-جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
-كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

-قسم علوم الإعلام والإتصال .

-مطبوعة بيداغوجية تحت عنوان:

ثقافة الصورة

- مطبوعة موجهة لطلبة سنة أولى ماستر
- تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية
- من إعداد: الأستاذة هدى عكوشي

- السنة الجامعية:2024 - 2025

تمهيد :

بين أيدينا مطبوعة بيداغوجية تحت عنوان : ثقافة الصورة ، والتي تأتي استكمالا لمحاضرات مقياس ثقافة الصورة للسنة أولى ماستر ، تخصص الصحافة المطبوعة والإلكترونية ، ويندرج المقياس ضمن المقاييس الإستكشافية والتي تساعد الطالب على جمع حواصل علمية ومعرفية في مجال الصورة منذ نشأتها التاريخية ، وتأثيراتها على مستوى الحضارات القديمة ، وكيف احتفت كل حضارة قديمة أوحديثة بالصور والتصوير ومايتبعها من رسومات ومنحوتات ومنمنمات، فضلا عن وجودها وحضورها كآثار ثقافية يستدل بها على مكامن القوة الفكرية والإبداعية وصولا إلى الصورة في أشكالها العصرية والحديثة.

إن ثقافة الصورة هي ماتحمله من قيم وعادات واستعدادات للتطور والتغيير ، وجملة من المحمولات الذهنية والثقافية والحضارية ، وهي تعبير أصيل عن مستويات التقدم والرقي الذي طالما اشتغلت عليه الأمم والحضارات ، تختلف باختلافها ، وهي أداة ناجزة للتواصل الحضاري والثقافي وفق مبدأ التعارف الإنساني .

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
المحاضرة 1:مدخل مفاهيمي حول الصورة	04
المحاضرة 02:الصورة والتصوير في الثقافة المعاصرة	09
المحاضرة 03 : التصوير الفوتوغرافي: ظهوره وتطوره	14
المحاضرة04: أنواع الصورة	21
المحاضرة05: مبادئ الثقافة المرئية	28
المحاضرة06: تأثير الصورة الصحفية على العملية الإدراكية للمتلقي	39
المحاضرة07: وظائف الصورة في وسائل الإعلام السمعية و البصرية	45
المحاضرة08: وظائف الصورة في الصحافة المطبوعة والإلكترونية	54
المحاضرة09: لغة الصورة وإيديولوجيتها	62
المحاضرة10: سلطة الصورة، وواقعها	68
المحاضرة11: تأثير المعالجة الرقمية على مصداقية الصورة	75.

المحاضرة12: الأبعاد الأخلاقية والقانونية لاستخدام الصورة.....81

المحاضرة13: التحليل السيميولوجي للصورة.....86

المحاضرة 14: ثقافة الصورة في عصر العولمة.....92

قائمة المصادر والمراجع 99

محاضرة 1:

مدخل مفاهيمي حول الصورة

مقدمة:

الصورة بمخزونها الثقافي، ومحمولها الحضاري، وفي شكلها الإدراكي والأيقوني، وفي معناها وتجليها، هي خلاصة تفسيرية لكل معنى أو حدث، لكل واقعة ضمن السياقات الثقافية والحضارية.

فالصورة في حقيقتها هي ثقافة مختزلة بأصدق تعبير فيها، تجسد المفهوم، وتشخص المعنى، وتجعل المحسوس أكثر حسية، ذلك الصورة هي مكون رمزي. وتأويل مرئي للواقع والأفكار والأحداث.

وتظهر الصورة كتعبير بصري وإبداعي يسلك سبيل التخيل وترجمة الأفكار بمعان مستمدة من البيئة الثقافية التي تنمو فيها حقيقة الصورة من خلال ما فيها من عناصر فنية وفلسفية وجمالية، ثقافية وحضارية.

لقد عرف الإنسان الصورة قبل أن يعرف الكتابة، وعندما كتب إنما كان ذلك بشكل رموز وصور قبل اختراع الحرف المكتوب، وهو أمر بالغ الدلالة عما تحمله الصورة من تأثير وأهمية، فخيال الإنسان إنما جاء بما جسده من صور ورموز تعبيرية ترسخت بواسطتها مفاهيمه الثقافية والفنية والحضارية. وبها تم توثيق كل شيء عن حياة البشرية، وعن الحضارة والتاريخ والتراث، وفي المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والفنية... إلخ، ولهذا قيل: الصورة وثيقة تعبر عن الحقيقة، وما لا تعبر عنه ألف كلمة، تقوله الصورة في حينها.

ولسنا نعدو الحقيقة إذا قلنا أن الصورة هي لغة العصر، وأحد أبرز تمظهرات الثقافة والحضارة لدى الأمم والشعوب اليوم، وهي أداة دفاعية ناجزة تمتلكها الثقافات المختلفة في مواجهة رياح التغيير العاتية التي فرضتها العولمة في محاولة لتوحيد الثقافات، واختزالها ضمن ثقافة عالمية واحدة ضمن رؤية كونية واحدة، لا تقبل الاختلاف أو التعدد، وتفرض بالقوة والسطوة من يرى أنه أقوى وأصلح وأجدر بالبقاء.

والصورة عين تحاول أن ترى الحقيقة من خلالها، وتفرض حالة من الذهول العقلي لدى من يتلقاها، إن في جانبها الفني أو الجمالي، أو فرض حالة من الجدلية عندما تصبح الصورة ذات أبعاد ثقافية وحضارية، باعتبارها حامل للقيم والمعاني؛ أو هي مواجهية إذا تعلق الأمر بالحروب الحضارية، وصراع الحضارات، وغزو الثقافات.

وإذا تحدثنا عن الصورة ضمن مناهج الإعلام والاتصال، فهي علاقة بينية بين المرسل والمستقبل، تحمل رسالة من صاحبها إلى متلقيها ذات معنى راسخ، وبالتالي فهي أداة من أدوات التواصل الاجتماعي ووسيلة اتصالية تحمل من الكفاءة ما يجعلها على قدر كبير من الأهمية والتأثير. ويتراوح هذا التأثير ما بين الإيجابية والسلبية، ما بين الصورة المنتجة أو المستهلكة؛ فالصورة اليوم هي لغة تواصل بامتياز، بل إننا نعيش زمن تداعي الصور كما تتداعى الأكلة إلى قصعتها، وهي صناعة ثقافية عالمية تستخدم لإبراز مظاهر القوة والمتعة، أو جعلها مسوغا ناعما لحروب مدججة بالفتك والدمار.

ماهية الصورة:

يعد مفهوم الصورة من أكثر المفاهيم المشتركة والمتعددة، حيث يظهر المصطلح في أكثر من مجال علمي، وحقل معرفي، فمفردة الصورة من حيث المفهوم غامضة كونها تسمح باستعمالها بمعنى عام وواسع، ويظهر ضمن علوم متباينة، حيث يتسع مفهوم الصورة ليعبر عن كثير من جوانب الإبداع الإنساني، وهو ما يؤدي إلى صعوبة وضع تعريف واحد ومحدد.

كما يتداخل مفهوم الصورة مع مفاهيم أخرى تؤدي إلى تعدد المعنى المراد بالمصطلح، حيث أضحى من الشائع ربط مفهوم الصورة بمصطلحات من قبيل: التمثيل، الإنعكاس، التعبير، التشخيص، المقضية كلها إلى إنتاج شتى الظلال المعنوية لمقولة الصورة، ولمعانيها المتعددة.

لقد توسع الدارسون في محاولاتهم لتحديد معاني الصورة ومفاهيمها، وفي فهم مكوناتها وأنماطها، حيث أصبحت تدل في إحدى اتجاهاتها على الصورة الذهنية والبصرية، والصور المتحركة والثابتة، وصور الغلاف، والصور الأدبية والبيانية... وغيرها.

من هنا تنوعت مظاهر الصورة وأنواعها، فمنها الصورة العيانية، والصور المعبرة عن التمثيل العقلي، والصور الذهنية التي توجد في الدماغ، وهناك الصور الخاصة بالمؤسسات أو الأفراد، كصورة الذات والآخر في الدراسات الاجتماعية، وهناك أيضا صور الذاكرة والصور الرقمية، والفوتوغرافية، والتلفزيونية، وغيرها من الصور المستجدة.[1]

الصورة لغة:

[1] صلاح فضل: قراءة الصورة وصور القراءة، ط1، دار الشروق، مصر، 1997، ص 5.

اهتم الدارسون العرب القدامى بتحديد مفهوم الصورة لغة، حيث جاء في لسان العرب لابن منظور أن "مادة صَوَّرَ هي جذر اشتقاقي يشتق منها الكثير من المفردات، فالصورة في الشكل، وجمع صورة هي صور، وقد صَوَّرَ فَتَصَوَّرَ، وتصورت الشيء توهمت صورته، والتصاوير هي التماثيل.[1]

وقال "ابن الأثير" أن الصورة ترد في لسان العرب على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته يقال وصورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، صورة كذا وكذا أي صفته.[2]

كما يظهر مفهوم التصور كاشتقاق من الجذر صوَّر، والذي يعني مرور الفكر بالصورة الطبيعية التي سبق مشاهدتها، وانفعل بها ثم اختزنها في مخيلته، أما التصوير فهو إبراز الصورة إلى الخارج بشكل فني، فالتصور إذا عقلي، أما التصوير فهو شكلي، إذ التصور هو العلاقة بين الصورة والتصوير وأداته الفكر فقط، أما التصوير فأداته الفكر واللسان، واليد، واللغة، وكل أداة يمكن أن تحقق هذه الصورة على أرض الواقع.

والتصوير في القرآن الكريم ليس تصويرا شكليا، بل هو تصوير شامل، فهو تصوير باللون وتصوير بالحركة وتصوير بالتخييل، كما أنه تصوير بالنغمة تقوم مقام اللون في التمثيل، وكثيرا ما يشترك الوصف والحوار وجرس الكلمات، ونغم العبارات، وموسيقى السياق في إبراز صورة من الصور.[3]

ويحضر القرآن الكريم بالآيات التي جاءت فيها مفردات الصورة بمشتقاتها وبتعدد معانيها التي تجري في سياقات مختلفة، نذكر منها في قوله عز وجل:

<< فِي أَيِّ **صُورَةٍ** مَا شَاءَ رَكَّبَكَ>> الانفطار آية 8

أي الصورة الجسمانية والخلقية.

<< هُوَ الَّذِي **يُصَوِّرُكُمْ** فِي الْأَرْحَامِ كَيْفَ يَشَاءُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ>> آل عمران آية 6

أي يخلقكم كما يشاء

<< وَلَقَدْ خَلَقْنَاكُمْ ثُمَّ **صَوَّرْنَاكُمْ** ثُمَّ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اُسْجُدُوا لِآدَمَ>> الأعراف آية 11

أي صور الإنسان على هيئته التي يختص بها على غيره.

<< وَصَوَّرَكُمْ فَأَحْسَنَ **صُوَرَكُمْ**>> سورة غافر آية 64.

<< هُوَ اللهُ الْخَالِقُ الْبَارِئُ **الْمُصَوِّرُ** لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى >> الحشر آية 24.

---

[1] ابن منظور: لسان العرب، دار لسان العرب، بيروت – لبنان، مادة ص و ر، (د ت)، مجلد 2، ص 492.

[2] المرجع نفسه، ص 492.

[3] صلاح عبد الفتاح خالدي: نظرية التصوير الفني عند سيد قطب، (د ط)، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1988، ص74.

أي من صفات الله تعالى وأسمائه المصور، أي الخالق للإنسان وغيره من المخلوقات على ما يريد.
من هذه الآيات الكريمة يمكن الاستدلال على أن الصورة والتصوير تدل في أغلبها على معنى الخلق والإنشاء المختص لإرادته ومشيئة الله عز وجل، أي أن الله تعالى هو مصور الخلق والخليقة ومنشؤها من العدم.

الصورة اصطلاحا:

تعرف الصورة بأنها كل تقليد تمثيلي مجسد، أو تعبير بصري، وهي معطى حسي للعضو البصري، أي إدراكا مباشرا للعالم الخارجي في مظهره المضيء.[1]

كما جاء في تعريف الصورة بأنها: التمثيل البصري لأي مجسم سواء كان إنسان أو حيوان أو جماد، يمكن رؤيته بالعين المجردة وذلك من خلال التقنيات المختلفة مثل الصور الفوتوغرافية أو الفيديو أو الرسوم.[2]

لقد كانت الصورة ولاتزال تعبيرا قويا عن الواقع ، ووسيلة للتأثير والتفسيروالتأويل الرمزي والواقعي ، تحمل معان ورموزا تعكس المفاهيم الفكرية والثقافية ، وتساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه ، وتوجيه تصوراتنا عن الأحداث والوقائع والمنعطفات التاريخية الهامة.

ويظهر من خلال ما سبق ما للصورة من دور مهم في التوضيح وإبراز المعنى المراد توجيهه للمتلقي، فهي رسالة قائمة بذاتها تريد أن تصل بها إلى ضفاف المعاني، فهي بألف كلمة، ولغة مشتركة ما بين الثقافات في قيمها الإنسانية والسلمية، وهي أداة من أدوات الحروب الناعمة التي تتصاعد يوما بعد يوم.

ومنذ نشأت الكلمة وهي بحاجة للصور لكي توضحها، والصور أيضاً كثيراً ما تحتاج إلى الكلمات التي تعبر عنها وتشرحها، لذلك فهما جزء من العملية الإعلامية والتعليمية والإخبارية والفنية، فدائماً الصورة والنص متلازمان، وبينهما مجموعة من الروابط المشتركة التي تساعد على جعل الرسالة أكثر قوة وإيضاح لدى الجمهور المستقبل.

ويقول الباحثون أن العلاقة بين الصورة والنص هي علاقة تكاملية، إذ أن كل منهما يوضح الأخر ويبرزه ويؤكد صحته، فالصورة تؤكد ما كتب من نصوص، والنصوص توضح ما وراء الصورة

---

[1] قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، (د ط)، دار الغرب للنشر والتوزيع، وهران، 2005، ص21.

[2] آية أحمد زقزوق: تعريف الصورة والنص وأهميتها، almrsal.com/post/11.

حين تكون الصورة والنص متسقين يكون المعنى قوي والموضوع يصل لغايته، حيث إن إنتقاء الصورة أمر هام للغاية، ففي حالة عدم التوفيق في اختيار الصور ربما يضعف الموضوع ويخفق الكاتب في إيضاح الرسالة الموجهة.

إن الصورة تأخذ النص من السطحية إلى العمق، لأن الصورة لها قدرة كبيرة في التأثير على الحواس وفي الجوانب العاطفية والوجدانية لدى الأفراد والجماعات والأمم.

محاضرة 2 :

الصورة والتصوير في الثقافة المعاصرة

تمهيد:

إذا كانت الصورة تبني بيد وتهدم بأخرى، فلأن هناك اختلافا في الثقافات والحضارات التي يصل بعضها إلى التصادم وخلق الحروب، وليس على الصورة من سبيل إلا لكونها أداة توظف لصالح من يمتلكها، فهي تلمس المشاعر الإنسانية وتتركز في العقل بأبعاد حسية ووجدانية، وهي وسيلة اتصال ناجزة، حيث إنه ومن خلال الصورة يمكن توصيل أي رسالة يحتاج إليها الإنسان، لأنها تصل أسرع وأبلغ في التأثير، وتصيب الهدف المنشود من ورائها في الغالب الأعم.

- **دور الصورة في الثقافة قديما:**

عرف الإنسان الصورة منذ القدم، منذ أن عرف أن عقله له القدرة على التخزين والتخيل والإبداع، فالصورة ابتكار إنساني مهم لتجسيد لحظة متغيرة تختفي من الزمن بينما تحفظها ذاكرة لإبطالها النسيان.

اخترع الإنسان الأول في العهود البائدة التصوير الجداري والذي يعد أقدم أشكال الفن البشري، وهذا ما تشير إليه لوحات الكهوف في المستوطنات البشرية قديما، حيث كان الفن بأنواعه وسيلة الإنسان البدائي في عصور ما قبل التاريخ لتجسيد رسومات اعتقد بقدرتها على حمايته، ودفع الشرور عنه، ويوجد في هذه الجداريات الحجرية أسئلة وجودية وغيبية استدل بها على معتقداته وطقوسه ونشاطاته.

وتصور هذه الجداريات فعاليات شعوب في حضارة ما، عبر تجسيد لحظة زمنية تروي مشاهد تتراوح بين الصيد والتجمعات والحياة الأسرية، وصولا إلى المشاهد الدينية والجنائزية.

الصورة الجدارية كلغة بصرية:

وجدت الصورة الجدارية في الحضارات القديمة وقبلها، اعتمد إنسان العصر الحجري في تكوين لوحاته الجدارية على ما توفر حوله من مواد طبيعية كالأتربة الملونة والعظام المتفحمة وبقايا الشحوم، أما في الحضارة الآشورية فقد استعملت النقوش البارزة في هذه الجداريات، والزجاج الملون، واستخدمه الخزف ذي الألوان القوية خاصة الأزرق المخضر.

أما عند المصريين القدماء، فكان للتصوير الجداري دورا هاما في إيصال فكرة الدين، وخلق جو روحاني يساعد في أداء العبادات فتزينت المقابر والمعابد الفرعونية القديمة بالرسومات التي تمثل المظاهر الدنيوية والدينية.

وفي العصر الروماني، انتشرت الرسومات على جدران وأرضيات القصور، وأصبح التصوير الجداري سائدا في الديكور الداخلي، أما في العصر البيزنطي، فكان هذا النوع من التصوير مزيجا بين الفن اليوناني والفن الشرقي، فكانت جداريات الفسيفساء الزجاجي مكملة لعمارة الكنائس البيزنطية.

أما في العصر الإسلامي فتميز بالزخرفة في الجدران والأرضيات بفسيفساء الزجاج والحجر ثم تطور الأمر إلى الزخرفة المعمارية واستخدام القطع الخزفية الملونة والمزججة والسيراميك والأحجار نصف الكريمة والأصداف.

وكان التصوير الجداري في العصر الإسلامي متفردا عن غيره من الفنون التي سبقته، من خلال تأثره الواضح بتوجهات العقيدة الإسلامية التي تحرم تصوير كل ذي روح، فظهر في التوريق (الأرابيسك) واستخدام الأشكال الهندسية المتداخلة وتنسيقها وصياغتها بأشكال فنية رائعة، والزخارف الخطية، كخط الديواني، والنسخ الكوفي... إلخ.[1]

أما اليوم فإن التصوير الجداري لا يزال فنا قائما بذاته ضمن فنون التصوير المختلفة حيث تعددت أساليبه الفنية ما بين الألوان الزيتية والبخاخات والصبغات والموزاييك، دخلت في التصميم الداخلي والخارجي.

التصوير في الثقافة المعاصرة:

إلى اليوم لا يزال الإنسان يكتشف الصورة، ويبدع في إنشائها، إننا نعيش اليوم في زمن الصورة بآثارها الإيجابية والسلبية، وفي عصر ثقافة ما بعد المكتوب، لقد أدت الاكتشافات الصناعية إلى ظهور التصوير، وكانت أولى هذه الاكتشافات ظهور عدسات النظارات، حيث وضع "جلوانو" عام 1500م عدسة محدبة الوجهين في الثقب، كما قام "جيوفاني بورتا" بتأليف كتاب السحر الطبيعي والجمال عام 1555م دعا فيه إلى الاستفادة من العدسة المحدبة ليعين الرسامين في رسم لوحاتهم باعتبار أن إيطاليا تعيش حياة النحت والرسم في تلك القرون، وفي عام 1855م أدخل "جوهان زامن" تعديلات جوهرية على آلة التصوير، من بينها تصغير بحر آلة التصوير، واستخدام مجموعة من العدسات

[1] نيرمين علي: التصوير الجداري – أول لغة بصرية عرفها الإنسان –، مجلة الانديبندنت عربية– independantarabia.com، تاريخ الاطلاع 21–6–2023م.

وتثبيتها إلى إسطوانة نحاسية، واستخدام زجاج نصف شفاف لاستقبال الصورة المرئية بدل من استخدام الورق المطلي بالزيت.[1]

وفي عام 1859م وصف "هولمز" صنفا جديدا من عمليات التصوير، وهي تقنية التصوير الفوتوغرافي، وعدها من أهم الإنجازات في العصر المعاصر، لأنها تمنح الإنسان فرصة عزل مفردة محددة من الخبرة البشرية، أو قطعة معينة من نسيج الأحداث أو إحساس من الأحاسيس في زمان ومكان محدد، ضمن قالب مرئي مع محافظة المشهد على الروح المصاحبة للحدث.[2]

وتعمد الصورة في عصرنا إلى تكثيف المحتوى المعرفي للمادة التي تعالجها، من خلال تمثل ذهني خالص، ومعبر عن الذات التي تم تصويرها وتركز قدراتها على وصف المظهر الخارجي الذي يزخر بأطياف لونية، وتضاريس تحاول أن تصفها بدقة تفاصيلها، وتحاول أن توجه المشهد من خلال اختيار المنظور المناسب للدلائل المرئية، وفي النصف الثاني من القرن العشرين بدأت اللغة البصرية تفرض نفسها كعامل مهم له القدرة على التأثير وتشكيل الوعي أو حتى التلاعب به، ووصفت الحضارة الحالية بأنها "حضارة المشهد، واتخذت الصورة المتحركة شكلها الأول من السنما، ثم أصبحت اللغة السائدة في التلفاز والحاسوب، وألعاب الفيديو والإعلانات... إلخ، غير أن هذه الصورة تمارس سلطتها من خلال عمليات صناعية معقدة وباهظة التكاليف.[3]

واليوم فإن الصورة حاضرة في كل المجالات النظرية والتطبيقية السياسية، والاجتماعية والعسكرية والأدبية والفنية، وكونت لها حقلا من الدلالات والمعاني والمفردات: كالمشهدية، والصورة الناطقة والصامتة، المتحركة والثابتة، الملونة وغير الملونة، المكبرة والمصغرة.

وأصبحت الصورة الفوتوغرافية أو التشكيلية وباقي الأنواع أداة إعلامية، وأصبح المتلقي يقبل على الصورة قبل الكلمة أو النص، ولا يتلقى خبرا أو رأيا أو سلعة إلا إذا اقترن ذلك بالصورة التي ألغت الحدود الفاصلة بين الزمان والمكان، وأضفت تقنيات التصوير الحديثة أدوات الحذف والإضافة أو الإحلال والتبديل، وتحولت الصورة إلى سلطة تفردت في صياغتها تقنيات التصوير الحديثة من الفوتوغرافية إلى الرقمية.

---

[1] عبد الله قدور تاني، مرجع سابق، ص208.

[2] حسن مظفر الرزو: الصورة وانعكاساتها على ثقافة الإنسان المعاصر، شبكة الألوكة Alalukah.net، تاريخ الإطلاع 4-6-2023م.

[3] بدر الدين مصطفى: الثقافة البصرية بوصفها مجالا معرفيا بينيا، مجلة فتوحات، ع 4، 2017، ص 198.

وتحتل الصورة اليوم أهمية كبيرة فهي التوضيح وإيصال المعنى وترجمة النصوص، فالصورة دائماً بألف كلمة، وتتمثل أهمية الصورة فيما يلي :

- لها أهمية كبيرة في مجال التعليم ، حيث إنها من أهم الوسائل الاتصالية لتوصيل الرسالة التعليمية، ولا يمكن الاستغناء عنها، خاصة في مراحل التعليم الأولى للأطفال.
- يحتاج الإنسان للصورة ، وهي من أهم سبل التواصل، حيث إنه من خلال الصورة يمكن توصيل أي الصورة تصل أسرع من النص، ولها قدرة كبيرة على الدخول للعقل، لذلك يعتبر في عالم الاتصال أن الصورة تفهم وتترجم أسرع من النصوص.

-الصورة لها تأثير كبير، حيث إن تأثير الصور يفوق تأثير النص لأنها تلمس المشاعر الإنسانية وتتركز في العقل، كما أن لها أبعاد حسية ووجدان.

- الصورة لها قدرة على الإقناع أكثر من النص، ففي حين أن النصوص أحياناً لا تفهم ولا تحقق هدفها، لا تفشل الصورة أبداً في تحقيق هذا الجانب، فدائماً ما تصيب الهدف، وتفهم من قبل الجمهور

- ترجع أهمية الصورة لأنها مرتبطة بشيء ملموس ومحسوس عكس النص الذي قد يكذب أو ينال مصداقية لدى الجمهور.

- الصورة تتميز بأنها أسهل من الكلمة، لذلك لا تطلب إعمال للعقل ولا تحتاج مجهود كبير من الأشخاص.

-الصورة غالباً لا تحتمل التكذيب كما يحدث في بعض النصوص، فالصورة كانت وما زالت تحتفظ بمزيد من مصداقيتها لدى الجماهير.

- الصورة لا تجزأ الرسالة، بل تصلها للمتلقي دفعة واحدة، في حين أن النصوص المكتوبة، تعمل على تجزيء الرسالة، ولا يمكن فهم الرسالة كاملة إلا بالانتهاء من قراءة النص كله.

- ما يضفي للصورة أهمية وبريق أن البصر أهم الحواس التي يعتمد عليه الإنسان في فهم الرسائل واستخلاصها.

