

تدفق الصور داخل شبكات التواصل الاجتماعي

بين الاستخدام المهني والاهتمام الذاتي

*Image/photo flow within social networks
Between professional use and self-interest*

ساعد ساعد *

تاريخ النشر: 2020/12/30	تاريخ القبول: 2020/10/04	تاريخ الإرسال: 2020/04/13
-------------------------	--------------------------	---------------------------

الملخص:

لطالما كان الاتصال نقطه محوريه في حياه الشعوب والأمم والجماعات ، واضح اليوم رقم مهم لا بد منه في معادله أي حركة او نظام اجتماعي مهما كان لونه، الإعلام الجديد ينظر له على أنه مرادف لجل التغييرات الأساسية التي عرفتھا المنطقة العربية، فشبكات التواصل الاجتماعي خلقت أنماطا جديدة في التفكير وفي الاتصال وفي الممارسة ، حيث أضحي ترادف الأخبار والأحداث على مر الساعة لا يكون إلا بالصورة وبشكل لافت للغاية، وهذا إما لتأكيد الأخبار أو نفیھا أو دحض الشائعات ، حيث أصبحت الصورة مرادفا لكل حدث حتى وان غاب عنه الصوت وهذا ما نسعى لدراسته في هذا البحث.

الكلمات المفتاحية: الصورة ، التحليل السيمولوجي، شبكات التواصل، اعلام الجديد

Abstract:

Communication has always been a central point in the lives of peoples, nations and groups, and today it is an important number that must be equated with any movement or social system, whatever its type.

The new media is seen as synonymous of most of the fundamental changes in the Arab region. Social media networks have created new patterns of thinking, communication and practice.

The transmission of news over the day can't be without photos and images and in a very evident way this is either to confirm the news or deny it or refute the rumors, as the image became synonymous with every event even if the sound is absent and this is what we seek to study in this research.

المؤلف المرسل: ساعد ساعد : p.saadsaad@gmail.com

* استاذ مشارك جامعة ام القرى مكة المكرمة السعودية p.saadsaad@gmail.com

مقدمة:

أصبحنا اليوم نعيش في مجتمع الصورة، فهي رفيقنا، أينما نولى وجهنا فهناك صورة نراها في صفحات الجرائد أو المجلات أو في المعارض، أو تنتظرنا في المكتب أو المنزل، أو في الشوارع والطرق، أو تطالعنا في التلفزيون والانترنت أو عبر هواتفنا الجواله، فالصورة بحق نحيا بها و تحيا بنا، ولكن لابد من معرفة حياتها وموتها (بتعبير دوبري)، وهذا لا يكون إلا بمعرفة حدودها ومحدداتها، فلكل شيء بدء ومنتهى، والصورة دائما في خلق جديد.)

فالصورة الصحفية وهي مجال دراستنا تشكل مجالا ثريا لنقل المعلومات والأحداث وكذا لوضع الأحاسيس والعواطف، وان بشكل رمزي، ولأجل هذه الغاية وغايات أخرى اخترع الإنسان التصوير إلى جانب اللغة حفاظا على ذكرياته الثقافية ووجوده المادي والفيزيائي (

وتأريخ الصورة الصحفية بين لنا ارتباطها دائما بالحياة ونظمها الاجتماعية والاقتصادية وارتباطه بالأفكار والإيديولوجيات. وهي بذلك في مجملها حقل خصب غني بالدلالات والمعاني المبطنة التي يحتاج إلى من يسلط الضوء عليها ويحاول كشفها.

ونظرا لطبيعة دراستنا المعنونة " تدفق الصور داخل الشبكات التواصل الاجتماعي بين الاستخدام المهني والاهتمام الذاتي والتي تعتبر من الدراسات الوصفية، فكان لزاما عليّنا أن نستخدم منهجين، وذلك حسب الموضوعات التي سوف نعالجها، فمن جهة سوف نستخدم المنهج المسحي، بالإضافة إلى الاستعانة بالمنهج التاريخي في جوانب من هذه الدراسة ووفقا لطبيعة المادة التي بين أيدينا والتي تستوجب منّا العودة إلى الماضي لتقصي حقائق تاريخية معينة سواء تلك المتعلقة بالجانب النظري والتي تطرقنا من خلالها إلى نشأة وتطور الصورة الصحفية. واستخدمنا الاستبانة الالكترونية مع رواد ومستخدمي الفاسبوك.

2. نشأة وتطور الصورة الصحفية

كان إنسان ما قبل التاريخ يستخدم في ذلك الحين رسوما بسيطة جدا، إذ لم يكن يرسم سوى الخطوط الضرورية للتعرف إلى ما تمثل. إنها كتابات تصويرية، وتستطيع أن تكون مدمجة بطرق مختلفة لتحريّر رسائل مختلفة¹.

إن صور الأحداث تمثل تقدما بالنسبة لما قبلها مادام بوسع من كانوا يستخدمونها فك رموز معانيها التي كان الهدف هو توصيلها إليهم. لكن هذه الفكرة لم تتحقق بسهولة، بل ربما احتاج ذلك لآلاف السنين. والواقع أنه لم تكن الصور ذات دلالة أو ذات معنى متفق عليه، فإن قيمتها تصبح محدودة كعنصر مساعد في عملية الاتصال. وكان المفتاح، بالطبع، إلى هذه الوسيلة الجديدة للاتصال، هو تطوير معاني قياسية أو اصطلاحية متفق عليها للتعبير بالكتابة التصويرية²

وأهم حقبة ظهر فيها الفن البدائي تمتد على مرحلتين:

1. العصر الحجري القديم: اصطبغ بالنزعة المطابقة للطبيعة وهي نزعة حسية عمد فيها الإنسان البدائي (الصيد) إلى حماية نفسه بالسحر وممارسة التجربة الفعلية في جميع شؤونه لاكتشاف العالم من حوله.

