

قوة الصورة وسلطانها ما بين الواقع وإعادة إنتاجه



أ.فاطمة مرداسي جامعة سكيكدة

أ.د. سعدي وحيدة جامعة عنابة

لُو استطعت أن أعبر بالكلمات كما أريد لما حملت الكاميرا

Lewis Wickes Hine

نُحن نعيش اليوم حضارة الصورة

Roland Barthes

الملخص :

إنّ المتمعن في المشهد العالمي الحالي يدرك أنّ الخطاب البصري المعتمد على قوة الصورة هو الأكثر تأثيراً من بين جميع وسائل الاتصال الأخرى، حيث فرضت الصورة نفسها على الجماهير ومارست سلطتها عليهم من خلال جاذبية الصورة وقوتها المستمدة من تطور التكنولوجيا البصرية من جهة وقابلية الجماهير لاستقبالها من جهة أخرى، مما أدى إلى اشتداد المنافسة بين صانعيها لجعلها أكثر قرباً من الواقع لكسب ثقة الجمهور المستهدف.

لهذا جاء هذا المقال لإبراز أهمية الصورة كسلاح له قوته وسلطته لتغيير الواقع وإعادة إنتاج واقع جديد يتماشى مع مصالح أصحاب القرار.

الكلمات المفتاحية : الصورة، قوة الصورة، السلطة، الواقع، إعادة الإنتاج .

Abstract:

The observer of the current world scene could perceive that the visual discourse which relies on the power of images is the most influential among all means of communication comparing with the other means of communication. In one hand, the image has effectively imposed itself over them by dint of its attraction and by its power derived from the unprecedented development in visual technologies, and in the other hand, there is that sort of vulnerability of spectators to be invaded by the flow of image' power. This situation led to some kind of accentuating competition between their producers who have gone to great lengths in taking them the closest possible to reality for the purpose of winning the trust of the targeted spectators.

This article, therefore, comes to project on what important the image has, as a forceful and dominant weapon that is able to change the reality and even to reproduce a new reality that can cop with the decision makers' interests.

Keywords: image, the power of image, domination, reality, Reproduction.

مقدمة :

تعد الصورة في عصرنا الحالي أوكسجين الشعوب، فهي جوهر الفنون البصرية، بدأت بميلاد الإنسان ورسمت حياته عبر مختلف الكهوف المنتشرة في أرجاء العالم . وازدادت أهميتها واتسعت رقعة استخدامها في مختلف مجالات الحياة خاصة مع التطور التكنولوجي المتسارع الذي مس وسائل الإعلام والاتصال. حتى صرنا لا نصادف إلا الصور، بيوتنا ومدارسنا وشوارعنا أينما نحل فثمة صورة "حتى هوياتنا الشخصية لا تقبل ما لم تؤكدنا صورنا، تاريخنا العائلي تحفظه الصور من النسيان"⁽¹⁾.

ولا نبالغ إن قلنا إن المجتمع الإنساني أصبح مجتمعا تقوم الصورة بالوساطة خلاله، في الأنشطة الإنسانية كافة⁽²⁾. الأمر الذي دفعنا إلى التساؤل : هل يمكننا أن نتصور عالمنا بدون صور؟!

إنّ الواقع الإنساني الراهن سيجيب عن هذا التساؤل من خلال هذا المقال الذي سيبحث في حيثيات تحول الصورة إلى قوة، فرضت سلطتها على الجماهير لتبني واقعا ما وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية :

1. ما هية الصورة ؟.
2. من أين استمدت قوتها ؟
3. كيف فرضت سلطتها على الجماهير؟
4. ما علاقة الصورة بالواقع ؟

1. ماهية الصورة :

يعد مفهوم الصورة من المفاهيم التي شغلت القدامى والمحدثين في شتى المجالات المعرفية وخاصة مجال الإعلام والاتصال في السنوات الأخيرة مع دخول الصورة الرقمية لوسائل الاتصال الجماهيري . وقبل التطرق إلى مفهومها لدى بعض المنشغلين بها سنورد بعض التعاريف اللغوية التي ستسلط الضوء على بعض جوانبها .

أ- لغة :

جاء في لسان العرب " الصورة هي الشكل، والجمع صُورٌ، وصُورٌ، وقد تصوّرتَه فتصوّر ، وتصوّرت الشيء: توهمت صورته، فتصوّر لي، والتصاویر: التماثيل"⁽³⁾.

كما تدل من جهة أخرى على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وكذا على معنى صفة هذا الشيء، يقال صورة الفعل كذا أي هيئته، وصورة الأمر كذا أي صفته⁽⁴⁾.

فالصورة في اللغة العربية إذن هي تمثيل ذهني لهيئة ما قد تكون إنسانا، أو صنما أو شيء ما.

أما في القرآن الكريم فوردت في عديد من السور للدلالة على معاني متعددة منها : التشكيل، قدرة الله على خلق ما يريد وكما يريد⁽⁵⁾، ... وعموما فإن أسلوب القرآن في تناول الصورة بكل اشتقاقاتها يعبر عنه بالصورة المحسوسة والمتخيلة، وعن المعنى الذهني، والحالة النفسية وعن الحالات المحسوسة، والمشهد المتطور، وعن النموذج الإنساني والطبيعة البشرية، ثم يرتقي بالصورة التي يرسمها، فيمنحها الحياة الشاخصة، أو الحركة المتجددة، فإذا المعنى الذهني هيئة أو حركة، وإذا الحالة النفسية لوحة أو مشهد، وإذا النموذج الإنساني شاخص حي، وإذا الطبيعة البشرية محمية مرئية⁽⁶⁾.

