

قراءة في تعددية معاني ومستويات الصورة عبر وسائل الاتصال والإعلام الرقمية

د. محراز سعاد

جامعة مستغانم

*مقدمة :

لان الصورة أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني، الأفكار الأحاسيس ولقد ارتبطت وظيفتها سواء كانت إخبارية، رمزية وثائقية أو ترفيهية بكل أشكال الاتصال والتواصل فالصورة هي واقع متحقق في حياتنا يسهل تعريفها بالإشارة إلى تجلياتها المختلفة وهذا الاختلاف والتنوع هو سمة من سمات الصورة، رغم وحدة كينونتها كجنس محدد فالصورة بالشكل العام هي بنية بصرية دالة وتشكيل متنوع في داخله الأساليب والعلاقات والأمكنة، الأزمنة، فهي بنية حية تختص بتشكيل ملتحم التحاما عضويا بمادتها ووظيفتها المؤثرة الفاعلة وهي معبرة عن الواقع الذي تتميز به، عبر وسائل الاتصال والإعلام الرقمية، فقد أضحت حياتنا العامة والخاصة تركز في كثير من تفاصيلها على ما تقدمه الصورة، وأصبحت السينما والتلفزيون، أحد أهم مصادر المعلومات المعتمدة من قبل قطاعات واسعة من جمهور المتلقين، كما أنها تعتبر احد أهم عوامل تشكيل وعينا المعرفي، ويرجع السبب في ذلك إلى قوة الصورة على التأثير والإقناع ، " فلقد أصبحت الصورة الآن هي المصدر الأول في ثقافة المجتمعات ويصح القول أن ثقافة الصورة هي الثقافة الأكثر شيوعا، وهي المهيمنة على مجمل الإبداعات في المشهد الحضاري المعاصر لأنها باتت تشكل بؤرة نظام إنتاج وعي الإنسان، فهي كيفية للإدراك والوعي بالواقع حيث تمثله وتعبّر عنه"¹

فالتطورات التقنية في مجالي السينما والتلفزيون بالإضافة إلى التقدم السريع في الإلكترونيات يعد من الإنجازات الكبيرة فهو تطور أيضا في مجال إنتاج الصورة فالخطاب البصري هو الأبلغ تأثيرا من بين جميع وسائل الإتصال الأخرى، ولعل هذه الميزة كانت من أهم الأسباب في زيادة التنافس بين القنوات التلفزيونية في استقطاب أكبر عدد ممكن من المتلقين.

" فهي نتاج مادي ونشاط ابتكاري لفاعلية العقل وهي الأساس المطلق، كما أنها الواسطة للاتصال مع الجمهور"².

بحيث أن الصورة هي أداة تعبيرية يعتمد عليها الفرد ليعبر عن معانيه وأحاسيسه وأفكاره وترتبط وظيفتها على اختلاف أنواعها (إخبارية، وثائقية، إعلانية، ترفيهية) بمختلف أشكال الاتصال والتواصل، والصورة هي واقع ملموس في حياتنا.

" فالصورة بشكل عام هي بنية بصرية دالة وتشكيل متنوع في داخله الأساليب، الأمكنة والأزمنة، فهي بنية مشكلة بمادتها ووظيفتها المؤثرة الفاعلة، وهي معلومة للواقع، فهي تشبيه لشيء ما وأداة تعبيرية"³.

وهي وسيلة فعالة من وسائل التوجيه والتأثير والغزو الثقافي والتأثير على الرأي العام وحتى التضليل والتحول الذهني – الاجتماعي والثقافي للمجتمعات.

أما عن "التصوير فهو أحد الوسائل الحسية التي تؤثر في القوى العقلية وهو وسيلة اتصال تخاطب العقل والقلب، ويقول مؤلف آخر: "التصوير هو فن وعلم تسجيل الأغراض التي نراها لفترة زمنية محدودة وتخليدها إلى الأبد باستخدام تأثير موجات كهرومغناطيسية كالضوء المنظور على طبقات حساسة يجري معاملتها لإبراز هذا التأثير وإظهاره إلى الأبد على هيئة صور إيجابية والتصوير هو الأسلوب الذي يعوض الإنسان عن قصور أدواته وحواسه عن التذكير المستمر والإبقاء على الحدث أو الغرض مدونا بطريقة لا كذب فيها ولا إلتواء"⁴.

ويمكن تقسيم أنواع الصورة إلى:

■ " الصورة الذهنية: وهي الصورة التي تتعرض خارج العالم المادي المحسوس ويعطي سارتر مفهوما فلسفيا للصورة الذهنية أنها بناء يتم بالتخطيط والهدف منها هو إيصال فكرة أو رأي معين وهذا النوع من الصور يبقى في العقول قبل أن يتغير وتقوم الوسائط الاتصالية بصناعتها وتكوينها"⁵.

فالكثير من الأحداث جعلت منها وسائل الإعلام خاصة السمعية – البصرية مواضيع وتداولتها بشكل مفرط ومبالغ فيه فكانت عنها صورا ذهنية لدى المتلقي، وانتقلت هذه الصورة الذهنية إلى صورة نمطية غرست فيها مختلف القيم المادية.

