

البنوية، الإتصال، الفضاء الثقافي العربي

د. نصر الدين لعياضي

معهد علوم الإعلام والإتصال

جامعة الجزائر

رغم كل ما يقال عن وضع علوم الإعلام والإتصال، وعن نقص نضج مواضيع بحوثها وعدم دقة إشكالياتها، إلا أنها تأثرت إلى حد بعيد بالمدارس المنهجية التي طبعت العلوم الإجتماعية: «التفاعلات الرمزية» "interactionnisme"، "symbolique"، «الظاهراتية الاجتماعية» "phénomologie sociale"، و«الإثنومتودولوجيا» "ethnométhodologie"، و«البنوية» "structuralisme".

أثارت البنوية، دون غيرها من المدارس المنهجية المذكورة، جدلا حادا في أوساط المختصين في مجال النقد الأدبي واللسانيات والفلسفة في العالم العربي، وقد كان «للتهافت» الإيديولوجي نصيبه في هذا الجدل الذي لم يهدأ بعد. لكن هذا النقاش لم يمتد ليمس علوم الإعلام والإتصال، ويزعزع ما يعتقد البعض أنه مسلمات، ويفتح أبواب المساعة على هواجس وانشغالات أنضجها

كل من الإندماج بين وسائل الإتصال الجماهيري ووسائل الإنتاج والتوزيع الثقافي، وصقلتها «القطيعة» التي ما فتئت تتسع بين المرجعية الثقافية للمتلقي والثقافة الوافدة بتدفق عبر القنوات المتعددة الناقلة للإعلام، والمعرفة، والفرجة، والترفيه.

تحاول هذه الصفحات أن تقدم بعض العناصر التي تساعدنا في فهم نقص الدراسات البنيوية، في مجال الإعلام والإتصال في الوطن العربي، إن لم نقل غيابها، وتقترح بعض الافتراضات التي تكشف عن مدى مساهمة هذه المدرسة الفكرية في إنارة فهمنا للظاهرة الإعلامية في الفضاء الثقافي العربي، وفي الكشف عن المسكوت عنه في ثقافتنا.

ما هي البنيوية؟

إنتقل إستخدام مفهوم البنية من مجال الفن المعماري إلى مجال البيولوجيا في القرن السابع عشر، ثم إلى مجال الفلسفة، والأنثروبولوجيا، والتحليل النفسي، والأدب، في القرن التاسع عشر. وأصبحت تدل على: البناء، النظام، نسق من العلاقات، الشمولية ... فهذه المرادفات وغيرها تبين حقيقة ما ذهب إليه «ريمون بودون» "Raymon Boudon" حيث يذكر أن: (السعي إلى البحث عن تعريف واحد ومحدد لعبارة البنية يبين بشكل مسبق بأننا لم نفهم معناها)(1).

تعرف البنية بأنها: (نسق من التحولات المتضمنة لقوانين، نسق «يختلف عن خصائص العناصر»، يحافظ على ذاته، أو يثرى بواسطة لعبة هذه التحولات ذاتها، دون أن يفضي إلى ما هو خارج عن وظائفه، أو يدعو إلى عناصر خارجية. بإختصار، تشتمل البنية على الخصائص الثلاث التالية: الشمولية "totalité" التحول "transformation" والإنضباط الذاتي

l'autoréglage" (2) وتعرف أيضا بأنها: (نسق من العلاقات الباطنة المدركة وفقا لمبدأ الأولوية المطلقة لكل على الأجزاء، له قوانينه الخاصة المحايثة من حيث هو نسق يتصف بالوحدة الداخلية والإنتظام الذاتي، على نحو يفضي إلى أن أي تغيير في العلاقات يؤدي إلى تغيير في النسق نفسه، وعلى نحو ينطوي فيه المجموع الكلي للعلاقات على دلالة يغدو معها النسق دالا على معنى) (3).

قدمت للبنىوية مجموعة من التعاريف التي تكشف عن تنوع النظرة إليها:

- (تحليل كل بناء إلى جزئياته التي يتكون منها، وذلك للكشف عن العلاقات الموضوعية التي تربطها ببعضها البعض، ثم إعادة تركيبها إلى بناء كلي جديد يكون أرقى من البناء السابق وأكثر تقدما منه) (4).

- (نمط جزئي يتبنى عملية تحليل البنية الداخلية للكيانات الاجتماعية) (5).

- (حالة من التعدد النظري الصحي الذي يفرز أسئلة جديدة تتطلب نوعا آخر من التحقيق الذاتي) (6).

- (هي إكتشاف الماهيات الكامنة خلف كل بناء، هذه الماهيات التي تتمثل في العلاقات الموضوعية، وهي ليست ماهيات عقلية مجردة، وإنما هي نفسها هذه العلاقات وليس شيئا آخر أعلى منها) (7).

- ليست البنوية مدرسة أو حركة أو مفردات، إنها نشاط يمضي إلى ما وراء الفلسفة، ويتألف من سلسلة متوالية من العمليات العقلية التي تحاول إعادة بناء الموضوع لتكشف عن القواعد التي تحكم فيه) (8).

يمكن أن نستنتج مما سبق مجموعة من المؤشرات التي تركز عليها كل مقاربة بنوية وتسترشد بها في التحليل والدراسة.

- لا يستخدم مفهوم البنية للإنفراد بجزء مما هو مطروح للدراسة، وليس

للإقتراب من الكل باعتباره شكل من الجمع البسيط لكل الأجزاء التي تكونه، بل للتعاطي معه كنسق. إنه حزمة من العلاقات بين العناصر المرشحة للكشف عنها وإستجلاء معانيها ودلالاتها الواعية أو غير الواعية، والبحث عن ما يتحكم فيها.

- يستخدم مفهوم البنية للكشف عن العناصر والعلاقات داخل ما هو مطروح للدراسة الذي يتميز بنوع من الثبات والمداومة خلافا لما هو طارئ وعارض.

- يستخدم مفهوم البنية للبحث عن ما يعتقد أنه حقيقي ومتأصل وجوهري في ما هو مطروح للدراسة خلافا لكل ما يوحي أنه ظاهري فيه.

ومجمل القول أن المؤشرات المذكورة تركز على التعارض الثلاثي التالي: (النسق بدل الجمع التراكمي - الدائم بدل الطارئ والظرفي - المتأصل والجوهري بدل الظاهري: système agrégat-permanent/conjoncturel- réalité de l'objet/ses apparences (9)).

- تستخدم البنية بشكل أقرب إلى التجريد من التعيين. والتجريد هنا لا يعني إحداث القطيعة مع الواقع أو الهروب منه، بل هو شكل من الإبتعاد والإبتقاء النظري لفهمه من خلال تفكيك ما هو مطروح للدراسة. أو بعبارة أخرى لإستخراج العلاقات الخفية والثابتة التي تتحكم فيه حتى يدرك بشكل أفضل. من هنا نفهم التأكيد على أن البنيوية هي صرح نظري وليس معطى أمبريقي.

