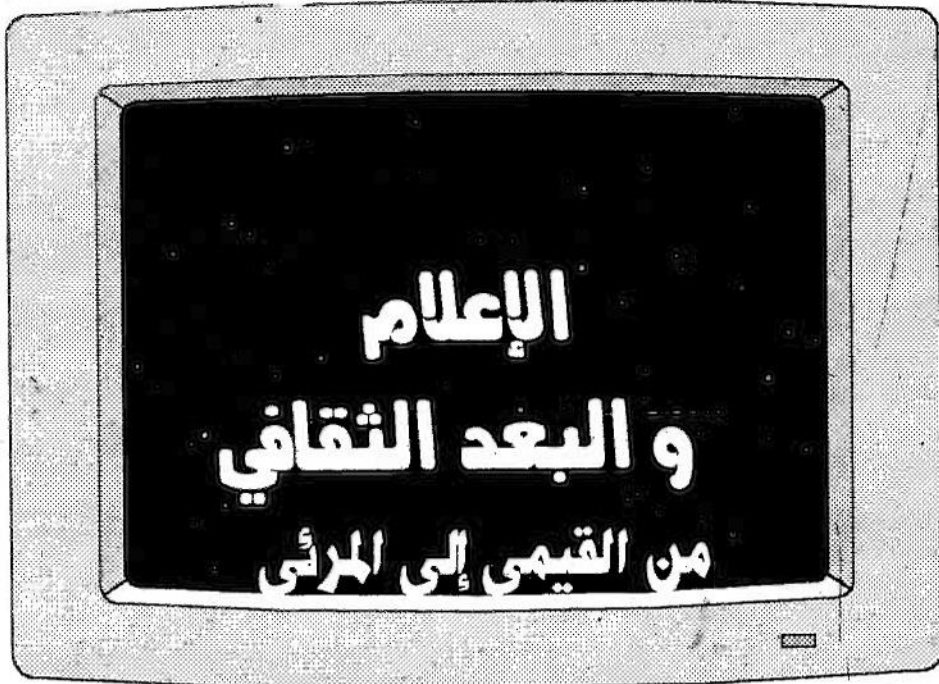




الدكتور: عبد الرحمن عزي
أستاذ بمعهد علوم الإعلام و الاتصال - جامعة الجزائر
أستاذ مشارك بمعهد تيقصرين

(10): "هو الذي يصوركم في الأرحام كيف يشاء لا إله إلا هو العزيز الحكيم" (آل عمران، الآية 6). و قد جاء تفسير الصابوني أن "في الآية رد على النصارى حيث ادعوا ألوهية عيسى فنبه تعالى بكونه مصورا في الرحم" (11) فالله هو المصور: "هو الله الخالق البارئ المصور له الأسماء الحسنى" (الحشر، الآية 24). أما الصور في تعريفنا السابق فمصنعة، أي مصورة، و أقرناها بالوسيلة التقنية و ربطها المضمون بالصورة المادية. و الحاصل أن الإنسان يرى الصورة المصورة بحاسة العين (و حاسة العين أقل مكانة (12) من حاسة الأذن كما جاء في تحليل لنا سابق)، و الرؤية في هذه الحالة رؤية العين. و يكون الاعتماد على العين من باب التيسير في إدراك الأشياء و لكن ذلك لا يعني الإنسان من البحث عن المعنى في المجرد على أنه يمكن الاستدلال عن المعنى المجسد: "ترونها مثلهم رأي العين" (آل عمران، الآية 13). و الصورة المصورة أبعد ما تكون عن الاستدلال و إن كانت مقرونة بدورها بالعين، و من

الأخيرة (أي المفاهيم) في عوامل: الإعلامي و الثقافي و القيمي و المرئي بالترتيب المنطقي المقصود. المجال للإعلامي: ورد عنا في مرجع سابق (6) أن الظاهرة الإعلامية تتألف من سبع مركبات متداخلة بنيوية (أربع من هذه المذكورة لاسيوية "و خامسة ذات نزعة" مأكلوهانية" و اثنتان من إشارات إسهاماتنا في الميدان)، أما الإعلامي في الدراسة فهو الرسالة الثالثة في تطور أنماط الاتصال (المنقول شقويا فبالكتوب فالسجل المصور) و التي (أي الرسالة) تعكس عالم "حضارة الصورة" فالإعلام في هذه الدراسة إذ هو الصورة التي تبث عن طريق وسيلة التلفزيون أو تتجلى عن مختلف مظاهر الحياة المادية عامة كالإشهار و العلاقات العامة (7) و الأزياء و بقية مقتنيات المجتمع الاستهلاكي (8). هذا التعريف يستدعي وقفة لغوية. فالإنسان لا يصور شيئا من العدم، بل الأصح أنه ينقل المصور و يشكله في مصنوعات مرئية (9). و في الأصل، فإن الإنسان في حد ذاته صورة

إن النهج الذي نسلكه في هذا الطرح غير مألوف في الأبحاث الإعلامية إلا ما ندر. و قد اعتمدنا في ذلك على منهج تأملي تأويلي (2) انطلاقا من بعض معالم تراثنا بصفة الاجتهاد لا النقل. هذا التناول إذا هو بقاء نظري أساسا، أما تجلياته فمن الوضع العيش. و الحال أنني عندما شرعت في تبيان أسس الموضوع واجهت أمرين، إما أنني أرتبط ببعض المصادر الجزئية المتعددة المشارب و الانشغالات التي لا تنسجم و فلننا الفكري فأنسج من ذلك نسجا مركبا يحمل بثقل بصمات هذه الأخيرة أو أتجنب تقليدا جامعا فاستقل كثيرا عن هذه المرجعيات واتخذ لي سبيلا متميزا أقرب إلى التقليس الظاهري في تناول الموضوع. و قد اتجهت نحو المسلك الثاني و ذلك في سياق تنمية فكر إعلامي متميز بعد أن حددنا بعض كلياته في تحليل سابق. و لعل أفضل مدخل إلى مجالنا ضبط المفاهيم على ضوء النظر الفكري إلى المسألة في كل من المجرد و المجسد. و تتمثل هذه

ثم تصيح الصورة ، في هذا الحديث ، الصورة المصنعة المرئية (لا الاستدلالية بالطبع) : إن الإنسان عندما يرى الشيء فإنه قد يتركه (من الإدراك) و يمارس عليه ما يسمى بظاهرتيا بما يأتي على الإدراك (apperception) ، أي استحضار الخزون التصوري السابق في رؤية الشيء الجديد مثلما نرى كرة الرياضة فنضيف الجزء الخلفي الذي لا نراه و نضيف أيضا العمق و اللون . و يقترب ذلك من الصورة الذهنية إذ يكون وعي الإنسان فاعلا في تشكيل الصورة . و قد قلنا " يقترب " قصدا على أن الصورة الذهنية ليست مرتبطة بضرورة بالأشياء ، بل كما سنشير إلى ذلك لاحقا ، بالمعاني . و قد لا يترك الفرد ما يراه و إنما يستجيب له فقط و يكون وعيه في هذه الحالة أقرب ما يكون إلى السكون وذلك ما يميز الصورة المصنعة المرئية عامة . وعلى هذا الأساس ، تتطور الصورة في مفهومنا فتصبح الصورة المصنعة المرئية المادية .