■ " الصورة الامبريقية: وهي الصورة المادية لكل شيء والموجودة والتي تحيط بالإنسان وهذه النوعية من الصور لا تبدو عسيرة على الفهم لأنها تعتمد على الحواس في توليد المعنى وتتجسد من خلال لغة رمزية تخضع هي الأخرى إلى قواعد وقوانين تكمن في الرموز الأيقونية، المورفولوجية، الفوتوغرافية"⁶.

■ الصورة الرقمية: وهي تجسيد للصور الثنائية الأبعاد، وتتكون الصور الرقمية من البيكسالات، وتعتبر هذه الأخيرة أصغر وحدة في الصورة، حيث أن كل صورة هي مصفوفة تحتوي على صفوف وأعمدة من البيكسالات، وبصغرها ودقتها تكون أوضح وتنقسم الصور الرقمية إلى الصورة الثنائية (وفيها اللونين الأبيض – الأسود).

الصورة المتدرجة الرمادية وهي التي تحتوي الأبيض، الأسود مع تدرجات الرمادي والصورة الملونة وهي التي تدعم الألوان (الأحمر - الأخضر - الأزرق).

وعلى الرغم من التعددية الدلالية التي توحى بها هذه العوالم والتي توهم القارئ بأنه حر في قراءته، فإنها منظمة بطريقة لا تقوده إلا القراءة المحددة في السنن أي ما يريده صاحب الإرسالية.

ذلك لأن الصورة في الواقع هي رسالة بصرية تقوم على مجموعة من العلامات فالناس ليس بالضرورة أن يكون لديهم نفس الشعور تجاه قراءتهم للصورة لأنهم يختلفون من حيث طريقتهم في مشاهدتهم لها ومصطلحاتهم تجاهها، وذلك لما تتضمنه من معاني خفية فقد تلقى قبولاً أو رفضاً اجتماعياً، ولذلك فيجب أن يكون هناك اتفاق بين المرسل والمتلقي في الجانب الثقافي لهما ليحدث قبولها.

وبالتالي فهذا ما يسعى منتج الصورة من خلال عرضه لها على أنها تحمل كافة السنن المقبولة في المجتمع ليفهمها ويتقبلها لكنها في الحقيقة تتضمن داخل هذا المعنى الظاهر معاني خفية تحمل مجمل القيم التي تتناقض وثقافته، وبالتالي يتحقق ما يريده صاحب الإرسالية في التأثير والإقناع بها.

وعن خصائص الصورة :

- أ - " من حيث الشكل:
 - الحجم المناسب للصورة.
 - الوضوح من خلال تمييز الصور.
 - تنوع مساحة الصورة والحجم على حسب الموضوع المصاحب لها.
- ب - من حيث المضمون:
 - أن تكون الصورة ملائمة للموضوع أو الحدث.
 - توفرها على العنصر الدرامي إذا كانت صورة خبرية.
 - حيوية الصورة لكل ما تتضمنه من أشخاص وأماكن وأشياء".⁷

*تحليل الصورة:

تعتبر عملية تحويل الرموز والمعاني والتي تحويها الرسالة الإعلامية وحدات قابلة للعد والقياس وهذه العملية مميزة لهذا الأسلوب وهي ما يطلق عليها في تطبيقات تحليل المحتوى بالترميز أي تحويل الوحدات إلى رموز كمية يسهل عدّها وقياسها ومن ثم تحليلها كيفياً.

"وترتبط عملية التحليل والتميز بالإطار النظري للدراسة الذي يحدد أهدافها والتساؤلات المطروحة للبحث وكذلك إطار النتائج المستهدفة وتتم هذه العملية في مرحلتين:

المرحلة الأولى: تحديد الفئات ويقصد بهذه العملية تصنيف صور البحث إلى مجموعات أو أجزاء تجتمع لكل فئة منها خصائص أو أوزان مشتركة.

- 1 - موضوع الصورة: ترتبط بإطار الفكرة العامة التي تشير إليها الصورة وموضوعها يمكن أن يكون سياسيا، إقتصاديا، إجتماعيا، عسكريا، دينيا، رياضيا، حوادث، كوارث، حرائق، ويمكن تصنيفها أيضا إلى فئات فردية مثل سياسية دولية، سياسية داخلية، سياسية قومية.
- 2 - فئة اتجاه موضوع الصورة: وتقدم الصور كدليل صادق على الاتجاه كافة أو شدته لأن الإتجاه لا يعتمد على الرموز اللغوية فقط وإنما يعتمد في تحديده على ما هو مسجل فعلا بألة التصوير بحيث يمثل واقعا تؤكد الصورة المنشورة مثل: صور للفوضى والشغب والإجرام، فهي تعكس الاتجاه المعارض".⁸
- 3 - " فئة الشخصيات : هذه الفئة بجانب فئة الموضوع تشكل بناء أو تكوين الصورة فعادة ما لا تخلو الصورة الصحفية من شخصيات تساهم في تكوينها أو بنائها وتعتبر المحركة للحدث أو الموضوع.
- 4 - فئة المكان أو منشأ الأحداث: هذه الفئة تكشف عن مكان أو منشأ الأحداث وهي أيضا تجيب عن الأسئلة الخاصة بعلاقة الموضوعات أو الشخصيات بهذه الأماكن أو الأقاليم.
- 5 - فئة القيم: تمكن دراستها من خلال الصفحات المصورة في الجرائد مثل الصفحة الأخيرة والتي تركز على الصور الفوتوغرافية في تقديم المغزى أو المعنى فهي تعكس صور التقاليد والعادات والأعراف والتي تمثل قيما معينة لبعض المجتمعات مثل القيم المرتبطة بالعلاقات الإجتماعية والقيم الدينية.
- 6 - المساحة: تحدد بمساحة الصورة في الجريدة قد تصل إلى صفحة كاملة.
- 7 - الموقع: لا توجد صعوبة في تصنيف الصور الصحفية حسب الموقع لإرتباط هذا التصنيف برؤية الصحيفة لأهمية هذا الموقع".⁹

