



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



\*Corresponding author:

**Asst. Prof. Dr. Sanaa Sabah Ali**

University: University of Basra  
College: College of Arts

Email:

[sana.sabah@uobasrah.edu.iq](mailto:sana.sabah@uobasrah.edu.iq)

**Keywords:**

Reality, Knowledge,  
Postmodern World, Textual  
Discourse, Visual Discourse.

**ARTICLE INFO**

**Article history:**

Received 12 Jun 2023

Accepted 28 Sep 2023

Available online 1 Oct 2023

## Media and its Role in Reproducing Reality

### (A Philosophical Study)

#### ABSTRACT

Philosophy has always sought to take a conscious stance toward reality. Therefore, the question of reality and its answer has occupied a significant place in philosophical writings. However, it has evolved throughout the long history of philosophy, taking a new turn in our contemporary era. One of its forms is the question of the possibility of the total disappearance of reality according to Jean Baudrillard, or complete detachment from it, and the examination of the nature of our postmodern world. Another aspect is the investigation of how the postmodern relates to reality, according to Deleuze and Pierre Lévy, or the exploration of how the postmodern ascends to reality. Within this context, the profound impact of media on shaping our perception of reality, particularly through screens, cannot be underestimated. The study aims to shed light on the significant influence of media, especially screens, in our understanding and transformation of culture and social values. Our perception of the postmodern reality is described as being more real than reality itself, as images become our measure of truth, surpassing the actual reality in terms of realism. The importance of this study lies in its attempt to highlight the capabilities of the postmodern – the communicative discourse or the discourse of images and its role in shaping individual and social consciousness. Images penetrate our emotional senses and intertwine with our cognitive structure, either elevating it or dominating it. Its impact extends beyond changing our social fabric, delving into our interpretation of the world and our knowledge of it. The postmodern virtual reality possesses elements of intensity and fascination that make it surpass the old reality. Therefore, the virtual becomes the metaphysical principle responsible for shaping the individual and social consciousness of contemporary civilization.

© 2023 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/>

الأعلام ودوره في إعادة إنتاج الواقع

(دراسة فلسفية)

أ.م.د. سنا صباح علي/ كلية الآداب /جامعة البصرة

الخلاصة:

كانت ولا تزال الفلسفة تحاول ان تقف موقفا واعيا اتجاه الواقع ، لذلك احتل السؤال عن الواقع والإجابة عنه حيزا كبيرا في الكتابات الفلسفية ، لكنه اختلف خلال تاريخ الفلسفة الطويل، ليأخذ السؤال عن الواقع في عصرنا الحالي منعطفا جديدا ، وليصبح احد اشكاله ، السؤال عن امكانية الاختفاء الشامل للواقع بحسب جان بودريار ؟ او الانفصال التام عنه ، والبحث في ماهية عالمنا الافتراضي ؟ وعلاقته بالواقع ؟ بحسب دولوز و بيبير ليفي او البحث في كيفية ارتقاء الافتراضي الى الواقعي ؟.

ووسط هذا الاثر الكبير لوسائل الاعلام على الواقع ،سوف خلال السؤال الاثر الكبير للأعلام وعلى الاخص الشاشات في معرفتنا وفي تغيير ثقافتنا وقيمنا الاجتماعية ،ونظرتنا الى الواقع الافتراضي بوصفه حقيقة يقينه ،لتصبح الصورة هي مقياسنا للحقيقة ،ولتصبح اكثر واقعية من الواقع.

وتكمن اهمية هذه الدراسة في محاولتها تسليط الضوء على قدرات الواقع الافتراضي- الخطاب الاتصالي او خطاب الصورة- ودوره في تشكيل الوعي الفردي والاجتماعي ، فان الصورة تقتحم احساسنا الوجداني وتتداخل في تكويننا العقلي، وقدرته على توجيه هذا الوعي وجهات معرفيه وقيمييه ، للارتقاء به أو استلابه ، فهي لم تقتصر على تغيير نسيجنا الاجتماعي وانما امتدت لتتدخل في تأويلنا للعالم ومعرفتنا به . فالواقع الافتراضي الجديد يملك من عناصر الشدّ والابهار ما يجعل الواقع القديم يتراجع امامه. فالافتراضي يتحول شيئا فشيئا الى اكثر واقعية من الواقع ، لتصبح الرقمنة هي المبدأ الميتافيزيقي المسؤولة عن تشكيل الوعي الفردي والاجتماعي للحضارة المعاصرة.

الكلمات المفتاحية : الواقع ، المعرفة ،العالم الافتراضي ،خطاب النص ،خطاب الصور

المقدمة:

بعد أن اصبحت الصورة قوة ثقافية جديدة ونحو جديد له منطقة الخاص لا يستجيب لشروط المنطق القديم . واصبحت الصورة تؤثر في توجهاتنا الفكرية والثقافية ، فتغير معها مقاييس الثقافة كلها ، ارسالا واستقبالا وفهما وتأييلا. وتحوله معها الخطاب الثقافي من خطاب النص الى خطاب الصورة , ومن ثقافة النص الى ثقافة الصورة. وهو تغيير تغير معه القادة المؤثرون في كيان المجتمع . ولم يعود الفيلسوف او الأديب والعالم هو من يقود ثقافة الجماهيرية وانما تخلقت قوى اخرى.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في محاولتها تسليط الضوء على قدرات الواقع الافتراضي- الخطاب الاتصالي او خطاب الصورة- ودوره في تشكيل الوعي الفردي والاجتماعي ، فان الصورة تقتحم احساسنا الوجداني وتتداخل في تكويننا العقلي، وتعمل على توجيه الوعي وجهات معرفيه وقيمييه ، للارتقاء به أو استلابه .

هذه الصور قد يقف خلفها بعدا قد يكون معرفي ، قيمي ، جمالي ، ايدولوجي ، ثقافي ، تسويقي ، ليتحول بعدها الاعلام الى وسيلة لتحقيق غايات ابعده ، قدمنا في هذه الدراسة ست ابعاد هي ، البعد المعرفه، البعد الاستهلاكي ، البعد الإرهابي ، البعد الفكري ، بعد الهيمنة ، البعد القيمي . فقد اصبحت وسائل الاتصال اداة للهيمنة على الاخرين. عبر صناعة الوقائع المزيفة التي لا تنصف او تعكس طبيعة الحدث في العالم الحقيقي ، بقدر ما تعكس ايدولوجية صانعي هذه الوقائع المزيفة لإخفاء حدثية الحدث التي يرفضها الرأي العام. وإبقائهم اسيري الشاشة التي يدركون عبرها احداث العالم.

