

الخطاب الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارسة للسلطة: مقارنة فوكوية

آلاء إبراهيم العمارة^١

د. جورج يعقوب الفار^٢

الملخص

يقدم هذا البحث تحليلاً لقراءة الفيلسوف ميشال فوكو لأنواع الخطاب، وتحليل علاقته بالسلطة. فمن خطاب المؤسسة والعيادة والجنون، نكتشف أن الخطاب نظام يوجد في كل مجال، ويخضع إلى مجموعة من الآليات التي يحددها فوكو بأنها مرتبطة بالسلطة التي تعمل على توظيف الخطابات لخدمتها. ويعد الإعلام والتربية مجالين مهمين بالنسبة للسلطة، حيث يحمل الخطاب الإعلامي والتربوي، على مجموعة من الرسائل التي تريد السلطة إيصالها لأفراد المجتمع عبر وسائل الإعلام والمؤسسات التربوية المختلفة، لنقل أيديولوجيتها وتوجهاتها، نظراً لقوة العلاقة بين الخطاب الإعلامي، والخطاب السياسي، والأجهزة التربوية، بحكم خضوعها للسلطة السياسية التي تخضع لها مختلف المؤسسات في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإعلامي، الخطاب التربوي، السلطة، فوكو، الخطاب، السلطة الرمزية.

^١ كلية الآداب، الجامعة الأردنية، الأردن.

^٢ كلية الآداب، الجامعة الأردنية، الأردن.

Media and Educational Discourse as Practices of Power: A Foucauldian Approach

Alaa Ibraheem Al-Amairah

Faculty of Arts, The University of Jordan, Jordan.

Dr. George Yaqoub Elfar

Faculty of Arts, The University of Jordan, Jordan.

Abstract

This study provides an analytical examination of **Michel Foucault's** conception of discourse and its relationship to power. Through his analyses of institutional discourse, clinical discourse, and the discourse of madness, Foucault demonstrates that discourse constitutes a system that permeates various social domains and operates through a set of mechanisms closely linked to power. According to Foucault, power employs and regulates discourses in ways that serve its objectives and sustain its influence.

Within this framework, media and education represent two significant domains through which power is exercised. Media and educational discourses convey a range of messages through media channels and educational institutions, contributing to the dissemination of ideological orientations and social values endorsed by dominant power structures. The effectiveness of these discourses stems from the close interrelationship between media discourse, political discourse, and educational apparatuses, all of which function within broader networks of power that shape and regulate social institutions. Consequently, discourse becomes a central mechanism through which power influences knowledge, social awareness, and the formation of individual and collective perceptions.

Keywords: Media Discourse, Educational Discourse Power, Michel Foucault, Power/Knowledge, Discourse, Symbolic Power, Epistemic Formation.

المقدمة

يقودنا الحديث عن السلطة والخطاب بالضرورة إلى فلسفة المفكر الفرنسي ميشيل فوكو (Michel Foucault)، الذي ركز على إبراز مفهوم السلطة والخطاب، وتحليل الممارسات التي تقوم بها السلطة على الذات للوصول إلى الحقيقة المرادة من الخطابات المتنوعة. فالسلطة منتشرة في كل مكان داخل الحقل الاجتماعي، فهي لا تنحصر في السلطة السياسية فقط، بل هي موجودة وتؤثر في فضاءات مختلفة أهمها سلطة المعرفة الموجودة في المؤسسات المختلفة (رابعة، شومر، عمر، ٢٢٤: ص ٤).

اتجه فوكو إلى إعادة قراءة تاريخ الثقافة الغربية، ساعياً إلى تسليط الضوء على الموضوعات التي همشتها هذه الثقافات، وفرضت عليها مجموعة من الضوابط والمعايير. يسعى هذا البحث إلى تحليل طبيعة العلاقة بين السلطة والخطاب المعرفي، وبشكل أخص إلى تحليل دور السلطة الرمزية في الخطاب المعرفي والإعلامي من منظور الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو (Michel Foucault).

شهد الفكر الفلسفي تحولات جذرية مع أعمال فوكو، الذي تميز بمنهج النقدي في تحليل المعرفة والسلطة والخطاب، والكشف عن خصوصيات الخطاب، والبحث في أصول المعرفة وثوابتها، من أجل الوصول إلى بنيتها الحقيقية (منسي، ٢٠٢٥: ص ٣).

تطورت النظرة إلى السلطة بوصفها تنظيمًا اجتماعيًا إنسانياً، وليس حكماً إلهياً مقدساً في القرنين السابع عشر والثامن عشر. ويدرك المتتبع لكتابات فوكو في الفضاء الاجتماعي والسياسي بسهولة مدى تفاعله مع الأحداث التاريخية، كالعاقبة، والسجن، والجنسانية، ومختلف الفئات المهمشة الذين يشكلون أطراف الحضارة الغربية، الحاضرين في ذاكرة المعرفة والسلطة. لذلك، عالج فوكو قضايا الواقع التي تبتعد عن السطحية، والتي تفسر التغيرات الاجتماعية الراهنة، من خلال عرضها في دروسه، التي تعنى بتدبير فن الحكم في الفضاء الأوروبي. حيث تم توزيع الأدوار وضبطها بشكل منظم، مستعملاً تقنيات معينة ودقيقة، لتدبير وتنظيم شؤون الحياة، بأمر سلطة الفاعل والفعال. ليتعدى الأمر حدود المنح والترخيص، إلى أن يصل إلى إعادة تشكيل وتفعيل ذوات بشرية على شكل هيئة محددة مسبقاً. وتعد العيادة، والجنسانية، والانضباط المؤسسي إحدى هذه القضايا (خنوس، ٢٠٢١: ص ٩).

تعتبر السلطة من المفاهيم الإشكالية في الفكر الفلسفي والاجتماعي. حيث أصبحت عبارة عن مجموعة من العلاقات التي تعمل في شتى مناحي الحياة الاجتماعية. فقد شهد مفهوم السلطة، تحولاً من التصورات الكلاسيكية، إلى مقارنة حديثة لآليات عملها وحدودها، وممارستها غير المرئية داخل المجتمع. ومن هنا يقدم لنا فوكو تصوراً مختلفاً للسلطة، وينقلها إلى مجال المعرفة والخطاب. وينطلق هذا البحث

لتحليل علاقة السلطة بالخطاب المعرفي من وجهة نظر فوكو، وتتبع لتحول مفهومها من الصورة القمعية التقليدية، إلى صورتها الجديدة المعاصرة المتمثلة في الإنتاج، ع بر ممارسات الخطاب، بوصفه أهم أدواتها. وجاء ذلك من أهمية مفهوم "الخطاب" في الفلسفة المعاصرة، بوصفه أداة لإنتاج واقع اجتماعي، نفهم من خلاله النظام الاجتماعي والمعرفي الذي يقوم بإعادة تشكيل الحقيقة (فوكو، ٢٠٠٧: ص ٣٨).

وفي هذا السياق يبرز الإعلام بوصفه أحد المجالات التي تتجسد فيها ممارسات الخطاب المعاصر. ويأتي الخطاب الإعلامي بوصفه يملك القدرة على تشكيل الوعي من خلال "السلطة الرمزية" التي يتضمنها، والتي تحدث عنها فوكو باعتبارها أخطر أنواع السلطة، فهي سلطة لا تفرض نفسها بالقوة، بل من خلال إعطائها مجالاً تتشكل فيه. وهنا، نناقش المعرفة وما يندرج تحتها مجالات إعلامية وتربوية، تشكل مساحة تعمل داخلها بشكل يومي، نظراً لما تمتاز به من قدرة واسعة على احتواء الخطابات التي تشكل الوعي الاجتماعي. من خلال الانتقاء لما يقال، والتكرار لما يرد له أن يفهم وينتشر. وبهذا لا يكون الإعلام مجرد وسيطٍ ناطقٍ، بل منتجاً لمعاني تشكيل الخطاب المعرفي، الذي يفسر ويحلل باستخدام لغة ومصطلحات معينة، ويكون المجال التربوي شريكاً للسلطة أيضاً في توجيه الرأي العام، وتشكيل سلوك ووعي الأفراد. وبذلك يُعدُّ كل من الخطاب الإعلامي والتربوي، شكلاً من أشكال السلطة الرمزية في العصر الحديث، وأحد أهم أجهزتها (هندس، ٢٠٠٥: ص ٣٥).

إن الانتقال إلى دراسة الخطاب الإعلامي والتربوي كسلطة معرفية في هذا البحث، لا يأتي بوصفهما موضوعات منفصلة عن السلطة، بل بوصفه المجال الذي ارتبط بقراءة فوكو للتراث الغربي، بدءاً من خطاب العيادة، باعتبارهما نظاماً محايثاً لهذه المجالات، وممارسة فعلية، لا مفهوماً أو تصوراً فارقاً لها. تأتي نظرة فوكو للخطاب الإعلامي والتربوي، بوصفه موضوعاً للتحليل والتفكيك، وأنهما يحتاجان إلى تحديد قوانين بنائهما وشروط وجودهما، وما يرتبط بهما من مراكز وفضاءات متعددة، كمجال الذات المفكرة، أو مجال الممارسة الفعلية، أو مجال تواصل وصراع بين الأفراد، ليخرج الخطاب من التصور التقليدي الذي يجعله مرتعناً بالذات وتابعاً لها، إلى أن يكون له وجودٌ خاصٌ مستقلٌّ عنها. حيث يعمل فوكو على قلب علاقة الذات بالخطاب، ويبرز لهذه الخطابات كياناً وسلطة على الذات، من خلال ممارسات سيتم البحث فيها (لسود، ٢٠٢٢: ص ٦)

١- مشكلة البحث:

في ظل تزايد حضور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي، لا يمكن فصله عن بُنى السلطة التي تُسهم بدرجة كبيرة في صياغة وتوجيه الخطابات الإعلامية الموجهة للجمهور. وهنا، تبرز أهمية التحليل الفوكوي،

الذي يكشف عن الأبعاد الخفية وغير المرئية لها. فالإعلام لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأحداث، بل أصبح أداة توظيفها السلطة بطرق غير مباشرة لضبط السلوك، وتأطير المعرفة، وإنتاج الواقع لا الكشف عنه. من هنا، يطرح البحث الإشكالية الآتية: كيف يعمل الإعلام كخطاب للسلطة؟ وكيف تُمارس السلطة وتفرض هيمنتها عبر آليات ناعمة ورمزية تتسلل إلى الخطاب ذاته، بأساليب تبدو في ظاهرها محايدة؟ وما دور المؤسسات التعليمية والتربوية في تشكيل وعي الأفراد؟ إن الإجابة على هذه الأسئلة وما يتفرع عنها من أسئلة تشكل حلاً لمشكلة البحث.

٢- أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من الاعتبارات الآتية:

- ١- تحليل الإعلام من منظور الخطاب عند فوكو، حيث مازالت الحاجة إلى الكثير من الدراسات في البُعد التحليلي النقدي لصالح النظرة الوظيفية، رغم كونه من أبرز الوسائط التي تُعيد إنتاج السلطة.
- ٢- الإسهام في تقديم رؤى فلسفية يمكن أن تُسهم في تطوير الخطاب الإعلامي داخل المؤسسات التربوية والإعلامية.
- ٣- معالجة فجوة بحثية واضحة من خلال تقديم إطار نظري يجمع بين الإعلام والتربية والسلطة بوصفهما خطابين متقاطعين، وتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها أكاديميًا ومهنيًا، حيث يقدم البحث إضافة علمية تربط المجالين الإعلامي والتربوي ضمن إطار تحليلي واضح، بما يتيح قراءة العلاقة بين الخطاب والسلطة في المؤسسات والممارسات التي تسهم في تشكيل الوعي الفردي والجماعي.
- ٤- إبراز الدور التكاملي للفلسفة كأداة للتساؤل عن الحقيقة، والمعرفة كوسيلة لتجسيدها، والإعلام كقناة لإعادة إنتاجها ضمن نسق سلطوي.
- ٥- العمل على كشف ممارسات السلطة الرمزية في الخطاب التربوي الذي تتبناه المؤسسات التعليمية والتربوية.

