

ثقافة الصورة وتأثيرها على الرأي العام.

د/ قارش محمد، جامعة الحاج لخضر، باتنة
أ/ هادف مصطفى، جامعة الحاج لخضر، باتنة

ملخص:

أصبحت الصورة في العصر الحديث تمثل العمود الفقري للثقافة السائدة حاليا على الصعيد العالمي مع تهاوي حدود الزمان والمكان، وتشابكت فيها العولمة مع الخصوصيات، والأحادية مع التعددية، كما لعبت منذ القدم دورا كبيرا في إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية والثقافية والنفسية للمجتمعات العربية والإسلامية صناعة رأي عام يحافظ على هوية الأمة، فمن خلالها يمكن الغوص في أعماق الوعي العربي والإسلامي وبالتالي التأثير فيه وتوجيهه الوجهة التي يريدونها. إن عملية التنميط الثقافي هي إحدى الأهداف الأساسية لثقافة الصورة التي تسعى إليها رياح العولمة التي طالت الإعلام بدخول عدد كبير من المستثمرين في مجال الإعلام القضائي في شكل قنوات تلفزيونية، وكذا دخول بعض أباطرة الإعلام الكوكبي للاستثمار في الدول العربية والإسلامية وعلى رأسهم "دوبرت ميردوخ" وشركة "نيوز كوربوريشن" وشركة "فيا كوم" ومجموعتها، وبالتالي لجوء الفضائيات العربية إلى استعارة الشكل الغربي للصورة، وهو الشكل المولع بالتفسير الغريزي للحياة من خلال استعارة الأزياء وشكل الموديل وطريقة التصدير، مما ساهم في تردي ثقافة الكلمة وصعود ثقافة الصورة وبالتالي الترويج للثقافة الاستهلاكية ذات الرموز العولمية.

فالصورة الإعلامية لا بد أن تحمل بعدا قيميا لثقافة الأمة وهويتها وتمثل الحصن المنيع من الذوبان في ثقافة الآخر وبالتالي تفقد خصوصياتها المميزة لها، وتفقد بعدها وانتماءها العربي الإسلامي.

Résumé:

En cette nouvelle ère, l'image est devenue un apport incontournable pour la culture véhiculée à travers le monde où les frontières géographiques et celles relatives au temps sont dépassées. La mondialisation a un impact considérable sur les particularités culturelles et le foisonnement de la pensée unique avec la diversité. Ainsi, l'image a joué depuis l'antiquité un rôle important dans la formation et la

réformation de la vie sociale, culturelle et psychologique dans les sociétés arabes et musulmanes et dans la formation et la fabrication de l'opinion publique quant à la préservation de l'identité de la nation. Le processus de l'uniformisation culturelle est l'un des objectifs primordiaux de la culture de l'image que les vents de la mondialisation essayent d'atteindre.

مقدمة:

أصبحت الصورة في العصر الحديث تمثل العمود الفقري للثقافة السائدة حالياً على الصعيد العالمي، مع تهاوي حدود الزمان والمكان، وتشابكت فيها العولمة مع الخصوصيات، والأحادية مع التعددية، كما لعبت منذ القدم دوراً كبيراً في إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية، والثقافية والنفسية للمجتمعات العربية والإسلامية، فمن خلالها يمكن الغوص في أعماق الوعي العربي والإسلامي، وبالتالي التأثير فيه وتوجيهه الوجهة التي يريدونها وبالتالي صناعة رأي عام يخدم مصالحهم في المنطقة.

فعملية التنميط الثقافي هي إحدى الأهداف الأساسية التي يسعى إليها الإعلام الغربي خاصة الفضائيات من خلال ثقافة الصورة باعتبارها أكثر تأثير و جاذبية مع دخول عدد كبير من المستثمرين في مجال الإعلام الفضائي في شكل قنوات تلفزيونية وكذا دخول بعض أباطرة الإعلام الكوكبي للاستثمار في الدول العربية والإسلامية، وعلى رأسهم "روبرت ميردوخ" و شركة "نيوز كوربوريشن" وشركة "فياكوم" ومجموعتها، وبالتالي لجوء الفضائيات العربية إلى استعارة الشكل الغربي للصورة، وهو الشكل المولع بالتفسير الغريزي للحياة من خلال استعارة الأزياء وشكل الموديل وطريقة التصدير، مما يعد محاولة لتشكيل رأي عام عربي متمرد على قيمه ومثله وثقافته، وما محاولته الأخيرة الترويج لظاهرة الكتابة على الأجساد والتظاهر أمام الملأ في صور من العري الواحدة من هذه الأهداف.

لقد أصبحت دراسة الدور الثقافي للمشهد الإعلامي في الإعلام الغربي عموماً والفضائيات خصوصاً تحكمه العديد من الاعتبارات منها الثقافية السائدة حالياً على الصعيد العالمي التي تروج لها ضمناً، وكذلك خصوصية الوسيلة أي التلفزيون عموماً والإعلام الجديد اللذان يستعملان ثقافة الصورة التي تعد العمود الفقري للثقافة الجماهيرية، وثقافة الوجدان والانفعال والغرائز .

