



4. قراءة نقدية للرسائل الإعلامية: الجائحة

4-1- المنظور/وجهة النظر/التمهيد

كل شريط أخبار هو سرد، وهذا يعني، قصة. وهو افتراض لنظرية سردية أن كل قصة يسردها شخص ما، وأن كل قصة لها زاوية معينة منها يتم سردها أو تُروى منها. وتسمى هذه الزاوية الخاصة بالمنظور أو وجهة النظر.

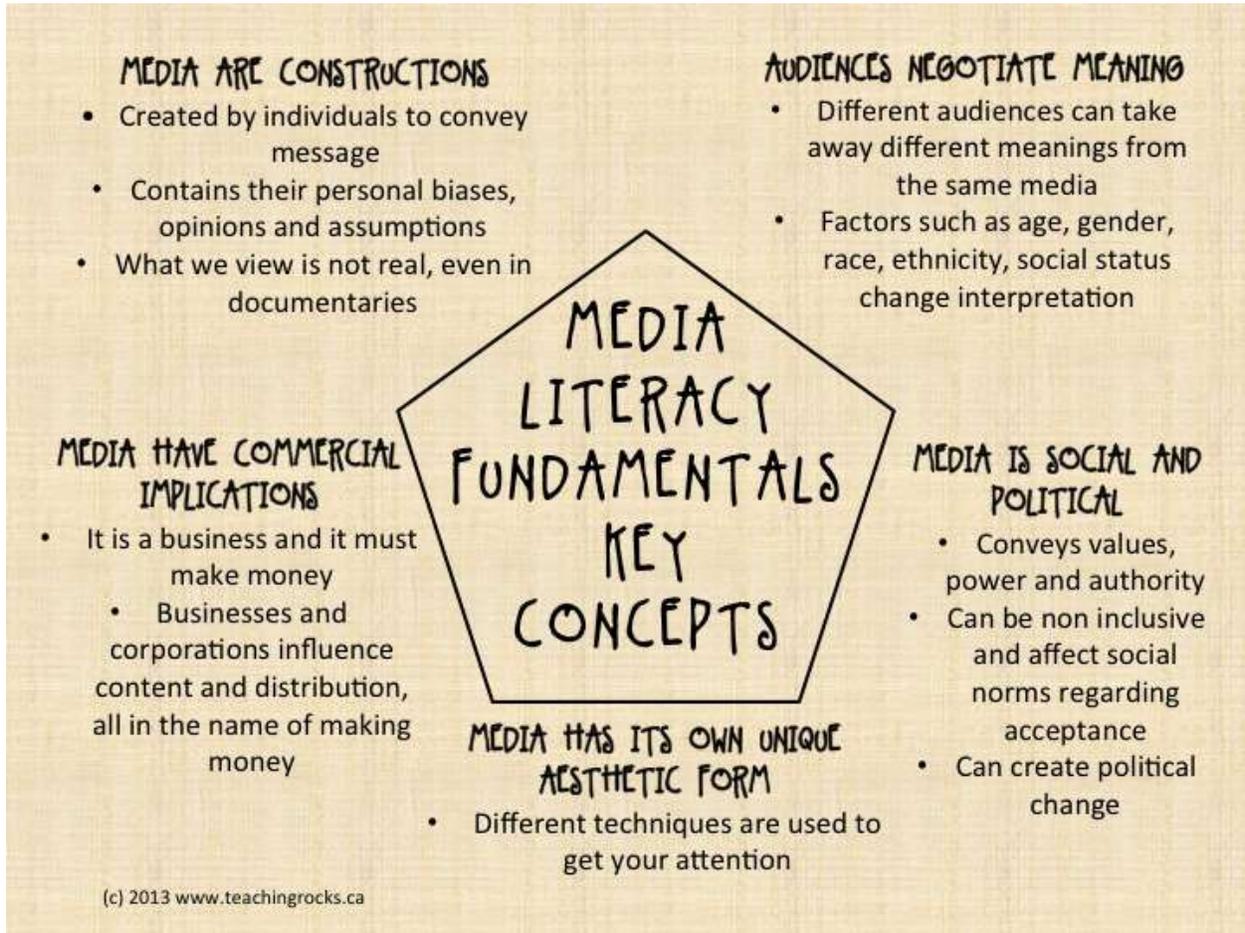
تعني القراءة النقدية للرسائل الإعلامية أن تكون مدرگا، و واعيا، وتفكر بشكل نقدي، بشأن هذه الزاوية التي تُروى بها القصة.

الأحيان، تتضمن اللقطات كلاً من رواية قارئ الأخبار، وبيانات من مختلف المسؤولين، والأشخاص الموجودين على الأرض، والشهود، والضحايا وما إلى ذلك. يُعتقد عادة أنه إذا كانت القصة تحتوي على العديد من العوامل أو الأصوات، فإنها تكون أكثر موضوعية. ومع ذلك، يجدر بنا أن نذكر أنفسنا بأنه لا يوجد في النظرية السردية ما يسمى بالموضوعية المطلقة - فكل كلمة تتطوي على وضع خاص وذاتي لشخص ما، وكل سرد يتم من وجهة نظر معينة، سواء تم التعبير عن هذا الرأي علناً أو إخفائه