## الاعلام

تعيش الشعوب المتحضرة الآن في ثقافات ترسم وسائل الإعلام الكثير من ملامحها، فالإعلام يوجه المجتمعات، إيجابا أو سلبا، وتتخلل وسائله المرئية والمطبوعة والسمعية صور بصرية وغايات متنوعة وتأثيرات مقصودة، وكل صورة يمكنها أن تخدم أغراضا متعددة، وتظهر في نسق من الأوضاع لصنع معان لأشياء مختلفة لأناس مختلفين أصبح مصطلح "وسائل الإعلام" (Media) مألوفا لمعظم الناس، لكن بعضهم يفهم أن المقصود به هو التلفزيون، ويجادل آخرون بأنه الصحافة المطبوعة، وهناك من يطلقه على التقنيات الحديثة المتطورة لوسائل الاتصالات من إنتاج واستقبال، غير أن التلفزيون على الرغم من أهميته كوسيلة اتصال، لا يقتصر مفهوم الإعلام عليه فقط، ولا يحدد الإعلام بالصحافة المطبوعة، كما أن تقنيات الاتصال ليست هي وحدها المقصودة بهذا المصطلح. (ناصر:2011،ص9)

يمكن القول ان الاعلام وسيلة - أداة تقنية، وسيط - تمكن الناس من التعبير ومن إيصال هذا التعبير إلى الآخر، مهما كان موضوعه أو شكله. ولكن تعرف «الميديا» أيضاً باستخدامها الذي يعين في الوقت نفسه دوراً محدداً مسيطراً، والطريقة الفضلى للعب هذا الدور، فهي تتخلص بصعوبة من المهمة التي حددت لها: نظام إعلامي، وسيلة تسلية ولهو أو معرفة؛ ركيذة لمؤلفات أو روائع فنية.(بال:2008،ص7)

وان صح القول فأن مصطلح "وسائل الإعلام" يطلق على جميع وسائل الاتصال الحديثة، كالسينما، والتلفزيون، والصحف والمجلات، وأجهزة الحاسوب ، والهواتف الثابتة والجوالة، وألعاب الفيديو، وأكثر هذه

الوسائل أهمية هو الإنترنت. تعريف "وسائل الإعلام" ليس سهلاً؛ لأنها تختلف في طبيعة قنوات اتصالاتها (ورق مطبوع "الكتب والمجلات والصحف" / إلكترونية "التلفزيون" / مواد كيميائية "الفيلم" / ممغنطة "أقراص وأشرطة") أو في طريقة تقديمها (مرئية ومقروءة "الكتاب" أو مسموعة "الراديو" أو ملموسة "طريقة برايل" أو مرئية ومسموعة "التلفزيون والفيلم" أو مقروءة ومسموعة ومرئية "الإنترنت" (ناصر: 2011، ص9)

تتقاسم وسائل الاتصال، بنسب متفاوتة، مهمات أو نشاطات مختلفة - الإعلام، الدعاية، الترفيه، التربوية، الإبداع -، أو أنها قد تنماهي مع أحد هذه النشاطات. وعلى مر السنين غالباً ما ولدت فناً معيناً أو شكلاً من التعبير أو نظاماً خاصاً من التفكير: كالصحافة الإخبارية أو الريبورتاج وفيلم السينما والإعلان والوصلة الدعائية والفيلم الوثائقي أو المسلسل التلفزيوني والمنوعات والفيديو ومواقع الشبكة. (بال: 2008، ص7)

### خصائص مشتركة بين وسائل الإعلام:

ان وسائل الإعلام هي أنظمة الاتصالات بين الناس، و الإعلام يستخدم عملية تصنيع التكنولوجيا لإنتاج "الرسائل"، حيث يهدف الإعلام بصورة عامة إلى الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، أو أنه يستخدم من قبل الناس، هنا "إعلاماً واسعاً" يعد من خلال "إنتاج واسع" وصولاً إلى "اتصالات واسعة". ويهدف الإعلام إلى تيسير الاتصالات بين الناس عبر المسافات (مع/ أو الزمن) من دون أن يضطر المرسل إلى الحضور، فالاتصالات هي التي تسجل وترسل. و الإعلام هو الوسيط الذي يوصل المرسل بمستلم الرسائل. تأثر وسائل الإعلام بالمصالح التجارية واستثمارها كصناعة تحقق أرباحاً عالية أدى إلى تطورها السريع. إذا، مصطلح "وسائل الإعلام" واسع ومتشعب، ولكن بعد التعرف على الخصائص المشتركة بين وسائل الإعلام، يمكن التوصل إلى وضع إطار عام لها: وسائل الإعلام هي تلك المصممة للوصول إلى جمهور واسع، وتعمل بانسجام لتوليد هيمنة محددة أو تمثيل شعبي للأحداث، والناس، والأمكنة. وسائل الإعلام الأساسية هي الإذاعة، والتلفزيون، والسينما، والصحافة من صحف ومجلات، ثم اتسع المصطلح ليشمل التطورات المعاصرة في وسائل الاتصالات، كالهواتف الجواله، والإنترنت، والشبكات. (ناصر: 2011، ص9)

ووسط هذا التنوع الكبير لوسائل الاعلام، سوف نتناول بالبحث الاثر الكبير للأعلام وعلى الاخص الشاشات، أثرها في معرفتنا وثقافتنا الاجتماعي، بعد ان كان النص المقروء هو ادات التأثير الكبيرة في المجتمع انتقال التأثير الى الصورة واصبحت اشد تأثيراً على حياتنا الاجتماعية .

الصورة هي خطاب يمتاز الدهشة و المداهمة والتلقائية والابهار مع السرعة الشديدة ومع قوة التأثير في المتلقي وحرية الارسال والاستقبال دون موانع. هذا التأثير السريع ساهم في التغيير الثقافي بتحول الخطاب من الخطاب الادبي الى خطاب الصورة ومن ثقافة النص الى ثقافة الصورة (P.98, ، 2005 : Baudrillard).