من هنا حاول هذا الإعلام صناعة رأي عام ثقافي من خلال خروج الصورة متمردة على القيم وحققت وحشيتها تحت ما يسمى بالثقافة البصرية أو ثقافة الصورة من خلال هذه المقدمة يمكن طرح الإشكالية التالية : إلى أي مدى ساهمت الصورة الإعلامية في إعادة تشكيل رأي عام عربي أثر سلبا على ثقافة الأمة وهويتها؟ وبالتالي تشكيل رأي عام جديد وفق الثقافة الاستهلاكية الغربية، وهل للصورة النمطية التي تريد الفضائيات الأجنبية فرضها دور في هذا التشطي الذي يعرفه الرأي العام العربي، وقد اقتضت هذه الإشكالية معالجة هذه الدراسة في المحاور التالية:

1) فوبيا الصورة والرأي العام:

لقد أصبحت الصورة تخيف لأنها تفضح وتكشف. فهناك نسق قديم ومتجذر ينم عن خوف أسطوري من الصورة، في تشكيلها لرأي عام لا يخدم مصالح الكثير من الدول العظمى، فحينما قررت أمريكا منع قناة الجزيرة أو العربية من تغطية الأحداث في العراق، فقد كانت بهذا تستدعي ذاكرة ثقافية قديمة ألا وهي الخوف من الصورة فقد تهدم هذه الصورة رأيا عاما صنعتها الولايات المتحدة الأمريكية عن العراق والترسانة النووية المزعومة قبل غزوه، كذلك ما فعلته إسرائيل في فلسطين خاصة في حربها على غزة أو ما فعلته في اجتياحها لجنوب لبنان من تحطيم لكاميرات المصورين نفس الشيء فعلته السلطات السورية مع المصورة الأمريكية "ريمي اوشليك" والمصورين الفرنسيين ، ونفس الأمر فعلته الأجهزة الأمنية للعقيد القذافي مع مصور الجزيرة "علي حسن جابر" الذي اغتيل قرب بنغازي وهو يؤدي واجبه الإعلامي في نقل الصورة إلى الرأي العام العربي.

إن كثيرا من الأنظمة اليوم ، تخاف من ثقافة الصورة خوفا كبيرا لأنها قد تغير رأيا عاما قد بذلت هذه السلطة جهودا كبيرة لمحاولة صناعته والمحافظة عليه إلى حين، خاصة وان الشعوب العربية بدأت تعود إلى هويتها وتسترجع وعيها بعد غيبوبة دامت عقودا من الزمن تحت وطأة الدكتاتوريات المتعاقبة فبعدها كانت الصورة تكتسب طابعا مقدسا في العصور القديمة، تحولت في العصر الحديث إلى كابوس يخيف السلطة و يجعلها تقرأ ألف حساب للصورة ، خاصة في عصر الإعلام الجديد، لأن عدسة المصور تتمتع بخاصية العين الثالثة وهي الكاميرا التي يصطاد المصور من خلالها لحظات من الزمان ليوثقها فوق الشريط زمانا ومكانا فهي تسجيل واقعي و تاريخي فيه الكثير من العبر و الدلائل في تلك اللحظة

التي ستكون شاهدا على العديد من الأحداث التي نعيشها وهي تمر بسرعة البرق، وفي هذه الحالة يصعب على الذاكرة أن تعود بنفاصيل الأحداث كما تفعل عدسة المصور الذي يتمتع بخصائص متميزة قد تغير الرأي العام رأسا على عقب في لحظة الكشف عن هذه الصور في زمن غير الزمن الذي التقطت فيه.

وتكتسب الصورة معناها عندما يتم ربطها بسياق تاريخي واجتماعي محدد تم التقاطها فيه وعندما يتم ربطها بمنتجها "المصور" كان هذا المعنى الحدائثي الشائع للصورة منذ اختراع آلات التصوير الميكانيكية التقليدية إلا أن هذا المعنى بدأ في الاختفاء عندما دخلت على عملية إنتاج الصور تغيرات ثورية في العقد الأخير من القرن العشرين عندما تحولت هذه الصورة إلى صناعة رأي عام إيجابي أو سلبي حسب ثقافة كل أمة.

لقد رأى عدد من نقاد ما بعد الحداثة أمثال "بارث" و "والتر بنجامين" أنه نتيجة نشوء ما يسمى ببنك الصورة مع أواخر الثمانينيات وهو المصطلح الذي يعبر عن المؤسسات والوكالات الكبرى التي تحتكر إنتاج وتوزيع الصور على المستوى الكوكبي، ثم نزع الصورة من سياقها وفصلها عن منتجها وهو ما وصفه "بنجامين" بضياح جو ومناخ الصورة أو موضوع الصورة الأصلي في عصر الإنتاج الرقمي المتقدم بتقنياته الهائلة التي تضيق وتحذف وتعديل من الصورة.

2) الرأي العام بين التكنولوجيا والإيديولوجية:

لقد لعبت الصورة دورا بارزا في إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية والثقافية والنفسية للمجتمعات العربية، وهذا جزء من سياسة العولمة وأسلحتها التي تمرر بها مفاهيمها الثقافية أو حتى عن طريق الاقتصاد السياسي لثقافة الصورة من خلال العارضات الفائقات النجومية أو الفنانات المغريات وقد نذهب بعيدا في وصف ذلك بالعري الإعلامي التي ينخر في ثقافة الأمة وهويتها، من خلال استعمال الصورة باعتبارها وسيلة يمكن من خلالها الغوص في أعماق الوعي العربي والإسلامي وتخديره أو إعادة تشكيله لتتمكن من خلال هذا المخدر المتمثل في ثقافة التنجس، وثقافة الانسلاخ القضاء على مقومات الهوية العربية والإسلامية والذوبان في ثقافة الآخر

إن الأغاني المصورة أو الفيديو كليبات المروجة للعري والإباحية والتشطيقي القيمي هي في الحقيقة تعبير صادق عن الفراغ الروحي والقيمي الذي تعاني منه الأمة وبالتالي يستطيع الإعلام أن يشكل رأيا معاديا لهذه القيم من خلال سلاح

الإعلام الجديد وترويج الإعلانات من منطلق تسويقي للسلع الاستهلاكية عن طريق الصورة وبالتحديد صورة المرأة التي كرمها الإسلام فاستغل جسدها لترويج السلع.

