حضارة المرئي : ثنائية الذات – والمعنى في البيئة العربية

أ . صليحة بورفة

تقديم

لم نجد بعد بديلا يصف حضارة عالم اليوم، عدا القول بأنها "حضارة المرئي"، حضارة ترتبط بما تشاهده العين، وبما تنتجه وسائل الإعلام والاتصال المختلفة.

... مرّت عقود طويلة، وعالم المرئيات لم يعد ذلك المجال الصغير الذي يبسط نفوذه ببطء، الآن تشعر الإنسانية المتوزعة داخل القارات الخمس (05) بهذه القفزة المخيفة والمفاجئة نحو حضارة المرئي، حضارة وسائل الإعلام والاتصال المثقلة بكامل صناعاتها، والمثقلة حصرا بـ " الصورة "، هذا المتغير الذي يصنع باستمرار مجالنا المرئي، و يصنع أيضا ... تلك الحضارة الجديدة!!

تعيش البيئة العربية هي كذلك هذا التحول والتغير بنوع من السكون والرضا في مجمل الملاحظة، وتنتشر داخل المجتمعات العربية مؤسسات الإعلام ووسائله بقوة، وتُستهلك المضامين دون انقطاع، وتُطرح بالمقابل إشكالية علاقة المجتمعات العربية بنظمها الإعلامية – الاتصالية، وهل ما إذا كانت هذه العلاقة مرتبطة بأبعاد المنطقة: تاريخيا، وثقافيا، ومرجعيا، وسياسيا، واجتماعيا، و... وكل الأبعاد الإضافية الأخرى التي تحقق التمايز، وتصنع الخصوصيات الطبيعية بين الأمم والشعوب.

بدأ استهلاك الدول العربية لوسائل الإعلام بعد رسم الحدود الجغرافية والإقليمية للمنطقة، بصفة متوازية وفي فترات زمانية تكاد تكون متقاربة، ولكن باختلاف كبير مقارنة بما حدث في بعض البلاد الإسلامية، ومن ثمة لا يمكن أن تُفسر أو أن تُوضع التجربة العربية متضمنة مع التجربة في البلاد الإسلامية الممتدة في بعض دول آسيا مثل ماليزيا أو أندونسيا، وكذلك باكستان، أو تركيا، أو إيران.

ومعنى هذا أن أية قراءة تحليلية لتجاوب البيئة العربية مع حضارة المرئي عليها أن لا تُهمل عناصر الذات العربية، ولا عناصر المرئي نفسه ولا يعني هذا بالمقابل عزل البيئة العربية لكي نتمكن من تحليل متأن لواقع العلاقة بين المجتمعات العربية وحضارة

المرئي، خصوصا وأنّ هذه البيئة تشترك مع الخصوصيات في البلاد الإسلامية بشكل ما، بل فقط كي لا ينسحب التحليل على باقي دول العالم الإسلامي.

فدول آسيا الإسلامية مثالا تتميز ببنيات اجتماعية وعرقية، وعقيدية، وألسنية مختلفة نوعا ما عنها في الدول العربية، كما أنها تتميز بالاستقرار السياسي والاقتصادي ثم ارتفاع معدّلات التنمية، وهذا يُشكل واقعية الاختلاف بين التجربتين.

❖ بدأ الانبهار بالمجال المرئي في المجتمعات الغربية منذ أواخر العشرينيات في القرن الماضي، فعندما شاهد الجمهور في الولايات المتحدة الأمريكية عروض التلفزيون التجاري في العام 1941 م، كان آنذاك مشروعا كبيرا قد بدأ في الطموح وفي التوسع منسجما مع تلخيص Marshall Mc Luhan للعالم في " قرية عالمية صغيرة " (Global Village)، سمّاها كذلك، وعندما تلقى الجمهور في فرنسا أولى عروض الشاشة العملاقة (السينما) بالصوت والصورة معا في العام 1968، كان ذات المشروع قد أخذ بالنمو فعلا، وبالزحف سياسيا أولاً ثم اقتصاديا دونما تراجع، وبدأ التخلي عن رواسب الحضارات القديمة للولوج الحتمي في حضارة المرئي " حضارة الصورة " سواء كانت ثابتة أم متحركة، وظهرت أفكار اشتقت وجودها من الوضع الجديد آنذاك مثل: التدفق التكنولوجي، تدفق المعلومات، الصناعات الإعلامية، التكامل الإعلامي والمعلومي بين دول الشمال ودول الجنوب، وغيرها من الدلالات التي لم تعكس أبدًا – على الأقل – بالنسبة للدول العربية حقيقة العلاقة بين الاجتماعي، وفضاء المرئي.

