

نقد وسائل الاتصال الجماهيرية: أهمية تاريخية ممتدة ووظائف وأدوار متجددة

## Mass media criticism: Extended historical importance and renewed functions and roles

أ.د/ نصر الدين بوزيان

جامعة قسنطينة 3، الجزائر

nasreddine.bouziane@univ-constantine3.dz

تاريخ النشر: 2022/12/31

تاريخ القبول: 2022/12/11

تاريخ الاستلام: 2022/10/06

### ملخص:

يحاول هذا المقال تبين أهمية نقد وسائل الاتصال الجماهيرية والامتداد التاريخي لهذه الممارسة مهنية ونظريا، فضلا عن محاولة إبراز بعض وظائف النقد وأدواره المتجددة خصوصا في ظل انتشار وتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ومخرجاتها التي تحمل في طياتها عددا من التحديات والتهديدات المعاصرة سيما الأمنية والاجتماعية ومنها.

كلمات مفتاحية: النقد الإعلامي؛ وسائل الاتصال الجماهيرية؛ وسائل الإعلام؛

### Abstract:

The present article tries to show the importance of mass media criticism and the historical extension of this practice, professionally and theoretically. Also, we try to put light on the functions of criticism and its renewed roles, especially in light of information and communication technologies development and its contemporary challenges and risks, especially security and social ones

**Keywords:** Mass media criticism; Mass media; Mass communication;

\* المؤلف المرسل: أ.د/ نصر الدين بوزيان، الإيميل: nasreddine.bouziane@univ-constantine3.dz

## 1. مقدمة:

إن المتتبع لمسار ظهور وتطور وسائل الاتصال الجماهيرية، وسيما السمعية البصرية منها، يقف على العديد من الممارسات والتجاوزات اللاأخلاقية. فمنذ السنوات الأولى لظهور السينما، وفي ظل التنافس على الجماهير والسعي لاستقطابها خصوصا من قبل القاعات السينمائية الصغيرة (nickelodeon) التي انتشرت في مختلف المدن الأمريكية، تفشت عدد من الممارسات السينمائية المنافية للأخلاق والذوق العام والتي استثارت سريعا ردود أفعال رافضة ومناوئة، فوصفتها المصلحة النسوية "آنا شاو" (Anna Shaw) بـ "محطات تجنيد الرذيلة" (recruiting stations of vice)، وهاجتها العديد من الاتحاديات والحركات وحتى الصحف (Frey, 1995).

ولقد كان لانتشار مثل هذه الممارسات أثرا سلبا على المجتمع، بحيث تحولت هذه القاعات والأماكن المحيطة بها إلى فضاءات للبعاء والجريمة ونشر وتشجيع الانحراف، وهو ما استوجب اتخاذ عدد من الإجراءات بعضها ذات طابع إداري على غرار قرار عمدة "نيويورك" سنة 1908 والقاضي بمنع نشاط هذه القاعات، وبعضها الآخر له طابع مهني على غرار استحداث مكاتب الحذف (حذف المشاهد والمقاطع غير المناسبة) ثم ظهور لجان متخصصة تتولى مراقبة الأفلام وبعدها ظهور أنظمة الرقابة الذاتية على السينما وما تبعها من ظهور لشبكات التقييم المهنية بهدف الحرص على تفادي الوقوع في عدد من التجاوزات (بوزيان، 2018، الصفحات 116-119).

ويتضح بالتالي أن النقد المسلط على السينما وعلى وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى قد أدى دورا مهما في مسار عمل وسيرورة هذه الوسائل من جهة وفي بيان جوانب ضعفها وقوتها وتنبيه وحماية الجماهير المتلقية من مخاطرها من جهة أخرى. فبالنظر لأهميتها، حظيت وسائل الاتصال الجماهيرية بالنقد وأثارت العديد من النقاشات حتى قبل ظهور السينما، فقد أبرز "أنطونيو غرامشي" (Antonio Gramsci) على سبيل المثال دور الصحافة المكتوبة في تكريس الهيمنة البرجوازية ودورها في إحداث التوافق (ToseL, 2005).