- تستخدم البنية لدراسة الحقيقة اللاشعورية التي تدل عليها أثارها ولا تظهر بنفسها، وهي حقيقة أنية تكشف عن نظامها المشكل في الحاضر والجاهز. فالبحث عن بنيات ما هو معروض للدراسة يدفع بالضرورة إلى الإهتمام بالبحث عن ما هو تزامي "synchronique" وليس ما هو تعاقبي

"diachronique" تسعى البنيوية إلى إدراك المنتج الثقافي (النص، الخطاب، الصورة، اللقطة الإشهارية، الفيلم، المسلسل التلفزيوني، الأنواع الصحفية المختلفة، العرض المسرحي ...) إنطلاقاً من الفهم المنبثق من المنتج ذاته. وبهذا فهي تنوّر على كل محاولة قرأتها إنطلاقاً من الماضي، وتناهض كل مسعى يرمى إسقاط الماضي عليه. وتختلف عن الدراسة التي تحوم حول المنتج ولا تنصدي له، ترتفع عن الحس العفوي، أو ما يسمى بالقراءة الانطباعية له. لا تتناول الدروس بأحكام مسبقة وآراء جاهزة(*)، بل تتخذ من الشيء الكامن فيه فعلاً موضوع بحثها ومادة دراستها. تنطلق منه للكشف عن العلاقات الخفية بين عناصره.

إن المنتج الثقافي نظام رمزي يحمل تعددية الدلالة، يشجع على الغوص في تجليات المعاني. فالمعنى هو الاختلاف كما يقال باللغة الفرنسية (le sens c'est la différence) ومخاطبة المسكوت عنه. بالطبع إن هذه القراءة ليست محايدة. إنها واعية لكونها مشبعة بمرجعية حاضر المنتج الثقافي، وبالمرجعية الثقافية للقارئ.

تعرضت البنيوية إلى مجموعة من الانتقادات، يمكن أن نذكر منها ما يلي:

- ينقد أتباع الماركسية البنيوية لكونها مبنية على منطق يعارض تماماً المنطق الجدلي لفهم التطور. إنها تستند إلى الدائم والثابت والجوهري في البنية، كما سبق وأن أوضحنا ذلك، بينما المنطق الجدلي يقوم على تفاعل التطور والتغيير، فيرى كل شيء يتطور ويتغير. ولا يوجد ما يعتقد أنه (ثابت ودائم أو جوهري) (10) وإن وجد فوجوده مؤقت فقط لأنه مرشح للتغيير.

- إن تفضيل التزامني عن التعاقبي هو عدم الإهتمام بالجانب التطوري، وهذا معناه إستغناء البنيوية القصدي عن الجانب التاريخي في دراسة الظواهر الثقافية. وهذا ما زكى إتهام البنيوية بأنها لا تاريخية، حيث يقال

على روادها ما يلي: (مع جون بول سارتر يوجد الكثير من التاريخ، ومع ليفي شتراوس، وفوكو، وألتوسر، ولكان، لا وجود للتاريخ أبداً) (11) يمكن أن نفهم سبب (اللاتاريخية) هذه، حسب البعض، فيما يلي: (قام البنيويون في أوائل دراساتهم بإعادة الاعتبار للموقف التزامني، وقدموا دراسات إنسانية لتحل محل التاريخ وتعيد الاعتبار للمجتمعات التي لا تاريخ لها) (12).

- يعتقد البعض أن البنيوية هي فلسفة موت الإنسان (13). فهي تقلل من شأن الإنسان ومن تأثيره لكونها ترى أن الاجتماعي يفسر الفردي (الإنسان). والفرد ليس سوى جزءا من الكل، إنه ليس أكثر من عنصر في دوال المجتمع. لعل هذا ما أدى بالباحث (جون بياجى) إلى التشديد على ضرورة أن يقدم كل من الفرد والكل نصيبه من التفسير والتحليل (14).

- يعتقد أن البنيوية هي منهج شكلاى، حيث يقول عنها (هربرت ماركيز)، في كتابه الإنسان ذو البعد الواحد (إننا أمام بث إيديولوجية جديدة تعمل على وصف ما يجري وما معنى ما يجري، بالشروع في إقصاء المفاهيم القادرة على فهم ما يجري، وما معنى ما يجري) (15).

البنيوية ودراسة وسائل الإتصال الجماهيري

تأثرت الدراسات الإعلامية، إلى حد بعيد، بثقافتين مختلفتين: الثقافة الأوروبية ذات التقاليد الفلسفية، والثقافة الأمريكية ذات التوجه الأمبريقي. والإختلاف بينهما واضح جدا، خاصة في مجال الدراسات الاجتماعية، حيث صاغه أحد الباحثين فيما يلي: (إن الأمريكي الشمالي يعرف عما يتكلم وهذا قليل. والأوروبي لا يعرف عن ما يتحدث وهذا فضيع ... الأوروبي يتصور ويتخيل حيثما يكون الأمريكي الشمالي يلاحظ. هذا الأخير يستقصى ويبحث في المدى القصير، والأوروبي يزايد في تأمله على المدى الطويل) (16) لكن لا

يمكن الإعتقاد أبدا بأن هاتين الثقافتين تسيران في خطين متوازيين لا يلتقيان أبدا في مجال الدراسات الإعلامية. فالندوة السنوية الخامسة والثلاثون للجمعية الدولية للإتصال "international communication association"، التي تعد من أكبر الجمعيات المهنية بالولايات المتحدة الأمريكية في مجال الإتصال، مدت جسور الحوار والتفاعل مع مدرسة فرنكفورت، ومع البنيوية اللسانية الفرنسية. البنيوية شقت طريقها في الدراسات الإعلامية في أوروبا، وفرنسا تحديدا، للإعتبارات التالية:

- ظلت الصحافة في فرنسا صحافة رأي إلى غاية الخمسينيات، تجمع العائلات الفكرية والسياسية، فلم تتوقف صناعتها والتفكير فيها على محترفيها بقدر ما كان يستند للكتاب والمثقفين والسياسيين.

- إن علوم الإعلام والإتصال في أوروبا، وفرنسا تحديدا، لم تنطلق بشكل مستقل كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية، بل قامت بفضل جهود عدة تخصصات، منها على وجه التحديد: النقد الأدبي، واللسانيات. الجهود التي ظهرت في مجلة الإتصال "Communication" ومجلة تال كال "Tel-quel".

- انسجمت البنيوية أكثر مع الثقافة الأوروبية، بل ساهمت في تعزيز تقاليدھا الفلسفية. لقد أعطت حيوية جديدة للدراسات الإعلامية ومكنتها من تجاوز الحدود التي رسمتها لها الدراسات الوصفية والمرفولوجية للمنتوج الصحفي (أنظر دراسات الباحث الفرنسي «جاك كيزر» "Jacques Kayser"، على سبيل المثال)، والدراسات الأمبريقية المتواضعة التي اهتمت بتأثير وسائل الإتصال الجماهيري الجديدة في ذلك الوقت: الراديو، التلفزة.

