

## "تربع خطاب ثقافة الصورة في ظل جائحة كورونا"

إعداد الباحث:

رامي كمال

باحث في سلك الدكتوراه جامعة محمد الخامس بالرباط

---

## الملخص:

يعتبر خطاب ثقافة الصورة من أهم الخطابات التي هاجمتها في عالمنا المعاصر، وقد وجد رواجاً كبيراً في الدراسات الأجنبية، مقارنة بالدراسات العربية، كما أن هناك كثيراً من القضايا والموضوعات والاتجاهات تفرعت من خطاب ثقافة الصورة، وتحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة في عالمنا العربي المعاصر، وخاصة مع الحجر الصحي في ظل الجائحة "كوفيد-19"، ومن ثم هدفت في هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على خطاب ثقافة الصورة وربطه ببعض المجالات، من خلال المفهوم، والأهمية، والقضايا التي اندلعت منه في الوقت الراهن، والأنساق الثقافية المضمرّة التي أثّرت حول هذا الخطاب.

مختتماً بأهم النتائج التي أكدت أن خطاب ثقافة الصورة، أصبح هو الخطاب الأعلى والمهيمن في ثقافتنا المعاصرة، بل من أهم الوسائل الأساسية والمهيمنة على هويتنا الثقافية.

**الكلمات المفتاحية:** ثقافة الصورة، الثقافة التلفزيونية، الاستبداد السياسي، الأنساق المضمرّة.

## مقدمة:

إن خطاب ثقافة الصورة أصبح من أهم الخطابات التي وجدت رواجاً عاماً على الساحة النقدية والأدبية في العصر الحالي، كما أنه وجد رواجاً جماهيرياً لتعبيره السريع عن الواقع في عصر السرعة عصر التكنولوجيا بامتياز. وقد أصبحت الصورة "أداة خطيرة وماكينة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام، وإذا كان بوسعنا الحديث اليوم عن رأي عام عالمي، فالفضل الأول في ذلك يعود للصورة وانتشارها المذهل"، وخاصة وأن خطاب ثقافة الصورة كما يقول فريد الزاهي: " مفهوم مجاله واسع لأنه شمل اللغة والجسم النفسي والعضوي والذهني وربط بين المرئي واللامرئي والمعقول والمحسوس". ويؤكد سيرج موسكو فيتشي مؤرخ العلوم على تقضيل البشر دائماً للصورة، لأنها تجمع بين الوهم، والسحر، والخلود، فيقول: "لقد فضل الناس دائماً الصور عن العلامات الأخرى؛ لأنها مجال للوهم وتحتضن القوة الأساسية الضرورية للسحر والرغبة في الخلود"<sup>1</sup>.

كما أكدت الدراسات العلمية أن الجسم يساهم بشكل كبير في تشكيل الصور وثنائها الحسي لدى الإنسان فلا وجود لتمثيل تصويري لشيء ما من غير وساطة الجسد والحواس، وعن ذلك تنجم تعددية الصور تبعاً للحواس"<sup>2</sup>. بمعنى أننا اليوم أصبحنا أمام خطاب جديد يتطور بشكل سريع وملحوظ، وتشعب في كل المجالات بأشكال متنوعة؛ لذا سأنتقل في هذا المقال إلى المحاور الرئيسية التالية) مفهوم خطاب ثقافة الصورة، النقد وخطاب ثقافة الصورة، الثقافة التلفزيونية وخطاب ثقافة الصورة، الأنساق المضمرّة وخطاب ثقافة الصورة، الاستبداد السياسي وخطاب ثقافة الصورة).

### أولاً: مفهوم خطاب ثقافة الصورة:

إن الصورة خطاب ثقافي وإعلامي ومعرفي، جمع بين الفكر والأيدولوجية والتكنولوجية والاقتصاد، فهو وسيلة تواصلية عالمية فعالة ومعاصرة ومتعددة الوظائف. يقول الجابري إن ثقافة الصورة "هي ثقافة إخبارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الاستهلاكي. كما أنها ثقافة الاختراق التي تقدمها العولمة بديلاً من الصراع الأيدلوجي، حيث إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع"<sup>iv</sup> أما عبد الإله بلقزيز يقول إنها "المادة الثقافية الأكثر استهلاكاً والأقدر على الفتك بنظام المناعة الطبيعي لدى شعوبنا. إنها أكثر من مجرد شكل، إنها مادة مختزنة بالخطابات والرسائل والدلالات وهي تقدم للمستهلك في قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعله على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء"<sup>v</sup>