-الصورة غالباً لا تكذب، وهذه الجملة لديها المزيد من المصداقية لدى الجماهير، وبرغم التطورات الحديثة التي طرأت على الصورة من تحريف وتزييف، إلا أن ما زال لديها مصداقية كبيرة لدى الجماهير.

-الصورة رسالة للمتعلم والمثقف والأمي، فالجميع يمكنه إدراك الصورة، لأنها تعتمد على البصر والإدراك العقلي فقط، دون الحاجة لترجمة.

- الصورة تجعل النصوص أو الخطابات المكتوبة أكثر متعة وتحقق جوانب التسلية، وتنمي الجوانب الإدراكية والمعرفية لدى الأفراد والجماعات.

محاضرة 03:

التصوير الفوتوغرافي: ظهوره وتطوره

تمهيد

يدخل التصوير الفوتوغرافي في صميم اللغة التعبيرية كوسيلة جديدة، حيث يؤرخ ويوثق للظواهر الثقافية والحضارية للمجتمعات الإنسانية وقضاياها المعاصرة، وقد لعب اختيار التصوير الفوتوغرافي دورا بارزا في توثيق وتسجيل الحالات الإنسانية، وطروحاتها المعرفية جنبا إلى جنب مع باقي أنواع التصوير الفني مثل اللوحة التشكيلية المعاصرة، وقد دخلت تقنية التصوير الفوتوغرافي حيز التعبير عن مظاهر الثقافة و جدليتها المعرفية ضمن السيرورة العامة.

ظهور التصوير الفوتوغرافي

بتطور تقنيات الصورة الفنية عبر التاريخ، فقد تحولت مسارات التعبير الفني وأدواته، وشهد القرن العشرون بفضل تطور الصناعة والتكنولوجيا تسارعا وتعددا في الإنجازات منها ظهور التصوير الفوتوغرافي، ودخول عالم الصورة الفوتوغرافية حيز الثقافة العامة، وخياراتها القابلة للتطبيق في طرق تفكير الإنسان ووسائله التعبيرية وإنتاجه الفني والتعبيري.

وكانت التجارب الأولى للتصوير الفوتوغرافي قد شكلت حالة جدلية جديدة لدى الفنانين والأدباء والشعراء، حيث توقع الكثير منهم انتهاء الفن التشكيلي وفنون التصوير الأخرى، حيث قال "أوجين ديلاكروا" معلقا "من اليوم مات فن التصوير".[1]

ومنذ ظهور تقنية التصوير الفوتوغرافي، تم تحويل الصور الفوتوغرافية من سالبة إلى موجبة، لتدخل مباشرة عالمنا المألوف بصريا، ويعود الفضل في ذلك إلى اكتشاف مادة الكولوديون (collodion) على يد فريديريك سكوت أرجر عام 1847م، والتي ساعدت في طباعة مئات الصور الموجبة، واستخدامها للتوثيق وإنتاج الصور الشخصية ومن ثم إنتاج أولى الصور الملونة عام 1861،[2] وثم بعد ذلك إنتاج الصور المتحركة بواسطة جهاز عرض الصور، وقد أدى هذا التطور التقني والتكنولوجي في صناعة الصورة الفوتوغرافية إلى اتساع استخداماتها بين تسجيل الواقع، والتعبير الفني في الميدان البصري.

---

[1] عبد الحميد شاكر: عصر الصورة – السلبيات والإيجابيات – عالم المعرفة، ع311، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005، ص84.

[2] عبد الله حسين عبيدات وآخرون: تفاعلات التعبير الفني بين التصوير الفوتوغرافي والتشكيل المعاصر، المجلة الأردنية للفنون، مجلد 12، ع1، 2019، ص 85.

وهكذا فرض التصوير الفوتوغرافي بإمكانياته الواسعة والجديدة على ميادين الاهتمامات الفنية والتوجه إلى زوايا واتجاهات جديدة في الرؤيا كالتكبير والتصغير، ومظاهر الحياة اليومية والكون، وتنسيق الموضوعات والمشاهد العائلية، والطبيعة الساكنة أو المشهد الطبيعي، ومشاهد ذات مغزى فني وفلسفي.

ولا شك أن التصوير الفوتوغرافي بدأ يتيح إمكانياته في التعبير الفني منذ مراحله الأولى، حيث استخدم الفنانون التشكيليون التصوير الفوتوغرافي في التعبير الفني كوسيلة لتصوير المشاهد اليومية للحياة.

الدور البارز للكاميرا الفوتوغرافية:

كشفت الكاميرا الفوتوغرافية عن إمكانيات جديدة في اختيار الحقل البصري، مما ساهم في تهيئة الظروف الموضوعية لظهور لغة بصرية جديدة.[1]

وقد مكن حضور التصوير الفوتوغرافي كظاهرة ثورية في الثقافة البصرية، مكن الإنسان من تحليل حركة الأجسام، حيث رصد مشاهد سباق الخيل مثلا من خلال صور متتابعة، تمثل توثبات حركة الحصان والمتسابقة أثناء السياقة، وقد شكل ذلك ثورة في تفسير الحركة من تسلسل وتتابع الصور الفوتوغرافية.

وقد مثل تجزئ اللحظة الزمنية للمادة المتحركة في الواقع، مفاهيم وطموحات الصورة الفنية في فهم حلقة الواقع والأجسام والمادة، كما أصبحت تقنية التصوير الفوتوغرافي وسيلة جديدة لإنتاج الصور التشكيلية، وعُدَّ التصوير الفوتوغرافي نموذجا لظاهرة الحداثة المتجددة، واستطاعت إزالة الأوهام، وحررت العقل، وكيفته مع مفاهيم قيم الإبداع والابتكار والتطور المتسارع، ومنذ ذلك الحين بدأت تتشكل الملامح الأولى للصورة الوسائطية خصوصا بعد اختراع الكهرباء والراديو، وظهرت تطورات واضحة في مفهوم الصورة الفنية وتقنياتها، فالكثير من خصائص وسمات المدارس الفنية منذ بداية القرن الماضي، أظهرت تأثير سمات وخصائص التصوير الفوتوغرافي، الأمر الذي أوجد قاعدة جديدة من قواعد الفن الحديث.

ارتباط الصورة الفوتوغرافية بالوسيلة الإعلامية:

مع ظهور وتنامي الإعلام مع نهايات القرن التاسع عشر، تشكلت إحدى المنظومات الجديدة في تكوين الوعي الجماهيري، وبدت مزايا التصوير الفوتوغرافي حاضرة في الصحف لما اتسمت به من

[1] محمود أمهز: الفن التشكيلي المعاصر – التصوير 1870 – 1970 – دار المثلث للطباعة والنشر، لبنان، 1981، ص42.

سرعة وسهولة الحضور، وأصبح التصوير الفوتوغرافي لغة خرقت كل ما هو مألوف وتقليدي، ووسيلة جديدة فنية تعبر عن حرية المخيلة الفنية الطامحة بالجديد.

ومع حلول عصر الصناعة في بدايات القرن العشرين، ووفرة الإنتاج الصناعي في المجتمعات الغربية، حل التصوير الفوتوغرافي كوسيلة مؤثرة في تشجيع الاستهلاك، والنزعة الاستهلاكية بفعل تأثير الصور الفوتوغرافية الثابتة أو المتحركة، وبدأ بفعل ذلك التصوير الفوتوغرافي يتصدر المؤثرات الأخرى في الأهمية بتغيير مفاهيم الفن وأدواته، وبإبراز الصورة تحت وقع تأثيرها الهائل في استخدامات الجماهير، وما تحققه من إشباعات، وتوجيه الجماهير باستخدام فنون التأثير، وتكييف العقل الجمعي نحو ما يريده المعلنون والمنتجون.

لقد كان للتكنولوجيا منذ ظهورها الدور الأكبر في التبشير باستخدام التصوير الفوتوغرافي، وتكريس دوره في الحياة المعاصرة ليتسنى جعله عصر الصورة،[1] وهو ما جعل التصوير الفوتوغرافي يتصدر بقوة الترويج بواسطة السينما، والإعلان وصناعة الرأي العام، حيث كان له بالغ التأثير في عقول المتعطشين للجديد و للإثارة أو للمتغطرسين لتوجيه نحو دعائية الحروب والصراعات، وحل تأثيره مكان الواقع أو موازيا له.

وقد تم تبني الصور النمطية المنتشرة بواسطة الإعلام منذ منتصف الخمسينات، حيث تعبر عن توحيد القيم في صور، الأمر الذي شكل منظومة قيم وسلوكيات إجتماعية واقتصادية جديدة، تمثلت بالإقبال على الاستهلاك لكل ما هو جديد والاستغراق في الاستهلاك والترف بأنواعه بالنسبة للمجتمعات المعاصرة، وتنميطها كقيمة اجتماعية شمولية، لذلك فإن الصورة يمكن أن تكون وسيطا بين عدة أزمنة وأماكن مختلفة، كما يمكن لها أن تعمل على تكوين الوعي الإنساني وتوجيهه نحو أغراض محددة.

ويمكن القول أن التصوير الفوتوغرافي قد أظهر جزءا حيويا من أساليب المشهد الفني المعاصر، ودورا مكملا لما أنجز في التعبير عن القضايا والموضوعات، وذلك بالتعمق بكافة الإشكاليات الإنسانية للمجتمع المعاصر، وملامح الحياة المعاصرة، فقد وضع التصوير تساؤلات حول الحياة بالإضافة إلى توثيقها، وعلى عوالم لم تقع عليها عين الفنان من قبل، ولذلك عُدَّ التصوير الفوتوغرافي ثورة محققة في مجال الصورة وتوثيقها، حيث لم يعد من قبيل المبالغة أن يقال أن عصرنا الحالي هو "عصر الصورة"، بتمثلاتها الذهنية والفكرية والحضارية.

---

[1] سوزان سونتاغ، حول الفوتوغراف، ترجمة عباس المفرجي، ط1، دار المدى للثقافة والنشر، 2013، ص14.

ويشير التصوير الفوتوغرافي الاحترافي إلى ممارسة التقاط الصور لأغراض تجارية، مثل الإعلانات أو المجلات والصحف، أو مواقع الويب والمدونات الإلكترونية .

وغالبًا ما يتخصص المصورون المحترفون في مجال معين، مثل التصوير الفوتوغرافي للأزياء، أو تصوير المناظر الطبيعية، أو تصوير فوتوغرافي احترافي للحياة البرية، كما يوجد العديد من أنواع التصوير الفوتوغرافي المختلفة، ولكل منها خصائصه وتِقْنيّاته الخاصة.

كما تتضمن بعض الأنواع الشائعة الأخرى تصوير الأشخاص، والطبيعة الصامتة، والتصوير في الشوارع.

وتوجد العديد من أنواع التصوير الفوتوغرافي المختلفة، ولكل منها تِقْنيّاته وأغراضه الخاصة، ومن هذه الأنواع على سبيل المثال لا الحصر:

تصوير المناظر الطبيعية:

وهو فن التقاط الجمال الطبيعي في الهواء الطلق، بما في ذلك الجبال والغابات والشواطئ، وغيرها من المواقع ذات المناظر الخلابة.

وغالبًا ما يركز هذا النوع من التصوير الفوتوغرافي على العَلاقة بين الأرض والسماء، وقد يشمل أشخاصًا أو حيوانات أو أشياء أخرى لتكون جزءًا من تكوين المشهد.

تصوير الشخصيات:

التصوير الفوتوغرافي للصور الشخصية هو فن التقاط صورة لشخص أو مجموعة من الناس غالبًا ما يجري هذا النوع من التصوير الفوتوغرافي في إستوديو، أو في بيئة أخرى يمكن التحكم فيها؛ وقد يتضمن استخدام الإضاءة ووضعيات الجسد، وتِقْنيّات أخرى لإنشاء صورة جذابة ومعبّرة.

تصوير الحياة الساكنة:

التصوير الفوتوغرافي للحياة الساكنة هو فن التقاط الأشياء غير الحية (الجمادات)، مثل الزهور أو الفواكه، أو غيرها من الأشياء ذات الصورة الجميلة. غالبًا ما يركز هذا النوع من التصوير على تفاصيل الموضوع ولونه، كما يمكن استخدامه لأغراض تجارية أو فنية.

التصوير المعماري:

التصوير المعماري هو فن التقاط جمال وتصميم المباني والهياكل والأشياء الأخرى التي يصنعها الإنسان. غالبًا ما يتضمن هذا النوع من التصوير استخدام عدسات واسعة الزاوية ومعَدات متخصصة أخرى لالتقاط حجم وعظمة المباني التي تُصوّر.

التصوير التجريدي:

التصوير التجريدي هو فن التقاط الصور التي لا يمكن التعرف عليها بسهولة، أو التي غُيرت بطريقة ما، مثل استخدام الزوايا أو الألوان أو التكوينات غير العادية. يمكن استخدام هذا النوع من التصوير لخلق شعور بالغموض، أو لتحدي تصوُّر المُشاهد للواقع.

-أساليب وتِقْنيّات التصوير الفوتوغرافي:

يوجد العديد من أساليب التصوير المختلفة، وأكثرها شيوعًا التصوير بالأبيض والأسود، والتصوير الملون والتصوير الرقْمي.

ويُستخدم في التصوير بالأبيض والأسود أفلام أو مستشعرات رقْمية تلتقط ظلال اللون الرمادي فقط، مما يخلق مظهرًا كلاسيكيًّا لفترة سابقةٍ من الزمان.

وغالبًا ما يؤكد أسلوب التصوير هذا على التباين بين الضوء والظلام، ويمكن استخدامه لخلق إحساس بالدراما أو العاطفة ، في حين يُستخدم في التصوير الفوتوغرافي الملون أفلام أو مستشعرات رقْمية تلتقط مجموعة كاملة من الألوان، مما يتيح الحصول على صورة أكثر حيوية وواقعية.

بينما يُستخدم في التصوير الرقْمي أجهزة استشعار رقْمية وبرامج كمبيوتر لالتقاط الصور وتحريرها ومعالجتها.

وبصرف النظر عن نوع أو أسلوب التصوير الفوتوغرافي، هنالك العديد من التِّقْنيّات التي يشيع استخدامها من قبل المصورين لإنشاء صور جميلة وجذابة. من أهم هذه التقنيات استخدام التركيب والإضاءة والتركيز.

كمايظهر ترتيب العناصر في الصورة، إذ يستخدم المصورون التركيب Composition التركيب لخلق التوازن والاهتمام بالصورة، لأن التركيب الجيد يمكن أن يساعد في تكوين صورة جذابة ومتوازنة بصريا والتي تتضمن Rule of third هنالك العديد من تِقْنيّات التركيب المختلفة، مثل قاعدة التثليث .تقسيم الإطار إلى ثلاثة أجزاء متساوية أفقيًّا وعموديًّا ووضع الموضوع في أحد التقاطعات ، والتي يمكن للمصورين Framing ومن التقنيات الأخرى استخدام الخطوط الرئيسية، والتأطير استخدامها لإنشاء صورة أكثر ديناميكية وإثارة للاهتمام .

تِقنية أخرى تُستخدم في التصوير هي الإضاءة. إذ يعد الضوء عنصرًا أساسيًّا في التصوير الفوتوغرافي، ويمكن أن تؤثر طريقة استخدامه تأثيرًا كبيرًا في الحالة المِزاجية للصورة ، و قد يستخدم المصورون الضوء الطبيعي أو الضوء الاصطناعي ،أو مزيجًا منهما لخلق التأثير المطلوب في صورهم .

و بالرغم من أهمية التصوير الفوتوغرافي وما أحدثه من ثورة في عالم التصوير ، إلا أن هناك عيوبا تعتري هذا المجال :

عيوب التصوير الفوتوغرافي :

.–عدم قابلية الأفلام لإعادة الاستخدام .

.–الحاجة إلى كمية كبيرة من بكرات الأفلام للحصول على ما يكفي من الصور.

.–لا يمكن رؤية المنتج النهائي حتى يتم تظهير الفيلم.

–غير قابلة للتكيف بسهولة لظروف الإضاءة المختلفة.

أما عن مميزاته فنجد :

.–رخص أسعار كاميراته ، وجودتها التقنية والفنية.

.–يجعل المصور أكثر خبرة وتدريب.

–من التصوير الفوتوغرافي إلى التصوير الرقمي :

ظهرت التكنولوجيا الرقمية اليوم لتعزز الصورة الفوتوغرافية ، وتمنحها مساحة إضافية من التواجد في العوالم الرقمية ، ونجد من ميزات التصوير الفوتوغرافي الرقمي مايلي :

–هو شكل من أشكال التصوير الضوئي، لكنه يستخدم التكنولوجيا الرقمية لمعالجة الصور دون المعالجة الكيميائية، لكنه لا يعتبر بديلا عن التصوير الفيلمي التقليدي.

–ظهرت فكرة الكاميرا الرقمية التي تعمل بدون فيلم، في نهايات التسعينات، من خلال تصوير الفيديو أو اللايف كليب، واكتشاف إمكانية تثبيت الصور المتحركة وتوصيلها بالكمبيوتر وطبعها.

.–تطورت سريعا تقنية التصوير الرقمي، وارتبطت بالتطور الهائل في مجال الكمبيوتر.

– يحتاج التصوير الرقمي إلى عدة عوامل لنجاحه، من أهمها الضوء الذي يعد أساس نجاح عملية التصوير، لذلك يفضل المحترفين العدسات ذات الفتحات المميزة، التي يمكنها تجميع أكبر كم من الضوء في اللقطة.

. أيضا تعتبر سرعة الغالق أحد العوامل المساعدة في نجاح التصوير الرقمي .

.تستخدم الكاميرا الرقمية بدلا من الفيلم جهاز استشعار بصري لالتقاط الصورة ، يمكن أن تنتج أجهزة الاستشعار كمية غير محدودة تقريبا من الصور دون استبدال .

. قلة الكلفة والتكاليف عن التصوير الفوتوغرافي .

سرعة الأحداث وسرعه التأكد من سلامه وجوده الصورة قبل الطبع.

التصوير الرقمي أسهل كثير من التصوير الفيلمي .

.التصوير الرقمي أسرع وأوفر ولا يحتاج إلي محترف كما هو الحال في التصوير السلبي –النيجاتيف.

. الصور الرقمية يمكن معالجتها، تخزينها، مشاركتها، كما يمكن طباعتها .

عيوب التصوير الرقمي

–تكاليف الكاميرا الرقمية أكثر من الكاميرا القائمة على الفيلم.

– تكاليف الصيانة أعلى كثيرا من كاميرا الفيلم.

واليوم فان الصورة الرقمية بأنواعها المختلفة تعد طفرة متقدمة في عالم التصوير الفوتوغرافي أو الرقمي ، حيث جعلت من الصورة الفوتوغرافية محفوظة رقميا ، و يسهل دمجها وتخزينها في ذاكرة الحواسيب وفي قواعد البيانات .

وفي النهاية يمكننا القول أن التصوير الفوتوغرافي والرقمي كوسيلة جديدة لتسجيل المعلومات وكوسيلة اتصال، قد أصبح أحد القوى البصرية الأولية في حياتنا، فالتصوير الفوتوغرافي لا يستطيع فقط أن يسجل اللحظات من الناحية الشخصية ولكن من الناحية الاجتماعية أيضاً ولذلك أصبح التصوير الفوتوغرافي والرقمي أكثر الوسائل القيمة لتسجيل التاريخ الاجتماعي للمستقبل وللأجيال القادمة كما أن استخداماته في إمدادنا بالمعلومات المتعددة الأنواع والمجالات يصعب حصرها.

محاضرة 04:

أنواع الصورة

تمهيد:

للصورة أنواع كثيرة، ما يزيد من حجم اتساعها وتأثيرها، فهي ظاهرة تختزل الزمان والمكان، والأحداث والوقائع، ناهيك عن تأثيرها الفني والجمالي، ولهذا تعددت الصور ما بين تشكيلية وفوتوغرافية، أو غرافيكية، أيقونية، سيميولوجية، رقمية، أدبية، وشعرية... إلخ.

فالصورة في مفهومها العام هي تمثيل للواقع المرئي ذهنيا وبصريا، أو إدراك مباشر للعالم الخارجي الموضوعي بطريقة مجسدة على نحو ما، حسيا أو برؤية ذهنية محددة.

وتظهر الصورة على نحو ما بطبيعة لغوية كالصورة الشعرية، أو مرئية بصرية كالصور الثابتة أو المتحركة، تشكيلية أو فوتوغرافية، ومن هنا تظهر أهمية صورة في نقل العالم الموضوعي، أو تجسيد فكرة من وحي الخيال والإبداع.

أنواع الصورة: للصورة أنواع كثيرة نجد منها:

1- الصورة التشكيلية:

تقوم الصورة التشكيلية على الخطوط والأشكال والألوان والعلاقات، حيث أن اللوحة التشكيلية مبنية على ما يسمى بالتلفظ البصري المزدوج: الوحدة الشكلية – Formeme، والوحدة الدنيوية Coloreme.[1]

وتعتمد الصورة تشكيلية على رمزية الخطوط والأشكال، والألوان والحروف، فالخطوط العمودية مثلا، تشير إلى تسامي الروح والحياة والهدوء والراحة والنشاط، في حين تشير الخطوط الأفقية إلى الثبات والتساوي والاستقرار والهدوء والتوازن، أما الخطوط المائلة فتدل على الحركة والنشاط، وترمز كذلك إلى السقوط والانزلاق وعدم الاستقرار والخطر، فإذا اجتمعت الخطوط العمودية مع الأفقية دلت على النشاط والعمل، وإذا اجتمعت الأفقية مع المائلة دلت على الحياة والحركة والتنوع.

أما على مستوى الأشكال فثمة مجموعة من الأنواع لها دلالات سيميولوجية، سياقية، ومشتركة، إذ تهدف الأشكال التجريدية بالدرجة الأولى إلى الكشف عن الحقيقة الداخلية العميقة في نفسية، أما الأشكال المصوبة إلى الأعلى فتشير إلى الروحانية الملائكية، أما إذا اتجهت إلى الشمال فهي تدل

[1] قدور عبد البر ثاني، مرجع سابق، ص 26.

على المادية الطينية، أما الأشكال حادة الرؤوس فتؤول إلى الألوان الحارة، بينما الأشكال المستديرة والمنحنية فتؤول إلى الألوان الباردة.[1]

وتعد الصورة التشكيلية بمثابة اللغة المثيرة التي تتناغم وتتحاور مع المدارس البصرية للمتلقي، وإخراجها يعد فنا يقوم على العناصر التشكيلية المختلفة والمتعددة مثل الصورة والكلمة والإيقاع والخط وغيرها، وتعد الصورة التشكيلية أهم العناصر الداعمة لصياغة التصميم، فهي اللغة الذهنية الفعالة والمعبر الأقوى عن محتوى العمل التشكيلي.

إن الصورة التشكيلية المتمثلة في الرسوم والصور من أيسر الأشكال المعرفية التعبيرية التي يمكن للمتلقي التعامل والتفاعل معها، ويتفاوت تأثير تلك الأعمال على المتلقي، ويرجع هذا التباين إلى قدرة المتلقي على احتواء وترجمة هذه الأعمال بصريا وفكريا، وتتمثل أهمية الصورة كونها الواجهة الأولى والتي تعد وسيطا فكريا فاعلا يعكس الاتجاهات الفنية للعمل، ولهذا فإن الاتجاهات الفنية للصورة التشكيلية تعد واحدا من أهم الجوانب الإبداعية والفكرية التي تؤثر بشكل فاعل على المجتمعات،[2] كما أنها من أهم وسائط الاتصال الناقلة للفكر والثقافات ما بين الأفراد والأمم والجماعات.

2- الصورة الفوتوغرافية

يوجد الكثير من أنواع التصوير الفوتوغرافي، والتي تهتم بمعالجة العديد من أنماط التقاط الصور، فكل نوع لديه سماته التي تميزه عن غيره من الأنواع الأخرى:

أ- **تصوير الطبيعة**: يمكن للمصور من خلالها إظهار عناصر الطبيعة الأساسية مثل القمر أو الشمس أو السماء، بل والتفنن في تصويرهم، كالتركيز على اختيار الأوقات التي تظهر جمال الطبيعة مثل وقت الغروب وشروق الشمس، وانعكاسات الضوء.

ب- **التصوير بالأبيض والأسود:** وهو عبارة عن تصوير فوتوغرافي كلاسيكي، يعتمد على إبراز الجمال الحقيقي للصورة، والنمط الواقعي الخاص بها، وهو النوع الذي كان سائدا في الماضي.

---

[1] عبد الله قدور ثاني، المرجع السابق، ص 108.

[2] أحمد جمال عيد، فاطمة محمود جامع: أثر الاتجاهات الفنية على الصورة التشكيلية، jsos-juarnals-ekb-eg، تاريخ الإطلاع 04 جويلية 2023.

ج- **التصوير الجوي:** يوفر أنواعا من الصور الجديدة والشيقة الخاصة باكتشاف المناطق أو المناظر التي لا ترى بالعين المجردة، وتوضح الصور مظاهر الاختلاف بين المناظر الطبيعية والتي يتم التقاطها من خلال الطائرة.

