

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -  
كلية الآداب و الفنون  
قسم الآداب العربي



# مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الآداب العربي

تخصص: اللغة العربية و الإعلام.

تحت عنوان:

## اللغة الإعلامية بين دلالة الحلمة و تأثير الصورة

تحت إشراف الأستاذ:

د/ محمد ناصر حنيفي

من إعداد الطالبة:

محمد حفيدة

السنة الجامعية: 2017/2016

# شكر

لقل من بنى معي هذا البنيان وجعله مرصوحا

إلى أمي العزيزة

وإلى الأستاذ الدكتور المؤطر:

حنيفي بن ناصر

أقدم امتناني وتشكري

# الإهداء

إلى الذي أطبق جفنه راحلاً، وتركا لي ذكريات بين دفقات الحياة

أبي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه

إلى التي لم تمن ظمرها السنون، ولا هي تحيرت وجنتيها المزهرتين

أمي رعاها الله وأدامها فوق رؤوسنا

إلى من أظفروا ما هو أجمل من الحياة، وشاركوني، وساندوني في إتمام البحث

وأحاطوني بالدعوات الصادقة: إخوتي وأخواتي.

إليكم جميعاً أهدي دعواتي الخالصة ليديهم

محبتنا وودنا

أهدي هذا العمل المتواضع

حقائق حقا

البحر

## المقدمة

تحتل اللغة الإعلامية مكانة هامة في عملية الاتصال الإعلامي التي تنظم حياة الناس في أي مجتمع من المجتمعات، ذلك لكون الرسالة الإعلامية أهم عنصر من عناصر الالتقاء الفكري، و أهم وسيلة للتبادل المعرفي، حيث تغطي الأبعاد النفسية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية، و تمثل الفرصة السانحة لنقل المعارف والمعلومات، و تسهل التفاهم بين الأشخاص و الجماعات، و تقوم اللغة الإعلامية على استخدام رموز ذات معاني تكاد تكون موحدة، و تستهدف دلالات ومفاهيم تقف على نفس الدرجة من مدلولاتها، إذ يفترض اتصاف الرسالة الإعلامية بالوضوح التام لدى كل من الطرفين (الباث/ المتلقي) حيث يستوتق الشيوخ و الانتشار المطلوبان بالاتصال عن طريق بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة و مفهومة من قبل جميع المشتركين في العملية الاتصالية، مما يتطلب الانسجام و التناغم بين المرسل و المستقبل، و كلما كانت المرتكزات الرئيسية التي يقوم عليها التواصل بينهما مشتركة، مثل الخبرات، و الظروف الاجتماعية و الاقتصادية و النفسية و السياسية والثقافية و الجغرافية التاريخية و الوجدانية كانت عملية الاتصال أوضح و أسرع و أبعد عن الاضطراب و البلبلة والتشويش.

إن الأهمية القصوى التي تكتسبها اللغة الإعلامية في عالمنا المعاصر، و جلاله الكلمة في الدلالة، وخطورة الصورة في التأثير، يحتتم على الباحث المتتبع لما يعرفه العالم من تطوّر في ميدان الإعلام أن يتلمس الخيط الرفيع الرابط بين الكلمة والصورة، و بين الدلالة والتأثير، وبخاصة إذا كان الباحث متخصصا في اللغة مهتما بالإعلام، لذلك . وأنا طالبة في قسم اللغة العربية وآدابها، ومنتمة لمشروع الماجستير الموسوم ب : باللغة العربية والإعلام . كنت مدفوعة برغبة عارمة إلى خوض تجربة البحث في هذا الميدان، ويمكن إجمال الأسباب التي دعنتني إلى المغامرة بهذه الدراسة . علاوة على الدافع الرئيسي . فيما يأتي :

\* رغبتى الكبيرة في اكتشاف عالم اللغة الإعلامية التي أصبحت تجارة رائجة.

\* حب الإسهام . ولو بإثارة الموضوع . في مجال أصبح صناعة مؤثرة.

\* ولعي الشديد باللغة العربية، وشغفي القوي بمعرفة أثر الاعلام في المجتمع.

لهذه الأسباب والدوافع اخترت البحث في هذا الموضوع، ووسمت الدراسة: اللغة الإعلامية بين دلالة الكلمة وتأثير الصورة. وقد اقتضت طبيعة الموضوع تقسيمه إلى فصلين، مسبقين بمقدمة، ومدخل، ومذيلين بخاتمة فأما المقدم، فكانت . كما تقتضيه منهجية البحث . ، وأما المدخل فخصصته للحديث عن الأداء الصحفي، وتفكيك شفرة لغة الاعلام، لوضع المطلع على البحث في صورة المضامين المعالجة في فصلي البحث.

وجاء الفصل الأول للحديث عن أهمية اللغة الإعلامية وفن التأليف الصحفي، باعتبار اللغة الإعلامية وسيلة إنشاء المقال الأساس، وسبيل كتابة التقرير، وكونها سبب توصيل الرسالة إلى الرأي العام. وخصصت الفصل الثاني عن أساليب العرض الصحفي، مركزة على خصائص الصورة الصحفية وسماتها، معرجة على أهمية الصورة الصحفية وأثرها في المتلقي، أما خاتمة البحث فكانت لعرض نتائج الدراسة، ومدى الإسهام الذي أسهمت به في خدمة المعرفة، وطرح الأسئلة لفتح أفق جديدة للبحث، أما المنهج الذي تطلبته الدراسة فتمثل في المنهج الوصفي التحليلي، حيث قمت بوصف اللغة الإعلامية من خلال تحليل خصائصها.

إن السؤال الجوهرى الذي تطرحه هذه الدراسة، و أحاول الإجابة عنه في ثنايا هذا البحث، هو: كيف

تشكل اللغة المستعملة في وسائل الإعلام المختلفة علاقة تماهي بين دلالة الكلمة وتأثير الصورة؟

ولا أريد تبرير تقصيري، ولا أرغب في تسويغ ما سيجد القارئ في هذا البحث من زلات وما يعثر عليه

من هنات، ولكن لا شك أن كل بحث علمي ينشد الدقة والموضوعية، ستقف أمامه معوقات، وتحول دون بلوغه

الرضا صعوبات، ولعل أبرز ما أثر على عملي هو قلة المراجع، بالإضافة إلى قلة المصادر الأصلية الورقية محل الدراسة و صعوبة الحصول عليها إن توفرت.

أما الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلامي بشكل عام، فهي لكثرتها وسهولة الحصول عليها، قد شكلت عبئا آخر، حيث أصبح كل واحد منها يأخذ من زمن البحث وقتا قد ينتهي بطرحه جانبا لعدم دقته. أو قلة موضوعيته، كما وجدت كثيرا من الكتابات تكرارا لما سبق، فاكتفيت بالأسبق.

مدخل إلى البحث:

الأداء الصحفي

ولغة الإعلام

## 1. الأداء الصحافي:

### أ. مفهوم الأداء الصحافي:

يشير مفهوم المهنة إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير أو كذلك التي تقتضي توافر مهارات معينة تكتسب جزئياً من خلال الدورات التدريبية التي تستند إلى أسس بطريقة و ليس من خلال الممارسة فقط، و يشير المفهوم إلى الوظائف أو المهن ذات المكانة العليا التي تشمل على خبراء مدربين تدريباً فنياً متخصصاً، و يقوم بدور متخصص جداً في المجتمع و تحتاج إلى المهن الفنية العليا إلى معارف و خبرات و مهارات متعددة يتطلبها المجتمع و من الجدير بالذكر أن أصحاب المهنة العليا بمليون إلى الإحساس بأن مهنتهم قادرة بذاتها على تكوين أخلاقياتها و صياغتها أو على ضبط جودة علمهم و التحكم فيه و ذلك على أساس من احتكارها لضرب معين من ضروب المعرفة و المهنة و مسؤوليتها عن شرف المهنة و استمرارها.<sup>1</sup>

و لهذا تميل جماعات المهن الفنية العليا إلى رفض رقابة الجمهور، و مع ذلك فهي تتأثر بالجمهور الذي تعمل في خدمته، كما أنها تستجيب لحاجات جماعات المصلحة الأخرى، و متطلبات التنظيمات المهنية المختلفة. و يعرف البعض التوجه المهني بأنها الصفات المعقدة التي تتميز بها بعض المهن كالاكتداد بالمهنة، والشعور بالمسؤولية الفردية، و التطبيق العملي لدراسات فنية، و الميل نحو التنظيم الذاتي، و روح الإشارة المتزايدة و نتيجة

---

<sup>1</sup> أشرف فهمي خوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم و الرقابة، ص50.

النزعة المهنية إلى رفع قيمة المهنة، و التوسع في شروط مزاولتها، و السعي من أجل تحقيق المزيد من المزايا المادية والأدبية.<sup>1</sup>

و تتمثل المعايير الأساسية التوجه المهني في الخبرة و الاستقلال و الالتزام و المسؤولية، و كانت هذه المعايير هي الأساس الذي تم بناء عليه مقياس التوجه المهني "جاك ماكلود JACK MACLEOD"، و سيدلي مولي المكون من 24 عنصرا لقياس التوجه المهني للصحفيين و قد استعان بهذا المقياس عدد من الباحثين من أمثال "دان لاتيمور DANLATIMORE" و "أوجريمان OGUZNAYMAN" و "دونلدايرت DONALDNIRIGHT".

بناء على ما سبق يمكننا القول فيما يتعلق بالأداء المهني للصحفيين فيمكننا تعريفه بالممارسة الصحفية بمعنى إنتاج المادة الصحفية منذ أن تكون فكرة و جمع المعلومات و الحقائق من مصادر ما و معالجتها في شكل معين و عرضها على صفحات بشكل جذاب.<sup>2</sup>

و بهذا نعني إجرائيا بالأداء الصحفي الإنتاج الصحفي للقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية من حيث صناعة الرسالة الإعلامية و المادة الصحفية بكل حرية و بدون أي قيود، و بناء على معايير الجودة في العمل و قدر تحكمه في أدواتها، في إطار أخلاقيات الضابطة للمهنة.

<sup>1</sup> أشرف فهمي خوجة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

<sup>2</sup> أشرف فهمي خوجة، مرجع سبق ذكره، ص 52.

## ب. تعريف الصحفي:

لغة: هو الفعل صحفي "فالمصحف و الصحفي هو الذي يروي الخطأ عن قراءة المصحف بأشباه

الحروف".<sup>1</sup>

إما اصطلاحاً: فالصحفي هو كمية تدل على كل من اتخذ الصحافة له يمارسها على سبيل الاحتراف أو

شبه الاحتراف.<sup>2</sup>

فيمكن أن يكون مخرجاً أو محرراً، مصححاً للمواد، أو جلب الأخبار أو القيام بالتحقيقات أو

المقابلات، وجلب الصور و الرسوم، و في صفة لا تنطبق على العاملين بالقسم المالي أو التصوير و الإدارة.

و بالتالي فإن تعدد و تنوع العاملين في وسائل الإعلام أصبح مهماً لدرجة جعل من الضروري توضيح

بدقة و في كل مرة من أسس جماعة نتحدث في ضرورة الاتصال الجماهيري.

## ج. مهام الصحفي:

تتعدد و تتميز المهام التي يقوم بها الصحفيون، حيث أن متعتهم في الحياة هي تقليب كل الصخور رأساً

على عقب ليروا ما يمكن أن يخرج من تحتها من مهام،<sup>3</sup> فهي مهمة تتعلق بالتنقيب و البحث عن الأخبار

والأحداث و المعلومات، إضافة إلى هذا و حسب أحمد زكي بدوي تشمل اختصاصات الصحفيين ما يلي:<sup>4</sup>

■ تجميع و إعداد تقارير و كتابة تعليقات عن الأنباء و الأحداث الجارية لنشر ما أو إذاعتها.

■ اختيار و مراجعة و ترتيب المواد لنشر ما في الصحف و الدوريات.

■ المعاونة في تحرير الصحف و المجلات و الجرائد المهنية و ما شبه ذلك من مطبوعات.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار الكتاب العملية، بيروت، ط1، 1993، ص09.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2003، ص ص 198، 199.

<sup>3</sup> البرث لـ هستر، و أي ج. تو، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دليل الصحفي في العالم الثالث، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1992، ص111.

<sup>4</sup> أحمد زكي بدوي، معجم المهن و الرف، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبنانية، القاهرة، بيروت، ط1، 1989، ص ص 131، 132.

■ اختيار و تجميع و إعداد مواد الدعاية لأصدرتها عن طريق الصحف و الراديو و التلفزيون و وسائل الإعلام.

■ تصميم و كتابة الكتيبات و الدوريات و غير ذلك من النشرات الغنية.

■ جمع و تحليل الأخبار و الأحداث و التحقق من صدقها و قد تكون هذه الأخبار و الأحداث متعلقة بما هو سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي و مجالات أخرى.

و من هنا فإن مهام الصحفي متعددة و متداخلة، فقد نجد صحفياً متخصصاً في مهمة واحدة و قد تتعدد مهامه.

## 2. اللغة الإعلامية:

إن اللغة وعاء التفكير، والوسيلة التي يتحقق بها من التفكير في شكل محسوس.<sup>1</sup>

أما الإعلام فهو استخدام وسائل الاتصال في نشر الأخبار و الحقائق و الآراء و الأفكار بين الناس، بموضوعية و دون تحريف لإيجاد درجة عالية من الإدراك و المعرفة و الوعي لدى جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، بحيث تعتبر هذه المعرفة عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم.<sup>2</sup>

و لابد من الإشارة إلى "أن وظيفة اللغة الأساس إعلامية"<sup>3</sup> مصطلح اللغة الإعلامية فقد استخدم في القنوات التلفزيونية مع تطور البث الرقمي و انتشار الفضائيات، فمن المعلوم أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات هي شكل من أشكال اللغة المستخدمة في الصحافة (لغة الصحافة أو لغة الأدب العاجل) مع تغيرات طفيفة، دخلت عليها التلاؤم مع الأجواء المحددة للغة في الفضائيات و مخاطبة الجمهور ضمن وقت محدد وأسلوب معين.

<sup>1</sup> ينظر: الفيصل، سمر روجي، أدب الأطفال و ثقافتهم: قراءة نقدية، دمشق، اتحاد الكتاب العرب، 1998.

<sup>2</sup> ينظر: الموسوعة العربية العالمية.

<sup>3</sup> هادي نهر، الكافيات التواصلية و الاتصالية (دراسات في اللغة و الإعلام) ط1، 2003، دار العلم لطباعة و النشر و التوزيع، ص27.

هناك علاقة وثيقة بين الإعلام (بمعناه الجماهيري و هو تزويد الجماهير بالأخبار و المعلومات و الآراء بهدف التأثير فيه من خلال استخدام وسائل الإعلامية التكنولوجية المختلفة لتنفيذ عملية الاتصال) و اللغة بمعنى أنها سبق من الإشارات موجودة في أي مجتمع و أن كل كلمة تقوم مقام رمز فإن الكلمات أصلا ليست رموزا اصطلاحية مجردة و إنما هي تراكيب لغوية تهدف إليها إلى نقل المعاني و أن مدلولها الرمزي، يتغير في سياق الكلام في كل مرة تستعمل فيها فتعطي دلالة و نكهة خاصة تختلف عن سياقاتها و عندما يتعلق الأمر بالتعبير الإعلامي و نقل المعلومات.

#### أ. تعريف اللغة الإعلامية اصطلاحا:

هي لغة بنيت على نسق عمل اجتماعي عادي، فهي في جملتها فن يستخدم في الصحافة و الإعلام بوجه عام.<sup>1</sup>

و هي الكلام المنطوق أو الكتابة أو الإشارات ترسل بواسطة وسائل الاتصال المعروفة "الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الانترنت" عبر سلسلة تفاعلات متبادلة بين المرسل و المستقبل و الرسالة.

#### ب. الإعلام و اللغة:

اصطلاحا: كما سلف هو تزويد الناس بالأخبار و المعلومات و الحقائق و الآراء التي تساعد على تكوين رأي صائب في حدث أو واقعة أو مشكلة من المشكلات بحيث يعد هذا الرأي ممثلا موضوعيا عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم، أما اللغة فهي عند أرسطو نظام لفظي محدد نشأ نتيجة اتفاق بين أفراد المجموعة البشرية في مكان ما و هي رمز للفكر و غاية اللغة عند أرسطو هي تحقيق الصلات بين الإنسان و الإنسان أو معرفة الإنسان للأشياء و قد تستخدم كذلك للترفيه و المتعة في ناحية خاصة من نواحي النشاط الإنساني.

<sup>1</sup> شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، ط1، دار الجبل، بيروت، 1991، ص129.

و اللغة فعل اجتماعي من حيث أنها استجابة لحاجة الاتصال بين بني الإنسان، لا فرق أن تكون الحاجة عامة لتمشية أمور التامة في حياتهم المختلفة أو خاصة للتعبير عن الأفكار التي تجول في ذهن الفرد.<sup>1</sup>

و كلا هاتين الحاجتين يحتاجهما رجل الإعلام و علم الإعلام بشكل خاص الذي يسعى لتحقيق وظائفه الأساسية في الأخبار و الإعلام، التفسير و الشرح التوجيه و الإرشاد، التسلية و الإمتاع، الترويج والإعلان ومهمته التعبير عنها بنفسه لتوصيلها إلى أذهان الجماهير بيد تعريف الاجتماعيين للغة تعريف يتناسب و ما يريده الإعلاميون من اللغة الإعلامية أو الاتصال بالجماهير بوجه خاص.

### ج. لغة الإعلام و الانحياز:

اللغة الإعلامية هي نظام من الرموز المرئية و المسموعة اللفظية و غير اللفظية التي تستخدم في إعداد الوسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضارهم المعاني، و من خلال ذلك نتج أن اللغة الإعلامية هي الأداة التي يستخدمها الإعلاميين لتحويل الرموز، المعلومات، الآراء و الأفكار إلى مادة يمكن تلقيها من قبل الجمهور المستهدف و فهم ما تحمله من مضامين موجهة و مخطط لها مسبقاً، أما الانحياز فهو انحراف قصدي في الأخبار يقصده المراسل أو المحرر بما يتناسب مع ميوله أو قد شخص أو حدث أو مؤسسة أو موضوع معين.<sup>2</sup>

و تحدد معايير الانحياز بما يلي:

أ. اختيار حدث معين و إهمال الآخر، و هو أسلوب مسؤول عنه أساسا المحرر المسؤول الذي يكلف المراسلين بمهامهم.

ب. الانحياز عن طريق المصدر رأيت الصحف على أن تقبل وجهة النظر الرسمية و تفضلها على وجهات النظر الأخرى.

<sup>1</sup> محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام بين الفصحى و العامية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الأول، 2005، ص175.

<sup>2</sup> ينظر عبد العزيز شرف، مرجع سبق ذكره، ص ص 129-130.

- ج. ترتيب التفاصيل و اختيارها: قد يهمل الكاتب تفاصيل معينة و يميز تفاصيل أخرى و بذلك يسلط الأضواء على جوانب معينة من الموضوع دون سواها.
- د. شحن المفردات: يعتمد الكاتب الصحفي إلى شحن مفرداتهم عاطفياً بقصد الإثارة و الصحفي من يقع في شرك الانحياز و الذاتية.
- هـ. الانحياز الواعي: و يحدث عند رفض أحد طرفي القضية أو النزاع.
- و. الاستنتاج و الحكم: يستخلص الإعلامي في كثير من الحالات تقاريره من المصادر الرسمية دون أن يذهب إلى مواضيع الحدث نفسه.
- و يستطيع الإعلامي في أي وسيلة اتصالية اختيار مفردات معينة و كلمات و جمل، يمكن أن يوظفها في القيام بعملية الإشارة و التحريض أو منعها و من هذه الألفاظ ذات الاستخدام المترادف، هفوة غلطة/ حوادث، شغب، مظاهرات/ إسلامي، سلم/ مذبح، حوادث قتل/ تجارب الرب، الصقور/ هزيمة، نكتة/ إشاعة، همس الأخطاء، السلبات/ عصيان/ اعتصام/ المعارضة، الرأي الأخر/ الجرائم، التحاوزات/ الدين، القيم الروحية/ زيادة الأسعار، تحريك الأسعار/ المقبوض عليهم، المتحفظ عليهم/ خفض الاستهلاك، ترشيد الاستهلاك/ الدول الغربية أو الدول الديمقراطية أو المتقدمة، الدول المتخلفة/ الدول النامية/ الجاسوس شخص غير مرغوب فيه/ حرب الخليج، أزمة الخليج/ غازات جوية طلعات جوية/ النظام، الدولة المتدينون، المتستخدمون الأصولي أو السليبي أو المتطرفون/ رقابة المطبوعات، فحص المطبوعات/ قيود إرشادات/ جدل مقاتلو الشيشان، الإرهابيون/ جيش التحرير كوسوفا، الانفصاليون/ المتحفظ عليهم المقبوض عليهم/ احتواء، السيطرة أو الغلبة لحل الأزمة/ قال، أبلغ، أعلن، أدعى، سدد، اهتم.

## د. لغة الإعلام الرمزية:

و هي استخدام الكلمات الرمزية أو مفردات و التعبيرات الدارجة و العامية هي لغة موجهة من المراسلين المصرفين حيث يقومون بنقل الروب و النزاعات الدولية و أحداث البلدان التي تطبق رقابة صارمة على التقارير الإعلامية (الصحفية خاصة) حيث وضعوا تقاليد بسيطة لنقل الأحداث الساخنة في دول العالم الثالث و الدول التي تتمسك بنظام صحفي ينظم عمل المراسلين الأجانب و يجعله تحت رقابة صارمة.<sup>1</sup>

لذلك فإن تقارير هؤلاء المراسلين توصف بأنها:

- تقرير مثير و تحريضي.
- تقرير مثير للشكوك.
- تقرير مختار.
- تقرير مجروح بالدولة.
- تقرير متهور.

و نصيحة الصحفي و المراسل المحترف (مورث روزيلوم) في كتابه انقلابات و زلازل كانت بليغة حيث يقول: عندما يدرك الصحفي و المراسل الوقت فإنه يقدم الرشوة و يخادع، يكذب و يصرخ و يخالف مع أقرب شيطان دونهما لحظة واحدة من التردد.<sup>2</sup>

إن كل ما وجدناه في البحوث و الدراسات المتعلقة بما يسمى باللغة الإعلام لا يتعدى القول بأن اللغة الإعلامية (لا تعني ما توصف به اللغة الأدبية من تذوق فني جمالي، أو ما توصف به اللغة العلمية من تحريض نظري، إنما لغة بنية على نسق عملي اجتماعي عادي فهي في جملتها فن يستخدم في الإعلام بوجه عام.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ينظر: عبد العزيز شرف، مرجع سبق ذكره، ص ص 177-178.

<sup>2</sup> محمد هيام، مرجع سبق ذكره، ص 61.

<sup>3</sup> هادي نهر، الكافيات التواصلية و الاتصالية (دارسات في اللغة و الإعلام)، ط1، 2003، ص 51.

و مثل هذه التوصيف على الرغم من أنه يجعل من اللغة (فنا) لا يشير مطلقا إلى مقومات لغة الإعلام المزعومة، و إن كان (النسق العملي) جزء مقبولا من أوصاف أية لغة من اللغات يؤكد أن اللغة واحدة، رد على ذلك فإن القول بالنسق العلمي إنما هو وصف للأسلوب الذي تستعمل فيه اللغة و ليس وصفا للغة، لأن اللغة التي تستعمل في الإعلام تمثل أسلوب يهدف إلى إيراد الحقائق و المعلومات و إبلاغها شأنه في هذا التبليغ والإيصال شأن أي أسلوب لغوي أخرى مع اختلاف في الأهداف، و الغايات، و القيم الأسلوبية و الجمالية.

#### هـ. خصائص اللغة الإعلامية:

بغض النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام و خصوصيتها، و حاجتها إلى لغة خاصة بها متلائمة معها، فإن هناك عدة خصائص عامة يجب توافرها في اللغة الإعلامية، يمكن أن نختار أهمها على النحو التالي:

أ. **الوضوح:** و تعتبر هذه السمة من أبرز سمات لغة الإعلام و أكثرها بروزا، و يرجع ذلك إلى أن طبيعة

وسائل الإعلام من ناحية إلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى.<sup>1</sup>

ب. **المعاصرة:** و يقصد بها أن تكون الكلمات و الجمل و التراكيب و التعبيرات اللغوية متناسبة مع الروح

العصر، و متسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة و الكلمات المعجمية و الجمل المركبة قد لا تكون متناسبة

للغة الإعلامية إلى في موضوعات معينة و في حالات محددة.

ج. **الملائمة:** أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية و مع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى ولغة

الصحافة تستهدف فئات اجتماعية و تعليمية و اقتصادية معينة و تتوجه إلى حاسة البصر فيجب أن

تكون ملائمة.

<sup>1</sup> سامي الشريف، اللغة الإعلامية المفاهيم، الأسس، التطبيقات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004، ص ص 28-29.

د. الجاذبية: و يقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكيم و الشرح و الوصف بطريقة حيث و مسلية و مشوقة، فلا وجود لجمهور إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية و التشويق.

هـ. الاختصار: و تنبع هذه الخصيصة من طبيعة الوسيلة المحدودة من ناحية و طبيعة الجمهور، فمهما كان الحجم الصحيفة كبيرا فإنها محدودة في صفاتها و المطلوب كتابتها أكبر من عدد رقاتها، و مهما كان وقت البرنامج كبيرا فالموضوعات أكبر منه، و لذلك فلا بد من الاختصار و أن تكون اللغة قادرة على الاختصار و الإيجاز و مساعدة عليه.

و. المرونة: و يقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات سلاسة و دون تعسف، و أن تكون متعددة المستويات بحيث يستطيع مخاطبة أكثر من جمهور و معالجة موضوع و قضايا.

ز. القابلية للتطور: و هي مهمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الثلاثينات غير مثلتها في الخمسينات و الستينيات، و مدة بدورها تختلف عن مثلتها في السبعينات و حتى التسعينات، و لغة الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة كما سبقها صحيح أن بها عناصر ضعف و لكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير، و أكثر قدرة على الجذب.

# الفصل الأول:

## اللغة الإعلامية و فن التأليف الصحفي

✚ اللغة الإعلامية بين إنشاء المقال و كتابة التقارير.

اللغة الإعلامية و توصيل الرسالة إلى الرأي العام

## I. اللغة الإعلامية بين إنشاء المقال وكتابة التقرير:

### 1. المقال الصحفي:

من أشهر قواعد العمل الصحفي أنّ الخبر مقدس والتعليق حر حيث يدخل المقال في إطار هذا التعليق

بما يميزه عن غيره من الفنون الصحفية بحيث يعد العنصر الشخصي ركنا أساسيا من أركانه، ويختلف المقال

الصحفي عن باقي الفنون التي تم استعراضها من حيث أنه تعبير ذات شخصي عن الأفكار والخبرات ولا اتجاهات

حتى لو كان هذا التعبير معارضا في مضمونه لأفكار وخبرات أخرى، ورغم أن بداية الصحافة الأولى في العالم

كانت الصحافة مقال وتحولت إلى صحافة خبر إلا أن المقال لم يفقد أهميته وحيويته، بل يعتبر مؤشرا من مؤشرات

الديمقراطية والحريات التي يتمتع بها بلد دون الآخر خاصة المقالات النقدية التي تهاجم مظاهر الفساد والسياسات

غير السوية في المجتمع أيا كان مصدرها، كما يدل المقال على نزوج المجتمع واتجاهات الرأي العام فيه.

ويعتبر أحد الخبراء عن المقال بكلمات فيقول عنه: المقل رسالة من العقل إلى العقل والقلب<sup>1</sup>.