(3) صورة الحادي عشر من سبتمبر وصناعة الرأي العام:

لقد صدر في الحادي عشر سبتمبر من سنة 2011 علامة ثقافية عالمية، وهذا اليوم الذي أفاق فيه العالم على صورة طائرتين تخرقان برجى مركز التجارة العالمي في نيويورك واحدة تلو الأخرى في تعاقب لا يزيد على عشرين دقيقة كانت الصورة وهي تبث تلفزيونيا تحمل كل مقومات الإخراج السينمائي، وتضاهي أدق فنيات السينمائي في الإثارة وبما أنها صورة غير عادية وغير تقليدية فقد توفر لها من وسائل التوصيل والتعميم ما جعلها صورة كونية واشترك البشر في تلقيها وتأويلها لقد كانت صورة ناسخة لكل ما سواها من الصور إنها إعادة تشكيل أو صياغة رأي عام داخلي أكثر تطرفا ضد المسلمين ورأي عام عربي أكثر خوفا من الإسلام والمسلمين إنها صناعة الإسلاموفوبيا. إنها الهيمنة الثقافية والبصرية التي تريد أن تجعل صورة المسلم وثقافته محل اتهام.

إن الصورة قوة ثقافية جديدة واتجاه جديد لصناعة الرأي العام لهذا تسعى الدول الكبرى لمنع الصحفيين والمصورين في المناطق التي اجتاحتها هذه الدول كالعراق وأفغانستان، إن الصورة هي الأداة الثقافية التي تتحكم في الذهن البشري اليوم وتعيد تشكيله وفق ما يخدم مصالح هذه الدول الكبرى.

(4) الصورة والرأي العام بين التأييث والتفحيل:

لقد استطاع الإعلام الغربي تنميط الثقافة في العالم العربي فقد أصبح الإنتاج المفضل لكثير من القنوات التلفزيونية وهو تأييث العلاقات الاجتماعية في اللباس واللغة، ولغة الجسد حتى أصبحت صورة التأييث أو التخنت بارزة على الذكور مثلما هي عند النساء حتى ليجرى تشابه تام بين تسريحات الشعر، وإطلاقات الوجوه وحركة الأجساد، والملابس والتغنج بين الشباب والبنات وبلغ الأمر أن جرى تصنيع الأصوات بنغمات مؤنثة، وهذا أمر ظاهر في ثقافة الأغاني والصور التلفزيونية إلى درجة تكسير الحدود وتشبيح النموذج التخنتي بين الذكور وهذا نتاج ثقافة الصورة.

لقد ثبت أن الصورة لا تقاومها إلا صورة مثلها تملك الدرجة نفسها من القوة والتعبير والتمثيل وإمكانيات التحقق ومصداقيته، والصورة ثقافة وفكر اقتصادي وتكنولوجي وصناعة رأي وليست مجرد متعة أو محاكاة فنية.

إن ثقافة الصورة الأحادية التي تريد الكثير من الجهات فرضها من خلال رياح العولمة قد جعلت هذه الثقافة الكثير من المفكرين - مثل "نعوم تشكو مسكي" و " ادوارد سعيد"- ليكونوا في صدارة المهتمين بنقد ثقافة الصورة ذات الوجه الواحد، ونفس الشيء فعله "دوقلاس كلنر" في كتابه ثقافة الميديا، وكذلك فعل أستاذ الثقافة البصرية في جامعة شيكاغو "البروفسور ميتشيل"¹.

إن ما نشهده هو صراع عملي للأنساق، ففي حين تتجرد الحداثة التكنولوجية لخدمة النسق الفحولي، واستلاب الخطاب الإعلامي لتهمين عليه، كما كانت مهيمنة على الخطابات التقليدية من قبل، وذلك عبر تمثيل القيم الفحولية بما أن الخطاب الإعلامي والصور الإعلامية تقدم نسقا فحوليا يتمثل في قيم العنف والجنس والمال، كما هو قائم في الثقافة التلفزيونية، وثقافة الصور، في حين أن هذا واقع فعلا ويغلب على الخطاب كله، ويصبغه بصبغته، إلا أن ثقافة الرفض أيضا تأخذ مجالها وترفع صوتها، وهو صوت قوي وله صداه المسموع.

إن أخطر ما في ثقافة الصورة والثقافة التلفزيونية هو ما يجري لجسد المرأة، حيث عبره يجري تقرير النسق كله، ولقد تعرض مفهوم الشكل الفحولي نفسه إلى تغيير جذري حيث صار الفتیان يحاكون البنات في الموضوعات والعناية بالشكل والتسريحات الشعر ولغة الجسد حتى شاعت صور للفنانين الذين لا يختلفون عن كالنساء في أي شكل، لا في لغتهم ولا في حركاتهم، ولا في لباسهم، ومن يشاهد "مايكل جاكسون" لأول مرة سيظنه فتاة من حيث شكله وصورته وصوته وحركاته، وتجري محاكاة هذا النموذج لدى شباب كثيرين وان بدرجات متفاوتة² أليس هذا محاولة لصناعة رأي عام لفرض ثقافة معينة؟

إن الاعتماد على الصورة وتحولها إلى وسيلة ثقافية طاغية، والى أداة تسويق ناجحة ومربحة بشكل مفرط، جعل صناعة الصورة تنمادى في جلب كل ما هو خيالي وما وراء الخيالي، من أجل خلق ثقافة ورأي عام تكون الصورة فيها هي المجاز الكلي في عمليات الاتصال البشري، ولا تقوم حفلة عامة أو خاصة إلا ويكون اللباس والموضة فيها نموذج الحضور والتفاعل، ولا يظهر وجه في التلفزيون إلا بعد أن يمر على غرفة الماكياج، يتساوى في ذلك الرجال مع النساء والعناية بالوجه والأصباغ وعلامات الأناقة تفوق أي شرط، وهذا كله تعزيز

خطير لنموذج ثقافي حول مفهوم "التأنيث"، وهو نموذج فحولي مغرق في فحوليته، فهو من ناحية ذو هدف إمتاعي، وهو ذو هدف تسويقي ، وهو كذلك انتهازي من حيث انه يستغل الأنوثة وقتيا ويجعل مصطلحا ثقافيا وليست حقيقة وجودية (3).