كما اهتم عبدالله الغدامي اهتماماً بالغاً بخطاب ثقافة الصورة أيضاً، وقد خصص له دراسة كاملة في كتابه "الثقافة التلفزيونية" وذلك باعتبار الصورة إحدى النصوص التأويلية والتي عرف مفهومها ووضعها المعرفي تغييراً جذرياً وملحوظاً في الفترة المعاصرة، لهذا يقول الغدامي عن هذا التغيير: "لقد جاء التغيير مع اختراع الصورة المتحركة كوسيلة للتعبير، في السينما أولاً ثم في التلفزيون، ثم الانفجار الفضائي التلفزيوني"<sup>vi</sup>، إلى أن تعم الصورة من خلال الإنترنت لتشمل خطابات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وغيره... الخ فمع هذا التغيير الجذري كانت هناك ردة فعل قوية وتأثير ثقافي قوي مما حول الخطاب الأدبي إلى خطاب الصورة أي من ثقافة النص إلى ثقافة الصورة؛ وباعتبار الصورة كنص تأويلي يقول سعيد بنكراد: "إن الصورة مداخلها ومخارجها لها أنماط للوجود وأنماط للتأويل، إنها نص، وكل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيمًا خاصاً لوحدات دلالية متجلية من خلال أشياء أو سلوكيات أو كائنات في أوضاع متنوعة"<sup>vii</sup>.

أما مرحلة الإقناع والتوسع وكسر الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي وتحويل الزمن من زمن ثقافة الكتابة، إلى زمن ثقافة الصورة فيقول الغدامي: "لقد جاءت الصورة لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات وشملت كل البشر؛ لأن استقبالها لا يحتاج إلى إجادة القراءة، ودخول فئات إلى قوائم الاستقبال الثقافي مما جعل الجميع سواسية في التعرف على العامل، واكتساب معارف جديدة"<sup>viii</sup>.

كما أن الافتتان بالصورة وقدرتها الإغرائية نابع من علاقة الصورة بالشيء المصور والتي لا يمكن اختصارها في الشبه بل يمكن حصرها في التمثيل، أو التصوير. بمعنى أن الصورة تمثل الشيء المصور، فالصورة تمتلك المقدرة على استحضار الغائب وتغيب الحاضر، كما أن اكتساح الصورة للحياة المعاصرة لم يجد من المتخيل فقط بل أدى إلى تسليط الواقع وتسطيحه"<sup>ix</sup>، ولهذا فإن احتلال هذه الثقافة لعمليات الاستقبال البشري جعل الصورة هي الأصل المعرفي بينما "يصير الواقع مجرد انعكاس للصورة، ويصدر عنها بدلاً من أن يكون هو الأساس المحاكى"<sup>x</sup> وهذا ما جعل الصورة عنصراً أساسياً لا مفر منه داخل الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والأدبية. أما الجانب الاستهلاكي والجمهوري فقد تربعت الصورة على عرشه، وخاصة وأنها لا تختص بمتلقي معين فالصورة لا يحجبها لغة أو جنس أو حدود سواء زمانية أو مكانية في الوقت الراهن؛ لذلك تسربت لكل شرائح المجتمع وأصبحت "فلسفة فاعلة مؤثرة في مجال أنماط الحياة، وأسلوب المعيشة لدى الجماعات والشرائح الاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات"<sup>xi</sup>، وقد ساعد الإعلام على انتشارها بشكل سريع، ولاسيما الإعلام الإلكتروني؛ مما أحدث تحولات عميقة في حياتنا ويوضح "بودريار" هذا الدور بقوله: "إن وسائل الإعلام الإلكترونية هي التي تلعب دوراً هاماً في إنتاج وتدعيم العلامات والصور والرموز في المجتمع"<sup>xii</sup>. وقد أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية فعلاً هي الأداة الفعالة التي شملت كافة المجالات، وأصبحت الأداة الأكثر استهلاكاً في الآونة الأخيرة، وأثبتت قوتها في

تحديها لفيروس كورونا اللعين كوفيد19 عندما أجبر العالم على الحجر الإيجاري؛ مما جعل عالم الإعلام الإلكتروني هو المنقذ الوحيد في كافة المجالات على رأسها التعليم عن بعد و الاقتصاد من خلال التسويق الإلكتروني وغيره،

