

الخطاب التلفزيوني بين التثقيف والتلاعب

TV discourse between education and manipulation

علوشن جميلة*

قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري، الجزائر

تاريخ النشر: 2019/06/30

تاريخ القبول: 2019/01/25

تاريخ الإرسال: 2018/05/19

الملخص: لم يعد يُسند للإعلام الدور الهام المتمثل في تغذية المجتمع بالمعلومات والحقائق عن كل ما يحدث فيه كي يُساعد أفراده على اتخاذ القرارات الهامة والمصيرية في حياتهم، وذلك لجعل منها قناعا تتسّر خلفها نوايا وأهداف تتلخّص في مفهوم المصلحة التجارية، يتم ذلك من خلال توجيه أفكار وأذواق مشاهدي تلك الخطابات، لذلك عملنا على تناول إحدى هذه الوسائل التي لها القدرة على الوصول إلى عدد هائل من المشاهدين في كل مكان لإيضاح ما أشرنا إليه سابقا من خلال تناول بعضا من خطاباتها ومختلف الأدوار الخطيرة التي تؤديها ومدى مساهمتها في الإبقاء على وضعيتها ما أو تغييرها حسب رغبة منتجي تلك الخطابات التي تُبقينا سجناء خيال هؤلاء الذين يخضعون بدورهم إلى قوانين السوق على حدّ تعبير أحد نقاد الإعلام.

الكلمات المفتاحية: الخطاب: التلفزيون: التلاعب: التأثير: العنف

Abstract : The media is no longer entrusted with the important role of providing the society with information and facts about everything that happens in order to help its members to make important and crucial decisions in their lives, because to make it convictions and behind them are intentions. This is done by directing the thoughts and tastes of those who see these media speeches, so we have worked on one of these media, that has the ability to reach a huge number of viewers everywhere to clarify what we have mentioned earlier by addressing some of the speeches, and the various roles of serious, And the extent to which they contribute to maintaining or changing a situation as desired by the producers of those communications, which keep us prisoners of their imagination, who in turn are subject to market laws.

Keywords : Discourse; TV; Manipulation; Influence; Violence

* الباحث المُرسِل: alloucheeva@yahoo.com

تقديم:

يعتبر التلفزيون أحد مصادر إنتاج ثقافة الاستهلاك بعدما خرجت عن دورها التعلّيمي المنتشر في الخمسينيات ليغدو دورا خطيرا حسب الدراسات الثقافية، سنحاول في بحثنا أن نبين هذا الدور الذي ساهم النظام العالمي الجديد في خلقه على الرغم من إغفال بعض المفكرين عن ذلك بتمسكهم بالدور الإيجابي للتلفزيون، لذلك عملنا على البحث عن الطرق الموظفة لتحقيق وظيفة الإبقاء على الوضع وكذلك عن الأطراف المستفيدة من ذلك، وعن النتائج المترتبة عن ذلك سواء في الجهات التي تُدار عليها المنفعة أو الجهات لنقل المتضررة من ذلك. وقبل الإجابة عن ذلك لنرى المفهوم الجديد للخطاب الذي أتت به الدراسات الثقافية.

1. مفهوم الخطاب:

يُعرف هاشم صالح كلمة "خطاب" كونها تعني كلّ كلام شفهي أو كتابي أيّا كان موضوعه أو مضمونه، أو شكله¹ كما أنّه بمثابة السرد الذي هو نسق من التفكير، ونسق للتمثيل على حدّ سواء، كما ينظّم الناس تجاربهم في حلقات ذات معنى (زمانيا) من خلال وسيلة السرد الذي هو واحد من بين النسقين الأساسيين والشاملين من أنساق المعرفة البشرية والكونية، يبحث النسق السردى عن العلاقات الخاصة بين الأحداث، ويتمّ تضمين التفسير في نسق السرد سياق². يتّضح ممّا سبق أنّ السرديات تتأسّس على مجموعة من الكلمات المتتالية هذا في حالة الكتب، أو من مجموعة من الصّور والكلمات والسلوك إذا كان الخطاب من إنتاج الوسائل الإعلامية المختلفة وهذا ما يبيّنه "نورمان فاركلوف" وإن كان يركّز على مفهوم "نص". يتبيّن ذلك في كتابه "تحليل الخطاب: الخطاب النصّي في البحث الاجتماعي" الذي يقول فيه "أنّ استخدام الخطاب يشير إلى رؤية معيّنة للغة في استخدامها باعتبارها عنصرا في الحياة الاجتماعية يتّصل اتّصالا وثيقا بعناصر أخرى، مفضّلا كلمة "نص" بالمعنى الواسع جدّا: النصوص المكتوبة والمطبوعة مثل: قائمة المشتريات ومقالات الصّحف هي نصوص لكن مُدونات

¹ نظر: هاشم صالح، ميشيل فوكو: نظام الخطاب، "الكرمل" مجلة الاتحاد العام للكتاب والصحفيين الفلسطينيين، شركة كاطمة للطباعة والنشر، الكويت، العدد 10، 1982 ص 12.

² آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت، 2012، ص 59-60.

المحادثات نصوصا أيضا، كذلك الأمر بالنسبة إلى برامج التلفاز، وصفحات شبكة المعلوماتية ويضيف "فاركلوف" بأن أي ظهور فعلي للغة في الاستخدام هو "نص" مع محدودية التعريف إذ أن برامج التلفاز كنصوص لا تتضمن فقط اللغة إنما أيضا الصور المرئية، والمؤثرات الصوتية.¹ جاء هذا التوسيع لمفهوم الخطاب في العلوم الاجتماعية بعد تأثرها بالفيلسوف الفرنسي "ميشيل فوكو"² الذي يرى في كل مجالات الحياة تعبيراً عن الأفكار حتى وإن اختلفت الوسيلة، سنركز نحن على مجال الوسائل الإعلامية التي تنتج الخطاب التي تستخدم هذه الأخيرة لأغراض عديدة تختلف من شخص إلى آخر نذكر منها:

- الحصول على كميات هائلة من المعلومات، سواء كنا نرغب فيها أو لا نرغب، بغض النظر عن أهميتها أو قيمتها.
 - توجيه الفهم حيث نفهم العالم من خلالها، وقد يكون العامل الذي تنقله حقيقياً أو غير حقيقي ولكنّه يجعلنا أقل قلقاً وأكثر فهماً.
 - توجيه السلوك اليومي مثل السلوك الشرائي المتعلق بالسلع والخدمات، أو استعدادنا لمتغيرات الطقس اليومية.
 - فهم الذات، فنحن نفهم أنفسنا من خلال استكشاف الواقع، ومشاهدة الأشخاص الذين يشبهوننا في العمر، والظروف الاجتماعية، والاقتصادية، ومراقبة كيف يواجهون المواقف المختلفة، وبالتالي نستطيع التعرف على أنفسنا والأدوار التي ينبغي أن نقوم بها والشخصيات التي نريد التشبه بها والشخصيات التي لا نرغب في التشبه بها.³
- نلاحظ ممّا سبق تغيير مفهوم الخطاب في الدراسات الحديثة إذ لم يعد منحصرًا في النص المكتوب، بل توسّع ليشمل كلّ ما له معنى من صور، وسلوك، وقائمة المشتريات، وأفلام، وفن وغيرها من المنتجات التي تدخل في مفهوم الثقافة بمعناها الواسع المنتجة من قِبل مصادر عديدة نذكر منها التلفزيون.

¹ ينظر: نورمان فاركلوف، تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي، ترجمة: طلال وهبه المنظمة العربية للترجمة، بيروت، الطبعة الأولى، 2009، ص22.

² المرجع السابق، ص12.

³ ينظر: فهد عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية: كيف تتعامل مع الإعلام، الدار الكويتية للطباعة والنشر الرياض الطبعة الأولى، 2010، ص39.

2. التلفزيون:

إنّ التلفزيون واحد من العديد من المؤسسات المختلفة التي توجد ضمن مؤسسات المجتمع وقد استخدم علماء الاجتماع مفهوم المؤسسة ليقوم مقام الكيانات والمنظّمات طويلة الأمد التي تقوم بدور مهمّ في الحفاظ على المجتمع إلى جانب مؤسسة التعليم، والأسرة، والدّين، والسياسة وغيرها،¹ وبالرغم من احتواء الشبكة العنكبوتية للتلفزيون يبقى النّظام نفسه - تقريباً- في عملية إنتاج الخطاب وقبل التّعريف على كيفية الإنتاج هذه لنرى ما يعنيه مصطلح التلفزيون.

إنّ التلفزيون *télévision* من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين *tele* معناه "عن بعد" و *vision* معناه "الرؤية" استعملت هذه الكلمة عام 1900²، أمّا اصطلاحاً، فهي مؤسسة اجتماعية مكوّنة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية التي تضمن بثّ الحصوص والبرامج الإعلامية المصوّرة بواسطة الكهرياء عن بعد وعن طريقة استعمال التقنيات الحديثة.³ تتمّ عملية إنتاج الخطاب عن طريق التلفزيون كما يظهر في النّمودج الذي وضعه اللّغوي "رومان جاكبسون" Roman Jakobson كالآتي:

يكون المرسل في حالة التلفزيون أو الأفلام مجموعة من الأشخاص، مثل أولئك الذين يكتبون نصوص البرامج والآخرين الذين يؤدّونها، ثانياً، الرسالة التي يمكن أن تكون مجموعة من الكلمات تحتوي على معلومات، وأصوات وصور، ثالثاً، المتلقي، يمكن أن يكون فرداً واحداً أو مليون شخص ممّن يشاهدون فيلماً، أو يشاهدون عرضاً تلفزيونياً. رابعاً، الرمز، هو الطريقة التي يتمّ بها تقديم الرسالة، وذلك باستخدام مجموعة من الكلمات، والصّور والصّوت (لغة معينة) كما في الأفلام والبرامج التلفزيونية، خامساً، أداة الاتّصال، هي الوسيلة المستخدمة لإرسال الرسالة، سادساً وأخيراً السّياق، هو الموقف الذي تُرسل فيه الرسالة، ويساعد على تحديد معناها.⁴

¹ آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ص 23.

² فضيل دليو، تاريخ الاتّصال، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، الطبعة الثالثة، 2007، ص 118.

³ مراد زعيمي، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، (د-ت)، ص 170.

⁴ آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ص 35.

نعلم كلنا أنّ التلفزيون يساهم في تحقيق وحدة الفكر، والمعايير، والثقافة، والأذواق الجمالية، وهو بذلك أداة من أدوات التثقيف الجماهيري¹ كما أنّه امتداد للتعليم النظامي² بفضل قدرته العالية على توضيح وتسهيل المواضيع العلمية الصعبة بعرضه الشائق البصري والسّمعي³ للمواضيع الأكثر تجريدا كتجسيد كلّ ما يجول في فكر الإنسان، يؤثّر التلفزيون كمؤسسة تربوية⁴ في القناعات والتصوّرات والعقائد، واللّغة، كذلك في السلوك، كما يؤثّر في الاتّجاه. لكن هل ذلك يعني اقتصار دور التّلفزيون على حمل الجديد للمشاهد بتثقيفه ؟ وما الذي يتسّر وراء عمليّة توحيد الفكر، والمعايير والأذواق الذي يتبيّن من الوهلة الأولى شيئا إيجابيا ؟ هذا ما سنبيّنه في العنصر الموالي.

3. التلفزيون بين التّأثير والتّلاعب:

يمكن اعتبار التّأثير الذي يُحدثه التلفزيون في المشاهد نوع من البرمجة للأفراد، بتعبير آخر تلاعبا، يعني ذلك تخفّي مهمّة أخرى للتلفزيون تحت المهمّة التربوية والتثقيفية، هذا ما يؤكّده قول أحد علماء الاجتماع الفرنسي "بيير بورديو" بتأكيدِه بأنّ التلفزيون لم يعد أداة لتقديم برامج للتسلية أو للتثقيف حتى وإن كانت برامجها تتضمن ذلك، بل أصبح أداة ضبط وتحكّم سياسي، واجتماعي في المجتمعات الراهنة، فهي أداة للعنف الرمزي الذي تستخدمه الطبقات الاجتماعية التي تهيمن عليه وتسيّره.⁵ نجد مقابل مفهوم التّلاعب - حسب ما سبق- مفهوما آخر عند "بورديو" هو مفهوم "العنف الرّمزي" الذي يتمأسس بواسطة الانتساب الذي لا يستطيع المهيمن عليه (المشاهد) إلاّ منحه للمهيمن (الخطاب الذي ينتجه المهيمن أو للمهيمنة) وذلك عندما لا يحظى المهيمن عليه (المشاهد) لأجل التّفكير في ذلك أو التّفكير بنفسه، أو أفضل من ذلك، التّفكير بعلاقته مع المهيمن (منتج الخطاب) إلاّ بأدوات المعرفة المشتركة بينهما التي ليست سوى الشّكل المستدمج لعلاقة الهيمنة التي تُظهر هذه على أنها طبيعية.⁶

¹ عبد الرحمن عيسوي، الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، دار النهضة العربية، لبنان، 1984، ص56.

² ينظر: إبراهيم مخائيل حفظ الله وآخرون، وسائل الإعلام والتعلم، دار العلم العربي، بيروت، الطبعة الثانية 1979، ص254.

³ ينظر: محمد حمد خضر، تأثير التلفزيون على الأسرة، دار خضر للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى 1998، ص20.

⁴ مراد زعبي، مؤتمرات التنشئة الاجتماعية، ص175.

⁵ ينظر: بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة: درويش الحلوجي، دار كنعان، دمشق، الطبعة الأولى 2004، ص21.

⁶ ينظر: بيير بورديو، الهيمنة الذكورية، ترجمة: سلمان قعراني، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، الطبعة الأولى 2009، ص62.

يعني الانتساب هنا، الانتماء إلى الثقافة أو إلى المجال الاجتماعي نفسه، لنفهم فكرة الانتساب الثقافي نضرب مثالا عن الألوان واختلاف دلالتها في الثقافات، نجد تباين دلالة اللون الأبيض في الثقافة الغربية والثقافة الشرقية (الصين) فلما يرتدي شخص اللون الأبيض يعني أنه يرافق الميت إلى العالم الآخر يدلّ إذن هنا على الموت والحزن، نجد العكس في الثقافة الغربية إذ يرمز إلى السعادة والفرح، أما اللون الأسود يدلّ على الحزن، بينما يعني شيئا آخر عند الصينيين كالقوة والخصوبة كما يعني الأمانة¹. يتمّ التخاطب بين الأفراد الذين ينتمون إلى الثقافة نفسها عبر التلفزيون (الصورة والكلمة) فحين يظهر مثلا رئيس الصين في الخطاب التلفزيوني ببدلة بيضاء بعد كارثة طبيعية حلّت بإحدى مقاطعات الصين وأودت بحياة العديد من سكّانها، يفهم الصيني دلالة ذلك، يحدث العكس عند الجزائري مثلا الذي لن يفهم الدلالة.

نجد مثالا آخر، اللغة التي يتوجّه بها منتج الخطاب التلفزيوني (مقدم برنامج) يعمل الصحفي على توظيف العبارات المتداولة بين الأفراد مثل الدارجة عندنا، فنلاحظ أنّ التلفزيون الجزائري نادرا ما يُوظف اللغة الفصحى ليسهل عملية الفهم وليصل إلى فئة كبيرة من المجتمع وغيرها من الانتماءات. هذا ما يعني به "بورديو" بمصطلح الانتساب الذي بدونه لن يخضع المشاهد (المتلاعب به) لأهداف منتج الخطاب (المتلاعب).

يحدّد "موزا" ثلاثة مؤشرات للتلاعب، أولا، هو نوع من التأثير الروحي النفسي، يكون هدفه الروح والبنية النفسية للشخصية الإنسانية. ثانيا، هو تأثير مخفي ولا ينبغي أن تكون حقيقة وقوعه ملحوظة من قبل المستهدف بالتلاعب أي الجمهور لأنّ ذلك يُلغي فاعليته، ثالثا وأخيرا، يتطلّب التلاعب مهارة ومعارف كبرى² من قبل المرسلين الذين هم – كما سبق القول- أولئك الذين يكتبون نصوص البرامج، والذين يؤدونها كالممثلين، أو مقدّمي البرامج، ويمكن إضافة شخصيات الرسوم المتحركة الموجهة للأطفال.

¹ لقراءة المزيد عن رمزية الألوان في الصين ينظر الموقع:

Hubmode.org/symbolique –des-couleurs-en-chine/ vu le 22/01/2018 à 10h30.

² ينظر: سيرجي قره موزا، التلاعب بالوعي، ص 38-39.

4. طرق اشتغال التلاعب في الخطاب التلفزيوني:

تقول "إيفالينا تاروني" أنّ الذي يجعل التلفزيون أكثر أهمية بالنسبة للمشاهد السمة الفورية والواقعية التي تتميز بها الصورة، كما أنّ مشاهدة التلفزيون تُحقّق للمشاهد أيضا ضروبا مختلفة من الإشباع والإرضاء بسبب خواصه الثلاث المتّصلة بالمباشرة والتلقائية، والأنية.¹ إنّ سمة الفورية غالبا ما توقع صانعي الخطاب التلفزيوني في فخ المنافسة – على حدّ تعبير "وولتون" - لما يسعى الصّحفي في تغطية الحدث عبر المباشر، وكأنّ السّرعة وحجم الحدث مرادفة للحقيقة والموضوعية وهذا غير صحيح، فقد ساهم العاملان في تقهقر الإعلام.² إذ يحدث أن يتسبّب ذلك في كوارث كبرى كالمشاكل الاقتصادية مثلا، فلمّا يظهر مرض معيّن أصاب الماشية يعلن العلماء إمكانية إصابة الإنسان، فبمجرّد نقل الخبر مباشرة وبصيغة أخرى كالقول بأنّه ينتقل إلى البشر دون ذكر مفردة "إمكانية" سيصاب الجميع بالدّعر، ويمتنع عن شراء اللحوم والحليب ممّا يسبّب الكساد وغيرها من الإجراءات التي يُمكن أن تُتخذ ضدّ الأبقار والماشية كالقتل، يهتمّ الصّحفي بالسّبق أكثر من اهتمامه بمدى صحّة ما ينقله المهمّ لديه إذاعة الخبر قبل الآخرين.

أمّا عن خاصيّة الواقعية فيقول "إدواردز" أنّ هناك طريقة لجعل المشاهد يعتقد ذلك ممّا يعمل على تضليل الجمهور إمّا في طريقة التقاط الصورة، أو بتغيير مضمونها أو بانتقاء صور معيّنة وطرح أخرى، وذلك من خلال عرضها من زاوية معيّنة في لحظة معيّنة،³ فلمّا تُعرض مختلف فئات المجتمع الغربي سواء في الخطابات المختلفة كالأفلام، والإعلانات، والبرامج وغيرها يحرص منتجو الخطابات هذه على انتقاء ممثّلين، ومقدّمي البرامج، وعارضي الإعلانات وفق معايير معيّنة، يتمّ بالمقابل إقصاء الذين لا يتناسبون مع تلك المعايير، هذا ما نلاحظه في الخطابات التلفزيونية الغربية فكثيرا ما نلاحظ أنّ أغلبية الممثّلات طويلات، ورشيفات وشقراوات يلبسن آخر صيحات الموضة، ينطبق ذلك أيضا على الأطفال، فيعمل المنتجون على عرض أطفال ذوي أعين زرقاء، بالإضافة

¹ أندري جالوسان، عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ترجمة: وجيه سماعيل عبد المسيح، المجلس الأعلى للثقافة القاهرة، 2000، ص 97-98.

² ينظر: دومينيك وولتون، الإعلام ليس تواسلا، (د. مترجم)، دار الفارابي، لبنان، الطبعة الأولى، 2012، ص 88.

³ ينظر: دافيد إدواردز، دافيد كرامويل، حراس السّلطة: أسطورة (الميديا) وسائل الإعلام الليبرالية، ص 105-106-107.

إلى لباسهم الجميل، ولا ننسى عرضهم لعائلات تعيش في أمان مادّي بيت فخم، وأثاث آخر طراز، ومسبح وأبناؤهم يعيشون بكلّ حرّية.

يخلق كلّ ما ذكرناه أوهاما لدى المشاهد، مثل وهم النّمودج المثالي للمرأة الجميلة بجسدها الفاتن وشعرها الذهبيّ الذي إذا بحثنا في حقيقة ذلك نجد بأنّ الخطاب يعمل على خداع المشاهد لأنّه كي يظهر الجسد فاتنا يجب أن يخضع لعمليات جراحية عديدة، وتدريبات شاقّة، لا يتخيّلها الجمهور كونها أعمال خفية لا تظهر على الشاشّة، كما أنّ ظهور ممثّل الخطاب نظراً ونشطا لأنّه يتمّ تصويره في فترات معيّنة مثل الفترة الصّباحية، كما يتمّ إيصال لقطة بلقطة أخرى متباعدتان من حيث الزّمن، فتظهر وكأنيهاً أنية أمّا بالنّسبة إلى الشّعور الأشقر، فقد أثبتت الدّراسات التي أجريت في فرنسا مثلاً، أنّ كلّ الشّقراوات اللواتي يعشن في فرنسا فقط عشر بالمائة منهنّ شقراوات حقيقيّات، كما أنّ تفضيل تلك الخطابات لفئة الشّبّاب يُقصي الفئة الكبيرة في السنّ كذلك الفئة التي لا تتناسب مع المعايير التي تُنتج وفقها تلك الخطابات. كما يعمل عرض الطريقة الفخمة لعيش العائلات على خلق نوع من الغلبة الطّاغية للتّزوع المادّي¹، يعمل ذلك على هيمنة ثقافة المظهر والشّكل والإبهار واللّمعان، والاستعراض على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق² لدى الشّبّاب الذين يجعلهم مغترين عن واقعهم ممّا يعزّز اللامبالاة في أنفسهم التي تدفعهم إلى السّلبية.

يمكن للصّورة إذن، أن تُؤدّي إلى رؤية أشياء وإلى الاعتقاد فيما نراه، هذه القدرة على الاستدعاء لها تأثيرات ونتائج تعبويّة، يمكنها أن تخلق أفكاراً أو تعبيرات، لكن يمكن أيضاً، أن تخلق مجموعات الأحداث المتفرقة كالحرائق أو الحوادث اليومية، أو تُعبأ، وتُشحن بتورّطات، ومضامين سياسية، وأخلاقية قادرة على إثارة مشاعر قويّة غالباً سلبية، مثل المشاعر العنصريّة – كما سبق القول - ومشاعر الزّينوفوبيا (العداء للأجانب) مرّكب من الخوف والعداء للأخر ممّا هو أجنبي، والنتيجة التّهائية، أنّ التّسجيل التّقريري

¹ ينظر: ماري وين، الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة: عبد الفتاح الصبحي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت، 1999، ص 163.

² ينظر: فهد عبد الرحمن الشّعيري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ص 81.

للواقع يستلزم دائما بناء اجتماعيا للواقع قادر على ممارسة تأثيرات اجتماعية تعبوية أو إجهاضية وإحباطية.¹

يعني كل ما سبق أنّ الخطاب التلفزيوني لا يُعتبر سوى انعكاسا للعالم الواقعي كونه يصيبه البتر والحذف، لأنّه لا بدّ له كذلك أن يختار من الأحداث اليومية العديدة تلك الوقائع التي يمكن تصويرها بعملية الانتقال هذه يعني عدم الموضوعية² والواقعية، ولأنّه كما يقول "الشّميري" أنّ الحيادية المطلقة التي يُزعم كونها أساس عمل الخطابات الإعلامية غير موجودة، فكلّ منتج لهذه الأخيرة هو بالضرورة مُنتج ثقافي، أو وطن، أو لمصلحة تجارية، أو وجهة شخصية أو مزيج من الانتماءات.³ يظهر ذلك مثلا في برنامج واقعي مثل برنامج "صبايا الخير" الذي يقدّم على القناة المصرية "النهار الأولى" من قبل الصحفية "رهام سعيد" أثناء زيارتها للمغرب في حلقة من حلقات البرنامج الذي يحمل عنوان "المغرب بلاد السحر والعجائب" إذ بذلت الصحفية كلّ مجهودها لتبيّن أفضلية مصر على المغرب وعلى كلّ بلدان العالم سواء كان بمقارنة الأماكن السياحية بين البلدين بالعبارة المشهورة التي نكرّرها "مصر أمّ الدنيا" أو "أمّ العرب" أو عند مقارنتها بين زغرودة إحدى العاملات المغربيات في السياحة وزغرودتها قائلة: "المصرية تكسب" أي الأفضل يبيّن كلّ ذلك عدم قدرة الصحفية على التخلّص من انتماءها إلى وطنها، واتّسام الخطاب بالشحنة العاطفية التي يمكن أن تخلق عواطف سلبية أو إيجابية اتّجاه الآخر المختلف.

رأينا أنّ طريقة إنتاج الخطاب التلفزيوني لا تخضع لمعايير الموضوعية التي يزعمها إذ تمارس بعض طرق الإنتاج (الفورية والواقعية كذلك الانتماء الثقافي للصحفي) على عرقلة المثّل العليا التي ينادي بها مثل إعلام الجمهور بالحقيقة، نجد أيضا إلى جانب ما سبق معرقلا آخر، المتمثّل في السّلغ الغذائية التي يحرص الخطاب التلفزيوني على عرضها أو إنتاجها لنرى فيما تتمثّل وكيف تساهم على تقهقر دور التلفزيون كذلك سبب تركيز هذا الأخير على هذا النوع من البرامج.

¹ ينظر: بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ص 52-53.

² أندري جالوسان، عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ص 102-114.

³ ينظر: فهد عبد الرحمن الشّميري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ص 43.

5. الخطاب والسلع الغذائيّة:

غالبا ما يركّز منتجو الخطاب التلفزيوني على جعله مثيرا لشدّ انتباه المشاهد (بالخصوص فئة الشباب) لأنّ ذلك يزيد من نسبة الإقبال على القناة لذلك يعمل على عرض الأحداث المرتبطة بالدمّ والجنس والدراما والجريمة التي هي نوع من السلع الغذائيّة الأولى بالنسبة للمعلومات الهامة جدّا، لأنّها تهمّ الجميع دون أن تُؤدّي إلى نتيجة ما، تستهلك وقتا يمكن استخدامه لقول شيء آخر المُتجنّب عمدا الذي يجب أن يعرفه المواطن لممارسة حقوقه الديمقراطيّة.¹ صحيح أنّ حياة الأشخاص مهمّة، لكن يمكن لمنتهي الخطاب التلفزيوني (الأخبار- البرامج) التّركيز على ما يفيد المواطن فيما يرتبط مثلا بحقوق المواطن بالتثقيف في هذا النّوع من المواضيع وباللغة الدّارجة ولما لا ؟ لكن المثير في قول " بورديو" أنّه يمكن أن يتخفّى وراء الأشياء التّافهة، والفارغة جدّا أشياء هامّة.² لنفهم القول سنحاول توضيح الفكرة بمثال الرّسوم المتحرّكة.

كنا ونحن صغارا نعشق الرّسوم المتحرّكة التي تبدو ظاهريّا بالنّسبة لأولياءنا مجردّ تسلية للأطفال كي ينعموا بالراحة من صراخهم ومتطلّباتهم اللامتناهية، لكن في الحقيقة تحمل هذه الأخيرة أهدافا خفيّة، فتكرار هذا النّوع من الخطابات (التّافهة بالنسبة لأهلنا) يعمل في حقيقة الأمر على ترسيخ معايير المجتمع الذي يعيش فيه الطّفل كي تُكوّن عنده ما يسمّيه "بورديو" هابتوسا الذي هو نسق من الاستعدادات التي ينشأ عليها الفرد ويكتسبها المتعلّق بأربعة مستويات: العرفاني، والخلقي، وهيئة الجسد، والجمالي.³ يكتسب الطّفل معرفته بنفسه وبمجتمعه من خلال هذا الخطاب كذلك الأخلاق التي يتحلّى بها.