إن القراءة التي تقترحها البنيوية لفهم مغاير للمنتوج الثقافي والإعلامي تتجلى أكثر على ضوء ما تقدمه الدراسات الأمبريقية لوسائل الإتصال

ال جماهيري. الضرورات التي أدت إلى ميلاد البحوث الأمبريقية معروفة، وتكاد أن تحفظ، وهي:

- البحث عن فاعلية وسائل الإتصال الجماهيري في بث الدعاية أثناء الحرب العالمية الثانية وأثناء الحرب الباردة، والسعي للكشف عن مدى مقدرة وسائل الإتصال في التأثير على سلوك الناس وعلى تصرفاتهم، وهذا نتيجة توجه السلطات السياسية المتزايد للاعتماد عليها في إدارة الحملات الإنتخابية، وفي التأثير على إختيار الناخبين. وتزايد أهمية الإشهار في تمويل وسائل الإتصال الجماهيري وتسابق المعلنين للإشهار على سلعهم في هذه الوسائل. لقد تطورت البحوث الأمبريقية في ظل جدل كبير حول الثقافة الجماهيرية. إذا كان اللوم يوجه إلى نقادها الذين يتناولون بالدراسة وسائل الإتصال الجماهيري دون أن يقدموا عينة من المعطيات الواقعية ويخضعونها إلى الفحص والتحليل العلمي وفق معايير البحث العلمي المعمول بها في مجال العلوم الاجتماعية(17).

إن الإنتقادات التي وجهت إلى البحوث الأمبريقية في مجال الإعلام والإتصال، هي ذاتها تقريبا التي وجهت إليها في مجال العلوم الإجتماعية، نذكر منها:

- أنها جزئية ولا تستطيع أن (تشكل إطارا نظريا ضروريا لفهم عميق لميكانيزمات التأثير الإجتماعي لوسائل الإتصال الجماهيري)(18) فالنتائج التي تقدمها محدودة جدا بموضوعها والظرف المكاني والزمني، وإمكانية تعميم نتائجها خارج الظرفين المذكورين. والإنطلاق منها غير مضمون للتجريد الذي يسمح بفهم نظري للظاهرة الإعلامية والثقافية بشكل أفضل.

- إن إلحاح الأمبريقيين على دراسة التأثير الآني لوسائل الإتصال الجماهيري وعلى المدى القصير، وكذا على التغيير شبه التلقائي للأراء

وسلوكات الأفراد يخفي نموذجا ضمنيا للإتصال. نموذج ميكانيكي جدا وسطحي كثيرا(19) إلى درجة الإعتقاد بالتطابق بين التعرض لوسائل الإتصال الجماهيري وتأثيرها.

- تختصر البحوث الأمبريقية مفهوم التأثير (influence) في نجاعة (efficacité) الرسائل المبثة في المدى القصير(20)، وبهذا فهي تساوى بين الخطاب الإشهاري (le discours publicitaire) وبين المادة الإستعراضية والترفيهية، فإذا كانت نجاعة الخطاب المذكور تقاس بمدى الإقبال على شراء السلع التي شكلت موضع الإشهار وإرتفاع مبيعاتها، فالأمر يختلف عن المادة الإعلامية والترفيهية، حتى وإن تزايد عدد المقبلين على مشاهدتها.

إن التحليل البنوي لمادة الإتصال الجماهيري يتجاوز نقائص التحليل الكلاسيكي لمحتواها، حيث لا تكفي بالمحتوى الظاهر، بل تقوص في المعاني المستترة داخل العلاقات وضمن وضع إنتاج المادة المذكورة. إن تحديد مواقف، وآراء، وجهة نظر منتج الخطاب الإعلامي لا تبرز في نظر البنويين من خلال الأهمية الكمية الممنوحة لهذا الموضوع أو لتلك الفكرة، بل تتجلى عبر إكتشاف العلاقة القائمة بين الرموز "symboles" في الخطاب ذاته، وهذا يعد أحد الجوانب الهامة في معنى الخطاب(21). أي دراسة العلاقات البنوية بين الرموز كمنتجات للمعاني(22) والتي تحصل بالإستقراء وليس بالإستنتاج.

يتعدى التحليل البنوي حقل دراسة مادة الإعلام إلى مادة الإتصال: تحليل الخطاب، والسرد، والصورة، وصولا إلى دراسة الأسطورة، وسير (le fonctionnement) الإيديولوجية(23) وينطلق في ذلك من معطين أساسين:

- تتضمن بعض هذه المواد أكثر من نسق من العلامات: مكتوب، سمعي، سمعي بصري، ...

- يعد تحليل هذه المواد تحليلا نوعيا لا يتم بمعزل عن سوسولوجية الثقافة. وهو بهذا تعمل على تهديم هذه المواد وإعادة بنائها في فضاء أوسع وهو الفضاء الثقافي. ألم يقال بأن أهم ما أحدثته البنيوية من تغيير هو إعتبار أن كل النشاطات والإنجازات الإنسانية الثقافية منها خاصة، هي لغات خاصة، أو هي ذات بنية مماثلة لتلك التي تملكها اللغة؟ تستند الدراسات البنيوية في مجال الإعلام والاتصال إلى طائفة من المفاهيم الثنائية، وهي كالتالي:

اللسان / الكلام :Langue/parole: يمثل هذان المفهومان حقيقتين مختلفتين حسب دي «سوسير»، فاللسان هو الوجه المؤسسي للغة والمشكل عبر التاريخ، أما الكلام فهو أداء فردي ومجال للتركيبات الخطابية الحرة والمرتبطة بإمكانيات الفرد. إن الكثير من الأنواع الصحفية تسمح ببروز هذا الأداء الفردي(24) وتحليل المنتج الصحفي يشكل مادة للبحث إنطلاقا مما هو خاص، (كلام) الصحفي أو المؤسسة الإعلامية، التي يميزها ويثبت شخصيتها وهويتها.

ففي وسائل الإعلام لا يدرس الكلام دائما بالنظر إلى اللسان، لكن بالنظر إلى وضع الإتصال situation. والوضع هنا يختلف عن مفهوم السياق، لأنه يشمل المحيط الفيزيائي والاجتماعي الذي ينتج فيه فعل الكلام، والصورة التي يملكها كل من المرسل والمستقبل عن الآخر، وهوية كليهما. بينما السياق le contexte يتضمن الجانب اللساني فقط.

العلامة / المرجع :Signe/référent. إن المرجع هو الواقع المادي، والعلامة هي مفهوم ذو طبيعة إتفاقية، وذو علاقة إعتباطية غير معللة بالواقع. إن المنطق الذي يحكم تطور المرجع غير المنطق الذي يحكم العلامة. وإذا كان علم

اللسانيات يهتم بدراسة العلامة وليس المرجع. فالدراسات البنيوية في علوم الإعلام والاتصال تهتم بدراسة أحد أوجه العلامة: المدلول من جهة، ومن جهة أخرى الأشكال الرمزية (ومنها اللسان) التي تستعين بها وسائل الاتصال الجماهيري في إعادة صياغة المرجع أو ما يسمى بإنتاج ما يمثل الواقع إعلامياً، أو (في إنتاج الاتفاق الاجتماعي على المعاني) (25) أو ما يطلق عليه الباحث «جون فرنسوا تيتي» "Jean Francois Tétu" «بأثر الواقع (l'effet réel)» (26).

الدال / المدلول Signifié/signifiant: تتكون العلامة من وجهين دال ومدلول. فالدال هو الصورة الصوتية أما المدلول فهو الصورة المفهومية. العلاقة بينهما مازالت مثار جدل، حيث يعتقد بعض اللسانيين أن العلاقة التي تربط العلامة بالمرجع هي ذاتها التي تربط الدال بالمدلول، بينما يرى البعض الآخر غير ذلك، إذ يعتقد أنهما غير منفصلين بل يشكلان وحدة واحدة.

