



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم-
كلية الآداب والفنون
قسم الأدب العربي



مشروع بحث لاستكمال مستحقات نيل شهادة الماستر
في تخصص لغة وإعلام
والموسومة بـ:

الصورة وعلاقتها بالخطاب الإعلامي صورة صدام حسين حين ألقى عليه القبض- نموذجاً-

إشراف الأستاذ:
معمار عبد الله

إعداد الطالبة:
صبحي أمينة

السنة الجامعية 2015/2014



إهداء

إلى من حملتني وهنا على وهن.. وسهرت على تربيتي ..

إلى من هي ينبوع المحبة.. أمي الحبيبة

إلى من تحمّل شرّ العناء من أجل إطعامي..

وله الفضل في ما أنا عليه..

إلى من هو رمز افتخاري .. أبي الغالي

أطال الله في عمرهما..

إلى من ينبض له قلبي .. وتحن له روعي..

إلى من هو سرّ أمانتي.. زوجي العزيز

إلى جميع الأساتذة الأفاضل..

إلى كل أخواني وأخواتي .. وكل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع..

إلى زميلاتي وزملائي في الدفعة ..

وإلى كل من عائلتي "صباحي" و"بومهدي"...

أمّنة صباحي

إنّ التطور العلمي والتقني المتلاحق في كل جوانب الحياة المعاصرة. أصبح من أهم مرتكزات التفوق الدولي الذي بات يتحكم اليوم أكثر من أي وقت مضى بوسائل الاتصال المرئية، التي يعتبرها أهم مصادر قواه السياسية الهامة والمؤثرة في المجتمعات الدولية والتي أثبتت قدرتها وحساسيتها وبعد بصيرتها في كل ما يتعلق بحياتنا وسمة عصرنا، ولا أحد ينكر من أنّها مجال شديد التحرر لمناقشة المسائل المتصلة بالوجود الإنساني وكأنها استخدام بالغ السعة، لما تتيحه من إمكانيات لا حدود لها.

يعيش العالم في الوقت الحاضر، في عصر ثقافة ما بعد المكتوب، عصر الصورة والمجتمع الفرجوي، وإنّ من المعروف أن المعركة التي تدور رحاها اليوم بين الدول الصناعية الكبرى، وهيمنتها على الدول الفقيرة، هي معركة السيطرة على الصورة وبشتى أشكالها ومختلف معانيها. بدءاً بالصورة التلفزيونية المباشرة عن طريق الأقمار الصناعية والصورة السينمائية، وأفلام الكرتون، وصولاً إلى الصورة الإشهارية وكتب الأطفال، وهي ليست محايدة، بل تحمل أهدافاً ورسالة.

لقد أضحت اللغة البصرية، لغة عالمية قابلة للفهم من جميع شرائح المشاهدين مهما اختلفوا في الأصل والعرق وساعد هذا كثيراً على رواج الأفلام والمسلسلات والبرامج التلفزيونية والسينمائية. كما ساعد على نجاحها منذ نشأتها حتى الآن. والفضل في ذلك يعود لطبيعة الصورة تلك الطبيعة الكاشفة بشكل سافر عن مضامينها بحيث أصبحت الصورة أهم وأقوى وأسهل وسيلة اتصال على مستوى الإدراك والفهم. باعتبارها وحدة التعبير النوعي في وسائل الاتصال المرئية كما أنها نتاج اللغة منذ القدم حتى الآن كونها عنصر أساسي في التواصل ونشر الأخبار بكل ما يرتبط بها من معطيات فنية وفكرية.

وبما أنّ الصورة وسيلة اتصال عرفها الإنسان قبل أن يعرف الكلمة فهل بهذا تعتبر خطاب متكامل توصل رسالتها كما ينبغي دون وجود الكلمة؟ وإن كانت الصورة تنفي الكلمة في خطابها فأيهما أبلغ في تأدية وظيفته الاتصالية الصورة أم الصوت؟ ثم وإن وظيفت الصورة في الخطاب الإعلامي فما مدى تأثير ذلك على المتلقي؟ وما هي علاقة الصورة بالخطاب الإعلامي بنجاح الرسالة الإعلامية؟

لقد انصبَّ اختياري على هذا الموضوع رغبة في رصد جل ملامح الصورة وما توحى إليه والتطلُّع على آفاق الخطاب الإعلامي وخاصة العربي منه من حيث مضمونه ومصداقيته وبعده التأثيري في المستقبل. وخدمة مَنِّي للدرس اللغوي والإعلامي.

أتبعت في دراستي لهذا الموضوع، المنهج الوصفي التحليلي وذلك لتحليل أفكار ومعاني التي يهدف إليها كل من الخطاب الإعلامي العربي والخطاب الإعلامي الغربي ثم وصف جميع المحطات التي وقفت عندها الصورة.

ومن الصعوبات التي واجهتني قلة المراجع التي تتحدث عن الخطاب الإعلامي العربي، وعن الصورة في الخطاب الإعلامي العربي، وكذا ضيق الوقت.

تهدف هذه الدراسة إلى النهوض بالإعلام العربي والخروج من حالة الجمود، والأخذ بالانفتاح الإعلامي وتقديم الخطاب العربي بروح حيادية.

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على كتاب خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة لمؤلفه كاظم مؤنس، والإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات لهيثم الهيتي.

ولقد رسمت خطوات بحثي هذا وتدرجتها خطوة تلو الأخرى لاكتمال هذا الدر

ووزعت مسار بحثي عبر ثلاثة فصول وهي كالآتي:

الفصل الأول والمعنون ب: الصورة الاتصالية والخطاب الإعلامي: وأدرجت فيه مفهوم الصورة وأنواعها وخصائصها المرئية ثم مفهوم الخطاب وأنواعه، كما عرفت الخطاب الإعلامي ولغته، ثم تحدثت عن الخطاب الإعلامي العربي والغربي.

الفصل الثاني والموسوم ب: توظيف الصورة في الخطاب الإعلامي: تناولت فيه بنية الصورة، حياديتها، سياقها، والقوة التي بلغتها. وفي اتجاه آخر العنف الذي تفرضه على المتلقي كما تناولت في هذا الفصل أهمية الصورة في الخطاب الإعلامي والعلاقة بينهما.

الفصل التطبيقي: درست فيه صورة الرئيس العراقي صدام حسين حين ظهوره من المخبأ خلال الحرب الأمريكية على العراق، بتطبيق قراءة رمزية للصورة.

وفي الأخير جزيل الشكر والامتنان إلى أستاذي ومؤطري الأستاذ " عبد الله معمر " على كرمه وصبره معنا.

الفصل الأول

الصورة الاتصالية و الخطاب الإعلامي.

الفصل الثاني

توظيف الصورة في الخطاب الإعلامي.

الفصل التطبيقي

لطالما كانت الصورة وسيلة الإنسان للتعبير عن حاجاته البيولوجية والإنسانية لأجل التواصل، فالصورة الموجودة في " الطاسيلي " دليل على أن الإنسان كان يتصل مع غيره بواسطة تلك الرسومات والصور التي بقيت إلى وقتنا الحالي لتؤدي دورها الاتصالي مع الأجيال المتتالية.

الصورة ليست وسيلة اتصالية فحسب، بل هي عامل أساسي في تمتين العلاقات الإنسانية وتنمية الحس الجماعي بواسطة الإحساس بالآلام الآخر. كما هو شأن الخطاب الذي يحمل بدوره رسالة هادفة منجزا بذلك اتصالا بين المرسل والمتلقي.

المفهوم اللغوي: جاء في لسان العرب: الصورة جمع صُورٌ و صِوْرٌ، وقد صوره فتصور... وتصورت الشيء: توهمت صورته فتصوّر لي...

قال ابن الأثير: " الصورة ترد في كلام العرب على ظاهرها وعلى معنى حقيقة الشيء، وهينته وعلى معنى صفاته، يقال: صورة الفعل كذا وكذا أي هينته. وصورة الأمر كذا وكذا أي صفته." 1

وفي قاموس المحيط الصورة بالضم: صُورٌ و صِوْرٌ، وتستعمل الصورة بمعنى النوع والصفة.

في تاج العروس: الصورة بالضم الهيئة والحقيقة والصفة.

أما في المعاجم الغربية: فإن المعنى اللغوي للصورة لا يخرج كثيرا عن المعاني السابقة، فهي تعني تشكيل هياكل رمزية في مكان محدد. 2

المفهوم الاصطلاحي: للصورة عدة تعريفات حسب ما ورد في المعاجم والموسوعات ومنها ما يلي: الموسوعة الثقافية: عرّفت الصورة بأكثر من معنى علمي وأدبي يتصل بالتغيير نفسه.

الصورة في البصريات: تشابه أو تطابق للجسم تنتج بالانعكاس والانكسار للأشعة الضوئية، تكون أيضا بواسطة الثقوب الضيقة، الصورة الحقيقية تتكون نتيجة التلاقي للأشعة على حاجز ما.

ويعطي معجم الوسيط تعريفا للصورة على النحو التالي:

الصورة: جعل له صورة مجسمة وفي التنزيل القرآني ورد قوله تعالى: ((هُوَ الَّذِي يُصَوِّرُكُمْ فِي الْأَرْحَامِ)) . صورة الشيء أو الشخص رسمه على الورق أو الحائط ونحته بالقلم... أو آلة التصوير. 3

من خلال هذه التعاريف، نستخلص أن الصورة هي تشابه وتطابق الصفات والرموز والحركات بين جسمين أو أكثر.

-
- 1 - كمال الزماني، حاجية الصورة في الخطابة السياسية لدى الإمام علي "رضي الله عنه"، ، عالم الكتب الحديث، الأردن الطبعة الأولى سنة 2005 الصفحة:14
 - 2 - المرجع نفسه، الصفحة:14
 - 3 - قدور عبد الله الثاني، سميائية الصورة ، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2008 الصفحة:143

1 - الصورة الفوتوغرافية: التصوير الفوتوغرافي كوسيلة جديدة لتسجيل الحقائق والمعلومات، وكوسيلة اتصال، أصبح إحدى المقومات البصرية في حياتنا اليومية. فهو لا يسجل اللحظات ذات الدلالة من الناحية الشخصية والاجتماعية فحسب لذلك أصبح أكثر الوسائل قيمة في تسجيل التاريخ الاجتماعي للمستقبل وحفاظا على مهمة المجتمع في عملية تراكمية تمتد عبر الزمن وتصبح المحطات التي مر بها المجتمع أرشيفا ليكون للأجيال القادمة نافذة على الماضي.

الصورة الفوتوغرافية هي وسيلة اتصالية تملك قدرة فائقة على عبور حواجز اللغة والثقافة لأنها في حد ذاتها أصبحت ثقافة بصرية لها وزنها في المجتمعات المتقدمة، كما يتجلى البعد الاتصالي للصورة من خلال: مكاتب العلاقات العامة في المؤسسات والدوائر ذات المصلحة مع الجمهور تستخدم الصور الفوتوغرافية، كوسيلة لترويج أفكارها وبضائعها. وهناك فائدة أخرى تؤديها الصورة كوسيلة إعلامية دولية في كافة أرجاء العالم، حيث تعتمد عليها السفارات للتعريف بالدولة التي تمثلها، وكذا التعريفات بالنشاطات والفعاليات، وإعداد الربورتجات وتقارير خاصة بالدول تحمل صور تعرف بالبلدان والأحداث والأنشطة التي تجري فيها. 1

2 - اللوحة الفنية: منذ أن رغب الإنسان قديما في تسجيل تاريخ حياته وأبناءه وأحفاده ومن يأتي بعده، وقبل أن تتشكل اللغة، حاول أن يحفر صورا حية للأحداث التي عاصرها في جوانب الكهف الذي يسكنه، وفي الطبيعة التي لا يفهم متى تغضب ومتى ترضي، وفي صراع مستمر مع حيوانات أضخم منه وأكثر قوة لا يدري متى ومن أين تأتي ضربتها وقد ظل الأمر كذلك حتى عرف الإنسان الفرشاة والقلم فبدأ يستخدمها في رسم الصورة على جدران الكهف الذي يعيش فيه لكل أشكال الحيوانات التي تخيفه حتى يألفها ولا يتفاجأ بمظهرها، وابتكر الأساطير التي تفسر كل مظاهر الطبيعة الغامضة من حوله وهو دور الفن حتى يومنا هذا.

1 - قدور عبد الله الثاني، سميائية الصورة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2008، الصفحة: 159

إن تاريخ الفن يبين لنا ارتباطنا الدائم بالحياة ونظامها الاجتماعي والاقتصادي وارتباطه بالأفكار والإيديولوجيات، إذ ليس هناك ما يفصل الفن ولا التجربة الفنية عن سائر تجارب

الحياة الأخرى وكثيرا ما تكون الإيديولوجيات دافعا للإبداع ومصدرا للانفعال الجمالي بشرط أن يحقق العمل الفني من نظم وقيم تكون المشاركة فيه فعالة يعبر فيها الفنان عن موضوع ما عبر الوسيلة أو الرسالة الفنية التي يتلقاها المتلقي.

3-الشعار: Logo: كصورة رمزية لقد غزا الشعار للحضارة الغربية المعاصرة بحركة تتضاعف فيها الإشارات المرتبطة بعملية الترميز المتصاعدة، التي تميز حياة الإنسان العصري. وهذا الغزو يعني أن الإنسان فقد تدريجيا الاتصال بالحقيقة الخشنة، لظروف الحياة القديمة والحضور القوي للرمز يقودنا إلى خاصية الإنسان نفسه، الذي أحاط نفسه تدريجيا بالصور والعادات والرموز التي تبقى طريقة ووسيلة تعبيرية في رأيه. إن الرمز يلعب دورا الوسيط بين الإنسان وبين الحقيقة، إن الصورة الرمزية أو الشعار لا تقدم قراءة مباشرة ولكن يتطلب عملية تفكيك وتحليل الرموز، فهو يحمل معنى مكثف وهذا التكثيف للمعنى في فضاء محدود يضع مشكل تقني عويص، وبما أن الشعار يجب أن يجمع بين المعنى والوضوح الضروري لفهمه الصحيح من طرف جمهور المستهدف وهدف الشعار أن يعمل كصورة مماثلة للمؤسسة. 1

أنواع الشعار: إما أن تكون عناصر ذات طبيعة لغوية وتسمى الشعار اللغوي logotypes تستعمل في هذا تشكيلات معينة من حروف وألفاظ. وهناك شعارات مؤلفة من أشكال أيقونية (عبارة عن صور مختلفة) وتسمى الشعار الأيقوني Ecotypes وهناك أيضا الحالة الشائعة التي تجمع ما بين الشعار اللغوي والشعار الأيقوني وتسمى بالشعارات المختلطة.

4-الكاريكاتير: لقد ظهر الكاريكاتير في أوروبا في القرن السابع عشر والأصل اللغوي لكلمة (كاريكاتير) يأتي من الفعل اللاتيني (cari care كاريكاره) الذي يعني حرفيا (بغير) وهذا المعنى يستجيب لوظيفة الكاريكاتوري التي هي تغيير سمات الوجه، تضخيمها أو تصغيرها بشكل مفرط، ويعتبر كل من أنيال كاراسي وبرنيني Brinini هما الرائدان الحقيقيان لهذا الفن²، وثمة جانب يتبدى للعيان في أعماله الكاريكاتورية الرائدة في أعماله الوصفية الأولى وكلها تقوم على أساس المراقبة الحاذقة للموضوع

1 - قدور عبد الله الثاني، سميائية الصورة، الصفحة: 190

2 - المرجع نفسه، الصفحة 183

والمعالجة الحرة كما هو الحال في عمله (د. كان القصاب) الموجود في كنيسة المسيح في أكسفورد. لكن برنيني هو من أدخل الكاريكاتير إلى فرنسا سنة 1665، أما أول رسام مارس فن الكاريكاتير بشكل محترف هو " بيير ليون غيتزي" (1674-1755). هذا الفنان

ليس بالطبع فنان كاريكاتوري، بل كان معروفا بسبب أعماله في الكنائس الرومانية وعلى الأضرحة المسيحية.

في سنة 1830 تأسست الجريدة الأسبوعية الكاريكاتير La caricature من قبل شارل فيليبون (1802-1862). هذا الرجل ساهم في تطوير فن الكاريكاتير بشكل ملموس في أوروبا والعالم وهو فنان على تقنية الطباعة الحجرية وناشر وصحفي، في سنة 1832، نشر ورقة يومية تتضمن يوميا كاريكاتير جديدا تحمل اسم (الشاريفاري le- charivari) التي صارت في تلك السنوات عرابية للجريدة البريطانية Punch التي كانت تضع عنوانا فرعيا لها هو (الشاريفاري اللندنية).

سنة 1838 عاودت (الكاريكاتير) ظهورها الحذر وقصير العمر تحت عنوان (الكاريكاتير المؤقت) إلا أن مطبوعة فيليبون المهمة اللاحقة كانت (الجريدة من أجل الضحك) التي ستغير اسمها فيما بعد إلى (الجريدة المسلية) ظهرت سنة 1848، إلى جانب هذه المطبوعات أصدر فيليبون العديد من المنشورات في مناسبات مثل متحف فيليبون و Les Robert Macairer والفيسيولوجيات و عدة كراريس سياسية، وأفضل أعماله التشكيلية كانت رسما يحمل عنوان (التغيرات المتعاقبة لملك فرنسا لويس فيليب).