### ثانيا: النقد وخطاب ثقافة الصورة:

ومن ثم انتقلت ثقافة الصورة إلى عالم الدراسات النقدية وأصبحت ثقافة الصورة في صدارة اهتمام النقاد والمفكرين، كإدوارد سعيد، وسعيد بنكراد، وعبدالله الغدامي، وفريد الزاهي، وتشومسكي، وغيرهم، ولذلك يقول الغدامي: "لقد تحول مفكرون جادون ليكونوا في صدارة المهتمين بالخطاب الإعلامي من مثل "تقوم تشومسكي، وإدوارد سعيد"، وقد تنبها إلى خطورة هذا الخطاب وتعاملوا معه في البحث فيه من جهة، واستخدامه كوسيلة مواجهة ثقافية من جهة أخرى، وكتبه في الخطاب السياسي والإعلامي أضعاف ما في الأسنية...، وريتشارد رورتي الفيلسوف الأمريكي البراغماتي...، وكتب دوقلاس كلنر وكتابه عن ثقافة الميديا...<sup>xiii</sup>، بالإضافة إلى الكتابات المضاعفة التي جعلت هذا الموضوع الأكثر اهتماما على الساحة الإعلامية والثقافية والصحفية، ومهما حصرنا من توجيهات فلم نستطيع حصرها؛ بسبب الكم الهائل من الدراسات والكتب والصحف والمجلات والفضائيات التي خاضت وتخوض وستظل في هذا المجال، وذلك لمدى قوة التأثير وخطورته على المتلقي كما يقول الغدامي: "إن أخطر تغيير في وسائل الثقافة هو في تحول الاستقبال من اللغة المكتوبة إلى الصورة المتلفزة، ثم إلى ظهور الفضائيات، وسرعة انتشار المعلومة المصورة، وهذا يجعل فعل الاستقبال سريعا من جهة وفردا من جهة ثانية، وفي مقابل هذه الفردية والتلقائية فإن الصورة لا تستقر على حال"<sup>xiv</sup>. وبالعودة إلى التنظير فيرشدا "حفناوي بعلي" إلى أن أول من حاول التنظير للنقد الإعلامي هو "مارشال مالكوهان"، كما إنه سعى إلى وضع قوانين تحدد مدى تأثير وسائل الإعلام في المتلقي، ومن أهم المصطلحات والمفاهيم والأقوال التي حددها في هذا المجال، مقولة: "الوسيط هو الرسالة" ومصطلح "القرية الكونية" ومصطلح "القرية العالمية"، وذلك بسبب التدفق الكبير والسريع في المعلومات عبر العالم، التي ستكون سببا في تحقيق التقارب بين الثقافات"، وأكد أيضا على أن التلفزيون قد وسع حدود العقل والحواس، فيقول بعلي: "ربما يكون أول من حاول التنظير للنقد الإعلامي هو "مارشال مالكوهان في فترة الستينيات"، وقد كان تركيزه النظري على علاقة الوسائط الإعلامية بالحواس"<sup>xv</sup>. كما يؤكد بعلي أيضا على أهمية الصورة ومدى تفوقها في إثارة القلق، وخاصة في الأصل والمفاهيم الثابتة فيقول للصورة قدرتها على إثارة القلق في ثوابت المفاهيم"<sup>xvi</sup>.

وهذا ما ولد اهتماما وتوجها نحو هذا الخطاب ومدى خطورته، ويجب الغدامي عن سبب هذه الخطورة بقوله: "الصورة تخيف لأنها تقض وتكشف"<sup>xvii</sup>

وبما أن ثقافة الصورة فرع من فروع الخطاب الإعلامي؛ لذا اندرجت دراستها تحت النقد الثقافي، وخاصة أنه يجمع بين الدراسات الاجتماعية والأدبية اللغوية، كما أنه يسعى للكشف عن المؤشرات اللغوية وغير اللغوية على الفكر الاجتماعي الجمعي، ويصير على الناقد الثقافي لزاما أن يوجه نظره الفاحص حول أهم قضايا الخطاب الإعلامي، ومنها مسألة التضمين والصور والمناظر والخلفيات والثقافات الخاصة بالمجموعات العرقية، ويبرز مدى قوتها الخفية في التعبير عن تلك المجموعات العرقية، كما يمكنه أن يتفحص " الدور المنوط بالأفراد من مختلف الجماعات الثقافية، من أجل تشكيل المنتج المرجو، وإلى أي مدى يمكنهم التحكم في عملية الإنتاج"<sup>xviii</sup>.

وقد شكّلت ثقافة الصورة حيزاً كبيراً في الخطاب الثقافي، وتكاد الصورة تتفوق على ثقافة الكلمة في كثير من مقامات الخطاب السياسي والاجتماعي، ولعل المثيرات البصرية والإيحاءات الدلالية المتوافرة في خطاب الصورة أكثر تأثيراً وإثارة من المثيرات الدلالية التي يبرزها الخطاب المقروء أو المسموع، ولا يخفى أن الشفافية وغياب القناع الدلالي في ثقافة الصورة يوفران قطاعاً واسعاً من المتلقين على اختلاف مشاربهم الأيدلوجية وانتماءاتهم الطبقية. مما جعل النقد الثقافي يولي الصورة اهتماماً بالغاً، وخاصة بعد أن تنبّه العالم، مؤخراً، بفعل الارتدادات الانقلابية للصورة، الى "أن الأخيرة كسرت مفهوم الحيادية، بعد أن كانت تمثّل التجلي الأمثل للحقيقة، فقد بات بإمكان الصورة أن تبطن أيديولوجية صانعيها. فنصمية الصورة، أنها لا تقول كلّ الحكاية، على حد عبارة "جان بودريار"<sup>xix</sup>. بمعنى أنها تخفي أكثر مما تظهر، وبإمكان الصورة أيضاً أن تكون غير محايدة بالاحتجاب كلياً أو جزئياً. وفي بعدها الإعلامي المباشر، أن الصورة تمارس فن صنع واقع آخر غير الواقع الفعلي، وذلك يشكّل ملكة الرؤية للعين في الكشف عن الحقيقة، فالصورة تصنع حقيقة مضادة أحياناً، بما يحيل إلى خطر آخر.