د- **التصوير عن قرب:** يعتمد على تصوير الأشياء من مسافات قريبة من أجل إبراز تفاصيلها الدقيقة ومظاهر الجمال فيها، مثل: تصوير الأزهار والطيور... إلخ.

هـ- **تصوير الأشخاص:** وهو من أنواع الصور المنتشرة، يبرز جمال الشخص، من خلال التركيز على النظرة، أو طريقة الوقوف وتنتشر هذه الأنواع من الصورة في أغلفة المجالات والدوريات أو تصوير عروض الأزياء ... وغيرها.

و- **التصوير الحركي:** يعتمد على إظهار الحركة بالصورة الملتقطة، كإظهار شخص يقود الدراجة سواء كانت سريعة أو بطيئة، أو تصوير شلالات الماء، ما يعطي الصورة قدرا من الفنية والجمال.

ي- **تصوير السفر** وهو نوع من أنواع التصوير الفوتوغرافي الذي يجمع ما بين الشغف الخاص بالمصور بالسفر، وعشقه لفن التصوير، مما يعمل على خلق مجموعة من الصور الفوتوغرافية الجميلة والخلابة.[1]

وهكذا يمكن للصور الفوتوغرافية أن تحتوي على كثير من الفنية والجمالية، إذا أخرجت محكمة فنيا وعلى قدر من الاحترافية والإتقان.

3- **الصورة الإشهارية:** يقصد بالصورة الإشهارية تلك الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنيا ووجدانيا، والتأثير فيه حسيا وحركيا وذلك بغرض دفعه لاقتناء بضاعة أو منتج تجاري ما، وكانت الصورة الإشهارية قد ارتبطت بمقتضيات الصحافة من جرائد ومجلات، ومطويات، فضلا عن ارتباطها بالإعلام الاستهلاكي الليبرالي، بما في ذلك الوسائل السمعية والبصرية من راديو وتلفزيون وسينما ومسرح، وقنوات أرضية وفضائية... إلخ.

وتستعمل الصورة الإشهارية مجموعة من الأدوات البلاغية والبصرية قصد التأثير والإقناع، وتمويه المتلقي مثل: التكرار، التعليق، المؤثرات الفنية من بصرية وسمعية، التماثل والتشكيل البصري.

وعادة ما تحمل الصورة الإشهارية نوايا المرسل ورؤيته للعالم، وتعمل جاهدة للتأثير في القارئ أو المتلقي، لإقناعه بالسلعة أو الخدمة المروج لها عبر الصورة الإشهارية.

---

[1] تعريف وأنواع الصور الفوتوغرافية، موقع المرسال – almrsal.com/post/49، تاريخ الإطلاع 06 جويلية 2023م.

4- الصورة الكاريكاتورية

تعد الصورة الكاريكاتورية صورة مرسومة بيد صاحبها الذي يحمل رؤية وفكرة محددة من خلال تلك الصور التي تحمل نوعا من السخرية والنقد لجملة الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

ارتبطت الصورة الكاريكاتورية بالصحافة الغربية منذ القرن التاسع عشر ميلادي، وبعد ذلك تأثرت بها الصحافة العربية. ويعد الكاريكاتير فنا إعلاميا قائما بذاته، حيث يعد فنا تعبيريا مبالغ فيه، وجماليته تكمن في عملية السخرية والهزل والضحك، وكذلك في الموضوع أو الفكرة، وتأتي جمالية الصورة الكاريكاتورية من التناغم والجمال، حيث يلعب فيه الخط دورا هاما في عملية الأداء والتعبير، وعن طريقة هذا الخط تتسرب أفكار الفنان إلى المشاهد.[1]

وهناك نوع من الصورة الكاريكاتورية التي تحمل في طياتها الهزل المضحك والنظيف وغير المسيء للآخرين، وقد ظهر هذا في العصر الحديث، ومارسه عدد من كبار الفنانين المعروفين، مثل بول كلي، وليام هيث، ومونيه... إلخ، وبعد التطور الاجتماعي، وظهور الأنظمة الديموقراطية، تغيرت الأذواق والمفاهيم، وأصبح هناك احترام للرأي الآخر والتعايش معه بسلام، وفي هذا الجو أصبحت الحكاية الفكاهية رائجة بين الناس كما انتعش فن الكاريكاتير، وأظهر أن التذوق الفني والمستوى الثقافي له دور كبير في احترام هذا الفن، وفي تلقي الصورة الكاريكاتورية.[2]

وهناك الكاريكاتير التعبيري، يكون للفنان فيه قدرة وحس كبير على التقاط المشاعر، والوضع النفسي الداخلي، ورسمها على شكل خطوط وسطوح معبرة ودالة على صاحب البورتريت، وكان من ثمرات هذا الأسلوب الحكايات المصورة للأطفال وللكبار، ظهرت من خلالها شخصيات الكرتون مثل: بوبي، وتن تن، وميكي ماوس، وسوبرمان، وتوم وجيري، وغيرها.

5- الصورة الرقمية الحديثة

تفرض اليوم الصورة الرقمية نفسها بقوة في مجال الإعلام بشكل عام والإعلام الرقمي بشكل خاص، حيث تعد عاملا مدعما للنصوص الصحفية، كما منحت التطورات التكنولوجية لما توفره من إمكانية في اللون والتحكم بالأشكال والأبعاد أدوارا جديدة للصورة في كافة المجالات السياسية والأمنية والثقافية وغيرها.

---

[1] كاظم شمهود طاهر: فن الكاريكاتير – لمحات عن بدايته وحاضره – ط1، أزمنة للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2003، ص 144.

[2] المرجع نفسه، ص145.

وتحقق الصورة الرقمية أعلى مستوى من الجودة باستخدام التقنيات المتاحة في عالم التكنولوجيا، كما يعد استخدام الصورة الرقمية ذا أهمية كبيرة بوصفها إحدى تطبيقات الإعلام الجديد، وهي وسيلة لتقديم المعلومات، بشكلها الواضح والجديد لفهم معاني ودلالات الأحداث المحيطة بنا، كما أصبحت تؤسس لنوع آخر من الفهم المرتبطة بمحاكاة الواقع بطريقة أكثر دقة ومصداقية.

وتتكون الصورة الرقمية من ملايين المربعات الصغيرة وتدعى عناصر الصورة، أو بيكسلات، وعندما يبدأ الحاسب برسم الصورة فإنه يقوم بتقسيم الشاشة أو الصفحة المطبوعة إلى شبكة من البيكسلات، ثم يقوم باستخدام القيم المخزنة للصورة الرقمية ليعطي لكل بيكسل لونه وسطوعه، وتدعى هذه الطريقة بتوضيع الخانات Bi-marring .

وتعتمد جودة الصورة الرقمية على عدد البيكسلات المكونة لها، فكلما ازدادت عدد البيكسلات كلما حصلنا على نوعية أفضل.[1]

وتظهر بعض الأساليب التي تستخدمها وسائل الإعلام بشكل شبه يومي على الصورة الرقمية وهي:

1- **الاختزال:** أي اختزال أحد عناصر التصميم مثل اللون أو الإضاءة.

2- **اقتطاع جزء من الصورة:** تركيز الصورة وحصرها في الأساسيات ذات التخمينات الأهم للموضوع المصاحب للصورة.

3- **الحجم المناسب:** هو التلاعب بالحجم عن طريق المبالغة في التكبير أو التصغير في الاستحواذ على انتباه المتلقي.

4- **التلاعب أو التحريف:** يتضمن ذلك عامل المبالغة في أبعاد الصورة في زيادة الطول نسبة للعرض والعكس تسطيحا وإحداث خدوش أو تغيير هلامي عن المألوف.[2]

وتتميز الصورة الرقمية بطابعها التقني والرقمي والافتراضي، ومن ثم فهي صورة متطورة وعصرية ووظيفية، مرتبطة بالحاسوب والشبكة الرقمية، وبواسطتها يمكن أن نجد كل الصور المرغوبة دون لجوء إلى التشكيلي أو الفوتوغرافي.

---

[1] ندى عمران حسين: الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد، ع 51، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة النهرين، بغداد، سبتمبر 2019، ص427.

[2] المرجع نفسه، ص428.

فثمة صور موجودة بكثرة داخل العوالم الإلكترونية الرقمية يختار الإنسان منها ما يشاء، بل تحولت الكثير من الصور التشكيلية والسينمائية والإشهارية وغيرها إلى صور رقمية عصرية يتحكم فيها الحاسوب بالتثبيت أو التغيير أو التصوير.[1]

وهو ما يعني أن الصورة بأنواعها قد استفادت من الثورة الرقمية في مجال استثمار الصورة الرقمية بسرعة ومرونة، إلصاقا وتركيبا وإبداعا وإنتاجا.

وتنقسم جميع ملفات الصور الرقمية إلى فئتين: متجه أو نقطية، كل تنسيق له مزايا وعيوب في مواقف مختلفة، لذا فإن معرفة خصائص كل منها يمكن أن يساعد في تحديد التنسيق الأفضل لأي مشروع يتعلق بالتصوير الرقمي.

ويمكن تمييز أنواع الصور الرقمية من خلال مايلي :

1-متجه الصور الرقمية :

يتكون من خطوط ومنحنيات تسمى المسارات، حيث يتم استخدام برنامج الكمبيوتر لإنشاء رسومات متجهة، وتمثل الصورة المتجهة نوع الإطار السلكي للصورة، كما تحتوي الخطوط المضمنة في نوع الإطار السلكي للصورة على ومنحنيات وخطوط، حيث يمكن تخصيص قيمة ولون محددة للخطوط والمنحنيات المستخدمة فيه.

كما يمكن تكبير الصورة المتجهة ولكن لن يتم المساس بجودة البكسل مما يجعل الصورة المتجه قابلة للتمييز عن أنواع الصور الأخرى، حيث أن منحنيات الصورة ناعمة ويمكن تكبيرها بسهولة، أفضل مثال هو النص، وعندما يتم تكبير النص بغض النظر عن جودة البكسل التي لا تنخفض ويظهر النص المكبر تمامًا مثل حجمه الأصلي.

تكون ملفات المتجهات أكثر فائدة عندما يحتاج الرسم إلى القدرة على معالجة تغيير الحجم، حيث يحتفظ بتفاصيل واضحة عند تغيير الحجم إلى أي حجم آخر، كما يعد تنسيق المتجه للتوضيحات الرقمية مثل الشعارات، كما أن أحد العيوب هو توافق صورة المتجه، عند يتم اختيار حفظه كملف أصلي لذلك البرنامج مما يجعله أقل توافقًا حيث يحتاج البرنامج إلى التثبيت في الكمبيوتر للوصول إليه، مثال على ذلك هو الرسوم التوضيحية التي تشبه الصور التي يمكن صنعها من برامج الصور المتجهة.

[1] جميل حمداوي: أنواع الصورة، موقع جامع الكتب الإسلامية ketabonline.com، تاريخ الإطلاع: 06 جويلية 2023.

2-الصورة الرقمية النقطية :

سميت بذلك لأنها تتكون من بلايين وتريليونات من المربعات الصغيرة يطلق عليها صورة نقطية المعروفة بالبكسل، حيث أنه عندما يتم تكبير الصورة النقطية يمكن رؤية المربعات الصغيرة فيها، وعند مقارنتها مع المتجه، يكون الاختلاف الرئيسي هو كفاءة حجم الملف، كما يحتوي على حجم ملف أكبر والنقاط في (PPP) مقارنة بالمتجه، حيث أن حجم الملف أكبر بسبب عدد البكسل في البوصة (DPI) البوصة.

مثال على الصورة النقطية هي الصور الموجودة على مواقع الويب، حيث تُستخدم الصور النقطية في الغالب للنشر الرقمي ولكن لا يمكن استخدامها لمشاريع الكتابة المطبوعة، لا يمكن استخدام الصور النقطية للمشاريع المطبوعة نظرًا لانخفاض دقة الصورة ، ولأن حجم الملف أكبر بالنسبة لها.

محاضرة 05:

مبادئ الثقافة المرئية

تمهيد:

تعبر الثقافة المرئية عن جوانب القيم والأعراف والعادات والتقاليد والفن التي تعتمد عليها الصور المرئية، بمعنى آخر كيف تجلت الثقافة الإنسانية وتطورها عبر الصور المرئية؟

كيف جسد الإنسان جملة المعتقدات والقيم والأعراف الخاصة به عبر صور ومنحوتات، وزخارف، وصناعات يدوية وتشكيلية ...إلخ.

وبالطبع فإن هذه الثقافة تتطور مع تطور الأفراد والجماعات والأمم وهي تعبر عن الجانب الفني أو التقني في التطور الحضاري لأي مجتمع من المجتمعات عبر مختلف الأزمنة والعصور والأمكنة، فهي شواهد تاريخية مستحدثة، أو آثار تركها الأولون لمن خلفهم يستدل بها على جوانب من الحضارة والتطور الفني والجمالي.

ماهية الثقافة المرئية:

تدرس الثقافة المرئية كل ما هو مرئي تراه العين وتشاهده وتدرك معانيه، على أن يكون صناعة وإبداعا من جانب الأفراد أو الجماعات، ويتجسد ذلك عبر الوسائط الفنية التقليدية كالصور والمنحوتات والآثار القديمة، وكل ما ينتجه الإنسان من أعمال فنية تحتاج في تذوقها إلى الرؤية البصرية المحسوسة على اختلاف الوسائط المستخدمة في إنتاجها، فنجد الأعمال الفنية التي تشكل حيزا من الفراغ كالرسم والتلوين والنحت، والفنون الزمانية كالرقص والشعر والموسيقى، وهناك الفنون التشكيلية / الزمانية كالسينما ...إلخ.

تتميز الثقافة المرئية بعدة خصائص، منها:

- 1. **التواصل:** تعتبر الوسائل المرئية وسيلة فعالة للتواصل ونقل المعلومات والأفكار بصورة سريعة ومباشرة.

2. **الإبداع:** تعتبر الوسائل المرئية وسيلة للتعبير الفني والإبداع، حيث يمكن للفنانين والمبدعين استخدامها للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم بشكل فني.

3. **التأثير العاطفي:** تتميز الوسائل المرئية بقدرتها على تحفيز العواطف والمشاعر لدى المشاهدين، حيث يمكن للأفلام والبرامج التلفزيونية والأعمال الفنية الأخرى أن تثير المشاعر المختلفة مثل الفرح والحزن والخوف والغضب.

.4- **تأثير الثقافة:** تنقل الوسائل المرئية العديد من القيم والمعتقدات والتصورات الثقافية، وتساهم في بناء الهوية الثقافية للأفراد والمجتمعات.

.5- **الترفيه والتسلية:** تعتبر الوسائل المرئية وسيلة للترفيه والتسلية، حيث يستخدم الأفراد الأفلام والبرامج التلفزيونية والألعاب المرئية للترويح عن أنفسهم وقضاء وقت ممتع.

.6- **الثقافة الشعبية:** تساهم الوسائل المرئية في تشكيل الثقافة الشعبية، حيث يتم استخدامها لنقل القصص والتراث والتقاليد الشعبية والتعريف بثقافة مجتمعات محددة.

ويرجع تعدد استخدامات هذا المجال إلى مجموعة العناصر التي يتضمنها مفهوم "الثقافة المرئية" التي تتعدد ما بين ملموس وغير ملموس، فني أو تشكيلي، منحوت، عمارة، زخارف، صناعة بصرية كالسينما والأفلام، صور متحركة، تلفزيون، إعلانات وغيرها.

واليوم فإن التداخل ما بين المرئي والتقني أصبح متشابكا إلى حد كبير، ويفسر الأكاديمي "مارتن جاي" بروز الروابط القائمة ما بين المرئي والتقني بالقول: "طالما نعيش في ثقافة تغري تطوراتها التقنية بإنتاج وتوزيع هذه الصور، فمن الضروري التركيز على كيفية عملها وما تقوم به، بدلا من المرور عليها مرور الكرام للانتقال إلى الأفكار التي تمثلها أو الحقيقة التي تدعي أنها تصورها ..."[1]

وبينما تظل الصورة نقطة مركزية في دراسة الثقافة المرئية، تبقى العلاقة بين الصور والمستهلك لها، هي ما يتم تقييمه من خلال المغزى الذي تحمله من الناحية الثقافية، وليس الصور في حد ذاتها، وهنا يصبح البحث عن المعنى جوهريا داخل أي صناعة مرئية تتجذر داخلها ثقافة مجتمع بأكمله بشكل إبداعي متجدد، تتصالح فيه الثقافة مع ذاتها، ومع المحيط الذي تحيا فيه.

المبادئ الأساسية للثقافة المرئية:

يعبر مصطلح الثقافة البصرية أو المرئية عن مرحلة ثقافية بشرية تغيرت معها مقاييس الثقافة كلها إرسالا واستقبالا وفهما وتأويلا، فالصورة تدخل في تفاصيل الأحاسيس الوجدانية، وفي التكوين العقلي، وتتحكم في جملة القرارات كقرار الشراء والاستهلاك مثلا، أي أننا أمام ثورية ثقافية ذات معاني متعددة، حيث إن أنماط الاستقبال الثقافي صارت من التنوع والتعدد ما يجعل وهم الهيمنة المطلقة لثقافة كونية واحدة غير صحيح، بل إن الواقع يعبر عن التعدد، وعن ظهور أنساق ثقافية تقاوم رغبات الهيمنة، فكل ثقافة تحمل صورها المعبرة عنها، وكل ثقافة تفرض نفسها عبر إنتاج صور مضادة للآخر، وصارت الصورة مقابل الصورة، وكأن الصورة تحمل بين طياتها غريزة البقاء لأي ثقافة أو

[1] Martin jay : the advent turn, journal of visual culture, http : // vcu, sage pub.com, 2002, 1, p87

مجتمع، من خلال ما سبق يمكن القول أن للثقافة المرئية التي تعبر عن نوع خاص من ثقافة الصورة، لها مبادئ أساسية تعبر عن أسسها ومقوماتها، وعن خصوصية هذه الثقافة المرئية حسب الزمان والمكان، وطبيعة الثقافة والمجتمع، وعن ثنائيات النمو والاطراد، الاتساع أو الضيق، السكون أو الحركة، الانفتاح أو الانغلاق، ونجد من هذه المبادئ الجوهرية ما يلي:

أ- الحداثة والجدة

مرت الصيغ التعبيرية في الثقافة البشرية بأربع صيغ جذرية وهي مرحلة الشفاهية، مرحلة التدوين، مرحلة الكتابة، وأخيرا مرحلة ثقافة الصورة، ولكل مرحلة خصائصها تعطي من هذه الخصائص إلى المرحلة الأخرى، وتعبر الثقافة المرئية عن الصيغ الأكثر جدة وحداثة أخذت من خصائص الكتابة والتدوين، بل وتآلفت الصورة مع التعبيرات الشفهية والكتابية، والرسوم والتشكيلات وهو ما يعطيها طابع التأثير، وقدرتها على النفاذ إلى أعماق النفس، والتعبير عن جملة المحمولات الذهنية والعقلية.

ب- خصوصية التأويل والتفسير:

بدخول مرحلة الثقافة المرئية والبصرية تكسرت الحدود والطبقيات والتمييزات، وتداخلت إمكانات التأويل الثقافي، حيث صار كل مشاهد يستقبل ويفهم ويفسر ما يراه دون الحاجة إلى وسيط، ولم يكن هذا ممكنا في زمن ثقافة الكتابة، ويمكن للمرء أن يشاهد أي صورة دون الحاجة إلى لغة، وهو ما أطلق إمكانيات التأويل الحر، مثلما وسع دائرة الاستقبال، وساوى بين الناس في ذلك، وتراجعت النخبة، وسقطت معها الوصاية التقليدية ورموز الثقافة التقليديين الذين كانوا يحتكرون الحق في التأويل، وإنتاج الدلالات.[1]

ج- النسق الثقافي للصورة المرئية:

لكل صورة نسقها الثقافي والمجتمعي الذي تحيا فيه وتزدهر، وأضحت الصورة السينمائية والتلفزيونية والفوتوغرافية تقول ما كان يقوله النص الشعري أو النثري وما فيه من بلاغية، ولكن بشكل أبلغ وأكثر حدة وسرعة، وهذا لأن التغيير صار في الوسيلة التي تحمل هذه الصورة، حيث تعبر الوسيلة اليوم عن نسق ثقافي غير محايد[2] (الصورة الصحفية، التلفزيون، السينما، الميديا الجديدة ...إلخ).

---

[1] عبد الله الغذامي: الثقافة التليفزيونية – سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط 2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء – المغرب، 2005، ص11.

[2] المرجع نفسه، ص196.

وقد جرى تحول ثقافي واسع من نصوص اللغة والكتابة، إلى نصوص الصورة بما يحمل من طاقات دلالية عميقة وقوية عبر نظام التورية الدلالي، ومعاني مختبئة خلف الصورة الظاهرية.

ورغم التغييرات الشكلية التي حدثت بفعل بروز الثقافة المرئية واستحواذها على المشهد العام، وبعض تمظهرات السلبية والمتناقضة داخل هذه المرئية، إلا أن ذلك لا يمس بشكل جذري الهويات العميقة، فالتغيرات تكون في موضات الملابس، وفي أنماط المأكل والمشرب والسلوك اليومي، ولكن الهوية الجوهرية في الدين واللغة والعرق تميل إلى مزيد من التحصن، وتظهر مقاومة شديدة، ولفظا قويا ضد الآخر المختلف، بل إن الصورة تحفز صورة أخرى، وكلما قوية صورة من الصور، فإنها تحفز نقيضها وناسخها بقدر ما تشيع وبقدر ما تتقوى، وهذا قانون ثقافي يدخل ضمن التورية الثقافية ويكشف عنها باستمرار، والعلامة دوما تعني الشيء ونقيضه ولا معنى لها إن لم تكن كذلك كما قرر الجرجاني من قبل.

إننا نشهد عصرا ثقافيا جديدا تحكمه الصورة، له منطقه الخاص، ولا تسقط عليه القوانين التفسيرية والتأويلية القديمة التي صارت تقليدية، وغير كافية لتفسير الظاهرة ما يدفع بنا إلى اكتشاف منطق جديد نقرأ به ثقافة الصورة ونستكشف تغيراتها النسقية والذهنية، وما يتلوها من ابتكار بشري في المقاومة المواجهة والدفاع عن الذات، وفي الثقافة المهددة بالاستلاب، وهنا يبرز قانون التدافع الثقافي كسنة من سنن الله الكونية في الآفاق والأنفس، مصداقا لقوله تعالى: << وَلَوْلَا دَفْعُ الله النَّاسَ بَعْضُهُمْ بِبَعْضٍ لَفَسَدَتِ الْأَرْضُ وَلَكِن الله ذُو فَضْلٍ عَلَى الْعَالَمِين>> سورة البقرة، آية 251.

-ملامح ثقافة رقمية جديدة:

تمثل ملامح الثقافة الرقمية الجديدة من خلال ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن وهي أحد أهم مراحل التطور الكبرى في تاريخ الإنسانية. ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغيرات في المشهد الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والإعلامي والتعليمي والمعرفي الحديث. وقد استلزمت التطورات الواسعة في هذا العالم الرقمي من الأفراد ضرورة الإلمام بالإمكانيات التقنية، والوصول إلى مستوى عالٍ من البراعة والمهارة في استخدام الكومبيوتر والهاتف الذكي والكاميرا الرقمية وغيرها من الوسائل التكنولوجيا الحديثة.

ونحاول هنا تلخيص بعض ملامح التطورات في المجالات المختلفة :

أولا – في المجال الإعلامي:

يمثل المجتمع الرقمي فرصة للمجتمعات والثقافات لتقدم نفسها للعالم، كما أنه يوفر لكل فرد مرتبط بالإنترنت فرصة أن يكون إعلاميا وصانعا للمحتوى أيا كان نوع هذا المحتوى، نصا مكتوبا أو صورة

أو مقطع فيديو، إذ يمكننا القول أن الصناعة الإعلامية تعتبر من أكثر المجالات تأثرا بالثورة المعلوماتية، فمع ظهور هذا الشكل الجديد من الإعلام بأنماطه في استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها نشأت عدة ظواهر:

1-كسر احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية الكبرى التي مثلت لوقت طويل وسائل تواصل من طرف واحد، حيث يصعب على القارئ أو المشاهد أو المستمع إبداء رأيه فيما يتلقاه من خلالها.

2- ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين غير المتخصصين إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد.

3-ظهور منابر جديدة للحوار حققت درجة عالية من التفاعلية بين أطراف عديدة في جميع أنجاء العالم، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية وبسرعة فائقة على ما يدور في هذا العالم الافتراضي، فأصبحت الأخبار والمعلومات في ظل هذا الإعلام الجديد تأتي أفقية تواصلية فتكون دائما غير مكتملة وقيد التطوير المستمر، وبهذا يصبح القارئ قادرا على تصحيح المعلومات أو الإضافة اليها.

4-المشاركة في وضع أجندات النقاش حيث ينجح الإعلام الجديد أحيانا في تسليط الضوءبكثافة على القضايا المسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا هاجسا للمجتمع .للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها مع تفاوت أهمية هذه الموضوعات

5-نشوء ظاهرة الشبكات الاجتماعية الافتراضية، وهي مجموعة من الأشخاص يتحاورون باستخدام وسائل الإعلام الجديد، لأغراض مهنية أو اجتماعية أو تربوية، وقد يكون هذا المجتمع الافتراضي أكثر قوة وفاعلية من المجتمع الحقيقي لانتشاره عبر المكان وتحقيق أهدافه بأقل قدر من القيود والمحددات.