كانت الأسبوعية (الكاريكاتير) تنشر لكبار فناني الكاريكاتير يومها أمثال ترافيبس Traviès و غرينفيل Granville، في العام ذاته شهدت مدينة لندن ظهور الصحيفة الشهرية للكاريكاتير Monthly sheet of caricature ، هي جريدة شهرية كانت تطبع وفق تقنيات الطباعة الحجرية، أما Punch تأسست سنة 1841 وهي تستمر إلى يومنا كرمز بارز لروح السخرية البريطانية وكما ولدت جرائد أخرى في أماكن عديدة في أوروبا: في باريس (الضحك Le rire)، في لندن (الكتاب الأصفر Yellow book)، في نيويورك

قدور عبد الله الثاني، سميائية الصورة، صفحة 185.

(الحاكم judge) وكانت هذه الصحافة تستخدم في غالبيتها تقنيات الطباعة الميكانيكية وثمة فنانيين كاريكاتيريين مثل توماس ناست، جون سلوان، غاوان داش، وحتى الرسام المشهور تولوز لوتريك وكلهم عاشوا بين النصف الثاني من القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين.

5-اللافتة الإشهارية: في العشرينيات من هذا القرن دخل الإعلان عالم وسائل للاتصال السمعية (الراديو) باحتشام كما رافق استعمال وانتشار التلفزة بعد الحرب العالمية الثانية. وإذا كانت الصحف من أقدم الوسائل الإعلامية، فإن هناك طرق عديدة لنشر الإعلان من أهمها الأفلام السينمائية، البريد واللافتات الإعلامية (الرسم الجداري، الملصقات بوسائل النقل، لافتات المحلات، اللافتات المنقوشة أو المضيئة،... إلخ). هذا وتعتبر اللافتات من أقدم وسائل الاتصال الحديثة، لا تزال تحتل مكانا هاما في الجهاز الواسع لوسائل التأثير الإعلامي، كما أصبحت جزءا لا يتجزأ من ملامح المدن، وميزة أساسية من مميزات الحياة المعاصرة، وخاصة في الدول المتطورة أين بلغ حدود الإدمان على هذه الظاهرة حدا مميزا، مما أثار حفيظة علماء النفس واجتماع البيئة.

اللافتة الإشهارية ملأت الشوارع ووسائل النقل قبل أن تغزو على الوسائل الحديثة، ويتم استيعابها بصورة أدق وأسرع وترسخ في الذهن أكثر من الرسائل المبنوثة والمنشورة في وسائل الاتصال الأخرى، وهذا ما يفسر الرواج الهائل لهذه الوسيلة في الوسط الإعلامي والاتجاه الواضح لتغلغلها الفعال في الصحافة والتلفزة، إن اللافتة الإعلامية تصلح أساسا لمخاطبة الجمهور وتحمل رسائل ذات طابع عام (الإرشادات والنصائح العامة، الصحية، الزراعية، التربوية، الترويج للسلع ذات الاستخدام العام الحملات السياسية العامة... إلخ) وتكون بشكل جميل في حجم كبير وملفت للنظر من بعيد.

إن اللافتة الإعلامية تدعى " فن الشوارع" فقد أصبحت ملامحها ومظاهرها من أهم محطات التجول في المدن فهي تلبى حاجة الإنسان الطبيعية إلى الاستمتاع الجمالي وإلى العواطف الجياشة التي يقدمها له استيعابه لرسائل اللافتات الإعلامية ومعالجته العقلية لها ولكن قد يعاب عليها أن رسائلها تتأثر في معظم الحالات يجهل المعرفين لها للقراءة وأن جمهورها محدودا بالحيز المكاني الذي تعرض فيه.

المرجع السابق، الصفحة: ص 188

خصائص الصورة المرئية:

تتكون الصورة المرئية من تفاعل عدة عناصر متغيرة، ومن المهم أن نعرف ما هي تلك المتغيرات وكيفية استخدامها في السرد وتوصيل الفكرة.

أولاً: النصوع: Brightness

يمكن أن تختلف الصور المرئية في درجة نصوعها، والتي تستخدم للتدعيم والتأكيد على الإحساس الذي ينبع من المشهد. وعموما تعطى الإضاءة القوية High Key درجة نصوع عالية للصورة، في حين تعطي الإضاءة الخافتة Low Key درجة أقل نصوعاً. أما الإضاءة المتوسطة Mid Key فتعطي درجة نصوع وسط بين الإثنين. وتعتمد درجة نصوع كل لقطة على المحتوى الدرامي لها فعادة نجد أن درجة الإضاءة القوية مفضلة في المشاهد المبهجة، بينما تستخدم الإضاءة المنخفضة في مشاهد التوتر الدرامي. وعلى الرغم من أن الإضاءة القوية أو الخافتة تؤثر عموماً على درجة نصوع الصورة، إلا أنه يمكن إضاءة أجزاء من الكادر بطريقة مختلفة، لجذب انتباه المتفرج، أو لمتطلبات تكوين الصورة. فمثلاً يمكن إحداث درجة نصوع عالية لأجزاء معينة من الكادر وذلك بهدف التأكيد على عنصر معين داخله. كما يمكن خفت النصوع في بعض أجزاء لقطة بها إضاءة قوية، بهدف خلق تكويناً أكثر تشويقاً وإثارة.

ثانياً: التباين: Contrast

يعبر التباين هنا عن الدرجات المتفاوتة ما بين الأبيض والأسود الخالص، وتعبر درجة التباين المنخفضة عن تداخل واسع بين درجتَي الأسود والأبيض، فيظهر ناعماً أمام العين، في حين أن درجة التباين العالية، تعبر عن تفاوت صغير بين درجتَي الأسود والأبيض فيظهر صارخاً شديداً الوضوح أي أن التباين هو النسبة بين أعلى نقطة مضيئة في الصورة إلى أقل نقطة مضيئة.

ثالثاً: طبيعة الإضاءة: Quality of light

تعبر طريقة الإضاءة عن مدى حدتها أو نعومتها، فالنوعية الحادة تحتوي على كثير من الظلال الغامقة ذات الحواف المحددة، بينما تحتوي النوعية الناعمة على ظلال أقل إضاءة وأكثر تشويشاً.

رابعاً: بؤرة الوضوح: Focus

تعبر البؤرة عن مدى وضوح الصورة ككل، ويمكن أن تتفاوت ما بين عدم الوضوح أو الوضوح الشديد.

خامسا: عمق الميدان: Depth of Field

وهو يعبر عن مدى عمق الوضوح الذي تصله البؤرة Focus داخل اللقطة، فإذا كان عمق الميدان ضيقا، يكون موضوع التصوير شديد الوضوح والخلفية غير واضحة B بينما يكون لعمق الميدان الأوسع درجة وضوح حادة لموضوع التصوير وللخلفية.

سادسا: المنظور: Perspective

ويعبر ذلك عن سعة وعمق المنظور الذي يمكن التحكم فيه من خلال اختيار عدسة الكاميرا. حيث يمكن ضغط خلفية ومقدمة الصورة معا، بحيث تظهر المسافة بينهما قريبة.

سابعا: اللون: Color

اللون من خصائص الصورة المرئية التي تجذب العين وهو يضيف إلى الصورة عنصر جمالي متغير، فالألوان الباردة تعطي إحساسا بالعزلة والبرودة، أما اللون الأحمر يعبر عن غروب الشمس والأزرق عن الليل، كما تستخدم الألوان الصفراء البنية لمحاكاة شكل الصور الفوتوغرافية القديمة، وقد يكون لبعض الألوان القدرة على جذب العين إليها اعتمادا على كيفية ترتيبها داخل تكوين الصورة، لذا فإن اختيار لونا معينا بعناية قد يستخدم للرغبة في التأكيد على عنصر أو مساحة معينة داخل الكادر.

ثامنا: الإحساس البصري: Look

عادة ما يعبر الإحساس البصري عن النسيج البصري للصورة texture ولكنه في الحقيقة يعبر عن معنى واسع وأشمل من ذلك. فتأتي الأحاسيس البصرية المختلفة للصورة المرئية من خلال التلاعب المنظم لكل العناصر المكونة للصورة، ويشمل ذلك التباين البؤرة، الإضاءة، اللون، عمق الميدان، والبعد البؤري للعدسة، ويمكن أن يكون هذا ظاهرا أو خفيا.

1 - رستم أبو رستم، جماليات التصوير التلفزيوني، صفحة 119

2 - المرجع نفسه، الصفحة 120

الخطاب: المفهوم والأنواع

المفهوم: لغة: إن مصطلح "خطاب" اسم مشتق من مادة (خ.ط.ب) وقع اعتماده من طرف الفكر النقدي العربي الحديث ليحمل دلالة المصطلح النقدي الغربي « discours » ، لقد ترددت مادة خطب في القرآن الكريم اثنتي عشر مرة موزعة على اثنا عشرة سورة

ويصعب إحصاء مدى تواتر هذا المصطلح في كتب الحديث والسيرة وأحيل على المعجم المفهرس لألفاظ الحديث النبوي للوقوف على استعمال هذا المصطلح ودلالته الموظفة في مختلف السياقات.

ذُكرَ في لسان العرب: " والخطاب والمُخاطبة: مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً وهما يتخاطبان. الليث: والخطبة مصدر الخطيب، وخطب الخطب على المنبر، واختطب يخطبُ خطابةً، واسم الكلام: الخطبة: قال أبو منصور: والذي قال الليث إن الخطبة مصدر الخطيب، لا يجوز إلاً على وجه واحد، وهو أن الخطبة اسم للكلام. الذي يتكلم به الخطيب، فيوضع موضع المصدر. 1

اصطلاحاً: الخطاب هو اللغة كما يلفظها الناس فعليا أثناء مشاركتهم في تفاعل اجتماعي لإنجاز هدف ما²، فهو دلالي غايته الاتصال، وهو متعدد الأدوات، غير أنه لا يستطيع أن يتحقق إلاً باتفاق المجموعة الإنسانية المعنية به، فإذا كان اجتماعيا فإن رقابة المجتمع لا تحدد نوع الإشارة المستخدمة فيه فقط أي أدواته، ولكنها تحدد معنى الدلالة التي تحملها الإشارة أيضا. فالخطاب يقوم على مكونين أساسيين: الإيصال من جهة والإخبار من جهة أخرى، والإنسان مستعمل الخطاب يحقق به وجوده الاجتماعي ونشاطه الإنساني، لأنه يعبر بواسطته عن ارتباطه بالواقع والأحداث³. وينقسم إلى عدة أنواع فحسب قناة التواصل يمكن التمييز بين الخطاب الشفهي والخطاب الكتابي، وحسب نوع الإرسال يمكن التمييز بين الخطاب المباشر وغير مباشر⁴ وتبعاً لهذا سنتعرف على أنواع الخطاب.

- 1 - ابن منظور، لسان العرب المجلد الثامن، حرف الخاء، الصفحة 163
- 2 - سنتيا ب. روي، الترجمة عملية خطابية، ترجمة لمهدي حسين عليوي، دار الفكر، ناشرون موزعون، الطبعة الأولى سنة 2007، صفحة 18.
- 3 - عوني كرومي، الخطاب المسرحي، الشارقة دائرة الثقافة والإعلام، الطبعة الأولى سنة 2004، صفحة 45.
- 4 - عن الإنترنت: <https://www.youtube.com/watch?v=Axbkjlubmsm>.

الأنواع:

هناك أنواع متعددة للخطاب بشكل عام بل سعى الكثير إلى إيجاد خطاب خاص لتحقيق الغرض المنهجي وأول تقسيم يصادفنا في أنواع الخطاب هو الخطاب الإنساني والخطاب الكلامي، ما يمكن للمرء أن يلاحظه مبدئياً بهذا الخصوص هو أن اختلاف الوظائف التي تتحقق في هذين الخطابين، هو الذي يؤدي إلى الفصل بينهما ويمكن على هذا

الأساس اعتبار الخطاب الإنساني خطابا إيصاليا، في حين يكون الخطاب الكلامي خطابا أسلوبيا أو إبداعيا على أن ننسى أن أي خطاب إنساني بشكل عام.

1 - الخطاب المسرحي: هو النظام الذي يحاول أن يقدم موضوعيا فكرة معينة تعبر عن اعتقاد ونظرة كونية للإنسان حول الوجود والحياة ويعتمد على الإقناع بوسائله الفنية التي تركز انفعالات المشاهد، إلى جانب إثارة عقله بهدف خلق التوازن وتطوير الوعي والإدراك.

- إن الخطاب المسرحي هو ذلك العمل المسرحي الذي تم إنجازه بهدف الإقناع بأفكاره، عبر أسلوبه وقيمه الفنية وعمق دلالاته، ويشتمل الخطاب المسرحي على مجموعة موحدة ومتجانسة من الخطاب الأدبي، وبلاغة الخطاب عبر الحوار، والخطاب السياسي من خلال الفكرة، والخطاب الجمالي من خلال الوضعية المسرحية والشخصية والدلالي من خلال الحركة، الإشارة والإيماء ومكونات العرض المسرحي، والخطاب الاحتفالي من خلال الفعالية الاجتماعية، والخطاب الدرامي من خلال لحظة الحضور الدرامي للفعل.

2 - الخطاب السياسي: يعتبر الخطاب السياسي خطابا إقناعيا يهدف إلى التعبير عن الآراء واقتراح الأفكار والمواقف حول القضايا السياسية... الديمقراطية، الأحزاب السلطة، الدولة... وغيرها وباعتباره خطابا حجاجيا فإنه يسعى إلى التأثير في الآخر وهذه المقصدية تقتضي من صاحبه سواء كان فردا أو جماعة صياغة خطة خطابية محكمة لتحقيق الإقناع وهو ما يغلب عليه الأسلوب الخبري التقريري بتوخي الموضوعية والإقناع عبر أسلوب حجاجي لفظا وتنظيما. ويقوم هذا الخطاب على ثقافة سياسية تعتبر دعامة ضرورية لكل برنامج أو مشروع سياسي.

1- عوني كرومي، الخطاب المسرحي، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، الطبعة الأولى، سنة 2004، صفحة 45

2- المرجع نفسه، صفحة 46

3- عن الإنترنت: <https://www.youtube.com/watch?v=Axbkjlubmsm>.

3 - الخطاب الإشهاري: هو وسيلة اتصال إقناعية موجهة للجمهور مما يعلن عنه والوسيلة المستخدمة لتسليم الرسالة البيعية، وهو نشاط إعلاني اتصالي غير شخصي مدفوع الأجر، والذي تتبعه شركات الأعمال والمؤسسات التي لا تهدف إلى الربح. 1 والخطاب الإشهاري كما عرفته جمعية التسويق الأمريكية: " هو مختلف نواحي النشاط الذي يؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل استمالته إلى التقبل الطيب على الأفكار أو الأشخاص أو المنشآت المعلن عنها". 2

وقد عرفه كروفودا بأنه فن إغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة. 3 من خلال هذه التعريف يتضح أن الخطاب الإشهاري يتأسس في بعده التأثيري على مبدأ الترويج للسلعة من خلال عرض خصائصها المميزة بهدف دفع الجمهور المستهلك إلى الاقتناء.

4 - الخطاب الصحفي: هو وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل و الأسباب و النتائج والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد، لافت للنظر أو فكرة أو قضية أو نشاط هام. 4 وبصياغة أخرى هو فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيهه 5. وعلى هذا الأساس فقد طورت الصحافة الخبرية فنون التصوير والتصميم والإخراج الصحفي لتلبية حاجاتها إلى السرعة في إنتاج الصحيفة حتى تكون قادرة على منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية. 6

تتطلب عملية إنتاج الخطاب الصحفي العلاقات بين الوسائل الإعلامية بعضها البعض في ضوء طبيعة كل منها ، والبحث في المحددات الرئيسية التي تسهم في تحديد محتوى الخطاب وتوجهاته بمعنى دراسة العلاقات التي تتضمنها عملية إنتاج الخطاب الصحفي، وأهم هذه العلاقات هي العلاقة مع كل من السلطة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية حيث تلعب علاقة الصحيفة مع كل هذه الأطراف دور بالغ الأهمية

- 1 - علي فلاح الزعبي، الإعلان الفعال، منظور تطبيقي متكامل، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية لسنة 2009 صفحة 33
- 2 - إيباد الصقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى 2009، صفحة 38
- 3 - المرجع نفسه، صفحة 38
- 4 - عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والإنترنت، دار هومة الجزائر، الطبعة الأولى سنة 2004 صفحة 24
- 5 - محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، دار النهضة العربية، القاهرة، طبعة الأولى سنة 2008 صفحة 18
- 6 - حسني نصر، سناء عبد الرحمان، تحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثانية سنة 2009، صفحة 37

في تحديد محتوى الخطاب وتوجهاته. 1

من خلال ما سبق يمكننا أن نعرف الخطاب الصحفي بأنه فن سرد الأخبار والأحداث بطريقة مؤثرة يغلب عليه الطابع الإخباري والأسلوب التقريري الواضح ويعتمد المباشرة واجتناب الرمز والإيحاء.

