسية ودينية واجتماعية مكتسبة مسبقا.

5. خاتمة:

من خلال هذه الدراسة حول مفاهيم النقد الثقافي في دراسته للخطاب الإعلامي، ووفق المقاربة النظرية المفاهيمية، توصلنا إلى جملة من النتائج، يمكن إجمالها في الآتي:

- إن النقد الثقافي ليس منهجا نقديا ولا هو نظرية، بل هو نشاط أو استراتيجية نقدية ولد من رحم الدراسات الثقافية، كرد فعل على النقد المؤسسي الذي تبحث مناهجه ونظرياته النقدية على مكامن الجمالية في الإبداع الأدبي، من خلال البنى اللغوية، عكس النقد الثقافي الذي يبحث في الأنساق الثقافية التي يولد منها الجمالي والقبحي في جميع أنواع الخطابات والنصوص.

- إن وظيفة النقد الثقافي هي مقارنة النصوص والخطابات مقارنة ثقافية من خلال وضعه في سياقه الثقافي الذي أنتج فيه، ويتعامل معها من خلال الأنساق الثقافية المضمرة التي تحتوي حمولة أيديولوجية وعقائدية وتاريخية، بعيدا عن التصنيفات الشكلية، والبنى اللغوية.

- الخطاب الإعلامي هو خطاب حديث العهد في الدراسات النقدية، والدراسات عليه ضئيلة مقارنة بالخطابات الأدبية، ولهذا فان مفهومه يتباين في الدراسات النقدية، إلا أن النقد الثقافي استطاع أن يحتويه من خلال وضعه ضمن سياقه الثقافي والإحاطة بالوظيفة النسقية التي ينهض بها، ثم مقارنته على جميع مستوياته المكتوبة والمسموعة والمرئية.

- يركز النقد الثقافي في مقارنة الخطاب الإعلامي على مفاهيم استراتيجية حديثة العصر، مرتبطة أساسا بالثقافة الإعلامية السائدة، كالاستشراق وخطاب السلطة والأيدولوجيا والثقافة الشعبية ووسائل الإعلام، مع دراسة الجوانب المسكوت عنها والتي هي في عداد الطابوهات.

- تتقاطع العديد من المناهج النقدية والنظريات الأدبية في مقارنة النقد الثقافي للخطابات والنصوص الأدبية، غير أن النقد الثقافي ينتهج مفاهيم محدودة لمقاربة الخطاب الإعلامي نظرا لخصوصيته الثقافية، وشساعة محتواه، ووسائل نشره، وطرق بثه عليها.

- بالرغم من المفاهيم الثقافية التي ينتهجها النقد الثقافي في مقارنته للخطاب الإعلامي، إلا أنها تبقى معايير محدودة مقارنة بمقارنته للنصوص الأدبية، خاصة مع تطور وسائل الإعلام في عصر العولمة، بالموازاة مع ذلك تطور نوعية الخطاب الإعلامي إلى الخطاب الإعلامي الرقمي الذي ينشر ويبث عبر الوسائط الإعلامية الرقمية.

6. الهوامش والإحالات:

- ² - أرثر أيزابجر، النقد الثقافي، تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، تر، وفاء ابراهيم ورمضان بسطاويسي، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ط1، 2003، ص30.
- ³ - عبد الله الغدامي، النقد الثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ط3، 2005، ص83.
- ⁴ - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.
- ⁵ - صلاح قنصوة، تمارين في النقد الثقافي، دار بيروت، القاهرة، ط1، 2007، ص5.
- ⁶ - مجدي الداغر، الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم، مدخل في تحليل الخطاب الإعلامي العربي، الجزء الثالث، المنصورة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2009، ص31، 32.
- ⁷ - محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط2، 2005، ص40.
- ⁸ - بشير إبرير، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، أريد، 2010، ص49.
- ⁹ - أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، المغرب، 2002، ص110.
- ¹⁰ - عبد الرحمان عبد الدايم، النسق الثقافي في الكتابة، رسالة ماجستير، إشراف، بوجمعة شتوان جامعة مولود معمري، تيزي وز، الجزائر، 2011، ص18.
- ¹¹ - نادر كافي، تمثيلات الآخر، صورة المسرد في المتخيل العربي الوسيط، وزارة الإعلام والثقافة والتراث الوطني البحرين، ط1، 2004، ص94، 95.
- ¹² - محمد مفتاح، التشابه والاختلاف، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط1، 1996، ص156، 157.
- ¹³ - عبد الفتاح كيليطو، المقامات، السرد والأنساق الثقافية، تر، عبد الكبير الشرقاوي، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط2، 2001، ص8.
- ¹⁴ - محمد عبد المعبود مرسى، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز، بين نظريتي العمل والنسق الاجتماعي، كلية القسم، بريدة، 2001، ط1 ص92.
- ¹⁵ - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.
- ¹⁶ - عبد الله الغدامي، النقد الثقافي قراءة في الأنساق الثقافية، مرجع سابق، ص76.
- ¹⁷ - ينظر: نادية أيوب عيسى، الأنساق المضمرة في رسوم كاظم نوير من منظور النقد الثقافي، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مجلد 27، عدد2، 2019، ص280.
- ¹⁸ - عبد الله الغدامي، النقد الثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، مرجع سابق، ص79.
- ¹⁹ - يوسف محمود عليجات، النقد النسقي - تمثيلات النسق في الشعر الجاهلي، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص2.