❖ صدّرت الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوربا نمطية الجمهرة [1] إلى المجتمعات العربية وغير العربية التي تشكل الزمرة الثالثة.

واستقبل العرب هذه النمطية متجاوزين المنطلقات المفاهيمية والفعلية المؤسِّسة لحدث " الجمهرة "، ومتجاوبين مع كلّ المنتجات التقنية لعالم المرئي دون وضع اعتبار للفوارق المعرفية، والثقافية، وحتى الإستراتيجية التي تصنع هرمية النظام الدولي.

و منذ ستينيات القرن الماضي بقي الفضاء الإعلامي العربي يشعر بزحف " الصورة " كقيمة تقنية بديلة عن المكتوب إلى حدّ ما، واقتنع الجمهور في المنطقة بهذه القيمة الجديدة البديلة !!

نقاش حول: الذات، والصورة، و" الثقافة المستعارة "

قد يعتقد البعض أنّ هذا التحليل متحامل كثيرا على التقني، وعلى المرئي، غير أن الانتباه لطبيعة التحول الذي نشأ في الاجتماعية العربية يُحيلنا إلى حصر المرئي، والتقني كعاملين في غاية من الدّقة والتعقيد يحصدان الأولوية في أية قراءة عقلانية

تفسيرية تريد الوصول إلى شروحات مقنعة حتى لا نقول بالوصول إلى – الحقيقة –

❖ تشكل الذات العربية عناصر تاريخية صارمة: الدين، اللسان، الثقافة، والحضارة، وهي في غاية من الأهمية، وفكرة الذات قديمة أنثروبولوجيا، وإثنولوجيا، ولا تتخطى قواعد الإدراك الإنساني، إنّ الذات ميراث تركيبي[2] يعيش فضاء الزمان والمكان أيضا، ويتعرض لعمليات التغير والتحول بصفة انتقائية، وأحيانا بصفة اعتباطية غير مقصودة، والجماعات الإنسانية لطالما تأقلمت مع هذه القاعدة منذ العصور القديمة، وكلّ الصراعات والحروب التي مرّت كانت نتيجة لتدافع الذات مع الآخر، من أجل فرض السيطرة، أو من أجل التوسع، أو من أجل المصالح بتعبير أدّق.

❖ في البيئة العربية كانت " فكرة الذات" مندمجة مع الحاضر أكثر من اندماجها مع الماضي أو المستقبل، إن فرديا أو جماعيا، فالأفراد يعيشون الحاضر أكثر، و"بعنف زماني" واضح، ولا يسعون إلى ربط الحاضر بالماضي، كما أنهم لا ينظرون إلى دمج الحاضر مع المستقبل (القريب أو البعيد)، بل ولا ينظرون إلى المستقبل بعين المقبل عليه...

الزمن = الحاضر فقط، هذا الانفصام الزماني عن الماضي وعن المستقبل جعل الذات العربية أسيرة اللّحظية الساكنة، التي تبحث عن الهدوء– ولو مؤقتا – فعاشت بالتالي انفلاتا رهيبا عن المسؤوليات التاريخية والمستقبلية الخاصة بها، وساعدت على ذلك عوامل من داخل المنطقة العربية ومن خارجها بتأثيرات وانعكاسات قاسية.