ويقول "جان بودريار" إن المناخ الثقافي الذي يتمثل في وسائل الإعلام الجماهيرية، والإعلان وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، له دور مباشر في الإنتاج والإدارة الثقافية، وكذلك في التنشئة الاجتماعية، والتربية والتعليم والتبادل الثقافي، والمتعة وقضاء وقت الفراغ أيضاً<sup>xx</sup> بمعنى أن بودريار اهتم في كتابه "نظام الأشياء" باكتشاف ودراسة ظواهر عديدة داخل الحياة الاجتماعية المعاصرة، وخاصة ما يتعلق فيها بوسائل الإعلام أو الميديا أو الفن والأزياء، والتكنولوجيا، والتي أصبحت بدورها أشكالاً لإنتاج السلع والاستهلاك. فعلى سبيل المثال أصبحت لغة الإعلام ومصطلحاته تدخل بشكل سريع في لغتنا، سواء من الأغاني أو الأفلام أو البرامج أو الإعلانات وغيرها، وكذلك ثقافة الملابس من موضة وأزياء عالمية وغيرها، وأيضاً الفكر والأخبار والمصالح القومية والتي تتعدى إلى العالمية....

### ثالثاً: الثقافة التلفزيونية وخطاب ثقافة الصورة:

ورغم ذلك فإن خطاب ثقافة الصورة لم يصل إلى التصديق الأعمى والجازم وذلك بسبب القدرة على التحليل ومعرفة المونتاج والإخراج في العمل التلفزيوني، وتمكن العامل المنطقي والحسي والنقدي لإبراز الحقيقة، فمن ناحية الأهمية يقول الغدامي: "فقد جاء التلفزيون ليقرر مرحلة جديدة في الثقافة البشرية، لتحل الصورة محل كل الأدوات، وتتفوق على كل الوسائل الأخرى، ولذا تأتي العين لتحل محل الفم وتأخذ دورها كأداة وحيدة فاعلة"<sup>xxi</sup>.

وتؤكد البحوث أيضاً على أن الصورة التلفزيونية يمكن أن تجذب الانتباه وتشده بما يعادل خمسة أمثال ما يجذبه الصوت وحده، وهو ما يعطي التلفزيون أهمية مع الاستخدامات الفنية الأخرى للصوت واللون والموسيقى.

و أصبحت الصورة الآن هي المصدر الأول في ثقافة المجتمعات، ويصح القول إن ثقافة الصورة هي الثقافة الأكثر شيوعاً، وهي المهيمنة على مجمل الإبداعات في المشهد الحضاري المعاصر؛ لأنها باتت تشكل بؤرة نظام وإنتاج وعي الإنسان بما حوله<sup>xxii</sup>. ومربط الفرس هنا هو الوعي فتحريك الوعي مع الأمية التي شملت الأمي والمتعلم بدأت تلوح على أعتاب ثقافة الصورة الإعلامية وخاصة التلفزيونية، ويربط عبدالناصر حنفي الصورة بالوعي فيقول "إن الصورة هي أكبر نموذجاً يتم استخدامه لصناعة الوعي، وإذا كان الوعي الذاتي يتشكل عبر الصورة، فالوعي الجمعي أيضاً تصنعه الصورة، وهذا الأمر قد أصبح العنصر الأساسي في سياسات

بلورة الوعي الجمعي التي تسعى إليه النظم والإدارات الحاكمة<sup>xxiii</sup>، والصورة قد أصبحت الآن بلا جدال أداة خطيرة جدا وماكينة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام وتكوين رأي عام عالمي من خلال الانتشار المذهل لها.

هذا من ناحية الأهمية والدور الذي لعبته الثقافة التلفزيونية، أما الواقع الآخر وفقدان المصداقية يقول عبدالله الغدامي: "ومهما كانت الصورة حقيقية وتلقائية إلا أن الدراسات والوقائع تشير بشكل خطير، إلى أن جمهور المشاهدين لم يعد يصدق الصور، ولم يعد يأخذها كما هي، وإنما يتراوح بين تكذيب ساخر وتصديق آخر<sup>xxiv</sup>. وهذا ما حدث بالفعل اليوم، فقد وقعت الصورة بين حيز التصديق والتكذيب، وهذا ناتج أولا عن التقنية والمونتاج والإمكانيات وتطور التكنولوجيا وإمكانية تكذيب الصورة، وثانيا ناتج عن الكم الهائل من خطاب الصورة المتناقض الذي سعى إلى خلق نوع من انعدام الثقة وعدم التمييز بين ما هو مزيف أو مدبلج ومركب.