6-لقد اعتمدت الثقافة الرقمية على الصورة بأبعادها السيميائية والدلالية، فأصبحت الصورة في شبكات التواصل الاجتماعي آلية العالم الافتراضي التي تساهم بشكل فعال في التأثير وتشكيل الرأي العام وتوجيهه.

ثانيا- المجال التعليمي والمعرفي :

حقق العالم الرقمي في المجال التعليمي قفزة كبيرة مع جائحة كورونا، فبسبب تداعيات هذه الأزمة الصحية العالمية والحظر الشامل والجزئي أصبح التعليم رقميا حتى يمكن تجاوز هذه المرحلة المؤقتة بأقل خسائر ممكنة، فحدثت طفرة كبيرة في تحويل البيئة التعليمية التقليدية إلى بيئة رقمية من خلال تمكين الطلاب من التفاعل والاستفادة من التقنيات الحديثة وإكسابهم المهارات الشخصية والتقنية اللازمة للاستخدام الإيجابي للتقنية الجديدة. وقد وسعت الثقافة الرقمية بلا شك خبرات الطلبة وساهمت في إضافة موسوعة من المفاهيم والمعارف إلى عالمهم، وانتقلت علاقة الطالب بالكتاب من المطبوع

إلى الرقمي، وأصبح معظم الأفراد يستفيدون من المكتبة الرقمية التي توفرها لهم وسائط الثقافة الرقمية. فعلى سبيل المثال تم وضع المناهج الدراسية والمحتوى التعليمي على بنك المعرفة المصري لجميع المراحل التعليمية لمساعدة الطلاب على استكمال دروسهم إلكترونيًا عبر الإنترنت في ظل أزمة مرض كورونا.

إلا أن هذا العالم الجديد قد وضع المعلم أمام تحد كبير نحو تطوير مهاراته الرقمية والتدريب المستمر عليها وعلى الأنظمة التقنية المختلفة والبرامج ووسائلها ليصبح عضوا فاعلا في المنظومة التعليمية.

أما في المجال العلمي والمعرفي فقد قامت العديد من المكتبات والجامعات والمجلات والمراكز البحثية بإتاحة مواقعها مجانًا للقراء والباحثين. كما حدث تغير كبير في مجال النشر العلمي من خلال شبكة الانترنت، حيث حدث تطوير وتسهيل وفتح قنوات جديدة للنشر العلمي، فالنشر الرقمي يعد تقنية رائدة ذات أهمية بالغة في دعم الباحثين وطلاب الجامعات، فقد مكنهم ذلك من تلبية احتياجاتهم المعلوماتية بقدر كبير من السهولة واليسر.

ومع انتشار وسائل التواصل الرقمي بصورة مذهلة تم إعادة تعريف الكثير من المفاهيم المستقرة منذ قرون وهي المجتمع والهوية والزمان والمكان والثقافة والخصوصية والسرية والقيم، فبدل من التعريف التقليدي للمجتمع بأفراده المقيمين على أرض واحدة في زمان ما أصبح هناك ما يعرف بالعالم الاجتماعي الافتراضي، فالمستخدمون يؤسسون في هذا العالم علاقات اجتماعية ربما تتطور إلى عمل أو زواج أو صفقة تجارية متجاوزين الحواجز المكانية، مع تسريع كبير لوتيرة الحياة. وقد أصبح من الشائع لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية إخفاء هوياتهم الحقيقية، ومع ما للهويات المجهولة من مضار على الحوار تتعلق بالصدق والموثوقية يرى البعض أن عدم معرفة الشخص الذي تحاوره معرفة شخصية يجعل الحوار يتسم بالجرأة والصدق إذ يحرر المستخدم نفسه من قيود الزمان والمكان والمجاملات.

ومن الجدير بالملاحظة أن بعض المفكرين والكتاب والإصلاحيين ورجال الدين والمثقفين يتخذون من الفيسبوك فضاءً يناقشون فيه مع أصدقائهم ومعجبيهم أفكارهم الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية وغيرها، إذ يلجأ كثيرون إلى إنشاء ما يسمى "بالصفحات أو المجموعات" pages أو Groups.

وعلى الرغم ما قدمته الثقافة الرقمية من فوائد مهمة للبشرية، فإن هناك تساؤلات تثار حول التأثير السلبي المتوقع لتلك الثقافة على البشر من نواحي عديدة، وفى هذا السياق ننتقل إلى مناقشة الأوجه المختلفة التي تؤثر بالسلب على حياة الفرد والمجتمع في هذا العالم المعلوماتي الجديد.

– الثقافة الرقمية.. مخاطر وتحديات :

إذا كان المجتمع الرقمي في المجتمعات المتقدمة هو وليد سيرورة الحداثة والعقلانية والتطور، فإن الطفرة الرقمية في المجتمعات النامية أصبحت واقعا معاشا إلى جانب بنية ثقافية تقليدية لمجتمعات ما زالت تعاني من الأمية. هذا الوضع خلق تناقضا في الوعي الثقافي للمواطن بين ثقافة تقليدية وثقافة حداثية تطمح إلى اللحاق بالركب الحضاري للعصر، فأصبح واقع الهشاشة الثقافية والرقمية يلقي بثقله على هذه المجتمعات. ويعتبر هذا الأمر هو السبب الخفي وراء كثير مما تعاني منه المجتمعات النامية من ظواهر سلبية.

إدمان التواصل الشبكي :

في عام 1995 أدخل الطبيب النفسي الأمريكي "إيفان جولدبيرج" مصطلحا جديدا في مجال الطب النفسي هو "اضطراب إدمان الإنترنت" Internet Addiction Disorder ، ويعني إدمان الإنترنت اعتياد الشخص الجلوس أمام الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت –سواء الكمبيوتر أو الهواتف الذكية– واستخدامهم لفترات طويلة دون الانتباه للوقت الذي قضاه أو يملك القدرة على التوقف. وبسبب هذا الإدمان فإن الشخص يهمل حياته الشخصية ومهام عمله اليومي ويفقد القدرة على الاندماج في المجتمع، ويكون اهتمامه منصبا فقط على الإنترنت ويعتبره نافذته الوحيدة على العالم، هذا العالم الافتراضي الخيالي. ومن الملاحظ أن المدمن للإنترنت يصاب بالتوتر الشديد والقلق المرضي إذا حدث انقطاع في شبكة الإنترنت، وهي حالة قريبة مما فيه آخرين من مدمني المخدرات والكحول والقمار، وعادة ما يعاني هؤلاء الأشخاص من العزلة الاجتماعية واضطرابات في النوم وأحيانا الاكتئاب.

وهناك عدة أشكال لإدمان الإنترنت:

– إدمان المعرفة: ويكون في صورة الانبهار بالكم الهائل من المعلومات، الأمر الذي يؤدي إلى قضاء ساعات طويلة في التصفح والبحث في قواعد المعلومات. فهؤلاء الأفراد يبددون كمية غير مناسبة من الوقت في بحث وجمع وتنظيم المعلومات.

– إدمان الدردشة: ويتم في هذا النوع من الإدمان الاستغناء عن العلاقات الواقعية لصالح العلاقات الافتراضية.

–إدمان الألعاب الإلكترونية.

–الإدمان المالي: وفيه يتصرف الشخص بأمواله من خلال شبكة الإنترنت في أمور ليس بحاجة إليها كالمشاركة في أسواق المال أو المزادات.

–الإدمان الجنسي: وفيه يقضي الشخص أوقات طويلة على المواقع الإباحية وغرف المحادثات الرومانسية.

التأثير السلبي على الأطفال:

لقد حذّر الأطباء من تداعيات نفسية وجسدية تطال الأطفال جراء استعمالهم المفرط للأجهزة الإلكترونية، فهم أكثر عرضة للقلق والاكتئاب والعزلة والشعور بالوحدة والكسل والخمول واضطرابات النوم، بالإضافة للإدمان المرضي، وفقدان المقدرة على التفكير الحر، وتعزيز ميول العنف والعدوان لديهم، خاصة وأن نسبة كبيرة من الألعاب الإلكترونية تعتمد على العنف في التسلية فيستمتع الطفل بلعب التدمير وقتل الآخرين. أما عن الأمراض الجسدية التي يسببها الجلوس أمام أجهزة الحاسوب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية لساعات طويلة، فتتمثل بالسمنة والخمول الجسدي والصداع وإجهاد العين وتشنج العنق وآلام في الكتفين والظهر.

كما شكلت وسائط الثقافة الرقمية مخاطر كبيرة على سلامة الأطفال وخصوصيتهم، إذ زادت فرص تعرضهم للمحتوى غير اللائق (الصور الجنسية والإباحية والعنيفة والمواد العنصرية والتمييزية وخطاب الكراهية والمواقع التي تروّج لسلوكيات غير صحية مثل إيذاء النفس والانتحار...)، بالإضافة إلى التنمر والتحرش.

والملاحظ اليوم أن نسبة الثقافة المكتوبة قد تضاءلت بشكل لافت للانتباه لدى الأطفال، فثقافة المطالعة كقيمة معرفية وإنسانية تشهد تراجعًا مؤلمًا في نسبة القراءة بين الصغار، حيث أشار الكثير من الباحثين وعلماء الاجتماع إلى أن علاقة الطفل بالكتاب أصبحت علاقة مخيبة للآمال ومحبطة، بل تكاد تكون ثقافة معدومة، والسبب في ذلك دون أدنى شك هو سيطرة الثقافة الرقمية بكل ما تحويه من إيجابيات وسلبيات على فكر وسلوك الأطفال والشباب، فأصبحت تشكل إدمانًا رهيبًا لم يعد بإمكان هذا المتلقي التخلص منه.

التأثير السلبي على اللغة:

تأثرت اللغة العربية كثيرا بظهور الإنترنت، فقد لجأ المستخدمون إلى الأحرف والأرقام اللاتينية للتعبير عن أنفسهم في المحادثات المكتوبة بينهم، فأصبح من المعتاد عند عدد من مستخدمي الإنترنت والهواتف الذكية الذين لا يتقنون اللغة الإنجليزية الكتابة باللغة العربية ولكن باستخدام الأبجدية الغربية، وإدخال بعض الأرقام إلى جانب الحروف للدلالة على الصوت المطلوب الذي لا توفره الأبجدية اللاتينية، والغريب أن هذه الظاهرة لا تزال مستمرة إلى الآن على الرغم من تطور تطبيقات الإنترنت باللغة العربية وحل المشكلات التي وجدت في البداية.

لقد أسهمت الثقافة الرقمية فى تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية، حيث تتأثر اللغة والتعامل بها بخصوصية طبيعة الوسيط الناقل؛ فالخطاب المكتوب مثلًا يطور القواعد النحوية بطريقة أكثر دقة وثباتًا من الرسائل الالكترونية. كذلك ونتيجة لضعف المستوى عند الفرد واعتياده على ممارسة تخاطبه اليومي باللهجات المحلية، فقد تدهورت اللغة العربية لديه من المستوى الفصيح إلى

مستوى متدنٍ. ومع تعدد أدوات الثقافة الرقمية واتساع دائرة إنتاج النصوص لتشمل الفرد بمستوياته المختلفة التعليمية والفكرية وغيرها؛ زاد الوضع اللغوي تعقيدًا نتيجة لتبادل حركة النصوص بين معظم أفراد المجتمع باللهجات المحلية الدارجة وحينئذ تصبح قواعد اللغة والهجاء غير مهمة.

كذلك فقد ظهرت سلوكيات تعبيرية جديدة لم تكن في قيم المجتمع. فلغة هذا الجيل المتداولة على المنصات الإلكترونية تعرف بلغة "الإيموجي" وهي خليط من العربية المحلية والإنجليزية ولغة الأيقونات واللايكات التي تنتشر على وسائل الاتصال محل اللغة العربية: أيقونات عدد من رسوم القلوب للتعبير عن الحُب، والأزهار المتكررة للتعبير عن تمني الصحة وحسن الحال، واليدان المضمومتان للتعبير عن الشكر، وصيغ التمنيات الجاهزة للتعبير عن المباركة بالأعياد، بدلاً من المعايدات ذات الطابع الحميم وما يميزها من مشاعر التودد والتقارب، وعليه أضحت المشاعر النفسية والاجتماعية مختزلة بعدد من هذه الرموز، أو منوطة بها لأنها تتيح نقل هذه المشاعر بطريقة سهلة وبسيطة .

وحتى باستخدام اللغة الإنجليزية، ظهرت لغة جديدة سميت "لغة الإنترنت"، ومن أمثلة على تلك في أثناء الحوار Laugh Out Loudly للدلالة على الضحك بصوت عال، اللغة استخدام الحروف أو الدردشة، والخطير في الأمر أن تأثير لغة الإنترنت امتد إلى الحياة الواقعية للناس، إلى درجة أن بعض الطلاب يستخدمها للكتابة والتعبير. فبدأ ظهور فجوة تتسع يوما بعد يوم بين اللغة الرقمية واللغة المكتوبة أو المقروءة على الورق، من حيث البنية أو الشكل والنظام والقوة .

التأثير السلبي على الثقافة :

المتتبع لمسار الثقافة الرقمية الجديدة يجد أنها نجحت فى إشاعة نمط التثقيف العام أمام المستخدمين دون استثناء، إلا أنها بإتاحة الفرصة لهذا النمط من التثقيف الأفقي؛ ليكون في متناول الجميع دون قيود، تم تسطيح الثقافة وإشاعة هيمنة العمومية في الكتابة على مصراعيها، حتى إن الكثير من المستخدمين استساغ أن يطلق لذَاته ما شاء من الألقاب التي كانت سابقًا حكرًا على النخب، وذوي الاختصاص، بعد أن أصبح الكثير من المستخدمين يتعاطى الكتابة أو على الأقل إعادة إنتاجها، حتى إن كان غير مؤهل لها، سواء تم ذلك بإبداعه الذاتي، أو باستخدام تقنية النسخ واللصق، ودون أن يكلف نفسه مشقةَ البحث والقراءة المكثفة كما كان الحال عليه من قبل، حتى أصبحنا اليوم إزاء تدفق سيل من النصوص الباهتة، لغة ومبنى ومحتوى، نتيجة لذلك، ظهر مفهوم "المثقف الرقمي" أو الافتراضي، إذا جاز التعبير، متلقيًا كان أو ناشرًا لها، وذلك بغض النظر عن عمق ثقافته أو سطحيتها، وقد أطاح ذلك بمعايير الثقافة التقليدية، سواء من حيث إلغاء احتكار دور النشر، والتوزيع لها، أو الحد من دور المكتبة، في تدفق المعرفة إلى الجمهور، أو من حيث الافتقار إلى معايير الجودة، وإهمال الحرص على متانة المعلومة ودقة المضمون جانباً، الأمر الذي أدى إلى ظهور ثقافة عصرية مُسطحة تفتقر إلى معايير الرصانة، وفى هذا الصدد أكد "هابرماس" على أن الثقافة في

عصر الحداثة دخلت مرحلة التصنيع، وأصبحت سلعة مثلها مثل السلع التجارية، هذا لأنها ارتبطت بالآلة الإنتاجية الاقتصادية، وظهرت عملية الإنتاج الجماهيري للكتب والمجلات الترفيهية رخيصة الثمن.

التأثير السلبي على الهوية:

لا شك أن تحديات الثقافة الرقمية في ظل المجتمع الشبكي تفرض تحديد مفهوم المواطن الافتراضي، وأيضًا التساؤل عن دلالات الانتماء، بحكم أن الوجود الافتراضى في المجتمع الشبكي يحتم على الإنسان المستخدم التنقل بين ثقافات عدة بل التردد على أوطان مختلفة، متجاوزًا الحدود الجغرافية والزمنية، فهو في وضعية تنقُّل دائم بين عالمين: أحدهما افتراضي ممتد يتيح له المستجدات العالمية التي تكسبه وجوده الافتراضي وتمنحه مواطنة عالمية، والآخر حقيقي يعيد ربطه بواقعية مجتمعه المحلى، مما يُؤدي إلى وجود المواطنة الافتراضية كوسيلة وموت الهوية الوطنية كقيمة، وتنامي موجة الاغتراب بشكليها السياسي والاجتماعي. فالحضارة الرقمية ثقافتها خاصة بها، حيث أصبحنا بصدد التنميط الثقافي الكوني للجيل الجديد في الملبس والذوق والطعام والشراب (فاست فود) والتفضيلات الموسيقية، والانتماء إلى الشلَّة الرقمية، فلم تعد الهوية مربوطة بالتاريخ والمكان، حيث نسفت التقنية الرقمية حدود الزمان والمكان، من ثم أصبحنا بصدد هوية الحساب الرقمي والموقع على تقنيات التواصل الاجتماعي في اتجاه نحو هوية كونية افتراضية، ومعه قد تتحول الهوية الوطنية والثقافية إلى مجرد انتماء رسمي شكلي (جواز السفر وبطاقة الهوية). فأكثر ما هو حميمي يخصنا وهي هويتنا تأثر بتقنية الاتصالات الرقمية، ومما يزيد الأمر خطورة أن كثيرا من الناس يبني شخصية بديلة له على الإنترنت وفي وسائل التواصل الاجتماعي، فتغيرت بداخلنا الطريقة التي نتصور بها هويتنا.

ومن السلبيات الكبيرة للتكنولوجيا الجديدة انعدام الخصوصية الذي تتسبب في الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية لدى الأفراد، قد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على الشبكة الإلكترونية يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، وهذه المعلومات قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.

وفي الأخير لا سبيل للعودة إلى الخلف في مجال التكنولوجيا الرقمية، وكل الجهود لتجاهلها أو تقييدها بالتشريعات غالبا ستبوء بالفشل، إذن لا جدوى من الإنكار إنما يجب وضع سياسات ذكية تعظم من فوائد التكنولوجية الجديدة وتقلل من الارتباكات الحتمية المصاحبة. كذلك، ولتعظيم الفائدة المرجوة من هذه التكنولوجيا الجديدة، يمكن السعي للدمج بين الثنائيات، بين الاقتصاد التقليدي واقتصاد المعرفة، بين التعليم النظامي والتعليم الإلكتروني، بين العولمة والمحلية. وبذلك يمكن جني مميزات كلاهما في تكاملهما معا.

وأخيرا يجب الالتفات إلى معنى مهم في تعاملنا مع التكنولوجيا الحديثة، وهو ضرورة التمييز بين توظيف هذه التكنولوجيا لصالح الفرد والمجتمع ، وبين الارتهان لها بما يجعل الشخص تابع لها ضامرا نفسيا أمام سطوتها[1].

وتتعالى الدعوات اليوم إلى ضرورة أنسنة التكنولوجيا المتصاعدة ، وجعلها تحت سطوة الإنسان وليس أن يكون هو تحت سطوتها وتأثيرها، وذلك نظرا للمخاطر التي تشكلها اليوم على الصحة النفسية والعقلية وكذا الثقافية عليه ، بالرغم من ايجابياتها الجمة .

1–نسرين حسين :الثقافة الرقمية ، رؤية تحليلية ، موقع خطوة للتوثيق والدراسات ، https://www.khotwacenter.com/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%

محاضرة 06:

الإدراك البصري للصورة:

تأثير الصورة الصحفية على العملية الإدراكية للمتلقي

-تمهيد:

تفهم الصورة من خلال ما تدركه العين، وما تراه بشكل مجسد، لكن ذلك هو عملية أولية يتحقق من خلالها إدراك الصورة بشكل مباشر، وهذه العملية هي البداية الفعلية لما يسمى بالتأويل أو التفسير، حيث تتعرض الصورة في المرحلة اللاحقة إلى عملية تفكيك لرموز ومعانيها وللدلالات الأيقونية والتعبيرية التي تحملها، وهذه العملية من بدايتها إلى نهايتها هي سيرورة منظمة تبدأ من لحظة إرسال المرسل إلى غاية تلقيها من طرف المستقبل وتفسير الصورة أو تأويلها، كما أن حامل الصورة هي الوسيط أو القناة التي تمر من خلال الصورة من الإرسال إلى التلقي...

ماهوالإدراك البصري:

الإدراك البصري هو القدرة على إدراك الأشياء المحيطة بنا وذلك من خلال الضوء الذي يدخل العين، وكان الإدراك بالألوان والهياكل والأنماط ذات أهمية خاصة للفنانين والمصممين ،ومن الناحية العلمية فإن الإدراك البصري يحدث عند تركيز ضوء على شبكية العين ففي داخل شبكية العين توجد مستقبلات للضوء والتي منها نوعين العصى والمخاريط ، تقوم بتحويل الضوء إلى إشارات كهروكيميائية تنتقل إلى الدماغ عن طريق العصب البصري ثم يحدث الإدراك البصري في القشرة الدماغية للمخ، ويمكن لعملية الإدراك البصري أن تستغرق 13 مللي ثانية فقط، والعصى الموجودة في شبكية العين توجد في الجزء الطرفي للشبكية كما أنها تستجيب لمستوى الضوء المنخفض وكذلك مسؤولة عن الرؤية الليلية أما المخاريط فهي توجد في مركز الشبكية وتتعامل مع المهام البرية مثل رؤية الألوان والقراءة فهي تستجيب للضوء الأخضر والأحمر والأزرق.

-أهمية الإدراك البصري في التواصل:

يعتمد التواصل بشكل كبير على الإدراك البصري. فبالإضافة إلى الأشكال اللفظية والمكتوبة، يتضمن التواصل إشارات غير لفظية مثل لغة الجسد وتعبيرات الوجه والتواصل البصري، وكلها تتطلب مهارات إدراك بصري قوية. وغالبًا ما تنقل الإشارات البصرية معلومات أكثر من الكلمات المنطوقة

وحدها، حيث توفر السياق والعاطفة والقصد، على سبيل المثال : يمكن أن يكون فهم الحالة العاطفية للشخص بسيطًا مثل تفسير ابتسامة أو عبوس، والتي تتم معالجتها من خلال الإدراك البصري

-إدراك الصورة وفهمها:

في عالم اليوم أصبح للصورة تأثير بالغ، حيث تحولت إلى أداة إعلامية تفوق الكلمة المنطوقة والمكتوبة، ويكاد المتلقي لا يتلقى خبرا، ولا يقتنع برأي، ولا يصدق وعدا، ولا يقبل على سلعة أو خدمة إلا إذا اقترن هذا كله بالصورة وبالتالي فإن أجهزة الإعلام المختلفة أصبحت توظف هذه الصورة الصحفية توظيفا بالغا لزيادة مستويات التأثير على المتلقي سواء كان قارئا أو مستمعا أو متلقيا بجهاز التلفزيون أو شاشة الهاتف والحاسوب.

لقد اكتشف الإنسان منذ بداياته القدرة على تكوين الصور كأسلوب يرمز إلى وعيه البصري، فما يتم إدراكه عقليا لا بد أن تسبقه الرؤية البصرية قبل ذلك، وتحول هذا الإدراك البصري الذي يسري إليه على نحو معقد، ممارسة اجتماعية يتم بواسطتها تلقي القيم والمعتقدات والأعراف وجملة الممارسات والمهارات الاجتماعية والثقافية، وهو ما ذهب إليه "ر. رورتي – R. Rorty" في مستهل أطروحته عن الفلسفة ومرآة الطبيعة من أن التمثيلات العقلية هي بالضرورة انعكاسات لواقع خارجي.[1]

ويمكن فهم الإدراك البصري للصورة على أنه قدرة العقل على إيجاد المعنى فيما تختبره العين المبصرة من خلال الصورة الظاهرة، ويمكن القول أن عملية الإدراك تحدث بشكل لا واعي، كما أنها ليست محايدة على الإطلاق، حيث يتأثر إدراكنا للعالم وللصور المختلفة بالمعرفة والخبرة والمعايير الثقافية، والحالة المزاجية.

تأثير الصورة الصحفية:

ظهر التصوير الصحفي كنمط من أنماط الصحافة ويتم من خلاله إنتاج الصور للتعبير عن القصص الخبرية إلى جانب الحروف والكلمات، ويشير تعبير الصورة الصحفية عادة إلى الصور الثابتة، إلا أنه يشمل كذلك التصوير من أجل النشر عبر التلفزيون أو الفيديو أو الإعلانات وغيرها.

وفي التصوير الصحفي يعتمد المؤلف أو المحرر على الصورة الصحفية في رصد وتحرير الموضوعات بواسطة النص المرئي لنقل رسالته للمتلقي، ويتراوح ذلك التناول بين صورة واحدة لحدث أو ظاهرة ومجموعة متتالية من الصور لموضوع واحد بغرض التوثيق أو الإخبار.[2]

---

[1] بدر الدين مصطفى: الثقافة البصرية بوصفها مجالا معرفيا بينيا، مجلة فتوحات، ع 4، جانفي 2017، ص202.

[2] ياسر بكر: أخلاقيات الصورة الصحفية، ط 1، دار الكتب المصرية، القاهرة – مصر، 2012، ص104.