وإذا كانت الذات يشكلها الأفراد وتُشكلها النظم المؤسساتية وأنها أيضا الإطار المنظم من السلوكات والمعاني والرموز والتفاعلات، والأُطر الرسمية وغير الرسمية التي تحرك عملية التغير الاجتماعي بميكانيزم إيجابي ممنهج، فإن هذا المنحى كان متذبذبا في البيئة العربية التي بقي أفرادها لا يولون اهتمامات للخلفيات التاريخية، كما لا يولون اهتمامات بما سيحدث.....

وهذه المعادلة حركت دواليب الحياة عند العرب لفترة طويلة، وتناسب هذا الوضع مع توسع وسائل الإعلام الجماهيرية في المنطقة، توسع " المرئي " تحديدا بمستجداته التقنية، وبدهشة أمام بريق " الصورة".

يحدد H. schiller [3] 05 أساطير تجعل المضمون المرئي ومضمون وسائل الإعلام عموما محل قبول ومقنعا:

– أسطورة الفردية والاختيار الشخصي
– أسطورة الحياد
– أسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة
– أسطورة غياب الصراع الاجتماعي
– أسطورة التعددية الإعلامية

وSchiller كان واحدا من أولئك الذين لوّحوا بتأثيرات الإعلامي على " الاجتماعي" وأنّ المسافة بينهما لا يمكن أن تتقاطع إلاّ على حساب أحدهما، وأنّ " المتلاعبين بالعقول" على حدّ تعبيره هم أولئك الذين يملكون الأسطورية السابقة، وهم الذين يجعلون المسافة بين الوهم والحقيقة تكاد تنعدم.

❖ المسافة تقاطعت في الذات العربية، وانتشر " الجمهور العربي" عريضا مستقبِلاً المجال المرئي، فعالم الأخبار، وعالم الترفيه عبر الشاشات كانا سيان، الجمهور هو الجمهور، الذي يشاهد الأخبار هو الذي يشاهد الاستعراض والترفيه ودأب المنتجون للمجال المرئي على ملء حيز المشاهدة تدريجيا، عن طريق التغطيات الإخبارية للأحداث، وإنشاء وكالات للأخبار، وتكوين المحترفين التقنيين في قطاع المرئي، تزامن هذا أيضا مع واقع الاندماج في الحرب الباردة، الذي أفرز سياسات عربية غير موحدة الخطاب خصوصا بعد نتائج حربي 1967م، و1973م، فتعددت مصادر الإعلام العربي، وتضارب مجال الصورة، وصار للنص المرئي قدرته الفائقة في تشكيل " الوعي العربي" غير المتجانس، وفي تكوين " الرأي العام " في المنطقة حول القضايا المصيرية والحساسة.

اليوم نتساءل عن " المرئي " في الذات العربية، هل هو صورة حاكت الواقع، حاكت الذات، أم أن الواقع هو من حاكى عالم الصور؟

مع نهاية مسلسل الحرب الباردة، كانت عشرات القنوات التلفزيونية تتنافس في المنطقة، وبعد حربي الخليج استطاعت بعض الفضائيات أن تضمن للمشاهد استمرارية مع الحدث صوتا وصورة خصوصا بعد حدث سقوط النظام العراقي السابق في2003 م، وتزامنت قضايا سياسية – عسكرية – أمنية بعد ذلك هزّت الذات العربية في هذه المرحلة بالذات:

- الأزمة في لبنان بعد معارك 2006 م في الجنوب، ثم حصار غزة، وتفكيك صف الوحدة في فلسطين 2008م، ثم السودان مجددا (2009م) فهل حملت الصورة حقّا كلَ هذا الواقع، وهل كان النص المرئي أمينا مع الذات في المنطقة ؟

يشير الأخصائيون أن العالم لم يشاهد مثلا ما حدث في العراق، وأن عدسات الكاميرات لم تلتقط جزءًا كبيرا هاما من الحقيقة – بصورة عمدية – تماما كما حدث في فييتنام قبل سنوات...

