

القراءة الاستمولوجية للخطاب الإعلامي

الدكتور: عبد الفتاح سعيدي *
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -
abdosaidi69@gmail.com

تاريخ الاستلام 2019/07/11 تاريخ القبول 2019/08/30

الملخص:

الهدف من هذه المداخلة توضيح أن المهمة الأساسية للإعلام تتمثل في إنتاج خطابات، تخضع إلى نفس المعايير التي تحكم النصوص الأدبية أو الفلسفية أو غيرها. كذلك محاولة الإجابة على بعض الأسئلة التي نحاول أن نستنتجها من الخطاب الإعلامي في حد ذاته. هذه الأسئلة تتمثل في ما يلي: هل الإعلام هو الذي يصنع وعي السلطة الحاكمة ووعي الجماهير أم أن السلطة هي التي تصنع وعي الإعلام ليصنع وعي الجماهير؟ بشكل آخر: هل وظيفة الإعلام تبريرية لإيديولوجية السلطة أم أنها نقدية ابستمولوجية، تحلل خطاب السلطة وتكشف عن زيف الوعي؟

الكلمات المفتاحية: الخطاب، الإعلام، الاستمولوجيا، الإيدولوجيا، الوعي، السلطة.

Résumé:

L'objectif de cette communication est de préciser que la tâche principale des médias est de produire des discours, soumis aux mêmes normes que celles régissant les textes littéraires, philosophiques ou autres. Et aussi pour répondre à certaines des questions que nous essayons les déduire du discours des médias lui-même. Ces questions sont les suivantes: Est-ce que ce sont les médias qui créent la conscience de l'autorité dirigeante et la conscience des masses ou est-ce le pouvoir qui incite les médias à prendre conscience des masses? Les médias justifient-ils l'idéologie de l'autorité ou s'agit-il d'une critique épistémologique analysant le discours de l'autorité et révélant la fausseté de la conscience?

Mots clés: discours, médias, épistémologie, idéologie, conscience, pouvoir.

* المؤلف المراسل.

مقدمة :

أولاً: معنى الخطاب الإعلامي

(1)- ما هو الإعلام؟

الإعلام لغة من تقديم المعلومة، نشر المعلومة، نقل المعلومة. والإعلام يتضمن رسالة بين طرف يرسل ويؤثر وطرف يتلقى ويتأثر، وبالتالي فهناك رسالة تحمل كماً من المعلومات، توجد رسالة تحمل مضموناً معيناً. يقابل كلمة "معلومة" في الفرنسية (*L'information*) وهي كلمة ذات أصل لاتيني مصدرها (*informare*) التي تعني "ما يعطي صورة أو شكلاً للذهن" أو هي على العموم "ما يعطي صورة لـ" أو "تشكيل أو تكوين فكرة عن أمر ما" (1)

(2)- لماذا الإعلام خطاب؟

لكي نحدد العلاقة بين "الخطاب" و"الإعلام" يجب الابتداء أولاً بتحديد معنى الخطاب، لكي نرى هل النصوص الإعلامية هي في حقيقة أمرها خطابات أم لا؟

«الخطاب في معناه الاصطلاحي الفلسفي المعاصر الذي يعني الكلام المنظم عن أشياء، بالسكوت عن أشياء، وإبراز أشياء. وبعبارة أخرى: الاستدلال على أشياء بأشياء مع إغفال كثير من الأشياء.» (2)

توظف كلمة "خطاب" في الكتابات الحداثية المعاصرة مترجمة عن الدلالة الأجنبية (*discours*) كما هي في اللغة الفرنسية مثلاً، وهذه الكلمة شاع توظيفها بفعل التطور الذي عرفته اللسانيات الحديثة. ففي معجم (*Larousse*) وردت كلمة (*discours*) في معناها العام بأنها تدل على ظاهرة فعلية أو قولية، أو كتابية لتحديد ايديولوجيا معينة أو لتحديد حالة عقلية في ظرف مهم بالنسبة لمجال معين. (3)

