

جامعة يحيى فارس بالمدينة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



شهادة مشاركة

يشهد عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية و رئيس الملتقى أن: **د. سيفون باية** من جامعة المسيلة قد شاركت في فعاليات الملتقى الوطني حول: **التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة، قراءة في المفهوم، الواقع والأبعاد** بمداخلة علمية الموسومة ب: **الثقافة البصرية في البيئة الاتصالية الجديدة، وانعكاساتها على الملتقى** و الذي انعقد يومي: **11 و 12 فيفري 2019.**

عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
أ.د/ هيام موسى

رئيس الملتقى
د. أحمد شريف بسلام

رئيس الملتقى
الملتقى الوطني الأول حول:
التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة
قراءة في المفهوم، الواقع والأبعاد
وعلمية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قسم علوم الإعلام والاتصال

2019

التلقي في البيئـة الاتصاليـة الجديـدة

قراءة في المفهوم، الواقع والأبعاد

11 و 12 فيفري 2019



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
ينظم الملتقى الوطني الأول حول

11 و 12 فيفري 2019

برنامج الملتقى

استقبال المشاركين: 8.00 إلى 9.00 صباحا
بقاعة المكتبة المركزية محمد ابن شنب
الاستماع إلى آيات بينات من الذكر الحكيم
النشيد الوطني
كلمة عميد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: الأستاذ الدكتور هيصام موسى
كلمة رئيس المجلس العلمي لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: الدكتور بوسيارة زهير
كلمة رئيس الملتقى الدكتور: أحمد شريف بسام
كلمة مدير جامعة المدية الرئيس الشرفي للملتقى: الأستاذ الدكتور – يوسف حميدي – والافتتاح الرسمي للملتقى

جلسات اليوم الأول 11 فيفري 2019

الجلسة الافتتاحية: 10.00 - 11.20 (قاعة المكتبة المركزية محمد بن شنب)			
رئيس الجلسة: د/عمار عبد الرحمان (جامعة الجزائر3)			
مقرر الجلسة: د/صفرة إلهام (جامعة المدية)			
أسماء المتدخلين	الجامعة	عنوان المداخلة	مدة المداخلة
خشة احسن	جامعة قالمة	أنماط تلقي المنتجات الثقافية عبر وسائط الاتصال الجديدة.	10 د
بلعربي سميرة	جامعة البويرة	الملتقى عبر الفضاء الأزرق: الفيسبوك، دراسة استطلاعية للاستخدامات والاشباع لدى الشباب الجامعي.	10 د
بوصابة عبد النور إرشن عبد الغني	جامعة تيزي وزو جامعة تيزي وزو	ثقافة الإشهار الإلكتروني، وإشكالية تلقي مضامينه في المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية في ولايات الوسط، الشرق والغرب الجزائري.	10 د
بوسيارة زهير حراث سمير	جامعة المدية جامعة المدية	إشكالات التلقي في وسائل الإعلام الجزائرية، أي علاقة بين المتلقي والمضامين الإعلامية؟	10 د
تفرقنيت عبد الكريم	جامعة البليدة 2	الحرية والمسؤولية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة وصفية لنماذج من موقع الفيسبوك.	10 د
مناقشة			

الجلسة الثانية 11.30- 13.00 (قاعة المكتبة المركزية محمد بن شنب)

رئيس الجلسة: د/ بوسيلة زهير (جامعة المدية)

مقرر الجلسة: د/ كيموش مختار (جامعة المدية)

مدة المداخلة	عنوان المداخلة	الجامعة	أسماء المتدخلين
10 د	مساهمة المحتويات الرقمية للإعلام الجديد في إعادة توجيه اهتمامات جمهورها بالجزائر	جامعة قالم	حموش عبد الرزاق
10 د	الأغوار الإلكترونية الجزائرية، فضاء للسجل العقلاي أم مجال للتحرر والانفلات دراسة تحليلية.	جامعة المدية	فندوشي ربيعة
10 د	إرهاصات التكنولوجيا الحديثة على الاتجاهات النظرية لبحوث الإعلام والاتصال.	جامعة تيزي وزو	ايكوفان شفيق
10 د	سلوك مستخدمو الوسائط الاتصالية والإعلامية الجديدة من منظور نظرية الاستخدامات والأشباع.	جامعة الجزائر 3	بوزيفي وهيبه
10 د	التلقي في نظرية الحتمية القيمية.	جامعة المدية جامعة المدية	بوغرارة حكيم حمدي وردة
10 د	التفاعلية في البيئة الاتصالية الرقمية: قراءة في المفهوم.	جامعة الجزائر 3	لصوان كافية
مناقشة			
اختتام أشغال اليوم الأول			

جلسة اليوم الثاني 12 فيفري 2019

الجلسة الأولى: 09.00- 11.00 (قاعة المكتبة المركزية محمد بن شنب)

رئيس الجلسة: د/ أحمد فلاق (جامعة الجزائر 3)

مقرر الجلسة: ابراهيم شاكرفزاني (جامعة المدية)

مدة المداخلة	عنوان المداخلة	الجامعة	أسماء المتدخلين
10 د	سيكولوجية الجماهير في التفاعل مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، الاقتراب من الظاهرة بنظرية غوستاف لوبون.	جامعة الجزائر 3	أعمر يوسف
10 د	المنطلقات الأولى لنظرية التلقي.	جامعة غليزان	بلغيثية سميرة
10 د	أزمة المصداقية في البيئة الاتصالية الجديدة.	جامعة خميس مليانة	كبحول طالب بويحي نصر الدين
10 د	الأطر النظرية المفسرة للإعلام الشبكي بين الفعالية والمحدودية.	جامعة المدية جامعة عنابة	بووزة باية بن طراد وفاء
10 د	نظرية انتشار المبتكرات وآليات فهم التبني لتكنولوجيا الإعلام والاتصال	جامعة وهران 1	رايس علي ابتسام
10 د	تمثلات الذات وتجليات الآخر في خطاب المثقف الجزائري، وتلقيه عبر الفضاء العمومي الافتراضي.	جامعة المدية	راشدي وردية
10 د	الشبكات الاجتماعية باعتبارها فضاء عموميا، تحديد أدوار الفاعلين في النقاش السياسي الافتراضي.	جامعة بسكرة جامعة بسكرة	فورار أحمد أمين فرزولي مختار
10 د	دراسات التلقي: الانتقال من فرضية الجمهور السلبي إلى المشاركة وأنماط التلقي.	جامعة البليدة 2	لعليجي محمد أمين
10 د	الصورة الإعلامية والتلقي، دراسة في التأثير	جامعة غرداية	بكير قشار
10 د	الحماية القانونية للمتلقي في البيئة الاتصالية الجديدة.	جامعة المدية	قنفود رمضان
مناقشة			

ورشات اليوم الأول 11 فيفري 2019

الورشة الأولى: 11.30 - 13.00 (قاعة المكتبة رقم: 01)

رئيس الورشة: د/ خديجة هادف (جامعة المدية) المقرر: د/ شايب نبيل (جامعة المدية)

أسماء المتدخلين	الجامعة	عنوان المداخلة
قلاعة كريمة	جامعة غرداية	عملية التلقي في المجتمعات الافتراضية من منظور الاتجاهات الحديثة لنظرية التثقيف.
مزيان نجية	جامعة الجزائر 3	المنطلقات النظرية لمفهوم التلقي عند يابوس وايزر.
شايب نبيل	جامعة المدية	رمزية تلقي التراث الشفوي في البيئة التكنو-اتصالية، مقارنة سيمولوجية على عينة من الأمثال الشعبية عبر الموقع الفيسبوك.
موسلي نادية	جامعة المدية	تأثير المتلقي في ظل الإعلام الجديد، سلطة الوسيلة والرسالة.
بودهان يامين بن دعاس ريم	جامعة سطيف 2	تلقي الشباب للمضامين العنيفة عبر صفحات الإعلام الاجتماعي ودورها في استئثار الاتجاهات العنيفة لديهم.
البشاري خليفة	جامعة الجزائر 3	سمات مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في بروز البيئة الاتصالية الجديدة وتعزيزها لمفهوم الجيل الثالث من دراسات التلقي
كلفاح أمينة	جامعة البليدة 2	سمات التحول في منظومة التلقي في الفضاء الإعلامي الجزائري، من منظومة المشهدية إلى منظومة التفاعلية.
خديم عبد العالي	جامعة الجزائر 3	الممارسات الاتصالية والتواصلية من مجتمعات ما قبل الإقطاعية إلى المجتمعات المشبكة.
مبي نور الدين	جامعة سطيف 2	مفهوم التلقي في سياق الدراسات الثقافية، مقارنة ستيوارت هال لفهم الخطاب التلفزيوني.
لصلح عائشة	جامعة سطيف 2	
بومدين سعاد	جامعة البليدة 2	جمهور وسائط الاتصال الجديدة في البيئة الرقمية، بين التلقي والاستخدام.
جاب الله حكيمة مربيعي اسمهان	جامعة الجزائر 3	تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام، من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي.
خديجة ليندة هادف	جامعة المدية	من جماليات التأثير إلى جماليات التلقي، نموذج دراسات التلقي في علوم الإعلام والاتصال.
صيمود ليندة	جامعة الجزائر 3	خاصية البث المباشر و U-Audience في البيئة الاتصالية الجديدة.
دهماني سهيلة	جامعة خنشلة	

الورشة الثانية: 11.30 - 13.00 (قاعة المكتبة رقم: 02)

رئيس الورشة: د/ ولد جاب الله سعاد (جامعة المسيلة)، المقرر: د/ بوخرص نادية (جامعة المدية)

أسماء المتدخلين	الجامعة	عنوان المداخلة
فزاني شاكر ابراهيم	جامعة المدية	أمن الدولة القطرية في الفضاء الاتصالي للنظام الإعلامي العالمي الجديد، الواقع والتحديات
علواش كهنية	جامعة الجزائر 3	جيل الإعلام الجديد في ظل البيئة الرقمية
عبدش صونية	جامعة الجزائر 3	
دهار فريدة	جامعة سطيف 2	مواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي والاجتماعي لدى الشباب الجزائري، دراسة استكشافية على عينة من مستخدمي المواقع الاجتماعية.
قرشوش أسماء	جامعة سطيف 2	
بوخرص نادية	جامعة المدية	الحق في الاتصال في التشريع الجزائري، بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائط الاتصال الرقمية
بوفلاقة كريمة	جامعة الجزائر 3	الصحافة الإلكترونية وتحولات العملية الاتصالية.
هدار خالد	جامعة باتنة 1	عملية التلقي في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، المتلقي كمنتج للرسالة الإعلامية.
عيساني سعاد	جامعة باتنة 1	
بوقرة رضوان	جامعة المسيلة	البيئة الاتصالية الجديدة، مظاهر التحول.
ولد جاب الله سعاد	جامعة المسيلة	
شاوي ليليا	جامعة الجزائر 3	مقاربة التلقي والتأويل ودورها في التعرف على جمهور وسائل الإعلام الجزائري في ظل البيئة الاتصالية الجديدة
خامت خديجة	جامعة الجزائر 3	
بن عودة زينب	جامعة الجزائر 3	البيئة الاتصالية الجديدة، سياقات التطور والخصائص الواقع في البلدان العربية
نواري عائشة	جامعة البويرة	التفاعلية في الإعلام الجديد، نحو تغيير في أدوار العملية الاتصالية.
ابراهيم خليل بن عزة	جامعة شلف	البيئة الاتصالية الجديدة والميديا الجديدة، الواقع والرهانات.
جودي خرفية	جامعة بسكرة	
بسام أحمد شريف	جامعة المدية	التلقي في الفضاء العمومي الجديد.

ورشات اليوم الثاني 11 فيفري 2019

الورشة الأولى: 09.00 - 11.00 (قاعة المكتبة رقم: 01)

رئيس الورشة: د/ بوهدة خير الدين (جامعة المدية)، المقرر: أ/ بورزامة مصطفى (جامعة الجزائر 3)

عنوان المداخلة	الجامعة	أسماء المتدخلين
التلقي، جدلية المصطلح بين الاختلاف والتنوع.	جامعة الجزائر 3	هنيش خديجة
	جامعة الجزائر 3	عشيرة مريم يوسف
نظريات الاتصال في البيئة الإعلامية الجديدة، بين التطوع والتطوير، قراءة في أهم النظريات الاتصالية المطبقة في دراسات الإعلام الجديد.	جامعة المسيلة	طبي رابح
	جامعة قالمة	حمدي بئينة
العلاقات الاجتماعية ضمن سياق بيئة اتصالية جديدة، مراجعة نظرية للأسباب والانعكاسات	جامعة الجزائر 3	قاسمي آمال
التغيير التكنولوجي ودوره في التلقي.	جامعة المدية	بوهدة خير الدين
	جامعة المدية	سحاري مصطفى
الوعي والتلقي وأثره على الشباب الجزائري، في ظل البيئة الاتصالية الجديدة.	جامعة سطيف 2	ولد مجبر حبيب
	جامعة سطيف 2	كافي صفوان
التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة، المحددات الانعكاسات.	جامعة الأغواط	مقاتلي خديجة
	جامعة المدية	شبايكي نزهة
التفاعلية وأبعادها المختلفة في ظل البيئة الاتصالية الجديدة	جامعة الجزائر 3	فار كمال
	جامعة الجزائر 3	قاصدي سليمة
دور الإعلام الجديد في تشجيع الإبداع.	جامعة المدية	عفان إيمان
إشكالية تلقي المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	جامعة الجزائر 3	بورزامة مصطفى
	جامعة الجزائر 3	جودي لامية
الرسالة الموجهة من المواطن إلى السلطة من منظور نظرية التلقي، قراءة في أهم النظريات الاتصالية المطبقة في دراسات الإعلام الجديد.	جامعة باتنة 1	بن أحمد الطاهر
	جامعة باتنة 1	مازوني محمد
التفاعلية وانعكاساتها على عناصر عملية الاتصال في البيئة الاتصالية الجديدة.	جامعة الجزائر 3	قزداري حياة
	جامعة الجزائر 3	رباحي ناسلية

الورشة الثانية: 09.00 - 11.00 (قاعة المكتبة رقم: 02)

رئيس الورشة: د/ سردوك علي (جامعة قالمة) المقرر: د/ العيدي موسى (جامعة المدية)

عنوان المداخلة	الجامعة	أسماء المتدخلين
التلقي عند ديفيد مورلي، تحولات في الموضوع والمنهج.	جامعة الجزائر 3	غربي أحمد
انعكاسات التحول في بيئة مصادر المعلومة لدى المتلقي، من الاعلام التقليدي الى الوسائط الجديدة.	جامعة المدية	العيدي موسى
	جامعة المدية	بلقاسي رابح
الديمقراطية الرقمية في الجزائر، النعمة والنقمة.	جامعة قالمة	سردوك علي
	جامعة قالمة	عثامنة عبد القادر
دور صحافة المواطن في إنتاج بيئة اتصالية جديدة.	جامعة تيارت	بوشي فوزية
	جامعة مستغانم	بوشي شريفة
تحولات القيم الإنسانية في ظل الإعلام الجديد، دراسة القيم التواصلية والسياسية على ضوء ثورتى تونس ومصر 2011.	جامعة ورقلة	صالح عبد الرحمان
		سويقات لبني
المواصفات الجديدة للتلقي في ظل الإعلام الجديد، واقع وتحديات.	جامعة الجزائر 3	براهيمي يوسف
البيئة الاتصالية الجديدة في ظل الوسائط التكنولوجية الجديدة ودورها في تحسين الاتصال الخارجي للمنشآت الرياضية.	جامعة الجزائر 3	بلحنيش اسماعيل
	جامعة المدية	ابراهيم بلهوارى
إشكالية التلقي في ظل الميديا الجديدة، نحو بناء المعنى في ظل سوسيولوجية الاستخدامات والتفاعلات دراسة ميدانية على عينة من الشباب المستخدمين لموقع الفيسبوك بولاية المدية.	جامعة الجزائر 3	صغير عباس فريدة
	جامعة الجزائر 3	سي موسى آمال
الثقافة البصرية في البيئة الاتصالية الجديدة، وانعكاساتها على المتلقى.	جامعة المسيلة	سيفون باية
	جامعة المسيلة	حمديني ابتسام
تفاعل المتلقي مع البيئة الاتصالية بين الماضي والحاضر	جامعة خميس	مغراني سليم
	مليانة	عبدلي محمد
أنماط التلقي وإشكالية التفاعل مع المضامين الإخبارية في تلفزيون الانترنت web tv.	جامعة الجزائر 3	كريم دواجي

ورقة علمية بعنوان:

الثقافة البصرية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على وظيفة التلقي.

مقدم للمشاركة في الملتقى الوطني الأول حول: التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة، قراءة في المفهوم، الواقع والأبعاد، من تنظيم قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة المدية، يومي 11_12 فيفري 2019.

مقدمة:

لقد أكدت الكثير من الدراسات أن حاسة الإبصار هي الحاسة المحورية في الثقافة، إذ تزود الإنسان بالمعلومات وتساهم إلى جانب السمع في تكوين الفرد ثقافيا، كما تساهم في قدرته على رؤية الأشياء. فالصورة بوصفها قيمة ثقافية تقع في مرحلة تالية بعد الشفافية والتدوين والكتابة، باعتبار هذه المراحل مجتمعة تمثل الصيغ التعبيرية في الثقافة البشرية، بل تعد موضوعا أساسيا للدراسات الثقافية التي عملت على نقد الخطاب الذي تنتجه الصورة، لاسيما تأثير التقنية على الإنتاج الثقافي أو ما يصطلح عليه بالثقافة البصرية.

إن الثقافة البصرية اليوم شكلت نسقا ثقافيا أزاح نسقا ثقافيا آخر كان مهيمنا لقرون طويلة مرتكزا على محور الكتابة، فإنه بمجرد التحول الذي طرأ على القرن الـ 20م وبداية القرن الـ 21م ومع اختراع الصورة وظهور البث التلفزيوني والفضائي، وتطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة ممثلة بمواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي، عممت الصورة ودخلت حياة الناس وأصبحت جزءا من يومياتهم، حيث مكنت الجماهير العريضة التي أقصيت قبلا من العملية الثقافية من التعبير عن نفسها دونما الحاجة إلى وسيط.

لقد ساهمت ثقافة الصور عبر وسائل الإعلام الجديدة في نمو ثقافة جديدة هي ثقافة القوى الشعبية وذلك عبر وظيفة التلقي، من خلال كسر الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات، لتشمل بذلك الثقافة أو بالأحرى عملية الإنتاج الثقافي لكل البشر، وبالتالي توسعت القاعدة الشعبية للثقافة. إن وسائل الإعلام الجديدة ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيس بوك، أصبحت تعج بالكثير من الصور التي تعكس ثقافات شعبية متنوعة، بل فسحت المجال أكثر لبروز هذه الثقافات مقارنة بأنواع أخرى للثقافة.

بناء على ما سبق سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الوقوف على مل يلي:

- مفهوم الثقافة البصرية.

- واقع هذه النمط من الثقافات في وسائط الإعلام الجديد ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي.

- كيف عمل هذا النمط من الثقافات على زيادة ورفع الثقافات الشعبية الجماهيرية كنمط للتلقي في ظل هذه الوسائط الجديدة.

أولاً- تحديد المفاهيم:

1_ مفهوم الثقافة البصرية:

لقد أصبحت الصورة البصرية بمثابة المكون الأهم والباعث للفعل ورد الفعل عند الإنسان، لقد عززت مختلف وسائل الاتصال بما فيها التقنيات الحديثة وأدواتها المعاصرة ما يسمى بثقافة الصورة في شتى المجالات، ورغم اختلاف الثقافات والمجتمعات، واختلاف التقارب المرئي إلا أن ثقافة الصورة قد تخطت الاختلافات اللغوية والحواجر الجغرافية، ولتوضيح هذا المفهوم لابد من التطرق بداية إلى:

1-1 مفهوم الصورة:

تمهيد: لا أحد يجادل اليوم في المكانة التي أصبحت تحتلها الصورة لدى الإنسان المعاصر، إنها تحيط به من كل جانب، وهو الأمر الذي نستشفه بسهولة دون اللجوء إلى سبل الحجج والبراهين، فالصورة تجد لها مكان في البيت والمدرسة والشارع... إنها تملك سحرا خاصا ازداد يوما بعد يوم بفعل النضج التقني، ثم جاءت الرقمنة لتزيدها قوة على قوة مساهمة بذلك في خلق مفاهيم جديدة على كافة الأنشطة الثقافية والمعارف الإنسانية فاسحة المجال لعصر جديد هو عصر الصورة بامتياز.

الصورة لغة: من صور يصور تصويرا وصورة، أي جعل له صورة مجسمة؟، وكلمة صورة تعني هيئة الفعل أو الأمر وصفته، ومن معانيها أيضا كما جاء في لسان العرب: "الصورة هي الشكل والجمع صور وصور، وقد تصورت الشيء: توهمت صورته، فتصور لي، والتصاوير: التماثيل"¹.

وصورة الشخص أي رسمه على الورق والحائط ونحوها بالقلم أو بآلة التصوير، إذ هو نقل باليد أو عن طريق آلة التصوير لوقائع تمثل نماذج من الحياة والمجتمع، أو ملامح فنية يعيشها الفنان المصور، وتختلف أنماط الصورة من مفهوم لآخر، ومن حقيقة لأخرى.

وتعرف الصورة في اللغة العربية بانها الشكل، يقول الله تعالى: "فِي أَيِّ صُورَةٍ مَا شَاءَ رَكَّبَكَ" ويقصد بالصورة الهيئة، وصورة الشيء هي خياله في الذهن أو العقل.

إن كلمة " *Imago* " إغريقية الأصل وتعني "ما يشبه" أو ما ينتمي إلى حقل التمثيل " *La Représentation* "، ويغطي مصطلح الصورة مجمل الأعمال البيانية والرسمية والفوتوغرافية والسينما طوغرافية والتلفزية وغيرها"².

والصورة المسألة أو الأمر يقال هذا الأمر على ثلاث صور، وصورة الشيء ماهيته المجردة، وخياله في الذهن والعقل³، كما عرفها ابن الأثير قائلا: "الصورة ترد في لسان العرب على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وصفته، يقال: "صورة الفعل كذا وكذا أي هيئة، وصورة الأمر كذا وكذا أي صفته"⁴.

اصطلاحا: تعرف بأنها علامة أو مجموعة من العلامات المرئية، وقد توجد علامات ضمن العلاقات مثل اللباس، الإضاءة، لغة الجسد، فكلها تعمل كعلامات، وإن عمل الصورة يتوقف على قدرتها على استيعاب مجمل الأحكام والتصنيفات الاجتماعية واستعادتها كما هي مودعة في الأشياء والكائنات⁵.

والصورة هي خطاب بصري لا يقبل التقطيع، مما يتطلب ضرورة الربط بين جميع العناصر المكونة لفهمها، فهي رسالة رمزية تحمل من البلاغة في شكلها ومضمونها ما يجعلها لغة عالمية تتوجه لكل الناس محطمة بذلك الحاجز الزمني والمكاني لدراسة أي موضوع، ولها وظيفة إقناعية¹.

¹ - ابن منظور: لسان العرب، مج4، ط1، دار صادر، بيروت، 1997م، ص 85.

² - نصر الدين لعياضي، جمالية الصورة، ع2، مجلة الإذاعات العربية، 2003، ص 35.

³ - إبراهيم مصطفى حسن الزيات وآخرون، المعجم الوسيط، ج1، دار الدعوة، اسطنبول، 1989، ص 525.

⁴ - الجوهري أبو نصر بن حماد، الصحاح في اللغة والعلوم، تقديم: عبد الله العلي، دار الحضارة العربية، بيروت، 1974، ص744.

⁵ - غي غورتي، الصورة والمكونات والتأويل، ترجمة سعيد بركراد، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2015، ص 20.

إن الصورة تعتبر شيئاً محسوساً متعدد المعاني، تستطيع تقديم شخص أو حيوان أو أشياء مختلفة، فمصطلح الصورة استخدام مع كل أنواع الدلالات.²

يعرفها بلقاسم سلاطينة: "هي دعامة الاتصال، إذ تتميز بقدرة اتصالية فائقة، والصورة هي النظام الذي يحمل في الوقت نفسه المعنى والاتصال، ويمكن أن تعتبر الإشارة أو الأداة، وظيفتها نقل الرسائل"³، وهي كما يرى "فرجون": محاولة لنقل الواقع بحيث تتحقق عملية الاتصال، وهذا النقل للواقع لا يشترط فيه أن يتم عن طريق الصورة المطبوعة على الورق العادي، فقد تكون صورة صوتية لنقل حدث معين أو صورة حركية أو صورة موسيقية.

ويرى حميدة أن الصورة أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس، ولقد ارتبطت وظيفتها بكل أشكال الاتصال والتواصل، والصورة هي واقع متحقق في حياتنا، ويسهل تعريفها بالإشارة إلى تجلياتها المختلفة، وهذا الاختلاف والتنوع هو سمة من سمات الصورة رغم وحدة كينونتها كنوع فني محدد.

فالصورة بشكل عام هي بنية بصرية دالة وتشكيل تنوع في داخله الأساليب والعلاقات والأمثلة والأزمنة فهي بنية حية تزخر بتشكيل ملتحم تماماً عضويًا بمادتها ووظيفتها المؤثرة الفعالة. وعلى الرغم من أننا نتعامل مع الصورة كونها نصًا بصريًا، إلا أن الصورة يمكن أن تدل على نسخ وجودية أخرى مثل: صورة الذات، أو صورة العلامة، أو الصورة الذهنية، وأن ما يجمع بين كل هذه النوعيات من الصور هو اشتغالها في إطار سيروية توليد الأفكار أو ترجمة الظاهرة إلى أبنية محسوسة بأشغالها الموحدة القائم على استرجاع وإعادة صياغة الموضوع.⁴

1-2 مفهوم الثقافة:

يلعب مفهوم الثقافة *Culture* دورًا بارزًا في مختلف العلوم الإنسانية وخاصة العلوم الاجتماعية كعلم الاجتماع وعلم الإنسان وعلم الإدارة وعلم النفس، ويهتم أحد فروع علم النفس بدراسة الثقافات المختلفة، ويتخذها محورًا لاهتمامه، وهذا هو علم الأنثروبولوجيا الثقافية، ولما كانت السمة الغالبة له 11

¹ - خديجة أولم، ثقافة الصورة داخل مجتمع المعلومات، بين إخبارية الكلمة وإيحاء الصورة، مجلة دراسات أكاديمية في المعلومات والمعرفة، م 1، ع 1، جوان 2003، ص 104.

² - إبراهيم محمد سليمان، مدخل إلى مفهومية سيميائية الصورة، المجلة الجامعية، جامعة الزاوية، ع 16، أبريل 2014، ص 165.

³ - بلقاسم سلاطينة وآخرون، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، مطبعة جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2013، ص 75.

⁴ - فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب والصورة، دار النهضة العربية، بيروت، 2012، ص 18.

العلم تؤكد أن الإطار الثقافي كما تطور من الماضي إلى الحاضر، فإن فرعا جديدا قد ظهر أخيرا هو علم ثقافات المستقبل ليضيف بعدا جديدا لأهمية هذا المفهوم في الحياة العملية حاضرا ومستقبلا. لغة: مصدرها فعل ثقف الرجل ثقافا بمعنى صار حاذقا، فالثقافة من اللفظة الأجنبية " Culture"، وتفيد معنى الزرع والاستنبات، ثم استعيرت لندل على تنمية العقل والذوق إلى عصر الكاتب الفرنسي "فولتير" وتحول هذا المدلول عند علماء الاجتماع من الإنماء الفردي إلى أحوال المجموعات الإنسانية. لقد تباين مفهوم الثقافة كثيرا وعلى نحو لم يناظره فيه مفهوم آخر تقريبا¹، فتعددت المدارس الأنثروبولوجية والاجتماعية والفلسفة وغيرها في مفهوم الثقافة، لهذا سوف نقتصر على المفهوم الشهير لتاييلور باعتباره مفهوما شاملا حدد فيه مختلف عناصر الثقافة. تعريف تاييلور: "إن الثقافة هي ذلك الكل المركب المعقد الذي يتضمن المعارف والمعتقدات والفن والأخلاق والتقاليد والعادات والقانون وكافة القدرات الأخرى التي يكتسبها الفرد باعتباره عضوا في المجتمع"².

ومنه **فالثقافة البصرية**: يعرف *wileman* (1993) الثقافة البصرية بأنها: "القدرة على قراءة، تفسير وفهم المعلومات المعروضة في شكل صور أو رسوم تصويرية"، وعرف *Rolinson* الثقافة البصرية بأنها: "القدرة على تنظيم وتعزيز وفهم الاحتفاظ، وتذكر الكثير من المفاهيم الأكاديمية والتي يجب أن يتعامل معها الطلاب".

تعرف الرابطة الدولية للثقافة البصرية بأنها: "القدرة على تمييز وتفسير الحركات البصرية والصور والأشكال وغيرها وإكسابها معنى".

وفي عام 1975 تم تعريف الثقافة البصرية على أنها: "القدرة على الفهم والتعبير عن أنفسهم من خلال المواد البصرية لتمكينهم من ربط الصور المرئية بمعاني ما وراء هذه الصور. وفي عام 1980 تم تعريف الشخص المثقف بصريا على أنه: الشخص القادر على الحصول على معنى مما يراه وقادر على توصيل المعنى للآخرين من خلال الصور التي ينتجها. وتم تعريف الثقافة البصرية أيضا على أنها: "القدرة على قراءة وفهم ما نراه، والقدرة على إنتاج مواد مرئية مفهومة"، والثقافة البصرية هي القدرة على فهم استخدام الصور متضمنا القدرة على التفكير والتعلم والتعبير عن النفس بصريا"³.

¹ - إبراهيم ناصر، التربية وثقافة المجتمعات، تربية المجتمعات، بيروت، دار الفرقان، مؤسسة الرسالة، 1983.

² - عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص ص 110-111.

³ - *heinicl molenda, russell, quoted in seels, 1994, p104.*

2_الاتصال البصري: هو الاتصال عن طريق تقديم المعلومات في شكل بصري وهناك طرق عديدة لتقديم المعلومات بصريا مثل: الإشارات، لغة الجسد، الفيديو، التلفزيون، كما يركز الاتصال البصري على تقديم النصوص والصور والمخططات في عروض الكمبيوتر.

الاتصال البصري هو عملية إرسال واستقبال الرسائل باستخدام الصور، ويمكن تعريف الثقافة البصرية، القدرة على بناء المعنى من خلال الصورة البصرية.

أما المقصود بالثقافة ضمن هذه الورقة البحثية فهي الثقافة الناتجة أو المرتبطة بعملية إدراج الصور ومشاهدتها وتحميلها عبر وسائط الإعلام الجديد، ممثلة بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يقوم المستخدم بإشباع رغباته من حاجات فردية واجتماعية، والتي تختلف باختلاف الأفراد من حيث الأدوار والفروقات الاجتماعية والفردية المتحكمة في المحتوى الذي تقدمه الصور في شبكات التواصل الاجتماعي خاصة في الفيس بوك.

ويمكن أن تعبر الصورة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي عن مسمى الصور الرقمية باعتبارها تلك الصور الناتجة من خلال استخدام الكمبيوتر، وهي صور يسهل الوصول إليها والتعامل أو معالجتها وتخزينها في الحاسوب أو في مختلف مواقع الانترنت بما فيها المواقع الاجتماعية.¹

وتتعدد أنواع المواد المصورة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك):

-الرسوم التوضيحية: تعد أقدم نوع استخدمه الإنسان في نقل الأفكار، وهي تعني مجموعة المواد البصرية التي تحاول إيصال أفكار أو حقائق محددة من خلال الرسوم والتعليقات اللفظية وهي أنواع: الرسوم التخطيطية، المصورات، الملصقات الجدارية، الرسوم البيانية، الخرائط...

-اللوحات الفنية: هي مجموعة الرسومات التي تفرزها عقول الفنانين على هيئة إبداع يريد الفنان إيصاله في شكل فكرة إلى ذهن المتلقي مستخدما العرض المبدع وتجانس الألوان.

-الرسوم الكاريكاتورية: يتسم هذا النوع من المواد المصورة بالفكرة التي يريد أن يوصلها الفنان إلى القارئ من خلال خطوط وبعض الكلمات المصاحبة لها، وفي الغالب تكون نقد موقف من المواقف ولكن بشكل يتسم بالفكاهة.

-الصور الفوتوغرافية: تستخدم في التعبير عن الأشياء والأحداث بشكلها الذي حدثت به ساعة التقاطها، وهذا التعبير يتم من خلال شكل الحقائق والأشياء على الورق السالب باستخدام مصدر ضوئي.¹

¹ - سيد ربيع سيد إبراهيم، محركات بحث الصور الثابتة على الإنترنت، دراسة تحليلية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2007،

-الصور الإشهارية: تلك الصور الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا والتأثير فيه حسيا وحركيا، ودغدغة عواطفه لدفعه لاقتناء منتج تجاري ما، حيث تنتشر مضامين إعلانية في وسائل الإعلام تعتبر عن الفكرة الرئيسية للإعلان أو عن أشخاص أو سلع.²

-الصور المتحركة: ينطبق هذا النوع على نحو مماثل على الصور التلفزيونية والسينمائية.

-الصور الرقمية: ويقصد بها تلك الصور الحاسوبية التي توجد ضمن فضاءات الشبكة العنكبوتية، وتتميز هذه الصور بطابعها التقني والرقمي والافتراضي، ومن ثم فهي صورة متطورة وعصرية ووظيفية، مرتبطة بالحاسوب والشبكة الرقمية، ويمكن أن نجد كل الصور المرغوبة فيها، فثمة صور موجودة بكثية في العوالم الإلكترونية الرقمية هنا وهناك، يختار الإنسان منها ما يشاء وأكثر من هذا فقد تحولت هذه من تشكيلية وسينمائية ومسرحية وإشهارية وغيرها إلى صورة رقمية، يتحكم فيها الحاسوب بالثبوت أو التغيير أو التحوير.

واليوم لا يمكن الاستغناء -إطلاقا- عن الصورة الرقمية نظرا لأهميتها التقنية ودورها الإعلامي والتكنولوجي وحتى الثقافي، إذ أصبحت تعتبر من أهم الرموز الثقافية التي تكون الإنسان ثقافيا اليوم.

ثانيا_الأهمية الاتصالية والثقافية للصورة:

إذا كانت الصورة من بين أقدم الوحدات اللغوية في الاتصال الإنساني، فهي ما تزال تشكل وحدة مهمة في مجمل الحركة الاتصالية والثقافية اليوم، وحين ظهرت وسائل الاتصال الجماهيري كالكتاب والصحيفة والسينما والتلفزيون، قاد ذلك إلى انعطاف واسع في استخدام الثورة في الاتصال بأنماطه المختلفة، ليس بقصد المعاونة على نقل المعاني فحسب، بل من أجل زيادة فاعلية وسائل الاتصال الجماهيري نفسها في أداء وظائفها خاصة ما يتعلق بوظيفة التثقيف، فضلا عما تضيفه من تشويق وجاذبية وإثارة ووضوح، لقد ازداد بفضلها الإقبال على مختلف وسائل الاتصال الجماهيري، حيث برز دورها كأحد متطلبات الخبر على أساس أنها شاهد يعبر عما يجري من أحداث، كما أنها تساهم في التعريف بالأشخاص والأماكن... وتعطي الشكل أو الهيئة عما هو غير مألوف، مع إبراز التفاصيل. ويعد التلفزيون الوسيلة الأكثر شيوعا والتي جمعت بين مجمل رموز اللغة بما فيها الصورة، مما وفر له القدرة على أداء التجسيد الفني للأفكار والموضوعات بكفاءة عالية.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 110-114.

² - عبد الجبار محمد علي، التصوير الصحفي، دار المعرفة، القاهرة، 1980، ص 23.

يقول "آبل جانس" إننا نعيش بالفعل في عصر الصورة، فالآن لا يمكن تصور الحياة المعاصرة من دون الصور، فالصور حاضرة في الأسواق والوسائل التعليمية، وعبر الإعلام والفنون المرئية، وأخيرا على شاشات الكومبيوتر، حتى أن البعض حذر من هذا الطغيان للصورة على ثقافة الإنسان، حتى تنبأ أحدهم بهيمنة التلفزيون ليحل محل الكلمات، والآن هيمنة وسائط الإعلام الجديد ممثلة بشبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي سوف تقتصر الكلمات على الكتب التي بدورها سيقبل قراؤها وتتعدد السلبيات. يعرف إدوارد هريو الثقافة هي ما يبقى للإنسان عندما ينمي كل شيء¹، وبلا شك فإن الصورة تنعم بقدرة التسلل والإقامة الطويلة في الذاكرة، فقد ينسى أحدنا كتابا قرأ قبل 20 عاما، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهدا بصريا أو صروا، لاسيما التي تحفل بجرعة عالية من الجاذبية والدهشة. في واقع الأمر إن المعرفة والثقافة الإنسانية عموما منسوجة من كتلة تصورات متفاوتة في تعبيرها ودلالاتها، وأن مسيرة المعرفة كانت مترافقة دوما مع زيادة الثراء التخيلي والتراث البصري على طول التاريخ، فالصورة دائما تشكل عنصرا تحريزيا في الانشغالات الفلسفية ومدخلا حتميا للإجابة عن سؤال الماهية التي تعني هيئة الشيء، حيث يتحلى بقاء الأشياء في استمرارها وبقائها، وما يبقى منه يتم الكشف عنه في الصورة، حيث يتجلى ما هو كل شيء من نوع جنس ما.²

ثالثا_عوامل مركزية الصورة في الثقافة المعاصرة:

إن الصورة هي جوهر الفنون البصرية، ورغم حاجة بعض الفنون إلى الكلمة والصوت والتعبير عن الأشياء، إلا أن الصورة خلقت لغة جديدة استحوذت على طاقة البصر، فاعتقلت عقله ومخيلته وتطور الأمر في تفاعل لا مرئي في الصورة ولا وعي الإنسان، فغيرت حياة العالم أزلت القيود واخترقت الحدود وكشفت الحقائق، ففي الثقافة البصرية لا يعرف المتلقي مرسل الصورة بخلاف النص المكتوب، فالصورة اكتسحت الصيغ الإرسالية الأخرى ليس بمعنى الإلغاء، وإنما بمعنى البروز والهيمنة لأن الصورة لغة بذاتها، والتأويل فعل لغوي، فإذا كان شرط لغوي ومن دون تأويل، ومن هنا يقوم المستقبل نفسه بدور التأويل، وبالتالي تم الاستغناء عن صاحب التأويل لأن النص الحديث "الصورة" ليس بحاجة إلى تأويل خلاف الحال مع النص القديم "الكتابة".

لهذا قال الفرنسي "جون بورديار": "إن هناك علاقة نفسية بين الصورة وموضوعها، وعن إمكان وجود نقلة مضادة في هذه العلاقة، فهذا يعود إلى الآليات النفسية التي تؤدي إلى ترويض الأعين، فهناك

¹ - دوللو لويس، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق، 1993، ص 67.

² - هيدجر مارتن، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية، ترجمة فاطمة الجبوشي، دمشق، 1998، ص 34.

حالة سلبية لدى الجمهور حيث يؤدي الترويض إلى ذهول العقل بالصور وقبولها بما تحمله من مضامين وإملاءات، وهنا يكمن الظفر الكبير الذي حققته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ممثلة بوسائل الإعلام الجديد اليوم، في أنها تتدخل بقوة في إنتاج وعي المتلقي من خلال فضاءات ثقافة الصورة.¹ وهو الأمر الذي أكده برديريار حين قال أن العالم مجرد صورة نقلا عن صورة، وأصبحنا في عالم تهيمن عليه الصورة والواقع في خلفيتها لم تعد هناك صورة وأصل، بل صور ذات أصول متعددة، إنه إذن عالم أزرار إلكترونية تجعل المرء يشعر ويحس بإحساسات واقعية وهي ليست كذلك نظرا لهيمنة الصورة الافتراضية.²

كما أن القرية التي أشار إليها مارشال ماكلوهان هي صناعة الصورة، فبواسطتها بات بإمكان استعمال الحواس لتسقيط الدور المحايد للمتلقي، وأمّلت عليه مهمة أخرى ليصبح متفاعلا، إذ تعد الصورة تسجيلا للحظة المرئية في مكان ما، إذ تجاوزت وظيفتها التقنية ودخلت في عملية الصياغة الذهنية ولعبة الحقيقة والزيغ، فإن مقولة "دع الصورة تتكلم" تعبر عن ذاتها، تستعيض عن الكلمات بكلمات من نوع خاص، من أجل تحويل المشاهد إلى مستنطق للصورة، مشاركا في حوارية صامتة تفوض الصورة من يشاهدها مهمة التعبير عنها بكلمات.

إن مصدر قوة الصورة يكمن في كونها بمثابة نص مرئي مفتوح على اللغات قاطبة، وأنها ثرية بقدر يسمح بقراءات متعددة، فاحتلال الصورة للطاقة البصرية مهد لاختراق المخيال العام، وبالتالي الانشغال الذهني وصولا إلى هيمنة المخ على الوعي أو عبورها إلى مربع اللاوعي، فهي تجاوزت البصر إلى البصيرة، فالمخزون الدلالي للصورة يجعلها أداة اتصالية عالية التأثير العاطفي والمعرفي، بل تحيل إلى وسيط حوارى ممتد.³

إنه بالنظر إلى الانتشار الكاسح للصورة في حاضر وجودنا وتدخلها في رسم ملامح أبسط تفاصيل الحياة، فإن مردودها الحضاري على الإنسان كثورة تكنولوجية كبيرة لا يقدر بثمن ولا تضاهيه أية اكتشافات فضل يمكن تلخيصه أساسا في الدور المتعاضم في إنارة طرق المعرفة وتسهيل تواصل الأفراد بعضهم البعض، فهي تختصر المسافات في الزمن، وتثري أروافنا ومعرفتنا بواقع الأسلاف وتزيد من

¹ - أحمد جاب الله، الصورة في سيميولوجيا الاتصال، مقال قسم الأدب العربي، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

² - السيد نجم، علاقة الصورة بالثقافة البصرية، مدونة المرام، مدونة ثقافية إخبارية، موريتانيا.

³ - وديع الفرعزي، ثقافة الصورة وتأثيراتها المختلفة على الشباب، مقال نشر بتاريخ

وعى الشعوب، فتعزز الثقافة بمختلف أنواعها، وكل ذلك يكون من خلال مشاركة الجميع وفي وقت متقارب رؤية تلك الصورة التي أصبحت متاحة للجميع.¹

ونظرا لمركزية الصورة في الثقافة المعاصرة، صارت تستهوي الباحثين والمفكرين الذين أسسوا لها فروعاً دراسية تخصصت في دراستها، فبرز بعض المفكرين والفلاسفة والنقاد الذين تخصصوا في دراسة الموضوعات المتعلقة بها، مثل علاقة الثقافة بالتكنولوجيا، ودراسة الخطابات التي تنتجها الصورة وآليات تلقيها واستقبالها...

ويعتبر "شارل ساندرس برس" *C.S.Peirce* أول من حدد بدقة مجال دراسة "الصورة" تحت اسم المجال الأيقوني، كأول مجال تواصلية غير لسانی خضع للدراسة السيميائية العلمية.

وعلى صعيد المعالجة الثقافية، كانت الصورة موضوعاً أساسياً للدراسات الثقافية التي عمدت إلى نقد الخطاب الذي تنتجه الصورة، ولاسيما تأثير التقنية على المنتج الثقافي، وقد برز مفكرون أمثال نعوم تشومسكي وإدوارد سعيد وريتشارد رورتي وجون بودريار... وقد اعتبر هذا الأخير أن الثقافة البصرية تمثل فرعاً من النقد الثقافي، وتمحورت دراساتهم حول إبستمولوجيا المشاهدة دراسة النظام العلاماتي للصورة، وآليات استقبالها، ونقد الخطاب الإعلامي...

لقد أولى النقد الثقافي اهتماماً بثقافة الفيديو، التي ساهمت في إحداث تحولات داخل النظام الثقافي للمجتمعات المعاصرة، مثل آليات التأويل والتلقي، وعلاقة الإنسان بالحقيقة، وصناعة الرأي وصعود ما يسمى بالثقافة الجماهيرية - وهي محل بحثنا هذا من خلال ربطها بالصورة - حيث تحولت وسائل الإعلام وكذا وسائط الإعلام الجديد إلى جزء من يوميات الإنسان، وأداة في التأثير عليه. أكدت الكثير من هذه الدراسات أن حاسة الإبصار هي الحاسة المحورية في الثقافة المعاصرة ففي كتابه أنثروبولوجيا الجسد والحدائق، أشار "دافيد بوتون" إلى أن تطور الثقافة الغربية اقترن بتطور (حاسة البصر)، إذ أصبحت العين هي الحاسة الأساسية في العملية الثقافية، أما فيورباخ فوجد أن الثقافة المعاصرة أصبحت تفضل الصورة على الشيء، والنسخة على الأصل والمظهر على الوجود²، وهو ما يمثل موقفاً نقدياً حول الانزياحات التي مارستها الثقافة البصرية بالتحول نحو ما هو بصري وبصري وشكلي بالمعنى الظاهراتي.

¹ - عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2005، ص 18.

² - حفناوي بعلي، مدخل في النقد الثقافي المقارن، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم، ناشرون، بيروت، ط 1، 2005، ص 273-274.

وفي النقد العربي، نجد بعض الدراسات المتفردة، التي لا تمثل إلا اجتهادا فرديا قام به بعض النقاد، مع صعوبة الحديث عن تخصص نقدي بذاته يهتم بالثقافة البصرية، ومن بين تلك الدراسات نذكر كتاب الدكتور (عبد الله الغدامي) المعنون بـ: الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، حيث حل الصورة كظاهرة ثقافية مؤثرة في المجتمعات المعاصرة، فكشف إلى أي مدى أصبحت تتحكم في أذواق الناس وفي خياراتهم الجمالية، وكيف استطاعت وسائل الإعلام أن تعيد صناعة العالم بالطريقة التي تخدم مؤسسات سياسية بعينها.

لقد اعتبر الغدامي الصورة بأنها حالة من حالات قراءة الأنساق وسنجد دوماً أن النسق يتحكم في الاستقبال والإرسال معا ويتحكم في آليات التأويل.¹

فالثقافة البصرية شكلت نسقا ثقافيا، أزاحت نسقا ثقافيا آخر كان مهيمنا لقرون طويلة، كان محوره هو الكلمة، الأمر الذي يعني أننا أمام صراع بين أنساق ثقافية.

بناء على ما سبق يمكن القول أن هيمنة الثقافة البصرية كنسق ثقافي مازال ممتدا حتى اليوم أي نقصد في ظل ظهور وسائل ووسائط الإعلام الجديد بعد الهيمنة التلفزيونية.

رابعاً_الثقافة البصرية في وسائط الإعلام الجديد وانعكاساتها على وظيفة التلقي:

إنه في المرحلة ما قبل الثورة التكنولوجية، كان الخطاب الأدبي والنخبوي بصفة عامة يمثل قوة ثقافة، وكانت الكلمة هي الوسيلة الأساسية للتعبير عن حاجات الإنسان وعن أفكاره وفلسفته للحياة، لكن مع مجيء عصر الصورة وتطور مجالاتها، عممت ودخلت حياة الناس وأصبحت جزءاً من يومياتهم، فأقامت أركانها في الحياة بكل قطاعاتها الحساسة، ومكنت الجماهير العريضة التي أقصيت من العملية الثقافية لأسباب تتعلق بتراتبية علمية، من التعبير عن نفسها دونما الحاجة إلى وسيط.

لقد ساهمت ثقافة الصورة في نمو ثقافة جديدة، هي ثقافة القوى الشعبية المتمثلة في الجماهير العريضة التي من الصعب تحديد ملامحها بدقة²، ومن العوامل المتحكمة في هذا الأمر التطور التكنولوجي فرض تسارع حركة التطور التكنولوجي تغيرات واضحة في مختلف النشاطات بفضل إمكانية تحقيق المزج بين ثورات المعلومات والاتصال والحاسبات، فأدت إلى ميلاد ما يعرف بالتقنية والرقمنة التي أتاحت تبادل اللغات، البيانات... فالانترنت ولما لها من خصائص متميزة تتلخص في تجاوز وحدتي الزمان والمكان، التفاعلية التشاركية، فقد أتاحت لمستخدميها العديد من الخيارات وسهولة الدخول عليها

¹ - عبد الله الغدامي، مرجع سبق ذكره، ص ص 273-274.

² - علي لونيس، الثقافة البصرية وصراع الأنساق الثقافية، مقال، ص 40.

حيث فسحت المجال أكثر أمام التفاعلية في عصر يطلق عليه عصر الرقمنة والذي يتجلى بشكل ملحوظ في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها، هذه الأخيرة سهلت الاتصال والتواصل بين الأفراد، إذ أصبحت هناك تجمعات على هذه الشبكات ذات اهتمامات مشتركة، كما أنها تعتبر بنية خصبة لاستخدام الصور بكل أنواعها وبكل محتوياتها من طرف منتسبيها.

4_1_ واقع التلقي في البيئة الاتصالية الجديدة:

يعتبر الاتصال من النشاطات الأكثر خضوعاً للمعايير التي تشكل في أساسها تساؤلاً رئيسياً حول طبيعة الصلة بين وسائل الاعلام والتلقي كمفهوم حديث استخدم في المجال الاعلامي والاتصالي من أجل تحليل كيفية تلقي الجمهور الرسائل والأعمال الاعلامية انطلاقاً من خلفيات نفسية وذهنية وانفعالية واجتماعية، ويشكل هذا المفهوم في حد ذاته حركة فكرية، اعتبرت عملية تلقي الرسائل التي تنتجها الصناعات الاعلامية العديدة بمثابة ظاهرة اجتماعية تتضمن معطيات اجتماعية وثقافية ومعرفية ذات بعد تواصلية يستجيب باستمرار لحاجات اجتماعية. لهذا تعد ظاهرة التلقي من أبرز الظواهر الاجتماعية المعاصرة، فهي تعبر عن رابطة لها دورها في تماسك المجتمع وبناء العلاقات الاجتماعية، على أساس أن كل العمليات التي تعكس أشكال التفاعل الاجتماعي تتم عبر الفعل الاتصالي والعمليات الاتصالية التي تتجسد في مستويات التلقي والتفاعل والاستخدام.

كما يدل مفهوم التلقي في معانيه المتعددة على كيفية تعامل مجموعة من الأشخاص مع أعمال كتاب أو فنان أو مدرسة أو أسلوب عبر التاريخ، ويدل أحياناً على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطاب الفني الأدبي، ويدل على مجموعة الفعل الذي يمارسه المتفرج الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والاجتماعية، لتسليم وتفسير ما يقدم إليه.

كما تتضمن عملية التلقي معاني عدة من بينها الإدراك، الاحساس، الحكم وبناء المعنى، بينما يدل فعل التلقي على استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية من خلال الوسيلة الجماهيرية، وهو يرتبط بمعايير وخصائص متعددة منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وصيغتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات، ويصاحبه في ذلك عنصر إتاحة وتوفر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور. (إيمانويل فريس، برنار موراليس، 2004)

والحديث عن التلقي كمارسة وواقع هو حديث عن الاشكالية التي نتجت عن الانتقال من التركيز على محور ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور، إلى التركيز على السلوك الاتصالي من خلال نظريات التلقي

في محور ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام، والتي بينت أن ظاهرة التلقي للمنتجات الاعلامية والاتصالية وسرعة تطورها تخضع للتغير الاجتماعي.

لقد أدى التطور في مجال علوم الاعلام والاتصال في المجتمعات الديمقراطية والليبرالية تحديدا نتيجة عوامل تكنولوجية وسياسية واقتصادية وثقافية، وكذا اتساع مجال ودرجة استعمال وسائل الاعلام في مختلف النشاطات الاتصالية في المجتمع إلى التحول الفعلي نحو دراسة الاثار التي تحدثها وسائل الاعلام في علاقتها بالمحيط العام الذي يتم فيه إعداد الرسائل وتبليغها عبر القنوات المختلفة إلى المتلقين الذين يتخذون منها بشكل أو باخر، وفي كل الحالات مواقف تبعا لادراكهم ومصالحهم العديدة والواسعة ومدى تطابق المضامين الاعلامية مع معتقداتهم وقيمهم الثقافية.

لقد ركزت الدراسات في مجال سوسيولوجيا التلقي بشكل كبير على الاهتمام بالمحيط العام لعملية التلقي، والتساؤل الرئيسي الذي يطرح هنا هو كيف يتم تلقي الرسائل الاعلامية والاتصالية من طرف المتلقين. خصوصا مايتعلق بالصورة كنموذج لمحتوى اتصالي أصبح متداولاً بشكل كبير في البيئة الاتصالية الجديدة، وهي موضع دراستنا هذه. حيث شمل التلقي في سياق الدراسات الثقافية الحديثة كل المنتجات الاعلامية والاتصالية والثقافية التي حولت ثقافة المجتمعات الرأسمالية إلى ثقافة الجماهير الغفيرة على حد تعبير "هوجارت" الذي أعطى أهمية للتلقي من خلال دراسة الجوانب الموضوعية والملائمة لدود فعل الجماهير ولاستخدامهم الثقافة الجماهيرية. (antonio gramshi.linttellectuel (organique

وتشكل الدراسات الثقافية أرضية أساسية لبحوث التلقي بالرغم من أن الكثير ممن ينتمون الى تيار التلقي تجاوزوا حدود الدراسات الثقافية على غرار ما قام به مورلي دافيد اعتمادا على بحوث هال حول جمهور برنامج nationwide.

تتمثل فكرة الدراسات الثقافية في فرضيتين، أولهما مرتبطة ببنية وطبيعة المجتمع الرأسمالي الصناعي، وثانيهما تتعلق باستقلالية بعض الأشكال الثقافية، والدور الذي تلعبه في التغير الاجتماعي (hall.1980)، لأن هذه الأخيرة تنظر إلى مسار الاتصال عموماً والاتصال الجماهيري خصوصاً، كخاصية فقط من خصائص الممارسة اليومية، أي أنها لا تنتظر إليها لذاتها، وإنما كجزء فقط مما هو أشمل وأوسع وهو المجتمع. وعليه فإن التلقي من هذا المنظور يوفر إطاراً أشمل للحياة الاجتماعية من خلال الاعتراف بإمكانية تدخل الأفراد، والدور الذي تلعبه عملية إنتاج المعنى في توجيه الفعل الاجتماعي. (hall.1994).

وعليه تنطلق دراسات التلقي من قراءة مقارنة بين خطابات وسائل الاتصال الجماهيري والخطابات التي ينتجها الأفراد المتلقون لهذه الرسائل، وهي تهتم بالمتلقي لأنها تعتبر أن تأويله للرسالة ليس منفصلا تمام الانفصال عن المحتوى، وهي في ذلك توافق إلى حد كبير ما طرحه هال عندما حلل الخطاب التلفزيوني، إذ اعتبر أن إمكانية الخطاب التلفزيوني على المعاني التي يبنيها الأفراد المشاهدون واردة تماما، وعليه فإن أهمية المحتوى أو النص لا تقل عن أهمية بناء المعنى الذي يقوم به المتلقي في علاقته بالرسالة، لأن هذه المعاني لا يبنيها الفرد إلا وهو يحتك بالرسالة أي بالوسيلة، إلا أن نظرية التلقي لا تتوقف عند الفرد وهو يبني المعاني في علاقة مع معاني الرسالة، وإنما تحاول أن تفهم الممارسات الاجتماعية في سياقاتها الثقافية والاجتماعية. ص 62. وفي هذه الحالة فإنها تنتقل النقاش إلى مساحة أخرى من بناء المعاني الاجتماعية وعلاقتها بالممارسات في عالم الحياة اليومية.

أما الحديث عن التلقي في إطار سوسيولوجية الاستخدامات تكنولوجيات الاعلام والاتصال تشدد على الدور النشط للمستخدم، وتستند في ذلك إلى ما توصل إليه الباحث ميشال دو سيرتو، في إبراز دور الفرد في ابتكار معان جديدة، محدثا بذلك قطيعة مع النظرة السابقة لوسائل الاتصال الجماهيري التي كانت تنظر إلى المتلقي على أنه سلبي .

وبينت الباحثة الفرنسية جوزيان جووي في دراسة بعنوان الشاشة المروضة، أن الحاسوب الشخصي كان يستعمل بقصد التحرر أو التطور الشخصي، أو من أجل تحقيق إنجاز عملي.. هذه المقاربات البحثية توصف في فرنسا بسوسيولوجيا الاستخدامات، بينما يطلق عليها في الأدبيات الانجلوسكسونية دراسة تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الحياة اليومية، علما بأن كل هذه المقاربات ركزت على خاصية التملك الفردي للتكنولوجيا وبناء الهوية.

ولقد اتجهت بعض الدراسات إلى التركيز على مجموعات المستخدمين، ولاحظوا أن كل مجموعة مهمة بموضوع تقني لتحديد المشكلات والحلول التي ترغب في اقتراحها (ميشال دو سيرتو، 2011)

4_2_ الصورة كثقافة سائدة في البيئة الاتصالية الجديدة:

إن الصور في شبكة الويب تمثل ركنا أساسيا في بنية الشبكة المعلوماتية، كما أنها تمثل إضافة جمالية، حيث أوضح فهد الطياش¹ أستاذ إعلام مشارك بجامعة الملك سعود أن الأرقام تشير إلى كم هائل من الصور الرقمية المتداولة بين الناس، إذ انتقلت الكاميرا تدريجيا من أيدي المصورين المحترفين إلى أيدي الناس العاديين، وهنا مكن أهمية الصورة، فهي لم تعد الصورة الاحترافية ذات البعدين الدلالي

¹ - فهد الطياش، أدلجة الصورة تستهوي القطيع في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الرياض، نوفمبر 2013.

والجمالي، وإنما أصبحت بدرجة أولى ذات بعد واحد وهو تصوير قصص الناس في مختلف الأحوال، مضيف أن كل صورة تحمل معها قصة إنسانية تختصر الزمن الدلالي والمكاني، مستشهدا في ذلك بالكم الهائل للصور في مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا الفيس بوك: حيث يشير بحث نشره "Narketer" أن 75% من محتويات مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن صور، أما البقية فهي روابط وفيديوهات ونصوص وألبومات وغيرها، أما الأثر والفاعلية الحقيقية فهي للمنشورات، التي تتضمن صوراً، إذ راقب الباحثون في *Media Blog* مئات الآلاف من المنشورات على مدار عدة أشهر من قبل آلاف المدونين مثلاً، ووجدوا أن المنشورات التي كانت مؤثرة بنسبة 35% أكثر من غيرها هي التي كانت تتضمن صوراً. كما أضافت دراسة أخرى أنه يتم تحميل ما لا يقل عن 250 بليون صورة يوميا على مستوى العالم، أي ما يعادل 6 بلايين صورة في الشهر الواحد، موضحة أنه يوجد في موقع الفيس بوك ما يقارب 90 بليون صورة، مما يعني أن المتلقي لو أعطى من وقته ثانية لكل صورة، فإن ذلك سيستغرق منه 47 سنة، مؤكدة على أن الكم البصري الذي يأتي من الغير أكثر بكثير من الكم الصادر عن الذات، مشددة على أهمية دور السياج الثقافي والتربوي الذي يحيط بالفرد خاصة إذا كان مضمون هذه يعبر عن ثقافة شعبية ساقطة.

تأخذ الصور خصائصها في مواقع التواصل الاجتماعي من خصائص الصور الرقمية، وتتمثل في¹:

-التفاعلية والمشاركة: وهو الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف العملية الاتصالية الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان والدرجة... وهكذا فالمتعامل مع الصورة يمكنه أن يقوم بتصميمها وإرسالها وتعديها واستقبالها ورفضها وإلغائها كما يحلو له، فمتلقي الصورة أصبح مشاركا ومؤثرا في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة ويصل به الأمر إلى أن يغير في ملامح وعناصر صور بأكملها إذ شاء، ويضيف عليها ألوان ويعدلها يتحكم في الإضاءة الخاصة بها... وكأن المبحر في الانترنت يتعدى تعامله مع الصورة إلى بنائها وتوجيهها.

-التزامنية واللاتزامنية: هو تجاوز وحدة الزمان، لأنه يمكن إرسال وتلقي الصور في أي وقت، إما في الزمن الحقيقي مباشرة أين يكون الشخص أثناء عملية الإبحار أو في شكل غير تزامني يتلقاها عن طريق البريد الإلكتروني مثلا، وبالنسبة للفيس بوك يكون الأمر أثناء الدردشة أو عن طريق إرسال الصور إلى الصفحات الشخصية للأصدقاء.

¹ - فنوشي ربيعة، الصورة عبر الانترنت التجاوزات والحماية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، ع 5، جويلية 2011، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي يحي فارس المدينة، ص 317.

-تجاوز وحدة الزمان والمكان: لا تحتاج الصور المتداولة في المواقع الإلكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي لتلقيها إلى أطراف العملية الاتصالية في مكان واحد، بل يمكن تناقلها من مكان إلى آخر مهما تباعدت المسافات وهذا بفضل المرونة التي تتيحها الانترنت.

-الجماهيرية والتشخيص: تتعدد المواقع التي تقدم صوراً لجماهير عامة في طابع الاتصال الجماهيري، كما أنها تتيح الصور بما يتوافق مع بعض الفئات بشكل فرعي عن طريق منتديات النقاش أو مواقع خاصة.

-التنوع والتكامل: تعرف الصورة عبر الانترنت تنوعاً كبيراً في شكلها وحجمها، فالمواقع الإلكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك مثلاً، تشمل على الصورة الفوتوغرافية والكاريكاتورية... وحتى الواقعية، ويمكن تخزين هذه الصور وطبعها وتحميلها ونقلها.

بناءً على هذه الخصائص السابقة والمتعلقة بالصور ضمن البيئة الاتصالية الجديدة ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي، يمكن القول أن هذه الخصائص زادت من هيمنة الصور وجعلتها تفرض سيادتها، لتكون إحدى الأدوات المعرفية والثقافية وتحول دورها من الهامشي إلى المركزي، وهذا يتضح جلياً من خلال تلقي الجماهير وبناء مدركاتها على أعداد لا تحصى من الصور، مكونة بذلك وعاءاً شاملاً لثقافتها وحضارتها¹، ويؤكد الكثير من الباحثين أن ما يمكن أن ينعت به هذا الزمن وهو زمن الصورة، وأن التفكير مستحيل من دون صور كما قال أرسطو، فالصور تملأ الحياة العصرية وتفاعلاتها وتجسيدياتها تغزو الأمكنة والأزمنة، وتجلياتها ومظاهرها وأنماطها وأنواعها، وازدادت أهميتها بشكل أكبر تغزو العصر الحالي، فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور²، وهذا ما أكده الناقد الفرنسي (رولان بارت) حيث قال إننا نعيش في حضارة الصورة، وإذا كانت الصورة جاءت لكسر الحواجز والسدود أمام الجماهير وألغت التمييز الثقافي والطبقي، ونشرت الثقافة الجماهيرية، بحيث يستطيع أي فرد استقبال الصور ولا يحتاج إلى رصيد لغوي للفهم والاستماع.

لقد منح التطور المذهل اليوم في عالم التكنولوجيا ووسائل الاتصال الصورة فرصة نادرة وثانية إن صح القول للانتشار والصدارة، حتى غدا الإنسان المعاصر يعيش في غابة من الصور، وغدت الصور لغة جديدة تملأ كل لغات البشرية، تستحق التأمل والبحث بوصفها حقلاً جديداً من حقول البحث العابر

¹ - الغامدي،

² - سعدية محسن، ثقافة الصورة ودورها في إثراء الذوق الفني، رسالة ماجستير، تخصص تربية فنية، قسم التربية الفنية، جامعة أم القرى، السعودية، 2010، ص 2.

للتخصصات، فأسقطت عامل السن فهي قابلة للإدراك والقراءة وإن كان بمستويات متفاوتة من كل الفئات العمرية.

إن الصور اليوم في البيئة الاتصالية الجديدة تستمد قيمتها الثقافية من دورها كمعلومة، وكذلك من تميزها بوصفها صورا يسهل إرسالها كما يسهل الوصول إليها والتعامل معها أو معالجتها وتخزينها في الحاسوب، حيث أن الكثير من الصور البصرية اليوم توزع إما عبر ألعاب الفيديو أو الأقراص المدمجة وعبر مختلف التطبيقات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أعطت هذه المواقع فرصة ذهبية للفرد لإثبات وجوده وتدعيم ذاته من خلال المشاركة بفعالية، وبهذا يتضح لنا كيفية اختيارها في هذه الشبكة التي تشهد استخداما واسعا لها، فانجذاب الجماهير المستمر وغير المنقطع اتجاه الصور في هذه المواقع إنما كان بدافع إشباع مختلف الحاجات.¹

إنه مع التقدم الأخير في مجال تكنولوجيا الاتصال (بداية القرن الـ 21) أصبحت الصور تمثل جانبا مهما في التحول العالمي في اتجاه وسائل بصرية لتمثيل المعرفة والثقافة، وقد تزايد هذا إلى حد كبير مع تزايد أهمية الميديا الرقمية كشكل من أشكال تقديم المعلومة، وترتبط الصورة بدرجة كبيرة في أجهزة الكومبيوتر والتلفزيون، وهي ثقافة تتحكم فيها الصور الافتراضية للوسائط التكنولوجية، وبمصطلحات بودريار فإن الواقعي الفائق قد أخذ مكانه الواقعي، وارتفع شأن الصور إلى حد كبير من خلال أشكال الميديا الجديدة باعتبارها أشكالا جديدة للوجود ما بعد الحداثي.

خامسا_استخدامات الصور في وسائط الإعلام الجديد والإشباع المحققة لدى الأفراد.

إن الصورة الرقمية ومع زيادة جودتها وتسارع تنقلها من مكان لآخر، فقد أصبحت تشهد استخداما واسعا، فالصورة البصرية في مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا للفرد المستخدم، حتى بدأ البعض يتساءل عن درجة هذا التشبع في فهم الأحداث وعن درجة سرعة نشر وبيث الصور، ودرجة استجابة الجمهور للأحداث، وكذلك التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف لهذه الصور على الذاكرة الثقافية للجماهير.

فاستخدام الصور في هذه الوسائط الجديدة جاء وفقا لحاجات الفرد للضمان المستمر للبيئة التي ينتسب إليها من جهة، وفهم الآخر من خلال رصد كل ما يحدث من أحداث، وكذلك التعرف على عادات

¹ - الصادق رايح، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ص ص 1-2.

وتقاليد المجتمعات والتعبير عنها يكون باستخدام الصور، فالفرد دائما يبحث عن كسب معارف جديدة سواء تعلق الأمر بذاته أو بالآخر.¹

إن شبكات التواصل الاجتماعي تحمل العديد من الخصائص حيث تسمح للفرد بتكييف معايير الشبكة وفق السياقات الشخصية والثقافية والاجتماعية، وغالبا ما يفسر مستخدمو المواقع الصور التي يضعها الأشخاص في صفحاتهم على الفيس بوك للتعرف على شخصية العضو، وهذا ما يسمح بالاتصال من خلال دوائر متسعة من الوسائل بشكل غير ملحوظ سابقا²، فالصور على هذه الشبكات تعمل على تعزيز الشخصية الاجتماعية للبيئات الجديدة من خلال دعم التفاعل عبرها.

-التعبير الوجداني من خلال الصور: إن الصور في مواقع التواصل الاجتماعي أحسن معبر عن الحالات العاطفية والوجدانية وحتى المزاجية، إذ بإمكانها خلق حالة شعورية قوية مماثلة لحالة المستخدم لها.

-تحقيق الراحة النفسية وعلاج القلق: من أكثر الحاجات التي تدفع المرء لاستخدام الصور في الشبكات الاجتماعية هو محاولته لعلاج بعض مشاكل التوتر والقلق من خلال تحقيق الراحة النفسية، فهي وسيلة للتنفيس الانفعالي من خلال التعبير عن النفس وخيالاتها وتصوراتها، وكل ما يتعلق بذات الفرد³.

-إثبات الوجود (تحقيق الذات): إن الفرد يميل إلى نوع من الخصوصية، لأن لديه إحساسا بالخصوصية فيقدم ذاته وفق معايير تحافظ على خصوصياته من خلال استعمال صور تعبر عن ذاته، وهذا لما للصورة من فضل كبير في التعريف بالذات، فالفرد يعرض صورته ببرز ذاته من خلالها بما يتوافق والمعايير الاجتماعية.

¹ - خديجة أولم، مرجع سبق ذكره، ص 111.

² - فضيلة آكلي، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، دراسة ميدانية حول تأثير القنوات الرقمية الغربية على مراهقي باب الواد، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007، ص 97.

³ - أرنولد هاوز، الفن والمجتمع عبر التاريخ، ترجمة فؤاد زكريا، دار الكتاب العربي، مصر، 1969، ص 34.

قائمة المراجع:

1. إبراهيم محمد سليمان، مدخل إلى مفهومية سيميائية الصورة، المجلة الجامعية، جامعة الزاوية، ع16، أبريل 2014.
2. إبراهيم مصطفى حسن الزيات وآخرون، المعجم الوسيط، ج1، دار الدعوة، اسطنبول، 1989.
3. إبراهيم ناصر، التربية وثقافة المجتمعات، تربية المجتمعات، بيروت، دار الفرقان، مؤسسة الرسالة، 1983.
4. ابن منظور: لسان العرب، مج4، ط1، دار صادر، بيروت، 1997م.
5. أحمد جاب الله، الصورة في سيميولوجيا الاتصال، مقال قسم الأدب العربي، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
6. أرنولد هاوز، الفن والمجتمع عبر التاريخ، ترجمة فؤاد زكريا، دار الكتاب العربي، مصر، 1969.
7. بلقاسم سلاطنية وآخرون، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، مطبعة جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2013.
8. الجوهري أبو نصر بن حماد، الصحاح في اللغة والعلوم، تقديم: عبد الله العلايلي، دار الحضارة العربية، بيروت، 1974.
9. حفناوي بعلي، مدخل في النقد الثقافي المقارن، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم، ناشرون، بيروت، ط1، 2005.
10. خديجة أولم، ثقافة الصورة داخل مجتمع المعلومات، بين إخبارية الكلمة وإيحاء الصورة، مجلة دراسات أكاديمية في المعلومات والمعرفة، م1، ع1، جوان 2003.
11. دوللو لويس، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق، 1993.
12. سعدية محسن، ثقافة الصورة ودورها في إثراء التذوق الفني، رسالة ماجستير، تخصص تربية فنية، قسم التربية الفنية، جامعة أم القرى، السعودية، 2010.
13. سيد ربيع سيد إبراهيم، محركات بحث الصور الثابتة على الإنترنت، دراسة تحليلية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2007.
14. السيد نجم، علاقة الصورة بالثقافة البصرية، مدونة المرام، مدونة ثقافية إخبارية، موريتانيا.
15. الصادق رايح، الانترنت كفضاء مستحدث لتشكل الذات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.
16. عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988.
17. عبد الجبار محمد علي، التصوير الصحفي، دار المعرفة، القاهرة، 1980.

18. عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2005.
19. علي لونيس، الثقافة البصرية وصراع الأنساق الثقافية، مقال.
20. غي غورتي، الصورة والمكونات والتأويل، ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2015.
21. فايزة يخلف، سيميائيات الخطاب والصورة، دار النهضة العربية، بيروت، 2012.
22. فضيلة آكلي، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، دراسة ميدانية حول تأثير القنوات الرقمية الغربية على مراهقي باب الواد، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007.
23. فندوشي ربيعة، الصورة عبر الانترنت والتجاوزات والحماية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، ع5، جويلية 2011، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي يحي فارس المدينة.
24. فهد الطياش، أدلجة الصورة تستهوي القطيع في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الرياض، نوفمبر 2013.
25. نصر الدين لعياضي، جمالية الصورة، ع2، مجلة الإذاعات العربية، 2003.
26. هيدجر مارتن، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية، ترجمة فاطمة الجبوشي، دمشق، 1998.
27. وديع الفرعزي، ثقافة الصورة وتأثيراتها المختلفة على الشباب، مقال نشر بتاريخ 2012/06/17: <http://webmail.alaomhmanial.net>
28. *heinicl molenda, russell, quoted in seels, 1994.*