إنّ رمزية المرئي كانت بالتالي أكثر قربا من الذات في البيئة العربية، وليس هناك فحسب، بل في كلّ العالم، وهذه الرمزية هي مقصودة وموجهة، إنّ المجال المرئي يصنع رمزية من خلال أمواج الصور المتدفقة، ومعنى الرمزية أن نفبرك واقعا موازيا للواقع وللحقيقة، موازيا له معلوميا، وثقافيا،

وقيميا، ليس بالمفهوم البنيوي التفكيكي، وليس انتصارا مطلقا لفكر ما بعد الحداثة الذي يعيد التأمل في الطرح البنيوي، بل قناعة بأن " الرّمزي" صناعة وهي إمبريقية اندمجت زمانيا ومكانيا، وصارت جزءًا من حقيقة الذات الاجتماعية – والنفسية في البيئة العربية وفي غيرها، إن المرئي يصنع الرمزي لا محالة، ولا يمكن أن يكون إلاّ كذلك، إن المرئي إذن هو الرمزي، والواقع يختفي ويتعرض للتشوه عندما يحاول المجال المرئي أن يمسك به من خلال الصور، وتختفي معه الحقيقة الكلّية ليبقى جزءًا يسيرا فقط منها ممسكا بالجمهور العريض الذي يتفاعل ويتعرض للمزيد من الرمزية، ولمزيد من الصور!!

إن التداخل بين الواقع و" الرمزي" يُحدث قلقا مع استمرار مساحة التداخل بينها، والجمهور لا ينتبه إلى هذا الحاصل، فهو يتفاعل مع الوضعيات عبر وسائط التقني وفقط، وأفراده يعتقدون بأنهم يمتلكون الحقيقة مع ملكية الوسيلة، ويندمجون ميكانيكيا دون إحساس بالتداخل السابق.

❖ ولكن وبالمقابل يبقى التباين بين الواقع و" الرمزي" قائما، فالواقع يترابط، ويتماسك، وهو السيرورة التي تشكل عمق الإنسانية بتاريخها، وبحضاراتها، وبأطرها القيمية، ولا يحدث أن ينعدم، فالزمان هو الزمان، والمكان أيضا هو المكان، والأحداث هي الأحداث، وسياق الإنسانية هو وحده الذي يتغير، ويُحدث الانتقالية والتبدل، ويشارك الأفراد في عملية التغير مشاركة فعلية موجبا وسالبا [4].

إن قراءة الذات وفق هذه الرؤية تُعيد للسياق المتحرك دلالته الواسعة إمبريقيا وإبستيميا دون تحيز أو تقليص، فلطالما أبدى دارسو الحضارات نزعات تحليلية – غير متكافئة – تؤسس سندا معرفيا قويا يحافظ على أحقية استمرار السياقات الوجدانية للإنسانية بسيروراتها وبإرهاصاتها المقلقة.

❖ يقوم الواقع إذن من وجهة النظر هذه على تناسق مريح للمجتمع، لأنه يترابط ويتواصل، ويضمن للأفراد أنساقا معنوية ومادية تشكل الوسط الأكثر تركيزا الذي يسمح بانتشار موجات القيمي والثقافي – بشكل خاص – داخل المجتمع وبمرونة، فتحدث عملية التراكم لهذا الفضاء المبني على الحقائق، وعلى المعاني الفعلية التي حوتها التجربة الاجتماعية تدريجيا دون تخلص من المدلولات المنبثقة وإن كانت متضادة.

بينما رمزية وسائل الإعلام تضع للأفراد فضاءً آخر غير معلن، مبني على التجربة التقنية السريعة والمتعرضة لقطائع زمنية واضحة والتي لا يمكن أن تتراكم، وهي تقوم على تلقين المعاني والمدلولات التي تخدم أهداف مالكي تلك الوسائل، كما أنها تسلب الأفراد وعيهم

وإدراكهم الحقيقيين لحظات التعرض للمحتوى (محتوى الوسائل) طبعًا.

❖ يستنجد" الرمزي " دوما بصناعات الصورة – وبصناعات أخرى [5] توظف الصورة كذلك... الصورة لها رصيدها وقيمتها التقنيان أيضا ، ويمكن النظر إليها كبنية منفردة تحقق التواصل من خلال عملية الإنتاج أو المشاهدة [6] كما ورد عند Ch . Metz

إنّ سلطة الصورة تبدأ بالنظر إلى ذاتيتها المستقلة نفسها قبل تفاعلها مع الجمهور المُشاهد ، وهذه السلطة معنوية ، وهي حاضرة مع المضمون المنقول.