ثم بتطور البحث اللغوي عند الغربيين في التاريخ المعاصر صارت مدلولات "الخطاب" تسير في خطين رئيسيين: أولهما علم تحليل الخطاب؛ وهو المجال الأسلوبي اللغوي، والثاني بعض الاستعمالات في النقد ما بعد البنيوي. (4) فعلى المستوى اللغوي يدل مصطلح "الخطاب" على كل كلام تجاوز الجملة الواحدة سواء كان مكتوباً أو ملفوظاً، أما الاستعمال الاصطلاحي فيدل على أن الكلام له دلالات غير ملفوظة يدركها كل من المتحدث والسامع دون علامة معلنة أو واضحة. ومن هنا اعتمد البحث المعاصر على عملية استنباط القواعد التي تحكم مجاًلاً ما بغيره مثل السيميائية. (5) ويُستشف من هذا أن كلمة "خطاب" تعود إلى عنصري اللغة والكلام؛ فاللغة نظام رمزي يعبر به المتكلم عما يريد، والكلام إنجاز لغوي فردي يوجهه المتكلم إلى شخص آخر هو المخاطب، ومن هنا تأسس مصطلح "الخطاب". (6)

أما من الناحية الاصطلاحية، فقد عرف "الخطاب" على أنه مقولة منطقية تعني التعبير عن فكر متدرج بواسطة قضايا مترابطة. (7) ومن علماء اللسانيات من يعرفه بأنه: « كل نطق أو كتابة تحمل وجهة

نظر محددة من المتكلم أو الكاتب وتفترض نية التأثير على السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي تم فيها.⁽⁸⁾

من خلال التعريف السابق يمكن الوقوف على جانبي الخطاب، إذ أن له جانبيين اثنين: أحدهما يتمثل في المتكلم أو الكاتب، والثاني في المستمع أو القارئ. وكلاهما مهم في تأسيس الخطاب؛ لأن المتكلم أو الكاتب يريد تقديم فكرة، أو يبلغ وجهة نظر معينة، وهو بذلك ينشئ "خطاباً"، والمستمع أو القارئ يتلقى فكرة المتكلم أو الكاتب بطريقته الخاصة فينجز تأويلاً لكلام الباث وتأويله "خطاباً" أيضاً.⁽⁹⁾

ركزت الدراسات اللسانية الحديثة على دور القارئ في تأسيس الخطاب من خلال فهمه وتأويله. فبرزت التأويلية كانشغال معرفي مهم. ود استفحلت النزعة التي تركز على القارئ إلى أن ظهرت مقوله "موت الكاتب". وهي مقولة شاعت في النقد الأدبي الحديث كردة فعل على المكانة التي كان يحتلها المؤلف في النص الكلاسيكي، فموت المؤلف تقضي بالضرورة تنازل المؤلف لصالح النص ولصالح القارئ؛ لأن المؤلف ليس مبدعاً باعتباره يكتب بلغة معينة ورثها ولم يبدعها، وإنما هو مستخدم لها فقط، فهي التي تتكلم وليس هو.⁽¹⁰⁾

يعرف ميشيل فوكو الخطاب على أنه: « شبكة معقدة من العلاقات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تبرز فيها الكيفية التي ينتج فيها الكلام كخطاب ينطوي على الهيمنة والمخاطر ».⁽¹¹⁾ يحاول فوكو دراسة الخطاب من منظور العلاقات القائمة بين عناصره، والتي تكون في مجموعها نسقاً، تلك العلاقات التي تقوم وكما هو الشأن بالنسبة للغة، على الاختلاف والتقابل. واعتماداً على هذا المنهج الجديد يعتقد فوكو أن بالإمكان اكتشاف نوع من النظام في الخطاب، يتعين بنسق الكلمات.⁽¹²⁾

يقول إدوارد سعيد: « في اعتقادي أنه من دون مفهوم الخطاب لا يستطيع المرء أن يفهم الحقل المنظم تنظيمياً هائلاً الذي استطاعت أوروبا بواسطته أن تدير - بل وتنتج - الشرق سياسياً واجتماعياً وعسكرياً وايدولوجياً وعلمياً وخيالياً أثناء فترة ما بعد التنوير ».⁽¹³⁾

سيعتمد فوكو إلى اكتشاف النسق الخفي الذي يحكم نشأة العلوم والمعارف في مرحلة تاريخية معينة. أما منهج ذلك الاكتشاف فسيطلق عليه مصطلح **أركيولوجيا** أما ذلك النسق الذي يبحث عنه فسيسميه **ابستيمي**.