5) ثقافة الصورة في الإعلام الأمريكي والرأي العام:

إن سعي الولايات المتحدة الأمريكية من خلال ثقافة الصورة إلى تنميط صورة الرجل والمرأة في العالم من خلال التسويق لصورة الأمريكي، والمرأة الأمريكية ومن خلالها السلعة الأمريكية، وبالتالي السعي للوصول إلى الإجماع الإمبراطوري، أو الإجماع العالمي أو الكوكبي وصناعة رأي عام عالمي ليسوق للسياسة الأمريكية.

إن الصورة تحاول جعل الولايات المتحدة هي الإمبراطورية المنفردة في العالم في القرن الحادي والعشرين، وقبل دورها المهيمن سياسيا على العالم كشرطي ووسيط لا ترد كلمته، أي جعل هذه الهيمنة شيئا ايجابيا يسبح به، وبالطبع لن ترضى بقية دول العالم بذلك، وهو ما يستدعي القوة الأمريكية لتحقيق هذا الإجماع قسرا، ولعل السبيل الذي مهد لهذا هو اقتناع أغلب النخب السياسية والاقتصادية في العالمين العربي والإسلامي، بعمليات الخصخصة والاندماج، وإملاءات الصندوق الدولي، والغرفة العالمية للتجارة، في غياب بدائل أخرى نابعة من إرادة هذين العالمين أي العربي والإسلامي.³

إن رياح العولمة التي طالت الإعلام ساعدت بدخول عدد كبير من المستثمرين مجال الإعلام الفضائي في شكل قنوات تلفزيونية خاصة، وكذا دخول بعض أباطرة الإعلام الكوكبي للاستثمار في الدول العربية والإسلامية وعلى رأسهم "روبرت ميردوخ" وشركته "نيوزكوربوريشن" خاصة في جنوب شرقي أسيا، وشركة "فياكوم" ومجموعتها"، في الشرق الأوسط، ولجوء القنوات الفضائيات العربية إلى استعارة الشكل الغربي للصورة والإخراج، وهو الشكل المولع بالتفسير الغريزي للحياة من خلال استعارة الأزياء، وشكل الموديل، والراقصات والراقصين، وطريقة التصوير التي تصطدم بقيم المجتمع وعقيدته كما استعانت هذه الفضائيات للترويج لثقافة العولمة باستخدام نجوم الفن وحتى الرياضة .

إن ثقافة الصورة هي علامة على التغير الحديث، مثلما هي السبب فيه، ولأول مرة في تاريخ البشرية الثقافي والاجتماعي نجد أنفسنا عاجزين عن رؤية أو

تسمية قادة حقيقيين يقودون الناس ويؤثرون عليهم فكريا أو سياسيا أو فنيا، ومع ذلك نجد الناس يتأثرون، ويتغيرون بشكل جماعي وبتوقيت واحد، مما يعني أن هناك قوى تقود هذا التغيير الذي لا يمكن أن نقول أنه فوضوي، وهو ليس فوضويا بكل تأكيد لأنه تغيير انتظام ومحكم وشمولي، ولكن ما هي تلك القوة التي تحدث ذلك التغيير الذي تصفه بأنه انتظامي ومحكم وشمولي.⁴

إنها الصورة ولا شك، ولكن هل الصورة عاقلة بذاتها، وهل لها قدرة على التخطيط والتفكير، وهذا سؤال يؤسس لما نحن بصدده من البحث عن التغيير في آليات الاستقبال، ومن ثم آليات التأويل وعبر هاتين العمليتين يتم إحداث حالات التغيير البشري في الرؤية والفهم، وهذا ما يقوم به النقد الثقافي اليوم من حيث الاعتناء بثقافة الصورة البصرية حيث أدرجت فصول دراسية علمية في عدد من الجامعات الأمريكية لهذا الغرض.

6) الصورة ما بعد الحداثة وصناعة الرأي العام:

لقد أطلق مصطلح ما بعد الحداثة الذي انتقل من الأعمال الفنية والأدبية إلى غزو الفضاء الثقافي والاجتماعي والسياسي، بل العلوم الاجتماعية أيضا، ففي هذه المرحلة التي تنتم بتحويلات جذرية في تكنولوجيا الصورة والاتصال والمعرفة، وقد اكتسب المصطلح بفضل المفكر الفرنسي "جان فرانسوا ليوتار" هذا البعد الثقافي الذي أصبح ملمحا أساسيا له اليوم، إذ أطلق ما بعد الحداثة على وضعية المجتمعات الغربية المعاصرة التي أحبطتها وعود الحداثة الكبرى، التي تمثلت في كل ما اعتبر تقدما، وارتبط بروح فلسفة التنوير، وبالعلم، وبالعلم، عندما تخلت الثقافة الغربية عن الحكايات الكبرى أو الأنساق المغلقة (META-NARRATIVES)، أي تلك الأنساق الإيديولوجية والطوباوية والفلسفية الكبرى التي تتعلق بالسياسة والمجتمع والتقدم وتحرر الذات، تلك الأنساق التي تطمح إلى إعطاء معنى كوني للحياة الإنسانية.

كما استخدم المؤرخ البريطاني الأشهر "أرلوند توينبي" مصطلح ما بعد الحداثة في عدة أجزاء من كتابه: (دراسات في التاريخ) عندما أرجع الإثارة إلى التحولات التي عاشها الغرب منذ نهاية القرن التاسع عشر، وكان يقصد بالإثارة حقبة "ما بعد الطبقة الوسطى" كما استخدم المصطلح "تشارلز ايبسون" فيما بين عامي (1950-1958) عندما تحدث عن مجتمع جماهيري أو رأي عام جديد خال من الأسس الأخلاقية التي قامت عليها الصور في عصر ما بعد الحداثة كالنفعية والبرغماتية، ولعل من أسباب التداخي ثقافة الكلمة وصعود ثقافة الصور هي:⁵

أ) الأسباب الاقتصادية:

لا يمكن تفسير ذبوع ثقافة الصورة، أي ثقافة ما بعد الحداثة بمعزل عن رأسمالية العولمة أو كما يسميها البعض الرأسمالية المتأخرة، ويتكون اللاعبون الرئيسيون رأسمالية العولمة، من الشركات المتعددة الجنسيات، أو العابرة القومية المتحالفة مع البيروقراطية للكوكبية الكبرى وهي: البنك الدولي، صندوق النقد الدولي، التجارة العالمية.