أما المقال كما عرفه محمود أدهم: "فكرة يقتضها الكاتب من خلال معاشته الكاملة للأنباء والآراء

والقضايا والاتجاهات والمشكلات المؤثرة على القراء والمجتمع بحيث يعرضها ويشرحها بالتأييد أو

المعارضة بلغة واضحة وأسلوب مبسط يعكس شخصه وفكره"<sup>2</sup>.

وتعرفه دائرة المعارف البريطانية على أنه "إنشاء متوسط يكتب النشر فيه الصحف ويعالج موضوعا

معينا بطريقة مبسطة وموجزة على أن يلزم الكاتب حدود الموضوع". غير أن هذا التعريف لا يشمل المقال

التحليلي الذي يحتاج كاتبه إلى تناول القضية بأبعادها المختلفة لذا عادة ما تكون مساحته كبيرة<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>: محمود أدهم، الفن الصحفي في العالم، ص58.

<sup>2</sup>: محمود أدهم، مرجع سبق ذكره، ص58.

<sup>3</sup>: صالح أبو أصيب ومحمد عبد الله، فن المقالة، دار المجدلاوي، للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص18.

## 2. أنواع المقال الصحفي:

للمقال الصحفي أنواع مختلفة أخذت تتطور حتى صار كل منها يشكل فنا صحفيا قائما بذاته وهي:<sup>1</sup>

- المقال الافتتاحي
- المقال العمود
- المقال النقدي
- المقال التحليلي
- مقال اليوميات

وقد تجد بعض الكتاب يجتهدون في وضع أنواع أخرى من المقالات غير ذلك المذكورة، ومن هذه الأنواع المقال التفسيري والمقال المتخصص ومقال المقال المناسبات ومقال الفكاهة.

## 3. وظائف المقال الصحفي:

المقال الصحفي لا يكتب فقط للتعرف على الآراء بصورة مجردة أو لتبادل الأفكار وإنما يؤدي العديد من الوظائف أهمها:

- أ. الإعلام: بتقديم معلومات وأفكار جديدة عن قضايا ومشكلات تشغل بال الرأي العام.
- ب. الشرح والتفسير: من خلال التعليق على الأخبار والأحداث اليومية بهدف استجلاء أبعادها ودلالاتها.
- ج. التثقيف: عن طريق تفسير المعارف الإنسانية المختلفة.
- د. الدعاية السياسية: بنشر سياسات الحكومات والأحزاب ومواقعها المختلفة من القضايا.

---

<sup>1</sup>: فاروق أبو زيد، مقدمة في علم الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح سنة 1999، ص50.

هـ. **تعبئة الجماهير:** بهدف خدمة النظام سياسي أو اجتماعي معين أو للإسهام في إثارة الجماهير وحشد طاقاتها وتحقيق التنمية الوطنية.

و. **تكوين الرأي العام:** من خلال التأثير على اتجاهات الرأي السائد في المجتمع بالسلب أو الإيجاب.

ز. **التسلية و الإمتاع:** للترويح عن القراء مع ارتباط التسلية بهدف معين.

ح. **تنمية المجتمع في المجالات المختلفة.**

ط. **الدفاع عن المبادئ السامية والعقيدة الإسلامية في مواجهة الادعاءات الزائفة بحقه.**

ي. **الدفاع عن الحريات التي لا تتناقض مع المبادئ والأخلاقيات.**

بأي لغة نكتب المقال؟

المقال الصحفي يختلف عن المقال الأدبي الذي يعرض تجربة الكاتب الذاتي وعواطفه، ومشاعره وعن

المقال الذي يعتمد أساساً على الحقائق والنظريات العلمية، فهو وسط بين الاثنين لأن فيه شيء من ذاتية الكاتب

الأدبي وموضوعية العالم، فلغة المقال الصحفي أقرب إلى لغة الحياة العامة بمعنى أن يفهمها كل الناس على

اختلاف مستوياتهم التعليمية أو الثقافية، ولكنها ليست اللغة العامية. ويصف البعض هذه اللغة بالقول: اللغة

العربية المعاصرة، أو فصحي عصر الصحافة والإعلام.

#### 4. البناء الفني للمقال:<sup>1</sup>

يتمون البناء الفني الأساسي للمقال من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة، الجسم، والخاتمة، ويكتب المقال بقالب

الهرم المعتدل على عكس كتابة الخبر الصحفي، بحيث لا يمكن الاستغناء عن أي جزء منهم لأن ذلك يقلل من

شأن المقال ويحدد من فاعليته، وإن كانت الخاتمة هي الأقل حظاً بين كتاب المقال وهو ما يقتضي الانتباه إليه.

وتتضمن هذه الأجزاء:

<sup>1</sup>: فاروق أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص58.

❖ **المقدمة:** كل موضوع صحفي يبدأ بمقدمة، وفي المقال نبدأ بمدخل تمهيدي للفكرة لإثارة انتباه القارئ وشده متابعة بقية المقال، كما يمكن أن تتضمن فكرة جديدة مثيرة أو قضية تشغل بال الرأي العام، أو تعليقا على خبر هام يتداوله الناس أو وصفا لمشكلة خطيرة وحساسة في المجتمع.

❖ **الجسم:** وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الحيوية والجوهرية (السمة) في المقال، ويضم البيانات والمعلومات والحقائق، المرتبطة بالموضوع، الأدلة والأسانيد المؤيدة لوجهة نظر الكاتب، أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة والخلفية التاريخية للموضوع.

❖ **الخاتمة:** وهي أهم أجزاء المقال التي يتوقف عليها مدى اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بفكرة الموضوع وبآراء الكاتب وغالبا ما تضم واحد من النقاط التالية: خلاصة ما توصل إليه الكاتب من آراء، دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد حلول للقضية أو المشكلة المطروحة، لتفعيل دوره أو دفع القارئ لاتخاذ موقف معين اتجاه موضوع مطروح، أو النصيحة التي يقدمها الكاتب للقراء عامة، وللمترابطين بالموضوع خاصة.

## 5. أنواع المقالات الصحفية:

ونقدم فيما يلي نبذة مختصرة للتعريف بكل نوع من أنواع المقالات الصحفية التي ورد ذكرها:

### أ. فن المقال لافتاحي (الافتتاحيات):

ويقوم على أساس شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن السياسة الصحفية تجاه هذه الأحداث والقضايا المجتمعية أو الدولية، والمقال الافتتاحي الذي تراجعت مكانته في الصحف اليومية (لازالت صحيفة القدس هي الصحيفة اليومية الوحيدة التي تحافظ عليه بصورة دورية من خلال مقالها "حديث القدس"<sup>1</sup>) يربط القراء بالصحيفة من ناحية، وبالأحداث اليومية الجارية من ناحية أخرى.

ولأنه يعبر تماما عن سياسة الصحيفة فإن مهمة كتابته تسند إلى رئيس التحرير أو كبار الكتاب في الصحيفة والمؤسسة وهو لا يوقع باسم كاتبه لأنه يمثل رأي المؤسسة لا رأي الشخص.

<sup>1</sup>: محمود أدهم، الفن الصحفي في العالم، ص59.

أما المعادلة التي يقوم عليها المقال الافتتاحي فهي: محاولة الربط بين سياسة الصحيفة وبين طبيعة النظام السياسي والاجتماعي في البلد الذي تصدر فيه ثم مراعاة الجمهور المستهدف من القراء<sup>1</sup>، وموضوعاته شاملة للأخبار والمشاكل التي تشغل الرأي العام، إضافة إلى القضايا الاقتصادية، والثقافية، وحتى الرياضية في بعض الأحيان.

ومن أنواعه التي وضعها بعض المختصين: المقال الافتتاحي الشارح المفسّر، والمقال الافتتاحي النزالي، والمقال المستكشف، والمقال المقارن، إضافة إلى المقال التحذيري، والمقال الشامل<sup>2</sup>

### خصائص المقال الافتتاحي:

ويتميز المقال الافتتاحي بالخصائص التالية:

- التعبير عن سياسة الصحيفة، سواء كانت هذه الصحيفة مستقلة أو تابعة لحزب من الأحزاب أو معبرة عن اتجاه سياسي أو اجتماعي أو فكري، في البلد الذي تصدر فيه.
- متابعة الأحداث اليومية سواء كانت تلك التي تقع في التطابق المحلي أو تلك التي تقع على نطاق دولي.
- الاهتمام بالقضايا التي تهتم بالرأي العام وتشغل أذهان القراء.
- ضرورة إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا التي يتناولها المقال الافتتاحي بالشرح والتحليل.
- استخدام لغة سلسة بسيطة وأسلوب واضح محدد يتلاءم وطبيعة قراء الصحيفة الذين تختلف مستوياتهم الثقافية.
- القدرة على إقناع القارئ بالقضية أو الرأي الذي تنادي به الصحيفة بما يقدمه الكاتب من حجج منطقية وأدلة كافية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمود أدهم: مرجع سبق ذكره، ص 60.

<sup>2</sup> موقع مرآة الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي (www.al-raeed.net/trainnig)

<sup>3</sup> محمد منير حجاب. الموسوعة الإعلامية. المجلد الخامس ص 173.

يكتب المقال الافتتاحي بطريقة الهرم لمعتدل أي يتكون من ثلاثة أجزاء هي: المقدمة، والجسم، والخاتمة.

### أولاً: مقدمة المقال الافتتاحي:<sup>1</sup>

وهي تحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الخبر أو قضية أو مشكلة أو الفكرة التي يدور حولها

المقال، وهذه المقدمة يمكن أن تضع النقاط التالية:

- عرض فكرة مثيرة لاهتمام القراء.
- طرح قضية هامة تمس مصالح القراء.
- وصف مشكلة خطيرة صارت حديث الناس في المجتمع والمقدمة تقوم بعدة وظائف هي:
  - ❖ تهيئة ذهن القراء لموضوع المقال.
  - ❖ إعادة تذكير القارئ بالخبر أو الحادثة أو القضية، موضوع المقال.
  - ❖ جذب انتباه القارئ ودفعه إلى قراءة المقال عن طريق الطرح الجديد والشيق للموضوع.

### ثانياً: جسم المقال الافتتاحي:

وهو الجزء الذي يحتوي على المادة الجوهرية في المقال قد يحتوي على النقاط التالية:

- البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن الموضوع.
- الأدلة والحجج والأسانيد التي تؤيد وجهة نظر كاتب المقال.
- الخلفية التاريخية للموضوع.

<sup>1</sup>: محمود أدهم، الفن الصحفي في العالم، ص62.

■ أبعاد الموضوع ودلالته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية ووظيفة جسم المقال الافتتاحي  
تنحصر في النقاط التالية:

- ❖ تقديم البيانات الكافية لإشباع رغبة القارئ في الموضوع.
- ❖ تقديم الحجج المنطقية التي تدعم وجهة نظر الصحيفة في الموضوع.
- ❖ إقناع القارئ بموقف الصحيفة أو سياستها تجاه موضوع المقال.

### ثالثاً: خاتمة المقال الافتتاحي:

والخاتمة هي أجزاء المقال وعليها يتوقف مدى اقتناع القارئ أو عدم إقناعه بسياسة الصحيفة. وغالبا ما  
تضم الخاتمة النقاط التالية:<sup>1</sup>

- ❖ خلاصة الآراء والأفكار التي تصل إليها الصحيفة في موضوع المقال.
- ❖ دعوة القارئ للمشاركة في إيجاد حلول لقضية أو مشكلة مطروحة.
- ❖ دفع القارئ إلى اتخاذ موقف معين إزاء موضوع معين.

### ب. فن العمود الصحفي<sup>2</sup>:

المقال العمودي عبارة عن مساحة محدودة من الصحيفة تضعها الصحيفة تحت تصرف أحد الكتاب  
للتعبير من خلالها عن آرائه وأفكاره وخواطره دون أن تشترط عليه التزامه بسياستها مع الحرص على عدم المعارضة  
القوية لها.

ويعتبر المقال العمودي من أكثر المقالات قبولا وقراءة وصدى لدى القراء لأنه يمتاز "بخفة الظل" النابعة  
من قصر مساحته وبلاغة كلماته وقوة معانيه وتجدد موضوعاته خاصة المقالات العمودية اليومية.

### خصائص العمود الصحفي:

<sup>1</sup>: فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة، ص292.

<sup>2</sup>: محمد منير حجاب . الموسوعة الإعلامية . المجلد الخامس، ص173.

- الجمع بين بساطة اللغة الصحفية وسهولتها ووضوحها بين جمال اللغة الأدبية.
- يعبر عن التجربة الذاتية للكاتب.
- يقوم على أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب والقراءة.
- يقوم على تطبيق القاعدة الذهبية في الصحافة والتي تقول: أكبر كم من المعاني والمعلومات في أقل قدر ممكن من الألفاظ<sup>1</sup>.

### العناصر الثابتة في المقال العمودي:

والمقال العمودي إضافة إلى أنه يحمل توقيع واسم كاتبه فلا بد أن يحافظ على عدد من العناصر الثابتة، وهي:

1. أن ينشر في صفحة ثابتة.
  2. له عنوان عمودي ثابت بخلاف عنوان المقال المتغير حسب الموضوع.
  3. أن يكون له موقعا ثابتا على الصفحة الثابتة.
  4. أن تكون له دورية نشر ثابتة.
- وتمتاز موضوعاته بالحيوية البالغة والإثارة الهادفة ولا يوجد قيود على المجالات والموضوعات التي يطرقها الكاتب، فمن حقه أن يكتب في السياسة والاقتصاد والأمن والثقافة والفن والأدب وغير ذلك مع اختلاف زاوية المعالجة للموضوع، فكاتب المقال العمودي الذي يفترض في مساحته أن يكون محدودة عليه أن يهتم بمعالجة الموضوع الذي يطرحه من زاوية محددة ومركزة دونما تشتت أو توسع.

ومن أمثلة المقالات العمودية في الصحافة الفلسطينية: مقال دفاتر الأيام وأطراف النهار لحسن البطل في صحيفة الأيام، ومقال حياتنا لحافظ البرغوثي، ومقال حديث الأربعاء لأحمد دحبور في صحيفة الحياة الجديدة.

<sup>1</sup>: عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي في أدب طه حسين، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكاتب 1985، ص192.

ويشار هنا إلى أن فن المقال العمودي الصحفي انتشر بصورة واسعة وملحوظة في الفترة الأخيرة في المواقع الإلكترونية الفلسطينية والعربية على حد سواء.

### أسلوب المقال العمودي<sup>1</sup>:

يتوفر في أسلوبه قدر من الأسلوب الأدبي الجمالي من حيث الاعتناء بالألفاظ واستخدام الصور البيانية والموسيقى اللفظية شريطة عدم الإغراق فيها حتى لا يصبح أدبا خالصا ويتحول إلى خاطرة ويصفه البعض على أنه (وجبة سريعة دسمة).

كما يغلب على أسلوب المقال العمودي النقدي من خلال تناول بعض القضايا والأفكار وتقديم وجهة نظر مخالفة أو معارضة للفكرة. ويميل المقال العمودي إلى الاهتمام بالشؤون العامة، لذا يهتم البعض بمعالجة هذه القضايا المتجددة بأسلوب نقدي قائم على السخرية (المضحك المبكي) تجاه الظواهر السلبية في المجتمع.

### كتابة العمود الصحفي<sup>2</sup>:

يكتب العمود الصحفي كالمقال الافتتاحي من ثلاثة أجزاء (المقدمة، الجسم، الخاتمة).

---

<sup>1</sup>: سلامة موسى . الصحافة حرفة ورسالة . القاهرة دار الفكر المصري 1958، ص71.

<sup>2</sup>: سلامة موسى، الصحافة حرفة ورسالة ، نفس المرجع، ص71.

## أولاً: مقدمة العمود الصحفي:

وتشمل المدخل أو زاوية يمهّد بها الكاتب لموضوع العمود وهذا المدخل أو الزاوية يمكن أن يشمل على

النقاط التالية:

- خبراً من الأخبار أو حدثاً من الأحداث الهامة الجارية بشرط أن يركز الكاتب على زاوية معينة أثارت انتباهه ويرى أنها تهمّ القراء في نفس الوقت.
- فكرة أو خاطرة أو لمحة أو انطباع يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح وتوضيح أو إلى تفسير وتعليق أو إلى استخلاص العبرة منه.
- قضية أو مشكلة أو حدث يرى الكاتب أنه يمس مصالح القراء أو يثير اهتمامهم، وللكاتب أو القضية وجهة نظر يريد الإفصاح عنها، ولكن يشترط أن تكون الزاوية التي يتناولها الكاتب من خلالها هذه القضية أقرب إلى اهتمام الناس وتفكيرهم، أو قد تكون الزاوية هي تجربة الكاتب الذاتية مع الحدث أو القضية نفسها.
- حكمة مأثورة أو مثل شعبي معروف، أو قول لمفكر أو كاتب أو فيلسوف، وأحياناً يبدأ العمود بتصريح هام لشخصية من الشخصيات التي تلعب دوراً في الأخبار اليومية، فيستند إليه كاتب العمود في إبراز الفكرة التي يريد قولها.

## ثانياً: جسم العمود الصحفي:

وهو يضم جوهر المادة ويحتويها العمود الصحفي، وقد يشمل النقاط التالية:

- الأدلة والشواهد أو الحجج التي يؤكد بها الكاتب رأيه.
- تفاصيل الحدث أو الصورة الحية أو القصة أو المشكلة أو القضية التي يطرحها الكاتب على القراء.

- عندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ وإجابة من الكاتب فإن جسم العمود الصحفي يتضمن إجابة الكاتب على سؤال القارئ.

### ثالثاً: خاتمة العمود الصحفي:

وقد تشمل الخاتمة على إحدى النقاط التالية:

- خلاصة رأي الكاتب في الحدث أو القضية أو المشكلة التي يعرضها.
- العبرة أو الموعظة أو الحكمة.

### ج. المقال النقدي:

ويقوم المقال النقدي أساساً على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، بهدف

توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته على اختيار ما يقرأ ويشاهد ويسمع من وسط الكم الهائل من الإنتاج المتدفق على كافة المستويات.

ويتضمن تقييم شكل ومضمون العمل الفني أو الأدبي أو العلمي الكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية،

وليس فقط الجوانب السلبية، وتقوم عملية التقييم على أساسين هما: إتباع الأصول العلمية والقواعد والنظريات وانطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفكرية.

### مجالات المقال النقدي:

وتتسع مجالات المقال النقدي لتشمل غالبية النشاط الإنساني:

- الإنتاج الأدبي: من قصص وروايات وشعر وأغاني.
- الإنتاج المسرحي: مطبوعاً أو معروضاً على المسرح.
- الإنتاج السينمائي: أفلام كارتون، أفلام تسجيلية، أفلام وثائقية.
- الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: تمثيليات، أغاني، وبرامج متنوعة.

- الإنتاج التشكيلي: رسوم كاريكاتورية، صور، نحت.
- الإنتاج العلمي: مؤلفات، كتب، دراسات وأبحاث.

### وظائف المقال النقدي<sup>1</sup>:

- عرض وشرح وتفسير وتحليل الأعمال الأدبية الفنية والعلمية والكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة.
- تقييم شكل ومضمون العمل الفني والأدبي والعلمي وذلك بكشف عن جوانبه الإيجابية والسلبية.
- إرشاد القارئ ومعاونته على اختيار أفضل الأعمال الفنية أو الأدبية أو العلمية المناسبة وذات المستوى المرتفع، فالمقال النقدي هو الذي يشير مثلا على القارئ بالفيلم الذي لا يستحق.
- الكشف عن آثار ونتائج العمل الفني والأدبي على جمهور المتلقي، فالناقد السينمائي لا يهتم فقط بإبراز نواحي الجمال أو القبح ولا بنواحي الجودة أو الرداءة في الفيلم الذي ينقده، وإنما يمكنه أن يقوم أيضا بالإشارة إلى تأثير هذا الفيلم على جمهور المشاهدين.

### لغة المقال النقدي:

المقال النقدي يجمع بين اللغة الصحفية واللغة العلمية، بين جمال وذوق اللغة الأدبية، مع ضرورة أن تتوفر فيه أيضا ملامح وخصائص اللغة الصحفية أي البساطة والوضوح والسهولة. والنقد نفسه سواء كان نقدا أدبيا أو فنيا أو علميا يقوم على أساسين:

**الأول:** النظريات والقواعد، والأصول العلمية، والناقد الأدبي، أو الفني أو العلمي، ملتزم في كتابته للمقال النقدي بقواعد وأصول ونظريات العلم الذي تخصص فيه.

<sup>1</sup>: فرينز بوند، مرجع سبق ذكره، ص 295.

**الثاني:** انطباعات الكاتب الذاتية وذوقه الفني ورؤيته الفنية والفكرية الخاصة فالمقال النقدي ليس مجرد

عملية ميكانيكية لتطبيق قواعد علمية صارمة والخروج منها بنتائج محددة وإنما هو في نفس الوقت علم وفن،

ومزيج بين موضوعية العالم وذاتية الفنان، ولعل هذا هو الذي يفرق بين ناقد وآخر.

### بناء المقال النقدي<sup>1</sup>:

يقوم المقال النقدي على طريقة الهرم المعتدل تماما كالمقال الافتتاحي والعمود الصحفي، بحيث يتضمن

ثلاثة أجزاء.

#### أولاً: مقدمة المقال النقدي: وتشمل النقاط التالية:

- القضية أو المشكلة أو الفكرة الهامة التي يثيرها موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي.
- التجديد أو التطوير أو العنصر الجديد الذي يطرحه شكل ومضمون هذا العمل.
- مدى الإقبال الجمهور على هذا العمل، أو مدى إعراضه عنه.

#### ثانياً: جسم المقال النقدي يضم النقاط التالية:

- عرض موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي.
- تحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة للعمل.
- تقديم المعلومات الخفية أو التاريخية للعمل نفسه.
- المقارنة بين هذا العمل وغيره من الأعمال المشابهة.

#### ثالثاً: خاتمة المقال النقدي: وتشمل النقاط التالية:

- التقييم النهائي للعمل وتحديد مستواه بالنسبة لغيره من الأعمال المشابهة.
- دعوة القارئ إلى سماع أو مشاهدة أو قراءة هذا العمل أو دعوته إلى عدم الاهتمام به.

<sup>1</sup>: فريزر بوند، مرجع سبق ذكره، ص 292.

## د. المقال التحليلي:

هو أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً حيث يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام، كما يتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات.

والمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل.

ولأن المقال التحليلي يقوم على التحليل العميق والمدرّس للأحداث فهو غالباً ما يكون أسبوعياً ولو كان ينشر في صحيفة يومية وليس هناك حجم معين للمقال التحليلي ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة أو أكثر في بعض الأحيان<sup>1</sup>.

## وظائف المقال التحليلي<sup>2</sup>:

للمقال التحليلي عدة وظائف هامة ولكن يبرز في مقدمتها الوظائف الثلاث التالية:

- عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها ودلالاتها.
- مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي ومساعدة القراء على فهمها ومتابعتها.
- التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع وطر وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية في البلد الذي تصدر به الصحيفة.

<sup>1</sup>: جريدة الزمان. العدد 3581 الأول من شهر أيار.

<sup>2</sup>: عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير، 133.

## كتابة المقال التحليلي:

يكتب المقال التحليلي \_ شأنه في ذلك شأن جميع أنواع المقال الصحفي \_ على قالب الهرم المعتدل، ويحتوي على مقدمة وجسم وخاتمة، ولكن المقال التحليلي يتميز عن كل من المقال الافتتاحي والعمود الصحفي بكبر حجم مساحته في الصحيفة وهو الأمر الذي يسمح لكاتبه بأن يحشد في جسم المقال أكبر كمية من التفاصيل والحجج المنطقية والأدلة والشواهد التي تشرح موضوع المقال.

### هـ. فن اليوميات الصحفية:

اليوميات الصحفية ليست في حقيقة الأمر سوى مجموعة من الأعمدة يكتبها كاتب واحد مرة واحدة في الأسبوع، فالفقرات التي تضمها اليوميات إذا أخذت كل منها على حدة لما اختلفت كل فقرة منها عن العمود الصحفي في شيء سواء في موضوع اليوميات أو لغتها، أو في بنائها الفني القائم على الهرم المعتدل. فموضوعات اليوميات الصحفية يمكن أن تستوعب السياسة والاقتصاد والاجتماع وقضايا الفكر، والفن والأدب وكذلك مشاكل الناس وهمومهم، ولغة اليوميات تجمع شأنها شأن العمود الصحفي بين بساطة اللغة الصحفية وجمال اللغة الأدبية، وكذلك في كونها تقوم على التجربة الذاتية للكاتب.

وقد انتشرت اليوميات الصحفية في الصحافة العالمية والعربية في النصف الأول من القرن (الماضي) وخاصة في أوقات ازدهار صحافة الرأي ولكن كثيرا من الصحف بدأت تخلي صفحاتها من هذا الفن الصحي مع بداية ربع القرن الأخير، حيث بات من النادر أن تجد صحيفة تفرد مساحة من صفحاتها لهذا الفن، وبعد أن كان فن اليوميات بابا رئيسيا من أبواب الصحف، والمجلات العربية-وغالبا ما تفسح له صفحاتها الأخيرة- صار من النادر أن تجد صحيفة أو مجلة عربية ما زالت تحتفظ بهذا اللون من الألوان الصحفية.

ويمكن أن نرجع هذا التراجع إلى عاملين: الأول: أن فن العمود الصحفي صار يؤدي جميع وظائف

اليوميات بالإضافة إلى تميزه بصغر المساحة التي يشغلها من الصحيفة.

والثاني: تراجع صحافة الرأي وغلبة صحافة الخبر على الصحافة المعاصرة.

## 6. التقرير الصحفي وأنواعه:

التقرير الصحفي هو أحد أهم الفنون الصحفية المستخدمة، نظرا لما يقدمه من معلومات وتفاصيل حول حدث معين تساعد القارئ على فهم ما يجري حوله، فالتقرير له أهمية كبيرة في الصحف كونه يقدم تفاصيل أكبر من الخبر، وأقل من التحقيق، إضافة إلى مكانته بين الفنون الصحفية الأخرى التي يختلف ويتشابه معها في بعض الأحيان ولكن للتقرير الصحفي شخصيته المميزة والمستقلة، وله خصائص معينة يخضع لها، حتى نستطيع التمييز بينها وبين غيره من الأشكال الصحفية المختلفة والمتعددة، ويحظى التقرير مؤخرا بمكانة من ذي قبل نظرا لاعتماد القارئ على الصحيفة كمصدر للأخبار أصبح أقل بسبب انتشار الأقمار الصناعية.

## 7. أهمية التقرير الصحفي:

يعد التقرير الصحفي هاما، نظرا لما يقدمه من معلومات حول الأحداث، بصورة سريعة، ولكنها مستوفية للعديد من العناصر المفقودة في الخبر الصحفي، كما أنه يراعي ظروف القارئ المتعجل، لذا يقدم بطريقة بسيطة وجذابة، ويحاول أن يراعي ظروف القارئ بكل ما يرتبط بالحدث من خلال حشد المعلومات الهامة بطريقة مشوقة تكسب لغة القراء وتدفعهم للمتابعة، فالتقرير الصحفي لا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الأساسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر، وإنما يمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان، والأشخاص، والظروف التي ترتبط بالحدث، لذا فهو لا يقتصر على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث، وإنما يسمح في الوقت نفسه بإبراز الآراء الشخصية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>: فاروق أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص135.

