

الصورة الرقمية وارغامات المرجعية القيمة الكونية

أ. د. فايزة يخلف جامعة الجزائر 3

مقدمة

تتحدد الصورة الرقمية، على خلاف أشكال التمثيل البصري التقليدية الأخرى، بكونها شكل معلوماتي مولد بالكومبيوتر. مدلولها الكلي يحيل إلى عوالم مرئية تختصر المشهد الإعلامي الكوكبي الراهن وتحشد تناصات حضارية قيمية تقفز على معنى التجذر الثقافي وعلى مفهوم الهوية باعتبارها المهد الأساس الذي تنطلق منه السيرورة المنتجة للآثار الدلالية.

إن هذه الحدود الجديدة التي تفرضها الصورة الرقمية تتجاوز المعطى المباشر لما تقدمه الصورة التقليدية لتكشف عن الرفض الحاد لأبعاد الخصوصيات الثقافية وعلى انفتاحها على المرجعية القيمة الكونية التي تؤسس لمزج العام بالخاص، والحضاري الكلي بالتغير الجزئي، والذاكرة الجمعية بالذاكرة النوعية والحس النقدي الشامل بالمخيال الاجتماعي المتفرد.

يحيل بنا الحديث عن موضوع - الصورة الرقمية - إلى طرح جملة من الانشغالات العلمية من قبيل: ما هي الصورة الرقمية؟ مجالاتها، خلفياتها القيمة؟ موقعها بين فئمة الفيديو لوجيا، العالم الافتراضي والإنتاج المكرس لحدود المنطق الثقافي؟ إن التأمل المتأنى والعميق لإبعاد المشهد الثقافي والسياسي اليوم، يقر ما للعناصر التكنولوجية والكون الرقمي المذهل من تأثير جلي في رسم أبعاد وملامح التحول في منظومة القيم وترابنية المنطق الفكري.

فلم يعد العالم المعاصر اليوم يعيش مجتمع الصورة بعد مجتمع الصناعة والتقنية - الموجة الثالثة على حد تعبير ألفين توفلر Alvin Toffler فحسب، بل دخل عالمنا مجتمع التواصل والمعرفة والمعلومات والذكاء الإنساني أو مجتمع ما بعد الحداثة أو مجتمع ما بعد الرأسمالية أو مجتمع الابتكار الإنساني، هذا المجتمع عمق وظيفة الصورة ومنحها وجه اللغة والثقافة المتميزة عن اللغة والثقافة الأبجدية التي ألفها الإنسان وتكون وتعلم بواسطتها.

وها هي ظاهرة العولمة الاتصالية عبر شبكة الإنترنت ترفع قوة الصورة إلى أداة العصر وفي كل الميادين: البحث العلمي، الأخبار، الحروب العسكرية، التجسس، التعليم، الأزياء، الدعاية والعلاقات العامة، ... إلخ. إنها شمولية الصورة بكل أرقى فنون التقديم والاستعراض، وهكذا كانت هالة التواصل التي أحدثتها الصورة جديرة باكتشاف خباياها، وفهم آلياتها المتميزة في عصر الإيديولوجية والعولمة؟ وعلاقة ذلك بعالم القيمة

لعل أفضل مدخل للإجابة عن هذه التساؤلات هو ضبط مفهوم الصورة عامة والصورة الرقمية على وجه التحديد.

1. الإشكاليات الإستمولوجية لماهية الصورة:

لقد أصبح من المعتذر في ضوء التداخل المعرفي والنوعي بين الاختصاصات Interdisciplinarité الولوج مباشرة إلى تحديد قاطع وسريع يلم في عبارة واحدة الماهية التي عليها مفردة الصورة، فهي وأن كانت تتشكل في وعينا مباشرة دالة على ظلال إيحائية ترتد جميعها إلى فعل التمثيل، دون أن يكون هناك ثمة لبس أو غموض، في وعينا بها على هذا النحو، غير أنه ليس من اليسير الآن بعد تشعب النظرية السيميائية المعاصرة وتداخلها مع فروع معرفية متعددة، لكل واحد منها مرجعياتها الفلسفية والجمالية والثقافية، إنا نلج إلى تصورنا لمفهوم الصورة دون أن نستشعر قدرا غير قليل من الصعوبة (1) فليس ثمة انفصال بن الجدال النقدي بتياراته المتعددة وذلك الجدال المنهجي والنظري الدائر حولها.

لذا بات من الشائع مراجعة النقدية النتيجة لأنواع الصور، إن البحث عن معنى الصورة ورهاناتها المعرفية والدلالية يعني المراهنة على قوة الخطاب البصري وعلى سلطة إغراءاته وقوة إقناعه (2)، دون إغفال أفق الصورة القابل للتأويل مفتوح، لهذا وجدنا رجب دوبري Regis Debray يقول: "أن الصورة علامة تمثل خاصية كونها قابلة للتأويل، فهي تفتتح على جميع الأعين التي تنظر فيها وإليها، إذ تمنحنا إمكانية الحديث عنها، وتقديم تأويلات متعددة ومختلفة بخصوصها" (3).