على سبيل المثال، يمكن للراوي أن يروي اللقطات الإعلامية، أي، على سبيل المثال صوت لسرد القصة أو سرد الأخبار. هذا، على الأرجح، مراسل يكتب الأخبار. يمكن أيضاً أن يرويها شاهد أو شخص يخبر القصة بصوته الخاص. في أغلب الأحيان، تتضمن اللقطات كلاً من رواية قارئ الأخبار، وبيانات من مختلف المسؤولين، والأشخاص على الأرض، والشهود، والضحايا وما إلى ذلك. يُعتقد عادةً أنه إذا تضمنت القصة عدة عملاء أو أصوات، فإنها تكون أكثر موضوعية. ومع ذلك، يجدر تذكير أنفسنا بأنه في نظرية السرد لا يوجد شيء اسمه الموضوعية المطلقة - فكل كلام يتضمن موقفاً شخصياً خاصاً بشخص ما، وكل رواية مصنوعة من وجهة نظر معينة، سواء تم التعبير عن وجهة النظر هذه علانية أو إخفاءها بطريقة ما. لذا، قبل حتى أن نسأل أنفسنا أي قصة أكثر صدقا من الأخرى، يجب أن نكون واعين لهذه الاستراتيجيات المختلفة التي تستخدمها وسائل الإعلام من أجل أن تكون أكثر إقناعاً.

4-2 خمسة أفكار/مفاهيم رئيسية

قبل أن نحاول فحص بعض محتوى وسائل الإعلام بشكل نقدي - في هذه الحالة بالذات، بعض مقاطع الفيديو حول فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، دعونا نضع في اعتبارنا بعض الافتراضات والأفكار الرئيسية حول وسائل الإعلام. من الناحية النظرية، تحتوي جميع رسائل الإعلام على ما يلي:



1. يتم إنشاء كافة الرسائل بطريقة معينة -تم إنشاؤها.
2. تستخدم الرسائل الإعلامية من خلال إستخدام لغة إبداعية بطريقة محددة وفريدة من نوعها.
3. يختلف الناس في فهم الرسائل الإعلامية.
- 4 - تتضمن وسائط الإعلام في حد ذاتها قيم العالم وآراءه.
5. تم إنشاء معظم الرسائل الإعلامية من أجل القوة و /أو الربح.

4.3 المهمة - أجب على هذه الأسئلة الخمسة

عندما تفهم المفاهيم الأساسية الخمسة المذكورة أعلاه ، يمكنك تطبيقها عن طريق طرح 5 أسئلة رئيسية على نفسك حول أي رسالة إعلامية ومحاولة الرد عليها:

- 1 - من هو مؤلف هذه الرسالة؟
2. كيف يجذب انتباهي؟
3. كيف يمكن لأناس مختلفين فهمها بشكل مختلف؟
4. ما هي القيم والمواقف ووجهات النظر التي تحتوي عليها ، وأي منها تستبعد؟
5. لماذا تم إرسال / إنشاء هذه الرسالة؟

دعونا نوضح الحديث السابق الأكثر نظرية الآن من خلال مشاهدة وتحليل بعض المقاطع حول كوفيد-19/فيروس كورونا. كان هناك جدل كبير حول أصل الفيروس ، سواء تم نقله عن طريق الخطأ من الحيوانات (الخفافيش على الأرجح) إلى البشر ، أو تم صنعه من قبل البشر وتم تسريبه عن طريق الخطأ أو عن عمد من المختبر ، سواء كان صينيًا أو أمريكيًا أو بعض المافيا الفارماكو ، إلخ، مسؤولين عنه. تم جمع المقاطع التالية من مختلف المحطات التلفزيونية في جميع أنحاء العالم ، وتمكننا من رؤية كيف تقوم وسائل الإعلام المختلفة في هذه الأزمة بالإبلاغ ونقل الرسائل بما يتماشى مع أجندتها العامة ، وآرائها السياسية / الأيديولوجية المحددة مسبقًا.

مثال 1: [الصين في السياسة الأمريكية والإعلام](#)



المصدر: تصاعد لعبة إلقاء اللوم بين الولايات المتحدة والصين على المعلومات المضللة عن فيروس كورونا، سي إن إن بوليتيكس، 4.1.2020.

من هم "الأشرار"؟

من بين المسؤولين الذين تم ضمهم، أي من قُدمت أقوالهم؟

كيف يبدو المقطع من الصين؟

ما رأيك في الموقف العام لمؤلف المقطع؟

ماذا يخبرنا هذا عن الموقف العام لهذه الشبكة التلفزيونية؟

المثال 2: [روسيا في السياسة الغربية والإعلام](#)



المصدر: يورونيوز 4.1.2020.

كيف يتم تصوير روسيا في هذا المقطع؟

من هو المراسل من روسيا؟ مسؤول حكومي ، شخص في مرتبة عالية داخل النظام ، أو شخص بدون منصب رسمي؟

كيف يتم تقديم الروس؟

ما هي الاستراتيجيات السردية والبصرية لتقويض / التشكيك في الشخصيات والتصريحات الروسية الرسمية؟

في الختام ، بمجرد أن نحاول التفكير بشكل أكثر نقدًا وشمولية في هذه المقاطع ، يمكن أن يخبرنا الكثير عن محطة أو شبكة تلفزيونية معينة ، وعن علاقتها بالسياسة السائدة لبلدهم ، وتحيزاتهم الخفية وأجندتهم، ولكنها تقدم بالضرورة موضوعية أو وجهة نظر وقيم معينة تنتقل عن طريق الرسائل الإعلامية، في هذه الحالة خاصة فيما يتعلق بالوسائل المرئية والتحرير والمونتاج المستخدم لإنشاء محتوى فيديو قوي.