والتقرير الصحفي يكتب ليؤدي وظيفة إخبارية موسعة ومفصلة، ومن هنا يعتبر النوع والكم الإخباري الوارد في التقرير لصياغة التقرير وتجنب الحمل والكلام الذي لا يؤدي وظيفة معرفية إخبارية جديدة، فالتقرير مهما طال وغطى الصفحات يبقى مقبولا بالقدر الإخباري الذي يتضمنه<sup>1</sup>

### تعريف التقرير الصحفي:

التقرير الصحافي هو أحد أنواع الصحافة التسجيلية والذي يعطي الصورة المتكاملة والشاملة عن مشكلة أو موضوع من الموضوعات، حيث يستطيع اختصار عمل محرره في جمع وتسجيل وتحرير وتصوير كل ما يدور حوله من الأخبار التي تهتم بالرأي العام، وهذا ما يعني ببساطة كتابة مذكرة إيضاحية حول الموضوع المطروح فهو<sup>2</sup> تسجيل لما يراه المندوب الصحفي ولما يسمعه، ولما يستطيع أن يعرفه بطريق مباشر أو غير مباشر، ثم في أوقت نفسه مراقبة لصحة الوقائع التي يسجلها وتنسيق كل ذلك وترتيبه وإخراجه في تحرير صحفي...."، هذا يعني أيضا أنه لا بد أن يقوم التقرير الصحافي على خبر من الأخبار، بل إن بعض المراجع عند تعريفها للخبر لم تستطع التخلص من كلمة التقرير ذاتها، فالخبر هو "وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق حول واقعة جديدة تهتم للقراء"، وهو أيضا: "تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي" ومن الممكن أن يقال فيه تعريف التقرير الصحافي بأنه "تسجيل المعلومات والحقائق الأساسية القديمة والجديدة التي تتصل عن قرب بخبر هام لا زال حديث الناس".

ويضع الدكتور "محمود أدهم" تعريفا للتقرير إذ يقول "التقرير هو وصف تسجيلي دقيق وأمين تقدم الصحيفة أو المجلة من خلاله، في لغة واضحة وجذابة جميع التفاصيل التي تهتم القارئ والمدعمة بالمعلومات والأقوال والصور والوثائق والوقائع، والتطورات ونتائج حدث هام أو قضية مؤثرة، أو تجربة ذات شأن، أو نشاط جدير

<sup>1</sup>: محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، ط01، بيروت، الدراسات العربية للدراسات والنشر، 1996، ص184.

<sup>2</sup>: محمود أدهم، مرجع سبق ذكره، ص35.

بالتناول كما عاشها المحرر وحصل عليها، وذلك من أجل التعريف الكامل، ونوعية القراء وتثقيفهم وتعليمهم وتسليتهم وتحقيق الربح لوسيلة النشر".

ويعرف دوشان سلافا كوفيتش التقرير الصحفي - وهذا التعريف تأخذ به الموسوعة الصحفية اليوغسلافية - على أنه "شكل من أشكال التعبير الصحفي، يعلم الجماهير بمسيرة حدث ما، وذلك بواسطة الكلمة أو بواسطة الصورة، أو الاثنين معاً، مبينا خلال ذلك مزيداً من التفاصيل وواصف الحدث، فهو لا ينقل الحقائق الأساسية وحسب، بل الحقائق التفصيلية أيضاً"<sup>1</sup>.

## 8. خصائص التقرير الصحفي:

التقرير الصحافي كغيره من الفنون الصحفية الأخرى لا يكتب بطريقة عشوائية بدون إعداد أو تخطيط مسبق، إنما يخضع لعدة معايير وأسس، وله خصائص يتصف بها لتمييزه عن الفنون الأخرى، وتكون له شخصيته وأسلوبه.

ومن هذه الخصائص ما يلي:

1. يعتبر التقرير الصحافي شكلاً من أشكال الكتابة الصحفية، يتصف ويجب أن يتصف بالجددة والسرعة، والحضور، والوضوح، والدقة.
2. التقرير الصحافي لا يكتفي بتقديم الحقائق الأساسية حول البحث أو الظاهرة، وإنما يمتد دوره لمعالجة طبيعية ومراحل تكون ذلك الحدث.
3. التقرير الصحافي شاهد على الحدث، بمعنى لا يمكن لأحد أن يكتب تقريراً عن حدث لم يكن طرفاً فيه، أو لم يكن شاهداً على حدوثه<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>: محمد الدروي، مرجع سبق ذكره، ص16.

<sup>2</sup>: محمد الدروي، مرجع سبق ذكره، ص16.

4. يتم التركيز في التقرير الصحافي على جوانب رصد وتسجيل المادة دون تحليلها أو تفسيرها أو اتخاذ موقف معين بشأنها.

5. يستخدم الأساليب الواضحة والمشوقة التي تقترب فيه بعض الأحيان من الأساليب الإنشائية، بشرط عدم الإسراف في استعمالها حتى لا يفقد التقرير طابعه التسجيلي القريب من الطابع العلمي.<sup>1</sup>

6. لا بد من ظهور شخصية المحرّر في التقرير الصحافي بشرط ألا تطغى هذه الشخصية على التقرير نفسه، وحتى إذا حمل طابع كتابته، وذل على طريقتة في الكتابة فإنه يحمل رأيا خاصا لهذا المحرر أو بعض الاستنتاجات الخاصة به.

7. التقرير الصحافي يسمح في بعض مراحل الكتابة بنوع من ذاتية المظهر، ويقصد بها ذاتية المعرض

والأسلوب وغير ذلك، فالموضوعية هي الطابع الغالب عليه تسبق الذاتية الموضوعية في أحيان كثيرة.<sup>2</sup>

8. يتطلب التقرير الصحافي إجابة شافية على سؤال لماذا؟ "الذي يعتبر الأبرز في عرض مادة التقرير، والذي

يعتبر من الأسئلة الخمسة البارزة إضافة إلى أسئلة (ماذا؟، كيف؟، متى؟، من؟، أين؟) وذلك حتى يشبع رغبة القارئ في معرفة تفاصيل الحد وأبعاده وتطوراته.

9. من الضروري عند عرض المادة الصحفية الخاصة بالتقرير الالتزام لما يعرض للحقائق كما هي، وبقدرة

عالية من الصدق، والتوازن، وحق كل الأطراف في إبداء المعرفة في هذا الموضوع، وترك استخلاص الحقيقة

للقارئ من أجل أن يقرها كما هي، على أن يلتزم التقرير الصحافي في صياغة الموضوع بالحياد التام

والموضوعية قدر الإمكان، ويستعد في الوقت نفسه عن عرض تقديم الدعاية.

10. لا بد أن يدعم المحرر تقريره بالأدلة والشواهد، والحقائق، والإحصائيات، إضافة إلى خلفية تاريخية

عن الموضوع لربط الأحداث ببعضها البعض ويكون مادة علمية يستفيد منها القارئ في معرفة الأحداث

المشابهة والمتعلقة بها.

<sup>1</sup>: محمود أدهم، مرجع سبق ذكره، ص 44.

<sup>2</sup>: محمود أدهم، مرجع سبق ذكره، ص 47.

وهنا نؤكد على ضرورة توفر الخصائص السابقة في التقرير الصحفي لتكون له شخصية تميزه عن باقي الفنون الصحافية الأخرى، وحتى لا تكون كتابته بطريقة عشوائية، ارتجالية لا تخضع للمعايير والأسس العلمية الصحيحة، ويكون هدفها هو حشد المعلومات داخل التقرير دون ترتيب لها أو مراعاة للأسس السليمة في استخدامها وتنظيمها<sup>1</sup>.

## 9. كتابة التقرير الصحفي:

تمر عملية كتابة التقرير الصحفي بعدد من المراحل تستدعي الإعداد لها قبل الشروع في عملية الكتابة، وذلك انطلاقاً من أن عملية تحرير التقرير وكتابته بطريقة صحفية تتكون من جزأين هما: التفكير ثم التعبير، وتهدف عملية الإعداد إلى جمع المعلومات والحقائق والبيانات اللازمة حول حدث معين، واستبعاد المعلومات غير الدقيقة والتي تعتبر بمثابة حشو، مع ضرورة معرفة قواعد ومبادئ كتابة التقرير الصحفي، إضافة إلى التعريف على صفات كاتب التقرير، وما يجب أن يتمتع به، ويستطيع عرضه على أحسن وجه، وجعله تحفة فنية تجذب انتباه القارئ، وتختتم مراحل إعداد التقرير بمرحلة الكتابة النهائية بعد إعداده في صورته الأولى.

### مراحل كتابة التقرير الصحفي:

#### أ- إعداد التقرير الصحفي:

1. تساعد عناصر المعرفة الجديدة بالمهمة، وربط الخبر بالمتغطيات، والبحث عن دوافعه، وتدوين الملاحظات الدقيقة، على إعداد تقرير دقيق لأنها توفر للمراسل مساعدات عملية متنوعة منها على سبيل المثال:<sup>2</sup>

2. يساعد الإعداد الشامل على فهمه بصورة أفضل للحقائق، وجذور الدوافع التي ينتظر أن يتعامل معها المراسل في مهمته المحددة.

<sup>1</sup>: عبد اللطيف حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 397.

<sup>2</sup>: عبد اللطيف حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 397.

3. تسهل المعرفة الجيدة ذات الصلة الوثيقة بالحقائق والأرقام، أجواء تغطية واقعية للحدث بدلا من وضع أشياء جديدة وغريبة.

4. يستطيع المراسل الدؤوب عن طريق الإعداد الشامل على صياغة عدد من الأسئلة المحددة الدقيقة التي تمم القراء وتشبع رغبتهم في المعرفة، وتتم الإجابة عليها في التقرير الذي يغطي الحادث المتوقع، وبالتالي لا يكون المراسل شاهدا سلبيا، غير متجانس يسجل فقط ما يصادفه على مسرح الحادث، بل مراقب كفؤ ذكي ومستعد وقادر بنشاط على كشف النقاب عن حقائق هامة ومشوقة.

5. يسمح كل من الفهم بجوهر القضية المعينة، والمعرفة الشاملة لخلفياتها للمراسل أن يغربل مواد الإخبارية الواقعية مستبعدا منها التفاصيل غير الهامة أو المشكوك بقيمتها. موفرا لنفسه بذلك ما تبقى من المعلومات الأخرى ذات المستوى الجيد، ويحصل المراسلون المحليون بعد شهور أو سنوات من الممارسة المحلية عادة على التحكم بجميع مراحل الإعداد وهذه تصبح تلقائية وبلا وعي، من أجل تغطية حادث ما، ومن المفيد بالنسبة للمراسل المبتدئ أن يستوعب وأن يتفهم تعاقب المراحل للمرور عبرها، والفوائد المحتملة التي يمكن تحقيقها من خلال التنفيذ المتأن لكافة الخطوات التي يحتاجها مثل هذا الإعداد.

وعند إعداد أي تقرير يجب على المحرر أن يعرف الزاوية التي يبدأ من خلالها لعرض وجمع المعلومات والتفاصيل حولها، وإجلاء الغموض على الأمور المحيطة بها، ويتهم المحرر بالتفاصيل التي تجعل الوصف أكثر واقعية في الموضوع مهماً لأنه يحكم القصور لهذا الموضوع وكيفية بلورته في صورة فنية تجذب انتباه القارئ إليها<sup>1</sup>

### قواعد ومبادئ كتابة التقرير الصحفي:

إن التقرير الصحفي يقدم على أساس قواعد ومبادئ، ويتمتع بموصفات، بحيث لا يمكن للصحافي دون

أن يكون ملماً بما وحاضرة في مخيلته، وأهم هذه المبادئ<sup>1</sup>:

<sup>1</sup>: طلعت همام، 100 سؤال عن الصحافة، ط01، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1983، ص80.

➤ يجب على التقرير الصحفي عندما يعالج حادثاً أو ظاهرة أو عدة أحداث أو عدة ظواهر مترابطة بطريقة أو أخرى، ونظراً لاتساعه على كم كبير من المعلومات والحقائق بفضل إجابته عن أكبر عدد من التساؤلات التي من شأنها أن تزيد معلومات المتلقي دقة حول الحدث، فالمتلقي لا ينتظر من التقرير فقط مزيداً من الحقائق والمعلومات حول الحدث، وإنما أيضاً مزيداً من التحديد والدقة لظروف وكيفية وقوع الحدث وتطوراتها، لذلك لا بد من الإحاطة بكل ماله علاقة أو يتوقع أن يكون له علاقة بالحدث أو بمسيرته وتطوراتها.

➤ التقرير الصحفي يفسح المجال بشكل أوسع لتدخل الصحفي وصولاً إلى إبراز ذاتيته الموقفية، بل وحتى تعلقه الخفيف على الحدث، غير أن تدخلاته هذه لا تخرج بحال من الأحوال عن أسلوب وضوابط تدخله على الخبر، أي من منطلق اختياره للحقائق وكيفية ترتيبه لها، على أن الكم الكبير من الحقائق التي ينطوي عليها التقرير، تجعل الصحفي قادراً أكثر على إبراز موقفه من الحدث، هكذا فيما لو كان موضوع التقرير الصحفي ندوة أو اجتماع ما، فإن الصحفي يستطيع استعراض ما دار داخل الندوة أو الاجتماع، ويظهر البراهين والمضادة، والاقتراحات وأجزاء من الكلمات المجتمعين أي يظهر جانباً من الآراء والحقائق التي طرحت في هذه الندوة أو ذلك الاجتماع<sup>2</sup>.

➤ تقوم كتابة التقرير الصحفي على دعامين، أولهما: حضور الصحفي على وقوع الحدث أو على تطوراتها، ثانيهما: الإلمام الشامل بمختلف ملبسات وظروف وقوعه، فالتقرير الصحفي ما هو إلا بمثابة شهادة يدلى بها شاهد عيان (صحفي) فيعلم بكافة التفاصيل ويجب عن كافة الأسئلة المطروحة بغية الإضاءة الشاملة والتحديد للحدث ليضعنا داخله وفي سياق وقوعه. لهذا فالصحفي لا يستطيع القيام بهذه المهمة إلا إذا كان شاهد عيان على الحدث. وكان قادراً على الإجابة عن كافة الأسئلة المتعلقة به.

<sup>1</sup>: طلعت همام، مرجع سبق ذكره، ص 80.

<sup>2</sup>: الدروي محمد، مرجع سبق ذكره، ص 167-181.

➤ التقرير الصحفي غالبا لا يولد من فراغ، بل يأتي في نطاق الأحداث العاصفة التي تعيشها البلاد بشكل عام أو الأقاليم أو المدن... الخ، وهذه الأحداث تفرض على المراسل الصحفي أسلوبا في اختياره لكيفية عرض مادته الصحفية، فكلما كان موفقا أكثر من عرض مادته الصحفية، فكلما استقطب عددا أكبر من القراء، وأسهم في بلورة رأي عام حول قضية محددة.

## ب- كتابة التقرير الصحفي: <sup>1</sup>

تختلف طرق كتابة التقرير الصحفي عن طرق كتابة الخبر الصحفي، فإذا كان الخبر الصحفي يكتب بطريقة الهرم المقلوب... أي أن توضع في المقدمة أهم الحقائق والأحداث والمعلومات... ثم يوضع في جسم الخبر المعلومات أو الأحداث أو الحقائق الأقل أهمية.... إلا أن التقرير الصحفي يكتب بطريقة معاكسة للخبر الصحفي... فهو يكتب بطريقة الهرم المعتدل... أي توضع مقدمة التقرير الصحفي مدخل أو مطلع يمهّد لموضوع التقرير بأن يتناول زاوية معينة من زوايا الموضوع يختارها الكاتب بعناية... وهذا المدخل أو التمهيد لا يضم خلاصة الموضوع أو أهم حقائقه وإنما يضم فقط مطلع أو مدخل منطقي يتوصل الكاتب به إلى شرح موضوع التقرير، بحيث يضم جسم التقرير التفاصيل والشواهد والصور الحية للموضوع ليصل بنا الكاتب في النهاية إلى خاتمة التقرير الصحفي، وهي التي يكشف فيها نتائج أو خلاصة ما توصل إليه، أو يقدم لنا أهم نتيجة أو حقيقة وصل إليها في موضوع التقرير، وهذا التسلسل المنطقي في بناء التقرير الصحفي يجعله يختلف عن بناء الخبر الصحفي في جانبين هامين:

**الأول:** أنه في حين يحتوي الخبر الصحفي على جزأين فقط، وهما: مقدمة الخبر، وجسم الخبر، فيما

يحتوي التقرير على ثلاثة أجزاء وهي: المقدمة، والجسم، والخاتمة.

**الثاني:** إن بناء الخبر من مقدمة وجسم فقط واحتواء من الجسم على الحقائق الأقل أهمية يتيح لكاتبه أو

للصحيفة التي تنشره حذف أي جزء من أجزاء الجسم، ترى الصحيفة بأنه غير ضروري دون أن يخل ذلك بجوهره،

<sup>1</sup> <http://shamela.ws/browse.php/book-8651/page-123>

في حين أن بناء التقرير الصحفي من مقدمة وجسم وخاتمة يقوم على تسلسل منطقي يجعل من أجزائه وحدة عضوية مترابطة، ومن ثم ليس من السهل حذف أي جزء منها دون أن يتأثر بذلك بناء التقرير نفسه، وأحيانا يؤدي حذف أي جزء ولو صغير منه إلى صعوبة فهم هدف التقرير ونتيجته، واهتزاز فكرته الأساسية وتسلسله المنطقي.

وعلى الرغم من اختلاف أنواع التقرير الصحفي، وتعدد مجالاته إلا أنه يحتوي على الأجزاء الثلاثة التالية:

### ❖ أولا - مقدمة التقرير الصحفي:

مقدمة التقرير الصحفي قد تعتمد على العناصر التالية:

- واقعة ملموسة.
- موقف معين.
- صورة منطقية.
- زاوية جديدة لموضوع غير جديد.

وتحدد قيمة المقدمة على ضوء الاعتبارات التالية:

1- مقدرة المقدمة على دفع القارئ إلى متابعة قراءة بقية التقرير الصحفي وحتى نهايته.

### ❖ ثانيا جسم التقرير الصحفي:

جسم التقرير الصحفي هو الجزء الذي يضم المعلومات والبيانات الجوهرية في موضوع التقرير ... كذلك يضم الأدلة والشواهد أو الحجج المنطقية التي تدعم الموضوع الذي يتناوله التقرير.

ومن الضروري أن يحرص كاتب التقرير على أن يضمن جسم التقرير جانبين هامين هما:

➤ مسار الحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير... وتطور هذا المسار منذ بدايته حتى نهايته.

➤ الربط بين الوقائع التي يتضمنها التقرير، وأن يكشف عن العلاقات بينها حتى يكشف ما وراءها أو ما يكتنفها من غموض.

### ❖ ثالثاً-خاتمة التقرير الصحفي:

وهي آخر جزء في التقرير وأهم ما فيه لأنها آخر ما تقع عليه عين القارئ ومن هنا تنبع أهميتها، لذلك لا بد أن تتضمن:

1-تقييم المحرّر لموضوع التقرير الصحفي.

2-عرض للنتائج التي توصل إليها المحرر خلال بحثه في موضوع التقرير.

3-التعميم لحقائق معينة أو آراء خاصة أو لبعض النتائج التي حصل عليها المحرّر، مستندا في ذلك إلى وثائق أو حقائق لا تقبل الجدل أو النقاش أو الشك فيها.

ومن الضروري أن يراعي كاتب التقرير صفتين هامتين لا بد من توافرها في خاتمة التقرير الصحفي هما:

1-أن تحرص بقدر الإمكان أن تثير في ذهن القارئ حوارا حول موضوع التقديم، وأن تدفعه إلى التفكير في الموضوع ومتابعته فيما بعد إن كان الموضوع يستحق المتابعة.

2-أن تترك خاتمة التقرير صدى عن موضوع التقرير لدى القارئ، وأن تدفعه بعض الأحيان إلى اتخاذ موقف أو تكوين رأي معين تجاه الموضوع أو المشكلة التي يثيرها التقرير الصحفي.

وهناك عدة محظورات يجب أن ينتبه لها كاتب التقرير الصحفي، وهو يكتب خاتمة التقرير حتى لا يقع

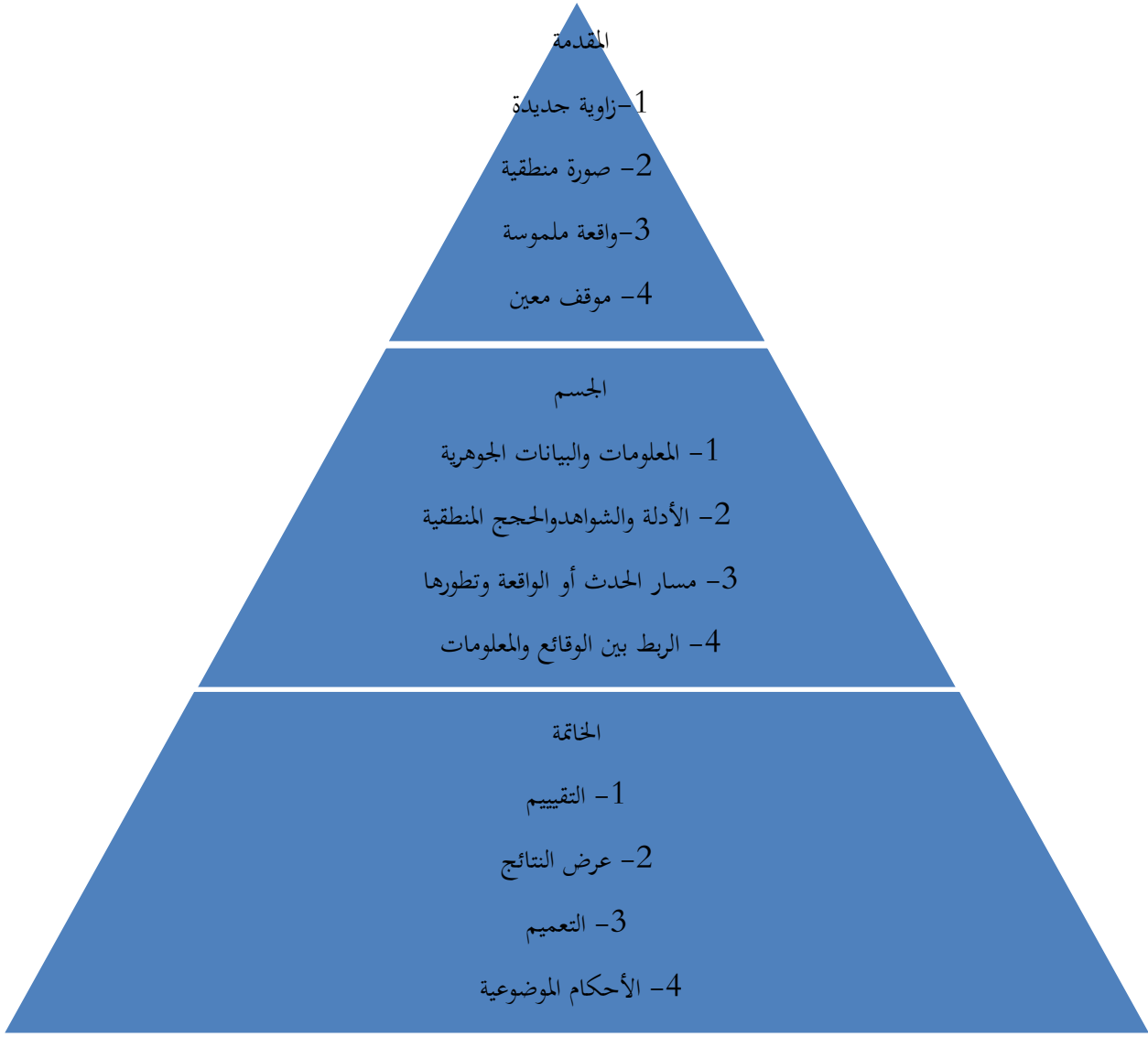
فيها، وأهمها:

\* أن يحذر الوقوع في براثن الخاتمة الخطائية التي لا معنى لها، ولا تضيف شيئا إلى موضوع التقرير والتي من شأنها أن تضعف من تأثير التقرير، وتفسد أي جهد قد يبذله المحرر في كتابة التقرير وجمع مواده.

ب\* أن يجذر الوقوع في خطأ عدم الانسجام بين المعلومات التي يحتويها جسم التقرير وبين النتائج التي يصل إليها في الخاتمة ... فإن من شأن ذلك أن يفقد التقرير وضوحه الفكري ويقع في براثن الغموض الذي يؤدي إلى عدم فهم القارئ لمعنى التقرير ومضمونه.

وهنا لا بد أن يحرص كاتب التقرير الصحفي على تطبيق الأسس نظرية الكتابة، وأن يراعي مكونات كل جزء في القلب، ويحاول أن يستوفي جميع المعلومات المتعلقة بالحدث أو الموضوع، حتى يظهر التقرير بمستوى المطلوب ويحقق الهدف الذي كتب من أجله وهو إشباع رغبة القارئ في المعرفة، وتشجيعه على متابعة قراءة التقرير الصحفي.

الشكل التالي يوضح طريقة كتابة التقرير الصحفي المبني على قالب الهرم المعتدل.



## 10. أنواع التقرير الصحفي:

لا تقتصر التقارير الصحفية على نوع واحد فقط، بل تتنوع حسب الموضوع وطريقة تناولها ومعالجتها للقضايا المختلفة، ومن أهم الأنواع المستخدمة في صحفنا هي: التقرير الإخباري، التقرير الحي، وتقرير عرض الشخصيات، بالإضافة إلى ذلك هناك أنواع أخرى من التقارير الصحفية وضعها الخبراء والباحثون وفقا لمعيار المادة التي يعالجها.

أولا: التقرير الإخباري:

وهو أبسط أنواع التقرير الصحفي، إذا أن منهجه الكتابي يقوم على متابعة الأحداث وتطوراتها بنفس تسلسل وقوعها، مع معالجة لأهم الحقائق فيها، ويكتب هذا التقرير عادة حول الأحداث ومجريات الأحداث اليومية التقليدية<sup>1</sup>، وذلك يسمى في بعض الأحيان "تقرير المعلومات" وأحيانا أخرى يسمى التقرير الموضوعي، ويقوم هذا النوع من التقرير بأداء الوظائف التالية:

1. تقديم البيانات والمعلومات الجديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يستوعب كافة جوانبه وبالتالي لا يوفيه حقه في النشر
2. إبراز زوايا أو جوانب عديدة عن حدث معروف، بحيث يضيف إلى الخبر معلومات جديدة.
3. تقديم الخلفية التاريخية أو الوثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله التقرير، والتي من شأنها أن توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.
4. تقديم تقييم موضوعي لهذه البيانات سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلي بها الشخصيات التي سيشهد بها الكاتب التقرير، أو تلك التي يتوصل إليها بنفسه.

### ثانيا-التقرير الحي:

هو التقرير الذي يهتم بوصف الأحداث والظروف البيئية والناس صفا حيا، فيترك للناس التحدث بأنفسهم ويحاول تناول التجارب الذاتية وعكس الأفكار والمشاعر<sup>2</sup>. ومن ثم يهتم برسم صورة متقنة للوقائع أو الأحداث الجارية ... ولكن يختلف عنه في أن التقرير يركز على سرد البيانات والمعلومات التي تتعلق بالحدث والواقعة، وتحليلها وتقييمها ... في حين أن التقرير الحي يركز على وصف الحدث نفسه أو الواقعة ذاتها<sup>3</sup>. فالتقرير الحي يقوم بأداء الوظائف التالية:

- 1- وصف الحدث والظروف المحيطة به، والمناخ الذي توفيه و الناس الذين ارتبطوا به.

<sup>1</sup>: الدروي محمد، مرجع سبق ذكره، ص172.

<sup>2</sup> لطفني ناصف، مرجع سبق ذكره، ص162.

<sup>3</sup> فاروق أبوزيد، مرجع سبق ذكره، ص159.

2- عرض وتسجيل وتطوير التجارب الذاتية سواء تجارب المحرر كاتب التقرير نفسه مع الحدث أو تجارب

الأشخاص الذين يمسه الحدث أو اللذين لهم علاقة به وهو ما يدع الناس يتكلمون بأنفسهم ويرسموه بتعبيراتهم الخاص صورة الحدث كما وقع أو كما تصوره.

