

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية الى استجلاء دور الصورة الاعلامية في التشظي القيمي "تشظي القيم" في المخيال الاعلامي العربي ضمن البيئة الافتراضية الجديدة باعتباره يمثل نسيجاً مكوناً من منظومة القيم الراسخة في الذاكرة الشعورية أو اللاشعورية للإنسان العربي والمسلم بكل ما اعتراها من تقلبات أو ضعف وتشوهات بفعل عصور الانحطاط والظاهرة الاستعمارية، وما يتلقاه هذا الفرد من منظومة قيمية حدائية تحاول القفز به فوق التاريخ وفصله عن أي ارتباط مستقر بواقعه الاجتماعي، وما نتج عن هذا التشظي من إيجاد مجتمع واحد بقيم مختلفة تجسدها مجموعة من السلوكيات الممارسة والموجودة على أرض الواقع، من خلال استعراض التحولات التي أوجدتها الصورة الاعلامية في المنظومة القيميّة التي يتمثل من خلالها المخيال الاعلامي العربي ظاهرة الجسد.

الكلمات المفتاحية: الصورة الاعلامية، المخيال الاعلامي العربي، التشظي (القيم)، الميديا الجديدة.

Abstract:

This research paper aims to clarify the role of the media image in the value fragmentation, "the fragmentation of values" in the Arab media imagination within the new virtual environment, as this imagery represents a fabric consisting of a system of values embedded in the emotional or subconscious memory of the Arab and Muslim human with all the fluctuations, weaknesses and distortions Due to the ages of decadence and the colonial phenomenon, and what this individual receives from a modernist value system that tries to leapfrog over history and separate it from any stable association with its social reality, and the result of this fragmentation is the creation of one community with different values embodied by a set of behavior Rasa, which is present on the ground. By reviewing the transformations created by the media image in the value system through which the Arab media imagination represents the phenomenon of the body.

Keywords : media image, Arab media imagination, fragmentation (values), new media.

الصورة الإعلامية وتشظي

القيم بالمخيال الإعلامي

العربي

منظور الجسد بالمخيال

الإعلامي العربي أنموذجا

د. سميرة منصوري

samiramansouri1975@gmail.com

د. حكيمت وشنان

ouchenane21@outlook.fr

حنان بوطورة

جامعة سكيكدة

bh77236@gmail.com

مقدمة.

يعتبر التواصل غاية وجود المجتمعات الانسانية بهدف اشباع الحاجيات النفسية والاجتماعية المختلفة لأفرادها، لذا لم تكن المجتمعات الانسانية منذ وجدت على ظهر البسيطة بالتواصل كآلية جامدة ومستقرة تتم من خلال آليات محددة، وانما سعت لتطوير هذه الآليات باستمرار، فمن التواصل الشفهي، انتقلت إلى التواصل بالكتابة، وكان ذلك كله بهدف تحسين فعالية هذه الآلية ليس فقط في تحقيق غاية الاتصال بين أفراد المجتمع، وانما تتعدى ذلك إلى تحقيق الرفاه والتطور والتقدم الاجتماعي لهذه المجتمعات.

وما نعيشه اليوم في عصرنا الرقمي أكبر دليل على أهمية التواصل والاتصال ومدى عناية المجتمعات الانسانية بتطوير وسائله وتحويله من كونه غاية في حد ذاته إلى وسيلة تساعد هذه المجتمعات على التطور والتقدم، فما تعيشه المجتمعات اليوم من ثورة معلوماتية ساهمت في بناء الحضارة الانسانية كما هي عليه اليوم كان بفعل الآليات الجديدة التي طورتها الانسانية للتواصل وهي **تكنولوجيا الاتصال** وما أوجدته من بيئة افتراضية اعادت تشكيل البناء الاجتماعي والقيمي للمجتمعات الانسانية دون استثناء بما يخدم توجهات مخترعيها والتي عبرت عنها الحداثة الغربية بما تضمنته من أفكار وتوجهات صريحة تسعى الى تحرير ارادة الانسان من القيود الغيبية أو المجتمعية.