وتعتمد الشركات متعددة الجنسيات، في مرحلتها الكوكبية الراهنة منطلقا فكريا يمكن أن نطلق عليه (الداروينية الاقتصادية) أي البقاء للأصلح الذين هو الأقوى والأسرع ويحقق هدفها في ذلك مجموعة آليات، هما الاندماج والتشبيك، اللذان يساعدان على حل تناقضات المصالح ويقللان من تضاربيها، بما يعني أقل قدر من الخسائر للأطراف الأقوياء في اللعبة الرأسمالية، بينما تستمر الآلية القديمة القائمة على المنافسة لإخراج الأضعف من السوق، وتحطيمه لأخذ أسواقه، وتختار كل شركة ما يلائمها تبعا للموقف الاقتصادي في ظل عوامل شديدة التعقيد، ولكن يمكن تلخيصها في آليات مفادها "إن لم تستطيع إخراج خصمك من السوق تحالف واندماج معه لتخرج آخر من في السوق".

وفي هذه المرحلة تقوم وسائل الإعلام والاتصال الالكترونية بأداء وظائف عديدة لرأسمالية العولمة، فهي تقوم بتسريع توزيع السلع المادية من خلال الإعلان، وبالتالي استعمال الصورة كوسيلة ترويجية مختصرة الوقت بين الإنتاج والاستهلاك، وبذلك تعيد تأكيد الإيديولوجية المهيمنة، والمناخ الثقافي الصلب لبقاء الرأسمالية، ومنها تحولت كل وسائل الإعلام ومحتواها إلى سوق كبيرة وصناعة رأي عام يسوق لبيع الأفكار، والقيم المنافسة للهوية الثقافية للأمة، وبالتالي السقوط كما أسلفنا في العري الإعلامي والثقافي.

ولعل النتيجة النهائية لفعل الشراء، وتأطير السلع وعرضها لإثارة المستهلك تقوم الصورة في ذلك بدور رئيس بفعل مساعدة وسائل الإعلام المروجة له، وهو في نظر الكثير من علماء الاجتماع والإعلام مفهوم جديد "أسلوب الحياة" الذي يدعم الصورة من خلال وسائل الإعلام، ويتجاهل محدودية دخل والعاطلين والفقراء، وهو ما تسعى إليه الولايات المتحدة من خلال عولمة الصورة وبذلك أصبح ما يحتاج إليه الإنسان في المجتمعات الغربية لا يحدد بالمنزل أو المدرسة أو أعراف الثقافة والدين، ولكن تحدده الصورة من خلال وسائل الإعلام.

ويرى (جون فرانسوا ليوتار) أن الثقافة تصيح القوة المهيمنة في المرحلة الأخيرة من الرأسمالية أي مرحلة ما بعد الصناعة لذلك يؤكد في كتاباته أن ثقافة ما بعد الحداثة لا تعبر اهتماما للمؤلفات الكبرى كما تعبر اهتمامها للصورة.⁶

(ب) الأسباب الفكرية:

لقد ساعد على ظهور ما بعد الحداثة كتيار فكري في المجتمعات الغربية عدد من الأسباب الفكرية هي: ظهور الثقافة المضادة، وتحولات مدرسة فرانكفورت، وأزمة المثقفين في الغرب، وأزمة علم الاجتماع، ويتجلى ذلك في الثقافة المضادة (Culture Conter) التي يربط فيها عدد من المنظرين لحركة ما بعد الحداثة بالثقافة المضادة التي ظهرت منذ أواخر الستينات، إذ بدأ عدد كبير من الشباب في الغرب المحاكم انجازات وثمار حضارة الحداثة، ومنها التكنولوجيا والتخطيط القومي والتنميط، فقد فكر هؤلاء في طريقة للحياة مرتبطة عضويا بالطبيعة، ومتجددة من القيود العقلانية والأخلاقية.

لقد جسدت لهم حرب الفيتنام (1963-1975) شرور الرأسمالية والتكنولوجيا، وخبروا تحت تأثير المخدرات نوعا من الوعي القائم على اللذة والخرافة في تناقض سافر مع مطالب العقلانية الحداثية، وأزاحوا التحديات الجنسية تماما للوصول إلى حالة من الحرية وللمضي في حياة عمادها المتعة من خلال ثقافة الصورة وبلا حدود.

وقد رأى عدد من الدارسين أيضا في عام 1968 نقطة تحول في تظاهرات الطلبة التي أغلقت الجامعات حول العالم، خاصة احتجاجات الجامعات التي كان لها أكبر الأثر في الولايات المتحدة و أوروبا، وأصبح المناخ الجامعي راديكالياً، ووصل نوع جديد من المثقفين إلى السلطة هدفهم فك العالم الحداثي، كما تم النظر إلى هذه الحركة الشبابية على أنها إحياء للرومانسية، وحركة ارتدادية غير ناضجة، لم تكن لتحدث لولا غنى وتسامح المجتمع الذي يثورون ضده، وعلى الرغم أن الثقافة المضادة بدت ساذجة، وغير متماسكة إلا أنها وضعت القواعد لثقافة ما بعد الحداثة، وبدأت قيمها منذ أواخر الستينات تكتسح صناعة الترفيه في الولايات المتحدة و أوروبا.⁷

(7) الصورة والرأي العام في ميزان القيم

إن الغالب الأعم في الثقافة العربية الإسلامية النظر إلى العري على أنه امتهان سواء أكان للمرأة أو الرجل وتحت أي سياق ولذلك كانت المشاهد التي تسربت

من سجن أبو غريب العراقي، وصورة الانتهاكات الأمريكية للكرامة العربية، صادمة للمجتمع العربي والإسلامي، والذي ارتبط ومازال يرتبط فيه العربي بالمحرم الديني، ومن الجدير بالذكر أن العائلات أو الفئات، أو الطبقات الحاكمة في العالم العربي الإسلامي – ومنذ الخلافة الأموية وحتى الآن، قد تبنت على حد تعبير المفكر " محمد عابد الجابري" قيم التعالي والتفرد عن بقية المجتمع الذي تحكمه، فسمحت في قصورها ومجالسها الخاصة بأنواع من التحرر الذي وصل أحيانا إلى حد المجون والابتذال، على حين أنكرته هذه العائلات أو الفئات أو الطبقات الحاكمة على المجتمع، وهي الازدواجية التي تصنع بشكل غير مباشر التناقض العربي الإسلامي تجاه الغربي الإعلامي بشتى صورته.