لكن يبدو أن ظهور السينما يعد مرحلة أهم وأبرز في ممارسة النقد بالنظر للمساهمة الواسعة للصحف في النشر والنقد خصوصا السينمائي، بحيث حظيت السينما باهتمام ملفت من قبل الصحف سواء عند

ظهورها أو من خلال تتبع أخبارها فضلا عن ظهور الصحافة التعاونية الموجهة للمحترفين ابتداء من سنة 1897 على غرار صحيفتي "The Optical Lantern" و "Cinematograph Journal" بالولايات المتحدة الأمريكية، وصحيفة "Everyone in the profession" ببريطانيا (Battaglia, 2010)، وغيرها من الصحف الأخرى العامة والمتخصصة التي عنت بتحكيم وتقييم ومتابعة الأفلام بشكل دوري.

وبالإضافة إلى السينما حظي كل من الإذاعة وخصوصا التلفزيون بالاهتمام والنقد، فإلى وقت وجيز انتشرت صحف متخصصة تعنى بالتلفزيون ومضامينه كما خصصت العديد من القنوات التلفزيونية حيزا زمنيا لتتبع ونقد البرامج والحصص والمعالجات الإعلامية.

وعليه نحاول من خلال هذا المقال بيان أهمية النقد الإعلامي الممتدة تاريخيا وإبراز وظائفه وأدواره المتجددة خصوصا في ظل عدد من التحديات والتهديدات المعاصرة الأمنية والاجتماعية وحتى الصحية سيما بالنظر للانتشار الواسع لوسائل الإعلام والاتصال وخصوصا منها الانترنت ومخرجاته.

## 2. الأهمية التاريخية لنقد وسائل الاتصال الجماهيري:

يبدو من الواضح -في تقديرنا- أن النقد الإعلامي حظي باهتمام متميز ممارسة وتنظيرا؛

### فعلى صعيد الممارسة:

سبق الإشارة إلى الظهور المبكر للصحافة التعاونية التي اهتمت بالسينما وواكبتها نشرا ونقدا. كما سبق الإشارة أيضا إلى الاهتمام والمتابعة التي حظي بها التلفزيون ابتداء من سنوات الخمسينات خصوصا. لكن في المقابل يمكن تسجيل نوع من التباين في الاهتمام بنقد الصحافة المكتوبة مقارنة بالسينما والتلفزيون وفق محددتي الانتشار والامتداد الزمني، ففي غضون سنوات قليلة أسالت السينما "الكثير من الخبر" ونال التلفزيون اهتماما واسعا، كما توسع النقاش حولهما ليشمل أماكن ودول عديدة من العالم في حين لم تنل الصحافة المكتوبة ما نالته السينما أو التلفزيون أن نقد باستثناء بعض النقد الذي أخذ أبعادا فكرية أساسا. ولعل مرد ذلك مقترن بسياقات تطور هذه الوسائل المتباين من جهة وخصوصيات هذه الوسائل الجماهيرية من جهة أخرى. فوتيرة وحجم انتشار الصحافة الورقية منخفضة جدا مقارنة بالسينما والتلفزيون، فأول يومية ظهرت ببريطانيا في 1702 لتظهر في فرنسا في 1777 (سيف الإسلام، 1986، صفحة 13)

في حين ظهرت في إفريقيا مطلع القرن 19 وتجلت وحازت على مكانتها المرموقة في الولايات المتحدة الأمريكية في منتصف القرن 19 (عبد الرحمان، 1980، صفحة 45).

وبالإضافة إلى مدة ووتيرة انتشار الصحافة المكتوبة التي امتدت على ما يزيد عن 150 سنة، يمكن أيضا تسجيل تباينا في سياقات تطور الصحف من دولة لأخرى وفقا للعديد من الاعتبارات السياسية والاقتصادية والثقافية. في المقابل جاء انتشار السينما متزامنا خاصة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ولم يتطلب الأمر وقتا طويلا ليصل إلى مناطق واسعة من العالم. وعليه، يبدو أن التقارب الزمني في انتشار السينما من جهة والمنافسة الأوروبية الأمريكية من جهة أخرى كان لهما دورا مهما في إثارة النقاش واستقطاب السينما للنقد.

كما أدت الصحافة المكتوبة دورا مهما في نشر النقد الموجه لوسائل الاتصال الجماهيرية من سينما وإذاعة وتلفزيون، وهو ما ساهم في توسيع دائرة النشر والاهتمام وفسح المجال للمهنيين وغير المهنيين وتمكينهم من التعبير عن وجهات نظر متباينة من حيث الخلفيات والأهداف، الأمر الذي ساعد على تبادل الرؤى والأفكار وانعكس بشكل أو بآخر على مسار وممارسات وسائل الاتصال الجماهيرية.