٣- أهداف البحث:

- ١- تفكيك آليات السلطة الرمزية الكامنة في إنتاج وتداول الخطابات الإعلامية والتربوية التي تُستخدم لتمرير السلطة، بما يُعزز الوعي النقدي تجاه هذه الآليات.

٢- تجاوز النظرة الوظيفية التقليدية للإعلام والتعليم والتربية، بوصفهما أدوات - رمزية تُعيد إنتاجها السلطة.

٣- تقديم إطار نقدي فلسفي لتحليل الخطاب الإعلامي والتربوي استنادًا إلى المفاهيم الفوكوية (كالخطاب، والسلطة، والمعرفة).

٤- أسئلة البحث:

انطلاقاً من المشكلة المطروحة، تتناول الدراسة الأسئلة الآتية :

١- كيف يمكن فهم الإعلام والتربية بوصفهما خطابين للسلطة وتحليلهما فلسفيًا ضمن تصور فوكو للسلطة والمعرفة؟

٢- ما دور المؤسسات الإعلامية والتربوية في توجيه الخطابات المعرفية الهادفة إلى تشكيل الوعي العام؟

٣- ما هي الآليات الرمزية التي يستخدمها كل من الإعلام والتربية لإعادة إنتاج المعرفة الموجهة ضمن المجال التربوي والإعلامي؟

٤- كيف يؤثر الخطاب الإعلامي والتربوي في تشكيل وعي الأفراد وتشكيل ذواتهم؟

٥- منهج البحث:

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المناهج التي تتناسب مع طبيعتها الفلسفية التحليلية، وأبرزها المنهج الفلسفي التحليلي - النقدي لفهم مفاهيم السلطة والخطاب لدى فوكو، وتفكيك تماثلاتها في الإعلام والتربية، بحيث تقوم الدراسة في تحليلها للمادة الفلسفية على الانتقال من عرض المفاهيم والأطروحات الأساسية في فكر ميشيل فوكو إلى تحليل دلالاتها وعلاقاتها المتبادلة، ثم توظيفها في قراءة الخطابين الإعلامي والتربوي. وصولاً إلى استخلاص النتائج التي تكشف طبيعة العلاقة بين الخطاب والسلطة والمعرفة وتشكيل الوعي. ولا تعتمد الدراسة على عينة ميدانية أو أدوات سيكومترية أو معالجات إحصائية، لكونها دراسة فلسفية نظرية تقوم على تحليل المفاهيم والنصوص والخطابات ذات الصلة بموضوعها.

٦- الدراسات السابقة:

على الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت مفهوم الخطاب والسلطة في الفكر الفوكوي، والدراسات التي بحثت في الخطاب الإعلامي أو التربوي كلٌّ على حدة، فإن الحاجة تظل قائمة إلى مقارنة فلسفية تجمع بين الخطابين الإعلامي والتربوي ضمن إطار فوكوي واحد، للكشف عن آليات اشتغال السلطة من

خلال الخطاب ودورها في إنتاج المعرفة وتشكيل الوعي. ومن هنا تسعى الدراسة الحالية إلى معالجة هذه المساحة من خلال تحليل الخطابين الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارستين للسلطة. وهي:

دراسة الزواوي بغورة (٢٠٠٠) بعنوان (مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو)

يتناول الكتاب مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، وعلاقته بمفاهيم المعرفة والسلطة والذات، موضحاً أن الخطاب لا يقتصر على كونه وسيلة للتعبير أو نقل الأفكار، وإنما يمثل ممارسة تتشكل ضمن شروط تاريخية ومعرفية محددة. كما يبرز الكتاب دور الخطاب في إنتاج المعرفة وتنظيمها، وعلاقته بممارسات السلطة وبالكيفية التي تتشكل بها أنظمة الحقيقة داخل المجتمع.

وتستفيد الدراسة الحالية من الكتاب في تأصيل مفهوم الخطاب في الفكر الفوكوي، ولا سيما في بيان علاقته بالمعرفة والسلطة والذات، بما يدعم الإطار النظري للدراسة. وتختلف الدراسة الحالية عنه في مجال التطبيق؛ إذ توظف التصور الفوكوي للخطاب في تحليل الخطابين الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارستين للسلطة، والكشف عن دورهما في إنتاج المعرفة وتشكيل الوعي وإعادة إنتاج علاقات السلطة.

دراسة بيير بورديو (٢٠٠٧) بعنوان (الرمز والسلطة)

قدم فيها مفهوم السلطة الرمزية، موضحاً كيف تُمارس الهيمنة الاجتماعية والثقافية من خلال اللغة والرموز بطرق غير مباشرة وغير مرئية. يُعرّف بورديو السلطة الرمزية بأنها سلطة لا مرئية، لا يمكن أن تُمارَس إلا بتواطؤ أولئك الذين يأبون الاعتراف بأنهم يخضعون لها، بل ويمارسونها. يركّز الكتاب على أن هذه السلطة تتغلغل في البنى النفسية والذهنية للأفراد، مما يجعل تأثيرها عميقاً وخطيراً. وتُمارس هذه السلطة من خلال مؤسسات مثل المدارس والجامعات والمؤسسات الإعلامية، حيث يُعاد إنتاج الثقافة السائدة وتُضفي عليها الشرعية، مما يسهم في تكريس الهيمنة الطبقية.

وتستفيد الدراسة الحالية من تصور بورديو للسلطة الرمزية في فهم العلاقة بين الخطاب والسلطة، خاصة فيما يتعلق بدور المؤسسات الإعلامية والتربوية في إنتاج المعاني وتشكيل الوعي. وتختلف الدراسة الحالية في اعتمادها على المقاربة الفوكوية بوصفها الإطار الفلسفي الرئيس لتحليل الخطابين الإعلامي والتربوي باعتبارهما ممارستين للسلطة.

دراسة خضر العتوم (٢٠١٣) وهي رسالة ماجستير منشورة بعنوان (الإعلام والشباب وصياغة

الوعي دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك) الجامعة الأردنية، بحثت الدراسة في العلاقة بين وسائل الإعلام وتأثيرها في تشكيل وعي الشباب الجامعي. اعتمدت على منهج ميداني، شمل عينة من طلبة جامعة اليرموك. وخلصت إلى أن وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً في تشكيل الثقافة العامة والوعي

الفكري لدى الشباب، حيث تسهم في إعادة صياغة مفاهيمهم وقيمهم الاجتماعية. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب، وتوجيه المحتوى الإعلامي بما يخدم القيم الثقافية والمعرفية والمجتمعية الإيجابية.

وتتقاطع الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في اهتمامها بدور الخطاب الإعلامي في تشكيل الوعي والتأثير في المتلقي، وتختلف عنها في طبيعة المقاربة والمنهج؛ إذ تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الفلسفي التحليلي النقدي والمقاربة الفوكوية لتحليل الخطاب الإعلامي بوصفه ممارسة للسلطة، والكشف عن علاقته بإنتاج المعرفة وتشكيل الوعي.

دراسة جودة أبو خاص (٢٠١٤) وهي رسالة ماجستير منشورة بعنوان (المنظور الفلسفي للسلطة عند ميشيل فوكو) الجامعة الأردنية، هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على المنظور الفلسفي للسلطة عند الفيلسوف ميشيل فوكو، من خلال توضيح الأسس الفلسفية التي انطلق منها في تأسيسه لمفهوم السلطة، وبيان العلاقة بين السلطة والمعرفة في الخطاب الفلسفي لديه. بالإضافة إلى تحليل علاقات السلطة في المجتمع والدولة. وخلصت الدراسة إلى أن فوكو يرى السلطة بوصفها ناجمة عن علاقات اجتماعية متعددة (سياسية، اقتصادية، معرفية).

وتتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة أبو خاص في اعتمادها على التصور الفوكوي للسلطة وفي بحث العلاقة بين السلطة والمعرفة والخطاب إلا أن الدراسة الحالية تتجاوز البحث العام في مفهوم السلطة عند فوكو إلى توظيف مفاهيمه في تحليل الخطاب الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارستين للسلطة. كما تسعى إلى الكشف عن الكيفية التي يعمل بها الخطاب في إنتاج المعرفة وتشكيل الوعي وإعادة إنتاج علاقات السلطة داخل المجالين الإعلامي والتربوي.

دراسة عبد الله عدوي (٢٠٢٣) بعنوان (الفن والإعلام الهادف) تتناول الدراسة العلاقة التفاعلية بين الفن ووسائل الإعلام بوصفهما أدوات للتأثير الثقافي والاجتماعي، حيث يركز على دور الفن والإعلام في تشكيل الوعي العام، وتعزيز القيم الإيجابية في المجتمع. ويناقش كيف يمكن توظيف الوسائط الفنية والإعلامية بشكل هادف، لتجاوز الترفيه السطحي، نحو التأثير المعرفي والتربوي، مع إبراز نماذج من إنتاجات فنية وإعلامية أسهمت في تعزيز الهوية والثقافة. ويؤكد المؤلف أهمية تبني خطاب إعلامي وفني ملتزم يراعي البعد الإنساني والأخلاقي في ظل التحديات المعاصرة.

وتتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة عدوي في اهتمامها بدور الخطاب الإعلامي في التأثير في الوعي وتشكيل التصورات الثقافية والتربوية، إلا أن الدراسة الحالية تختلف عنها في طبيعة المقاربة والهدف؛ إذ

تتناول الخطاب الإعلامي والتربوي من منظور فوكوي يركز على العلاقة بين الخطاب والسلطة والمعرفة، وعلى الكيفية التي يمكن من خلالها أن يسهم الخطاب في إنتاج أنماط معينة من المعرفة وممارسة السلطة.

بحث بالقسم محسن (٢٠٢٢) بعنوان (الحجاج والإقناع في الخطاب الأيديولوجي) وهو بحث منشور في مجلة العلوم وآفاق المعارف المجلد الثاني العدد الأول لعام ٢٠٢٢، درس فيه الخطاب واستعمالاته في كل مجالات الحياة السياسية والاجتماعية والتعليمية وغيرها. وأن أي خطاب لا يخلو من الحجاج والإقناع، فعصرنا هذا هو عصر الحجاج والإقناع والتأثير والتأثر بامتياز، ولا سيما مع تطور وسائل الإعلام، المتضمنة لفيض من الخطابات اليومية المتضاربة والمتعارضة بالأفكار. والخطاب الأيديولوجي لا يخرج عن هذه القاعدة، حيث إنه وسيلة للتأثير في الأفراد وإقناعهم عبر مجموعة من الآليات التي تعتمد على استدراج عطف المتلقين له.

وتتقاطع الدراسة الحالية مع هذا البحث في اهتمامها بالخطاب بوصفه أداة للتأثير في المتلقي وتشكيل تصورات، كما تستفيد منه في فهم آليات التأثير التي يمكن أن يمارسها الخطاب. إلا أن الدراسة الحالية تختلف عنه في منطلقها النظري؛ فهي لا تركز على الحجاج والإقناع بوصفهما آليتين خطابيتين فحسب، وإنما تنظر إلى الخطاب الإعلامي والتربوي من منظور فوكوي بوصفهما ممارستين للسلطة ترتبطان بإنتاج المعرفة وتشكيل الوعي وإعادة إنتاج علاقات السلطة.

بحث منسي عبدالعزيز (٢٠٢٥) بعنوان (خطاب المعرفة وشجب النزعة الإنسانية عند ميشيل فوكو) وهو بحث منشور في مجلة أطراس المجلد السادس العدد ٢ لعام ٢٠٢٥، بحث فيه فلسفة ميشيل فوكو بوصفها مشروعاً نقدياً يُسائل الخطابات ويقوض أسس النزعة الإنسانية التقليدية. وينطلق من تحليل فوكو للمعرفة باعتبارها نتاجاً للسلطة والخطاب، مما يستدعي دراسة آليات إنتاجها ضمن أطر إبستمولوجية محددة.

وتلتقي الدراسة الحالية مع بحث منسي في اعتمادها على التصور الفوكوي للعلاقة بين الخطاب والسلطة والمعرفة، وفي النظر إلى الخطاب باعتباره مجالاً لإنتاج المعرفة وليس مجرد وسيلة لنقلها. وتختلف الدراسة الحالية عنه في مجال التحليل؛ إذ تتجه إلى دراسة الخطابين الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارستين للسلطة، والكشف عن آليات اشتغال السلطة داخلهما.