إن ما تفعله الثقافة الاستهلاكية من خلال هذا العربي الإعلامي، هو تمرد على قوامة الرجل، والتي يطلقونها عليها (الهيمنة الذكورية)، أنه الوجه الأخر لتكنولوجيا الاتصال، أنه الوجه التفكيكي لثقافة الأمة، ولهويتها وأصالتها، وكسر لكل القواعد والقيم بما تحمله هذه الصورة من المشاهد الجنسية المثلية والسادية، والماسوشية والمعاناة والخواء والممارسات السحاقية، فأى نتيجة يا ترى تحصل عليها الباحثون من خلال دراسة وتحليل هذه المضامين؟ انه الفساد والتردي والإباحية، والفحشاء والتشطي، والتفسخ والتفكيك الثقافي الذي يمثل الحصن المنيع للمجتمعات العربية والإسلامية.⁸

كما ساهم في هذا التردي لثقافة الكلمة، وصعود ثقافة الصورة ما شهده الإعلان من أهمية حيوية في عملية التسليح هذه وصناعة رأي عام، فهو لا يكفي بأن "يعلن" عن المطروح من سلع أو خدمات، ولكنه يحث على الطلب ويشجع عليه، وبالتالي يوسع من الأسواق، وهي في زمن العولمة أسواق فائقة السرعة والفاعلية "Hight Velocity" مدعومة بتكنولوجيا اتصالية سريعة وبنية أساسية قوية، وبتقافة تعتمد الصورة ليؤدي الإعلان الدور الرئيسي في بيع الرموز الثقافية، لأن رموزها أصبحت هدفا لقوى السوق، والحاج لرأسمالية لزيادة الإنتاج، ولذلك فإن الرأسمالية الكوكبية في التحليل النهائي تحتل وتدمر عوالم المجموعات الثقافية الأخرى (غير الغربية) لان رموز هذه الثقافات يتم "تسليحها" لمن يملك المال لشرائها.

بهذا استفادت العولمة من الإعلان لبيع رموزها، والسير نحو توجيه النمط الثقافي للعالم ليكون غربيا، وبالتالي الوصول إلى التشطي المجتمعي نتيجة استحواد النزعة الاستهلاكية، وحرية الاستهلاك على الجماهير، بدء الرجل في

كثير من الدول يستهلك سلعا كانت تعد نسويه كـ بعض أنواع السراويل والقمصان، وكذا كريمات الشعر، والبشرة انه سحر الصورة وجاذبيتها، في الوقت نفسه بدأت المرأة باستهلاك سلع كانت تعد رجولية أو ذكورية، كـ بعض الأزياء و الأحذية والحقائب، وهذا تأثرا بالصورة التي تبثها محطات مثل (أم.تي.في) (M.T.V) التي تمثل ثقافة التفكيك والتشطي.⁹

إن الأغاني المصورة، والإعلانات تمثل بحق المشهد الإعلامي السائد في عصر رسخت فيه الثقافة تحفل بالصورة على حساب الكلمة وشكلت رأي عاما بديلا، والذي عبر عنه احد الأساتذة في جريدة الأهرام المسائي من خلال مقال ينتقد فيه الوجة الحالية للأغاني المصورة الإعلانات المعتمدة على الإغراء الجنسي، مبديا أسفه على الأخلاق المهذورة بقوله: "تخيل امة شلها اليأس والإحباط عن إصلاح الفوضى الاجتماعية فيها، امة فقدت قدرتها على العبور من الضعف إلى القوة ومن النفاهة إلى الجدية، ومن الانحراف إلى الاتزان والاستقامة، تخيل ذلك وأسأل نفسك: ماذا بقي في وعيها إلا الدمار والعدم؟ فهؤلاء الذين يبيعون ضمير أمتهم وأخلاقها لقاء المال والجاه، لايد من أن يعدموا في ميدان عام، ولو كانوا كثيرين فلايد من دفنهم إحياء بمقابر جماعية في الصحراء، وصب الزيت المغلي على رؤوسهم جزاء وفاقا لتدمير أخلاق الأمة وطهارتها.¹⁰

فالكثير من الجرائم التي نشاهدها اليوم عبر شاشة التلفزيون، أو مواقع الانترنت أو تقرأها على صفحات الجرائد كان سببها الإعلام المصور، الذي لعبة فيه الصورة دور التفكيك في المنظومة القيمية، والتي طالما ساهمت مؤسسات بمختلف أنواعها في ترسيخها والحفاظ عليها مرورا بالأسرة فالمدرسة فالجامعة، لقد انقلب مفهوم النظرية القيمية التي أطلقها عمر ابن الخطاب رضي الله عنه يوما عندما سئل عن المنهج النبوي في تعامله مع الإنسان فقال رضي الله عنه: كان صلى الله عليه وسلم يفرغنا ثم يملأنا، يفرغنا من قيم الجاهلية، ويملأنا بـ قيم الإسلام،" إنها نظرية التخلية و التحلية".