(3)- وظائف الخطاب الإعلامي

الخطاب الإعلامي هو نص لغوي يمكن تحليل وظائفه إلى وظائف اللغة الست. يقول رومان جاكوبسون: « يوجه المرسل رسالة إلى المرسل إليه ولكي تعمل هذه الرسالة عملها فإنها تتطلب أولاً وقبل كل شيء سياقاً تحيل إليه (وهو ما يطلق عليه أيضاً، باستعمال مصطلح لا يخلو من غموض "المرجع المحال إليه")، وهو سياق يمكن للمتقلى أن يدركه، ويكون إما لفظياً، أو قابلاً لأن يكون كذلك.

ثم إن الرسالة تستلزم شفرة يشترك في جزء منها أو فيها كلها، المرسل والمرسل إليه (أي واضح الشفرة وذلك الذي يفك رمزها. وأخيراً فإن الرسالة تستدعي اتصالاً، وقناة مادية ورابطة نفسية تربط المرسل مع المرسل إليه، وهذا الاتصال يسمح لهما بإقامة التواصل واستمراره. ⁽¹⁴⁾»

العوامل المكونة لكل تواصل: يحددها رومان جاكوبسون في ستة عوامل

- (1) المرسل: (المُخاطَب)
 - (2) المرسل إليه: (المتلقي)
 - (3) المرجع: ما هذا الذي نتحدث عنه (المعاني)
 - (4) المرسل: (الألفاظ)
 - (5) النظام: (قوانين لغوية)، وهو نسق القواعد المشترك بين المرسل والمرسل إليه، والذي بدوره لا يمكن أن يكون المرسل مفهوماً.
 - (6) الاتصال: (قوانين فيزيائية) ما يسمح بقيام وبقاء التواصل فيزيائياً، المتعلقة بالصوت والصورة.
- وسائل الإعلام (الراديو، التلفزيون، السينما، الجرائد، المجلات، الانترنت ...) هي وسائل تواصل بين المرسل والمرسل إليه.

ثانياً: الأبعاد الاستمولوجية للخطاب الإعلامي

ما المقصود بالقراءة الاستمولوجية؟

بعد أحداث ثورة الطلاب في فرنسا في ماي 1968، وهي ثورة للطلاب على الأساتذة في المناهج القديمة.. الخ، ظهر مفهوم جديد للقراءة. هذه القراءة تستهدف علاقة النص بالمؤلف، هذه العلاقة التي كانت إلى وقتئذ تعتبر علاقة سلطة. وكان المجهود الذي يبذله المطالع هو أن يصل إلى نية المؤلف. ماذا يريد أن يقول؟ فكان المطالع تابعاً لصاحب النص ومرتبطاً به. وبدأت القراءة معناها إسقاط سلطة المؤلف وتعويضها بحق القارئ في أن يفهم من النص والسياق. ومعناها الانتقال من محاولة الوصول إلى المعنى الذي يقصده صاحب النص إلى المعنى الذي يفهمه القارئ. إذن فهنا قارئ أمام نص وسواء أراد المؤلف هذا المعنى أو ذاك فهذا أمر لا يعنينا ويجب أن نتحذر من سلطته حتى نكون أحراراً إزاء النص. أي أن نقرأ النص بدون سلطة من ينقل إلينا. والنص نقرأه كسياق وليس فقط ككلمات. يصبح القارئ هو صاحب النص. ومعنى القراءة أن أترك صاحب النص، ما قال وما قيل عنه، ولا يهمني أنه قد استقى أفكاره من هذه الجهة أو تلك. ما يهمني هو نصه، منطوقه استخرج منه مضمون فكره، ما قصد وما لم يقصد. حينئذ سيكون المؤلف ليس هو المتكلم بل الثقافة التي ينتمي إليها هي التي تتكلم بواسطته عندما نتجاهل المؤلف ونصرف إلى النص نقرأ ثقافة معينة في نص معين، الثقافة كلها. لأنه في النهاية المؤلف من هو؟ هو شخص تكون وتربى في ثقافة عصره وما

تمخض عن كل هذه الأمور وما لم يشعر به شعوراً مباشراً. إن المؤلف الحقيقي الذي كتب، كتب عن ثقافة عصره، ما يحتاج إليه عصره من أمور وبكيفية يقبلها عصره.