وقد كانت الصورة ركيزة تطوير الاتصال والتواصل بهذه الآليات الجديدة، فعلى الرغم من أن اعتماد الصورة كآلية للتواصل قديم قدم المجتمعات الانسانية، إلى أنها في عصرنا الرقمي صارت محور التواصل وانتقلت من الصورة المرسومة إلى الصورة المرئية و المسموعة، مما جعل تأثيرها على المجتمعات والتواصل الانساني كبيرا، فلم تعد أداة تعبر بها المجتمعات عن ثقافتها الخاصة بقدر ما تحولت إلى أداة هيمنة وسيطرة تسيطر من خلالها ثقافة واحدة على باقي الثقافات وتمتطها بالصورة التي تتلاءم مع توجهاتها وخيراتها الفكرية

والاجتماعية، فقد كان للصورة الاعلامية أثر بالغ على المنظومة القيمية للمجتمعات بمختلف ثقافتها، خاصة تلك المجتمعات التي تمتلك منظومة قيمية مغايرة للمنظومة القيمية التي روجت لها المجتمعات المصنعة لهذه الآليات.

وبالتالي فقط كان للاختراق الثقافي لتلك المنظومات المغايرة باستخدام الصورة الاعلامية دورا كبيرا في اعادة تشكيل مخيالها الاعلامي بما يتضمنه من منظومة قيمية تقليدية، فأدت إلى تشطي القيم بهذا المخيال الذي صار يحمل في نسيجه **منظومتان** قيمتان متعارضتان، تنتمي الأولى لواقع أكثر ثباتا واستقرار ووضوحا، وأخرى تنتمي لواقع سائل على حد تعبير **باومان**، ويتصف بكونه متغيرا وغير مستقر تحكمه منظومة ثقافة الاستهلاك السريع.

لذا هدفت هذه الدراسة إلى الاجابة على التساؤلات التالية:

- ما هي الصورة الاعلامية؟
- ما دور الصورة الاعلامية في تشطي القيم بالمخيال الاعلامي العربي؟
- ماهي تجليات دور الصورة الاعلامية في تشطي القيم بالمخيال الاعلامي العربي من خلال ظاهرة الجسد؟

1. مدخل مفاهيمي:

1.1. الصورة الاعلامية:

تعرف الصورة الاعلامية على أنها مجموعة الخصائص التي ترسمها وسائل الاعلام لدولة من الدول أو شعب من الشعوب أو جماعة من الجماعات أو شخصية معينة أو قضية محددة من خلال ما تقدمه من معالجات اخبارية تتناول الموضوعات والقضايا المختلفة ومن ثم يعمد الأفراد إلى تكوين صورههم الذهنية عن هذه الأشياء من خلال ما يحصلون عليه من معلومات التي تقدمها وسائل الاعلام.¹

2.2. مفهوم المخيال الاعلامي العربي:

ظهر مفهوم المخيال الاعلامي في دراسات الاعلام سنة 1991م، وقد جاء للتعبير عن المفارقة التي صار يتشكل ضمنها الواقع الثقافي العربي في ظل التطورات العالمية

الحديثة والتي ارتبطت أساسا بالتطورات التكنولوجية في وسائل الاعلام والاتصال وما صارت تورده لهذا الواقع من منظومة قيمية جديدة جعلته يصبح مزيجاً هجيناً من منظومتين قيميتين واحدة تنتمي الى الثقافة التقليدية الراسخة والثابتة ضمن المخيال الاجتماعي والثقافي لهذه المجتمعات والتي تضرب بجذورها في تاريخ المنطقة العربية العميق، وأخرى حديثة مؤقته استهلاكية وسريعة التغير والتفكك، أو كما يصفها **باومان** بالوسائل وتنتمي الى البيئة الرقمية الجديدة التي أوجدتها التوجهات الفكرية المؤسس لها من خلال الحداثة الغربية والمعبر عنها عملياً عن طريق جملة من الآليات لعل أهمها المجتمعات الافتراضية التي تشكلت بالفضاء الإلكتروني الذي أوجدته وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.²

ومن خلال ذلك يمكن تحديد مفهوم المخيال الإعلامي بأنه يعني: "حالة تضمن المشاعر النفسية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور في المنطقة العربية والاسلامية عامة من محتويات ووسائل الاتصال الجماهيرية من جهة وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى".³