الصورة الفوتوغرافية أو المتحركة ، لم تكن بهذه الأهمية إلاّ عند تفاعلها مع الصيرورة الاجتماعية ثم الصيرورة التكنولوجية ، وحدثت ثنائية" المعلومة – والصورة ": أنَّ الصورة دائما تحمل معلومات ، وأنّ الأفراد يقبلون على المجال المرئي من أجل المعلومات ، ومن أجل إدراك العالم المحيط بهم ، وتناقل الفكر العلمي في فرنسا هذه البديهة " المؤقتة" ... ونما تيار المساندة للمجال المرئي عندما قال R.Barthes بـ "موت النص المكتوب "[7].

فماذا كان يحدث لو أن الفكر البنائي – البنيوي – القديم لم يظهر ، ولم يعط للصورة كلّ هذا النفوذ؟ هل كان العالم يجد نفسه مجبرا على إيجاد أقاليم وجغرافيات أخرى للتواصل غير التقني؟ وهل كانت العجلة الصناعية تتوقف؟ لا أحد يستطيع قراءة مثل هذا الاحتمال ، فعندما طور باحثو العلوم الطبّية – العصبية – نتائج بحثية أشارت إلى مخاطر إشعاعات المجالات الكهرومغنطيسية على الدماغ ، وإلى مخاطر الشاشات على حاسة البصر تحديدا ، وكل المرئي والمسموع ، حدث وأن اختفى كلّ الفريق البحثي من على سطح المعمورة وبغموض – حدث هذا في منتصف القرن الماضي – مع تسارع عمليات الإنتاج والتوزيع للميديا المختلفة ، ومع اتساع رقعة أسواق التجارة الجديدة!!

❖ صارت المعلومات رأس المال البديل " الظاهر " ، وفي كلّ المجتمعات الحديثة ، وهي تُسوّق وتُروج وفق برامج عالية التطور ، وتصل بسرعة ، وتُخزن وفق أنظمة تراتبية مشفّرة تسهل عملية استرجاعها وتداولها على شبكات الحواسيب المختلفة.

أُنشئ نظام بنوك معلومات في العقود الأخيرة ، وكان ذلك إنجازا آخر يُضاف إلى رصيد " حضارة المرئي " ، وبدأ انتشار ثقافة الوسيلة برؤية أخرى بدأت مع الـ NET تحديدا ومع الاستخدامات الواسعة لها ، ومعها ظهرت فئات اجتماعية جديدة تستثمر قطاع الخدمات وثقافة هذا القطاع تقوم على مبدإ تخصيص العمل بدلا من تقسيمه.

❖أنشأت الوكالة الأمريكية للاستعلامات عام 1953م ، ومنذ ذلك الحين بدأت المؤسسات في كثير من المجتمعات

الغَربية تعمل على توجيه الخطاب والنص الإعلاميين – بطريقة غير مباشرة- ، وبمرور الوقت تبلورت فكرة " الثقافة البديلة" التي من الممكن أن تسود، وتُدمج المؤسسة أكثر فأكثر داخل المجتمع، وأن تصبح المؤسسة الوسيط الاتصالي الوحيد المقنع للجمهور... وتقلصت الأدوار التقليدية لبعض الفئات الاجتماعية [مثال : قادة الرأي، دور الكنيسة، سلطة الأسرة...]

وصارت المؤسسة فعلا تُؤمن للأفراد انتماءات جديدة تبدو الأكثر أهمية والأكثر قربا من الذات الاجتماعية – والمؤسسات الإعلامية – رسخت هذا الفهم من خلال استثمارها الواسع لجميع مكونات" الثقافة البديلة" وعبر كل المحتويات والمضامين المختلفة، وبلغ نشاط وسائل الإعلام أعلى درجاته للإسراع بمشروع" الثقافة البديلة"، فسُميت بثقافة الميديا، كما ثقافة الصورة، كما ثقافة الرقمنة، أو " الثقافة المستعارة" التي تختزل الثقافات الإنسانية كلها في نمطية واحدة لا تحمل التضاد أو الإختلاف، وهي الثقافة الآنية الحاضرة التي مهدت لها فكرة الجمهرة، والتي ترتكز الآن بوضوح على إيديولوجية العولمة.