(1)- المحتوى معرفي

الإعلام هو تقديم للمعلومة. والمعلومة ما هي في نهاية الأمر إلا شكل من أشكال المعرفة. المعرفة عي علاقة بين الذات العارفة والموضوع الذي يراد معرفته. هذه العلاقة هي جسر يصل الذات بالموضوع، والموضوع بالذات. الاستمولوجيا تنقد، تدرس وعي الإنسان بالعالم المعنى اللغوي للاستمولوجيا يبين أنها مرتبطة بالعلم كما أنها مرتبطة بالفلسفة؛ هي مرتبطة بالعلم، لأن العلم هو موضوعها، ومرتبطة بالفلسفة من جهة كونها ممارسة فلسفية أو مناقشة فلسفية لمسائل العلم.⁽¹⁵⁾

الاستمولوجيا هي خطاب حول العلم، وبالتالي فهي تفترض وجوده مسبقاً. كذلك أن الاستمولوجيا هي خطاب نقدي ينصب على المعرفة العلمية، تأسيسها، تطورها. وهذا يستوجب بالضرورة تعريف موضوعه ومناهجه.

التعريف الاشتقاقي لكلمة استمولوجيا يتضمن عنصرين:

(1)- ابستيمي: التي تعني المعرفة، العلم

(2)- لوغوس: التي تعني الخطاب

يرى الجابري أن الاستمولوجيا هي "علم المعرفة". وبما أن المعرفة هي علاقة بين الذات العارفة والموضوع الذي يراد معرفته، فإن الاستمولوجيا هي العلم الذي يهتم بدراسة هذه العلاقة التي هي بمثابة جسر يصل الذات بالموضوع، والموضوع بالذات، بل جسر يخلق الذات من خلال انفعالها بالموضوع ويخلق الموضوع من خلال فعل الذات فيه. إن هذا التأثير المتبادل بين الذات والموضوع يجعل العلاقة بينهما (وبالتالي المعرفة) عبارة عن عملية تاريخية متسلسلة، تتطور وتنمو بتطور ونمو وعي الإنسان من خلال نشاطاته المختلفة، وفي مقدمتها نشاطه العلمي.. لنقل إذن إن الاستمولوجيا تدرس وتنقد وعي الإنسان بالعالم (بما فيه الإنسان) وعيه المؤسس على أكبر قدر ممكن من الموضوعية، ولكنه الخاضع، في الوقت ذاته، لتاريخية الإنسان كفرد في مجتمع، الشيء الذي يجعل وعيه انعكاساً أيديولوجياً لواقع العلم. ومن هنا تلك الصيغة الأيديولوجية التي لا بد أن يتضمنها، صراحة أو ضمناً، كل بحث استمولوجي.⁽¹⁶⁾

(2)- المضمون أيديولوجي

يُطلق مصطلح الإيديولوجيا على مجموعة الأفكار والمعتقدات، التي يبنها مجتمع ما، في نفوس أفرادها، لترسم لهم أفضل الطرق، التي يسلكونها في حياتهم العملية والنظرية، ليحققوا للمجتمع أهدافه؛ ومعنى ذلك أن أولي الأمر في مجتمع ما يحددون لأعضاء ذلك المجتمع، الإطار الفكري،

وخصوصاً فيما يتعلق بالأمور السياسية، وهو الإطار الذي لا يجوز لأحد أن يخرج على حدوده، ثم تكون له الحرية كلها في أن يفكر كيف شاء، داخل حدود ذلك الإطار.⁽¹⁷⁾

استخدم ماركس وانجلز مصطلح "الأيديولوجيا" بمعنى ينحرف انحرافاً يسيراً عن المعنى السابق؛ إذ هو عندهما لا يعني مجموعة فكرية يضعها مجتمع لأعضائه، بل يعني فقط مجموعة الأفكار القائمة على الأوهام، لا على حقائق الواقع. وقد كانت المجتمعات في رأي ماركس وأنجلز تعتمد أن تبث في نفوس الناس، مثل هذه الأفكار التي لا ثقام على واقع، حتى تتحدد لهم بهذا رؤية خاصة بهم لما يجري في العالم الخارجي. يقول ماركس: إن الإيديولوجيا هي حالة الوعي، التي تكون عند الناس، بالنسبة إلى الظروف التي يعيشون فيها، بحيث تظهر لهم تلك الظروف مقلوبة رأساً على عقب، كما يحدث لصور الأشياء في آلات التصوير.⁽¹⁸⁾