2. العصر الحجري الجديد: وفيه تحول التعبير إلى نوع من التصميم الهندسي للتعبير عن المواضيع المرغوبة دون تقيّد متين بالطبيعة وذلك لأن الإنسان البدائي (الفلاح ومربي الماشية) أصبح يلبس الأحداث بقوة خارجية تربطه بها طقوس تعبدية، وبدأت تظهر الفوارق بين فن الدنيا (الأواني الخزفية وزخرفتها) وفن الدين (الأصنام والمقابر).³

وبهذا يمكن اعتبار تاريخ ديمقطة الصورة هو نفسه بالتقريب تاريخ ديمقطة الكتابة. لقد شكل القرن الثامن عشر منعطفا أساسيا في تاريخ الطباعة بحيث أتاحت هذه الأخيرة إمكانية النشر الجماهيري. وهنا بالضبط نلاحظ ظهور الصحافة والرسوم الشعبية والموسوعة التي تعتبر أول محاولة لجمع ونقل المعارف بلغة واضحة ومرفقة بالرسوم البيانية.

وعليه، يمكن القول بأن هذا التغير يرجع إلى نمو التقنية، إذ بفضل هذه الأخيرة أصبح كل من الأدب وفن الرسم والمسرح متداولاً في الشارع.

لقد طبع ظهور الصورة المطبوعة مرحلة مهمة جداً في تاريخ البشرية حيث زالت الحواجز بين الطبقات المحظوظة وبين الشعب من جهة، وبين المعرفة والجهل وبين الغني والفقير من جهة أخرى. إن خروج الصورة المطبوعة إلى الشارع عمل على تغيير مظهرها حيث أصبحت لاذعة وفظة.

أما القرن التاسع عشر فقد عرف ميلاد الإشهار، كما فقدت الصورة مظهرها المقدس وباتت مألوفة، ومع نهاية القرن التاسع عشر، وبموازاة مع ظهور صور "Epinal" خرجت إلى الوجود القصص المصورة الأولى من نوعها.⁴

1.2 مفهوم الصورة في ميدان الصحافة

1.2 لغة : إن أصل اشتقاق مصطلح الصورة في اللغة العربية من صاره على كذا أي أماله إليه، فالصورة مائلة إلى شبه أو هيئة، والتصوير هو جعل الشيء على صورته، والصورة هيئة يكون عليها الشيء بالتأليف⁵

أما في اللغة اللاتينية فهي من (Imago, Imaginis) وتعني أخذ مكان شيء ما (qui (qui prend la place, signifie) حيث كان القدماء يستعملون مرادفات عديدة لها مثل (Effigie).

أما في قاموس "روبير" فتعرف بأنها إعادة إنتاج طبق الأصل أو تمثيل مشابه لكائن أو لشيء". ويشير هذا المصطلح -حسب اشتقاق قديم- في نفس الوقت إلى وظيفة التمثيل ومقولة التشابه.

والواقع أن الفعل اللاتيني (imitar) يعني "إعادة الإنتاج بالتقليد". إن هذا التعريف يبدو أقل غموضاً.⁶

2.2 تعريف الصورة اصطلاحا

يمكن تعريف الصورة في علم البصريات بأنها تشابه أو تطابق للجسم، تنتج بالانعكاس أو الانكسار للأشعة الضوئية وتتكون أيضا بواسطة الثقوب الضيقة، وبهذا فان الصورة الحقيقية هي نتاج تلاقي الأشعة على الحاجز⁷

وعليه فقد عرف محمود ادهم الصورة الصحفية على أنها: تلك الصورة الفنية، البيضاء أو السوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالي المهم الواضح والجذاب، المعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية، وأغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق، أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالات الأنباء، أو صور على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار وزيادة التوزيع وكمعلم وكركيذة خارجية...والتي تلتقطها عدسة مصورها بطريقة تعكس حسا فنيا اتصاليا وفهما لوظيفتها. بعد إعداد خاص أو تحصل عليها بمعرفة المحرر أو الوكالات أو من مصور محترف، أو حر أو من احد الهواة أو نقلا عن وسيلة نشر أخرى أو بواسطة من يتصل بموضوعها عن قرب...وغالبا ما تكون إخبارية أو تسجيلية أو تفسيرية، أو جمالية، أو وثائقية، وقد تكون قديمة متجددة الأهمية، تقدم بواسطة احد هذه المصادر نفسها، أو بمعرفة مراكز المعلومات، أو أرشيف الصور الخاصة بوسيلة النشر أو دور المحفوظات والوثائق. كما قد تكون مرسومة بريشة أو بقلم الرسام الخاص أو أي رسام آخر ما دامت مناسبة⁸ وبالتالي تصبح الصورة في الصحيفة من أهم وسائل الإيضاح والتبيان، بل أنها تعتبر كذلك من اكبر أدوات الإثارة والتوجيه و الإرشاد⁹

فالصورة إذن في ميدان الصحافة هي بمثابة التقرير الواقعي الذي يعده المصور الصحفي في ارفع شكل من أشكال الصحافة المصورة، تقريراً يكون في غالب الأحيان صادقا عن أوضاع العالم والمجتمع¹⁰

3. أنواع الصور الصحفية

1.3 الصورة ذات الطابع النفسي الجمالي:

دأبت الصحف والمجلات على نشر إبداعات الفنانين وخصصت لذلك مساحات لا بأس بها من صفحاتها، فزاهها تنشر اللوحات البديعية للرسميين والتمائيل الجيدة للنحاتين، ومع دخول الصورة الفوتوغرافية إلى عالم الفنون فقد احتلت موقعا مرموقا بالنسبة للصحف والمجلات، لأجل ذلك تخصص لنشر الصور الفوتوغرافية ذات الطابع الفني والجمالي زوايا أسبوعية أو شهرية. ومن صفات هذه الصور عدم احتوائها عادة على عنصري الخبر والإثارة، وإنما تكون لمجرد عرض إبداع المصور الفنان الذي يحمل آلة التصوير وتصيد اللقطات الجميلة من الطبيعة أو من مشاهدات الشارع. وعليه يصبح هذا النوع من الصور لا ينشر على الصفحات التي تغلب عليها العادة الخيرية إلا في حالات نادرة حيث لا تتوفر المواد الصحفية، أو حين يتخذها المخرج وسيلة للتجميل، ويساهم هذا النوع من الصور دورا جماليا في عملية الطبع الملون، لأن الصورة الملونة تلفت انتباه القارئ أكثر من الصورة المطبوعة بلون واحد. وهناك توثق بعض الصحف و المجلات بالقراء والمهتمين بالشؤون الفنية، وذلك لأجل اكتشاف المواهب التي يمكن الاستفادة منها. فإنها تجري المسابقات بين فترة و أخرى لاختيار أحسن صورة فنية وكثيرا ما تستدعي تلك الصور بالفائزين في مسابقاتها للعمل كمصدرين لها جمعوا موهبتهم والحدس الصحفي في التصوير الفوتوغرافي¹¹

2.3 الصورة الإشهارية:

بعد اختراع المطبعة (1436) وبروز الصحافة إلى الوجود ظهرت الحاجة إلى الإعلان أو الإشهار فقد رافق الإعلان الذي كان يطلق عليه اسم "نصائح وإرشادات" الصحافة منذ أوائل عام (1625) ومع تطور الثورة الصناعية التي عرفها أوروبا في القرن التاسع عشر شهد الإعلان أو الإشهار أول نقلة كمية ونوعية وذلك تحت ضغط طلبات القطاع الصناعي الذي استعان به في الترويج لبضاعته، ونتيجة لذلك أصبح الإشهار من أهم إيرادات الصحف والمجلات وعنصر أساسي في اقتصاد السوق¹²

ومع حلول القرن العشرين ظهرت وسائل نشر جديدة وهي السينما والراديو التلفزيون، وهذه الوسائل الجديدة عرف الإشهار تطورا واسعا إذ تم إخراج أول شريط إشهاري سينمائي سنة (1904) م وذلك من طرف الإخوة "لوميير (Lumiere)" وهكذا أصبح الإشهار "الفن" الشعبي الأكبر في زمننا، مهد الميثولوجيات العصرية، مجال ثقافي يومي، مرجع أبدي لبعض أنماط الثقافة الشعبية¹³ وعليه تصبح الصورة الموجودة في الإشهار أكثر جذبا لعين القارئ حين تكون ملونة مما لو كانت بلون واحد لهذا فان حصيلة الإشهار الملون أكثر حصيلة من الإشهار ذو اللونين الأسود والأبيض

3.3 الصورة الشخصية

وتسمى بورتريه أي صورة نصفية لشخص معين تعبر عن حدث ما أو خبر أو للدلالة على مكان معين وتنتشر مع حديث صحفي أو تصريح سياسي.

وأحيانا تنشر الصحف المجلات صور رؤساء الدول والحديث عن دولهم، وهنا لابد من الإشارة إلى ان هذا النوع من الصور لا تأخذ لشخص في الاستديو، بل ترسل المؤسسة الصحفية بإرسال مصوريها لالتقاط صورة حديثة للشخصيات بين فترة وأخرى. ويخضع هذا النوع من الصور للفحص والتمحيص، بحيث يحرص ملتقطيها على ان تكون ملامح الشخص تتلاءم مع مضمون الخبر أو لتحقيق، وبالتالي يجب أن توحى ملامح الشخص انه يتحدث عن موضوع ما ويناقش قضية مهمة وعلى المصور اجتناب التقاط صورة الشخص وهو ينظر إلى عدسة آلة التصوير¹⁴

4.3 صورة التحقيق الصحفي

ما إن تشعر المؤسسة الصحفية ان هناك موضوعا جديرا بان تسلط الأضواء عليه، حتى تهيئ المحرر الذي باستطاعته ان يقوم بالتحقيق المطلوب، وإلى جانب ذلك فإنها تختار المصور الذي لا يعود إلا ومعه عدد من الصور التي تقدم للقراء الدليل القاطع على ما هو مكتوب ضمن التحقيق، وتختلف هذه الصور لكي يلتقط صور التحقيق الصحفي أكبر مما يتوفر له أو كان يصور الخبر المتوفر للمصور لكي يلتقط صور التحقيق الصحفي أكبر مما يتوفر له لو كان يصور الخبر معين. ومن أنواع التحقيقات التي تركز على الصورة والتي

تقوم الصحف والمجلات والوكالات المتخصصة بالصور بتصويرها تحقيقات تسمى المتابعة الحركية أي تصوير موضوع واحد قصير بعدة لقطات لكي تظهر هذه الصور تتابع الحركة في حدث ما

5.3 الصورة الخبرية

تمثل هذه الصورة حدث وقع في مكان معين وزمن معين. مثل إجراء مقابلة بين دولتين أو إخماد حريق في مستودع ما، أو المظاهرات والاحتجاجات في دولة ما. فهذا النوع من الصور يعطي القارئ متممات للخبر ولا يجعله يستفسر عن صحة ما ورد من معلومات في الخبر، وفي بعض الأحيان تكون الصورة المنشورة مع الخبر لا تمثل الحدث نفسه بل تشير إلى توضيحات واقية، للقارئ كالأخطاء والمخططات¹⁵.