وهكذا أصبحت الصورة في المعاجم السيميائية المتخصصة تعني وحدة متمظهرة قابلة للتجلي، وهي فضلا على ذلك رسالة متكونة بين نظامين مثلا زمين قوامهما: علامات إيقونية وألسية (خطية أو تلفظية).

بهذا المعنى، يمكن القول أن الصورة تمثيل وتشخيص لشيء ما أو لكائن ما بالرسم، أو بالنحت أو بالتصوير الضوئي أو بالتوليد الرقمي، وهي أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار ووظيفها لنقل القيموالإيديولوجيات. فالصورة بشكل عام هي بنية بصرية Structure visuelle دالة وتشكيل دلالي تتنوع في داخله الأساليب والعلاقات والأمكنة، فهي بنية حية تزخر بتشكيل ملتحم التحاما عضويا بمادتها ووظيفتها المؤثرة الفاعلة، وهي معلولة للوقائع، مدعمة لمقومات نسج بنية النص، بل هي النص كله كما يقول يوري ولتمان(4).

والصورة إما مفردة أو متجاوزة مع آخر، فتحكي بخطوطها وانحناءاتها، بظلالها وعتمااتها، بألوانها وتدرجاتها اللامتناهية كما بتتالي مفرداتها وتعاليقها بحدود القيم والتمثيلات الحضارية، يرى أبراهام مولز أن الصورة نظام دلالي تصوغه سبعة أبعاد: البعد التصويري وهو الذي يتمثل في قدرة الصورة على تمثيل أشياء الواقع أو الكائنات الحية ودرجة تماثل هذا التمثيل مع الموضوع الممثل (يفتح الثاء) ببعد كثافة الصورة وهو الذي يرتبط بمدى قوة أو صدق الصورة. البعد الجمالي للصورة وهو المتعلق بالعناصر والرموز المشكلة للصورة لإحداث شرط المتعة واللذة. بعد حجم الصرة الذي يحدد الأبعاد الهندسية والخطية لتركيب الصورة. البعد القيمي من حيث التطور التقني الذي يلعب الآن دورا كبيرا في تغيير أشكال الصورة مما حول أيضا في قيمتها ومدى مصداقيتها وتأثيرها. البعد التاريخي والاجتماعي للصورة وهو الذي يرتبط بالزمن وبالسياق السوسيوثقافي الذي يمثل اللقاء بين إبداع الإنسان وفضاءاته الاجتماعية والتاريخية(5).

إن مجال الصورة في هذا البحث هو المستويين الأخيرين في علاقتها بمفهوم الفضاء المعلوماتي الذي فرض منطق التعامل مع الوحدات الرقمية المستحدثة وما يلزم ذلك من بنى دلالية محاثية لعل أهمها الصورة الرقمية.

2. الصورة الرقمية وإشكالية صناعة المحتوى الحر:

أدت الصورة الرقمية المولدة بالكمبيوتر إلى تحولات جذرية في الثقافة الإنسانية، نظرا لدورها كمعلومة، مع سهولة الحصول عليها والتعامل معها، ثم تخزينها وإنزالها، من شواهد تلك المتغيرات، إن فقدت الصورة الزيتية كونها صور فريدة ووحيدة، وفقدت الصور الضوئية كونها تعبيراً ذكياً لصانعها، بينما في المقابل لعبت الصور الرقمية دورها المعلم لكونها ذات شكل معلوماتي محملة بها(6) تلك المعلوماتية التي اعتبرها بل جيتس Bel Jitss حين سألها أحدهم عن ثروته التي تتعاضد فقال: "إن ثروتي بسبب المعلومات المتاحة في شبكة الإنترنت وليس بسبب التقنية ذاتها"(7).

وصور "الواقع الافتراضي" مصطلح قال به العالم "جاردن لانير Jordan Laner، حيث يشعر مستخدمو الكمبيوتر أنهم يعايشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها بالصوت والصورة واللون والخط وغيرها من الأنظمة الخاصة بالكمبيوتر. إجمالاً يمكن القول أننا بفعل الثورة التكنولوجية نعيش الصورة.

ويعتبر التصوير الرقمي مميّزا لحقبة ما بعد الحداثة حتى قال جون بودريار Jean Beaudrillard أن "العالم مجرد صورة نقلا عن صورة، نقلا عن صورة، لقد أصبحنا في عالم تهيمن عليه الصورة والواقع في خلفيتها، لم تعد هناك صورة وأصل، بل صورة ذات أصول متعددة، إنه إذن عالم أضرار إلكترونية يجعل المرء يشعر ويحس بإحساسات واقعية وهي ليست كذلك"(8).