يمكن لمصطلح "الأيديولوجيا" أن يأخذ معنى آخر وهي أن تكون: « الفكرة التي تستبد بصاحبها، ويحاول أن يفكر بها الوجود كله؛ وبناء على ذلك، يكون الوجود كله، كأنما هو كتلة واحدة متماسكة، مشتملة على كل أجزائها، بحيث لا تستطيع أن تمس جزءاً يتغير، إلا ويتغير النظام كله. »⁽¹⁹⁾

ومن المعاني الهامة التي تظهر في الفلسفة الماركسية أن إيديولوجية عصر أو طبقة ما هي إلا خصائص الذهن وتركيبه في ذلك العصر أو تلك الطبقة. [...] ويضع ماركس الإيديولوجية مقابل التفكير العلمي الأصيل، وينظر إلى مذهبه ذاته على أنه تجاوز للإيديولوجية وكشف لخداعها.⁽²⁰⁾

تري الماركسية أن الإيديولوجيات كلها طبقية، وبالتالي فهي قناع يخفي حقيقة الاستغلال الطبقي؛ فكل أيديولوجية هي تبرير لاستغلال طبقة لأخرى، أو استمرار طبقة في وضعها السائد. وقد استخدم ماركس الإيديولوجية بمعنى الوعي الزائف، فالإيديولوجية هي تشويه الحقائق وتزييفها بقصد تبرير موقف الطبقة الحاكمة، وقد أطلق عليها ماركس عبارة "الوعي الزائف". وكان أساس هذا التعبير النقدي لـ "الإيديولوجية"، الرغبة في تفنيد نظرية هيغل المثالية التي ترى أن البشر ما هم إلا أدوات في أيدي التاريخ، يقومون بأدوار عُهدت إليهم من قبل قوى مستعصية على الإدراك.⁽²¹⁾

اعتبر لينين الإيديولوجيا هي مجموع أشكال المعرفة والنظريات التي تنتجها طبقة معينة للتعبير عن مصالحها وبالتالي فكما أن هناك أيديولوجية برجوازية فإن هناك أيضاً إيديولوجية بروليتارية، وبذلك ارتبطت الإيديولوجية بالطبقة بصرف النظر عن تقييما المعرفي.⁽²²⁾

كارل مانهايم: الإيديولوجيا واليوتوبيا

الأيديولوجيا هي منظومة أفكار صنعها إنسان ما في مجتمع ما. مثلاً كارل ماركس وجد نفسه أمام مشكلة في المصانع البريطانية. تتمثل هذه المشكلة في أن العمال مغلوبين، كم هم كثر ولكن تحكمهم فئة صغيرة جداً من الناس وأوضاعهم بائسة جداً. خطر ببالي سؤال: لماذا يستسلم كل هؤلاء

الناس لقدرهم ولا يتحركون لتغيير هذا الواقع؟ الإجابة التي قدمها ماركس للسؤال: أن هذا الذي يملك وسائل الإنتاج هو الذي يصنع للناس وعيهم. وبالتالي بدأ يحلل في هذه النظرية تحليلاً صحيحاً، وتحليله يقوم على مسلمة أن الذي يملك الإنتاج ووسائله هو الذي يتحكم في وعي الناس.

يقول عبد الوهاب المسيري: «إن التحيز مرتبط ببنية عقل الإنسان ذاتها، الذي لا يسجل تفاصيل الواقع كآلة الصماء بأمانة بالغة ودون اختيار أو إبداع، فهو ليس سلبياً وإنما فعال، ولذا فهو يُدرك الواقع من خلال نموذج فيستبعد بعض التفاصيل، ويُبقي بعضها الآخر، ويُضخم بعض ما يتبقى ويمنحه مركزية، ويُهمش الباقي. والعملية الإدراكية هذه ليست عشوائية وإنما تتبع أنماطاً يمكن اكتشاف بعض جوانبها.»⁽²³⁾ كذلك يقول بخصوص اللغة: «التحيز لصيق باللغة الإنسانية نفسها، فلا توجد لغة إنسانية واحدة تحتوي على كل المفردات الممكنة للتعبير عن الواقع بكل مكوناته، أي أنه لابد من الاختيار. كما ثبت أن كل لغة مرتبطة إلى حد كبير ببيئتها الحضارية وأكثر كفاءة في التعبير عنها. وهذا يعني أن اللغة الإنسانية ليست أداة محايدة، فهي أداة ثرية مركبة تحوي داخلها الكثير من الأسرار.»⁽²⁴⁾