ومن ثم فإننا اليوم نعيش مرحلة خطاب الثقافة البصرية، وهي مرحلة لها إطارها ولها منافعها، والدليل على ذلك أننا أثناء عرض أي فكرة أو برنامج أو عمل ما فنجد منا من يتأثر ويقتنع ومنا ما يستطيع أن يعرف هذا النسق الثقافي في هذا الخطاب فيكشف ما وراءه، كما أن الإعلام رغم ذلك يسخر من الذي يتأثر ويقتنع بخطابه فيقول الغدامي: "إن الخطاب الإعلامي صاحب الفعل النسقي الثقافي، يصنع خطابا هدفه التأثير والإقناع، ثم يسخر من رجل متأثر واقتنع فالإعلام يدفعك إلى التصديق ولكن لا يريد منك أن تصدق". والدليل أن الصورة التي نستهلكها ليست محايدة ولا موضوعية بالكامل ولم تكن أبدا انعكاسا كلياً ومتكاملاً للواقع، وتسعى دائما إلى تغيير الواقع، والأكثر من ذلك تحاول إخفاء التغييرات الحاصلة في الواقع<sup>xxv</sup>؛ لذا من المستحيل أن تكون الصورة بديلا للواقع، أو الحقيقة، ولا يمكن أيضا أن تكون مطابقة لهما. ورغم ذلك لا يمكن الاستغناء عنها بسبب حضورها المكثف، وغزارتها وأصبحت الخطاب الأكثر شيوعا لدى الجمهور. حيث أثبتت جدارتها مع الجائحة وأنقذت الكثير من المؤسسات الكبرى والقطاعات المختلفة من الانهيار.

#### رابعا: الأنساق المضمره وخطاب ثقافة الصورة:

ومن الأنساق المضمره أيضا الذي يحملها هذا الخطاب هي المشاريع الدلالية التي تنطوي على مقاصد ثقافية وذاتية، فمحمد سالم يظهر لنا ذلك في قوله: "إن التمثلات الأسطورية والطلاسم السينمائية هدفها تقديم الفكر المنجز، والمعرفة المغلقة، بتقنيات الصورة المرئية وحركات الأجهزة الرقمية<sup>xxvi</sup>، لذلك يظهر لنا صورة الرجل البطل الذي ينشر السلم ويقدم العدل على شكل ثلاث صور.

1. الرجل العلي (السوبرمان) أسطورة الرجل الأمريكي أبيض مخلص
2. الرجل الوطواط (الباتمان) أسطورة الرجل اليهودي المخلص
3. الرجل العنكبوت (السايدرمان) أسطورة رجل الجنس المخلص<sup>xxvii</sup>.

وهذه الصور تكمن وراءها فكرة الإلهاد والخوارق وعدم سيطرة الإله؛ وذلك لاكتساب الرجل الخارق البطل صفات تفوق البشر.

لذلك يشير الغدامي إلى أن الخطاب المصور لم يختلف عن الخطابات الأخرى المكتوبة من حيث الفحولة والطاغية والاستبداد وتحويل الباطل إلى حق، والعكس لأنه يتمثل: عناصر التفعيل الجوهرية في كل الثقافات، فهي الجنس والعنف والمال، إضافة إلى هيمنة الرأي الواحد، ونفي المعارض، وهذه قيم أزلية، لا تتبدل وإن غيرت وجودها ولغاتها<sup>xxviii</sup>.

بالإضافة إلى أن خطاب ثقافة الصور سبب رئيس في سقوط النخبة الثقافية التقليدية، ورغم ذلك ظلت تخدم الصورة ثقافة الهيمنة، وذلك بتمثيلها لعناصر التفعيل، ويقول الغدامي في ذلك: "لقد سقطت النخبة الثقافية التقليدية، التي تعودنا عليها فكريا واجتماعيا وسياسيا وحلت الصورة محلها، ولكنها ظلت تخدم ثقافة الهيمنة والفحولة وذلك بسبب ميزتها الكبرى في السرعة والتلقائية"<sup>xxix</sup>.

أما عن مدى فحولتها فناتج عن الخوف الأسطوري الدائم من الصورة؛ مما جعلها في تعالي اجتماعي ونفسي، وذلك لتلازمها مع النجومية والاستبداد، حيث يربط الغدامي المديح الذي كان يناله المستبد الطاغي الطامع في المجد الثقافي بالكاميرا التي حلت محل القصيدة، والتي ساعدت في صناعة الطاغية إعلاميا كصدام حسين وغيره، ولذا يقول الغدامي: "إن الواقعية الثقافية تؤكد أن الصورة تقتل وأن سحريتها مدمرة وبمقدار ما تبني تهدم"<sup>xxx</sup>، وهذا الهدم أصبح ضرورة حتمية في ذهننا لا يمكن الاستغناء عنه من حيث التغيير الفوضوي والسريع في كل ما يحيط بنا.

وفرضت الصورة علينا مواكبة هذا التغيير من كلام، وموضة، وملبس، وسلوكيات، وتغيير ذوقي، وفكري، وتصوري... إلخ. أما ما هو أخطر في ثقافة الصورة هو ما يجري لجسد المرأة حيث يجري عبره تقرير النسق الثقافي كله وذلك باعتبارها أداة إخبارية تستخدم لترويج السلع والبضائع، ولهذا عمد خطاب الصورة إلى حصر جسد المرأة في قوانين ثقافية ورسمية من حيث تمثيلها في الخطاب وفي الصورة، ومن حيث سن القوانين عليها وعلى جسدها"<sup>xxxi</sup>.