وليس من مبالغة القول أن الصورة الرقمية هي عبارة عن بنية دلالية تروم جذب الفضاء العقلي إلى الفضاء الفيزيائي من خلال استعارة معاني مفاهيمه التقليدية في بناء المفاهيم الفريدة للفضاء المعلوماتي(9). وعلى هذه الشاكلة تكونت بنية ثقافية لتبادل المعلومات والمعارف ساهمت في "توافر أرضية خصبة لإنشاء مجموعة من الفضاءات التخيلية التي أسست لحوار رقمي بين الحضارات والثقافات"(10).

إن قوة الخطاب البصري الرقمي ونجاحه المتواصل مستمد من قدرته على منح الافراد أدوات عصرية لفرض ذواتهم وبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم عن الآخرين دون أدنى إكراه أو مضايقة أو قيد(11) ولم يعد بذلك الحديث عن أعلام الصورة التقليدية التماثلية بل كذلك عن الخطاب المرئي الذي أبرزته التكنولوجيا الجديدة والذي يتسم بخاصية "السرعة" و"الحمولة المعلوماتية"(12) فضلا عن كون تلك المعطيات التكنولوجية المعاصرة، بانت الصورة الرقمية بناء مركب، أي أنها لم تعد تخدم التمثيل الإيقوني وحده ولا الصوت ولا بقية العناصر التعبيرية، كل وحده منفصلا بل أصبح الخلط المشترك بينهما جميعا متاحا، وببسر تتشكل محيطات جديدة مازجة تلك العناصر المنفصلة(13)، فتصبح الصورة مصاصة للصوت ومضاف إليها الحركة والرسم والكلمة، وبهذا التكامل تكون الصورة الرقمية جوهر مختلف قادر على الناشر نظرا لسرعة الانتقال وتوافر المؤثرات الأخرى بالإضافة إلى المضمون أو المعلومة المجملية ضمينا وعلنا(14).

إن التلاقي بين الحاسبات والبرمجيات والكاميرات، ولد ما يعرف في وقتنا الحاضر بثورة التصوير الرقمي الذي يمكن تعريفه على أنه "فن إنتاج الصور في صيغ رقمية، أي على هيئة ملفات يمكن عرضها باستخدام الكمبيوتر"(15). ويرى المختصون أن التصوير الرقمي حقق العديد من المزايا المضافة إلى السرعة وكثافة الحمولة المعلوماتية مثل:

- عدم وجود حاجة لشراء فيلم التصوير .
- وسائط التخزين قابلة لإعادة الاستخدام.
- إمكانية تصفح الصور بمجرد النقاطها.
- الجودة العالية للأنظمة البصرية.
- إمكانية إجراء التعديلات على الصور قبل وأثناء وبعد التصوير .
- إمكانية الحفاظ على الصور في الوسائط الإلكترونية المختلفة وتحميلها من جهاز إلى جهاز .
- سهولة إدراج الصورة داخل مستندات برامج الكمبيوتر أو إرسالها عن طريق البريد الإلكتروني أو نشرها داخل موقع الويب، وهو ما يعني إتاحة إمكانية الإطلاع عليها(16).

وهكذا أصبحت عملية التصوير متاحة للجميع وليست حكرا على المصورين، بما أن مصممي الصور والمصورين الرقميين - كما أصبحوا يسمون - يملكون القدرة على إلغاء الصور، والنقاط غيرها في الزمن الآني إذا وجدوا أنها غير ملائمة، ويمكن الإطلاع عليها من خلال شاشة صغيرة داخل الكاميرا ذاتها، أو تحميلها على جهاز الكمبيوتر، أو على وسائط إلكترونية أخرى مثل الأقراص المضغوطة أو قرص الفلاش...، بل ولهم القدرة على تداولها عبر المواقع الإلكترونية في الإنترنت.

* تقنيا يمكن القول أن الصورة الرقمية تتحقق بفضل قدرات الحاسب الآلي على تحويل النظام الإيقوني إلى تيار متصل من النبضات الكهربائية التي يتم تقطيعها على عينات صغيرة جدا وترقيمها وفق الأرقام المكافئة الثنائية التي تتكون من رقمين: الصفر والواحد، مما يسمح لقرص الذاكرة على الحاسب استقبالها وتخزينها ثم إعادة عرضها(17).

وبذلك تصبح الصورة الرقمية هي عبارة عن "سلسلة طويلة من الأصفر والأحاد التي تمثل كل النقاط الملونة الصغيرة أو ما يسمى بالبيكسل والتي تشكل مجتمعة الصورة"(18)، حيث تتكون كل صورة رقمية على الكمبيوتر من البيكسل وهو أصغر وحدة في الصورة، وكل صورة هي مصفوفة تحتوي على صفوف وأعمدة من البيكسلات، وكلما زاد عدد هذه الأخيرة كلما كانت الصورة أوضح(19).