بحث محمد هاتو عزيز (٢٠٢٢) بعنوان (البنية وسلطة الخطاب المعرفي عند ميشيل فوكو) وهو بحث منشور في مجلة كلية الآداب في جامعة بغداد، العدد (٥٦)، الجزء الأول لعام ٢٠٢٢. تناول البحث

العلاقة بين المعرفة والخطاب في الفكر الفوكوي، وانطلق من دراسة تطور مقاربات فوكو للمعرفة وانتقاله من المنهج البنوي إلى المنهج الأركيولوجي في تحليل الأنظمة المعرفية والخطابات.

ويركز البحث على الأنظمة المعرفية بوصفها أنظمة خطائية ترتبط بعلاقات السلطة، موضحاً أن الخطاب لا ينفصل عن ممارسات السلطة التي تتشكل من خلاله، وأن اللغة تمثل مجالاً أساسياً لإنتاج الخطابات وتداولها وممارسة السلطة المعرفية من خلالها. ويسعى البحث إلى الكشف عن مظاهر السلطة الكامنة داخل الخطابات والأنظمة المعرفية وتحليل آليات اشتغالها.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذا البحث في تأصيل العلاقة بين الخطاب والمعرفة والسلطة في الفكر الفوكوي، ولا سيما في فهم الخطاب باعتباره مجالاً تتشكل داخله المعرفة وتعمل من خلاله علاقات السلطة. غير أن الدراسة الحالية تتجه إلى توظيف هذا التصور في تحليل الخطابين الإعلامي والتربوي تحديداً، للكشف عن كيفية ممارسة السلطة من خلالهما ودورها في إنتاج المعرفة وتشكيل الوعي، وهو ما يميز مجال البحث الحالي عن المعالجة العامة للخطاب المعرفي في الدراسة السابقة.

كتاب ميشيل فوكو (٢٠١٠) بعنوان (المعرفة والسلطة)

يتناول كتاب ميشيل فوكو (المعرفة والسلطة) العلاقة المتشابكة بين المعرفة وممارسة السلطة، موضحاً أن المعرفة لا تتشكل بصورة مستقلة عن علاقات القوة داخل المجتمع، وأن السلطة لا تعمل من خلال القوانين والمؤسسات الرسمية وحدها، وإنما تتغلغل في إنتاج المعرفة وتنظيم الخطابات وتحديد ما يُقبل بوصفه حقيقة أو معرفة مشروعة. كما يبرز الكتاب أن العلاقة بين السلطة والمعرفة علاقة متبادلة، إذ تسهم السلطة في إنتاج أنظمة معرفية معينة، بينما توفر المعرفة بدورها آليات لتصنيف الأفراد وتنظيم سلوكهم وممارسة السلطة عليهم.

وتستفيد الدراسة الحالية من الكتاب في تأصيل العلاقة بين الخطاب والسلطة والمعرفة، ولا سيما في فهم الكيفية التي تتحول بها المعرفة إلى جزء من ممارسة السلطة، وكيف تسهم الخطابات في إنتاج أنماط معينة من الحقيقة والوعي. كما يفيد الكتاب في دعم التصور الفوكوي الذي تنطلق منه الدراسة في تحليل المؤسسات والممارسات التي تنتج المعرفة وتعيد تداولها.

وتختلف الدراسة الحالية عن هذا الكتاب في مجال التحليل؛ إذ يتناول الكتاب العلاقة الفلسفية العامة بين المعرفة والسلطة في الفكر الفوكوي، بينما تتجه الدراسة الحالية إلى توظيف هذه العلاقة في تحليل الخطابين الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارستين للسلطة، والكشف عن دورهما في إنتاج المعرفة وتشكيل الوعي وتكوين الذات وإعادة إنتاج علاقات السلطة داخل المجتمع.

٧- التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة تنوع المقاربات التي تناولت مفاهيم الخطاب والسلطة والمعرفة والوعي والتأثير في مجالات فلسفية وإعلامية وتربوية وثقافية متعددة. وقد أسهمت هذه الدراسات في بناء أرضية معرفية للدراسة الحالية؛ إذ قدمت بعض الدراسات تأصيلًا لمفهوم السلطة وعلاقتها بالخطاب والمعرفة في الفكر الفوكوي، في حين تناولت دراسات أخرى دور الخطاب الإعلامي في تشكيل الوعي، أو بحثت في آليات التأثير والإقناع داخل الخطابات المختلفة، كما قدمت بعض الدراسات تصورًا للسلطة الرمزية ودورها في إعادة إنتاج المعاني والقيم داخل المؤسسات الاجتماعية والثقافية.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الإسهامات في بناء إطارها النظري وتحديد مفاهيمها الأساسية، إلا أنها تختلف عن الدراسات السابقة في زاوية المعالجة ومجالها؛ إذ تجمع بين الخطاب الإعلامي والخطاب التربوي ضمن مقارنة فلسفية فوكوية واحدة، وتنظر إليهما بوصفهما ممارستين للسلطة لا تقتصر وظيفتهما على نقل المعلومات أو المعرفة، وإنما تسهمان في إنتاجها وتنظيمها وتحديد أنماط تداولها، وفي تشكيل الوعي وتوجيه التصورات والمواقف.

وعليه، تمثل الدراسات السابقة مرتكزًا أساسيًا للدراسة الحالية، سواء في تأصيل المفاهيم الفلسفية أو في تحديد مجالات تطبيقها، بينما تسعى الدراسة الحالية إلى بناء قراءة تحليلية تربط بين الخطاب الإعلامي والتربوي وممارسات السلطة من منظور فوكوي، بما يعزز فهم العلاقة بين الخطاب والسلطة والمعرفة وتشكيل الوعي في السياقات المعاصرة.

٨- التعريف المفاهيمي والمعجمي لمصطلحات البحث:

الخطاب: مجموعة من المنطوقات التي تنتمي إلى نفس التشكيلية الخطائية، ويخضع وجودها لشروط معرفية - سلطوية (فوكو، ١٩٨٦).

السلطة: وضعية إستراتيجية معقدة في مجتمع معين، لا تُمارس من أعلى فقط، بل تتغلغل في العلاقات اليومية والرموز والمعرفة (فوكو، ٢٠٠١).

الخطاب الإعلامي: إنتاج لغوي (شفهي، أو كتابي، أو بصري) يُمارس ضمن شروط مؤسسية، ويهدف إلى التأثير في وعي المتلقي ضمن سياق اجتماعي وثقافي (عدوي، ٢٠٢٣).

الفلسفة: تفكير منهجي في الأسئلة الكبرى المتعلقة بالوجود والمعرفة، وتُستخدم هنا بوصفها أداة لتحليل الوعي والمعنى في الإعلام والمعرفة (محمود، ١٩٩٢).

التربية: تحقيق إنماء الفرد وتنقيفه مع اهتمام قليل بتقدم المجتمع (الفرحان، ١٩٩٩).

٩- حدود البحث:

تحدد الدراسة الحالية في إطارها الموضوعي بدراسة الخطاب الإعلامي والتربوي من منظور فلسفي فوكوي، مع التركيز على مفاهيم الخطاب والسلطة والمعرفة وتشكيل الوعي، وتحليل الكيفية التي تعمل من خلالها السلطة داخل الممارسات الخطابية في المجالين الإعلامي والتربوي.

وتقتصر الدراسة في إطارها النظري على المفاهيم والأطروحات ذات الصلة بفلسفة ميشيل فوكو، ولا سيما ما يرتبط بالخطاب والسلطة والمعرفة وعلاقتها المتبادلة.

أما من الناحية المنهجية، فتندرج الدراسة ضمن البحوث الفلسفية النظرية، وتعتمد المنهج الفلسفي التحليلي النقدي والمقارنة التأويلية في تحليل المفاهيم والخطابات والنصوص ذات الصلة بموضوع البحث، دون الاعتماد على عينة ميدانية أو أدوات كمية أو إحصائية.

أولاً: الإعلام والتربية كخطاب للسلطة

• تشكّل الخطاب الإعلامي والتربوي داخل البنى السلطوية

يعد الخطاب من المفاهيم التي تستخدم في المجالات السياسية والاجتماعية والمعرفية وغيرها، وعادة ما يأخذ صفة تميزه عن أصناف الخطابات الأخرى، كالخطاب السياسي، والخطاب العلمي، والخطاب الأدبي والخطاب الأيديولوجي. ومع تطور وسائل الإعلام، لا يخلو الخطاب في العصر الحالي من الحجاج، والتأثير وغسل العقول بامتياز، فقد جعلت الخطاب الإعلامي يضع بين أهدافه إقناع الآخر، واستقطاب أكبر عدد من المناصرين له، بالتالي مناصراً لأيديولوجيته (بالقسم، ٢٠٢٢: ص ١).

يبين الإعلام بصفته خطاباً للسلطة، أن سيطرة السلطة في العصر الحديث، لم تعد تُفرض على الأفراد بالقوة والتعذيب، بل أصبحت تعمل على ما يتم إنتاجه في العقول. فالإعلام آلية رمزية يتم بواسطته إعادة إنتاج المعنى للرأي العام، ويقوم بتحليل أنماط التفكير، لتغيير صورة السلطة، بوصفها قوة تُمارس عبر العنف والإكراه، إلى تصور القوى الشرعية التي تتميز بوجود قبول اجتماعي مشروع عبر الخطاب الإعلامي المشروع، الذي يحدد ما يعتبر عقلاني. وبالتالي نقل السلطة من مستوى القوة إلى مستوى العقل والوعي. وهذا ما ركز عليه فوكو، بأن السلطة تمارس من خلال المعرفة لإنتاج حقيقة اجتماعية بواسطة الخطاب الإعلامي والتربوي. وتكون سلطة المعرفة متمثلة بالمعايير التي تضعها الجامعات على المجالات العلمية التابعة لها، والتي تكون محددة للمواضيع المسموح البحث فيها، من خلال نشرها عبر وسائل الإتصال الخاصة بها (هندس، ٢٠٠٥: ص ٤٨-٤٩).

تعمل السلطة تعمل عبر أجهزتها المتمثلة بالمؤسسات الإعلامية (الصحف، وسائل الاتصال المرئي والمسموع)، والمؤسسات التعليمية (الجامعات، المدارس، الأكاديميات العلمية)، وباقي أجهزة الدولة

ودوائرها السياسية، على تشكيل الأفراد واحتوائهم عبر مستويين: الأول، على المستوى الفكري بنفي الحقيقة وحجبها.

والثاني، على المستوى العلمي بنفي العدالة الحقة، وهو ما يحتم على المثقف العمل على كشفه وتقصي آثاره. مما يجعل هذا المثقف حاضراً وواقعياً في المجتمع. ويعدُّ الفيلسوف والمفكر الأمريكي نعوم تشومسكي (Noam Chomsky) أبرز شاهد وكاشف لألاعيب السلطة في الداخل وفي العام، حيث بين في كتبه أن الإعلام ليس محايداً، ويعمل كأداة لخدمة السلطة، عبر خطاب موجه من النخبة لتوجيه الرأي العام والتلاعب بوعي وسلوك الأفراد، عبر خلق وإخفاء قضايا تبرر قرارات السلطة لديهم، بأنها قرارات صحيحة وطبيعية، ليوافقوا عليها طوعاً وإرادتهم. تتجسد ألاعيب السلطة عند ميشال فوكو (Michel Foucault)، في تحليل تشومسكي (Chomsky) للإعلام وخطابه الذي يعتبر أداة لصناعة القبول دون عنف وقوة. يقوم الخطاب عند فوكو على جعل الأفراد ملتزمين بالأنظمة، ويعمل على تنظيم سلوكهم عبر آليات غير مباشرة ليصبحوا أشخاصاً منضبطين، خاضعين لتوجهات السلطة الرمزية غير المرئية المتجسدة في خطاب المؤسسات المختلفة (تشومسكي، ٢٠٠٣: ص ٨).