ومن المهم في هذا الإطار التأكيد على أهمية دور النقد في تطور وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى. فقد سمح النقد المسلط على السينما من الحصول على الاعتراف بها بداية كفن رغم المعارضة والنقاش حول هذه المسألة. ولعل الأهم من ذلك هو الدور البارز للنقد في تطوير السينما سواء عبر الاهتمام بالمشهد ثم ازدهار المفاهيم وتطور الرؤى السينمائية، فظهرت العديد من التيارات التي قدمت تصورات مهمة لتطور السينما (الواقعية الشعرية، التعبيرية الألمانية، الموجة الجديدة..). واستفادت من التيارات الأدبية في مجالات فنية أخرى (الواقعية، الرومانسية..).

ولاحقا، استفاد التلفزيون كثيرا من سيرورة تطور السينما والأفكار والإسهامات المختلفة التي تعلق بالصورة والصوت وكيفيات توظيفهما العمل والانتاجات التلفزيونية، واستطاع هو الآخر رسم مسار إعلامي مختلف رغم تقاطعه في الصوت والصورة والعديد من النقاط مع السينما.

## أما على الصعيد النظري:

وبالنظر لأهمية هذه الوسائل الاتصالية وما أثارته من اهتمام وتأثيرات جماهيرية، فقد جاءت العديد من المساهمات البحثية والعلمية للإحاطة بما تفرزه هذه الوسائل من ظواهر وتأثيرات، ومنها من أخذ طابعا نقديا بالأساس.

وتعد النظرية النقدية من أهم وأول النظريات التي قدمت مساهمات نقدية بارزة واستطاعت أن تلفت الانتباه لعدد من الظواهر الجماهيرية التي أفرزها وسائل الاتصال الجماهيرية على غرار تقهقر الثقافة في المجتمعات الرأسمالية المعاصرة التي تعبر في جوهرها عن إشكالية نقدية ترتبط بتحويل المحتوى المبدي للثقافة لفائدة صناعة رأسمالية (Voirol, 2011).

لقد استطاعت النظرية النقدية إبراز عدد من الظواهر والتأثيرات التي أفرزتها وسائل الاتصال الجماهيري على غرار ظاهرة التطويع الثقافي الناتجة عن ما فسره كل من "هوكايمر" و"أدورنو" بالسمات القمعية للثقافة الشعبية الحديثة. فالشكل القمعي المحدد الذي "ترتديه" الثقافة الجماهيرية يتم فرضه من قبل رأسمال احتكاري. وعليه ارتبط إنتاج الثقافة الشعبية بظاهرة الترميط والتوحيد القياسي (standardisation)، وهي عملية ناجمة عن فرض احتكارات صناعة الثقافة، الأنماط والأمزجة، خصوصا وأن السلع والمنتجات الثقافية تجد التقنية المناسبة للتوزيع والترويج عبر الإعلان المتواصل الذي يعززها ويحطم المقاومة، وبهذا تصبح عادات الاستماع موحدة قياسيا، فيحدث تطويع الجماهير (سليتر، 2004، الصفحات 193-196).

وبالإضافة إلى النظرية النقدية نجد النظرية البنوية ومدرسة برمنجهام وعدد من المساهمات العلمية الأخرى التي ساهمت في فهم وإدراك العديد من وظائف وسائل الاتصال الجماهيري ولفت الانتباه لممارساتها وامتداداتها للتأثير في الجمهور والمجال العام.

إن النقد الإعلامي في شقيه العلمي والعملي، وبالنظر لأهميته النظرية والميدانية، مثل وسيلة مهمة لتطوير وسائل الاتصال الجماهيري ليس مهنيا وأكاديميا فحسب بل حتى اقتصاديا من منطلق دوره التجاري والترويجي الذي أبرزته العديد من الأبحاث "ليتمان" (Litman, 1983) و"جانسين" (Jansen, 2005)، فالمنتج الذي يلقي النقد يلقي عادة الاهتمام وبالتالي الرواج الذي يساعد في خدمة الأهداف التجارية.

لكن الملاحظ -في الفترة الأخيرة خصوصا مع بداية الألفية الثالثة- تراجع نقد وسائل الاتصال الجماهيرية وخصوصا المهني منها، بحيث تراجع عدد الصحف والمجلات المتخصصة وقلت النقاشات والحوارات الجماهيرية التي كانت تعقد في الكثير من القاعات السينمائية عقب انتهاء الأفلام.