ضمن هذا الفهم، يمكن تقسيم الصورة الرقمية إلى:

1. صورة ثنائية: وهي الصورة التي تحتوي على اللونين الأبيض والأسود فقط، يحمل كل بيكسل لها إما الصفر أو الواحد،
2. صورة متدرجة الرمادي: هي الصورة التي تحتوي على اللونين الأبيض والأسود مع تدرجات الرمادي، حيث يمثل الواحد اللون الأبيض والشدة عندما تكون [256] فإن اللون لهذا البيكسل يكون الأسود. وعند تمثيل هذه الصورة على الكمبيوتر تمثل عن طريق أعمدة وصفوف متساوية من البيكسلات، كل بيكسل بها 8 بيت، تحدد الشدة من [0] إلى [255].

3. الصورة الملونة: هي الصورة الرقمية التي تدعم الألوان عن طريق تخصيص ثلاث خانات بكل بيكسل لتحديد شدة الثلاثة ألوان الأساسية (الأحمر، الأخضر، الأزرق)، وكل خانة تحتوي 8 بيت أو 24 بيت بكل بيكسل (20). ورغم كل البديهيات التي غدت معروفة حول محاسن الصورة الرقمية واتساع دائرة تأثير مضامينها الافتراضية يمكن الإقرار بأن سلبياتها عديدة ولافتة ولعل أهمها:

- هيمنة الواقع الافتراضي: مما قد يؤدي إلى الإدمان كما في حالة بعض الألعاب المسلية.
- هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار والاستعراض على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق حيث تتحول الصورة إلى واقع بدلا من أن تعكس الواقع.
- هيمنة الصورة المزيفة التي تزيد في تحويل الحقائق.
- تكريس فكرة الانغماس الكامل في الواقع الافتراضي، من خلال خلق حالة من التواجد المكتمل فيه، بحيث لا يشعر المستخدم سوى بهذا العالم الذي يوجده الحاسوب - ويفرضه فرضا على الآخر.

ونظرا لهذه الهيمنة التي أصبحت تفرضها الصورة الرقمية، انتهت بعض الدراسات البحثية المعاصرة إلى اكتشاف أهمية المرجعيات القيمية في التعاطي مع هذا الضرب من الصور من خلال مساعلة موادها الثقافية وزواياها "العولمية" في ملامسة الشأن الحضاري والقيمي.

3. الصورة الرقمية: كتلة قيمية متميزة

يتعين في مبدأ هذا الطرح ضرورة إلقاء الضوء على إشكالية الارتباط البنوي بين الصورة الرقمية كمبنى دلالي خاص وبين مفهوم القيمة كمعنى ثقافي واجتماعي مميز.

تعني القيمة في اللغة اسم النوع من الفعل: قام، يقوم، قياما، بمعنى وقف واستوى، وقد وردت الكلمة في القرآن الكريم (فيها كتب قيمة) (21)، أي "فيها أحكام قيمة لا عوج فيها تبين الحق من الباطل" (22)، وأيضا (وذلك دين القيمة) (23)، "وذلك المذكور من العبادة والإخلاص" (24) وإقامة الصلاة وإيتاء الزكاة هو دين الملة المستقيمة وسنعود على المعنى المستنبط من ذلك فيما سيأتي

وقد تناولت الفلسفة موضوع القيم فيما عرف بفلسفة القيم. وأدرج بعض الفلاسفة القيمة في إطار علم الوجود، كما أدرجوا الحق في إطار علم المنطق، والخير في علم الأخلاق، والجمال في علم الجمال.... إلخ. فاعتبروا الوجود قيمي، والقيمة "حقيقة لا يمكن فصلها عن الوجود ولا فصل الوجود عنها" (25). يستتبع ذلك أن الأشياء لا وجود لها بالنسبة إلى الإنسان (الا لان) لها قيمة. ونجد في هذا الفرع من المعرفة (أي الفلسفة) من يرى أن القيمة تظهر في "الأفعال والأشخاص والموجودات". ومن يرى أن القيمة "ليست من الموضوعات العقلية التي تتطلب البرهنة عليها لإثباتها"، فهي "تتجاوز العقل" ولا يستطيع العقل أن يحيط بها، وإن كان هو الذي يجعلنا ننقاد إليها ونخضع له بأنواره" (26). وقد جعلها أو حيان التوحيدي تتمثل في الدين والخلق والعلم، "فالدين جماع المرشد والمصالح، والخلق نظام الخيرات والمنافع، والعلم رباط الجميع" (27)