ويمكن، في هذا السياق، لا يقتصر دور الخطاب الاعلامي والتربوي على نقل المعلومات أو تقديم المعرفة، وإنما يشارك في تحديد ما يُقال وما يُعد معرفة، وما يُمنح الشرعية وما يُستبعد، الأمر الذي يجعل دراسة آليات اشتغال السلطة داخلهما مدخلاً أساسياً لفهم كيفية إنتاج الوعي وتشكيل الأفراد في المجتمع المعاصر.

• إنتاج المعرفة

لا تقوم السلطة في المجتمعات الحديثة كما يقول فوكو بالنفي والقمع، بقدر ماهي قوى للإنتاج (إنتاج المعرفة)، بحيث تنتج وتشكل أنواع من الأفراد من خلال الكثير من الممارسات داخل علاقات السلطة. ويكون نشاطها بأشكال غير مباشرة على الذات. فهي تعبير عن القدرة على تحقيق المعيارية للأساسات، من أجل المحافظة على علاقات الهيمنة والخضوع التي تمارسها على الأفراد بشكل رمزي. إن علاقات السلطة تقوم بوضع الأساس الخاص لما يمكن اعتباره معرفة في مجتمع معين، وتقوم أنظمة المعرفة بدورها بإنتاج أنظمة للسلطة أو القوة، مثل سلطة المعرفة المتمثلة في الخطابات التي تتبناها المؤسسات الإعلامية والتربوية مثل الصحافة، والمهن الطبية، والمؤسسات الثقافية والتعليمية، التي حصلت على مصداقيتها وشرعيتها من قبل السلطة، كمؤسسات منتجة للخطاب (عبد الحميد، ٢٠٠٥: ص ١٠٤).

تتمثل مسؤولية الإعلام بفك اللبس أو الغموض المعرفي عند الأفراد، كما تعمل على إعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية من خلال دفع غير محدود للآراء، والموضوعات، والشخصيات، التي تتميز بقدرتها على إثارة اهتمام المتلقين، وخاصة في أحوال الأزمات، أو الاضطرابات والحروب. بالإضافة إلى تأثيرها في تحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للأفكار والموضوعات التي تنشرها، بجانب التأثير على نظام معتقدات الأفراد. وتقوم أيضا بدعم ما تقدمه المؤسسات التربوية من معلومات تؤثر على مشاعر الأفراد وإدراكهم، كالخوف والقلق، والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية، والتأثيرات السلوكية.

ومن هنا نلاحظ ارتباط الخطاب الإعلامي والخطاب التربوي، فكلاهما يساهمان في تشكيل سلوك الأفراد المتلقين، فالمدرسة تعمل على تأكيد المعرفة من خلال المناهج المطروحة، ويأتي الإعلام ليؤكد هذه المعرفة من خلال ما يعرضه من برامج ومقابلات ومحتوى مرئي، أو مسموع. وينتج عن هذه التأكيدات تشكيل أفراد لهم سلوك متوافق مع ما يتم طرحه وتبنيه في الخطاب الإعلامي والتربوي (عبد الحميد، ٢٠٠٤: ص ٣٠٤).

وفي ضوء ذلك، يمكن فهم الخطاب الإعلامي والتربوي بوصفهما مجالين يشاركان في تشكيل علاقة الفرد بذاته؛ فالخطاب الإعلامي يقدم صوراً ومعايير وتصورات عن الإنسان والمجتمع، بينما يسهم الخطاب التربوي في بناء أنماط من المعرفة والمعايير التي يتعلم الفرد من خلالها كيف يفهم ذاته ويقوم سلوكه. ومن هنا يصبح تحليل هذين الخطابين مدخلاً للكشف عن الكيفية التي تتفاعل بها المعرفة والسلطة في إنتاج أنماط معينة من الذات والوعي.

• موقع الذات داخل الخطاب

تحتل الذات موقعاً داخل خطاب المعرفة، باعتبار المعرفة ذاك الفضاء الذي يمكن للذات أن يكون لها موقعاً تتكلم منه عن موضوعات محددة داخل خطاب معين. وتحدد المعرفة بإمكانيات الاستعمال والتملك التي يوفرها لها الخطاب الذي يعد أحد ممارسات السلطة، حيث لا يوجد معرفة بدون ممارسة خطافية محددة، لأن كل ممارسة خطافية تتحدد بالمعرفة التي تكونها، لذلك تنوعت أشكال الخطاب كالخطاب العلمي والسياسي، والخطاب الإعلامي، وكل خطاب يحمل بداخله حقيقة ومعرفة مستقلة، تسعى إلى الوصول إلى وعي وإدراك أفراد المجتمع، وهذا أدى بدوره إلى وجود ذوات مختلفة، تحمل كل منها خطاباً يُحدد لها وفق معايير تضعها السلطة (فوكو، ١٩٨٧: ص ١٧٠).

إن ما يسميه فوكو "بالنظام" هو شيء يصنع الأفراد ويجعلهم أسوياء بنظر ما تراه السلطة. إن ما تطرحه دراسات فوكو حول النظام بوصفه إجراء لعملية الإخضاع، إنما يربط كل فرد وذات بهوية محددة. وتعتمد آثار الخطابات في ممارسة عملية الإخضاع على نوع الدعم الذي يحصل عليه. على سبيل المثال:

إن ما يسمى "علوم الإنسان" التي تجمع بوصفها ألواناً من المعرفة بين لغة الخطاب وتقنيات العلم، قد دعمت ما يحدثه النظام من جعل الأفراد أسوياء، فعندما يتبنى أفراد المجتمع قضايا صحفية واعتبارها حقيقية وطبيعية، يكون ذلك نتاج آليات السلطة الصحفية القائمة على الإقناع. وعندما تتبنى المؤسسات التعليمية أبحاثاً ودراسات تؤيد ما تطرحه السلطة وتروج له، لتكون السلطة هنا غير مرئية ورمزية تمارس عملية الانتقاء والاصطفاء والتقليل من عدد الدوات المتكلمة وتأهيلها (مكدونيل، ٢٠٢١: ص ١٧٢).

يكمل الذات والخطاب أحدهما الآخر، بأن ذواتنا المنتجة ما لبثت أن ترى نفسها على أنها الفاعلة، وأن كل شيء يبدأ منها، وكل فعل يصدر عنها، أي أنها صاحبة المبادرة، وأن ما يتم إنجازها إنما يتم بإرادتها. والأيدولوجيا، هي التي تَحْيِلُ للذات أنها هي الصانع، في حين أنها في الحقيقة هي المصنوعة. ومعنى هذا، أن هناك أيدولوجيا تنتج خطاباً موضوعاً يُنتج ذاتاً تقوم باستهلاكه. وذلك من خلال تبنيها له، وتكون فاعلة بمقتضاه، أي أن الخطاب الإعلامي يتبنى أيدولوجية تساهم في تعزيز تصور الفرد لنفسه، واعد المؤسسات التربوية مثلاً على هذا، فالإعلام يعمل على تقديم نموذج محدد للمعلم المتميز، ويقوم أفراد المؤسسات التربوية بتبني هذه الحقيقة واعتبارها نموذج عليه مطابقته من خلال ضبط ممارساته ليصل إليه. وفي الوقت نفسه يتم نقل هذه الأيدولوجية عبر أفراد يتم اختيارهم من قبل السلطة، وهنا تعد الذات نفسها صانعة للخطاب المعرفي، لكنها في الواقع خاضعة لمعايير سلطة المعرفة التي تحدد شروط استعمال الخطابات (مكدونيل، ٢٠٠١: ص ٤٦).

وعلى هذا الأساس، تنتقل الدراسة من تحليل علاقة المعرفة بتشكيل الذات إلى بحث موقع العلم والمعرفة داخل الخطاب ذاته؛ إذ إن الخطاب لا يقتصر على تداول المعارف القائمة، بل يشارك في تحديد ما يُقبل بوصفه معرفة صحيحة. ومن ثم، يصبح العلم والمعرفة عنصرين أساسيين في فهم اشتغال الخطاب وعلاقته بالسلطة، وهو ما يقود إلى بحث موقع العلم والمعرفة في الخطاب.

• موقع العلم والمعرفة في الخطاب

يوجد ارتباط نوعي بين العلم والمعرفة، في كل تشكيلة خطائية بحيث ينخرط العلم في عنصر المعرفة ويزاول عمله فيه، وداخل فضاء الترابط تتحدد علاقات الأيدولوجية بالعلم، وتحصل على سماتها النوعية، ذلك أن هيمنة الأيدولوجيا على الخطاب والنشاط الأيدولوجي لا يظهران في مستوى بنيتهما الفكرية، ولا في مستوى وعي الأفراد الذي يتكون منه المجتمع، بل في النقطة التي يتميز فيها العلم عن المعرفة بوضوح. فالعلم يتخذ لنفسه مكاناً في المعرفة، ويبنى بعض موضوعاتها، ويضفي سمة النظامية والنسقية على بعض عباراتها، ويقوم بصياغة بعض مفاهيمها واستراتيجياتها صياغة صورية. و يجد العلم مكانه داخل

انتظام خطابي ينتشر ويمارس نشاطه داخل حقل ممارساته الخطابية. وبذلك فإن الأيديولوجيا يرتبط وجودها بممارسة خطابية تمارس نشاطها بين ممارسات أخرى (فوكو ،١٩٨٧: ص ١٧٢).

فقد يحدد الفرد اتجاهه نحو وسائل الإعلام من خلال الصورة الذهنية التي يرسمها الفرد في مخزونه المعرفي عن هذه الوسائل، أو إحداها، ومن جانب آخر، يتحدد اتجاه المتلقى نحو المحتوى المنشور أو المذاع من خلال مدى الاتفاق أو الاختلاف مع البناء المعرفي للفرد عن المفاهيم التي يقدمها الخطاب الإعلامي، ويقوم بنشرها أو إذاعتها. وتؤثر هذه المفاهيم في استخدام الفرد للوسيلة أو المحتوى. ويؤثر في ثقته في القائم بالاتصال إيجاباً أو سلباً تبعاً لنتائج البناء المعرفي. فعندما يتبنى الخطاب الإعلامي قضايا تربوية مهمة مثل ظاهرة العنف الجامعي على سبيل المثال، ويقدمها بأنها ظاهرة سلبية لها تبعات على مستوى الفرد والجماعة، وتؤكد الآراء الأكاديمية التي تمثل سلطة رمزية ذلك، يؤثر هذا على سلوكيات أفراد المجتمع بجميع فئاته، وعلى تصورهم لمفهوم العنف الجامعي (عبد الحميد، ٢٠٠٤: ص ٢٦٤).

وإذا كان العلم والمعرفة يمثلان أحد المكونات الأساسية التي يتشكل من خلالها الخطاب فإن هذا الخطاب لا يتوجه إلى عقل مجرد ومنفصل عن الواقع الإنساني، بل إلى ذات تتداخل في تشكيلها أبعاد جسدية ونفسية واجتماعية. ومن هنا تبرز أهمية دراسة موقع العلم والمعرفة في الخطاب إلى بحث علاقة الخطاب بالاحتياجات الفسيولوجية والنفسية للإنسان؛ إذ إن الخطابات لا تكتفي بتقديم المعرفة حول هذه الاحتياجات، وإنما تسهم أيضاً في تعريفها وتصنيفها وتحديد طرق التعبير عنها والاستجابة لها.