والصورة الصحفية الجيدة هي التي تضيف شيئا جديدا للنص الصحفي، أو تكون داعمة له تزيد من درجة مصداقية النص الصحفي أو القصة الخبرية.

وهو ما ذهب إليه "جون لوك جودار" في أن خطاب الصورة يحتوي على جانبين متعارضين ومتكاملين في الآن ذاته وهما:

أ- الجانب الدلالي أي ما يقال.

ب- الجانب الجمالي وهو ما يتضمنه الخطاب دون قوله بشكل مباشر، بل هو منغرس في ثنايا الخطاب ورموزه الموحية،[1] وهو ما يعطي للصورة في مكانة متزايدة في عمليات التواصل البشري، أو في إثراء العملية الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة.

تأثير الصورة الصحفية على إدراك المتلقي:

في دراسة أجراها كل من "ليفساي وبورتر" للتعرف على التأثيرات الجسمية المصاحبة لصور ونصوص ذات تأثيرات عاطفية لعينة من 12 مراهقا تم تعريضهم لصور بعضها ملون وبعضها أبيض وأسود تشتمل على تأثيرات عاطفية ومصاحبة لقصص صحفية، تم قياس تأثير الصور على جسد أفراد العينة من خلال:

- قياس معدلات تقلصات عضلات الحاجب، وعضلات الشفة العليا.
- درجة حرارة سطح البشرة والجسم.
- معدل نبضات القلب.

وقد أشارت النتائج إلى علاقة إيجابية بين معدلات انقباض العضلات خلال عرض الصور سواء الملونة أو الأبيض والأسود، وأن هذه المعدلات تتصاعد بتصاعد الإثارة الناتجة عن الأحداث التي تحتويها الصورة بصرف النظر عن النصوص المصاحبة لها من عدمه.[2]

وتتضمن عملية الإدراك للصورة أنشطة معرفية عديدة هي الانتباه والوعي والتذكر، وتمثيل المعلومات، حيث تتسابق العديد من المثيرات لجذب الانتباه في كل لحظة من لحظات اليقظة.

وطبقا لنظرية تمثيل المعلومات فإن الفرد يتعرض يوميا لكمية كبيرة من المعلومات الحسية، يأخذ منها جزءا صغيرا، ومن هذا الجزء يقوم بتخزين جزء أقل في الذاكرة طويلة المدى، وهو ما يتفق مع كل النظريات المعرفية في أن الإنسان لا يتمسك بكل المعلومات التي يتعرض لها.[1]

---

[1] ياسر بكر، مرجع سابق، ص105.

[2] المرجع السابق، ص107.

وكان "جوزفسيون شيري J. sherée" قد أجرى دراسة حول تأثير الصورة الصحفية الملونة على العمليات الإدراكية للقارئ من انتباه ووعي وفهم وتذكر، واعتمدت الدراسة على أن حركة العين على شيء معين تعد طريقة دقيقة لقياس عمليات الإدراك البصري أثناء القراءة، وأوضحت النتائج أن الألوان تؤثر على كيفية تصفح القارئ للصفحة، وأنه إذا تم توظيفها بطريقة معينة يمكن أن تعطي الأثر المرجو.

وأنه إذا كان هناك صورة بالأبيض والأسود في أعلى الصفحة وصورة بالألوان في أسفل الصفحة فسوف يركز القارئ على الصورة الملونة أولا بصورة ملحوظة، وأكدت النتائج أن استخدام الألوان يؤثر في فهم واستيعاب الصورة الصحفية بصورة عامة.[2]

و يمكن القول أن الصورة الصحفية هي جزء أصيل من الرموز الاتصالية الأساسية التي تعتمد عليها الصحف في صياغة رسائلها التي تتفق مع خصائص جمهور المتلقين، فهي لا تعتمد فقط على الرموز اللفظية، ولكن على رموز أخرى غير لفظية لتأكيد المعاني والأفكار التي تعكسها الرموز اللفظية، أو تنفرد بنقل معان وأفكار مستقلة في رسائل خاصة بها، ولا يقف دورها عند وظيفة جذب انتباه القارئ أو إثارة اهتمامه، ولكن يتم قراءة الرموز التي تتكون منها الصورة وما تحمله من أفكار أو معان أو ما يجسد من أبعاد مضافة، أو يركز على شخصيات ووقائع معينة، وغيرها من الوظائف الاتصالية.

ويرسم المشهد أو الصورة البصرية الحيّز الادراكي والمعرفي للإنسان الذي يشغل هذا الحيّز؛ وبالتالي يكون لعملية الاتصال البصري الدور المحدد والرئيسي في ترجمة ما يحتويه الحيّز المكاني للصورة من مكونات، وهذه العملية تستند بدورها إلى الصورة المبصرة للمكان وإلى الدور المحدد والرئيسي في ترجمة ما يحتويه الحيّز المكاني من مكونات، وهذه العملية تستند بدورها إلى الصورة المبصرة للمكان وإلى الصور الذهنية أو الانطباع المتولد عن مجموع تلك الصور والذ ي يشكل نهاية ما يمكن أن نطلق عليه **الصورة المدركة**، وهذه الصور الذهنية أو الانطباع المتولد عن مجموع تلك الصور والذي يشكل نهاية ما يمكن أن نطلق عليه **الصورة المدركة**، وهذه العملية ترتبط بأسس وآليات فيسيولوجية ونفسية تنشأ من قدرة حاسة البصر عند الإنسان على الاستجابة لأبعاد وقيم محددة من الصور والألوان، وإلى قدرة عقل الإنسان على ترجمة وتفسير تلك الصور.

---

[1] محمد عبد الحميد، تأثيرات الصورة الصحفية – النظرية والتطبيق، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص21.

[2] المرجع السابق، ص21.

ومن المبادئ والقوانين التي تيسر عمليه الادراك البصري :

.التشابه

.التقارب

.الإغلاق

.الاتجاه المشترك

.الاتصال

.التشابه :مثل عندما نرى مجموعة من فاكهة البرتقال متشابه فإننا ندرك أنها برتقال.

التقارب :عندما تكون الأشياء متقاربة ندرك فيها الشكل الموجود، مثل رسم عائلة تكون متقاربة مع بعضها البعض.

الإغلاق :عند الغلق يصبح للشئ معنى مثل لوحة مرسوم عليها خيل لا يمكن أن ندرك ذلك إلا إذا كانت الخطوط مغلقة.

.الاتجاه المشترك :عندما يكون للشكل اتجاه مشترك واحد ندرك معناه.

الاتصال:لا بد للأشياء أن تكون متصلة مع بعضها البعض أي ليست مفككة حتى ندرك شكلها.

ومن العوامل التي تقوم عليها عملية الادراك البصري:

.عوامل ذاتية

.عوامل موضوعية

عوامل ذاتية :وهي تنتمي للشخص نفسه الذي يشاهد العمل الفني حيث أن له ميوله وانفعالاته الخاصة وخبرته السابقة واستعداده التام وقدرته على التحليل أو التخيل.

عوامل موضوعية :وهي عوامل متعلقة بالشكل نفسه وتتمثل في الصفة التشكلية والتجمع والثبات والشكل والأرضية.

-الاختلافات الثقافية في التفسير البصري:

ومن المهم أن ندرك كيف تؤثر الخلفية الثقافية بشكل كبير على كيفية إدراكنا وتفسيرنا للمعلومات البصرية ، يسلط هذا الجانب من الإدراك البصري الضوء على تنوع وذاتية البصرالبشري:

-**تفسير الرمز** : قد يكون لدى الثقافات المختلفة تفسيرات فريدة لبعض الرموز أو الإيماءات البصرية. على سبيل المثال، قد يكون اللون الذي يعتبر حدادًا في ثقافة ما احتفاليًا في ثقافة أخرى.

-**التعرف على تعبيرات الوجه** :أظهرت الدراسات أن الأشخاص بشكل عام أفضل في التعرف على المشاعر من خلال تعابير الوجه داخل مجموعتهم الثقافية مقارنة بالآخرين. وهذا يشير إلى أن التعرض الثقافي يلعب دورًا في كيفية تفسيرنا للإشارات العاطفية.

المعالجة البصرية السياقية : تختلف الثقافات في مدى تأثير السياق على الإدراك البصري، على سبيل المثال، تميل الثقافات في شرق آسيا إلى التركيز بشكل أكبر على المعلومات السياقية في المشاهد البصرية، في حين تركز الثقافات الغربية غالبًا بشكل أكبر على العناصر الفردية.

إن فهم الأبعاد النفسية والثقافية للإدراك البصري لا يثري فهمنا للرؤية البشرية فحسب، بل يسلط الضوء أيضًا على أهمية مراعاة هذه العوامل في الاتصالات العالمية والتسويق والتعليم وتصميم واجهة المستخدم، ومن خلال الاعتراف بهذه الجوانب ودمجها، يمكن للمحترفين والفنيين إنشاء مواد بصرية أكثر شمولاً وفعالية والتي تتردد صداها عبر جماهير متنوعة[1].

ومنه فان الإختلاف الثقافي في التفسيرات البصرية قائمة من أمة إلى أمة ، ومن حضارة إلى أخرى ووذلك تبعا للاختلافات الهوياتية والثقافية والحضارية.

1-https://julienflorkin.com/ar/%D8%AA%D1

محاضرة 07:

تأثير الصورة الصحفية على العملية الإدراكية للمتلقي

تمهيد:

بواسطة اللغة ومن هذه اللغة الصورة ، اتصل الإنسان بغيره وحاور نفسه ، وأفرغ ما في دواخله أو ذهنه تخيلا وتصويرا وايقاعا، وبالرسم والصورة والتعبيرات الشفوية والكلامية كشف عما أحسه من جمال بيئته ومايراه أمامه، وهو يتأمل الكون والطبيعة وأشياءيراها دائما أو يشعر بها في غالب الأحيان ، وبين الشعر والرسم محطات التقاء لعل أبرزها وأرسخها أن كلا منهما منبع من منابع الحلم الإنساني المستند إلى أرضيات معرفية وفكرية وتقنية مجددة تمنح النص اللغوي أوالصورة أو اللوحة الفنية القيمة الجمالية وفعلها الاتصالي المأمول.

وبالكلمات ينطلق الإنسان المبدع في رحلة لغوية متناغمة، وموحية وقادرة على رسم صور فنية نابضة بالحياة والحركة وبالخطوط والألوان والظلال. يرسم الفنان لوحات لصور الأشياء وهي تلوح أمام ناظريه وتتحرك أو يتخيلها هكذا مبرزا ما فيها من مظاهر الجمال، أو قبح الخير أو الشر المحبة أو الكراهية العدل أو الظلم.

ويظهر أن للصورة وظائف متعددة تحققها ضمن وسيلة إعلامية محددة، سواء أكانت سمعية، بصرية، أو مقروءة، حيث تمر وظيفة الصورة عبر ما تقدمه من مفردات بصرية، تحمل انبعاث الحياة والحركة في استقراء المشهد اليومي لتكون ضمن ما يقرأ ويشاهد بصريا أو مرئيا.

وتحمل الصورة في بعض جوانبها بعضا من العفوية والقصد في إنتاجها، حيث يكون للمصور الفوتوغرافي أو غيره دورا في تحقيق البناء الفني والجمالي للصورة أو للفيلم المصور، وهو ما يعبر عن حيوية وإبداعية مرسل الصورة وقدرته على توجيه المعاني الكامنة داخل هذه الصورة.

كذلك يظهر من وظائف الصورة التوثيق للحظة أو لحركة الزمن أو للفعل المنجز، أو الاحتفاظ بما هو معرض للاندثار كالآثار مثلا، وكذلك توثيق العلاقات (الأسرية، الاجتماعية، والسياسية، تاريخ المدن والحارات الشعبية، تاريخ القوميات، والجماعات الإثنية ... وغيرها)، كما نجد الشرح والتوضيح، الإيحاء، التحسين أو المبالغة، توظيف الرمزية ...إلخ.

1- وظائف الصورة عبر الوسيلة السمعية:

تظهر الوظيفة الأساسية للصورة من خلال ممارسة دورها في الإبلاغ والتأثير، وهو ما يصدق على الصورة ضمن الوسيلة السمعية كالراديو مثلا، وتتفرع من هذه الوظيفة الأساسية، عدة وظائف فرعية أخرى، كالوظيفة التمثيلية، والتوجيهية، الإيحائية، الجمالية والدلالية.

وتعتمد الصورة السمعية على الصوت الإذاعي وقراءة الأحداث واستنطاق الصورة بالاعتماد على الذاكرة السمعية، وتشكيلها فنيا وجماليا عبر الصورة السمعية، وتعد الإذاعة كوسيلة إعلامية الأكثر انتشارا والأكثر شعبية في عصرها الذهبي وحتى يومنا هذا، حيث لا يزال للإذاعة جمهورها الخاص بها.

وحسب تقسيم "ماكلوهان" فإن الإذاعة تعد من وسائل الاتصال الحارة لأن عناصرها الإعلامية أقل تعقيدا من الصحافة والتلفزيون، وهو ما يعطي لها مساحة من التخيل والتصور والتفكير أكثر من الصورة التلفزيونية المكتملة.

ويتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود، كما تتيح الخدمات الإذاعية الاستماع إلى صوت الجماهير، وتشجع على تلبية احتياجاتهم، وتضمن تنوع الآراء والرؤى والأصوات.

ويمكن رصد وظائف الصورة السمعية عبر الراديو من خلال ما يلي:

1- <u>الوظيفة الإخبارية:</u>

تقوم الإذاعة بدور الإعلام والإخبار، وذلك بتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات والأخبار والمعارف، ومتابعة مجريات الأحداث عبر العالم، حيث أصبح الخبر أو الحدث هو أساس المعرفة.

ويعد الخبر الإذاعي أساسا لكافة الأشكال الإخبارية الأخرى في الإذاعة، ومن خلاله تؤدي الإذاعة وظيفتها الإخبارية، وتتمثل الأشكال الإخبارية الإذاعية فيما يلي:[1]

- نشرة الأخبار التي تتضمن كمية من الأخبار الداخلية والخارجية، سواء كانت نشرة عامة أو متخصصة (الرياضة، الفن، الثقافة ... إلخ).
- موجز وعرض الأنباء: وهو عبارة عن مجموعة مختصرة من الأخبار، تقدم عدة مرات على مدار فترات الإرسال الإذاعي.
- التعليقات والتحليلات الإخبارية: وهي عبارة عن برنامج إذاعي يتناول الأحداث التي وقعت على مدار اليوم.

[1] محمد عوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص10.

كما نجد التحقيق الإخباري أو ما يطلق عليه عادة الريبورتاج، أو التقرير الإخباري، وهو عبارة عن خبر تفصيلي لحدث أو موضوع ويتضمن رؤية ذاتية لكاتبه.

ومن خلال هذه البرامج الإخبارية تؤدي الإذاعة وظائفها المتعددة في النظام الاجتماعي، وذلك بالنظر إلى أهمية المادة الإخبارية في إطار وظائف الاتصال بوجه عام، وكذلك إلى أهميتها بالنسبة إلى الفرد والمجتمع.

2- الوظيفة التربوية والتعليمية:

تأخذ وظيفة التربية والتعليم أهمية بالغة على مستوى الإذاعة والراديو، حيث تمتلك الصورة السمعية عبر الراديو دورا معززا في التنشئة الاجتماعية والثقافية، وتقوم بدور تعليمي مباشر إذ تثمن تعليم اللغة، وتعزيز دور الثقافة في حياة الفرد أو المجتمع وتنشئة الجيل الجديد.

ولا تزال الإذاعة تلعب دورا في التقليل من نسب الأمية في العالم الثالث، فالإذاعة تحاول أن تشمل كل الشرائح في المجتمع، بتهذيب الفكر، وتنمية الوعي بالقضايا المحلية والوطنية والدولية.

3- وظيفة التثقيف:

عبر وظيفة التثقيف، تنتقل الصورة السمعية من الجماعة إلى الفرد، ومن جيل إلى جيل كما يتم نقل الأفكار والقيم، والمعلومات التي تحفظ ثقافة المجتمع، وكذلك نشر المعلومات الدينية والتراثية، والتاريخية، وكذا الحفاظ على الموروث الثقافي المادي أو اللامادي، وإشباع حاجات الفرد الجمالية والفنية.

4- الوظيفة الإعلانية:

يتم صناعة الإعلان الإذاعي سمعيا من خلال توظيف الأصوات، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى التي تتآلف مع طبيعة الإعلان الإذاعي الذي يعد مصدر دخل مادي بالنسبة للإذاعة يساهم في استمراريتها والحصول على الأثر المالي من خلال نشر الإعلانات عبر الإذاعة، ويمكن أن يصل الإعلان إلى أكبر عدد من المستمعين، وهو ما يجذب شركات الإعلان في الداخل أو الخارج.

ويمكن استخدام الصوت في الإعلان الإذاعي لإضفاء الحيوية والقدرة على الإقناع في النص الإعلاني، مما يساعد على تحقيق السمة الشخصية، إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدت له بصفة شخصية، ويتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموجبة مثل: عزيزي المستمع، سيدي، سيدتي ... إلخ، كما يمكن الاستفادة من التلوين الصوتي، واستخدام الموسيقى، والمؤثرات الصوتية في تدعيم حيوية الاتصال الإعلاني، كما يحقق الراديو ميزة هامة وهي فورية الاتصال الإعلاني، والوصول إلى

الفرد في أي مكان وبأسرع وقت، كما يمكن تغير النص الإعلاني في الدقائق الأخيرة، يساعد في الترويج للمواسم البيعية مثل المعارض والصالونات الوطنية والدولية.[1]

وظائف الصورة عبر الوسيلة البصرية – التليفزيون –:

لا زالت الصورة التلفزيونية تحمل جمالية وتعبيرا من نوع خاص، حيث لم تكن الصورة متحركة قبل ظهور السينما والتلفزيون، وتطور الحال لكي تصبح هناك صناعات ضخمة للدراما والسينما والتليفزيون، وذلك لقوة تأثير الصور الفيلمية والمتحركة، ووظفت رأسمالات ضخمة عبر شركات تنتج أفلام الكارتون، والأفلام السينمائية، والدراما التلفزيونية، مقرها بمدن تختص في هذه الصناعة كهوليود ... وغيرها.

وتحمل الصورة الدرامية أو المتلفزة صورة جمالية وتعبيرية، أو انفعالات درامية، فجمالية الصورة التي يصنعها المخرج في مشاهد العمل الدرامي، تتوافر على عناصر الانفعال باللقطة ذاتها، إذ تعمل الصورة المتحركة على إخراج الطاقة التعبيرية بالعمل الدرامي والتلفزيوني من خلال استثمار كل الوسائل التقنية استثمارا قصديا لاختزال الفكرة، والتمهيد لها بما يخلق عنصر التشويق في اللقطة الفيلمية أو المصورة.[2]

القيمة الجمالية والتعبيرية للصورة البصرية:

تحمل الصورة البصرية ثابتة كانت أو متحركة قيمة جمالية وتعبيرية لا متناهية، وهو أحد مستويات الانجذاب لها.

حيث أن اللغة الفنية لهذه الصورة هي التي تعمل على التأثير على المتلقي وليست الصورة بحد ذاتها، وتتعدد الصور التلفزيونية ما بين خبرية، توثيقية، تاريخية، درامية، فيلمية، حيث تؤثر هذه الصور المختلفة العديد من القوالب الفنية المتلفزة كالنشرات الإخبارية، وعرض الأفلام، والمسلسلات، والوثائقيات، وتغطيات تلفزيونية مختلفة.

وتأتي وظيفة الصورة التلفزيونية من حيث كونها خطاب متكامل، تحمل جملة من القيم والمعلومات والمعارف، الترفيه والتسلية، توجه نحو المتلقي الذي لا يكتفي بتلقيها فقط، وإنما يعيد قراءتها وتأويلها على ضوء ما يملك من قيم ثقافية واجتماعية، وانطلاقا من مرجعيته الثقافية والحضارية.

---

[1] محمد عبد البديع السيد: الإعلان الإذاعي والتلفزيوني في العصر الحديث، يوليو 2021، ص 88.

[2] هديل كامل: مستوى التعبير في جماليات الصورة التلفزيونية، موقع النور alnoor-se/article، تاريخ الإطلاع 30 أوت 2023.

وفي هذا السياق يرى رولان بارت أن كل صورة مهما كانت طبيعتها تنتج مدلولات إيحائية، يسميها "مدلولات رمزية" وهي مدلولات تاريخية وثقافية لأن كل صورة فوتوغرافية تفترض مرسلا إليه فرضيا كان أو جماعيا.[1]

ويمكن إيجاز الوظائف الأساسية للصورة التلفزيونية عبر ما يلي:

الوظيفة الإخبارية: أي نشر الأخبار المختلفة عبر الجهاز التلفزيون عن طريق نشرات الأخبار، والموجز الإخباري، وكذا إعداد الروبورتاجات، والتحقيقات المتلفزة وتغطية المهرجانات والمؤتمرات، بالإضافة إلى المرسلات والتغطيات الخبرية بشكل مباشر وحي من موقع الحدث.

الوظيفة الثقافية: يقوم التلفزيون بالتعريف بجملة العادات والتقاليد والثقافات التي تميز كل أمة عن غيرها تعرض على شكل وثائقيات، وكذا البرامج ذات البعد التثقيفي التي تعمل على الرفع من المستوى الثقافي للأفراد والجماعات.

الوظيفة الترفيهية: تتمثل في إعداد وإخراج الأفلام والتمثيليات الروائية، والرقص والفن والأدب والموسيقى والمسرحيات والرياضة والألعاب وغيرها، وذلك بغرض الإمتاع والإفادة.

الوظيفة التسويقية: أصبح التلفزيون قبلة هامة للمعلنين والمروجين والمنتجين من أجل الترويج لمنتجاتهم، سواء عبر تلفزيون أو الإنترنت أو حتى السينما، كما أصبح العديد من نجوم الفن والرياضة واجهات إعلانية لشركات ضخمة كالسيارات والماركات الرياضية والتجميل.

الوظيفة التوعوية: أي توعية الشعوب والأفراد بجملة التحديات والصعوبات التي تواجههم حضاريا، ثقافيا، اجتماعيا، وبمجموع القضايا الدولية، وتحديات العولمة الثقافية، الأمن الغذائي وترشيد الاستهلاك، حماية البيئة، التوعية من حوادث المرور، التوعية من الآفات الاجتماعية كالمخدرات ... وغيرها.

وتدخل هذه الوظائف ضمن الوظائف الأساسية للإعلام، سواء تعلق الأمر بالراديو أو التلفزيون، مع الاختلاف في طبيعة الأشكال الفنية والقوالب التي تختص بها كل وسيلة إعلامية على حدى.

ومهما تكن الكلمات في حد ذاتها نافذة ومؤثرة، فالصور أقدر على ربط مضمونها بالحياة، وقد زادت أهمية الصور والرسوم الصحفية في العصر الحديث بعد نجاحها في وسائل الإعلام الأخرى، التي تعتمد أساساً عليها وهي المجلة المصورة والسينما والتليفزيون.

وتتمثل أهمية الصورة التلفزيونية في عدة أمور، منها ما يأتي:

---

[1] حسين نايلي: سيميولوجيا الصورة، محاضرات في المقياس tele,ens.univ,oeb.dz ، تاريخ الإطلاع: أوت 2023.

– تعتبر الصورة التلفزيونية هي الأساس في إعداد البرامج التلفزيونية فهي متحركة وتجذب الإنتباه والا يصبح التلفاز وكأنه راديو إذاعة.

– تعتبر الصورة التلفزيونية هي العنصر الجوهري لإقناع المشاهد وإحداث التأثير المرجو على مستوى أدراكاته الحسية والنفسية والعقلية والعاطفية.

– تؤكد الصورة التلفزيونية على عنصر المشاركة والتفاعل الفعال والحوار بالإضافة إلى الصوت إلى يعطي مشاركة حسية فعالة أيضا.

– تتجاوز الصورة التلفزيونية الحدود فتعتبر عابرة للقارات لا تعتمد على مكان أو زمان وكذلك لا يتم تقييدها للمتعلمين فقط بل تخدم جميع المستويات التعليمية من محو الأمية إلى أعلى درجة علمية.
– تساعد قوة الصورة التلفزيونية في كشف الحقيقة وتنقل الرأي والفكرة بشكل صحيح.

ـ تساعد الصورة التلفزيونية المتلقي في حفظ المعلومات المباشرة وغير المباشرة، ويعتمد ذلك على درجة استيعاب المتلقي، ومن المعروف أنه كلما زادت درجة التأثير على حواس المتلقي كلما ازدادت نجاح تلك الوسيلة في تحقيق أهدافها.