ولعل أقرب فهم لمعنى القيمة في علم الاجتماع والعلوم المرتبطة به هو ذلك الذي يضع القيمة في مستوى الدلالة على أن شيئا ما ذا قدرة على اشباع رغبة انسانية وهي صفة الشيء الذي تجعله ذا أهمية لفرد أو لجماعة. والقيمة على وجه التحديد حقيقة سيكولوجية، وليست قابلة للقياس بأية وسيلة من وسائل القياس التي توصل إليها العلماء حتى الآن، ولا بد -في هذا الإطار- من تمييز القيمة تمييزا دقيقا عن المنفعة، لأن حقيقتها تكمن في العقل البشري لا في الشيء الخارجي نفسه. فالقيمة بالتحديد مسألة اعتقاد، فالشيء ذو المنفعة الزائفة تكون له القيمة نفسها كما لو كان حقيقيا إلى أن يكتشف الخداع. (28) نستشف من هذا التعريف أن القيمة هي ذلك الشيء المرغوب فيه أو ذلك البعد الذي يستحسنه الأفراد فيقيسون به أعمالهم وسلوكاتهم في المجتمع الذي ينتمون إليه.

وهو ذات الطرح الذي أكده رالف برتون بيرري Ralf Barton Perry صاحب النظرية العامة للقيمة General theory of value

حين ركز تفسير القيمة على محور الاهتمام وأكد على أن الاهتمام بأي شيء يجعل هذا الشيء ذا قيمة (29). يتأكد مما سبق أن القيمة تتبع من الذات المقومة لا من الشيء الخارجي المقوم، وأن الأشياء في ذاتيتها ليست خيرة أو شريرة، طيبة أو خبيثة، محبوبة أو منبوذة، ولكن تغير الاهتمام بها هو الذي يغير درجة أهميتها فيرفع قيمتها إلى أعلى درجة أو يخفضها إلى أدناها.

ونظرا لهذه الحقيقة التي تقر بأهمية "الاهتمام" في عملية التقويم، ظهر من المفكرين من يفضل دراسة التقويم La valorisation بدلا من دراسة القيم، لأنه أمر يقربها من الفهم ويزيدها إيضاحا ويجلو عنها ما تتضمنه من غموض ويسهل في النهاية تعريفها.

"التقويم" هو تلك العملية التي نميل إليها كلنا، فالإنسان كما يقول كلاكون Frederic Kluckohn حيوان مقوم، يعمل دائما في كل زمان ومكان على إصدار أحكام قيمية على الأشياء(30).

ومن جملة الموضوعات التي يقيّمها الفرد يمكن أن نذكر: السلوك، الأفعال، التفضيل والاختيارات. وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن عملية التقويم لا تتم في فراغ، وإنما تنشأ من تأثر الفرد بالمحيط الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليه، أي بالوسط الذي ينشأ فيه، وبما يتضمنه هذا الوسط من نظم اجتماعية ونماذج لأنماط سلوكية محددة، وهي أفكار يكتسبها الفرد عن طريق ما يعرف بالتعلم الاجتماعي Apprentissage Social.

ونقصد بالتعلم الاجتماعي هنا، عملية تعرف الفرد منذ طفولته على مجموعة الأعراف والقوانين الاجتماعية التي تم انتقاءها واستقرارها في سياق تاريخ الجماعة، والتي أصبحت بموجب ذلك جزء لا يتجزأ من التراث الثقافي ومن ثقافة المجتمع.

ولا يكفي الفرد في هذا النوع من التعلم بعملية التعرف على جملة الأحكام الاجتماعية وإنما هو ملزم باحترامها وتطبيقها. وإذا كان الوضع هو أساس مقارنة القيمة، فإن السياق الاجتماعي والثقافي هو جوهرها وهذا ما دفع ألكس موشيلي Alex Mucchielli إلى تعريف القيمة الاجتماعية بأنها "ذلك المبدأ العام - القانون أو القاعدة - الذي يحدد المثاليين منطلق احترام الجماعة"(31)

إن القيمي في هذا الطرح بشكل محتوى ثقافي، وهو يتضمن المدلول في البنيوية، والماهية في الظاهريّة، والمعاني في التفاعلات الرمزية، والحق والحقيقة في التأويلية النقدية(32).

ويمكن استظهار خصائص القيم في علاقتها بالثقافة من خلال التأكيد على كل المؤشرات التي تصوغ جهد الإنسان الساعي إلى التعلق بما يرتفع ويرتفع به، وأبرز هذه السمات نذكر:

- الدوام النسبي: وهذا يعني أن القيمة الاجتماعية والثقافية تتضمن قانونا أو مقياسا له شيء من الثبات على مر الزمن، أو بعبارة أعم تتضمن دستورا قارا ينظم نسق الأفعال والسلوكات على مر أجيال عديدة.
- قيم ملزمة من حيث شدتها: تتصل القيم السوسيوثقافية اتصالا وثيقا بالمبادئ التي تساعد على تحقيق الأنماط السلوكية المرغوب فيها والمسموح بها في عرف الجماعة لذلك فهي توقع العقاب على من يخالفها والثواب على من يعمل بها.
- قيم واضحة وصريحة Explicites: أي أنها ليست ضمنية، وإنما هي قيم حقيقية ملموسة، معلن عنها وبشكل مباشر في سلوك الأفراد داخل الجماعة.
- قيم معيارية: تختلف باختلاف المجتمعات والأنظمة السائدة فيها، وهكذا نجد أن لكل مجتمع معايير خاصة به تضبط سلوك وتصرفات أفرادها وبالتالي تميزه عن باقي أفراد الجماعات الأخرى، وهو تحدي ثقافي يجعل القيمي يسمو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة على مستوى المخيال الجماعي.