ويبدو أن فهم هذه المعطيات مقترن بالسياقات العامة التي تشهدها وسائل الاتصال الجماهيري على غرار الأزمة الاقتصادية التي تعيشها الصحافة المكتوبة منذ سنوات والتحديات التي باتت تفرضها التطورات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي أثرت هي الأخرى أيضا على بعض الممارسات الموجودة في التلفزيون، فالنقد الإعلامي وعلى غرار وسائل الاتصال الجماهيرية يبدو أنهما يشهدان مرحلة انتقالية فرضتها التطورات التكنولوجية.

وفي مقابل ذلك، تبرز السيرة التاريخية ومتطلبات المصلحة العامة أهمية نقد وسائل الاتصال الجماهيرية خصوصا في ظل التحولات التي تشهدها الممارسات الإعلامية سيما مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ومخرجات الانترنت بصفة عامة وما تتيحه من فرص جماهيرية في الوصول إلى المعلومات والتفاعل معها.

### 3. نقد وسائل الاتصال الجماهيرية: وظائف متجددة وأدوار منتظرة

يبرز أحد المقالات المنشورة حديثا عددا من الوظائف التي يؤديها النقد الإعلامي حسب تصورات مجموعة من الباحثين (بوزيان، 2021)، فنقد وسائل الاتصال الجماهيرية يمكن النظر إليه من جوانب عديدة، فهو يؤدي عددا من الوظائف لفائدة الجمهور. كما يؤدي وظائف أخرى لفائدة المنتجين ومؤسسات الاتصال الجماهيري، فضلا عن وظائف أخرى تتعداها للصالح العام وخدمة المجتمع:

فبالنسبة للجمهور، من المهم أن يؤدي نقد وسائل الاتصال الجماهيري وظائف الإعلام، التقييم والحكم، وهو ما تذهب إليه مساهمات عديدة على غرار "وايت" و"بادجر" (Wyatt and Badger, 1990) اللذان اعتبرا أن النقد يضطلع بوظيفتين؛ الإعلام والتقييم (Debenedetti, 2006, p. 31) ، في حين ركز "ميندوزا" 1995 على وظيفتي التقييم والحكم (Mendoza, 1995, p. 67)، وهي وظائف متكاملة. فوظيفة الإعلام تندرج في إطارها تقديم المعلومات ومتابعة الأحداث والمستجدات المرتبطة بسير وسائل

الاتصال الجماهيرية، في حين تختص وظيفة التقييم بإخضاع وسائل الاتصال الجماهيرية ومخرجاتها للفحص، وهو ما يساعد في إبداء الرأي بشأنها والحكم عليها.

ويعبر "شرام" (Shrum) 1991 عن هذه الوظائف بشكل آخر من خلال تركيزه على وظائف الوصف، التحليل والتقييم (Debenedetti, 2006, p. 31). فالنقد الإعلامي ينطلق من وظيفة الوصف التي تساعد الجمهور على معرفة المنتجات والأعمال الإعلامية، ليضطلع في المستوى الثاني بوظيفة التحليل التي تسمح للنقد أن يتوسع ليشمل معلومات إضافية حول سياقات الأعمال الإعلامية محل الاهتمام وعدد من الجوانب الأخرى التي تساعد في فهم أفضل لخلفيات العمل وموجهاته خلافا للمعلومات العامة والمتاحة للجمهور كما هو الحال في حالة الوصف، لتأتي أخيرا وظيفة التقييم والتي تساعد في تشكيل الحكم أو على الأقل القدرة على إبداء الحكم.

وبالإضافة إلى هذه الوظائف، فإن النقد الموجهة لوسائل الاتصال الجماهيرية لها وظائف عديدة يستفيد منها أصحاب العمل الإعلامي والمؤسسات الإعلامية، فالنقد - كما سبق الإشارة إليه - لديه وظيفة ترويجية وتجارية تساعد في استقطاب الجماهير والمعلنين وبالتالي كسب موارد مالية وتحقيق الأرباح والفوائد المرجوة. إن النقد الإعلامي هو أيضا وسيلة لتطوير أداء وسائل الاتصال الجماهيري والاستفادة من الملاحظات والتقييمات التي يبديها النقاد، ففنية الأعمال الإعلامية تكسبها الحاجة لتطوير أدواتها التعبيرية ورفع مردوديتها الاتصالية، وهو ما يمكن أن يتيح النقد.