5 - الخطاب القانوني: هو خطاب عام للناس جميعا يضع قواعد السلوك والعقوبات في حالة خرق القانون، يعتمد في مضمونه على العقاب أكثر من الجزاء وقد يصل العقاب إلى الموت أحيانا. وعادة ما تحدث خروقات بين القاعدة والتطبيق وبين صورة القانون ومادته وشدته ولينته بين حسن النية وسونها بين المصلحة العامة والخاصة. 2

إذن فهو خطاب قصير يحمل في صميمه حكماً لشخص متهم بقضية ما استناداً إلى مواد قانونية وضعها المشرع.

6 - الخطاب التلفزيوني: هو عملية تعبير تمثل تحول المحتوى أو المعاني إلى منظومة من الرموز اللفظية أو غير اللفظية حيث يتزواج كلا من عنصري الصوت والصورة فيصبح لكل تشكيل بصري تشكيل سمعي يعززه ويسانده ويقويه أو يشرحه ويفسره فيدعمه، وحتى الصمت يمكن أن يعد عنصر توتر فاعل في بعض المواقف. 3 وهو الخطاب المسموع المرئي الذي يذاع في محطات التلفزيون المختلفة، وهو الذي يحتوي على جملة أو أكثر على الأقل تظل عالقة في ذهن المتلقي، ولكي ينجح المذيع في ذلك عليه تجنب الغموض والإطالة، فالكلمات غير المفهومة تترك جمهوره فعليه تجنب الكلمات الرنانة أو المستهلكة أو التي أسيء استخدامها فقدت معانيها الأصلية. وعليه الالتزام بالكلمة التي تعني فقط ما تريد قوله. 4. فالتلفزيون يراعي أن تكون الكلمة للمذيع قبل الصورة على أن يتم تطابق النص معها. 5.

ومن خلال هذه التعاريف يتبين أن الخطاب التلفزيوني هو خطاب سمعي بصري مرئي تتوافق فيه الصوت والصورة معاً لجذب انتباه الجمهور ووضعه صلب الحقيقة.

- 1 - عصام السيد عبد الحميد، الخطاب الإعلامي للثورة الإيرانية وأثره على العلاقات الخارجية، عين الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الطبعة الأولى سنة 2006 صفحة 163
- 2 - بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة الأردن، الطبعة الأولى سنة 2010 صفحة 116
- 3 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 56
- 4 - محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، صفحة 21
- 5 - عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والإنترنت، صفحة 55

الأسلوب الخطابي: يتصف الأسلوب الخطابي بصفات خاصة ومنها:

- 1 - وضوح العبارة، ليسهل على الجمهور المستمع فهم ما يرمي إليه الخطيب الذي يراعي مستواهم الفكري، فلا يستخدم التعبيرات المجازية والمفردات الصعبة أمام العامة.
- 2 - استخدام الجمل القصيرة وتحاشي الفصل بين الفعل والفاعل أو المبتدأ والخبر، لئلاً يضيع المعنى على المستمعين.
- 3 - استعمال صيغ الاستفهام والتعجب عندما يراد من الكلام التهويل أو الإثارة.
- 4 - الاستعانة بالمثل أو الحدث التاريخي بشكل مقتضب لتأييد كلام الخطيب ودعم رأيه.
- 5 - مراعاة مقتضى الحال واختلاف الخطب من حيث الطول أو القصر أو اللفظ باختلاف الموضوعات والأحوال والمقامات، التي يلقي فيها الخطاب فطوراً ترى الخطيب يجد وطوراً آخرها يهزل، وتارة يزر وتارة يشكر، وحيناً يمدح وحيناً يذم، وأنا يوجز وأنا

يسهب. وأية جهة أرادها ينبغي عليه أن يبرز كلامه فيها، بلفظ يوافق بالمعنى وبعبارة تليق بالحال. 1

ويمكن أن نضع إلى جانب الأساليب والشروط السابقة، ما اصطلح الدارسون على دعوته بالآداب الخطابية، كسداد الرأي، وصدق الّهجة، وخدمة الحقيقة التي يؤمن بها. كما أنه لا بد من أن يكون الخطيب شديد الملاحظة طلق اللسان يؤثر في السامعين بقوة شخصيته، فضلا عن قوة آرائه. 2

وزيادة على هذا فيجب أن يرسم الخطيب الهدف المبتغى من هذا الخطاب كله.

- 1 - أنطوان القوّال، فن الخطابة، المؤسسة الثقافية للتأليف والترجمة والنشر، لبنان الطبعة الأولى سنة 1996، صفحة
- 2 - إيليا حاوي، فن الخطابة وتطوره عند العرب، دار الثقافة، لبنان من دون سنة، صفحة 17

تعريف الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي عملية تقنيّة أي إقناع الواقع و تصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون. ويتم ضمن نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي بغض النظر عن طبيعة هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله. 1

فالخطاب الإعلامي هو الصناعة الثقافية بآتم معنى الكلمة تتكاثف على إنتاجها وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسالة التي تندفق عبرها الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفية تلقيها، الأمر الذي جعل من الإعلام محورا أساسيا في ساحة الثقافة والتكنولوجيا، وثقافة الوسائط المتعددة 2. إن الخطاب الإعلامي كما حدده أحمد العقاد: " هو مجموعة من الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية، التقارير الإخبارية، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية".

تقتضي الأنشطة التواصلية الإعلامية المذكورة أعلاه وسائط إعلامية منجزة لمسارات التخاطب الإعلامي، فيعدو الوسيط عقلا نقيًا له لمسات خاصة في تلقي المضمون وإعادة تنظيم أشكاله وبنته من جديد. فالخطاب الإعلامي يوصف بأنه منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة *structure socioculturelle* وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة في المتلقي، بتنوير وعيه وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها. 3

ومن هنا نستخلص أن الخطاب الإعلامي يعتبر من أكثر وأشهر أشكال الخطابات التي تساهم في تشكيل المعرفة لدى الجمهور المتلقي كما أنه الرسالة التي تهدف إلى الإخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين.

-
- 1 - بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، صفحة 154
 - 2 - إيدير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي، دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية، جامعة عنابة، المتلقي الدولي الخامس سميًا والنص، صفحة 3
 - 3 - المرجع نفسه، صفحة 4

لغة الخطاب الإعلامي:

تلتقي لغة الخطاب الإعلامي في كثير من جوانبها مع لغة الخطاب الأدبي خاصة في كونها تعبيرًا لغويًا، غير أن نقطة الاختلاف تكمن في تفاوت مستويات هذا التعبير وانتمائه لفنون وأشكال مختلفة. فالخطاب الإعلامي يستأنس للمألوف من اللغة ويعمل على تكريسه حيث أن أهدافه تتوجه بشكل عام إلى تقديم المعلومات دون مؤثرات لغوية ويهيمه بالدرجة الأولى أن تكون وسيلته التعبيرية لا تثير أية إشكالات لدى المتلقي، ولا تأويلات قد تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تخل بمضمون الرسالة الإعلامية 1. وقد نظر في هذا الجانب بيشو *pucheux* الذي صرح بـ: " فالخطابية ليست كلامًا وليست طريقة محسوسة للفرد يقيم فيها في تجريد اللغة، إنها مسألة استخدام أو إفادة أو تحقيق واقعي للوظيفة." فالخطاب ليس مقابلًا للكلام كما يتصوره البعض فهذا الفهم بنظره يتجذر في تلك النظرة المثالية النفسية والأنثروبولوجية للخطاب التي يدعو إلى استبدالها بنظرية مادية للخطاب. 2

وفي هذا المضمار لا يمكن إغفال عامل الاتفاق الاعتباطي بين المرسل والمستقبل حول دلالات الرموز، فيحزر الفرق بين لغة الخطاب الإعلامي ولغة الخطاب الأدبي في اختلاف مجال الخبرة المشتركة، حيث أنه لكل مستقبل أدواته لتفكيك وتحليل وتركيب إشارات ورموز النص أو المادة الإعلامية.

بتعبير آخر، تجدر الإشارة إلى أن مضمون الخطاب الإعلامي يهدف إلى عرض وتقديم الحقائق والوقائع والمعلومات بغاية التأثير في السلوك وتكوين الرأي العام، بطريقة مباشرة في حين ينزع مضمون الخطاب الأدبي تقديم الخبرة والمعلومات على عدم المساواة مع التذوق الفني والجمالي.3

تخضع لغة الخطاب الإعلامي إلى عدة شروط نذكر منها:

- 1 - أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، طبعة 2002 صفحة 63
 - 2 - صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة 2012 صفحة 381
 - 3 - أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، صفحة 65
- الحصيلة المعرفية للمستقبل
 - شخصية الوسيلة الإعلامية.
 - الكتابة بأسلوب مباشر، موجز، واضح ومفهوم.
 - إتباع رغبات المستقبل وكسب وده.

والمعروف أن أي رسالة إعلامية تخضع لواحدة من ثلاث احتمالات عند الاستجابة لها وهذه الاحتمالات لا شك أنها تدخل في حساب المرسل ليكيف رسالته وخطابه معها وهي:

- التأثير إيجابيا مع مضمون الرسالة.
- عدم التأثير بمضمون الرسالة.
- التأثير العكسي أي مقاومة مضمون الرسالة. 1

لغات الخطاب الإعلامي تنحصر في مستويين:

لغة الخطاب الإعلامي المكتوب ولغة الخطاب المسموع أو المنطوق، أما الأول فهو أسمى لغات الخطاب الإعلامي، يتطلب بالتأكيد جمهوراً متعلماً إلى حد ما، ويمتلك خبرات معينة لفك الرموز. أما الثاني فلا يهمله ذلك كثيراً ولغته قريبة من لغة الحديث العادي ومن هنا يمكن القول أن مستوى النص المكتوب أسمى من مستوى النص المسموع. 2

إنّ لغة الخطاب الإعلامي هي اللغة الأكثر تداولاً بين الناس لأنها لغتهم اليومية وقد ساهمت كثيراً في ترقية اللهجات وتهذيبها، واكتساب مفردات جديدة.

1 - أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، صفحة 66

2 - المرجع نفسه، صفحة 67

الخطاب الإعلامي في المدونة العربية والغربية:

1 - في المدونة العربية: إن هذا الوطن الذي يتشكل من 22 دولة تمتد من آسيا إلى إفريقيا وتضم أكثر من 200 مليون نسمة، تشترك في حضارة واحدة: الحضارة العربية الإسلامية، وفي لغة واحدة: اللغة العربية، وتزخر بمصادر تنوعها، إذ تعتمد مؤسساتها ووسائلها الإعلامية بدرجات متفاوتة على اللغات الأجنبية التالية: الإسبانية، الإيطالية الفرنسية والإنجليزية. ويتداول بها العديد من اللهجات المحلية وتتمتع بقاعدة مادية للإنتاج الثقافي وبتقاليد ثقافية وفنية متنوعة وبأنماط ثقافية ونظم اجتماعية، وعادات في الاستهلاك الثقافي المتعددة 1 إلا أنّ الإعلام الغربي بصم بأصابعه على لغتنا وثقافتنا. ولعل هذا ما كانت تعنيه " مادلين أولبرايت" عندما قالت ذات مرة: إن شبكة CNN الأمريكية هي العضو السادس الدائم العضوية في مجلس الأمن ! والمحقق أن هذه السيدة لم تكن تلقي الكلام على عواهنه، وإنما كانت تدرك أنّ لوسائل الإعلام من النفوذ والتأثير ما يفوق التصور.

ويمكن القول أن وكالات الأنباء الغربية الكبرى تقوم - عن عمد مع سبق الإصرار- بإغراق الإعلام العربي بأخبار يتم اختيارها وصياغة مفرداتها وفقاً لمعايير اجتماعية

وسياسية، لا تراعي مصالح المجتمعات الموجهة إليها ولكنها تحاول تمرير العبارات والمصطلحات ذات المضامين الفكرية والسياسية التي تراعي في الدرجة الأولى مصالح القوى والجهات الدولية التي تعمل على تدجين واحتواء الوطن العربي ثقافيا وسياسيا.

إن الجمهور العربي يتلهف لاستقبال المحطات الأجنبية وذلك في محاولة للتقصي عن الخبر الحقيقي. إن ذلك لم ينتج عن حب الجمهور العربي لهذه القنوات وإنما جاء نتيجة لافتقاد الإعلام العربي الإخباري لمصداقيته في وسائل إعلامه وذلك لاحتواء الإعلام الإخباري العربي على الكثير من المغالطات وإخفاء الحقائق أو جوانب منها. 2

1 - نصر الدين العياض، التلفزيون، دراسات وتجارب، دار هومة الجزائر من دون السنة، صفحة 8

2 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 79

لقد طرح الإعلامي د. علي الشعبي في بحث عن الإعلام بعنوان (الإعلام: الرسالة والهدف) فكرة مفادها "أن الخطاب الإعلامي العربي وخاصة الإخباري منه ما هو إلا مهنة ولا يحمل رسالة وإنّ الإعلام ما هو إلا مهنة بعيدة كل البعد عن الرسالة والهدف". 1

إنّ الإعلام العربي عبر التلفزيون مارس ولفترات طويلة عمليات لتزييف الوعي العربي وخلق حالة من الوهم أدت إلى كوارث حقيقية في بنية العقل العربي وارتكبت مذابح حقيقية بواسطة الأقلام والأفلام على يد مجموعة من المزمريين الذين حرفوا رسالة الإعلام التنويرية وتحويله إلى رسائل الإرهاب الفكري وخدمة المصالح الخاصة.

يقول في هذا الشأن آية الله العظمى الخامنئي في حديث له عن رسالة الإعلام: "إنّ الإعلام في العالم الغربي يقوم على أساس الكذب والتظليل وعرض ما هو خلاف الواقع، ولكن هدفنا من الإعلام هو قلوب الناس وليس أعينهم وآذانهم وحواسهم، إنّ إعلامنا يقوم بالحكمة والموعظة الحسنة والأساليب الإلهية والإنسانية، فالإعلام في الإسلام يعني إيصال نداء الحق بأي سبيل ممكن إلى قلوب البشر" 2. ولاشك أنّ الميديا الغربية هي المحرك لكل هذه الوقائع... ولقد لاحظنا مثالا: إبان الغزو الأمريكي للعراق أن كلمة غزو قد اختفت تماما من الخطاب الإعلامي العربي بتأثير وسائل الإعلام الغربية، فأصبح الغزو (تحريرا) بقولهم أن أمريكا لم تغزو العراق وإنما جاءت لتحرر الشعب العراقي من نظام صدام حسين.

والجدير بالذكر، بأن خطاب إعلام الأزمات ينتهك حق المعلومة والمعرفة مثلما انتهكت حربا الخليج الأولى والثانية الخطيئتين في الزمان والمكان، وقد آن الأوان لوضع حد لخطاب إعلام الحروب والهيمنة واقتناص الفرص. فهو إعلام يغتصب الرأي ويؤسس علاقات قائمة على الشك والتوتر. لا بد أن نرسي تقاليد مسؤولية الكلمة وقواعد بيئة الحوار والتعامل بمنهجية منضبطة في أخلاقية القلم وأمانته، والدعوة إلى ضبط الخطابات الإعلامية بالمصارحة التي لا تسمح بالمهاترة أو الإرهاب الفكري بالتساكن السلمي لا بمحاولات التعبئة الإيديولوجية.³

1 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 84

2 - عصام السيد عبد الحميد، الخطاب الإعلامي للثورة الإيرانية وأثره على العلاقات الخارجية، صفحة 199

3 - المرجع نفسه، صفحة 170

وفي هذا المضمار يقول محمد الراشدي، وزير الإعلام العماني: "وإذا أردنا أن نواجه الإعلام الغربي فعلينا أن نتحدث إليه بلغته أي أن يكون هناك خطاب ملائم لعقلية المواطن الغربي نفسه. وعلينا أن ندرك أن إقامة قناة فضائية عربية لن يؤثر كثيرا في تحقيق الهدف المنشود لأن المواطن الأمريكي أو الأوروبي أمامه العشرات بل المئات من القنوات وغالبا ما يختار ما يلائمه ويثير انتباهه. لذا فالأجدى هو شراء أسهم في قنوات أمريكية وغربية من جانب العرب والمسلمين وإنشاء شبكات تلفزيونية أمريكية وأوروبية بتمويل عربي إسلامي، أو إقامة مراكز أبحاث أمريكية وأوروبية بتمويل عربي إسلامي".

فالخطاب الإعلامي العربي يفتقد لمصداقيته وموضوعيته وذلك لاحتوائه على كثير من النقائص في حقيقة كما أن مضمونه لا يحتوي على زعزعة الضمير العربي هذا ما جعل بالكثيرين للميل إلى القنوات الفضائية الأجنبية.

2- في المدونة الغربية: تولى الكثير من الفضائيات الناطقة باللغات الأوروبية خاصة الإنجليزية بالإعلام الإخباري، وتشكل الأخبار والبرامج الإخبارية حيزا في الكثير من تلك الفضائيات. كما أنّ منها ما هي قنوات إخبارية قبل كل شيء، حيث تنصرف إلى تقديم الأخبار والبرامج الإخبارية في مجمل فترات البث باستثناء أوقات قصيرة لبرامج تاريخية أو ذات علاقة بالطبيعة.