لكن مع الأسف هذه النظرية طالتها عملية التفكيك، تهاوى فيها الشأن القيمي والثقافي مع سقوط حدود الزمان والمكان، فثقافة الصورة أصبحت هي العمود الفقري للثقافة الجماهيرية، وثقافة الوجدان والانفعال والغرائز، فإذا لم تحم القيم هذه الصورة وتوجهها الوجة التي تخدم المجتمع فنتائجها كارثية، انطلاقا من مواقع الانترنت إلى السلوكات والصور المنقولة على جهاز الهاتف النقال، والتي ساهمت في كثير من الأحيان في تغذية عناصر الجريمة.

إن الفراغ الروحي الذي يعيشه شبابنا اليوم نتيجة عملية التفكيك التي طالت قيم المجتمع، وأحلت محلها منظومة قيمة غريبة، أساسها الرأسمالية المتوحشة، وثقافة السوق كما شكل هذا الواقع الجديد سميته مثلما شنت عصر العولمة، أو ما بعد الحداثة شخصية مهتزة في ملامح هويتها، متبلدة في حسها الحضاري، ضعيفة في انتمائها الثقافي، مضطربة في وعيها السياسي، مما ولد لدى المجتمع والشباب على الخصوص حالة من الشتات والتهيه وأورثت الأمة كثيرا من المشكلات الثقافية والسياسية والأخلاقية، فكان أن أفرزت ثقافة الجريمة (إن صح التعبير)، فإغفال الجوانب الروحية، أو القيمية، وعدم اعتبارها متغيرا أساسيا في معالجة الظواهر الإعلامية، سيؤدي إلى غرق السفينة وسقوط المجتمع في برائن الرذيلة التي تقود إلى الجريمة.¹¹

لقد توصل الدكتور عبد الرحمن عزي أحد المنظرين الجزائريين في مجال الإعلام إلى نظرية في هذا المجال سماها نظرية الحتمية القيمية بعد دراسته للنظريات الاجتماعية الغربية، وتوغل فيها من الداخل قصد فهمها، واستجلاء الظاهرة الاتصالية، منها كما تعرف على الظاهرة الإعلامية الغربية من خلال معاشتها عن قرب، ومن خلال معاشتها عن قرب، ومن خلال احتكاكه بأكبر دارسيها ومهنيها، أدرك إيجابياتها، كما تعرف على نقائصها وتناقضاتها مع المجتمع الذي ينتمي إليه وهو المجتمع العربي الإسلامي.

لقد كتب منذ عودته إلى الجزائر سنة 1985 مستشهدا بقول الكاتب الجزائري محمد العربي ولد خليفة حين قال " فلا عالمية للبحث، ولا منهجية له إذا خلى من الغيرة الوطنية والانتماء الحضاري التي بدونها يفقد التاريخ لونه ومذاقه، ويتحول إلى أكداش من الواقع والأرقام والأسماء التي تعني كل شيء، ولا تعني شيء على الإطلاق".

إنها إشارة واضحة لدور القيم في أي مجال من مجالات الحياة، فالقيم هي التي تحمي المجتمع من الانحلال والسياسة من التحول إلى ديكتاتوريات تنتهي بالطغيان على حد قول برهان غليون والاقتصاد من الانهيار، وإذا تأملنا في 50 دراسة عميقة قدمها الدكتور عبد الرحمن عزي نجدها كلها ذات نزعة قيمية، لأن الحتمية القيمية تعتبر من المتغيرات الرئيسية عند دراسة أي ظاهرة إعلامية (الماضي والحاضر) فعالم القيمة حتمي عند دراسة القائم بالاتصال، وهي كذلك من الحتميات عند دراسة الرسالة الإعلامية في المجتمع الإسلامي خصوصا.

مما سبق يتأكد انه من الضروري أن تتجسد معالم القيمة في الملتقى أي الجمهور لنفرز سلوكا ايجابيا وهذا مرتبط بمبدأ تقيد محتويات وسائل الإعلام والاتصال بالقيمة وبالتالي التقليل من السلوكيات المؤدية إلى الجريمة، فالمتتبع لبعض صحفنا لا تقرأ فيها إلا أخبار الجريمة، فتارة لا نستطيع أن نحمل الصحيفة إلى البيت خوفا من أن يطلع عليها أفراد الأسرة، إننا أمام ظاهرة تشبه ظاهرة الصحافة الصفراء في الولايات المتحدة الأمريكية المهتمة بنشر العنف والجريمة والجنس، وإذا اطلعت على أخبار المحاكم جلها جرائم أخلاقية من زنى المحارم، والاعتصاب إلى فعل المخل بالحياة، إلى اكتشاف بيوت الدعارة، إلى الاختلاس، إلى القتل لإخفاء هذه الأفعال.....الخ.

فكلما ابتعدنا عن منظومتنا القيمية كان الدمار الأخلاقي، فإذا كان ماكلوهان طرح الحتمية التكنولوجية، فإن الحتمية القيمية تفرض نفسها اليوم بإلحاح، فيجب أن تتضمن الدراسات الإعلامية مقاربات عن ثقافة الحواس بوصفها نظرية في علوم الإعلام والاتصال، وجعل هذه الثقافة في علاقة ترابطية مع القيم لتحقيق الذات والأحر معا.

إن القيم في الرؤية الإسلامية تشكل فلسفة سلوك عملي يتبلور في التطبيق ليكون الوسيلة إلى مال الشخصية، وبلوغها أعلى مراتب السمو في نطاق جماعة بشرية ينعكس عليها السلوك، إذ يحمل صاحبه

داخلها، وبالتعايش معها مسؤولية خلقية، وان الشعور بهذه المسؤولية هو الذي يجعل القيم أساس قيام المجتمع السليم، لأنها تقتضي إرضاء الفرد وإشباع مصلحته في سياق رضا الآخرين وتوافر مصالحهم، وهذا ما يجعله يجتهد للابتعاد عن نزاعاته ونزواته، والتخلي عن بعض منافعه ورجباته لكل يضمن لهم ما ينبغي لهم منها في توازن تبيين لكل طرف ما له من حقوق وما عليه من واجبات.