المرحلة الثانية: "تحليل الوحدات: وهي الوحدات التي يتم عدّها أو قياسها مباشرة، ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها دلالات معينة تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية، ووحدات التحليل هي:

1 - وحدة الموضوع: ترتبط بكل ما يمكن أن تقوله الصورة وحدها أو الصورة والتعليق أو الصورة في سياق النص أو تجيب عليه من تساؤلات ترتبط بالموضوعات أو الأحداث أو القضايا أو الأماكن.

2 - وحدة الشخصية: ترتبط بالشخصيات التي تقوم بدور في الوقائع والأحداث عندما يستهدف التحليل هذه الشخصيات.

وحدة الفكرة: تظهر أهميتها في الصور المستقلة التي يعتمد عليها في تجسيد المعنى ولا صعوبة في قياسها وعددها لأن الصورة تسجل ما هو واقعي فعلا في الحياة والتركيز عليه يجسد الفكرة التي تريد الصحيفة أن تتناولها".¹⁰

كيفية بناء صورة قيمة:

المحتويات: ضع في إطار العناصر المهمة فقط وتجنب الفراغات الكبيرة وفي حالة وجود فراغ كبير أثناء التصوير فيمكنك تغيير الزاوية بإضافة أجزاء من الطبيعة كالزهور أو أشكال هندسية تملأ الفراغ، أما بعد الطباعة أو على شاشة الحاسوب فيمكنك تغيير شكل الإطار بعمليات القص وإزالة الزوائد.

التعامد: تأكد دائما أن الخطوط في الصورة متوازية أو متعامدة مع خط الأفق.

خط الأفق: لا تجعل خط الأفق يقطع الصورة من وسطها اخفضه أو ارفعه بحسب الحاجة.

التصوير الشخصي: في حالات تصوير الشخصيات استخدم عمق الحقل لإخفاء الخلفيات.

*قوة الصورة وقدرتها التعبيرية والاقناعية عبر وسائل الاتصال والإعلام الرقمية:

نتفق جميعا على أن وسائل الاتصال المرئية الرقمية قد اقتحمت حياتنا بأقصى ما يمكن من السرعة والطاقة والفاعلية، إذ دخلت في نظامنا الوضعي والحضاري كشيء لم يسبق له مثيل، حتى أصبحت مكونا أساسيا في الحياة المعاصرة ففاقت تصوراتنا وذهبت إلى أبعد من كونها أداة للمتعة بل طرحت نفسها كسلاح فكري خطير، فما الذي يجعلها كذلك يا ترى ؟

إن منظومة كاملة من التساؤلات تدور في فلك هذا السؤال وبصرف النظر عن تفرعاته الثانوية تتموضع وسائل الإتصال المرئية في بؤرة الأسئلة والأجوبة الأهم، ونتفق جميعا على أن الصورة اليوم تحاصر الإنسان بشكل لم يسبق له مثيل، فنحن محاطون بعالم واسع من الصور تتمثل "... في الأغاني المصورة والإعلانات والأفلام وغيرها وكلها قريبة منا ومألوفة بالنسبة إلينا، ولعل السبب يرجع إلى قدرتها الهائلة على التعبير بكامل الوضوح بالإضافة إلى كونها وسيلة سهلة الإدراك

والاستيعاب بالنسبة للمتلقى إذا ما قورنت بالكلمة التي تعتمد على سعة وعي المتلقي وقدرته على القراءة .

فترجع قوة الصورة وقدرتها على التعبير والإقناع للأسباب التالية:

- لأن الصورة اليوم تقبض على كل شيء في حياتنا المعاصرة.
- لقدرتها القوية على عرض الواقع وإعادة صياغته وتشكيله من جديد.
- لأنها خطاب مكتمل، يمتلك سائر مقومات التأثير الفعال في متلقيه.
- لقدرتها الآنية على نقل الأحداث وتغطيتها وإيصالها إلى كافة بقاع العالم.
- كونها سهلة الإدراك والفهم من قبل المتلقي على اختلاف أنواعهم ومستوياتهم الثقافية.
- لها القدرة على حل الواقع حاضرا ومرئيا كما لها القدرة على الإمساك بأدق تفاصيله.
- لما تمتاز به من مصداقية مرجعية باعتبارها حاضرة بصريا ومتحركة أمام أنظار المشاهدين.
- أنها قادرة على الوصول إلى ملايين المشاهدين في مختلف البلدان ولمختلف الشعوب.
- أن للمستوى الجمالي فيها دورا بالغ التأثير وذلك من خلال الإطار الجاذب للاهتمام مستحوذة على المخيلة وقادرة على الإقناع.
- تلعب دورا أساسيا في تشكيل الوعي المعرفي لدى جمهور المتلقين ولأنها تشغل مساحة واسعة في الحياة المعاصرة لقطاعات كبيرة من المشاهدين.