3- التعبير عن الأفكار والمشاعر الشخصية لكاتب التقرير أو الأشخاص الذين يدور حولهم الحدث ويعكس رؤيتهم الخاصة بالحدث.

4- أن يجعل القارئ يعيش في الحدث نفسه... وكأنه شارك في رؤية الحدث ثم إن التقرير الحي يقوم على

التركيز الشديد في حين يفتح المجال أمام التحقيق الصحفي للإسهام عرض القضية أو المشكلة بجميع

جوانبها و إشراك كافة أطرافها ويعرف الجزء الأكبر من التقارير الحية تغطي الأخبار الخفيفة، ولكن في

الوقت نفسه هناك جانب لا بأس به من التقارير الحية تغطي الأخبار الثقيلة، مثل التقارير التي تغطي

الجلسات البرلمانية والاجتماعات الحزبية والمعارك الانتخابية والمؤتمرات السياسية والاحتفالات القومية.

العروض العسكرية وهو بذلك يكتب في مجالات عديدة ومتنوعة والتقرير الحي يكتب أيضا بقلب الهرم

المعتدل.

### ثالثا - تقرير عرض الشخصيات:

هو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث، أو التي تؤدي دورا بارزا في

المجتمع المحلي أو الدولي<sup>1</sup>. وعندئذ يبرز سؤال - : ما هو الفرق بين تقرير عرض الأشخاص وبين الحدث

الصحفي؟.

إن الحديث الصحفي يقوم على الحوار بين الصحفي وبين شخصية عامة في المجتمع المحلي أو العالمي. قد

يستهدف الحصول من خلاله على أخبار ومعلومات وحقائق جديدة، أو شرح وجهات نظر معينة، أو تصوير

جوانب طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.

<sup>1</sup> لطفي ناصف، مرجع سبق ذكره، ص 167.

والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد أو مع عدة أشخاص كما هو الأمر في الاستفتاء

الصحفي، وقد يجري محرر واحد أو عدة محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي.

أما التقرير الصحفي الذي يعرض الأشخاص فهو لا يهتم بالدرجة الأولى بإجراء حوار مع الشخصية

موضوع التقرير كما هو الشأن في الحديث الصحفي، وإنما يهتم بالدرجة الأولى بالرسم المتقن لملاح هذه الشخصية.

وقد يجري كاتب هذا اللون من التقارير حواراً مع الشخصية موضوع التقرير، ولكن الحوار يأتي في المرتبة

الثانية أو الثالثة في الأهمية، وقد لا يستفيد المحرر من هذه المقابلة في الحصول على أخبار أو آراء أو تصريحات،

وإنما قد يركن استفادته في أخذ فكرة عن ملاح هذه الشخصية وطريقة تفكيرها وأسلوب حياتها. وإن هذا لا يمنع

المحرر من الاستفادة من أقوال أو تصريحات هذه الشخصية إذا كان مضمونها يخدم موضوع التقرير.

### الرسالة الإعلامية:

الرسالة في أصلها اللغوي هي "الصحيفة التي يكتب فيها كلام مرسل<sup>1</sup> جمعها رسائل يقال رسالة الرسول

ن أي دعوة الناس إلى ما أوحى إليه والرسالة المرسل إلى فرد أو جماعة<sup>2</sup>، أما الناحية الاصطلاحية لكلمة

"رسالة"، فهي واسعة وكثيرة التداول من قبل الباحثين والدارسين وفي مقدمتهم المهتمون بمجال الإعلام، لأنها أحد

العناصر الأساسية للاتصال: إضافة إلى كل من المرسل، المستقبل، الوسيلة والتأثير. وهي تمثل المكونات الأساسية

التي تصنع نظام الاتصال وفقاً لقانون "شانون وويفر"<sup>3</sup>.

وبتعبير آخر، فإن الرسالة من أهم وسائل الاتصال التي عرفها الإنسان قبل وبعد ظهور وسائل الإعلام،

والرسالة الإعلامية حسب "روبرت اسكبري" هي مقطع من الإشارات والإيماءات والعلامات ذات معنى ومغزى

<sup>1</sup> على بن هادية، بلحسن باش، الجيلاني يحي: القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي مدرسي الفياقي) ط1 أن الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص349

<sup>2</sup> الوجيز اليسر. الكويت، دار الكتاب الحديث، 1993، ص225

<sup>3</sup> عبد المجيد شكري: الاتصال الاعلامي والتنمية (افاق المستقبل وتحديات العصر الحديث) القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1995، ص18.

معين أو هي مجموعة دلالات لها آثار أو تأثير معين<sup>1</sup>، وبعبارة أخرى، فإن الرسالة الإعلامية تسير لتحقيق هدف معين يتحقق بتحقيق تأثيرها عند المتلقي.

وفي نفس السياق الدلالي، عرف-محمد جمال الغار-الرسالة الإعلامية بأنها الركن الثاني في العملية الاتصالية، وتمثل بالمعاني والكلمات التي يرسلها المصدر إلى المستقبلين والرسالة محتوى فكري معرفي يشمل عناصر المعلومات باختلاف أشكالها، سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية.<sup>2</sup>

ويتفق هذا التعريف مع التعريف-طارق سيد أحمد الخليفي-الذي يقول بان الرسالة الإعلامية تحتوي على عدد من المعاني أو الأفكار ينقلها المرسل أو القائم بالاتصال الى الطرف-المستقبل-ويتم التعبير عن هذه المعاني والأفكار من خلال الرموز اللغوية أو اللفظية أو من خلالهما معاً.<sup>3</sup>

ويتضح من خلال هذه التعريفات، أن الرسالة الإعلامية عنصر محوري في العملية الاتصالية، ويختلف الشكل الذي يتخذه محتواها من الكتابي إلى المسموع والمرئي أو كلاهما، وذلك من خلال الوسيلة المستعملة لنقل الرسالة.

والوضوح أن هذه التعريفات قد ركزت على الشكل الذي تتخذه الرسالة الإعلامية، وأهملت نوع محتواها والسياق الذي تتحدث فيه.

وفي سياق آخر، يرى -حميد جاعد الديلمي-أن الرسالة الإعلامية عبارة عن مضمون أو صيغة متخصصة تعبر عن حدث أو فعالية اجتماعية بطريقة واضحة من خلال الصور أو الرموز أو التمثيل، وهي تسمح لنا بالوقوف على أحوال وأخبار دول وعلاقات وعمليات عن بعد، دون الحاجة إلى القيام بملاحظة مباشرة في مواقعها.

<sup>1</sup> Robert exaprit : théorie général de l'information et de la communication : édition N=05

<sup>2</sup> محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة المشرق الثقافي، 2006، ص187

<sup>3</sup> طارق سيد أحمد، الخليفي: معجم مصطلحات الإعلام (الإنجليزي-عربي) دار المعرفة الجامعية 2008، ص213.

والمضامين الاتصالية منتجات فكرية، لكنها في حقيقة الأمر انعكاس للواقع المعاش وتصوير الأحداث

وتعبير عن خيال معين.

وبتعبير آخر فإن هذا التعريف يؤكد على أن أي رسالة إعلامية لها دور محدد تقوم به، وتعمل على إيصال المتلقي لأهدافها، حتى بطرق غير مباشرة-من بعيد- كما أن الرسالة الإعلامية تنبع من الواقع الاجتماعي وتصب فيها أيضا.

وفي نفس الصدد، ترى-سامية محمد جابر- أن الرسالة كعنصر ثاني في العملية الاتصالية، غالبا ما تترجم أهداف المتصل أو قائم بعملية الاتصالية".<sup>1</sup>

وبتعبير آخر فان -سامية محمد جابر- تؤكد أن الرسالة الإعلامية مهما كان شكلها، لا تخرج عن نطاق الأهداف التي سطرها القائم بالاتصال -المرسل سواء كان فردا أو جماعة.

وقد تناول -جمال محمد أبو شنب- الرسالة الإعلامية من ناحية المتلقين لها حيث ركز على مستقبلي الرسالة الإعلامية، و رأى بأنها توجه إليهم، عند حاجتهم إليها، فقال: "هي مجموعة الأفكار والمفاهيم أو المهارات أو المبادئ أو القيم أو الاتجاهات التي يرغب المرسل في توجيهها لمن هو في حاجة إليها من الأفراد أو الجماعات لاشتراكهم فيها"<sup>2</sup>.

وبتعبير آخر، فان هذا التعريف، يشير إلى أن الأفراد لا يتلقون إلى الرسالة الإعلامية في شكل قيم ومبادئ معينة. فالشباب مثلا بحاجة الى تلقي مبادئ وقيم سامية حتى يتغير سلوكه إلى الأفضل، وفي نفس الصدد أو السياق التي تحدثت فيه -سامية ممد جابر- سابقا فان هذا النص الإعلامي حسب -محمد جمال الغار- "يقترن

<sup>1</sup> سامية محمد جابر الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث-الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990، ص49.

<sup>2</sup> جمال محمد ابو شنب: نظريات الاتصال والإعلام (المفاهيم، المداخل النظرية، القضايا) مصر دار المعرفة الجامعية، 2006، ص18.

دائماً بالهدف الإعلامي الذي يكون عادة هدفاً مطلبياً محدد أو علمياً، ويهدف إلى تحقيق غاية إعلامية محددة أو التأثير على الرأي العام من جهة إحداث انعكاس معين أو شل انعكاس معين"<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> محمد جمال الغار، مرجع سبق ذكره، ص 346

## II. اللغة الإعلامية و توصيل الرسالة إلى الرأي العام:

### 1. مفهوم الرأي العام:

تستخدم عبارة "الرأي العام" عادة للدلالة على تجميع آراء الناس وتكاملها شأن المسائل التي تأثر في المجتمع وهو بهذا المعنى يحمل في طياته مجموعة مختلفة الآراء، والمعتقدات والآمال والأحقاد.

فالرأي العام إذا غمض وغير ثابت بل أنه يعد ظاهرة سطحية، بمعنى سرعة التغيير دون مقدمات حتى أن "ايسنك" العالم الأمريكي سمي هذه الظاهرة "المرأة اللعوب" وقبل أن نتطرق إلى تعريفات الرأي العام يجب أن نحلل عناصر هذا المفهوم في ذاته:

❖ **الرأي OPINION:** هو جهة النظر الذي يعبر عنها تعبيراً خارجياً ومكشوفاً أي أنه يتضمن

الإعلان عن وجوده بواسطة ألفاظ أو رموز تسمح لفهم الواقعة المعلن عنها.

❖ **العام Public:** تشير إلى المعاني التالية:

▪ العام هو ليس بالخاص وهو أن يستخدم في أن نقول "مصلحة عامة"

▪ العام هو الشيء المشترك.

▪ العام هو العلني الذي يعرفه الجميع.

والحقيقة أن الرأي العام يمكن أن يجمع الصفات والمعاني الثلاثة السابقة، فهو ليس بخاص لأنه لا يقتصر

على فرد أو جماعة كما أنه يعبر عن موقف مشترك لأغلب عناصر المجتمع وهو ينصف بالعلانية.<sup>1</sup>

ولقد تعددت التعاريف حول مفهوم الرأي العام: كما عرفه الأستاذ "كلاريد كنج" في مقدمة كتابه قرارات

في الرأي العام فقال "له الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات وذلك بعد مناقشات عليه مستوفاة"<sup>2</sup>، أما

<sup>1</sup> السيد رمضان جلال الدين عبد الخالق، عبد المحي محمود صالح، العلاقات العامة والإعلام الخدمة الجماعية، دار الموفعة الجماعية، الإسكندرية، د.ن

2004-89-90

<sup>2</sup> عبد اللطيف حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

نظرية "ستوتزل" فان مفهوم الرأي العام يؤكد على ضرورة الاتفاق الاجتماعي بين أعضاء الجماعة حول مسألة معينة، أما في حالة كون كل فرد من أفراد الجماعة يهتم رأياً مخالفاً للآخرين فلا يوجد حينذاك رأي عام.<sup>1</sup>

ويعرفه الأستاذ "جيمس براس" في كتابه "الديمقراطيات الحديثة" فقال: أنه إصلاح يستخدم للتعبير عن مجموعة الآراء التي يدين بها الناس آراء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة.

أما "دافيد ترومان" يعرفه على أنه آراء مجموعة من أفراد الذين يكونون الجمهور والذين يناقشون المسألة وهو لا يتضمن آراء جميع الأفراد في هذا الجمهور وإنما يتضمن فقط آراء هؤلاء المتصلين بالمسألة.<sup>2</sup>

كما حاول المفكرون العرب الإسهام في تعريف الرأي العام فعرّفه الدكتور "إسماعيل على سعد" أستاذ علم الاجتماع السياسي بجامعة الإسكندرية بأنه حصيلة أفكار ومعتقدات وموقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تهمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم والتي تؤثر نسبياً أو كلها في أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي.

## 2. أنواع الرأي العام:

نعرض فيما يلي أهم التقسيمات طبقاً لعدد من المعايير التي تستخدم في تقسيم الرأي العام.

أولاً: التصنيف طبقاً لانتشار الرأي العام ويضم:

### ❖ الرأي العام المحلي:

ويقصد به الرأي السائد على مستوى أحد أجزاء المجتمع السياسي وفي نطاق مصالح من الجزء يعكس

جميع صفات الرأي العام القومي ولكن بدرجة أكثر نوعية.

### ❖ الرأي العام القومي:

<sup>1</sup> جميل أحمد حضر، العلاقات العامة، دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، كمان ط 1، 1998، ص 163.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 18.

وهو الرأي الذي يرتبط بالوطن أو الدولة الكائن بها وتشيد إليه السلطة القائمة ويتميز بخصائص أهمها التجانس، إمكانية التنبؤ ومعالجته للمشكلات القومية.

### ❖ الرأي العام العالمي:

وهو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة قضية أو أكثر يحتمل فيها الجدل والنقاش وتمت المصالح المشتركة أو القيم الإنسانية الأساسية وهي سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر ويؤثر تأثيرا فعالا في توجيه السياسة<sup>1</sup>.

### الرأي العام اليومي: (ثانيا: تقييم الرأي العام وفقا لعنصر الزمنى ويضم)

وهو عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا ويتغير من يوم إلى آخر حيث يتأثر بالحوادث اليومية ومجريات الأمور، وتغذيه بصفة خاصة الأحداث السياسية الجارية والمناقشات ووسائل الإعلام المختلفة.

### ❖ الرأي العام المؤقت:

يتألف من رأي عدد كبير من الناس بالنسبة للموضوع فترة زمنية ومكانية معينة ويتغير بتغيير إحدى العوامل و تمثله الأحزاب السياسية و المهيات الخاصة ذات البرامج المحددة و الأهداف المعينة. ويصف من الرأي بأنه ديناميكي.

### ❖ الرأي العام الدائم:

هذا الرأي الأكثر رسوخا حيث يتركز على أسس تاريخية وثقافية ودينية وهو يمتاز بأنه أكثر تأثيرا واستقرار وثباتا على مر العصور ويتخذ أشكال العادات والتقاليد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صبحي عسيلة، مرجع سبق ذكره، ص ص 32، 30.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص ص 32-31.

### ثالثا: الرأي العام النشيط:

وهو مجموعة صغيرة قد تصل إلى 15% من حجم العامة وفي هذه المجموعة نجد الممثلين الذين تحدث عنهم "ليمان" وتضمن إشراك هذه المجموعة في الشؤون السياسية ووسائل رسمية لمشاركة السياسة كالإسهامات المالية والعنصرية في التنظيمات وحضور الاجتماعات وكذلك مشاركة غير رسمية نشطة جدا مثل: المناقشات العامة.

### ❖ الرأي العام الواعي:

هو مجموعة من الأفراد تزيد في حجمها عن المجموعة النشطة لتصل تقريبا إلى 80% من عامة الشعب المشاركين في العملية الانتخابية وقد ذهب "الموند" إلى أن العامة الواعية "هي التي تكون عاملة مهتمة بمشاكل السياسة الخارجية.

### ❖ الرأي العام المنقاد:

تتكون هذه المجموعة من فئة لا تنتهي إلى الفئتين السابقتين وغالبا ما يطلق عليها "جمهور الناخبين" وهو جمهور كبير غير متميز نسبيا يمثل ثلاث أرباع الشعب في بعض الحالات وهو من غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث ومن غير القادرين على متابعة الأحداث، لذلك ينساق أصحاب هذا لما يوجهه لهم الرأي العام المثير و القارئ وتؤثر فيهم وسائل الإعلام بدرجة أكثر.<sup>1</sup>

### رابعا: التقسيم حسب معيار الحجم:

### ❖ رأي الأقلية:

هو رأي مجموعة من الأفراد لم يظفروا بهذه الأغلبية ولكن لرأيهم برغم كونهم أقلية أهمية كبرى في الحياة السياسية والاجتماعية بحيث لا يمكن إهماله أو إنكاره بأي وجهة من الوجوه.

<sup>1</sup> جمال مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 43

## ❖ رأي الائتلاف:

ويقصد به رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها والتي اجتمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة ويزول بزوال هذه الظروف الخارجية.

## ❖ رأي الأغلبية:

هو الذي يمثل ما يزيد على نصف الجماعة... وإذا كان حكم الأغلبية أمر مرغوب فيه فإن ذلك يعني أن تكون الأغلبية هي التي تحكم وأن يكون لدى جمهور الناخبين المعرفة والفهم ما يمكنهم من اتخاذ قراراتهم دون أن تكون هذه الأغلبية نتاج الدعاية المضللة أو التنسيق والاتفاق بين الجماعات الضاغطة أو عدم قدرة الجمهور على فهم الحقائق التي ينبغي أن يكون رأيه على أساسها.<sup>1</sup>

## 3. خصائص الرأي العام:

حاول الباحثون في مجال الرأي العام وضع عدد من الخصائص الشاملة للرأي العام وهي:

### ❖ الشدة "Intensité":

وتتعلق بمدى عمق إحساسك بشيء ما فمن الممكن أن تكون لدينا آراء شأن العديد من القضايا ولكن قد يكون إحساس قوي أو شديد جداً بشأن القليل فقط، فعلى سبيل المثال نجد بعض الناس يعارضون الإجهاض بشدة بينما نجد آخرون يؤيدوه بشدة، وذلك بعيد عن الظروف المحيطة أو الكائنة بالحدث.

### ❖ عدم الثبات Abilityinst:

تتعلق بالرغبة في تغيير الآراء فتجد أن بعض الآراء اعتماداً على المعتقدات السائدة تظل ثابتة أو تكون ذات تغيير بطيء جداً أو تكون من المحتمل عدم تغييرها.

### ❖ البروز والأهمية: Salience and importance

<sup>1</sup> محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره، ص 35.

يتم التعامل مع البروز الأهمية على أساس أنهما شيآن متبادلان بالرغم من أنهما قد يكونان متميزان من ناحية المفهوم فيعتبر رأي ما بارزا عندما يكون في بؤرة الانتباه ويعتبر هاما عندما يكون موضوع اهتمام ربما تكون الخاصتان مرتبطتين عرضيا، فهما أعطي وقتا طويلا للتفكير في شيء ما بدا أكثر أهمية وعلى العكس فقد تشغل الأشياء التي تحكم عليها على أنها هامة حيزا كبيرا من انتباه الفرد.

## ❖ التيقن: Explored

ربما يكون التيقن الذي يعتنق به رأي ما هو اقل ما اهتم به تجريبيا ونعني هنا مدى ثقة الفرد من رأيه على الصواب.

## ❖ مضمون الرأي العام ومحتواه:

وهي الخاصية التي تتعلق بكمية المعلومات المتوفرة لدى الرأي العام ونوعيتها عن الموضوع أو قضية أو مشكلة معينة أو مدى قيام الرأي العام على معرفة حقيقة الموضوعات والقضايا المثارة<sup>1</sup>.

## 4. تطور الرأي العام:

يمكننا تعقب الاهتمام بالرأي العام من القرن الرابع عشر قبل الميلاد منذ أيام الفيلسوف الإغريقي "أفلاطون" وأستاذه "سقراط" فقد كانت الفلسفة لليونان القديمة تتعامل مع الأخطار والفوائد المحتملة للحكم الشعبي، وقد سارع أفلاطون إلى ذم السياسة الديمقراطية مصور الفلسفة على إنها الموجه الصحيح للأمور الإنسانية. كما نظر للرأي العام بدرجة ضئيلة من الاحترام لدرجة أنه يرى الناس على أنهم حشد ضئيل وقد أصبح هناك اهتمام أكبر بالفرد مع قدوم عصر التنوير باعتباره إنسانا قادرا على التفكير السليم، وهذا الاعتقاد الجديد أدى إلى بروز مفهوم الإرادة العامة التي يجب تمييزها على أنها نوع من آراء العامة ويعتبر " روسو " من يرجع

<sup>1</sup> جمال مجاهد مرجع سبق ذكره، ص 44.

إليه الفضل في الاستخدام الأول لعبارة الرأي العام وفي عام 1744م مستخدما إياها للإشارة إلى العادات الاجتماعية وسلوكيات المجتمع.

في القرن الثامن عشر حصلت العامة المثقفة على قوتها السياسية وقوى مركزها وأصبح التبادل الحر للمعلومات والتفكير النقدي المنفتح هو الأداة المستخدمة باعتباره شكلا تستطيع الطبقة البرجوازية أن تتحدى الحكم الاستبدادي.

في أوائل القرن عشر جاءت أعمال "ميل وبيتام" لتظهر دورا أساسيا رسميا أكثر للرأي العام وقد ذهب هؤلاء إلى أن الناس يتصرفون أساسا لإشباع رغباتهم الرذيلة إذن فالمجتمع يتكون من أفراد أهمية القصوى لمصالحهم ومنافعهم وبالتالي هناك حاجة لوسيلة التنسيق بين هذه الاهتمامات والمصالح المتفرقة وكان الحل هو الحكم للأغلبية المؤسس بواسطة الانتخابات والاستفتاء العام.

# الفصل الثاني:

## أساليب العرض الصحفي

✚ خصائص الصورة الصحفية و سماتها.

✚ أهمية الصورة الصحفية و أثرها في المتلقي.

## I. خصائص الصورة الصحفية وسماتها:

ليس هناك إمكانية الفصل بين الكلمة والصورة، بين الكلام وأنساق الصور، بين اللغة وبناءات البنيات  
الصورية والتصويرية، هذه أيضا حقيقة بما نحائيا.

وعلى هذا الأساس، كل نص هو بناء من انساق الصور... بناء تصويري، تصويري يهدف إلى إعلان  
ذاته بما هو تجربة مواجهة منشئة لاشتراطات الكينونة... بغيت تثبت الذات في سياق عملية المواجهة الإنسانية  
العامّة لتراجيديا الوجود البشري، عن طريق تحضير ذلك في الآخر... هنا الصورة تبدو على أنها اللبنة الأساسية في  
المعمار النصي الكبير.<sup>1</sup>

عرفت البشرية الصورة منذ آلاف السنين، حيث وجدت العديد من النقوش والحفر على جدران الكهوف  
التي كان يأوي إليها الإنسان، وتطور الأمر حتى توصل إلى القلم والفرشاة والورقة أو الجدران والحجر وسواها،  
(كانت الصور المرسومة يدويا تؤدي لإنسان ذلك الزمان ثلاث وظائف أساسية هي:<sup>2</sup>

أ. تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها.

ب. التعبير عن معاني وأحاسيس لم يختبرها الإنسان في واقعه المادي، ولكنه تصورهما أو سمع عنها وتأثر بها من  
خلال الثورات الثقافية.

ج. توضيح معاني الكلمات، ولاسيما للكلمات الجديدة على السامع والقارئ ويتم قراءة الصورة على ثلاثة  
مستويات هي :

<sup>1</sup> في رحاب فكر الأدب: دراسة (على المصري-دمشق: اتحاد كتاب العرب 1998 ص 44.

<sup>2</sup> محمود سامي عطا الله. السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1997 ص 14.

1- المستوى الأول: هو مستوى الكليات ويحيط فيه الإنسان بمحتويات الصورة بشكل عام.

2- المستوى الثاني: هو مستوى الجزئيات، يحاول فيه الإنسان تبين ملامح أجزاء الصور وصفات كل جزء

منها.

3- المستوى الثالث: وفيه يحاول الإنسان تغيير الصورة وتأويلها.

لقد عرف مصطفى حجازي ثقافة الصورة بأنها "الثقافة التي تتوسل لغة جديدة هما لغة الصورة وأبجدية

الحواس، مما يكاد يشكل قطيعة فعلية مع الثقافة المكتوبة وعقلانيتها. وثقافة الصورة التي تقدمها محطات كبريات

الشركات الإعلامية الخاصة تحولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساساً".<sup>1</sup>

بينما يعرف محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها "ثقافة اشهارية إعلامية سمعية بصرية تصنع الذوق

الاستهلاكي-الاشهار التجاري-والرأي السياسي-الدعاية الانتخابية-وتشيد رؤية خاصة للإنسان والمجتمع،

والتاريخ، انها ثقافة الاختراق، التي تقدمها العولمة بديلاً من الصراع الايديولوجي... انها تسعى الى تسطيح الوعي

بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك، لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع".<sup>2</sup>

إن ثقافة الصورة اليوم من خلال القنوات الفضائية والتي تثبتها بمضامين وأشكال متنوعة ذات تأثير عميق

في كافة الاتجاهات على الجمهور المتلقي فهي تستفيد من التطور الهائل الذي حصل ويحصل باستمرار بوسائل

التقنية ولكن للأسف هذا التأثير ليس دائماً ايجابياً.

<sup>1</sup> محمد عابد الجابرين العولمة والهوية الثقافية ، مجلة المستقبل العربي، بيروت 1998، العدد 2، ص 18.

<sup>2</sup> حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الاصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي 1998، ص 12.

فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلا ومضمونا من خلال القنوات الفضائية أهم أداة فكرية تعبر

القارات والدول وتشكل تأثيرا على الرأي العام وعلى الثقافات الأخرى. إن لغة الصورة من العناصر المرتبطة بالفكر الإنساني وتؤثر على الإنسان وأسلوبه في الحوار والتعامل والسلوك "وما يجعل التلفزيون متميزا عن أشكال الاتصال المعروفة هو شخصية التركيبة، أي قابليته على استخدام الصورة والصوت، والتقطيع، والمؤثرات الصوتية، فالتلفزيون له القدرة على البث مباشرة لملايين المشاهدين والتغيير الفني للحدث لحظة وقوعه هذه القدرة تقرر عاملي الزمان والمكان الحقيقيين على شاشة التلفزيون".<sup>1</sup>

## 1. ماهية الصورة الصحفية:

تعتبر الصورة الصحفية من العناصر المهمة والرئيسية التي تساعد على انتباه القارئ للغة الصحفي فالصورة الفوتوغرافية وسيلة لغة عالمية لتنقل المعلومات يمكن لأي فرد مهما كانت ثقافته أو لغته أن يفهمها،<sup>2</sup> وقد صارت الصورة الصحفية اليوم تحتل مكانة مميزة في الصحافة المكتوبة في ظل التقدم التكنولوجي الحاصل في وسائل الاتصال مما يجعلها مادة إعلامية لا يمكن استغناء عنها، وهذا انطلاقا من الدور الكبير الذي تلعبه في تحسين شكل الصحف وتوضيح محتواه، وعليه فقد تزايد اهتمام الجمهور بالصورة الصحفية خلال الفترة الأخيرة تزايد ملحوظا نتيجة استخدامها بشكل مكثف من في المجالات والصحف، حيث وجد القارئ نفسه أمام كم هائل من الصور المتنوعة لدرجة انه صار لا يستطيع الاقتناع بمجرد وصف لفظي لحدث معين وإنما يود اختصار تفاصيله من خلال الصورة الصحفية لهذا الحدث والصورة بصفة عامة هي مصطلح واسع يصعب الإحاطة به وتحديد معالمه.