6.3 الصورة الكاريكاتورية

إن الصورة الكاريكاتيرية هي رسالة من الصحفي أو الفنان باعتباره قائم بالاتصال إلى "المتلقي من خلال سياق مشترك قائم فهم على بنية الواقع الذي يعيشونه معًا"، وعلى هذا الأساس شكلت الصورة الكاريكاتورية صياغات مختلفة عكست واقعا معين، قد يكون اجتماعيا، "يبرز من خلاله قضايا وتناقضات الواقع الاجتماعي، وهذا النوع سخرته لاذعة وتهكمه شديد". وقد تأخذ الصورة الكاريكاتورية طابعا سياسيا "وهو الأكثر شيوعًا وانتشارًا ومهمته تحريضية بحتة لنقد الواقع السياسي المحلي أو العالمي. والكاريكاتير المحلي يصلح أن يكون به تعليق، أما العالمي فيفضل أن يكون مفهومًا ومعبرًا بالرسم فقط، فالحوار قد يكون غير ذي جدوى بسبب الترجمة التي قد تؤدي إلى أن يفقد الحوار معناه المستمد من أرضية ثقافية معينة، فالصورة الكاريكاتورية تحقق العديد من الوظائف نذكر منها: الوظيفة الإخبارية والإشهارية والتعليمية. والوظيفة الترفيهية: الوظيفة الجمالية والفنية¹⁶

الخصائص الاتصالية للصورة الصحفية بشتى أنواعها

تتجلى الخصائص الاتصالية للصورة الصحفية بشتى أنواعها من خلال الصور البدائية: أو ما يصطلح عليه اللغات القديمة الهيروغليفية، السنسكريتية، الفرعونية... الخ لأن هذه اللغات كانت عبارة عن رسوم ونقوش تصويرية وصور.

فهذه الصور الأولى في تاريخ البشرية اتصفت بخصائص اتصالية مميزة يمكننا إجمالها في النقاط التالية¹⁷

1- الصورة عالمية: إن الصورة تسقط وتزيل حواجز وعوائق اللغة، بين بني البشر، بحيث يمكن فهم مضمون الصورة دون أن نكون متمكنين من لغة مرسلها. فالجميع يفهمها باختلاف لغاتهم، وحتى الأميين الذين يجهلون القراءة.

2- إنها تمدنا بمجموعة كبيرة من المعلومات: التي يعجز النص عن إمدادنا بها بنفس تلك الدرجة من التكامل والاختصار.

3- الفورية وسرعة القراءة: فالوقت الذي نقضيه في قراءة الصور أقصر بكثير من الوقت الذي نقضيه في قراءة نص كتابي وصفي.

4- الصورة تتصف بالشمولية: وهذا يعني أننا عندما نطلع على الصورة فنحن نطلع على الكل أي على الكل أي على المجموع، أما التفاصيل فتأتي فيما بعد متزامنة مع تفحص بصرنا لأجزائها.

5- كسر الحواجز الزمنية: فنحن مثلاً من خلال الجداريات المصرية أو البابلية نلتهمس حوادث وأشخاص مضت على وجودهم ملايين السنين. فهي بمثابة نافذة على الماضي.

6- متعددة القراءات: فهي قد يفهم منها عدة معاني تختلف باختلاف المشاهدين، حتى أنها يمكن أن تعطي معنا مغاير تماماً للمعنى الذي أراده لها صاحبها.

7- الصورة كانت لها قدرات كبيرة على خدمة الدين ونشره: فالحضارات الإنسانية كثيراً ما استعملت الصور في المعابد لتعزيز الإيمان بالمعتقدات.

8- الصورة خدمت السحر: كذلك والدليل تلك التمثيلات الحيوانية المرسومة بالطلي الأحمر والبني على جدران الكهوف مثلا المتواجد في منطقة (Lascaux) الواقعة جنوبي غرب فرنسا أو الطاسيلي بالجنوب الجزائري، هذه التمثيلات التي لا يمكن لها أن تكون إنجازات فنية لمباهات الآخرين، بما إن هذه الكهوف المصورة لم تكن يوما مضاءة لبعدها عن سطح الأرض وعدم قابليتها لاتخاذها كمسكن، هذه الصور كانت مهمتها إجبار أو دفع القدر لجعل الصيد وافرا على حد اعتقاد الإنسان البدائي.

9- الصورة الصحفية قد تحتاج إلى نص توضيحي: لكي تفهم بدرجة أكبر، فالنص يضيفي على الصورة معنا معينا يريده صاحبه. وهذا ما أكده "رولان بارت" في مقولته الشهيرة العالم أخرس بدون لغة.

10- إن الصورة الصحفية قد تغير الحقيقة: وهذا أمر غير مستغرب، فمثلا الصورة الفوتوغرافية تصور لنا ما تراه عين ملتقط الصورة، فهي تشير إلى ما أهتم به صاحبها وعنايه.

11- الصورة قد تشير إلى معنى أبعد مما تتضمنه: وهذا ما نسميه بالإسقاط، مثلا مشاهدتنا لصورة شخص يحمل عصا بيده وقبعة مستديرة فوق رأسه وخلفه ساعة (بينغ بانغ) ساعتها سنفهم مباشرة انه انجليزي.