فالبث التلفزيوني اليوم من الأقمار الصناعية عبر القنوات الفضائية وما تحمله من برامج ومعلومات وثقافات وترفيه وصل إلى حد فقدان المعايير الأخلاقية في سياق لجذب أعداد المشتركين إليها، واعتمدت بعض محطاتها في هذا السياق على عرض أفلام الجنس والدعارة"<sup>xxxii</sup>.

وفي مواجهة هذه الظاهرة قامت النساء أنفسهن بالوقوف والتصدي لها وهذا ما حدث في إحدى ولايات أمريكا حينما قدمت إحدى جمعيات النساء بشكوى للمحكمة ضد استغلال شركات الإعلان لجسد المرأة وما فيه من إساءة للنساء، لكن رفضت المحكمة الدعوى، وذلك لما فيه في نظرهم حبس للحريات ومخالفة الدستور ومعارضة حق حرية التعبير"<sup>xxxiii</sup>. بمعنى أن الصورة الإعلانية خرجت من حدود المعنى والثقافة والمنهج المحدد لها إلى صور أخرى متنوعة؛ لأغراض ومصالح باطنية وظاهرة.

#### خامسا: الاستبداد السياسي وخطاب ثقافة الصورة:

أما الجانب السياسي فقد كان لخطاب الصورة توجهها مهما وملحوظا لم يعد فقط في مرحلة الاستبداد وحليته والتشويش على المواطنين ولا فقط ما يقوم به الحكام المستبدين من تسخيرها من أجل تحقيق غايتهم بل تعدى إلى قلب نظام الحكم وتغيير دول لقوانينها وديساتيرها بل أصبح بشكل مقنع وسيلة للتحكم في الدول، وتحديد مسارها مع من يسير على هواها وذلك بهيمنة ثقافية عالية والنماذج عديدة سواء مع صدام حسين كما أشار الغدامي، أو مع الإدارة الأمريكية في وضع نفسها موضع الدولة التي تدعو إلى السلام أو كما رأينا في ثورات الربيع العربي الذي غير وقلب وحدد مصير دول، وذلك بنفوذ ثقافة الصورة المنطوية على الأعياب مضللة للجمهور، فوضعت يدها في يد صاحب المصلحة المساند والداعم بدون قلب أو رحمة على وطن ما، وأصبح كل ما يدور حولنا ما هو إلا شعارات كاذبة. وكل ذلك ناتج عن الصفات التي حددها الغدامي للصورة فهي تعمل على:

1. إلغاء السياق الذهني للحدث.
2. السرعة اللحظية.
3. التلوين التقني.
4. تفعيل النجومية وتحويل الحدث إلى نجومية ملونة.
5. القابلية السريعة للنسيان<sup>xxxiv</sup>.

وبالإضافة إلى ذلك فقد أصبحت رمزا بلاغيا مليء بالتورية والمجاز فيقول الغدامي: "نحن إذن في زمن ثقافي تتحول فيه الصورة إلى أداة تعبير بلاغية تحمل خصائص البلاغة القديمة بوصفها مجازا كليا فيه تورية حيث تتعدد المعاني وازدواجها وفيه طباق من حيث قيام معنيين متناقضين تلك ملحمة العصر، إذ تكتبها الصورة وتستقبلها العين بعد أن حلت العين محل الحواس الأخرى في فعل الاستقبال ويتداول الخطابات"<sup>xxxv</sup>.

وقد أكد كثير من النقاد على أن ثقافة الصورة لا تعكس الواقع في حقيقته، وإنما تخلق واقعا متخيلا ومتوهما، لأنها ببساطة تصدر عن إيديولوجية مؤسسات تبغي التحكم والسيطرة على العقول لغايات سياسية واقتصادية؛ لذا يتطلب منا التعامل مع هذه الثقافة وهذه الصناعة بوعي نقدي من جهة، والعمل على المشاركة في إبداعها من جهة ثانية، وهذه المرة بأفق أخلاقي وإنساني، وتأسيس القيم الثقافية الحضارية القائمة على مبادئ الحق والحقيقة والخير والجمال.

وقبل أن أختتم كلامي عن ثقافة الصورة سأعرض قول لفريد الزاهي يؤكد لنا أيضا مدى أهمية الصورة وقدرتها على التحول والحجب فيقول: "إن عالم الصور الحالي يحول الكائنات إلى ذريعة، أي بمجرد علامات يتم تأليفها وتوليفها تبعا لمنطق الحجب والكشف وتبعا للعبة كبرى هي الاستمتاع بالصورة والالتذاذ بها في حضورها، بحيث إن كل شيء يخضع لمنطق الحضور، وتتحوّل الصورة إلى حجاب لواقع تدعي أنها المعبرة الحقيقية عنه"<sup>xxxvi</sup>.

