

الحدائثة الفائقة ومظاهر انفصال الإعلام المعاصر عن القيمة

عبد الرزاق بلعقروز*

الملخص

يُنظَرُ البحث في الظاهرة الإعلامية نظرة خارجية، موظفاً أدوات التحليل المعرفي والمساءلة الأخلاقية، فالتحليل المعرفي يظهر الإعلام المعاصر، ليس مجرد صور أو معلومات يتم تداولها، إنما هو رؤية للعالم، ونمط إدراكي للوجود. ومن علامات ذلك، انتشار التَمَط الاستهلاكي وهيمنة التصنع، والانجذاب نحو دائرة الحياة المادية، وتحول المعرفة إلى أدوات، للغزو الناعم للعقول والتفوس. أما المساءلة الأخلاقية فُتَبِّين مدى انفصال الإعلام المعاصر عن قيم الفطرة الإيمانية الهادية، وحجم الإفقار المعنوي الذي تَبَّه بين أفراد الجمهور. وهذا يستلزم إنشاء شكل جديد من الأخلاق تُحَقِّقُ التحرّر من هذه الإمبريالية الإعلامية، وتُعَلِّي من قيم الوجود الأخلاقي للإنسان بدلاً من الوجود الطَّبِيعِي الذي أمسك بالحياة من كل جوانبها.

الكلمات المفتاحية: الحدائثة الفائقة، الإعلام المعاصر، الانفصال عن القيم، القيم الهادية، الرؤية الإعلامية إلى العالم، التحليل المعرفي، المساءلة الأخلاقية، الوجود الأخلاقي.

High Modernity and manifestations of the Separation of Contemporary Media from Value

Abstract

This paper looks at media phenomenon from outside, employing tools of epistemological analysis and moral accountability. Epistemological analysis shows that the contemporary media is not just images or information to communicate; rather it is a worldview and a cognitive pattern of the existence. Wide spreading consumerism, domination of artificiality, attraction to material life, and the change of knowledge into tools of soft invasion of minds and souls are just clear indicators of this.

Moral accountability shows how contemporary media is separated from the guiding and faithful affirming innate disposition (fitrah). It also exposes the extent of moral impoverishment sent to the public. Addressing this problem would require setting up a new form of morality that would help achieving the freedom from media imperialism, and upholding human moral values rather than the material existence which grabbed life in all its aspects.

Key words: High modernity, Contemporary media, Separation from values, guiding values, media worldview, epistemological analysis, moral accountability, moral existence.

* دكتوراه في فلسفة القيم من جامعة قسنطينة، ٢٠١٢، أستاذ محاضر ورئيس قسم الفلسفة بجامعة سطيف ٢ الجزائر
من ٢٠١١م. البريد الإلكتروني: abderrezakbelagrouz@yahoo.fr
تم تسلّم البحث بتاريخ ١/٦/٢٠١٤م، وقُبِل للنشر بتاريخ ١٤/١١/٢٠١٤م.

مقدمة:

إن موضوع هذه المسألة البحثية للظاهرة الإعلامية المعاصرة، هو رصد حقبة الحداثة الفائقة التي بلغت أوجها في الزّمن الإعلامي المعاصر، وذلك من زاوية التحليل المعرفي والتقويم الأخلاقي للفاعليات الإعلامية المشهودة، وما يطالعا به هذا التحليل المعرفي وهذه المسألة الأخلاقية، من انفصال الإعلام المعاصر عن منظومة القيم الهادية والسامية، واندراجه ضمن منظومة قيم متمركزة حول رؤية للعالم، تصوّر العالم بوصفه نمطاً استهلاكياً وحنّة اصطناعية تُعبد فيها الدّنيا، وتزيّن للقلوب الانجذاب نحوها، وتُهندس نظاماً في المعرفة، قوامه صراع إرادات القوى التي لا تبتكر المعرفة أو المعلومة من أجل الحقيقة النّافعة، وإنّما من أجل تلبية دوافع القوة والهيمنة، ومن أجل مضاعفة الأرصدة الرّبحية، كما تشرّع لقيم غير معهودة في الممارسات الثقافية للإنسان، على رأسها التلويث الرّوحي والإفقار المعنوي للحماهير المُتلقية، واستخدام أدوات الإعلام الجديد من أجل الاستعلام على الخصوصيات الإنسانية، والتحكّم فيها سلطوياً، وإفقاد الفن دوره التحرّري ورسالته نحو إنسان القيمة والمعنى.

وفي مقابل هذا التّصوير التقويمي للظاهرة الإعلامية المعاصرة، فإن الحاجة تبدو ملحة لبلورة نظام أخلاقي يرشّد الممارسة الإعلامية المعاصرة، بتحريرها من الرؤية الانفصالية عن القيم، وإنزالها في صلب الرؤية الأخلاقية، بالمعنى الذي نستخرجه من الرؤية الإسلامية الكلية للوجود، مشترطين في هذا المقام، فهماً مخصوصاً للأخلاق، بوصفها نموذجاً حاكماً، ومفهوم مظّلة، ومقام وصل، وليس أخلاقاً تكميلية أو تصحيحية لأزمات الإعلام المعاصر، وإنّما أخلاقاً جذرية تحقق الإصلاح الجذري للإعلام المعاصر، وتعيد وصل الصّلة المُمزّقة بين القيمة والمعلومة.

وتأتي أهمية هذا الموضوع من راهن الإعلام الجديد، الذي تجاوز دوره الأصلي، وانخرط في سياق تشكيل رؤية كلية إلى العالم، تعكس في مضمونها مفهوماً مخصوصاً عن الإنسان، ونسقاً مخصوصاً في القيم، ومقاصد تتسق مع هذه التّظرة الإعلامية للعالم، فقد أضحى العالم نمطاً استهلاكياً والإنسان كائناً نرجسياً غرائزياً، والقيم نسبية متغيّرة لا

تتأسس على قوام ثابت، وإنما قيم تحتفي بالحياة الحيوية وتمجد المؤقت والعابر. وضمن هذا الإطار فقدت القيم دورها الرافع والحافز، واحتجبت بفعل هذه الهيمنة الإعلامية على الحياة الاجتماعية والفردية، وأضحت المهمة المستعجلة هي التفكير في كيفية تفعيل القيم مجدداً، وتجديد الوجدان الأخلاقي، وتنمية الوعي الفلسفي، بوصفه الوعي الذي يجوز آليات تحريك قوى الوعي النقدية والتحليلية والمقارنة، التي تتركب منها البنية الإدراكية للإنسان، وتتصدى لإرادة التنميط الإعلامي التي لا تتواءم مقاصدها مع مقاصد الدرس المعرفي الذي لا يقبل معلومة، إلا بمرورها عبر محكمة النقد.

وتحفزنا أهمية هذا الموضوع إلى رصد الأهداف المتوخاة من ملامسة إشكالية العلاقة الممزقة بين الإعلام المعاصر والقيم، والتفكير في بلورة أخلاقيات حاكمة للظاهرة الإعلامية، متى ابتغت أن تكون هذه الظاهرة حضارية ومستقيمة. وهذه الأهداف نجليها في الآتي:

- رصد حقبة الحدثانة الفائقة وبيان معانيها، وهي الحقبة التي بلغت فيها الظاهرة الإعلامية مبلغاً اتساعياً، أسميناه في مفتح هذه الدراسة ب: الرؤية الإعلامية للعالم، وهي رؤية كلية أو شاملة تختلف عن الرؤية المجزأة التي تتناول بالاهتمام مثلاً: التسلسل الزمني للإعلام، ونظريات ووسائل، أو دراسات اقتصادية أو دراسات أفلام ميكروسكوبية؛ أي متناهية في الصغر.

- رصد مظاهر انفصال الإعلام المعاصر عن القيمة. والقيمة هنا هي القيمة الهادية والسامية، وبالمفهوم الذي نستخرجه من الرؤية الإسلامية الكلية للوجود، التي تجعل التركيز مقصداً من مقاصد هذه الرؤية.

- التفكير في آليات عمل مُمكن من تحصيل القوة العقلية والتفسيية، القادرة على نقد الظاهرة الإعلامية المنفصلة عن القيمة، والناهمة بتشكيل نموذج الإنسان الاستهلاكي، الذي يتحرك وحيماً من غرائزه، ورغباته الحيوية.

- تحرير الإعلام المعاصر من الرؤية الإعلامية المنفصلة عن التوجيه الأخلاقي، والتفكير في بلورة أخلاقيات جذرية، تُعيد موضوعة الإعلام المعاصر، ضمن نسق حضاري

لا يقطع مع القيمة التوجيهية، ولا يقطع مع الدور الحضاري الإصلاحي، وإنما يكون مدخلاً محورياً لحفظ قيم الأمة، وتنمية شبكة العلاقات الاجتماعية، وإنجاز المشروع الإصلاحي، وترسيخ القيم في وعي الإنسان المسلم، وتفعيل المشروع التعارفي الذي يُوحّد بين المعلومة والقيمة.

ونظراً لهذه الأهداف التي نقصد تطويرها وبلوغها، فإن مسالكنا المنهجية التي نتوسل بها ضمن هذه المقامات التحليلية، هي المنهجية التحليلية التي تُقسّم وتُشرح عناصر الظاهرة الإعلامية المعاصرة المنفصلة عن القيمة، وترصد مظاهرها، وتقسّم هذه المنهجية التحليلية الأسس البنائية للأخلاقيات التي تعمل على الأخذ بالإعلام إلى المقاصد الأخلاقية بدلاً من المقاصد التفعية الأولية، بالإضافة إلى تشغيلنا لمفردات منهج تحليل المضمون، الذي يتقصّى فيه المنهج حقيقة المضامين أو الرسائل المستبطنة خلف الممارسات الإعلامية، ويكشف عن دوافعها الحقيقية، ويستخرج منها النموذج الإنساني الكامن: هل هو النموذج الإنساني الاستهلاكي أم الاقتصادي أم اللذائذي. فضلاً عن أننا نُشغّل معطيات المنهج النقدي، الذي يبيّن مظاهر انفصال الحداثة الفائقة عن القيمة، وارتباطها بالقيم التفعية الأولية، ونتوسّل به قاصدين الاعتراض على هذا الفصل بين الإعلام والقيم.

من هنا، فإن السؤال الذي تجيب عنه هذه الدراسة وتسعى لكي تفكّ معاقده، هو الآتي:

كيف تُسهم الحداثة الفائقة في إيقاع الانفصال بين الإعلام والقيم؟ وما هي الجذور المعرفية والأخلاقية التي أرتخت لهذا الفصل بينهما؟ وما هي مظاهر هذا الانفصال في الممارسات الإعلامية المعاصرة؟ وما هي نتائجه على سلّم القيم الأخلاقية؟ وهل تكفي أخلاقيات الإعلام التي يجري التنظير لها من خلال إنشاء أخلاقيات داخلية؟ أو أن مقتضى والمستلزم الذي يلوح في الأفق علاجياً هو تطوير أخلاقيات جذرية، تكون هي الحاكمة على الظاهرة الإعلامية ومحددة لمقاصدها؟ وما هو أساس هذا النظام الأخلاقي الذي سينقل الظاهرة الإعلامية من فضاء الانفصال إلى فضاء الاتصال؟ وما أثر هذا الوصل بين القيمة والمعلومة على عناصر الإعلام المعاصر من جهة علاقته بالثقافة ومن جهة مقاصده؟

أولاً: مفاهيم الدّراسة

لهذه الدّراسة كما يتبدى في العنوان مفاهيم مركزية تتطلّب منّا إجلاء معانيها، كيما تكون هناك نسقية في البناء ووحدة في استخدام هذه المفردات أثناء مسارات التحليل. ولإنجاز هذه المهمة حرصنا على رصد مفاهيم الدّراسة، وهي:

١. **الحدائفة الفائقة:** يعني هذا المصطلح الشكل الأخير لمسار الحدائفة التي افتتحت أفقها مع الإصلاح الدّيني، وعصر التنوير ثم عصر التّهضة، والعصر الصّناعي والعصر التقني المعلوماتي، بما هو الطّرف الأكثر ضغطاً وهيمنة على أشكال الحدائفة التّقليدية. والحدائفة الفائقة تدل على نمط وجودي غير معهود، تتحكّم فيه الوسائل الإعلامية التي تستبق الواقع الواقعي، وتهندس العيش مع نمط إعلامي للحياة، لا يتطابق مع الواقع ولا يحاكي النّماذج الواقعية، وإنما يصطنع صوراً من الواقع لكي يرّكب منها واقعاً آخر، لكنه ليس الفعلي أو الحقيقي وإنما المصطنع. فالحدائفة الفائقة تماثل عصر الاصطناع، الذي "ينفتح على تصفية كل النّظم المرجعية، بل أنكى من ذلك، على انبعاثها الاصطناعي في جميع أنظمة الإشارات، وهي مادة أكثر طواعية من الحس، لكونها قابلة للاندرج في جميع نظم المعادلات وفي كل التناقضات الثنائية وكل الجبر التّركيبي. وليس المقصود محاكاة ولا تكراراً... بل المقصود استبدال الواقع برموز عنه؛ أي بعملية ردع لكل سيورة واقعية بديلها الإجمالي".^١ ومن مواصفات هذا المجتمع الفائق أيضاً الخروج عن أنماط الأنظمة الموروثة وأشكالها، إنه "المجتمع الذي تسيطر فيه القوى المعارضة للديمقراطية الحديثة، ذات التّزعة الفردية والتاجرة، مهيكلة، ومن ثم تجذ نفسها أسيرة دوامة مغرقة في المبالغة، وتصيد للدّورة في أكثر مجالات التكنولوجيا تنوعاً، والحياة الاقتصادية والاجتماعية بل الفردية؛ تكنولوجيات وراثية، رقميّة، أماكن للإنترنت، تدفقات مالية، مدن عملاقة، لكن أيضاً إباحية، وسلوكيات محفوفة بالمخاطر، ألعاب رياضية قصوى، أداء، حدث، سمنة، إدمان، كل شيء يتضخّم. كل شيء يصل إلى حدّه الأقصى، ويصبح مثيراً للدّوار خارج

^١ بودريار، جون. المصطنع والاصطناع، ترجمة: جوزيف عبد الله، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٨م، ص ٤٧.

الحد. هكذا مثل مخاطرة هائلة سلسلة لا تنتهي، عملية تحديث مغالٍ فيها تمنحها الحداثة الثانية لنفسها.^٢

٢. الانفصال عن القيمة: مقصود هذا المفهوم هو تحول الصلة بين الإنسان ومنظومة القيم العليا بما هي جملة المبادئ المتجاوزة، التي يسعى الإنسان من أجل إتيان أفعاله وفق مقتضاها، تحوّل الصلة من محبة أو التزام، إلى انفصال وهجران معرفي وسلوكي وحضاري، بخاصة في نسق الحداثة الغربية؛ "إذ تحوّل الإنسان من بداية العصور الحديثة من عابد للإله يمدّه بمدد التّواصل الروحاني والمقصدية الأخلاقية إلى عابد لذاته ولمصالحه، وهو ما تعنيه الحرية بوصفها قيمة أولى تتراتب بعدها القيم الأخلاقية... ومع هذا التّهافت للمرجعيات تنبلج أمام الفاعل روح التحرّر المتواصل، لتكون الحرية هي قائدة القيم، ومن ثمة التشريع للذّات في انفصال كلي عن أشكال الأمر. إنه عصر إرادة القوة حيث يخرج الفرد من رنقة كل الإلزامات؛ إلزام الكنيسة والمجتمع وكل سلطة خارجية... فقد انتهت المثل العليا وغاب كل إيمان وأصبح مطلب ما بعد الحداثة التمتع بالوجود الجميل".^٣ وفي السياق الإعلامي الذي نحن بصدد مساءلته، فإن الانفصال عن القيمة يجوز لنا وصفه بخلوّ المضامين الإعلامية من قيم توجيهية، واستنادها إلى قيم مادية، لا تأبه لحاجات الإنسان الروحية وهمته في الارتقاء الأخلاقي بهذه المضامين، وإنما تنخرط في النسق القيمي التجاري والإعلاني، وتحويل العالم إلى أشكال دون مضامين، وفصل الكلام عن دوره في النّفع والخير أو قول المعروف، وانفصال التّواصل على التّعارف؛ أي القول الخيّر الذي ينشئ علاقات تعارفية أخلاقية تشترك في التّكريم الإنساني، وفي وحدة أصلها وفي تكامل وجودها.

منظومة القيم: مع أن الكلام في الانفصال عن القيمة جرت الإشارة إليه في العنصر السابق، إلا أن دلالة القيم ضمن هذا المقام التّساوي، يستلزم منا تحديد مفهومنا للقيم الأخلاقية من أجل تعيين الدّور العلاجي الحقيقي لها، فليست القيم الأخلاقية في التصور

^٢ ليوفتسكي، جيل، وسيرو، جان. شاشة العالم، ثقافة، وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، ترجمة: راوية صادق، مصر: المركز القومي للترجمة، عدد ٢٠٤، ٢٠١٢م، ص ٥٢.

^٣ بوحناش، نورة. الأخلاق والزّهانات الإنسانية، المغرب: إفريقيا الشرق، ٢٠١٣م، ص ١٠.

الإسلامي فضائل فحسب؛ أي وصفاً تكميلياً لا يحدث الضّرر بفقدته، إنّما هي إطار ناظم وعنصر تأسيسي ومفهوم محيط بكافة العناصر المشكّلة للحياة. وقد برزت اجتهادات معتبرة ضمن هذا الإطار، تهدف كلّها إلى تأكيد هذا المعطى؛ أي عدّ القيم من الكليات الأساسية وليس من الفضائل التكميلية، أو النّظر إليها كمدخل منهجي ومفهوم نسيج وشبكة دلالية. وتعد العقيدة في التصور الإسلامي -إذا ما قارناها من هذه الزاوية- رؤية إلى العالم أو أنّها قيمة؛ "العقيدة تشير إلى التوحيد بوصفه القيمة المركزية الكبرى، التي تشع عناصرها على كل الأنساق التابعة، من معرفة وفكر وثقافة ومفاهيم ومناهج وطرائق تفكير وأساليب تفسير وأطر تحليل، وقواعد تغيير وتقويم، التّوحيد كمنسق تبدو أهميته في كونه إطاراً مرجعياً أكبر، يعبر في المبتدأ والمنتهى عن قاعدة إسناد وإطار مرجع، والإنسان أيضاً هو إنسان العقيدة الذي يمكن تسميته بأنه إنسان القيمة المتواصلة مع قيمة الإنسان، والكون أيضاً قيمة لفاعلية الإنسان وسعته فيه، واعتباره سيّداً فيه لا عليه بالاستعلاء، وبإعمار له لا إفساده. والحياة قيمة في نطاق تفاعلاتها وحركة الإنسان فيها.

إن العقيدة مفهوم ومكونات هي بحق قيمة.^٤ ونحن سننحو هذا المنحى في رؤية القيم، وذلك من جهة عدّ القيم إطاراً مرجعياً ومنظومة تأسيسية، أو أنّها "مقاصد شرعية وأسمى القيم الحاكمة، وهي ثلاثة: ١. التوحيد ٢. التزكية ٣. العمران، وسائر القيم الأخرى الكلية منها والجزئية تنتهي إلى هذه القيم الثلاث، التي لا يمكن أن ينفصل أي منها عن الآخرين، فالتوحيد غاية التزكية وهدفها، ووسيلتها في الوقت ذاته. والعمران ثمرة للتوحيد والتزكية معاً، فلا يوجد على حقيقته، وبشروطه، بدونهما." إن هذا التأسيس لمرجعية الناظم القيمي، من خلال الرؤية الإسلامية، يستلزم مفهوماً وعلائقياً، بيان الغائية الأخلاقية من التّكليف الإلهي للإنسان، وهي غائية قيمية في صلة الإنسان بالوجود. وفي هذا المقام يقول إسماعيل الفاروقي: "وحقيقة الأمر، أن الغاية الإلهية من

^٤ عبد الفتاح، سيف الدين. مدخل القيم، إطار جامع لدراسة العلاقات الدولية في الإسلام، واشنطن: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٩٩٩م، ص ١٠٥.

^٥ العلواني، طه جابر. التوحيد ومبادئ المنهجية، ضمن: المنهجية الإسلامية، عبد الحميد أبو سليمان وآخرون، أمريكا-القاهرة: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، دار السلام، ٢٠١٠م، ص ٤٣٣.

خلق هذا الكون هي أن يملأه الإنسان بالقيمة، عبر الرؤية والفعل الأخلاقيين. مصداق ذلك قول الله تعالى: ﴿ إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لَهَا لِنَبْلُوَهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ ﴾ (الكهف: ٧)، وقوله سبحانه: ﴿ الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الْغَفُورُ ﴾ (المالك: ٢)

٣. وترتيباً على ذلك، فإن استمتاع الإنسان بالقيم الأولية أو النفعية للخلقية مباح. فالله تعالى يقول: ﴿ يَبْنِي آدَمَ خُدُوءًا زِينَتًا عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾ (٣١) قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴾ (الأعراف: ٣١-٣٢) والكون الممتلئ بالقيمة دليل بارز على وجود الله. والحفاظ عليه وإثراؤه يدخلان في إطار حمد الإنسان لربه وعبادته له. وكل شيء في الوجود متضمن لقيمة كونية أعلى، بوصفه أداة لتحقيق المطلق.^٦ ومرادنا من هذا السرد لبيان مركزية نظام القيم في الرؤية الإسلامية، توظيف هذا المفهوم في التأسيس لأخلاقيات إعلامية مستقبلية؛ إذ تنضبط الممارسة الإعلامية بهذا المفهوم الشامل للقيم، وتأخذ مكانها وموقعها الحقيقي ضمن مستوى القيم الواسعة النافعة، وليس ضمن تقديم رؤية إعلامية للعالم منفصلة عن التسديد الأخلاقي.

ثانياً: فاعلية التحليل المعرفي والمساءلة الأخلاقية لنظام الإعلام المعاصر

نروم في هذا العنصر، الوقوف على الأدوات المنهجية الفعّالة، في مساءلة ظاهرة الإعلام المعاصر، وهي مساءلة تحفر في الأنساق المعرفية الكامنة خلف الممارسات الإعلامية المعاصرة، كيما يستخرج منها طبيعة الرؤية إلى العالم التي توجهها، ونمط المعرفة الذي يروج، ونسق القيم المبتوث. وهذه المقاربة ليست مقاربة داخلية، ينحصر دورها في دراسة الإعلام والشبكات التواصلية، وأثرها في الجوانب النفسية والاجتماعية مثلاً، أو

^٦ الفاروقي، إسماعيل. التوحيد مضامينه على الفكر والحياة، ترجمة: السيد عمر، القاهرة: مدارات للأبحاث

يهتم برصد النظريات الاتصالية تاريخياً وتحليل مقولاتها، وإنما يُسائل معرفياً وأخلاقياً الظاهرة الإعلامية في منطلقاتها الفلسفية ومقاصدها الأخلاقية، لأن هذه المسلكية المنهجية تطالعنا بنموذج الإنسان الكامن في الإعلام المعاصر، وبنسق القيم ومنظومتها التي يراد لها أن تهيمن وتسد، ويسعفنا هنا "عبد الوهاب المسيري"، الذي بلور منهج التحليل المعرفي كإجراء يمكن من استخراج الرؤية الكامنة خلف الممارسات الثقافية للإنسان، من تمظهراتها الحياتية الجزئية والعبارة، إلى النشاطات العليا للإنسان ممثلة في الوعي والتفكير.

إن المسيري لا يقرأ الظواهر العابرة إلا لأجل استخراج النماذج المعرفية الكامنة خلف هذه الظواهر، فهو قد اختصّ بمنهج التحليل المعرفي الذي يحفر في أصول الممارسات الثقافية بمختلف أشكالها. وتحليله المعرفي للظاهرة الإعلانية المعاصرة أوصله إلى أن هذا العصر الإعلامي هو عصر: الانفصال عن القيمة، والسبب هو انبناء الفاعليات الثقافية المعاصرة على مرجعيات نهائية معادية للإنسان؛ أي مرجعية التمركز حول المادة وتمجيد الثقافة الاستهلاكية. ويزودنا المسيري بلفتة تحليلية مهمة في كيفيات القراءة، وهذه اللفتة هي أهمية النقد الكلي، الذي يصرف الدراسة إلى "مُجمل البناء النظري في جزئياته المترابطة وفي كليته"^٧ وليس إلى تفاصيله. والنقد الكلي ليس ذا دور سلبى ينحصر في التفكير، وإنما له دور إيجابي أيضاً، يمكننا من الفهم العميق للرؤية الحضارية الغربية، والكشف عن حدود نماذجها المعرفية، والاستفادة من مشتركها الإنساني الذي يجري تكييفه مع الرؤية الإيمانية الإسلامية.

وقد كانت الرؤية الإعلامية إلى العالم محلاً لتطبيق هذا التحليل والنقد الكلي الذي بلوره المسيري، وكانت النتيجة هي أن التحليل المعرفي للظاهرة الإعلامية والمساءلة النقدية الكلية يطالعه بدلالات جديدة لا يظفر بها من يجعل دائرة اهتمامه مقتصرة على القراءة الداخلية للإعلام. ويمكن استخراج المعاني النقدية الآتية من مقارنة "عبد الوهاب المسيري" للإعلام المعاصر المنفصل عن القيمة والمعاني الإنسانية، فيما يأتي:

^٧ المسيري، عبد الوهاب. دراسات معرفية في الحدائفة الغربية، مصر: دار الشروق، ٢٠٠٦م، ص ٨٨.

١. إن الإعلام المعاصر وشبكته المعلوماتية يُبصِر فيه المسيري ذنباً معلوماً. ويجاز الذنب لدى المسيري إلى التهديد الوجودي للإنسان؛ إذ إن الذنب المعلوماتي إلى جانب ذنب الثروة والشهرة، يشكلون منظومة الذناب الثلاثة؛ فالذنب المعلوماتي يشلّ طاقة الفكر على الحركة والإبداع ويراكم المعلومات على حساب التوليد والإبداع. والرؤية المعلوماتية يصفها المسيري بالعداوة للإنسان، ومن مظاهر هذه العداوة "أن الرؤية المعلوماتية تضرب عنصر الثقة فيه، في مواهب الإنسان وفي إمكاناته؛ إذ تحيل مرجعية الإنتاج الفكري إلى الكمّ المعلوماتي، فتحيدّ العقل والإبداع وبالتالي المقدرات الفكرية للإنسان، ومن هنا تضرب ثقته بنفسه، وفي إمكاناته الخاصة، بسبب خضوعه لسلطة المعلومة المطلقة."^٨ ويتربّب على هذا الوصف الأداتي والإجرائي للفاعليات المعرفية الإنسانية، القول بـ: "أولاً: اختزال العقل في الحساب والتعقيل، ثانياً: استخدام آلية تكرار الفكر وإيهام المتلقي بقيمته بمجرد تكراره، ثالثاً: الاستسلام للعولمة، والقول بحتميتها، وكيف أنّها مسار لا يمكن دفعه أو مقاومته."^٩ وهذه المسلكية تتعارض مع جوهر النظرية الإسلامية للاتصال التي تلتزم في قضية المعلومات بـ:

أ. الصّدق في بث المعلومات.

ب. تنوير المتلقي وتثقيفه من خلال المعلومة الموثقة.

ت. الصّراحة في طرح المواد الإعلانية.

ث. التّوافق مع معطيات العلوم الحديثة والتوفيق بينها وبين المفاهيم الدّينية.

ج. مخاطبة العقل البشري وليس الغرائز الحسية.

ح. احترام الرّأي الآخر ومقارنته بالحجة والمنطق.^{١٠}

٢. إن الهدف من الهجوم الإعلامي هو إشاعة التّمودج الاستهلاكي لتطويع الجماهير وتدجينهم، وهنا يجلل المسيري معرفياً صورة الإنسان التي يراد لها أن تثبت.

^٨ بودينار، سمير. لئلا يأكلك الذّنب، من المعلوماتية إلى الرؤية المعرفية عند المسيري، ضمن: عبد الوهاب

المسيري في عيون أصدقائه ومحبيه، بومدين بوزيد وآخرون، سوريا: دار الفكر، ٢٠٠٨م، ص ٥٤٨.

^٩ عبد الرحمن، طه. الحق الإسلامي في الاختلاف الفكري، الدّار البيضاء-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٥م،

ص ١٩٤-١٩٥.

^{١٠} عوض، عوض إبراهيم. نظريات الاتصال العالمية رؤية إسلامية إعلامية، مجلة تفكّر، مج ٢، عدد ٢، ٢٠٠٠م.

وضمن هذا الفضاء الإعلامي العولمي "تقوم الإمبريالية النفسية من خلال الإعلام بترويج صورة الإنسان الاقتصادي الجسماني، وهذا يتضح بجلاء في الإعلانات التليفزيونية. هدف الإعلان التليفزيوني اقتصادي استهلاكي (بيع سلعة ما) ولكنه يوظف الجنس للترويج لهذه السلعة؛ أي إن الإمبريالية النفسية لا ترى الإنسان إلا من خلال هذين البعدين (الاقتصادي والجنسي). فاحتساء الشاي لا تكتمل متعته إلا من أيد رقيقة!! والإعلانات عن قشرة الشعر أو البشرة تجعلنا نحس أن الجنس البشري كله قد أصيب فجأة بالأمراض الجلدية! ولكن لو شفي المرء منها فإن جاذبيته الجنسية لا يمكن أن تقاوم! ويرتبط بذلك كله انتشار القيم الاستهلاكية مثل أنه لا بدّ للمرء أن يجدد نفسه كل يوم، من خلال نوع معين من الكريمات أو العطور، وأنه بوسعه رغم تقدمه في السن أن يحتفظ بحيويته بل وشبابه وجاذبيته الجنسية بطبيعة الحال، وأن يستعيد حيويته بل وشبابه إن هو استخدم نوعاً معيناً من الفيتامينات. إنها إعلانات هدفها أن تدفع الإنسان لمزيد من الاستهلاك، وكأن الاستهلاك هو الهدف الأساسي وربما الوحيد من وجود الإنسان في هذا الكون."¹¹

إن "المسيري"، في تحليله للظاهرة الإعلامية، يستكنه المرجعية الكامنة، بما هي مرجعية مادية في حقيقتها، وحقيقية الصورة للنموذج الإنساني السائد، بما هي صورة الإنسان الاقتصادي الجنسي، ويصف المسيري المآل الانفصالي عن أية قيم أخلاقية أو إنسانية آلت إليه، وبلغته الظاهرة الإعلامية المعاصرة؛ إذ جرت المزاوجة بين القيمة الاقتصادية والقيمة الجنسية، وتحققت تبعاً لهذا الإمبريالية النفسية، التي تمهد للإمبريالية الواقعية؛ إذ إن إنسان العولمة الإعلامية في فضاء اليوم، أضحي مشلولاً وغير قادر على إحداث أية مقاومة أو خطوة علاجية؛ فقد جرى تفتيت عناصر المقاومة لديه. ولن يحدث العلاج إلا بتوقّف الوجدان الأخلاقي، الذي يحتوي طاقة شحن إيمانية تجعله يُنصتُ ووبرودة إلى خطاب الإعلام بدلاً من الانسياق خلفه، وهذا ما لا ترتضيه العولمة الإعلامية؛ أي "تنشيط الفاعليات المُقاومة"، حسب المسيري، "فجوهر العولمة هو

¹¹ المسيري، عبد الوهاب. الإعلام والإمبريالية النفسية،

عملية تميّط العالم بحيث يصبح العالم بأسره وحدات متشابهة، هي في جوهرها وحدات اقتصادية تم ترشيدها؛ أي إخضاعها لقوانين مادية عامة مثل قوانين العرض والطلب، والإنسان الذي يتحرّك في هذه الوحدات هو إنسان اقتصادي جسماني لا يتسم بأي خصوصية، ليس له انتماء واضح، ذاكرته التاريخية قد تم محوها، وإلا لما أمكن فتح الحدود بحيث تتحرّك السلع ورأس المال بلا حدود أو سدود أو قيود. فالخصوصيات الثقافية والأخلاقية تعوق مثل هذا الإنتاج العالمي. وفي غياب الانتماء والهوية والمنظومات القيمة والمرجعيات الأخلاقية والدّينية تتساوى الأمور، ويصبح من الصّعب التّمييز بين الجميل والقبيح، وبين الخير والشر، وبين العدل والظلم، وتسود النّسبية المطلقة.^{١٢}

وبهذا التّحليل المعرفي للظّاهرة الإعلامية يقودنا جهد المسيري إلى اكتشاف أن ثمة معلومة خلف المعلومة، ولغة خلف اللّغة، وقيماً خلف القيم أيضاً، وهي على التّحقيق معلومة ولغة وقيم تستبطن خلفها صراع إرادات القوى وبث القيم الهابطة في نفوس الجمهور؛ إذ تستحيل مكارم الأخلاق قيماً ملغاة، والقيم السفلى قيماً معتبرة، ويظهر معيار آخر في تقويم الأخلاق؛ إذ يكون جهد الإنسان في طلب الفضائل ليس في القيم العليا، وإنما في القيم السفلى، وفضلاً عن هذا فإن الظاهرة الإعلامية لا تتحرّك وحيّاً من منطقتها الدّاخلية، وإنما هي تجلّ لنموذج معرفي حاكم هو النموذج المادي، الاستهلاكي، الاقتصادي، المنفصل عن القيمة. وتلك هي مخصوصية عبد الوهاب المسيري الإبداعية في تحليله المعرفي للظاهرة الإعلامية.

وفي دائرة المعلومات التي تطالعنا بها وسائل الإعلام -فضلاً عما أشرنا- نرى متوسلين بالتّحليل المعرفي أن "المعلومة في حد ذاتها لا تقول شيئاً، بل إنّها تخبئ كثيراً من الرّؤى والتّضمينات الفلسفية والمعرفية المتحيّزة."^{١٣} أو بلغة أفصح: تخفي نموذجاً معرفياً، لديه مقولاته المخصوصة حول الإنسان، ولديه لغته ومنطق اشتغاله المخصوص أيضاً، وهذا التّموذج بدوره يوصلنا إلى الرّؤية إلى العالم التي توجه الإعلام المعاصر، فالتّحليل

^{١٢} المسيري، دراسات معرفية في الحداثة الغربية، مرجع سابق، ص ٣٢٦.

^{١٣} المسيري، عبد الوهاب. النماذج المعرفية الإدراكية والتحليلية، ضمن: المنهجية الإسلامية، عبد الحميد أبو

سليمان وآخرون، أمريكا-القاهرة: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، دار السلام، ٢٠١٠، ص ٧٩٨.

المعري ينتهي هنا: ما هي حقيقية الرؤية إلى العالم التي تحكم الظاهرة الإعلامية المعاصرة، هل هي رؤية مادية لا مقصد لها سوى تنمية مشاعر القوة والمهيمنة؟ أو هي رؤية علمية محضة تختفي فيها القيم الأخلاقية بحجة لاعقلانيتها؟ ويتم تناول الإعلام ومضامينه دراسة وتحليلاً ونقداً، بمنهجية علمية محايدة لا تركز إلى أية منظومة توجيهية؟ أو هي رؤية ثنائية تؤمن بالدور الحضاري للإعلام، ومضمونه التوجيهي نحو قيم مخصوصة ترفع الإنسان من رتبة الوجود الطبيعي إلى رتبة الوجود القيمي؟ ومن وفرة المعلومات إلى المعلومات النافعة؟ ومن التواصل الإشاري والسياق الإعلاني إلى التواصل التعارفي؟

إن التحليل المعري للظاهرة الإعلامية المعاصرة المهيمنة، بنقلنا من التحليل الداخلي إلى التحليل من الخارج، شبيه تماماً بمن يسكن في قرية صغيرة تحيط بها الجبال من كل ناحية، إن ساكنها لا يُبصر منها إلا ما يقع تحت نظرته، والذي يلقي نظرة من أعلى تلك الجبال، فسيري تلك القرية بعين غير التي رآها بها ساكنها، تلك هي الميزة الإضافية التي يُمدّنا بها التحليل المعري أو: التحليل الخارجي للإعلام المعاصر.

وفضلاً عن الدور الكبير الذي أضحت عليه وسائل الإعلام المعاصرة وامتدادها في حياتنا أو في تشكيل رؤيتنا إلى العالم، إنّها "تعمل على الترفيه عنا، وتُسهم في التنشئة الاجتماعية، وتعلمنا، وثقافتنا، وهي تبيعنا الأشياء... وتغرس في نفوسنا بعض المبادئ إلى جانب الكثير من الأشياء الأخرى. وتساعد وسائل الإعلام في تشكيل هويتنا ومواقفنا تجاه الأقليات العرقية والإثنية، مواقفنا بشأن التوجه الجنسي."^{١٤} وبسبب هذا الامتداد العميق، لم يعد مجدداً القراءات الداخلية أو الجزئية، على قيمتها التفسيرية، وإنما التحليل الخارجي هو الأكثر فاعلية وقيمة تفسيرية للرؤية الكامنة إلى العالم. وهذا القصد هو الذي سماه جيل ليوپوتسكي Gilles lipovetsky بـ"التناول الشامل"، الذي يعني رفض دراسة السينما بوصفها نظاماً خالصاً من العلامات المركزية حول ذاتها. نحن نعمل، بالتحديد، ضد الاختزال السميولوجي أو الجمالي للسينما، للخروج من مجال قواعد السينما المغلق، بربطه بما يحتويه. فالتفكير في السينما الفائقة لا يعني إعادة البحث في

^{١٤} بيرغر، آرثر آسيا. وسائل الإعلام والمجتمع: وجهة نظر نقدية، ترجمة: صالح خليل أبو أصعب، الكويت: المجلس

هياكل لغة الفيلم العالمية أو عمل تصنيف خالص للصور، بل في توضيح ما تقوله السينما حول العالم الاجتماعي الإنساني، كيف تعيد تنظيمها، وأيضاً كيف تؤثر السينما على مدركات البشر وتعيد تشكيل توقعاتهم... [إن] العلوم الإنسانية تجلب بالتأكيد معلومات قيّمة وإضاءات لا غنى عنها، لكن شاغلها المنهجي، الذي يرتبط على نحو وثيق، ببنية موضوع مُحدّد، يمنعها من طرح أسئلة جوهرية حول معنى ومكانة السينما الجديدة في مجتمع يتم تنسيقه.^{١٥}

من أجل ذلك، فإن التحليل المعرفي يروم ملء هذه الفراغات التي أورثتها التحليلات المهنية للإعلام المعاصر، وذلك بفهم هذا التّسق الاتصالي غير المسبوق، الذي يصاحب ظاهرة العولمة، بما هو نسق كلي لا جزئي، وبما هو عملية تشكيل رؤية إعلامية إلى العالم، رؤية غير واعية تمتد في عقول الأشخاص الذين يعيشون في المجتمع وتحيط بهم الشاشة من كل جهة، وتمدهم بنظّارات يرون من خلالها الواقع الذي يعيشون فيه. إن التحليل المعرفي هنا، يزدوج مع تحليل آخر يكتسب معه قيمة تفسيرية ونقدية فاعلة، هو المساءلة الأخلاقية للإعلام المعاصر. ويأخذ هذا العنصر قيمته من تلازم قوة انتشار الإعلام مع أفعال أو إضعاف الدّور التوجيهي للمنظومة القيمية الأخلاقية، بماهي قيم روحية ترفع الإنسان درجة أو تخفضه أخرى.

وقد أورثت نتائج الحداثة الفائقة انفصالات كبرى على منظومة القيم الأخلاقية؛ لأن مبدأ الحداثة الفلسفي والأكسيولوجي هو تمجيد الحرية والفردانية، وخلق قيم جديدة دائماً. ويمكن القول إن الانفصالات التي أدخلتها الحداثة إلى التاريخ الثقافي للإنسان هي:

١. انفصال الممارسة العقلية عن القيم: وتوريث ما يسميه إدغار موران بـ: منظومة التبسيط "إننا نحيا تحت سلطان مبادئ الفصل والاحتزال والتجريد التي تشكّل في مجموعها ما أسميه بـ"منظومة التبسيط" (التي أنتجت العقل الأعمى) الذي يدمر

^{١٥} لبيوفتسكي، وسيرو، شاشة العالم، ثقافة، وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، مرجع سابق،

المجموعات والكليات، ويعزل كل موضوعاتها عن بيئتها، ليس باستطاعة العقل الأعمى أن يتمثل الرابط غير القابل للقطع بين الملاحظ والشيء الملاحظ.^{١٦}

٢. انفصال الممارسة الإعلامية عن الأخلاق: وتوريث السلوك الغريزي والإنسان الاقتصادي أو السِّلعي في عصر العولمة. وهذا تحديداً ما قصده "جون بودريار" في كتابه "المصطنع والاصطناع"، أثناء تحليله لقيمة المعنى في دوائر هيمنة وسائل الإعلام؛ إذ يقول: "نحن نعيش في عالم تزداد فيه المعلومات أكثر فأكثر، بينما يصبح المعنى فيه أقل فأقل."^{١٧}

٣. انفصال الممارسة المعرفية عن الأخلاق وتوريث النظرة الآلية والمادية للكون.

٤. انفصال التقنية عن الأخلاق وتوريث الاغتراب والتحكُّم التقني في الإنسان.^{١٨} "فالتقنية تؤدِّي إلى الأسوأ، كما تؤدِّي إلى الأفضل. فهي تقدرنا على التحكُّم في الطاقات الفيزيائية، كما تقدرنا على التحكم في الطاقات البشرية. فليس العمال هم وحدهم الذين سخروا لمهام تكرارية ومقننة، بل إن مجموع المجتمع قد أخضع لمنطق الآلة الاصطناعية، القائمة على العقلنة وعلى التوقيت المفرط للزمن، بما أدى إلى رد فعل يتجلى في الميل إلى التهالك على الملاهية والاستغراق في العطل."^{١٩} جلي إذن كيف انعكست تجربة الحدائفة على منظومة القيم الأخلاقية انعكاساً انفصالياً واختزالياً، فأضحت القيم الخلقية ألبسة ثقافية بالية، ومعوفاً إبستمولوجياً وسلوكياً لحرية إنسانية أضحت مقدّسة ضمن جداول قيم الإنسان الحديث.

إن وسائل الإعلام المنفصلة عن القيم، استمدّت هذا الرسوخ والهيمنة أيضاً، من الذات المتلقية نفسها، التي لا تمتلك قوة روحية وأخلاقية تمكّنها من التمييز بين المحمود

^{١٦} موران، إدغار. الفكر والمستقبل: مدخل إلى الفكر المركّب، ترجمة: أحمد القصور، ومنير الحجوجي، المغرب: دار توبقال، ٢٠٠٤م، ص ١٦.

^{١٧} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ١٤٧.

^{١٨} بلعقروز، عبد الرزاق. المسألة التقنية للحدائفة والعولمة في مشروع طه عبد الرحمن الفلسفي، قسنطينة: مخبر الدراسات العقدية ومقارنة الأديان، ٢٠١١م.

^{١٩} موران، إدغار. هل نسير إلى الهاوية، المغرب: أفريقيا الشرق ٢٠١٢م، ص ٢٦.

والمذموم من منتجات وسائل الإعلام، فقوة الفطرة الإيمانية والسلوك الأخلاقي القويم، تعرّض للتهميش والإلغاء لدوره التوجيهي، فضلاً عن الرؤية التجزيئية للقيم الأخلاقية، التي تُختزل في دوائر ضيقة، وليس بوصفها نماذج حاکمة على الممارسات الثقافية للإنسان. إنه مشروع نزع القداسة عن القيم الذي بلغ الأوج في حقبة الحداثة الفائقة، بإسكانها في النسبية والظروف والسياقات التاريخية.

وارتكازاً على هذه النظرة المهمشة لنسق القيم، يتم النظر "إلى كل الإنتاج الثقافي وإلى كل منظومات القيم على أنها أمور مؤقتة ونسبية، وذلك بالطبع يشمل الدين والرؤى الكلية للوجود التي لها تعلق بالقضايا الكلية، والأسئلة النهائية عن الوجود والحياة؛ إذ إنه بذلك يُصبح التاريخ والمستقبل أمراً مفتوحاً للتغيير، ويصبح الإنسان حرّاً في إحداث هذا التغيير، ومن ثم ينخرط بل ينغمس في المسار التطوّري للعالم."^{٢٠} وينغمس في تدمير المشترك الأخلاقي الإنساني؛ لأن "عدداً كبيراً منها (أي وسائل الإعلام) يسعى إلى تحقيق أهداف ومصالح تجارية لأفراد ومؤسسات لا تُعير اهتماماً لمختلف المعايير والقيم الأخلاقية، التي تميّز ليس فقط ثقافة المجتمع، بل عناصر مشتركة في أديان وثقافات مختلف المجتمعات البشرية... نجدها (أي وسائل الإعلام أيضاً) من خلال العديد من القنوات الفضائية تُتيح ما من شأنه الاختلافات في الأفكار والسلوكيات، بل وفي القيم التي يعتبر الاختلاف فيها من أهم عوامل ومصادر الصراع وعدم التّكامل، بل إن الاختلافات فيما تبته وسائل الإعلام من أفكار ومفاهيم يوجد قدراً من اللامعيارية التي يهدّد انتشارها نسق قيم المجتمع ليس فقط المحلي بل الإنساني ككل."^{٢١}

إن هذه الإشارات والتنبّهات إلى فاعلية التحليل المعرفي والمساءلة الأخلاقية، تدفعنا إلى إنحاز المهمة النقدية للإعلام المعاصر بما هو رؤية إلى العالم، وبما هو نسق في منظومة القيم الأخلاقية المنفصلة، وتدفع بنا أيضاً إلى رصد التطبيقات أو مظاهر الانفصال عن القيم كما تتبدّى لنا في الإعلام المعاصر. وتماشياً مع نسق تحليلنا، فإننا سنرصد مستوى

^{٢٠} العطاس، سيّد محمد نقيب. مداخلات فلسفية في الإسلام والعلمانية، ترجمة: محمد طاهر الميساوي،

كوالامبور-الأردن: المعهد العالمي للفكر والحضارة الإسلامية، دار الفجر، ٢٠٠٠م، ص ٤٤.

^{٢١} آيت أحمد، مريم. التنشئة الدينية وسؤال مستقبل جيل المعرفة، القاهرة: دار السلام، ٢٠١٣م، ص ٧٩.

طبيعة الرؤية الإعلامية للعالم ومظاهر انفصالها عن القيم، ومستوى انفصال القيم الإعلامية نفسها عن القيم الأخلاقية التوجيهية.

ثالثاً: الرؤية الإعلامية للعالم ومظاهر الانفصال عن القيم

دأبت التصنيفات التي ترصد الرؤية إلى العالم إلى التمييز بين الرؤية الفلسفية والرؤية العلمية والرؤية الدينية؛ فالأولى تجد أصلها في التأملات الفلسفية التي يقوم بها العقل الإنساني في وعيه للوجود، والثانية تجد أصلها في نظام المعرفة العلمية التي تتوسل المنهج التجريبي، وتقصد التفسير العلمي للمادي للظواهر. وتجد الأخيرة أصلها في الوحي الإلهي الذي يقدم نسقاً إدراكياً كلياً للوجود، وأسلوباً في المعرفة ومنظومة في القيم، إلا أن رسوخ هذا التقسيم لرؤى العالم فوّت اكتشاف الرؤية الإعلامية إلى العالم، التي تبلورت مواصفاتها في زمن العولمة الإعلامية، فالإعلام ليس مهنة يتعاطاها المشتغلون في حقولها فحسب، وليست حقلاً معرفياً جزئياً، إنما هي رؤية إلى العالم، وشاشة كون كبيرة، تبرمج وتؤثر في البنية الاجتماعية والسلوكية بعامه.

وإذا كان مفهوم الرؤية إلى العالم يرى بأنها: "مجموعة مُتجانسة من المفاهيم تسمح لنا بصياغة تصور كوني عام للعالم، وفهمه لأكثر عدد ممكن من عناصر خبراتنا وتجاربنا،"^{٢٢} فإنّ الرؤية الإعلامية للعالم تتوافر على بنية من العناصر المفاهيمية التي تتسق فيما بينها، لكي تشكل هذه الرؤية الكلية عن الموجودات والمعرفة والقيم المجتمعية. ويبدو أن المسوغ المركزي الذي جعل هذه الرؤية تطلع وتفرض سلطاتها، الحاجة الإنسانية إلى ملء العالم بالمعنى بعد أن تدمرت السرديات الكبرى وآفاق التقدّم وقيم العقلانية والتحرر، التي لازمت أشكال الحدائفة التقليدية، "فما إن يعتزل الإنسان وحيداً، حتى ينتابه شعور بالفراغ الكوني، لكن طريقته في ملء هذا الفراغ، هي التي تحدّد طرز ثقافته وحضارته؛ أي سائر الخصائص الداخلية منها والخارجية لوظيفته التاريخية."^{٢٣} أي إنّ

^{٢٢} فيدال، كليمنت. مصطلح رؤية العالم، ترجمة: أحمد بركات، متوفر على موقع:

<http://www.onislam.net/arabic/madarik/concepts/131190-vision-of-the-world.html>

^{٢٣} ابن نبي، مالك. مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ترجمة: بسام بركة، وأحمد شعبو، الجزائر: دار الوعي،

الفراغ الكوني منعدم في تقاليد الثقافة الإنسانية، فيجري دائماً ملء هذا الفراغ بطرق متعددة ومختلفة، تعكس رغبة الإرادة الإنسانية في تأويل العالم، بنسق تصوري وقيم مجتمعية وغايات ومقاصد ودلالات للأفعال.

وبناء على توجُّهنا التقدي للرؤية الإعلامية للعالم، فإنَّ عناصرها التي تبدَّى لنا فيها مظاهر الانفصال عن القيم هي:

١. الطابع الاستهلاكي للعالم وتغيُّر نظام الأشياء:

ما هي الحقيقة التي تقدّمها وسائل الإعلام المعاصرة عن العالم والأشياء؟ وأيّة صورة تريد هذه الوسائل من الجمهور أن يكوّنها عن العالم؟ وما هي الرؤية المعرفية؟ وما هي قواعد إدراك هذا العالم؟

إن ما تظالنا به وسائل الإعلام المعاصرة، بخاصة على النحو الذي يتبدَّى في لغة الصورة والإعلام المهيمنين، هو أن العالم قد أضحى نطاً استهلاكياً، فتصور وسائل الإعلام وتخلق في وعي الجمهور الترابط بين ملكية الأشياء والسعادة، وتُشكّل في نماذجهم الإدراكية كيف أن العالم هو صيرورة، وأن القيمة العليا هي تعظيم اللذة والمنفعة، وتلازماً مع هذا، أضحى العالم سوقاً استهلاكية كبرى، يهيمن فيها المصطنع على الواقعي، والسّلعي على الحياة العامة. إنها شكل من أشكال الانتشار التسلّعي في العالم، لأن من يمتلك القوة الاقتصادية المادية، يمتلك القوة الإعلامية، ومن المستلزم على وسائل الإعلام هذه، أن تتوجّه نحو خدمة أهداف ربحية لا تَعْلُق لها بالغايات الأخلاقية. وإن بدا البعض منها يذهب إلى تنوير الناس وتثقيفهم وإكسابهم القيم، فإن القصد منها هو جذب المتلقي نحو تجارته وسلعه أكثر من أي شيء آخر.

إنّما وحدانية السوق كما سماها روجي غارودي، وعدّها ديانة جديدة، فبرأي غارودي يعني هيمنة الحياة المادية على سلوكات الإنسان، وانتقال قيم السوق التجارية إلى دائرة الحياة الإنسانية، فالسوق لم تكن صلته بدوائر الأخلاق ممكنة، كان للتجارة مكانها وللحياة مكانها أيضاً، لكن الملمح الجوهري للحياة المعاصرة هو تحول جميع القيم

الإنسانية إلى قيم تجارية، بما فيها قيم الفكر والفنون والضّمائر. ومن الممكن لنا، في الوقت الحاضر، أن نتّبع مسار نموذج النمو الغربي بدءاً من الخطأ القاتل لتوجيه عصر النهضة المزعومة؛ أي ولادة الكم، والمحكمة الدّرّائية، المحكمة الديكارتية، دين الوسائل وقد بتر منه المعيار الأول للمحاكمة وهو التفكير في الغايات التّهائية للحياة ومعناها.^{٢٤}

إنه هذا الدّفْع للتعلّق الشديد بالحياة الدّنيا، ونسيان أو الغفلة عن البعد الغائي للحياة الإنسانية، أورت نتائج كبرى منها: المخدّرات والتسلّح والفساد؛ فالمخدّرات أضحت هي بخور معبد وحدانية الشّوق، والتسلّح أيضاً كما يتجلّى في إقدام الولايات المتحدة الأمريكية على اعتبار صناعة التسلّح من أكثر الصناعات إقبالاً، ويجري تسويقها من أجل الرّبح والمصلحة كغايات نهائية، وهذا ما أنشأ كما يقول هربرت ماركيز "الإنسان ذو البعد الواحد"، وهو إنسان تتركز أحلامه وفكره حول السّلع وكيفية الحصول عليها، وأن ذاته يحقّقها بقدر ما يحصل على السّلع ويشبع رغباته. إن وحدانية الشّوق أضحت شبيهة بالفعل الإلهي الذي يتحكّم في أذواق النّاس ويوجّهها إلى مقاصد القيمة المادية والمصلحة الاستهلاكية.

ضمن هذا الإطار "يظنّ الإنسان أنه يمارس حرّيته وفرديته، فمجال الاختيار في عالم السّلع واسع لأقصى حد. ولكن هذا يخبئ الحقيقة الأساسية، وهي أن مجال الاختيار في الأمور المهمة (المصرية والإنسانية والأخلاقية) قد تقلّص تماماً واختفى، وأن هذا الإنسان فقد مقدرته على التجاوز وعلى نقد المجتمع."^{٢٥} إن وحدانية الشّوق هذه، أو الرّؤية الاستهلاكية للعالم واتساع تأثيرها، همّشت من دائرة القداسة ورسّخت المعنى المادي للحياة، وأفرغت الوجود من غاياته ومقاصده الإيمانية. لقد عظّمت الوسائل ورفعتها إلى مرتبة الغايات، "بل لا تنفك هذه الإرادة الجاحمة تصطنع أسباب الاحتياج والطلب بغير انقطاع، جاعلة المستهلك لا ينفك يركض وراء البضائع التي لم يكن يجد الحاجة إليها،

^{٢٤} غارودي، روجيه. الولايات المتحدة الأمريكية طليعة الانحطاط، (كيف نجابه القرن العشرين)، ترجمة: صياح

الجهيم، وميشيل حوري، الجزائر: منشورات المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، ٢٠٠٣م، ص ٢٩.

^{٢٥} المسيري، عبد الوهاب. العلمانية والحدائفة والعلمنة، سوريا: دار الفكر، ٢٠٠٩م، ص ٣٨.

تحت ضغط سيل جارف من الإعلانات والإشهارات تبثها وسائل الاتصال ووسائل الإعلام التي أضحت تحقق طياً للزّمان والمكان لم يعهد له سابق.^{٢٦}

إن النتيجة الكبرى التي ظهرت بناء على هذا النمط الاستهلاكي للعالم المنفصل هي:

- نفي العلاقة بين الدال والمدلول أو بين الرمز وما يرمز إليه، وميلاد التأويل السيميولوجي أو العلاماتي للعالم، الذي تتغيّر فيه وظيفة المعرفة عن مقاصدها النافعة للإنسان، بخاصة ما يتعلّق بفكرة قيمة الاستخدام التي نجدها، في الاقتصاديات الكلاسيكية، ويتبلور منظورٌ آخر في مقابل هذا المنظور الذي أضحي ينتمي إلى منطق الإجراءات العملية، بتناوله للإنتاج والموضوع استناداً إلى نظرية العلامات (السيميوطيقا) التي تلخّ على القيمة العلاماتية *Signe-Valeur* للأشياء، وفي كتبه التي تعالج هذا التحوّل أي: نظام الأشياء *L'ordre des choses* ١٩٦٨ ومجتمع الاستهلاك *La Société de consommation* ١٩٧٠ ونحو الاقتصاد السياسي للعلامة *Pour une critique de l'économie politique du signe* ١٩٧٢ يوسّع "جون بودريار" أولاً مجال التّحليل بإضافة الموضوع الرمزي والموضوع العلاماتي إلى فئة الموضوع، وبعد ذلك يجادل بأنه من الضّروري التمييز بين أربعة أنواع من المنطق:

- منطق الإجراءات العملية الذي يقابل قيمة الاستخدام.
 - منطق التعادل الذي يوازي قيمة التبادل.
 - منطق تساوي الحدين الذي يقابل التبادل الرمزي أو التضارب أو الازدواجية.
 - منطق الاختلاف الذي يقابل القيمة العلاماتية.
- ويمكن تلخيص هذه الأنواع كالتالي فنقول: أ. منطق المنفعة ب. منطق السوق ت. منطق الهدية ث. منطق الحالة.

^{٢٦} عبد الرحمن، طه. سؤال العمل، بحث في الأصول العملية في الفكر والعلم، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠١٣م، ص ٢١٠.

وفي منطق الفئة الأولى يصبح الموضوع أداة، وفي الثانية يصبح سلعة، وفي الثالثة يصبح رمزاً، وفي الرابعة يصبح علامة.^{٢٧}

وبسبب هيمنة المصطنعات ولا تناهيتها في زمن هيمنة المشهد والصورة، انعكست الرؤية السيميولوجية للعالم على أسطورة الوظيفية في الأشياء، وشهدت الأشياء تغييراً في طبيعتها الأصلية؛ إذ أضحت منزوعة عن غائيتها الأصلية، ومندرجة في غائية مختلفة، فلم يعد النافع والضروري والملي للحاجات هو المكون الصممي لوظائف الأشياء. وصارت هذه الموضوعات على منفعة تجاوزتها، ولا يستطيع إنسان العصر اللحاق بها، كالفعالية والسرعة والقدرة وغيرها، وهذا بسبب "الانتقال إلى فضاء لم يعد مجاله مجال الواقع ولا مجال الحقيقة، يفتح عصر الاصطناع على تصفية كل النظم المرجعية، بل أنكى من ذلك، على انبعاثها الاصطناعي في جميع أنظمة الإشارات، وهي مادة أكثر طواعية من الحس لجهة كونها قابلة للاندراج في جميع نظم المعادلات وفي كل التناقضات الثنائية... وليس المقصود محاكاة ولا تكراراً... بل المقصود استبدال الواقع برموز عنه."^{٢٨}

٢. موت الحقيقة واختزال المعرفة في زمن الإعلام المنفصل:

إن الحقيقة التي أفلت في زمن هيمنة المشهد والصورة هي الحقيقة بالمعنى الذي نجدها به في تاريخ الأنساق الفلسفية؛ أي تلك التي تتأسس على الانفصال عن أية دلالة خيالية، وتنشأ الموضوعية في التفكير والمطابقة بين العبارة والواقع، وتروم استخلاص القانون الكلي من الجزئيات المتفرقة، فالوهم والخطأ مقولات زائفة على نحو نسقي إذا كانت لا تستجيب للمعايير السابقة بلغة الأنساق وأنماط التفكير العقلانية.

تشكّل في فضاء الواقع الفائق لعبة جديدة قوامها التّمويه والتّديير الاحتياالي، الذي تستخدمه شبكات الإعلام والإنترنت ورموز العولمة، ويصبح التّضليل والخداع هو الحقيقة. إنها حقائق جزئية مصعّرة، منفصلة عن القيمة المسدّدة والموجهة. وفي إطار الحركة الإعلامية وصراع إرادات القوى التجارية الكبرى، داخل الواقع الفائق، يجري تصنيع شكل

^{٢٧} ليشته، جون. خمسون مفكراً أساسياً معاصراً من البنيوية إلى ما بعد الحدائفة، بيروت: المنظمة العربية للترجمة مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨ م، ص ٤٦٧-٤٦٨.

^{٢٨} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ٤٧.

آخر من الحقيقة هي: الحقيقة المصنّعة؛ الحقيقة الإعلامية (الميدائية)، التي لديها قواعدها أو نظامها الذاتي، الذي يشتغل بمنطق الإيهام والوهم والخداع والتضليل. وهذه المعادلة الجديدة للصراع والسيطرة الإعلامية والمعلوماتية "اقتضت موت الفلسفة وأهيار التمثيل بسقوط المتضاييف واقع/مثال أو تفكُّك الروابط الميتافيزيقية بين الواقع والمفهوم المعبر عنه... حيث يكتسح التصنّع كل الأبعاد الجغرافية والطوبولوجية والرمزية للكائن، ففي دنيا التصنع لا وجود للعمق، إنما سطوح ونواتي... تتردد المرجعيات إلى مجرد نماذج مصنّعة في أنساق الرموز والعلامات، فلا نشير إلى واقع من خلال مرجعياته المكونة (أهيار المعنى)، ولا نقرأ هذا الواقع بهذه المرجعيات المؤسسة لحقيقته الواقعية (سقوط التأويل)، وإنما نرى الواقع مجزئاً في علاماته ومرجعياته المقبولة ومجرد شظايا متناثرة في البعد الفوق واقعي".^{٢٩}

إن هذا الواقع المصنّع الذي يشتغل متعارضاً مع التمثيل *Représentation*، بما هو موقف ينطلق من إقامة المعادلة بين الرمز والواقع، بوصفه قيمة، إنه ينطلق من الرمز كردة وعملية موت لكل مرجع. وبينما يحاول التمثيل استيعاب الاصطناع بتأويله كتمثيل مزيف، يغلف الاصطناع كل كيان التمثيل ذاته بوصفه مصنّعاً، وعليه تمر الصورة بالمراحل المتعاقبة الآتية:

- إنها انعكاس لحقيقة عميقة.
 - تحجب وتشوه حقيقة عميقة.
 - تحجب غياب الحقيقة العميقة.
 - تكون بلا علاقة مع أي حقيقة كانت: إنها اصطناعها الخالص المخص بها.^{٣٠}
- والاصطناع يدمر كل أصل نقي أو جوهر صاف، أو حدث أصلي، لا يفعل غير اصطناع مصنّعات أخرى، فلا يبقى مجالاً إلا للمصنّعات التي لا تعكس الحقيقة أو الواقع، فالاصطناعي لا يؤمن بالماهيات الثابتة، وبالمبادئ المؤسسة، ولا بالغايات

^{٢٩} الزين، محمد شوقي. تأويلات وتفكيكات: فصول في الفكر الغربي المعاصر، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٢م، ص ٢٣١.

^{٣٠} بودريار، المصنّع والاصطناع، مرجع سابق، ص ٥٢.

الأخلاقية، ذلك أنه إذ يقضي على فكرة المصدر الأصلي، يلغي في الوقت ذاته فكرة الغاية والنهاية، "فيما تحاول الميتافيزيقا أن تذيب الحدث الفريد في حركة مستمرة، تهدف نحو غاية بعينها، فإن الاصطناعية ترصد الحدث فيما تجعل منه فريداً، والحدث... ليس في نظرها سوى علائق قوى لا تتبع هدفاً بعينه، ولا تخضع لآلية مضبوطة، وإنما لصدف الصراع." ^{٣١} ويجوز، بناء على ما سبق التعرض إليه، رصد مواصفات المصطنع ونتائجه على مفهومنا للحقيقة وفقاً للمحددات الآتية:

- إحلال المجتمع المشهدي محل المجتمع الواقعي، وهذا نتيجة فاعلية وسائل الإعلام الجماهيري، ونتيجة هذا تم تحويل الواقع إلى مشهد، وأضحى الرمز هو الواقع.

- امتصاص المعنى في وسائل الإعلام ذاتها، وإفراغ الرسالة من مضامينها الحضارية، فقد أضحى وسائل الإعلام هي المانحة للمعنى، ومعنى ذلك "أن كل مضامين المعنى يتم امتصاصها في الشكل الوحيد المهيمن للميديا، فالميديا وحدها هي التي تصير حدثاً، وذلك مهما كانت محتوياتها، مطابقة أو مخربة... فبعد أن تكون المضامين كلها قد ألغيت، ربما تبقى الميديا بحد ذاتها بمثابة قيمة استعمالية ثورية وتدميرية." ^{٣٢}

- تفكك الروابط المعهودة والثنائيات المتضادة كثنائية الحقيقي والزائف أو الخطأ والصواب، الحقيقي والخيالي، وإعادة تشكيل البنية الإدراكية الإنسانية تشكياً تصبح بموجبه الحقيقة هي الخداع والتضليل، والأصل هو قناع يغلف أفعلة أخرى، لا تترابط بينها ولا تعالق، وإذا ما ساءلنا الأصل في تعرجاته وانشاءاته فإننا لا نعود نظفر بمرجعية أولية، تكون مبدأ الأشياء ومنطلقها، إنما نجد المصطنع هو الأصل، الذي جرى اشتقاقه من مرجعية تعبّر عن حقيقتها لا عن حقيقة الواقع، وإذا كان الشيء اصطناعياً، فإن التاريخ الذي يطابقه يكون غير واقعي." ^{٣٣}

- تأثير هذا كله على الفن، وتحول الوظيفة الجمالية إلى إرادة خداع وتضليل وإيهام. إنَّ الفن في عصر النهضة ظهر مجدداً لفكرة التقدم التي وسمت العصور الحديثة، ومجدد

^{٣١} ابن عبد العال، عبد السلام. أسس الفكر الفلسفي المعاصر، المغرب: دار توبقال، ٢٠٠٠م، ص ٢٧.

^{٣٢} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ١٥١-١٥٢.

^{٣٣} دوبري، رجيس. حياة الصورة وموتها، ترجمة: فريد الزاهي، المغرب: أفريقيا الشرق، ط ١، ٢٠٠٢م، ص ١٢١.

شعار الأنوار بمثله: الحرية والتقدم والعقلانية. وما ظهور الأشكال الغربية من الفن لدى تيارات ما بعد الحداثة بشكل خاص إلا أمانة على فقدان التماسك الجمالي وانخراط الاستطيقا في لعبة الاصطناع والإيهام والتضليل، لأن ما يُجرّكها خلف الأجهزة الميديائية، هو صراع القوى التي لا تسير وفق تطور خطي غائي. "كان الفن فيما مضى يعُدُّ بسعادة روحانية للغاية، حتى إنها كانت أبعد من أن يبلغها أحد. باتت الثقافة، منذ هذا الوقت، تجلب مُتْعاً، تحديداً مُتْعُ الاستهلاك المتزايد دوماً للمقتنيات الثقافية، شريطة أن يبقى الواقع الموجود والنسق الاجتماعي من دون تغيير."^{٣٤}

٣. الإعلام المعاصر وإفقاد الرُّوحية الأخلاقية قيمتها التَّوجيهية:

لم يكتفِ الإعلام المعاصر بإماتة الحقيقة واحتزال المعرفة في القوة والمصلحة، وتغيير طبيعة الأشياء، وإثما زحف إلى قلب إنسانية الإنسان؛ أي العمق الأخلاقي للإنسان والقوة الروحية التي تمكّنه من امتلاك القدرة على التمييز بين محمود الأقوال والأفعال ومذمومها، "فليس المقصود هو نمو الإنسان الروحي، وإثما استهلاك متجدّد باستمرار للمنتجات يتيح رضا فورياً ولا يتطلّب أي تدريب، وأي علامات إرشادية ثقافية محدّدة وعالمية... فليس ثمة طموح آخر سوى الترفيه، والمتعة، والسّماح بهروب سهل يدركه الجميع."^{٣٥}

إن الإعلام المعاصر المنفصل عن القيم، قد انعكس انعكاساً سلبياً على الأخلاقيات الإيمانية، وضاعف من اغترابها عن روحها الأصلية، ويمكن لنا رصد مظاهر هذا الانعكاس السّليبي في:

أ- مخالفة القيم الإعلامية المنفصلة لقيم الفطرة الهادية:

من أخصّ أوصاف منظومة القيم الإسلامية الشُّمول والتّبات، فهي شاملة لكافة الجوانب الإنسانية الرُّوحية والمادية والعاطفية والمعنوية، وثابتة لا تتغيّر، إنّما يتغيّر التمثّل

^{٣٤} جيميناز، مارك. ما الجمالية؟ ترجمة: شربل داغر، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٩م، ص ٣٧٦.
^{٣٥} ليوفتسكي، وسيرو، شاشة العالم، ثقافة، وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، مرجع سابق، ص ٤٣.

الإنساني لها في الاعتقاد والفكر والسلوك، ذلك أن "الخطاب القرآني توجّه إلى الإنسان بكل هذه الأبعاد (الروحية والعاطفية والنفسية والمادية)، والقيم الإسلامية جاءت متناسبة مع هذه التشكييلة المتوازنة في الكيان الإنساني، بوصف الإنسان خليفة في الأرض، عهد إليه عمارتها، وتحقيق العبودية لله فيها، فهناك قيم للروح، وقيم للجسد، وقيم للعقل، وقيم للوجدان... بينما لم ترقّ العولمة في منظومة قيمها إلى هذه الأبعاد... إن نظرة العولمة للإنسان نشأت من واقع مادي بحت، فقيم الروح والعاطفة والوجدان ليس لها أثر في واقع حياة أفرادها.

وبناء على ذلك فقيم العولمة هي قيم المادة في الإنسان أو قيم الجسد في الإنسان.^{٣٦} وإذا كانت القيم الفطرية الإسلامية الهادية موصوفة بالثبات؛ لأن مستندها نصوص الوحي، فإن قيم الإعلام المنفصل تجرد مستندها في التغيير والموضة. "ومن أهم تبدّيات الحدثنة المنفصلة عن القيمة، التقاليع؛ أي الموضة، التي تعني الرغبة الدائمة في تغيير الرّي مرتين على الأقل كل عام، فهي تجسّد رؤية العالم كمادة متحرّكة، وأن الهدف من الوجود الإنساني هو الاستهلاك المستمر." ^{٣٧} بهذا الإجراء التّقابلي نستخرج مدى تعارض القيم الإيمانية الهادية لهذا الشّكل من أشكال الانتشار الإعلامي التّسليبي في العالم، إنه انتشار يتبنى المفهوم الاقتصادي للقيمة؛ أي المادي، في حين أن القيمة في الرؤية الإيمانية الإسلامية ترتكز على المقوّم المعنوي أو الروحي. "والثمن في عرف الأخلاقيين يضاد القيمة، فالشيء القيّم لا ثمن له، والشيء المثلّم لا قيمة له." ^{٣٨}

ب- تبسيط الإنسان واختزاله في بُعد واحد:

إن وسائل الإعلام المعاصرة والمنفصلة عن القيمة، لديها صورتها عن الإنسان الذي ترضيه، وتسعى لأن يملك ويسود، وتقتدي به البشرية بمختلف ثقافتها المتنوعة، لكنه

^{٣٦} الدغامين، زياد خليل. تأثر منظومة القيم الإسلامية بظاهرة العولمة، ضمن: العولمة وانعكاساتها على العالم الإسلامي في المجالين الثقافي والاقتصادي، تحرير: زياد خليل الدغامين، الأردن: دار الرازي، ٢٠٠٨م، ص ١٠٥.

^{٣٧} المسيري، دراسات معرفية في الحدثنة الغربية، مرجع سابق، ص ٢٦٠.

^{٣٨} طه عبد الرحمن، سؤال العمل، مرجع سابق، ص ٢١١.

ليس الإنسان الأخلاقي الإنساني، الذي فضلاً عن عيشه في عالم العولمة الإعلامية، يلتزم مبدأ المسافة معها؛ لأن فيه عنصراً آخر هو البعد الروحي الذي لا يمكن رده إلى ما دونه. ما تطالعنا به التحليلات المعرفية، والتقويمات الأخلاقية، أن "الذات محاصرة بالتعددية السلعية والمعلوماتية المفترطة والكليشيهات الأيقونية التي تلتهم الإنسان ولا تمنحه سعادة أو حكمة، فيبتلع كل شيء، ويتشياً في مجتمع التبادل والاتصالات، وتصبح الصورة أهم السلع (صورة الذات والصورة التي يتلقاها المستهلك). ولذا يتزايد إحساس الإنسان بعدم الجدوى وانعدام الهدف، وبأنه لا يملك من أمره شيئاً: الإعلام يقرّر ما ينشر وما لا ينشر، الهندسة الوراثية تتحكم في كل شيء، الكمبيوتر يقسم العالم وضمن هذا الإنسان إلى وحدات بسيطة يتم تناولها، ويؤدّي كل هذا إلى أن ينسى الإنسان الماضي ويتولّد لديه الإحساس بأنه حاضر أبدي."^{٣٩}

إن هذا القفص الحديدي الإعلامي الذي أدخل فيه الإنسان إدخالاً، يسمّيه طه عبد الرحمن ب: إهدار كرامة الإنسان، التي تتزايد، بقدر ما يتزايد هذا الانتشار الانفصالي للإعلام عن القيم، الذي يوهم غيره بصلاحيه شعاراته كالديمقراطية أو عيش الحياة السعيدة "وبيان ذلك من وجهين: أحدهما أن المرء هنا تقدّر قيمته بحسب استحقيقه، واستحقاقه يعني إسهامه في الدّفع بعجلة التّسليح، إنّ نجاعة إنتاجية أو مردودية مالية، وواضح أن "التّسليح" و"التّكريم" ضدّان لا يجتمعان. والوجه الثاني، أن القيم التي يتسامى بها تتفرّع أصلاً على وجود الكرامة الإنسانية... هذا الانتشار المسلّع لا يعرف إلا لغة الأثمان، أما لغة القيم التي تتأسّس عليها هذه الكرامة، فهي مفقودة فيه."^{٤٠}

ويجدد لفت الانتباه هنا إلى أن الأخلاقيات المعاصرة التي يجري تطويرها تحت عنوان: الأخلاقيات النظرية، ما زالت تعاني من عدم القدرة على التفكير خارج لغة العصر الإعلامية المنفصلة؛ إذ هي لا تزال تشتق مفاهيمها من فلسفة اللغة مثلاً، على ما نجده لدى فيلسوف الأخلاق التّواصلية يورغن هابرماس، الذي جعل من مبدأ التفاهم بين

^{٣٩} المسيري، دراسات معرفية في الحدائث الغربية، مرجع سابق، ص ١٢٠-١٢١.

^{٤٠} عبد الرحمن، طه. سؤال العمل، مرجع سابق، ص ٢١١.

الدّوات مقصداً رافعاً لمشروع العقل التواصلي. "ولذا، فإن القضية الأولى التي ينبغي أن توجه الأخلاق النظرية هي العقلانية الاتصالية الهادفة إلى تفاهم الفاعلين. هنا يسفر العقل العملي عن أنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتحليل اللغة تحليلاً فلسفياً، يرتبط بالبحث اللساني.^{٤١} إلا أن التفاهم ليس مقصداً كلياً، فقد يتم التفاهم والاتفاق على قضايا تتعارض ومنظومة القيم الهادية نحو القيم العليا الناطمة: التوحيد، والتزكية والعمران.

ت- انفصال اللغة عن القيمة:

فضلاً عن الانفصالات التي جرت الإشارة إليها سابقاً، فإن ثمة انفصلاً آخر، هو تفكك الروابط بين الكلام من جهة، ودوره القيمي الأخلاقي من جهة أخرى. والاهتمامات التي تنحصر في التحليل الفلسفي للغة، وتروم تطوير أخلاق نظرية معاصرة، لا تُعبر قيمة للمضمون القيمي للغة أو دورها الأخلاقي، فعبارة "في البدء كان الكلمة"، تحيل إلى الدور الأخلاقي والقيمي للغة، وليس فقط أداة للتواصل والتحدث، "فاللغة تحيا وتؤثر إيجاباً في المستمع إذا كانت (مشحونة) بالقيم، وتنحصر أو تصبح غير فاعلة أو أداة محايدة إذا خلت وتم إفراغها جزئياً من هذا المضمون على النحو الذي يلاحظ حديثاً في لغة المحادثة اليومية والإعلام.^{٤٢}

وبالفعل، فالواقع الإعلامي المنفصل عن القيمة، قد أفرغ اللغة من هذا التّسديد القيمي، وقلّص تبعاً له دائرة الفعل، لحساب هذا الشكل من أشكال اللغة، وعلامة ذلك ما يحدث على مرآتنا ومسامعنا من طوفان الأقوال، طوفان تغطّي هوله وتخفي فداحته، أسماء مختلفة تعري بظاهر دلالاتها، من نحو "انفجار المعلومات" و"ثورة الاتصال" و"انعتاق الكلمة" و"سيادة القلم" و"سلطان العقل" و"تداول المعرفة" و"عولمة الإعلام"، من الأسماء الكثيرة التي تروج لهذا الطوفان اللفظي، وتجلب له مظاهر الموضوعية

^{٤١} روس، جاكين. الفكر الأخلاقي المعاصر، ترجمة: عادل العوا، بيروت: عويدات للنشر والطباعة، ٢٠٠١م، ص ٤٩.

^{٤٢} عزّي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات القيميّة في المنطق العربيّة: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠٠٩م، ص ٧٦.

والمشروعية بغير حساب، حتى إن أنسب اسم يصح إطلاقه على الحضارة الغربية الحديثة التي أنتجت هذا الطوفان هو أنّها حضارة قول بحق.^{٤٣}

وقد زاد من هذا الإفراغ القيمي للغة، قوة أو تلازم هذا الانفجار المعلوماتي بالسياق الإعلاني، حتى إنّنا أضحينا فاقددي القدرة على التمييز بين المعلومة الخالصة والمعلومة المُعلنة. لقد تشابكت الكلمة بالهدف الرّبحي، واندرجت هذه الثنائية وترسّخت في الممارسات القولية، ونظراً لهذا انحسرت المضامين الأخلاقية في الكلام، فلم نعد نجد مكاناً ل: الإحسان في القول والكلمة الطيبة، والقول الصائب، والكلمة العادلة والحقيقية، وجرى إرساء نظرة معرفية للمعلومة من منطلق أنّها "كيان اتصالي تأتي من خواص الفعل وردّ الفعل المعلوم، أو الإعلامي وهي منطلق معرفي يتم إدراكه من خلال تفاصيل هذه العمليات وبصيغة وظيفية ومهنية... ومهمة القائم الاتصالي هو التوصيل وفق تعابير معيّنة وبالطرق والآليات المادية مثل الإشارات والعلامات."^{٤٤}

ولقد أزم هذا الأساس المعرفي في الإعلام المعاصر، من الفصل بين القيمة والمعلومة، والأدهش أنه لا يراعي أيضاً الشروط النحوية للكلام المنقول؛ إذ دخلت الرّطانة اللغوية والأساليب العامية في التعبير والتّبليغ، بما يفقد الوظيفة الحضارية للإعلام رسالتها وقيمتها، "فالعنف اللساني يتحول في هذه الحالة إلى ظاهرة اجتماعية. وفي غياب المرجعية اللغوية؛ أي بنيتها القيمية والتّحوية، قد يصبح التأثير عكسياً فتتأثر اللغة بالكلام وليس العكس. وليس المقصود التأثير بالألفاظ والأصوات فحسب ولكن بالمعاني السلبية، كالعنف اللساني مثلاً. وقد امتدّ الكلام إلى مختلف مجالات الحياة في ظل تراجع النّظام الثقافي والتعليمي، وازدهار الثقافة الاستهلاكية والترفيهية. ويدخل في ذلك استخدام الكلام الدّارج في وسائل الإعلام، وخاصة المسموعة والمرئية."^{٤٥}

^{٤٣} عبد الرحمن، طه. سؤال الأخلاق مساهمة في التّقد الأخلاقي للحداثة الغربية، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٠م، ص ٧٢.

^{٤٤} مناف، علاء هاشم. فلسفة الإعلام والاتصال: دراسة تحليلية في حفريات الأنساق المعرفية، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١م، ص ٩٤.

^{٤٥} عزّي، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، مرجع سابق، ص ٨٦.

وهذه مظاهر جليلة، على هيمنة الكلمة غير المسؤولة، وإنفاق الكلام فيما يعود بالضرر أكثر مما يعود بالنفع. ولقد أدرك رجال الأخلاق في الفكر الإسلامي ضرورة انضباط الممارسة القولية بقواعد أخلاقية تسديدية، منها:

١. قاعدة القصد: لتتفقد قصدك في كل قول تلقي به إلى الغير.
٢. قاعدة الصدق: لتكن صادقاً فيما تنقله إلى غيرك.
٣. قاعدة الإخلاص: لتكن في توددك للغير متجرداً عن آرائك.^{٤٦} وواضح من خلال هذه القواعد، التداخل بين التواصل الإنساني والتعامل الأخلاقي، وبين الكلام ودوره التربوي والرسالي؛ لأن الكلمة المشحونة بالقيمة، قد تدخل قلب إنسان، فتحوله إلى شخص آخر ذي مبدأ وذي رسالة. وما يعضد قوة هذه الوحدة بين الكلام والقيم، الاهتمام الكبير الذي أولاه رجال الأخلاق في الممارسة التراثية الإسلامية بما أسموه بـ: آداب المخاطبة، وآداب الحوار والمحاورة، وآداب المناظرة والتناظر، فهُم بهذا الإجراء التأسيسي للأخلاق حققوا شمولية النظام الأخلاقي الإسلامي وحاكميته على الفعاليات الإنسانية كلّها.

خاتمة:

بعد زحف "ثقافة الانفصال عن الأخلاق في الإعلام المعاصر"، دخل الإنسان المعاصر إلى أخطر حقبة في تاريخه الثقافي، فما تحقّق من تهميش للقيم وشطب لمضمونها البنائي وقيمتها الإصلاحية للإنسان في زمن هذا النسق الاتصالي الجديد، لم يتحقق في التاريخ الإنساني جميعه، حتى في عصور الإلحاد التي ترفض الإيمان على المستوى النظري، لكنها تقبل بمضامين الإيمان الدّيني الأخلاقية في المستوى العملي، وهذا ما يستلزم إنشاء شكل جديد من الأخلاق تحقّق التحرّر من هذه الإمبريالية الإعلامية، وتأخذ بالإنسان إلى الوجود الأخلاقي بدلاً من الوجود الطّبيعي الذي أمسك بالحياة من كل جوانبها.

لكن هذا الكلام عن الدور الأخلاقي من أجل صناعة إعلام حضاري وثقافي تربوي مؤسس على قيم التّوحيد الإيمانية، وقاصداً تركية الشّخصية الإنسانية التي تعمر الأرض

^{٤٦} عبد الرحمن، طه. اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ١٩٩٨م، ص ٢٥٠.

بالخير، لا يكفي فيه الوجود ضمن مصادر التشريع الأخلاقي المقدّسة، والاحتماء بها وتشكيل بؤر للمقاومة، فهذا الشكل ليس إصلاحاً جذرياً روحياً يحقق مقصد التحرر والتوجيه، وإنما هو إصلاح تكيّفي ظرفي، لا يقدر على التنظير لأخلاقيات إعلامية خارج طوفان النسق الاتصالي الجديد، إنه تنظير شبيه "ببومة مينيرفا" التي أشار إليها الفيلسوف الألماني هيجل؛ أي تلك التي لا تتحرك إلا بعد أن ينتهي الحدث ويستكمل اليوم وقته، ثم تطير لكي تفهم ما وقع، "فعلى مدى عقود، ظل العالم الإسلامي ينتج فكراً إما في تقليد شبه أعمى، أو بناء على نزعة دفاعية إقصائية جامدة، وهو لم يظهر الاستقلالية والإبداعية والإسهام إلا نادراً. ولذلك يقوم التحرير أولاً على كسر هذه الدائرة المفرغة وغير الصحية باستعادة شرط إتقان كافة النواحي المعرفية المتباينة، من أي مِصرٍ جاءت، وغرس الثقة بالقدرة على امتلاك الوسائل الكفيلة بالإخلاص للرّسالة، لا "لمعاداة الآخرين" وإنما "لنفع أنفسنا".

يتعيّن علينا التّصالح مع العالم لكي نتصالح مع أنفسنا على نحو أفضل.^{٤٧} ومقتضى هذا الكلام، أن إتقان العلوم الإعلامية والتّواصلية شرطٌ ضروري للكلام في الإصلاح الجذري، وهو شرط يوازي شرط أسبقية القيمة الخلقية على الأعمال العلمية والتقنية، وإذا لم تتحقق هذه الوشيحة الثنائية بين النّظام الأخلاقي وإتقان النّظام الإعلامي، فإن التّأثير يبقى محدوداً. وما هذه الوحدة بين النّظام الأخلاقي والنّظام الإعلامي إلا تجلّ لوحدة أعلى، هي وحدة الكتابين الموحي بهما: النصّ والكون.

^{٤٧} رمضان، طارق. الإصلاح الجذري: الأخلاقيات الإسلامية و التحرر، ترجمة: أمين الأيوبي، بيروت: الشبكة