وزيادة على كل ما سبق، فإن النقد يؤدي وظيفة سياسية واجتماعية، فهو يدعم ويعزز الحوار والنقاش حول أداء وسائل الاتصال الجماهيرية ويواجه أحادية المنتج بإبداء آراء ووجهات نظر أخرى تخدم التعدد والثراء والتنوع في المنتج الإعلامي، وهو ما يذهب إليه "مرزولف" (Marzolf, 1991) و"جيمس كاري" (Carey, 1974, p. 243).

وبالتالي فإن النقد الإعلامي يؤدي العديد من الوظائف المهمة بعضها مباشر على غرار مساعدة الجماهير في اكتساب معلومات حول الأعمال الإعلامية والحكم عليها والترويج لها، وبعضها الآخر غير مباشر يسمح بحفظ حيوية النشاط الإعلامي وتعزيز مبادئ ومتطلبات الممارسة الديمقراطية.

ولذلك، يبدو أن وظائف النقد الإعلامي، التي ساعدت في تطور الممارسة الإعلامية وتصويب بعض مساراتها، بحاجة لأن تمارس باستمرار لما لها من فائدة ثلاثية على الجمهور والمنتج والصالح العام، فمثل هذه الوظائف هي وظائف متجددة رغم تباين السياقات، وهو ما نحاول استيضاحه أكثر من خلال النقاط الآتية:

أولاً: هناك حاجة دائمة لنقد السير الوظيفي لوسائل الإعلام على غرار كفاءات كسب الجماهير، ملكية وسائل الإعلام وتأثيرات رأس المال والمساهمين وأصحاب المؤسسات الإعلامية، التمرکز الإعلامي ووضعيات الهيمنة على الإعلام، تأثير المعلنين في العمل الإعلامي، الطبيعة المزدوجة لوسائل الإعلام وطغيان الجانب التجاري على الإعلامي خصوصاً في ظل طبيعته المزدوجة التي أشار إليها "باتريك شارودو" (Charoudeau, 2005, p. 13)

ثانياً: من المفيد والضروري أن يشمل النقد المنتجين والفاعلين الإعلاميين على غرار التكوين، شروط وظروف عمل الفواعل الإعلامية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية... طريقة ممارسة المهنة والتعامل مع مصادر المعلومات والمعلنين... المحسوبة والعلاقات الشخصية والمهنية مع الأحزاب وأصحاب المال والمؤسسات، مدى الالتزام بالأخلاقيات المهنية...

ثالثاً: هناك أيضاً حاجة دائمة لنقد كفاءات معالجة المعلومات وما يلحقها من متطلبات الموضوعية، التنوع الإعلامي، التحليل والآراء، الفضائح، السكوت الإعلامي على بعض القضايا والموضوعات، احترام أخلاقيات وضوابط العمل المهني...

رابعاً: ينبغي أيضاً وبشكل مستمر أن يشمل النقد معرفة قدرات وسائل الإعلام على التأثير على الأفراد والجماهير وتوجيهها.

ومرة أخرى يظهر أن للنقد الإعلامي وظائف متجددة ومن الضروري ممارستها على نحو مستمر. ومع ذلك يمكن الإشارة -بالإضافة إلى ما سبق- إلى عدد من الوظائف الأخرى السياقية والتي ينتظر من النقد الإعلامي الاضطلاع بها خصوصاً في ظل التحديات والتهديدات المعاصرة الناتجة عن مساعي توظيف

وسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومخرجاتها لخدمة مصالح وأجندات وأهداف مختلفة بعضها تجاري وبعضها الآخر سياسي، وتتعدى ذلك في عدد من الحالات للمساس بالجوانب الأمنية والاجتماعية. فلقد ساهم ظهور الانترنت وانتشاره في إحداث عدد من التحولات البارزة لعل أبرزها -في تقديرنا- تبني مفاهيم ومقاربات جديدة تستهدف الأفراد والجماعات ومستويات إدراكهم على غرار ما يعرف بالحروب الناعمة ومساعي التزييف والتأثير.

ويلاحظ في هذا الإطار التهديدات و"الحروب" الإعلامية التي تستهدف استقرار عدد من الدول والمجتمعات من قبل كيانات خارجية تبنت مقاربات حروب الجيلين الرابع والخامس القائمة على احتلال العقول لا الأرض، فيتم استخدام عدد من التقنيات على غرار العنف غير المسلح الذي يشمل الاحتجاجات الواسعة والإضرابات والعصيان المدني. كما يتم اللجوء إلى استغلال الجماعات العنقودية المسلحة، وعصابات التهريب المنظمة، والتنظيمات الصغيرة المدربة، من أجل إثارة حروب ونعرات داخلية قد تتعدد وتنوع لتمزج ما هو سياسي واقتصادي واجتماعي. ومن وراء كل ذلك تهدف هذه المساعي في مرحلة أولى الاستنزاف الداخلي للدول عبر مواجهتها لصراعات داخلية، بالتوازي مع مواجهة التهديدات الخارجية العنيفة.