ـ خطاب الصورة التلفزيونية :

يظهر خطاب الصورة التليفزيونية بدوره ليترك انطباعاً وتأثيراً فى كل شي على مستوى الفرد والمجتمع ، حتى في المشاعر والأحاسيس، بل وإعادة صياغتها وتشكيلها من جديد، ففى عصر الصورة التليفزيونية وجد الإنسان نفسه مضطراً إلى التفكير عن طريق استخدام الصور الحسية التى يراها أسهل من استخدام امكانياته الذهنية التي كان يرهقها من قبل فى قراءة المعاني والدلالات والتعبيرات، الأمر الذى بات يشكل خطراً داهماً على التفكير العقلى للجنس البشرى، حيث استطاع التلقي المعرفي بالصورة أن يحل محل التأمل والخيال التصوري، ولم يعد من الممكن نقل الأحاسيس والمشاعر الإنسانية على حقيقتها كما كان الأمر من قبل، وخلاصة القول إن أحد أهم سمات عصرنا هو انصهارنا داخل إطار ما يعرف بثقافة الصورة، أو بمعنى آخر باتت الصورة هي العنصر المهيمن في علاقاتنا ومعارفنا وثقافتنا وخبراتنا، أو حتى على إبداعاتنا، وبشكل عام تُعد الصورة في الفنون الأدائية هي التجسيد المرئي لنص أو لفكرة العمل الدرامي (مسرحياً كان أو تليفزيونياً)، حيث تتكشف الدلالات والمعاني عبر هذه الصور، ومن ثم، فهي التي تقود المشاهد للقيام بفعل التلقي، ذلك الفعل المعني بجماليات التأثير الناتج عن انعكاس العمليات العقلية والفكرية لتلك الصور على المتلقي، ولذا فإن الصورة في أي عمل درامي تعتمد على عناصر ثلاثة هي [اللغة – الفكر–الخيال]، الأمر الذي يفرض على المتلقي نوعين من القراءة، كما يقول الناقد الفرنسي المعاصر"باتريس بافيس"،أولاهما

القراءة الأفقية، وتتمثل في التلقي المطيع للنص والسرد والأحداث والأفكار، و بالتالي للصور الدالة عليها، وثانيهما القراءة الرأسية: وتتمثل في تلقي مستخلص من الأحداث، وهو ما نستنتج معه مبدئياً أن الصورة في كافة الفنون الأدائية ارتبطت بعملية الإدراك، والذي هو – وفقا للدكتور شاكر عبد الحميد–عبارة عن عملية معرفية تُفسّر من خلالها المثيرات الحسية التي ترد إلي المخ عبر الحواس الخمس ... وإنه من خلال الإدراك تحدث الرؤيا للأشكال، ومن ثم، فالإدراك يختزل المعلومات، ويكتشف الموضوعات والأشخاص، ويترجم شفرات الدلالات، ويتعرف على العلاقات الزمنية والمكانية، عندئذٍ يمكن القول إن عملية الإدراك هي المسئولة عن وضع حدود التفكير وتنظيم الدلالات والمعاني لدى المتلقي، وهو الأمر الذي يدفعنا إلي البحث لمحاولة التعرف على ما يدركه المتلقي من العمل الفني، وبالتالي حول طبيعة هذه العملية المسماة بالإدراك، هل هي عقلية أم انفعالية أم سيكولوجية؟، لاسيما وأن كل الفنون الأدائية على إختلافها وإختلاف وسائلها وتوجهاتها، تقوم بالتمييز بين قصدية الإتصال وبين التعبير عن شيء محدد، بما تحتويه هذه الصور على عددٍ لا يحصى من العلامات التعبيرية، التي تسعى إلى إكساب المتلقي قيماً دلالية – متوقعة أو غير متوقعة – وذلك بغرض توليد أثر حسي فيه.

كما أن الصورة في المسرح تتمتع بصيغ فنية مصطنعة تؤكد أنها ليست الحقيقة وإنما هي تعبير فني عن الحقيقة، فإنها في النهاية تسعى إلي خلق بُعد جمالي وآخر فكري لخدمة الرسالة التي يتوجه بها العرض المسرحي إلي جمهوره، أما الصورة في الوسائط الأخرى – كالتليفزيون مثلاً – تتجاوز ذلك عندما تتخذ لنفسها صوراً مغايرة ذات علاقة بالقيم الاجتماعية أو السياسية أو الأيديولوجية، لما تحمله من طبيعة إعلامية ترويجية، وبناءً على ذلك فإن الصورة التليفزيونية تطرح نفسها في معظم الأحيان وكأنها الحقيقة ذات الوجه الواحد، ومن ثم فإن تأثيرها على متلقيها يمكن أن يُوصف بالحاد أو العنيف أحياناً، مما يمكن معه القول إن دخول التليفزيون–بتفوقه التكنولوجي في مجال الصورة – في منافسة مع الفن المسرحي يجعل عملية (التلقي) تتجاوز فكرة الإدراك الحسي إلى مستويات أخرى(فلسفية – دلالية – نفسية – أيديولوجية – إجتماعية – أنثروبولوجية – تقنية) ، وربما كان العامل الذي تشترك فيه الصور – بكافة فنون الأداء – هو عنصر الإيهام، إلا أن كل وسيط إتصالي يتميز فيه الإيهام عن وسيطٍ آخر، فإذا كانت المواجهة الحية المباشرة هي التي تميز الصورة المسرحية، فإن الشاشة – ذلك الحاجز المادي– هو الذي تتسم به الصورة التليفزيونية التي يتوقف تأثيرها على مدى اندماج المتلقي معها، وعندما يسعى كل من المسرح والتليفزيون إلى محاولة خلق صورة تبدو كما لو أنها إمتداد للواقع أو جزء منه، فإن ذلك يكون بدرجة أكبر في التليفزيون عن المسرح، حيث تكون الصورة في العرض المسرحي تصويراً فنياً مصطنعاً لهذا الواقع، بينما التليفزيون يحاول دوماً التظاهر بأنه ينقل الواقع كما هو في الوقت الذي يحاول فيه إخفاء الصنعة، مع العلم بأن التليفزيون – أغلب

الأوقات – ينقل صوراً منتمية لأزمنة وأمكنة مختلفة، إلى المتلقي في الحاضر الآني الذي يعيشه، وبهذا تجاوزت الصورة التليفزيونية ما سعت إليه الصورة المسرحية في المحافظة على المساحة بين الواقع والفن، وأنه لابد من صياغة الواقع بطريقة إبداعية، وذلك عندما فرضت الصورة التليفزيونية على المتلقين أبعاداً أخرى لقراءة الصور بوصفها حقائق مسلم بها، ومع مرور الوقت حدثت بعض التطورات لقدرات الصورة في التأثير على المتلقي، وتنوعت أساليب توظيفها في الميديا كوسائل للترفيه .والترويج، ولم تعد خاضعة لمعايير الإبداع بقدر خضوعها لمعايير الإنتاج والسوق

إن التغيرات المتواترة في المجتمع، والتي جاءت نتيجة لثورة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، قلبت العلاقات الثقافية السائدة في الحضارة الإنسانية المعاصرة لأنها أعلت من ثقافة الصورة على حساب ثقافة الكلمة، الأمر الذي يجعل إعادة النظر في بعض المفاهيم ضرورة لطغيان الصورة في العصر الحديث، وإذا كان في الماضي يتم تصنيف الحضارة الإنسانية تأسيساً على نظاميين أو نموذجيين معرفيين هما الشفاهية والكتابية، فإننا نجد أن عصرنا الحديث قد أتى بنموذج ثالث إستطاع أن يتسمى باسمه وهو "عصر الصورة" حيث بات البشر يعيشون تحت وطأة مجموعة من الصور، فيمكن لصورة أن تغير وجهة نظر مجتمع في ثقافة ما نحو قضية معينة عند إستغلالها بطريقة أو بأخرى.

والصورة السمعية في الراديو كما في التلفزيون هي صورة الفنية وابداعية تقوم على التخيل والتحليق بهاذا الخيال عن طريق التخييل العقلي والوجداني للمتلقي، وتقوم على توظيف ما يتعلق بحاسة السمع، ورسم الصورة عن طريق أصوات الألفاظ ووقعها في الأداء الإذاعي للمرسل أو المذيع الذي يكون من أصحاب المهارات في الإلقاء وإرسال الكلمات والتعبيرات بخامة صوتية جميلة ، وإلقاء الكلام بمخارج الحروف الأصلية واستيعابها من خلال هذه الحاسة مفردة، أو بمشاركة الحواس الأخر، مع توظيف الإيقاع الموسيقي الخارجي والداخلي، لإبلاغ المتلقي، ونقل الإحساس بالصورة من المرسل الى المتلقي .

كما أن الصور تشترك مع الكلمات في عملية نقل الأخبار، ذلك أن الصور والرسوم غالباً ما تنقل المعلومات المطلوبة بشكل أوضح مما تستطيعه الكلمات، فضلاً عن أنها تستعمل لإشباع فضول القارئ إلى شكل الأشخاص والأماكن والأشياء.

واليوم فإن الإعلام بكل تقنياته الرقمية والإنترنيت ، السمعية أو البصرية أصبح سمة من سمات العصر الحالي والمتحكم الأقوى في العقول والعواطف ، وسواء اعتمد هذا الإعلام اللغة أم الصورة أم غيرهما في التوجه إلى الناس، فانه بات لا يفكر أكثره اليوم بأخلاقيات وقيم العمل الإعلامي

المفترضة، والتي تدخل في ميثاق العمل المهني وأخلاقيات الممارسة الإعلامية والذي يعني: الصدق واحترام الكرامة الإنسانية والنزاهة والعدالة والمسؤولية ، واحترام العادات والتقاليد المجتمعية والدينية ، بل إن أغلب وسائل الإعلام تمارس (استراتيجية الإلهاء) المتمثلة في تحويل أفكار الناس عن الأزمات والقضايا المهمة، والأحداث الكبرى والقيم المثلى التي يمكن أن تبني رأيا عاما سليما ومبدعا يمكن أن تؤطر الجماهير العريضة للمجتمعات الحالية . أضف على ذلك أن وسائل الإعلام العربية يعتمد أكثرها اعتمادا شبه كامل على المواد الإعلامية القادمة من الغرب بما فيها المسلسلات وأفلام الرسوم المتحركة والدعايات والإعلانات، وهذه المواد تخاطب مجتمعات غير مجتمعاتنا، وقيما غير قيمنا.

غير إن في بعض ما يقدمه الإعلام، من صور وأفلام على أنواعها، مما يظن أنه إمتاع وتسلية ما هو إلا إغواء وإغراء، دفع ويدفع ببعض الناس إلى استقبال ما في هذه الصور والأفلام باستسلام واسترخاء، حيث تنقلب قيم الأشياء ليصبح ما يبثه الإعلام من صور نعيما فيه الخلاص، والمتعة والسعادة. إن العين لتسترجع في الصورة سذاجتها حقا، وتسترجع أيضا سرعة تجاربها مع الاندماج بالصورة لحظة المشاهدة في موضوع الرؤية والتصوير، واسترجاع العين سذاجتها هو أول خطوة في طرق التذوق، والتقدير الجمالي للصورة بكل أنواعها التشكيلية والفوتوغرافية والفيلمية.

محاضرة 08:

وظائف الصورة في الصحافة المطبوعة والإلكترونية

مقدمة:

أصبحت الصورة ذات قيمة إعلامية، عندما اندمجت مع الأنواع الصحفية والخبرية، فأصبح الخبر يحمل قيمته الإخبارية بفضل الصورة الصحفية التي ترافقه في الخبر أو في القصة الخبرية، وتكمله كنوع صحفي قائم بذاته.

ويمكن للصورة أن تضفي الكثير من المعاني للمادة الصحفية، حيث يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات، وخلق واقعية للنوع الصحفي المكتوب أو غيره، وهو ما يدعم فهم القارئ للواقع المنقول، استيعابه للمعاني التي تنقله الأخبار، وباقي الأنواع الصحفية الأخرى.

وتستطيع الصورة تقديم معلومات في حيز صغير، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أدائه، كما تعمل الصورة على تقليل الجهد المطلوب من القارئ بذله لكي يحيط بالمواد الصحفية المنشورة، ويمكن للصورة الصحفية أن تلعب دورا هاما في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ، وذلك تبعا لدور المدخل البصري في إدراك الصورة، ثم العمل على تخزينها، ما يؤدي إلى أن تكون المادة الصحفية التي تضم مختلف الصور أن تكون أكثر التصاقا بذهن المتلقي عن غيرها من المواد غير المصورة.

-أهمية الصورة الصحفية:

تحمل الصورة الصحفية بين طياتها معنى مستقلا بذاته، أو موضوعا واحد، حيث تشغل حيزا خاصا بنفسها كموضوع إخباري، وهو ما يعمل على إضفاء الحيوية والحركة على تغطيات الصحف للأحداث.

وتقوم الصورة على تنمية مواهب القراء في دقة الملاحظة من خلال سعيهم لاكتشاف بعض جوانب الصور المنشورة، مع إمكانية الإفادة من استخدام الصور في تسلية القراء، وإقناعهم من خلال نشر الصور الطريفة، أو إضافة بعض التعليقات الساخرة على بعض الصور الجادة، كما يمكن للصورة أن تعبر عن الآراء الخاصة بالصحف، وتطويعها بما يتناسب مع الأفكار والاتجاهات السائدة في المواد الصحفية.

واليوم فإن الصورة بمختلف أنواعها ومنها الصورة الصحفية، قد أصبحت الركيزة الأساسية في نقل المعرفة، والأخبار، والترفيه، وهذا ما يؤثر على شكل التعامل معها، وكيفية إدراكها وطرق التعامل معها، وفي ظل التطورات السريعة في حقل التصوير الصحفي، تزايد استخدام التصوير الرقمي في

الصحف، والذي أدى إلى توفير عدد كبير من الصور الصحفية ذات الجودة العالية، فضلا عن وجود أرشيف إلكتروني رقمي يضم ملايين الصور المخزنة، يمكن استعمالها في وقت الحاجة، واستظهارها أو استعمالها لوقت الحاجة إليها.

فالصورة الصحفية تقف جنبا إلى جنب مع الحروف في نقل الرسالة الإعلامية من خلال صفحات الصحيفة إلى القراء، فإذا كانت الحروف تستمد أهميتها من أنها تحمل مضمون الرسالة الإعلامية، الذي يعد توصيله إلى القارئ هو الهدف الرئيسي من وراء إصدار الصحيفة فإن الصورة تسهم بلا شك بشكل فعال في توصيل ذلك المضمون بطريقة أفضل إذا أحسن اختيار الصورة الجيدة والمعبرة.

والصورة لغة عالمية يفهمها الجميع والصورة عموما تكمل الروايات الخيرية وتستخدم في تصوير جوانبها، ولذلك فإن الصورة أصبحت الآن مادة أساسية من مواد الصحيفة وذلك ليس كعنصر إخباري فحسب بل أيضا كعنصر جمالي وأصبحت الصورة تعبر عن الأفكار والآراء كما تعبر عن الأخبار والأحداث، وأعني بذلك الصورة الفوتوغرافية والرسوم التي يخرج أغلبها للوجود كراي للصحيفة.

فالصورة إذن تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة صحفية متكاملة إلى القارئ الذي لم يعد يقنع بمجرد القراءة عن الأحداث، وإنما يريد معايشتها، وبخاصة أنه يعيش اليوم عصر الاتصال بالصوت والصورة من خلال قنوات التليفزيون العاملة طوال الأربع وعشرين ساعة إلى جانب تقنية الوسائط المتعددة multi media.

ولا نعدو الحقيقة إذا أكدنا أننا نعيش في عصر الصورة فالصورة لم تعد عنصراً جمالياً فقط بل عنصراً إعلامياً وظيفياً. وهناك مثل يقول : إن صورة واحدة تعادل ألف كلمة ولذا يجب على وسائل إعلام الدول النامية أن تكثر من استعمال الصورة بالإضافة إلى ذلك فإن القارئ المعاصر لم يعد يقنع بمجرد وصف لفظي لحادث ولكنه يرغب في رؤية صورة له وتستطيع الصورة أن تعرض مالا يستطيع الصحفي عرضه بالوصف اللفظي، والصورة تعرض الموضوعية والتكامل والدقة في لحظة واحدة، بجانب أنها لا تطلب من القارئ إرهاقا عقلياً، كما هو الحال في المقال أو القصة أو غير ذلك.

والصورة لها دور مهم في عملية إخراج الصحف، فعندما يريد المخرج أن يبرز موضوعاً مهماً من صفحة معينة يستخدم الصورة مع هذا الموضوع ليلفت إليه نظر القارئ.

وتهتم الصورة أيضا في عملية الإخراج من خلال كونها عنصر تيبوغرافي يتميز بالنقل والسواد بدرجات مختلفة، ولأنها تستغل في تثبيت أركان الصفحة وجذب انتباه القارئ وتوجيه حركة العين وفقا لما تتطلبه طبيعة الأخبار المنشورة عليها. كذلك فإنها تضفي على الصفحة طبيعة الأخبار المنشورة عليها والحيوية والحركة بما تقوم به مع العناوين من كسر لحدة السطور الرمادية الباهتة للمتن، وما تضيفه من رتابة وجمود.

ويحدد حجم الصورة المنشورة في الصحيفة عدة عوامل منها:

1- أهمية الموضوع الذي تصفه الصورة.

2- عدد الصور المنشورة في الصفحة الواحدة.

3- درجة وضوح الصورة ذاتها.

والتصوير الفوتوغرافي كوسيلة جديدة لتسجل المعلومات وكوسيلة اتصال قد أصبح أحد القوى البصرية الأولية في حياتنا. أصبح مهما كالكلمة المطبوعة تماما. فالتصوير الفوتوغرافي لا يستطيع فقط أن يسجل اللحظات ذات الدلالة من الناحية الشخصية ولكن من الناحية الاجتماعية أيضا أصبح التصوير الفوتوغرافي أكثر الوسائل القيمة لتسجيل التاريخ الاجتماعي للمستقبل وللأجيال القادمة، كما أن استخداماته في إمدادنا بالمعلومات المتعددة الأنواع والمجالات يصعب حصرها.

فالصور تمثل لغة مرئية يمكننا من خلالها أن نسجل بصدق مالنا من خبرات داخلية أو خارجية عن عالم لا نستطيع التعبير عنه.

ويمكن لصورة واحدة أن تتسبب في أحداث وقرارات مصيرية..، فقد كانت الصورة التي التقطها سائق صومالي يعمل مع طاقم صحفي بريطاني السبب الرئيسي الذي اضطر الإدارة الأمريكية إلى إصدار قرارها بسحب قواتها من الصومال.

وكانت الصورة تمثل عدد كبيرة من الصوماليين وهم يمثلون بجثة جندي أمريكي في أحد أزقة مقديشيو، مما كان كموقع الصدمة في كل بيت أمريكي، وجعل غالبية الشعب الأمريكي تدعو إلى سحب القوات الأمريكية من الصومال دون إبطاء.

إذن فلا شك أن الصور يمكن أن تجذب القراء إلى الجريدة وتساعد في دعم موقف الصحيفة في المنافسة مع التليفزيون، ووسائل الإعلام الأخرى التي تتنافس من أجل الاستحواذ على وقت القارئ. فالصور الجيدة يمكن عن طريقها توصيل المعلومات إلى القراء، حيث تجذبهم إلى متون القصص الخبرية التي تحتوي على مزيد من المعلومات.

ورغم منافسة التليفزيون الصحافة في هذا المجال فإن الصورة المطبوعة تتميز بخاصية فريدة، وهي قدرتها على عزل لحظات معينة من الزمان الشيء الذي لا تستطيعه آلة التصوير التليفزيوني ، ووجود الصورة التي تجسد الحدث أمام القارئ، تتيح له فرصة تأملها والتفاعل معها، ومع ما يحيط بها من مادة أو ما يصاحبها من تعليق.

وفي النهاية يمكن القول بأن القدرة التأثيرية للصورة الفوتوغرافية هي التي جعلتها أكثر أنواع الصور شيوعا بين الصحف في العالم الآن، مع أن القدرة على نشرها بالوضوح المطلوب قد تأخرت عن الرسوم الخطية، وقد تطور نشرها شيئا فشيئا مع كل تطور يصيبه فن عن التصوير الفوتوغرافي عموما، وطرق إنتاج الأسطح الطباعية بخاصة، وذلك مع تطور أنواع الورق والأحبار والآلات الطابعة.

وقد تجلى هذا التطور في المساحات التي تحتلها الصور الفوتوغرافية من صفحات الصحيفة.

وتقدم التكنولوجيا اليوم عالية الجودة والدقة عبر جهاز الحاسوب خدمة هامة وحاسمة في تطور ونقل وسرعة استخدام الصورة الصحفية عبر العالم، واستحدثت مصادر جديدة للصورة الصحفية، حيث تطورت تقنية الصورة الصحفية الرقمية، وتقنية أرشفة الصور الإلكترونية وتقنية ضغط البيانات، إلى جانب العديد من البرمجيات المتقدمة في حقل الأرشفة الإلكترونية.[1]

ويمكن القول من حيث وظيفة الصورة الصحفية، أن لها تأثيرا بالغا لما لها من معان يتم استخدامها ضمن وظيفتها التأثيرية هذه، حيث تحمل كل صورة صحفية دلالات ومعاني يتم استخدامها ضمن سياق النص الخبري أو الإعلامي، يمكن في هذا الإطار – وظيفة الصورة الدلالية – تقسيم الصورة الصحفية على الأنواع الآتية:

1- **الصورة الخبرية:** تعد الصورة عاملا مساعدا في استكمال الخبر الصحفي، وتأكيد حقائق الحدث الذي تنشره الصحيفة، حيث تحتل المرتبة الثانية بعد النص الخبري.

2- **صور الموضوعات أو صور التحقيق الصحفي:** وهي صور لموضوع معين، وهي أكثر الصور أهمية لأنها تبرز تفاصيل عديدة تساهم في اكتمال الموضوع، قبل حدوث أمر ما، أو عند حدوثه أو بعد حدوثه.[2]

3- **صور الموضوعات الإخبارية ذات الطابع الإنساني:** وهي صور لموضوعات يغلب عليها الطابع أو العنصر الإنساني، وفيها الزاوية إخبارية بسيطة.

4- **صور البورتريه:** وهي صورة نصفية معينة تنشر مع حديث أو تصريح له أو خبر عنه، أو للدلالة على مكان معين.

5- **الصور ذات الطابع الجمالي:** وهي صور توضع لجذب نظر القارئ إلى موضوع معين أو لكسر حدة رمادية المتن، ولعمل توازن أو تباين في إخراج الصفحة.

6- **صور الإعلان الصحفي:** وهي الصور التي تستخدم للإشهار أو الإعلان عن سلعة أو خدمة، والتي تعد أكبر العناصر الإعلامية جذبا لانتباه القارئ.[3]

---

[1] سعد سلمان عبد الله: تطور الصورة الصحفية في الصحافة العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، ع 21، كلية الإعلام، جامعة بغداد، دار الكتب والوثائق، بغداد، أيلول 2013، ص58.

[2] محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجال الإعلام، (د ط)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1998، ص39.

[3] صفوت محمد العالم: فن الإعلان الصحفي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص122.

ولا تزال الصورة الصحفية عبر الصحافة المطبوعة تلعب دورا تأثيريا وإقناعيا بارزا، فهي أداة ناجزة في جلب اهتمام القارئ بالمضمون الصحفي، وهو ما تهدف إليه كل صحيفة من وراء نشاطها الصحفي، فكل صورة صحفية يمكن أن تحل محل الكلمات، أو تدعم النص الصحفي، فتنقل خبرا أو رأيا، وتغطي مناحي النشاط الاجتماعي والسياسي، مع إعطاء شروح توضيحية لهذه الصور، كما تمثل الصورة عاملا أساسيا في بناء الصحيفة، وتشترك مع حروف المتن والعناوين والفواصل والمسافات البيضاء في بناء الجسم المادي للصحيفة.

إن الغاية من كل تواصل بصري هو استنفار الكم الهائل من الأحاسيس التي تتوسل بالنظرة والصورة أكثر مما تستدعي اللفظة والكلمة لإدراك معناها ومداها، فهي مبثوثة في الحجم واللون والشكل والجمالية، لذلك فإن اللوحة تحرمنا من الكلام لكي تعلمنا فن النظرة بحق.[1]

وظائف الصورة في الصحافة الإلكترونية:

تأتي أهمية الصورة في الصحافة الإلكترونية كما في الصحافة المطبوعة باعتبارها عنصرا بارزا، يجذب انتباه القارئ أو زائر الموقع، حيث تقع عينه على الصورة قبل النص، ومعلوم أن القارئ الإلكتروني اليوم لا يقرأ النص كلمة بكلمة، إنما يبحث عن العناصر البارزة وذات الأهمية داخل النص الإلكتروني، كما بينت الكثير من الدراسات، ويأتي التعليق على الصورة التي يجب أن يتضمن المعلومات التي يراد إبرازها في الخبر أو الموضوع الصحفي المعين.

الوظائف الأساسية للصورة في الصحافة الإلكترونية:

هناك العديد من الوظائف الخاصة بالصورة الإلكترونية يمكن أن نجملها فيما يلي:[2]

1- **الوظيفة البصرية الإدراكية:** أي أنها تنبه قارئ الصحيفة أو زائر الموقع إلى الموضوع الصحفي، فالصورة باعتبارها عنصرا بارزا تجذب العين مباشرة إلى المادة الصحفية.

2- **الوظيفة الطبوغرافية:** أي أن الصورة تمثل إلى جانب العناوين والنص والأشكال الأخرى عنصرا مهما من عناصر بناء الصفحة، سواء أكان ذلك في الصحيفة أو في الموقع الإلكتروني، إذ تمثل عنصر توازن وعنصر تنوع وثراء بصري ومعرفي.