لقد أعطي القرآن الكريم للصورة أبعادا مختلف تنوعت بين التمثيل الذهني لشيء ما، وما يصاحبه من إحساس، وحركة متجددة منبعثة من الطبيعة البشرية .

ولم يختلف المفهوم عند تناوله من طرف المعاجم العربية ففي المعجم الوسيط هي: "الشكل والتّمثال الجسّم والصّورة بمثابة خيالة في الدّهن أو العقل"، ويقصد بالصّورة في المعجم العربي الأساسي "كلّ ما يَصوّر مثل الشكل أو التّمثال الجسّم والنّوع و الصّفة"⁽⁷⁾.

أما الصورة في القواميس فتتعدد لتصل إلى نحو عشرة تعريفات للكلمة، بدءاً من الإشارة إلى عملية إعادة الإنتاج (أو النسخ) للشكل الخاص بالإنسان أو بموضوع معين، إلى الإشارة إلى كل ما يظهر على نحو خفي وفيما بين هذين المعنيين تشمل التعريفات على استخدامات خاصة للمصطلح في الفيزياء، الرياضيات، علوم الكمبيوتر... الخ وتمتد صورة image بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة Icon ، والتي تشير إلى التشابه والمحاكاة، وقد ترجمت إلى Imago في اللاتينية و Image في الإنجليزية، فمصطلح الصورة مشتق من الكلمة اللاتينية التي تعني محاكاة، ومعظم الاستخدامات القديمة والحديثة لهذا المصطلح تدور حول المعنى نفسه⁽⁸⁾.

اصطلاحا :

تقر الباحثة ماتين جولاي (Martine Joly) بأن تعريف الصورة صار شيئاً صعباً، لأنه لا يمكن إيجاد تعريف شامل لكل استعمالاتها مثل : رسومات الأطفال، الأفلام، الرسومات الجدارية أو الانطباعية، المعلقات، الصورة الفكرية، صورة العلامات التجارية، لكن ما يجب التأكيد عليه أنها مهمة جدا في التواصل الثقافي⁽⁹⁾.

إن هذا الاعتراف من باحثة بوزن ماتين جولاي بصعوبة تعريف شامل للصورة نظرا لتعدد مجالاتها واستخداماتها يدفعنا للبحث عن رأي بعض المختصين في مفهوم الصورة التي أكدت الباحثة السابقة عن أهميتها في مجال التواصل الثقافي .

يعرفها نصر الدين العياضي : " هي شيء ذو طبيعة تكمن في التشابه مع شيء آخر والتي نطلق عليها تسمية نموذج أو أصله. لكن ما هي العلاقة بين الصورة والشيء المصور؟ . يمكن الإجابة على هذا السؤال كما يلي : تذكرنا الصورة بالشيء المصور دون أن تعوضه أو تحل محله⁽¹⁰⁾. وبذلك فإن الصورة هي الهيئة التي يكون عليها الشيء أو شكله، على أن هيئة الشيء أو شكله تتم معرفته. ومن ثمّ تمييزه عن طريق حاسة البصر، كما هو الحال في الرؤية المباشرة للشيء، أو عن طريق شاشة العرض كما هو الحال في التلفزيون، وعلى ذلك فإن الصورة التي نراها في التلفزيون هي هيئة الشيء أو شكله.

أما ف.دي شو (F.Des champs) فيرى أنها : علامة أو أنها نظام للعلامات⁽¹¹⁾، ويميل هذا التعريف إلى المجال السيميولوجي التي يعتبر الصورة تتشكل من جملة من العلامات لإعطاء معنى معين.

في حين يؤكد سعيد بنكراد قوله إنّ : "للصورة مداخلها ومخارجها لها أنماط للوجود وأنماط للتأويل، إنها نص وككل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيما خاصا لوحداث دلالية متجلية من خلال أشياء أو سلوكيات أو كائنات في أوضاع متنوعة⁽¹²⁾ .

لقد ربط بنكراد الصورة بالوحدات الدلالية التي يمكن أن تنتجها باعتبارها نصا قابلا للتأويل بحسب محتواها الدلالي . نلاحظ أنّ التعاريف السابقة، والعديد من التعاريف التي ركزت في وضعها لمفهوم الصورة على أنها إما هيئة، أو تشابه، أو نسخ لشيء ما دون توضيح دقيق للعلاقة القائمة بين الصورة وهذه الهيئة. وهذا ما تم توضيحه أكثر من طرف الباحثة فرانسوار سبلت (francoise sublet) التي أعطت لمفهوم الصورة معنى أدق شمل ثلاث جوانب مترابطة تمثلت في :

أ - الصورة تتكون من جملة اللغات المتفاعلة :

تتشكل الصورة المرئية من تمفصل المدونات* المختلفة (الشكل، الألوان، والتأطير). إنّ المدونة التي تشدد على البعد الاتصالي في الصورة تشبك جملة من المعطيات المادية، والرمزية التي تجسدها مكونات الصورة وما تتضمنه من خطاب، مفاهيم، مؤسسات علاقات اجتماعية. ولذا تظهر الصورة أكثر تعقيدا في توظيفها لعدة لغات بشكل مكثف لإنتاج المعنى الذي نتحدث عنه في المحدد الثالث.

ب - علاقة الصورة بالواقع :

تكمن خصوصية الصورة في كونها تقيم علاقة مع الواقع أو العالم الواقعي، أو المتصور، سواء كانت هذه العلاقة طبيعية تماثلية أو رمزية. ولهذا فإنّ خطورة الصورة لا تكمن في التعبير عما هو عيني ومائل للنظر، بل في إعطائه وجودا على الصعيد الرمزي. ويصبح هذا الوجود الثاني بديلا للأول بل يتحكم فيه، وبهذا القدر أو ذاك.