فهل في رأيك بعد كل هذه الأسباب تستطيع وسائل الإعلام المرئية الرقمية خاصة، أن تكون أداة معرفية رمزية تشكل وعي المتلقي وتساهم في التأثير على آرائه واتجاهاته؟

وللإجابة على سؤالنا السالف الذكر نقول أن التطورات التقنية في مجالي السينما والتلفزيون بالإضافة إلى التقدم السريع في ميدان الثورة الإلكترونية يعد بما لا يترك مجالاً للشك من أعظم إنجازات حضارتنا المعاصرة، إذ اجتذبت هذه الوسائل قطاعات واسعة من المشاهدين وأصبح التلفزيون في كل بيت، وبفعل التطورات التقنية أصبحت الأفلام تشاهد في البيوت على شكل أشرطة متنوعة، أو أقراص سواء استخدمت للترفيه أو التزود بالثقافة والمعرفة والمعلومات، كما اختزلت الصورة معطيات عصرنا بأكمله فباتت الوسيلة الأكثر شيوعاً لمعرفة العالم بصرف النظر عن مصداقيتها وأصبح التلفزيون أكبر مروج لأفكار وسياسات المؤسسات التي تبسط هيمنتها عليه، وهو يقوم بعمل السلطة الخفية التي تمارس نفوذاً قوياً من دون أن يعي الجمهور ذلك.

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

" وقد نحتاج إلى تحليلات المفكر الفرنسي ادغار موران في تحديد الأطر التي تتم فيها العملية التواصلية حيث يرى أن العملية التواصلية معقدة ومتداخلة العناصر ومتشابكة التبادلات، فالشخص الإنساني تحكمه خلفيات نفسية، اجتماعية اقتصادية وفكرية متضاربة ويضطر إلى تلوين، تعديل وتغيير خطابه بحسب الإطار الذي يوجد فيه على عدة مستويات".¹¹

ولم تكن السينما بمنأى عن ذلك لدورها الخطير في التأثير على اتجاهات الرأي وعلى طبيعة ونمط الحياة وتغيير عادات وسلوك المشاهدين، وفي ضوء هذه المنطلقات، يتضح لنا أنه ليس ثمة شك في أن الخطاب البصري هو الأبلغ تأثيراً من بين جميع وسائل الاتصال الأخرى، ولعل هذه الميزة كانت من أهم أسباب اشتداد التنافس بين هذه الهيئات من أجل إيجاد وسائل بصرية أكثر إثارة وتشويقاً، ونستطيع أن نعتبر كل هذا منظومة.

بسببه تتحرك بطاقة قصوى باتجاه إنتاج الإثارة بأي شكل كان ومن دون وازع ومن الطبيعي أيضاً أن يترتب على ذلك خرقاً متزايداً للقيم الأخلاقية والسلوكية بجميع أشكالها وعلى رأسها انتهاكات الحرمات الشخصية للأفراد والجماعات على حد سواء، وكل ذلك يأتي تحت شعار - من حق الإنسان معرفة الحقيقة ولعل هذه الميزة هي أخطر ما في خطاب الصورة، إذ أن مظاهر كهذه تعني بلا شك ممارسة نوع من العنف اللاأخلاقي المعقلن ضد مجمل القيم الأخلاقية والثقافية، فهي تخدش الحياء وتسيء للذوق العام، ومع ذلك فإننا نظل نشهد مزيداً من المثيرات الموضوعية التي تطالعنا بها هذه الوسائل بين حين وآخر، وهي مثيرات ليس لها رادع ولا تقف عند حدود وكلمها تستهدف المشاهد الذي بات يشعر بأن ثمة سياسة صورية تسلطية ولا خلاف على أن عدداً غير قليل من فئات الجمهور قد لمس تفاقم ظاهرة الإثارة في وسائل الاتصال المرئي الرقمي، الأمر الذي يوصل إلى نتائج سلبية تنعكس بالضرورة على مصداقية الصورة بذاتها، وهي مسألة بدأت منذ نهاية الثمانينات بفقدان أواصر الثقة بينها وبين فئات الجمهور وقد أكدت بعض الاستبيانات المهمة بهذا المجال بأن السينما والتلفزيون بشكل خاص قد شهد تراجعاً خطيراً وأن موضوعيته لم تعد كما كانت عليه قبل عقد وثيق من الزمن، ولتعزيم ما نذهب إليه (مثال فإن أي استقرار بسيط في أواسط الجمهور العربي سيعفي مباشرة إلى نتيجة مفادها بأنه لم يعد يثق بوسائل الاتصال والاعلام وما تقدمه من أخبار المعلومات، ولذلك فهو دائم البحث عن مزيد من الفضائيات الأخرى، رغم ما تحويه من قيم لا ترتقي إلى الموضوعية، المصداقية والحيادية.