سقوط الزمان والمكان... وتطويق المعنى

اقتبست البيئة العربية تلك الوضعية الجديدة بين الإعلامي والثقافي بطريقة غير متكاملة، انتقل معها النمط الثقافي الجديد إلى المنطقة عبر وسائل الإعلام العربية وغيرها مع برامج الترفيه [أفلام، نصوص مسرحية، مسلسلات، أفلام كرتون، وبعض برامج الأطفال...]

وصار الأنموذج الغربي النامي إعلاميا في الولايات المتحدة الأمريكية وداخل دول أوربا يُشكل رمزا موجبا لعملية التحول الاجتماعي نحو الأفضل، بإيقونات (Icônes) وشواهد ثقافية - تبدو مُقنعة – وذلك من خلال عمليتي الاستعراض والتكرار لما وراء النص الإعلامي، فيتم الترويج مثلا للصور النمطية التي تجعل لبعض الأدوار الاجتماعية حضورا قويا على حساب باقي الأدوار الأخرى ... إن الرسائل الضمنية كانت دوما أقوى من الرسائل الظاهرة بالتالي، وتقوم العملية الإعلامية على هذا المبدإ، إذ يعمل المنتجون على المزج بين التقني، والثقافي بمهارات وكفاءات تترك في ذهن المتلقي أثرا نفسيا واضحا يتعلق باقتباس المتلقي للمعاني والدلالات المُبرمجة من طرف وسائل الإعلام والتي تندمج فيما بعد بإطاره القيمي الذاتي، في ظل غياب بدائل أخرى [دور الاتصال الأسري، الاتصال الشخصي، الإتصال الجمعي]، ثم يُضاف إلى ذلك الأثر المعلومي، إذ ينمو لدى الأفراد رصيد معلومي مرجعيته الوسيلة أو النص

(الرسالة) المدعوم بالصورة حتما... يتم هذا وفق الإستراتيجية التالية:

1/ تسعى قنوات الميديا إلى الأحداث القريبة والبعيدة والتي لم تحدث بعد، وتحولها إلى معلومات آنية مثيرة لانتباه الجمهور، كما أنها تقدم المحتويات الجادة والترفيهية بانسجام تام، فتحافظ على مركزيتها داخل المجتمع، وتُنمي علاقتها مع الأفراد من خلال معايير فنية ومهنية تؤكد بها فعاليتها المؤسساتية بين باقي مؤسسات المجتمع.

2/ تتدفق المعلومات وتتوزع داخل البنيات النظمية للمجتمع عبر قنوات الميديا المختلفة وتحدث الموازنة في عملية توزيع المعلومات البسيطة والمركبة بحركية عمودية تجعل النص الإعلامي محل انشغال دائم للمجتمع.

3/ تصر قنوات الميديا في كل مكان على عزل النص الإعلامي عن التأثيرات الخارجية الأخرى من خلال فكرتي " الحياد" و" الموضوعية"، وخصوصا في عالم الأخبار، وأن هاتين الفكرتين تصنعان الاحترافية المطلوبة لضمان استمرارية المؤسسة الإعلامية في سوق المنافسة.