- 20- كريس ويدن، الدراسات الثقافية بحث في كتاب ك. تلولف، ك. نوريس، ح. أوزبورن، موسوعة كمبريدج في النقد الأدبي القرن العشرون المداخل التاريخية والفلسفية والنفسية، ترجمة، فاتن مرسي، المشروع القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2005، ص 246 247.
- 21- مايك كرانغ، الجغرافيا الثقافية، ترجمة :سعيد منتاق، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005، ص123.
- 22- أندرو إدجار وببتر سيدجويك، موسوعة النظرية الثقافية، المفاهيم والمصطلحات الأساسية، تر، هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط2، 2014، ص707.
- 23- ميجان الرويلي، سعد البازعي، دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط3، 2002، ص346.
- 24- ميجان الرويلي، سعد البازعي، دليل الناقد الأدبي، المرجع نفسه، ص347.
- 25- آرثر أيزابرجر، النقد الثقافي، تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، مرجع سابق، 2003، ص108.
- 26- هندس باري، خطابات السلطة من هوبز إلى فوكو، تر، ميرفت ياقوت، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ط1، 2005، ص126.
- 27- آرثر أيزابرجر، النقد الثقافي، تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، مرجع سابق، ص152.
- 28- الطيب بودربالة، سيميائية وسائل الإعلام، مارشال ماك لوهان نموذجاً، محاضرات الملتقى الثالث، السيميائية والنص الأدبي، 19-20 أبريل 2004، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الأدب العربي، منشورات جامعة محمد خيضر - بسكرة.
- 29- المرجع نفسه.
- 30- مالوري ناي، الدين الأسس، تر، هند عبد الستار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2009، ص109، 110.
- 31- يحيى الجياوي، أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية، دار طيبة، بيروت، ط1، 2004، ص39.
- 32- آرثر أيزابرجر، النقد الثقافي، تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، مرجع سابق، ص102.
- 33- أندريه لالاند، موسوعة لالاند الفلسفية، المجلد الأول، ط02، ترجمه، خليل أحمد خليل، منشورات عويدات، بيروت، ص111.
- 34- آرثر أيزابرجر، النقد الثقافي، تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، مرجع سابق، ص102.

7. قائمة المصادر والمراجع:

- 1- أيزابرجر آرثر، (2003)، النقد الثقافي، تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية، تر، وفاء إبراهيم ورمضان بسطاويسي، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة.
- 2- الغدامي عبد الله، (2005)، النقد الثقافي، قراءة في الأنساق الثقافية العربية، بيروت، المركز الثقافي العربي.

- 3- قنصوة صلاح، (2007)، تمارين في النقد الثقافي، القاهرة، دار بيروت.
- 4- الداغر مجدي، (2009)، الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم، مدخل في تحليل الخطاب الإعلامي العربي، الجزء الثالث، المنصورة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- 5- عكاشة محمود، (2005)، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، القاهرة، دار النشر للجامعات.
- 6- إبرير بشير، (2010)، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، إربد، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.
- 7- العقاد أحمد، (2002)، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، الدار البيضاء دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 8- عبد الدايم عبد الرحمان، (2011)، النسق الثقافي في الكتابة، رسالة ماجستير، تيزي وزو، جامعة مولود معمري.
- 9- كافي نادر، (2004)، تمثيلات الآخر، صورة السود في المتخيل العربي الوسيط، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- 10- مفتاح محمد، (1996)، التشابه والاختلاف، بيروت، المركز الثقافي العربي.
- 11- عبد المعبود مرسى محمد، (2001)، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز، بين نظريتي العمل والنسق الاجتماعي، بريدة، كلية القسم.
- 12- كيليطو عبد الفتاح، (2000)، المقامات، السرد والأنساق الثقافية، تر، عبد الكبير الشرقاوي، الدار البيضاء، دار توبقال للنشر.
- 13- أيوب عيسى نادية، (2015)، الأنساق المضمرة في رسوم كاظم نوير من منظور النقد الثقافي، بابل، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية.
- 14- عليمات يوسف محمود، (2015)، النقد النسقي - تمثيلات النسق في الشعر الجاهلي، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع.
- 15- ويدن كريس، (2005)، الدراسات الثقافية، موسوعة كمبريدج في النقد الأدبي، ترجمة، فانت مرسى، القاهرة، المشروع القومي للترجمة.
- 16- كرانغ مايك، (2005)، الجغرافيا الثقافية، تر، سعيد منتاق، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

- 17- إدجار أندرو، سيدجويك بيتر، (2014)، موسوعة النظرية الثقافية، المفاهيم والمصطلحات الأساسية، تر، هناء الجوهرى، القاهرة، المركز القومي للترجمة.
- 18- الرويلي ميجان، البازعي سعد، (2002)، دليل الناقد الأدبي، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي.
- 19- باري هندس، (2005)، خطابات السلطة من هوبز إلى فوكو، تر، ميرفت ياقوت، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة.
- 20- بودريال الطيب، (2004)، سيميائية وسائل الإعلام، مارشال ماك لوهان نموذجاً، بسكرة، منشورات جامعة محمد خيضر.
- 21- ناي مالوري، (2009)، الدين الأسس، تر، هند عبد الستار، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- 22- اليحياوي يحيى، (2004)، أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية، بيروت، دار طبية.
- 23- لالاند أندريه، (2012)، موسوعة لالاند الفلسفية، المجلد الأول، تر، خليل أحمد خليل، بيروت، منشورات عويدات.