

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

النقد الإذاعي والتلفزيوني - السنة الثانية ماستر سمعي بصري - الأستاذ يوسف عبد العالي

المحاضرة رقم 07 : مناهج النقد الإعلامي

تمهيد:

تكتسي الطريقة التي ينتهجها الباحث في معالجة المواد والأعمال الاعلامية ونقدها أهمية كبرى لا تقل مكانة عن الجهد الذي يبذله في قراءة الأعمال وتفسيرها واستنباط النتائج على افتراض أن سلامة الطريق توصل الى نتائج سليمة وتختزل الوقت والجهد ويعد المنهج السيميائي ومنهج تحليل المحتوى والمنهج النفسي من المناهج الحديثة المستخدمة بشكل كبير في عملية النقد.

المنهج السيميائي :

تعريف المنهج السيميائي:

تعددت التعريفات لمصطلح المنهج بناء على تعدد الاهتمامات والمداخل النظرية في تحليل الظواهر وكلمة منهج أي methodus وهي مأخوذة بدورها عن اليونانية وهي تعني عند أفلاطون البحث والنظر والمعرفة واستخدمها أرسطو بمعنى بحث وفي العصر الحديث عرفت كلمة منهج ابتداء من القرن 17م على يد فرنسيس بيكون وجون ستيوارت مل وديكارت وكلود بيرنارد وغيرهم من المعاصرين.

يعرف الباحثون المنهج بأنه مجموعة الخطوات العملية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في معالجة ومناقشة ظاهرة إعلامية أو سياسية أو اجتماعية أما المنهج السيميولوجي فهو منهج

تأسس بداية القرن 20 وازدهر سنوات السبعينات وينسب الى العالم السويسري فرديناند دوسوسير وتعني السيميولوجيا بحسب هذا الأخير العلم الذي يدرس حياة الدلائل .

البعد الوظيفي للمنهج السيميائي:

تدرج السيميائية ضمن الدراسات الوصفية في بحوث الاعلام والاتصال وهي تركز على المعاني الكامنة ولا تهتم كثيرا بالمعنى الظاهر للرسالة حيث يهتم هذا المنهج باستخدام المعاني الضمنية لمختلف الرسائل الاعلامية .

تسمح السيميائية بإعطاء صورة دقيقة عن الخصائص غير البارزة للرسالة وخير مثال عن دور السيميولوجية في تحليل الرسالة الاعلامية وفك رموزها الرسالة الصورية الإشهارية التي نتخذها كنموذج عن الرسالة الاعلامية حيث توفر القراءة السيميائية لها قراءة ضمنية واضحة لمحتوياتها.

تتمثل الغاية الصريحة من الإشهار في إثارة ودفع المتلقين الى القيام بشراء السلعة المعلن عنها وهو لا يعمل بطريقة مباشرة بل أن الإشهار يعني بيع صورة بكل أنواع الوسائل اللطيفة والتي تحمل أبعاد جمالية ولذلك فإن الإشهار يقدم بعض خصائص المنتج مضيفين إليه سلسلة من القيم والأفكار وهكذا يبيع المنتج السلعة وهي محشوة بما تتضمنه من معان.

المنهج السيميائي وعملية النقد الإعلامي:

بناء على ماسبق فإن المنهج السيميائي يمثل منهجا مهما في تحليل المعاني غير الظاهرة للرسائل الاعلامية وتحمل القراءة السيميولوجية للنص الإعلامي أسراراً تستفز القارئ لفك رموزه انطلاقاً من فهم العلاقة الكامنة بين الدال والمدلول وبين الحاضر والغائب فتبدأ عملية البحث عن المعنى الغائب انطلاقاً من دراسة الرموز التي تحول اللغة الإصطلاحية إلى لغة ضمنية وهي العملية التي تخول للناقد الإعلامي تقييم الرسالة الاعلامية انطلاقاً من تحليلها سيميولوجيا.

مثال توضيحي :

بالنتائج التي توصلت إليها الباحثة حورية حراث من التحليل السيميائي لفيلم معركة الجزائر والمنشور بكتابها الموسوم بـ " الإيديولوجيا في الفيلم التاريخي الجزائري دراسة سيميولوجية لفيلم معركة الجزائر".