يقول كذلك: «أما النموذج المعرفي فنعني به صورة عقلية للعالم تشكل ما يمكن تسميته "خريطة معرفية"، ينظر الإنسان من خلالها للواقع. والنموذج لا يوجد جاهزاً، بل هو نتيجة عملية تجريد عقلية مركبة (تفكيك وتركيب) إذ يقوم العقل بجمع بعض السمات من الواقع فيستبعد بعضها ويُبقي البعض الآخر، ثم يقوم بترتيبها بحسب أهميتها ويُرَكِّبها، بل أحياناً يضمها بطريقة تجعل العلاقات تشكل ما يتصوره العلاقات الجوهرية في الواقع، وتسمى هذه النماذج "نماذج إدراكية"، لأن الإنسان يدرك الواقع من خلالها، وتسمى أيضاً "نماذج معرفية"، أي أنها عادة ما تحتوي على بُعد معرفي (كُلِّي ونهائي). والنماذج الإدراكية والمعرفية تولد إدراكاً مختلفاً من شخص لآخر ومن حضارة لأخرى لنفس الظاهرة.»⁽²⁵⁾

(3)- الصورة النسقية

هناك نقد آخر للفكر النسقي، ينطلق هذا النوع من التفكير من مسلمات، يُنظر إليها على أنها مطلقة الصدق، لا تقبل الشك، ويحاول أن يستنبط منها كل ما أمكن استنباطه، وينظر إلى مجموع هذه الحقائق على أنها مطابقة للوجود، للوجود كله. وبالتالي فكل حقيقة مخالفة، لا تُستنبط من النسق هي وجود زائف، وهمي، غير حقيقي، مستوى غير أصيل من الحقيقة. وهكذا تعمل الحقيقة النسقية على تبرير مطلقية صدقها، بإقصاء، بضرب، بتهميش، بفصل مختلف الحقائق المناوئة لها. تسعى الحقيقة النسقية باستمرار من أجل تهميش وإبعاد وتغييب كل ما يخالفها. وهنا تبرز الحقيقة النسقية كسلطة، كقوة رادعة، كل ما يخالفها من الحقائق. إن الحقيقة النسقية تدعي دوماً فلسفة الحضور، أي أن مثل الحقيقة في الذهن على هيئة نسق يجعل هذا الأخير (أي الذهن) يعتقد أن

حقيقة الوجود كله حاضرة، جاهزة، موجودة بالفعل لا بالقوة، إن فضلنا استعمال المصطلح الأرسطي. وهذا التصور المنغلق، ينفصل لتوه عن الواقع، ويتجاوز الزمان والمكان، ويتحول إلى حقيقة ميتافيزيقية. وليس هذا فحسب، بل تعمل هذه الحقائق على أن تعتبر نفسها مضمون العقل، أي أن تفرض نفسها على أنها أفكار فطرية، مثل أفلاطونية، مقولات كانطية الخ. (المقولات هي مجرد قوالب للتفكير، محتواها ليس فطري، بينما الأفكار الفطرية الديكارتية أو المثل الأفلاطونية، فهي قالب ومحتوى في نفس الوقت).

(4)- صناعة الحقيقة

الوعي هو ما يتكون لدى الإنسان من أفكار ووجهات نظر ومفاهيم عن الحياة والطبيعة والمجتمع من حوله، لكن قد يكون الوعي وعياً زائفاً عندما تكون أفكار الإنسان ووجهات نظره ومفاهيمه غير متطابقة مع الواقع من حوله، أو غير واقعي، وقد يكون جزئياً، وذلك عندما تكون الأفكار والمفاهيم مقتصرة على جانب أو ناحية معينة وغير شامل لكل النواحي والجوانب والمستويات المترابطة، والتي تؤثر وتتأثر في بعضها. والوعي والإدراك لا ينفصلان، فالوعي هو الإدراك الصحيح لما يدور حول الإنسان من وقائع وأحداث، فحين نقول وعى فلان: معنى ذلك أنه انتبه من نومه أو غفلته أو أدرك الشيء ثم عقله، والوعي إن هو محصلة لتلك الأفكار والمعلومات التي تدور في رأس الإنسان وفي عقله وتتأثر بها قراراته، والإدراك هو مفتاح الوعي والعامل الأساسي لحدوث الوعي. وفي عملية الوعي فإن العقل هو وسيلة الإدراك، وصحة القرارات التي يتخذها الإنسان تعتمد على صحة المعلومات التي يتلقاها، فإن استوعبها فذلك يعني إنه وعاهها، وحين تتراكم المعارف الصحيحة يحدث الوعي الصحيح، بينما إذا تراكمت المعلومات الكاذبة والمضللة فيحدث تزييف الوعي.⁽²⁶⁾