و بالتالي فالمخيال الاعلامي العربي نسيج مكون من منظومة القيم الراسخة في الذاكرة الشعورية أو اللاشعورية للإنسان العربي والمسلم بكل ما اعتراها من تقلبات أو ضعف وتشوهات بفعل عصور الانحطاط والظاهرة الاستعمارية، وما يتلقاه هذا الفرد من منظومة قيمية حديثة تحاول القفز به فوق التاريخ وفصله عن أي ارتباط مستقر بواقعه الاجتماعي وثقافته، ونتيجة لذلك نجد من خصائصه أنه لا يسعى لتبرير الواقع تبريراً ايديولوجياً مثالياً واضحاً بقدر ما يسعى إلى انتاج واقع غير واضح الاتجاه سواء نحو التغير أو المحافظة، بل هو فحسب واقع يعبر ويتلاءم مع هذا التشظي في المنظومة القيمية.⁴

3.1. مفهوم التشظي:

جاء في لسان العرب: "الشظية: الفلقة من العصا ونحوها، والجمع شظايا، وهو من التشظي التشعب والتشقق"، فمعنى كلمة تشظي هو الانكسار والتبعثر، وكذا هو الانقسام و

التفتت في الظاهرة خاصة إذا كنا بصدد تسليط الضوء على ظاهرة من خلال وسيلة اعلامية و اتصالية معينة حيث أن من خصائص هذه الظاهرة هو الاتجاه نحو التفتت و بالتالي تشظي القيم يعني تفتيتها و خضوعها لمعايير عدم اجماعها على أمر محدد كما هو متعارف عليه من طرف الباحثين، والتشظي في القيم التي تشكل هوية الانسان هو نوع من الجذب الثنائي لهذه الهوية داخل الذات الواحدة، فتتحول على حسب أمين معلوف إلى هوية قاتلة نتيجة تشظيها من الداخل، وما ينشأ داخلها من صراع بين أفكار متباينة ومشاعر متناقضة، ومفاد ذلك الولاء المزدوج لكلا الطرفين.⁵

4.1. مفهوم القيم:

ليس من السهولة تحديد مفهوم جامع مانع للقيم باعتبارها من المفاهيم المتنازع عنها في الحقول البحثية المتعددة ابتداء من علم الاجتماع و كل التخصصات المستندة عليه، و عليه وجب تبني مفهوم محدد وفق الاطار المحدد للدراسة. فقد تعددت التعريفات حول هذا المفهوم مما أكسبه الكثير من الغموض، "فهناك من يتجه إلى التحديد الضيق للقيم على أنها مجرد اهتمامات أو رغبات غير ملزمة للأفراد أو الجماعات، وهناك من يعطي تحديداً واسعاً للقيم باعتبارها معايير تعبر عن الثقافة بمختلف أجزائها".⁶

"بالنسبة لكثير من العلماء (توكفيل، فير، دوركايم) القيم هي أساسية لفهم التنظيم والتغير بالنسبة للمجتمع والأفراد على حد سواء، وقد كانت القيم دائماً في صلب اهتمام هؤلاء ذلك أن الرابط الاجتماعي كأساس لتماسك المجتمع لا يمكن بصورة الا إذا كان مبنياً على قيم مشتركة فيما السيسولوجيا الحديثة المعاصرة تهتم بسؤال القيم من خلال أوجه مختلفة من الحياة الاجتماعية".⁷

و تعرف القيم لغة بأنها:

القيمة هي: "المساوية لمقدار الثمن من غير نقصان ولا

زيادة".

و هي أيضاً ما قدره أهل السوق، وقرروه فيما بينهم،

وروجوه في معاملاتهم.⁸

يصدرها الفرد على بيئته الانسانية و الاجتماعية والمادية، و هذه الأحكام نتيجة لتقويم الفرد أو تقديره، و هي نتاج اجتماعي استوعبه الفرد و تقبله بحيث نستخدمها كمحركات أو مستويات أو معايير و يمكن أن تتحدد اجرائيا في صورة مجموعة استجابات القبول أو الرضا ازاء مواضيع أو اشخاص أو أشياء و أفكار.¹⁴

ويمكن أن تتناول المعاني اللفظية لمصطلح القيم في منظورات مختلفة، إذ يقدم لنا المعجم الفلسفي ثلاث تفسيرات لمفهوم القيمة، هي:

- **المدلول المادي:** خاصية تجعل الأشياء مرغوبا فيها أو قيمة استعمالية *valeur d'usage* لسلعة ما، المنفعة الناتجة عن استعمالها وهي قيمة تبادلية عندما نقابل سلعة بسلعة أخرى أو بالنقد.
- **المدلول المعنوي:** من وضع اللاهوتي ريتشل و غايتيه أن يقي الدين هجمات العلم بأن يعين لكل منهما مجالا خاصا للعلم، الظواهر، القوانين و الدين.
- **أحكاما تقويمية:** وتنقسم من هذه الجهة إلى ثلاث طوائف منها ما يعبر عن أوامر ومنها ما يعبر عن نصيحة، ومنها ما يعبر عن تقدير لحوادث ليس لنا عليها سلطان.¹⁵

ولكن الصعوبة الكبرى في تحديد و بناء مفهوم حول القيم في البيئة الافتراضية لأنها بيئة متداخلة و متغيرة و تخضع للتحديث في كل حين و من هنا فمفهوم القيم متبدل حسب السياق الذي طرحت فيه و لأن النصوص و الصور و الفيديوها تمل في اطار تناص نصي أو صوري، و عليه "فالقيم يمكن القول عنها أنها قيم سائلة لا تخضع لا لثبات معين و لا لتغير معين، و بالتالي فالقيمة في البيئة الافتراضية هي ما ينتج من معاني مشتركة بين المجموعات الافتراضية تحدد سلوك الجماعة المنتمية الى اتجاه معين في التفكير و بناء الصور الذهنية سواء نحو الأشياء أو نحو بني جنسهم و تختلف من مجموعة الى أخرى حسب التوجه الذي تتبناه الجماعة الافتراضية".

أما في الأصل اللاتيني فمصطلح *valeur*، يأتي بمعنى "إنني قوي" و "إنني بصحة جيدة"، وأصبح هذا المعنى يشير إلى فكرة عامة مضمونها "أن يكون الإنسان ناجحاً أو متكيفاً".⁹

أما اصطلاحاً فقد تعددت الدلالات التي صُيغ بها مصطلح القيم، باختلاف المجالات المعرفية والعلمية للمفكرين والعلماء الذين تناولوا هذا المفهوم بالتحليل والشرح، سنتطرق إليها في ما يلي:

تعرف فوزية دياب القيم، بأنها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء، مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب فيه وغير المرغوب فيه.¹⁰

كما تُعرف القيم بأنها كل فعل أو نشاط يقوم به الإنسان، وكل وصف مرغوب فيه أو قابل للرغبة فيه يحفظ وجوده، ويسعده، ويثريه، وهي كل ما يثبت إنسانيته ويؤكد لها ويسمو بها إلى درجة أعلى.¹¹

و عرفها عبد الرحمن عززي على أنها "يقصد بالقيمة الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، و القيمة معنوية و قد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله و عقله إلى منزلة أعلى".¹²

و في تعريف آخر جاء معنى القيم بأنها، "عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية مُعممة، نحو الأشخاص، والأشياء، والمعاني، وأوجه النشاط، وتعتبر بمثابة المعيار الذي في ضوئه يمكن الحكم بخيرية الخير، وحسن الحسن، وقُبْح القبيح... الخ".¹³

من خلال ما طرحته هذه التعريفات، نستخلص الخصائص العامة للقيم، وهي كالتالي:

- هي أفعال وسلوكيات مكتسبة.
- عبارة عن معايير وأحكام يفرضها المجتمع.
- و على الرغم من تعدد تعريفات القيم و اختلاف العلماء في استخدامهم لتعريف مصطلح القيمة اختلافا واسعا، كان هناك اجماع و اتفاق على أن القيمة مجموعة من الأحكام

2. خصائص القيم:

تتميز القيم بمجموعة من الخصائص، منها ليس على وجه الحصر:

1.2. القيم ذاتية و شخصية:

ترتبط القيم بالفرد ارتباطاً وثيقاً، حيث أنها تتأثر بذاتية الفرد و اهتماماته و ميوله و رغباته و تأملاته الطبيعية بالإضافة الى معتقداته، فاختلاف الناس في آرائهم و توجهاتهم و حكمهم على الأشياء يرجع الى اختلاف القيم المتأثرة بذواتهم، فذلك يعزز أهمية ترسيخ العقائد و التصورات الصحيحة عند بناء و غرس القيم.¹⁶

2.2. القيم نسبية:

أما بالنسبة لهذه الخاصية، فهي تأسس لطرح القيم بين الثابت و المتغير فما يراه جماعة معينة من كون قيمة معينة ثابتة قد لا يراه الآخرون كذلك، فتختلف القيم من جيل الى آخر من جيل القدامى الى جيل الشباب، فقيم التسامح التي يعتبرها شخص قيمة إيجابية يراها آخرون على أنها قيمة سلبية لاعتبار التقليل من الشأن و كل هذا يتوقف على تمثلات الشخص للقيم داخل المجتمع.

3.2. القيم تجريدية:

القيم لها معان مجردة، حيث أنها تتسم بالموضوعية و الاستقلالية بحد ذاتها، بينما تتضح معانيها في الواقع بترجمتها الى سلوك مادي ملموس، فالعدل مثلاً له قيمة معنوية ذهنية مجردة غير محسوسة لكنه يتخذ قيمته من ممارسته في الواقع الذي نعيشه.¹⁷

4.2. القيم متدرجة:

تخضع القيم لسلم تنازلي لدى الأفراد حسب أهميتها، فكل انسان لديه قيم تكون في أعلى هرم الأولويات و تتنازل تدريجياً و كذلك القيم فترتب تنازلياً من الأهم فالمهم فالأقل أهمية.

3. مكونات القيم:

حسب "ساندرا بول روكيتش" تتكون القيم من ثلاثة عناصر لا يمكن عزلها عن بعضها البعض، هي:

1.3. المكون المعرفي:

"و الذي يتضمن ادراك موضوع القيمة و تمييزه عن طريق العقل أو التفكير و من حيث الوعي لما هو جدير بالرغبة و التقدير، و يمثل معتقدات الفرد و أحكامه و أفكاره، معلوماته عن القيمة، أو بمعنى آخر وضع أحد موضوعات التفكير على بعد أو أكثر من أبعاد الحكم".¹⁸

2.3. المكون الوجداني:

مقياس التقدير الذي ينعكس في التعليق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ، ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما: الشعور بالسعادة لاختبار القيمة، ثم إعلان التمسك بالقيمة على الملأ.

3.3. المكون السلوكي:

معياره الممارسة والعمل أو الفعل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك، وتتكون الممارسة من خطوتين هما: ترجمة القيمة الى ممارسة، وبناء نمط قيم.¹⁹

وتؤدي أنساق القيمة وظائفها وفق ترتيب يمكننا من دراسة الثبات والتغيرات التي تطرأ على أنساق القيمة، باعتبارها خاضعة للتغيير بقدر ما يشهد المجتمع والثقافة من تغيرات حاسمة، ويتضمن نسق القيم نوعين رئيسيين من القيم قيم وسطية و أخرى غائية.²⁰

4. دور الصورة الاعلامية في تشظي القيم: منظور

الجسد أمودجا:

لقد أصبحت الصورة في عصرنا الرقمي كآلية من آليات الغزو الفكري والاقتصادي وحتى السياسي، وسيلة تسهم بشكل كبير في إعادة تشكيل وعينا وقناعاتنا بصفة مباشرة أو غير مباشرة، خاصة إذا تعلق الأمر بالأجيال الجديد التي تفتح عيونها مباشرة على عالم وثقافة الصورة، بكل ما يحمله هذا العالم

من غموض وتشويق، ويصبح دور الصورة في الاعلام اعادة تشكيل الوعي والقناعات الفكرية والقيمية خاصة لدى الاجيال الجديدة، وهو ما أدى إلى تشظي الهوية القيمية لمختلف المجتمعات الانسانية، خاصة منها المجتمعات المستقبلية العربية والاسلامية التي تقوم بنيتها الاجتماعية والثقافية على منظومة قيمية مغايرة لتلك التي تتأسس عليها البيئة الاعلامية وتروج لها باستخدام الصورة الاعلامية، التي تنتمي لثقافة جديدة حديثة تعلي قيمة الاستهلاك وتعمل على تفكيك القيم واذابتها وصهرها في بوتقة غطية واحدة تخدم توجهاتها الفكرية وتؤسس لها على مستوى عالمي يساعد في تحقيق أهدافها المادية والربحية أولاً وقبل كل شيء.²¹

ويمكن أن نبين التشظي القيمي الذي صار سمة المخيال الاعلامي العربي بفعل تأثير الصورة الاعلامية من خلال ظاهرة الجسد الذي صار متجاوزاً في هذا المخيال بين القيم العربية الاسلامية وما تضبط به هذا الجسد ضمن حدود العفة والشرف والكرامة كقيم أساسية ترتكز عليها الثقافة العربية والاسلامية وبين القيم السائلة التي صارت تروج لها وسائل الاعلام والاتصال الحديثة والتي تعلي من قيمة وحيدة وأساسية، هي قيمة الاستهلاك وبالتالي تسليع كل ما يرتبط بالإنسان بما في ذلك القيم والمعايير الاجتماعية وجعلها سائلة متغيرة حتى تمكن من تحويلها إلى مادة استهلاكية تكون مصدراً لتوسع الأرباح.

وقد أشار حسن بوحبة في مؤلفه "الجسد بين النسق القيمي وسلطة الصورة الاعلامية" إلى أزمة تشظي القيم العربية بالمخيال الاعلامي العربي في عصر الصورة من خلال عرض كيفية حضور الجسد في هذا المخيال، حيث أوضح أن أزمة تشظي القيم العربية في ما يتعلق بظاهرة الجسد يرجع لسببين رئيسيين:²²

يتمثل الأول في وجود رأس مال ثقافي يشكل هذا المخيال وينتمي لثقافة تقليدية وفقهية مستمدة من تاريخ الثقافة العربية والاسلامية.

والثاني في انخراط هذا المخيال بالثقافة الرقيمة السائلة التي عملت على تفكيك كلي للثقافة الانسانية عموماً من خلال استبدال الأنظمة اللغوية الثابتة التي يتشكل من خلالها بنظام الصورة التي تمكن من السيطرة على الخبر الاعلامي والمادة الاعلامية وتوجيهها بما يخدم السوق الاستهلاكية لجعلها مصدراً للأرباح ورؤوس الاموال.

وبالتالي فإنه من خلال ما عملت عليه الصورة الاعلامية من نسج لعلاقات قيمية ضمن تكنولوجيا الاعلام والاتصال واعادة تشكيل الواقع الثقافي للإنسانية عموماً عن طريق ادخاله في منظومة استهلاكية كبرى تقوم بالأساس على عملية التنميط للواقع الثقافي ورسم صورة موحدة ومحددة مادة وبنفعية تدعي أنها الصورة المثالية للواقع المنشود حتى يتحقق الرفاه الاجتماعي والحرية والعدالة والمساواة والأمن والاستقرار وكل القيم الانسانية التي ينشدها الانسان، والتي تعتبر أيضاً حاجيات نفسية واجتماعية يسعى لإشباعها، على تسليع كل ما يرتبط بالإنسان، حاجياته النفسية والاجتماعية وادخلها ضمن دوامة الاستهلاك والسيولة التي لا تنتهي إلى حد ولا تستقر على حال.²³

وعلى اعتبار أن الجسد بالمخيال الاجتماعي العربي كظاهرة قيمية ترتبط بمنظومة قيمية تقليدية مستقرة وثابتة من بين العوائق التي كانت تواجه ثقافة الاستهلاك والسيولة التي سعت هذه الثقافة الحديثة لترسيخها بالواقع الانساني، فقد عملت الصورة الاعلامية على فك الارتباط بين هذا الجسد والمنظومة القيمية التقليدية الثابتة من خلال الترويج لصورة مثالية متوهمة لهذا الجسد من حيث الشكل وعملت على ترسيخها بالمخيال الاعلامي العربي فاستثمرت في حاجة الانسان للتقدير والأمان في عالم العلاقات الاجتماعية السائلة وأدخلته في دوامة الخوف السائل الذي لا ينتهي على فقدان القيمة والتقدير الاجتماعي نتيجة عدم امتلاكه للجسد المثالي الذي روجت له باستخدام الصورة وتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.²⁴

وبالتالي فإنها لم تعمل فقط على فك الرابطة التقليدية بين النظام القيمي الثابت نسبياً بالمخيال الاعلامي

استهلاكية سلعية حداثية جعلته ينزاح عن منظومته الأساسية،
واختلفت درجة الانزياح باختلاف الشعوب والأمم.²⁶

خاتمة:

نتيجة لذلك، يمكن القول أن الصورة الاعلامية قد
ساهمت في تشظي النسق القيمي بالمخيال الاعلامي العربي، من
خلال ما أوجدته من علاقة جديدة بين المستخدم و
التكنولوجيا: غيرت في استخدام واستقبال الصورة ووسائل
الاتصال و الحياة اليومية وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في
تكنولوجيا وسائل الاعلام²⁷، كمنطلق ضروري لإيجاد نسق
قيمي جديد يجعل منه أداة طيعة في يد الآلية الاعلامية
والمنظومة الاستهلاكية، وكان منظور هذا المخيال للجسد من
أبرز تحليلات هذا النسق القيمي الجديد الذي عملت على
ترسيخه، حيث حولت الجسد من قيمة انسانية حقيقة مرتبطة
بمنظومة قيمية ثابتة إلى سعة وقتية في عالم الموضة والاستهلاك.

العربي وانما تجاوزته لتفكيك قيمة الجمال من هذه المنظومة
الواحدة والمستقرة الواضحة المرجعية والتي لا يستطيع الانسان
التحكم بها، وربطها بمنظومة سائلة استهلاكية وقتية غير مستقرة
تعرف بعالم الموضة، أصبح الجسد سلعة تستثمر بها الشركات
العالمية الكبرى.

فأصبح منظور المخيال الاعلامي العربي لظاهرة الجسد
كظاهرة قيمة متشظيا ومتفككا، فمفهوم الجسد بالمنظومة
الثقافية العربية الذي ظل حبيس النص الفقهي ولم يجد مجالا
للحرية والتصور إلا في النص التخيلي شعرا أو مسرحا أو نثرا،
صار يجد مجال للإفلات من قيود النص الفقهي من خلال ما
روجت له الثقافة السائلة عن مفاهيم الجمال وحرية الجسد
كمنظومة سلعية يمكن للإنسان الاستثمار بها للحصول على
رؤوس الأموال أو التقدير والمكانة الاجتماعية، فاستجاب
المخيال الاعلامي العربي لهذه المنظومة فأوجد تشظيا في القيم
العربية عن الجمال والحرية والمساواة، حيث صار الجسد والجمال
السلعي مجالا لكسب الأموال بالمخيال الاعلامي العربي عن
طريق ما روجت له خاصة الفيديو كليبات الغنائية و ما تعلق
بالأبعاد الجسدية للمرأة المتعلقة بالغواية والجاذبية كلون الشعر،
بياض الأسنان، الصوت، الوزن، شكل السيقان والطول وبروز
الصدر والأرداف... الخ، وفي مقابل هذا يتضمن هذا المخيال
منظومة من القيم المستمدة من الثقافة العربية الاسلامية حول
الجسد، فبدأت بالتدرج تحتفي معاني الكرم والشجاعة
والاخلاص والوفاء لتحل محلها معاني الخيانة والجبن والاستهزاء
بالقيم والأعراف والمقدسات.²⁵

لم يقصر الأمر على الفيديو كليب في الترويج لهذا
التشظي القيمي وانما ارتبط الأمر كذلك بالوصلات الاشهارية
التي لم تعد تبحث عن البعد القيمي للإنسان بقدر ما صارت
تعمل على توظيف الجسد وكشف مستوره لتحقيق المزيد من
الارباح في دوامة الاستهلاك، وازداد حضور الجسد في الخطاب
الاعلامي واعادة تشكيل المخيال الاعلامي العربي الذي صار
يجمع بين منظومة قيمية صارمة فيما يتعلق بالتعامل مع الجسد
تنظمها الأعراف والتقاليد والتشريعات الدينية، ومنظومة

الهوامش:

- 15 قرطاني ياسين، بكار امينة، مواقع التواصل الاجتماعي و نوستالجيا القيم في المجتمع الجزائري، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 3، جامعة زيان عاشور بالجلفة، 31 ديسمبر/كانون الأول 2017م، ص- ص3-4.
- 16 احلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم في العملية التربوية و تطبيقاتها السلوكية من منظور اسلامي، مجلة العلوم التربوية و النفسية، العدد الثاني، المجلد الثالث، يناير 2019، ص85.
- 17 المرجع نفسه، ص85.
- 18 - محمد فتحي عكاشة، محمد شفيق زكي، مدخل الى علم النفس الاجتماعي ، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1997، ص240.
- 19 العاجز فؤاد علي، القيم وطرق تعلمها وتعليمها، دراسات في القيم والتربية، جامعة اليرموك، الاردن، 1999، ص9.
- 20 علي عبد الرازق جلي، المجتمع و الثقافة و الشخصية، دار النهضة العربية، بيروت، 1984 ، ص138.
- 21 حسناء الحساني، الصورة الاعلامية وتأثيرها على المجتمع في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، مثبوتة للنشر الالكتروني، متاح على الرابط: https://archive.org/details/herufmansoura2011_g_mail/page/n1/mode/2up ، ص ص 68، 74.
- 22 هشام المكّي، عرض كتاب: الجسد بين النسق القيمي وسلطة الصورة الاعلامية- قراءة في الخطاب الاعلامي العربي-، تم الاسترجاع من الموقع <http://nama-center.com/Articles/Details/20464> بتاريخ 2020/04/30، على الساعة 6:45.
- 23 حسن بوحبة، الجسد بين النسق القيمي وسلطة الصورة الاعلامية- قراءة في الخطاب الاعلامي العربي-، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2013م، ص22.
- 24 هشام المكّي، المرجع السابق.
- 25 حسن بوحبة، المرجع السابق، ص ص 77، 81.
- 26 هشام المكّي، المرجع السابق.
- 27 فوزي شريطي مراد، التدوين الالكتروني و الاعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2015 ، ص ص 95-96.
- 1 بودهان آمال ، عكاك فوزية، قراءة في مفهوم الصورة الذهنية، مجلة الصورة والاتصال، جامعة أحمد بن بلة وهران 1، المجلد 7 ، العدد 1، ص11.
- 2 عبد الرحمان عزي، منهجية الحتمية القيمية في الاعلام (ومقياس ع..س..ن. للإعلام والقيم)، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013، ص22.
- 3 عبد الرحمان عزي، المرجع السابق، ص22 .
- 4 المرجع نفسه ، ص22.
- 5 تجاني حسناء، تشظي الهوية وأزمة الانتماء في الخطاب الروائي المعاصر - رواية ساق البامبو لسعود السنعوسي أنموذجا-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية، تخصص أدب حديث ومعاصر، اشراف علي بخوش، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2016/2015، ص 40.
- 6 ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، دار العبيكان للنشر و التوزيع، مصر، 1996، ص10.
- 7 عبد اللطيف كداي، التحولات الاجتماعية القيمية للشباب المغربي محاولة للرصد والفهم و التدريس، مجلة كلية علوم التربية، العدد7، السلسلة الجديدة، يونيو 2015، ص81.
- 8 التهانوي محمد علي، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، الجزء الأول، ترجمة عبد الله الخالدي، ط1، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 1996م، ص540.
- 9 العوا، عادل، العمدة في فلسفة القيم، ط1، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، دمشق، 1986م، ص270.
- 10 عبد الفتاح إسماعيل، القيم السياسية في الإسلام، ط1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة 2001م، ص14.
- 11 ميمون الربيع، نظرية القيم في الفكر المعاصر (بين النسبية المطلقة)، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980م، ص 32.
- 12 عبد الرحمن عزي، دعوة الى فهم نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، دار المتوسطة، تونس، 2011، ص10.
- 13 شحاتة حسن وزينب، النجار، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، ط1 ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م، ص243.
- 14 نعيم عبد الرحمن قمحية، البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، مذكرة ماجستير في الادارة التربوية بكلية الدراسات العليا في النجاح، تحت اشراف الدكتور عبد محمد عساف، فلسطين، 2003، ص: ج.