● الحاجات الفسيولوجية والنفسية وخطاب المعرفة

يرى فوكو أن الوظائف والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام والأجهزة التربوية، جاءت ملبية لحاجات الأفراد. وتعتبر الحاجات والدوافع، من العوامل المحركة للاتصال، فالحاجة هي: افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع. وقد تكون الحاجة فسيولوجية، أو نفسية. أما الدافع فهو: حالة فسيولوجيا أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما، أو يشبع أو يرضي حاجة ما. وأن أهمية الاتصال بالنسبة للفرد، تظهر في قدرة إشباع هذه الحاجات، وتلبية الدوافع الخاصة بها. وهنا نشير إلى دور الخطاب الإعلامي المتمثل بدور الناقل والمتبني لما يحتاجه أفراد المجتمع. فالفرد بحاجة إلى الإعلام ليتعرف على الظروف المحيطة به، ليستطيع تحديد هويته الاجتماعية والثقافية، من خلال المعلومات والصور والرسائل المباشرة من خلاله، والتي تعمل على إكساب الأفراد لمعايير المجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده. لذلك فإننا نتوقع أن تبايننا في استخدام وسائل الإعلام مرهون في تباين هذه الحاجات بين الأفراد. لذلك تطورت البحوث سعياً للكشف عما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار أو وظائف تلبي الحاجات الفردية ودوافعها. لأن نجاح سلطة المعرفة يكون عندما يقتنع الأفراد

بالخطاب الذي يلي متطلباتهم وحاجتهم إلى الاستقرار والأمن، وفهم أحداث العالم المحيطة بهم، من خلال التغيرات والتغطيات للعديد من الأحداث والقضايا من حولهم (عبد الحميد، ٢٠٠٥: ص ٢٨٢). لا تقتصر وظيفة المثقف على نقل المعرفة بل يمكن أن تمتد إلى مسألة الخطابات السائدة والكشف عن المسلمات التي تتحول إلى حقائق تبدو بديهية. ومن ثم، فإن دراسة دور المثقف في تشكيل الوعي الاجتماعي تتيح البحث في الأفراد الفاعلين الذين يشاركون في إنتاجهما وتداولهما، وما يترتب على ذلك من أثر في تشكيل الوعي الاجتماعي وعلاقة الأفراد بذواتهم وبالمجتمع.

• دور المثقف في تشكيل الوعي الاجتماعي

يشكل المثقفون (الأكاديميون، الكتاب، الصحفيون، الأطباء)، أحد أدوات السلطة. ومهمتهم الأساسية هي وضع قيمة لا جدال حولها بجانب قيمة قابلة للنقاش بلا أي جدال، حيث إن سلطة الإعلام تحتاج لفرض هيمنتها على مجالات مختلفة، كالمجال التربوي على سبيل المثال، وعليها أن تجد توافاً داخل هذا المجال. يلاحظ الصحفيون أن الباحثين يتدفقون على وسائل الإعلام ملتصقين عرض إنجازاتهم باستمرار، ويستجدون منهم دعوة للظهور على وسائل الإعلام المختلفة، ويحتجون في حال تم إهمالهم وتهميشهم. وهنا نلاحظ علاقة الخطاب بالمعرفة، وكيف تنتج الحقيقة من خلال آليات السلطة غير المرئية، فيشير إلى أن الخطاب هو مجموعة من العبارات، تحدد السلطة ما يمكن الحديث به، وما لا يسمح الحديث به في مؤسسة معينة. ويقترح فوكو في حفريات المعرفة، أن يتم تحليل الخطاب بعيداً عن ما يفكر به الباحثين، وبعيداً عن نواياهم، والتركيز على الشروط التي تجعل خطاب معين ممكناً وقابلاً للظهور (بورديو، ٢٠٠٤: ص ١١٨).

يؤكد الفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني يورغن هابرماس (Jürgen Habermas)، مع طرح فوكو، بأن الخطاب هو: أحد ممارسات السلطة. ويبين أن التكنولوجيا تعد جزءاً من شبكة السلطة في المجتمع الرأسمالي. فهي ليست محايدة، لأنها تجعل الأفراد خاضعين للنظام والسلطة، وتجعلهم أدوات داخل شبكتها. وهنا، تعتبر السلطة قوة اجتماعية وسياسية في المجتمعات الصناعية الحديثة. وي طرح يورغن هابرماس (Jürgen Habermas) مفهوم "العقل الأداتي"، الذي يساهم في السيطرة والإنتاج والتنظيم. في حين أن هذا العقل، من المفترض عليه أن يُستخدم في الفهم والحوار. وهنا، يظهر نوع جديد من السلطة، وهي السلطة التقنية التي توظف الخبراء والعلماء لتقديم القرارات التقنية والعلمية، بدل أن يكون القرار سياسياً فقط. وهذا يتفق مع ما طرحه فوكو بأن خطاب المعرفة لا ينقل المعرفة فقط، بل

يتحول الى أداة لضبط الأفراد وتوجيههم عبر صناعة المعنى. وهذا ما يمكن تسميته بالعقل الأداتي الذي يستخر المعرفة لخدمة السلطة (هايرماس، ٢٠٠٣: ص ٧٥).

ومن هذا المنطلق، تكتسب المؤسسات التعليمية والتربوية كالجامعة أهمية خاصة في تشكيل الوعي الاجتماعي؛ لأنها تمثل أحد المجالات التي تتقاطع فيها المعرفة مع الخطاب والسلطة. فمن خلال المناهج والممارسات التعليمية، تُقدّم للطلبة أنماط معينة من المعرفة، الأمر الذي يمكن أن يسهم في بناء وعي نقدي أو في إعادة إنتاج التصورات والخطابات السائدة. ولذلك فإن دور الجامعات في تشكيل الوعي الاجتماعي تفتح المجال لتحليل المؤسسة التربوية بوصفها فضاءً لإنتاج المعرفة وتشكيل الوعي، والكشف عن طبيعة العلاقة بين المعرفة والممارسة التعليمية والسلطة داخلها.

• دور الجامعات في تشكيل الوعي الاجتماعي

يرى فوكو أن الجامعات تعد من المؤسسات المعرفية التي تساهم في تنظيم الخطاب وتداوله. وأن تولد الأفكار والآراء والاعتقادات في الجامعات، ينقسم إلى قسمين: بعيدة وقريبة. تعمل العوامل البعيدة على تهيئة الجماعات لقبول بعض المعتقدات دون بعض. أما العوامل القريبة، فهي التي تأتي بعد العمل الطويل، ولا أثر لها بدونه، وتكون وظيفتها تكوين الاعتقاد الداعي إلى الفعل. أي أنها تقوّم الفكر وتقذف به إلى الخارج مع جميع ما يحمل من نتائج. فهي التي تدفع الجماعات فجأة إلى القيام بما تمكّن به نفسها من الأعمال، مثل الجمع الغفير حول رجل يرتفع بذلك إلى الأوج. أو حكومات تهبه إلى الدرك الأسفل. وذلك حسب الشرعية التي تمنحها السلطة والتي تحدد من يملك حق التحدث باسم العلم، وإعلاء بعض الأصوات دون غيرها. إن الخطاب الإعلامي والتربوي لهما تأثيراً قوياً على الرأي العام، من خلال المعرفة التي تأتي من الباحثين وأساتذة الجامعات، الذين يقدمون الأبحاث والحقائق العلمية التي أنتجتها مؤسساتهم، وتم دعمها وعرضها عبر وسائل الإعلام. وهنا تعتبر العلاقة تشاركية بين الإعلام، والمؤسسات المعرفية من وجهة نظر فوكو (لوبون، ٢٠٢٠: ص ٦٧).

بالتالي فإن دراسة وسائل الفعالية الرمزية والتي تعني نوع من السلطة غير المرئية، وتكون من خلال مقصد المعنى الذي يمكنه أن يكون في الكلمات مكتوبة كانت أو منطوقة، أو مرسومة في الصور. إن سلطة الصور هي تعبير يلزم فهمه بداية في معناه المادي، أي في معنى إنتاج الآثار وتغيير سلوك ما، فكما أن ثمة كلمة تجرح وتقتل وتحبس وتخفف عن النفس، كذلك ثمة صور تثير المشاعر. وتعمل الصور المبتوثة على وسائل الإعلام على تغيير الوعي والإدراك في جميع المجالات، وتمثل في كونها تملك تأثيراً على الجمهور. فعندما تنشر وسيلة إعلامية صورة إلى جانب تحليل لها، فهي تمنحها شرعية بصرية في تكوين

الحقيقة، لتكون بذلك جزءاً من شبكة علاقات السلطة، وهذا فيما يتعلق بالعوامل القريبة (دوبري، ٢٠١٣: ص ٨٣).

أما العوامل البعيدة، فهي التي تولد الأفكار والاعتقادات في كل جماعة، فالشعب له قوة يسود فيها على غيره، وهذا هو السبب في اختلاف جماعات كل بلد مع جماعات البلد الآخر من ناحية المعتقدات، وخطة العمل اختلافاً كبيراً. بالإضافة إلى المؤثرات التي تتأثر بها. أما التقاليد، فهي تشخص روح الشعب، ولها في القوم تأثيراً عظيماً لأنها عبارة عن ماضي الأمة في أفكارها وحاجاتها ومشاعرها، ولولا التقاليد، ما كان هناك شيء يقال له روح قومية ولا حضارة ممكنة (لوبون، ٢٠٢٠: ص ٦٨).

ومن هنا، يلتقي الخطاب الإعلامي والخطاب التربوي في تأثيرهما في تشكيل الرأي العام والوعي الاجتماعي، وإن اختلفت آليات اشتغالهما ومجالاهما. ويصبح تحليل هذا الدور مدخلاً لفهم الكيفية التي يمكن أن تعمل بها الأيديولوجيا من خلال الخطاب، وكيف تتحول بعض التصورات والقيم إلى معانٍ تبدو طبيعية، بما يسهم في إعادة إنتاجها داخل المجتمع للكشف عن علاقتهما بإنتاج المعنى وتوجيه الوعي وممارسة التأثير في المجال الاجتماعي.

ثانياً: الإعلام والتربية كأداة أيديولوجية في تشكيل الرأي العام

• الأيديولوجيا كخطاب

تُفهم الأيديولوجية في الحياة البشرية بشكل أساسي في تكوين وآلية كيف يحيا البشر حياتهم، بوصفهم مبادرين لأفعالهم، واعين ومفكرين في عالم ذي معنى. إن الأيديولوجية تعمل بوصفها خطاباً يحاكي وينادي الكائنات البشرية كذوات، وأن عملية إعادة إنتاج تنظيم اجتماعي أيّاً كان، سواء كان مجتمعاً استغلاليّاً، أو حزباً ثورياً، يستتبع توافقاً أساسياً بين الإخضاع والتوصيف لتقديم الأفراد أو الممارسات. إن سيرورة الإخضاع والتوصيف المزدوجة، تتضمن مخاطبة من قبل، واعتراف وتعريف في ذات مركزية، سواء كانت الذات فرداً مسيطراً، أو عقولاً، أو طبقة معينة، أو شيئاً أكثر تفصيلاً، وأقل وضوحاً. فهي تخطط أو تهيكّل الأنا الأعلى للذوات بمثل عليا أنوية، وتكون الذات المركزية محكومة ضمن شبكة السلطة والأيديولوجيا السائدة ومتأثرة بها وليست معزولة. يتبنى فوكو الطرح القائل: "إن الذوات تصبح خاضعة للخطاب والتوصيف المزدوج وفق قوانين وضوابط تضعها السلطة عن طريق أطرها الرمزية" (ثربون، ١٩٨٢: ص ٣٨).

وعندما نتحدث عن الخطاب لا يمكن أن نتحدث عن خطاب بدون أيديولوجيا، ولا عن أيديولوجيا بدون خطاب يلورها ويعبر عنها، ويدخل في علاقة تأثير مباشر وغير مباشر مع خطابات أخرى. إن

الخطاب الأيديولوجي، هو خطاب يحمل أيديولوجيا معينة يعتبرها صائبة ومتلازمة له ومطابقة للواقع. في حين يرى في أيديولوجية الآخر بأنها تنتفي لقاعدة الصواب، ويحاول بأقصى ما يمكنه التأثير في الآخر، وحشد أكبر عدد من المناصرين له عبر حجاج وطرق إقناع تعمل على تعزيز فكره، وفي هذا السياق، يبرز كلاً من الإعلام والتربية بوصفهما إحدى الوسائط التي من خلالها تمارس السلطة خطابها الأيديولوجي، فيكونان ساحة توظف فيها الرموز والرسائل للتأثير في الرأي العام، باعتبارهما أدوات مركزية في تشكيل الوعي الجماعي من خلال بناء المعاني (بالقسم، ٢٠٢٢: ص ٧).