إن تجاوز هذا التحدي الذي يمس ماهية المجتمعات يتوقف على إعادة القيمة إلى مكانتها كقوة مرجعية في حركية المجتمع، ومن ذلك حركيته الاتصالية التي تقود حتما إلى مساهمة مضامين التدفقات الإعلامية الوافدة.

من هذه الزاوية نستطيع القول مجازا أن الصورة الرقمية (كمحتوى إعلامي) إذا ما اقترنت بعالم القيمة يكون تأثيرها إيجابيا، وكلما كانت الوثائق أشد كان تأثيرها إيجابيا أكثر، وبالتعامل يكون تأثير الصورة سلبيا إذا لم تنقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان ابتعاد الصورة الرقمية عن القيمة أكبر، كان التأثير السلبي أكثر، وهكذا يتم التعرف على المحتوى البصري الرقمي وتأويله انطلاقا من هذا التضاد الثنائي Binary Opposition، فدراسة الخطاب الرقمي من هذه الزاوية هو في الحقيقة البحث عن العلاقة الترابطية بين القيمة وبالأحرى الإطار المرجعي القيمي ودلالات الصورة.

إن هذا الانسقاط بين الثقافي والإعلامي هو من الإشكاليات الإستيمولوجية الراهنة، والتي تشكو من ندرة التنظير والحيثيات الأمبريقية في المنطقة العربية، بل والانحسار ما لم يتم الاستفادة من الإسهامات النظرية الجادة التي قاربت النص الإعلامي والاتصالي عامة والصورة على وجه الخصوص، وهي التي انتهت إلى أن "هبة وسطوة" الصورة إنما تكمن في رمزيتها، ويمكن نظريا في القيم التي تحملها، وفي قدرتها على تأسيس حقائق وأوهام وقدرة نفاذها إلى الآخرين بحكم اعتمادها على الامتداد والانتشار الذي أوجدته الوسيلة المعاصرة "الإنترنت".

والحاصل أن الأدبيات الغربية عالجت ثنائية الاتصال والثقافة على مستويات عدة، وجعلها يصعب توظيفه بطريقة مؤهلة في المنطقة العربية، فالتكنولوجيا هي من صميم إنتاج التجربة الغربية، وهي ذات التجربة التي قاربت تأثيراتها البنيوية والتي أسفرت على مستوى التأصيل النظري على ميلاد مجموعة من الطروحات النظرية من بينها:

1. نظرية التوافق أو التطابق الثقافي La conformité culturelle:

يرى اصحاب هذه النظرية وعلى رأسهم برنار كاتلا Bernard Cathelat وجرار لانيو Gerard Lagneau بأن الاتصال الفعال هو ذلك الاتصال الذي يعمل على تمثيل القيم الثقافية والاجتماعية لدائرة متلقية، محققا بذلك ما يعرف بالتطابق أو التوافق الاجتماعي.

2. نظرية الإشراك الاجتماعي L'Implication sociale:

يراد بالإشراك الاجتماعي تلك الحالة النفسية التي تكتنف الفرد بوصفه عضو اجتماعي وتجعله يشعر بأنه معني مباشرة بموضوع الاتصال، وهي الفكرة التي ركز عليها لوران وكابفيري Laurent et Kapferer حين أكدوا على ضرورة تمثيل القيم الثقافية في المحتوى الاتصالي.

3. المقرب النظري لمفهوم صورة – الذات L'image de soi

يحظى مفهوم صورة – الذات بأهمية بالغة في الدراسات السيكولوجية والاجتماعية المعاصرة، بل أنه أصل من أصول الثقافة وقاعدة من قواعدها، فهو الترجمة لدرجة التواتر القيمي في المعنى الاتصالي، وهو فضلا عن ذلك الانعكاس الحقيقي لتمثلات وأوجه التفاعل الاجتماعي النسقي⁽³³⁾.

وقد استخدم الباحثون في هذا المجال الدراسي: مجال بحث خصوصيات كل مجتمع وأساليب معيشتة عدة مقاربات منهجية، كان أهمها على الإطلاق طريقة فالز – la méthode de Vals – ، – (Value and life-style) – وتعتمد هذه الطريقة في معاينة الأنماط الاتصالية على تخيل عدة متغيرات هي في الأصل محددات الأسلوب المعيش لكل نسق اجتماعي وهي:

• الثقافة

هي ذلك الكل المركب الذي يجمع المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف وكل العادات والتقاليد التي يكتسبها الفرد من حيث هو عضو في المجتمع⁽³⁴⁾.