التعيين / التضمن Connotation/dénnotation: يوجد مستويان في كل علامة: المستوى التعيني، وهو المعنى الأصلي للعلامة كما يحدده القاموس. والمستوى التضميني، وهو المعنى الإضافي، أو التلوين في المعنى الأصلي، الذي يتم بفضل الاستخدام الاجتماعي للغة. فبالضمنين يمكن الولوج إلى تعددية المعنى في النص. إن النظامين المختلفين: التضميني والتعيني يسمحان للنص، حسب (رولان بارت)، بأن يشغل كائنه لعبة، كل نظام يحيل إلى الآخر حسب الحاجة لبعض الوهم (27) وضمن هذه اللعبة يبرز المجاهر به، و«يقبض» على المسكوت عنه. لقد أجريت بعض التحاليل على النص الإعلامي ضمن هذا المنظور (28).

تم تعميق البحث في هذه الثنائية بالإستعانة بما توصل إليه التحليل النفسي على يد «فرويد» في إستنتاجه للمحتوى الظاهر - "contenu mani-feste" والمحتوى الضمني "contenu latent" في تفسير الحلم عبر التكثف "condensation" والانتقال "le déplacement".

السرد / الخطاب Récit/discours: للتمييز بين هذين المفهومين يمكن القول أن كل ملفوظ énoncé مكتوب أو شفهي هو منتج عملية التلفظ énonciation. فبعض الملفوظات تظهر وكأن لا علاقة لها بالذات المتكلمة أو المتلفظة التي أنتجتها وتسمى السرد le récit. فحسب عالم اللسانيات «إميل بن فنيست» "Emile Benveniste" يعد السرد تلفظا في درجة الصفر، فكل شيء يتم وكأن الشخص المتكلم لا وجود له. فالأحداث تحكي عن نفسها بنفسها (29).

إن السرد هو الملفوظ الذي يختفي، ويمحى أمام ما يلفظ، فيصبح في غاية الشفافية: محتوى بدون حاو، دال بدون مدلول (30)، من جهة أخرى، نجد بعض الملفوظات وكأنها مرتبطة بالتلفظ، وهي التي يسميها السيميائيون الخطاب. وهي في نظرهم اللسان الذي يكشف المتكلم عن إضطراره به (31). يستخدم عنصر الزمن أيضا لتوضيح الفرق بين السرد والخطاب.

إمتد مفهوم السرد ليشمل مختلف المنتوجات الثقافية: الرواية، والقصة، والسرد الصحفي، والفيلم، والمسرحية، والرقص، والحكاية الشفوية، وتقاربت أشكال تحليلهما ودراستهما.

خضع السرد l'analyse du récit للتحليل الوظيفي الذي صاغه «فلاديمير بروب» Propp في كتابه: (مرفولوجية الحكاية الشعبية) في 1928، إذ يؤكد فيه على أن السرد يتضمن مجموعة من العناصر الثابتة وأخرى متغيرة. تتمثل هذه الأخيرة في الأشخاص وفي الطريقة التي يؤدون بها عملهم. أما

العناصر الثابتة فهي الأعمال المنجزة من طرف هؤلاء الأشخاص، وهي التي يسميها (بروب) الوظائف، ومن هنا تمت تسمية هذا النوع من التحليل بالتحليل الوظيفي(32). دعا (كلود بريمون) إلى ضرورة التعاطي مع الأنواع الأدبية والفنية بإعتبارها موادا سردية. لقد تم تجاوز هذا التحليل في دراسة المنتوجات الثقافية والإعلامية عبر الطموح إلى التوغل في الكشف عن المنطق الجوهرى المتلبد في السرد.

سنطرح لاحقا بعض الأدوات التي تتضمنها ترسانة المفاهيم التي سعت إلى تحليل الصورة، والفيلم، وسنكتفي بالإشارة المقتضبة إلى منتج الصحافة المكتوبة للتأكيد على أنه تم التعامل معه كخطاب(**)، مثل: الإفتتاحية، المقال، التعليق. وأيضا كسرد(***)، مثل: التقرير الصحفي، والروبورتاج، وإلى حد ما الصورة الصحفية le portrait. كما تم التعامل مع المنتج التلفزيوني على أساس أنه منتج سردي نظرا لخصوصية التلفزيون كوسيلة لإنتاج الإستعراض والتمشهد ولتقديم الفرجة. ومن هنا تم تشخيص إخفاق بعض التلفزيونات لكونها إنجرت وراء إنتاج الخطاب على حساب إنتاج السرد.

إضافة إلى هذه المفاهيم الثنائيات، تتخذ البنيوية المجالات التالية موضوعا لدراستها:

الصورة(**) la photographie:** تعرف الصورة (بأنها كل تقليد تمثيلي مجسد أو تعبير بصري معاد تحمل هذه الصورة رسالتين الأولى بدون مدونة، والثانية مزودة بمدونة ومستمدة من الأولى. ولزيد من رسالة إضافية يطلق عليها عادة بأسلوب إنتاجها. وهو الذي يشكل المعنى الثاني عبر مدلول جمالي أو إيديولوجي يحيلنا إلى ثقافة متلقى الرسالة(33) تتميز الصورة

الفتوغرافية، حسب (رولان بارث)، بكونها ذات إستقلالية بنيوية: تتشكل من عناصر منتقاة، وموضبة، ومعالجة وفق المطلبين: المهني، والجمالي / الإيديولوجي اللذين يعطيان لها بعدا تضمينيا. توجه إلى المتلقي الذي لا يكتفي بتسلمها فقط، بل يعيد قراءتها على ضوء ما يملك من زاد ثقافي ورمزي، إي إنطلاقا من مرجعية ثقافية وحضارية. وتتصل هذه البنية في الصحافة المكتوبة ببنيات لسانية أخرى: العنوان، الشروح والتفسيرات المرافقة لها la legende، والنص الصحفي ازدادت الدراسات العلمية إهتماما بالتحليل البنيوي للصورة نتيجة الإعتماد المكثف على هذه الأخيرة في عملية التواصل وفي الإشهار. وظهر جيل من الباحثين الذين سعوا إلى توظيف مجموعة من المفاهيم المستخدمة في اللسان وطبقوها على الصورة: مثل: الرمز المرئي، الدال والمدلول، التمثيل، التضمين والتعيين. وغيرها.... مع العلم بأن محتويات هذه المفاهيم والعلاقات بينها تختلف في الصورة عن اللسان، فعلاقة الدال والمدلول في العلامة اللسانية هي علاقة -إعتباطية عرفية، بينما الدال في الصورة هو التماثل مع الواقع المدلول le réel signifié (34) لقد إعتمدت الدراسات البنيوية الحديثة للصورة الإشهارية على ما توصلت إليه المدرسة الثقافية "culturaliste ecole" في الولايات المتحدة الأمريكية على يد (ماك دوغال) "W. Mac Dougel"، وروث بنديكت "Rut Benedict". وما توصلت إليه سيميولوجيا الإتصال بفرنسا، بفضل أعمال «جيرار لانيو» "Gérard Lagneau" و«برنار كتلات» "Bernard Cathelat" (*****)، للبحث عن معنى «الحقيقة السوسيوثقافية»، و«التطابق الثقافي» "la conformité culture"، و«صورة الذات» "l'image de soi".

يمكن الإشارة في هذا الصدد إلى أن الدراسات الإعلامية في الوطن العربي لم تهتم بالصورة، رغم تزايد أهميتها في الإتصال وفي وسائل

الإعلام، إذ تم التعامل معها كعنصر تبوغرافي، ضمن العناصر الأخرى، التي تشكل صفحة الجريدة.