تعلّمنا منذ الطّفولة أنّ الخير دائما ينتصر، والشّرير مصيره العقاب، وهذا ما تجسّده الشّخصيّات الخيالية مثل سلسلة الرّسوم المتحرّكة الموجهة للدّكتور بالخصوص "رعد العملاق" الذي يُفسد دائما مشاريع الأشرار " المدمّرين" الذين أتوا من الفضاء لتدمير الأرض، كما حرص منتجو هذا النّوع من الخطابات على إنتاج سلسلة من

¹ ينظر: بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ص 46-47-48.

² المرجع نفسه، ص 47.

³ ينظر: بيير بورديو، جان كلود باسرون، إعادة الإنتاج، ترجمة: ماهر ترمش، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، الطبعة الأولى، 2007

ص 387.

الرّسوم المتحرّكة الموجهة للفتايات مثل سلسلة "سالي" التي أتت من الهند برفقة والدها لتتعلّم في مدرسة داخلية للبنات، يمرض الوالد وتفقد "سالي" مكانتها في المدرسة وتُعامل معاملة سيّئة من قبل الجميع، لكن تبقى "سالي" تحافظ على ما علّمها والديها من احترام الكبار، والعطف على الآخرين (الفقراء) وعلى صدق كلامها، وإن كانت السلسلة تعمل على تبين أفضلية الطبقة البرجوازية التي تسيطر في المجتمع الغربي.

لقد تغيّرت طبيعة القيم التي يرسخها خطاب الرّسوم المتحرّكة في أيامنا هذه، فلم تعد تعلّم قيم الخير والشّر بل خلقت قيما جديدة وغريبة تناسب والنظام العالمي الذي نعيش فيه أي النظام الرأسمالي، يذكر لنا بعضا منها المفكر المصري "عبد الوهاب المسيري" في الرّسوم المتحرّكة الهزلية "توم و جيري" فيقول بأنّها تعلّم قيما رهيبية مثل، قيمتي الذكاء أو الدّهاء مقابل قيمة الغباء التي يعتبرها غير أخلاقية كونها تعلّم اللارحمة عكس جوهر الفكر الديني الذي يؤكّد على التّراحم من خلال الأخذ بيد الغيبي ومساعدته، نجد العكس في قيمة الذكاء والدّهاء المحيلة لفكرة التّريص واستغلال فرصة ضعف الآخر للقضاء عليه، كما نجد قيمة السرعة في أفلام "رعاة البقر" التي تُظهر أنّ الأسرع هو الأقوى، تحيل هذه القيم وغيرها إلى العالم الدارويني الذي يحمل فكرة البقاء للأقوى¹ وإن كان ذلك تأويل من بين التّأويلات الأخرى التي تحوّلت إلى إيديولوجيا تخدم بالدرجة الأولى النظام الرأسمالي الذي يعتمدها كمعايير لتحقيق الثروة والنّجاح.

كما يعلم خطاب الرّسوم المتحرّكة الأطفال الأخلاق والقيم المرتبطة بالجنسين فيعلّم القوّة والعنف للذكور، والهدوء واللّطف للفتيات، كذلك لا ننسى قيم الصّدق، وحبّ الغير، والاحترام وغيرها من القيم لكن إذا نظرنا جيّدا إلى هذه القيم نقول أنّه رائع أن يتخلّق الطّفل بها لكن ماذا لو كبر هذا الطّفل واكتشف زيفها؟ بتعبير آخر، عدم صلاحيتها في الواقع ونتيجة لترسّخ هذه القيم في فكره سخريّة الجميع منه ونعته بالساذج حين يكبر سيعيش الطّفل نوعا من الصّراع الدّاخلي لأنّ استعداداته تمنعه من

¹ عبد الوهاب المسيري، دورة منهجية التّعامل مع الفكر الغربي، الجزء الأوّل، 1994 رُفعت على اليوتوب بتاريخ 24 نوفمبر 2016، تاريخ المشاهدة 9 فيفري 2018 على الساعة 10 و15 دقيقة.

أن يتصرف عكس ما تُمليه عليه القيم المترسّخة في فكره ممّا يدفعه إلى الانطواء على نفسه والاكتماب فيكون بسبب ذلك فردا سلبيا في مجتمعه.

أمّا فيما يتعلق بهيئة الجسد، فكثيرا ما يُقلّد الشّباب هيئة أبطالهم بالخصوص الفتيات، هذا ما نلاحظه في طريقة لباسهنّ ملابس غير مناسبة في ثقافتنا، نجد عند الغرب كلّ مناسبة ولباسها الخاصّ، فيتطلّب العمل لباسا كلاسيكيا محتشما يختلف عنه لباس السّهرات والاحتفالات العائلية، كما يختلف عنه لباس الصّيف يذكّرني هذا بقول رواه لي صديق، أنّه جاء أحد الكنديين للعمل في الجزائر، ففي أحد الأيام سأله أحد رفقاءه (جزائري) عن المكان الذي تذهب إليه النساء اللّواتي يمزّن في الشارع، فأجابته الجزائري: لقضاء حاجتهنّ كالعامل أو التّسوق إلى ما ذلك.. فردّ عليه الأجنبي كونهنّ لا يعرفنّ كيف يلبسن وكأتهنّ متّجهات إلى عطلة أو سهرة. يعود ذلك إلى مرض تقليد الممّثلات وقد انتشر ذلك عند طالبات الجامعة كلّ واحدة تحاول أن تظهر بلباس ومكياج آخر صحيحة، ممّا يدفعهنّ إلى السّلوك غير السّويّ المهمّ لديهنّ الحصول على المال لشراء الملابس والأحذية كنوع من الإثبات الدّاتي بين الفتيات الأخريات اللّواتي يحرصن على التّميّز (الحصول على رأسمال رمزي) ليكنّ أكثر جاذبيّة مع أنّ الفقريشكّل دافعا آخر للسّلوك السيّء. نجد بالإضافة إلى وظيفة ترسيخ القيم المستحسنة في المجتمع المرتبطة بالدين (التّراحم، الحب....) والقيم المرتبطة بقانون السّوق (السّرعة والدّهاء) التي يوظّفها الخطاب التلفزيوني للتلاعب بعقول الجماهير القيم المستهجنة في مجتمعنا هي قيمة العنف لإثارة الجمهور.