كما أن الغدامي يختم كتابه بأن الصورة هي عصرية وعلامة تكنولوجية، إذ يقول: "لقد ثبت أن الصورة لا تفارقها إلا صورة تملك الدرجة نفسها من القوة والتعبير والتمثل وإمكانيات التحقق ومصداقيته، والصورة ثقافة وفكر وإنتاج اقتصادي وتكنولوجي والسبب مجرد متعة أو محاكاة فنية، وهي لغة عصرية يشترط فيها تطابق القول مع الفعل وتمثل التكنولوجيا بما أن الصورة علامة تكنولوجية ومؤشر إنتاجي ومنطوق مستقبلي"<sup>xxxvii</sup>. وخاصة بعد أن أصبح خطاب الصورة هو العلامة الحقيقية التي لجأ إليها العالم مع خطر الحجر الصحي الذي أزعج العالم وأجبر الجميع التعامل مع هذا الخطاب في كل المجالات، لذا وجب أن يأخذ أكبر حيز من الاهتمام والتوجيه، لوضعه على قائمة الضروريات في الوقت الراهن.

## خاتمة:

إن خطاب ثقافة الصورة هو الخطاب المعاصر الذي لا تكفيه مثل هذه الدراسة الموجزة، وذلك لتمكنه من الدخول في كل المجالات كالخطاب الديني والأدبي والسياسي والاجتماعي والاقتصادي وغيرهم، وتشعبه إلى أبعد من ذلك ولمدى التأثير الفعال والفوري والملحوظ على الجمهور، بل وتقله وجبروته وطغيانه في توصيل ما يريد مما جعل هناك سلبيات تفوق الإيجابيات، مما يحثنا على توجيه العيون والبصيرة إلى مضمرات هذا الخطاب، ورغم أننا وضعنا كتاب الغدامي كمؤشر رئيسي في دراسة خطاب الصورة، فوجدناه لظالماً متأثراً تأثيراً قوياً بمدى أهمية وجود الحكاية في دراسته التي من خلالها يضع الدراسة فهو يضع النتائج دائماً أولاً ويصر بكل قوة على إثبات وتأكيد صحة هذه النتائج؛ لذلك يتميز الغدامي بالجمع بين التنظير والتطبيق وقوة الترابط بينهما، كما أنه تعامل في كتابه من خلال الأنساق الثقافية والدراسات الثقافية والنقد الثقافي وعمد إلى تواجد عناصر النظرية أو مشروع النقد الثقافي في كتابه "الثقافة التلفزيونية" ليربط ببراعة الأحكام بين النظرية والتطبيقية. بمعنى أن النقد الثقافي سيجعلنا نتحكم في خطاب العصر الذي يشمل الصورة، والفيديو، والإشهار، والتلفزيون، والمسرح، والانترنت، وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي. أي سيضع أيدينا على سحر الصورة وما تضره في اللاوعي، بالإضافة إلى الأنساق المهيمنة والفحولة الطاغية التي أصبحت تشكل خطر ليس على الفرد فحسب بل على أمن واستقرار مجتمعات ودول.

## الخلاصة والنتائج:

- ✓ يعتبر جيمس الكيز "James Elkins" من رواد هذا المجال، حيث استخدم المصطلح للمرة الأولى عام 1972. أما في العصر الحديث، فقد حذر البعض من همينة الصورة على ثقافة الإنسان، والتي تحل محل ثقافة الكلمة. فإذا كانت الثقافة -كما عرفها إدوار هريو - بأنها: "ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شيء" فإن الصورة تتصف بقدرة عالية على الدخول إلى ذاكرة الفرد والاستقرار فيها "الذاكرة البصرية والذاكرة طويلة المدى".
- ✓ إن الصورة نسق سيميائي دال يتفاعل فيه ما هو لغوي بما هو غير لغوي.
- ✓ لقد كان "ميشيل فوكو" و"لاكان" شديدين الافتتان بالقضايا البصرية، وذلك لسرعة وصولها إلى الذهن مباشرة، كما نقد فوكو سطوة الهيمنة البصرية.
- ✓ تخدم ثقافة الصورة حضارة السوق والقوى الرأسمالية العملاقة وتشكل تحديات كبرى ومؤثراً سلبياً على اقتصاديات الدول المعتمدة على استيراد السلع المنتجة في الدول المتقدمة.
- ✓ إن ثقافة الصورة لا تعكس الواقع في حقيقته، وإنما تخلق واقعاً متخيلاً ومتوهماً، لأنها ببساطة تصدر عن إيديولوجية مؤسسات تبغي التحكم والسيطرة على العقول لغايات سياسية واقتصادية.
- ✓ وتهدف ثقافة الصورة إلى إثارة غرائز الجمهور والترويج للسلع ودفع الأفراد للتسوق وترسيخ ثقافة الاستهلاك، وخلق تطلعات الترفيه عن طريق الصور التي تجعل السلع المعلن عنها مرغوباً فيها ومقنعة وميسرة، ويمكن الحصول عليها بطرق ملائمة لمعظم قطاعات المجتمع حتى لو أدى ذلك إلى تدهور أحوالهم المعيشية أو فقدانهم لتراثهم الثقافي أو خفض قدراتهم البشرية
- ✓ لقد أصبحت الصورة وسيلة لاجتياح الوعي بصورة مباغته، والتلفزيون يمثل غرفة عمليات مشتركة تجمع بين الصورة والكلمة والصوت، علاوة على ذلك فهو الوسيلة الوحيدة التي تأتي إليك، ولم يخفف الأترنت من سطوة الحضور اليومي للتلفزيون الذي