" أسس التأثير والإقناع :

- 1 - الصياغة الواضحة للرسالة: وضوح الهدف وقابلية المستمع للإستيعاب.
- 2 - التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلات معهم.
- 3 - الموضوعية: تجاه المستمع دون التحيز أو الأحكام المسبقة المنبعثة من التحيزات".¹²

فما هو مقبول يحظ برضى الطرف الأخر إضافة إلى أن وضوح الرسالة له دور مهم في فهم الرسالة إضافة إلى "4- التخطيط الجيد لعملية الإقناع

5- الإنتباه لاستجابة المستقبل

6- حسن استجابة المستمع للرسالة الإقناعية

7- ابتعاد المستمع عن الأحكام المسبقة

8- مصداقية المرسل العلمية".¹³

*سياق الصورة عبر وسائل الإعلام المرئية:

الصورة هي الأساس المادي المطلق في العملية الاتصالية الإعلامية ولها تأثير كبير يمكن إيجازه في النقاط التالية:

- لأن الصورة تمثل نموذج النسق عن طريق الوصف اللقوي.
- لأنها أمضى أثرا وأكثر بلاغة ووضوحا من حيث المستوى البصري للتمييز بين وحداتها ومضامينها ومعناها.
- إن لها قدرة على الموائمة فيما بينها رغم تنوع محتواها وإختلاف حجومها.
- إن قدرتها العالية على الإيجاز ترقى بها إلى مستوى عال من المحدودية الزمنية بمعنى أنها تضعنا إزاء فيض من المعاني في زمن محدد جدا.
- إن حضارة الصورة تبدو في تقاطع مستديم مع النزعة الفردية مقابل تبنيها خيار شرائح الجمهور الواسع توافقا مع طبيعتها الانتشارية وما يرتبط بها من معطيات التسويق والاستهلاك والتأثير في الرأي العام حتى يصح القول عنها أنها تظهر ميلا فلسفيا وبراغمتيا بموجب النزعة الاستهلاكية التي هي قوامها الأساس.

لأن المشهد الحضاري المعاصر قد تحول إلى سلطة إقتصاد السوق في إطار ظاهرة العولمة فجاءت حضارة الصورة لتنقل الإنسان من الحداثة إلى ما بعد الحداثة وقلصت مساحة العالم لتجعله في حدود القرية الصغيرة خصوصا بعد دخول الأنترنت الذي فرض على مفهوم الإقليمية والقطرية على وجه الخصوص وجوب تجديد وإعادة النظر في جهاز المفاهيم والمنطلقات النظرية تماشيا مع السلطة الرمزية التي يحررها الخطاب الصوري لكونه يحدد الواقع ويقدمه حاضرا مشترطا تفاعل المتلقي مع شفراته تفاعلا انفعاليا.

فلا خلاف على أن الصورة لم تعد هوية الأشياء فحسب بل هي أيضا البعد الإيقوني للواقع، فهي ذات قوة جاذبة تستدعي إحساس المشاهد بعد أن تضعه أمام فيض من المضامين

الموجهة المنضوية تحت ماهية الصورة ذاتها والتي سيبدو فيها الواقع واقعا جديدا معالجا بدقة فائقة يلعب فيها التركيب المونتاجي والنسق الصوري دورا بالغ الأهمية على مستوى الإبداع والخيال، والذي هو مظهر من بلاغة الصورة وشكلا خارجيا لجمالية وسائل الإتصال المرئي الأمر الذي يوصلنا إلى أشياء مذهلة تفوق تصوراتنا بفعل مستحدثات تكنولوجية إلى واقع مقنع، إلى واقع حقيقي يمدنا بمعلومات ووسائل يراد لنا فهمها من خلال الشكل الذي ينبغي أن تلبسه.

فإذا كان العالم القديم قد تغير تبعا لموازن القوى القائمة على تقديرات مادية لأنظمة التسليح العسكرية بالإضافة إلى الإمكانيات السياسية والإقتصادية فإنه اليوم يتغير بناء على المستحدثات التكنولوجية التي اكتسحت مثل سيل جارف وسائل الإتصال المرئية حتى نكاد نقول أننا إزاء حقبة زمنية جديدة تتشكل بشكل راديكالي.

ولا يغيب عن بالنا ونحن نتحدث عن الصورة من منظور متنوع لا بد من أن نعترف من أنها أداة بالغة القوة وفي غاية الخطورة في مجال الإعلام بحكم سلطتها الفاعلة في تحريك اتجاهات الرأي العام ومن أهم وأبسط أدلتنا وأقربها إلى الذاكرة الحرب على العراق 2002 – 2003، حيث كان وأصبح للصورة القول الفصل في التأثير على السياسات وتغيير مسارات الرأي والاتجاهات، وفي كل الأحداث كانت الصياغة الصورية وطريقة تركيبها للحدث هي العامل الأهم والفاصل في التأثير على جمهور المشاهدين.

فلقد أصبحت اللغة البصرية في السينما والتلفزيون لغة عالمية قابلة للفهم من جميع شرائح الجمهور مهما اختلفوا في الأصل والعرف وهذا ساعد على رواج البرامج التلفزيونية، كما ساعد على نجاحها منذ نشأتها حتى الآن، والفضل يعود في ذلك لطبيعة الصورة الكاشفة بشكل يسفر عن مضامينها ومعانيها بحيث أصبحت أهم وأقوى وأسهل وسيلة اتصال على مستوى الإدراك والفهم والتفسير.