ج - إنتاج المعنى :

تقوم الصورة على مشاركة المتلقي وعلى إسهامه في إعطائها تأويلها. وللوصول إلى ذلك يستخدم المتلقي جملة من الكفاءات : الرؤية، الإدراك، الفهم، والبعد الذاتي الشخصي الذي لا يمكن أن يلغي التأويل الجماعي للصورة. هذه الكفاءات لا يمكن أن تستغني عن البعد اللساني. فكلما ازدادت كفاءتنا اللسانية استطعنا أن نقرب أكثر من معاني الصورة⁽¹³⁾.

تأسيسا على ما سبق يمكن أن نعتبر هذا التعبير الأكثر دقة في توضيح مفهوم الصورة من خلال إعطائها مكونات، وما تحمله هذه المكونات من (الشكل، الألوان، التأطير) من لغات متعددة تحمل معنا مرتبطا بالواقع، إذا لا يمكننا تفسير الصورة بعيدا عن هذا الواقع فحسب بل هو مرتبط أيضا بالمهارات المختلفة التي يملكها المتلقي لفهم هذه الصورة.

2. الأسباب التي تقف وراء قوة الصورة :

إنّ المتعمق في المشهد الإنساني المعاصر، واختراق الصورة للحدود بمختلف أشكالها الجغرافية والثقافية والاجتماعية يدرك أنّ هناك أسباب معينة تقف وراء قوة الصورة وهي التي منحها سلطة السيطرة على الجماهير، ويمكن أنّ نرجعها إلى سببين رئيسيين هما :

أ - تطور التكنولوجيا البصرية لوسائل الإعلام والاتصال :

تلاحقت تطورات وسائل الاتصال خاصة في القرن العشرين لتفرض في زمننا هذا (أوائل القرن الحادي والعشرين) هيمنتها على حياتنا وثقافتنا⁽¹⁴⁾.

فمنذ أقدم الأخوان لوميير (lumière) على اختراع السينما، وبالتالي لم يحققوا واحدا، بل اثنين الأول تقني والثاني جمالي، ويبدو أنّ هذه البديهية قد غابت عنها اليوم، ليس من السهل إقناع الناس أنّ السينما تنطوي على واقعين مختلفين، إنّ الاكتشاف الأول الذي حققه الأخوان لوميير أي اكتشاف الواقع الأول للسينما إنّما هو إمكانية تسجيل الصور التي تعيد إنتاج الواقع والاحتفاظ به ومن ثمّ بثه⁽¹⁵⁾.

فبعد أن تطورت أجهزة الإرسال الإذاعي ... ونالت السينما الناطقة شعبية وانتشارا فكر بعض العلماء في أن تكون الخطوة التالية "راديو مع صورة" ... فكان اختراع التلفزيون⁽¹⁶⁾.

الذي جاء حصيلة جهود مضيئة واكتشافات علمية كثيرة مهدت جميعها لظهوره، فأخذ مزايا السينما والراديو والمسرح ومع مطلع عام 1941 بدأت محطات البث التلفزيوني الصغير بالانتشار وأخذت الشركات الصناعية بإنتاج أجهزة التلفزيون وتوفيرها للمستهلكين⁽¹⁷⁾.

وظلت المنافسة على مصراعيها أمام الشركات لتطوير هذا الجهاز من خلال آلات التصوير والإضاءة والتسجيل المرئي والمزج والتحكم وغيرها من المعدات الأخرى التي تستخدم لإنتاج الصورة⁽¹⁸⁾، وإعادة إنتاجها من جديد حسب ما تقتضيه الضرورة أو اتجاه القنوات التلفزيونية.

كما مكّن تطور التلفزيون من مشاهدة برامج من خلال البث المباشر، ومن خلال الاشتراك في باقة معينة، تبث عن طريق الكيبل، أو من خلال القنوات الفضائية أو من خلال تسجيلها ورؤيتها عن طريق شرائط الفيديو وال DVD وكذلك من خلال شبكة الأنترنت⁽¹⁹⁾.

كما أدى تطور الحاسوب والأقمار الصناعية ومختلف التطبيقات والبرمجيات إلى تطور الصورة، حيث أصبحت أكثر قوة وحاذية بفضل جودتها وقربها من الواقع، إلى جانب تطور الديكور والألوان والمؤثرات الصوتية والخدع البصرية، إذ لعبت هذه التقنيات دورا هاما في السينما والتلفزيون في تقريب الصورة إلى المشاهد، وإعادة إنتاج الواقع وتوجيهه نحو الجماهير بتقنية عالية الجودة .

لقد جعلت أجهزة الكمبيوتر من إنتاج الصورة وتوزيعها وسرعة انتشارها أمرا ممكنا وبسهولة يصعب تصديقها، فالكمبيوتر أكثر من أي اختراع آخر، هو المسؤول عن هذا الإنجاز الكبير في الصورة⁽²⁰⁾.