بدورها تحولت الحياة المعاصرة الى عالم من الشاشات ، فالشاشات معلقة في اماكن كثيرة، حتى اصبحت صلتنا بالأشياء المحيطة بنا لا تتم إلا بواسطتها ، شاشات الإعلانات الكبيرة ومعظم الأجهزة الالكترونية أصبحت تعمل عن طريق الشاشات والهواتف المحمولة وغيرها ،هي تتحكم في خياراتنا وتوجهاتنا ورؤيتنا العالم. وما يحصل على الشاشات بتنوعها يسعى العالم تقليده والنتيجة فقدان الحقيقة فالصورة التي تقدم على الشاشات ليست اصلية ولا الواقع الذي تحاول تقليده اصلي وحقيقي ، ولذلك قال بودريار نحن البشر اصبحنا شاشات وعلاقتنا مع الاخرين هو علاقات مع الشاشات ،وما يظهر على الشاشة لا يمكن فهمه بوضوح ودقة ، فما تعرضه الشاشة يتم ادراكه بصورة سريعة اذا ان الصور تتبدل بشكل سريع ،وليس هنالك مجال للتأمل لايبقى في الذاكرة سوى لقطات سريعة لا تؤسس لأي معرفة ثابتة ويقينية.( بدر الدين:2013:ص249)

ومن ثم فان كل التطورات التكنولوجية أثرت وستؤثر بشكل كبير ليس فقط ، في اقتصاديات وسياسة الدول وإنما امتد تأثيرها على حياتنا الاجتماعية اسلوب عملنا و حياتنا ، فهي تحمل الينا طرق جديدة في التواصل والتفاعل مع الاخر ،وهي من ثم تغير نسيجنا الاجتماعي وتؤيلنا للعالم ومعرفتنا به. بمعنى إن الواقع الجديد -الافتراضي-أصبح أشد واقعية واصبحت الصورة بحسب بودريار قاتلة الواقع (،1983,p.4):

(Baudrillard)

لذلك فإن العالم الافتراضي يتحول شيئا فشيئا الى اكثر واقعية من الواقع ، فشاشات العرض الكبيرة في كل مكان ، تقدم الاعلانات ،فهي تقدم على سبيل المثال لا الحصر في امريكا، القلاع التاريخية التي تعود الى العصر الوسيط تقدم في نهاية الاسبوع بطعامهم ، ازيائهم ، والاشتراك الزائف في هذه العوالم المتعددة له اثار كبيرة، في التأثير في الافراد (بدر الدين:2013:ص249).

لأهمية الصورة بوصفها اصبحت في الوقت الحالي ، قوة ثقافية جديدة نلاحظ ان اميركا لم تمنع الكتب ولا الصحف المناوئة لسياستها ولكنها منعت المحطات التلفزيونية ( الغدامي:2005:ص24).

ومما ترتب على هذه التطورات التكنولوجية ، أن اصبحنا أكثر صلة وقبول للواقع الافتراضي من الواقع الفعلي ، ولم يعد من السهولة على الكثيرين التمييز بين الواقعي والافتراضي ، فالآلة الان هي التي تنتج تدفقا يكاد لا ينقطع من الصور ، تستطيع إعادة إنتاج كل شيء ، وتوليد صور بلا نهاية (BignellJonathan 1997,P.194: هذه الصور قد يقف خلفها بعدا قد يكون معرفي ، قيمي ، جمالي ، ايدولوجي ، ثقافي ، تسويقي ، ليتحول بعدها الاعلام الى وسيلة لتحقيق غايات ابعده ، وقفنا عند ست منها هي :-اولا ، الاعلام بوصفه وسيلة للمعرفة ، ثانيا ، الاعلام بوصفه وسيلة للاستهلاك ، ثالثا ، الاعلام بوصفه وسيلة للإرهاب ، رابعا ، الاعلام بوصفه وسيلة للغزو الفكري ، خامسا ، الاعلام بوصفه وسيلة للهيمنة ، سادسا ، الاعلام بوصفه أداة لتغيير القيم الاجتماعية ، ونبدأ عند اولها بوصفها وسيلة للمعرفة :-

### 1. الاعلام بوصفه وسيلة للمعرفة :

وسائل الاعلام او ما اصطلح على تسميته بالميديا. لقد كانت وسائل الاعلام تلعب او هكذا كان هدفها دور الوسيط بين الداخل والخارج. اداة اتصال بين الانسان وعالمه الخارجي ، تعمل على تقليص الزمان والمكان من اجل ان تتم عملية التواصل. لكن مع مرور الوقت ، ازدهرت المؤسسات الاعلامية وتحولت الى مؤسسات رأسمالية تتنافس في تحقيق الارباح ، وفي المقابل ازداد أقبال الانسان المعاصر عليها بما تقدمه له من معلومات ، حتى باتت الان هي الوسيلة الاولى للمعرفة وكانت المحصلة ان وسائل الاعلام قد شيدت عالم مختلفا بالكامل ، فيض من الصور والإخبار التي ساهمت اكثر في غياب الواقع الحقيقي وتضائل حجمه وكما يقول جيل دولوز: "ان العالم الحديث هو العالم الذي حل فيه الاعلام محل الواقع (عالمي: 2004،ص76) ومن ثم فان الواقع يمكن تغييره باستخدام تأثير الميديا ، فبعد ان تكون المضامين كلها قد الغيت ربما تبقى الميديا بحد ذاتها بمثابة قيمة استعمالية ثورية (بودريار:2005،ص152)

يمكن القول ان الاعلام يشيد عالماً لا علاقة له بالعالم الحقيقي ، احداث لم تحدث كما نشاهدها ، وقضايا غير ذات وجود ، فما يجعل الاعلام كلي القوة، هو كذبه او عدم صحته. فالصورة اصبحت تسبق ما هو حقيقي إلى المدى الذي يعكس السببية والمنطقية لترتيب الحقيقة ومنتجاتها (Baudrillard :1981: p.13). ولذلك قال بودريار "حرب الخليج لم تحدث" لم يكن يعني أنها كانت مجرد إنتاج استوديو ، مثل نسخة نظرية المؤامرة من الهبوط على سطح القمر. وانما لفت الانتباه الى ان المسألة كلعبة الفيديو المُدارة على مراحل ، والتي هي خارج الإطار التلفزيوني ، يموت الأشخاص "الحقيقيون" بشكل رهيب وبأعداد كبيرة. كان يدعي على الرغم من أن الواقع الافتراضي والواقعي قد اختلطا بشكل لا ينفصل ، وأن ذلك لم يكن سوى محاكاة للحرب (للعلمية الفنية) وأن أحادية الجانب في المسابقة انعكست تماماً في هيمنة خبرائنا ، كان ينكر

الظاهري على الواقعي ، بما في ذلك في غرفة الحرب نفسها. (Richard :2010,p179) هنا نستطيع ان نقول ان الحاجز الذي كان موجود بين الواقعي والافتراضي قد سقط. واليوم، حيث نعيش نحنو محاطون بشاشات تمارس دكتاتوريتها. (جان بودريار، و جان نوفيل .2003:ص.12)

واخيرا فأن هيمنة الشاشات ، جعلت من علاقة الفكر والموضوع تصبح لا انسانية ، فلم تعد المعرفة تأويلا للعالم و لا مبادلته بالأفكار، بين الذات والموضوع ، وإنما الموضوع اليوم هو من يؤثر في عالم الذات . و اذا كان ظهور الوعي أحدث تأثيرا في سيرورة العالم، فإن العالم اليوم أحدث اثرا في سيرورة الوعي. (بودريار:2013،ص36)

## 2. الاعلام بوصفه وسيلة للاستهلاك:

لقد اصبح ما يحتاجه الانسان في المجتمع المعاصر لا تحدده احتياجاته الحقيقية الخاصة وإنما الصورة والدعاية والإعلام ، لذلك يربط بودريار بين الصورة والاستهلاك ، فقد كانت الحاجة الانسانية هي الدافع لابتكار وسائل اشباعها لكن في المجتمع الرأسمالي يتم خلق حاجات وهمية ثانوية للإنسان ، وتتحول هذه الحاجات بمرور الوقت من حاجات ثانوية الى حاجات اساسية ( بدر الدين:2013:ص249).

ومن ثم تؤثر في توجهاتنا الفكرية والثقافية ، فتتغير معها ثوابتنا الثقافية ، من حيث التلقي والفهم والتأويل ، وبدوره حدث تحول في مقاييس الجمال و الذائقة ومفاهيم الحق ، فالصورة تؤثر في مشاعرنا وتتداخل في بناء عقولنا ، وهي تؤثر في رغباتنا الاقتصادية حيث تدفعنا الى شراء اشياء لم نفكر في اقتنائها لولا ثقافة الصورة ، كما انها تؤثر في قراراتنا السياسية والاجتماعية وخياراتنا الفكرية والثقافية ( الغدامي:2005،ص8)..

يعمل الاعلام على اقناع الناس بأمر تافهة او ثانوية فهو يستعين في ذلك بأساليب البحث النفسي ليبث في الناس اقتناعا زائفا بان قيمهم في المجتمع يحددها المنتج الذي يستخدمونه. ويبدو مفهوم (الفتشية السلعية) او (الصنمية السلعية) الذي حدثنا عنه ماركس في راس المال على علاقة وثيقة بتحليل بودريار ، فالسلعة تتحول من كونها منتج الى كائن تدب فيه الحياة ، هذا الكائن يمارس تأثيرا كبيرا على المشاهد. بحيث يتحول المشاهد بمرور الوقت الى عابد لهذا المنتج ، ويعتاد تدريجيا التعلق بالمظهر السطحي لها بدلا من الجوهر الحقيقي .

وبحسب بودريار فإنما فاترينه -واجهات العرض- المحل هي المنطقة التي تتقاطع عليها الرغبات والغرائز. انها اشبه بالمغناطيس. او ما يطلق عليه بالتصنيع هو تحويل شيء ما الى صنم ، وهو يشير الى تحول احد

منتجات العمل الانساني الى شيء مستقل عن الارادة الانسانية والتحكم البشري ، بتحول المنتج الى كائن حي له حياته المستقلة وقوانينه الخاصة. هذا التوصيف ينطبق على اشياء كثيرة اهمها في حياتنا الصورة والسلعة. السلعة صنم لأنها من انتاج البشر لكنها تستقل عنهم وتسيطر عليهم ، والصورة صنم لأننا نتواصل معها على انها الواقع الحقيقي في حين انها شيء مصطنع (الغذامي:2005،ص24).

أذا كانت صنمية السلعة هي السائدة في بداية تطور الانتاج الرأسمالي ، اما الان فقد حلت الصورة محل السلع. كانت صنمية السلعة تشير الى امتلاك السلعة ذاتها كدال على المكانة الاجتماعية للفرد ، اما الان فقد دخل المجتمع في مرحلة جديدة من الهيمنة ، تلك التي تتمثل في ضرورة اثبات ، الملكية في شكل ظاهر. فالتملك يجب ان يكشف عن نفسه ويظهر في صورة رموز وصور. وإذا كانت صنمية السلع هي الشكل الاساس للمجتمع الرأسمالي. فان اما ساعد الان على انتشارها هي الصورة ذاتها التي نتعرف على السلع من خلالها. وامتلاك هذه الصور حل محل امتلاك السلع ذاتها ، بحيث اصبحت العلامة -الماركة التجارية -الدالة على المكانة الاجتماعية للفرد مرتبطة بامتلاك الايقونة الدالة على السلعة ذاتها . ( الدين:2013:ص254).

على سبيل المثال اللوحة تصبح فقط فن كائن في عالم الفن اليوم مع توقيع الرسام ، مع علامة من أصلها الذي يضعه بوصفها "القيمة التفاضلية" ضمن نظام العلامات ، السلسلة من الأعمال ، وهذا هو من أعمال الرسام، تتحول الى علامة. ( Baudrillard،1981:P.43 )

ومن ثم فإن وسائل الإعلام ما بعد الحداثة والمجتمع الاستهلاكي ، كل شيء يصبح صورة ، علامة ، مشهد ،هدف. ويرافق هذا "تجسيد الجماليات" بمحاولة يائسة لمحاكاة الفن ،من ثم للتكرار وبمزج الأشكال والأساليب الفنية السابقة ، ولإنتاج المزيد من أي وقت مضى الصور والأشياء الفنية. لكن هذه "الانتقائية المذهلة" من الأشكال والملذات تنتج حالة يكون فيها الفن، مجرد سلعة ، فالأسعار الباهظة بشكل متزايد للأعمال الفنية . (Baudrillard:1994:P254)

فبعد ان كان اقتناء الفن للفن لما يحمل من قيمه ذاتية ، أصبح بسبب الميديا وثقافة الصورة تحول اقتناء الاعمال الفنية لنشوة الامتلاك وليس للبعد القيمي والجمالي للعمل الفني .

**3. الاعلام بوصفه وسيلة للإرهاب :**

يشير بودريارد ان منذ احداث الحادي عشر من سبتمبر، تحولت دلالة مصطلح الارهاب ، اي هجمات 11 سبتمبر الإرهابية على البرجين التوأمين ، فقد كان مشهد جمالي وإعلامي مذهل. مشهد يثير الرعب والانبهار في الوقت ذاته. لذلك تسأل بودريار عند امكانية أن يكون ما حدث عمل فني (p.34, Kellner,2006)

ومن ثم ظهرت العديد من الدراسات حول الصورة ، فظهر مفهوم الصورة الزائفة ، والمحاكاة. وبالتحديد في العام 1995 عنون بودريار احد مؤلفاته ، التي حظيت بصيت سيئ ودار حولها العديد من النقاشات ( حرب الخليج :لم تقع ،وقد ظهر هذا المؤلف في البداية بصورة مجزأة على شكل مقالات في الجريدة "الغارديان" أبان الحرب على الخليج الاولى، في جوهره، في ان وسيلتنا المنفردة الى احداث الحرب هو الاعلام ،ولذلك فانه ليس لمشاعرنا وتأكيداتنا بشأن الحرب أي اساس في الواقع يتعدى الاساس الذي لأي وجه اخر من اوجه الحياة. فالحرب، مثل كل شيء اخر، هي جزء من الخطاب الاعلامي الذي يجعلنا نعيش في عالما غير واقعي. ولا يشير بودريار هنا الى ان الاعلام يشوه الحقيقة، لأنه ليس ثمة أي حقيقة تقبع وراء المظاهر، بل يشير الى ان الاعلام يعيد انتاج واقع مفرط لا تعدو اسئلة الحقيقة فيه إلا ان تكون ثمرة للمجاز. فالحقيقة هي الان ذلك الشيء الهزيل الذي يتضاءل حجمه باستمرار الى ان يختفي تماما ( بدر الدين:2013:ص254)

ويأتي سؤال التصديق والتكذيب مصاحبا لحالة الاستقبال والتغيير ، ومقدار ما يحدث التصديق فأنا نرى حالات متطرفة من التكذيب ، ولكل سببه النسقي وبعده الثقافي ( الغدامي:2005،ص34). لذلك يتساءل ريجيس دوبري عن ماذا امدتنا تلفازاتنا في هذه الحرب ؟ ومن الذي ارادها ان تكون كذلك ؟ ان حرب الخليج ،يقول دوبري ، كانت حرب "رؤية" ولهذا بالضبط فهي غير مرئية وبدون أي اثر عندنا( نوريس : 1999: ص29)

وذلك يضع الحد الفاصل بين ما حدث بالفعل وبين الصورة الزائفة فمن خلال التزييف للحقائق الواقعية ، وتكون الغلبة للصورة الزائفة. ولقد اثارت اطروحات بودريار جدلا عنيفا على مستويات عدة ، فاتهمه البعض بـ"العدمية (هاو.2005 . ص246) . والبعض الاخر بـ "التفاهة والسطحية" (وليامز:2003،ص67) . وفي المقابل لاقت اطروحته ترحيبا كبيرا في الاوساط الامريكية ولسنا في طيبة الحال في سياق يسمح لنا بمناقشة اراء بودريار تفصيلا ، لكن بالتأكيد ان اطروحته انطلقت من فرضية مفادها ضعف طاقة وقدرة الانسان المعاصر على التمييز بين صورة الشيء والشيء نفسه ،وحتى لو تم الزعم بان حرب الخليج قد وقعت ، فان بودريار سيرد بان أي ادلة تقدم هي زائفة ،وليس اكثر او اقل صدقا من أي ادعاء سديمي اخر تطلقه وسائل الاعلام.( بدر الدين:2013:ص256)

وتبقى صور مركز التجارة العالمي: كالصدمة الكهربائية للقوة، الاذلال المفروض على القوة، ولكن من الخارج، مع صور السجون في بغداد، الامر الاسوء، انه الاذلال المميت رمزيا بنفس القدر، الذي تكبده القوة العالمية لنفسها، أي للأمريكيين بالنتيجة، فهو كالصدمة الكهربائية للعار والضمير السيئ، هذا ما يربط الحديثين. بالنسبة لـ 11 سبتمبر، الصور المثيرة للحماس لحدث الكبير، في الحالة الثانية، الصور الشائنة لشيء هو عكس الحدث، لا حدث ذو تفاهة داعرة. (بودريار: 2005، ص95)

ها هنا حقيقة هذه الصور، هي مشحونة بشطط القوة تشير لنفسها بوصفها دنيئة وبونوجرافية، الحقيقة، لا الصدق، اعتبارا من هنا، من غير المفيد، معرفة ما اذا كانت صحيحة او مزيفة، نحن من الان فصاعدا والى الابد في حالة عدم يقين فيما يخص الصور. وحده اثرها المهم من حيث انها مغمورة في الحرب، بل لا حاجة لصحفيين ملحقين بالجيش، فالعسكريون انفسهم غارقون في الصورة. بفضل آلات التصوير الرقمية صارت الصور مندمجة نهائيا مع الحرب. لم تعد تمثلها. ولم تعد تقتضي لا مسافة، ولا ادراكا، ولا حكما، منذ ذلك الحين كان من الواضح أن هذا حدث تاريخي عالمي لم تعد ضمن نسق التمثيل، ولا الاعلام بالمعنى الدقيق وفجأة فان مسالة معرفة ما اذا كان يجب انتاجها، وإعادة نسخها، وبثها معها، او المسالة "الجوهرية" المتمثلة في معرفة فما اذا كانت صحيحة او مزيفة باتت خارج الموضوع (بودريار: 2005، ص97)

#### 4. الاعلام بوصفه وسيلة للغزو الفكري:

ان الثقافة البشرية توجه اليوم لحظة من اخطر لحظات تاريخها في التحول الثقافي والاجتماعي من جهة وفي التحديات من جهة ثانية، والثقافة التي تتمكن من انتاج صور جديدة، هي وحدها التي سيكون في مقدورها تحقيق موقع امن لها ولا سبيل الى التفاعل الحي والايجابي إلا من خلال الدخول الى هذا العالم بشروطه وبمنطقه الجديد ونحويته المعدلة، لقد ثبت الصورة لا تقاومها إلا صورة مثلها تملك الدرجة نفسها من القوة والتعبير والتمثيل وإمكانية التحقق ومصادقته. ومن ثم فقد اصبحت الصورة وسيلة للتأثير وللغزو الفكري لأي مجتمع.

والحق ان التساؤل المهم هو هل يمكننا مواجهة ما يطلق عليه مصطلح الثقافة البصرية، وهي تحول ثقافي تغيرت خلاله مبادئ وادوات ومقاييس التدوق والتصوير والحقيقة ان الصورة تمارس تأثير كبير علينا فعلا فهي تقتحم ادراكنا لتنتطح في ذاكرتنا لتتحكم فيما بعد بشؤوننا الاقتصادية والثقافية والفكرية. اننا بتنا امام تحديات كبيرة ثورة ثقافية كبيرة، تؤثر علينا على جميع الميادين، حتى الفكرية منها فما تنقله الصورة يؤثر في ذاكرتنا وعلى الادي البعيد في البعد الفكري والثقافي للمجتمع، والحق اننا نشهد ملحمة

ثقافية تقوم على صراع الانساق وهي اذ تسوق نمط واحد في الظاهر الامر فهي صارت تفرض نفسها عبر انتاج صور القوة المسيطرة .

## 5. الاعلام بوصفة وسيلة للهيمنة :

يمكن القول ان وسائل الاتصال لم تعد وسائل للاتصال ، وإنما أصبحت اداة للهيمنة على الاخرين عبر صناعة الوقائع المزيفة التي لا تتصف او تعكس طبيعة الحدث في العالم الحقيقي ، بقدر ما تعكس ايدولوجية صانعي هذه الوقائع المزيفة لإخفاء حدثية الحدث. التي قد يرفضها الرأي العام. وإبقائهم اسيري الشاشة التي يدركون عبرها احداث العالم. ويرى بودريار ان وسائل الاعلام تهدف الى اخضاع الناس لامبريالية المعنى ويقول بهذا الصدد :ان هدف المعلومات هو دائما نشر المعنى من اجل ان يخضع الناس له. أي اخضاعه للسلطات التي تسعى للهيمنة على عبر الاعلام والخطاب الاعلامي والدعاية الحزبية ، وهذا ما نلمسه واضحا وجلياً في وسائل الاعلام التي تزدهر في المجتمعات سواء كانت شرقية ام غربية ام غير ذلك. وفي ظل هيمنة وسائل الاعلام فإن الدلالات والمعاني تستمد من تدفق الصور على نحو ما نشاهده في برامج التلفاز، حتى أن الجانب الأكبر من عالمنا أصبحت تسيطر عليه صور مصطنعا ونحن نتعامل معها بوصفها شخوص حقيقية ، واصبحنا نتأثر بالمشاهد اكثر من المضمون الحقيقي لهذه الوقائع، لى الحد الذي تحولت الحياة الحقيقية لدينا في شاشة التلفاز.

مع سيادة الثقافة البصرية وسيطرتها ،ازداد الاهتمام بالخطاب الاعلامي عند عدد من المفكرين والفلاسفة من مثل نعوم تشومسكي وادوارد سعيد وريتشارد رورتي. وكتب دوكلاس كلنر. كتابة عن (ثقافة الفيديو) (الغذامي:2005،ص13)

وأخيرا فان مشهد الحضارة الراهن قد تولد عنه نمط جديد من البشرية يقوم على الوعي الاستهلاكي الذي يستند الى تمجيد العلامة على أساس نفي الأشياء. والواقع، مع إعطاء هذه العلامات قيما أكبر من القيم "الاستعمالية او التبادلية" للأشياء او الواقع الذي تشير إليه فالأشياء، المستهلكة أصبحت تحمل قيم "علاماتية" او ثقافية تعبر عن اسلوب الحضارة التي انتجت أكثر من تعبيرها عن دواعي الاستعمال او التبادل ، وهكذا يختفي الشيء والواقع عبر القيمة الثقافية التي تنتجها سلطات العولمة لصالح هيمنة المنتج . ( الجاف : 2007.ص131).

## 6. الاعلام بوصفة أداة لتغيير القيم الاجتماعية :

أن اجهزة الكمبيوتر هي المحرك الاساسي لعصر الانفوميديا.وقد دفعت ثورة الانفوميديا الناس الى اعادة النظر في النتائج التي ترتبت عليها الاستخدام الكبير والمفرط للالة ، في محاوله لإعادة تقييم و فهم طبيعة التغير الذي احدثته التكنولوجيا واستخدامها على نحو الذي ممكن خلال المستقبل استباق هذا الاثر وتوظيفه وتوضيف مزاياه الخدمة البشرية

وتعدى الاثر الكبير الذي سببته ثورة الانفوميديا المجال الاقتصادي والصناعي ، الى الجانب السايكولوجي والسيولوجي-الاجتماعي-. فقد اثرت الانفوميديا في حياتنا ؟ وفي نمو اطفالنا ؟ مما لا شك فيه انها ستؤثر فينا بطرق عديدة :اسلوب عملنا، وحياتنا المنزلية أو كيف نعلم ونربي أطفالنا، وكيف نسلي أنفسنا. وستغير بالطبع في الاسلوب الذي نتبعه في اداء معظم أعمالنا العادية يوما فيوما. كالتسوق والذهاب للمصرف وقضاء الاجازة، وعلى نحو له اهميته ودلالته. فستحمل الينا طرقا جديدة للتفاعل مع الاصدقاء والأسرة لتغير نسيجنا الاجتماعي في صميمه . (كليش :2000،ص-17-16)

ستتحدا انفوميديا كي نعيد النظر في قيمنا الاخلاقية على كلا المستويين الشخصي والقيمي. فما دام في الامكان مراقبة وتنظيم كل حركة الكترونية نقوم بها ،فكيف يمكن الحفاظ على الخصوصية الشخصية ؟ وما دامت الالعاب تحفل بعنف يتزايد دوما ،فكيف يستعيد المجتمع اتجاهاته الاخلاقية ؟ وكيف ستمتزج حرية التعبير مع قيم الاسرة في المجتمع الجديد ؟ مما لا شك فيه انه ستطرح امامنا تحديات من نوع جديد تماما كي نتعامل مع نوع جديد المشاكل الاجتماعية والاخلاقية. (كليش :2000،ص18).

## الخلاصة :

لقد تنامت المؤسسات الاعلامية وتحولت الى مؤسسات رأسمالية تنافسية في تحقيق الارباح وفي المقابل ازداد تشبث الانسان المعاصر بما تقدمه له من معلومات حتى باتت كأنها هي الوسيلة الاولى للمعرفة. فيعمل الاعلام على اقناع الناس بأمر غير ضرورية بالاستعانة بأساليب البحث النفسي لبيث في الناس اقتناعا مزيفا ،بان قيمهم في المجتمع يحددها المنتج الذي يستخدمونه.

ومع انتشار الثقافة البصرية وسيطرة الصورة التلفزيونية او الشاشات بمختلفها ،اصبحت هي من اكثر الوسائل تأثيرا في ثقافة الفرد والمجتمع ،فلم تعد فقد وسيلة نقل الاخبار والإنباء عن العالم ،والتواصل ،يقدر ما اصبحت عنصرا جديدا من عناصر القوة ،تطرح امامنا صعوبات من نوع جديد تماما. الهوامش: فقد

اصبحنا نواجه قضايا اجتماعية وأخلاقية من نوع جديد, التي هي نتيجة للتطور السريع, فحياتنا التكنولوجية انعكست على الواقع الاجتماعي والثقافي.

كذلك يمكن القول ان وسائل الاتصال لم تعد وسائل للاتصال, وإنما أصبحت اداة للهيمنة على الآخرين. عبر صناعة الواقع المزيفة التي لا تنصف او تعكس طبيعة الحدث في العالم الحقيقي, بقدر ما تعكس ايدولوجية صانعي هذه الواقع المزيفة لإخفاء حدثية الحدث التي يرفضها الرأي العام

لقد تحولت الحياة المعاصرة الى عالم من الشاشات, اذا شاع في الماضي الاعتقاد بأن الميديا تعكس الواقع وتصوره وتمثله. بينما تؤلف الميديا حاليا عالما هابير واقعيًا, انه واقع ميداويًا. "اشد واقعية من الواقعية", حيث يخضع الواقعي الى عملية تمثيل محاكاته تفضي الى اختفائه نهائيًا وفي الانهيار الداخلي للمعنى في الميديا.

في انتشار العلامات والمعلومات قضاء على المعنى عبر تحييد المعنى وأذابته —وهي عملية تؤدي الى انهيار المعنى وتقويض المتميزات بين الميديا والواقع, في مجتمع يفترض تشبعه برسائل الميديا ومنتجاتها, تنهار المعلومات ومعها المعنى الكامن فيها, تنهار الى ضوضاء وفوضى لا معنى لها حتى ليغدو ان اثر صوري مبهر بلا معنى او مضمون. لذا يرى بودريار ان المعلومات تدمر على نحو مباشر المعنى والدلالة او تعمل على تحييدهما, في هذا السياق, يرتبط ضياعه وانهياره ارتباطا مباشرا بالفعل المعدل والمغير للمعلومات. ففي وسائل الاتصالات الجماهيرية, تلتهم المعلومات والمضامين, فهي تلتهم الاتصالات, والمعلومات وتذيب المعنى الاجتماعي وتحيلها الى حالة ضبابية غائمة تقف حائلا امام الابتكار الخلاق, ويقول مختلف يطرح بودريار هنا نموذج الميداوي الخاص حيث الميديا عبارة عن ثقب اسود من العلامات والمعلومات التي تحيل الموضوعات والمضامين الى ضوضاء لم تعد قادرة على تواصل رسائل ذات معنى في عملية انهيار متواصلة حيث ينهار المضمون, على نحو مستمر في شكل معين. واخير فأن اتصالات الميديا تعرضنا الى التلاعب والتشويه والتشويؤ.

واخيرا فان الصورة تقتحم احساسنا الوجداني وتتداخل في تكويننا العقلي, وقدرته على توجيه هذا الوعي وجهات معرفيه وقيمييه, للارتقاء به أو استلابه, فهي لم تقتصر على تغيير نسيجنا الاجتماعي وانما امتدت لتتدخل في تأويلنا للعالم ومعرفتنا به. فالواقع الافتراضي الجديد يملك من عوامل الجذب والابهار ما لم يملكه الواقع القديم, لذا فهو يقدم نفسه كبديل. فالافتراضي يتحول شيئا فشيئا الى اكثر واقعية من الواقع, لتصبح الرقمنه هي المبدأ المينافيزيقي المسؤولة عن تشكيل الوعي الفردي والاجتماعي للحضارة المعاصرة