فكل صورة تحمل بالضرورة معنى تنفرد به دون غيرها، كما تقدمه كمفردة في منظومة لغوية تتكامل عبر سلسلة من الصور واللقطات، مؤسسة بذلك معنى مجازيا مصدره الوسائل المنتجة للمعاني تحت سياق صوري عالجه الوحدات التي قامت بالتوافق ببناء سردي يشكل كيانا عضويا متجانسا ومنسجما مع بعضه تحت إطار فكرة الكلية.

"وممالا شك أن علم الدلالة يحاول أن يصنف أنواع المعاني والمبادئ التي تحكم استخدامات اللغة، ولذلك نستخدم الصور ذات المعاني المفهومة وهي معان نستطيع أن نسميها قياسية إذا ما رغبتنا في الإتصال بالآخرين، إلا أن إشكاليات تعدد معاني الصورة قد يعطي قراءات خاطئة أو تفسيرات متعددة"¹⁴، ولتبيان ذلك فسنحاول هنا أن نحصر ذلك في شقين أساسيين يرتبطان بالضرورة بالقدرة على إعطاء أكثر من معنى.

يتمثل الشق الأول: بما نصلح على تسميته " بالمعنى الأساسي وهي المضامين التي تفصل واقعية الصورة عن معانيها، وهذه تؤكد أن الصورة هي هوية الأشياء وأنها لاتعني إلا مانراه.

أما الشق الثاني فيتمثل في المعنى السياقي، وهذا لا يعلن عن نفسه بطلاقة بل يأتي مستترا إلى المتلقي بسبب تحوله من صورة إلى رمز، ولأنه رمز فهو يسحب معناه من الخارج إلى الداخل فيجعله مكثفا ومضغوطا أو يغطى فيكمن في الباطن والرمز هو حدث أو شيء مختار له مرجعية متفق عليها ثقافيا".¹⁵

*المعنى ومرجعياته في تفسير الصورة بالتلفزيون

1 - المعنى والنموذج النفسي:

"أصبح لدينا الآن الوسيلة للإحاطة بشكل أفضل بمسألة غموض معنى كلمة perception الإدراك التي استخرجها هنري بوانكاري سنة 1950، وذلك مع ظهور أنماط نفسية وهي أربعة أنماط وظيفية تسمح للوعي بالتوجه، فهو يميز الإدراك الحسي الذي يوحي أن شيئا ما موجود والفكر الذي يوحي بما هو هذا الشيء والشعور الذي يقيم السمة المحببة نسبيا والحدس الذي يوحي من أين أتى هذا الشيء وإلى ماذا يرمي".¹⁶ وعليه فإن إدراك الصورة السمعية البصرية يمر بالمراحل التالية حيث نقوم بتمييزها (ما نوعها - طبيعتها - شكلها) وهذا إدراك حسي أي أنها شيء موجود فعلا، ثم نفكر في ماهيتها، ويأتي الشعور ليقومها فيما أن نفضلها ونحبها وإما يحدث العكس وفي المرحلة الرابعة نحاول التمعن في الهدف الذي ترمي إليه هذه الصورة، والغرض من إعدادها وتقديمها.

فنحن نلح في معنى الكلمات بعد أن نسمعها ثم نتفحصها ونقوم بترتيبها في ذهننا لنفهم المغزى منها حتى ندركها.

فالتصور عملية ذهنية تحمل في الذهن صورة المدرك الحسي، فهو مثول المحسوس في الذهن عند غيابه عن الحواس، وفي التصور أمران: الفعل ذاته، ونتيجة هذا الفعل وهي الشيء المتصور، ونتيجة التصور هو ما يتولد في الذهن عند إدراك شيء من الأشياء فيكون التصور الحاصل مرادفا للمعنى، ولناخذ على سبيل المثال صورة المرأة في مجتمعاتنا.

" فقد أرسلت المورثات الثقافية السائدة صورة نمطية عن المرأة شكلها العديد من المتغيرات من بينها أساليب التنشئة ودعمتها الأساليب الاتصالية بشكل كبير".¹⁷

فالصورة التي رسختها التنشئة الاجتماعية بمجتمعاتنا هي أولوية الذكر عن الأنثى وهذا دعمته العادات والتقاليد الموروثة عندنا، حيث تشكل ضغوطا اجتماعية يتم ممارستها بشكل مقبول، هذا

التصور المحمل في ذهن وعقليات الكثير من أفراد المجتمع، مدرك ومرادف للمعنى الذي سبق وذكرناه (وهو اعتبار المرأة الحلقة الأضعف في المجتمع).

لكن وفي المقابل هذا الواقع المعاش دخل عصر وسائل الاتصال الجماهيري، والتي أصبحت تمارس الدور المناقض للتصور السائد في مجتمعاتنا حول المرأة ومكانتها في العادات والتقاليد.

وهذا دون أن نتطرق إلى نظرة الدين الإسلامي للمرأة فهو اعطاها مكانتها المثلى والتي لم يسبقها إلى ذلك دين أو قانون أو عرف اجتماعي، لكننا نتحدث عن التصور لمعنى كينونة المرأة في الخصوصية الثقافية لمجتمعاتنا العربية.