12- بإمكان الصورة تمثيل أشياء تخرق قوانين الطبيعة وتتعدى ما هو منطقي أو اعتيادي مألوف، ونجد هذا كمثال في جداريات الأهرامات أين ترسم وجوه الأشخاص جانبية بينما تظهر العيون كاملة أو جبهة وهذا ما نجده أيضا في لوحات (بيكاسو) الغربية التي قد تمثل وجهها بأنفيتين مثلا بدلا من انف واحد، كما أن بإمكان الصورة أن تمثل أمرا يستحيل إيجاداه في الطبيعة أصلا.

13- ثم ان الصورة من أهم خصائصها أنها بإمكانها أن تشبه الموضوع المصور-المرجع- بدرجة كبيرة أو نسبية، المهم أن الجميع بإمكانهم إدراك المرجع الطبيعي لتلك الصورة، هذا على خلاف اللغة المنطوقة، فمثلا صورة نحلة ترجعنا إلى النحلة الطبيعية بغض النظر

عن دقة التصوير ودرجة واقعيته، أما كلمة نحلة بالعربية أو (Abeille) بالفرنسية فهي لا تشبه في شيء شكل حشرة النحلة

14- المقدرة على تحقيق الرابطة الإنسانية: ومن ابرز الخصائص التي تتميز بها الصورة أنها تستطيع أن تساهم دورا فعالا ومؤثرا كوسيلة اتصالية إنسانية عامة، تساعد في إزالة العوائق والحدود التي تكسر الروابط الإنسانية، وتقوي العلاقات والروابط بين بني البشر¹⁸

هذه كانت أهم خصائص الصورة تلك الميزات جعلت من الصورة الرفيق الدائم والأزلي للإنسان فقد رافقته في عهد الكهوف وفي عهد أولى الحضارات ولازالت ترافقه إلى الآن بعد أن تعددت أشكالها بين فن الرسم والفوتوغرافيا والفيلم والرسومات البيانية.... وغيرها .

علاقة اللغة بالصورة

لقد ذهب بارث على خلاف من "دي سوسير" إلى أن السيميولوجيا ما هي إلا فرع من اللسانيات، وسنده في ذلك انه ليس من المؤكد وجود انسقة علامات في حياتنا الاجتماعية الراهنة تضاهي اللغة شمولاً. مثل إشارات الطريق. ويتجاوزها إلى انسقة ذات عمق اجتماعي. فإننا نصادف اللغة من جديد.

من الثابت إن الأشياء والصور والسلوكات تستطيع الدلالة، وهي تقوم بذلك بامتياز، ولكن ليس بكيفية مستقلة، بحيث إن كل نسق سيميولوجي يمتزج باللغة .

فالصورة الصحفية مثلا تثبت مدلولاتها عن طريق مضاعفتها برسالة لغوية بحيث يقيم جزء من الرسالة الأيقونية علاقة بنيوية مع نسق اللغة، هذا في الوقت الذي لا تجوز فيه أشياء كاللباس والأكل صفة النسق إلا إذا هي مرت عبر محطة اللغة التي تقطع دوالها وتسمى مدلولاتها. إننا نعيش حضارة الكتابة أكثر من أي وقت مضى، بالرغم من اجتياح الصورة لحياتنا.

فالكثافة والكلام هما دائما مصطلحات مليئة بالبنية الإعلامية، وبالفعل، إن حضور الرسالة اللغوية هو الوحيد الذي يهم، لأنه لا موقعها ولا طولها يبدوان ملائمين (إن نصا طويلا يمكن ألا يضم غير مدلول شامل، بفضل الإيحاء، وهذا المدلول هو الموضوع في علاقة الصورة)¹⁹

ومجمل القول: يبدو من الصعب أكثر فأكثر تصور نسق من الصور أو الأشياء تستطيع مدلولاتها أن تخرج خارج اللغة فلا وجود للمعنى إلا باللغة. وعالم الدلالة ما هو إلا عالم اللغة.

يذهب بارث إلى أن النص اللغوي الذي يحضر إلى جوار الصورة الصحفية يمارس إحدى الوظيفتين التاليتين:

- وظيفة الترسيع (الإرساء) (Anchorage)، ذلك أن الصورة الصحفية تتسم بالتعدد الدلالي، أي أنها تقدم للمشاهد عددا كبيرا من المدلولات لا ينتفي إلا بعضها ويهمل البعض الآخر، ومن ثمة فإن النص اللفظي يوجه إدراك المتلقي ويقود قراءته للصورة بحيث لا يتجاوز حدودا معينة في التأويل فالنص اللغوي إذن يمارس سلطة على الصورة ما دام يتحكم في قراءتها ويكبح جماحها الدلالي إنه يقوده نحو معنى منتقي مسبقا. وأكثر ما تشيع هذه الوظيفة في الصور الثابتة كالصور الفوتوغرافية الصحفية والمصقات الإشهارية²⁰

وظيفة الربط (Relais) وتسمى أيضا بوظيفة التدعيم أو المناوبة: وتكون حين يقوم النص اللغوي بإضافة دلالات جديدة للصورة، بحيث إن مدلولاتها تتكامل وتنصهر في إطار وحدة أكبر (قد تكون هي الحكاية في الشريط السينمائي مثلا)، فالكلام يصير جزءا مهما في السينما، حيث الحوار لا يملك وظيفة تفسيرية بسيطة، ولكنه يدفع فعلا بالحركة، واضعا في متواليات الرسائل معان لا توجد في الصورة وتندر هذه الوظيفة في الصور الثابتة، لكنها الأشيع في الصور المتحركة كالفيلم السينمائي والتلفزيون والرسوم المتحركة²¹

وقد تتجاوز الوظيفتان وتتعايشان في الملفوظ الواحد، عدا أن هيمنة إحدهما على الأخرى لا تعدم الدلالة فطغيان التدعيم على الترسيع معناه أن المتلقي ملزم بمعرفة

اللسان لإدراك فحوى الرسالة، في حين أن طغيان الترسخ معناه أن الملفوظ قائم على الحشو، وأن جهل المتلقي باللغة قد لا يحرمة من استيعاب دلالة الصورة.