## 2. تعريف الصورة وأنواعها:

<sup>1</sup> أ. بورتكسي - أ. بوروفسكي، الصحافة التلفزيون، ترجمة ابتسام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون 1978، ص 49.

<sup>2</sup> أسامة عبد الرحيم، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القارئ، ط 1، القاهرة، 2003، ص 135.

الصور تعني "محاكاة"، وهي في المجال السيكلولوجي مترادفة مع: "التشابه"، "النسخ"، "إعادة الإنتاج"، وفي العربية تعني "هيئة الفعل"، "الأمر وصفته".

للصور أنواع متعددة (حصرها الدكتور شاكر عبد الحميد في كتابه "عصر الصورة"، سلسلة "عالم المعرفة، الكويت، 2005م): "الصورة البصرية"، وهي صورة الملموسة للعيان، والصورة "بوصفها تعبيراً عن التمثيل الفعلي للخبرة الحسية، حيث يشكل الوعي بالصورة، والصورة الذهنية وهي ليست خزفية أو مماثلة للصورة الحسية، بل درجة أعلى، ثم الصورة التي تشير إلى المؤسسات أو الأفراد أو الشعوب ... مثل صورة الشعب الصيني وملاحه، وصور "عناصر الحلم والتخيل". كما أن هناك "الصورة اللاحقة" التي تشكل عند حاسة الإبصار بعد منبه حسي على العين، أما الصورة الارتسامية فهي نوع من الصور الشبيهة بالإدراك، ثم صورة الذاكرة التي تعد نوعاً من التفكير المؤلف لنا في عمليات التفكير.

أما الصورة الرقمية المولدة بالكمبيوتر فقد أدت إلى تحولات جذرية في الثقافة الإنسانية. نظراً لدورها كمعلومة، مع سهولة الحصول عليها والتعامل معها، ثم تخزينها وإنزالها من شواهد تلك المتغيرات: إن فقدت الصور الزيتية كونها صور فريدة ووحيدة، وفقدت الصور الضوئية التي في المقابل لعبت الصور الرقمية دورها في الاحتفاظ بوظائف الصورة التقليدية والمتاحة سلفاً، مع دورها المعلم لكونها ذات شكل معلوماتي محملة بما ... تلك المعلوماتية التي اعتبرها "بل جيتس" حين سأله أحدهم عن ثروته التي تتعاضم فقال: "أن ثروتي بسبب المعلومات المتاحة في شبكة الانترنت وليس بسبب التقنية ذاتها، وصور "الواقع الافتراضي"، مصطلح قال به "جاردن لانير"، حيث يشعر مستخدم الكمبيوتر أنهم يعايشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليدها بالصورة والصوت، واللون، والخط، وغيرها من الأنظمة الخاصة بالكمبيوتر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الإلكترونية" الصورة والواقع الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن، عمان، 2007.

ونشير إلى أن ما يهمنا هو الصورة الصحافية:

**الصورة الصحافية:** تمثل الصورة المسماة بالثابتة مجالا أقل تحديد من الصورة المتحركة رغم قدمها والتسمية

المعطاة لها معتمدة أساسا من تعارضها مع نظيرتها المتحركة، وهذا يعني أن ثبوت الصورة لا يصبح بسمة مميزة إلا

إذا كانت هناك في المقابل حركة، والصورة الثابتة أربع أنواع: اللافتة الإشهارية، الكاريكاتير، اللوحة الفنية، الصورة

الفوتوغرافية.

➤ **اللافتة الإشهارية:** ولقد عرفت منذ ور غابرة فعندما نتأمل الكثير من الآثار والمقابر نجد بأنه يعلوها

لافتات إما تعويضية أو تعريفية، تبين اسم ذلك الأثر، أو صاحب القبر أو الغرض الذي شيد له ذلك

المبنى أو أعدت له تلك الحجر أو الضريح.

وأخرى دون عليها بعض الأوامر الملكية أو التشريعات والقوانين، أو لتصف معركة من المعارك أو تسرد

نتائجها كما هو واضح في العديد من نقوش المسند السبئية والحميرية في جنوب الجزيرة العربية، وأيضا الفرعونية أو

البابلية وغيرها.

ثم بعد عدة عصور ظهرت لافتات أخرى ذات طابع إعلاني أو تجاري، لا نعرف تحديدا متى بدأت

ولكنها حتما قد ظهرت منذ وقت طويل، ثم تطورت مع مرور السنين حتى أضحت على ذلك الشكل الذي

استقرت عليه إلى نهاية القرن السادس عشر الميلادي.

وإذا كان تطور هذه اللافتات كان بطيئا جدا – فمع دخولنا للعصر الصناعي الحديث .. ومع القفزة

العلمية والتكنولوجية الهائلة – فقد قفزت أيضا الصناعة الإعلانية إلى درجة مذهلة، ومع هذا التسارع الشديد

خلال القرنين الماضيين فقد مرت صناعة الإعلان بعدة مراحل تبعا لكل فترة زمنية، وما يتوفر في كل حقبة من

أدوات ومبتكرات.

وسوف نبدأ من بداية العصر الحديث في تتبع المراحل التي مرت بها اللافتات الإعلانية وعوامل تطورها والعصر الحديث يبدأ كما يرى بعض المؤرخين من منتصف القرن السابع عشر الميلادي، وهو الوقت الذي بدأت تظهر فيه أقوى الاكتشافات والاختراعات العلمية التي كانت القاعدة الأساس لانطلاقة عجلة التطور والرقى في مختلف مناحي الحياة، والتي نرى نتائجها اليوم بكل وضوح في كل أصقاع العالم، وعلى هذا فسوف نبدأ من هذا التاريخ للحديث عن تطور اللافتات الإعلانية، ونقسم هذه الفترة إلى عدة مراحل، تبعاً لما تحويه كل مرحلة من خصائص، سواء من حيث التطور الشامل بمحيط مجال الدعاية والإعلان، أو من حيث تطور صناعة الإعلان نفسه.

### ■ المرحلة الأولى : بداية تأسيس قاعدة فن الإعلان

وبدأت هذه المرحلة مع بداية العصر الحديث ، ومع ما يطلق عليه ( الثورة الصناعية )، فلعل هذه النهضة القوية التي انطلقت في كل المجالات قد فرضت على المجتمع الصناعي والتجاري ابتكار وسائل جديدة للترويج الدعائي للسلع والصناعات، فكانت هذه السبل والنوافذ هي النواة لما يعرف الآن ب ( صناعة الإعلان ).

غير أن الوسائل الإعلانية في ذلك الزمن وخصوصاً ( اللافتات ) كانت بسيطة جداً، وكانت ذات أحجام صغيرة ، وغالبيتها من الخشب المحفور أو الجص ، أو الكتابات على الصاج.

غير أنها كانت أنيقة جداً في كثير من الأحيان، وكان المؤسرين يتفخرون بها ويتفننون في كتابتها وعمل الإطارات الجميلة والمزخرفة لها، ولعل هذا التفنن قد أصبح أشبه ما يكون ب ( الموضة )، ولذا فنحن نلاحظ بأن اللافتات وغيرها من المخطوطات كانت إلى منتصف القرن التاسع عشر تعلوها مسحة واضحة من الفخامة والأناقة، وبالطبع فهذا لم يكن مقتصرًا على اللافتات الإعلانية فقط وإنما امتد لكل سبل الإعلام، مثل الكتب والصحف، والتحف والدروع وغير ذلك.

## ■ المرحلة الثانية : "عصر الاكريليك acrylic" :

بعد اختراع الكهرباء بعد سلسلة طويلة من التجارب التي شارك فيها عدة من العلماء منذ منتصف القرن السابع عشر إلى منتصف القرن الثامن عشر – كان لهذا الاختراع فائدة عظيمة للبشرية، وأعطت لمختلف الصناعات دفعة قوية إلى الأمام ومن بينها ( صناعة الإعلان )، ولذا فقد بدأت مع هذه المرحلة ما يعرف باللافتات الكهربائية، وهي ثلاثة أنواع ارتبطت ارتباطا وثيقا بالكهرباء، وأيضا بمادة (الأكريليك ) التي دخلت في مجال الإعلان ثم ساهمت بقوة في تقدمه, ولذا ظهرت عدة أنماط للافتات مثل:

أ- **اللافتات المضاءة خارجيا:** وهي لافتات يسلط عليها الضوء من الخارج ليتمكن المارة من قراءة محتوياتها ليلا.

ب- **اللافتات المضاءة داخليا:** وهي لافتات ذات مصابيح داخلية يضاء وجهها الأمامي كامل

ج- **اللافتات المضاءة كتابة:** وهي لافتات ذات أحرف مجوفة داخلها مصابيح كهربائية تجعل كل حرف من حروفها مضاء على حدة

## ■ المرحلة الثالثة : "عصر النيون neon" :

النيون عبارة عن مصابيح مستطيلة الشكل ذات أربعة أقطاب، كل قطبين منها في طرف، وهي ذات ضوء ابيض مائل إلى الزرقة وليس مصفر مثل المصابيح الدائرية ذات القطبين .

وهذه المصابيح تأتي عادة مع مكثف طاقة، ومن ابرز مميزاتا بأنها أطول عمرا ولا تسخن، إضافة إلى ضوئها الصافي. ولذا فقد كانت أكثر ملائمة لمجال الدعاية الإعلان.

وإذا كان النوع البسيط منها المخترع في بدايات ظهور الكهرباء قد استخدم في اللافتات الإعلانية في مرحلتها الثانية فقد استطاع المخترعين بعد زمن إن يطوروا هذه المصابيح وأن يجعلوها تتلاءم مع متطلبات ورش

الدعاية والإعلان، ومن هنا كانت الانطلاقة الأقوى لصناعة الإعلان ووضعت اللبنة الأولى لعصر جديد نستطيع تسميته ب ( عصر النيون ).

#### ■ المرحلة الرابعة : ثورة الطباعة الالكترونية:

لم يمر وقت طويل على ظهور الفليكس فيس إلا وبدأ بزوغ عصر جديد في عالم الدعاية والإعلان، وهو عصر الثورة الطباعية، والذي بدأ مع انطلاقة القرن الحادي والعشرين. فمع إطلالة هذا القرن تطورت تقنية الطباعة بشكل مذهل، كان لمجال الدعاية والإعلان نصيب الأسد منها.

ولذا فقد أصبحت عملية صنع لافتة تجارية أو إعلانية لا تستغرق إلا قليل من الوقت والجهد، ثم تحولت إلى صناعية بدلا من كونها فيما مضى فنية تحتاج إلى مهارة وخبرة عالية، وهكذا ظهرت عدة شركات ومعامل لصنع اللافتات لا علاقة لهم بالفن وخاصة ( الخط ) و( الرسم )، وأصبح بإمكان أي شخص صنع لافتة بكل يسر حتى لو كانت العبارات المدونة بها بلغة لا يتقنها، وظهرت طابعات ضخمة تطبع أي صورة أو شكل أرادته العميل , وبأي مقياس شاء.

وبالتالي رخصت أسعار اللافتات الإعلانية إلى حد كبير، فكل شيء يتم بتصميم سريع على الحاسوب ثم يخرج العمل بعد وقت يسير بضغطة زر من خلال الطابعة.

#### ➤ اللوحة الفنية:

اللوحة الفنية التشكيلية -اصطلاحاً- هي كل مساحة مسطحة رسمت فيها يد الفنان خطوطاً وأشكالاً وسكبت فيها روحه وعواطفه ألواناً وضممتها عقله قيماً وأفكاراً وأهدافاً. تتحدث مع المتذوقين بلغة العيون والأبصار. مترجمة لهم أحاسيس الفنان ومشاعره ورؤاه في فترة زمنية معينة. فهي نتاج عمل عقلي وعاطفي مشترك ومتناسك. كل منهما محرض للآخر ومكمل له في حركة كروية دؤوبة. فهي ليست نتاج عمل عاطفي بحت، ولا نتاج عمل عقلائي بحت.. لأن الفن عصارة عمل حضاري. والحضارة لا تقوم بالعاطفة وحدها، ولا بالعقل وحده.

بل هي نتاج انصهار الاثنين معاً في بوتقة الإنسان المبدع الخلاق. مقومات اللوحة لكل لوحة فنية تشكيلية أياً كان انتماؤها المدرسي،، شكل ومضمون.

### أولاً: الشكل في اللوحة الفنية التشكيلية:

يتكون الشكل في أي لوحة تشكيلية من مجموعة مفردات وعناصر متكاملة ومترابطة، هي:

أ- مساحة فارغة محاطة بإطار عام يحدد شكلها الخارجي أبعادها.

ب- مجموعة الخطوط المتعانقة والمتشابكة والمتقاطعة المرسومة في هذا الفراغ.

ت- مجموعة الأشكال والتكوينات التي تخلقها هذه الخطوط والفراغات المحيطة بها.

ث- مجموعة الألوان المفروشة على سطح هذا الفراغ. هذه بشكل عام عناصر الشكل في اللوحة الفنية

التشكيلية أياً كانت المدرسة التي تنتمي إليها. ما عدا بعض الأعمال التي حاول بعض الفنانين إضافة

مواد جديدة عليها مأخوذة من الورق أو القماش أو سطوح جذوع بعض الأشجار أو النباتات المجففة

أو الحشرات المصبرة. ولصقها على سطح اللوحة وهي ما تسمى بطريقة القص واللصق

(الكولاج).. يعتبر اختيار هذه العناصر بشكل دقيق ومدروس وواع وإتقان توظيفها بما يخدم مضمون

اللوحة، أهم ركيزة في بناء اللوحة الفنية التشكيلية وخلقها.

لأن لكل عنصر من هذه العناصر المتقدمة وظيفته الجمالية والتعبيرية والعلمية والرمزية. وكلما أدرك المتذوق

ذلك واستوعبه وتشربته تبدت له جماليات هذه اللوحة وروعته. أو تبدى له قبحها ورداءتها وانحطاط مستواها.

أ- المساحة الفارغة والشكل الخارجي العام: لكل لوحة نسبها وأبعادها وشكلها الخارجي العام. فمنها

المستطيلة والمربعة والمستديرة، ومنها الكبيرة والصغيرة، ولكل شكل من هذه الأشكال الموضوع الذي

يناسبه ويتلاءم معه. وعلى سبيل المثال،، إن اللوحات التي تعبر عن الطبيعة الخلوية البحرية تختلف

نسبها وأبعادها عن اللوحات التي تمثل الطبيعة الصامتة أو تلك التي تعبر عن الصور الشخصية

(البورتريه) أو تلك التي تعبّر عن الملاحم والبطولة. وكلما استشعر المتذوق الانسجام التام والتوافق بين المفردات والصيغ المرسومة داخل هذا الفراغ والمساحة الإجمالية لهذا الفراغ، شعر بالمتعة والألفة لما يشاهد. والعكس صحيح، وهذا يتطلب التدريب المستمر للعين باعتبارها الحاسّة التي نرتشف بواسطتها الملامح الجمالية للأشكال المرئية. سعياً للارتقاء بعملية التذوق، وعلى سبيل المثال أيضاً: يستطيع المشاهد الذوّاقة أن يحكم من النظرة الأولى على أثاث غرفة بأنه غير منسجم مع مساحة هذه الغرفة وفراغها -رغم فخامة هذا الأثاث وجماله- في حين ينبهر مشاهد آخر بفخامة هذا الأثاث وجماله دون أن يفطن إلى عدم انسجامه مع مساحة الغرفة وفراغها لافتقار هذا المشاهد إلى العين المدرّبة وحس التذوق العام.

ب- مجموعة الخطوط المتعانقة والمتقاطعة والمتوازية المرسومة داخل هذا الفراغ: لكل خط من الخطوط دلالاته وإيحاءاته وقيمه الجمالية والتعبيرية: فالخط المنكسر يوحي بالحدّة والصرامة والقسوة والشدة. بينما يوحي الخط المنحني بالليونة والطلاوة والوداعة والمرونة. والخط المستقيم يوحي بالرسوخ والثبات والاستقرار والاستقامة. بينما يوحي الخط الحلزوني بالحركة والانعتاق والاتساع والتسامي والحرية. وكلما أدركنا لمتذوق هذه الدلالات والإيحاءات والقيم الجمالية والتعبيرية لتلك الخطوط كان أكثر قرباً من اللوحة وأكثر قدرة على الدخول إلى عوالمها. وعلى سبيل المثال، تبدو الزهور أكثر جمالاً وفتنة عندما نؤطرها بالخطوط اللينة بينما تبدو الصخور أكثر صلابة وقسوة وشدة عندما نحيطها بالخطوط المنكسرة. والمشاهد الذوّاقة هو الذي يحاول التحوّل مع مفردات اللوحة وعناصرها ويلاحظ مدى الانسجام والتوافق بين خطوطها وأشكالها وألوانها وموضوعها -ليصل إلى حالة من حالات النشوة والانبهار.

ج- مجموعة الأشكال والتكوينات التي تخلقها هذه الخطوط والفراغات المحيطة بها: يحاول كل فنان تشكيلي أن يوظف الخطوط والفراغات المحيطة بها ليخلق منها أشكالاً هندسية أو نباتية أو حيوانية أو آدمية أو طبيعية أو تجريدية أو مزيجاً من بعض هذا وذاك، أو من كل هذا وذاك. ليصل بالنتيجة إلى مجموعة من

التكوينات المعمارية والبنائية الموزعة في أرجاء اللوحة وكل فنان تشكيلي مهما كان انتماءه المدرسي يحاول جاهداً المحافظة على التوازن في توزيع هذه التكوينات المعمارية والبنائية في أرجاء اللوحة. فلا تكون كثيفة جداً في زاوية من زوايا اللوحة، بينما تخلو بقية أرجاء اللوحة منها. ولا يبعثرها في أرجاء اللوحة كيفما اتفق. بل يحاول أيضاً الربط بين هذه التكوينات المعمارية بشكل فني ومدروس لتبدو لعين المشاهد كتلة واحدة يشد بعضها بعضاً. كما يحاول أن يخلق من هذا التوزيع نوعاً من أنواع الإيقاع الحركي الذي يأسر عين المشاهد ويجعلها تنتقل من شكل لآخر بلهفة وشوق ونشوة. دون أن يتطرق إليها السأم والملل. مبتعداً ما أمكن عن التناظر والتماثل. الذي يفقد العمل الفني بهجته وسحره. المتذوق المتابع لتطور الفنون الجميلة عبر مسيرتها الطويلة وما طرأ عليها من إضافات وإبداعات، وقفزات يستطيع بحسه السليم وعينه المدربة، إدراك المضامين الجمالية والتعبيرية والفكرية التي حاول الفنان تجسيدها في اللوحة وارتشافها وتذوقها. وعلى سبيل المثال، يستطيع المستمع الذواق -صاحب الأذن المدربة- إدراك عبقرية العازف المبدع وهو ينتقل منغم إلى نغم، ومن مقام إلى آخر بسلامة وعدوبة وبراعة منتشياً معه محلقة في عوالم الموسيقى. حتى ولو لم يكن هذا المستمع يجيد العزف أو قراءة النوتة الموسيقية. وكما أننا نستطيع تدريب الأذن على السماع والارتقاء بها من النغم البسيط ذي الرتم الواحد إلى الأنغام والألحان المعقدة والمتداخلة وصولاً إلى السوناتة والسمفونية. كذلك يستطيع المشاهد الذواق تدريب عينه على مشاهدة اللوحات الحديثة واكتشاف مواضع الجمال والإبداع فيها -إن وجدت- عن طريق المواظبة على حضور المعارض الفنية التشكيلية و الاحتكاك المستمر بالفنانين ومحاورتهم والاطلاع على الجديد في عالم الكتب الفنية.

د- مجموعة الألوان المفروشة على سطح هذا الفراغ: الألوان: عالم غني، ساحر، واسع، فسيح الأرجاء، ثري الدلالات،،، عظيم القدرة التعبيرية منها المنسجم المتناغم، ومنها المتنافر المتباين،، منها الحار، ومنها البارد.. منها ذو الشخصية القوية الطاغية، ومنها الحيادي الهادئ الوداع. ولكل منها رمزه ودلالته وقوته التعبيرية،، فالأبيض: رمز النقاء والطهر والعفاف والبراءة. والأحمر رمز الثورة و العنف والدم والحرارة

والعواطف الجياشة. والأخضر رمز الخصب والغنى والأمل والسعادة. والأصفر: رمز المرض والكراهية والحقد والنبيل والنور... إلخ. والضوء هو مصدر الألوان،، توجد بوجوده وتختفي باختفائه. ولذا فقد انبهر الانطباعيون بالضوء خاصة بعد انتشار نظرية العالم إسحاق نيوتن حول تحليل ضوء الشمس واكتشاف ألوان الطيف، وبلغ عشقهم له حدًا كبيراً لدرجة أن رؤاهم صاغوا معظم أعمالهم الفنية على شكل رعشات ضوئية لونية متناثرة في أرجاء اللوحة. وحدا الإعجاب بالضوء بعضهم على تصوير الموضوع الواحد عدة مرات وفي فترات مختلفة من النهار، لإظهار اختلاف الرعشات اللونية والضوئية بين فترة وأخرى ومدى تأثيرها على أحاسيس الفنان ومشاعره وعواطفه ورؤاه. والإنسان مذ وجد على سطح هذا الكوكب مفتون بالألوان تسحره وتستهويه. ولذا كان يلجأ إلى تزيين وجهه وجسد هبها، ثم تطور فأخذ يزيّن ملابسه وأسلحته وأثاث منزله ومنزله بها. وما زالت نساء هذا العصر يلجأن إلى مساحيق الألوان لتبديل ألوان بشراتهن وشعورهن وأظفارهن وملابسهن بقصد إضفاء الجمال والفتنة عليهن. ولا نكاد نرى شيئاً في هذا العالم يخلو من عنصر اللون، ولذا فإن لعنصر اللون الدور الأكبر في بناء اللوحة الفنية التشكيلية لما يحمله من شحنات نفسية وقيم جمالية وقدرة تعبيرية ورمزية وتأثير مباشر على بصر المشاهد المتلقي ونفسه ووجدانه. والمتلقي الذوّاقة يحتاج إلى تدريب عينيه على كل ذلك وتثقيف نفسه بكل جديد حول الألوان وما تتضمنه من قيم.. ومن الناس من يعتقد أن هناك ألواناً جميلة وأخرى غير جميلة. والحقيقة بخلاف ذلك، فكل الألوان جميلة وممتعة عندما توضع في الأماكن المناسبة لها. وكلها تبدو غير جميلة عندما توضع في غير ذلك. وعلى سبيل المثال: اللون الأسود جميل جداً على العباءة السوداء والشعر الأسود والعينين الحورواوين، ولكنه قبيح جداً عندما نطلي داخل غرفة الجلوس باللون الأسود. أو نطلي مبنى كاملاً باللون الأسود. دون أن نحرك هذا اللون ونخفف من عتمته وكأبته بألوان أخرى أكثر زهواً. والمشاهد المواظب على زيارة المتاحف ومعارض الفنون الجميلة يستطيع أن يرتقي بذوقه صعوداً حتى يصل إلى حالة من حالات النشوة والمتعة في ارتشاف الألوان وتذوّقها.

## ➤ الصورة الفوتوغرافية Photography:

هي كلمة مشتقة من كلمة يونانية الأصل، وهي مكونة من قسمين photo وتعني الضوء، النور و graphite تعني الرسم وهي انعكاس موضوع على الورق كي يكون نسخة طبق الأصل ولكن مصغرة<sup>1</sup>.  
أي تعني "فوتوس" تعني الضوء بينما "غرفوس" تعني الكتابة بالضوء، وبالتالي فإن الصورة الفوتوغرافية ما هي إلا تسجيل صوتي للواقع على سطح حساس<sup>2</sup>، واستعملت هذه الكلمة أول مرة بتاريخ 09 ماي 1816م، على اللسان الكيميائي "NIE PCE"، بحيث تم الحصول على صورة لها صفة الدوام والثبات<sup>3</sup>.

### 3. أنواع الصورة الصحافية:

**الصورة الصحافية الإخبارية:** هذا النوع من الصورة يحمل قيمة خبرية أكثر منها جمالية أي فنية لأنها تعتمد على الواقع، لأن مرجعيتها من الزمان و المكان، ويفسح المجال للقارئ كي يتعرف عن قرب على تلك الأحداث أو يرضي فضوله عن معرفة التفاصيل والتفاصيل<sup>4</sup>.

**الصورة ذات الطابع الفني الجمالي:** كانت في بداية الأمر خاصة بأعمال الفنانين والرسّامين قبل ظهور التصوير الفوتوغرافي، لكن بعدها احتلت الصورة الفوتوغرافية الفنية حيزا في الصحف. ومن صفات هذا النوع من الصور؛ احتوائها على عنصرين الخبر والإثارة، وإنما تكون عرض لإبداع المصور الفنان الذي حمل آلة التصوير، وذهب يتصيد اللقطات من الطبيعة، أو المشاهد من الشارع وتهدف إلى إضفاء بعد فني وإعطاء حركية للصورة وتحيينها خاصة إذا كانت الصورة ملوّنة<sup>5</sup>

<sup>1</sup>: جورج مديك سالم، موسوعة السينما المصورة في العالم، بيروت، دار رتب الجامعة، ج01، ص15.

<sup>2</sup>: محمود سامي عطا الله، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط01، 1977، ص88.

<sup>3</sup>: محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة المشرق الثقافي، 2006، ص187.

<sup>4</sup>: عبد الجبار محمود علي، التصوير الصحفي، ط01، القاهرة، دار المعرفة، 1980، ص23.

<sup>5</sup>: عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص ص 20، 26.

**الصور لإعلان أو إشهار:** يعتبر الإشهار حسب معجم المصطلحات الإعلامية في كونه النشر بالوسائل المختلفة للفت نظر الجمهور على جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، خلق الرغبة وإقناع الفرد يقول أخصائيو الإعلام أن الصورة تعادل ألف مقال وإن صورة الأشخاص تجذب الانتباه أكثر مما تجذبه صور الأشياء الأخرى، وأن الصورة الموجودة في الإعلان تكون أكثر جذبا لعين القارئ، حين تكون ملونة أكثر مما لو كانت بلون واحد، لهذا فإن حصيلة الإعلان الملون أكثر من حصيلة الإعلان بلونين الأبيض والأسود<sup>1</sup>.

#### 4. خصائص الصورة الصحفية وسماتها:

بداية لابد من الإشارة إلى أن للصورة مميزات وخواص تجعلها على قدر من الأهمية، لا يمكن إغفاله، فالصورة قادرة على توصيل الناحج بتأثير أكبر من تأثير الكلمة، وهو ما يستخدم في الدعاية عموما، وفي لحروب النفسية، وفي الإعلام والاتصال الجماهيري.

❖ **الحيوية:** وتشير إليه الصورة المفعمة والحركة، وبالتالي فهي تمثل صورة حقيقية لأن الصحافة تعكس بشكل عام أوجه النشاط الإنساني، والصورة التي تعج بالحركة يشعر القارئ بالركود، ولهذا يحرص المصور على التقاط صوراً من زوايا غير تقليدية تعكس تفاعل المصور مع الحدث سعياً لتمرير فكرة معينة لتصوير المصور.

❖ **التلقائية:** يقصد بها المصور الفجائية، غير متوقعة من طرف أشخاص، حيث تلتقط في اللحظة التي تكون فيها أنظار الأشخاص تتجه نحو عدسة الكاميرا لا تصبوا عليها هذا ما يضفي عليها الحركة والانفعالية، وربما هي الحقيقة للأشخاص في حالة الصورة الشخصية والمصور المحترف الذي يختار الوقت المناسب لتجميد لحظة معينة من الزمن في حركة تحمل أكثر دلالة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>: ميدجر مرتان، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية، تر: فاطمة حيوتي، دمشق، 1998، ص3.