إنّ هذا التطور المتسارع لتكنولوجيا وسائل الإعلام البصرية ساعد الفرد والمجتمع على بناء واقعية الحياة اليومية، كما ساعد انتشارها في جميع أنحاء العالم على إنتاج علامات الثقافة في خطاب المجتمع الذي تحدده تقنيات النشر ومنها الطباعة والبريد الإلكتروني، والأفلام والتصوير الفوتوغرافي. لقد دخلت الصورة القرن العشرين كلغة للدولة، ولمكاتب وسائل الإعلام، وكوسيط يساعد على الوعي بالنفس والمجتمع من خلال معالجة الأفكار وتعزيزها والسيطرة عليها، فتصبح الأفكار صوراً في الرأس. لقد كان نيكلاس لومان (Niklas Luhmann) محقاً في قوله: "كل ما نعرفه عن مجتمعنا وفي الواقع عن العالم الذي نعيش فيه، نعرفه من خلال وسائل الإعلام"⁽²¹⁾.

ويؤكد - هربرت شيلر - (Herbert . Schiller) أنّ التطور الهائل الذي مس عالم الصورة يلتقي مع حقيقة أنّ ثقافة الصورة الرقمية تحت سماء العولمة، أو الأمركة جاءت إلينا لترزح ثقافتنا أولاً ولتعيد إنتاج وعينا تمهيداً لاستبداله بوعي آخر معلب، ومن خلال هذه العملية تنشر رؤيتها بآليات تضليل مقاومة وبكلمات أخرى يتم استخدام المرئي المبهّر في الصورة للاستحواذ على عقل وخيال المتلقي بغية تمرير اللامرئي إلى خزانة اللاوعي ليرسخ هناك بصفته صورة عن الحقيقة رغم اكتنازه بالتضليل⁽²²⁾.

وبناء على ذلك فمن يملك وسائل الإعلام ويسيطر عليها هو إذن من يتحكم في هذا الواقع وهو من يوجه عقول الجماهير نحو تبنى واقع ما، وبالتالي هو من يحدد أي نوع من الصور الذهنية والنمطية التي لا بد أن ترسخ في ذهن المتلقي. ألم تصور لنا وسائل الإعلام الغربية بتقنيات عالية الجودة عبر السينما (أفلام هوليوود، وألعاب الفيديو) والتلفزيون (المسلسلات، الأفلام، التقارير، الأشرطة الوثائقية...) أنّ الإرهابي هو كلّ شخص في صورة ملتحي ويرتدي قميصاً على هيئة العربي المسلم. حتى بات شبابنا يسخر من هذه الصورة، ويعتبر صاحب هذه الهيئة رجعيًا، إرهابيًا ويثير الشك (عدا رجال الدين). فالمتابع لصفحات الفيسبوك وقدر التهكم والسخرية من خلال المظهر على المستوى العربي من طرف بعض الشباب، يدرك جيداً قدر تأثير الصورة على ذهنية المستقبل. إذن فثمة واقع آخر تخفيه وسائل الإعلام عبر الصورة أو تعمل على إخفائه وفق أجندة معينة.

ب - استيلاّب الجمهور :

ونعني به غياب الجمهور عن واقعه وخصوصياته الثقافية، وتحوله من حالة إلى أخرى بفعل وسائل الإعلام البصرية. التي أدى تطورها وخاصة التلفزيون والسينما والانترنت إلى جعلها قوة هائلة تهيمن على حياة الناس. "بحيث يجد الإنسان نفسه بين كيانين الصورة كواقع صعب، رغم أنّها كعمل فني ليست واقع، إلا أن حضورها العيني الممارس بالتلقي من قبل المشاهدين هو في ذاته واقع. لأن الأشياء بظهورها في الفيلم السينمائي تصبح موجودة في صورة واقع. حتى ولو كانت مستمدة من عالم غير واقعي والذي يألفه الجمهور"⁽²³⁾، الذي أصبحت الصورة تأتي إليه دون أن يستطيع مقاومة حضورها، ولهذا قال الفرنسي جان بودريار، (Jean Baudrillard) إنّ هناك علاقة نفسية بين الصورة وموضوعها، وعن إمكان وجود نقلة مضادة في هذه العلاقة فهذا يعود إلى الآليات النفسية التي تؤدي إلى ترويض الأعين فهناك حالة من السلبية لدى الجمهور، حيث يؤدي الترويض إلى ذهول العقول بالصور وقبولها بما تحمله من مضامين وإيماءات⁽²⁴⁾.

فالمتلقي سيكون بالضرورة مستهدفاً لأنّه يصبح مأخوذاً ومستلباً بسبب تغلب الحالة الحسية على حالة الوعي الذي تمكنت قدرة الصورة على خفض درجة تواجده فتقوض لحده الأدنى. وهنا يوجد أو يحدث التأثير على المشاهد إذ تصبح العواطف في موقع المتفوق والمهيمن على الفكر. مثل هذه النتائج يشرحها - ستوارت هامبشاير (Stewart Hampshire) - في كتابه - الواقعية لا تكفي - بأنّ المتلقي يخضع لنوع من القهر العقلي بسبب ضغط متولد من مؤثر خارجي⁽²⁵⁾.

وعليه فقوة الصورة في حد ذاتها كعامل مؤثر فرض سيطرته على الجماهير إلى جانب مؤثر داخلي يتمثل في الملتقي ذاته وقابليته الطبيعية لتلقي الصورة، على اعتبار أنّ الرؤية أقوى الحواس البشرية التي يتمتع بها البشر، فهي تزود الفرد بما يصل إلى 80% من المعارف التي يتحصل عليها، بينما تشارك الحواس الأخرى في النسبة المتبقية فضلا عن كونها أكثر قوة على ترجمة المشاعر والأحاسيس وملازمة العواطف والمشاعر والأفكار والاستحواذ على الانتباه⁽²⁶⁾.