---

[1] سعد سلمان عبد الله، مرجع سابق، ص60.

[2] عثمان كباشي: الصورة في صحافة الإنترنت، معهد الجزيرة للدراسات institue-aljazeera.net، تاريخ الاطلاع 2-10-2023م.

3- **الوظيفة الاتصالية:** أي أن الصورة تؤدي وظيفة مكملة ومتممة للنص باحتوائها على ما يمكن اعتبارها معلومات.

ويمكن الحديث اليوم عن جودة الصورة الرقمية في الصحافة الإلكترونية، باعتبارها عنصرا هاما في جذب انتباه القارئ الإلكتروني، حيث استفادت صورة الإلكترونية من التكنولوجيا الرقمية التي أصبحت تتحكم في جودة الصورة من حيث التعديل وإبراز الألوان، وزاوية التصوير الملتقطة للصورة ... وغيرها.

ويعد الهدف النهائي من نشر الصورة الرقمية هو رواية الخبر أو الحدث بزواياه وتفاصيله، ونقل القارئ إلى مكان وقوعه لكي تشبع رغبته في المعرفة الدائمة في نقل المادة الخبرية.

ولكي تكون الصورة الصحفية الإلكترونية على قدر من الأهمية والتأثير يجب أن تتسم بما يلي:[1]

1- أن تكون ذات اتصال قوي ووثيق بالحدث، ودافعة له مع توضيح أهم لحظاته.

2- توافر العنصر الدرامي في مضمون الصورة، يعمل على زيادة تأثير صورة في نفسية ووجدان زائر الموقع.

3- يجب أن يتصف مضمون الصورة الرقمية بالحيوية، بمعنى أن تكون الصورة حية في كل ما تتضمنه من عناصر، سواء كانت أشخاص، أماكن، أشياء.

ويمكن الحصول على الصور الرقمية بالنسبة إلى المواقع الإلكترونية من عدة مصادر هامة داخليا وخارجيا، نذكر منها على سبيل المثال:

- مصورو موقع الصحيفة الإلكترونية نفسها، وأعضاء قسم التصوير.
- وكالة الأنباء العالمية كمصدر خارجي، وهناك وكالات خاصة بالصور والرسوم، ووكالات التصوير الإخباري.
- وكالات الأنباء الوطنية أو المحلية والتي تشرف عليه الحكومة تمويلا وإدارة.
- وكالات الأنباء الخاصة والتي تتبع أنماط الملكية الخاصة، ولا تتبع الدولة أو الحكومة.
- مكتبات الصور الإلكترونية، والتي تعد مخازن ضخمة للصور، تضم عددا كبيرا من الصور المختلفة، يتم تخزين الصور فيها في هيئة رقمية على إحدى الوسائل الإلكترونية.

[1] ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي: جودة تصميم المواقع الصحفية في عصر التحول الرقمي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 80، سبتمبر 2022، ص1127.

- المصورون المحترفون أو الهواة الذين يقومون ببيع الصور بالقطعة إلى الصحف والمواقع، أو بلا مقابل بالنسبة إلى الهواة.
- جمهور القراء الذين يقدمون بعض الصور المناسبة إلى المواقع في حالة عدم وجودها بالنسبة إلى الصحيفة الإلكترونية.

وهكذا فإن الصورة الرقمية في الصحافة الإلكترونية تبقى ذات أهمية بالغة كما في الصحافة المطبوعة، ولا يمكن التخلي عنها، فهي تحمل معنى داخلها، وذات دلالة تعبيرية وإدراكية تتخطى النص المكتوب، بالإضافة إلى قيمتها الجمالية من حيث الشكل والألوان والإخراج، ما يضفي مزيدا من الحيوية والجذب للقارئ أو المتلقي.

وقد حازت الصورة التكنولوجية والصناعية اليوم على اهتمام وسائل الإعلام والاتصال نظرا لسرعة تداولها وقوة تأثيرها. وظلت الصورة تمحو الحدود وتردم الهوة بين الثقافة العالمة والثقافة الجماهيرية، بين نخبة الجماهير العريضة، عندما حطمت الهرمية الثقافية والتراتبية الاجتماعية، إلى حد أنها بدت وكأنها الوسيلة التي لا غنى عنها لتحقيق المساواة بين الناس، ولجعل الثقافة والمعلومة أعدل توزيعا وأسهل ولوجا من طرف أعرض الشرائح الاجتماعية التي تعاني من الأمية التي فرضتها ولا تزال تفرضها الثقافة المكتوبة أو ما يمكن تسميته ثقافة الحرف.

غير أن الصورة المصنوعة أو المركبة أو القابلة للتركيب بكيفية تكنولوجية هي التي صارت لها القوة والهيمنة على وسائط الإعلام المعاصرة، مما يطرح السؤال عن مكوناتها وأنظمة إنتاجها التي تجعلها تحوز على هذا القدر من التأثير في العالم المعاصر، وهو ما من شأنه أن يلقي بعض الضوء على رهاناتها الإيديولوجية والسياسية والمعرفية، وما يتنازع موضوعها من اتجاهات دعائية إعلامية وفنية وإخبارية أو تضليلية.

وهكذا تتعدد أنظمة الصورة بتعدد وظائفها ومهامها، وبتعدد أنواعها، ولكن يمكن القول إنها تلتقي في كونها مصنوعة وآلية وتكنولوجية، لم تعد الصورة سوى منتجا للآلة أو الأجهزة الآلية، ولم تعد موكولة لا ليد الإنسان ولا لجوارحه وإنما للوسائط الآلية التي حققتها الطفرات التكنولوجية المتعاقبة والمتلاحقة، فحلت محل العين البشرية الكاميرات والعدسات أو ما يمكن إدراجه تحت مسمى الآلات البصرية Ecran مثل شاشة التليفزيون وشاشة السينما، وحلت الصور في إطار جديد هو الشاشة وشاشة الحاسوب إلى حد تسمية المجتمعات المعاصرة بمجتمعات الشاشة.

إن نظام الصورة من التقاطها وتركيبها إلى بثها هو نظام صناعي وآلي وتكنولوجي، يضمن أن تكون مباشرة وآنية وفي الزمن الواقعي، مما سيظهر جليا مع الصورة التليفزيونية والرقمية التي تخطت الحواجز والحدود ، وأصبحت تمتلك رهانات عدة تفرضها تحديات العولمة الثقافية والإعلامية والحضارية كذلك.

المحاضرة 09:

لغة الصورة وإيديولوجيتها

تمهيد:

للصورة لغة تعبيرية ودلالية وجمالية قائمة بذاتها، ولهذه اللغة أسس وقواعد يجب الإلمام بها، تماما مثل النص الذي يعبر عن لغة له قواعده الخاصة به، واليوم فإننا نشهد عالما جديدا، فقديما كانت الصورة تنقل ما هو موجود، أما اليوم فإن الصور هي التي تصنع وتغير وأضحت انعكاسا للواقع الذي نعيشه اليوم، إلا أن عالمنا اليوم جعل الصورة لغة جديدة، لغة بدلا من الكلام، وأنه لم يعد قابلا لأن يحكى، إنه قابل لأن يرى ويشاهد، وبذلك حلت لغة الرؤية محل لغة الفكر، وأصبح الفهم والإدراك يتحقق من خلال الكم الهائل للصور في عالم اليوم، وهو ما يعني انتشارا واسعا لصور لا معنى لها، وتقدم الصورة الأشياء أو المعاني جاهزة، لأنها تقوم في حقيقتها باختزال المعنى أو الزمان والمكان، وتمنح للمتلقي راحة عقلية ونفسية.

ما هي لغة الصورة؟

يزداد الاهتمام اليوم بالصورة لما لها من تأثير وإقناع، حتى أن البعض يطلق على عصرنا "عصر الصورة"، لأن وسائل الاتصال المعاصرة أتاحت من وسائل العرض ما جعل من الصورة بديلا للكلام، إن لم تكن بديلا للواقع نفسه، وأصبح إنتاج الصور صناعة متعاظمة ومحكمة، وذلك لتوجيه الرأي العام، لجعله منساقا إلى التصديق على كل ما تقع عليه عينه، وهو ما يدفعه إلى الاستهلاك أكثر، والإقبال على شراء سلع من دون وعي منه، أو حتى تضييع الوقت من دون فائدة، من خلال الإطلاع على الكم الهائل من الصور دون وعي منه.

وتتكون لغة الصورة من حيث أنها لا تحمل المعاني والدلالات فحسب بل توحي كذلك بالمشاعر والعواطف أو تصنعها، والإيحاء الذي ينبعث من الصورة يمكن أن يسمى مجازا لغة، وكمثال على ذلك نقول: لغة العيون، لغة القلوب، والمقصود أن هذا التركيب البصري قد يؤدي الوظيفة التي تؤديها اللغة، وهي التوصيل والتواصل، بل إن الصورة قد تؤدي هذه الوظيفة بشكل أعمق وأجود من التعبيرات اللغوية.

وتحمل كل صورة تأثيرا معينا تحمله بين طياتها، سواء أكانت صورة فنية مرسومة في لوحة، أو كانت صورة في قصيدة، أو كانت صورة في إعلان تلفزيوني، وهذا التأثير إذا اشتدت وطأته لدى كل

من المرسل والمستقبل، فإنه يحبس صاحبه في قفص ذهبي من الإدراك الحسي المباشر، ويحول بينه وبين التأمل التجريدي العميق، أن يجعله يفكر بالمحسوسات.

وإذا استقرينا تاريخ استخدام الصور في الحياة الإنسانية، يمكن تمييز وظيفتين تلتقيان بعنصر التأثير في الصورة، أولهما القدرة على التعبير، وثانيهما الجمال، وهكذا نرى أن الصورة يمكن أن تجمع بين التأثير والتعبير والجمال، وعندئذ تصبح الصورة لوحة فنية أو أثرا أدبيا رفيعا.[1]

وتظهر القيمة التدعيمية للصورة، كونها تحتاج إلى نص توضيحي حتى لا يكون تأويل الصورة مفتوحا على مصراعيه، ذلك أن النص يضفي على الصورة معنا يريد المرسل إيصاله إلى المتلقي، ويمكن أن نستغني عن اللغة المكتوبة إذا تعلق الأمر بلوحات أو صور فنية، أو طبيعية جميلة، وهنا يمكن للصورة أن تتحدث عن نفسها، وتحمل بين طياتها لغتها الخاصة بها، التعبيرية والجمالية، وحتى وإن تحمل الصورة لغة خاصة بها، إلا أن النص والصورة في الكتابة الصحفية والإعلامية شيئان متلازمان، حيث تستعين الصورة الإعلامية بالنص المكتوب وذلك من أجل تحقيق تأثير أكبر وأقوى، وهو ما يؤكد أن داخل كل صورة لغة، وداخل اللغة صور فنية أو شعرية وبلاغية تضفي مزيدا من الجمالية والتأثير.

وإذا تحدثنا عن جمالية الصورة ولغتها التأثيرية، فإننا نتحدث في المقابل عن بناء جمالي مبهر وأخاذ، يستهدف جلب انتباه المتلقي وتحقيق مزيدا من المتعة البصرية والذهنية، لذلك تحولت الصورة إلى صناعة قائمة بذاتها تدخل في جوهر الصراعات القائمة على مستوى العالم، وذلك لما لها من قدرة وتأثير في حسم معارك فكرية وحضارية، يكون أداتها هو الإعلام الحاضر بقوة في إدارة هذه المعارك، فمن يسيطر على الصورة وعلى صناعتها، يسيطر على المتلقي على مستواه الذهني والفكري والحضاري.

إن السيطرة على الصورة اليوم ونحن نعيش "عصر الصورة" بإمتياز يعني ببساطة السيطرة على المتلقي فردا كان أو جمهورا، وإدماج ذبذباته الوجدانية في نظام الصورة وذلك بغرض تبليغ الخطاب المراد تبليغه، وهو ما يجعل المتلقي في حالة انجذاب مستمر وغير منقطع لوجدانيته تجاه المادة الإعلامية المتداعية عليه ليلا ونهارا، واحتكار انتباهه وعزله عن محيطه المباشر نتيجة التعرض لملايين الصور العادية أو السلبية أو تلك التي تعرض نفسها ضمن نطاق السلعة، والإستهلاك لها بأي ثمن كان، وقد يصل الحال إلى تأثير الصورة على مستوى أعلى من التأثير، أي

[1] عبد الرحيم الكردي: لغة الصورة، موقع الخبير حمادة صلاح صالح kenanaonline.com، تاريخ الإطلاع 3-10-2023.

جعل المتلقي في حالة تخدير، وعدم القدرة على أخذ الحيطة والتساؤل، أو تدمير حاسة النقد لديه، وهو ما يجعله مستقبلا لخطاب الصورة دون خطاب نقدي يحمله ويواجه به لغة الصورة أو خطابها المعلن أو الخفي، وما يمكِّن الصورة من تمرير جملة من القيم والمواقف نحو ذهن المتلقي ووجدانه من دون مجابهة أو اعتراض عقلي ومعرفي ونفسي.

الصورة والإيديولوجيا:

صورة تحمل خطابا ظاهرا أو باطنا، ويمكن أن يحمل كل خطاب أيديولوجيا خاصة به، وتحمل الصورة مضمونا تواصليا فعالا وعنصرا من عناصر التمثيل الثقافي البصري، إذ يمكن بواسطتها الوقوف على أهمية العالم البصري في إنتاج المعاني وتأسيس القيم الجمالية والإبقاء عليها، وكشف الديناميات النفسية الخاصة بعمليات المشاهدة والتلقي.

إن للصورة قدرة عجيبة في التحول إلى فكرة أو أيديولوجيا، ومن ثم تتحول إلى هدف، والهدف إلى مشروع، والمشروع إلى رأي جماهيري عام، ومن ثم إلى سلوك بشري عن طريق الفضاء العمومي أو شبكات التواصل الاجتماعي.[1]

وتاريخيا فقد تم توظيف الصورة أيديولوجيا في الحرب العالمية الأولى والثانية، وفي الصراع المسلح ما بين المعسكرين الشرقي والغربي، وأيام الحرب الباردة، وإلى غاية حدودنا اليوم، وذلك لما للصورة من قدرة على حمل الفكرة والإيديولوجيا ضمن السياق الثقافي والاجتماعي والسياسي الذي تعيش فيه، فضلا عن دور الصورة في كونها أداة مهمة لتوثيق فترات حاسمة في تاريخ المجتمعات، لمن عاشها ولمن لم يعيشها لدى الأجيال القادمة.

وتعمل الإيديولوجيا، بما فيها إيديولوجيا الصورة على تبرير جملة المعاني والقيم التي تحملها، حيث تنمو الحاجة إلى التبرير في أوساط المتعاطفين مع هذه الإيديولوجيا، الذين هم في حاجة إلى الاقتناع بصدق ما يؤمنون به، ونفي معتقدات الخصوم أو الأعداء،[2] ويمكن للصورة أن تلعب دورا إيديولوجيا في ساحات المعارك الحربية أو السياسية أو حتى ضمن المعتقدات الدينية، وغيرها من المعتقدات عندما يتوجه الخطاب الإيديولوجي المدعم من طرف الصورة إلى الأنصار المحتملين أو الفعليين، حيث يجب إعطاء أدلة مقنعة لهم تجعلهم يختارون معسكرا إيديولوجيا دون آخر.

---

[1] محمد الراجي: أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي، وتشكيل الرأي العام، مركز الجزيرة للدراسات studies.aljazeera.net، تاريخ الإطلاع 9-10-2023.

[2] محمد سبيلا، عبد السلام بنعبد العالي: الإيديولوجيا، ط 2، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء – المغرب، 2006، ص53.

وتقوم الإيديولوجيا على الاكتساح العاطفي والوجداني الجامع وليس على دليل عقلي ومنطقي، تعمل على قيم محددة وعليا كقيم الحرية، المساواة، الرفاهية، النظام، وإرادة إقامة مجتمع ما على هذا الأساس.[1]

ولا يزال توظيف الصورة أيديولوجيا باقيا ما بقيت الإيديولوجيا ومعها الصورة التي يمكن أن تحمل هذه الإيديولوجيا في أوقات الأزمات والحروب، أو حتى ضمن السياق الثقافي والحضاري للمجتمعات والحضارات، حيث نشهد اليوم عالما من الحروب الناعمة عبر الفضائيات ووسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، وعبر الشبكات الاجتماعية ووسائل التواصل.

إن الصور التي تنتشر في الصحف وفي وسائل الإعلام المختلفة، يتم اليوم اختيارها بعناية لأنها ذات رمزية اتصالية هامة تعتمد عليها وسائل الإعلام في صياغة رسائلها التي تتفق وخصائص جمهور المتلقين، بأنها لا تعتمد فقط على الرموز اللفظية، بل على رموز أخرى غير لفظية لتأكيد المعاني والأفكار التي تعكسها الرموز اللفظية أو الصور المصاحبة.[2]

وهو ما يصدق على الصورة الصحفية والإعلامية عندما تكون مشحونة بالإشارات والرموز والمعاني، وتوظيفها بالشكل الذي يريده مرسل الصورة.

وللصورة أدوات ووظائف منها الدعائية والإيديولوجية والسياسية، يمكن أن تبدأ الصورة الورقية من الملصق الإعلاني الرامي إلى تبليغ المعلومة إلى الملصق الإشهاري الرامي إلى الترويج التجاري، إلى البلاغ السياسي الهادف إلى حشد الأتباع وإغراء المترددين. ونفس الأمر ينطبق على الصورة الرقمية أو المبثوثة على شاشة التليفزيون وعلى شبكة الإنترنيت أو على شاشات العرض الكبرى في الساحات العامة، فهي تضطلع بأدوار ووظائف منها الدعاية والإشهار، ومنها الترويج والتسويق، ومنها صناعة الرأي وتشكيل الذوق وتكييفه، وكل هذه الوظائف تنضوي تحت عنوان واحد، إذا ما جارينا إن الترفيه L'idéologie du divertissement كمدرسة فرانكفورت التي تقول: أن الترفيه إيديولوجية ، خاصة بعد بروز المجتمعات الاستهلاكية وظهور الصناعة الثقافية التي خصصت لها مدرسة فرانكفورت حيزا هاما من انشغالاتها. تفرض الصور في العالم المعاصر نفسها علينا بطريقة لا يمكن مقاومتها، وتمارس علينا قوة وإغراء، ويتوسل بها لترويج السلع الثقافية وتسويقها. وتمطرنا بالصور من كل حدب وصوب، تارة لطيفة وتارة عنيفة. وعندما تنتج صورا تتصف بالعنف إلى حد ما فهي تتوخى

---

[1] المرجع السابق، ص53.

[2] علاء بسيوني الرميلي: صناعة الصورة الذهنية للرؤساء في الحملات الانتخابية، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، ع 4، أكتوبر 2019.

من ذلك إبهارنا بكافة الوسائل، بل وفي بعض الأحيان خداعنا، بواسطة تركيبها تركيبا يسمح ببناء عوالم افتراضية غريبة علينا ومحاولة سبر أغوارها.

ويمكن الحديث في العالم التكنولوجي المعاصر عن التداعي الحر للصور بدل الأفكار، فثمة طوفان بصري يغمر الناظر أو المشاهد، لا يترك له فرصة التقاط أنفاسه، ويصيب فكرة بالخمول، فكلما تعرض لهذا السيل الغزير من الصور، بدءا من شاشته الصغيرة وحاسوبه الشخصي إلى الملصق الإشهاري والإعلان الدعائي ازدادت سلبية حسه النقدي، وازدادت تبعيته للصور النمطية.

كما أن الحديث في هذا الصدد عن عنف ملازم للصورة، لأنها صادمة وتفرض قوتها على الناظر أو المشاهد. وهي من ثم تشل مقاومتنا، وتضرب في المنطقة الخالية من العقل، وتتجه في كثير من الأحيان إلى لاوعي المشاهد. هذا يحيلنا إلى إشكالية أخرى والتي تتمثل في ارتباط الصورة شبه العضوي بالنماذج البدائية .

وللصورة سلطة محورية في العالم المعاصر، فما هي تجليات هذه السلطة؟

تستمد الصورة سلطانها مما نستثمر فيها من رغبات، وتقوم مقام رغباتنا في تحويل العالم. إن للصورة قوة تأثير تفوق كل التوقعات في متخيل المشاهد ويكمن اختزاله في العوامل التالية:

–قدرة الصورة على إقحام المشاهد في عوالم جديدة يكون مطالبا باستكشافها ومن ثم الوقوع في أسرها.

– قدرة الصورة على احتواء المشاهد الذي تحدوه رغبة عارمة في أن يكون داخلها سواء تعلق الأمر بشاشة التليفزيون أو شاشة الحاسوب، معتقدا بأن الصورة تمثل الواقع قدرة الصورة على إقحام المشاهدين في خبرة مشتركة فلا يرون إلا ما يراه الآخرون، ومن هنا قوتها على شحن المتخيل الجمعي.

لقد أحدثت الصورة الآلية ارتجاجا في النظام البصري المعاصر كما يقول "رجيس دوبري"، وغيرت كيفية إدراكنا للعالم. والمقصود هنا بالذات الصورة لما صارت صناعية أو تكنولوجية، سواء فوتوغرافية أو سينمائية أو تليفزيونية، مع هذا الفارق هو أن الأولى ثابتة والثانية متحركة والثالثة آنية ومباشرة.

وبالتالي فإن الصورة الصناعية أو التكنولوجية اختلفت عن سابقتها اليدوية في فرق أساسي: ألا وهو استعمال النور الصناعي أو قوة الضوء الفيزيائي.

و بدأ المصور المحترف منذ الآن يستعين بالكتابة بالنور عوض الرسم بالألوان لدى الرسام المبدع والمأسور بلحظة الإبداع تلك ، ذلك أن لحظة اكتشاف الصورة الصناعية والتكنولوجية يعد بمثابة انعطاف هائل: "حل فيه النور محل يد الفنان وخيالاته وابداعاته".

المحاضرة 10:

سلطة الصورة، وواقعها

تمهيد:

أصبح للصورة خطابها الخاص بها، لغة متميزة جعلها تحتل مكانة وأهمية عالية، وهو ما جعل من الصورة تمثل لوحدها مشكلة فلسفية نظرا للتغيرات، العميقة التي أحدثتها في تشكيل وتكييف كل ما هو بصري ومرئي بصفة عامة.

ويذهب الدارسون إلى أنه صار من الضروري إعادة النظر في الأدوات الفكرية والمنهجية، وفك خلفيات وأبعاد الصورة بفضل ما تحقق لها من طفرات تكنولوجية ورقمية، وانتقلت فيه الصورة من طور كانت فيه ذهنية إلى طور صارت فيه بصرية، وبعدما كانت في خدمة غايات روحية، أصبحت تحيل إلى ذاتها، حيث استحالت إلى وسيط أساسي في الثقافة المعاصرة، وأصبح لا غنى عنها في أي خطاب كان، ولا يغيب رؤيتها عن أي رسالة إعلامية كانت.

سلطة الصورة في وسائل الإعلام اليوم:

يرى فريق من الدارسين للصورة وتأثيرها، أن العالم الذي تقدمه لنا الصورة كما تعكسه وسائل الإعلام ليس واقعيا، بل هو ما ترغب وسائل الإعلام في تصويره لنا.

وعند ظهور الفضائيات، شغل خطاب الفضائيات التلفزيونية اهتمام الباحثين في علم النفس، وعلم الاجتماع والتربية والاتصال، لما لها من تأثير واضح على اتجاهات الفرد عند بث صورة واحدة، أو عدة صور متسلسلة، ولكنه في مواقف معينة لا يمكن من تغيير هذه الاتجاهات إن تم بث عشرات الصور.[1]

ويمكن القول أن الصورة في حقيقتها لا تنقل الواقع كله، فهي مجزأة، ومأخوذة في بعض الأحيان عن سياقها لكي يتم توظيفها أو التلاعب بها، وحتى وإن كانت كل صورة تروي قصة، لكن المعرفة كفيلة بتتمة المعنى، حيث تظهر علاقة الصورة بالمعرفة، هي كيف يستغل الإنسان الصورة في إيصال رسالته؟

وتظهر قوة وتأثير وسائل الإعلام ماضيا وحاضرا على العقل البشري، وذلك بخلقها لعوالم افتراضية لا يمكن تصورها، حيث يبقى ثمة واقع خارج وسائل الإعلام، وحقائق أخفتها متعمدة تلك

[1] سارة الصاوي: سلطة الصورة في وسائل الإعلام – مداخل تأسيسية–، المعهد المصري للدراسات، موقع e:pss.eg.org تاريخ الاطلاع: 15–10–2023.