1. بال ،فرنسس:الميديا(2008)،الميديا، ترجمة فؤاد شاهين ،بيروت ،دار الكتاب الجديد المتحدة.
- 2- بودريار، جان ، و جان نوفيل. (2003). الاشياء الفريدة. ترجمة راوية صادق. القاهرة: دار شقيقات،
3. بودريار جان. (2005). روح الارهاب. ترجمة بدر الدين عرودكي. القاهرة: المشروع القومي للترجمة،
4. بودريان. جان (2005). المصطنع والاصطناع. ترجمة جوزيف عبد الله. بيروت: المنظمة العربية للترجمة،
5. بودريار، جان: (2013)،التبادل المستحيل: ترجمة: د. جلال بدلة ، دمشق معابر للنشر والتوزيع سوريا
6. الجاف، كريم. (2007)مشكلات الفلسفة في العصر الرقمي. اطروحة دكتوراة، بغداد: الجامعة المستنصرية،
7. سعيد حيدر. (2007) "ضحكة بحاجة الى خط من الم ودم لتكتمل." الثقافة الجديدة، الإصدار
8. عالمي سعاد. (2004) مفهوم الصورة عند ريجيس دبريه. افريقيا الشرق ،
9. الغدامي عبد الله. (2005). الثقافة التلفزيونية. ط 2. المغرب: المركز الثقافي العربي
10. كليش فرانك. (2000) ثورة الانفوميديا. ترجمة حسام الدين زكريا. الكويت: المجلس الاعلى للثقافة والفنون والاداب،.
11. مصطفى، بدر الدين. (2013) حالة ما بعد الحداثة الفلسفة والفن. القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة،
12. ناصر، عبد الجبار : (2011) ثقافة الصورة في وسائل الاعلام :القاهرة :الدار المصرية اللبنانية .
13. نوريس كريستوفر. (1999) نظرية لا نقدية. ترجمة عابد اسماعيل. بيروت: دار الكنوز الادبية،
14. وليمامز جيمس. (2003) ليوتار نحو فلسفة ما بعد الحداثة. ترجمة ايمان عبد العزيز. القاهرة: المجلس الاعلى للثقافة،.

-15Baudrillard Jean : The Evil Demon , Translated by Paul Patton and Paul Foss , Sydney , he - Power Ins tute , Press 1981

-16The Baudrillard Dictionary Edited by Richard G. Smith Edinburgh University Press Cin this edition Edinburgh University Press, 2010 Great Britain PBaudrillard After Modernity:. Kellner, DouglasProvocations On A Provocateur and Challenger Volume 3, Number 1 (January 2006) at” International Journal of Baudrillard Studies. 15-Baudrillard , Jean For a Critique of the Political Economy of the Sign . St. Louis : Telos Press ....P43.. ( 1981 ). -16The Baudrillard Dictionary Edited by Richard G. Smith Edinburgh University Press Cin this edition Edinburgh University Press, 2010 Great Britain

The Conspiracy of Art. New York: Semiotext€, (2005), . Baudrillard:17-

-18Baudrillard:Simulations.Ttrans . Paul FossPaul ( 86 ) Philip Beitchman ( New ) York : Semiotext .Patton ( e ) 1983. †

-19:Baudrillard: The University of Michigan Press.1994b Ann, Jean Simulacra and Simulatio

-20Baudrillard Jean : The Evil Demon , Translated by Paul Patton and Paul Foss , Sydney , The Power Ins tute , Press 1981

-22The Baudrillard Dictionary Edited by Richard G. Smith Edinburgh University Press Cin this edition Edinburgh University Press, 2010 Great Britain

## References

.1Baudrillard, Jean, and Jean Nouvel. (2003). Unique stuff. Rawya Sadiq translation. Cairo: Dar Sharqiyat,

.2Baudrillard Jean. (2005.) The Spirit of Terror. Translated by Badr Al-Din Aroudaki. Cairo: The National Translation Project.

.3Boudrian. Jean (2005). Artificial and artificial. Translated by Joseph Abdullah. Beirut: The Arab Organization for Translation,

.4Baudrillard, Jean: (2013), *The Impossible Exchange*: Translation: Dr. Jalal Badla, Damascus Crossing for Publishing and Distribution, Syria

.5Dry, cream. (2007) *Problems of Philosophy in the Digital Age*. PhD thesis, Baghdad: Al-Mustansiriya University,

.6Saeed Haider. (2007) "A laugh needs a line of pain and blood to complete." *New Culture*, Edition

.7Alami Souad. (2004) *The concept of the image according to Regis Debre*. east africa,

.8Al-Ghadami Abdullah. (2005. ) *TV Culture*. I 2. Morocco: Arab Cultural Center

.9Clich Frank. (2000) *The Infomedia Revolution*. Translated by Hossam El Din Zakaria. Kuwait: The Supreme Council for Culture, Arts and Letters.

.10Mostafa, Badr El-Din. (2013) *The Case of Postmodern Philosophy and Art*. Cairo: The General Authority for Cultural Palaces.

.11Christopher Norris. (1999) *An Uncritical Theory*. Translated by Abed Ismail. Beirut: Literary Treasures House.

.12Williams James. (2003) *Liotard towards postmodern philosophy*. Translated by Iman Abdel Aziz. Cairo: The Supreme Council of Culture.

#### English sources

-13Baudrillard Jean : *The Evil Demon* , Translated by Paul Patton and Paul Foss , Sydney , he - Power Ins tute , Press 1981

-14The Baudrillard Dictionary Edited by Richard G. Smith Edinburgh University Press Cin this edition Edinburgh University Press, 2010 Great Britain PBaudrillard After Modernity:. Kellner, DouglasProvocations On A Provocateur and Challenger Volume 3, Number 1 (January 2006) at” International Journal of Baudrillard Studies. 15-Baudrillard, Jean For a Critique of the Political Economy of the Sign. st. Louis: Telos Press ....P43..(1981). 16-The Baudrillard Dictionary Edited by Richard G. Smith Edinburgh University Press Cin this edition Edinburgh University Press, 2010 Great Britain

The Conspiracy of Art. New York: Semiotext€, (2005), . Baudrillard: 17-

-18Baudrillard: Simulations. Trans. Paul Foss Paul ( 86 ) Philip Beitchman ( New ) York :  
Semiotext . Patton ( e ) 1983. ;

-19Baudrillard: The University of Michigan Press.1994b Ann, Jean Simulacra and Simulatio

-20Baudrillard Jean : The Evil Demon , Translated by Paul Patton and Paul Foss , Sydney , The  
Power Ins tute , Press 1981

-22The Baudrillard Dictionary Edited by Richard G. Smith Edinburgh University Press Cin this  
edition Edinburgh University Press, 2010 Great Britain