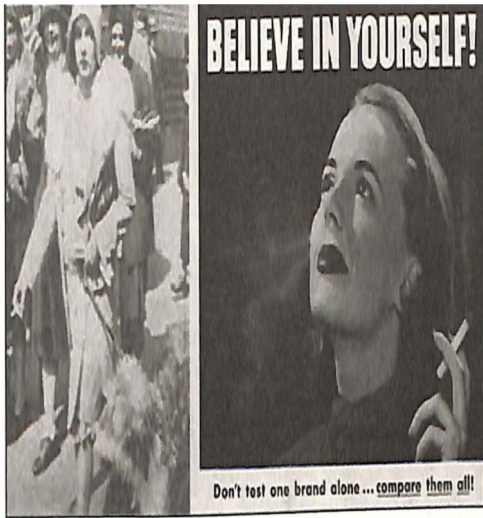
فطبيعة الإنسان جعلته يميل إلى الصورة ويتأثر بها، حيث يقول غوستاف لوبون (Gustave Le Bon) "أنّ الصورة تؤثر في الجماهير بشكل خاص، فهي تبهرها فعلا، وإذا لم تمتلك الصورة فإنّه من الممكن أن تثيرها في مخيلة الجماهير عن طريق الاستخدام الذكي والصائب للكلمات والعبارات المناسبة، فإذا ما استخدمناها بشكل فني لبق، فإنّها تستطيع عندئذ أن تمتلك القوة السرية التي كان أتباع السحر يعزونها إليها في الماضي، فهي تثير في روح الجماهير العديدة أقوى أنواع الإعصار، ولكنها تعرف كيف تهدئها"⁽²⁷⁾.

وقد عرف الغرب أصول هذه القوة السرية ووظفها في عزل شبابنا عن انتمائهم الحضاري من خلال ثقافة الصورة بحجة تمجيده، وتفجير طاقاته، لتحقيق طموحه ومن ثم إبراز شخصيته المغمورة والمطموسة بفعل ضريبة الانتماء إلى كيان حضاري ما، وكلما نجح المروجون لهذا النوع من الخطاب المرئي في عزل الفرد عن محضنه الثقافي، وانتمائه الحضاري يكونون قد عطّلوا وعيه بذاته وانتمائه، ومن ثم يكون أكثر قابلية واستعدادا لأن يُستلب⁽²⁸⁾.

فقوة الصورة بما تحمله من سحر من ناحية المؤثرات الصوتية والديكور والاكسيسوارات وزوايا التصوير... الخ "يجعل المشاهد يحاكي بعض جوانب سلوك هؤلاء الأبطال في الحياة الواقعية، كما أنّ الإسقاط يتيح له أن يعيش عن طريق نوع من التفويض أو الإنابة لبعض العواطف التي قد لا يستطيع التعبير عنها بيسر في واقع الحياة"⁽²⁹⁾.

وعليه فقد اندلعت الشركات المنتجة بقوة للتركيز على أحاسيس المشاهد ومشاعره وعواطفه من أجل الهيمنة عليه ومصادرته وتقييد حرية الاختيار لديه بهدف تطبيعته وتدجينه وتحويله إلى مستهلك دائم للنمط الذي تنتجه⁽³⁰⁾.

ومن أجل الإمساك بالواقع الراهن والمتغيرات المنتظرة كان من الطبيعي أن تركز على كافة شرائح المشاهدين باعتبارهم الهدف الأهم. وما انفكت تضع الخطط والدراسات لتقوم أنجع الوسائل لإعادة صياغة الواقع من حيث علاقته باتجاهات الرأي، ومن حيث كونه ظاهرة ومن حيث أنّ له خصائص⁽³¹⁾، بناء على ما سبق يمكن القول أنّ الصورة استمدت قوتها من خلال التكنولوجيا البصرية وسلطانها من قابلية الجمهور لتقبل الصورة هذين العاملين أسسا "العصر الصورة" كما قال آبل جانس⁽³²⁾.



4- علاقة الصورة بالواقع من خلال الصحافة والسينما والتلفزيون :

لا خلاف أنّ الصورة في السينما والتلفزيون هي تعبير عن واقع اجتماعي تم إعادة إنتاجه بدقة ليعبر عن واقع أكثر جاذبية بفعل التطور المذهل الذي مس الإخراج السينمائي والتلفزيوني، الأمر الذي أثر بشكل واضح على دقة الصورة وجماليتها، حيث أصبحت أكثر إقناعا وجذبا وتأثيرا على الجماهير، وأصبح من السهل إقناع الملتقي بواقع ما مبني ربما على الخيال أو على إيديولوجية معينة، وقد تزايد الأمر في السنوات الأخيرة، حيث لعبت الصورة البصرية دورا رائدا في إقناع الشعوب بواقع ما، أو تغيير إلى ما هو أفضل أو أسوأ تبعا لأجندة هاتين الوسيلتين، حيث

يؤكد بودريار أنّ التلفاز على غرار وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، أدى إلى تحولات عميقة في طبيعة حياتنا. إنّ التلفاز

لا "يعرض لنا العالم" أو يعكسه أو يمثله، بل إنه أصبح بصورة متزايدة "يحدد" ويعيد تعريف ماهيته العالم الذي نعيش فيه. إن نظرة سريعة إلى الوقائع التي ينقلها التلفاز للأفراد والجماعات في جميع أنحاء العالم بمختلف تفصيلاتها ومواطن الإثارة والمبالغة فيها مثل: الحروب والمجاعات والمحاكاة، المطاردات ستؤكد لنا أن التلفاز إنما ينقل لنا ما يسميه بودريار "عالم الواقع المفرط" فالوقائع الحقيقي لم يعد موجودا بالفعل بل استعويض عنه، بما نشاهده على شاشات التلفاز من مشاهد وصور وأحاديث وتعليقات⁽³³⁾.