6. خطاب العنف:

لقد اختلف النّقاد في مسألة كون الخطاب التّلفزيوني مصدرا للعنف في المجتمع سواء كان في الأفلام البوليسية أو في البرامج الوثائقية، نجد من بينهم " فريدريك فيرتهايم" الذي هاجم التلفزيون واتّهمه بالترويج للعنف والدّعاية له مستشهدا بقول أحد القضاة " ف.ج. كروينبرج" أنّ " التلفزيون أداة قويّة للغاية قادرة على إقناع العقول التي لم تتشكّل بعد بأنّ العنف نمط مقبول من أنماط السّلوك.."¹ يقصد هنا الأطفال والشباب، فصورة عالم الكبار التي تقدّم وقت مشاهدة الأطفال تكون مُثقلة بالعنف

¹ ينظر: أندري جالوسيان، عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ص 17.

البدني، وتقلّ فيه ضروب التبادل التّفكيري.¹ يعني ذلك أنّ الطّفّل سيُقلّد حتما ما يشاهده على التّلفزيون لذلك يحرص منتجو ذلك الخطاب على إنذار المشاهدين على عدم مشاهدة البرنامج لأنّه يحتوي على العنف، نحن نعرف ما يدلّ على ذلك من خلال بعض الرّموز التي توضع أسفل الشاشة بداية كلّ برنامج أو فيلم مثل: (- 18) في الأفلام الإباحية أو أفلام الرّعب لأنّ ذلك يشكّل خطرا على الجانب التّفسي خصوصا لدى الصّغار على الرّغم من أنّه يؤثّر كذلك حتى على الكبار خاصّة البرامج الواقعيّة ما يحدث مثلا على موقع اليوتيوب، فلمّا يشاهد شخص راشد تصوير تنفيذ الحدّ في المملكة العربيّة السّعوديّة يخلق لديه إحساسا بالرّعب والقرف.

كنت أتتبع عمليّة تطبيق الحدّ سواء على المجرمين أو على مرتكبي الفاحشة المتزوّجين، كانت الفيديوهات في البداية مُثيرة لكن بدأت أُحسن بالضيق والقرف مع مرور الوقت، وعدم الرّاحة لدرجة أنّي لم أعد أتناول اللّحم كلّما تذكرت ما كان يجري (قطع الرّأس بالسّيف والضّحية تصرخ) أو (صورة المرأة التي تُرجم من دون رحمة) كنت أشعر بالغثيان وعدم الرّاحة فما بالك لو شاهد طفل تلك المشاهد المُرعبة.

لا يقتصر العنف على مشاهد القتل، لأنّ هناك مشاهد أخرى كمشهد الاغتصاب الذي يعرضه الفيلم الأمريكي بعنوان: I spite on your grave الذي يبدع فيه المخرج كيفية اغتصاب أربعة رجال لإمرأة وحيدة قرّرت قضاء عطلة في شاليه منعزل وسط غابة لكتابة روايتها الجديدة، وكيف تنجو بأعجوبة حين حاولوا قتلها، لتنتقم في الأخير أشدّ انتقام كإغراق أحدهم في حمض يذيب كلّ علامات جسمه....) صحيح أنّها مشاهد مثيرة لكن ماذا لو قلّدها طفل لما يرغب رؤية مفعول الحمض على وجه صديقه ؟

يرجع تقديم هذا النوع من السّلع الغذائيّة إلى غلبة العقليّة "الأوديماتيّة" في أوساط منتجي الخطابات التّلفزيونية، والأوديمات l'audimat هو مقياس نسبة الإقبال التي تتمتع بها القنوات التّلفزيونية، حيث أصبحت العقليّة الأوديماتيّة كحكم نهائي أخير مهووسة بقياس نسبة الإقبال التي تضع حدودا لطريقة تفكير هؤلاء المنتجين وفقا لاعتبارات النّجاح التّجاري بعد أن كان منذ منتصف القرن التاسع عشر. كان يُنظر إلى النّجاح التّجاري المباشر والفوري موضع شكّ، وكان يُنظر إليه كعلاقة على المساومة مع

¹ المرجع نفسه، ص 26.

