

2 النظريات النقدية ونقد محتوى وسائل الإعلام:

وتشمل النظريات النقدية اتجاهين تقريبا هما اتجاه مدرسة فرانكفورت والنظرية الثقافية النقدية وأيضا اتجاه نظرية الاقتصاد السياسي، مع العلم أن الحيط المنظم لهذين الاتجاهين، ينهل من المنطلقات الاجتماعية والفلسفة نفسها ويستند إلى المسوغات الأساسية للنظريات النقدية.

من جهة أخرى لعله من المهم التذكير باهتمام مفكري النظريات النقدية بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ناهيك عن الصلة القوية التي ربما تربط بين ما يسميه روبرت ميرتون الوظائف الخفية والمعجم الأساسي للنظريات النقدية وخصوصا مفاهيم الثقافة الجماهيرية وتسليع الثقافة وخداع الجماهير وغير ذلك مع المفاهيم والمقولات الأساسية في الخطاب الفكري العام لمؤلفات ودراسات أصحاب الاتجاهات المنضوية تحت مشروع النظريات النقدية. وهي صلات وروابط سمحت لنا بافتراض تبني مدرسة فرانكفورت لموقف نقدي إزاء وسائل الإعلام الجماهيرية باعتبار الوظائف التي تؤديها في المجتمع الحديث الجامع بين التصنيع والاستهلاك، دون أن يفوتنا في هذا السياق تلك التقاطعات الموقفية بين هذا الموقف النقدي وما تستبطنه بعض نقاط النظريات الاتصالية والإعلامية المتعلقة بدور حارس البوابة أو القائم بالاتصال.

وفي الحقيقة، يبدو لنا أن فهم الإطار الباراديغمي للنظريات النقدية يتحقق بتحديد أهم المفاهيم ذات المركزية الفكرية في مشروعها الحامل للصفة «النقدية» ذلك أن منطلقات النظريات النقدية، تُيسر للباحث التأصيل الفكري الاجتماعي والفلسفي لمواقف أصحاب مدرسة فرانكفورت من الثقافة السائدة عموما ومن وسائل الإعلام محتوى وتأثيرات.

1-2- ضد الوضعية والإنسان ذي البعد الواحد:

يمثل نقد الفكر الوضعي والتحريبي مرتكزا أساسيا من مرتكزات النظريات النقدية التي ترفض تأليه الواقع وحتمية «الكليات» وطمسها للفرد ولما هو فردي. وهي النقطة الأولى المؤسسة لتعارضها مع أهم مسلمات الاتجاه الوضعي الذي يشكل بدوره أحد الروافد الرئيسية للمنظور الوظيفي لوسائل الإعلام. ولكن كيف تفهم «النظريات النقدية» النقد وماهي المبادئ المؤطرة لمواقفها والمعجم الشري بالمفاهيم والمقولات النقدية؟

ففي ظل فهم مستندات الموقف الناقد للوضعية والمرتكزات الفكرية لفكرة النقد، نفهم الأسس الأخرى

للنظريات النقدية والمتمثلة في إحياء دور التأمل وأهميته وذلك بوصفه عنصرا حيويا من عناصر العقل إضافة إلى مبدأ جدلية العقل والواقع وكلها تفرعات لفكرة أساسية تتمثل في مركزية مفهوم العقل ومحاولات مدرسة فرانكفورت توسيعه وربطه بمفهوم الحرية، حيث تؤمن النظريات النقدية بقدرة العقل الإنساني ودوره في التحقيق الذاتي من خلال « الوعي الحر للذات بذاتها: وحدّه الإنسان يتمتع بالقدرة على الفهم ... إن وجود الإنسان في حد ذاته يشكل سيرورة من التحقق الذاتي ومن نحت حياته وتصورها بناء على أفكار العقل»

وبالنظر في هذه المرتكزات الفكرية للنظريات النقدية، يبدو واضحا دفاعها عن الفرد وعقله ووعيه الحر وحقه في التحقق الذاتي وهو ما نستنتج منه النقد الصريح للفكر الوضعي الذي حسب أعلام المدرسة النقدية ينتج أفرادا من بعد واحد، مع ما يعنيه ذلك من تعطيل للعقل وسلب للحرية حيث حتمية «الكلي» وضغط المؤسسات، وهو ما يفرز بدوره ظواهر عبر عنها مفكرو مدرسة فرانكفورت بـ«العقل الأداة» و«التشبيؤ» و«البعد الأحادي» وغيرها من الأفكار والأوصاف الحاملة لمضمون نقدي يدافع بالخصوص عن المنظومة القيمية للعقلانية وللحدثة كما بشر بها فلاسفة التنوير.