يوجد في كل مجتمع نظام أيديولوجي للسلطة والرقابة والسيطرة، ولقد فهمنا بأن الأيديولوجيات - بوصفها تعمل خلال ممارسات خطائية مخفورة في قوالب ممارسات غير خطائية، أو بوصفها ممارسات فيها يهيمن فيها البعد الخطائي مخفوراً في الممارسات - يهيمن فيها البعد غير الخطائي. من هذا ينبع هنا مؤلفتين لتنظيم الهيمنة الأيديولوجية: إحداهما هي بناء صور لنظام خطاب خاص، والأخرى تفترض نشر تأكيدات وجزءات غير خطائية. إن بناء نظام خطائي في مجتمع خاص، هو المخرج التاريخي للكفاءات التي تخوضها القوى الاجتماعية في لحظات التناقض والتأزم، والتأكيد الخطائي لأيديولوجية معطاة، أو لنظام أيديولوجي ينتظم عبر رمزية تأكيدية أو طقس معين. كما إن الشكل الخطائي الرئيسي، هو نموذج مخاطبة يحد وينفى الذاتية بتحويل المخاطب إلى موضوع، فالمتلقي ليس مجرد متلقي محايد، بل هو موضوع للهيمنة كما يؤكد فوكو، ويصبح آلية لإعادة إنتاج خطاب الأيديولوجية عبر الإخضاع للسلطة الرمزية (ثرون، ١٩٨٢: ص ١١٤).

ومن ثم، فإن دراسة الإعلام والتربية لا تكتمل عند تحليل مضامينهما الأيديولوجية، بل تقتضي الكشف عن التقنيات التي تجعل الخطاب قادراً على التأثير في الأفراد وتوجيه سلوكهم وتشكيل علاقتهم بذواتهم. وهنا يأتي مفهوم **الإخضاع** للكشف عن الآليات التي تنتقل من خلالها السلطة من مستوى الخطاب العام إلى مستوى ممارسة الفرد على ذاته.

• تقنية الإخضاع

تكشف دراسات فوكو عن المدى الذي تصل إليه تقنيات الإخضاع في السيطرة عن طريق البدن. فالنظام يُحدث تأثيره على سبيل المثال عند المرحلة التي تتغلغل فيها القوى في طبيعة الأفراد ذاتها، وتمس أبدانهم، وتنفذ إلى أفعالهم ومواقفهم، وإلى خطاباتهم وعمليات تعلمهم، وإلى شؤون حياتهم اليومية. وأن عمليات الإخضاع التي تقوم بها الأيديولوجيا هي عمليات مترابطة بصفة أساسية، وإن لم يكن على وجه الحصر ممارسة طبقية، ويمكن لهذه العبارة أن تدل على أن الإخضاع يربط بين عمليات المعنى والأبدان والمعتقد، وأن أشكال الإخضاع لا تتمثل كلها بالضبط، إذ إن بعضها يحدث بصفة أداة للمقاومة، ومع

ذلك، ففي وسع أبحاث فوكو أن تقول لنا الكثير عن تلك الأشكال التي هي آليات للضبط وأدوات تتطور بها قوة الطبقة المهيمنة وتمارس من خلالها (مكدونيل، ٢٠٢١: ص ١٦٨).

إن الأشخاص الأكثر عرضة للتقييم داخل المؤسسات الأيديولوجية والتي تديرها الطبقات المتعلمة، كوسائل الإعلام والمدارس والجامعات والصحف، هم أنفسهم الأكثر عرضة أيضاً للخضوع لأوهام التلقين عبر وسائل الإعلام والصحافة والكتب الشعبية، بل والأبحاث العلمية أيضاً في الغالب. علاوة على أن الطبقات المتعلمة لا تشكل الهدف الرئيسي لنظام التلقين العقائدي فحسب، بل الممارس الرئيسي له كذلك. إذ تلمي عليها مصالحها الذاتية ضرورة أن تتبنى مبادئه وتؤمن بها، ليتمكن أفراد الطبقة من تأدية أدوارهم باعتبارهم مربين أو صحفيين أو مثقفين مسؤولين يتمتعون بإمكانية الوصول إلى الامتيازات، والقدرة على التأثير، والحصول على الاحترام (تشومسكي، ٢٠٢٤: ص ٢٧٤).

تعتبر الأجهزة الأيديولوجية هي جزء من تنظيم السلطة في المجتمع. والعلاقات الاجتماعية للسلطة تتكشف وتتلور في الدولة في كل أجسامها الاجتماعية، ففي العائلة مثلاً، يضبطها تشريع الدولة وقضاءها، وهذا يعني أننا نجد المخاطبات الأيديولوجية تحصل في كل مكان. فالخطابات وآلياتها الواقية هي آليات تصنيف وحماية تملك المحدد بالتضامن مع التأكيدات والجزاءات والطقوس المرتبطة بها. وتتجه نحو التعقيد في السيرة المجتمعية التي يمكن أن ندعوها أجهزة أيديولوجية (ثرون، ١٩٨٢: ص ١١٨).

ومن منظور فوكوي، تكتسب هذه العلاقة أهمية خاصة لأن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بعكس الثقافة السائدة، بل يشارك في إنتاجها. وهنا لا بد من الكشف عن الكيفية التي تتدخل بها الثقافة مع الخطاب والسلطة والمعرفة، وكيف يمكن للممارسات الإعلامية أن تصبح مجالاً لإعادة إنتاج القيم والمعايير وتشكيل الوعي الاجتماعي.

• تأثير الثقافة في وسائل الإعلام

يصف فوكو مفهوم التأثير أنه مفهوم سحري إلى حدٍّ يصعب تحليله. وهو بمثابة السند والأساس لظواهر الإيصال والتواصل. كما تحل ظواهر التشابه والتكرار إلى تطور تدريجي متلاحق ذي مظهر ارتباطي سبي دوماً حصرها حصراً دقيقاً، ولا تحديدها تحديداً نظرياً، كما يخترق الزمان مسافات ليربط بين وحدات في شكل أفراد ومؤلفات ومفاهيم داخل وسط ممتد وشاسع (فوكو، ١٩٨٧: ص ٢١).

يعدُّ الفرد في جمهور وسائل الإعلام ليس فرداً منزلاً، ولكنه ينتمي بشكل أو آخر إلى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام، وقرارته التي تعكس تأثره بمحتوى

الإعلام من عدمه، وبالتالي، فإن من خصائص الأفراد في جمهور وسائل الإعلام: الانتماء، والتفاعل الاجتماعي، وليس العزلة التي يوصف بها الأفراد من قبل (الطيب، ٢٠١٤: ص ١١٥).

شهد الفكر الفلسفي نظريات متعددة لدراسة التأثير، ومنها نظرية التأثير المباشر (إطلاق الرصاصة)، التي تنظر إلى الناس باعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر عليها بمجرد حقنها بالرسائل الإعلامية والتربوية، وبذلك تضمن الخطابات استجابة فورية من الجمهور. وما أن اهتزت هذه النظرية لتظهر نظرية "التأثير المحدود"، التي تؤكد محدودية التأثير، نتيجة لعوامل اجتماعية وثقافية. وعادةً يؤثر قادة الرأي في استجابة الأفراد، ومن هنا جاءت "نظريات التأثير المعتدل"، التي رأت أنه من الضروري ترتيب القضايا حسب اهتمام الجمهور، وليس حسب تغيير الاتجاهات بشكل مباشر. وظهرت " النظرية التبعية"، التي تربط قوة التأثير بمدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام خاصة في فترة التحولات والأزمات، حيث يحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة له (أبو إصبع ، ٢٠١٠: ص ٣٨).

يعدُّ الأثر الإعلامي مجموع التغيرات التي تحدث في سلوك المتلقي نتيجة لتلقيه الرسالة التي يحملها الخطاب الإعلامي والتربوي. وتنقسم هذه التغيرات إلى ثلاثة أنواع وهي: تغيرات في معلومات المتلقي، وتغيرات في اتجاهات المتلقي، وتغيرات في السلوك الظاهر للمتلقي. ويوجد للأثر الإعلامي شكلان: الأول هو تأثير مباشر، مثل الآثار الناتجة عن مشاهدة الطفل للتلفزيون، وعلاقتها في التأثير على انخفاض أوقات الأنشطة الأخرى مثل القراءة، أو ممارسة الرياضة وغيرها، والشكل الثاني ينقسم إلى نوعين من التأثير هما: تأثير عاجل، وتأثير آجل. يتمثل العاجل في ردود الفعل والانفعال أثناء المشاهدة، مثل الخوف والإثارة، والتأثير الآجل يتمثل في اكتساب الطفل المعلومات، وكذلك التغيرات التي تحدث في السلوك والاتجاهات على المدى الطويل. ويطلق على التأثير الآجل أحياناً بأنه "تأثير تراكمي" نتيجة للكم المتراكم والمتتالي ليصبح في النهاية تأثيراً قوياً وعميقاً يترك أثره على شخصية الطفل إذا كان الأسلوب المستخدم في تلك البرامج يثير استجابات عاطفية (الطيب، ٢٠١٤: ص ١٠١).

ومن منظور فلسفي، يمكن الربط بين نظريات الإعلام، ويمكن تقسيمها إلى: نظريات ذات تأثير قوي، أو ذات تأثير محدود، أو ذات تأثير معتدل. حيث إن كل النظريات يمكن أن تكون فعالة على مستوى أفراد وجماعات في المجتمع إذا أحسن استخدامها في برنامج أو حملة مدروسة. وهذا يلتقي مع نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام. ذلك أن المجتمع هو عبارة عن مجموعة أفراد، والوصول إلى الأفراد يؤدي إلى الوصول إلى المجتمع والعكس صحيح. إن تحقيق نسبة التأثير المناسب سواء أكان على مستوى المجتمع، أو الجماعة، أو الفرد يحتاج إلى الأخذ في الاعتبار كل العوامل التي يمكنها أن تدخل في عملية الاتصال، وتجعل الخطاب الإعلامي والتربوي خطاباً مؤثراً وناجحاً، يحمل أفكار تبدو حقيقية في نظر الأفراد بغض

النظر عن الآليات التي استعملتها السلطة على وسائل الإعلام والتربية، ومنها الدعاية على سبيل المثال (أبو إصبع، ٢٠١٠: ص ٥٤).

وهنا يرى الباحث، بأننا نلاحظ أنه حتى المؤسسات الإعلامية والتربوية تسهم في تشكيل واقع ورؤيا جديدة، تنسجم مع توجهات السلطة التي تعمل على فرض قيودها على كل مؤسسات الدولة. ولما للإعلام والتربية من أهمية، عملت السلطة على إخضاعهما لها، والتدخل في المحتوى المتضمن لخطاباتها بأن يكون مراقب وفيه رمزية عائدة للسلطة وهيمنتها. فمن خلال وسائل الإعلام استطاعت السلطة أن تهيمن على المتلقين من خلال وسائلها المرئية التي تبث الصور وتحللها.

وفي هذا السياق، تكتسب رمزية الصورة أهمية خاصة؛ إذ يمكن للرموز البصرية أن تستدعي قيمًا وتصورات ثقافية واجتماعية محددة، وأن تسهم في تشكيل مواقف المتلقي تجاه الأشخاص والأحداث والموضوعات التي تمثلها. والكشف عن الكيفية التي تتحول بها الصورة إلى أداة لإنتاج المعنى وتشكيل الوعي، وعن إمكانية تقاطع هذه العملية مع علاقات السلطة التي تعمل داخل الخطاب الإعلامي.

ثالثاً: الصورة الإعلامية ورمزيتها

استطاعت الصورة من فرض هيمنتها في عصرنا الراهن، حتى بات هذا الأخير يعرف بعصر الصورة. وتكون بذلك من أهم الوسائط المعرفية والثقافية والسياسية والأخلاقية وحتى الاقتصادية. لقد أسهم التطور التكنولوجي الهائل في ظهور الصورة الرقمية كأقصى حد لهذا التطور. جعلت الثورة في التواصل الاجتماعي عبر الرسائل والصور العلاقة بينهما وبين المتلقي تحكمها الهيمنة والتبعية التي تتفاوت من شخص إلى آخر. وعليه، فإن عملية الهيمنة لم تأت من فراغ، بل تستند إلى مقارنة وظيفية لدور وسائل الإعلام في حياة الأفراد والمجتمع في الوقت الراهن، فهي مصدر للمعلومات والأخبار، وتساعد على الاندماج الاجتماعي داخل البيئة الاجتماعية (وردة، ٢٠٢٣: ص ٣).