❖ إن دعائم هذه الإستراتيجية كلها تفرض إشكالية: مرجعية النص الإعلامي داخل المجتمع... هل تنبثق قراءاته وفق الحدود القيمية والثقافية للمجتمع أم أنه نص يرفض تلك الحدود " القيود " السابقة بحجة الحياد والموضوعية؟ ثم ماذا يحدث بالنسبة للمعاني التي تترسب في الذات الاجتماعية؟

يُؤخذ مثال الصورة دائما: إننا نحصل تقريبا على نفس سلم اللقطات من الصور عن بعض الأحداث في العديد من القنوات التلفزيونية، إن العالم يشاهد صور الأخبار في نفس الاتجاه العمودي الذي تفرضه محطات التوزيع الكبرى على الأرض، بنفس زوايا التصوير، وبنفس التركيب، أي بنفس البناء الزماني والمكاني ... فهناك يقتطع منتجو مجال المرئي من الزمان والمكان ما يتناسب مع فعل البث أو النشر، وهذه عملية تُسقط الزمان والمكان الحقيقيين وتترك للأفراد مساحات مُنتقاة آليا – تقنيا – تشاهدها العين المُبصرة، فتتشكل لدى الأفراد قراءات ذاتية متشابهة ولكنها غير متقاطعة بسبب عوامل أخرى مثل: السن، والمستوى التعليمي، الانتماء الاجتماعي وباقي الخصوصيات الفردية التي تسعى الميديا إلى تجاوزها.

إن الميديا تمر بالجمهور نحو فضاء معلومي بدون مرجعيات قيمة – ثقافية وإن تخلص الميديا من عوائق القيمي والثقافي يُسهل مرونة النص المُرسَل إلى الجمهور حقا، ولكنه يُحدث تطويقا صارخا للمعاني الاجتماعية وللانبثاقات الثقافية المتداخلة معها.

❖ إن الفضاء المرئي – والإعلامي إجمالا – بهذا الشكل – صار يبني سيرورات موازية

للحقائق الاجتماعية داخل المجتمع بنسبة ترتفع مع ارتفاع معدلات التلقي بين أفراد الجمهور، وإن التقاط الزمان والمكان ليس يعنى أبدًا فعلية المعاني التي باتت تتشكل مع حضارة المرئي – تحديدا – والتي هي من خصوصيات الثقافة البديلة المُروجة منذ عقود قليلة من الزمن ... إننا فعلا بتنا نقترب من مرحلة صناعة وإنتاج المعنى الموازي داخل المجتمع خصوصا أن وسائل الإعلام – ومن خلال الصورة – تصر على وضع الهوة بين الاجتماعي – والقيمي ... ربما هو انتصار الثقافة المستعارة!

الإستراتيجيات الإعلامية: قراءة "المشهد" في البيئة العربية

عشرات الفضائيات الآن تنتشر في المنطقة العربية وعناوين صحفية لا تزال مقروئيتها متواصلة، ومضامين إعلامية مرئية أخرى كثيرة متوفرة للجمهور، والخطاب الإعلامي هناك يراهن على مزيد من الحضور أمام إستراتيجيات إعلامية قوية من خارج المنطقة العربية تفرض نفسها على الجمهور العربي الواسع عبر الأقمار الصناعية، بعد أن تم تجهيز العالم كلّه اتصاليا وثقافيا، بالأنظمة الرقمية وبفكرة العولمة، بحجة بناء المجتمعات المدنية وتعزيز الديمقراطيات... هو المشهد الذي يحيلنا إلى قراءة أخرى للخريطة الإدراكية للعقل العربي المتأثر أو المُتفاعل أو المتجاوب كثيرا مع حضارة المرئي.

يقول الفكر العلمي: إن المعرفة تبدأ من فهمنا للأشياء وللوضعيات[8] والمعرفة إدراك عقلي يتكامل بمبدأ الفهم الذي يؤكدهُ Max Weber، وواقعيا المعرفة كذلك بناء هرمي قاعدته التجربة المندمجة مع مختلف الظروف والوضعيات.