وتعتمد هذه الفضائيات في انتقاء أخبارها على شبكة من المكاتب والمراسلين في العالم أجمع، كما تعتمد على وكالات الأنباء الدولية وشهود العيان.

وهناك مقولة بريطانية شهيرة تجسد الإعلام الأوروبي أو الغربي بصورة عامة والإعلام البريطاني بصورة خاصة وهي (أنك لا تستطيع أن تفهم الإعلام البريطاني ما لم تفهم الرأسمالية البريطانية).¹

إن وسائل الإعلام الأجنبية وخاصة الغربية تقوم بنقل الأخبار إلى البلدان العربية والنامية بناء على وجود حدث مؤقت، حيث تتصاعد كمية التغطية الإخبارية كلما كانت هناك أزمة تجذب الانتباه.

ولقد لوحظ أنّ هناك خلل واضح في الإعلام الأجنبي وخاصة في وسائل الإعلام الأمريكية من حيث مضمون الأنباء ونوعيتها الأمر الذي يعطي صورة مشوشة وغير صحيحة عن البلدان النامية وعن بعض المواقف فيها وبأوصاف محددة وذلك بسبب عدم كفاية الفهم في أساسيات وخلفيات المواد الإخبارية التي يتم بثها في وسائل الإعلام²

1 - هيثم الهيتمي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 90

2 - المرجع نفسه صفحة 91

الأجنبية ولقد وجد العالم الاجتماعي هربرت هانز أنّ الخطاب الإعلامي الأجنبي يقع ضمن سبع فئات:

- النشاطات الأمريكية في البلاد الأجنبية
- النشاطات الأجنبية التي تؤثر على الأمريكيين والسياسة الخارجية الأمريكية
- نشاط الكتلة الاشتراكية
- الانتخابات والتغيرات السلبية الأخرى في أوساط الموظفين الحكوميين
- النزاعات والاحتجاجات السياسية
- الكوارث
- التجاوزات الديكتاتورية¹

من هذا يمكن تحديد أساليب الإعلام الإخباري الأجنبي والغربي وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لغرض تأثيره في الرأي العام الدولي وهذه الأساليب هي:

- التكرار
- الإثارة والعاطفة
- عرض المعلومات وكأنها حقائق
- تحويل انتباه المواطنين
- اتباع أسلوب البرامج المحددة²

وسبق أن أفادت الأخبار أن مكتبا متخصصا قد أنشئ في البنناغون تحت اسم (مكتب التأثير الاستراتيجي) في أعقاب هجمات 2001/09/11 يقوم بحملات تظليل لوسائل الإعلام في كافة أرجاء العالم وفي نفس السياق صرح عدد من المسؤولين المدنيين والعسكريين الأمريكيين بأنهم بصدد تطوير برنامج يستهدف التأثير على صانعي القرار راسمي السياسات الإعلامية وموجهي الرأي العام. عبر توزيع تقارير ومواد إخبارية قد تكون مضللة ومزيفة على المؤسسات الإعلامية وبطرق غير مباشرة ولا تقليدية، ولا يستثني من ذلك حتى الدول الصديقة والحليفة لأمريكا. 3

ومما يلاحظ أن القوقعة الإعلامية العربية دفعت بالخطاب الأمريكي والغربي إلى التماذي بشكل خطير للمساس بكل المحرمات بحقها. 4

- 1 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 91
- 2 - المرجع نفسه، صفحة 91
- 3 - أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، صفحة 211
- 4 - بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، صفحة 171

ووصف الخامنئي الإعلام الغربي بالاستكبار العالمي الذي يمارس حربا إعلامية مكثفة ضد الجمهورية الإسلامية و ضد العقيدة الإسلامية لأنه يمتلك أجهزة إعلامية خطيرة، وأن ساحة الإعلام في العالم كساحة الحرب التي تعتمد الإستراتيجية الفعالة والأموال التي تنفق على الإعلام هي أموال طائلة من أجل مواجهة العالم الإسلامي كقطب إيديولوجي معارض الشرقي والغربي. 1

إن التحليلات السياسية والاجتماعية التي تطرحها الوسائل الإعلامية الأجنبية وخاصة الغربية منها تفعل فعلا واضحا في الرأي العام العربي وذلك بسبب ضعف التخطيط العربي للمستقبل حيث يظهر التراخي أمام المستقبل كذلك أن الصورة التي يرسمها الإعلام الغربي تظهر أمام كثير من العرب صورة جذابة. 2

وعليه يمكن القول أن الخطاب الإعلامي الغربي وحشا إعلاميا في نقل الحدث بأسلوب مميز، كما أنه يغزو العالم بصورته الجذابة وإمكانياته التكنولوجية الضخمة.

-
- 1 - عصام السيد عبد الحميد، الخطاب الإعلامي للثورة الإيرانية وأثره على العلاقات الخارجية صفحة 170
 - 2 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 93

لقد تحولت قصة اختفاء صدام حسين إلى لغز كبير محير، ما أثار ضجة عالمية. وتبارى المحللون في الخروج كل يوم بقصص مختلفة عن هروبه أو اختفائه أو مقتله.

إلى حين ظهر شريط صوتي لصدام حسين بعد تلقيه نبأ مقتل ولديه قصي وعدي، يصف فيه نجليه بأنهما شهيدين. فاندفعت القوات الأمريكية تحاصر العديد من البيوت في أماكن شتى بمدن العراق. ورصدت مكافأة قيمة لمن يساعد في القبض عليه، إلى أن بيّع صدام حسين إلى الأمريكان وألقي القبض عليه في 13 ديسمبر 2003.



زمكانية الصورة:

التقطت صورة صدام حسين الرئيس السابق للعراق وقت إلقاء القبض عليه، على يد عدد من جنود اللواء الأول التابع لفرقة المشاة الرابعة والقوات الخاصة الأمريكية وكان ذلك مساء يوم سبت بتاريخ 13 ديسمبر 2003 حيث كان مختبئاً في حفرة عميقة تدعى بـ " حفرة العنكبوت" تحت مزرعة في منطقة الدور بالقرب من مسقط رأسه بمحافظة تكريت.

جرى اعتقاله دون أي مقاومة خلال عملية سميت بـ " الفجر الأحمر"، ولم يكن العثور عليه أمراً سهلاً، فالمشكلة الكبرى هي أن القوات الأمريكية لم تكن تفهم جيداً طبيعة وتركيبية العلاقات الأسرية والعشائرية المتشابكة في المنطقة التي ينحدر منها صدام حسين، فقد كانت هذه القوات في حاجة إلى استبعاد الأشخاص الغير المتورطين في مساعدة الرئيس العراقي الراحل.

وقد أضاف الكولونيل هيكي خلال مؤتمر أعقب عملية القبض على الرئيس العراقي " إنَّ صدام أنقض نفسه من الموت المحقق باستسلامه السريع، ذلك أن القوة التي جاءت للبحث عنه كانت على وشك إلقاء قنبلة يدوية داخل الحفرة التي كان مختبئاً داخلها، مشيراً إلى أن صدام سارع إلى التحدث بالإنجليزية قائلاً: "أنا صدام حسين رئيس العراق وأريد التفاوض".

حدثت المواجهة الساعة الثامنة والرابع وبحلول الثامنة والنصف كان الجنود قد تأكدوا أنهم اعتقلوا الرجل المطلوب، فقد تطابقت الصفات الشخصية للرجل المعتقل مع المعلومات التي أبلغوا بشأنها حول المميزات الشخصية للرئيس السابق، نقل صدام حسين إلى حقل مفتوح ويده مقيدتان بقيود بلاستيكية قبل أن تهبط طائرة هيلكوبتر وتنقله إلى موقع عسكري في تكريت.

رمزية الصورة:

من المعروف أن الشخصيات العملاقة كفخامة رئيس، أو جلالة ملك تظهر على شاشة التلفزيون بأبهى حلة من لبس كلاسيكي أنيق أو لبس تقليدي عربي، وبتسريحة شعر جميلة وبوجه نظر ترسم ملامحه ابتسامة صادقة.

إلا أنّ ظهور رئيس بلد عريق ذا حضارة وتاريخ مثل العراق بهذه الصفة نلتمس فيها نوعاً من الصخرية الغربية للأمة العربية والاستهزاء برجالها وأكبر ساداتها.

لقد أحرصت هذه الصورة لسان كل عربي مسلم يغير عن أمته ويعتز بعروبته، ثم لقد بلغت هذه الصورة من قوة بما ليس لها من نظير إذ وصلت إلى أبعد نقطة في العالم عبر وسائل الإعلام المرئية وشاهدها الملايين من الجماهير وكانت حديث الساعة. ونزلت عدداً من الصور الكاريكاتورية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ساخرة لهذه الصورة التي ظهر بها الرئيس العراقي صدام حسين من مخبئه، بانسا وحيدا ذا لحية كثيفة وطويلة وشعر مجعد وبعض الجروح على وجهه.

أما الأمريكان فاغتنموا الفرصة وجعلوها أضحوكة للمشاهدين ولعبوا بها بما شاءت أهوائهم وألفوا النكت عليها. محاولين بذلك تشويه صورة صدام حسين للعالم بأسره زارعين أفكاراً رهيبية في عقول العرب بغية الوصول إلى هدفهم وهو تضارب الدول العربية فيما بينها.

لقد انتبه الغرب لخطورة الفضائيات وما تحدثه من آثار في الرأي العام سلباً أو إيجاباً، لذا عرضت صورة صدام حسين بهذا المنظر. وفي جانب آخر لم تعرض تلفزيونات الغرب مشهد قتل الجنود الصهاينة للطفل محمد الدرة وهو محتمي خلف والده خشية تعاطف مشاهديها مع الفلسطينيين خاصة أن هذا المشهد أحدث ضجة واسعة في العاملين العربي والإسلامي.

صورة صدام حسين لحظة إلقاء القبض عليه وخروجه من الحفرة التي كان مختبئاً فيها، لم تترك مجالاً للكلمات بل وحدها عبرت عن كل خطاب حاملة بذلك جملة من المعاني

والأفكار والمضامين باعتبار الصورة هي العنصر المهيمن والذي تتجلى فيه الحقيقة والواقع.

لقد أحدثت هذه الصورة ضجة كبيرة في الساحة الإعلامية وحتى المجتمعات والأوروبية، وتركت تأثير كبير على المشاهد العربي والمشاهد الأوروبي فنظر إليها العرب بنظرة حزن وأسى وألم وضعف. أما المواطن العراقي فصنف إلى اتجاهين اثنين من معارض ومؤيد، فهناك من أبكته الصورة حتى شهق، وهناك من أسعدته الصورة حتى رقص.

وقد نظرت إليها الولايات المتحدة الأمريكية نظرة افتخار مغطاة بكل نظرات الذل والاحتقار للوطن العربي وللشخصية العربية وفي هذا السياق صرّحت محامية صدام حسين " بشرى خليل" في لقاء لها عبر إحدى القنوات التلفزيونية بما يلي: " أدركت أنّ الأمريكيان قد درسوا عملية إظهار صدام حسين بهذا المنظر في غرفة تحت الأرض ضعيف، متلاشي، يحركوه بأيديهم مثل الآلة لا يقوى على الحركة. كانت غايتهم أن يذلوا صدام حسين أمام الشارع العربي. كثيرون كانوا متفاعلون على قضية العراق والرئيس السابق صدام حسين، وعندما يظهره بهذه الصورة كانت غايتهم أن يرى الشارع العربي هذه الصورة وأنهم سوف يحتقرون صدام حسين".

وقد سئل صدام حسين حول المنظر الذي ظهر به فقال أنه أسر في بيت صديق له وأنه خذّر وعذب لمدة يومين لهذا بدت الصور موسخة.

قال دانيال باييس في هذا المجال: " إن العالم بأسره يبدو متأثرا بالطريقة التي تنقل بها الصحافة الأمريكية أخبار الشرق الأوسط ولا تنقل وسائل الإعلام أخبار الشرق الأوسط فقط، بل تقوم باختراعها أيضا".

عنف الصورة : تحمل الصورة في وجدانها ألما وقهرا وصلا إلى الجمهور من خلال ملامح وجه



صاحبها الذي يبدو عنيفا، توحى الصورة بأنها لـ: سكير متمرد لا مأوى له أو ربما لمجنون متشرد أبكم. إلا أنّ في الحقيقة هي صورة الرئيس العراقي صدام حسين.

أيّ رمز أمة يظهر على الشاشة بهذه الحالة. لقد شوهدت أمريكا صورة العربي وحولتها إلى صورة المتخلف الذي يحب تعدد الزوجات، ويدفع إلى الإرهاب، والذي يمتلك عقلية استهلاكية وفكر غير منظم وشخصية غير منضبطة. وكونت أفكارا عن أنّ الجندي العربي لم يكن جنديا شجاعا وأنه يهرب إلى الصحراء أمام الجيش الإسرائيلي أو الجيش الأمريكي وهو أيضا ليس على معرفة بالتقنية الحديثة والتنظيم الحديث، لأنها غريبة على نمط تفكيره الشرقي، وهو حالم وخيالي ويحب النوم، ومقاومته للاحتلال لا يستطيع تقديرها وهو إرهابي وجبان وغدار.

ولقد كانت حرب الخليج الثانية أكبر دليل على ذلك حين ظهر الجندي العراقي في الفضائيات أثناء نقلها للأخبار بأنه جندي مرهق ويستسلم بسهولة ويهرب أمام القوة الأمريكية وأساليبه قديمة ومتخلفة وكان السبب في ذلك هو ليس فقط الإعلام الإخباري الأجنبي وإنما الصورة التي نقلتها وسائل الإعلام في بثها للأخبار، كانت في أكثرها صورة واقعية حيث فعلا كان الجندي العراقي هو في حالة يرثى لها وقد زج به في المأزق دون أن تزوده بالتقنية الحربية الحديثة التي يمكن أن ترفع من مستواه أدائه القتالي في مواجهة أعظم وأضخم جيش في العالم.

حقيقة الصورة: تبدو نظرات صدام حسين حزينة مليئة بالحقد ومن زوايا أخرى تبدو جريئة ثم مخيفة وقاتلة وهو الذي كان مريضا بالنرجسية وجنون العظمة.. ويفتقد كاريزما الزعامة التي ضيع نفسه ودمر بلاده بسببها! إنّ الصورة تحكي وراءها



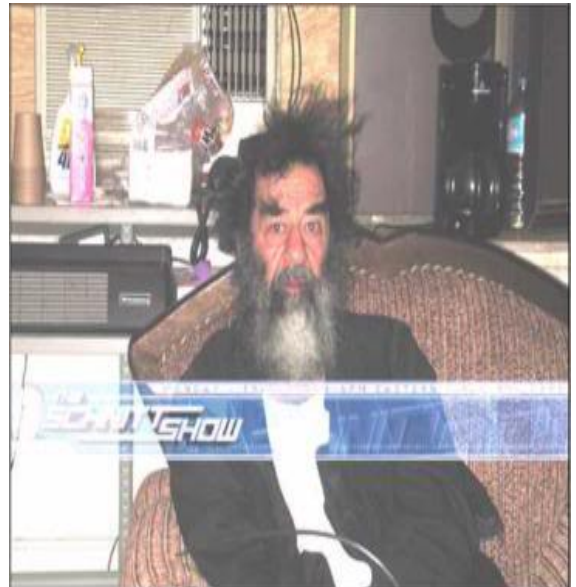
حكاية شعب تمناها ذات يوم أن تظهر هكذا. حكاية شعب رحب بالغزو الخارجي لشعوره بأنه يعيش تحت احتلال واستعمار داخلي، فاق في اقترافه للانتهاكات والفضائح ما اقترفه الاستعمار الخارجي في أي مكان في التاريخ البشري المكتوب. فإذا كان الاستعمار الخارجي يكتفي بالنهب والهيمنة وتجنيد العملاء لإدامة سيطرته فإن صدام حوّل العراق بكل أرضه وشعبه إلى إقطاعية يحكمها هو وأولاده وحفنة من أفراد أسرته وعشيرته. الذين جنوا من ثروات العراق أكثر بكثير مما يمكن أن يكون قد نهبه البريطانيون طيلة احتلالهم للعراق الذي دام أربعين عاما.

كان العراقيون يموتون تحت نظام صدام. كان كل عراقي يلقي موته بطريقة ما وكل يوم يمر كانوا يشعرون فيه أن كل مظاهر السواد حولهم تزداد قتامة، كانوا يدركون أنهم سيموتون في نهاية المطاف، في تلك اللحظات الداكنة من حياتهم تحت نظام صدام. كان إدراك العراقيين أن الحرب التي يريد الرئيس الأمريكي أن يشنها لأغراضه الخاصة قادمة لا محالة، إلا أنهم كانوا يدركون أيضا أنها ليست حربهم، وأنهم كفوا عن أن يكونوا وقودا لمعارك صدام ومغامرته وحروبه. وأنه إذا ما أراد أن يخوضها فليخضها وحده هذه المرة.

كانت الحرب قدرا مفروضا، غلا أنه قدر لا يستحق اللعنة، طالما أنه سيخلصهم من الطاغية التي سامهم سوم العبيد. فكانوا أن سلموا بذلك القدر.