- بات رفيقا دائما، بخلاف العلاقة مع باقي الوسائل مازالت مؤقتة ومحدودة، ولذلك فإن التلفزيون كوعاء لصورة متحركة يعد سلاح حرب الاتصال الفاعل والمشاهدون أسرى في معسكره إلى الآن.
- ✓ إن ثقافة الصورة لا تعكس الواقع في حقيقته، وإنما تخلق واقعا متخيلاً ومتوهماً، لأنها ببساطة تصدر عن إيديولوجية مؤسسات تبغي التحكم والسيطرة على العقول لغايات سياسية واقتصادية.
- ✓ أصبح خطاب ثقافة الصورة هو الخطاب المهيمن، من حيث المستهلك، سواء كان مثقف أو غيره، وقد سحب البساط من تحت ثقافة الكلمة.
- ✓ أصبحت ثقافة الصورة من الضروريات التي أجبر عليها العالم، خاصة مع الحجر الصحي في ظل الجائحة الراهنة من كوفيد19.

### الهوامش:

- أعز الدين نجيب، ندوة مجلة فصول عن ثقافة الصورة، مجلة فصول، عدد62، سنة 2003، ص107 .
- (1)- Maurice Mourire, in comment: Vivreavec L,image ( ouv. collectiF) . P: 277 .2
- (2)-Gean- Gacques, Wunebur ger, bhilosophine, desimages, puf,1997,p.9. iii
- الجابري محمد عابد، العرب والعولمة، مجلة المستقبل العربي، العدد2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998، ص 18.
- عبد الإله بلقزيز، النظام الإعلامي السمعي- البصري العربي والاختراق الثقافي، كتاب إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997، ص 228 .
- الغذامي عبد الله: الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2004، ط 1، ص: 24.
- سعيد بنكراد: سيميائيات الصورة الإشهارية، إفريقيا الشرق، المغرب، د. ط، 2006، ص: 31.
- الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 10.
- العياضي نصر الدين، الصورة في وسائل الإعلام العربية: بين البصر والبصيرة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد1، القاهرة، 2006، ص 15.
- الغذامي عبدالله، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، مرجع سابق، ص15.
- <sup>xi</sup> Ward ET AL Lydia, Eating out: social Differentiation, consumption and pleasure, Cambridg university press, London, 2000, p49.
- <sup>xii</sup> Jean Baudrillard, Against Banality, WilliamPawlett, Routledge, London and New York, 2007, p24.
- الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 13.
- المصدر نفسه: ص: 45-46.
- حفاوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، 2007، ص: 305.
- المصدر نفسه، ص: 282.
- الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 76.
- ساردار، زيودين ولون، بورين فان، أ قدم لك الدراسات الثقافية، ترجمة: وفاء عبد القادر، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 2003، ص163.

- ياس خضير البياتي، ثقافة الصورة المتلفزة وإشكالية صناعة المضمون، تاريخ 2020/11/22،  
<https://thaqafat.com/2015/06/26251>،  
حفناوي بعلي، مدخل في نظرية النقد الثقافي المقارن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، 2007، ص275.  
الغذامي عبدالله، الثقافة التلفزيونية، ص: 126.  
كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالية وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2008، ص 92.  
عبد الناصر حنفي، ثقافة الصورة، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 62، القاهرة، 2003، ص 107.  
الغذامي عبدالله، الثقافة التلفزيونية، ص: 29.  
لوي دي جنيني، فهم السينما، ترجمة جعفر علي، دار الرشيد، بغداد، 1981، ص 15.  
لغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 36.  
محمد سالم سعد الله، ما وراء النص دراسات في النقد المعرفي المعاصر، سلسلة النقد المعرفي 4، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ط 1،  
2008، ص: 19.  
الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ص: 47.  
الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ص: 48.  
نفس المرجع: ص: 95.  
الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 134.  
جمال محمد أبو شنت: الاتصال والإعلام والمجتمع المفاهيم والقضايا النظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر 2005، ص: 331.  
الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 132.  
الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 172.  
المرجع نفسه، ص: 92-93.  
فريد الزاهي، فتنة الصورة وسلطتها، موقع وزارة الثقافة المغربية 2010/1/11.  
الغذامي، الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص: 2016.

### Abstract:

The image culture discourse is considered one of the most important speeches that attacked us in our contemporary world, and it has found great popularity in foreign studies, compared to Arab studies, and there are many issues, topics and trends that branched out from the image culture discourse, and need more research and study in our contemporary Arab world, Especially with the quarantine in light of the pandemic "Covid 19", and then I aimed in this study to shed light on the discourse of image culture and link it to some areas, through the concept, importance, issues that have sprung from it at the present time, and the implicit cultural patterns that were raised about this discourse.

He concluded with the most important results that confirmed that the image culture discourse has become the supreme and dominant discourse in our contemporary culture, but rather one of the most basic and dominant means of our cultural identity.