ظروف استقبال حضارة المرئي في البيئة العربية كانت خاصة، مرتبطة بعوامل تاريخية معينة، ولم تكن مهيأة ولا مدروسة، كما أنها لم تُدرج معالم الخريطة الإدراكية للعقل العربي ضمن جميع " الإستراتيجيات المنتهجة، وجميع الأداءات الإعلامية في المنطقة كانت مسايرة للأجندة الإعلامية المدعومة بما يحدث في باقي دول العالم ليس إلاّ.... قطع مجال الإعلام العربي شوطا تقنيا كبيرا، وأصبحت له مؤسسات في المنطقة وخارجها تنافس تقنيا كبرى المؤسسات الإعلامية في العالم، ومع ذلك بقي المحتوى (المضمون) الإعلامي في المنطقة موضع مُساءلة دقيقة في علاقته بالخريطة السابقة: ماذا يفعل الجمهور بعد المعلومات؟

هل يتجه بقراءات دلالية تنعكس على فضاء الحياة اليومية من خلال السلوك والتواصل مع الذات الاجتماعية بما يحقق مزيدا من النماء الفكري الذي يؤدي إلى تفعيل القدرات داخل المجتمع على غرار مجتمعات أخرى؟

فبعض التجارب [في الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، دول أوروبا] أثبتت أن القراءات المعلومية التي توفرها مؤسسات الاتصال والإعلام بإمكانها تحريك

استثمارات ضخمة من خلال مراكز البحث العلمية المستقطبة للانشغالات وللاهتمامات المختلفة للمجتمع، وفتح شبكات تعاون فعّال مع المحيط الدولي، بما يدعم الانشغالات والاهتمامات السابقة، وأثبتت ذات التجارب أن المعلومات رأس مال جّاد وحازم في نماء الثروة الاقتصادية لأي مجتمع كان، وأنّ نظم المعارف صارت اليوم مجال منافسة شرسة بين من يملك ومن لا يملك.

في البيئة العربية نتساءل أيضا: هل البنيات المعرفية هي امتداد للإعلامي؟ وكيف يقرأ العقل العربي اليوم حضارة المرئي تحديدا؟ كل المؤشرات العلمية في المنطقة تؤكد أن نمطية استهلاك الأفراد والحكومات لقطاع الإعلام وللمرئي خاصة، مبنية على تطلعات محدودة الآفاق، وغير ممنهجة، ولا توحي إلاّ بعمليات استنساخ شكلي لأشكال المحتويات الإعلامية والمرئية الموجودة عبر الفضائيات في الغرب بدءًا من الشبكات الأمريكية: ABC, CBS, FOX, NBC, CNN المحاكية للثقافة البديلة، والتي تؤدي إلى مزيد من الاستهلاك، ولمزيد من الهروب والانفلات عن الواقع، وعن الذات في المنطقة.

❖ إننا هنا نبحث عن مفاهيم: القيمي، الذات، المعنى، السياق، الحراك، والمعرفة، و أخرى... بنوع من المشّقة مع حضارة المرئي، وبمشقة أخرى مع إرهاصاتها، إننا نقرأ الزمن الحاضر من غير أدواته الحقيقية، ومن غير الحقيقة نفسها، إننا فقط نحاول أن نُبقيَ الحاضر مندمجا فينا، لكي لا ينفلت هو الآخر، كما الماضي، وكما المستقبل...

الهوامش والإحالات:

(1) المقصود من نمطية الجمهرة مخاطبة وسائل الإعلام للجمهور من منطلق الكتلة المتجانسة في عمليات الفهم، والاستيعاب.

(2) فكرة التركيب هنا ليست تعني البنائية بالمعنى الحديث.

(3) هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، 1986م.

(4) ظاهرة " الحروب العسكرية " واحدة من أمثلة المشاركة السالبة في عملية التغير الاجتماعي.

(5) انظر مثال الإعلان، والحملات الإعلامية، الإشهار، الدعاية... كلّها أمثلة في غاية من الدقة، وهي صناعات إعلامية تدمج العناصر الاجتماعية والنفسية عند محاكاة الجمهور، تستند على النص المرئي، وتخاطب الأفراد بنوع من السلطة الفوقية التي تجعل الفرد في وضعية المستقبل المُقْنَع مسبقا، بدلا من أن يكون في وضعية المشارك.

6) Martine Joly: Introduction à l'analyse de l'image, Nathan, 1994,P05

(7)Roland Barthes : « Réthorique de l'image »,in Communication, 1964

(8)أنظر Yves de Jocas: Théorie générale de l'information, les éditions logiques, Canada, 1996