فعلى سبيل المثال لا الحصر سنعطي بعض الأمثلة عن مدى فرض الصورة سلطتها على الجماهير من خلال ظهور صور لسيدات من أمريكا على صفحات الجرائد وهن يدخن السجائر. حيث طلب مدير مؤسسة التبغ الأمريكية آنذاك "جورج هيل" الذي تقدم إلى أحد أشهر مكاتب الدعاية لمالكه "بيرنيز" يخبره أن هناك مشكلة. وهو عدم تدخين صورة رقم (01)

المرأة، الذي لم يكن مقبولا اجتماعيا آنذاك وبالتالي فقدانه لنصف زبائنه. فبحلول دورة الألعاب الأولمبية المقامة في أمريكا في ذلك الوقت قام بإقناع عدد من سيدات المجتمع الأمريكي أن يخرجن في مسيرة جماعية وهن يقمن بالتدخين، وحين نشرت الصور في الجرائد، صحبها التعليق التالي: إن عددا من نساء المجتمع تمردن على سلطة المجتمع، وظهرن أثناء دورة الألعاب وهن يحملن مشاعل الحرية⁽³⁴⁾. وهنا لا يظهر التدخين تدخينا، بل هو تعبير عن حرية المرأة... وترتبط المرأة المدخنة في الأذهان بتمثال الحرية الذي هو امرأة تحمل "مشعل الحرية"... مما أدى إلى زيادة المبيعات وبالتالي أرباح الشركة⁽³⁵⁾.

كما أدت قوة الصور التي نقلتها وسائل الإعلام الأمريكية إلى تعجيل نهاية حرب الفيتنام، حين كانت الصور تنقل الواقع دون تحريف. فبينما انهك التلفزيون الأمريكي في نقل انتصارات الجنود الأمريكيين أدى إلى تصعيد ضد الرئيس كيندي، فقد أظهرت الصور الرهبان المحترقين والأطفال المقتولين بالنابالم ومقاتلي الفيتكونج في أثناء إعدامهم من قبل الجنود الأمريكيين وطائرات القتال المروحية... إلى جانب أكثر الصور ترويعا وهي للطفلة "كيم فوج" التي تعدو عارية وقد التهمت قنابل

النابالم ثيابها وأحرقت جزءا من جسدها الصغير مع مجموعة من الأطفال المرعوبين من هول الحرب. الأمر الذي دفع بالعديد من المتظاهرين للخروج للمطالبة بإنهاء الحرب، التي كانت "أكبر حرب مرئية في التاريخ" آنذاك حسب فيليب تايلور⁽³⁶⁾.



صورة رقم (02)

كما يعطي لنا بودريار مثالا حديثا بانفجار مركز التجارة العالمي بالولايات المتحدة، مؤكدا أن الصورة صنعت في خبايا البيت الأبيض، بتواطؤ عدة جهات لإيهام العالم بخطر الإرهاب على الولايات المتحدة،

مؤكدا أن صورة الإرهاب صناعة أمريكية لأغراض متعددة انتهت بإعادة ابتكار الواقع "بوصفه أقصى وأشد ضروب الخيال هولا". حيث يذكر أن "انهيار برج التجارة العالمي عضي على التصور، لكن ذلك لا يكفي ليجعل منه حدثا حقيقيا، إن الزيادة في العنف لا تكفي للتفتح على الواقع، لأن الواقع مبدأ، وهذا المبدأ هو الذي ضاع. الواقع والخيال معقدان وسحر التفجير هو أولاً سحر الصورة"⁽³⁷⁾.

وقد استغرب من دقة الصورة في تفجير البرجين وتساءل كيف ينهار برجان في مثل ضخامتهما واتقائهما وصلابتهما بمجرد اختراق طائرتين لقمتهما.

واستنتج أنّ الأمر مجرد صناعة صورة هوليوودية لتغيير واقع ما أو إقناع الشعب الأمريكي والعالم بواقع جديد. فالصورة أعادت صناعة الواقع، لتفرض واقعا جديدا على الجماهير.



صورة رقم (03)

ويضيف "أنّ أحداث 11 سبتمبر هو حدث مستحيل، عسير على التصور، وهو يتحقق قبل أن يكون ممكنا (حتى أفلام الكوارث لم تسبقه، بل استنفذت على العكس مخيلتها فيه)، إنّ من نسق الطارئ الجذري (حيث نعتز على المفارقة التي لا تصير بموجبها الأشياء ممكنة إلاّ بعد وقوعها)"⁽³⁸⁾.

قوة الصورة وسحرها الذي انطلى على العالم أعطت سلطة للولايات المتحدة للبحث عن عدو مفترض ثم صناعته عن طريق الصورة، فمن تنظيم القاعدة

التي خاضت الحرب ضده قبل إنزال جيوشها في أفغانستان وصولا إلى العراق الذي احتل عن طريق الصورة قبل احتلال الأرض فالعديد من ألعاب الفيديو، جعلت من العراق لعبة بيد أطفال أمريكا مثل (حرب العراق عاصفة الصحراء 1 ، 2 ... الخ). وعليه يعتبر بودريار أنّ العالم أصبح مجرد صورة نقلا عن صورة



صورة رقم (04)

نقلا عن صورة ... وأصبح العالم مجموعة من عمليات الاصطناع والصور بلا صلة أو علاقة (مرجعية مع أصل محدد في الواقع، بل تكون هذه المصطنعات (صور) هي المهيمنة والواقع محجوب (مختف)"⁽³⁹⁾.