هذا الزمن، وتحديدًا مع التقود بينما اليوم تم الاعتراف بالسوق كجهة رسمية لإضفاء الشرعية.¹ لم تعد الجودة والتنوعية معيارًا للخطاب التلفزيوني، بل ظهرت معايير جديدة للحكم على صلاحية أي خطاب تلفزيوني وهو معيار السوق، فكلما زاد إقدام المشاهدين على برنامج كلما كانت الصفقة مربحة، بتعبير آخر، زيادة مواسم أخرى للبرنامج حتى وإن كان ذو نوعية سيئة، مثل البرنامج الواقعي (Loft Story) الذي بُث لأول مرة على القناة الفرنسية M6 بتاريخ 26 أبريل 2001. يتلخص البرنامج في عزل مجموعة من الشباب ذكور وإناث داخل loft كبير يحوي على كل شروط حياة الرفاهية مسبح، حديقة، أكل.. إلخ لمدة 70 يوم، تصوّرهم كميرات 24 ساعة/24 ساعة دون انقطاع، معنى ذلك أنّ الكاميرات تنقل كلّ ما يجري بينهم سواء كان شجار أو علاقات حميمية وغير ذلك أي كلّ ما يزيد من إقبال المشاهدين الذين لن يتوقف دورهم على المشاهدة، بل سيساهمون في تحريك الأحداث من خلال قرارهم كلّ أسبوع من يخرج من اللعبة ومن يبقى عن طريق عملية الاستفتاء حتى يبقى إثنان ثمّ يقرّر الفائز بمبلغ مالي، هذا عن الجانب الظاهر في البرنامج.

أما فيما يتعلّق بالجانب الخفيّ، يتظاهر منتج البرنامج منح الحرية للمشاركين في اللعبة، وهذا غير صحيح لأنهم مجبرون على التعامل مع أشخاص لا يعرفونهم، كما أنّ اللباس الذي يدخل المتنافسون إلى loft مفروض عليهم خاصّة عند البنات، إذ أُجبرت إحداهنّ على ارتداء لباس شبه عاري - صرّحت بذلك في حصّة بعد أكثر من عشر سنوات من بثّ البرنامج- كما يُجبر المتنافسون على الاستيقاظ على الساعة صباحًا على أصوات موسيقى صاخبة بُرّجت خصيصًا لذلك وغيرها من الالتزامات. كما أنّ البرنامج سلعة من بين السلع التي تُتاجر بها القناة لتحقيق أرباح عالية في السوق، كذلك سلوك المشاركين لأنّه يمكن أن يقترح المنتجون عليهم التظاهر بوجود علاقات حميمية بينهم أو العكس شجار كما أنّه يمكن أن يغدو البرنامج عنصري لما يخرج المتفرّجون مشتركين غير فرنسيين.

نستنتج في الأخير أنّ الخطاب التلفزيوني يمكن أن يتجاوز دوره التثقيفي إلى أدوار أكثر خطورة، إذ يمكن أن يساهم على الإبقاء على وضعيّة ما في المجتمع لما يقوم بإعادة

¹ ينظر: بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ص 62 - 63.

إنتاج القيم والمبادئ التي يعيش وفقها (قيم الخير) كما يمكنه أن يقوم بتدمير تلك القيم وبناء قيم جديدة تخدم النّظام العالمي (السّرعَة والنّكّاء القيم الجمالية المرتبطة بالمظهر) تحت قناع التّعديّة، والمساواة، واحترام الآخر، فليس هناك ما يسمّى بجزائري أو صيني أو شرق أو غرب في النّظام العالمي، بل الموجود ما يسمّى بالسّوق وقانوني العرض والطلب، فكّما ألغيت الفروق في كلّ مكان كلّما كان ذلك لصالح تسويق السّلع وتحقيق الأرباح.

قائمة المصادر والمراجع:

1. آسا بيرغر آرثر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت 2012.
2. بورديو بيير ، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة: درويش الخلوحي، دار كنعان، دمشق الطبعة الأولى 2004.
3. بورديو بيير، الهيمنة الذّكورية، ترجمة: سلمان قعراني، المنظمة العربية للترجمة، لبنان الطبعة الأولى، 2009.
4. بورديو بيير، باسرون جان كلود ، إعادة الإنتاج، ترجمة: ماهر تريمش، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، الطبعة الأولى، 2007.
5. جالوسان أندري، عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة 2000.
6. دليو فضيل ، تاريخ الاتصال، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، الطبعة الثالثة، 2007.
7. زعبي مراد ، مؤسّسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، (د-ت).
8. الشّمهري فهد عبد الرحمن ، التربية الإعلاميّة: كيف نتعامل مع الإعلام، الدار الكويّتيّة للطباعة والنّشر الرياض، الطبعة الأولى، 2010.
9. عيسوي عبد الرحمن ، الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، دار النهضة العربية لبنان، 1984.
10. فارككوف نورمان ، تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي، ترجمة: طلال وهبه المنظمة العربية للترجمة بيروت، الطبعة الأولى، 2009.
11. مخائيل حفظ الله إبراهيم وآخرون، وسائل الإعلام والتعليم، دار العلم العربي، بيروت، الطبعة الثانية، 1979.
12. مخضّر محمد ، تأثير التلفزيون على الأسرة، دار خضر للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان الطبعة الأولى 1998.
13. المسيري عبد الوهاب ، دورة منهجية التعامل مع الفكر الغربي، الجزء الأول، 1994 رُفعت على اليوتوب بتاريخ 24 نوفمبر 2016، تاريخ المشاهدة 9 فيفري 2018. على الساعة 10 و15 دقيقة.
14. وولتون دومينيك ، الإعلام ليس توأصلا، (د. مترجم)، دار الفارابي، لبنان، الطبعة الأولى، 2012.
15. وين ماري ، الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة: عبد الفتاح الصبحي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب الكويت 1999.
16. صالح هاشم ، ميشيل فوكو: نظام الخطاب، " الكرمل " مجلة الاتّحاد العام للكتّاب والصّحفيين الفلسطينيّين، شركة "كاظمة" للطباعة والنّشر، الكويت، العدد 10 ، 1982.

17. Hubmode.org/symbolique –des-couleurs-en-chine/ vu le 22/01/2018 à 10h30.