الصمت العربي:

هناك صمت عربي قاتل يكاد يكون متأمرا يعترى المشهد الإعلامي العربي وفي طرف آخر هناك حناجر بحت، وأصوات تقطعت ما برحت تصرخ لإنهاض الهمم وشحذ العزائم، محذرة من خطورة الموقف وصعوبة المرحلة التي لا تقبل التردد أو التقاعس. بيد أنه من المفارقات العجيبة



أن الضجيج يكاد يصم الآذان بمحتواه الكاذب. وبموضوعيته المزيفة وبانتقاده التنفيسي.

لكن الضحية تبقى العراق أرضا وشعبا والمتفرجون هم العرب والمسلمون، والراقصون هم أمريكا ومن ولاهم من أبناء الغرب.

وما يزيد من عتامة هذه الصورة هو إلا الصمت العربي من الخليج إلى المحيط وعدم الرد وحتى بأضعف الإيمان، هذا الصمت الذي ترك جراح جسده تنزف، وروحه تختنق هذا ما جعل من القوة الأمريكية تفرض بسيطرتها على الدول الضعيفة.

تلك هي الهوامش التي تثير الأسى والأسف، والتي يمكن تدوينها على حاشية الخطاب الإعلامي العربي حول المشاهد العربية التي شوهتها واخترعتها أمريكا لإهانة العرب بأبشع الطرق، والإساءة إلى الدين الإسلامي.

عاشت العرب خلال الحرب الأمريكية على العراق صدمات عنيفة لعل أولها كانت سقوط بغداد ثم موت الأبرياء وآخرها كانت الدهشة لظهور الرئيس القائد المعروف بزيه العسكري وشجاعته وقوته، منحطاً مذلولاً مقهوراً في أيدي الولايات الأمريكية.

لقد ضاع الحلم العربي وانهار بانقيار بغداد وأكبر رجالها، وسقطت أمانى العرب بسقوط العراق تحت الاحتلال الأنجلوأمريكي، وسقوط صدام حسين من حبل المشنقة وعصفت صدمة الفاجعة والمصيبة تلك الصدمة التي عبر عن بشاعتها المواطن الفلسطيني أنور عبد الرحمان سالم جبر الذي انتحر بإلقاء نفسه من الطابق السابع بمسكنه في العريش لأنه عجز عن تحمل وتصديق ما فعله الاحتلال الأمريكي برجال العراق وساداتها.

وهي الصدمة ذاتها التي أصابت " منجدا " بالعمرانية بالقاهرة بحالة هستيريا حادة عندما انقض على زوجته " بالمقص " يضربها بقسوة.. وهو يشاهد عبر الشاشة جنود الاحتلال بدباباتهم يجوبون شوارع بغداد العربية.

أما الكاتب الأستاذ " عبد الحميد قريطم " فقد أجبت كلماته بأعماق المواطن العربي بشاعة المأساة ... والعار الذي لطح تاريخنا... وسيظل إلى أن تثور في العرب نخوة العزة ... والكرامة ... وتنضو عنه ثياب الخوف والضعف والامية.

يقول قريطم في مقال له بعنوان: " أيها العرب .. ألا تخجلون ..؟ "

" و وسط تلك الطامة التي حاقت بكل عربي. أجد نفسي وقد علوت على جراحاتي التي تنزف بقلبي.. وبأشد ما تكون الضراوة ألما ونكالا أتساءل: ما المرض الذي حاق بأمتنا العربية حتى صارت واهية ذليلة..؟ كابية هكذا..؟ ما المرض..؟ إن المرض الذي أصاب أمتنا في مقتل.. جعل أرضها نهبا مستباحا لكل طامع هو: الديكتاتورية..

لقد كانت بغداد قبلا باذخة سامقة، وقف يومها هارون الرشيد في شرفة قصره المنيف.. ونظر إلى سحابة مؤذنة بالمطر.. فابتسم وقال قولته في معية مخاطبته لنفسه:
"أمطري هنا أو لا تمطري.. فإنه لا يبد وأن يأتي لي خراجك..!!"

لكن بغداد عبر يومنا ليست هي بغداد عبر أمسنا.. بغداد هارون ليست هي بعينها بغداد صدام.. بالأمس كانت قوية قاهرة.. واليوم فهي واهية مقهورة.. أواه.. لم يبقى من عاصمة الرشيد إلا ظل تمسّ قد تهدم.. وعز قد زوى.. وقوة خارت وأصبحت في خبر كان..!!"

فالصورة في مضمونها تحمل ألمين الأول: الذل الذي التحق بالعرب من قبل الولايات المتحدة الأمريكية، وتلطّيح شرفنا بكل معاني الاستفزاز والصخرية.

أمّا الثاني: هو القهر الذي ظهر في صورة الشخصية الرمزية التي بنت جسور مصانع، متاحف، مطارات، قصورا والجيش الرابع في العالم وفي الفترة الذي ظهر منظره هكذا على وسائل الإعلام كان مطاردا من شعبه وقوات الاحتلال.

كما تحمل الصورة في كيانها أملين من أولى الآمال هي: استقلال العراق وحرية شعبه، ورجوع العراق إلى ما كان عليه سابقا بسقوط النظام الصدامي.

أمّا الأمل الثاني: فهو تعاون العرب فيما بينها لإرجاع السلام على الأمة العربية وطرده كل أجنبي يحاول أن يدوس برجليه على عزتها وتمجيد نخوة العربية.

حوصلة القراءة الرمزية للصورة:

نستخلص من هذا النموذج من الصور أن الصورة الواحدة بألف خطاب، يمكنها أن تحمل عدد كبير من المعاني والأفكار والقراءات والتحليلات، والصورة تعتبر خطاب ناجز مكتمل المعنى لا تحتاج إلى الكلمة لتحقيق إعلام أو معرفة. وبهذا فقد تفوقت على الصوت بكونها الأبلغ والأصح والأقرب إلى الحقيقة والصواب.

وصور صدام حسين حين إلقي عليه القبض، كانت خير دليل على ذلك، إذ لخصت معاني الاستهزاء والسخرية المرتكبة في حق الشخصية العربية من طرف الولايات المتحدة الأمريكية، وكذا الذل الذي لطح نخوة العرب.

كما أكدت الصور سبات عميق لحكام العرب وقاداتها ، وعدم المضي قدما من أجل رفع راية السلام على الوطن العربي، ورد الاعتبار للإسلام وللعروبة، ونفض كل غبار يمكن أن يلوث وحدتها.

ومن خلال تحليلنا لهذه الصورة يظهر أن هناك جانب سلبي في القضية، صنعه أميركا لزرع الفتنة والحقد بين العرب وهذا ما يجري في البلدان العربية كمصر، سوريا تونس.... وغيرهم.

فالخطاب الأمريكي قوي بحيلته، وفي هذا الشأن تصادفنا مقولة " علي الأحمد" مدير تلفزيون أبو ظبي حيث يقول: " إن الضحية الأولى للحروب هي الحقيقة، فقد حاول الأميركيان أن يجعلوا سقوط نظام صدام وتمثيله هي محور الحرب ولكن اليوم الصورة تبدلت تماما، وهي صورة ما يجري من جرائم وحشية في سجن " أبو غريب" ضد العراقيين وهي الأقوى من أي تحليل قد نقوم به وكفيلة بتلخيص ملايين الكلمات والأفكار".





إنّ عرض الصور والأفلام الإخبارية أثناء إذاعة الخبر يوفر فرصة "المشاهدة" ويعطي الخطابات الإخبارية أو ما شابه قيمة أكبر في توصيل الحقيقة كما هي. وهذه مسألة أساسية بالنسبة لمشروع الصحافة التلفزيونية والخطاب السمعي البصري. مما يسمح بتفاعل الجمهور المستقبل مع الحدث أو الواقع، باعتبار الصورة خطاب تؤدي وظيفتها كما تؤديها الكلمة أو أكثر من ذلك.

الصورة: بين البنية والقوة والخصائص الاتصالية

بنية الصورة: الصورة عبارة عن رموز بصرية ألوان، أشكال، وحركات تشكل مجتمعة بنية دلالية للصورة. فما هي هذه البنيات المكونة لها؟

- الرموز: وتحمل معنى بحسب الكلمات أو المخططات أو الرسوم أو الحركات أو الإشارات وبناء على هذه التفرعات يمكننا تقسيم الرموز إلى:
 - رموز لغوية: وهي أصغر جزء في اللغة مثل " إنه يلون" رمز لغوي وقد قسم Martinet الرمز اللغوي إلى قسمين: الرمز الذي يتمتع باستقلالية المعنى مثل الكلمات ورموز غير مستقلة المعنى مثل الضمائر ونهاية التصريفات، وهو إتحاد الدال والمدلول.
 - الرموز البصرية الثابتة: تتكون من إتحاد الدال والمدلول وهي ما نراه بالعين المجردة وقسم الرمز البصري الثابت إلى ثلاثة أقسام وذلك حسب معيار التشابه بين المصدر والمعنى.
 - أ - الرموز البصرية غير المتعلقة بالصور أو الشكل: non iconique: مثل الحروف، المخططات البيانية ورموز الفن التجريبي.
 - ب - الرموز البصرية المتعلقة بالصورة أو الزخرفة: iconique: مثل الصورة الفوتوغرافية، الخرائط الجغرافية والتصاميم.
 - ج- الرموز البصرية المختلفة: مثل الأشكال النقطية، البقع وهي كثيرة في فن الأعمال السريالية والفن التكعيبي.
 - الرموز الاجتماعية والثقافية: يدخل في تكوينها كل من الرموز البصرية الثابتة والرموز اللغوية ونلخصها فيما يلي:
 - ✓ ميادين التعرف على الهوية:
 - رمز اسم العلم: الاسم، اللقب، الكنية.
 - رمز الملابس والزي العسكري: الشخص بأنه ينتمي إلى مجموعة ما.
 - رمز الموضة: الملابس، التسريحات، مستحضرات التجميل، الوشم.
 - رمز العلاقات: الديكور.
 - رمز التعرف على الأزياء: العلم، العلامات التجارية.
 - رمز الطبولوجيا: يهتم بالتعرف على الكلام.

- رمز التعبير: النبرات الصوتية، التعبيرات، لمحات الوجه.
- رمز الحركة: الحركة، الرقص.
- الرمز التقريبي: يتعلق بالمسافات بين الأشخاص الذين يكلمون بعضهم البعض في الحفلات.
- رموز الأكل: طريقة تقديمه في المناسبات.
- رمز التورط: عندما يحدق بنا شخص ما، عندما يثير المرسل اهتمامنا.
- ✓ ميدان التظاهرات الجماعية من خلال تأدية الشعائر والطقوس:
- الرموز الدينية.
- الرموز الأسطورية.
- رموز الاحتفالات الرسمية الوطنية (القديمة والحديثة)
- رموز الألعاب والرياضات.
- رموز الأعمال.

ليس ثمة شك من أن الخطاب البصري هو الأبلغ تأثيراً من بين جميع وسائل الاتصال الأخرى، ولا خلاف على أن عدداً غير قليل من فئات الجمهور قد تلمس تفاقم ظاهرة الإثارة في وسائل الاتصال المرئية، الأمر الذي يوصل إلى نتائج سلبية تعكس بالضرورة على مصداقية الصورة بذاتها وهي مسألة بدأت منذ نهايات الثمانينات بفقدان أواصر الثقة بينهما، وفئات الجمهور¹، وقد أكدت بعض الاستبيانات المهتمة بهذا المجال بأن السينما والتلفزيون بشكل خاص قد شهدا تراجعاً خطيراً وأن موضوعياتهما لم تعد كما كانت عليه قبل عقد ونيف من الزمن، ولتعزير ما نذهب إليه فإن أي استقرار بسيط في أوساط الجمهور العربي سيفضي مباشرة إلى نتيجة صادقة مفادها بأنه لم يعد يثق بوسائل الاتصال وما تقدمه من أخبار ومعلومات، ولذلك فهو دائم البحث عن مزيد من الفضائيات غير العربية رغم الآثار السلبية التي تحملها مضمونها، ورغم أننا نقر بأن ثمة إجراءات عملية فاعلة قد بدأت تضغط بقوة على وسائل الاتصال العربية بفعل ازدياد وعي المشاهد وتوسع مداركه بالإضافة إلى أسواق المنافسة الإعلامية الآخذة بالانتشار، إذ لم يعد بخاف على أحد من أن السينما والتلفزيون أهم وسطين من بين جميع وسائل الاتصال الأخرى لأن الصورة فيهما هي الأساس المادي المطلق في العملية الاتصالية وهذه لها تأثير كبيراً يمكن إيجازه بالنقاط التالية:

- لأن الصورة تمثل نموذج النسق عن طريق الرصف اللقطوي.
- لأنها أمضى أثراً وأكثر بلاغة ووضوحاً من حيث المستوى البصري للتمييز بين وحداتها ومضامينها ومعانيها.
- إن لها القدرة على الموائمة فيما بينها رغم تنوع محتواها واختلاف حجمها.
- إن قدرتها العالية على الإيجاز ترقى بها إلى مستوى عال من المحدودية الزمنية بمعنى أنها تضعنا إزاء فيض من المعاني في زمن محدد جداً.
- إن ليست نتاج تحرير نزعة فردية كما هو الأمر في الوسائل الاتصالية المقروءة إذ لا ينتجها فرد واحد، كما أنها ليست حصراً على المشاهدة الفردية بل تتلقاها مجموعة كبيرة من فئات الجمهور المختلفة وفي لحظة زمنية محددة لأنها لا تتجه إلى الفرد وإنما إلى الجموع.²

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديث، إربد الأردن، الطبعة الأولى سنة 2008 صفحة 89.

2 - المرجع نفسه، صفحة 90.

- إن حضارة الصورة لتبدو في تقاطع مستديم مع النزعة الفردية مقابل تبنيها خيار شرائح الجمهور الواسع توافقا مع طبيعتها الانتشارية وما يرتبط بها من معطيات التسويق والاستهلاك والتأثير في الرأي العام حتى يصح القول عنها بأنها تظهر ميلا فلسفيا وبرجماتيا بموجب النزعة الاستهلاكية التي هي قوامها الأساس.
- لأن المشهد الحضاري المعاصر قد تحول إلى سلطة اقتصاد السوق في إطار ظاهرة العولمة فجاءت حضارة الصورة لتنتقل الإنسان من الحداثة إلى ما بعد الحداثة وقلصت مساحة العالم لتجعله في حدود القرية الصغيرة خصوصا بعد دخول الإنترنت الذي فرض على مفهوم الإقليمية والقطرية على وجه الخصوص وجوب تجديد وإعادة النظر في جهاز المفاهيم والمنطلقات النظرية تماشيا مع السلطة الرمزية التي يحررها الخطاب البصري الصوري لكونه يجيد الواقع ويقدمه حاضرا مشترطا تفاعل للمتلقي مع شفراته تفاعلا انفعاليا. 1

لقد أصبحت هيمنة الصورة هي المصدر الأساس الذي يسهم في تشكيل وعينا وثقافتنا وذلك بفعل ما تنتجه من قيم ومضامين وهذه الأخيرة ترتبط طرديا بالتطور التقني، فالفضائيات وشركات الإنتاج ذات الإمكانيات التقنية العالية والضخمة هي سيدة هذا الزمن ورسائلها واتجاهاتها الفكرية والقيمية هي الأكثر رواجاً وانتشاراً بين جمهور المشاهدين، إذ تتوفر لديها القدرة على مواكبة واستيعاب التغييرات التي تحصل وبهذا فهي كمنتج مرئي وثقافي وتسويقي متجدد قادرة على اختراق مدارها الإقليمي فهي فوق مشكلات الجغرافية الإعلامية، ولذلك تتواصل خارجا مع الآخر بسهولة بالغة ومن هنا تتأني قدرتها وخطورة غزوها لمنظومات القيم والأفكار لدى الآخر. 2

لقد أضحت حياتنا العامة والخاصة تركز في كثير من تفاصيلها على معطيات الصورة إذ أصبحت هذه الأخيرة المصدر الأول في ثقافة المجتمعات ويصح القول أن ثقافة الصورة هي الثقافة الأكثر شيوعاً وهي المهيمنة على مجمل الإبداعات في المشهد الحضاري المعاصر لأنها باتت تشكل بؤرة نظام لإنتاج وعي الإنسان بما حوله، فأصبحت عبارة عن كيفية للإدراك والوعي بالواقع وتمثله وتعبر عنه.

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 91.

2 - المرجع نفسه، صفحة 92.