الوعي هو نتيجة للتفاعل بين أنفسنا وعالمنا المادي المحيط بنا، وهو يلعب دوراً هاماً في التطور الاجتماعي، سواء كان هذا الدور إيجابياً أو سلبياً، فالأفكار التي توجد لدى الناس قد تساعد على تطور المجتمع أو قد تكون عائقاً أمام هذا التطور. تزييف الوعي يأتي من خلال السيطرة على الوعي الجماعي،⁽²⁷⁾ بمعنى أن تزييف الوعي يحدث بتزييف الإدراك، فمن يريد أن يزيّف وعيك سيقوم بتزييف إدراكك أولاً ثم التحكم فيه وبالتالي توجيهه وفق أجندات وأفكار وتوجهات تخدم الفئة المسيطرة على ذلك الوعي، ذلك أن المجتمع لا يرى إلا ما يُراد له أن يراه.⁽²⁸⁾

إن السلطة غير الشرعية أو المستبدة لا تستطيع الاستمرار لفترات طويلة إلا إذا قامت بعمليات تزييف للوعي فهي تريد أن تشكل هذا الوعي لكي يقبل منظومة السلطة وتوجهاتها ومصالحها دون الحاجة إلى الإفراط في استخدام القمع الأمني الذي ربما يكلفها ثمناً سياسياً أو اجتماعياً كبيراً، وتنجح عمليات تزييف الوعي أكثر في المجتمعات ضعيفة الثقافة التي لا تملك عقلية نقدية تزن بها الأمور،

تلك المجتمعات القابلة للإيحاء والاستهواء والتنويم والتغيب، تلك المجتمعات العاطفية التي يسهل تحريك مشاعرها في الاتجاه الذي تريده الأدوات الإعلامية للسلطة. وما اقصده بتزييف الوعي هو خلق أعداء وهميين للإنسان بدلاً عن أعداءه الحقيقيين أو طرح أهداف إمامه يتعارض سعيه لتحقيقها مع مصالحه الأساسية.⁽²⁹⁾

الخاتمة:

من خلال ما سبق ذكره نصل إلى أن مضمون الإعلام هو عبارة عن خطابات قابلة للتحليل والدراسة العلمية، حيث يمكن تطبيق مناهج العلوم الإنسانية والاجتماعية بمختلف تخصصاتها على هذه النصوص. من جهة أخرى فإن النصوص والخطابات الإعلامية لا تخلو البتة من المضامين الإيديولوجية، مهما كانت المحتويات المعرفية التي يتضمنها الخطاب سليمة. ولذلك فلا يخلو الخطاب الإعلامي - شئنا أم أبينا - من تشويه الوقائع وبالتالي تزييف الوعي والمدارك، وللخروج المستمر من مثل هذه الوضعيات الحرجة، يجب أن يرافق الخطابات الإعلامية قراءات استمولوجية، ترافق تطورها، تكشف باستمرار عما سكنت عنه هذه الخطابات، عما تخفيه؛ بمعنى أنها تعمل على إبراز كل ما ينطوي عليه لا وعي الخطابات الإعلامية.

الهوامش

(1)- encyclopédie électronique wikipedia, article «information».

(2)- محمد عابد الجابري: تكوين العقل العربي، مرجع سابق، ص 61.

(3)- Le petit Larousse, 1990, p329

(4)- سعد البازعي وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الثالثة، 2002، ط2، 2000، ص 88

(5)- سعد البازعي وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، ط2، 2000، ص 99

(6)- مرزوق العمري: إشكالية تاريخية النص الديني في الخطاب الحداثي المعاصر، دار الأمان، الرباط، الطبعة الأولى، 2012، ص 75

(7)- محمد حافظ دياب: سيد قطب والايديولوجيا، موفم للنشر، 1991، ص ص 7-8

(8)- إشكالية تاريخية النص، ص 76

(9)- محمد عابد الجابري: الخطاب العربي المعاصر، دراسة تحليلية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة السادسة، 1999، ص 10

(10)- إشكالية تاريخية النص، تعليق هامشي ص 77

(11)- سعد البازعي وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، ص 89

(12)- عبد الرزاق الدوّاي: موت الإنسان في الخطاب الفلسفي المعاصر، دار الطليعة، بيروت، ص 135.