فما تقوم به وسائل الإعلام هو محاولة تحرير المرأة من الصورة الذهنية التي تقر بضعفها وعدم قدرتها على مواجهة العالم الخارجي، وتركز على تقديم صورة أخرى للمرأة هي أنها يمكن أن تعمل وأن تحصل على نفس المراتب مع الرجل ويمكنها الخروج وسياسة السيارة بنفسها وحل مشاكلها بنفسها دون الحاجة أو الاعتماد على الرجل، وهذا ما يظهر من خلال مختلف ما يقدمه التلفزيون (باعتباره الوسيلة الأكثر رواجاً) من مواد إعلامية تطرقت إلى هذا الموضوع بشكل كبير حتى أعطت صورة نمطية مميعة عن المرأة ومناقضة لواقعنا فأصبحت المرأة تعيش ثنائية التلقي المتناقض بين ما تراه في التلفزيون من تحرير لها وقدرة على فعل كل شيء وبين واقعها الذي ما زال الرجل يشكل فيه الحلقة الأقوى وهذا ماتحصلنا عليه من خلال دراسة ميدانية اثنوغرافية قمنا بها، لجماعات القبالة هنا بمدينة مستغانم - الجزائر- حيث ينطبق على النساء في أسر القبالة اللواتي قمنا بمقابلتهن والتقرب من هن أكثر، حيث لازلن لا يخرجن من البيت إلا عند زيارة الطبيب أو عند الضرورة القصوى.

"فالتصور من حيث هو صورة ذهنية مركبة من عدة صفات مجردة من الشيء الذي يتصف به يحصل كلما اجتمعت صفاته وحيثما اجتمعت بحيث كلما ذكرت هذه الصفات ففهم الشيء الذي يتصف به وحصل في الذهن معناه، ومن هنا كان لكل تصور عدد من الصفات يفهم منها، وعدد من الأفراد يتصفون بها".¹⁸

2 - الصورة حسب الدلالة والمعنى:

"إن المعنى ليس ثمرة بناء يمر على التوالي للمحتوى الدلالي للألفاظ ويخضع للتعديل الذي تدخله قواعد الصرف والنحو فقط، ولكن يطرح مشكلة منظومة الفهم، فنظام التقدير يسير باتجاه عكسي، فنحن نفهم معنى الحياة ككل وإذا كان هناك تحليل فهو لا يأتي إلا في مرحلة ثانية حيث ينبغي للمحلل أن يراعي إعتبارات التركيب وعلاقتها بما هو دلالي".¹⁹

ولنعطي مثالا عن ذلك كأن نقول: الجو جميل وربيعي اليوم" فهذا يطرح مشكلة في الفهم، فهل نبدأ الاعتقاد بأن الجو جميل لنستبعد تأويل الجملة، ونقوم فيما بعد بإسناد اليوم إلى الجو وفي هذه الحالة فنحن نفهم الجملة بشكل كلي، ثم نقوم بتحليلها لإسنادها إلى السياق الذي جاءت فيه، وهنا فنحن نربط تركيبات الجملة كل واحدة على حدا أي الجو ثم جميل ثم اليوم، لنستخلص في مرحلة ثانية معنى الجملة ككل وهنا يربط الفهم بالتحليل وهذا الفهم يتأسس من السياق الذي يوجد فيه الفرد والجملة ككل.

وترتبط دلالة المعاني والتصورات بما يلي:

" دلالة المطابقة: دلالة التصور تعبر عن تمام المسعى.

دلالة التضمن: دلالة التصور تعبر عن جزء فقط من المسعى.

دلالة الالتزام: دلالة التصور تعبر عما يلزم المسعى في الذهن".²⁰

*الصورة في الفضاءات العمومية ودورها في صناعة الحقيقة

تعتبر الصورة أحد الابتكارات التي توصل إليها الإنسان ليحصل بها على شكل متمائل لشيء معين عادة ما يكون جسما ماديا أو أحد الأشخاص، كما أنه يشير إلى التعامل مع الأجسام ذات بعدين، مثل الصورة الفوتوغرافية أو أحد عروض الشاشة إضافة إلى الصورة المجسمة ثلاثية الأبعاد.

والصور يمكن التقاطها عن طريق بعض الوسائل البصرية مثل الكاميرات، المرايا، الميكروسكوب وغيرها من الوسائل الأخرى.

وقد أخذت الصور بالانتشار عن طريق الأنترنت وذلك لأن حجمها صغير جدا بالنسبة إلى مساحات التخزين ومنها ما هو مفيد للبشرية والتعليم، ومنها ما هو موجه لصناعة العقول وتفكير الناس، حيث يشكل الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال عبر الأنترنت حقلا معرفيا قائما بذاته يقوم بالأساس بتوظيف العلاقة بين الفرد المستخدم للأداة، والأداة الاتصالية الموجودة المتمثلة في الأنترنت.

فسنحاول استخلاص المعنى الاجتماعي والثقافي لدور الصورة بالفضاءات العمومية في نقل الواقع والتعبير عن الحقيقة وصناعة الثقافة ومن هذا المنطلق نطرح التساؤلات:

ما مدى مصداقية وصحة الصور التي يبعث بها الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ وهل هي معبرة فعلا عن أحداث واقعية أو يكمن صناعتها تقنيا باستخدام أساليب تركيب الصور؟ وهل أصبح الواقع الافتراضي واقعا حقيقيا؟ وتحول المتلقي في الوسائل التقليدية إلى مرسل في الأنترنت.