2-2- نقد الثقافة الجماهيرية وتسليع الثقافة والهيمنة:

إن نقد النظرية النقدية للمجتمع الصناعي الحديث الاستهلاكي، حتم آليا نقد وسائل الاتصال باعتبارها نظم اجتماعية تساند وظيفيا أهداف ومصالح النظم الماسكة بالسلطة والثروة. ومن ثمة، فهي وسائل في خدمة الأطراف المهيمنة على مجالي السياسة والاقتصاد وناقلة لرموز ومعاني القوى المهيمنة مما يدعم انتساب النظريات النقدية في جزء من أطروحاتها إلى المقاربة الماركسية وجدلية السيطرة على الثروة والسيطرة على المعنى أي جدلية البنى الفوقية والتحتية.

ومن الظواهر التي نقدتها اتجاهات النظريات النقدية، ما يتوافق إلى حد كبير مع مجال وسائل الاتصال وتحديدًا وسائل الإعلام الجماهيرية ونعني بذلك مسائل الثقافة الجماهيرية المعبر عنها أيضا بالصناعة الثقافية وأيضا ظاهرة الهيمنة وما ينتج عنها من تأثيرات سلبية تساهم في تشيؤ الجمهور وجعله متلقيا سلبيًا يفتقد إلى التفاعل النقدي.

في حين أن أعلام النظريات النقدية يرون أن قدرة العقل هي الأصل في الأشياء وعكس ذلك ينضوي ضمن ثقافة الهيمنة وتأثيراتها السلبية. وفي هذه النقطة تكشف مدرسة فرانكفورت عن جزئية مهمة في مقارنة مفهوم صناعة الثقافة وهي أن هذه الثقافة « تقوم على إيديولوجيا أكثر من الثقافات السابقة»

إن تطبيق أبعاد مفهوم صناعة الثقافة على المحتوى التي تقدمه وسائل الإعلام الجماهيرية، يجد صدى لا بأس به حيث من الصعب التقليل من ظاهرة حمى التسابق بين القنوات والإذاعات على تقديم برامج التسلية والترفيه وإقحام آلية الجوائز لاستقطاب أكثر ما يكمن من الجماهير وهي برامج وإن من المنظور الوظيفي تخفف من رتابة الحياة اليومية، فإن التركيز المفرط عليها وجعلها في صدارة محتوى الفضائيات والإذاعات قد كرس قيم الربح السريع وثقافة الاعتماد على الحظ إضافة إلى هيمنة المادة الإعلانية وتأثيرها بسبب تكرار بثها وتلاعبها بالعقول حسب تعبير بيار بورديو (Pierre Bourdieu) على توجيه السلوك الاقتصادي للأفراد ففي هذا المعنى يتنزل مفهوم تسليع الثقافة لتيودور أدورنو الذي يرى أنه مع ظهور الرأسمالية أصبحت منتجات الصناعة الثقافية «كلها سلعة والربح هو كل شيء»، وهكذا نفهم الترابط بين الثقافة الجماهيرية وصناعة الثقافة وما يعبران عنه من فرض لمفهوم التشيؤ الذي صاغه جورج لوكاش (G. Lukash) مع ما يفيد من ضرب لقيمة العقل التي يقوم عليها نقد النظريات النقدية.

ذلك أنه وفق هذه المنطلقات، تتمظهر صناعة الثقافة في إنعاش وسائل الإعلام الجماهيرية للجوانب الغرائزية في الإنسان أكثر من الجانب العقلي والعقلاني والنقدي فيه. ومن اليسير ملاحظة انحياز وسائل الإعلام الجماهيرية إلى مفهوم الثقافة الجماهيرية وانخراطها في أكذوبة «الجمهور يريد ذلك» التي هي في الأصل انعكاس لثقافة نمط الصناعة السائد والمهيمن في المجتمعات الصناعية الاستهلاكية ونسبت خطأ للجماهير. من اليسر ملاحظة الانحياز والانخراط، عندما نقيس المساحة المخصصة لما يسمى في النظريات النقدية «الثقافة المضادة» التي تعبر عنها حسب تقديرنا البرامج التي تخاطب الفكر والتي تعتمد ما يعبر عنه أدورنو «صدق المحتوى». بل إنه اليوم وبعد سنوات من انهيار الاتحاد السوفياتي ونهاية مرحلة التجاذب الايديولوجي وسيطرة القوة الرأسمالية على العالم من خلال العولمة، فإن بديل «الثقافة المضادة» الذي دافعت عنه مدرسة فرانكفورت بات يشهد تضييقات متزايدة على المضامين الدلالية والرمزية لمفاهيم «الخصوصية الثقافية» و«الاستثناء الثقافي»، وهو ما يعني أن وسائل الإعلام الجماهيرية اليوم أصبحت أكثر توظيفاً من ذي قبل لفرض التمنييط والتطابق الجماهيري والتشيؤ الذي ينتج عقلاً أداتياً لا عقلاً حراً وناقداً.