وفي إطار النسق اللغوي نفسه تحدد "جولي" وظيفتين للغة : أولها يتعلق بالمضمون اللساني وهو ما أشرنا إليه سابقا مع بارث (R.Barthes) في إطار الحديث عن الترسخ والربط -وهي وظيفة مباشرة- أما الوظيفة الثانية فهي غير مباشرة، وتتعلق بالطابع التشكيلي للغة، أي صورة الكلمات (الكليغراف، الألوان).

ويمكن أن نميز في النسق اللغوي فيما يمكن تمييزه بين عنوان الصدارة (Accroche) أو المانشيت -وهي جملة تنصدر الإرسالية، وظيفتها لفت انتباه المتلقي، ويشترط فيها أن تكون قوية بحيث توقف مجرى تفكير وفعل المتلقي، وأن تتضمن اسم الماركة، وهي التي توجه المتلقي، في الملصق، إلى قراءة الجانب التحريري) ، وبين الجانب التحريري (Pavé rédactionnel) الذي يبلور كل ما يتعلق بالرسالة الإشهارية، ويمكن القول تماشيا مع وظائف الدليل اللغوي بوظيفة الربط .

وينضاف إلى المانشيت والجانب التحريري، المميز أو الماركة (Logos) التي يعتبرها فلوك (J.M Floc)، كلام، والكلام خلق للهوية، إنه مصدر الالتزام والتزكية والارتباط والأمانة...وتتميز الماركة، بالكلام، بطريقتها في المفصلة وفي التفكير، وبعبارة أخرى إنها تشمل على ثوابت تعبيرية وأخرى مضمونية تحفظ لها هويتها

الصورة وشبكات التواصل الاجتماعي:

في خضم التطورات المتسارعة التي عرفتها صناعة الإعلام ، عرفت الصحافة التقليدية تراجعاً مقارنة مع الصحافة الالكترونية التي أضحت تركز على جوانب التواصل المستمر مع صانعي الحدث والتفاعل مع المتلقي بما يمكن من صناعة مادة إعلامية جديدة ، فظهرت عدة توصيفات ومسميات لمنافذ إعلامية بعضها إخباري والبعض الأخرى يحمل في طياتها قنوات وتوجهات معينة كالمدونات والصفحات الشخصية وصحافة الصحفي

وصحافة المواطن²²

ونشأ مصطلح صحافة المواطن في إطار ما عرف بالإعلام الجديد كظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثير الجمهور بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها²³

فمصطلح إعلام المواطن في الحقيقة اخذ الكثير من المسميات والتي توقفت عندها الباحث الصادق رابح في دراسته الموسومة إعلام المواطن بحث في المفهوم والمقاربات حيث كانت البداية بإعلام المدني سنة 2003 بعد مؤتمر عقد للغرض نفسه ثم جاء مصطلح الإعلام القاعدي فالإعلام ألتشاركي والإعلام الشبكي ثم الإعلام ذو المصدر المفتوح والإعلام التعاوني .

كما تتميز ظاهرة الإعلام الجديد بقدر عالٍ من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الإنترنت محصورة في دائرة رجوع الصدى للمحتوى الذي يتم بثه أو نشره من خلال المواقع الإعلامية الإلكترونية، التي تعبر عنها أشكال تفاعلية مثل "ارسل تعليقا"، و"تواصل معنا"، و"سجل الزائرين"، على سبيل المثال

وانتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات والمجموعات البريدية، ولكن لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة، إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع الفيديو التشاركية، والموسوعات الحرة مثل (ويكيبيديا)، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

وتجسد هذه المرحلة انقلاباً لنموذج الاتصال التقليدي، بما يسمح للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد، في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل، وفق النموذج الاتصالي القديم.²⁴

أن الفارق الكبير من الصحافة التقليدية وصحافة المواطنين هي أن الأولى تعتمد نظام المحاضرات التي تلقى، بينما الثانية تعتمد على نظام المحادثة والحوار. وفي هذا الصدد أشار جيلمور (صحافي سابق في صحيفة (San Jose Merury News في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي عقد بسيول في كوريا الى أن صحافة المواطنين هي مرحلة متطورة وأفضل من الصحافة التقليدية، لأنها تتيح فرصة امام الجمهور الذي ملّ من الاستماع الى المحاضرات الى أن يشارك فيها، بدل ان يظل صامتا ويتلقى المعلومات من طرف واحد. وأضاف بأنه ليس مهما رأي المؤسسات الإعلامية التي تقف ضد هذا الطرح الجديد، لأن هذه الصحافة الجديدة مستمرة ومتنامية وتستقطب مزيدا من المتابعي²⁵

لأن الملتقى أصبح في الاعلام الجديد هو المرسل فلم يعد هو المستقبل فقط ولم يعد مسئولو الإعلام وقيادة الرأي العام هي التي تفرض رأيها ومنهجها ولكن الإعلام الجديد قلب المعادلة²⁶

خاصة مع الاستخدام الجديد للإعلام فيما يسعى بشبكات التواصل الاجتماعي والتي عرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة - Node) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"²⁷