وتختلف النظم الاجتماعية كما تختلف أنماط الثقافة في مدى شمولها، فهناك أنماط تشمل جميع أفراد المجتمع الواحد وتسمى العموميات – Universels – مثل أنظمة الضبط الاجتماعي، بحيث يتعرض المخالف لها لعقوبات أو لنبذ اجتماعي، ومع ذلك فمن الناحية العملية لا تتمتع كل الأنماط الثقافية بهذا الشمول وبخاصة في المجتمعات الحديثة، فهناك الكثير من الخصوصيات – Spécialités – التي تشمل جماعة معينة داخل المجتمع الواحد، كما أن هناك بدائل – Alternatives – وهي عناصر ثقافية متعددة، للفرد حرية الاختيار بينها⁽³⁵⁾.

ولا شك أن مسألة التثاقف – Acculturation – بين المجتمعات قد فتحت الباب منذ زمن لمسألتين بالغتي الدقة:

- **الأولى:** تتعلق بالموقف من الثقافات الأخرى وكيفية استقبال المجتمع للعناصر الثقافية الجديدة الوافدة، وما هي الصور التي تدخل بها العناصر الجديدة إلى المجتمعات الأخرى، أتكون عن طريق القهر أو التقليد؟ أم الإغارة؟ أم عن طريق الإنسياب من خلال الإقناع والقدوة؟ وبين القبول والممانعة ترتسم هوية جديدة.
- **الثانية:** تتعلق بوسائل الانتشار نفسها، فقد كانت الهجرات والحروب والتجارة من أهم الوسائل المعروفة تاريخياً، أما الآن فقد تغير الموقف، وأصبحت الثقافة في عصر العولمة أكثر قدرة على الانتشار، فانتقال المعلومة وحركة المعرفة أصبحا أكثر يسراً بما لا يقارن مع ما كان يجري في القرون الماضية⁽³⁶⁾.

وتجدر الإشارة في هذا الإطار إلى أن التباين بين الثقافات يعود إلى عوامل موضوعية عديدة منها:

1. البيئة الجغرافية التي يمكنها أن تقدم للإنسان إحتتمالات عديدة للاختيار.
2. حجم الجماعة الإنسانية التي يجري فيها التفاعل الإنساني فيما لو كانت عشيرة تنصف ثقافتها بالبساطة، أو قرية تنصف علاقاتها بنظام يقوم على سلسلة من العلاقات المحددة، أو مدينة ومجتمع يتصف بعلاقات متشابكة تسمح بسرعة النمو الثقافي.
3. طبيعة الإنسان بوصفه صاحب عقل مفكر ومبدع قادر على إنتاج أعداد لا نهائية من الأفكار والبدايل، حيث لا توجد حدود لإبداعه وأفكاره التي يحولها في ما بعد إلى أعمال، من هنا كانت ثقافته متنوعة، بسبب قدرة العقل الإنساني على إنتاج أفكار مختلفة لحل المشكلة الواحدة.

ولأن الثقافة لا تنشأ بعيداً عن إحتتمال التفاعل بين البشر، ولأن سلوك البشر بالنتيجة ليس مجرد فعل ورد فعل، مثير أو منبه وإستجابة Stimulation – repense، إنما هو عملية تأويل للمنبه والإستجابة، فالأفراد لا يتجاوبون مباشرة مع أعمال الآخرين وإنتاجاتهم، وإنما مع المعنى⁽³⁷⁾ الأمر الذي يؤكد أهمية الإطار الرمزي في مسألة التفاعل الثقافي.

• الرمزية:

الرمز من الناحية السيميولوجية هو تلك العلاقة التي تجمع بين ثنائية المعنى: دال ومدلول على أساس إعتباطي Arbitraire أي على أساس ما إتفقت عليه جماعة اجتماعية⁽³⁸⁾، فهو إذن قيمة إصطلاحية تنشأ من ربط الشيء بمعناه الثقافي والاجتماعي، كربط غصن الزيتون بالسلام والميزان بالعدالة والأخضر بالأمل... إلخ. وبهذا الفهم يكون الرمز هو ذاك المقياس الذي يحدد معاني الأشياء من هلال ربطها بدلالة معينة أي من خلال ربط سلوك ملاحظ (دال) بالأساس الخفي لهذا السلوك (مدلول)⁽³⁹⁾.

على هذا المستوى من التحليل يتحدد المنظور القيمي الثقافي في المجال الاتصالي ببلورة الأطر المرجعية والمحددات الثقافية التي تختزل ملامح الإنتماء الإنساني السوسيولوجي والقيمي.

خاتمة

إن قدرة الإنسان على إنتاج الثقافة هي من أهم خاصية تميزه عن باقي المخلوقات، وهو إذ يضمن قيم هذه الثقافة في محتويات بصرية يغنيها ويعززها، وعلى هذا الأساس كان غياب القيمة في الصورة – مهما كان نوعها – إخلال بقيمتها وتميزها الدلالي.