الإخراج الصحفي la mise en page: تم تجاوز دراسة الإخراج الصحفي من زاوية البحث عن مظاهر توازن الصور والأعمدة والأشكال والخطوط وكل العناصر التبوغرافية أو عدم توازنها، وقياسها بالسنتيمتر المربع. حيث شكل الإخراج الصحفي مجالا للدراسة السيميولوجية التي تبحث عن «إخراج المعنى» عبر الأشكال والملفوظات.

وعرف بأنه: (بلاغة الفضاء الذي يهدم نظام الخطاب > بمنطقه الزمني > لإعادة تشكيل خطاب أصيل، خطب الجريدة. فصحة هذه الأخيرة هي شكل "figure" > شكل يدرك بالنظر > وفي الوقت ذاته تمثيل > figuration بلاغي > للإعلام (35).

البرمجة الإذاعية والتلفزيونية: لا يمكن إعتبار البرمجة عملية بسيطة تتمثل في بث البرامج وفق تراصف معين. إنها تتجسد بعد عملية جد معقدة تتدخل فيها طبيعة التلفزيون أو الإذاعة، طبيعة تمويلها، النمط الثقافي وتيرة الحياة الاجتماعية لمتلقيها. إنها مادة خصبة للدراسة البنيوية التي تقوم بتفكيك وحداتها ومحاولة قراءة نسقها على ضوء العلاقات القائمة أو المستنبطة بين الوحدات وما تفرزه من تفاعل فعلي أو مفترض مع السياق الثقافي والسياسي الذي يتم فيه التواصل مع المتلقي (الجمهور).

الفيلم: يشتمل الفيلم على عدة لغات Langages، حسب (كريستيان ماتز Christain Metz) (منها: الصور المتحركة (image mouvante) مسار الخط

المكتوب - صوت الكلام - الصوت الموسيقي والضجيج. تتفرد الصورة المتحركة وتتميز بكونها إرتبطت بالفن السينمائي، حيث لم تستخدم سالفاً في وسائل التعبير السابقة عن السينما (36).

هناك شبه إجماع بين الباحثين على أن اللقطة le plan هي الوحدة الصغرى التي تمكنهم من تحليل اللغة السينماتوغرافية. فقدمت لها عدة تعاريف، نذكر منها: [«إنها أصغر وحدة في المونتاج»، «إنها الوحدة الأساسية في تشكيل السرد السينمائي»، «وحدة المعنى السينمائي»] (37).

فاللقطة هي الوحدة الأولى التي تسمح بتقطيع الواقع المصور، وتعيد إنتاجه من خلال المونتاج الذي يحدد رسالة الفيلم، وتكون مفهومة لدى المتلقي.

الأسطورة mythe: تعرف (بأنها معلومات قصصية منظمة تدور حول المعتقدات الميتافيزيقية أو أصول الكون أو المؤسسات الإجتماعية أو تاريخ شعب من الشعوب. ووظيفة الأسطورة لأبناء المجتمع هي تسجيل وعرض النظام الأخلاقي الذي بواسطته يمكن تنظيم وتشريع المواقف والأحداث الإجتماعية) (38).

إن الوشائج بين الأسطورة ووسائل الإتصال الجماهيري لا تتضح في تأكيد البعض على أن هذه الأخيرة قضت على الأساطير القديمة وخلقت مكانها أساطير حديثة. هذا ما يمكن التوصل إليه من خلال تعريف «رولان بارث» للأسطورة. فيقول عنها أنها الكلام، لكن ليس أي كلام. فالأسطورة هي نسق من الإتصال، إنها رسالة. فلا يمكن أن تكون شيئاً، أو مفهوماً، أو فكرة، إنها نمط من الدلالة (39). فالأسطورة تتجلى عبر طريقة الكتابة والحكي والأيقونة التي تعبر بها وسائل الإتصال الجماهيري عن الأحداث.

ففي هذه الحالة تكون ضرباً من النظرية التي تصوغ الواقع الإعلامي بشكل ضمني، أي لا يعترف بها أنها كذلك، والتي يتقاسمها كل من المرسل والمتلقي، والتي تساهم في تجسيد الاختلاف بين وسائل الإتصال الجماهيري التي تنقل الأحداث الواقعية ذاتها.

إن النقد الموجه للأسطورة بإعتبارها نمطاً من الدلالة، هو في حقيقة الأمر، نقد للغة الثقافة الجماهيرية. ومن هذا المنطلق فالأسطورة حسب (رولان بارت) تفرغ الظواهر الإجتماعية من حقيقتها، وتسلب منها معناها التاريخي، وتدمجها ضمن الأشياء الطبيعية. وبهذا فهي في إعتقاده «تحول ما هو تاريخي إلى طبيعي».

البنوية ودراسات الإعلام والإتصال في العالم العربي

رغم أن البنوية وجدت طريقها إلى الفلسفة والنقد الأدبي في العالم العربي، خاصة في مغربه، ورغم أن الحديث أصبح يدور حول ما بعد البنوية، إلا أنها لازالت مثار جدل ونزاع بين المختصين في العلوم الإجتماعية في الوطن العربي. تغذى هذا الجدل من النقد الموجه للبنوية والذي أشرنا إليه أعلاه(*****). وهناك بعض المحاولات المعزولة والخجولة في دراسة منتوج وسائل الإعلام العربية دراسة بنوية، والتي لم تستثمر كل الإمكانيات التي تتيحها البنوية لفهم الظاهرة الإعلامية. وذلك لمجموعة من الإعتبارات، نذكر منها ما يلي:

أ- عانت البحوث الأمبريقية في الدول العربية، وبدرجات متفاوتة، من ثلاث أمور أساسية، وهي:

أ1- عدم نضج العمل الإعلامي نتيجة عدم إكتمال بناء المؤسسات الإعلامية. ونقص الإمكانيات التي تساعد على تقديم منتوج إعلامي مداوم

ومنتظم وذي مستوى موحد يسير نحو التحسن. فبعض الصحف رغم ما تملكه من تجربة ورصيد مهني لازالت تعاني من الإضطراب: عدم الإستقرار في تبويبها وفي مستوى تحريرها، وإخراجها، وعدم الإنضباط في ظهورها. ناهيك عن مشاكل التوزيع وإضطرابه التي تقطع أوصال إقامة كل علاقة دائمة ومتميزة مع القارئ. لذا تكون نتيجة بعض البحوث المهمة بقراءة الصحف هزيلة. إذ تتوصل إلى التأكيد على أن اختيار القارئ محدود، ويكاد أن يكون معدوما. فتبين أن القارئ يضطر في كثير من الأحيان إلى الإكتفاء بقراءة أية جريدة تصله في هذا اليوم أو ذاك.

كما إن إضطراب نظام البرمجة في التلفزيون الوطني، واهتزاز شبكة برامجه، وخضوعها للإرتجال ولنزوات الأفراد، وإفتقادهما إلى الأسس التي تسمح بتعويد الجمهور، تجعل المشاهد لا يكتشف ما يقدمه له التلفزيون إلا أثناء بثه. وتعمس مهام البحث العلمي الذي يسعى إلى البحث عن العلاقة بين التلفزيون الوطني والجمهور.

