

المحاضرة الرابعة : ثقافة الصورة في عصر العولمة

المحتويات:

1- ثقافة الصورة والعولمة

2- المظاهر السلبية لثقافة الصورة الإعلامية

1/ ثقافة الصورة والعولمة:

ان ما نستهلكه اليوم من صور هو غايات ورهانات العولمة بفاعلية قدرتها على اختراق الخصوصيات الثقافية والسياسية والاقتصادية لدى الآخرين... اذ أصبحت الصورة أهم وسيلة اتصال لترويج ثقافة الرأسمالية المعاصرة، حيث استحوالت الصورة الى سلعة تنتج ألياً، وجزء من منظومة السلع والاتصالات الكلية.

و تُشكّل 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 يحويها الخطاب المقروء أو المسموع، ولا يخفى أن الشفافية وغياب القناع الدلالي في ثقافة الصورة يوفران قطاعاً واسعاً من المتلقين على اختلاف مشاربهم الأيدلوجية وانتماؤاتهم الطبقية، وهذا ماساهم في الكثير من الأحيان على قوة تأثير الصورة وتوظيفها في سياقات تخدم في الكثير من الحالات وسائل الاعلام التي تستخدمها خدمة لأهدافها وتوجهاتها ...

ومع دخول التكتلات الصناعية الكبرى الى مجال الاعلام وبالتحديد التلفزيون وفرضت سيطرتها عليه من خلال مداخل متعددة، فعلى سبيل المثال اشترت هذه التكتلات أهم القنوات الدولية وأصبح مجال التلفزيون سوقاً تجارية مربحة تتحكم فيه هذه التكتلات وبالطبع فقد حددت السياسة الإعلامية خدمة لمصالحها، وهو ما أدى الى تقييد التعددية الثقافية واختزالها في عملية تنميط احادي الاتجاه هو ثقافة الاستهلاك. وتشجيع الاستهلاك من خلال الصور التي تعرض في مضامينها سواء كانت برامج أو أفلام أو مسلسلات أو إعلانات

فما يحدث اليوم من الصور والإشارات والنصوص المرئية على الشاشات الإلكترونية الدائمة البث، بات يشكل تهديدا لمنظومات القيم والرموز وتغييرا في المرجعيات الوجودية وأنماط الحياة، فباتت كثير من الثقافات والشعوب عارية أمام تدفق الرسائل والعلامات التي تحمل معها أبطالا ورموزا جديدة تمتلئ بها مخيلة المشاهد بدءا بعارضات الأزياء ونجوم الكرة، ووصولاً إلى رموز الفن والسينما والأطعمة وأنماط السلوك وموضات الملابس...

إن ثقافة الوسائل كثقافة تفرضها طبيعة هذه الوسائل ونعني بذلك الثقافة التي لا تعكس ثقافة مجتمع ما بقدر ما تمثل الثقافة التي استطاعت أن تتكيف مع طبيعة الوسائل وهذه قائمة على مبدأ الانتقاء والتبسيط والتشويه (الصور التي تقدمها هذه الوسائل عن الأمم والحضارات الأخرى) أو كثقافة تأخذ لون المجتمع الذي أوجدها تطرح تحديا وأزمة حضارية حاسمة ليس فقط على الثقافات التي تسعى جاهدة للحفاظ على مقوماتها التاريخية والحضارية ولكن الأثر والاحتكاك والتبادل والإبداع الحضاري ككل.

12/ المظاهر السلبية لثقافة الصورة الإعلامية:

يمكننا تحديد المظاهر السلبية للصورة الإعلامية وأبرزها فيما يلي:

1. هيمنة ثقافة المظهر والشكل والابهار واللمعان والاستعراض والمهرجان على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق. وبمعنى آخر تصبح الصورة بديلاً عن الواقع حيث تزييف الوعي وغيابه، ويتحول الإنسان إلى شيء أو سلعة.
2. اختفاء الإبداع، حيث سيادة ثقافة الكثرة والاستهلاك والنقل والمحاكاة لأعمال وبرامج فنية وغنائية تلفزيونية.
3. هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وتحويل الفرد إلى سلعة قابلة للتسويق والبيع.
4. هيمنة ثقافة (التكرار) وهو عدو لدود للإبداع.

وما يثير الانتباه بروز ظاهرة إغراق الصورة الإعلامية في المنطقة العربية، وتنوع مصادرها من خلال الفضائيات، وهو الإغراق الذي يؤدي أحياناً إلى تنمية القلق داخل الشخصية، وإحداث ثغرات في الشخصية والمعارف والسلوك والاتجاهات. بفعل المضامين المقدمة وتوجيه الراي العام نحو فهم وتفسير الصورة الإعلامية في إطار وسياق محدد خدمة لأجندات معينة وهو ما يثير في الكثير من الأحيان التساؤلات حول التأثيرات الثقافية والسياسية للصورة الإعلامية التي يتم اعتمادها وتقديمها للمتلقين....

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس، أي إن ثقافة الصورة تطغي عليها أكثر من ظاهرة: مثل الاغتراب، والقلق، وإثارة الغريزة الفردية، والعدوانية، ودافعية الانحراف، وسلطة المال

والنساء، وحب الاستهلاك، والأنانية، وعدم الاكتراث، والتمرد، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه، حيث تتحول أحياناً من صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي، والذي يؤدي إلى تأثيرات متعددة على الجمهور وسلوكياته مستقبلاً.....

ومن المؤكد أن خطورة ماثلة تكمن في تعرض المتلقي للبرامج المختلفة في وسائل الإعلام المحلية والعالمية، دون أن تتوافر لديه المقومات المهارية والمعرفية الكافية لتحليل وانتقاء الفكر والثقافة والمواد الإخبارية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيرية المرئي منها والمسموع، في عالم معظم سكانه أميين. والتخوف أن يؤدي الفراغ الثقافي والإعلامي في الوطن العربي إلى أن يجد هذا المواطن نفسه في حالة اغتراب، يبحث لنفسه عن معنى وهمي للحرية يدفعه إلى الارتقاء في ثقافة تخلق نجومية مفتعلة في أغلبها، وتخلق في النهاية إنساناً خاملاً، ويساعد ذلك تردى الواقع العربي والإسلامي.

قائمة المراجع:

- ياس خضير البياتي: "ثقافة الصورة المتلفزة وإشكالية صناعة المضمون " <http://thaqafat.com/2015/06/26251>
- مصطفى حجازي: حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1998.
- شاكِر عبد الحميد: عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات ، عالم المعرفة الكويت، 2005 .
- عزي عبد الرحمن : ' ثقافة وسائل الاتصال والتحدى الحضاري، سلسلة الدراسات الإعلامية - عالم الاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990،
- سعد محمد رحيم: ثقافة الصورة، مجلة الحوار المتمدن-العدد: 2295 – 28 / 5 / 2008.
- بركات محمد مراد: العولمة والصورة تعزيز الهوية واستلابها:

<https://www.philadelphia.edu.jo/arts/12th/abstract2.htm>