إن الفكر الإعلامي المتميز يقتضي أن تقترن الصورة وخاصة الرقمية بالقيمة، فهي بذلك تصبح أشبه بالكلمة الطيبة وهي أشبه بالكلمة الخبيثة عندما تتناقض مع القيمة أو تبتعد عنها قياسا لما ورد في محكم التنزيل في قوله تعالى: «ومثل كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء تأتي أكلها كل حين بإذن ربها ويضرب الله الأمثال للناس ومثل كلمة خبيثة كشجرة خبيثة اجتثت من فوق الأرض ما لها من قرار» فما أحوجنا نحن الأمة العربية إلى قرار يقينا مزالق التبعية وإكراهات الانسلاخ.

الهوامش

1. Ange Bizet : Des images veulent dire quelque chose, In Communication et langages, 1996, N° 110, p.104.
2. Martine Joly : « Believing in the image ? » in towards a theory of image, Maastricht, Janvoneck editions, 1998, p7
3. Regis Delray : Vie et mort de l'image, Paris : Edition Gallimard, 1996, p59.
4. Youri Lotman : L'image : un pouvoir visuel, Paris : Edition L'Harmattan, 1975, p8.
5. Abraham Moles : L'Image communication fonctionnelle, Paris, Edition DUNOD, 1985, p.9.
6. André rouillé : l'image numérique : déficit du siècle Paris : Edition Payet, 2004, p6
7. Bill Jitt : Vers une richesse numérique, Paris, édition Gallimard, 2006, p.2.
8. Jean Baudrillard : l'ère numérique, Paris, Edition Dunod, 1999, p.11.
9. André Rouillé : l'image numérique, Paris, Edition Gallimard, 2007, p.21.
10. Ibid., p.23
11. Marie Claude Vettraino : de la bande dessinée à l'image numérique, Paris, Edition Dunod, 2009, p.3.
12. Ibid., p.5.
13. شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، سلسلة عالم المعارف، الكويت، 2006، ص 24.
14. نفس المرجع، ص 25.
15. شفيق حسين: الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص 147.
16. Bell jits ; Vers une richesse numérique, op.cit., p.13.
17. عبد الفتاح بيومي: الصورة الرقمية في عصر الإنترنت، القاهرة، دار المعارف، 2006، ص 8.

18. نفس المرجع، ص 9.
19. نفس المرجع، ص 10.
20. نفس المرجع، ص 11.
21. القرآن الكريم، سورة البينة، الآية 3.
22. الصابوني، صفوة التفاسير: تفسير القرآن الكريم، جامع بين المأثور والمعقول مستمد من أوثق كتب التفسير، ص 587.
23. القرآن الكريم: سورة البينة، الآية 5.
24. الإخلاص لب العبادة ... وقد قسم العلماء الأعمال إلى ثلاثة أقسام "مأمورات ومنهيات ومباحات"، فأما المأمورات فالإخلاص فيها بأن يقصد بعمله وجه الله، وإن كانت النية لغير وجه الله بالعمل رياء محض مردود، وأما المنهيات فإن من تركها بدون نية خرج من عهدها، ولم يكن له أجر في تركها، وإن تركها ابتغاء وجه الله كان مأجورا على تركها، وأما المباحات كالأكل .. وما شابه ذلك فإن فعلها بغير نية لم يكن له أجر، وإن فعلها بنية وجه الله فله فيها اجر " المصدر نفسه، ص 589.
25. الربيع ميمون: عالم القيمة أو الانسان بالحقيقة، حوليات جامعة الجزائر، 1991، ص54
26. نفس المرجع، ص55
27. نفس المرجع، ص60
28. فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 1980، ص25.
29. Pierre Valette–Florence : Système de voleurs, Paris : Seuil, 1995, p12
30. F. Kluckohn and F. Strodtbeck : Variations in value orientation Row Peterson, cité par Alex Mucchelli : les motivations, P.U.F, Que sais-je?, n° 1949, 3^{ème} Edition, 1992, p.68.
31. Ibid., p.65.
32. عبد الرحمن عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الابعاد الحضارية، دار الأمة، 1995، ص 14.
33. Bernard Cathelot : l'image de soi , paris ; Edition Dunod, 2009, P 17.
- (34) Christian Dussard : Communication et culture, Paris ; Edition Dalloz, 2010, P 16.
- (35) Ibid., P 17.
- (36) Simone Clopier : Communication et système de valeurs, Paris ; Edition Gallimard, 2011, P 33.
- (37) Ibid., P 34.
- (38) Pierre Valette–Florence : les profils d'implication – Recherches et applications en communication –, Paris ; Edition payot, 2010, P 87.
- (39) Ibid., P 89.