إن النقد الإعلامي من شأنه خلق وعي جماهيري يساعد على فهم وتحليل خلفيات ممارسات وسائل الإعلام واستيضاح بعض هذه الأهداف التي تحركها، وبالتالي مجابهة عمليات نشر الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي التي تعد جزء من تزييف الوعي الجماعي والجماهيري الذي من شأنه أن يهدد أمن ومصالح الدول والمنظمات الإقليمية (بوزيان، 2021)، خصوصا أن مثل هذه التهديدات تسعى لاستعمال وتوظيف الجماهير الواسعة في خدمة أهدافها.

## 4. خاتمة:

يكتسي نقد وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية تاريخية ممتدة، فقد ساهم في تطور وسائل الاتصال الجماهيرية وتصحيح بعض مساراتها. ويبدو من الضروري الاستفادة من هذا الدور التاريخي في تطوير النقد الإعلامي والاستفادة منها حاضرا ومستقبلا في تطوير ممارسات وسائل الاتصال الجماهيرية وتصويبها وأيضا وخصوصا في تنمية وتعزيز الوعي الجماهيري.

لكن في الواقع، يبدو أن النقد الإعلامي يشهد تراجعا متزايدا، وهو ما يفترض أن يؤثر سلبا على سيورة التطور الإعلامي وتعزيز الاستفادة منه في خدمة الصالح العام ورفع الوعي الجماهيري خصوصا في ظل ضعف الدور المؤسساتي الذي يفترض أن يضطلع بتنمية الوعي الإعلامي وتحسينه لدى عامة الجماهير، فتغيب التربية الإعلامية في المدرسة ويكاد يغيب تكريس الدراية الإعلامية في المجتمع ككل.

## 5. قائمة المراجع:

1. بوزيان، ن. (2021). الأخبار الكاذبة، الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومسعبي المواجهة. مجلة أكاديميا للدراسات السياسية. 6 (5), 28-46 ,
2. بوزيان، ن. (2018). السينما تقنية، فن وصناعة. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة.
3. سيف الإسلام، ا. (1986). الإعلام والتنمية في الوطن العربي. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
4. عبد الرحمان، ع. (1980). مقدمة في الصحافة الافريقية. القاهرة.
5. فيل سليتر. (2004). مدرسة فرنكفورت: نشأتها ومغزاها- وجهة نظر ماركسية. (خليل كلفت، المترجمون) القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.

6. Battaglia, J. (2010). Film Criticism Through History and Into the Digital Age. *The College at Brockport* .
7. Carey, J. (1974). Journalism and Criticism: The Case of an Undeveloped Profession. *The Review of Politics* , 36 (3)
8. Charoudeau, P. (2005). *Les médias et l'information université*. Bruxelles: De Boech.

9. Debenedetti, S. (2006). The Role of Media Critics in the Cultural Industries. *International Journal of Arts Management* , 8 (3).
10. Frey, N. V. (1995). La tentation d'un plaisir neuf : le nickelodeon. Dans M. E. Francis Bordat, *CENT ANS D'ALLER AU CINÉMA* (pp. 29-36). Rennes: Presses universitaires de Rennes.
11. Jansen, C. (2005). The Performance of German Motion Pictures, Profits and Subsidies: Some Empirical Evidence. *Journal of Cultural Economics* , 29 (3), 191–212.
12. Litman, B. .. (1983). Predicting Success of Theatrical Movies: An Empirical Study. *Journal of Popular Culture* , 16 (4), 159–175.
13. Marzolf, M. (1991). *Civilizing voices: American press criticism, 1880-1950*, . New York: Longman.
14. Mendoza, H. E. (1995). Crossing Over: A Rainbow of Criticism. *Media Studies Journal* , 9 (2).
15. ToseL, A. (2005). La presse comme appareil d'hégémonie selon Gramsci. *Quaderni* (57), 55-71.
16. Voirol, O. (2011). Retour sur l'industrie culturelle. *Réseaux* , 2 (166), 125-157.