وهذا ما يحدث حاليا في حرب سوريا وداعش، فالإعلام المرئي لكليهما يحاول بقوة عن طريق الصورة إقناع الجماهير العربية والعالمية بواقع ما يحدث في الأرض السورية فالصورة البصرية تعرض لنا واقعا مفرطا بين



صورة رقم (05).

الاتجاهين وكلاهما يفرض إيديولوجياته عبر التلفزيون والفيديوهات المنتشرة عبر صفحات الإنترنت . حيث ترى الباحثة نوال وسار أنّ تنظيم داعش يعتمد على الصورة لإثبات نفوذه في العالم، وطرح رؤيته. والصورة التي طرحها داعش ليست الحقيقة ولكن كانت محاولة خلق واقع جديد يتحكم صانعوها في حدود الصورة وتأطيرها بما يسمح بإيصال رسالتها، فعبر الآلاف من الصور

والفيديوهات المصورة بطريقة احتفالية هي تقنيات الإخراج الهوليوودية تمكنت من نشر الرعب والخوف في العالم⁽⁴⁰⁾



صورة رقم (06)

وهكذا ضاع مبدأ الواقع في متاهة المصطنعات (الصور) اللامتناهية المتخيلة والوهمية التي تروجها الميديا، وبذلك يفقد الواقع وجوده، وتصبح تلك النسخ المصطنعة رقميا عبر أجهزة الكمبيوتر، وعليه فإننا نعيش الآن في عالم "فوق الواقع" هو العالم التكنولوجي الافتراضي⁽⁴¹⁾.

خاتمة :

تأسيسا على ما سبق يمكن القول أنّ الصورة ليست بريئة لأنها تحولت من نقل للواقع إلى إعادة إنتاج الواقع بل سخرت الواقع لصالح الصورة المصطنعة، فبما أنّ الأحداث تنقل إلينا عن طريق الكاميرا فالعيون التي تقف خلف الكاميرا هي من نشاهد بها العالم من حولنا. فزوايا التصوير، والمونتاج، والإخراج النهائي للصورة مهما كان نوعها يتم وفق أجندة معينة لذا تحجب عناصر لأنها ستغير واقعا ما أو ترسل لنا أخرى للاستمرار فيه، أو صناعة صورا جديدة لإنتاج واقعا آخر، فالصورة ختامها لها علاقة بالواقع بقدر خدمة هذا الواقع لمسلها وبقدر احترافية الصورة تكون قوتها وبالتالي تفرض سلطتها على الجماهير لتبني واقعا ما .

الهوامش :

1. عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، 2011، ص 19 .
2. شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، السلبيات والايجابيات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 2005 ، ص 3 .
3. ابن منظور: لسان العرب، ط1، مج4، دار صادر ، بيروت، 1997، ص85.
4. نعيمة واكد: الدلالة الايقونية والدلالة اللغوية في الرسالة الاعلانية، طكسيج. كوم الجزائر، 2012، ص 115.
5. أنظر الزمخشري : الكشاف، ط 4، دار المعرفة، بيروت، لبنان، 2009 .
6. سيد قطب: التصوير الفني في القرآن الكريم، دار الشروق، القاهرة، 1995 ، ص 34 .
7. محمد عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 211.
8. جامعة فيلاديفيا، ثقافة الصورة، منشورات جامعة فيلاديفيا، عمان، 2008، ص 64 .
9. جامعة محمد خيضر، بسكرة، محاضرات الملتقى الوطني الرابع "السيمياء والنص الأدبي"، منشورات الجامعية، نوفمبر 2006 . ص ص 67،68.
10. نصر الدين العياضي : الصورة في وسائل الإعلام العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01 ، تونس، 2006 ، ص 75 .
11. مخلوف حميدة: سلطة الصورة، دار سحر النشر، تونس، 2004 ، ص 18 .
12. سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية والتمثالات الثقافية، إفريقيا الشرق، المغرب، 2006 ، ص 31 .
- * (المدونة في السجل من العلامات تخضع لقوانين ترابطية) .
13. نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 75 .
14. عبد الجبار ناصر، مرجع سابق، ص 41 .
15. قدور عبد الله الثاني: سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق، عمان، 2008، ص 195 .
16. عبد الجبار ناصر، مرجع سابق، ص 189 .
17. محمد بن عروس : الأسس الفنية للإذاعتين المسموعة والمرئية، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلام، بن غازي، 1987، ص 20 .