ولا نجافي الحقيقة إن قلنا أن السينما والتلفزيون خصوصا قد أصبحا من أنشط الدوائر التربوية الجديدة وأكثرها تأثيراً على المستوى الوظيفي من الأسرة والمدرسة، وأحد أهم

مصادر المعرفة المعتمدة من قبل قطاعات واسعة من جمهور المتلقين، كما أنها أحد أهم عوامل تشكيل وعينا المعرفي ولعل السبب مرده إلى قوة الصورة وقدرتها على التعبير والإقناع وللأسباب التي نوردتها فيما يلي:

- لأن الصورة اليوم تقبض على كل شيء في حياتنا المعاصرة.
- لقدرتها الفذة على عرض الواقع وإعادة صياغته وتشكيله من جديد.
- لأنها خطاب مكتمل ناجز، يمتلك سائر مقومات التأثير الفعّال في متلقيه. 1
- لقدرتها الآنية في نقل الأحداث وتغطيتها وإيصالها إلى كافة بقاع العالم.
- لكونها سهلة الإدراك والفهم من قبل المتلقين على اختلاف أنواعهم ومستوياتهم.
- لها القدرة على جعل الواقع حاضرا ومرئيا كما لها القدرة على الإمساك بأدق تفاصيله.
- لما تمتاز به من مصداقية مرجعية باعتبارها حاضرة بصرية متحققة أمام أنظار المشاهدين.
- إنها قادرة على الوصول إلى ملايين المشاهدين في مختلف البلدان ولمختلف الشعوب.
- إن للمستوى الجمالي فيها دورا بالغ الأهمية في التأثير تستحيل في إطاره إلى قوة جاذبة للاهتمام مستحوذة على المخيلة وقادرة على الإقناع.
- تلعب دورا أساسيا في تشكيل الوعي المعرفي لدى الجمهور المتلقي لأنها تشغل مساحة واسعة في الحياة المعاصرة لقطاعات كبيرة من المشاهدين. 2

نستخلص في الأخير أنّ الصورة تلعب دورا أساسيا في تحقيق الزاد المعرفي لدى الجمهور المتلقي، ومعرفة بما يدور حوله من خلالها، كما يمكن لها أن تعمل على إكمال المعنى وتوضيح المضامين وتأكيداتها.

1 - كاظم مؤنس، المرجع السابق، صفحة 118.

2 - كاظم مؤنس، المرجع السابق، صفحة 119.

الخصائص الاتصالية للصورة:

تتجلى الخصائص الاتصالية للصورة من خلال الصور البدائية أو ما يصطلح عليه اللغات القديمة كالهيلوغرافية وغيرها. لأن هذه اللغات كانت عبارة عن رسوم ونقوش

تصويرية تؤدي دور الإشارة إلى حيوان ما أو عدو ما أو عامل طبيعي على سبيل التعريف، التحذير أو التوجيه. أو حتى الإعلان عن خوف من (الصواعق والبراكين) وكذا للدلالة على أنشطته وتعريفها لغيرها.

هذه الصورة الأولى في تاريخ البشرية اتصفت بخصائص اتصالية مميزة هي:

1 -كسر الحواجز الزمنية:

وذلك من خلال الصور والرسوم التي رسمها الإنسان الأولى والتي بقيت بمثابة نافذة للأجيال الحالية على الماضي، بحيث مكنت علماء هذا العصر من دراسة الحضارات القديمة والكشف عن نظمها الاقتصادية، السياسية والاجتماعية ومن ذلك الدراسات العديدة التي خصت بها الحضارة الفرعونية على أساس لغتها والصور التي تملأ جدران الأهرامات وكذلك فعل العلماء في دراسة باقي الحضارات القديمة وكذلك الصور التي تبرز لنا الحروب التي خاضها الإنسان وما جلبت له من مآسي كالصور التي تعرض لنا الدمار والظلام الذي غرق فيه الإنسان بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية، ونفس الشأن بالنسبة للصور عند حرب الخليج الأولى والثانية ومنها صور مجزرة عن ملجأ العامرية. 1

2 -عمومية المعرفة:

لا شك أن الصورة تؤدي دورها الوظيفي المتميز المعقود عليها والمرجو مثل هذه الصورة تمثل وسيلة اتصالية تتميز بكل ما يتيح لها من عمومية المعرفة، ويعني أنه يتيح لهذه الصورة اتصاليا في حالة نشرها على صفحات الجريدة أو عرضها بطريقة أخرى لتحقيق إثارة وانتباه القراء ولفت أنظارهم بمعنى أن الصورة بوصفها وسيلة اتصالية تحقق لنا عمومية المعرفة فهي تخاطب أذهان القراء بمختلف مستوياتهم، فحتى تفهم مضمون الصورة ليس شرط أن تحسن القراءة أو تملك مستوى ثقافي معين. أي أنها تتوجه إلى الكل تحمل إليهم مضمونا ما فتحقق بذلك هذه الدرجة من عمومية المعرفة. 2

1 - قَدَّور عبد الله الثاني، سميائية الصورة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى، سنة 2008، صفحة 151

2 - المرجع نفسه، صفحة 152

3 -عالمية المعرفة:

" إن الصورة هي لغة عالمية فالإنسان في أي مكان يستطيع أن يشاهد صور غيره المنشورة على صفحات الصحف، والمعروضة على شاشات التلفزيون وأن يفهم منها ما يتلاءم مع مستواه الفكري والثقافي متى أتيح له ذلك وليس شرط دائم أن يكون من العالمين بلغة كتابتها أو تقديمها".

وبالتالي يمكن القول بأن الصورة تسقط و تزيل حواجز وعوائق اللغة، بين بني البشر بحيث يمكن فهم مضمون الصورة دون أن نكون متمكنين من لغة مرسلها. فالصورة التي ثبتت عن قصف بغداد وضحايا هذا القصف، فهمها جل سكان المعمورة، رغم اختلافهم اللغوي، العرقي والعقائدي.

4 -المقدرة على تحقيق الرابطة الإنسانية:

من أبرز الخصائص أنها تستطيع أن تلعب دورا فعال ومؤثر كوسيلة اتصال إنسانية عامة، تساعد في حياته، وبالأخص في إزالة العوائق والحدود التي تكسر الروابط الإنسانية وتقوية العلاقات بين البشر من خلال تضاعف الدور الاتصالي للصورة بل أن دور هذه الصورة القائم على الخصائص الفريدة كوسيلة اتصال لا يمكن إنكاره أيضا في تحقيق هذا القرب للمجتمع الإنساني وتحويل الكرة الأرضية إلى قرية صغيرة تجتمع على السراء والضراء.

وتتجلى هذه الخاصية من خلال توحيد الرأي العام في نبذ مظاهر التمييز العنصري في بعض المناطق، ومن ذلك الصور التي كانت تبرز معاناة السكان السود في جنوب إفريقيا من "نظام الأبرتي" التي أثارت في المجتمع الدولي روح المساندة والتآخي مع المضطهدين من سكان جنوب إفريقيا.¹

كذلك صور ضحايا القصف الأمريكي على بغداد دفعت بالملايين من سكان العالم إلى الإعلان بتضامنهم مع العراقيين والتظاهر ضد هذه الحرب.

1 - قدور عبد الله الثاني، المرجع السابق، صفحة 153.

حيادية الصورة:

لقد أصبحت وسائل الاتصال المرئية اليوم سبيلا لنشر الثقافة المدمرة القائمة على الإثارة وتمجيد العنف والعدوان وإشاعة مناخ هدام استنادا إلى نظريات تهدف إلى محاصرة الجماهير في متاهات العنف والغرائز البدائية وتجريدها تماما من مقدرة اللجوء إلى العقل والمنطق مما يبسر قيادها والتحكم في مصيرها.

وتأسيسا على هذا فإن الصورة التي نستهلكها ليست محايدة ولا موضوعية بالكامل ولم تكن أبدا انعكاسا كلياً ومتكاملاً للواقع على حد تعبير فلاديمير نيلسون.

إن العملية الفوتوغرافية تشمل على مطابقة الواقع لكن هذه المطابقة هي بحد ذاتها سواء في السينما أو التلفزيون تعد إيهام إلى هد بعيد. فإن الصورة لا تعرض الواقع فحسب بل تعرض وجهة النظر والموقف الداخلي لمن يقف خلف آلة التصوير، ويرى "بالاش" بأن الاحتمالات الفردية الحرة لوضع التصوير تضيف إلى الصورة الجمع بين الذاتية والموضوعية، وهو الشرط الأساسي في كل فن يجب على كل عمل فني أن يقدم لنا لا الواقع الموضوعي فقط بل الشخصية الذاتية للفنان أيضا وكل هذا ينعكس داخل الصورة، فكلما اقتربت الصورة من الفن كلما ابتعدت من الحيادية والموضوعية لتعبر عن الذاتية والشخصية المتمثلة بالمصدر الذي يقف خلف هذا. 1

لقد شهدت نهايات القرن المنصرم تقاربا شديداً التوهج بين الفنون على اختلاف أنواعها وترتب على هذا ازدياد الفنون المرئية قربا من السينما بفعل التطور التكنولوجي والثورة الإلكترونية، وهما العاملان الأكثر فعالية في مكونات التلفزيون الذي راح يساوق السينما في نواح عديدة ليتبوأ مكانا يجعله أكثر التصاقا بها من ذي قبل باعتباره وسيلة تعبير بصرية لها القدر الكافي من الثراء والتأثير.

إن هذا التقارب الكبير بين الفنون قد ساعد كثيرا على اختلاط طيفها وتداخل مناطقها تجملاً أو تمظهورا بفسيفساء الصورة التي ما انفكت تشكل إغراء طموحا لمنظري الفنون والباحثين في مجال الاتصال المرئي، إذ لم تعد الصورة مرحلة في الغواية والانبهار بقدر ما هي إصرار غير معلن على تبديل أطر حياتنا المعاشة حيث تتدخل فيها بجرأة عارمة 2 كما أن أي تحليل يدور في فلك وسائل الاتصال لابد أن يقوم على أساسها

1 - كاظم مؤنس، المرجع السابق، صفحة 101

2 - المرجع نفسه، صفحة 103

أي الصورة ومرتكزها المادي لابد أن يمر عبر مداركها ولا يمكن لأي متلق أن يمسك بمعان كاملة من دون استبصار كاف وقراءة دقيقة للوسائل المنتجة للمعنى بما فيها الممثل المنتسب إلى المكونات الحاضرة في الصورة والذي يسيطر على انتباهنا ويهيمن على إحساسنا الذي يجعلنا نستقبل الصورة كحقيقة، يتعزز ذلك بمعرفتنا المسبقة بأنها أفضل ناقل للأشياء المدركة كونها أداة تصويرية بدرجة فائقة لأنها تفرض على أعيننا وعلى آذاننا قطعة من الحقيقة فالصور المعروضة على المتلقي إذا ليست مادة خاوية فهي تعرض ما

تمثله بصرف النظر عن الامتدادات الفكرية التي توصلها لجمهور السينما والتلفزيون، وما يصح على السينما من أنها فن واقعي إلى أقصى حد، يصح على التلفزيون. لأن الصورة مادتهما وقوامهما بل هي وسيلتهما في التعبير والتوصيل، بل هي انعكاس الوجود وصيرورته على الشاشة فهي لغة مكتوبة كما هي لغة مقروءة، كما أن كلمات السينما هي الأشياء ذاتها، كذلك الأمر بالنسبة للتلفزيون ومن دونها سيكونان بالضرورة شيئاً مختلفاً. 1

ومع أن الصورة أحادية المعنى في محتواها المادي أو الذاتي إلا أنها فائقة المرونة لحد تثير فينا الإعجاب والدهشة.

لقد شهدت السنوات الأخيرة تداعي تلك المغالطة المسماة "بالواقعية الفوتوغرافية" لأن الكاميرا وأن سجلت الأشياء من المحيط الخارجي فهي لا بد أن تخضعها لذلك الاختيار والتنظيم الذي هو أساس أية رسالة خلفها مرسل فالصورة تعبر عن الآخرين، عمن قام بالتقاطها، مع الإقرار بأنها تمارس نوعاً من التعبير عن الواقع الحقيقي إلا أنها تنزلق من جانب آخر باتجاه اشتراطات الفن، ومن خلال هذه الخاصية فهي تستطيع أن تدهشنا بقدرتها على كشف ما لا يمكن رؤيته. وفي صميم هذه الحقيقة تبدو الصورة ظاهرة متفردة تغوص إلى أعماق الواقع لتدفع بالمعاني الكامنة إلى الطبيعة الضمنية للمعرفة. ولهذا فإن وسائل الاتصال المرئية والتلفزيون تحديداً يعد من أقوى الوسائل في عرض وتكوين مستويات الاستدلال والاستنتاج وبلورة الفروض لدى الجمهور. 2

صحيح أن الصورة تشبه موضوعها مما يسهل قراءتها لكن خاصيتها التمثالية هذه ليست دائماً ذات قيمة للإلحاق بمعانٍ وأفكارٍ تم تضبيبها أو غيابها من الصورة.

1 - ، كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 104

2 - المرجع نفسه، صفحة 105

مما يضطر بنا إلى البحث عن سبل أخرى فهمها وتلمس معانيها بالاعتماد على طبيعتها الرمزية أو الاعتبارية وهذا يهيئ إلى ولوج أقطاب أو عناصر أخرى تختلط في قصدية الصورة ووظيفتها فتؤدي إلى إخراجها من الحيز المطلق إلى الانصهار داخل نوع من العلاقات العامة على التوصيل والاستقطاب ورد الفعل، ولا بد لهذا أن ينجم من الحقل المنهجي للاتصال بما فيه التواصل مع أنظمة دالة تجيء اللغة في مقدمتها، وتأسيساً على ذلك فإن الحقل المنهجي لوسائل الاتصال المرئية حقلًا بصرياً لكنه ليس شيئاً مغلقاً، لا يقيم تواملاً مع منتجه ومستهلكه، كما لا يمكنه تجنب الارتقاء في لعبة المعنى طالما يقوم على قصدية أنتجت أساساً لتعالج دلالة اجتماعية. 1

نخلص في الأخير أن الصورة ليست سابقة على التفكير كما أنها ليست واقعا ساكنا وليست محتوى نفسها، بل انعكاس مادي لنشاط ذهني وفعل إرادي وفي استقلالها عن ذلك لا تساوي شيئا.

وظيفة الصورة:

لا يقتصر عمل الصورة الفوتوغرافية في الوقت الحاضر على الاحتفاظ بها في ألبومات أنيقة، نعود إليها في ساعة الحنين إلى الماضي. بل تعدت ذلك لتكون وسيلة فعالة من وسائل الإعلام الحديث تحظى بالاهتمام المتزايد يوما بعد الآخر في الصحافة والسينما والتلفزيون والإنترنت... إلخ¹. ومع التطورات التقنية في المجالين السينما والتلفزيون بالإضافة إلى التقدم السريع في ميدان الثورة الإلكترونية يعد بما لا يترك مجالا للشك من أعظم إنجازات حضارتنا المعاصرة. إذ اجتذبت هذه الوسائل قطاعات واسعة من المشاهدين، وأصبح التلفزيون في كل بيت وأصبحت الأفلام تشاهد في البيوت على شكل أسرطة متنوعة وأقراص سواء استخدمت للترفيه أو للتزود بالثقافة والمعرفة. كما اخترلت

الصورة معطيات عصرنا بأكمله فباتت الوسيلة الأكثر شيوعا لمعرفة العالم بصرف النظر عن مصداقيتها، وأصبح التلفزيون أكبر مروج لأفكار وسياسات المؤسسات التي تبسط هيمنتها عليه، وهو يقوم بعمل السلطة الخفية التي تمارس نفوذا قويا من دون أن يعي الجمهور ذلك.

فكم من مرة استطاع التلفزيون أن يؤثر على اتجاهات الرأي، بل وحتى صناعتها لصالح تيارات سياسية أو مؤسسات أو جهات بعينها. 2

وسائل الاتصال المرئية هي واحدة من أهم الوسائل التي تسهم في صنع المساندة للسياسة الخارجية عن طريق توظيف السينما والتلفزيون على حد سواء لاختراق وتحطيم الخصم على المستوى النفسي والفكري الأمر الذي يذهب أبعد من مجرد إيصال الرسالة والاتصال، فأفلام "رامبو" وبالذات الجزء الثاني والثالث حيث يدور الجزء الثاني عن إنقاذ جنود أمريكيان مازالوا أسرى في معسكرات اعتقال سرية لدي الفيتناميين تحت إشراف سوفيتي أما الجزء الثالث فتدور أحداثه في أفغانستان. وقد اعتبر البيت الأبيض في عهد الرئيس "رونالد ريغان رامبو" نموذجا للبطل الأمريكي. أما فيلم "روكي" في جزئه الرابع، يقوم روكي بمنازلة البطل السوفيتي في موسكو وبحضور أعلى قيادة سياسية ويهزمه أمام أبناء شعبه في قعر داره 3

1 - قدور عبد الله الثاني، سميائية الصورة، صفحة 168

2 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، ، صفحة 119

3 - المرجع نفسه، صفحة 121

إنها بلا شك رسالة قوية مشحونة بكل هذا التحدي والإذلال الموجه للخصم، والذي يراد به تحطيم معنوياته ودفعه للتشكيك في قوته. كما رأينا في المثالين السابقين أو قد تعمل على تشويه صورة الخصم كما فعلت السينما الأمريكية مع شخصية العربي في العشرات من الأفلام، وعلى نفس السياق عمل الشيوعيون أيضا بنصيحة لينين التي يقول فيها أنه يجب تشويه الثقافات الأجنبية باستمرار وتشويه البورجوازية بلا القطاع وتمجيد الثقافة السوفيتية على الدوام. 1

في الواقع إن الجميع يعمل على وفق هذه القاعدة وإن كان هناك تفاوت نسبي بين بلد وآخر، فما تبثه الفضائيات الموسيقية عبر شاشات التلفزيون وكذا ما تقدمه برامج الموضة والمسابقات، وبعض المسلسلات المليئة بالتحلل القيمي والأخلاقي والأغاني المصورة التي تعتمد العري والإثارة الحسية، فهي إما تخضع لمنهجية الدولة وإما تخضع لرؤوس الأموال

والكل ينظر من زاوية تخدم قضاياه وأهدافه ولذلك فإن العديد من أصحاب الأفكار الجادة لا يجدون أمامهم فرصة لتقديم أعمالا جادة إلا ما ندر ولنا أن نتذكر كيف أن الولايات المتحدة قد قامت بمنع فيلم "مايكل مور" - 911 فهرنهايت - لأنه يتعرض لفضح أكاذيب الدولة التي روجتها للتأثير على الرأي العام لكسب موقفه لشن الحرب على العراق. 2

إن التلفزيون كما هو شأن السينما سلاح ذو حدين، وللأسف فقد لحقت به كما لحقت بالسينما مجمل أمراض وسائل الإعلام الأخرى، ومما لا شك فيه فإن السينما مسؤولة في أكثر بلاد العالم المتحضر أن انحراف الأطفال وسوء سلوك الشباب، وقد أجريت الكثير من التجارب التي أثبتت بعضها صدق هذه الحقيقة بالأرقام، وأنكرتها بحوث أخرى بحجة أن انحراف الأطفال والشباب لم يخرج عن كونه استعدادا طبيعيا فيهم، ثم أنت السينما فكشفت عن هذا الاستعداد وحاولت تغذيته ونموه بشكل من الأشكال، ولعبت دورا محوريا في توجيه سلوك الأفراد وهي وسيلة فعالة لتوجيه أهدافهم واتجاهاتهم داخل المجتمع. 3

من خلال ما ورد أعلاه تظهر وظيفة الصورة في كونها وظيفة اتصالية موجهة إلى الجمهور المشاهد، قد تؤدي في غالب الأحيان إلى الانحراف والانغماس في مجتمع فاسد، وأحيانا أخرى إذا ما أحسن استعمالها إلى الاستقامة والانفتاح في مجتمع أخلاقي.

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 122

2 - المرجع نفسه، صفحة 123

3 - المرجع نفسه، صفحة 124

سياق الصورة:

إن القياسية التي تتميز بها الصورة عموما قد تصل إلى الكمال إلا أنها بفضل الطبيعة الميكانيكية المتمثلة بنقل أو نسخ الواقع تجعلها تدل على ذاتها بذاتها، فكل صورة تحمل بالضرورة معنى تنفرد به دون غيرها، كما تقدمه كمفردة في منظومة لغوية تتكامل عبر سلسلة من الصور.. وعملية التكامل تأخذ منحى آخر في بناء المعاني التي تتأسس تواتريا على تكامل المضامين المتلائمة مع تكامل المعنى، مؤسسة بذلك معنى مجازيا مصدره الوسائل المنتجة للمعاني المنطوية تحت سياق صوري عالجت الوحدات التي قامت بالتوافق ببناء رصفا سرديا يشكل كيانا عضويا منسجما مع بعضه تحت إطار فكرة الكلية.

إن إشكاليات تعدد معاني الصورة قد يعطي قراءات خاطئة أو تفسيرات متعددة، لذلك يمكن أن نحصر المشكلة المترتبة على ذلك في شقين أساسيين يرتبطان بالضرورة بقدر الصورة على إعطاء أكثر من معنى.

يتمثل الشق الأول بما نستخدمه على تسميته بالمعنى الأساسي، وهي المضامين التي تفصح واقعية الصورة عن معانيها وهذه تؤكد أن الصورة هي هوية الأشياء ، وأن ما نراه فيها لا يعني إلا ذلك الشيء ذاته. 1

أما الشق الثاني فيتمثل بالمعنى السياقي وهذا لا يعلن عن نفسه بطلاقة بل يأتي مستترا لا يسلم نفسه بسهولة إلى المتلقي بسبب تحوله من صورة إلى رمز. وفيما يخص بإطلاق هذا المعنى فإن ذلك يتأتى من خلال صدمة لقطتين مع بعضهما، وهو نتاج يختلف عن معنى الصورتين قبل ربطهما مع بعض، ثم يتلقى الجمهور هذه الصورة الجديدة باعتبارها رمز ثقافي معرّف يتم تفسير الرسالة من خلاله وعلى وفقها، لكن عملية التفسير مشروطة بأن يسبقها تفكيرنا بضرورة أن يكون ذلك مفهوما من قبل المتلقين بحيث يمكن فهمه ببساطة وبغناصر تعبيرية لا تخلو من الجاذبية والجمالية إن يكون المصدر في هذا المجال متمكنا من صياغة تشكيلاته البصرية كفيلة بالتأثير على المتلقي لأن الرمز سواء كان تشكيلا بصريا أو سمعيا سيظل حصريا على ذهن المصدر وقدرته على الابتكار. 2

1 - كاظم مؤنس، المرجع السابق، صفحة 107

2 - المرجع نفسه، صفحة 108

وإذا ما تأملنا بمجمل قدرة الصورة وطواعيتها كوحدة منتجة للمعاني في ظل تشكل السياق فلا بد أن يحيلنا ذلك إلى بعض الإضاءات التي تؤكد ما ورد سابقا، فقد كتب "إيزنشتاين" ويقول: أن هناك حقيقة أساسية كانت ومازالت صادقة حتى هذا اليوم وهذه الحقيقة هي أن تقابل لقطتين متفرقتين ووصلهما معا لا ينتج عنه مجرد حاصل جمع لقطة مع لقطة أخرى بل ينتج عنه خلق فني. ولعل مما يؤكد ذلك ويدعمه أن وصل اللقطات مع بعضها البعض تنتج من حيث النوع شيئا مميزا تماما عما نلمسه إذ شاهدنا كل لقطة على حده، لقد أتاح التركيب فرصة كبيرة في هذا المجال للمناورة بالحقيقة لتضخيمها والتركيز عليها تارة أو لإخفائها أو حذف جزء منها أو حتى تزيفها تارة أخرى.

إن من أولى مهام السياقات التصويرية أنها تثير فينا معان لا تثيرها الصور لو كانت مستقلة ولنتأمل في المثال التالي من "فيلم الحرام" لهنري بركات حيث يعرض المشهد تلك القرية الفلاحية الفقيرة وسكانها الخاضعون لتعسف وقهر من يمتلكون الأرض مراعاة للقمة العيش، ولكي يدين المخرج هذه السلبية التي يبديها أصحاب القرية الذين لا يثورون على الظلم ولا يعملون على تغيير واقعهم، يقوم بعرض لقطتين مرتبطين ببعضهما فيصور في

اللقطة الأولى طابورا من الفلاحين يسيرون واحدا بعد الآخر على جانب من التربة بينما يسير على الجانب الآخر منها طابورا من البقر. 2

حينما يرصف اللقطتين مع بعضهما تعطينا معنى لم يكن لتفصح عنه أي من الصور لو عرضت بشكل مستقل عن الآخر، فالموقف المتولد من صدمة الصورتين يعبر عن الموقف الإيديولوجي للمخرج والمتمثل بإدانة هذا السلوك السلبي المتمثل بصمت الفلاحين ورضوخهم للقهر والاضطهاد، والمشهد هنا مبنيا على تماثل في الشكل وتوافق في المضمون، إلا أن معناه لا يكمن بما تعرضه الصورة من محتوى، بل يأخذ امتدادا فكريا يذهب أبعد بكثير مما يعرض على الشاشة حيث تستحيل الصورة إلى رمز يفصح عن مكنونه من خلف المضامين وهو ما يمكن أن نسميه بميتا سيمبلز 3 Meta symbols

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، الصفحة 112

2 - المرجع نفسه، صفحة 113

3 - المرجع نفسه، صفحة 114

يثير موضوع الصورة المرئية جدلا ونقاشات كثيرة إذ أن عملية النقل الميكانيكي للواقع عبر آلة التصوير والتحكم بها وبإضافة عناصر التعبير الأخرى لا تبقى الصورة رسالة خالصة بمعنى واحد، بل أصبحت تحمل معنى آخر توحى به عناصر التعبير الموظفة في مقطع الصورة، وهكذا تصبح الصورة نتاج الإشارة والمرجع والمصدر، هذا الأخير هو الذي يتدخل بقوة في المعاني الإيحائية عن طريق الرؤية والمعالجة والمهارة في توظيف التقنيات وتطويعها لقدرته في التعبير. 1

والصورة باعتبارها أداة تعبير ووسيلة اتصال لا يمكن أن تؤدي غرضها ما لم تكن مسيقة في إطار بنية نسيجية مركبة لتحقيق فكرة أو مضمون محدد حيث يحدث نوعا من الإزاحة لمضمونها الأساسي ليحل بدلا منه ما نسميه بالمعنى السياقي الذي هو نتاج رصف الصور ودفعها نحو اتجاه جديد.

ذلك هو الجانب الخطير في الحلقة الاتصالية بين المرسل والمتلقي، إذ أن قدرتها على توفير دليل بصري واضح للعيان جدير بالتصديق وقادر على الإقناع يمكن أن يخلق لإشكالات معقدة جدا بفعل مرونة الصورة وقدرتها على الاندماج داخل بنية معينة في إطار

سياق معين يجعلها عرضة لإنتاج أشكال متعددة من التزييف والتلاعب في المضامين والمعاني ومرد ذلك كله إلى دور النسق العامل على إنتاج انطباعات من النوع الضار بالحقيقة العامة تبعا لأهداف السياسة القائمة على هذه الوسائل. 2

من خلال ما سبق يتضح أنّ للصورة المسيّقة عدة أوجه، تعتبر المصدر الرئيسي في إنتاج طبقات متعددة من المعنى ومستويات مختلفة من التأويل، وهذا راجع لدور السياق في إنتاج المعنى فالصورة كلما دخلت في سياق جديد لا تنفك في إعطاء مضامين ومعاني جديدة، وهذا ما يجعل من التلفزيون والسينما من أخطر وسائل الاتصال المرئية فتكا وتأثيرا وتزييفا للوقائع.

1 - كاظم مؤنس، المرجع السابق، صفحة 115

2 - المرجع نفسه، صفحة 117

الصورة في الخطاب الإعلامي: (الأهمية والعلاقة)

1- الأهمية:

يكتسب الإعلام المرئي ميزته الخاصة، وأهميته الخطيرة لكونه يتعامل مع الصورة والحدث من خلال حاسة العين، فالعين البشرية تنقل الصور عبر امتدادات بصرية إلى أعصاب الحس البصري لتملأ بها خلايا الإدراك الذي ينقلها بدوره إلى مراكز الحس الوجداني والتي تعزز انفعالات شعورية عكسية. وتخزن الصورة المنقولة في الذاكرة لاستدعائها بعد حين، وتمتاز الصور التي تنقل عبر العين البشرية بأنها حقيقة ومثالية وبالتالي تكون ردود الفعل الشعورية المتأثرة بتلك الصورة حقيقية هي الأخرى.

فمن يرى مشهدا مرعبا، مخيفا، لا تفرز حياله مراكز الحس الشعوري إلا خوفا وهلعا، كذا يكون الحال بالنسبة للمشاهد المفرحة أو المحزنة و المضحكة تفرز فرحا، أو حزنا، أو ضحكا. 1

والعين على العكس من باقي الحواس لا تحتاج إلى دليل أو برهان بل تتوحد وتعرض الصور عندها حتى وإن توزعت لأكثر من رأي، وكذلك تتوحد لدى الجميع حالة الإفراز الشعوري ما لم نأخذ بنظر الاعتبار المزاج الشخصي لكل فرد.

وثمة مثال يجسد الحالة ويؤكدها، لو أن هناك خطيبا يلقي أمام جمع من الناس خطبة يتحدث بها عن واقعة بطولية قام بها بعض الفدائيين ضد العدو الصهيوني. فإن الصور التي تنقل إلى ذهن كل فرد وهو يستمع لحديث الخطيب تظل احتمالية تشوبها الضبابية وعدم الوضوح، وتختلف من شخص لآخر. وبالتالي يتباين أيضا الإفراز الشعوري وحالة التعاطف مع ذلك الحديث.

ولو افترضنا أن المتحدث عزز ما يقوله بشرائط فيديو قد صور الحادثة كما هي، فبال تأكيد تكون الصورة لدى كل من يشاهدها واحدة وحقيقية ويكون تفاعل الجميع معها واحدا إن لم يشوب البعض حالة المزاج المتغير. 2

فخطاب الصورة كما يرى (جون لوك غودار) يحتوي على جانبين متعارضين ومتكاملين

-
- 1 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2008، صفحة 102
2 - المرجع نفسه، صفحة 103

هما الجانب الدلالي، أي (ما يقال) والجانب الجمالي، أي ما يتضمنه الخطاب دون قوله بشكل مباشر، بل هو منغرس في ثنايا الخطاب ورموزه الموحية. 1

ومن هنا فإن احتلال الصورة مكانة في التواصل البشري أهم من الكلمة كان أحد نتائج تقدم الاتصال عن طريق الفضاء، واحتلال الأقمار الصناعية المكانة قبل الأوراق في إحداث هذا التواصل. وبفضل هذا التطور ومن خلال شبكات الاتصال والقنوات الفضائية، أصبحت الصورة المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد، ولا تحتاج الصورة - دائما - إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي فهي بحد ذاتها خطاب ناجز مكتمل، يمتلك سائر مقومات التأثير الفعال في مستقبله ونجد أبلغ من الصورة على شحن فضاءها بطبقات من المعنى ومستويات من التأويل فالصورة هي الأساس المادي والمطلق في وسائل الاتصال المرئية. وهي لا تفقد قوتها إن حجب عنها المسار الصوتي بدليل أنها عاشت ما يقرب على 32 عاما قبل أن يدخل عليها الصوت. 2

إن هذا التوجه لإحلال الصورة بدل الكلمة يأخذ مدلولات خطيرة إذا ما عرفنا أن الصورة تتجه مباشرة إلى الفورية في نقل الأحداث إلى مجموعة كبيرة من الناس ليس إلى شخص بعينه، والفرق شاسع يسن الوعي الفردي والوعي الجماعي. كما هو معلوم أي أنها تتوجه إلى القاعدة العامة من الجماهير دون المرور على (الفلتر) الذي يمكنه أن يشدب ما يمكن تشذيبه. والأمريكيين قد برعوا في هذا الجانب كثيرا (صناعة الصورة Marking image) وبدؤوا في تناول الأمور ما بين التشويه والتحسين وفقا لمصالحهم وأهوائهم. 3

فالصورة تعد من بين أهم مكونات أغلب الرسائل الإعلامية الأساسية المرسله عبر الفضائيات - باستثناء المسموعة - التي تعطي المصدقية للخبر وتجعله أكثر جاذبية وإثارة،

1 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 103

2 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 113

3 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 112

ويعزز القائم بالاتصال هذه الصور بالبيانات والإحصائيات المفسرة والشارحة لموضوع الرسالة.

الصورة هي اللغة الأكثر قراءة وفهما، ومن هنا تتأتى أهميتها كونها أكثر الوسائل الاتصالية تأثيرا لدى المتلقين على اختلاف أجناسهم وجنسياتهم ومع ذلك لا يجب إلغاء عناصر البنية التحتية التي تبقى لتضيء مقطع الصورة المتمثلة في عناصر التعبير السمعي البصري، والتي تعمل بالضرورة على إيصال المضامين وتكامل المعاني، كما تذهب إلى ما هو أبعد من ذلك حين تترك فضاءا مناسباً للعديد من الدلالات الكامنة خلف المضامين المعلنة. 1 فهناك من يعطي للصورة الصدارة على النص والكتاب والكلام لأنها - ببساطة - هي الأداة الأولى والأعظم من التعبير أليست (الصورة الواحدة بألف كلمة)، 2 هذا ما دفع بالكثيرين إلى القول بأن الصورة أكثر أهمية من الكتابة ذلك لأنها تعبر عن منظومة من المعاني في لحظة واحدة، فهي توصل الرسالة كما تعمل على بناء وصياغة العمل الفني وتشكيله ومع هذا لا يمكن إلغاء عنصر التعبير منها كما أسلفنا سابقا.

ومن هنا يمكن القول أن التلفزيون لا يستطيع أن ينقل المادة الخام والأحداث كما هي إلى مشاهديه. إنه يستطيع أن ينقل صوراً وأخباراً أو أحاديث إعلامية أو مناقشات عن الأحداث التي يعالجها بانتقائية وهكذا على الرغم من أن مؤسسة البث تجمع وتختار وترتب مسبقاً موضوعاتها فإن البرنامج الموثوث يجب أن يتخذ أخيراً شكل خطاب سمعي بصري والوقائع يجب أن تترجم إلى علامات سمعية بصرية، تنتظم بوصفها خطاباً. 3

-
- 1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 113
 2 - سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة، الأردن، الطبعة الأولى سنة 2010 صفحة 90
 3 - صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، صفحة 409

2-العلاقة:

تمثل الصورة بالنسبة للخطاب الإعلامي الحقيقة الهادفة التي يريد الخطيب إبلاغها عن طريق الكلمة إذ يرتبطا هذان المدلولان (الصورة والكلمة) ببعضهما لإنجاز خطاباً إعلامياً ناجحاً.