- عامل الثقافة : اتسمت التعاريف السائدة عن الثقافة إما بصفة انثربولوجية أو اجتماعية و قد أشرنا إلى عدد من هذه التعاريف في مرجع سابق (14) و تناولناها بالنقد و اتينا بتعريفنا الخاص الذي لا بأس من إعادة ذكره : كل ما يحمله المجتمع (الماضي) و ما يتجده (الحاضر و المستقبل) من قيم و رموز معنوية أو مادية و ذلك في تفاعله مع الزمن (التاريخ) و المكان (المحيط بما في ذلك المحيط الاجتماعي) انطلاقا من بعض الأسس التي تشكل ثوابت الأمة و أصولها . هذا التعريف في حد ذاته لا يتميز كثيرا عن التعارف المستخدمة إلا في الشطر " انطلاقا من " و هنا يطرح التساؤل عما إذا كان القصد " ما هو كائن " أو " ما ينبغي أن يكون " خاصة و أن الطاعني في الدراسات الثقافية (16) ما هو قائم في الوضع و تكون مرجعية الثقافة المجتمع ذاته . و قد أدخلنا في تفسير التساؤل السابق عنصر الوعي (الذاتي و الجماعي) فتكون الثقافة إذا واعية إذا تفاعلت مع ما يحيط بها معنويا و ماديا " انطلاقا من " و يكون الخيال هو المقيد ، و تصبح غير واعية إن ابتعدت عن الخيال وارتبطت فقط بالاجتماعي كما هو حال المجتمعات التي عاشت الانحطاط فكانت لها القابلية للاستعمار . نختصر تعريفنا للثقافي بأنه حركة الإنسان (الواعية) في اتجاه الوضع (ما

هما قائم) انطلاقا من الخيال (ما ينبغي أن يكون) .

- العالم القيمي : تعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل قام قياما ، بمعنى وقف واستوى . و قد وردت في القرآن الكريم " فيها كتب قيمة " البينة الآية 3 " أي " فيها أحكام قيمة لا عوج فيها تبين الحق من الباطل ، (17) و أيضا " و ذلك دين القيمة " (البينة الآية 5) ، أي " وذلك المذكور من العبادة و الإخلاص (+) و إقام الصلاة و إيتاء الزكاة هو دين الملة المستقيمة " (18) و سوف نعود إلى المعنى المستنبط من ذلك فيما سيأتي . و قد تناولت الفلسفة موضوع القيم فيما عرف بفلسفة القيم . و أدرج الفلاسفة القيمة في إطار علم الوجود كما أدرجوا الحق في إطار علم المنطق و الخير في علم الأخلاق و الجمال في علم الجمال ، الخ ... فاعتبروا الوجود قيمي و القيمة " حقيقة لا يمكن فصلها عن الوجود و لا فصل الوجود عنها " (19) يستتبع ذلك أن الأشياء لا وجود لها بالنسبة للإنسان إلا لأن لها قيمة . و نجد في هذا الفرع من المعرفة (أي الفلسفة) من يعتبر أن القيمة تظهر في " الأفعال و الأشخاص و الموجودات " و من يرى أن هذه الأخيرة (أي القيمة) ليست من الموضوعات العقلية التي تتطلب البرهنة عليها لإثباتها " فهي تتجاوز العقل و لا يستطيع هذا الأخير أن يحيط بها و إن كان هو الذي يجعلنا نقاد إليها و نخضع لها بأنوارها (20) و قد جعلها التوحيدي (أبو حيان) تتمثل في الدين و الخلق و العلم ، " فالدين جماع المرشد و المصالح و الخلق نظام الخيرات و المنافع و العلم رباط الجميع " (21) و لعل أقرب نزعة فلسفية إلى مقاربتنا للقيمة تلك التي تجعل كل شيء في الوجود داعيا إلى الحياة السامية غير موجه إلى سفلياتها أو تلك ترى أن القيمة لا تتجلى إلا عندما تصفو فيها نفوسنا و يتعالى وجودنا إلى القيمة . و في الآية " و ذلك دين القيمة " ، فإن الإسلام أسمى القيميات كلها . إن القيمي في تعريفنا يشكل محتوى الثقافي . و جريشا ، فإن القيمي يتضمن الدلول في البنيوية و الماهية في الظاهرتية و المعني في التفاعلات الرمزية و الحقيقة و الحقيقة و الملاءمة في التاويلية النقدية ، الخ ... (22) و قد أهلنا هذه الفضاءات المعرفية بالجزئية على اعتبار أنها محاولات

تسعى إلى الارتفاع بالجزء دون تحديد الكل الذي ينتمي في نظريتنا إلى عالم الخيال . و يتبين أنه يمكن مقارنة القيمة انطلاقا من الوضع و ذلك ما يميز جل المؤسسة العلمية المسماة " بالوضعية " أو " الإمبريقية " أو " الواقعية " أو " الميدانية " الخ ... كما بالإمكان استظهار معالم القيمة من وحي الخيال كما نجد ذلك في منهج الغزالي وابن خلدون وابن طفيل على سبيل المثال . و قد يحدث هناك بعض التلاقي بين المنظرين على مستوى العقل ، إلا أن هذا الأخير يمثل أقصى قيمة ممكنة في التناول الأول بينما يمثل في النهج الثاني وسيلة الوصول إلى القيمة ، و في ذلك تباين جوهري . و فيما يخصنا ، فإنه يمكن استنباط دلالة القيمة من خصائص هذه الأخيرة المتصفة بالسمو (عن الشئ) و إن كان الشئ انعكاس يجسد بعض المعاني و الديمومة و إن كانت تتمثل لنا في أشكال تتنوع من مكان إلى آخر و من زمان إلى آخر ، و الارتباط بالوجود (أي وجود الإنسان) و الذي تعلو مكانته بالقيمة (كان نقول هذا الإنسان له قيمة) و ذلك كله (أي السمو و الديمومة و الوجود) انطلاقا من الخيال . يضاف إلى ذلك أن القيمة ترتبط بجهد الإنسان الساعي إلى التعلق بما يرتفع و يرتفع به ، أي هو الذي يرتفع بعمله إلى منزلة القيمة ، و لعل ذلك ما نستلهمه في قوله تعالى " و ما يلقاها إلا الذين صبروا و ما يلقاها إلا ذو حظ عظيم " (فصلت ، الآية 34) أي " و ما ينال هذه المنزلة الرفيعة ، و الغصلة الحميدة إلا من جاهد نفسه بكظم الغيظ واحتمال الأذى " و " ما يصل إليها و ينالها إلا ذو نصيب وأفر من السعادة و الخير " . (23) و إذا أصبح القيمي في تعريفنا ما يسمو عن الشئ و يرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى الخيال

فضاء المرئي " إن المرئي مقرون بالصورة ، و الصورة حددناها بالمصنعة المادية . و يكون لفظ " المرئي " أكثر انسجاما مع موضوعنا من " الصوري " (من الصورة) على اعتبار أننا نحصر فعل الإنسان في الرؤية منفصلا عن الشيء المرئي في حين يكون التركيز في الصوري على الشيء بلون الفصل المذكور مع الإيجاد بأن الإنسان يأتي بالصورة بيد أنه ينقلها فحسب . أضيف إلى ذلك أن تعبير الصوري قد يختلط مع بعض المذاهب المعرفية بالصورية

الصوري" و التي تركز على الشكل في حد ذاته . و يخص المرئي التلفزيون اساسا بالإضافة إلى الإمدادات الأخرى من المرئيات في المحيط العام . و يتناول تحليلنا السائد في المرئي، فهذا الأخير (أي المرئي) قد يتضمن أحيانا إقالييم من المعاني الخاصة إلا أن ذلك يقع على حافة السيل العام من المرئيات الطاغية . و يتنوع المرئي السائد وفق التطور الاجتماعي ، و من



ثم أمكن رصد على الأقل نوعين من الصورة المصنعة المادية : الإشهارية ذات الطبيعة التجارية على النحو الذي يميز المجتمعات المعقدة و السياسية المرتبطة بالنظم السلطوية (و ما أصبح يسمى بالتسويق السياسي) كما هو الشأن في المجتمعات الانتقالية عامة . و إذا ، فإن المرئي في تناولنا يرمز إلى عملية رؤية الصورة المصنعة السائدة سواء كانت تسعى إلى تحقيق الربح أو تمثين النظام الاجتماعي بالاعتماد أساسا على تقنية التلفزيون .