18. حسين الأنصاري : ميكانيكا الأجهزة الإعلامية، المركز القومي لتخطيط التعليم والتدريب، المطبعة الخضراء، طرابلس، 2002 ، ص 166 .
- 19 . شاكر عبد الحميد، مرجع سابق، ص 3 .
- 20 . نفس المرجع، ص 3 .
- 21 . عبد الجبار ناصر، مرجع سابق، ص ص 25 ، 26 .
- 22 . جامعة فيلاديلفيا، مرجع سابق، ص 24 .
- 23 . كاظم مؤنس: خطاب الصورة وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008، ص 131 .
- 24 . جامعة فيلاديلفيا، ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مجموعة بحوث مكمة، طبعة 01، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 23 .
- 25 . كاظم مؤنس، مرجع سابق، ص 131 .
- 26 . جامعة فيلاديلفيا، مرجع سابق، ص 67 .
- 27 . غوستاف لوبون : سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، الطبعة الأولى، دار الساقى، لبنان، 1991، ص ص 115 ، 116 .
- 28 . جمال سعادته : العولمة وتوظيف الخطاب المرئي من تجسيد الوعي إلى استلاب الهوية، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 24 مارس 2016، ص 63 .
- 29 . أندريه جلوكسمان: عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، المشروع القومي للترجمة، 2000 ، ص 46 .
- 30 . كاظم مؤنس، مرجع سابق، ص 95 .
- 31 . المرجع نفسه، ص 99 .
- 32 . شاكر عبد الحميد، مرجع سابق، ص 63 .
- 33 . أنتوني عدنر : علم الاجتماع، ترجمة فايز الصبيح، الطبعة الرابعة، مركز دراسات الوحدة العربية، عمان، الأردن، 2005 ، ص ص 512 ، 513 .
- 34 . محمد علي خرج : صناعة الواقع، الإعلام وضبط المجتمع، الطبعة الأولى، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014، ص 90 .
- 35 . نفس المرجع، ص 90 .
- 36 . فيليب تايلور : قصف العقول، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 256 ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2000، ص 377 .
- 37 . جان بودريار : روح الإرهاب، ترجمة بدر الدين عمر زكي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2010، ص 28 .
- 38 . جان بودريار: روح الإرهاب، مرجع سابق، ص 87 .
- 39 . جان بودريار : المصطنع والاصطناع، ترجمة : جوزيف عبد الله، الطبعة 04 ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008 ، ص 18 .

40. ارجع إلى نوال وسار : بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي للتنظيم الدولية الإسلامية (داعش)، دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية، مجلة فتوحات، العدد الرابع، جانفي 2017 .
41. جان بودريار : المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص 18 .
- * الصورة رقم (1): محمد علي خراج : صناعة الواقع، الإعلام وضبط المجتمع ، مرجع سابق ص 90.
- * الصورة رقم (2): <http://www.elyomnew.com/news/nostalgia/2015/> 04/14/15734 تاريخ الولوج: 2017/10/10 الساعة: 91:45.
- * الصورة رقم (3): <https://www.google.dz/imgres?imgurl=https%3A%2F%2F> F4.bp.blogspot.com8 تاريخ الولوج: 2017/10/10، الساعة 91:25.
- * الصورة رقم (4): <https://www.zamanalwsl.net/news/article/13885/> تاريخ الولوج 2017/10/10 ، الساعة: 91:30.
- * الصورة رقم (5): <https://searchwikipediae.co/ar/search/> تاريخ التصفح: 2017/ 10/10، الساعة: 22:00.
- الصورة رقم (6): <http://www.watanserb.com/archive1/2015/05/11/> تاريخ التصفح: 2017/10/10، الساعة: 22:15.
- المراجع:
- 1 - ابن منظور : لسان العرب، ط 1 ، مج 4 ، دار صادر ، بيروت، 1997.
 - 2 - الزمخشري : الكشاف، ط 4، دار المعرفة، بيروت، لبنان، 2009 .
 3. السيد بحيت : ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، ط 1 ، عمان، دار مجدلاوي، 2008.
 4. أنتوني غدنز : علم الاجتماع، ترجمة فايز الصيغ، الطبعة الرابعة، مركز دراسات الوحدة العربية، عمان، الأردن، 2005.
 5. أندريه جلوكسمان: عالم التلفزيون بين الجمال والعنف، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، المشروع القومي للترجمة، 2000.
 6. جامعة فيلاديلفيا، ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مجموعة بحوث مكمة، طبعة 01، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
 7. جامعة فيلاديلفيا، ثقافة الصورة، منشورات جامعة فيلاديلفيا، عمان، 2008 .
 - 8 . جامعة محمد خيضر، بسكرة، محاضرات الملتقى الوطني الرابع "السيمياء والنص الأدبي"، منشورات الجامعية، نوفمبر 2006 .
 9. جان بودريار : المصطنع والاصطناع، ترجمة : جوزيف عبد الله، الطبعة 04 ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008.
 10. جان بودريار : روح الإرهاب، ترجمة بدر الدين عمر زكي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2010.
 11. جمال سعادته : العولمة وتوظيف الخطاب المرئي من تجسيد الوعي إلى استلاب الهوية، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 24 مارس 2016 .
 12. حسين الأنصاري : ميكانيكا الأجهزة الإعلامية، المركز القومي لتخطيط التعليم والتدريب، المطبعة الخضراء، طرابلس، 2002.
 13. سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية والتمثالات الثقافية، إفريقيا الشرق، المغرب، 2006.
 14. سيد قطب: التصوير الفني في القرآن الكريم، دار الشروق، القاهرة، 1995.

- 15 . شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، السلبيات والايجابيات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 2005.
- 16 . عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، 2011.
- 17 . غوستاف لوبون : سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، الطبعة الأولى، دار الساقى، لبنان، 1991.
- 18 . فيليب تايلور : قصف العقول، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 256 ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2000 .
- 19 . قدور عبد الله الثاني: سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق، عمان، 2008.
- 20 . كاظم مؤنس: خطاب الصورة وهذيان العولمة، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008.
- 21 . محمد بن عروس : الأسس الفنية للإذاعتين المسموعة والمرئية، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلام، بن غازي، 1987.
- 22 . محمد عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 23 . محمد علي خرج : صناعة الواقع، الإعلام وضبط المجتمع، الطبعة الأولى، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014.
- 24 . مخلوف حميدة: سلطة الصورة، دار سحر النشر، تونس، 2004.
- 25 . نصر الدين العياضي : الصورة في وسائل الإعلام العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01 ، تونس، 2006.
- 26 . نوال وسار : بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي للتنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية، مجلة فتوحات، العدد الرابع، جانفي 2017 .