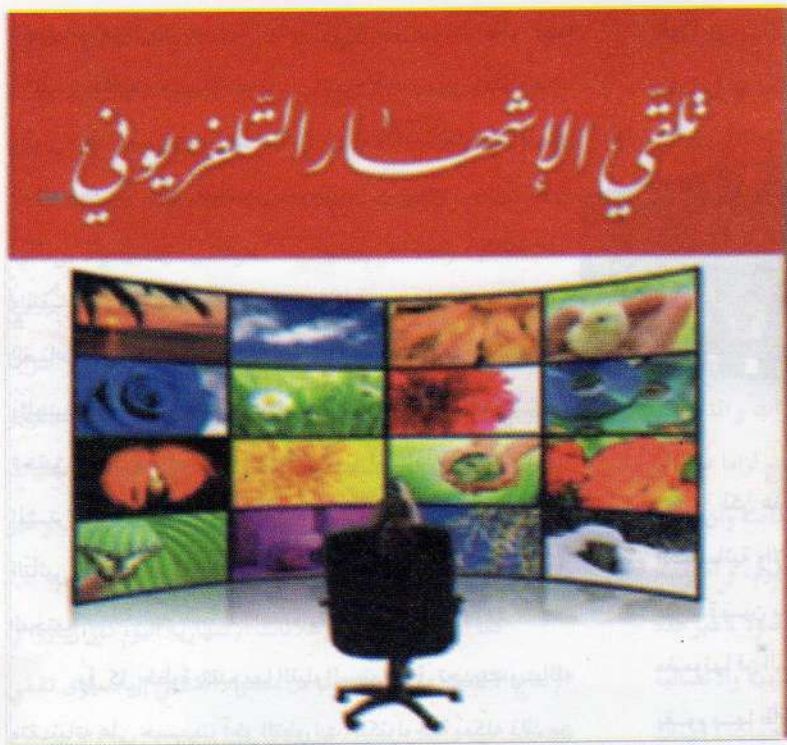


## حقيقة الأثر الإعلامي بين السينما والتلفزيون

بقلم: أ. بوزيدي محمد  
جامعة وهران

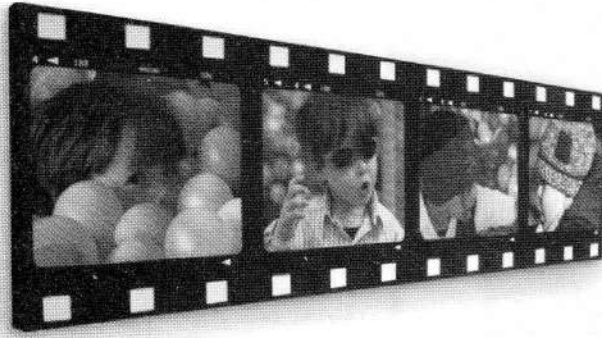


يبدو أن العالم قد وجد نفسه متماشيا مع ثورة تكنولوجية هائلة لامست جميع مجالات الحياة الإنسانية ، حيث فرضت نتائج هذه التطورات والأشكال التكنولوجية الحديثة نفسها بين فجوات الحياة الاجتماعية البسيطة ، فأدى ذلك إلى إحداث مختلف التغيرات الفنية والثقافية وغيرها ، فامتزج الفن بمختلف أشكاله مع وسائل الصناعة الحديثة ، ولربما يكون خير مثال على ذلك ما نشاهده اليوم من صور ساحرة على شاشة السينما ، هذا الفن الذي أصبح يعتمد على أحدث الآلات التكنولوجية والعلمية من أجل التأثير في مختلف فئات المجتمع من خلال خلق الصورة السمعية والبصرية المبهرة التي تشكل وحدة إبداعية متكاملة.

أصبحت السينما اليوم أكثر الوسائل تأثيرا في المجتمع ، وذلك من خلال الطرح الخاص الذي امتازت به ، إذ أصبحت شاشة التلفزيون أكثر وسائل الاتصال عبر مختلف الثقافات والشعوب ، ويهدف الوصول للأفضل : "لا يمكن أن يتحقق الهدف النهائي والأساسي للتنمية إلا بتوفير الاحتياجات الإنسانية المتعددة والتي تتمثل في حق المعرفة والتواصل الاجتماعي والتعبير عن الذات ، وهو ما يمكن أن يسمى بالاحتياجات أو الحقوق الإعلامية والثقافية"<sup>(1)</sup> ولعل الاتصال الجماهيري لا يحدث بطريقة صحيحة إلا عن طريق وسائل الإعلام التي تعددت وظائفها وموضوعها التي أصبحت تعرض بطرق

وبهذا يصبح المشاهد تابعا ومتتبعا لهذا الفن المصنوع بدقة كبيرة والذي توافق وتلاءم مع احتياجاته وتخيلاته الذهنية ، وذلك عن طريق القوالب المشهدة المختلفة التي تقدم له على شاشة التلفزيون. لكن مع وجوب ضرورة اتصال الشعوب مع بعضها البعض من أجل التنمية وربط العلاقات التي تشمل جميع الميادين ومن أجل كل غاية إنسانية ؛ هل استطاع الإعلام بمختلف أشكاله أن يحقق أهدافه المرسومة عن طريق الإبداع في طرق الاتصال الجماهيري في ظل عصر السينما بأحدث تقنياتها؟

ليتفاعل مع رموزها ومادتها، وما توحى به من خير وحق وجمال، ما يعترى نفسه من قلق، وصراعات، وآمال<sup>(4)</sup>، ولعل هذا القالب الفني والإبداعي الفريد من نوعه هو ما جعل معظم المؤسسات الإعلامية والشركات الاقتصادية تقوم بتوجيه أعمالها نحو فن السينما وشاشات التلفزيون من أجل الترويج والدعاية لمختلف الإنتاج المتداول من قبل جموع الشعوب في كل مكان وذلك لأنها لم تلق مبتغاها في الكشف والأخبار وإشراك المشاهد عن ما يريده من خلال الإعلانات السهمية أو المكتوبة التي اعتقد أنها لا تتجاوز حدود بيتئتها المعينة.



لكن عندما نجد أنفسنا أمام عالم مليء بمختلف الصور السينمائية والإشهارية والتلفزيونية سيكون هناك علاقة اتصال متوطدة بين مختلف الأصناف البشرية، هذه العلاقة التي طور مضمونها فن السينمائية بأفضل الوسائل والعناصر والخصائص التي يقوم بها طاقم متخصص بهذا المجال من خلال معالجة فنية لسيناريو معين يمكن أن يكون فيلماً قصيراً أو وثائقياً أو برنامجاً إعلامياً أو إشهاراً أو غير ذلك من سيناريوهات عديدة يقوم بتنفيذها المخرج متبعا لمراحل مختلفة أولها تحضير وتصوير لقطات التي تعتبر الخلية الأولى لعملية الإنتاج الذي هو أساس الفيلم كما يعبر عن ذلك المخرج الروسي سيرجي آيزنشتاين بقوله: "إذا كان لنا أن نشبه الإنتاج بشيء فإننا يجب أن نشبهه بمجموع قطع الإنتاج اللقطات بسلسلة الانفجارات في آلة الاحتراق الداخلي التي تحرك السيارة أو الجرار"<sup>(5)</sup>، ثم تتوالى باقي العناصر الأخرى التي تكمل صناعة الفيلم السينمائي الذي يصبح في الأخير قطعة محددة في إطار

وحيل بصرية لا يمكن للمشاهد أن يرفضها أو يشك في مصداقيتها، و لأن فن السينما قد اجتمع على أن صناعتها وتشكيلها وتكليفها مجموعة من الخبراء (مصورين، مهندسي الصوت، خبراء المونتاج والإضاءة، أصحاب المؤثرات بأنواعها...) فإنها تحقق الغرض والغاية المقصودة وذلك من خلال الشكل الأخير المبسط الذي يتلقاه المشاهد على شاشة التلفزيون، الذي يكون مناسباً ومتناسقاً مع قدراته الذهنية وفي الوقت نفسه ممتعا ومسليا للاحتياجات الضرورية لحياته الطبيعية، وربما الأثر الكبير الذي يخلفه الإعلام السينمائي هو الرؤية البصرية الممتعة التي لا يمل منها الجمهور مهما اختلفت أفكاره، حيث "يعني أن الثورة الإعلامية والتكنولوجية والتي نحن نعيش عصرها تنطلق من خلال ثنائية صناعية التكنولوجية كأدوات وكشكل صناعي من جانب ومن جانب آخر الإنتاج الثقافي والمعرفي الغزير القائم على البحث والتحليل والتفسير..."<sup>(2)</sup> ولعل ما يمكن استنتاجه من هذا القول إن فن الصناعة السينمائية الذي يعمل على إنتاج طاقم كبير من التقنيين والمبدعين ذوي الأفكار والخبرات الإبداعية المختلفة يذهب إلى تحقيق غايات مختلفة لكن كلها تلتقي عند المشاهد فيكون السبب المشترك في هذه الحالة هو إما إمداد الجماهير بمختلف المعلومات أو التأثير في الرأي العام أو التعبير عن الآراء والقضايا والأحداث في المجتمع.

وفي كل خطوة يتقدم بها الفيلم السينمائي في تحديث وسائله وتقنياته على حسب آخر التطورات التكنولوجية يُمكنه ذلك من كسب وامتلاك أكبر عدد من الجماهير باعتبار السينما لغة صور فنية سمعية وبصرية بالدرجة الأولى تقدم في أبهى شكل من أشكالها المرئية<sup>(3)</sup>، ربما هذا ما جعلها لا تقدم متعة فقط بل تسعى إلى تقديم الحقيقة، من خلال منح مشاهديها أجمل الصور، وفي هذا الوقت عندما تصبح الثقافة السينمائية تقليداً جماهيرياً يفهم دورها على أنه توعية وتثقيف وأنها عملية فكرية لا تقل أهمية عن الفنون الأخرى، حيث بات للصورة السينمائية أطروحتها الخاصة بين جماليات الفنون فهي تسابق الزمن في إبداعات جمالية ومعالجات فنية جديدة حيث "يقف الإنسان قبالة (الصورة) مقيماً علاقة بصرية معها

داخل شاشة التلفزيون لكي يؤدي أو يحقق الغرض الذي صنع من أجله سواء كان يحمل في ثناياه عناصر إعلامية أو مغامرات أو رسوما متحركة أو ما شابه ذلك ، لكنها تجعل المشاهد أمام الشاشة يتجاوب أو يقوم بخطوة ما وفق ما رآه ، ولهذا كان الإعلام في السينما والتلفزيون أكثر تأثيرا من المثيرات الدلالية التي يحويها الخطاب المقروء أو المسموع حيث إن : " التلقي بواسطة العين التي تشاهد التجسيم لفكرة أو حدث أكثر تأثيرا في الوعي والإدراك وأكثر رسوخا في اللاوعي... كما أن صورة واحدة تستطيع أن تحتزل قضية كبرى يحتاج التعبير عنها مقالا مطولا أو كتابا"<sup>(6)</sup> ويظهر من خلال هذا القول إن نظرة واحدة في صورة سحرية متقنة الصنع يمكنها أن تخلق الكثير من الدلالات والإيحاءات الرمزية و لعلها تجعل المتلقي يتداخل ويتجاوب معها مباشرة بدون أي تردد ، لأنه مهما كان الحوار في السينما قصيرا أو طويلا إلا أنها في الأساس وسيلة اتصال بصري قبل كل شيء و يبقى اجتهاد المخرج في عمله هو مقياس التأثير على العين المتلقية.

يبعد أن المجتمع اليوم وفي ظل التطورات والتغيرات اللامتناهية في مختلف الدول العربية والغربية ، أصبح لزاما عليه أن يواكب جميع الأحداث من خلال عملية التواصل ، خاصة وأن أهمية الإعلام أصبحت تتزايد في العصر الراهن يوما بعد يوم ، وأصبح بوسائله المختلفة أفضل القنوات تأثيرا وأسرعها وصولا لأكبر عدد ممكن من الجماهير "كما تعين على الممارسات الإعلامية والاتصالية المختلفة أن تقع مسؤولياتها على عاتق العديد من الجهات ، فهناك وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة وإذاعة وتلفزيون وسينما..."<sup>(7)</sup> وهذا ما جعلنا نلاحظ اليوم تحديات كبيرة في صنع أفضل الأفلام والبرامج التي تكلف وسائلها وآلياتها الحديثة أثمانا باهظة ، حيث الهدف الرئيسي هو خلق كل ما يبهر المتلقي ويدهشه حتى أصبحت المحطات الإعلامية تغطي وتصور في يومنا هذا أغرب وأعجب اللحظات التي لا يمكن توقعها خاصة و أنها تبت في بعض الأحيان أمام الكاميرا مباشرة ، وربما هذا العمل الإبداعي الجديد ، الذي أصبحت تخلقه آلة الكاميرا الحديثة وجميع وسائل الإنتاج والإخراج السينمائي والتلفزيوني هو ما جعل القيمة الإعلامية والأثر

التواصل بين الجماهير يتعمق و يتشكل في أحسن صوره التي أصبحت من ضروريات واحتياجات المشاهد في زمن طغت عليه العولمة والتكنولوجيا بأحدث وسائلها ، خاصة و أن النظرية العامة للاتصال الجماهيري تجتاز مرحلة مهمة وحاسمة من مراحل التنمية و التطور فرضتها ظروف المجتمع الإنساني الحديث عن طريق الاتصال من خلال القنوات الفضائية المحلية والدولية حيث أصبح الفصل بين العملية الإعلامية كمنظومة متكاملة تكنولوجية صناعية و ثقافية.<sup>(8)</sup>

فعندما يجد المشاهد نفسه بين هذا الكم الهائل من التنوع في الإخراج السينمائي والتلفزيوني الذي يلعب فيه الإعلام التنموي أو الإعلانات الإشهارية أو الأفلام المروجة للأفكار المختلفة حينها يمكن تطويع و تذليل كل احتياجات المجتمع الحديث وتفسير قضاياه وأهدافه السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية... الخ ، "ولعل من أبرز ما يطالعنا به المشهد الإعلامي اليوم هو توظيف فنون التلفزيون المختلفة وعلى رأسها الدراما التلفزيونية التي تجد لها مكانا متقدما في القنوات الفضائية و القنوات الأرضية ، حيث تلعب دورا فاعلا في تحقيق عمليات اتصالية ناجحة و جعلها قادرة على إحداث تغيير مباشر و غير مباشر في طبيعة توجهات المجتمعات الحديثة"<sup>(9)</sup>

كما أصبحت تلعب الإعلانات الإشهارية اليوم دورا بارزا في الإنتاج الاقتصادي الذي تحول من مستواه الكتابي إلى مستوى تقني تداخلت فيه عناصر بصرية عديدة من لغة وألوان ورموز واشهارات وغيرها ، وقد حقق الإعلان الإشهاري صيغته و صورته المتكاملة و أصبح أكثر جذبا وتأثيرا عندما أصبح يخصص له وقت مثل مثل الفيلم القصير وعاد يقوم على إخراج طاقم سينمائي متخصص بمثل هذه التمثيليات حيث : " تجاوزت وظيفة الإعلان في العصر التقني الأخبار والإعلام إلى التأثير والإثارة و تحول دور المتلقي المستهلك من قارئ خبر ، ومستمتع في الإعلان البدائي يبحث عن حاجته الاستهلاكية إلى مستهلك يتعامل مع السلعة وفق منظور إيديولوجي..."<sup>(10)</sup>

يمكن القول في الأخير أن فن صناعة السينما والإخراج



(الإعلام و السينما) هو جعل المشاهد مؤثرا و متأثرا بما يتلقاه من خلال التجول في جميع أنحاء العالم و هو جالس في غرفة نومه يشاهد أفلاما سينمائية مختلفة و يسمع إلى ندوات و يتابع أخبار العالم و مستجداته في الوقت نفسه.

التلفزيوني أصبح اليوم من أكثر الوسائل التي تحقق عملية الاتصال الجماهيري بين الشعوب ونشر الأفكار والدعايات المختلفة في جميع أنحاء العالم، حيث عاد الإعلام ضرورة من ضروريات التقدم للمجتمعات و دوره في عملية التنمية من أهم القضايا التي تثير اهتمام الدول في العصر الراهن، و كانت نتيجة اندماج هذين القطبين



الهوامش:

- 1- عواطف عبد الرحمان، دراسات في الصحافة العربية المعاصرة، دار الفارابي، بيروت-لبنان-ط1: 1989، ص96.
- 2- نسمة أحمد البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004 ص 14.
- 3- ينظر- أشرف شتيوي، السينما بين الصناعة والثقافة، دراسة نقدية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2008، ص19.
- 4- عقيل مهدي يوسف، جاذبية الصورة السينمائية، دراسة في جماليات السينما، دار الكتاب الجديدة المتحدة، لبنان، ط1: 2001، ص14.
- 5- سيزا قاسم، نصر حامد أبوزيد، مدخل إلى السيميوطيقا، منشورات عيون، الدار البيضاء، ج 2، 1987، ص113.
- 6- عمر عتيق، ثقافة الصورة، دراسات أسلوبية، عالم الكتب الحديث، الأردن 2011، ص1.
- 7- عواطف عبد الرحمان، دراسات في الصحافة العربية المعاصرة، م س، ص98.
- 8- ينظر: نسمة احمد البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، م س، ص28.
- 9- عبد المجيد شكري، الدراما التلفزيونية، فن كتابة وإخراج التمثيلية التلفزيونية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1: 2009، ص17.
- 10- عمر عتيق، ثقافة الصورة، دراسات أسلوبية، م س، ص99.