بعض المقدمات التاريخية و المنهجية تعلق الإنسان الأول بما يمكن تسميته بالصورة المجسدة (لا الصورة المصنعة المادية) انطلاقا من الحاجة إلى التأمل و الخشوع " ما ترى في خلق الرحمن من تفاوت فارجع البصر هل ترى من فطور . ثم ارجع البصر كرتين ينقلب إليك البصر خاسئا و هو حسير " (الملك ، الأيتان 3 و 4) و قد أورد الصابوني عن القرطبي قوله في شرح ذلك " أردد طرفك و قلب البصر في السماء كرتين أي مرة بعد أخرى ، يرجع إليك البصر خاشعا صاغرا ، متباعدا عن أن يرى شيئا من ذلك لأعيب و الخل ، و إنما أمر بالنظر كرتين ، لأن الإنسان إذا نظر في الشيء مرة لا يرى عيبه ، ما لم ينظر إليه مرة أخرى " (24) و تعلق الإنسان

بذلك أيضا بحثا عن الاطمئنان " و إذ قال إلههم رب أرني كيف تحيي الموتى قال أو لم تؤمن قال بلى و لكن ليطمئنن قلبي ... البقرة ، الآية 260 . و في تفسير الصابوني ، فإن إبراهيم عليه السلام أراد أن يعلم بالعيان ما كان يوهن به بالوجدان حتى يزداد بصيرة و سكون قلب . (25) و توجد أمثلة أخرى عدة عن هذا الارتباط الذي يمكن أن نقلصه في البحث عن القيمة استدلالا (واستئناسا) و في تاريخ ما قبل وسائل الاتصال الجماهيرية ، فقد كانت الطبيعة مصدر الصور المصنعة و تجسيد بعض هذه الصور و شحنها ببعض المعاني الذاتية أو الظرفية أو الانثربولوجية أو العنوية كما نجد ذلك في فن الرسم و النقش و النحت و الطرز و الوشم و كل ما تعلق بالأيقونات . و لباس أن نشير في هذا السرد إلى نظرة سوروكن (26) الخاصة بتطور المجتمع اعتمادا على العقلية الثقافية السائدة : حسنية (sensat) أو مثالية (idealistic) فتكون الثقافة حسنية إذ جعلت حقائنها تتوقف على شهادة الحواس أو يسمى في المنظور الذي نستند إليه بعالم الشهادة (بفتح اللام) و مثالية إذا كانت الثقافة تؤمن بأن وراء المشاهد حقيقة أعمق و قد يكون ذلك في منظرا قريبا من عالم الغيب (بفتح اللام) . و يمر نمط التطور التاريخي عبر أطوار من الحسي إلى المثالي و من المثالي إلى الحسي و ذلك كلما تدرج الطور إلى مداه الأقصى ، على أنه يمكن في بعض الفترات التاريخية أن يتعايش الطوران بتدخل طور ثالث : الطور العقلي (ideational) (27) و قد اهتم بعض علماء النفس أيضا بعلاقة الإنسان بالصورة ليس من ناحية الإدراك الصحي فقط و لكن من الناحية المرضية و التحليل النفسي أيضا . و هنا نعود إلى لاكان الذي بحثنا في كتاباته كثيرا . (28) يسرى لاكان أن أحد المستويات الذي يشكل الذات يتمثل في الصوري (the imaginary) الذي يحمل أعراضا ترسخت في مرحلة المراهقة (مرحلة محددة في الصغر) و لم يتم تجاوز هذه الأعراض في المستوى الرمزي . فالصوري ، عنده ، صيرورة نفسية أساسية ، فهو " التجميع المستقر لأشياء و هوي و ملكات و إدراكات الأنا و تعاقب الصور : حقيقة أو تصورية " و يتشكل الصوري ، في تحليل لاكان ، انطلاقا من الصورة (imago) التي يحملها الفرد عن ذاته عندما يرى انعكاس " أنه " في

المراهقة (ابتداء من الشهر السادس) بعد أن عاش جسمه كأجزاء ميتوثة . فقد يسعى ، بدون تدخل المستوى الرمزي ، إلى فكرة صورة جسدية وهمية عن حقيقة لا مفر منها و تتمثل في عدم كمالية الإنسان . و قد تطور الفرد ابتداء من المراحل الأولى من الصغر هوية اغترابية تمثل انعكاس لانعكاسه في المراهقة . و لا يقدر الفرد على تجاوز هذه الصورة المرضية المشوهة إلا عندما يتعلم لغة الآخر و ينفذ إلى العالم الرمزي ليس كانا و لكن كفاعل . و ما يقتصر بموضوعنا في هذا الطرح أن الصوري يمثل منزلة أقل مكانة من الرمزي (و كذا المستوى الثالث : الحقيقي) في تكوين ذاتية الفرد الصحية نفسيا ، و لا يكون الصوري إلا بنية أولية غير دالة بدون العوالم الرمزية التي تبرز في اللغة و التفاعل الرمزي .



و اعلاميا ، فجزت العادة أن تدرس الصورة (الثابتة أو المتحركة) إما من الناحية التقنية الكمية (الدراسات الإمبريقية) أو السيمولوجية المرتبطة بدلالة الرموز غير اللغوية (التحليل البنيوي) . و هذه المناهج لا تفيينا كثيرا في هذا التناول . فالمنهج التقني يدرس الصورة ككيان مغلق مركزا على الجوانب الفنية و حتى الجمالية قصد النفوذ إلى الآخر ، أما البنيوي فينتقل من الصورة إلى الوضع (code) و من ثم يكون المرجع الاجتماعي و كذا السياسي أو الأيديولوجي . و يتعلق منهجنا ، المستنبط من معالمة تاريخية و من الفكر الاجتماعي المعاصر ، بما نسميه بالمنهج القيمي القائم على مرجعية الثقافي . و الواضح أن العلوم الاجتماعية عامة لم تشغل كثيرا بظاهرة القيم بفعل عدة عوامل منها عائق النسبية ، و حتى الدراسات المسماة بالثقافة فقد اقتصر على الصيرورة الاجتماعية في إنتاج الثقافة)

اي كيف) او على الثقافة كمجموعة من العادات والمؤسسات والطقوس بدون تاثير على النحو السائد في الانثروبولوجية . و فلسفيا ، فإن مفهوم الثقافة في الفكر الغربي تحول في الزمن المعاصر الى البعد الجمالي ، فنيته مثلما يعتبر ان معنى التاريخ هو لحظة الإبداع الفني اما عدا ذلك فهو تعبير ردى عن الرغبة في السلطة . و في الأدب الإعلامي ، فإن الثقافة سواء أكانت تخبوية أو جماهيرية ، فإنها تركز على الفن والترفيه ولا شك في أن التلفزيون وسيلة ترفيهية أساسية . ان المنهج القيمي الذي تبناه يعتبر ان دراسة القيم هو الدليل الأقوى في فهم الثقافة . فالبعد القيمي يسعى الى تأطير الوضع انطلاقا من الخيال ، فهو يدرس " ما هو كائن " بناء على " ما ينبغي أن يكون " فالأصل هو الثقافة (أي الرسالة) و إنما المجتمع قد يضيء صبغة اجتماعية على الثقافة أو يتحرك بدون ثقافة (أي ثقافة غير واعية) . ان البعد القيمي ، في افتراضه بفطرة الإنسان ، يرتبط بسعي الإنسان و بحثه الدؤوب عن المعنى : معنى الوجود (أي وجوده) و معنى الحياة (أي حياته) و معنى ما بعد الحياة . فالعنى يؤثر فعل الإنسان ، هذا الأخير يصبح إذا وسيلة ، أو صورة استدلالية عن المعنى . و هذا التأطير يكون ضروريا ليس من حيث توفير الإنسان الطاقة المعنوية فحسب و لكن من جانب تحديد سلطة الفرد و الجماعة ، تلك حدود الله فلا تقربوها كذلك يبين الله آياته للناس لعلهم يتقون " البقرة ، الآية 186 ، و سنعود الى هذه الحكمة فيما بعد . ان المنهج الذي نتسكن اليه ينطلق من الداخل و يكون التدخل الذاتي أساسيا و هو ما لا يتفق بالطبع مع النظرة التقنية للبحث و ان الباحث ملاحظ مستقل عن الموضوع . ان البحث في تحليلنا فعل قيمي (*) ، و المعرفة الحقيقية . إنما تأتي من الفعل القيمي الناتج عن الجهد الذاتي ، فهو (أي الفعل القيمي) كالنور " قد جاءكم من الله نور " المائدة ، الآية 17 . " و من لم يجعل الله له نورا فما له من نور " النور ، الآية 39 . ان الحياة الاجتماعية في الأصل تأسيس قيمي ، يستتبع ذلك أنه من خلال الفعل القيمي يمكننا تجربة الحياة الاجتماعية بكيفية دالة .

المرئي و الرمز و سلم الحقائق :

ان المرئي (أي الصورة المصنعة المادية ، إشهارية أو سلطوية) ظاهرة حديثة

نسبية ، و هي وسيلة لغوية و ليست لغة (و ان كان بإمكاننا تسميتها كذلك مجازيا فقط) . فالأصل في اللغة بنيويا المنطوق أي الكلام (speech) المتعدد و المتولد عن بنية تركيبية (SYNTAX) اما المخطوط و الرسوم و المنقوش و الصور فهي مجالات و سائنية اتصالية . و يمكننا ان نعود الى المجاز و نقول ان المرئي وسيلة (أو لغة) التكنولوجية . و في الغرب أدب متراكم عن تأثير التكنولوجيا على الثقافة و كيف تحولت الثقافة الى تكنولوجيا إلا أننا نركز في هذا التناول على الصورة المصنعة المادية و موقعها في سلم الحقائق .

نبينا هذا التناول بالقول أن المرئي وسيلة لا سياقية . فالمرئي ليس خطايا . و نجد أن جل المدارس الفكرية الحديثة تتفق على أن مكانة الخطاب ينبثق من التجربة الإنسانية المشتركة المتنوعة الناجمة عن التفاعل بين الإنسان و الآخر (كالتفاعلات الرمزية أو بين الإنسان و العالم) الظاهرية الاجتماعية (بالإضافة و في منظرنا الى الإتصال بين الإنسان و الله سبحانه و تعالى . و يتميز الخطاب بأنه رمزي قائم في بيانه على الجدل و البرهان و المقارنة و الإستعارة و الكناية ، الخ ... و هي عوالم رمزية تشكل الخصائص النوعية في التفاعل الإنساني . و في البنيوية ، فإن المعاني كلياوية إذ أن الدال ككلمة (أو رمز) يرتبط أساس بالتعابير اللسانية الأخرى الكامنة في متن مؤسسة اللغة . و يرتبط معنى الكلمة أيضا بالسياق التاريخي يجعل هذه الأخيرة تطفو على السطح و تختزن بعض الدلالات الى حين . كما أن معنى الرمز يبرز في سياق التحاور أو الصراع الاجتماعي و السياسي الذي تمت أو لم تتم تسويته . و يتعلق الأمر في منظرنا ، بالإضافة الى العوامل السابقة ، بوثاقة الصلة بين الرمز و القيمة ، أي أن الرمز يتحرك في عالم من القيم . فقيمة الرمز تكون بمقدار ما لدلالاتها من ارتباط بالخيال الذي يفسر الوضع أو الوضع الذي يسعى جاهدة الى الإرتقاء . فالرمز معنى يبدل على معقول أو متصور أو مخيول (من الخيال) و في الأصل ، فإن الرمز (symbol) حلول الكلمة محل ما تدل عليه ما ديا أو معنويا ، و يعني ذلك قيام الأسماء أو الصفات مقام مسمياتها و موصوفاتها . و إذا ، فإن اللغة كخطاب تستثير مسمياتها . و في الرموز (أي الكلمات) مستويات ، فمن الرموز ما

يرتفع الى عالم المجرد و يطول أجله في اللغة المنطوقة أو المعجمية ، و من ما يحمل دلالة عينية ، أي ترمز الى أشياء مادية و هي بالتالي تكون محكومة بمحدودية عالم المادة فتختفي من المنطوق باختفاء تلك الأشياء . و هكذا فإن اللغة كخطاب تحمل هذا التوازن الحقيقي بين ما يؤسس اللغة و يضاف اليها بالفعل و ما ينقرض منها بانقراض الأشياء ، غير أن الرمزي يحمل في الأصل بنية الإرتقاء حتى عندما يتعلق الأمر بمستوى الأشياء . فالنظرية العملية للرمز في تحليلنا ترفي الى مستوى تفسيري و لا تكتفي بالملاحظة الخارجية ، فهي تدرس الكيف و ما وراء الكيف . ان المرئي على النحو السائد في الصورة المصورة " الإشهارية أو السياسية " من جانب آخر ظاهرة يغيب فيها السياق المولد للمعنى كما يغيب فيها مبدأ النمو بفعل ذلك . ان مكانة المرئي بالمقارنة مع المعنى تحمل بعض الغموض العائد الى بعض التصورات السائدة حول الصورة ذاتها و ميل الإنسان الى الثقة أكثر في عينيه . و يمكن معاينة هذه المقارنة بالحديث عن المعنى . فالمعنى كما ذكرنا رمزي (ليس صوري) و الإنسان يقترب من المعنى بالإحتهاد و القياس و إدراك العلاقات العلية في تجربة الحياة التي تبدو حادة و مبهمة أحيانا . و ينبثق المعنى هكذا في فعل التأويل و الذي يؤدي الى فعل التصور المرتبط بالخيال . و الحاصل أن المعنى ظاهرة غير مباشرة ، فالرمز يحمل معنى ثنائي ، فيتعلق الأول بالمعنى المباشر كما نجد ذلك في الدوال ، و هذا المعنى يقترح معنى ثاني آخر هو معنى المعنى ، و هو يتبع عادة الدوال في شكل مدلولات . و قد يعطى المعنى الثاني و يدخل في مستويات عليا من الحقيقة و الحق تجعله يتعلق فقط بالمعنى الأول بحيل لسانی اعتباريا على النحو الذي بينته اللسانيات الحديثة . ان هذا التحليل في حد ذاته غير كاف إذا لم ندخل مستوى آخر من التفسير و يتعلق بتشقيق المعنى الى معنيين ، المعنى العادتي (من العادة) و هو المتعلق بالتعريف اللساني و المفاهيمي للحقيقة على النحو السائد في البناء الاجتماعي للحقيقة ، و المعنى النهائي و يتعلق بمعنى الوجود و الحياة و ما بعدها . ان مجال المعنى الثاني و الذي يجعل الدالة و التوجيه و الهداية إنما يكمن في بداية الأثر الى المعتقد . و من قلبنا في بداية الأمر أن المعنى قيمي في الأصل .

إن المعنى القيمي ليس نظري فحسب بل يتعلق بالعلاقة بين النظر والعقل أو بين العقل والنظر . فالفعل يقاس بمدى ترجمته للقيمة ، أي من حيث ما ينبغي أن يكون . وبمعنى آخر ، فإن الكلمات والأفعال تقرر في هذا المنظور بما يقابلها على مستوى المعنى القيمي . فإنسان في طبيعته لا ينتقل إلى الفعل إلا بعد تأطير مثل الفعل بالمعنى القيمي . وهذا التوضيح يبين لنا كيف أن المرئي يرمز إلى الشيء في حد ذاته كما نجد ذلك في الرموز الأميركية التي تشير فقط إلى ما إذا كان الشيء موجودا في العالم الأميركي أم لا . وهكذا فإن المرئي ، في العلاقة مع الرمز والمعنى ، يحتل أدنى مكانة في سلم الحقائق . إن واقع المجتمع المعاصر يشير إلى أن المرئي ، بتوظيف وسيلة التلفزيون و الرئيات الأخرى ، أصبح هو السائد وهذا يعني أن المعنى يكاد يضمحل في اللغة (أي الوسيلة) المعاصرة . وبالطبع ، فإن سيادة المرئي مرتبط بسيادة التكنولوجيا وعلم التقنية . إنه و كما أشرنا ، فإن المعنى ينبثق من الفعل



التأويلي و الفعل التأويلي هو على الأقل تمعقل (من العقل) يتدخل الإنسان فيه بصفة واعية (أي بوعيه) . بيد أن المرئي لا يخاطب وعي الفرد بقدر ما يتوجه إلى استشارة عواطفه والحصول على استجابة انية في العلاقة مع المنبه . هذه الصيرورة يمكن إيجانها في حالة الفرد الذي يبقى مشدودا بعينيه إلى المرئي دون أن يكون حاضرا بوعيه

المرئي

فيما يراه (29) . إن أهم تأثير للمرئي إنما يكون عاطفيا . و تكون التجربة العاطفية جمالية أساسا تجعل الفرد يتوجه نحو لحظة المتعة أو الألم . و لا تسمح هذه العاطفة وحدها بالتغالي عن التجربة الحاضرة ، فالفرد يكون مستوعبا فيما يستثيره المرئي المرتبط بعالم الشيء الذي قد يتقلص إلى دواقع غريزية لا الحقيقة المجردة في سلم الحقائق .

المرئي : الحقيقة بدون خيال أو الحقيقة كخيال

قلنا أن المرئي ظاهرة لا سيافيه . يظهر ذلك في وسيلة التلفزيون إذ أن ما يقدمه هذا الأخير إعلام مرئي لا سيافيه مكانيا و زمانيا . فالسياق المكاني المرتبط بعالم الحياة محذوف و لا حاجة للتذكير بأن المكان يحمل معنى للإنسان إذا كان مرتبطا بموروث ثقافي أو تاريخي أو اجتماعي الخ ... و الواقع أن التلفزيون يحمل " فوضى في المكان الاجتماعي من خلال القفز فوق الأمكنة التي لا ترتبط بحزام من الدلائل القيمة . أضف إلى ذلك تكرار نموذج أحادي احتكاري من المكان (كما سألنا الاجتماعيات مثلا) على حساب تنوع جغرافية الحياة . أما الأزمنة فتحمل التفكك إذا تتداخل في لحظة من الزمن فيصبح الزمن لا زمني . كما يقع التمزق بين الزمن المعيش في حياة الإنسان و زمن المرئي في التلفزيون . فالمرئي لا يحمل بوضوح المستقبل و لا الماضي . إن وسيلة التلفزيون تنشئ في أذهانها الجياض الزلي . هذا الحاضر هو دائما جديد و المشاهد الذي يعيش هذا الزمن يعيشه بالضرورة على مستوى العواطف ، أي يتأثر لحظته ، و كل لحظة جديدة تحمل هذا التأثير . و في هذه الحالة ، تكون الذاكرة الفردية و الجماعية محدودة ، فالإنسان يتذكر تلك التجربة التي تم توسطها بالرمز و التأويل و تركت بصمات من العبر في عالم الحياة المادي و العنوي . و هو كذلك ، فإن وسيلة التلفزيون تكاد تلغي التوقع و لا تمكن من تأجيل المكافآت و الإشباعا ت (30) (كما كان الحال في ثقافات ما قبل التلفزيون) بل تضغط من أجل إحداث الإحساس بالمتعة الانية و الإتمام .

أنه على الرغم من أن المرئي (الصورة المصورة المرئية) تصعبه اللغة المنطوقة أو المكتوبة إلا أن المهيمن في شكل الإتصال التلفزيوني و مضمونه يتمثل في المرئي . و قد أصبح المرئي لغة

التلفزيون ، بل إن التلفزيون ذاته صورة . فإذا كان التلفزيون يعرض المعلومات ، فإن هذه المعلومات تعرض التلفزيون . إن المعلومات في هذه الحالة تتخذ الشكل الدرامي الخاص بالتلفزيون . وهكذا وكما ذكرنا فإن القوي العاطفية أكثر أثرا على المشاهد من أي تأثير ثقافي أو معرفي .

إننا لا ندخل في أدبيات المقارنة بين المرئي و المكتوب ، أو المكتوب و السمعي بصري ، خاصة و أن التبرصيرات التي أوردها ماكاوهان تكون كافية ، غير أننا نربط المعنى أساسا بالخطاب (شفوي أو مكتوب) . و يتميز الخطاب اللغوي بثبتي ظاهرة السرد (narration) في بناء المعنى و توصيله . و لا نبأ القبول أن الإنسان حكى وجوده و معناه سرديا و ذلك مثل الأسطورة أو التاريخ في حالة المجتمع أو السيرة الذاتية في حالة الفرد و ذلك بصفة التتابع الزمني و التحول . أما المرئي ، في مقابل ذلك ، فإنه يحطم البنية السردية للخطاب . فقد افتقر المرئي اللغة الطبيعية (31) (أي الشفوية و المكتوبة) ، و يظهر ذلك في اختفاء حجم واسع من الثروة اللغوية في الإستعمال ، ندرة اللجوء إلى الإستعارة و المجالات الرمزية الأخرى في الخطاب . و التغير السريع لعلى الرموز ، غموض المعاني ، و اضافة الصبغة المادية البحتة على المفهوم و المصطلح . إن ألفاظ اللغة الطبيعية تتوجه أكثر نحو التقني و يكون حال الكلمة أن تحمل دلالة واحدة دقيقة أو تتحول إلى رمز للتقصص العاطفي . و هكذا أصبحت الألفاظ لغة التقنية و ليست جزءا من الثقافة (32) ، وانكمشت ، من ثم ، المفاهيم الدالة وانحصرت المرجعيات التي كانت أساس ولادة هذه الألفاظ . و بمعنى آخر ، فإن الخطاب أو اللغة الطبيعية أصبح تابعا لعالم المرئي و الباتية . و قد انعكس ذلك على المشاهد الذي تراجع مغزونة من الألفاظ الدالة و أضحى يفقد القدرة على التفكير بصفة مجردة من خلال اللغة الرمزية .

إن التلفزيون وسيلة تكاد تسيطر على حياة الفرد في توجهاته و مواقفه و سلوكاته إلى درجة لا يكاد الفرد يحس بذلك ، و كان في الأمر شيئ طبيعيا ، و ذلك ما تؤكد الدراسات الميدانية الخاصة بالتأثير . و المتفق عليه أن هذه الوسيلة المرتبة هي الأداة الأكثر بروزا في النشاط الترفيهي اليومي . و هذا النشاط لا يتم دون أحداث إهتزازات بنيوية على مستوى القيم و المشاهد ، إن مثل هذه التأثيرات على مختلف

المصانع اليومية التي تقدمها وسيلة التلفزيون إضافة إلى الصور الإشهارية و السياسية.

فالأوبرا الصابونية و الدراما و الكوميديا و غيرها تقدم أشكالا من الصور المادية التي تتحول إلى نماذج اقتداء بحكم جاذبية الصور المزخرفة المزينة بصفة الاصطناع . و الحاصل أنه ، و في غياب القيمة ، ينبر المشاهد بهذه القوالب و يأتيه انظن أن حياة هؤلاء الذين هم على الصورة أكثر أهمية من حياته في الواقع المعيش ، فيحي من خلال تجاربهم و يتقمص شخصيات و ادوار فيصبح مستهلكا لتجارب الآخرين الوهمية بعيدا عن تجربته الواعية في عالم الحياة . و اذا فإن التلفزيون " يبيع " صورا مادية مصغرة عن جسم الإنسان و إزيائه و ممتلكاته ، و هذه الأخيرة تتحول إلى مؤشرات يتبنها المشاهد (اذا غابت عنه القيمة) و يسعى جاهدا أن يمتثلها من خلال المرئي في التلفزيون.

و ما نجده في وسيلة التلفزيون و خاصة القنوات الأجنبية تلك البرامج من المراتب ك الحوار حول مائدة أو جلسات الكلام أو مناقشات أو حصص ترفيهية و التي تجعل القضايا الشخصية الخاصة محل مزايدة علنية معروضة للجمهور الواسع . و يلاحظ أنه لم يعد هناك مجال سر في حياة الفرد الخاصة كجسمه و عائلته و ممتلكاته و قيمه و تمت تعريته من جل ما يميزه كفرد له سره و مكشوفه في الحياة . و قد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك إلى وضعيات من المراتب المكشوفة على شاشة التلفزيون . و اذا تأملنا في الثقافات التي سبقتنا و منها تلك التي ننتمي إليها ، فإننا نجد قد سنت حدودا بين المواضيع الخاصة (الشخصية) و المعروض على العام . اما الانتقال من الشخصي إلى العام و من العام إلى الشخصي فإنه يتم عبر بيداغوجية قيمة تسمح للفرد أن يعدل فيما هو خاص دون أن تهتز مكانته فيما هو عام و يبقى الإنسان سرا قبل أن يكون مادة مرئية على انظار الجمهور . و قد تحولت البرامج المذكورة إلى حالات من ما يشبه التحليل النفسي و يخص قضايا في معظمها مرضية تعرض على أنها دليل على الحرية و ما الحرية إلا في إطار القيمة .

و قد توحى و وسيلة التلفزيون للفرد أنه ذو شأن و يملك سلطة على العالم الخارجي ، فهو مركز العالم أمام شاشة المرئية ، فجل المراتب تأتي إليه و يقتر

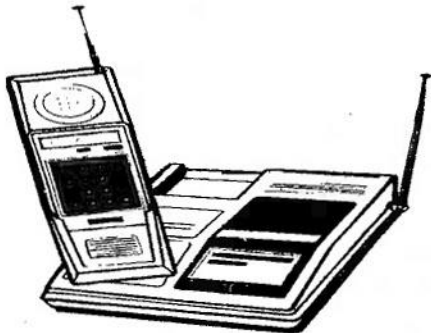
على تغييرها و التحكم فيها عن بعد (telecommande) و ينتقل من قناة إلى أخرى كيفما شاء . و في هذه الصيرورة يحصل وهما على التجربة الحقيقية المقدمة و تصبح الحقائق المرئية ملكية الفرد و يحدث التحويل ذو الطبيعة الرضوية كان تتحول قوة التلفزيون إلى قوة الفرد . و قد دلت العديد من الدراسات من جهة أخرى أن الكثيرين من مشاهد التلفزيون يميلون إلى المبالغة في تقدير خطوة الأوضاع في العالم بل أن البعض في المجتمعات الشفوية يرى في مراتب الأحداث الدولية دليل على قرب العالم من النهاية . و هكذا ، فإن وسيلة التلفزيون تحدث تأثيرات نفسية تناقضية : الإحساس بالقوة الانتمائية التي تأخذ الفرد إلى أفق لم يكن بانغيها أبدا من جانب و الإحساس بالإنهيار و الفناء من جانب آخر .

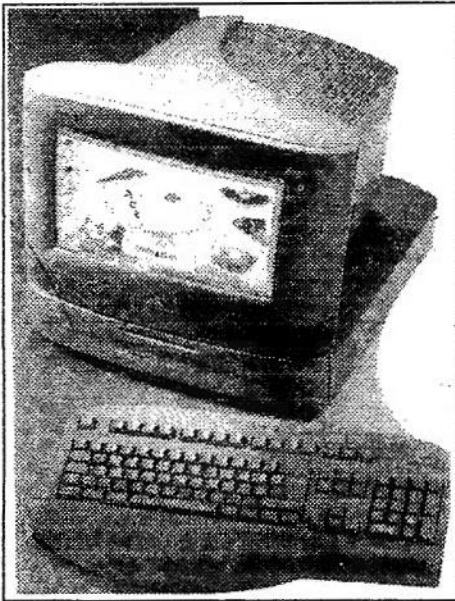
إن هذا التناقض نجده أيضا في مستوى آخر من ذاتية الفرد فوسيلة التلفزيون تجعل الحقيقة تتبدل موضوعية من خلال المرئي لأن تجربة المرئي تكون ذاتية محصنة على اعتبار أن المرئي تقليص و تشويه للحقيقة الموضوعية في غياب السردية و الخطابية و من ثم القيمة في بنية هذا المرئي . أن وسيلة التلفزيون تضعف إدراك الفرد للحقيقة ككيان سياقي كما تقلص بشكل حاد إمكانية معيشة الحقيقة كحدث جدلي و شاق في الزمان و المكان و ذلك ما ينشئ ذلك الغموض الذي أشرنا إليه من جانب أن تجربة المشاهد للمرئي لا تكون موضوعية في الأصل و لا ذاتية تماما و قد اختلطت في ذلك الحقيقة مع المرئي الذي أضفى الصيغة المادية على مختلف مظاهر الحياة بما في ذلك الإنسان ذاته التي تحول إلى صورة مادية مرئية .

إن وسيلة التلفزيون تقدم الحياة كمشهد مرئي أو عرض (spectacle) . و قد تحولت ميادين الحياة إلى شيء و مرئي للإستهلاك الأنبي . و يتضمن المشهد كل من السلع المادية المرئية و الصورة المرئية المادية عن السلع . و يكون المشهد في هذه الحالة لغة السلعة و تقنية المرئي . و هذا المشهد في الواقع يسلب الوجود الإنساني من التجربة الحقيقية و المعنى بل و يحول الوجود بالمعنى إلى الحصول (أي الحصول على شيء أو انوجود بلا معنى) . و يصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها . فالحياة تصبح مشهدا مرئيا و شاشة تعرض فيها الحقيقة

التي تتوسطها وسيلة التلفزيون بالمرئي أو المراتب .

و قد ارتبط المرئي في وسيلة التلفزيون بظاهرة الصوت كان نقول عن التلفزيون وسيلة الصورة و الصوت . و الصوت ظاهرة تاريخية بالإضافة إلى كونه مجالا قيميا ذو أبعاد اجتماعية و نفسية . و أدى تطور المجتمع إلى زيادة في مستوى الصوت و نوعه ، فزادت الصناعة من حجم الصوت في المجتمع كما نشهد ذلك في ضوضاء الآلات و ضجيج وسائل النقل ، الخ ... و قد حمل الصوت في حلقته و ذبذباته و نغمته معاني عدة ، فالصوت الهادئ الساكن يسمح بالتأمل و التفكير و ممارسة الوعي ، أما الصوت العالي فعديث نسبيا و الصرخة أحدث و بالطبع ، فإن أنكر الأصوات لصوت الجمير . و ترتبط الموسيقى الحديثة بنمط الصوت العالي الذي نجده في العديد من الأنواع الموسيقية و التي غزت مجالات عدة في عالم الحياة كالمحلات التجارية و المطاعم و الأسواق ، الخ .. بشكل يغمر أي محادثة ممكنة بين أفراد المجتمع . و الحاصل أن الصوت الصاخب عندما تصاحبه المراتب المفككة في التلفزيون ، و بالإضافة إلى أنه لا يسمح بالتعالى عن التجربة العادية المصحوبة بصور العدوان و الجنس ، فإنه يمثل تهجما على اللغة الطبيعية و يتوجه إلى الغرائز . إنه (أي الصوت الصاخب) يستثير الفرد مرضيا و يجعله ينساق . أن حضارة المرئي تنشئ حاجة تحمل المبالغة إذ تجعل الفرد يهرب من منطقة الذاتي و يفقد ذاته في أحاسيس لخطة الالتقاء مع المرئي . و كما ذكرنا ، فإن التدبر و التمعن و اللجوء إلى المنطق يتطلب الصمت ، أي زمان و مكان تقل في ذلك مشوشات المرئي و الضجيج ، و بدون هذا الصمت الإيجابي ، فإن عملية التفكير تصبح صعبة ، و يكون معنى الحياة و ما يعكسها غائبا في تساؤل الفرد و تتلون الحياة بما عليه في مراتب و سيلة التلفزيون.





- و التي افادتني خاصة في نقد الصورة الإشهارية في المجتمع الغربي.
- (2) - يعتبر ذلك أصل المناهج ، و هو يقوم على التفاعل القائم بين الفاعل و النص و الوضع ، و قد ميز هذا المنهج حقل تاويل النصوص المقدسة.
- (3) - الوضع يأتي في مستوى أدنى من الواقع ، هذا الأخير لا يتدخل فيه الإنسان إلا بصفة ثانوية.
- (4) - يسعى هذا الطرح إلى ربط المعاني الذاتية التي يحملها الباحث بسياق أوسع من المرجعيات و يشار إليه في الظاهرية الاجتماعية بالمستوى الثاني من الحقيقة.
- (5) - عبد الرحمن عزي " الواقع و الخيال في الثنائية الاعلامية : نحو فكر اعلامي متميز " المستقبل العربي ، العدد 182 ، 4 ، 1994 .
- (6) - عبد الرحمن عزي : علم الاجتماع الاعلامي : مقدمات معرفية ، قيد النشر
- (7) - ما تقوم به المؤسسات الكبرى ، تجارية خاصة ، من اتصال من أجل تكوين صورة إيجابية عنها و سلعها و خدماتها لدى الجمهور الواسع من لزبان المستهلكين.
- (8) - يستهلك ما ينتجه أساسا كحال المجتمع المعقد أو ما ينتجه غيره أساسا كوضعية المجتمع الانتقالي.
- (9) - " و الله يعلم ما تصنعون " العنكبوت الآية 45 .
- (10) - وردت كلمة الصورة كمصطلح في قوله تعالى " في أي صورة ما شاء ركبك " الانفطار الآية 8 .

أقرب إلى المجتمع الذي ننتمي اليه قبل التلفزيون أو سيادة المرئي في عملية الاتصال بالمجتمع . فالإنسان الموجه تقليديا يمثل للأدوار المؤسسية التي حددها المجتمع و تكون العلاقات الاجتماعية تقفنه بشكل قار نسبيا وفق ضوابط و قواعد تضمن على المدى البعيد نوعا من الإستقرار في المجتمع . و يتميز المجتمع الذي يبرز هذا النوع من الشخصية بالنمو الديموغرافي السريع و ما يتبع ذلك من ارتفاع معدلات الولادة و الوفاة و قلة الإحتكاك بالصناعة و تشتت أفرادها جغرافيا أو تمركزهم في بعض التجمعات السكانية الكبرى ، الخ ... و لا نعتبر بلورنا هذا النوع من الشخصية نموذجية على اعتبار أن الارتكان إلى التقليد دون مساهمة فردية واعية من تحرير الطاقات و الإبداع و التغير الاجتماعي أخذنا بعين الإعتبار التمييز بين التقاليد التي تعبر عن وعي اجتماعي و الأخرى التي تمثل تعابير ثقافة غير واعية كما أوضحنا ذلك سالفا . و مهما يكن ، فإن هذا النوع من الشخصية يكون قد تفكك بفعل عدة عوامل اجتماعية و تاريخية ، و ما يهمنا قولنا أن المرئي ساهم في هذا التفكك . فالمرئي في تحليلنا جزءا شخصية الفرد من تعددية الذوات التي أوردنا بإسهاب و ليم جيمس ، و أصبح البارز في هذه الشخصية ذلك المحتك كثيرا بالمرئي على حساب المجالات الأخرى في الشخصية من معنوية و مادية و روحية الخ ... أن هذا التقلص في الطبع الفرد امتد إلى المجال الخاص بالاتصال بين الفرد و الآخرين إذ انحصرت مكانة الجماعات الأولية و قادة الرأي و النخبة المثقفة الخ ... و أضحت الإنسان يتعدى من المرئي و من ثم أمكننا القول بأن الفرد في المجتمع المعاصر عامة انتقاليا أو معقدا قد انتقل من نوع الشخصية الموجه تقليديا (في المجتمع التقليدي) أو الوجه ذاتيا و من الآخر (المجتمع المصنع و ما بعده) إلى الإنسان الموجه مرئيا (في المجتمع الحديث بصفة أشمل) .

الهوامش :

- (1) - أود أن أشكر الأستاذ رتشارد ستايفر ، أستاذ الاجتماع الإعلامي الذي و بعد أن عرضت عليه الخطوط العريضة عن الموضوع ، أرسل لي وثائق عن أعمال في مجال " ثقافة الإستخفاف "

إن التلفزيون و المشهد المرئي كملكيات من الأشياء أو علاقات سلطوية تعمل بشكل أو آخر على إفراغ وجود الإنسان من المعنى و جعل هذه الأخير رهين المستوى الأدنى من سلم الحقائق . و العاصل أن وسيلة التلفزيون ليست فقط عن الحقيقة الأدنى و لكن الحقيقة هي في التلفزيون ، و يظهر ذلك في حالة الفرد الذي يعجب بإمكانية الظهور أو ملاقة من يظهر على التلفزيون . و هكذا الحقيقة الأدنى هي الحقيقة العليا . و يتضح أن الفرد يعيش هذه التجربة عاطفيا تبليد له موضوعية بحكم أنها عن الشيء ذاته مرئيا في حين أنها في واقع الأمر تعويض عن الطبيعة اللاشخصية و التجريبية الذي ولنته التكنولوجيا أو الوضع العام في المجتمع . و بمعنى آخر ، فإن هذه التجربة تملأ فراغا فيما هو اجتماعي ، غير أن هذه الصيرورة سرعان ما تتحول إلى فراغ آخر يشعر به المحتك كثيرا بوسيلة التلفزيون و كما أشرنا فإن المعنى يكمن في القيمي و القيمي يتضمنه الخطاب الذي يحمل السرد و التاريخ و الارتباط بعالم الخيال الأقرب إلى المعتقد و ذلك ما يجعل الفرد متعاليا عن ذاتية المرئي ساعيا إلى تحقيق المعنى الأسمى بإعادة ترتيب سلم الحقائق و التمييز بين الحقيقة و الحق و المرئي .

من الإنسان الموجه تقليديا إلى الإنسان الموجه مرئيا يرتبط مفهوم الإنسان الموجه بإسهامات ريسمان في مجال علم النفس الاجتماعي و علاقة الشخصية بطبيعة المجتمع . و قد حدد في بنائه المركب ثلاثة أنواع من الشخصية (character) وفق نوعية المرجعية التي يستند إليها الفرد في أدائه و سلوكه و فعله الاجتماعي و كذا الرحلة التاريخية التي تميز هذا المجتمع أو ذلك : الشخصية الموجهة تقليديا (tradition-oriented) و تسود المجتمع التقليدي أي المجتمع ما قبل الصناعة ، الشخصية الموجهة ذاتيا (inner-directed) و تميز المجتمع المصنع ، و الشخصية الموجهة من الآخر (أو الآخرين) (other-directed) و تخص مجتمع ما بعد التصنيع أو المجتمع المعلوماتي أو المجتمع ما بعد الحداثة الخ ... و لكل شخصية في ذلك طبع متميز (33) و مل يهمنا في هذا الطرح النوع الأول و نوع رابع نربطه بعلاقة الإنسان بالمرئي . أن النوع الأول

Bloomington, Indiana, 1988.
6- Gunnar Avdrew et al. Rhetoric and Ideology in Advertising, Liber FOILAG, stockholm, 1978.
7- Guy Debord, Society of the Spectacle, Black and Red, Detroit, 1983
8- Jerry Mander, Four Arguments of the Elimination of Television, Quill, Newyork 1978.
9- Jonathan Price, The Best Thing on TV Viking Press, New york, 1978.
10- Joshua Meyrowitz, No Sense of Place, Oxford University Press, New York, 1985.
11- Mary Cassata, and Thomas Skill, Life on Daytime Television, Norwood, Ablex, 1983.
12- Michel Schudson, Advertising, The Uneasy Persuasion, Basic Books, New York, 1984.
13- NEH. Mc Kendrick, John Brewer and J H.pLUMB, THE BIRTH OF Consumer Society, Indiana University Press, Bloomington, Indina. 1982
14- P.N. Furbank, Reflection on the word 'Image', Secker and Warburg, London, 1970.
15- Phillip Wheelwright, Metaphor and Reality, Indiana University Press, Bloomington, Indiana, 1962.
16- Roland Marchand, Advertising the American Dream, University of California Press, Berkeley, 1985.
17- Rosalind Williams, Dream World, University of California Press, Berkeley, 1982.
18- Stuart Ewen, All Consuming Image, Basic Book, New York, 1988.
19- William Leiss, Stephen Kline and Sut Ihally, Social Communication in Advertising, Methum, New York, 1986

(27)- Nicholas S. Timasheff and George A. Theodorson Sociological Theory: Its Nature and Growth, New York, 1976, p 330.
(28)- Azzi Abderrahmane Structuralism and Its Contrubution to Sociological Theory, Unpublished Dissertation, NTSU, 1985 PP 82-103.
(*)- ان الفعل القيمي أساس فهم الحقائق، فالفعل هذا يدفع المفاهيم إلى القياس والاختبار كما يجعل من هذه المفاهيم كيانات حية.
(29)- تشير الدراسات الفلسفية أن النشاط الذي يشهده هذا الجزء من الدماغ المشارك في التفكير العقلي حين مشاهدة التلفزيون هو تقريبا نفس النشاط أثناء النوم.
(30)- تأجيل الأشياء ظاهرة أساسية في تكوين ثروة الأفراد والامم، ومن ثم ذات مختلف الثقافات على تريب أفرادها من الصغر على تأجيل عملية الحصول على مزايا نشاطهم وابداعاتهم.
(31)- يظهر فقر اللغة العربية الإعلامية في الميل إلى الانشاء والاطناب والحشو مثلا.
(32)- يبرز ذلك كلما دخل المجتمع بصفة مكثفة في عالم التكنولوجيا.
(33)- David Riesan, The Lonely, yale University Press, New Haven 1966
بعض المراجع ذات العلاقة غير المباشرة بموضوع الصورة
1- Andrew Tudor, Image and Influence, ST Martin's Press., New York, New York 1975.
2- Danial Boorstin, The Image, Harper Colophon, New York, 1964
3- Frank Presbrey, The History and Developpment of Advertising, Greenwood Press, New York, 1968.
4- George Steiner, Television and The American Child, Academic Press, Bloomington, Indiana, 1988.
5- Grand Mccracken, Cultur and Consumption, Indiana University Press,

(11)- محمد علي الصابون، صفوة التفسير، المجلد الأول دار القرآن الكريم بيروت، 1981، ص 184.
(12)- تمنع في قوله تعالى هم من يستمعون إليك أفانت تسمع الصم ولو كانوا لا يعقلون. ومنهم من ينظر إليك أفانت تهدي العمى ولو كانوا لا يبصرون يونس، الايتان 42 و 43.
(13)- عبد الرحمن عزي، "فعل السمع والبصر وماهية الشيء والحقيقة"، دراسة قيد النشر.
(14)- عبد الرحمن عزي، ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال: حالة الجزائر، الاستقبل العربي، العدد 164، 10، 1992.
(15)- ن.م.ص. 36
(16)- انثروبولوجية أساسا.
(17)- محمد علي الصابوني، ص 587
(18)- "الاخلاص لب العباداة .. و قد قسم العلماء الأعمال إلى ثلاثة أقسام مأمورات ومنهيات ومباحات" فاما المأمورات فالإخلاص فيها بأن يقصد بعمله وجه الله، و إن كانت النية غير وجه الله فالعمل رياء محض مردود، و أما المنهيات فإن تركها بدون نية خرج عن عهدها، و لم يكن له اجر في تركها، و إن تركها ابتغاء وجه الله كان ماجورا على تركها، و أما المباحات كالاكل ... و شابه ذلك فإن فعلها بغير نية لم يكن بها اجر، و إن فعلها بنية وجه الله فله فيها اجر" محمد علي الصابوني ص 589.
(18)- ن.م.ص. 588.
(19)- الربيع ميمون "عالم القيمة أو الإنسان بالحقيقة" حوليات جامعة الجزائر، العدد 5، 1990، 1991 ص 54.
(20)- ن.م.ص. 54
(21)- ن.م.ص. 60
(22)- عبد الرحمن عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، دار الامة، الجزائر، 1995.
(23)- محمد علي الصابوني ص 123.
(24)- محمد علي الصابوني ص 416.
(25)- ن.م.ص. 166.
(26)- من أبرز علماء الاجتماع بأمريكا في النصف الأول من هذا القانون، اهم مؤلفاته
-Contemporary Sociological Theory (1964).
-Society Culture and personality (1947).