أ - 2 - تعاني البحوث الإعلامية نقص المعلومات والمعطيات الإحصائية الخاصة بوسائل الإعلام في الدول العربية: عدد الصحف، وحجم سحبها، ونسب مرتجعاتها، وأشكال تمويلها، ونسبة مساهمة الإشهار في هذا التمويل أو عدد أجهزة الإستقبال التلفزيوني أو الإذاعي، ونسبة إنتشارها الجغرافي، ونسبة توزيعها الإجتماعي، وأشكال تمويل الإذاعات والتلفزيونات، ونسبة مساهمة الإشهار في التمويل، ودرجة تغطية الشبكة الكهربائية للتراب القطري، وغيرها من المعلومات والمعطيات التي من شأنها، إن توفرت، أن تساعد في تعميق المعرفة عن علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في هذا القطر أو ذاك، وفي هذه المنطقة أو تلك، ووسط هذه الشريحة الإجتماعية أو تلك.

أ - 3 - نظرا للسياق الثقافي والسياسي الذي كان سائدا في الدول

العربية، اعتبرت البحوث الأمبريقية في مجال علوم الإعلام والاتصال ترفاً علمياً، لأن الحاجة إليها لم تكن ناضجة بالدرجة التي نشاهدها اليوم.

لم تأت البحوث الأمبريقية نتيجة تعدد قنوات الاتصال الجماهيري فحسب، بل فرضها تعدد المضامين الثقافية والسياسية والإعلامية التي يقدمها للجمهور وما تستلزمه من منافسة. وفرضتها أيضاً النزعة العقلانية التي تبحث عن المردودية الإقتصادية والإجتماعية للرأسمال المستثمر في مجال الإعلام والاتصال. لكن السياق السياسي والثقافي الذي كان يطبع تطور البلدان العربية فرض أحادية في الفكر والتصور تلغي كل تعددية في المضمون رغم تعدد قنوات التوصيل. وأفرز تحكم الدولة / الحزب الواحد في هذه القنوات. نظراً لأن الدولة هي التي تمول وسائل الاتصال والإعلام، وتتكفل بمصاريفه وتتخذ القرارات في المجالات التالية: سحب الصحف وشبكة توزيعها، طباعة الصحيفة: صباحية أو مساءية، وطباعة بقية وسائل الاتصال الجماهيري. دون الإستعانة برأي القراء، فما الداعي إذا للجوء إلى البحوث الأمبريقية؟

ربما تسمح حركة التغيير التي بدأت تدب في جسم بعض الدول العربية على الصعيد السياسي والثقافي والإقتصادي (الإقرار بالتعددية السياسية، شروع القطاع الخاص في الإستثمار في مجال الإعلام والاتصال، استقبال العديد من برامج الإذاعات والتلفزيونات الأجنبية، المساهمة المتزايدة للإشهار في تمويل وسائل الاتصال الجماهيري) بتنضيج الحاجة أكثر للبحوث الأمبريقية.

ب - يعد البحث في مجال علوم الإعلام في العالم العربي الحلقة الأضعف في الدراسات الإجتماعية والإنسانية. فمجالاته لازالت أرضاً بكرًا، لأنه ظل معتكفاً على دراسة مضمون الصحف، ودور وسائل الاتصال الجماهيري (إذاعة وتلفزة تحديداً) في التوعية أو التجنيد إزاء هذه القضية أو تلك. وما

أنجز من بحوث في مجال الإعلام والاتصال لم يتبلور في مدارس فكرية معروفة.

ج - إن اقتصاد السوق الذي امتد إلى قطاع الثقافة والإعلام في بعض الدول العربية (خاصة في ميدان السينما، والمسرح) لم يكن له حضوراً مؤثراً في مجال البحث في العلوم الاجتماعية بصفة عامة، والإعلام بصفة خاصة. فرغم إتساع مجال ممارسة الإشهار، على سبيل المثال، إلا أن هذا الأخير لم يصل إلى مستوى الإستثمار في مجال بحوث الإعلام والاتصال.

د - لازال «المجتمع المدني» في الكثير من الدول العربية في وضع جنيني، وبالتالي لم يحدد مجالات تدخله وهواجسه التي تتميز عن هواجس الحكومات. وبالتالي لم يتدخل في مجال البحث الإعلامي كما هو الشأن في بعض الدول المتطورة. فالكثير من المنظمات والجمعيات غير الحكومية فرضت في هذه الدول مواضيع للدراسة والبحث العلميين، يمكن أن نذكر منها: العنف ووسائل الإعلام، المرأة ووسائل الإعلام ...

هـ - بقيت بحوث الإعلام في الوطن العربي مرتبطة بالمؤسسة الرسمية المتشعبة بالتصور الجاهز عن وسائل الإعلام، المنسلخ من الكتابات عن هذه الوسائل في المجتمعات المتطورة. يتمثل هذا التصور في الإيمان بقدرة وسائل الاتصال الجماهيري وتأثيرها السحري على الجمهور. لذا انطلقت هذه البحوث في تحليل مضمون المادة الإعلامية التي تقدمها هذه الوسائل من زاوية مقدرتها على عكس توجهات الخطاب الرسمي إزاء هذه القضية أو تلك. إن الكفاح من أجل نيل الإستقلال الوطني، والعمل على تشييد مجتمع على أسس مغايرة لتلك التي سادت في المجتمعات الإستعمارية، زاد من الإهتمام بوسيلة الإعلام باعتبارها قادرة على نشر الخطاب المباشر داخل هذا المجتمع.

من هنا أنسقت البحوث الإعلامية وراء هاجس مركزي عكسه السؤال التالي: هل نقلت وسائل الإتصال الجماهيري هذا الخطاب، وكيف نقلته؟ وكأن هذا الهاجس ينطلق من إشكالية أن الخطاب الرسمي سليم وصحيح، بكل ما يحمل من أفكار وتصورات، لكن العلة تكمن في نقله وترويجه من خلال وسائل الإتصال الجماهيري.

نعتقد أن الدراسات البنيوية يمكن أن تفتح البحوث الإعلامية في العالم العربي على أفق جديدة وعلى هواجس وانشغالات حديثة، وهذا إنطلاقاً من الافتراضات التالية:

I - تسمح البنيوية بفهم واقع وسائل الإتصال الجماهيري والتعامل مع منتوجها (الرسائل الألسنية والأيقونية) ضمن أوضاع إنتاجه. فتمكن الباحث من تحقيق اللحظتين الأساسيتين: لحظة الانفصال عن موضوع البحث، والتعاطي معه كنص يخضع للتحليل إنطلاقاً من الرؤية المنبثقة منه، والمستمدة من الثوابت والمتغيرات المحورة فيه. ولحظة الإتصال والتفاعل مع نتائج اللحظة الأولى، حيث تكتمل قرأتها وفق الأبعاد النفسية والسوسيولوجية في الفضاء الثقافي الوطني المتميز. تتجلى أهمية هذا الافتراض (الإنطلاق من النص) إذا أخذنا بعين الإعتبار جسامه ما يردده بعض المثقفين، كقولهم: (العلوم الإنسانية والاجتماعية في العالم الثالث كلها مستمدة في العصر الحديث من الغرب، وهي إضافة إلى ذلك، تنتج وتعيد إنتاج المعرفة الغربية محلياً) (40)، أو (المعرفة التي يملكها العرب المعاصرون عن أنفسهم ليست معرفة ذاتية بالمعنى الدقيق للكلمة، بل هي معرفة وساطية، نقلت إليهم بأساليب مباشرة أو غير مباشرة) (41).