إن لكل خطاب بالضرورة موضوعه الذي يتحدث عنه ويكتسب أجزاءه تنظيماً من محاولة التعبير عنه فإذا واجهنا شخص يتحدث بحديث لا نفهمه أو بنص غير مترابط فسوف نسأل عما يتحدث؟ الإجابة على هذا السؤال تستدعي بالضرورة تحديد موضوعه، وتشير إلى مستوى دلالي كلي على سبيل المثال إذا كان موضوع تقرير إخباري عن " الحصار الجائر ضد العراق " فإن مثل هذه العبارة تلخص تفاصيل كثيرة قد يحتويها الموضوع مثل معلومات عن معاناة الشعب العراقي، الحصار المفروض على تصدير النفط العراقي، الحصار المفروض على الغذاء، الدواء، والحاجات الأساسية للشعب العراقي... إلخ، من التفاصيل التي تشكل مقاطع مثل هذا التقرير. 1

في مثل هذه الخطابات إذ وظفت الصورة فسوف تعطي وجه الواقع للجمهور وبالتالي لن تكون الكلمة المكون الرئيسي للخطاب.

لقد استخلص هارتل في دراسته للقصص الغير الخيالية المقدمة في وسائل الإعلام مثل التقارير الإخبارية " أن الشفرات الاحترافية تحدد بنى وأنظمة ومكونات معينة في أي قصة والطريف أن مثل هذه التحليلات السردية طالت حتى الصور الفوتوغرافية (الساكنة) وبشكل خاص الصور الإعلانية حيث نجد لحظات قبل وبعد لحظة التصوير الفعلي، مضمرة في عناصرها ونحتاج الآن أن ندرك مثل هذا الممر المضمّر للزمن لاستخلاص المعنى من هذه الصور ككل".²

وكذلك الحال مع العديد من الصور الفوتوغرافية الخبرية التي تعتمد على أحداث ووقائع حدثت تواء، أو توشك أن تحدث، إنه الحس السردى الذي يعطي لهذه الصور قيمتها.

1 - صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، صفحة 470

2 - المرجع نفسه، صفحة 427

تنجز الصور والرسوم دورا قد يكون أوقع في النفس من الكلمات وقد تحدث الاستجابة المطلوبة في الحال، فالمخيلة أسرع في إدراك الصورة منها في إدراك العبارات، كما أن استخدام الصورة أكثر أيسر بالنسبة للذين لا يقدرون على القراءة، كما أن الصورة انعكاس للحقيقة بدقة فهي بهذا تساعد على تكوين الرأي العام إلى جانب الوسائل المكتوبة.¹

على سبيل المثال تابع الناش عبر نشرات الأخبار ضرب أفغانستان ومشاهد احتلال العراق وصور سجن بو غريب، وتفجيرات شرم الشيخ، والرياض ولندن وغيرها، واغتيال الشيخ ياسين وكذلك رفیق الحريري ... وعشرات الأحداث الأخرى مثل الكوارث الطبيعية والثوران البراكين والهزات الأرضية والفيضانات مثل التسونامي الأمر الذي حول الخطاب الإخباري في رأي بعض المتخصصين إلى برنامج منوعات مليء بالإنارة ففي هذه اللحظة خرج الخطاب الإخباري عن المؤلف إلى برنامج جماهيري واسع الانتشار يرى فيه الناس متعة أكبر من مباريات كرة القدم والأفلام السينمائية.²

هذا ما جعل من الصورة والكلمة.. في سباق محموم. هكذا يمكن أن نعتبرهما في عصرنا هذا، وقد نعتبر أيضا أن الصورة هي التي فازت بالسباق وأصبحت رهان

المجتمعات الحديثة ولكن لكي تتمكن المؤسسات من مواجهة المنافسة بشتى الطرق لابد لها من تحسين صورة منتجاتها وأفكارها أيضا. 3

وعليه يمكن القول أن للصورة علاقة تكاملية بالخطاب الإعلامي في إضفاء المعنى له ثم المغزى منه، إذ تمثل لوحدها خطاب يتضمن رسالة معينة وبالتالي فإن دخلت على الكلمة فأصبحت بذلك تشكل خطاب سمعي بصري يضع جمهوره في وجه الواقع.

-
- 1 - محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى سنة 2007، صفحة 318
 - 2 - هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، صفحة 113
 - 3 - سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، صفحة 94

عنف الصورة في وسائل الاتصال المرئية:

شهدت العقود الأخيرة نقاشا وجدلا متزايد من قبل الباحثين وعلماء التربية والنفس والاجتماع، وما زال النقاش محتدما حتى يومنا هذا حول صور العنف في السينما والتلفزيون بسبب حضورهما المضطرد في الحياة العامة، وأصبحت الصورة نقطة التركيز ومحوره انطلاقا مما تحدثه من تغييرات هائلة في سياسة اليوم في تغيير اتجاهات الرأي، فلم يعد ثمة وجود للبقع الضبابية التي يساورها الشك حول دور وسائل الاتصال المرئية إذ سعت الدوائر المشرفة عليها لإدخال فكرة - النوعية الديموغرافية - التي لقت رواجاً كبيراً في الولايات المتحدة الأمريكية وهي تعنى بإطلاق ذوق مجموعات ضيقة جداً داخل الجمهور المستهدف الواسع لقد اشتغلت هذه الطريقة على تفتيت الجمهور التقليدي القديم .. 1 حيث تصمم البرامج من أجل استقطاب نوع معين من المتلقين - المشاهد النوعي- مع الأخذ بنظر الاعتبار بعض التفاصيل المقترنة بمستوى تذوق المشاهد وثقافته ومستوى وعيه، وبناء عليه يتم تصميم وإنتاج البرامج التي تخرج مغلفة بكافة عوامل الزخرفة والتقنيات المتطورة وتجسيدها في شكل جمالي مميز.

إنّ التلفزيون كما هو شأن السينما قادرا على أن يثير أنواعا من السلوك مثل التحريض على أعمال العنف، أو على التصرف الذي يقلد ما تمت مشاهدته على شاشة التلفزيون والأعمال الدرامية الروائية على وجه التحديد هي الأكثر تأثيرا على المشاهد من خلال الموضوعات المتعلقة بهذا الشأن. لأن العنف المصور فيها يشكل عنصرا أساسيا في الترفيه الشعبي حين يقدم في الأعمال الروائية fictions... 2 العنف يعتبر عنصرا أساسيا في القصة الجيدة إنّ موضوعات مثل هذه يمكن أن تكون في الغالب أعمالا ذات فعالية وتأثير كما يمكن أن تحقق النجاح المطلوب باجتها لقطاعات واسعة من جمهور المشاهدين الذين يبحثون عن المتعة في الإثارة والخطر لأن القصة ذات الفعالية والتأثير تنجح في هذا لاستخدامها عنصري الرغبة والخطر لخلق توتر لدى المتفرجين كونها مبعثا على الإثارة

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 129

2 - المرجع نفسه، صفحة 132.

والتنبية والمتعة، لأنها هذا النوع من الأفلام يستدعي مبنى حكايا متماسكا قويا في ترابط نسجه الحيكوي، عميقا وحادا في رسم ملامح وأبعاد شخصياته الدرامية، ولو أن مصانع الفيلم الأمريكي قد حثت دائما على الاهتمام بالحدث أولا، إذ يحظى بعناية أفضل مقارنة بالشخصية بسبب إصرار هوليوود السائد في تقديم الحدث على حساب تطور الشخصية ومن المؤكد أن لهذا التمايز آثاره السلبية في تحولات الشخصية. 1

إنّ مظهر العنف ميزة قديمة وواسعة الانتشار في الأفلام الروائية بدءا من أفلام الرعب مرورا بأفلام الحرب وصولا إلى أفلام الو استرن ولعل السبب الوحيد في نجاح هذه الأفلام هو العنف.

لقد شكلت بدايات الستينيات من القرن الماضي المرحلة الجنينية للعديد من المحاولات التي تركزت على فهم أسباب العنف وتحديد كيفية تأثيره على المشاهدين ولقد أكد تاننباوم Tannenbaum على أن الوسائل السمعية البصرية تثير بشدة العوامل النفسية التي ترفع من مستوى حدة المشاعر العاطفية للمشاهدين وبالتالي من احتمال الاستجابة السلوكية الانفعالية. فالإثارة العاطفية يمكن تحويلها إلى سلوك عدواني شديد عندما يطلب من الناس

تأدية أفعال تتضمن العدوان أو عندما يعزى سبب هذه الإثارة إلى بعض الأهداف الواقعية الحقيقية في العالم المادي وليس إلى عروض مثيرة تقدمها الوسائل. وهذا الرأي يتوافق مع بعض الأوجه مع ما يذكره Clifford Gertaez حول فكرة اللعب العميق deep play واللعب السطحي shallow play وحدد مفهوم الأول حين يكون الافتراض إنعكاسا لحقيقة الواقع بمعنى أن ما يرى على الشاشة يكون مألوفا في الشارع وهذا التصور الذي يحاول غيرتز من خلاله أن يجسد بين صورة العنف في المجتمع وصورة العنف على الشاشة بحيث تصبح كثافة العنف على الشاشة نتيجة لكمية العنف الاجتماعي. ومثل للمفهوم الثاني بأحداث العنف في أفلام الكرتون، فبرأيه أن العنف الذي يأتي في شاكلة أفلام أعمال من هوليوود ليس بالعنف الخطير وليس له من تأثيرات يمكن أن تؤدي إلى انحرافات اجتماعية لأنه لعب سطحي² وتأتي فرضيات " ديفيد ديكورتي " التي عالجه عام 1990 على خلفية آراء غريترز مؤكدة على ربط صورة العنف التلفزيوني بواقع العنف في المجتمع إذ يرى بأن العنف

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 133

2 - المرجع نفسه، صفحة 134

الروائي أمرا مزعجا يمكن أن يدفع باللعب العميق إلى الأمام بسبب واقعية الموضوع وصلته بالحياة اليومية، ولذلك فإن صورته تقدم في أنواع جديدة من أفلام السينما المهمة بتجسيد جماليات صور العنف المسلي، إنما تروج لبضاعة تلعب دورا بالغ الأهمية في جذب جمهور المشاهدين، وينتهي ديكورتي إلى وضع العنف الروائي في نوعين: يتمثل الأول بما يسميه العنف الطارد turn off violence وهذا النوع يهتم كثيرا بمصداقية ما ينقله من عنف واقعي، معتمدا على النظام الأخلاقي لدى الجمهور لتقوية الدوافع وتعزيزها. أما الثاني فيتمثل بالعنف الجاذب turn on violence وهو العنف المقدم بكل جماليات تصوير العنف لإثارة المتعة التي تلبى حاجة المتلقي وتجذبه، ومن الطبيعي أن يغلف هذا النوع من العنف بكل مظاهر الإثارة اللازمة والحركة والتشويق المؤطر بجماليات السرعة والإيقاع والمؤثرات البصرية والتقطيع السريع ولا يتردد من استخدام كل ما هو مثير ومحرض على الرغبة والإثارة الحسية¹.

على سبيل المثال فيلم Cobra للممثل سيلفستر ستالون والفيلم مشحونا بالحركة والعنف مع الإعلان عن محاباة واضحة بالتلذذ بالإثارة والقتل المجاني، وفيلم الموت الصعب Die

Hard للمثل بروس ويلس بأجزائه الثلاث حيث يقوم العنف بإطار من الكوميديا الخفيفة الظل بشخصية البطل المستخف بكل شيء وكلاهما يتجه لمحاربة الجريمة المنظمة في شكل العنف المؤدلج. 2

ومسلسل بقايا صور لنجدت أنزور بحيث يقدم شخصية المومس جارة بطلة المسلسل وتفاصيل علاقاتها بالرجال، والحديث بصراحة عن قضايا ذات علاقة بالجنس سواء عبر الحوار أم عبر الحدث، أما الشخصية الرئيسية هي شخصية الأم التي تنصب عليها كل مآسي العائلة، يقابل الأم زوجها وهو شخصية غريبة وشديدة التعقيد، إنه رجل حالم مغامر وماجن في الوقت نفسه ويدور مضمون المسلسل حول المرأة الأم، المرأة المظلومة، المرأة المغتصبة، المرأة المومس. وما تتعرض له من ظلم اجتماعي والنفسي والجسدي 3، كما تظهر صورة العنف في فيلم الريشات الأربع سنة 1939 الذي يصور العرب كأوغاد، وتجار رقيق ومتعصبين، ومتعاطشين للدماء. 4

وعلى العموم يظل العنف بارزا في جل الأفلام والمسلسلات وهذا راجع لسلبية أفكار المرسل من جهة وحب الجماهير لصور العنف من جهة أخرى.

1 - كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، صفحة 135

2 - المرجع نفسه، صفحة 143

3 - عدنان مدانات، مسارات الدراما التلفزيونية العربية، دار مجد لاوي عمان، الطبعة الأولى سنة 2002 صفحة 147

4 - حلمي خضر ساري، ترجمة عطا عبد الوهاب، صورة العرب في الصحافة البريطانية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت الطبعة الأولى، سنة 1988، صفحة 121

قائمة المصادر والمراجع

- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثامن.
- أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر طبعة 2002.
- أنطوان القوّال، فن الخطابة، مؤسسة ثقافية للتأليف والترجمة والنشر، لبنان الطبعة الأولى سنة 1996.
- إياد الصّقر، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، درا أسامة للنشر والتوزيع الأردن الطبعة الأولى سنة 2009.
- إيليا حاوي، فن الخطابة وتطوره عند العرب، دار الثقافة، لبنان دون سنة.
- بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة، الأردن، الطبعة الأولى سنة 2010.
- هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى سنة 2008.
- حسني نصر، وسناء عبد الرحمان، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثانية سنة 2009.
- حلمي خضر ساري، صورة العرب في الصحافة البريطانية، ترجمة عطا عبد الوهاب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت الطبعة الأولى سنة 1988.
- كاظم مؤنس، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديث الأردن، الطبعة الأولى سنة 2008.
- كمال الزمّاني، حجاجية الصورة في الخطابة السياسية لدى الإمام علي رضي الله عنه، عالم الكتب الحديث، الأردن، الطبعة الأولى سنة 2012.
- محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى سنة 2007.
- محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، دار النهضة العربية، القاهرة الطبعة الأولى سنة 2008.
- نصر الدين العياض، التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر دون سنة.

- سينتيا. ب . راوي، الترجمة عملية خطابية، ترجمة مهدي حسين عليوي، دار الفكر ناشرون موزعون، الطبعة الأولى سنة 2007
- سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة، الأردن، الطبعة الأولى سنة 2010.
- عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والإنترنت، دار هومة، الجزائر الطبعة الأولى سنة 2001.
- عدنان مدانات، مسارات الدراما التلفزيونية العربية، دار مجد لاوي، عمان، الطبعة الأولى سنة 2002.
- عصام السيد عبد الحميد، الخطاب الإعلامي للثورة الإيرانية وأثره على العلاقات الخارجية، عين الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الطبعة الأولى سنة 2006.
- علي فلاح الزعبي، الإعلان الفعّال منظور تطبيقي متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية سنة 2009.
- عوني كرومي، الخطاب المسرحي، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة الطبعة الأولى سنة 2004.
- صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى سنة 2012.
- قدّور عبد الله الثاني، سميائية الصورة، الورّاق للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى سنة 2008.
- رستم أبو رستم، جماليات التصوير التلفزيوني، المعنز للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى سنة 2010

ملتقيات:

- إيدير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي، دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية، جامعة عنابة، الملتقى الدولي الخامس سمياء والنص.

- عن الانترنت:

-<https://www.youtube.com/watch?v=Axbkjlubmsm>.

فهرس الموضوعات

إهداء

مقدمة

05	الفصل الأول: الصورة الاتصالية والخطاب الإعلامي.....
06	الصورة: المفهوم.....
07	النوع.....
11	خصائص الصورة المرئية.....
13	الخطاب: المفهوم.....
14	الأنواع.....
17	الأسلوب الخطابي.....
18	تعريف الخطاب الإعلامي.....
19	لغة الخطاب الإعلامي.....
21	الخطاب الإعلامي في المدونة العربية والغربية.....
21	في المدونة العربية.....
23	في المدونة الغربية.....
27	الفصل الثاني: توظيف الصورة في الخطاب الإعلامي.....
28	الصورة (البنية والقوة والخصائص الاتصالية).....
28	بنية الصورة.....
30	قوة الصورة.....
33	الخصائص الاتصالية للصورة.....
35	حيادية الصورة المرئية.....
38	وظيفة الصورة التلفزيونية.....

40سياق الصورة
43الصورة في الخطاب الإعلامي (الأهمية والعلاقة)
43أهمية الصورة في الخطاب الإعلامي
46علاقة الصورة بالخطاب الإعلامي
48عنف الصورة في وسائل الاتصال المرئية
52الفصل التطبيقي: قراءة رمزية لصورة صدام حسين
54زمانية الصورة
55رمزية الصورة
57عنف الصورة
58حقيقة الصورة
59الصمت العربي
62حوصلة القراءة الرمزية للصورة
65خاتمة
67قائمة المصادر والمراجع
69فهرس الموضوعات