<sup>2</sup>: سعيد غريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص148.

❖ **الصلة الوثيقة بالموضوع:** إن الصورة التي لا تضيف للنص شيئاً جديداً، لا جدوى من توظيفها، إذ

يجب أن تكون الصورة وثيقة الصلة بالموضوع حيث لا يشعر القارئ بأنها دخيلة عليه<sup>1</sup>.

❖ **المعنى:** يمكن أن يعكس بشكل جيد في الصورة غير الشخصية التي تحمل دلالاته تتجلى قيمتها في إبراز

لقيم العقلية، والأدبية، والمعنوية العميقة، يخلق هذا النوع صراع في تأويل الصورة فهي لا تحمل معنى

منفرداً واحداً، فالناس كما يرون بعيونهم يرون بأهوائهم وميولاتهم الفلسفية والفكرية، فالمعنى يختلف حول

تلك الصورة وهذا ما يضيفي جمالية فيها.

❖ **الجانب الإنساني:** الاهتمام بالجانب الإنساني يزيد من قيمة الصورة بحيث تثير مشاعر القارئ

وتعاطفه، لكن ليس بمعنى ذلك الإكثار من التصوير الماسي وجعل صفحات الجريدة مسرحاً للدراما، إذا

آمن هناك من القراء مرض في لحس لا يحتملون الصور البشعة، والمحنة، وصور للمشوهين، والقتلى،

وجماجم الموتى، التي تبعث في النفوس الاشمئزاز، في حين أن هدف الصحافة جذب أكبر عدد من القراء

وإثارة اهتمامهم<sup>2</sup>.

❖ **الجانب التقني:** كي تكون الصورة صالحة للنشر يجب أن تكون دقيقة المعالم واضحة التفاصيل القابلة

للطبوع، وأن يكون سطحها لامعاً يمتاز بالدقة والتباين بين ظلالها بإبراز ملامح الوجه والتفاصيل الموجودة

داخل إطار الصورة، أيا كان نوعها لذلك يفضل المخرج الصحفي الصور ذات درجات متوسطة على

الصور الداكنة، أي تكون الصورة على قدر كبير من الإتقان إذ لا بد أن تفقد النسخة من قوتها بعد

الطبوع، وخاصة في حالة التكبير، الذي يظهر عيوب الصور وبالتالي فإن جودة الصورة الصحفية تؤدي

أمراً أساسياً للحفاظ على القيمة الخيرية الخاصة وأن الصورة الصحفية تعطي إحساساً بالتوجه والفكر من

خلال المؤشرات التي يلجأ إليها لإيصال المعنى الدلالي.

## II. أهمية الصورة الصحفية وأثرها في المتلقي :

<sup>1</sup>: إبراهيم إمام، دراسات الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الأكلور المصرية، 1978، ص 57.

<sup>2</sup>: سعيد غريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 184-185.

عندما يلتقط القارئ نسخة من جريدة أو مجلة ويبدأ في قراءة إحدى الصفحات تلفت نظره، يركز أولاً على النقطة البصرية ثم يدقق في أجزاء أخرى ثم يعود غالبية القراء بعد ذلك، وهذا افتراض مؤكد إلى الكلام أو التعليق المصاحب والانتشار للصورة التي يجيب على الأسئلة من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ لماذا؟ وكيف؟ إذا لم يكن أحد من هذه الأسئلة غير محاب عليها في الصورة نفسها، وبالتالي فإن أهمية الصورة الصحفية كمادة إعلامية تختزل الوقت والجهد بالنسبة للقارئ تتجلى في إمكانيتها على التوضيح وتقتضي الخبر والحدث من خلال ما تقدمه هذه الصورة من معاني ودلالات مختلفة تقدم للقارئ قراءات متنوعة للخبر الصحفي، وهذا الذي يجعلنا نؤكد على الدور الاتصالي الفعال الذي تؤديه الصورة الصحفية كرسالة يستقبلها القارئ للصحيفة، التي كلما اعتمدت على الصورة الصحفية بشكل مكثف كلما جعلت القراء يحتاجون إلى كلام الصور ليعرفوا من في الصورة أو ما فيها كما أن القارئ للصحيفة والمهتم بموضوع معين سياسي أو اقتصادي أو ثقافي قد يجد في الصور ما يحتاجه أكثر مما توفره له المادة المكتوبة<sup>1</sup>

## 1. وظائف الصورة الصحفية:

إن تحديد أهمية الصورة بالنسبة لصحيفة من خلال الوظائف التي تقوم بها أثناء العملية الاتصالية وهي

كالاتي:

❖ **الوظيفة البصرية:** ذلك أنه للصورة دور فعال في جذب الانتباه العين والاستحواذ عليه، ورغم أن الصور

بمختلف أنواعها ذات القدرة على الجذب، إلا أن الصورة الفوتوغرافية أكثرها فعالية في ذلك، فهي مليئة

بالحياة، مشبعة بالحيوية، لا يجد الناظر إليها غرابة في تفاصيلها عن الواقع فهي تنقل ما يعيشه يومياً وما

يعايشه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>: محمود علي الدين، مرجع سبق ذكره، ص 71-72.

<sup>2</sup>: سعيد غرب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 157.

❖ **الوظيفة التبوغرافية:** وهي تنطلق من القاعدة التي تقول: "إن الصورة على الصفحة سواء كانت صفحة إخبارية أو لقطة خاصة تعد النواة التي يتم تحويلها تصميم صفحة جذابة"، ذلك أن الصورة تمثل إحدى أهم العناصر في بناء الجسم المادي للصفحة، وفي خلق صفحة جذابة، يضاف إلى ذلك استخدامها في توجيه حركة العين وفقا لما تتطلبه طبيعة الأخبار والموضوعات المنشورة عليها، كما أنها تضيف على الصفحة حيوية وحركة.

❖ **الوظيفة الاتصالية:** ذلك أنه أصبح للصور وظيفة إخبارية مكنتها من منافسة النصوص التحريرية، ومهما تكن الكلمات في حد ذاتها نافذة ومؤثرة، فالصور أقدر على ربط مضمونها بالحياة، كما أن الصور تشارك مع الكلمات في عملية نقل الأخبار، ذلك أن الصور والرسوم غالبا ما تنقل المعلومات المطلوبة بشكل أوضح مما تستطيع الكلمات فضلا على أنها تستعمل الإشباع فضول القارئ يتبين شكل الأشخاص والأماكن، فالصورة كوسيلة اتصال تتميز بصفة فريدة، بإضافة إلى أنها لغة عالمية وأن الجميع يستطيع قراءتها، فأغلبية القراء تتوجه أنظارهم لأول وهلة إلى الصورة<sup>1</sup>.

❖ **الوظيفة السيكولوجية:** الصورة بشكل عام تستجيب لحاجة سيكولوجية لدى الإنسان، تسند كذلك بعض متطلبات العقلية والنفسية، فقد برهنت الدراسات التي قام بها علماء النفس أننا نفكر بالصورة العقلية وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم الناس إلى أربعة فئات: الفئة البصرية، الفئة السمعية، الفئة الحركية، الفئة المختلفة<sup>2</sup>. فبمجرد سماعنا، نتمكن من تشكيل الأفكار التي وصلتنا وتحويلها إلى صورة ذهنية مختلفة، وعند قراءتنا بشكل لا شعوري نقوم بتصوير الكلمات والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا، ويمكن تصوير الصورة بألوانها، فاللون يعطي تأثيرات سيكولوجية خاصة بعض التجارب التي قام

<sup>1</sup>: محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة: الصورة الصحفية وسيلة الاتصال، القاهرة، دار الكتب، دت، ص101.

<sup>2</sup>: محمود علم الدين، الصورة الصحفية، دراسة فنية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، سلسلة دراسات في الاعلام، دت، ص21.

بها علماء النفس، بحيث أن الألوان ترتبط بدلالات المعاني، فهي تهدف إلى تحقيق الاتصال البصري، وهو جلب الانتباه وتحقيق درجة من قابلية القراءة، والتمكن من فهم الاتصال وخلق انطباع موثوق<sup>1</sup>.

❖ **الوظيفة التعليمية:** ومن وظائف الصورة الصحفية الوظيفة التعليمية، والتي لا يمكن تجاهلها خاصة

بالنسبة لأجزاء أو أركان وصفحات "الخدمات" المختلفة وجوانب "الصحافة"، التعليمية وشرح الدروس الجديدة التي يستفيد منها المزارعون وطلاب الكليات والتلاميذ وما قبل هذه المرحلة "الحضانة" جميعهم يستفيدون منها بشكل من الأشكال على صفحات المجالات التي تعنى بهم، وبهذه الموضوعات نفسها، ونخص الذكر منها: المجالات المدرسية، الطلابية، التعليمية، مجالات الأسرة<sup>2</sup>.

## 2. ثقافة الصورة وثقافة الكلمة:

أكد المشاركون في ندوة "ثقافة الصورة وتأثيرها على ثقافة الكلمة" بالقاهرة إن ثقافتنا الصورة والكلمة مختلفتان في المعالجة والتأثير ولكنهما متكاملتان حيث لا تنافر ولا تنافس بين دوريهما وربما سادت ثقافة الصورة بفعل التطور التكنولوجي لكن هذا لا يلغي دور الكلمة وتأثيرها ولذا وجب التكامل بين الثقافتين والسير في هذا الاتجاه بدلا من تفضيل واحدة على الأخرى أو نفي الكلمة على حساب الصورة. وقالت د. هويدا مصطفى، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة، إن دور ثقافة الصورة يتعاظم في مجتمعاتنا العربية نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة ودخول الصورة في عمليات التطور التكنولوجي لدرجة إن كثيرا من المتخصصين يرون أننا نعيش عصر المشاهدة وثقافة الاستهلاك التي يفرضها طغيان الصورة على واقعنا الثقافي والإعلامي وهو ما أدى إلى شيوع ثقافة جماهيرية تمثلها ثقافة الصورة على حساب ثقافة النخبة التي تمثلها ثقافة الكلمة ومن هنا فإننا إزاء بعض التحديات مثل انحسار ثقافة الكلمة إمام ثقافة الصورة وتأثير ذلك على واقعنا الثقافي.

<sup>1</sup>: منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، مكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، 2001، ص82.

<sup>2</sup>: محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة: الصورة الصحفية وسيلة الاتصال، ص138.

وقال د. محمد شومان، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس، أن موضوع ثقافة الصورة والكلمة جديد ولا تزال فيه فلسفات محل جدل في تكييف العلاقة بينهما ولا تزال نقارن بين الثقافتين لان الصورة تتجاوز حاجز الأمية وتصل للجميع في مقابل ثقافة الكلمة.

وأضاف أن ثقافة العرب هي ثقافة الكلمة حيث استطاع العربي القديم أن يقدم صوراً شعرية تعبر عن الزمان والمكان وكانت ثقافة الكلمة تشكل الصور ولكن الإشكاليات بدأت تظهر بفعل التطور التكنولوجي والاتصال الرقمي وثورة الفضائيات وأجهزة الكمبيوتر والمحمول وأصبح الإنسان محاصراً أمام شاشات التلفزيون والكمبيوتر وأمام فيض هائل من الصور والرموز التي باتت جزءاً رئيسياً من حياتنا.

وأكد أن سيادة العولمة وتفوق الصورة على الكلمة جعل هناك اتجاهين في تكييف العلاقة بينهما الأول يؤكد وجود علاقة نفي بين الصورة والكلمة بمعنى أن الصورة تنفي الكلمة وتحدد بقائها وان كثرة الصور المعروضة تحولت إلى غاية لا أداة وان الصورة تحصر المعنى في دلالات محددة بينما يرى الاتجاه الآخر إن العلاقة بين الصورة والكلمة ليست عدائية أو صدامية وهناك إمكانية للتعايش والتعاون المشترك بينهما مثلما تعايشت وسائل اتصال شعبية كالراديو والتلفزيون من قبل مع وسائل أخرى كانت تسبقها.

وأوضح د. شومان انه يميل إلى التكامل بين الصورة والكلمة وإمكانية التأثير المتبادل بينهما خاصة أن

لكل منهما إيجابيات وسلبيات ونقاط قوة وضعف فتقافة الكلمة مثلا لها مؤلف محدد بينما الصورة لا منتج لها، والصورة بسيطة في التلقي بينما الكلمة تحتاج إلى قراءة، والرهان الصحيح هو في إمكانية الحفاظ على مساحة تعاون بين الثقافتين وإمكانية الارتفاع بمستوى الصورة ووضع معايير مهنية و أخلاقية واحترام المصداقية في الصورة خاصة انه في العصر الرقمي يمكن تزييف الصور وتدليسها وكذلك الأمر بالنسبة للكلمة .

قال إننا في حاجة إلى العودة للمعايير المهنية سواء في حالة ثقافة الصورة أو الكلمة والعمل على تربية

أجيال لديها وعي وتعامل بشكل نقدي مع ما يقدم لها وهذا يحتاج إلى متلق إيجابي قادر على التحليل والنقد

وأدب التعامل مع النص المكتوب أو المشاهد وهو ما يرتبط بشكل رئيسي بمناخ الحريات والتعليم النقدي في المدارس والجامعات.

وعرضت د. مها احمد السعيد، أستاذ الأدب الفرنسي بجامعة القاهرة، نموذجاً تطبيقياً لتأثير الكلمة والصورة على حدث عالمي وهو حذاء منتصر الزيدي الشهير فالصورة أدت دوراً جوهرياً في توصيل المعنى بشكل واسع جداً أدى إلى ترسيخ الحدث في أذهان المشاهدين من خلال رصد الفعل وإطلاق منتظر الزيدي لحذائه في وجه بوش ورصدت الصورة أيضاً ردود الأفعال العربية على الحدث حيث هبت جمعيات حقوق الإنسان للدفاع عن الزيدي وغمرت الشوارع الفرحة والمظاهرات المؤيدة للزيدي.

قالت إن الكلمة أيضاً لعبت دوراً مهماً في توصيل الحدث من خلال تداول رسائل المحمول والانترنت والعبارات الساخرة وكذلك لعبت الصورة الصحفية من خلال الفوتوغرافيا والكاريكاتور دوراً مهماً في تأكيد الحدث وهو ما يؤكد أن الكلمة والصورة لعبتا دوراً خطيراً في توصيل الحدث الإعلامي وإن كانت الصورة تفوقت بسرعتها وانتشارها بالمقارنة بالكلمة والكاريكاتور لكن هذا لا ينفي دور أي منهما.

وتحدثت د. سلمى مبارك . صاحبة الدراسات في السينما والأدب عن علاقة الصورة السينمائية بالأدب

قائلة إن الحوار بين الأدب والسينما بدأ منذ بدايات السينما الصامتة حيث استغلت الصورة السينمائية المجال الخصب للأدب واستفادت من نصوص أدبية كثيرة وعرضتها على شاشة السينما مستغلة إن الصورة تقول الكثير وتحتفي بقيمة الأدب كنوع إبداعي مهم للأعمال السينمائية.

وأضافت أن العلاقة بين السينما والأدب علاقة حوار وجدل معرفي وليس بينهما تنافر أو تنافس ويؤكد

ذلك انهيار عدد كبير من الروائيين والأدباء بالسينما مثل نجيب محفوظ ويحيى حقي وحتى الجيل الحالي من الروائيين أصبحت السينما ملهمة لهم وظهرت أعمال أدبية إبداعية تكتب للسينما أو يتم تحويلها للعرض السينمائي وهو ما يضيف لها أبعاداً جماهيرية واسعة مثل سلسلة أفلام "هارى بوتر" التي قدمت من الأدب للسينما وكذلك

"عمارة يعقوبيان" لعلاء الأسواني والتي نجحت نجحاً جماهيرياً واسعاً عندما تحولت إلى السينما، وكل من

السينمائيين والأدباء يدركون سر هذه العلاقة الجاذبة بين السينما والأدب ويحاولون التكامل بينهما.

وقال الإعلامي والمذيع أحمد يوسف إن الكلمة الآن لم تعد في المقدمة لأننا نتجه بقوة نحو عصر الصورة،

وصحيح إن الكلمة لا تزال موجودة ومؤثرة ولكنها في مرتبة تالية فنحن نعيش حرية الصورة وعلى الجميع إن

يتواصل مع هذه الحقيقة التي وضحت تماماً في الحرب على غزة حيث تفوقت الفضائيات وشبكات "الانترنت"

على الكلمة المطبوعة، وهناك ما يسمى الآن الفن التاسع وهو عبارة عن إنتاج أفلام ثلاثية الأبعاد من المنزل

تستفيد من التكنولوجيا المتطورة وعملة الشاشة التي لم تعد ذات شكل واحد وإنما تستفيد مما يقدم من مصادر

إعلامية أخرى مثل المدونات والانترنت والفيس بوك وهذا هو إعلام المستقبل.

وأضاف أن الكلمة المطبوعة ينبغي أن تلاحق التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات ولا تقف مكتوفة

الأيدي أمام ما يحدث وقد ظهر ذلك جلياً في تجربة عدد من الكتاب الجدد الذين تأثروا بالخيال الذي أفرزه

التطور التكنولوجي ووجدنا إبداعاً شعرياً ونثرياً يضم في نصوصه مصطلحات الكمبيوتر والعملة والدردشة

الالكترونية وهؤلاء الكتاب يحتاجون إلى الرعاية وتسليط الضوء على إبداعاتهم التي لا تنفصل عن التغيرات

الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية السائدة لأنهم تعاملوا مع التغيرات الإعلامية الحالية ولم ينفصلوا عنها وسعوا

للتكامل بين ثقافتنا الصورة والكلمة دون أن يلغوا آياً منهما في إبداعاتهم<sup>1</sup>

### 3. السيميولوجيا:

#### أ. نشأة السيميولوجيا:

<sup>1</sup> :<http://www.alittihad.ae/details.php?id=12995&y=2009&article=full>

إن تاريخ الدراسات الدلالية لم يكن وليد هذا العصر بل نجده موعلا في القدم حيث تناوله المفكرون والكتاب منذ أكثر من ألفي سنة مضت، إذ بدأت دراسة المعنى في اللغة منذ أن حصل للإنسان وعي لغوي، فلقد كان لليونان أثرهم الواضح في بلورة مفاهيم لها صلة وثيقة بعلم الدلالة<sup>1</sup>.

إذن يعود تاريخ السيميائيات إلى ألفي سنة مضت كما يشير أمبياتو وهو يتكلم عن السيميائيات القديمة على النحو التالي:

إن الرواقين هم أول من قال أن للعلامة دال ومدلول، وارتكزت السيميائيات المعاصرة على اكتشافاتهم الأولى، ويقصد بالعلامة كل أنواع العلامات ليست فقط اللغوية، فاللباس والنظام والأزياء، والموضة السائدة في مجتمع ما، تشكل علامات وأنظمة علامات تختلف من مجتمع إلى آخر مثل آداب التحية في اليابان، علاقات الزواج وتقاليده، نظام المطبخ، وإشارات المرور، كل هذا يشكل علامات وإشارات ودلالات ويرى إيكو أيضا أن الرواقين هم أصلا من العمال الأجانب في أثينا، وبالتالي فهم دخلاء عليها، فأصلهم الحقيقي يعود إلى كنعانيين الفنيقيين القادمين من أرض كنعان إلى شمال إفريقيا، ومع الرواقين ظهر لأول مرة في الحضارة الإغريقية، أولئك الذين لا يتكلمون اليونانية كلغة أصلية، حيث اكتشف هؤلاء أن الاختلاف في أصوات اللغات وحروفها، أي شكلها الخارجي الذي يدعى بالدال، ويصل إيكو إلى أن هؤلاء البرابرة قد سبقوا دي سوسير في اكتشاف الفرق بين الدال والمدلول، فهؤلاء الدخلاء كانوا يمتلكون تجربة لا يمتلكها اليونانيون، أي تجربة الازدواج الثقافي، والحضاري، واللغوي، من خلال ثلاث لغات: الكنعانية، البونيقية، الأمازيغية واليونانية.

أما المرحلة الثانية فهي مرحل القديس أوغستين حسب إيكو، فهو أول من طرح السؤال: ماذا يعني أن نفس ونقول؟، وهكذا راح يشكل نظرية التأويل النصي. حيث أكد على إطار الاتصال والتواصل والتوصيل، عند معالجته لموضوع العلامة.

<sup>1</sup>: إبراهيم محمد سليمان، مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، المجلة الجامعة، مجلد 02، عدد 16، جامعة الزاوية، 2014، ص 155.

أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة العصور الوسطى، وكانت فترة مهمة من فترات التأمل بالعلامات و اللغة. ثم جاءت المرحلة الرابعة، حيث نشطت فيها نظريات العلامات والإشارات مع المفكرين الألمان، والانجليز في القرن السابع عشر. ويمكن ذكر اسم الكتاب ل جون لوك J.Locke بعنوان "مقال نحو الفهم البشري"، وقد استعمل مصطلح السيميوطيقا ليعني بما العلم الذي يهتم بدراسة الطرق والوسائط التي من خلالها يتم معرفة نظام الفلسفة و الأخلاق وتوصيل معرفتهما.

ويكمن هدف هذا العلم في الاهتمام بطبيعة الدلائل التي يستعملها العقل بغية فهم الأشياء، أو نقل المعرفة إلى الآخرين، ثم استمرت الأمور على هذا النحو في القرن الثامن عشر مع ظهور الموسوعة والموسوعيين حيث اعتبر لايبنتز G.W.Leibniz سيميولوجيته في علاقة مع كل أجزاء النسق بما فيها المقترضات الفلسفية والوجودية وابستيمولوجية لنظرية الدلائل، كما تعتبر التقاء مصطلحين بين التعبير والتمثيل والتواصل، ويقول امبرتو إيكو: "ينبغي أن لا ننسى الفيلسوف هوسيرل hocirel، الذي ألف دراسة كبيرة بعنوان: "سيميائيات". وفي القرن العشرين نلاحظ أن كل الفلسفة تدور بشكل ما حول مشكلة اللغة، وخصوصا مع برتراند راسل وغيره<sup>1</sup>. كما تميزت سنوات السبعينات بالطور الكبير للسيميولوجيا، العلم المؤسس في بداية القرن العشرين، من قبل السويسري دي سوسير، وهي تعني حسب هذا الأخير: "العلم العام الذي يدرس حياة الدلائل اللسانية أو غير اللسانية وسط الحياة الاجتماعية"، حيث تميزت السيميولوجيا بطابعها الواسع، كما اعتبرت اللسانيات فرعاً من السيميولوجيا.

أخذت الدراسات السيميولوجية أهميتها من جديد، منذ سنوات الخمسينات، فهي أثارت اهتمام كل نظام الدلائل مهما كانت مادته: الرسم، الكاريكاتور، الأسطورة، الإيماءة، الموضة، الصورة التشكيلية، الصورة الفوتوغرافية، الملصقة...<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>: سليمان العسكري، نشأة السيميولوجيا، علم الفكر، مجلة دورية، العدد الثاني، الكويت، 1997  
<sup>2</sup>: محمود أبراقن، تر: أحمد بن مرسى، التحليل السيميولوجي للفيلم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص15.

ب. مفهوم السيمولوجيا:

❖ المفهوم اللغوي:

إن السيمياء مشتقة من الكلمة اليونانية *sémion*، ومعناها العلامة وهي مركبة من العلامة.

و *logos*، الذي هو العلم، إذن السيمولوجيا في مجموعها هي علم العلامات<sup>1</sup>.

❖ التعريف الاصطلاحي للسيمولوجيا:

إن السيمولوجيا أو السيموطيقا أو السيمياء، لدى دارسيها تعني علم دراسة العلامات دراسة منظمة

ومنتظمة، فهي تدير مسيرة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية وقوانينها التي تحكمها مثل أساليب التحية عند

مختلف الشعوب، وعادات الأكل والشرب عندهم ... الخ، إلا أن الأوروبيين يفضلون مصطلح السيمولوجيا

التزاما منهم بالتسمية السويسرية، أما الأمريكيون فيفضلون مصطلح السيموطيقا التي جاء بها تشارلز سندر

بيرس، أما العرب خاصة أهل المغرب العربي فقد دعوا إلى ترجمتها بالسيمياء محاولة منهم في تعريب المصطلح وكما

يقول معجب الزهراني: "إن السيمياء ترتبط بحقل دلالي لغوي، ثقافي يحضر معها في كلمات مثل السمة والتسمية

والوسام والوسم والميسم والسيماء، والتي تعني علم العلامة.

ويعرف اللساني الشهير "فيرديناند دي سوسير" وهو أول من عرف هذا العلم بأنه علم يدرس حياة

العلامات في وسط الحياة الاجتماعية، وستظهر السيمولوجيا ما ينشئ العلامات وما القوانين المكتشفة من قبل

السيمولوجيا، سينم تطبيقها على الألسنية فمهمة السيمولوجي عند دي سوسير هي الكشف عن العوامل أو

تحديد عملية التسميؤ، وكذلك شارل سندر بيرس الذي يقول: "أعني باسم السيمياء مذهب الطبيعة الجوهرية

والتنوعات الأساسية للدلالة الممكنة". وبالإضافة إلى هاذين الأصلين اللذان أشار إليهما مختلف الدارسين لتاريخ

<sup>1</sup>: عبد الله قدور الثاني، سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر اللسانيات البصرية في العالم، ص 101، 102.

السيميائية بمن فيهم "جوليا كرسيفا" التي تقول: "دراسة الأنظمة الشفوية وغير الشفوية ومن مفاهيمها الإجرائية من اللسانيات<sup>1</sup>.

### ج. موضوع السيميولوجيا:

السيميوطيقا . كما هو معلوم . عبارة عن لعبة التفكير والتركيب، وتحديد البنيات العميقة الثانوية وراء البنيات السطحية الظاهرة فونولوجيا وصرفيا ودلاليا وتركيبيا. ومن ثمّ تبحث السيميوطيقا جادة عن أسباب التعدد، ولاهائية الخطابات والنصوص، والبرامج السردية، وتسعى إلى اكتشاف البنيات العميقة الثابتة، وترصد الأسس الجوهرية المنطقية، والتي تكون وراء سبب اختلاف النصوص والجمل الملفوظات والخطابات. وبالتالي فالسيميوطيقا لا يهمها ما يقول النص، ولا من قاله، بل ما يهمه كيف قال النص ما قاله.

أي: إن السيميوطيقا لا يهمها المضمون ولا حياة المبدع أو سيرته بقدر ما يهمها شكل المضمون<sup>2</sup>.

وبالتالي فإن السيميولوجيا هي علم الدوال اللغوية وغير اللغوية.

### د. المدارس والاتجاهات السيميولوجيا:

لقد استعرض مارسيلو داسكال هذه الاتجاهات في اثنين رئيسيين:

المدرسة الأمريكية المنبثقة عن بيرس، والتي يمثلها كل من موريس وكارناب، وسيبوك، والمدرسة الفرنسية أو بالأحرى الأوروبية المنبثقة عن سوسير والتي يمثلها كل من بويسنس وبريطو وجورج مونان ورولان بارث وغيرهم، كما استعرض بعض الاتجاهات الفرعية الأخرى يمثلها كل من غريماس، وبوشنسكي، وجوليا كرسيفا. لكن ما يلاحظ على مارسيلو داسكال هو اغفاله لاتجاه أو مدرسة تعد من أهم المدارس السيميولوجية الروسي، وهي مدرسة تارتو التي يمثلها كل من يوري لوتمان وأسبنسكي، وإيفانوف.

<sup>1</sup>: عبد الله قدور الثاني، مرجع سبق ذكره، ص102.

<sup>2</sup>: جميل حمدوي، السيميولوجية، مدخل عام،

<http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=466322&r=0&cid=0&u=&i=0&q>

أما الأستاذ محمد سرغيني فهو يرتضي تقسيما ثلاثيا للاتجاهات السيميولوجية تتمثل في الاتجاه الأمريكي، والاتجاه الفرنسي، والاتجاه الروسي.

في حين يفضل مبارك حنون التقسيم التالي: سيميولوجيا التواصل، سيميولوجيا الدلالة، سيميوطيقا بورس، ورمزية كاسيرل، وسيميولوجية الثقافة مع الباحثين الروس. والباحثين الإيطاليين، ويفرغ الباحث المغربي محمد مفتاح النظريات اللسانية إلى التيار التداولي، والتيار السيميوطيقي، والتيار الشعري.

أما التيار التداولي عنده فيتفرع بدوره إلى شعبتين كبيرتين، ألا وهما:

■ نظرية الذاتية اللغوي.

■ نظرية الأفعال الكلامية.

هـ. سيميائية الصورة:

يعتبر ماتز (christionnete) الرسالة البصرية مثل الكلمات، وكل الأشياء الأخرى، لا يمكن أن

تفلت من تورطها في لعبة المعنى<sup>1</sup>، فالصورة علامة أيقونة، خطاب مشكل كمتتالية غير قابلة للتقطيع، لأنها

المتتالية التي تسعى إلى تحريك الدواخل والانفعالات للقارئ، وهذا ما يبرز جمالية المرئي، الذي تتضافر عناصره من أجل تأكيد المكتوب.

إن اللغة البصرية التي يتم عبرها توليد مجمل الدلالات داخل الصورة هي لغة بالغة التركيب، كما أنها

تعمل على نقل الأفكار والدلالات من لغة إلى لغة أخرى، لأنها تحكي الفكرة بلغة الشكل، الخط، اللون، الظل،

الملامح، والاتساق البصري، والتنوع لتضعها في سلم القراء، وتنتهي بها إلى الفهم والإدراك، عبر تحريك وإعمال

العقل ومهاراته.

<sup>1</sup>: عبد الله قدور الثاني، مرجع سبق ذكره، ص22.

إن دراسة الصورة في رأي ك.ميتز لا يقتضي بالضرورة البحث عن نظام وحيد وجامع للصورة يقوم لوحده بإعادة الاعتبار لمحمل الدلالات الملحوظة في الصور وينفي إمكانية ظهور هذه الدلالات خارج الصورة. فليس كل شيء إيقونيا في الأيقونة، بينما يمكن العثور على ما هو أيقوني خارج الأيقونة. ويخلص ميتز إلى مجموعة من الملاحظات<sup>1</sup>:

1- إلى جانب مشكل الأيقونات المنطقية التي تحدث عنها ش.س.بيرس، ومنها بالتحديد الأيقونات البصرية، باستطاعة الخطاب البصري ألا يكون تماثليا. لأن المماثلة البصرية تخضع لتغيرات كمية، كمسألة "درجات الأيقنة" *degrès d'iconisation* عند بعض المشتغلين بالحقل السيميولوجي، ومشكلة "الأسلبة" *stylisation* في مستوياتها المختلفة.

2- كما يخضع الخطاب البصري أيضا لتغيرات كيفية. فمفهوم التشابه يختلف من ثقافة إلى أخرى. وفي الثقافة الواحدة نعر على مجموعة من محاور التشابه، لأن تشابه الشيئين يتم دائما في علاقتهما برابط ما. ولذلك، فإن التشابه يشكل في حد ذاته نظاما أو مجموعة من الأنظمة.

3- إن الخطاب البصري يستطيع أن يشكل درجة قوية من الأيقنة دون أن يكف عن احتواء علائق منطقية نسقية غير أيقونية (لأن بعضها اعتباطي) رغم أن مجال بروزها هو الأيقون.

4- إن مجموعة من الخطابات البصرية التي نعتبرها عادة "بصرية" هي في الحقيقة نصوص مختلطة *textes mixtes*. من ذلك مثلا: السينما الناطقة والصور المرفوقة بالكتابة.

5- هناك مجموعة من الخطابات البصرية التي ليست مختلطة في معنى معين، ولكنها مختلطة في بنيتها، فالصورة لا تملك سننا خاصا بها لوحدها ويقوم بتغييرها كليا، بل يتم تبليغ رسالتها بواسطة أنظمة مختلفة، بعضها أيقوني محض وبعضها يظهر أيضا في خطابات غير بصرية. وهنا تبرز مجموعة من الإشكالات السيميولوجية، منها إشكال الأيقونية *iconographie* مع بانوفسكي *Panovsky* وإشكال حضور مجموعة من الأسنن المختلفة

<sup>1</sup> :[http://www.aljabriabed.net/n13\\_08ghrafi.htm](http://www.aljabriabed.net/n13_08ghrafi.htm)

في الصورة الواحدة (أ.إيكو U. Eco) وبشكل عام إشكال التداخلات السوسيو-ثقافية

للصورة (ر.بارت R.Barthes).

6- إن التعارض القوي بين "البصري" و"اللغوي" اختزالي جدا، لأنه يسقط من حسابه كل حالات

التقاطع والتطابق والتركيب. وهو تعارض جزئي كذلك لأنه يهمل كل الدلالات التي ليست لسانية محضة ولا بصرية محضة.

7- إن استعانة الدراسات الأيقونية ببعض المفاهيم النظرية التي تخص

الدلالة signification والتواصل communication والإبلاغ information لا يجب اعتبارها

تطفلا على المفاهيم اللسانية التي يعتقد بعض المدافعين عن "الحصن" البصري أنها غريبة عن السيميولوجيا.

صحيح أن هناك بعض المفاهيم اللسانية لا يسمح لها حقلها الخاص بأن تكون عرضة للتصدير إلى حقول

أخرى، ولكن هناك مفاهيم أخرى تدخل ضمن الجهاز المنهجي للسيميولوجيا، وكل تحليل أيقوني يريد تجاوز هذه المفاهيم أو إسقاطها من مقارباته لا يستطيع أن يكون دراسة للدلالة.

8- إن التفكير في الصورة هو في غالب الأحيان إنتاج لا للصور بل للغة(الكلمات). ومن هذا المنظور،

فإن اللغة تعد بمثابة لغة واصفة métalangage بالنسبة للغات (كموضوع) المختلفة وحتى غير اللسانية منها.

ونستطيع أن نعتبر مع ج.ل. شيفر J.L. Schiffer أن الصورة موجودة لأننا نقرأها.

غير أن ما يظل صحيحا - في نظر ك.ميتز - هو أن السيميولوجيا البصرية ليست أساسا نشاطا بصريا.

وهذا ما يجعل إغلاق حقل الصور على نفسه أمرا لاغيا والنقاء البصري أسطورة.

9- ولهذا كله، فإن المماثلة الأيقونية - وهو مفهوم يجب أن يحاط بعناية كاملة لأنه يحدد الخاصية الأكثر

حضورا في العديد من الصور - لا يمكن أن يشكل بالنسبة للتفكير في الصورة غير نقطة انطلاق (ليس ضروريا

دوماً، ولكنه ملائم ومركزي في غالب الأحيان). فما هو أبعد من المماثلة هو نقطة البداية بالنسبة للسيمولوجي، وإلا فلن يبقى هناك ما نقوله عن الصورة سوى أنها مشابهة لموضوعها.

## و. مقاربات التحليل السيمولوجي:

مقاربة مارتن جولي: إن الأنساق البصرية تتميز بكونها تتوفر على بناء محكم خاص تتضافر فيه مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة محددة، وهناك بعض العناصر التي تتوفر في نسق ونغيب في آخر، إلا أن هناك العديد من العناصر المشتركة في كل نسق بصري وقد حددت martine joly هذه العناصر في:

❖ علامات أيقونية وعلامات تشكيلية وعلامات لغوية.

### 1. العلامات الأيقونية:

إن الطريقة المباشرة للتعريف بشيء للغير هو أن نقدم له موضوع نفسه من حيث يستطيع أن يدرك طبيعة هذا الموضوع بكافة أحاسيسه، حيث تستطيع الصورة أن تحدث نفس الأحاسيس بنفس الطريقة فتلكم هي الأيقونة إذ تعتمد على مبدأ التشابه من الدال والمدلول. كالشبه السمعي في مثل إنتاج صوت ما، والشبه البصري في الرسم أو الصور الفوتوغرافية.

وتشكل العلامة الأيقونية مكوناً أساسياً من مكونات الأنساق البصرية، ليس باعتبارها تساعد على استنساخ الواقع وتقديمه فقط، بل لما تضره كذلك من أبعاد إيمانية عديدة ومتشعبة.

### 2. العلامات التشكيلية:

وتتمثل في مجمل العناصر التشكيلية المضافة للعلامات الأيقونية والمساهمة في تشكيل النسق البصري لاسيما الصورة الثابتة، اللوحة الفنية، الصورة الإشهارية.

### 3. الإطار:

لكل صورة حدود مادية تضبط، وفي حالة إغائه تبدو الصورة كما لو كانت مقطوعة وغير تامة.

### 4. التأطير:

وهو غير الإطار، ويقابل حجم الصورة كنتيجة مفترضة المسافة الفاصلة من الموضوع المصور والعدسة

اللاقطة.

## 5. الألوان والإنارة:

تأويل الألوان والإنارة يحيل في العمق إلى خلفية سوسية ثقافية محدد، رغم ما نكتسبه أحيانا من مظهر

طبيعي يخفي أبعاده التعبيرية.

## 6. العلامة اللغوية:

تتواجد بصفة كبيرة في الصور الإشهارية حيث تعتمد في تمرير رسالتها على مجموعة مختلفة من العلامات

اللغوية. وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة الإشهارية، لقدراته التواصلية الخاصة والكفيلة بسد

النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحسين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل.

# الجانبة التطبيقية

## I. تعريف الرسم الكاريكاتوري:

الكاريكاتير: شكل من أشكال فن الرسم الأكثر جذبا، وهو قائم على المبالغة بالخطوط والريشة، من خلال تحريف الملامح الطبيعية وخصائص شخص مشهور - مع الاحتفاظ ببعض أوجه الشبه به - أو ظاهرة اجتماعية أو حدث سياسي بهدف التهكم والسخرية أو النقد الاجتماعي والسياسي، على خلاف المقال الذي يتناول موضوعا ما- وان كان ساخرا ولاذعا - فان الرسم الكاريكاتيري المعبر عن المعنى ذاته، مفهوم من الجميع، بصرف النظر عن فئاتهم الاجتماعية ومستواهم الثقافي، لما يتميز به من بساطة في الطرح وعمق في التأثير الجماهيري. ومن هنا يستمد فن الكاريكاتير قوته كأداة صحفية ساخرة وناقدة في آن، لها القدرة على النقد، بما يفوق الكتابات الساخرة مهما كانت لاذعة.

ويتضمن الكاريكاتير في العادة حوارا أو تعليقا قصيرا ، أو يكون بدون نص، ويعتمد على المفارقة البصرية، وهذا الأسلوب الأخير كان شائعا في أوائل ظهور الكاريكاتير، ويرتبط الكاريكاتير السياسي - وهو الأكثر شيوعا و الأبلغ تأثيرا من أنواع الكاريكاتير الأخرى - بحدث سياسي مهم أو بشخصية في السلطة، لجذب الانتباه إلى موضوع يشغل الرأي العام مثل الفساد أو الجريمة أو ارتفاع الأسعار وغيرها. وفي العادة فإن الشخص المعني يشعر بالامتعاض أو عدم الرضا، رغم أن جعل أي شخص مشهور موضوعا للسخرية يبرهن على أهميته ودوره في العملية السياسية.

المقال أو الخبر الذي يمس شخصا ما، يمكن الرد عليه، أما الكاريكاتير فان، الشخص المعني يقف عاجزا عن الرد، لذا يشعر بالحنق والغضب دون أن يستطيع إن يفعل شيئا ، ربما باستثناء اللجوء إلى القضاء في الأنظمة الديمقراطية، ولكن ليس كل الساسة أو المشاهير يمتعضون من الرسوم الكاريكاتيرية، التي تتناولهم بالنقد والسخرية، فبعضهم قادر على الضحك على نفسه. والحق أن القدرة على السخرية من النفس تعني دائما مستوى عاليا من الثقافة، والناس الأصحاء روحيا وذوو الشخصيات القوية هم وحدهم القادرون على الضحك على أنفسهم.

الكاريكاتير يكشف لنا عن أنفسنا والعالم من حولنا على نحو بارع ومرح وغير متوقع، وفوق ذلك فإن نوع الفكاهة أو الدعابة يشير إلى مستوى الثقافة الروحية لأي شعب أو مجتمع أو عصر، فن الكاريكاتير، يعكس جوهر الأشياء، وهو فن تطبيقي جد مهم للمجتمع السليم. ليس المهم دائما محتوى الرسم الكاريكاتيري فقط، بل أيضا ردود الفعل، التي يحدثها في المجتمع.

من أجل تقبل أو فهم الكاريكاتير على الإنسان أن يمتلك شيئا من روح الدعابة والفكاهة ويكون مستعدا للابتسام ، أو الضحك ، وهو ما يميز الإنسان عن الحيوان . والقصص الفكاهية البارعة للكتاب الساخرين يكشف عن ذلك بكل عمق وطرافة.

## أ. الكاريكاتير عبر التاريخ:

ثمة التباس واضح في الكتابات العربية عن هذا الفن، فالباحثون في هذا المجال يخلطون بين الرسوم البدائية على الصخور، لسكان الكهوف في العصر الحجري أو على أوراق البردي والمسلات الفرعونية أو الرسوم المبالغ بها أو المشوهة بعض الشيء، للإنسان والحيوان في العهود السومرية والآشورية والبابلية، وبين الكاريكاتير بالمعنى الحقيقي لهذا المصطلح بوصفه فنا مستقلا. إن كل تلك الرسومات تنتمي إلى الفن التشكيلي البدائي، غير أن بعض الكتاب يحملون هذه الصور معاني لم تخطر ببال راسميها، كالسخرية أو التعريض بالحاكم المستبد.

كان الاعتقاد السائد بين مؤرخي الفن، حتى منتصف القرن التاسع عشر، أن أقدم رسم كاريكاتيري يعود إلى زمن الفراعنة، وهو مرسوم على ورق البردي قبل أكثر من ثلاثة آلاف سنة. ويصور أسدا يلعب مع ظباء، لعبة تشبه الدراما. وكان هؤلاء المؤرخون يقولون أن الأسد يمثل الفرعون رمسيس الثالث.

ولكن في وقت لاحق ظهرت شكوك حول الشخصية التي يمثلها الأسد ، ذلك لأن أحدا لم يكن يتحاصر على السخرية من فرعون مصري معبود، وقد ثبت في ما بعد ، ان عهد رمسيس الثالث لا يتزامن مع التاريخ التقريبي لهذا الرسم. وبالإضافة إلى ذلك، فإن صورة الأسد والظباء ليست سوى جزءا من صورة

أكبر، تتضمن أيضا صور حيوانات أخرى. وربما تعكس هذه الصورة روح الدعابة ولا تنطوي على أية سخيرية من أحد.

وهناك رسم مصري قديم آخر، والذي يمكن أن يعتبر نموذجا بدائيا للكاريكاتير، فعلى جدار معبد حتشبسوت ثمة صورة تمثل الملك والملكة وهما يستقبلان وفدا مصرية. وتمتلك الملكة المرسومة بالنحت الغائر، شكلا جميلا مثيرا للإعجاب، في حين أن الحمار المرسوم على جدار قريب والمخصص لحمل زوجات الملك صغير يكاد يكون قزما. وقد أنجز هذا الرسم بين عامي "1458-1479" قبل الميلاد. ويعد أقدم رسم ساخر يمثل شخصية تاريخية حقيقية.

الكاريكاتير، اسم مشتق من الكلمة الإيطالية "كاريكير" وتعني "يبالغ" أو "يحمّل ما لا يطيق" في عام 1590 أطلق أنيبالي كاراتشي الإيطالي وشقيقه أغوستينو هذه اللفظة على رسومات البورتريه ، التي رسمها على نحو مبالغ فيه.

وقد جاء في الشرح الذي تركاه، إلهما أرادا بتلك الرسوم، التهكم على النظريات الفنية التي درسها في الأكاديمية البولونية. وقد ظل الكاريكاتير شكلا فنيا ايطاليا رغم ظهور الفنان بيتر بروغل الأب وآخرون معاصرون له في أوروبا الشمالية، الذين استخدموا أسلوب المبالغة في لوحات البورتريه.

البعض يعتقد أن ليوناردو دافينشي، هو الأب الحقيقي لفن الكاريكاتير، في إشارة إلى الرسوم المشوهة، البشعة الشكل، التي رسمها هذا الفنان العظيم، وبطبيعة الحال فأن الرسوم الكاريكاتيرية الأولى لا تشبه كثيرا الرسوم التي يمكن إن نشاهدها اليوم، فأغلب تلك الصور كانت لرجال برؤوس كبيرة وأجسام صغيرة بصورة غير متناسبة.

كان رسام الكاريكاتير في الماضي يمتلك سلطة تفوق سلطة الكاتب كثيرا، ولم تكن الرسوم مصحوبة بالكلمات النصية حيث لم تكن ثمة ضرورة لذلك، لأن المتعلمين كانوا قلة في المجتمع. ولعل أبلغ مثال على هذا

النوع من الفن الجرافيكى الساخر، هو الرسم الكاريكاتيرى الذى رسمه الفنان البريطانى جيمس غيلارى وصور فيه نابليون بونابرت قصيرا جدا ومثيرا للسخرية بقبعة كبيرة الحجم. اليوم، ونتيجة لذلك ، فأن نابليون يخيل إلينا حتى اليوم، أقصر مما كان عليه فى الواقع.

فى فرنسا ازدهر فن الكاريكاتير خلال الثورة الفرنسية، وكان موجها أساسا ضد السلطة الحاكمة، فعلى سبيل المثال ظهرت رسوم تصور الملك لويس السادس عشر على هيئة خنزير سمين والملكة انطوانيت على شكل ذئبة أو خنيفة "أنثى النمر". ولم تمر هذه الرسوم بسلام فقد شنت السلطة حملة ضد فناني الكاريكاتير. وكان ذلك أمرا متوقعا، لأن عدة دول أوروبية أخرى أصدرت منذ أوائل القرن السادس عشر مجموعة متنوعة من القوانين والمراسيم، التى تحظر نشر وتوزيع الصور التشهيرية.

لم تكن فرنسا استثناء، فالرقابة فيها لم تلغ إلا بحلول عام 1789، ثم صدر قرار فى عام 1791 يمنع نشر الرسوم التحريضية ضد السلطة، وبعد ذلك بعام واحد، تم اعتبار مثل هذه الرسوم جريمة خطيرة، كانت إنجلترا أكثر تسامحا مع فناني الكاريكاتير، ولم تكن ثمة رقابة فعلية على "فن الطبقات الاجتماعية الدنيا" وخاصة بعد معاهدة أميان للسلام بين إنجلترا وفرنسا. وقد انتشرت الرسوم الكاريكاتيرية فى إنجلترا خاصة خلال فترة شيوع البروباغاندا المعادية لنابليون، إذ حظيت بدعم حكومى، كان رد فعل نابليون على الصور المسيئة له، المنشورة فى إنجلترا يتسم بالعصبية، حيث طلب من ملك إنجلترا اعتبار أصحاب تلك الرسوم من الفنانين الانجليز قتلة ينبغي محاكمتهم

وفى الولايات المتحدة الأمريكية، انتشر الكاريكاتير الصحفى على نطاق واسع بالتزامن مع الدول الأوروبية تقريبا. ومع حلول بداية القرن العشرين أصبح لكل صحيفة أو مجلة أمريكية رسام كاريكاتير واحد فى الأقل بين العاملين فيها. ومنذ عام 1922 حصل البعض من فناني الكاريكاتير على جائزة "بوليتزر" المرموقة فى مجال الصحافة. ومع ذلك فأن الكاريكاتير الأمريكى فى ذلك الوقت يختلف عن الكاريكاتير الأوروبى الحديث. حيث كان الفنانون الأمريكيون يبالغون ليس فقط فى تجسيد أفعال الأشخاص الحقيقيين، بل أيضا فى التهكم والسخرية

من إعاقاتهم الجسدية. وفوق ذلك كانت الصور ذات قوالب نمطية وطابع عنصري من حيث التركيز على خصائص معينة لكل مجموعة بشرية، وهو أمر مرفوض في وقتنا الراهن لدى الشعوب المتحضرة في النظم الديمقراطية.

ومنذ شيوع هذا الفن في أوروبا وأميركا، بعد اختراع آلة الطباعة وظهور الصحف والمجلات الورقية، لم يتغير محتواه كثيرا، وإنما الذي تغير هو الأداة المستخدمة: الفحم، القلم الرصاص، قلم الحبر، الأقلام الملونة السائلة أو الناعمة. أما اليوم فأن رسامي الكاريكاتير يستخدمون البرامج الجرافيكية الكمبيوترية، كما أن برنامج الفوتوشوب أدى إلى نشوء نوع من الكاريكاتير البارع الذي يركز على تحريف ملامح الشخصيات المشهورة، ويلقى الكاريكاتير المرسوم باستخدام هذا البرنامج شعبية كبيرة.

### ب. الأهمية وخصائص الكاريكاتير:

لأن استخدام الصحافة لهذا الفن بات مقترنا في معظم الأحوال بالجوانب السياسية والاجتماعية والقضايا الكبرى في الوطن العربي، فإن ذلك يضيف له بعدا جديدا إلى أهميته بحيث يمكن اعتباره من أقرب الفنون إلى الناس، ويمكن القول أن الكاريكاتير يهدف إلى تثبيت بعض الصور الكامنة لدى المتلقي أو العكس، وإلى تعديل الاتجاه السلوكي لدى المتلقي وإثارته، كما يهدف إلى إثارة الرغبة في الضحك أو السخرية.

## II. نبذة عن الرسام الكاريكاتوري محمد جلال:

محمد جلال هوفنان كاريكاتوري ولد في 27 جويلية سنة 1979، في مدينة بوقرة ببلدية، عائلته من مدينة بسكرة، تخرج من مدارس التعليم الرسم بالقطاع الخاص، بدأ مسيرته في فن الكاريكاتير سنة 2005 في جريدة المحور اليومي، من خلال رسوماته التي عبّر فيها عن مختلف القضايا الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية، مركزا بذلك عن معاناة العائلات الجزائرية عامة والمواطن البسيط الخاصة، في الأوضاع المتشابكة التي يشهدها العالم الآن، وينشر محمد جلال صوره حالا على صفحة الفايسبوك الصحفي الجزائري التي أعطته مجال أكبر في التعبير عن أوضاع الجزائر من خلال رسوماته.

### 1. تحليل الصور الكاريكاتورية:

#### الصورة الأولى:



#### + الوصف:

نلاحظ في هذه الصورة التي جاءت محددة بإطار أبيض، تحوي هذه الصورة شكل رجلان مهيكلتة بخطوط منحنية ومتعرجة أحيانا، فيظهر في وسط الصورة أحدهما مائل إلى الخلف، ممتلئ الجسم يرتدي بذلة أنيقة، رمادية اللون عيناه مفتوحتان، فمه مفتوح ويضغط على أسنانه بشدة، يده ممدودتان نحو الشخص الآخر ويشد بهما على حزامه الأحمر الملتف حول خصره، حيث يمثل شخصية الرجل ذو لحية خفيفة وشعر أشعث عيناه مغمضتان وفمه مفتوح، يضغط على أسنانه بشدة يده مرفوعتان إلى الأعلى قليلا وكأنه يتألم يرتدي ملابس رثة قديمة، قميص أخضر وسروال رمادي حافي القدمين يرتدي جوارب ، يقول الرجل إلى اليسار : ( زيد زير)، بخط أسود غليظ، وفي أعلى الجهة اليمنى عبارة: "المزيد من التقشف"، وفي أسفل الصورة الجهة اليمنى إمضاء صاحب الرسم محمد جلال.

المستوى التعييني:

الرسالة التشكيلية:

❖ **الحامل:** وردت هذه الصورة على صفحة الفايسبوك الخاصة بمحمد جلال.

❖ **الإطار:** الصورة محدودة فيزيائيا بإطار (550\*400 pixels).

❖ **التأطير:** تم التركيز على الشكلين اللذان يمثلان رجلان واقفان، جاءت مكبرة، شغلت تقريبا كل حيز

الصورة، فهي العناصر الرئيسية التي ركز عليها الرسام الكاريكاتوري لنقل فكرة جوهرية.

❖ **زاوية التقاط النظر واختيار الهدف:** تبدو الصورة بأشكالها وكأنها مقابلة من زاوية اختيار المشاهد تقريبا

جاذبية إلى اليسار، لهذا نلاحظ أن الرجل الذي يشد الحزام أكثر جاذبية من الإطار.

❖ **التركيب والإخراج على الورقة:** تبدو مواضع الصورة مركبة بشكل عادي، فالعين تقع على الأشكال

المرسومة بمجرد رؤيتها، وتقرأ الرسالة اللغوية لفهم المعنى الحقيقي أكثر المراد رسم الصورة على حسب أهمية

الأشكال والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1\* الشخص صاحب البذلة 1 ← 2 ← 3

2\* الحزام الأحمر.

3\* الشخص المتألم.

❖ الأشكال: الخطوط منحنية تعبر عن الحركة (مؤثرات كرتونية)، خطوط متوازية منحنية تمثل لباس

الرجلين

❖ اللون والإضاءة: يغلب على الصورة الضوء الأصفر كخلفية للصورة، يكون أكثر اصفرارا في الأسفل

ثم يتناقص تدريجيا نحو الأعلى.

الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الأول
شكل بشري (رجل)	رجل ذو مكانة مرموقة	مسؤول يمارس الضغط على المواطن البسيط
شكل بشري (رجل)	مواطن بسيط	الألم، المعاناة، المشاكل اليومية، بسبب سياسة التقشف

الرسالة الألسنية:

وردة الرسالة الألسنية في شكل العبارات التالية:

"المزيد من التقشف": هو عنوان كتب في الأعلى، يدل على سياسة التقشف.

"زيد زير": وهي رسالة جاءت على لسان أحد الشخصيات، وهي صريحة ودالة على سياسة التقشف

وأثرها على المواطن.

## المستوى التضميني:

صدرت هذه الصورة في 2015/03/26، تعبر هذه الصورة عن سياسة التقشف التي أعلنت عنها الجزائر، وهذا بعد انخفاض أسعار البترول في العالم الذي تأثر بها بلدان العالم الثالث، بوجه عام وفي الجزائر بوجه خاص، خاصة بعد إعلان الوزير الأول عبد المالك سلال عن تجميد التوظيف في القطاع العمومي طيلة 2015، حيث انتقل الخوف من أروقة الحكومة، إلى بيوت الجزائريين، جاءت ملابس المسؤول باللون الرمادي وهو ما يجيل إلى الغموض والسرية، والرسمية والجدية، أما ملابس المواطن جاءت باللون الأخضر الذي يرمز إلى البساطة وجاء لون الحزام بالأحمر ليدل على الخطر والسيطرة.


## الصورة الثانية:



## الوصف:

نلاحظ في هذه الصورة التي جاءت محدودة بإطار أبيض تظهر شخصية رجل مهيكله بخطوط منحنية وأشكال هندسية 'دائرية، مستطيلة'، فيظهر في وسط الصورة رجل نحيف الجسم وجهه طويل وشعره أشيب، لديه لحية، عيناه متجهتان نحو الأعلى، حاجباه أسودان كثيفان، فمه مفتوح، وهو يقول: "الشهيرة طارت"، يداه

ممدودتان على خط مستقيم تظهر عليه علامات الحسرة، يرتدي قميص أخضر اللون وسروال أزرق وحذاء رمادي، يجلس على كرسي وأمامه طاولة دائرية خشبية، يظهر تحتها رجلاه وهما متقاطعتان وظل الطاولة، وعلى يمين ويسار الرجل تظهر النقود على شكل مستطيلات من فئة 1000 دينار جزائري باللون الأحمر ولها أجنحة بيضاء، جاءت خلفية الصورة باللونين الأبيض والأصفر.

المستوى التعييني: 

الرسالة التشكيلية:

❖ الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفايسبوك لمحمد جلال.

❖ الإطار: محدودة فيزيائيا بإطار (500\*400 pixelles).

❖ التأطير: تم التركيز على الشكل الذي يمثل رجل جالس وكذا الأشكال التي تمثل نقود بأشكال مستطيلة

إذ جاءت مكبرة، شغلت تقريبا كل حيز الصورة، والتي كانت أهم ما ركز عليه الرسام الكاريكاتوري لنقل الفكرة.

❖ زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: تبدأ الصورة بأشكالها مقابلة من زاوية اختيار المشاهد، نلاحظ أ

الرجل يتوسط الإطار.

❖ التركيب والإخراج على الورقة: تبدو مواضيع الصورة مركبة بشكل واضح، فالعين تقع على الأشكال

بمجرد رؤيتها وتقرأ الرسالة اللغوية للفهم المعنى الحقيقي، المراد منه والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1\* شخص جالس يريد التقاط المال. 1 ← 2 .

2\* النقود وهي تطير.

❖ الأشكال:

- مستطيلات تمثل نقود (مؤثرات كرتونية).

- خطوط منحنية تؤثر على الحركة (مؤثرات كرتونية).

- دائرة كبيرة تعبر عن طاولة.

- خطوط متوازية منحنية تمثل لباس الرجل.

- خطوط مستقيمة تمثل أعمدة الطاولة.

### الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الأول
شكل بشري جالس	عامل بسيط، رب أسرة	الحسرة، الدهشة، الاستغراب، الضعف
نقود في شكل طائر	الراتب الشهري	الإنفاق، مدخول ضعيف لا يلبي الحاجيات.
شكل دائري	طاولة أكل	المبلغ الشهري الذي يتقاضاه الجزائري ينفقه على الطعام، الأكل.

### الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في هذه الصورة على الشكل التالي:

"الشهرية طارت": وهو قول الشخص الجالس والتي تعني أن الراتب الشهري ينفذ قبل أن يصل إلى يدي

العامل.

## المستوى التضميني:


صدرت هذه الصورة في 2015/03/05، تزامنا مع الأوضاع الاجتماعية التي شهدتها الجزائر مع مطلع سنة 2015، حيث أثرت تداعياتها سلبا على المجتمع، الرسالة العامة من هذه الصورة، هو تبيان الوضع المزري الذي تعيشه الأسرة الجزائرية خاصة أب الأسرة الذي يحمل على عاتقه إنفاق على هذه العائلة.

### الصورة الثالثة:



### الوصف:

نلاحظ في هذه الصورة شخصية رجل مهيكلة بخطوط منحنية ومنعرجة، يرتدي ملابس بالية، قميص أخضر، وسروال رمادي، وكلها مرفعة بخطوط ملونة، يرتدي خفين، لديه لحية خفيفة، أنفه طويل، عيناه مغمضتان وكأنه راضي وممتن، راحتا يديه على بعضهما، يفتح فمه ويقول "يعيش ملك الزوالي"، ينحني بجسمه لشكل حبة البطاطا التي ترتدي ملابس فاخرة ملكية زرقاء اللون، وفوق رأسها تاج أصفر، وتجلس على كرسي فاخر أحمر اللون، وتمتد تحتها سجادة حمراء كذلك في أعلى الصورة جاءت عبارة "البطاطا أقوى الأقوياء، بلون أسود غليظ، في الأسفل إمضاء صاحبها.

المستوى التعييني: 

الرسالة التشكيلية:

❖ الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفايسبوك لمحمد جلال.

❖ الإطار: محدودة فيزيائياً بإطار (500\*400 pixelles).

❖ التأطير: تم التركيز في هذه الصورة على شخصية البطاطا الملكة والرجل المنحني لها.

❖ زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: في هذه الصورة الجاذبية ليسار لذلك يظهر الرجل المنحني أقرب

إلى الإطار.

❖ التركيب والإخراج على الورقة: تبدو مواضيع الصورة مركبة بشكل واضح، فالعين تقع على الأشكال

بمجرد رؤيتها وتقرأ الرسالة اللغوية للفهم المعنى الحقيقي، المراد منه والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1\* البطاطا. 1 ← 2 ← 3

2\* السجادة الحمراء

3\* الرجل المنحني.

❖ الأشكال:

- خطوط منحنية تمثل الحركة

- خطوط منحنية متوازية منحنية تمثل لباس الرجل والبطاطا.

- خطوط مستقيمة ومتوازية تعبر عن الكرسي والسجادة.

- شكل بيضوي يمثل حامل للرسالة اللغوية.

## الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الأول
شخصية الرجل	مواطن بسيط	الخضوع
خضر	حبة البطاطا	الحصول الصعب على البطاطا بسبب غلاء الأسعار
شكل هندسي (مستطيل)	سجادة	السجادة الحمراء الموجودة في قصور الملوك والأمراء والنبلاء

## الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في العبارات التالية:

"البطاطا أقوى الأقوياء": أدت هذه الرسالة وظيفة أساسية وهي الوظيفة المقاومة التي لولا وجودها

لأنحرف المعنى إلى غير المعنى الذي وجدت لأجله، كما أدت وظيفة توجيه للمعنى المراد تبليغه.

"يعيش ملك الزوالي: جاءت بالعامية وهي قول الشخص المنحني، والتي تعني تمجيده للبطاطا. لأنها تعتبر

أساس قوته اليومي.

## المستوى التضميني:

أصدرت هذه الصورة في 27/02/2015، تزامنا مع ارتفاع أسعار مادة البطاطا، حيث أرجع الاتحاد

العام للتجار والحرفيين الجزائريين في بيان له ارتفاع الأسعار إلى قلة الإنتاج هذه المادة الواسعة الإنتاج بسبب عزوف

الفلاحين على زراعتها لما تخلفه من خسائر، إلى جانب سوء تسيير تخزينها.

جاء لون البطاطا بنيا وهو لونها الأصلي، ولون التاج أصفر وهو لون الذهب ويحيل في الثقافة الإسلامية إلى لون الجنة والنار، أما لون السجادة والكرسي فكان أحمر وهو لون رئيسي في الألوان الضوئية والصبغة، وهو رمز الحياة في كثير من الحضارات، وارتبط بالجانب الديني فهو لون اله "براهما" عند الهنود ولون روح القدس عند المسيح.

يوحي مشهد الرجل المنحني إلى التبعية الدائمة التي يفرضها الحاكم على المحكوم.


#### الصورة الرابعة:



#### الوصف:

نلاحظ هذه الصورة التي جاءت بمحدودة بإطار أبيض، تحوي الصورة شخصيات مهيكلية بخطوط منحنية ومنعرجة أحيانا فيظهر في الصورة، شكل رجل مائل قليلا إلى اليمين وكأنه في حالة سقوط، نحيل الجسم ذو الحية خفيفة، ملابس مهترئة، وجهه يتصبب عرقا، يجمع ذراعيه حول نفسه وكأنه في حالة دفاع، امرأة ترتدي فستان طويل بسيط بنفسجي، تضع وشاحا على رأسها، وجهها مليء بالتجاعيد، تحمل في يدها اليسرى قنبلة مشتعلة حمراء اللون ويدها اليمنى ممدودة إلبالاتجاه الآخر وتشير بالسبابة، توحى الصورة كذلك على شكل قارورة غاز موقد، كراسي، مائدة، فراش.

تصرخ المرأة في الرجل قائلة: "هاك القفة ... الكوزينة" راهي فارغة، ردّ عليها الرجل: "عولتي عليا اليوم"، في أعلى الجهة اليمنى عبارة "صاحب الدخل المحدود" وفي الأسفل عبارة إمضاء صاحبها.

المستوى التعييني: 

الرسالة التشكيلية:

❖ الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفايسبوك لمحمد جلال.

❖ الإطار: محدودة فيزيائياً بإطار (500\*400 pixelles).

❖ التأطير: تم التركيز على شخصيتين اللذان يمثلان امرأة ورجل واقفان، جاءت مكبرة وشغلت كامل حيز الصورة.

❖ زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: في هذه الصورة الجاذبية لليمين لذلك يظهر الرجل أقرب إلى الإطار.

❖ التركيب والإخراج على الورقة: تبدو مواضيع الصورة مركبة بشكل واضح، فالعين تقع على الأشكال بمجرد رؤيتها وتقرأ الرسالة اللغوية للفهم المعنى الحقيقي، المراد منه والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1\* الشخص الذي يبدو مذ ← 2 ← 3

2\* القفة التي تبدو على شكل قنبلة.

3\* المرأة التي تحمل قفة.

## الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الأول
شخصية الرجل	زوج، رب الأسرة	رجل خائف، مدعور، مرتبك
شخصية المرأة	امرأة غاضبة، امرأة تصرخ	زوجة، ربة بيت.
أشكال هندسية	أثاث منزل	عبوة غاز، موقد كراسي، مائدة.
شكل هندسي أسطوانة	قنبلة موقوتة	قفة وتستعمل المشتريات

## الرسالة الألسنية:

وردت الرسالة الألسنية في شكل العبارات التالية:

"صاحب الدخل المحدود": هو عنوان كتب في أعلى الصورة تدل على المواطن أو العامل البسيط صاحب

الدخل البسيط.

"عولتي عليا اليوم": هي رسالة جاءت على لسان الرجل، ردا على عبارة المرأة: "هاك القفة... الكوزينة

راهي فارغة"، حيث تدل على الحالة الاجتماعية التي تعيشها العائلة الجزائرية والظروف الصعبة التي تعيشها.

## المستوى التضميني:

لقد صدرت هذه الصورة في 2015/02/17، خلال فترة اضطراب الأسعار وارتفاعها التي شهدتها

الجزائر، ويعود السبب إلى عجز الإنتاج والاحتكار والمضاربة وسوء التنظيم ما يؤثر على القدرة الشرائية للمواطن.

استعمل الرسام الكاريكاتوري أشكال هندسية للتعبير عن أثاث المنزل حيث استعمل المربع الذي يوحي

إلى الاحتواء والحدود المضبوطة والبساطة، التوازن، التساوي، الركود، الثبات.


الرسالة العامة هي تبيان الوضع المزري الذي تعيشه العائلات الجزائرية البسيطة، في ظل الأزمة المالية.

الصورة الخامسة:



الوصف: +

نلاحظ في هذه الصورة شخصية رجل مربوط بترميلي بتول رمادين على خصره بأنبوب أحمر اللون، يرتدي ملابس رثة قميص أخضر وسروال رمادي، لحية خفيفة وشعر أشعث، علامات الألم بادية على وجهه يداه مرفوعتان إلى السماء تدلان على استسلامه، واكتفائه من الوضع الذي هو فيه، ويعبر عنه بقوله: "كيف/كيف"، جاءت العبارة "ارتفاع في الأسعار في الإنتاج" بخط غليظ تحت الترميل في الجهة اليمنى، وعبارة "تراجع في الأسعار والإنتاج" أسفل الترميل على جهة اليسار.

المستوى التعييني: 

الرسالة التشكيلية:

- ❖ الحامل: وردت هذه الصورة في صفحة الفايسبوك لمحمد جلال.
- ❖ الإطار: محدودة فيزيائياً بإطار (500\*400 pixelles).
- ❖ التأطير: تم التركيز على الشخص المربوط بين برميلين، جاءت مكبرة حيث أخذت كل حيز الصورة
- ❖ زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: في هذه الصورة تبدو مقابلة.
- ❖ التركيب والإخراج على الورقة: تبدو مواضيع الصورة مركبة بشكل واضح، فالعين تقع على الأشكال بمجرد رؤيتها وتقرأ الرسالة اللغوية للفهم المعنى الحقيقي، المراد منه والعناصر المكونة للصورة كما يلي:

1\* برميل البترول في الأ ← 2 ← 3

2\* الرجل

3\* برميل البترول في الأسفل

❖ الأشكال: خطوط منحنية تعبر عن الحركة.

الرسالة الأيقونية:

الدوال الأيقونية	المداليل في المستوى الأول	التضمين في المستوى الأول
شخصية الرجل	مواطن بسيط	مواطن جزائري بسيط يعاني بسبب انخفاض وارتفاع أسعار البرميل
شكل هندسي	برميل	برميل البترول
خطوط مستقيمة	الشريط	خرطوم أنبوب

صدرت هذه الصورة في 2015/04/09، أي تزامنا مع أزمة انخفاض أسعار البترول التي سمت الأسواق العالمية ويرى مختصين أن ما يجري في أسواق النفط يعد عقابا اجتماعيا.

جاءت ملابس الرجل رثة بالية، تم على بساطة مدخوله، أما اللون الأخضر فدلالته سواء في الثقافة الإسلامية والمغربية تحمل الراحة النفسية والبساطة، أما الأحمر فيرمز إلى الخطر.

### نتائج التحليلات:

من خلال تحليلنا لهذه العينة الدراسة المتمثلة في الكاريكاتور الاجتماعي، للكاريكاتوري محمد جلال، وصلنا إلى مجموعة من النتائج تتجلى فيما يلي:

- ❖ أول ما يلفت انتباهنا معظم الشخصيات التي ظهرت في رسومات محمد جلال كانت تعبر عن شخصيتي المسؤول ذو البطن المنتفخ، والزي الرسمي الرمادي، والمواطن البسيط بثياب رثة أمهكها التقشف، وصعوبة العيش في ضوء الأزمات الاقتصادية الذي ظهر في عبسات وجهه ونحوه، والانحناءات التي أوجدها الكاريكاتوري في رسوماته.
- ❖ أما اللباس فخصص اللون الأخضر الدال على جزائية المواطن واعتزازه بوطنه رغم ما يحدث له.
- ❖ أما الخلفية فاعتمد في معظم الصور اللون الأصفر المتدرج من الأسفل إلى الأعلى الممزوج بالأبيض.
- ❖ تحتوي كل صورة نص ألسني، وهذا لترسيخ الأفكار التي أراد محمد جلال ابلاغها للمتلقي حيث جاء النص تارة في شكل عربي فصيح، وتارة أخرى بالدارجة الجزائرية.

## النتائج العامة:

انطلاقاً من دراستنا المتعلقة بالتحليل السيميولوجي للصورة الكاريكاتورية الاجتماعية بهدف معرفة أبعاده ودلالاته، ومدى نقله للواقع الاجتماعي للمواطن الجزائري، خلصنا إلى مجموعة نتائج تتلخص فيما يلي:

❖ الكاريكاتور كوسيلة اتصال له دور كبير في نقل الواقع الجزائري، ومواكبته للمشاكل اليومية، فرسومات

محمد جلال جاءت مرآة عاكسة للثقافة الاجتماعية والبيئية المحلية الجزائرية وهذا سواء عن طريق

الشخصيات أو الديكور أو عن طريق امتزاج الألوان بينهما.

❖ يعتبر الكاريكاتور همزة وصل بين المواطن البسيط والمسؤولين، لأنه ينقل انشغالات المواطن ليطلع عليها

المسؤول.

❖ بأسلوبه التهكمي والساحر استطاع الكاريكاتور أن يكون متنفس للمواطن ويؤثر إيجاباً على نفسيته لأنها

تصف مشاكله في طابع هزلي.

خاتمة

البرهان

## الخاتمة:

كلما اعتقد الباحث أنه بلغ المراد من بحثه، ظهر له أنه لم يفعل شيئاً أكثر من وضع قدميه في أول مرحلة من البحث العلمي، ومع ذلك قد تألج صدره بعض النتائج التي يتوصل إليها في نهاية عمله، ولعل أهم ما أزعج أني وصلت إليه من نتائج، يمكن إجماله في النقاط الآتية:

- ✓ المقال من العقل إلى العقل والقلب.
- ✓ المقال لم يفقد أهميته وحيويته، بل يعتبر مؤشراً من مؤشرات الديمقراطية والحريات، كما يدل على نضوج المجتمع الرأي العام فيه.
- ✓ المقال الصحفي لا يكتب فقط للتعرف على الآراء بصورة مجردة أو لتبادل الأفكار فقط وإنما يؤدي العديد من الوظائف، قد فصلتها في ثنايا البحث.
- ✓ لغة المقال الصحفي أقرب إلى لغة الحياة العامة، بمعنى أن يفهمها كل الناس على اختلاف مستوياتهم التعليمية أو الثقافية، ولكنها ليست اللغة العامية.
- ✓ التقرير الصحفي هو أحد أهم الفنون الصحفية المستخدمة، نظراً لما يقدمه من معلومات وتفاصيل حول حدث معين تساعد القارئ على فهم ما يجري حوله.
- ✓ وقد حظي التقرير مؤخراً على مكانة أكبر من ذي قبل نظراً لأن اعتماد القارئ على الصحيفة كمصدر للأخبار أصبح أقل بسبب انتشار الأقمار الصناعية.
- ✓ يعد التقرير الصحفي هاماً لما يقدمه من معلومات حول الأحداث بصورة سريعة ولكنها مستوفية للعديد من العناصر المفقودة في الخبر الصحفي.
- ✓ والتقرير الصحفي يكتب ليؤدي وظيفة إخبارية موسعة ومفصلة، ومن هنا يعتبر النوع والكم الإخباري الوارد في التقرير وتجنب الجمل والكلام الذي يؤدي وظيفة معرفية إخبارية جديدة.

✓ والتقارير الصحفي كغيره من الفنون الصحفية الأخرى لا يكتب بطريقة عشوائية بدون إعداد أو تخطيط مسبق.

✓ يلتزم التقرير الصحفي في صياغة الموضوع بالحياد التام والموضوعية قدر الإمكان ويتعد في الوقت نفسه عن عرض تقديم الغاية.

✓ فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلا ومضمونا من خلال القنوات الفضائية أهم أداة فكرية تعبر القارات والدول لتشكّل تأثيرا على الرأي العام.

✓ مصطلح "ثقافة الصورة" و المصطلحات الجديدة في مجالات التناول الثقافي المعاصر. فالصورة تتميز بقدرات فائقة وبالتالي ميزات خاصة، وتعتبر من أهم وأقدر الوسائل على الإقناع.

✓ الكاريكاتير كوسيلة اتصال له دور كبير في نقل الواقع الجزائري ومواقفه للأحداث اليومية.

✓ يعتبر الكاريكاتير همزة وصل بين المواطن البسيط والمسؤولين، لأنه ينقل انشغالات المواطن ليطلع عليها المسؤول.

وفي ختام هذا البحث ارفع الكف **الضارعة** إلى الله العليّ القدير، سائلة إياه الإخلاص ولصواب في القول

والعمل، ويجعل هذا العمل في ميزان حسناتي، كما أتقدّم بالشكر الجزيل لكل أستاذ تعلمت منه حرفا، واكتسبت منه خلقا.

الفهم برس

# الفهم برس

❖ الإهداء

❖ كلمة الشكر

❖ المقدمة العامة ..... أ.

## ➤ المدخل: الأداء الصحفي و لغة الإعلام

04..... 1. مفهوم الأداء الصحافي

2. تعريف

05..... الصحفي

06..... 3. مهام الصحفي

07..... 4. اللغة الإعلامية

08..... 5. الاعلام واللغة

6. لغة الاعلام

09..... والانحياز

11..... 7. لغة الاعلام الرمزية

12..... 8. خصائص اللغة الإعلامية

## ➤ الفصل الأول: اللغة الإعلامية وفن التأليف الصحفي.

1. اللغة الإعلامية بين إنشاء المقال وكتابة التقرير. 14.....
2. المقال الصحفي.....14.....
3. أنواع المقال الصحفي.....15.....
4. وظائف المقال الصحفي.....15.....
5. البناء الفني للمقال.....16.....
6. أنواع المقالات الصحفية.....17.....
7. التقرير الصحفي وأنواعه.....29.....
8. أهمية التقرير الصحفي.....29.....
9. خصائص التقرير الصحفي.....31.....
10. كتابة التقرير الصحافي.....33.....
11. أنواع التقرير الصحافي.....41.....
12. الرسالة الإعلامية.....44.....
13. مفهوم الرأي العام وتطوره.....46.....
14. خصائص الرأي العام.....52.....

## ➤ الفصل الثاني : أساليب العرض الصحفي.

1. ماهية الصورة الصحفية.....57
2. تعريف الصورة وأنواعها.....57
3. أنواع الصورة الصحفية.....68
4. خصائص الصورة الصحفية وسماتها.....69
5. أهمية الصورة الصحفية وأثرها في المتلقي.....71
6. وظائف الصورة الصحفية.....71
7. ثقافة الصورة وثقافة الكلمة.....74
8. السيميولوجيا.....77
9. نشأة السيميولوجيا.....77
10. مفهوم السيميولوجيا.....80
11. موضوع السيميولوجيا.....81
12. المدارس والاتجاهات السيميولوجيا.....81
13. سيميائية الصورة.....82
14. مقاربات التحليل السيميولوجي.....84

## ➤ الفصل الثالث: الجانب التطبيقي.

1. تعريف الرسم الكاريكاتوري.....87
  2. الكاريكاتير عبر التاريخ.....88
  3. الأهمية وخصائص الكاريكاتير.....92
  4. نبذة عن الرسام الكاريكاتوري محمد جلال.....93
  5. تحليل الصور الكاريكاتورية.....93
- الخاتمة: .....111
- قائمة المصادر و المراجع.....113
- الفهرس.....118

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر و المراجع :

### I. الكتب :

#### 1- الكتب باللغة العربية:

- ❖ أ.بورتكسي-أ.بوروفسكي، الصحافة التلفزيون، ترجمة ابتسام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون 1978، ص 49.
- ❖ إبراهيم إمام، دراسات الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الأكلور المصرية، 1978، ص 57.
- ❖ إبراهيم محمد سليمان، مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، المجلة الجامعة، مجلد 02، عدد 16، جامعة الزاوية، 2014، ص 155.
- ❖ ابن منظور، لسان العرب، دار الكتاب العملية، بيروت، ط 1، 1993، ص 09.
- ❖ أحمد زكي بدوي، معجم المهن و الرف، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبنانية، القاهرة، بيروت، ط 1، 1989، ص ص 131، 132.
- ❖ أسامة عبد الرحيم، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القارئ، ط 1، القاهرة، 2003، ص 135.
- ❖ أشرف فهمي خوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم و الرقابة، ص 50.
- ❖ البرث ل. هستر، و أي ج. تو، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دليل الصحفي في العالم الثالث، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1992، ص 111.
- ❖ جريدة الزمان . العدد 3581 الأول من شهر أيار.
- ❖ جمال محمد أبو شنب: نظريات الاتصال والإعلام (المفاهيم، المداخل النظرية، القضايا) مصر دار المعرفة الجامعية، 2006 ، ص 18.

❖ جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، كمان ط 1 ، 1998، ص 163.

❖ جورج مديك سالم، موسوعة السينما المصورة في العالم، بيروت، دار رتب الجامعة، ج01، ص15.  
❖ حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2003، ص 198، 199.

❖ حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الاصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي 1998، ص12.  
❖ سامي الشريف، اللغة الإعلامية المفاهيم، الأسس، التطبيقات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004، ص ص 28-29.

❖ سامية محمد جابر الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث-الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990، ص49.

❖ سلامة موسى . الصحافة حرفة ورسالة . القاهرة دار الفكر المصري 1958، ص71.

❖ سليمان العسكري، نشأة السميولوجيا، علم الفكر، مجلة دورية، العدد الثاني، الكويت، 1997

❖ السيد رمضان جلال الدين عبد الخالق، عبد المحي محمود صالح، العلاقات العامة والإعلام الخدمة الجامعية، دار الموافة الجماعية، الإسكندرية، د.ن 2004-89- 90

❖ السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الإلكترونية" الصورة والواقع الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلاديلفيا، الأردن، عمان، 2007.

❖ شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، ط1، دار الجيل، بيروت، 1991، ص129.

❖ صالح أبو أصبع ومحمد عبد الله، فن المقالة، دار المجدلاوي، للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص18.

❖ طارق سيد أحمد، الخلفي: معجم مصطلحات الإعلام (انجليزي-عربي) دار المعرفة الجامعية 2008، ص213.

❖ طلعت همام، 100 سؤال عن الصحافة، ط01، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1983، ص80.

❖ عبد الجبار محمود علي، التصوير الصحفي، ط01، القاهرة، دار المعرفة، 1980، ص23.

❖ عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي في أدب طه حسين، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكاتب

1985، ص192.

❖ عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير، 133.

❖ عبد الله قدور الثاني، سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر اللسانيات البصرية في العالم، ص101،

102.

❖ عبد المجيد شكري:الاتصال الإعلامي والتنمية (افاق المستقبل وتحديات العصر الحديث) القاهرة، العربي

للتنشر والتوزيع، 1995، ص18.

❖ على بن هادية، بلحسن باش، الجيلاني يحي: القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي مدرسي الفياتي)

ط1 جزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص349

❖ فاروق أبو زيد، مقدمة في علم الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح سنة 1999، ص50.

❖ فريزر بوند، مدخل إلى الصحافة، ص292.

❖ في رحاب فكر الأدب: دراسة (على المصري-دمشق: اتحاد كتاب العرب 1998 ص44.

❖ الفيصل، سمر روجي، أدب الأطفال و ثقافتهم: قراءة نقدية، دمشق، اتحاد الكتاب العرب، 1998.

❖ محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، ط01، بيروت، الدراسات العربية للدراسات والنشر،

1996، ص184.

❖ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة المشرق الثقافي، 2006، ص187

❖ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة المشرق الثقافي، 2006، ص187.

❖ محمد عابد الجابرين العمولة والهوية الثقافية ، مجلة المستقبل العربي، بيروت 1998، العدد2 ، ص18.

- ❖ محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام بين الفصحى و العامية، جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الأول، 2005، ص175.
- ❖ محمد منير حجاب . الموسوعة الإعلامية . المجلد الخامس، ص173.
- ❖ محمود أبراقن، تر: أحمد بن مرسي، التحليل السيميولوجي للفيلم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص15.
- ❖ محمود أدهم، الفن الصحفي في العالم، ص59.
- ❖ محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة: الصورة الصحفية وسيلة الاتصال، القاهرة، دار الكتب، دت، ص101.
- ❖ محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة: الصورة الصحفية وسيلة الاتصال، ص138.
- ❖ محمود سامي عطا الله. السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1997 ص 14.
- ❖ محمود سامي عطا الله، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط01، 1977، ص88.
- ❖ محمود علم الدين، الصورة الصحفية، دراسة فنية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، سلسلة دراسات في الإعلام، دت، ص21.
- ❖ منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية، مكتب الجامعي الحديث، الأزارطة، 2001، ص82.
- ❖ ميدجر مرتان، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنية، تر: فاطمة حيوتي، دمشق، 1998، ص3.
- ❖ هادي نهر، الكفايات التواصلية و الاتصالية (دراسات في اللغة و الإعلام)، ط1، 2003، ص51.
- ❖ هادي نهر، الكفايات التواصلية و الاتصالية (دراسات في اللغة و الإعلام) ط1، 2003، دار العلم لطباعة و النشر و التوزيع، ص27.

## 2- الكتب باللغة الفرنسية:

Robert exaprit : théorie général de l'information et de la ❖

communication : édition N=05

.II موقع الانترنت:

❖ [www.al-raeed.net/trainnig](http://www.al-raeed.net/trainnig) (موقع مرآز الرائد للتدريب والتطور الإعلامي)

❖ <http://shamela.ws/browse.php/book-8651/page-123>

❖ <http://www.alittihad.ae/details.php?id=12995&y=2009&article=full>

❖ [http://www.aljabriabed.net/n13\\_08ghrafi.htm](http://www.aljabriabed.net/n13_08ghrafi.htm)

❖ <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=466322&r=0&cid=0&u=&i=0&q>