II - تمكن البنيوية من معالجة المنتج الثقافي والإعلامي من منظور الحضارة المعاشة يوميا وليس من منظور (الثقافة العليا) الموجودة في بطون الكتب، فأين هي اللغة «المدفونة» في «لسان العرب»، ونحو سبويه، وصرف ابن جني، وبلاغة الجرجاني، في حديث طلاب الجامعات اليوم، والعامل والفلاح، وفي كتابة الصحفيين، وفي المسرحيات والأغاني.

عرفت الثقافة العربية الإسلامية عدة إنقطاعات على الصعيد الأنطولوجي، فلم يصل إلى الأجيال الحالية سوى النزر القليل، وفي مجالات محدودة. فأمّهات الكتب القديمة من شعر، وبلاغة، ونحو وصرف، وفلسفة، وتصوف، وفقه، نشرت خلال الفترة 1850 - 1930 فقط. (وفترات الانتقال من التداول الشفهي إلى التسجيل الكتابي للتراث مر تحت رعاية السلطة السياسية، إن لم يكن بإيعاز منها)(42)، مع الافتراض بأن هذا الانتقال لم يحدث بدون نزعة إنتقائية وإقصائية لبعض التيارات الفكرية والثقافية.

III - إن المنتج الثقافي والإعلامي في الدول العربية شديد الارتباط بالخطاب السياسي السائد، فالثقافة تبدو أنها مسيسة كثيرا. والمضامين الإعلامية التي تقدمها وسائل الإتصال لا تبتعد كثيرا عن الخطاب السياسي السائد، تقتفي أثره، تبرره، أو تكبره، وهذا لأسباب تاريخية وإجتماعية لا يسع المقام لذكرها الآن. لذا نعتقد أن المنتج الثقافي والإعلامي يحمل، بهذا القدر أو ذاك، ما يطلق عليه «دوبري» باللاشعور السياسي. فالبنيوية تسعى إلى الكشف عن الحقيقة اللاشعورية التي تدل عليها أثارها ولا تظهر بنفسها، تستطيع أن تصل إلى ما يجسده المفهوم المذكور. أي الجانب «اللاعقلاني» في تفسير الظواهر السياسية. كما أنها تحرر من الإنكفاء على نقد السلطات، والسياسات، إلى نقد الفكر المنتج لها.

IV - تملك الكلمة مكانة خاصة في الحضارة العربية. (ففي الكتابة العربية يتم إستخدام المفردة الرنانة ذات الجرس التي تضرب في أعماق المتفرج فتلهبه وتسقطه أسير المفردة الموروثة)(43)، يؤكد الباحث وليام أيه رو هذه الحقيقة بقوله: (لا يوجد هناك شعب في العالم مثل العرب يمتلك ذاك الإعجاب الحماسي بالعبارة الأدبية، ويتأثر بشكل كبير، بالكلمة سواء المقولة أو المكتوبة)(44).

تستطيع البنيوية أن تدرس العلامة اللسانية في خضم الحياة الإجتماعية العربية، فتخرجها من حقلها المعجمي إلى حقلها الدلالي. وتكشف عن دورها في توسيع التجربة الإجتماعية والعاطفية لدى المتلقي.

V - إن اللسان على الصعيد الرسمي والشعبي في الفضاء الثقافي العربي، لا يستخدم دائما بنية توصيل المبتغى والمستهدف، بل يستخدم أيضا، وبدرجة كبيرة، للتكتم، ويبقى المعنى المقصود مختلفا وراء التلميح. إلى درجة يمكن القول أن العلاقات الإجتماعية داخل هذا الفضاء الثقافي هي ممسحة. والأحداث التي تنقلها وسائل الإتصال الجماهيري هي الأخرى ممسحة. هنا تكمن أهمية دراسة نسق العلامات اللسانية للكشف عن جوهر ما هو ممسح، والمسكوت عنه، أو المعنى الضمني المتلبد وراء المعنى الظاهر.

VI - تؤكد دراسات التلقي والتأثير الإعلامي، على أن المشاهد يرتكز على التجربة المتحصل عليها مما يشاهد في التلفزيون ليعطي معنى لبعض الأوضاع في حياته الواقعية ويؤولها. ويرتكز على تجربته في حياته الحقيقية ليعطي معنى لما يشاهده من برامج في التلفزيون(45).

يمكن القول أن الإستعراض الكبير والوحيد الذي يحظى بجمهور عريض في الدول العربية هو المادة المتلفزة، ونظرا لكثرة الإقبال على برامج التلفزيونات الأجنبية في المنطقة العربية، هناك ضرورة للبحث قصد إستخراج معنى أو «لا معنى» المادة المتلفزة. فالتحليل البنيوي للمنتوج التلفزيوني يسمح بالكشف عن العالم الرمزي المعبر عنه تلفزيونيا، والمستند إليه في فهم الظواهر في الحياة اليومية. كما أنه يسمح بتعميق الهوية. ألم يقل أن إدراك الذات، أو الوعي بالذات، يتم من خلال الآخر.

VII - إن الثقافة العربية الإسلامية مثقلة بأنواع السرد، لعل أبرزها: ألف ليلة وليلة، وكنيلة ودمنة، ومقامات بديع الزمان الهمذاني والحريري، لكن وسائل الإتصال الجماهيري لم توظفها خير توظيف. بل يمكن القول أن المادة الإخبارية التي تقدمها التلفزيونات العربية خطبا وليست سردا. فالتحليل البنيوي للمنتوج الإخباري في التلفزيون يستطيع أن يحدد أوجه قصور الخطاب ضمن إشكالية التلفزيون الحديث الذي أصبح منافسا للتلفزيونات العربية، والمتميز بغلبة الإتصال على الإعلام. وباتساع فضاء الفرجة والتمشهد التي تحصر مجال التأمل والتفكير.

VIII - إن الظاهرة التلفزيونية التي تعد حديثة العهد في المنطقة العربية تعاني تعارض المنطقين: المحكي والمصور. وكل بحث معمق في الأنسقة الدلالية المرئية والمسموعة يكشف عن تبعثر الرسالة الثقافية والإعلامية التلفزيونية العربية، وتشئت أشكال التفاعل معها. إن العمل التلفزيوني الناجح هو الذي يبدع توليفة، تتجلى فيها الدلالة عبر الفن والفن عبر الدلالة.

IX - إن المنتج التلفزيوني هو خلاصة مكثفة لكل المنظومات الإتصالية الموروثة والمكتسبة في مجتمع ما. فالبحث عن هذه المنظومات لا يسمح بتفعيل المنتج المذكور فقط، وإنما يسمح بتفجير أشكال التعبير عن الخيال، وإطلاق سراحه من خلال الإستعانة بكل التمثيلات الحاضرة والغائبة أو المغيبة (الحكايات الشعبية، الأساطير، الصور، الأفكار والمفاهيم، الطقوس الإجتماعية والثقافية)، ويسمح للمجتمع بتحقيق ذاته الثقافية التي تقصلت بفعل التوترات اللغوية في المجتمع، والإقصاء، والتعالي عن بعضها.