وبهذا التوازن القيمي ينشأ المجتمع المتحابب والمتعاون والمتكافل، بالعبء والبذل والتضحية، وبالتالي صيانتته من الانحراف والانزلاق نحو الجريمة، وبهذه القيم يعيش الإنسان عصره دون أن يفقد شخصيته، ويتمسك بهويته المتصلة بقيمه وأخلاقه وعدم الذوبان في الأخر.¹²

إننا نعيش اليوم في عصر جرائم التكنولوجيا، والتي أصبحت كثيرة ومتعددة دخلت من نافذة العولمة، فلم تستطع الترسانة الكبيرة من القوانين التي أطلق عليها "السايبيرلوز" الحد من نوعية الجرائم، وأنماط المجرمين وأساليب ارتكاب الجرائم، ولعله من الغريب أن الإرهاصات الأولى لهذه القوانين ظهر بالفعل في

الولايات المتحدة الأمريكية، حيث وافق مجلس النواب الأمريكي على إصدار قانون يمنع ويحظر القمار والمقامرة معا عبر شبكة الانترنت.

إضافة إلى استعمال نظم تعرف وجوه المجرمين الكترونيا، وإدخال القياسات الحيوية الالكترونية لبصمات الأصابع والصوت وقاع العين، والعمل على تأمين المواقع، حتى لا يدخلها المستعملون من لصوص المعلومات والترويج لاستخدام برامج حظر التجول في المواقع الإباحية على شبكة الانترنت، انه غياب كلي للمنظومة القيمة المجتمعات الغربية وبالتالي معدلات الجريمة في ارتفاع مذهل.

إن نظرية القيمة للدكتور "عزي عبد الرحمن"، والتي كانت ردا على الحتمية التكنولوجية "لمارشال ماكلوهان" وعلاقة الصورة بالقيم، فالقيمة عند عزي عبد الرحمن مصدرها الدين، فاللباس الذي يظهر في الصورة يمثل صورة ثقافية لها معانيها ودلالاتها وهو نص قابل للتأويل مثلما هو معرض لسوء الفهم، وسوء التأويل، وقد يكون لعبة إيديولوجية أو مادة لصراع الأفكار.

فعندما تحجب مذيعة قناة الجزيرة "خديجة بن قنة"، والتي اشتهر وجهها واسمها بوصفها إحدى المقدمات الأنبيات والتمكنات، تتولى تقديم الأخبار في تلك القناة، كان لتحجبها وقع إعلامي كبير لدى الجماهير العربية، فهذه المذيعة غيرت أولا من شروط الصورة التلفزيونية المألوفة من قبل، وبالتالي غيرت شروط اللعبة الإعلامية التلفزيونية في المظهر والملبس، فاقتران الصورة هنا بهذه القيمة الدينية (الزي الإسلامي) معناه أن الصورة أصبحت ذات دلالة، وتحمل أو تروج لقضية حضارية، وفق خيارات الناس ومقاسات أذواقهم، ووفق تصوراتهم الدينية والثقافية، فاللباس يتحول من كونه فعلا عاديا إلى أن يصبح علامة ذات دلالة مركبة، والصورة تتكون من دال هو شكل الملابس والمدلول هنا يؤول إيجابيا، كما يفسر سلبيا، حسب تقارب أو تباعد الصورة مع القيمة.¹³

خاتمة:

وفي نهاية المطاف نستنتج أن الصورة تساوي ألف كلمة كما جاء في المثل الصيني والحياة المعاصرة لا يمكن تصورهما من دون صور، كما أشار إلى ذلك الباحث الفرنسي رولان بارت، بأننا أمام حضارة الصورة التي تلعب وظيفة الترسيع باعتبار أن الصورة تتسم بالتعدد الدلالي، كما اعتبر الدكتور عبد الرحمن عزي الصورة المتحركة، بأنها الرسالة الثالثة في تطور أنماط الاتصال، فإذا كانت في العصور القديمة قد اكتسب طابعا مقدسا فقد أصبحت عادة موجهة

ومؤثرة في العصر الحديث، فتخطت حدود الزمان والمكان فهي وسيلة ورسالة في آن واحد كونها لغة عالمية يفهمها الجميع، رغم تعدد ثقافات الأمم والشعوب، فالصورة تمثل مرحلة ثقافية جديدة فرضها الإعلام الجديد.

إن إخراج الصورة أصبح اليوم يتنافس فيه خبراء ومخرجون سينمائيون لتحقيق أعلى درجة العالمية للصورة، إضافة إلى تأثيرها وفق ما يرسمه هؤلاء المخرجون والخبراء، والذين تدفعهم رياح العولمة والثقافة الاستهلاكية إلى تنميط الصورة المؤثرة، واستغلالها بما يخدم أجندة الدول الكبرى، والتأثير على هوية وثقافة دول العالم الثالث.

الهوامش:

- 1 عبد الرحمن عزي، وآخرون: ثورة الصورة، ص 34.
- 2 عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، سلسلة كتب المستقبل العربي، 68، بيروت، لبنان، ط 01، 2003، ص38.
- 3 محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد، ص30.
- 4 جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ط 1، 2003، ص 56.
- 5 عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، مكتبة العبيكات، الرياض، ط 2، 1997، ص 294.
- 6 حسن مظفر الرزو، الفضاء المعلوماتي، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2007، ص137.
- 7 محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي والعربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2006، ص 350.
- 8 محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد، ص 89-99.
- 9 محمي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، كتاب الأمة العدد 64 ربيع الأول 1419 هـ السنة الثامنة عشر 1998، ص97.
- 10 محمد حسام الدين إسماعيل، نفس المرجع، ص 102.
- 11 عبد الرحمن عزي وآخرون، ثورة الصورة، ص، 34-35.
- 12 عبد الله طويرقي: علم الاتصال المعاصر، ص 295.
- 13 محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي والعربي، ص38.