(13)- نقلاً عن: سعد البازعي وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، ص ص 156-157

- (14) - رومان جاكوبسون: بحث في الألسنية العامة. نقلاً عن: اللغة، سلسلة دفاتر فلسفية، إعداد وترجمة: محمد سبيلا وعبد السلام بنعبد العالي، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، المغرب، ط4، 2005، ص 61
- (15) - مرزوق العمري: إشكالية تاريخية النص الديني في الخطاب الحداثي المعاصر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2012، ص 263
- (16) - محمد عابد الجابري: مدخل إلى فلسفة العلوم، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط5، 2002، ص ص 47-48.
- (17) - حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 102
- (18) - زكي نجيب محمود: الايديولوجيا ومكانتها من الحياة الثقافية، مجلة فصول، م5، العدد: 04، 1985، ص 27
- (19) - نقلاً عن حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 103
- (20) - حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 104
- (21) - حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 107
- (22) - حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 109
- (23) - نقلاً عن حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 24
- (24) - نقلاً عن حسين علي: العلم والايديولوجيا؛ بين الإطلاق والنسبية، دار التنوير، بيروت، 2011، ص 25
- (25) - عبد الوهاب المسيري: العالم من منظور غربي، مجلة الهلال، العدد: 602، فبراير 2001، ص 15
- (26) - منير ابراهيم تايه: الحوار المتمدن-العدد: 5477 - 3 / 3 / 2017 - 18:24
- (27) - من الأمثلة الشهيرة على تزيف الوعي وتوجيه الرأي العام ما يلي: حين نشبت الحرب العالمية الأولى كان على الولايات المتحدة الأمريكية التزامات تجاه الحلفاء يجب أن تؤديها، ولكن حال بين الحكومة الأمريكية وتلك الالتزامات توجه الشارع الأمريكي الذي كان رافضاً خوض حرب لا تعنيه، وكالعادة فإن الحكومات لا تقف مكتوفة الأيدي أمام الشعوب؛ تكونت الحكومة لجنة أطلق عليها "لجنة كريل" تتلخص مهمتها في تغيير رأي الشعب الأمريكي تجاه الحرب. وفي غضون ستة أشهر نجحت اللجنة فيما أسند إليها، وتحول الشعب الأمريكي إلى داع للحرب وليس فقط موافقاً عليها! والسؤال المطروح: ماذا فعلت لجنة "كريل"؟ وكيف تم الاستحواذ على الرأي العام الأمريكي؟ يشير آرثر آيا بيرغر، مؤلف كتاب "وسائل الإعلام والمجتمع" إلى تعرض جهازنا الحسي في الخطاب الإعلامي لوابل مستمر من الصور، سريعة الحركة والمؤثرات التي تؤدي في نهاية المطاف إلى أن تصبح قدرتنا على اتخاذ قرارات ومواقف عقلانية إزاء أي شيء أمراً صعباً، فالأخبار التي تصلنا بحسب **تود غيتلين** مؤلف "وسائل إعلام بلا حدود" ليست مرآة تعكس العالم؛ إنها منتج صناعي ونسيج معرفي يعزز مجموعات من الأفكار والايديولوجيات الخ. المشكل أن العالم يظهر بشكل، ووسائل الإعلام تظهره بشكل آخر وفق ما يفسره المحررون وغيرهم ممن يتحكمون في الصور التي يسمح لنا رؤيتها والكلمات المسموح لنا سماعها أو قراءتها. وهذا قريب كذلك مما حدث في حرب الخليج الأولى والثانية أثناء غزو العراق واحتلاله في 2003.
- (28) - منير ابراهيم تايه: الحوار المتمدن-العدد: 5477 - 3 / 3 / 2017 - 18:24
- (29) - منير ابراهيم تايه: الحوار المتمدن-العدد: 5477 - 3 / 3 / 2017 - 18:24
- ملاحظة : تم نشر هذه المداخلة بالمجلة بعد اختيارها للنشر، حيث أن ضمن فعاليات الملتقى الدولي الموسوم ب" الملتقى الدولي الاعلام المحلي في الجزائر " التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل .