

الأستاذة إنصاف شحدورة بنعيشة

اختصاص جماليات و ممارسات الفنون المرئية

كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة

الموضوع:

الإعلام العربي بين القيم وجمالية الصدمة: دراسة أكسيولوجية*¹ حول تأثيرات

وسائل التواصل الاجتماعي على الإعلام

مقدمة:

برهنت وسائل التواصل الاجتماعي منذ نشأتها أنها أحد المواضيع الراهنة الأكثر إستقطابا لعقول المفكرين و الدارسين لتمكنها من الإنتشار الهائل خلال فترة زمنية وجيزة، حيث أصبحت قادرة على صنع واقع جديد وضع العالم العربي أمام حتمية دراستها و التمعن في تأثيراتها على سائر مجالات التواصل عموما و الإعلام خصوصا. و قد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي بما توفره من نفس جديد في تعميق تمزق الإعلام العربي بين القيم و السعي لمواكبة جماليات جديدة تتناغم مع روح العصر.

تأتي هذه الدراسة لتجيب على الإشكاليات التالية:

كيف نستطيع فهم العلاقة بين القيم و الطرح الجمالي؟

ماهي جمالية الصدمة في المجال المرئي؟ و ما علاقتها بوسائل التواصل الاجتماعي و الإعلام معا؟

إلى أي مدى تمكن الإعلام العربي من الحفاظ على استقلاليتته بمنأى عن التطورات التي تعيشها وسائل

التواصل الاجتماعي؟

و كيف ساهمت و سائل التواصل الإجتماعي في تمرير جمالية الصدمة من الفنون إلى الإعلام؟
وهل إستفاد الإعلام العربي من وسائل التواصل الإجتماعي و أدواتها في الإستقطاب لجذب المزيد من الجماهير و الحفاظ على شعبيته؟

و كيف تمكنت هذه الأخيرة من خلق منظومة قيمية و جمالية جديدة تحكم توجه الإعلام العربي اليوم؟
تنقسم دراستنا إلى ثلاثة أقسام رئيسية و سنحلل في القسم الأول مفاهيم القيم و الإستيتيقا(الجمالية)
ومن ثم نحاول فهم العلاقة بينهما و هو ما يمثل صلب الدراسة الأكسيولوجية، أما في القسم الثاني
فسنقوم بشرح مفهوم جمالية الصدمة و كيفية نشأتها و تبيان العلاقة الإزدواجية التي تربط بينها وبين
الإعلام و وسائل التواصل الإجتماعي.

أما في القسم الثالث فسنقوم بدراسة تقييمية لنموذجين من البرامج الإعلامية العربية التي يتجلى فيهما
جمالية الصدمة (نموذج من المملكة العربية السعودية و نموذج من تونس) مع محاولة لتقييم جمالية الصدمة
و وكشف عواقبها و تأثيراتها على الإعلام من جهة و على الجمهور من جهة أخرى.

I - القيم و الجمالية: تقارب أم تباعد؟

بما أن بحثنا يأتي في إطار مقارنة أكسيولوجية فإننا نجد أنفسنا في حتمية تشریح المفاهيم الرئيسية من
أجل استيعاب فحوى ثنائية القيم و الجمالية التي تعد التقاطع الأهم في بحثنا.

١ - القيم:

أ - أصل الكلمة و الدلالات:

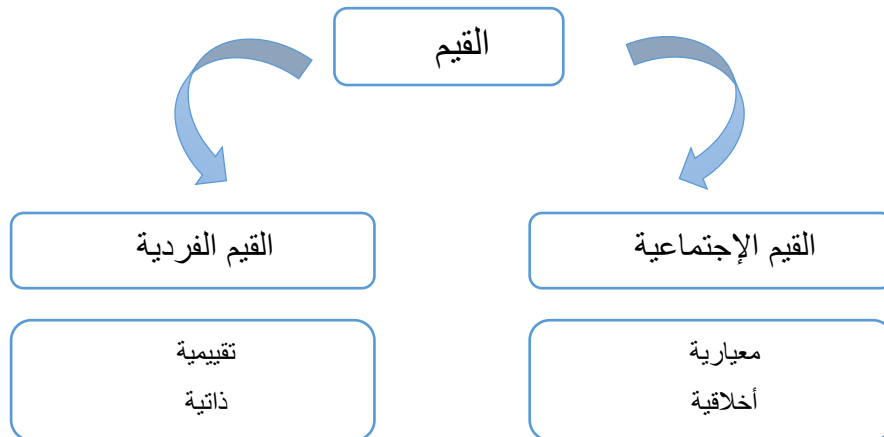
القيم أو الإيتيقا باليونانية (Ethicos) هي علم الأخلاق و الحكم القيمي، و في تعريف "جاكلين روس"
هي "جزء من فلسفة التعامل مع الخير و الشر من خلال بلورة المعايير الأخلاقية و الأحكام القيميية"^٢. و

يكون الغرض من المنظومة القيمية سعادة الإنسان عموماً، فتتشكل علاقة الإنسان بالكون من خلال مجموعة القيم والأخلاق التي يكتسبها، كما تحدد القيم علاقة الأفراد ببعضها البعض قصد إيجاد مناخ توافقي، فالقيم لديها القدرة على صقل السلوك البشري سعياً إلى حياة صحية، جيدة، و سعيدة. و في هذا المنظور كتب "إيريك بونس": "القيم هي علم الأخلاق و العادات و التي من خلالها نقدر أن نميز بين اللذة و الألم، الخير و الشر، و الحسن و السيء. و تقوم القيم بصقل الشخصية من خلال ممارسة العادات الجيدة وفقاً للعرف و التقاليد و سعياً لتحقيق السعادة"^٣.

يتميز الإنسان بكونه كينونة قيمية من ناحيتين، الأولى موروثه من التراث الأخلاقي و البيئة الاجتماعية و الخلفية الثقافية، و الثانية مكتسبة من خلال قدرته على خلق منظومة قيمية ذاتية مرتبطة بقناعاته الشخصية التي تؤدي بدورها إلى خياراته السلوكية، مما يدفعنا إلى التمييز بين الأخلاق و القيم.

ب- الأخلاق و القيم:

غالباً ما تعد القيم مرادفاً للأخلاق إلا أننا لاحظنا تبايناً واضحاً بين هذين المفهومين. فالأخلاق بما هي "مجموعة القواعد و السلوك داخل المجتمع أو المجموعة"^٤ ذات ارتباط بالجماعية و التشاركية إلا أن القيم تعد ثنائية الأبعاد: قيم معيارية إجتماعية (أخلاقية) و قيم فردية، تقييمية و ذاتية، و هذا ما أردنا تجسيده في الرسم البياني التالي:



القيم الاجتماعية قيم متعالية لا ترتبط بالفرد وإنما تختم الانصياع للقواعد الأخلاقية و المعيارية، و تأتي هنا المفارقة مع القيم الذاتية بما أنها منبثقة من الذات التي تقوم بخلق منظومتها القيمية و التقييمية. و في هذا الإطار فرق "مارتن سيل جين" بين هذين البعدين في القيم: "تدرس القيم التقييمية أو الفردية علاقة أساليب الحياة بالقناعات الذاتية التي يستحسنها الفرد و تدرس القيم المعيارية أو الاجتماعية علاقة أساليب الحياة بالسلوكيات الصحيحة أخلاقياً".^٥

في حين أن الإنسان يجد صعوبة كبيرة في الإنسلاخ عن المنظومة القيمية الاجتماعية ، فإنه لن يقدر حتما على الإنسلاخ من المنظومة القيمية الذاتية التي تبني من خلال تجاربه الخاصة و تعطيه القدرة على التقييم. إن الفنان أو الإعلامي أو المفكر ما هو إلا كائن قيمي بالضرورة سواء من خلال قيمه الفردية أو الاجتماعية. و من هنا نستخلص علاقة فريدة بين مجال الفن و الإعلام من جهة و المؤسسة القيمية من جهة أخرى.

ج- الفن، الإعلام و القيم:

تعمدنا هنا الكشف عن طبيعة العلاقة بين القيم و الفن من جهة و القيم و الإعلام من جهة أخرى و ذلك لارتباط هذا التوضيح بعلاقتهما بجمالية الصدمة و الذي سنتطرق إليه لاحقاً.

- الفنون و القيم:

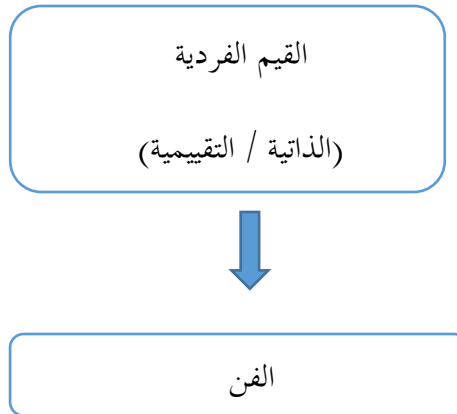
تعد الحرية القيمة الأساسية لأي عملي فني، فالفن كشكل من أشكال التعبير الإنساني يتفرد من خلال هذا المطلب ليتمكن من معالجة و نقد و إستغلال كل المواضيع مهما كانت محضرة أو مغيبة. و لكن الفنان يقدر مطالبته باستقلالته و عدم فرض رقابة على ممارسته الفنية بقدر ارتباطه و دفاعه عن منظومته القيمية الذاتية، و في هذا الصدد كتب "إيتيان سوريو": "ليست هناك حاجة في الوقت الحاضر

من أجل تحرير الفن من الوصاية الأخلاقية ولكن الفنان يمتلك قناعات أخلاقية لن يفتقدها بالضرورة في علاقته بالفن"^٦.

يدفعنا هذا الطرح إلى التطرق إلى مفهوم المسؤولية الذي يتأتى من وعي الفنان بأبعاد ممارسته الفنية و أثر أطروحاته على الجمهور. إن الفن مثل أي نشاط بشري يتطلب إحساسا بالمسؤولية أمام المجتمع لأن العمل الفني مثقل بالرموز و الإيديولوجيا و الأفكار التي من شأنها أن تؤثر في المتلقي و رؤاه و حتى قناعاته و بالتالي أخلاقه و منظومته القيمية.

نواجه هنا مشكلة حقيقية، حيث أن الفن يستلزم الإستقلالية مع السائد و الموروث ليكون مبدعا، متفردا و أصيلا و من جهة أخرى تأتي المفارقة في أن أي عمل فني هو طرح قيمى ذاتي بالضرورة. و يوفر "سوريو" حلا للمصالحة بين القيم و الفن بقوله: "إذا كان الفن مستقلا عن الأخلاق فإننا سنحاول أن نستشف القيم من داخل الفن و إن لم نستطع فبالإمكان أن نقدم أخلاقيات فنية"^٧.

يمكن أن نستخرج قيما من الفن نفسه بعيدا عن بوتقة الأخلاق و القيم الجماعية التي تعد من منظور الفنان وائدة للعملية الإبداعية و خانقة لحرية التعبير. فعلاقة الفن بالقيم علاقة أحادية كما هو مبين في الرسم البياني التالي:



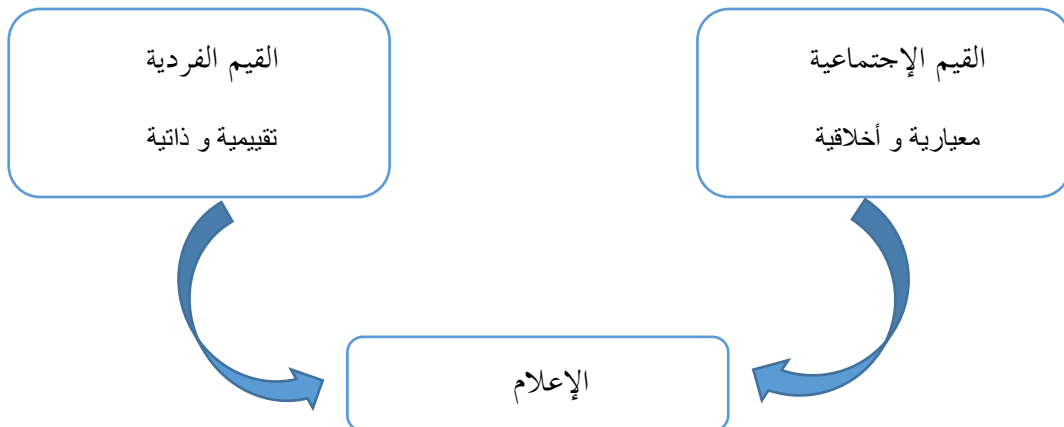
- الإعلام و القيم:

يختلف الأمر بالنسبة للإعلام في علاقته مع القيم، فالمسألة تأخذ حيزا أكبر و بعدا أعمق و ذلك لأهمية الإعلام و تأثيره المباشر على المجتمع بمختلف شرائحه من جهة و لإرتباطه بالسلطة من جهة أخرى، فأبسط المسائل الأخلاقية و القيمية في مجال الإعلام يمكن أن تأخذ أبعادا خطيرة و تثير جدلا واسعا.

تعددت البروتوكولات و موثيق الشرف و القوانين الأخلاقية و لوائح السلوك التي تنظم المجال و تحدد المحظورات الأخلاقية. و رغم أن الإعلام يشترك مع الفن في نقاط عديدة من حيث علاقته بالقيم كقدسية حرية التعبير و الرأي و التي تتلخص بنظرية الحرية و نظرية المسؤولية الاجتماعية التي ظهرت "كرد فعل لسوء إستخدام مفهوم الحرية في وسائل الإعلام و الذي إمتد ليشمل التحرر من أية مسؤولية تجاه المجتمع و أفراده و من ثم قامت هذه النظرية على أساس التوازن ما بين حرية الفرد و مصالح المجتمع" ⁸.

يعد الإعلام العربي الأكثر حساسية و إرتباطا بالمنظومة الأخلاقية لإعتبارين: أولا مكانة و أهمية البعد الأخلاقي في المجتمعات العربية، و ثانيا عمل الإعلام العربي في إطار لا يتعدى حدود الرؤية السياسية و الفكرية لأصحاب القرار بما "يمليه ماضي البلاد و ثقافته و إقتصاده" ⁹.

و من هنا نستخلص المفارقة بين علاقة القيم بالفن و علاقة القيم بالإعلام، حيث أن الأولى علاقة أحادية البعد و الثانية علاقة ثنائية الأبعاد.



٢- علم الجمال:

أ- أصل الكلمة و الدلالات:

الإستيتيقا أو علم الجمال أو الجمالية (Aesthetics) مفردة مشتقة من اليونانية "Aisthetikos" والتي تعني الإحساس و علم الجمال كعلم مستقل لم يظهر إلا في العصر الحديث مع "بومغارتن" في كتابه "أستيتيكا" (Aesthetica) بجزئه الأول عام ١٧٥٠ و الجزء الثاني عام ١٧٥٨ ، و تقدم لنا المعاجيم الفلسفية جملة من التعريفات : - دراسة الإحساس و الشعور- نظريات الفن و شروط الجمال - نظرية الإحساس بالجمال و التذوق الفني و تقييم الأعمال الفنية - دراسة الأشكال الفنية المختلفة.^{١٠} و قدمت "جاكلين روس" علم الجمال على أنه كل ما يتعلق بالجمال و الحكم الجمالي بما هو تقدير للبعد الجمالي أو فلسفة الفن.^{١١}

ب- علم الجمال النشأة و النضج:

كان الفيلسوف الألماني "ألكسندر غوتليب بومغارتن" (١٧١٤م-١٧٦٢م) أول من إستخدم هذا المصطلح في كتابه تأملات فلسفية (١٧٣٥م)، و في سنة ١٧٥٠م خصص كتابا كاملا بعنوان أستيتيكا لتناول الدراسة الفلسفية و العلمية للمعايير الجمالية من خلال مفارقة بين (Aistheta) و التي تعني المحسوس و (Noeta) و التي تعني المعقول.

و على الرغم من أن مجموعة من الفلاسفة الآخريين كانوا مسؤولين في وقت لاحق عن نضج علم الجمال ك"كانط" بنظرية التذوق الفني و "هيجل" برؤيته الفلسفية للفن، كانت مساهمة "بومغارتن" في جعل الإستيتيقا علما مستقلا عن الممارسة الفنية مساهمة محورية و مفصلية.

و في هذا الإطار يأتي علم الجمال كنتيجة عن تقاطع مثمر بين التذوق الفني مع الفلسفة، فأثريت الساحة المعرفية بهذا التلاقح من خلال إستدعاء رؤية فلسفية في المجال المرئي عموما.
و لكن المفارقة التي نعيشها في الوقت الحاضر أن الجمال لم يعد معيار فنيا للإبداع مما يدفع إلى التساؤل عن مصير علم الجمال.

ج- التحول الجمالي: Aesthetics Mutation

جعل الفن المعاصر من القبح مصدرا جديدا للخلق و الإبداع و قد تبلورت هذه الفكرة في "جمالية القبح" التي طرحها "جوهان كارل فريديريك" الذي حدد طبيعة القبح و درسه في جميع مراحلها و أشكاله في الطبيعة و الفن و بين أثره و دوره في مختلف مجالات الإبداع. و كتب "بيير سوفاني" عن هذا التغير في الذائقة الفنية: "لم يعد الجميل معيارا فنيا، فمنذ بداية القرن العشرين تم إستبداله بقيم الصدمة و التغيير

و حتى السعي نحو القبح"^{١٢}. و في إطار هذا التمرد و الرغبة في التغيير ولدت جماليات جديدة نذكر منها جمالية القبح، جمالية الخوف، جمالية التدمير، جمالية الرداءة و غيرها... و كانت التوجهات الجمالية الجديدة في المجال المرئي دلالة عن هذا المسخ الجمالي الذي حول ذائقة الجمهور عموما.

تمكن الفنان بفضل الحرية و الإستقلالية من التوجه إلى تقدم أكثر الأشكال التعبيرية جرأة و إحتراقا للسائد و إنتهاكا للمعايير و النظم الكلاسيكية، مبررا توجهه هذا بأن التجاوز هو طبيعة الفن. و من خلال التكنولوجيات الحديثة و وسائل الإعلام البديلة و وسائل التواصل الإجتماعي تمكن الفنانون من نشر ممارساتهم هذه و توسيع الرقعة الجماهيرية لعروضهم.

إن الفن على حد تعبير "كارول تالون هوغن": "كان معارضا منذ البداية للقواعد التشكيلية و المعايير التعبيرية الكلاسيكية، و لكن على نطاق واسع يعد تجاوز القواعد الأخلاقية مسألة من القرن العشرين" ١٣ و بذكر تجاوز القواعد الأخلاقية فإننا نجد أنفسنا في حتمية الإنزلاق من الحقل الجمالي إلى الحقل الأخلاقي و بالتالي القيم.

د- العلاقة بين الجمالية و القيم:

رؤيتنا هذه التي تركز و تشرح أصل التقارب بين علم الجمال و القيم، يمكن تطبيقها على مختلف مجالات الإبداع الإنساني من الفنون البصرية ، الإعلام، القطاع المرئي، الفنون المسرحية، فنون العرض التلفزيوني و السينما و غيرها. يتجلى هذا التقارب الجمالي القيمي على مستويين:

- التقارب القيمي الجمالي على المستوى التقييمي:

إتسم الفن المعاصر بمفاهيم الإستفزاز و الصدمة و الضجة و القطع مع السائد و غياب القواعد و المعايير الجمالية، فباتت عملية التقييم للعمل الإبداعي مشكلة راهنة و مستعصية على الجمهور خاصة و على المتذوقين للفن عامة و حتى على الفنانين أنفسهم. و عبر "إيف ميشو" عن هذه الأزمة قائلا: "بما أنه لا يوجد معايير للتقييم متوافق عليها و لا تمثل محل نقاش و جدل للتوصل لاتفاق، فإن استدعاء بعض السجلات الأخرى صار مطلوبا ضرورة" ١٤

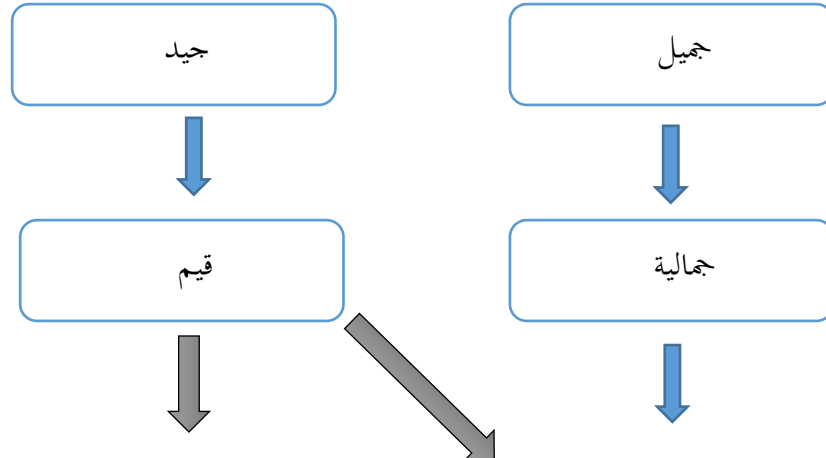
و من هنا صار تقييم العمل الإبداعي ينظر إليه من زوايا عدة نذكر منها: المعيار الإقتصادي (تكلفة العمل) و معيار النجاعة (فاعلية العمل و استخداماته)، و المعيار الإجتماعي (من حيث تكريس العمل لروح المواطنة و المساهمة الإجتماعية) و المعيار الأخلاقي القيمي، محور إهتمامنا في هذه الدراسة.

إن الإنزلاق من الجمالية إلى القيم لا يتم إلا إذا تعدى العمل الفني بشكل من الأشكال على القيم و الأخلاق ف"ينبغي على الجمالية أن لاتلجأ إلى الأخلاق إلا في حالة إنتهاك المنظومة القيمية من داخل الفن. أي عندما تكون أمام أشكال تعبيرية تستدعي قصرا الجانب الأخلاقي"^{١٥}.

- التقارب القيمي الجمالي على المستوى الإصطلاحي:

عند إبداء الإعجاب بأي عمل فني أو عرض مسرحي أو تلفزيوني أو برنامج إعلامي أو غيرها من الفنون المرئية غالبا ما يتم استخدام معجمين لغويين مختلفين: (هذا جميل!! هذا جيد!!) إلا أن مصطلح "جميل" ينتمي إلى الحقل الدلالي للجمالية (علم الجمال) و مصطلح "جيد" ينتمي للقيم أو الإيتيقا. و القيم كما بينا من قبل تنقسم إلى قيم معيارية جماعية (الأخلاق) و قيم فردية تقييمية و ذاتية. هذه القيم الفردية تميل لكونها هي نفسها القيمة الجمالية، حيث أن الغاية من الجمالية هي إسعاد الناس و هي نفس غاية الإيتيقا أو القيم.

يحاول المبدع عدم التقيد الكلي بالقيم الجماعية و لكننا لاحظنا استماتته لتكريس قيمه الذاتية و قناعاته التقييمية من خلال فرض جمالية معينة. فحاولنا أن نلخص رؤيتنا في أصل التقارب الإصطلاحي بين القيم و الجمالية في الرسم البياني التالي:



قيم جماعية: الأخلاق

قيم فردية: جمالية



معيارية / إجتماعية

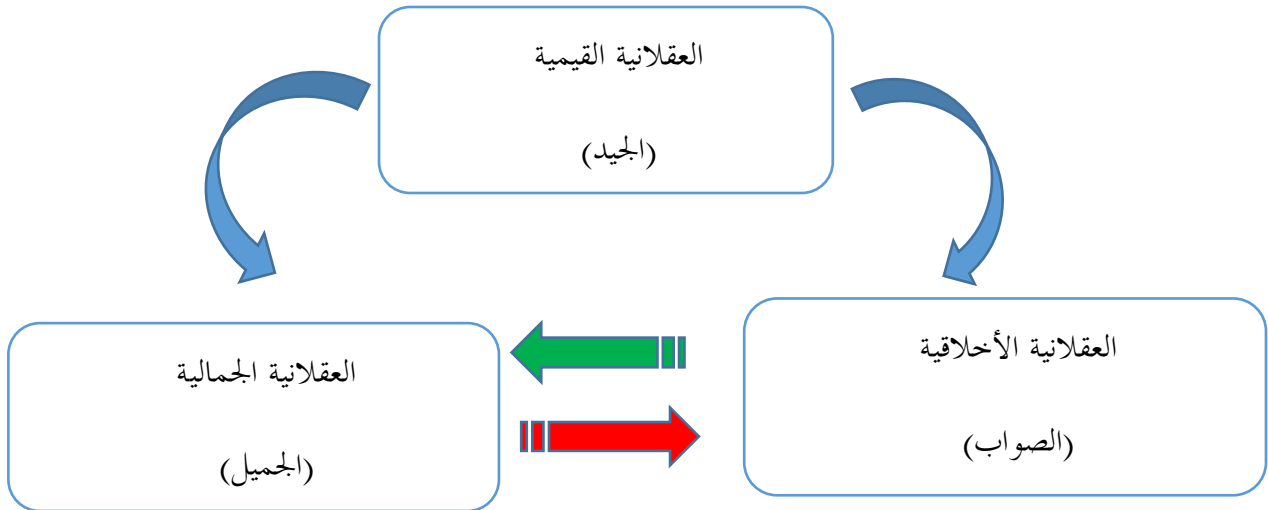
تقييمية / ذاتية

و ننو، رغم أنهما متأ، أن هناك عدم توازن في

هذه العلاقة، حيث أن الإنزلاق من الأخلاق إلى الجمالية سلس للغاية فكل عمل أخلاقي هو عمل جميل بديها، غير أن الجمالية لا تستدعي الأخلاق إلا مناسباتيا أي حين تكون أمام طرح أو إشكال أخلاقي، فالعمل الجميل في المطلق ليس بالضرورة أن يكون عملا أخلاقيا.

يظهر الرسم التوضيحي اللاحق تفرع العقلانية القيمية إلى عقلانية أخلاقية و عقلانية جمالية، يمثل السهم الأخضر الإنتقال السلس من الأخلاق (الجيد) إلى الجمالية (الجميل) بسبب أن الجمال ليس إلا قيمة من القيم الوجودية التي تدافع عنها المؤسسة الأخلاقية و تحاول حمايتها باستمرار.

أما السهم الأحمر فيمثل المرور الشرطي من الجمالية إلى الأخلاق للأسباب الموضحة آنفا أي عند وجود شكل من الأشكال التعبيرية التي تستدعي السجل الأخلاقي قصرا.



II- جمالية الصدمة في الإعلام العربي:

١- جمالية الصدمة:

أ- نشأتها:

اتسم النصف الثاني من القرن التاسع عشر بالقطع مع المعايير الكلاسيكية و النظم القديمة في جميع مجالات الفنون: الفن التشكيلي، الموسيقى، الهندسة المعمارية، المسرح و غيرها من أشكال الفنون، مما أدى إلى اكتشاف آفاق جمالية جديدة مبنية على الأصالة و الابتكار و الحرية اللامحدودة. و لعبت فلسفة "هيجل" دوراً أساسياً في إرساء مفهوم الحداثة و قد ذكر "مارك جيمناز" في كتابه "الإستيتيقا الحديثة" متحدثاً عن فكر "هيجل": "الفنان حر في اختيار و انتقاء الأشكال و الموضوعات و المواد المستعملة دون امتثال إجباري للقواعد و الإتفاقيات السابقة. و توقع الفيلسوف ولادة فن لا وجود له في ذلك الحين: فن ما بعد الرومنطيقية الذي اتسم بالكسر مع التقاليد و البحث عن جمال غامض وهي نفس الصورة التي تتوق إليها "بودلير" أب الحداثة"^{١٦}.

ظهرت تيارات فنية جديدة كالإنطباعية و التكعيبية و المستقبلية و التعبيرية، جسدت وعي الإنسان بأنه في عالم يزداد تعقيداً، و نتج عن هذه التيارات تيارات أكثر راديكالية في نهجها الجمالي و بالتالي تشكلت خلال مطلع القرن العشرين تيارات التجريد و البنائية و السريالية و الدادائية الشهيرة.

و بعد هذا التغير الذي طرأ على الفكر الإنساني بشكل عام و المجال المرئي و الفن و الجمال بشكل خاص لا سيما في فترة الحداثة و حتى يومنا هذا (ما بعد الحداثة) و جب علينا استجواب العلاقة بين القيم و الاتجاهات الجمالية الجديدة التي تحاول الإنتصار لحرية بلا حدود.

انعكست التغيرات الفكرية في عصرنا الحالي على التقنية و الأداء و الجمالية، فطرحت الساحات الفنية المتعلقة بعنصر الفرحة جماليات جديدة ذكرناها آنفا كجمالية القبح و جمالية الخوف و جمالية الصدمة و جمالية التدمير وصولا إلى أقصى أنواع التطرف الجمالي وهو جمالية الموت. ولكن السؤال الذي يطرح نفسه، لماذا لم تتمكن جمالية الصدمة منذ نشأتها (منذ ما يزيد عن مائة سنة) من الانتقال من مجال الفنون إلى مجال الإعلام إلا حديثا.

ب- الصدمة كعنصر فرجوي يتبناه المجتمع الحديث:

عند تصفحنا لمواقع التواصل الإجتماعي نلمس ظاهرة جلوية وهي تغير الذوق الجمالي عند المستخدمين، فالبحث عن الغريب و الصادم و الغير مألوف صار ضالة المتهافتين على هذه الوسائل، فأكثر مقاطع الفيديو أو الصور أو المقالات نشرها هي التي تحمل من الخروج عن السائد الشيء الكثير. صارت الصدمة قيمة جمالية يستسيغها المجتمع و يجذبها الكثيرون و يجدونها قادرة على السخرية من واقع ربما أقرب إلى الصدمة من أشكال الجمال الكلاسيكي، و ربما قدمت الصدمة نقدا بناءا ساهم في بلورة و تعزيز وعي المجتمع، و قد تجلت جماليات الصدمة على عدة مستويات نذكر منها:

- اللغة الغير متكلفة أو المتعجرفة و المزدرية أحيانا
- المواضيع الجريئة و القضايا الساخنة
- الصور المثيرة و المشاهد الصادمة
- النقاشات المتشنجة و الفوضى الكلامية
- السلوكيات الشاذة و التصرفات اللاأخلاقية
- الأجواء التصادمية و العدائية

- الإستهزاء بالآخر و الإستهزاء المطلق بكل شىء

- التصرفات الجنونية و الغير متوقعة

رغم تنافي هذه العناصر مع الأخلاقيات العامة إلا أننا نلمس تقبل المجتمع لها و إن عبر عن صدمته منها.

٢- وسائل التواصل الإجتماعي و دورها في تمرير جمالية الصدمة من الفنون إلى

الإعلام:

أ- خصائص وسائل التواصل الإجتماعي:

في الوقت الذي كان فيه الإعلام العربي التقليدي بأجنداته و خطوطه التحريرية يتخبط بين مطرقة السلطة و التودد إليها بكل أشكال التمجيد و التذلل لكسب رضاها، و بين سندان تحقيق الربح المادي على حساب الموضوعية و مصلحة المجتمع، جاءت وسائل التواصل الإجتماعي لتشعل ساحات الإتصال و ترسي مبادئ و تغيرات جديدة تحكم مجال التواصل عموما عبر مواقع عديدة نذكر من أهمها الفيسبوك، ماي سبايس، يوتيوب، هاي فاي، لينكد إن، التويتر، و الإنستغرام...

و عرفت هذه الوسائل طفرة فرضت واقعا جديدا من أهم ملامحه:

- الحرية و الجرأة: يمتلك الجمهور الحرية الكاملة في الوصول إلى المعلومة و اختيار المواضيع و

طرح أفكاره بكل عفوية و بصفة فورية، و قد شرح الدكتور "حسن مصطفى نصر" كيف

يمكن للوسائل الجديدة أن ترسخ حريات جديدة "فالوسائل الجديدة غالبا ما تشارك فور

ظهورها في الكفاح من أجل حريات جديدة... و في الوقت الحاضر يمكن القول أن الإنترنت

بوصفها وسيلة اتصال جديدة أصبحت لها دور كبير في الدفاع عن حرية التعبير و دعمها في

مختلف المجتمعات التي دخلتها هذه الوسيلة".^{١٧}

- التفاعل الحي و الحوارات المباشرة: خلق هذا النوع من النقاشات و الحوارات المفتوحة

صدى في المجتمع العربي الذي لطالما عانى من إعلام لا يناقش قضاياها و لا يأبه لمعاناته و تفاصيل حياته، فكانت وسائل التواصل الإجتماعي فضاء للتعبير عن الذات و مكانا لمناقشة هذه القضايا.

- التدوين و المشاركة و خلق الجدل: تمكن الفرد من عرض أفكاره للآخر فكانت عينه

شاهدة على العصر تدون كل مستجداته، فتراه تارة يسخر من واقعه و تارة أخرى يتفنن في نقد

مجتمعه بكل موضوعية وجدية، فمجرد مقطع فيديو بسيط على اليوتيوب أو تغريدة أو مقال

قادر على خلق جدال واسع يتعدى مستوى المجموعة الضيقة ليصل إلى المجتمع و ربما يثير ضجة

في العالم بأسره، "فلم تعد المعلومات تندفق من أعلى إلى أسفل كما هو معروف من مؤسسات

الإعلام إلى الجمهور، إذ أصبح بإمكان أي فرد أن يكون مصدرا للحدث الهام"^{١٨}.

تشكلت كل مقومات التواصل في وسائل التواصل الإجتماعي فكانت وسيلة ترفيهية و وسيلة إعلانية و

وسيلة لنشر الأفكار و وسيلة إخبارية و وسيلة للدعاية السياسية مما جعل الإعلام يعيش مأزقا حقيقيا و

مفترق طرق حدد واقعه الراهن.

ب- لحظة العبور: المأزق الإعلامي:

ساهمت عوامل عديدة في توسيع الهوة بين الجماهير و الإعلام العربي التقليدي نظرا لعدم وجود رغبة في

نقل هموم المجتمع العربي و معاناته و ذلك بسبب الرقابة المطلقة عليه، وكتب الدكتور "محمد قيراط" في

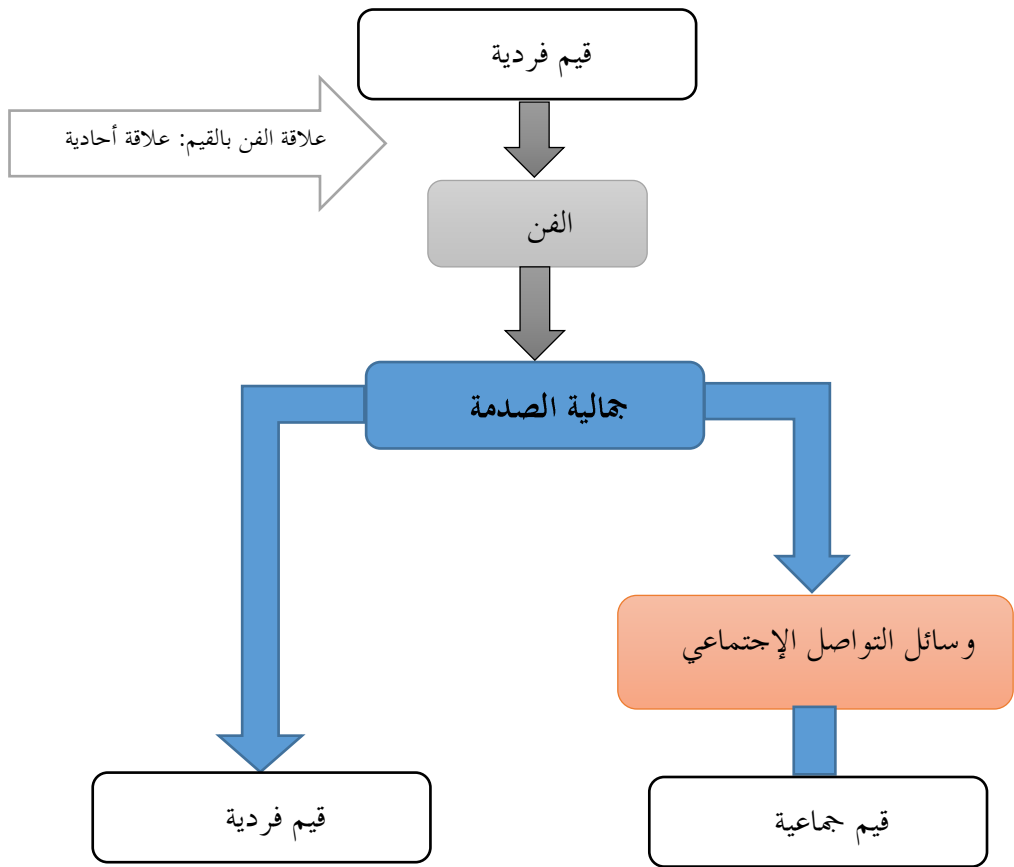
هذا الصدد: "تنظر السلطة في الوطن العربي و في سائر الدول النامية إلى وسائل الإعلام باعتبارها أداة

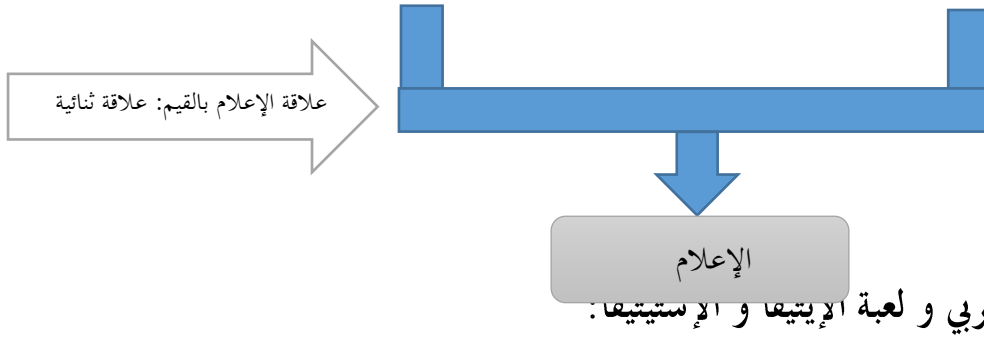
لثبیت شرعيتها و بسط نفوذها و تمرير خطابها السياسي بغض النظر عن طموحات و هموم الجماهير".

بعد التهافت على وسائل التواصل الإجتماعي و تقهقر الإعلام العربي التقليدي من حيث المكانة و الجماهيرية، تبينت معالم الأزمة الإعلامية المركبة، فكان الإعلام أمام تحديات عديدة أهمها تغير المجتمع و متطلباته من جهة، والخوف من فقد الجماهير العريضة و التفريط فيها لصالح وسائل التواصل الإجتماعي من جهة أخرى.

و سرعان ما بدأت وسائل الإعلام العربية بخطى حثيثة بتغيير منهجها في التعامل طارحة مشاكل المجتمع و متنازلة عن الكثير من القيود و الضوابط و متبينة للتوجهات الجمالية الجديدة. فتحققت بذلك الغاية الحقيقية للإعلام المعاصر، وقد بين الأستاذ الدكتور "عامر إبراهيم القندلجي" أن من أهم جوانب الإعلام المعاصر "وصل المواطن بكل ما يربطه و يعنيه من اهتمامات"^{٢٠}

و قد حاولنا تلخيص جملة رؤيتنا حول رباعية جمالية الصدمة و الفن و وسائل التواصل الإجتماعي و الإعلام في الرسم البياني التالي:





أ- تجليات جمالية الصدمة في الإعلام العربي و تداعيات المشكل القيمي:

عند محاولتنا اقتفاء جمالية الصدمة في مختلف برامج الإعلام العربي فإن المشهد الأولي الذي تراءى لنا هو مشهد فوضوي تجلت فيه الصدمة على كل الأصعدة، وتمثل في نفس مظاهر جمالية الصدمة التي تجلت في وسائل التواصل الإجتماعي و التي حددناها سابقا و بينا انتقالها إلى الإعلام. و بعد التمعن في هذا المشهد نستخلص أن عناصر الصدمة تتجلى في نقاط محددة ألا وهي اللغة و السلوك و المواضيع و المشهد المرئي. و قد تمكنا في الجدول الآتي من حصر النقاط المتعلقة بتجليات جمالية الصدمة في الإعلام العربي و تبويبها حسب العناصر المذكورة:

تجليات جمالية الصدمة في الإعلام العربي			
اللغة	السلوك	المواضيع	المشهد المرئي
- اللغة الغير متكلفة و المتعجرفة و المزدرية - النقاشات المتشنجة	- السلوكيات الشاذة والتصرفات اللاأخلاقية - الأجواء التصادمية و العدائية - الإستهزاء بالآخر و	- المواضيع الجريئة و القضايا الساخنة	- الصور المثيرة و المشاهد الصادمة

		الإستهزاء المطلق بكل شيء - التصرفات الجنونية و الغير متوقعة	و الفوضى الكلامية
--	--	---	-------------------

تختلف مظاهر الصدمة على حسب نوعية البرامج الإعلامية، فتتسم البرامج السياسية مثلا بالنقاشات الحادة و الفوضى الكلامية و الأجواء التصادية و العدائية وصولا إلى السب و الشتم و العنف اللفظي و المادي أحيانا. أما البرامج الإجتماعية و الترفيهية فتتسم بالطرح الجريء و الساخن و بساطة اللغة و السلوك العفوي الساخر أو اللاأخلاقي أحيانا. وتتميز البرامج الإخبارية بالحفاظ على سلامة اللغة و السلوك الجدي إلا أنها بدأت مؤخرا بطرح مواضيع و مواد مرئية صادمة قصد استقطاب الجماهير و إثارة الجدل.

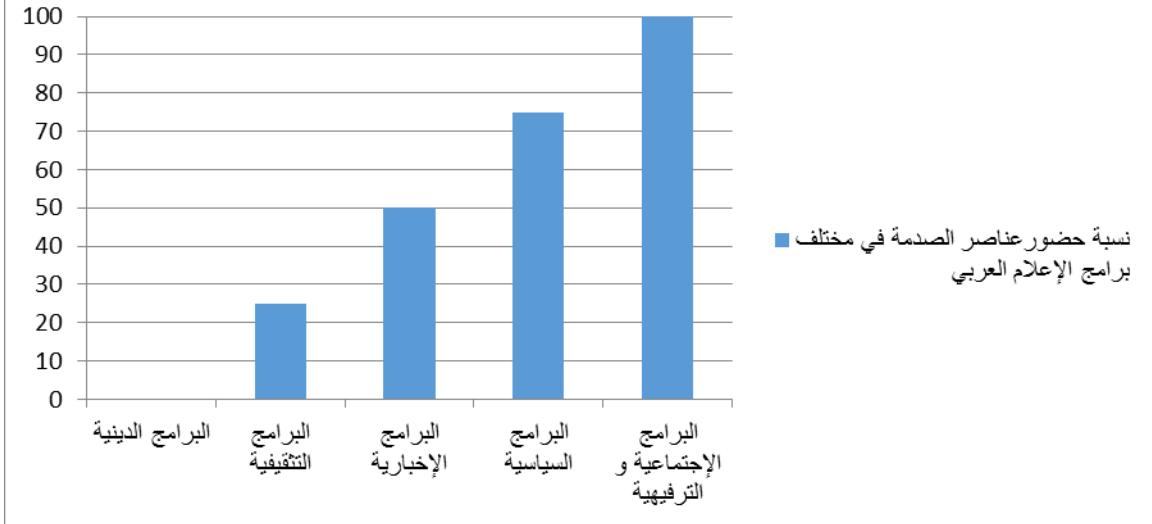
و قد حاولنا في الجدول الآتي ضبط حضور عناصر جمالية الصدمة حسب نوعية البرامج الإعلامية.

إمكانية حضور عناصر جمالية الصدمة في مختلف برامج الإعلام العربي				
عناصر جمالية الصدمة				
اللغة	السلوك	المواضيع	المشهد المرئي	
✓	✓		✓	البرامج السياسية
✓	✓	✓	✓	البرامج الإجتماعية و الترفيهية

✓	✓			البرامج الإخبارية
				البرامج الدينية
	✓			البرامج التثقيفية

مكننا هذا الرصد لإمكانية حضور عناصر جمالية الصدمة في مختلف برامج الإعلام العربي من استنتاجات هامة و مثيرة وهي أن تجليات الصدمة تختلف باختلاف نوعية البرامج، حيث احتلت البرامج الإجتماعية و الترفيهية الصدارة في إمكانية حضور الصدمة في اللغة و السلوك و المواضيع و المشهد المرئي، و في المقابل بدت البرامج الدينية خالية تماما من هذه العناصر و ذلك لاستحالة خروجها عن الضوابط العامة. و لهذه النتائج تفسير جمالي قيمي عميق، حيث أن جمالية الصدمة أخذت تأشيرة المرور إلى الإعلام من صلب و سائل التواصل الإجتماعي، و هذا ما يفسره حضور كل عناصر الصدمة في البرامج الإجتماعية في تقابل كلي مع البرامج الدينية التي تحمي المؤسسة القيمية و الأخلاقية، فتمنع بذلك آليا مرور جمالية الصدمة. و بالتالي مثلت البرامج الإجتماعية و البرامج الدينية القطبين المتضادين لمؤشر الصدمة، و تأتي بقية البرامج في مراوحة بين هذا القطب و ذاك.

مؤشر إمكانية حضور عناصر الصدمة في مختلف برامج الإعلام العربي



ب- الإعلام العربي و الاستفادة من آليات الإستقطاب في وسائل التواصل

الإجتماعي:

تبين للإعلام العربي ثقل وسائل التواصل الإجتماعي و عمق أثرها و حجم الإضافة التي قدمتها للشارع العربي مما يفسر تواجد الجماهير العريضة المنكبة على متابعتها بشغف.

كانت محاولة الإعلام العربي في الاستفادة من تجربة وسائل التواصل الإجتماعي مخالفة للتوقعات، فالتقليد كان الحل البديهي لمعالجة المأزق الإعلامي و لكن الإعلام العربي لم يكتف بذلك بل حقق أقصى أنواع الاستفادة ألا و هي ضم وسائل التواصل الإجتماعي إليه، فلا يكاد يخلو برنامج عربي من صفحة على الفيسبوك أو التويتر أو الإنستغرام... مع الاستفادة من قدرة هذه المواقع و غيرها على الإستقطاب، فمحاولة الضم هذه ضمنت للإعلام العربي قاعدة جماهيرية كبيرة استدعت بطريقة ذكية و أنيقة.

III- الإعلام العربي المعاصر: مشاكل و تحديات جمالية الصدمة:

سنحاول في هذا القسم القيام بتقييم سريع لنموذجين من البرامج الإجتماعية التي تتجلى فيهما جمالية الصدمة بطرق مختلفة، محاولين فهم عواقبها وتأثيراتها على الإعلام من جهة و على الجمهور من جهة أخرى.

١ - جمالية الصدمة بما هي بناء (النموذج السعودي):

"برنامج الثامنة" : تسليط الضوء على قضايا المجتمع و بحث سبل المعالجة

إخترنا برنامج "الثامنة" للإعلامي السعودي "داوود الشريان" كعينة للتقييم بما يحمله هذا البرنامج من نفس جديد دخیل على المجتمع السعودي من ناحية الجرأة في طرح المواضيع و تناولها، مما حقق صدمة*^{٢١} للمتلقى و إعجابا في نفس الوقت بهذا التمهج الجديد في تقديم البرامج التي تعنى بالمجتمع. و للذكر فإن برنامج "الثامنة" تخصص في طرح قضايا محلية سعودية ساخنة و سلط الضوء على موضوعات شائكة كانت منذ زمن بغير بعيد من الموضوعات المسكوت عنها، حيث قدم شيئا جديدا أثار من الصدمة و الإندهاش الشيء الكثير، و في هذا الإطار ولد مفهوم الصدمة. طرحت كل المواضيع للنقاش الحر كالصحة و التعليم و الإبتعاث و المرأة و القضايا الأسرية، و حمل البرنامج من روح و خصائص وسائل التواصل الإجتماعي قدرا كبيرا و نذكر من هذه الخصائص:

- اللغة السهلة و المبسطة
- العفوية في الطرح
- الجرأة في اختيار المواضيع
- النقد اللاذع و البناء
- إشراك الجمهور من خلال "هاشتاغ" البرنامج.

و تعد النقطة الأخيرة من أهم ما يميز البرنامج الذي فتح أبوابه للمتابعين و مكنهم من الإنخراط في الحوار و حثهم على تبني قضايا مجتمعتهم، و هو أمر مهم للغاية حيث يعزز هذا النوع من التمشي روح المواطنة لدى جميع فئات المجتمع.

كما حاول البرنامج تقديم حلول من خلال إستضافة المعنيين بهذه القضايا الشائكة و عدد من المختصين و المسؤولين للإجابة على مختلف الإشكاليات المطروحة في جو من حرية التعبير و روح النقد اللاذع و البناء.

تحقق نوعية هذه البرامج الهدف الأسمى للإعلام بماهو العناية باهتمامات المجتمع و مشاكلة إضافة إلى تقديم حلول تخدم الصالح العام و تساهم في الإرتقاء بوعي المجتمع. و في نفس النهج كتب الدكتور "عامر إبراهيم القندلجي": "الإعلام هو التعريف بقضايا العصر مع كيفية معالجتها في ضوء النظريات و الأفكار و المبادئ التي اعتمدت لدى كل مجتمع أو نظام أو دولة"^{٢٢}.

و تتجلى قدرة الإعلام في الإصلاح من خلال رفع المستوى الثقافي للأفراد و صنع فكر مستنير إزاء القضايا العامة، كما تساعد البرامج الإجتماعية الهادفة على إرساء روح المسؤولية و الجرأة في مجابهة أكثر المواضيع حساسية كما تشجع بقية أفراد المجتمع على الإنخراط في هذا التوجه الإعلامي الجديد.

و قد حاولنا تلخيص النقاط الإيجابية الناجمة عن جمالية الصدمة و تأثيراتها على المجتمع من جهة و على الإعلام من جهة أخرى في الجدول التالي:

التأثيرات الإيجابية لجمالية الصدمة	
على المجتمع	على الإعلام

- خلق الجدل و الضجة الإعلامية المنشودة	- التفاعل و المشاركة
- الجرأة في طرح المواضيع و المحاسبة	- رفع المستوى الثقافي و تطوير وعي المجتمع
- طرح إشكاليات و تقديم حلول	- تعزيز روح المواطنة
- استقطاب الجماهير	- تشجيع أفراد المجتمع على المطالبة بحقوقهم
- اكتساب حريات جديدة	- محاولة إيجاد حلول

٢- جمالية الصدمة بما هي هدم (النموذج التونسي):

"برنامج عندي مانقلك": شيطنة المجتمع و عدم تقديم حلول و الترويج للعنف و

الإنحطاط الأخلاقي و تمييع القضايا الحساسة

برنامج "عندي ما نقلك" للإعلامي التونسي "علاء الشابي" برنامج اجتماعي يطرح قضايا من واقع المجتمع، تقوم الفكرة على قيام الضيف الرئيسي في البرنامج باستضافة طرف ثان قصد تقديم طلب له و من حق الشخص المستضاف الرفض أو الإجابة، و يتخلل البرنامج سرد تفاصيل الحكاية أو الخلاف. يقدم البرنامج فرصة للأفراد بكشف تفاصيل حياتهم للجمهور بكل حرية و بدون قيود و مهما كان المحتوى صادما أو غير مألوف أو غير أخلاقي.

كان نهج البرنامج في البداية ككل البرامج الاجتماعية التي تحاول الإصلاح و لم الشمل، غير أن المنعطف الذي انزلق فيه كان دخوله في مرحلة استقطاب الحالات الأكثر شذوذا و غرابة و كأن عنصر الصدمة صار المتطلب الوحيد للمرور في البرنامج.

رغم إيماننا أن من أهم وظائف الإعلام نقل صورة الواقع بكل شفافية و مصداقية إلا أننا نستنكر على هذه النوعية من البرامج طرحها لمواضيع في غاية الحساسية (كمواضيع الأمهات العازبات أو مدمني المخدرات أو الشذوذ الجنسي أو الدعارة وغيرها من آفات المجتمع) في ظل غياب تقديم حلول حقيقية و الإكتفاء بشيطننة المجتمع و تقديم الشاذ على صورة السائد و المؤلف. و حتى لو اعتبرنا أن هذه الحالات تمثل شريحة من المجتمع وحب التطرق إليها فإن عدم تقديم حلول جدية يعد انصياعا و "خضوعا للواقع المعوج" ٢٣.

يغيب دور الإعلام بما هو نموض بالمجتمع و رقي بالفكر الإنساني حيث نرى في هذه النوعية من البرامج ترويجا للعنف بخلق فضاءات تصادمية دنيئة يتجلى فيها الإنحطاط الاخلاقي بأبشع صورته و تغدو فيه أهم القضايا المصيرية و الحساسية التي تمس المجتمع و الفرد في منظومته الأخلاقية و القيمة و حتى في قناعاته الشخصية مناطا للسخرية العارية من حس المسؤولية، فاختزلت وظيفة الإعلام في إنشاء جدل أو ضجة على حساب أعراض البسطاء و بؤس المستضعفين.

و قد حاولنا رصد النقاط السلبية الناجمة عن جمالية الصدمة و تأثيراتها على المجتمع من جهة و على الإعلام من جهة أخرى في الجدول التالي و هو نفس المنهج الذي سلكناه لتبيان الجوانب الإيجابية لجمالية الصدمة سابقا.

التأثيرات السلبية لجمالية الصدمة	
على الإعلام	على المجتمع
- البراغمية: التفكير في الربح المادي فقط	- السخرية و الإستهزاء بالآخر و بكل المواضيع
- اللامسؤولية تجاه المجتمع	

- السخرية من معاناة البسطاء	- تميم القضايا الحساسة
- الإفتقار للحس الإنساني و عدم حفظ	- إرساء قناعات لأخلاقية جديدة
كرامة الإنسان	- ترويض للعنف و الإنحطاط الأخلاقي

خاتمة:

كانت مساهمة وسائل التواصل الإجتماعي في تمرير جمالية الصدمة من الإطار الفني و الجمالي إلى الحقل الإعلامي مساهمة فعالة حددت مستقبلا جديدا للإعلام العربي . و تمكنا من خلال هذه الدراسة من إجراء مقارنة أكسيولوجية بين القيم و الجمالية برهنا من خلالها أن الجمالية ماهي إلا ثمرة للقيم الفردية التي تتلخص في القناعات الشخصية و التوجهات الذوقية. كما شرحنا مفهوم جمالية الصدمة و بيننا تجلياتها في الإعلام العربي المتمزق بين الرغبة في مواكبة العصر و التمسك بالمنظومة القيمية التي تعد جزءا من هويته.

^١(*) الأكسيولوجيا (Axiology) وهو العلم الذي يدرس علم القيم و المثل العليا والقيم المطلقة، و أحد المحاور الرئيسية الثلاث في الفلسفة (و هي مبحث الوجود/الانطولوجيا، ومبحث المعرفة/الإبيستيمولوجيا، ومبحث القيم/الأكسيولوجيا). و المراد بالأكسيولوجيا البحث في طبيعة القيم و أصنافها و معاييرها من خلال ثلاث قيم أساسية وهي: قيمة الحق، التي يدرسها علم المنطق، الذي يضع لنا قواعد التفكير السليم. وقيمة الخير، التي يدرسها علم الأخلاق، الذي يوضح قواعد السلوك الأخلاقي. وقيمة الجمال، التي يدرسها علم الجمال ، الذي يوضح مقاييس الشيء الجميل، وينمي الذوق الجمالي لدى الإنسان.

^٢ جاكلين روس، ١٩٩١، معجم الفلسفة، بورداس، صفحة ٩٧.

^٣ جاك موريزو و روجيه بوفيه، معجم علم الجمال و فلسفة الفن، أرماند كولن، صفحة ٢٠٠.

-
- ٤ معجم الفلسفة: ممارسة الفلسفة من الألف إلى الياء، ١٩٩٤، هانيه، صفحة ٢٣٦.
- ٥ مارتن سيل جين، ترجمة كلود تيريان، ١٩٩٦، الجمالية كجزء من قيم مختلفة (مقال)
- ٦ إيتيان سوريو، ٢٠١٠، مفردات علم الجمال، بوف، صفحة ١٠٢٦.
- ٧ إيتيان سوريو، نفس المصدر، بوف، صفحة ١٠٢٧.
- ٨ أ. بسام عبد الرحمن مشاقبة، ٢٠١١، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر و التوزيع، صفحة ٧٠.
- ٩ جان كلود برتراند، ٢٠٠٨، أدبيات الإعلام (ديوتولوجيا الإعلام)، ترجمة أ. رباب العابد، مجد للنشر و التوزيع. صفحة ٣٤.
- ١٠ معجم الفلسفة: ممارسة الفلسفة من الألف إلى الياء، نفس المصدر، صفحة ١١٥.
- ١١ جاكين روس، نفس المصدر، بورداس، صفحة ٩٤.
- ١٢ إيتيان سوريو، نفس المصدر، صفحة ٦٩١-٦٩٢.
- ١٣ كارول تالون هوغن، ٢٠٠٣، الذوق والاشتراك، نشر جاكين شونبون، مقال.
- ١٤ ييف ميشو، ٢٠٠٥، أزمة الفن المعاصر، بوف، صفحة ١٦٢.
- ١٥ مارتن سيل جين، نفس المصدر.
- ١٦ مارك جيمناز، ٢٠٠٧، الجمالية المعاصرة: الإتجاهات و القضايا، سلسلة خمسون سؤال، صفحة ٢٩.
- ١٧ د. حسني محمد نصر، ٢٠١٠، قوانين و أخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، صفحة ٢٢.
- ١٨ أ.د. بسيني إبراهيم حمادة، ٢٠٠٨، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الإتصال و الرأي العام، عالم الكتب، صفحة ٩٨.
- ١٩ د. محمد قيراط، ٢٠٠٦، قضايا إعلامية معاصرة، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، صفحة ١٣٤.
- ٢٠ أ.د. عامر إبراهيم القندلجي، ٢٠١٣، الإعلام و المعلومات و الإنترنت، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، صفحة ٦٦.
- ٢١ نوه هنا بأن مفهوم الصدمة يأخذ دلالاته من الخلفية الثقافية و الإجتماعية، فماهو صادم عند مجتمع معين قد يعد أمرا عاديا في مجتمع آخر.
- ٢٢ أ.د. عامر إبراهيم القندلجي، نفس المصدر، صفحة ٢٤.
- ٢٣ علي عبد الفتاح كنعان، ٢٠١٣، الإعلام و المجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، صفحة ٩٢.

المراجع العربية:

- أ.د. عامر إبراهيم القندلجي، ٢٠١٣، الإعلام و المعلومات و الإنترنت، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.

-
- أ.د. بسيوني إبراهيم حمادة، ٢٠٠٨، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الإتصال و الرأي العام، عالم الكتب.
 - د.محمد قيراط، ٢٠٠٦، قضايا إعلامية معاصرة، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع.
 - د. حسني محمد نصر، ٢٠١٠، قوانين و أخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي.
 - أ.بسام عبد الرحمان مشاقبة، ٢٠١١، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر و التوزيع.
 - علي عبد الفتاح كنعان، ٢٠١٣، الإعلام و المجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.
 - جان كلود برتراند، ٢٠٠٨، أدبيات الإعلام (ديوتولوجيا الإعلام)، ترجمة أ. رباب العابد، مجد للنشر و

التوزيع.

المراجع الأجنبية:

- Yves Michaud, 2005. La crise de l'art contemporain. Utopie, démocratie et comédie, Paris, PUF
- Marc Jimenez, 2007. L'esthétique contemporaine : Tendances et enjeux. Paris Klincksieck. Collection 50 questions.
- Carole Talon-Hugon, 2003. Goût et dégoût. L'art peut-il tout montrer ? Ed Jacqueline Chambon.
- Jacqueline Russ, 1991, Dictionnaire de philosophie, Bordas
- Jacques Morizot et Roger Pouivet, Dictionnaire d'esthétique et de philosophie de l'art, Armand Collin.
- Dictionnaire philosophique, 1994, Pratique de la philosophie de A à Z, Hatier
- Etienne Souriau, Vocabulaire d'esthétique, PUF
- Martin SEEL Gießen, texte traduit par Claude Thérien, 1996. L'esthétique comme partie d'une éthique différenciée (Ce texte est la traduction du premier chapitre du livre Ethisch-ästhetische Studien, Frankfurt/M., Suhrkamp, 1996, intitulé: "Ästhetik als Teil einer differenzierten Ethik. Zwölf kurze Kommentare", p.11-35)