X - يقدم النص الإشهاري فكرة، يوجب الرغبة والإشتهاء، يطلق سراح الحلم. ويكون هذا عادة منتج عدة مدونات: (codes) بصرية، سمعية. الغوص في بنيات هذه المدونات يستطيع أن يحدد القيم الثقافية والحضارية التي يستند إليها. ويعري ذلك التعارض بين الترويج للمنتج الوطني داخل الوطن ولأبناء الوطن بالإستعانة بالحقيقة «السوسيوقافية» الغريبة والمستلزمة من الصورة المشوهة عن الذات.

الهوامش:

(*) - نقول هذا بكل تحفظ لأن بعض الباحثين يؤخذون على الدراسات البنيوية في مجال الإعلام أنها ترتكز على التحليل البنيوي لتبرير أفكارها المسبقة إزاء مادة التحليل. أنظر:

Judith Lazar: Sociologie de la communication de masse, Armand Colin, Paris 1991.

(**) - أنظر على سبيل المثال: القسم الثاني الخاص بتحليل جريدة le monde في المؤلف التالي:

A. Guedj, J. Girault: Le monde, humanisme, objectivité et politique, éd es 1970

(***) - أنظر على سبيل المثال الدراسة الكلاسيكية:

J. Gritti: Un récit de presse, communication, no 8-1966.

(****) - إن مفهوم الصورة يعجز عن التعبير على نمطين من الإتصال البصري:
photographie image.

(*****) - أنظر على سبيل المثال:

Bernard Cathelat: Publicité et image de soi, Dunod, Paris, 1992.

Gerard Lagneau: Vers une sociologie de la publicité, éd. Flammarion, Paris, 1987.

(*****) - هذا ما أستنتج من الملتقى العربي الأول للدراسات الأدبية البنيوية، المنعقد بجامعة
قسنطينة (الجزائر) في شهر ديسمبر 1986،

(1) - Raymond Boudon: A quoi sert la notion de structure, Gallimard, 1968, p. 72.

(2) - Piaget Jean: Le structuralisme, PUF, 1968, p. 6.

(3) - كيروزيل أديث: عصر البنيوية من ليفي شتراوس إلى فوكو، ترجمة جابر عصفور، دار عربية،
بغداد، 1985، ص 289.

(4) - عبد الباسط عبد المعطي، عادل الهواري: في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع، دار المعرفة
الجامعية، مصر، ص 220.

(5) - Miriam Glucksmann, Structuralism analysis in contemporary social thought: a
comparison of the theory of Claude Lévi Strauss and Louis Althusser.

نقلا عن د / عبد الرحمان عزي: ما بعد البنيوية والمعاليم الثقافية العربية، المستقبل العربي، لبنان،
1988/12.

(6) - Peter Mblau and Robert K. Merton, Continuities in structural inquiry

نقلا عن د / عبد الرحمان عزي، نفس المرجع.

(7) - عبد الباسط عبد المعطي، عادل الهواري، نفس المرجع.

(8) - Roland Barthes: Essais critiques, Ed. Seuil, Coll le Point, Paris, 1981, p. 123.

(9) - Claude Mouchot: Introduction aux sciences sociales et à leurs méthodes,
Presse Universitaire de Lyon, 1986, p. 284.

(10) - Idem, p. 288.

(11) - K. Nair: Marxisme ou structuralisme, critiques de l'économie politique, oct.
décem. 1972, p. 82.

(12) - عبد الباسط عبد المعطي، عادل الهواري، نفس المرجع، ص 216.

- Claude Mouchot, op. cité, p. 289. - (13)
- Idem, p. 289. - (14)
- H. Marcuse: L'homme unidimensionnel, cité par A. Mattelart, penser les médias, éd. la découverte, 1991, p. 89. - (15)
- R.K. Merton: Social theory and social structure, cité par Armand Mattelart: Penser les médias, la découverte, 1991, p. 64. - (16)
- Philippe Breton, Serge Proulx: L'explosion de la communication, éd la découverte/bréal 1991, p. 148. - (17)
- Op. cité, p. 154. - (18)
- Idem, p. 151. - (19)
- Idem, p. 154. - (20)
- Philippe Breton, Serge Proulx: op. cité, p. 167. - (21)
- Idem, p. 169. - (22)
- Idem, p. 169. - (23)
- (24) - من المحاولات الكلاسيكية التي إطلعنا عليها في هذا المجال:
- A. Guedj, J. Giraud: Le Monde ... humanisme, objectivité et politique, e.s 1970.
- (25) - ميلفن ل ديفلور، ساندرا بول، روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع 1993، ص 332.
- Voir, Maurice Mouillaud et Jean François Tétu: Le journal quotidien, Presse Universitaire de Lyon, 1989. - (26)
- R. Barthes: S/Z, Seuil, 1970, p. 14. - (27)
- (28) - أنظر ما تضمنها:
- Marc Buffat (collectif): Introduction à la sémiologie (texte-image) O.P.U. - (29)
- Alger (sans date d'édition).
- Bois (Jean du): Dictionnaire linguistique, Larousse, France, 1989, p. 157.
- Marc Buffet: Discours/récit, in Introduction à la sémiologie...op. cité, p. 44. - (30)
- Bois (Jean du), op. cité, p. 156. - (31)
- (32) - نقلا عن

Marc Buffet, op. cité, p. 437 - Pierre Francastel: L'image, la vision et l'imaginaire, Denoel/Gouthier, 1983, p. 173.

R. Barthes: Le message photographique, Communication, 1-1962. - (33)

in E. Morin: Nouveaux courants dans l'étude des communications de masse, - (34)
sociologie de l'information, textes fondamentaux, ed. Larousse, 1973, p. 119.

Mouillaud Maurice, Tétu François: Le quotidien, Presse Universitaire de - (35)
Lyon, France, 1989, p. 56, 58.

Jean Mottet: Portée sémiologique de quelques concepts linguistiques - (36)
appliqués au cinéma, in Introduction à la sémiologie, op. cité, p. 89.

(37) - يوري لوتمان: سيميوطيقا السينما في: مدخل إلى السيميوطيقا، ترجمة سيزا قاسم -
نصر حامد أبو زيد، الجزء الثاني، منشورات عيون، المغرب، 1987، ص 115.

(38) - دينكن ميتشيل: معجم علم الاجتماع، ترجمة ومراجعة إحسان محمد الحسن، دار الطليعة
للطباعة والنشر، بيروت، 1981، ص 148.

R. Barthes: mythologies, ed. Seuil, 1970, p. 193. - (39)

(40) - هشام شرابي: النقد الحضاري للمجتمع العربي في نهاية القرن العشرين، بيروت، مركز
دراسات الوحدة العربية، 1990، ص 27.

(41) - نفس المرجع، ص 49.

(42) - علي أولملي: الخطاب التاريخي، دراسة لمنهجية ابن خلدون، معهد الإنماء العربي، لبنان، بدون
تاريخ، ص 23.

(43) - حوار مع المخرج المسرحي جواد الأسدي، مجلة الطريق، لبنان، أبريل-ماي 1986.

(44) - وليم إيه رو: الصحافة العربية، الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، ترجمة
موسى الكلائي، المكتب الأردني، 1989، ص 47.

William Seaman: Théorie du public actif, un populisme non fondé, in les - (45)
dossiers de l'audiovisuel, no 51 - sept-oct. 1993.