الجدول 1: (جدول يبرز نوعية الاستخدام للصور في شبكات التواصل)

يبرز الجدول توزيع العينة محل البحث ، حيث تم اختيار خمسين شخصية من كل دولة بطريقة عشوائية مع ابراز جوانب الاستخدام في فترة شهر فيفري 2020

النمط	استخدام	استخدام	المجموع
الجزائر	43 بالمائة	57 بالمائة	100
السعودية	33 بالمائة	66 بالمائة	100
مصر	35 بالمائة	65 بالمائة	100

المصدر: الباحث، 2020 شهر فيفري،

قراءة في الجدول :

يلاحظ ان هناك اهتمام مفرط في الاستخدام الذاتي للصور في شبكات التواصل الاجتماعي ، وخاصة في الانستغرام الذي عرف استخداما واسعا في دول الخليج على خلاف الجزائر ، حيث يحظى الفيس بوك بالانتشار والاستخدام اكثر ولذلك جاء الاستخدام المني اكثر في الجزائر ، وفي تقدير الباحث يرجع هذا لاهتمام المجتمع الجزائري بتطور اخبار الحراك في ذكره الثانية . حيث طغت الاحداث اليومية بنسبة قليلة عن الصور الشخصية حتى وان كانت ضمن السياق الذي تعرفه البلاد

اغلب الصور الواردة في عينة البحث في السعودية ومصر كانت في مجال الرحلات والاستجمام مع افراد العائلة وبعض صور المأكولات وبنسبة كبيرة في الجانب الرياضي والفريق المفضل وهي نفس المقاربة في عينة المجتمع الجزائري .

وقد كشفت دراسة علمية حديثة أن الإفراط في نشر الصور، خاصة الصور السيلفي، على مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف منصاتها مثل "فيسبوك" و"إنستغرام" و"تويتر" و"سناپ شات"، قد ينبيء بالإصابة بأعراض النرجسية وبحسب تقرير نشره موقع "ميديكال نيوز توداي" Medical News Today الطبي، أظهرت نتائج الدراسة أن المشاركين الذين نشروا أعداداً كبيرة من الصور الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي تطورت لديهم السمات النرجسية بمعدل 25%²⁸

يرى الخبراء أن الإفراط في التواصل ونشر الأمور الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي يعود لبعض الأسباب النفسية²⁹ .

1- غياب السلطة:

أحد أهم الأسباب التي تدفعنا أحيانا إلى الإفراط في عرض الأمور الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي هو الإحساس بأن أحدا لن يسمع ما نقول. وعندما نتابع

حساباتنا على مواقع التواصل، فإننا نشهد تأخيرا في ردود الفعل، ولا نلمح تداعيات اعترافاتنا على الفور، مثلما يمكن أن يحدث حينما نبوح بسر حميم لأحد الأصدقاء. كما أنه لا يتعين علينا رؤية وجوه الآخرين، ولا نشعر بالإحراج.

كذلك فإن عدم كشف بعض الأشخاص عن هوياتهم، يجعل هؤلاء في حل أن يكشفوا أكثر تفاصيل الحياة حميمة، وربما حتى دناءة، طالما لن يكون ذلك تحت الاسم الحقيقي للشخص.

كذلك فإن وسائل التواصل الاجتماعي لا تتضمن سلطة، عكس العمل أو المدرسة أو المنزل حيث توجد شخصية رب العمل، أو المعلم، أو الأب، فوسيلة التواصل الاجتماعي هي وسيلة مجانية متاحة للجميع، يمكننا أن نتواصل مع من نحب في الوقت الذي نحب وبالكيفية التي نحب، دون رقيب أو رادع.

2-الترجسية

بالطبع هناك قدر من البحث عن الاهتمام، اهتمام من حولنا، اهتمام مجتمعا، اهتمام العالم بأسره بما نكتب، وما ننشر، حيث نأمل دائما في الإعجاب، نريد أن نلتقط صورة "سيلفي" خاصة، ونعرض قصة نظن أنها مثيرة، لا للأصدقاء والأقارب، بل وربما تصل لدائرة أوسع، وتصبح أكثر الصور أو الفيديوهات أو المنشورات تداولاً عبر الإنترنت. إنها الترجسية التي قد تؤدي في حدودها غير الطبيعية لأن تكون مرضاً يؤدي صاحبه قبل أن يؤدي من حوله، بينما يعتبر الشخص أن تفاصيل حياته اليومية مهمة لكل البشر في جميع أنحاء العالم، ويصاب بالإحباط والاكتئاب حينما يدرك حقيقة أن الحياة تسير على نحو طبيعي، دون أدنى اهتمام بما ينشر من صور أو فيديوهات أو كلمات.

3-الرغبة في التحقق

على النقيض من ذلك، قد يؤدي تدني احترام الذات إلى السعي نحو البحث عن شرعية وموافقة من حولنا على ما نفعل، وحينما يشعر الشخص بعدم الأمان حيال هيئته

على سبيل المثال، فإنه دائما يبحث عن المديح، أو عن مجرد الإعجابات (حتى ولو سلبية)، كطريقة للشعور بالوجود والأهمية والتحقق .

4- الوحدة

تمنحنا شبكات التواصل الاجتماعي الفرصة كي نحكي للعالم قصتنا دون أن نعاني من تداعيات ذلك كما يحدث على أرض الواقع، فحينما نتحدث عن أسرارنا، مشكلاتنا، أو اهتماماتنا كثيرا ما نحس بأننا لسنا وحدنا، وأن هناك من يشاركنا نفس المشاعر والمشكلات والقضايا، وهو ما يمنحنا إحساسا ما بالتعاضد والتكاتف المجتمعي.

وكثيرا ما تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الأشخاص في الكشف عن أشياء لم يكونوا يعرفونها من قبل، كأن يلتقي البعض في مجموعات يتشاركون فيها لمورهم بتجربة ما، فيعرفون جميعا أنهم ليسوا بمفردهم، بل هناك من يشاركهم تجربتهم، رؤيتهم، أفكارهم، أحلامهم.

في حين يأتي استخدام الصور في الجوانب المهنية مرتبط دائما بالاحداث اليومية التي تكون في الغالب اما سياسية او اجتماعية عن ظاهرة ما ، ويغلب الجانب الرياضي ونتائج الدوريات الرياضية بشكل لافت ، وان كان الفن يأخذ نصيب في النشر .

4. خاتمة:

تدقق الصورة في الفضاءات الاجتماعية وإن افتراضيا يعكس واقع المجتمع ، ويعبر عن تفاعلات مختلفة مما يجري في يوميات الفرد العربي ، بين من ينظر الى هذه الشبكات على انها استخدام ذاتي محض يعبر من خلالها عن اهتمامات وعواطفه وافكاره ، وبين من ينظر لها على انها تعبر عن ارتباطه بالواقع من خلال المشاركة والاعجاب ونشر صور تبرز الجانب المهني في حياته اليومية.

الهوامش:

- ¹ - ساعد ساعد ، عبدي صبيطه : الصورة الصحفية .دراسه سيمولوجيه .مكتبه دار الحديث مصر سنة 2012 ط2 ص 16
- ² - ملفين.ل.ديفلير-ساندر ابول-روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، الطبعة الرابعة ، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية مصر ، 2002. ص 47
- ³ - بوساحة حسن ، الوجيز في مدارس الفنون التشكيلية ، مطبعة ولاية قامة ، الجزائر ، 1991. ص 9
- ساعد ، عبدي مرجع سابق ص 41/24
- ⁵ - النجاري ابي الطيب الصديق : فتح البيان في مقاصد القران ، ط2 المكتبة العصرية صيدا بيروت ج 2 1995 ص 174
- ساعد ، عبدي مرجع سابق ص 41⁶
- ⁷ - يخلف فايزة : دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الاعلانية (دراسة تحليلية سيمولوجية لعينة من إعلانات مجلة "الثورة الافريقية" ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 1996. ص 25
- ⁸ - ادهم محمود ، مقدمة إلى الصحافة المصورة ، الصورة الصحفية وسيلة اتصال ، مطابع الدار البيضاء ، 1998. ص 22
- سويلم محمد برهان : التصوير الاعلامي / دار المعارف ، القاهرة ، دون سنة نشر ، ص 8⁹
- ¹⁰ - راكين ادوارد :مقدمة الى وسائل الاتصال ، ترجمة وديع فلسطين ، مطبعة الاهرام دون سنة نشر ص 24
- ¹¹ - عبد الله ثاني قدور : سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم) ، دار الغرب للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2005. ص 211.212
- مرجع سابق ص 235¹²
- ¹³ - توسان برنار :ماهي السيمولوجيا ، ترجمة محمد نظيف ، ط2 افريقيا الشرق الدار البيضاء المغرب بيروت لبنان ، 2000. ص 64
- ¹⁴ - عبد الله ثاني قدور ، مرجع سابق ص 212.213
- ¹⁵ - مرجع سابق ص 215
- ¹⁶ - ساعد ساعد : الصورة الكاريكاتورية في الصحافة الجزائرية المكتوبة ، دراسة قدمت في الملتقى الدولي جامعة المدية ماي 2009
- ¹⁷ - عفان ايمان : دلالة الصورة الفنية دراسة تحليلية سيمولوجية لمنمنمات محمد راسم ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 2004/2005 ص 37.35
- عبد الله قدور الثاني : مرجع سابق ص 194¹⁸
- ¹⁹ - بارث رولان : قراءة جديدة للبلاغة القديمة ، ترجمة ، عمر اوكان ، افريقيا الشرق ، بيروت لبنان 1994 ص 95
- مرجع سابق ص 97²⁰
- مرجع سابق ص 97²¹

²² - ساعد ساعد : العوامل المؤثرة في أداء صحفي الإعلام الشخصية دراسة ميدانية لعينة من دول المغرب العربي أنموذجاً . الاردن : ورقة عمل في مؤتمر " الإعلام والتحول المجتمعية في الوطن العربي 2011.

²³ - مبارك بن عمر: صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية . قطر: موقع الجزيرة نت قسم المعرفة بتاريخ

2011/05/01

- مرجع سابق ص 11²⁴

²⁵ - علي بن شويل القرني: الاتجاهات الجديدة في الصحافة الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية من الصحافة التقليدية الى الاعلام الشخصية. السعودية : جامعة الإمام بن سعود الإسلامية 2010، ص 33

²⁶ - بوساحة حسن : الوجيز في مدارس الفنون التشكيلية، مطبعة ولاية قامة، الجزائر، 1991. ص 66

²⁷ - المنصور محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً رسالة الماجستير غير منشورة . الدانمارك : الأكاديمية العربية مجلس

كلية الآداب والتربية ، 2012 ، ص 25

²⁸ - عيبر طایل : من يعشق نشر صورهِ على السوشيال ميديا.. اقرأ هذه السطور! ، موقع العربية نت

2018/12/04

²⁹ - ليرنينغ ماينند: أسباب وراء هوس نشر الصور على مواقع التواصل ، 19 November

2019 <https://elmarada.org/>-

*** **