• الصورة ورمزيتها

تعدُّ السلطة الرمزية وسلطة الكلام الصامت أداة للتحكم وفرض السيطرة على الشعوب، إلى جانب سلطة المال. فقد اعتبرت الصورة أقدم وجوداً من الكتابة، وأكثر ترسخاً في اللاوعي الإنساني. فقد اعتمد الإنسان عليها في عاداته وتقاليده منذ القدم كوسيلة لمحاربة الموت الذي كان أولاً صورة، وسيبقى صورةً. إن للصورة حركة مؤثرة أكثر من الفكر، وهذا ما يقودنا إلى الحديث عن الثقافة البصرية، التي تشمل الوسائل الإعلامية وتمتد إلى الفنون الجميلة، والأفلام السينمائية، والتلفزيون والإعلان، وما تتركه من آثار على الأفراد والمجتمع، من خلال إبراز أدواتها المتمثلة في الصورة التي تُعدُّ من أهم وسائط الثورة

الميدولوجية. فقد أصبحت اليوم سلاحاً متطوراً للغزو والتأثير على الجماعات والأفراد والشعوب، ولها قدرة هائلة على الاستحواذ على وعي الأفراد وانتباههم. وتمارس تأثيراً كبيراً في نفسياتهم، لأن الصورة من منظور فوكو ليست محايدة، بل تعمل على إعادة تصوير الواقع من خلال رمزية ودلالات تؤثر على إدراك المتلقي (بوخبزة، ٢٠٠٧: ص ٧).

لقد أدى التطور المذهل في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، إلى ظهور الصورة الرقمية. وأصبحت تلعب دوراً كبيراً في تبليغ الرسالة الإعلامية من دون صعوبة أو عجز في فهم الكلمة أو المعنى التي يوجهها المتلقي في النص المكتوب أو المنطوق. فمن هذه الأهمية أصبحت الصورة في الإعلام الجديد اليوم تهيمن على الخبر بشكل واضح وكبير. وعلى الرغم من أن صناع الرسالة أو الخطاب الإعلامي والتربوي اعتمدوا في بداية العصر الحديث على الصورة لمصاحبة ودعم المعلومة التي يراد تبليغها للمتلقي (صبيحة، ٢٠٢١: ص ٢٠٢).

تعمل الصورة على إرسال الإشارات دائماً للمتلقّي. فإذا كان لسلسلة من الكلمات معنى، فإن مجموعة من الصور لها ألف معنى. وإذا كان لكلمة حقيقية عمق مزدوج أو ثلاثي، فإن هذا اللبس ينكشف في أي معجم، حيث يمكن تحديد عدة مدلولات ويتم الوصول إلى نهاية اللغز. لكن الصورة تستطيع أن تقول معاني متعددة ونصوص متعددة. أي أننا نستطيع أن نقرأ سيناريوهات درامية من خلال الصور المباشرة وغير المنظمة. هذه السيناريوهات لا توجد على الشاشة أو الصوت الخارجي، إنما في الأذهان والوعي والإدراك (دوبري، ٢٠١٣: ص ٤٢).

لقد استخدمت الصور الفوتوغرافية في إنتاج ما أطلق عليها فوكو اسم "الأجساد القابلة للتعليم أو الأجساد الطيعة" في الدول الحديثة. فالمواطنون هم الذين يشاركون في الأيديولوجية الخاصة بالمجتمع من خلال التعاون والرغبة في التوافق والانصياع. فالصور التي تظهر على وسائل الإعلام تحمل نصوص أيديولوجية يكون لها قوة مميزة، تؤثر في صورة الذات الخاصة بنا. لقد تغيرت السلطة التي كان يتحدث عنها فوكو، فلم تُعد السلطة موجودة في يد مؤسسات مثل الدولة والسجون، وإنما أصبحت في يد مؤسسات مختلفة، ومنها المؤسسات الإعلامية والتربوية، وشركات الاتصالات والمعلومات. حيث الإنتاج الوافر لعلاقات السلطة، تلك السلطة التي أصبحت تكمن في الثغرات وأشكال المحاكاة وما شابه ذلك (عبد الحميد، ٢٠٠٥: ص ١٠٨).

تعد وسائل الاتصال المرئية كالتلفاز، مبدسة بالتعليم. فهي تسيّر وفقاً لنظام الواجب لا لضرورة الرؤية. وتفرض على نفسها واجباً أن ترينا كل ما هو مهم وفق ما تراه السلطة. إن الصورة المعروضة على الشاشة الكبرى تخضع لمنطق الشمولية، فقد استطاع التلفاز أن يكون فضاءً عمومياً جديداً، تمكن من إدماج أفراد

المجتمع في مختلف المناسبات ومنها السياسة. حيث إن الإعلام التلفزيوني يعد مناسباً بالضرورة لنظام يكون فيه منتجو البرامج مطالبون يوميًا بالتأثير على المتلقين وإقناعهم بالرسائل الموجهة لهم. وهنا تحولت استراتيجية السلطة من "استراتيجية برهنة" إلى "استراتيجية إظهار لأفكارهم" من خلال المحتوى الذي يكون داخل شاشة التلفاز التي تعد حاملاً للسلطة الرمزية وأحد أدواتها كما يقول فوكو (دوبري، ٢٠١٣: ص ٢٨٠).

• وظيفة الصورة في الإعلام

يطرح فوكو وظيفة الصورة في الخطاب الإعلامي، الذي لا يستند إلى المعلومات فقط، بل تشارك الصورة المعروضة على وسائل الإعلام في تشكل الوعي وإنتاج الحقيقة الاجتماعية. أما في استناد الفيلسوف الفرنسي جيل دولوز (Gilles Deleuze)، على طرح الفيلسوف الفرنسي آنري برغسون (Henri Bergson)، في محاولته لتقسيم الصورة - الحركة إلى ثلاثة أنماط أساسية، حيث يميز في هذا التقسيم بين: الإدراك والانفعال، والفعل كصورة. وهنا يتحدث عن الإدراك الموجه لصورة معينة تظهر في فيلم سينمائي. وبما أنه إدراك موجه نحو صورة أو زاوية معينة ليتم إدراكها، تشير إلى ماذا نرى؟ أما صورة الانفعال المتمثلة باللقطة القريبة للوجه عند دولوز (Deleuze)، والتي تشير إلى ماذا نشعر؟ وصورة الفعل التي تشير إلى ماذا نفعل؟ وتكون استجابة لوضع معين. أي فعل يغير وضعية معينة. وكل هذه الأنماط مترابطة مع بعضها البعض لتكون صورة حركة كاملة للحياة (دولوز، ١٩٩٧: ص ٩٧).

لقد غيرت الصورة الفوتوغرافية أيضاً إدراكنا للفضاء، وغيّرت السينما إدراكنا للزمن، عبر المونتاج ولصق اللقطات والأزمنة في الصورة، فقد خلقت كاميرا الأخوين لومبير (أوغست لومبير Auguste Lumière، ولويس لومبير Louis Lumière)، المخترعان الفرنسيان لأول كاميرا سينمائية عملية عالماً مرئياً. وهو ليس عالم المنظور، بل لا يشبه إلا قليلاً "عالم الفيديو"، الذي بدوره يشبه قليلاً عالم التلفزة الرقمية. وهنا تغير معنى الصورة لتصبح صورة كلية تُستهلك كما يقول الفيلسوف الفرنسي ريجيس دوبري (Régis Debray)، بدلاً من تأملها. ومع ظهور السينما أصبحت الصورة أكثر سرعة وأكثر تدفقاً. وهنا تفقد الصورة قيمتها وتأثيرها. وهو ما أسماه أيضاً "موت الصورة" نتيجة فقدانها قدسيّتها ورمزيّتها (دوبري، ٢٠١٣: ص ١٠٠).

إن تحول الصورة من أداة ربط للمقدس إلى وسيط إعلامي وتربوي، يعكس منظور الفيلسوف فوكو في تغير أشكال السلطة من السلطة القمعية إلى سلطة الخطاب الذي ينتج الحقيقة. وإن "موت الصورة" عند دوبري (Régis Debray)، يعكس آليات السلطة الرمزية، وذلك لأن الصورة فقدت العمق والمعنى

نظراً لكثرتها، وإنما أصبحت متاحة للجميع، وبنفس الوقت أصبحت أداة مراقبة، لأنها توثق وتراقب الناس، والناس يراقبون أنفسهم. إن التحول في الصورة، هو انتقال من مرحلة استخدامها في الدين، إلى مرحلة الإعلام والتربية كخطاب للسلطة يؤثر على وعي وإدراك الأفراد. وتم من خلالها صناعة الواقع لا انعكاسه، من خلال اختيار الصور التي تعرض على وسائل الإعلام، وربطها بمعانٍ وحقيقة مشروعة، تؤثر فيما نرى ونفهم ونصدق (دوبري، ٢٠١٣: ص ١٠١).

وهنا نلاحظ أن الحقيقة ليست خارج السلطة، وليست بدون سلطة، ويتعين إعادة تأريخ وظائفها مرة أخرى. فهي ليست جزء النفوس المفكرة الحرة، وليست بنت الخلوات الطويلة، ولا الامتياز الذي يتمتع به أولئك الذين عرفوا كيف يتخلصوا من الالتزامات. إن الحقيقة هي من هذا العالم، فهي ناتجة فيه بفضل عدة إكراهات. وتمتلك فيه تأثيرات منتظمة ومرتبطة بالسلطة. وأن لكل مجتمع نظامه الخاص المتعلق بالحقيقة، وسياستها العامة حولها، من خلال أنماط الخطاب التي يستقبلها المجتمع، ويدفعه إلى تأدية وظيفتها كخطابات صحيحة. وأن لكل مجتمع الآليات والهيئات التي تساعد في التمييز بين المنطوقات الصحيحة والخاطئة، والتقنيات والإجراءات المشار إليها، من أجل التوصل إلى الحقيقة، وما إذا كان أولئك الذين توكل إليهم مهمة تحديد ما يمكن اعتباره حقيقياً. فالحقيقة متمركزة على شكل الخطاب، سواء كان علمياً أو اقتصادياً أو إعلامياً أو تربوياً. وأن المؤسسات التي تنتجها تكون خاضعة لنوع من التحريض السلطوي، سواء من أجل الإنتاج الاقتصادي، أو من أجل السلطة السياسية. فالحقيقة يتم تداولها في أجهزة التربية والإعلام التي تعد امتداداً لها في الجسم الاجتماعي. كما يتم إنتاجها ونقلها تحت المراقبة الخاصة المهيمنة لبعض الأجهزة السياسية أو الاقتصادية الكبرى، كالجيش، والجامعة، ووسائل الاتصال الجماهيرية. وأخيراً، فهي مدار النقاش السياسي وكل صراع اجتماعي، كالصراعات الأيديولوجية. إن الحقيقة مرتبطة دائرياً بأنساق السلطة التي تنتجها وتدعمها. وهي التي تولدها وتسيسها. وهو ما يدعى "نظام الحقيقة"، إن الأمر في النهاية لا يتعلق بتخليص الحقيقة من كل منظومة سلطة، لأن ذلك وهم يصعب تحقيقه، لأن الحقيقة ذاتها هي السلطة (فوكو، ٢٠٠٧: ص ٧٣).

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن الصورة في الإعلام لا تؤدي وظيفة نقل المعلومات أو توثيق الأحداث فحسب، وإنما تؤدي أدواراً متعددة في بناء المعنى وتوجيه الإدراك وتشكيل المواقف. وعليه، فإن الصورة بما تحمله من دلالات ورموز ووظائف تتجاوز بعدها البصري إلى أبعاد معرفية وثقافية وسلطوية، الأمر الذي يؤكد أن تحليلها يمثل مدخلاً مهماً لفهم الكيفية التي تتشكل بها تصورات الجمهور ووعيه داخل المجال الإعلامي.