التحليل السيميولوجي

بحث في الرموز اللغة الديكور الموسيقى الأصوات

دلالات ضمنية الدلالات يربطها مع واقع

الظاهرة شخصية المخرج الجمهور

النتيجة نتائج التحليل تنتج لنا النقد

تحليل المحتوى :

تعريف: إن تحليل المحتوى هو أخذ الأدوات المستخدمة على نطاق واسع في تحليل الوثائق ومضمون الكتب الدراسية والمذكرات السياسية والصحف والرسائل الاعلامية لمعرفة الأفكار والاعتقادات الإيديولوجية وهناك عدة تعاريف لمفهوم تحليل المحتوى نأخذ منها تعريفا لأحد الباحثين العرب وتعريف آخر لبرلسون وهو الذي يوصف بأكثر التعاريف مصداقية.

يعرفه محمد عبد الحميد بأنه : مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى الى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الإرتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي والموضوعي والمنظم للسّمات الظاهرة في هذا المحتوى ويعرف برلسون تحليل المحتوى بأنه تقنية بحث تستهدف الوصف الموضوعي المنهجي والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال.

ومما سبق نستنتج أن تحليل المحتوى طريقة لقراءة الأفكار والرموز والخصائص الواردة في المحتوى الإعلامي والرسائل النصية والأشرطة الصوتية والأفلام المصورة وكذا الخصائص النفسية والسمات القيادية في خطابات قادة الرأي ورجال السياسة والفكر وهي وسيلة بحثية غير مباشرة ذات استخدام واسع من طرف الباحثين في العلوم التي تدرس الإنسان وحركة المجتمع منها علوم الاعلام والاتصال التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالوسائل الإعلامية والإتصالية وما تنتجه من مضامين متنوعة.

المراحل المنهجية لتحليل المحتوى:

يرى شارون (1989) أن القيام بتحليل المحتوى يتطلب إتباع إجراء منهجي من خمسة مراحل أساسية، وتتمثل هذه المراحل في:

1- اختيار الوثائق.

2- صياغة الفرضيات.

3- تجزئة النص أجزاء قابلة للعد والقياس وكذا تحديد المواضيع ووصف النتائج.

تحتل عملية اختيار الوثائق أهمية أساسية مع العلم أنه يمكن أن تكون الوثيقة حصة متلفة أو مقالا صحفيا أو فيلما سينمائيا، ولابد من اختيار الوثائق التي تكون ممثلة لما يريد الباحث دراسته وبعد اختيار نوع الوثيقة لابد من تكوين عينة ممثلة للوثائق خاصة إذا كانت هذه الأخيرة كبيرة الحجم أو كثيرة العدد وشرط العينة أن تكون ممثلة للوثائق الأصلية بأن تمتلك نفس خصائصه.

بعد هذه المرحلة تأتي صياغة الفرضيات وذلك سواء على شكل تخمين أو افتراض أو تأكيد مؤقت وتتأسس الفرضية على الإطار النظري وعلى قراءة أولية للعينة.

تتمثل المرحلة الثالثة في تقسيم النص إلى فئات التحليل إذ لا يستطيع الناقد تحليل النص أو الحصة التلفزية دفعة واحدة بل لابد من تفكيكها الى عناصر وفق ما يسمى بفئات ماذا قيل؟ وكيف قيل؟

يمثل اختيار الفئات خطوة هامة لتحليل المضمون فالفئات هي التي تسمح بوصف الدراسة وهي التي توصل الباحث الى النتائج وعليه فلا بد أن تكون الفئات شاملة ومستقلة بحيث لا يمكن أن نصنف المحتوى محل الدراسة ضمن أكثر من فئة في وقت واحد.

عند تحليل المضمون في مجال السمعي البصري فإنه يجدر بصاحب البحث أن يأخذ بعين الاعتبار الأماكن والشخصيات المتفاعلة واللباس والبعد الزمني وعليه فمن الأفضل قبل الشروع في التحليل القيان بالتجريب الأولي والذي يعني انتقاء مجموعة صغيرة من العينة وتحليلها لكي نحدد صعوبات التصنيف الموقعة وهو ما يجدر القيام به كذلك عند تحليل محتوى مكتوب.

تتمحور عملية تحديد المواضيع حول الزمان والمكان المشغول بالمواضيع المختلفة ومنها أننا نقيس الوقت المخصص للأخبار العالمية مثلا في التلفزة أو المساحة المخصصة للمواضيع الثقافية في جريدة مكتوبة، وهي القياسات الهامة لوصف مدى توازن محتويات الرسالة الاعلامية وبعدها يقدم الدارس نسبا مئوية مع مراعاة التدقيق ثم يقوم بفحص صحة الفرضيات ويقدم وصفا للنقاط الغامضة التي لم تظهرها المعطيات الرقمية.