

المحاضرة الثانية : وظائف الصورة وتأثيراتها

المحتويات:

1- وظائف الصورة

2 – تأثيرات الصورة

1/ وظائف الصورة :

إن الحديث عن وظائف الصورة، كيفما كانت هذه الأخيرة متحركة أم ثابتة... وظائف متعددة ومتنوعة وسنركز هنا عن تلك المتعلقة بوظائف قراءة الصورة، بمعنى آخر ما الوظائف التي من الممكن أن تحقق بفعل قراءة الصورة. تؤدي الصورة وظيفة (بصرية – اتصالية – التيبوغرافية – الجمالية) ويوجد العديد من التصنيفات لوظائف الصورة، نذكر منها على وجه الخصوص:

1) وظيفة نقدية:

(وهي وظيفة تساهم في جعل المتلقي بشكل عام والمتعلم بشكل خاص، في تطوير قدراته التفكيرية والتحليلية والتأويلية... إنها وظيفة البحث عن المعنى كمرحلة أولى في أفق تجاوزه والإمساك بمرحلة الدلالة... كمرحلة مهمة في جعل المتلقي يتعود على قراءة الظواهر، كيفما كانت سواء تعلق الأمر بما هو اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي...، فما أحوجنا إلى توسيع هذه الآلية وجعلها في متناول كافة الفئات الاجتماعية... إذ يمكن القول هنا: ”أنا انقد إذن أنا موجود“. إن وظيفة النقد وظيفة هدم وبناء... وظيفة تفكيك وتركيب... من هذا المنطلق نقول إن أي تعطيل لهذه الوظيفة هو تعطيل لأفق المعرفة... أفق فهم قوانين الظواهر وكيفية اشتغالها...)

2) وظيفة جمالية:

إنها وظيفة البحث عن كل التجليات الجمالية الحاضرة في فيلم ما... إن ثقافة الجمال واحدة من أهم الوظائف التي يسعى الكاتب و المخرج و الممثل و التقني بشكل عام... إلى بعثها أو إرسالها إلى المتلقي، في أفق تطوير رؤيته الجمالية و تحويل ذاكرته من سؤال البحث في ماذا تقول الصورة إلى سؤال البحث في كيفية قول الصورة

لقولها عبر تجلياتها الزمانية والفضائية وزوايا النظر وسلم اللقطات و الملابس و الإضاءة و الموسيقى و الألوان ... إنها عدة لا بد أن تكون فاعلة في تطوير البعد الجمالي لدى المتلقي ... وجعله يفتح على أفاق الجمال بكل ما يحمله هذا العلم و / أو الفن و / أو الفلسفة ... إن لغة الجمال لغة القيم الإنسانية العميقة بكل امتياز ...

(3) وظيفة تربوية:

إن أي منظومة تربوية وكيفما كانت، وفي أي بلد كان، ومهما كان مؤشر التنمية، وإمكانات هذا البلد ... إلا وتسعى إلى تحقيق مجموعة من القيم لدى المتعلم، الذي سيصبح فيما بعد، رجل الغد ... ورجل المسؤوليات وصياغة القرارات ... فهذه المنظومة من جملة ما يمكن أن تقاس به، كتجلي من تجليات الجودة ... هو درجة اهتمامها بفعل الصورة إبداعا وكتابة وإخراجا وقراءة وتأويلا ... من خلال مجموعة من البناءات المعرفية والتحليلية والتركيبية ... إن حضور الصورة بشكل أو بآخر من خلال بعض مكونات المنهاج ... دلالة على رغبة ما ... على الأقل رغبة أولية في نشر القيم التي تنهض عليها الصورة ... فإذا كان الباحثون اليوم يصرون وبشكل علمي على كون هذا العصر، هو عصر الصورة بامتياز ... إن حضور الصورة عبر مضامين ومحتويات تربوية عديدة ... من اللازم أن يساهم في تطوير قدرات التلميذ والطالب ... في أفق جعله يكتسب مجموعة من الكفايات والقدرات القادرة على جعله مدركا لما تنهض عليه هذه الصورة من أبعاد اجتماعية وثقافية وفنية ... ومن خلالها يحقق فعل الانفتاح والإدراك، لما يجري في محيطه المحلي والجهوي والوطني والعالمي، بل أكثر من هذا سيتجاوز مرحلة التلقي إلى مرحلة الإبداع والإرسال لخطاب ما عبر هذه الصورة.

(4) وظيفة تواصلية / ثقافية:

تجعل الصورة التلميذ مدركا، لمحيطه عبر امتداداته المتعددة (المحلي / الجهوي / الوطني / العالمي)، فهذا الإدراك لهذه الامتدادات الزمنية و الفضائية و الثقافية ... تجعل هذا التلميذ كمدرّك لأداة من أدوات التواصل الفاعل و المؤمن بضرورة تبادل الأفكار و القيم و التجارب ... فهل يمكن اليوم افتراض تواصل من هذا القبيل بالمعزل التام عن الصورة كأداة من أدوات التواصل ... نقول هذا الكلام ونحن جازمين اليوم أن التلميذ، يتلقى في لحظات زمنية وجيزة العديد من التراكم المرتبطة بالصورة (الهاتف المحمول / الانترنت / الأفلام / الإشهار / الفيديو كليب...)، فكيف يمكن بناء توقعات تربوية هادفة بمغزل عن رغبة في إفهام التلميذ لأهمية هذه الوسائل في تحقيق فعل تواصلية ثقافي، تتساير وحاجيات هذا التلميذ المرتبطة بمنظومة قيم معينة ...

2 / تأثيرات ثقافة الصورة:

نبحث الصورة وثقافتها في إحداث تغييرات جذرية على السلوك الاجتماعي الثقافي الممارس للجماعات والأفراد. ولم تسلم من هذه التأثيرات المجتمعات ذات التركيب الاجتماعي التقليدي والثقافات المحافظة، أو تلك التي تعيش حراكا دائما على المستوى الاجتماعي وانفتاحا على المستوى الثقافي.

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري استنادا الى خلاصة ما توصلت اليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري:

- 1- المؤلفة socialization: حيث يسهم الاعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار اجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته.
- 2- السيطرة الاجتماعية social control: ويلعب الاعلام بطريقة ما في اعادة انتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق اثاره احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية.
- 3- اعداد الاجندة agenda setting: وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أن الاعلام عموما والمرئي منه خصوصا يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الاهتمام.
- 4- المخاوف الأخلاقية: moral attitude وهي تأثيرات نابعة من كون الاعلام ممثلا لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطرة أو شاذة.
- 5- التبدل السلوكي: ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة أو كنتيجة للتناوب الناجح successful alteration بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة.

قائمة المراجع :

- باسم محمد ولي، محمد جاسم العبيدي: "علم النفس الاجتماعي" عمان، الاردن، 2004.
- محمد جاسم ولي، الاء محمد اسماعيل الشريف: "ثقافة الطفل" دار عويد للطباعة، عمان، الاردن، 2006
- مصطفى حجازي: "حصار الثقافة" ، مطبعة الملايين، بيروت، 2001

- فؤاد ابراهيم: ثقافة الصورة: التحدي والاستجابة، وعي الصورة، صورة الوعي، بحث مقدم الى جامعة فيلادلفيا، الاردن، عمان، 2007.