١٠- نتائج البحث :

- ١- تسهم قراءة فوكو للتراث الغربي في التمييز بين أنواع الخطاب. فمن خطاب المؤسسة والعيادة والجنون والسلطة، نكتشف أن الخطاب ليس مجرد كلمات منظومة، بل هو نظام يوجد في كل مجال، ويخضع إلى مجموعة من الآليات التي يحددها فوكو بأنها مرتبطة بالسلطة التي تعمل على توظيف الخطابات لخدمتها.
- ٢- يعد كلٌّ من الإعلام والتربية مجالين مهمَّين بالنسبة للسلطة، لأنهما عبارة عن فضاء تواصلِي يجمع بينها وبين المجتمع، وله القدرة على التأثير فيه. لذلك حرصت السلطة على تنظيمه ووضع القوانين والحدود التي تعمل على جعله آلية من آلياتها، نظراً لدوره الكبير في عملية البناء السياسي وتكوين وتشكيل الحقائق وتوجيه السلوك عند الأفراد.
- ٣- أدى التعدد في وظائف الإعلام إلى الحاجة لتحليل محتوى الرسائل الإعلامية، والبحث في شروط إنتاج معانيها وتداولها، لتحديد مساراتها التي تتواءم مع مصالح السلطة.
- ٤- التأكيد على ما قام به فوكو من تحليل للخطاب، سعيًا للكشف عن الممارسات غير المرئية المرتبطة بالسلطة، والتي تقوم عبر شبكة من العلاقات التي تتغلغل داخل المجتمع، وتعمل على الاستثمار في المعرفة ضمن عالم من الرموز التي توطنها للوصول إلى الحقيقة وإنتاجها عبر منهجية مدروسة ومقنعة.
- ٥- يحمل الخطاب الإعلامي والتربوي على مجموعة من الرسائل التي تريد السلطة إيصالها لأفراد المجتمع عبر وسائل الإعلام والتربية المختلفة، لخلق صورة إيجابية عنها، نظراً لقوة العلاقة بين الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي والأجهزة التربوية، بحكم خضوعها للسلطة السياسية التي تخضع لها مختلف المؤسسات في المجتمع.
- ٦- يعدُّ الخطاب الإعلامي والتربوي خطاباً يتم إعداده في إطار محدد وخاضع لقواعد معينة، ويكون مضمونه مجموعة من الرسائل والتصورات والمفاهيم المنظمة، والتي تهدف إلى التأثير على الجمهور المتلقى. وهنا نلاحظ تنوع موضوعات الخطاب وفق موضوعات ترتبط بالزمان والمكان كما أشار لها الفيلسوف فوكو في كتاباته.
- ٧- يعتمد الخطاب الإعلامي والتربوي على الظروف الاجتماعية والسياسية والثقافية في المجتمع. أي أنه خطاب مرتبط بأحداث متنوعة، كالأحداث الثورية على سبيل المثال. وهنا يكون دور الإعلام إقناع الجمهور بمضمونه، ومحاولة التأثير فيه من خلال التنوع في أساليب إنتاج الخطابات الإعلامية، سواء كان أسلوباً مباشراً أو أسلوباً ضمناً، يستخدم رموز غير مباشرة يتم بثها عبر الوسائل السمعية والمرئية والمقروءة المستخدمة في مجال الإعلام وغير مناهج وأبحاث المؤسسات التربوية.

٨- أسهم التطور والتقدم التكنولوجي في تنوع أشكال التواصل، وأصبحت حاجة الأفراد للخطاب الإعلامي والتربوي حاجة ضرورية لمعرفة وتفسير أحداث العالم، ومواكبة تطورها، والاطلاع على القضايا الاجتماعية والثقافية والتعليمية والتفاعل معها.

٩- يواجه الخطاب الإعلامي والتربوي مجموعة من التحديات والضغوط المفروضة من قبل السلطة، والتي جعلتهما يتعدان عن هدفهما الحقيقي المتمثل بإبراز الأحداث الواقعية أحياناً، كونهما مرآة للأحداث في المجتمع. ونقل المعارف الحقيقية، ليتحول إلى خطاب أيديولوجي يعكس فكر وتوجهات السلطة ويخدم مواقفها، من خلال تفسيرها للصور المبتوثة للجمهور لخلق إدراك ووعي جديد عند الأفراد حول ما يدور من أحداث حولها.

١١- التوصيات النظرية والتطبيقية:

التوصيات النظرية:

١- العمل على توسيع الدراسات الفلسفية المتعلقة بعلاقة السلطة مع الخطاب الإعلامي والتربوي، بحيث تتجاوز النظرة التقليدية لكل من الإعلام والتربية.

٢- ضرورة إعادة النظر في مفهوم الإعلام، بوصفه أداة لنقل الأخبار والأحداث، ودراسته بوصفه آلية وممارسة تابعة للسلطة.

٣- اقتراح توسيع تصنيف المفاهيم الفوكوية في تحليل محتوى وسائل الإعلام والتربية.

التوصيات التطبيقية:

١- ضرورة إدراج الموضوعات الفلسفية في مجال الإعلام والتربية ضمن المناهج التعليمية.

٢- العمل على تطوير محتوى البرامج الإعلامية ليشمل دراسة موضوعات تربوية من منظور نقدي.

٣- تشجيع المؤسسات الإعلامية والتربوية لفتح باب الحوار المجتمعي لتعزيز الوعي بأهمية الربط بين الإعلام والتربية. وتعزيز التعاون بين الجامعات والمؤسسات التربوية.

٤- تدريب العاملين في المؤسسات الإعلامية على مهارة تحليل الخطابات في المجالات المختلفة خاصة في مجال التربية.

مقترحات لدراسات مستقبلية:

١- دراسة الخطاب الإعلامي الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي من منظور فوكوي، وتحليل آليات ممارسة السلطة وإنتاج المعرفة وتشكيل الوعي من خلال البيئة الرقمية.

الخطاب الإعلامي والتربوي بوصفهما ممارسة للسلطة: مقارنة فوكوية العميرة، د. الفار

٢- إجراء دراسات مستقبلية تتناول تحولات ممارسة السلطة الخطابية في ظل الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، ومدى تأثير التقنيات الجديدة في إنتاج المعرفة وتشكيل الوعي وتكوين الذات.

المراجع:

- أبو إصبع، صالح خليل، (٢٠٠٩م)، الدعاية والرأي العام (مفاهيم وتطبيقات). عمان، الأردن، جامعة فيلادلفيا.
- أبو خاص، جودة محمد إبراهيم، (٢٠١٧م)، المنظور الفلسفي للسلطة عند ميشيل فوكو: دراسة في الفلسفة السياسية والاجتماعية، الطبعة الأولى، بيروت، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- بلقسم، محسن، (٢٠٢٢م)، الحجاج والإقناع في الخطاب الأيديولوجي، مجلة العلوم وآفاق المعارف، المجلد الثاني (١).
- بورديو، بيير، (٢٠٠٤م)، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، الطبعة الأولى، دار كتعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية.
- بورديو، بيير. (٢٠٠٧). الرمز والسلطة، ترجمة عبد السلام بنعبد العالي، الطبعة الثالثة، المغرب، دار توبقال للنشر.
- بوحبزة، نبيلة، (٢٠٠٧م)، سلطة الصورة حسب ريجيس دوبري، الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- بوعائشة، وردة، (٢٠٠٣م)، هيمنة الميديا: بيار بورديو نموذجًا. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٩ (١)، ص ٢٦٠-٢٦٦.
- بن مبروك لسود، محمد، (٢٠٢٢م)، ميشيل فوكو: سيورة فلسفية من النقد إلى التأويل. مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضة، المجلد ٦ (١)، ص ١٩٤-٢١٢، جامعة قابس.
- تشومسكي، نعوم، (٢٠٠٣م)، السيطرة على الإعلام، تعريب أميمة عبد اللطيف، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية.
- تشومسكي، نعوم. (٢٠٢٤). عن السلطة والأيديولوجيا، ترجمة مدى الشريقي، الطبعة الأولى، السعودية.
- ثريون، جوران، (١٩٨٢م)، إيديولوجيا السلطة والسلطة الأيديولوجية، ترجمة إلياس قرقص، الطبعة الأولى، لبنان، دار الوحدة للطباعة والنشر.
- خنوس، أشواق، (٢٠٢٢م)، سياسة الذات والحقيقة في فلسفة ميشيل فوكو، مجلة دراسات، المجلد ١٣ (١)، ص ٤٤٠-٤٥٩.

- دوبري، ريجيس، (٢٠١٣م)، حياة الصورة وموتها، ترجمة فريد الزاهي، إفريقيا الشرق.
- دولوز، جيل، (١٩٩٧م)، الصورة-الحركة: فلسفة الصورة، ترجمة حسن عودة، دمشق، وزارة الثقافة، المؤسسة العامة للسينما.
- ربابعة، محمد؛ شومر، توفيق؛ عمر، ماجدة، (٢٠٢٤م)، الحقيقة والسلطة والخطاب عند ميشيل فوكو، مجلة جامعة المدينة العالمية، العدد الحادي والخمسون، ديسمبر.
- شاكور، عبد الحميد، (٢٠٠٥م)، عصر الصورة: الإيجائيات والسلبيات، الكويت، سلسلة عالم المعرفة.
- صبيحة، حماد، (٢٠٢١م)، هيمنة الصورة على الخطاب الإعلامي وانعكاسها الثقافي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد ١٠ (٢)، جامعة مستغانم، الجزائر.
- عبد الحميد، محمد، (٢٠٠٤م)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب.
- عبد النبي، عبد الله الطيب، (٢٠١٤م)، فلسفة نظريات الإعلام، الطبعة الأولى، الدار العلمية للنشر والتوزيع.
- العتوم، خضر وائل، (٢٠١٣م)، الإعلام والشباب وصياغة الوعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية.
- عدوي، عبد الله محمود، (٢٠٢٣م)، الإعلام الهادف والفن، ألمانيا، نور للنشر.
- فوكو، ميشيل، (١٩٨٦م)، أركيولوجيا المعرفة، ترجمة سالم يفوت، الدار البيضاء، دار توبقال.
- فوكو، ميشيل، (١٩٨٧م)، حفریات المعرفة، ترجمة سالم يفوت، الطبعة الثانية، بيروت-الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي.
- فوكو، ميشيل، (٢٠٠١م)، إرادة المعرفة، ترجمة حسن قبسي، بيروت، دار الكتاب الجديد المتحدة.
- فوكو، ميشيل، (٢٠٠١م)، تأويل الذات: دروس الكوليج دو فرانس (١٩٨١-١٩٨٢). ترجمة وتقديم وتعليق الزواوي بقورة، بيروت، دار الطليعة.
- فوكو، ميشيل، (٢٠٠٧م)، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا، بيروت، دار التنوير.
- لوبون، غوستاف، (٢٠٢٠م)، سيكولوجيا الجماهير، ترجمة أحمد فتحي زغلول، الطبعة الأولى، الجزائر تقرأ.

- محمود، زكي نجيب، (١٩٩٢م)، تحديد الفكر العربي، مصر - دار الشروق.
- مكدونيل، ديان، (٢٠٠١م)، مقدمة في نظريات الخطاب، ترجمة عز الدين إسماعيل، الطبعة الأولى، القاهرة، المكتبة الأكاديمية.
- منسي، عبد العزيز، (٢٠٢٥م)، خطاب المعرفة وشجب النزعة الإنسانية عند ميشيل فوكو، مجلة طرابلس، العدد ٢.
- هابرماس، يورغن، (٢٠٠٣م)، العلم والتقنية كإيديولوجيا، ترجمة حسن صقر، الطبعة الأولى، بيروت، منشورات الجمل.
- هاتو عزيز، محمد، (٢٠٢٢م)، البنية وسلطة الخطاب المعرفي عند ميشيل فوكو، مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد، المجلد ٥٦ (١).
- هندس، باري، (٢٠٠٥م)، خطابات السلطة من هوبز إلى فوكو، ترجمة ميرفت ياقوت، مراجعة وتقديم ياسر قنصوة، الطبعة الأولى، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة.
- الفرحان، محمد جلوب، (١٩٩٩)، الخطاب الفلسفي التربوي الغربي، بيروت، لبنان، الشركة العالمية للكتاب.
- بغورة، الزواوي، (٢٠٠٠م)، مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
- فوكو، ميشيل، (١٩٩٤م)، المعرفة والسلطة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.