ترتبط الصورة في طبيعتها التعبيرية أيضا بشبكات التواصل الاجتماعي والتي تعمل على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الأنترنت، حيث يتشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم من خلال برمجيات تحقق صفة اجتماعية، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين، وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الالكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين virtuel يشتركون في نفس المصالح، وبناء على ذلك ينتج ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية، ومواقع التواصل الاجتماعي وهي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، وقد ظهرت هذه المواقع لتساعد الأفراد على التواصل والتفاعل في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم.

والشبكات الاجتماعية (الفضاءات العمومية) هي مواقع تعطي المستخدمين مجموعة من الخدمات على أساس تكنولوجيات الويب التي تسمح لأفراد ببناء محتوى خاص بصفحة شخصية، ونظام من العلاقات الاجتماعية المتعددة ومشاركة الآخرين والتواصل معهم، وتلعب الصورة في هذا المجال دورا رئيسا، حيث يكون لها تأثيرا أكبر من الكتابة أو الكلام فقوتها التعبيرية تختصر نصوصا من الكلمات في صورة معبرة جدا، وتساهم في اقناع الملايين من مستعملي هذه الفضاءات (الفايس بوك، youtube والتويت).

حيث يتم صناعة الصورة عبر هذه المواقع التي تعبر عن الحقيقة والواقع وعن مواقف تجاه قضايا معينة، تغير وجهات نظر العديد من الشعوب، وتغير مصيرهم .

* الخاتمة :

تم صناعة الصورة على مستوى عال، ووفق سياق يحمل مجمل ظروف الخدمات والأماكن التي فيها إعداد وإنتاج الصور المحملة بمضامين ثقافية - تاريخية - فنية - سياسية - اجتماعية - دينية فكلا المفهومين صناعة الصورة أو صناعة ثقافة الصورة تعبر عن واقع معين، وعن مجتمع معين، وعن ثقافة معينة وعن بيئة معينة فما ينطبق على مجتمع أوربي ليس بالضرورة أن ينطبق على مجتمع جزائري والعكس صحيح لكن هذا المزج الصوري الثقافي يحدث بشكل أي مفاجئ مبسط وسريع حيث يقضي بالضرورة على محددات ثقافية خاصة بكل مجتمع ويدعو إلى تبني محددات ثقافية أخرى، وما يعزز هذا الطرح هو رمزية الصورة في كونها تطرح آلاف القراءات عند رؤيتها والتحليلات، وليست كالنص يفرض عليك كاتبه أن تفهم ما يريد أن يصل إليه، وإنما الصورة تبقى مجهولة التفسير الموحد في وجود التفسيرات المتعددة لها، وهذا ما يزيد شهورها وأكثر استعمالا واعترافا بها، فقد يتم الاتفاق على الأسس العامة والظاهرة لها، ولكن التغيرات الدقيقة والمعاني الخفية تبقى خاصة بقارئها، فتعبر الصورة عن كامل الحقيقة أو عن جزء من الحقيقة، أو

تصنع حقيقة ما، فتصنع ثقافتنا وتصنع قيمنا، عاداتنا – تقاليدنا، أي أنها تصنع مجتمعنا وحياتنا، فقد أصبحنا نعيش الصورة في واقعنا.

مواطنين بها من كل مكان، حيث كنا فيما سبق تحيط بنا المعلومة فقط .

*قائمة المراجع:

1: كاظم مؤنس، "خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة"، الأردن، عالم الكتب الجديد اريد 2008، ص. 92.

2: كاظم مؤنس، المرجع نفسه، ص 15 .

3: مخلوف حميدة، "سلطة الصورة"، لا يوجد،، دار سحر للنشر، ط 1، 2004، ص 19.

4: محمود ادهم، "مقدمة إلى الصحافة المصورة: الصورة الصحفية وسيلة اتصال"، القاهرة، مطابع الدار البيضاء، ص 18.

5: مخلوف حميدة، مرجع سبق ذكره، ص 19.

6: مخلوف حميدة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

7: محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، "تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق"، عالم الكتاب، ط 1، 2004، ص 36.

8: محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص ص 82-91.

9: محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص ص 92-93.

10: محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

11: عبد الرحيم تمحري، "تقنيات التواصل والتعبير"، المغرب، مطبعة النجاح الجديدة، ط 2007، ص 68.

12: عامر مصباح، "الإقناع الإجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 2006، ص 22.

13: عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص 23.

14: كاظم مؤنس، مرجع سبق ذكره، ص 107.

15: كاظم مؤنس، مرجع سبق ذكره، ص 108.

16: ماجد توماس حانة، "اللغة والاتصال في الخطاب متعدد المعاني"، (تر:ماري شهرستان)، سوريا، أركيوان للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2008، ص 1، 165.

17: ناهد رمزي، "المرأة والإعلام في عالم متغير"، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص 198.

18:محمود يعقوبي ،"دروس المنطق الصوري" ،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية ،ط1999،2،ص
.38

19:ماريان لودوير،دانيكا سيليسكوفيتش،"التأويل سبيلا إلى الترجمة"،(تر:فايزة القاسم)،لبنان،مركز
دراسات الوحدة العربية،ط2009،1،ص192

20:رشيد قوقام ،"أسس المنطق الصوري" ،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية،2008 ، ص 50.