الوسائل، لهذا من المهم بالنسبة للدارسين والباحثين للبحث عن المقاصد الخفية من خلال التدقيق في المعلومة وقراءة الصورة، ومعلوم أن وسائل الإعلام تشتغل وفق أجندات وجدول أعمال، خطط تبذل ما في وسعها لتنفيذها، وقد تقتضي الخطط قلب الحقائق أو تشويهها، خاصة إذا تعلق الأمر بالحروب العسكرية، والنزاعات الجيوسياسية أو الأيديولوجية، وقد بدأ في السبعينات من القرن الماضي الاهتمام بحقل دراسات "الثقافة البصرية" التي تهدف إلى تثقيف المتلقي بأهمية النظر في عملية الإدراك، وعلاقة الصور بالتاريخ الإنساني، والعلاقة بين الناظر والمنظور، وكيف يحلل الفرد ما يراه من صور وأعمال فنية، وكيف يقيّمها ليتمكن من تحليل وتقييم وسائل الإعلام، وكيف تستغل الصورة في إيصال الرسالة، إضافة إلى أن الصورة تنقل ما يريده صاحب الرسالة أو مرسلها، حيث أن كل صورة تروي قصة، لكن المعرفة كفيلة بتتمة المعنى.

ويستنتج الباحث "جاك أومون" أن الصورة تشكل دائما تكوينات عميقة مرتبطة باللغة، وأيضا بالتنظيم الرمزي لثقافة ما أو مجتمع ما، وهي كوسيلة اتصال وتمثيل للعالم، توجد في كل المجتمعات الإنسانية، فالصورة عالمية، لكنها محددة.[1]

إن معظم المعلومات عن العالم المحيط بنا تنتقل بواسطة البصر إلى الدماغ (70% أكثر من بقية الحواس)، وعلى الرغم من الدور الأساسي للغة في العلاقات الاجتماعية، فالبصل أكثر حيوية، فالمرء حين يرى الغرباء مثلا، يمكن أن يكون صورة عنهم من مظهرهم، وربما كانت الصور في الماضي قليلة مقارنة بالكلمات، لكننا اليوم نعيش في محيط مشبع بوسائل الإعلام المتخمة بالصور.[2] ومما يؤكد على تأثير الصورة وسلطتها على المتلقي، ما ذهب إليه عالم النفس "جيروم برنر" في دراساته من أن الأشخاص يتذكرون فقط 10% مما يسمعون: و 30% مما يقرأون، لكنهم يتذكرون 80% مما يرون يفعلون، وعندما يستخدم أفراد المجتمع سواء في البيت أو المدرسة أو مكان العمل الحاسوب حيث تقترن الكلمة بالصورة، تتحول المشاهد إلى استخدام نشط، حيث تصبح الكلمات والصور، وسيلة اتصال قوية وقابلة للتذكر.[3]

[1] Aumont jacques, the image, british film institus, London, 1994, p 95.
[2] Morra, joanne and marquard smith: visual culture, critical concepts in media ans cultural studies, routledge, 2006, p 32.
[3] California state university at fullerton, www.commfacaluty.fullerton.edu.

وباعتبار أن أبرز مكونات وسائل الإعلام هي الصورة، فهي تساهم بدور هام وفعال في إنتاج الثقافة الحديثة والمعاصرة في الإنتاج الإعلامي يشبه سلسلة مترابطة من الدوائر وكل ما تنتجه هذه الدوائر يتأثر بالقيم الثقافية وتشكيل النص وتمثيله يتأثر

أن أبرز مكوناته وسائل الإعلام هي الصورة فهي تساهم بدور هام وفعال في إنتاج الثقافة الحديثة والمعاصرة، فالإنتاج الإعلامي يشبه سلسلة مترابطة من الدوائر، وكل ما تنتجه هذه الدوائر، يتأثر بالقيم الثقافية، وتشكيل النص وتمثيله يتأثر بالطريقة ذاتها، فقراءة النصوص خاضعة لوجهات نظر ثقافية، وما ينطبق على النص، ينطبق أيضا على الصورة.

واقع الصورة اليوم:

تخطف الصورة الأنظار اليوم، وتجعل المتلقي في حالة من الدهشة أحيانا أو الصدمة أحيانا أخرى، حيث لطالما كانت تشيّد الصورة لنفسها لغة مرئية مستقلة ومتماسكة، حيث سنظل نقرأها باستمرار، وفي كل قراءة ينبثق لها معنى ليظل تأويلها إلى ما لا نهاية، وقد استحالت الصورة اليوم إلى لغة خاصة تخاطبنا برموزها وأشكالها، ونحن نفهمها ونسعى للتواصل معها من خلال إعادة القراءة التحليلية لهذه المكونات الجمالية البصرية.

واليوم فإن الصورة أصبحت مصدرا لصناعة القيم والرموز وتشكيل الوعي والوجدان والذوق والسلوك، تسمح بإظهار الحقائق والأحداث، وتخدم قضية ما بالدفاع عنها من خلال الصور الواردة عنها.

لقد تحولت الصورة اليوم إلى سلطة رمزية و تأثيرية، قادرة على توجيه الأحداث والتأثير فيها، وجعل المتنفذين خلف الشاشات والصحف، وغيرها من وسائل الاتصال، تبحث عن كيفية توجيه الرأي العام بالصورة المنتقاة، وصارت الصورة تعيد تركيب عقل المشاهد، وتضع كل الحواس في خدمة العين، بعد أن نفذ الإعلام المرئي إلى ذات المتلقي، وعمم خصوصيته وقيمه ونظامه، فبات المشاهد أسير الصورة يقرأ بعيونه ما يكتب، وما يصور بالعدسات.[1]

لقد أمعن الباحثون في تحليل وفهم سلطة وقوة الصورة، وقدرتها على جذب الفرد، وتحقيق القبول لديه إلى مقارنة وتشبيه الصور السينمائية خاصة، والصور في وسائل الإعلام بالصور التي

[1] محمد خليل برعومي: الإعلام في عصر الصورة، موقع عربي 21 arabi 21.com، تاريخ الاطلاع: 16-10-2025.

نراها في الأحلام، وبالتالي فهي تعمل نفس عملها،[1] حيث تجعلها في حالة سكون وذهول وعدم حراك، وتحدث الاستفاقة بعد نهايها، ليستعيد المتلقي بعدها علاقته بذاته وبالواقع، وخلال التعرض تبدأ العديد من السيرورات النفسية في العمل منها: الاندماج مع الصورة، الإسقاط والتقمص، التقليد ... وغيرها. وفي الأخير فإن أهمية الصورة تتأتى من قدرتها على استنساخ الواقع، ومن إمكاناتها القوية في تلبسه أو محاكاته، وهي قادرة على إعادة إنتاجه من جديد، وبأشكال مختلفة، وستبقى الصورة مهما تنوع شكلها الوسيط القوي الذي يربطنا كحبل السرة بالعالم وبالواقع الذي يحيط بنا.

وعندما نحلل الصورة نجد أنها تحتوي في ثناياها، خصوصا في عالمنا المعاصر، على بذور العنف في نشرات الأخبار في الدراما والتلفزيون في السينماوغيرها . ذلك أن استعمال صور العنف يظهر بما لا يدع مجالا للشك العنف المؤسس للصور، وعليه فصناعة الترفيه اقتضت من أجل استهلاك مزيد من الصور مزيدا من استهلاك العنف، وبخلاف المعتاد مما درج عليه من أن السينما تستحوذ على النصيب الأوفر من العنف، نلاحظ أن كل وسائل الاتصال الحديثة من التليفزيون إلى الصحافة المكتوبة والمصورة، مرورا بالبرامج الإخبارية، والفيديوهات المبثوثة على اليوتيوب، وصولا إلى الأفلام، كلها تقدم جرعات متفاوتة المقادير من العنف.

لذلك فالسؤال الذي يطرح نفسه، هل العنف هو خاصية المجتمعات المعاصرة، وهل هو لصيق بوسائل الاتصال الحديثة؟ إذ يمكن القول إنه لا يخلو مجتمع من المجتمعات في أي حقبة من حقب التاريخ من العنف، لكن جوهر الاختلاف هو أنه صار للعنف حظوة في مجتمعات الاتصال المعاصرة لأنه تحول إلى فرجة وصار ملازما للشاشة، وأقرب إلى الاستعراض البصري والظهور المرئي من أي حقبة أخرى، وهذا لا يعني بأي حال أن العنف في هذه المجتمعات مجرد فرجة ومشاهدة بل واقع قائم، وماتم نقله إلى الشاشة سوى ترجمة لحقيقة مؤداها أن العنف فيها يكتسي قوة أكثروأكثر.

والجدير بالذكر أن وسائل الاتصال تأخذ على عاتقها نقل العنف إلى الشاشة، إما في شكل سينمائي وحكائي أو في شكل تفاعلي أو في شكل خبر إعلامي. والملاحظ هو أن لكل نشرة إخبارية أو قصاصة نصيبها من العنف. يتجلى العنف في وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مثلما الأمر في ألعاب الفيديو والإنترنيت التي تستعرض العنف بكيفية تفاعلية. أما بفضل التأثيرات الخاصة فقد بلغت السينما شأوا بعيدا في إظهار العنف.

[1] بولوداني سهام: الصورة والواقع – بحث في قدرة الصورة على خلق الواقع، مجلة الصورة والاتصال، عدد 9، جامعة وهران، ص158.

إن خاصية وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وعلى رأسها الثقافة البصرية هي كونها تعمل على ذلك ما بدا واضحا مع الأحداث الدراماتيكية لهجمات الحادي عشر من سبتمبر، التي حظيت بتغطية إعلامية عز و قل نظيرها. وهنا يطرح السؤال إلى أي حد تقترن الصور بالعنف، وهل ثمة صور عنيفة بحد ذاتها أم لا توجد سوى صور للعنف؟ هل العنف مكون أساسي للصورة وجزء لا يتجزأ منها، خاصة إذا علمنا أن صور تلك الهجمات تبدو صورا عنيفة بامتياز.

ورغم كل شيء لا تكون الصورة عنيفة من وجهة نظر البعض، فصور الحدث قابلة للمشاهدة وإنما تنقل فقط عنف العالم، وهنا وجب التمييز بين الصورة – الأيقونة والصورة – الإشارة، ففي الأولى لا أهمية مخصوصة لرؤية الناظر أو المشاهد، فيما الثانية تتوقف عليها لاستشعار العنف الذي طال ضحايا هذا الاعتداء.

ليس العنف مكونا أساسيا لوسائل الإعلام والاتصال عموما وللصور بصفة في نظر دافيد تراند بقدر ما هو استجابة لحاجات المجتمعات المعاصرة للعن، حيث تقتضي ثقافة الاتصال المعاصرة صور العنف حتى لا نقول الصور العنيفة من أجل استعراضها بكيفية تجعلها قابلة للاستهلاك على نطاق واسع ، و ما يحدث هو محاولة إضفاء جمال ما على المشاهد والصور المثيرة للعنف حتى تصير مقبولة ومستساغة، بل ومرغوبا فيها.

ولذلك فإن العنف معضلة فلسفية، ويعتبر التحدي الأساسي للعقل إلى حد يجعله لاعقلانيا، ومدمرا للحقيقة ولذاتها معا، وينجم العنف عندما تنفلت القوة من عقالها، وعندما لا تحكمها علاقات مضبوطة، حيث من المفروض أن تخضع القوة إلى توازنات وإلى علاقات، أما إذا تجاوزت الحد وأمعنت وأفرطت، انقلبت إلى فوضى، وأدت إلى عنف لا يبقى ولا يذر.

ويذهب بعض الدارسين إلى إن العنف لا مندوحة منه ولا مهرب، ومن دونه لا يتقدم التاريخ ولا يتأخر، إنه جزء لا يتجزأ من الممارسة والفعل الإنسانيين، فمهما كان العنف مدانا أو مطلوبا، ومهما كان العنف مشروعا أو غير مشروع، مبررا أو غير مبرر، ثوريا أو غير ثوري، فهو مكون أساسي للتاريخ الإنساني.

ولابد للعنف من الصورة، فهو لا يقوم من دونها، لأنه محتاج إلى الظهور والإظهار، فلا ترى آثاره على الموضوع أو على الذات الممارس عليها سوى بواسطة الصورة التي يتركها. و تحديدا فيما يتركه من علامات حيث تكمن قوة الصورة في مدى إظهارها الشيء واستدعائه للحضور، ويعتبر العنف في

حكم الغائب إذا لم يتوسل بالصورة لإظهاره. ويقال في نفس السياق: "إن الصورة أساسا هي إظهار"، أي إظهار لعلامة أو أمارة العنف.

-الصورة والفن:

هناك مجموعة من الأسئلة تطرح نفسها في الموضوع، ما نصيب الصورة من الفن، وما قدر الفن في الصورة، وبالتالي ما الذي يجعل الصورة فنية؟ ما الفروق بين أنماط الصورة الإشهارية والدعائية والسياسية من جهة والصورة الفنية من جهة أخرى؟ يمكن الانطلاق من فرضية مؤداها أن الصورة الفنية، أو الصورة في الفن تفوق الأنماط الأخرى للصورة، وتحتوي على فائض قيمة لا نعثر عليه في الأولى، وهو ما يجعلها أكثر أصالة ودواما وقوة وإبداعا. ثمة إذن فائض أو قيمة فنية تفتقر إليه الأنواع الأولى من حيث كونها إما تبلغ رسالة، أو تكرس إيديولوجية، أو تروج منتجا أو سلعة، وتحتوي عليه الصورة الفنية لأنها تتجاوز المألوف والسائد، وتقاوم المبتذل.

نجد أنفسنا في الفن أمام صورة خالصة لا تنقل شيئا ولا تروج لشيء، تحمل في ذاتها قيمتها الفنية التي تكمن في قوتها على التعبير بخطوطها وألوانها، وبضيائها وظلالها. وسواء اتفقنا على أن الصورة تحيل إلى الواقع أو لا تحيل إليه، وبضيائها وظلالها. وسواء أقررنا بأنها تمثل أو تجريد، فنحن دوما أمام نمط من الصورة مكتفي بذاته، معبر عن نفسه من خلال مقومه الذاتي ومن خلال الأشكال والألوان والخطوط.

ويمكن أن نضيف إلى هذا الفائض الفني خاصية أخرى ويمكن تلخيصها في قابلية الصورة الفنية أن تتكون وتتشكل على نحو لا نهائي حسبما تقتضيه قدرتها على التعبير. وسيلة الصورة الفنية في التعبير هو الرموز الفنية التي تعرف بتعبيراتها لا بفحواها أو مضمونها، من خلال تركيبة لونية ما، أو خطوط وأشكال مقصودة لذاتها، إلى حد يمكن الحديث معه عن لغة تشكيلية، أو لغة بصرية.

ولا يقل التصوير الفوتوغرافي فنية من الفنون البصرية غير الآلية، لأنه يمكن أن يتوسل هو الآخر بالتركيب ليكون تعبيريا. وهناك من يعتبر أن التصوير الفوتوغرافي، إذا ما توفرت فيه معايير محددة، لا يقل تعبيرية عن التصوير الصباغي. منذ أن هجر الفن البصري التمثل، وتحرر من عبء محاكاة الواقع لم تعد للأشياء الملونة قيمة بقدر ما صارت للألوان ذاتها قوة تعبيرية خاصة بها، ونفس الشيء يقال عن الأشكال. فالمهم هو أن تعاد الأشياء إلى أشكالها الأولية. بحيث أن للأشكال كما للألوان حياة خاصة لا ترتبط فيها بالأشياء، ولا بالموضوعات، ويكفي النظر إلى تيارات الفن الحديث لكي نتبين هذا الاتجاه. ومهما اختلفت منازع الفن الحديث، من المنزع التكعيبي إلى المنزع البدائي،

ومن المنزع التجريدي، نكاد لا نعثر على أي اهتمام بالواقع فيما عدا ما يوحي به من أشكال، وفيما يعبر عنه من ألوان.

كما أن الصورة تتخذ في الفن مسارا مختلفا عما هي عليه في صناعة الإشهار، وفي مجال الإعلام والاتصال، وفي ميدان السياسة والدعاية، وتحظى بمعالجة خاصة تجعلها أكثر تعبيرية وإبداعا، ودالة بنفسها لا بغيرها، ومرتكزة على معاييرها الجمالية والفنية.

إن الصورة في الفن الحديث هي اشتغال على المواد، وتطويع لها على نحو يجعلها معبرة بنفسها، تبدو وكأنها تخلصت من الشوائب ومن الزوائد، ومن كل ما من شأنه أن يعلق بها من ابتذال من جراء الاستعمال الإعلامي أو التجاري أو الدعائي. يعمل الفن على إبراز مادية الصورة كما وحجما ومساحة، مثلما يعمل على زيادة قوتها التعبيرية لونا ونورا ووهجا، وأخيرا يعمل على تحويلها إلى أشكال من النقطة إلى الإطراء.

وقد تلونت الصورة في تاريخ الفن الحديث تلوينات حسب تياراته المختلفة وأساليبه المتعددة، وتجددت في كل مرة ومع كل تيار واتجاه على نحو من الأنحاء: اتخذت مع التيار التكعيبي أحجاما، ومع التيار التجريدي أبعادا هندسية، ومع التيار الوحشي مساحات وألوانا. ففي كل مرة يشتغل على الصورة نوع من الاشتغال، يجعلها أكثر تعبيرا بذاتها وبقيمها التشكيلية دونما حاجة إلى حمل خطاب أو تمرير رسالة أو تسويق ماركة أو تكريس إيديولوجية. وعندما نقول إن الصورة الفنية خاضعة إلى Transgression نوع من الاشتغال يجعلها أكثر صفاء وأقوى تعبيرا فذلك بفضل انتهاك أو خرق القواعد البصرية المكرسة من خلال عمل تحويل دائم للأشكال. كل التيارات الفنية البارزة أحدثت هزات عنيفة في مفهوم الصورة: خد التكعيبية مثلا، فمن أجل تحويل الصورة عن محاكاة الواقع، اتخذت كل الوسائل الكفيلة بتحويل الأشياء إلى أحجام بحيث تظهر لا كما هي وإنما كما تبدو في عين الفنان، فضلا عن إبرازها لبعد خفي للواقع لا تتمايز فيه الزوايا، ولا تختلف المنظورات، فهي متساوية لأنها تشغل نفس الحيز، وتوجد على نفس المساحة[1] .

1- سلطة الصورة في وسائل الإعلام: مداخل تأسيسية ، مجلة العلاقات الدولية ، https://irajournal.academy/2023/08/26/image-media ، تاريخ الإطلاع 3جانفي 2024.

المحاضرة 11:

تأثير المعالجة الرقمية على مصداقية الصورة.

تمهيد:

ظهرت المعالجة الرقمية للصورة تزامنا مع انتشار وتطور التقنيات الرقمية التي تحفظ الوثائق والصور في شكل أرشيف رقمي أو مكتبات رقمية من خلال طاقات التخزين التي تمتلكها الحواسيب الرقمية التقليدية أو عالية الدقة، حيث لم تعد الصورة في شكلها التقليدي الورقي أو الفوتوغرافي أو الفيلمي، وأصبحت الصورة اليوم تخضع لمعالجات رقمية مثل: معالجة الصور الطبية، إنتاج الأفلام والصور، الكشف أو التنبؤ بالأورام السرطانية، وغيرها، ومن هنا بدأ الاهتمام بمعالجة الصور الرقمية.

-أهمية المعالجة الرقمية للصورة:

تكمن أهمية المعالجة الرقمية للصور من خلال عدة عناصر:

1- تحسين المعلومات المصورة لتسهيل تفسيرها وفهمها.

2- معالجة بيانات الصورة لأغراض التخزين عبر وسائط مختلفة بسرعة وأقل حجم ممكن.

3- إرسال الصورة من مكان لآخر بأقل عرض نطاق ممكن.

4- الإدراك الآلي للصورة ومحتوياتها من دون مساعدة بشرية.

5- معالجة الصور لجعلها ملائمة لبعض التطبيقات.

- كيفية معالجة الصورة رقميا:

تظهر معالجة الصور كعملية تحويل الصورة إلى شكل رقمي، وتنفيذ عمليات معينة للحصول على بعض المعلومات المفيدة منها، وعادةً ما يتعامل نظام معالجة الصور مع جميع الصور على أنها إشارات ثنائية الأبعاد بتطبيق بعض طرق معالجة الإشارات المعروفة مسبقًا، وتوجد خمسة أنواع من معالجة الصور هي :

التصور: أي البحث عن الأشياء غير المرئية في الصورة :Visualization .

.التعرف : تمييز الأشياء الموجودة في الصورة، واكتشافها:Recognition.

- **.الوضوح والإستعادة** :إنشاء صورة محسّنة عن الصورة الأصلية :Sharpening and restoring .

التعرف على الأنماط : قياس الأنماط المختلفة للأشياء في الصورة:Pattern recognition.

- الإستعادة : تصفح الصور، والبحث ضمن قاعدة بيانات كبيرة عن الصور الرقمية :Retrieval المشابهة للصورة الأصلية.

-الخطوات الأساسية لمعالجة الصور:

1-**الحصول على الصورة:** الحصول على الصور هو الخطوة الأولى في معالجة الصور، وتُعرف هذه الخطوة أيضًا بالمرحلة البدائية في معالجة الصور. إذ تتضمن استرداد الصورة من مصدر ما، عادةً يكون مصدرًا فيزيائيًا.

2-**تحسين الصورة:** هي عملية إبراز سمات معينة مهمة محجوبة في الصورة. قد يتضمن ذلك تغيير السطوع والتباين وما إلى ذلك.

3-**استعادة الصورة:** هي عملية تحسين الشكل الذي تظهر عليه الصورة، وبعكس تحسين الصورة، تُستعاد الصورة باستخدام نماذج رياضية أو احتمالية معينة.

4-**معالجة ألوان الصورة:** تتضمن معالجة الصور الملونة عددًا من تقنيات النمذجة الرقمية للألوان، وقد اكتسبت هذه الخطوة مكانةً بارزةً بسبب الاستخدام الكبير للصور الرقمية عبر الإنترنت.

5-**المعالجة متعددة الدقة:** في هذه المرحلة تُمثَّل الصورة بدرجات مختلفة من الدقة، فتُقسَّم الصورة إلى موجات أو مناطق أصغر بهدف ضغط البيانات، ومن ثم تتمثل الصورة بهيئة هرمية بناءً على الدقة.

6-**الضغط:** هو عملية تقليل حجم التخزين المطلوب لحفظ الصورة، ما يعني بالنتيجة تقليل حجم الحزمة المطلوب لنقلها أيضًا، وذلك مفيد جدًا خصوصًا عند الحاجة إلى إرسال الصورة عبر الإنترنت.

7-**المعالجة الشكلية للصورة:** هي مجموعة من عمليات المعالجة لتحويل الصور بناءً على أشكالها.

8-**تجزئة الصورة:** تقسيم الصورة هو من أصعب خطوات معالجة الصور فهو يتضمن تقسيم الصورة إلى الأجزاء أو الأغراض المكونة لها.

9-**التمثيل والوصف:** بعد تقسيم الصورة إلى مناطق في عملية التجزئة، تُمثّل كل منطقة ووصفها بطريقة تلائم مع المعالجة الحاسوبية اللاحقة. ولتمثيل الصورة يجب التعامل مع خصائص كل جزء في الصورة، أمّا الوصف فينطوي على استخراج المعلومات الكمية التي تساعد على التمييز بين الأغراض.

10-**التعرُّف:** في هذه المرحلة يُسمّى كل غرض بناءً وصفه لكي تظهر الصورة واضحة تماما على سطح الحاسوب أو المعالج الرقمي.

-محددات الصورة الرقمية:

من الأهمية بمكان معرفة ما هي الصورة الرقمية للتمييز بينها وبين باقي أنواع الصور الأخرى، حيث تتكون الصورة الرقمية من عدد محدود من العناصر لكل منها موقع وقيمة محددين، تسمى بعناصر الصورة، ويتم الحصول على الصور الرقمية من أجهزة التصوير الرقمي، أو عن طريق الماسح الضوئي، حيث يسهل بعدها معالجتها بواسطة الحاسب الرقمي، ويسمى هذا الأمر بـ "المعالجة الرقمية للصور".

ويمكن تقسيم العمليات التي يتم إجراؤها على الصور الرقمية باستخدام الحاسوب إلى ثلاث مستويات:

1- عمليات ذات مستوى منخفض، تهتم بمعالجة الصورة على مستوى البكسيل، والتي تتضمن إزالة التشوه وتحسين التباين، وزيادة حدة الصور.

2- عمليات ذات مستوى متوسط، وتستخدم المعلومات المستخرجة من المستوى المنخفض، وتقسيم الصورة إلى عناصر، ووصف هذه العناصر واختزالها إلى تمثيل صالح للمعالجة بالحاسوب.

3- عمليات ذات مستوى عال: وهي التي تستخرج المعلومات المفيدة من المستويين السابقين وهي تطبيقات المعالجة مثل التعرف على الخطة مثلا، ومن هذا المستوى تأتي عمليات التعلم، واكتساب المعرفة المرتبطة بالرؤية عن طريق الحاسوب.[1]

[1] سلام عبد الخالق نعمان: تحسين الصورة الرقمية، مجلة الفتح، ع 35، كلية ديالي، العراق، 2008، ص19.

لقد تطورت الصورة الإعلامية من شكلها التقليدي إلى شكلها الرقمي الجديد بفعل المعالجات التقنية الحديثة في تعديلها ومعالجتها شكلا أو مضمونا، وظهر مصطلح الصورة الإعلامية الرقمية كمفهوم جديد في حقل الإعلام، وكوسيلة اتصال جديدة، لها تقنياتها وظواهرها وأخلاقياتها الخاصة بها.

وتتميز هذه الصورة بطابعها التقني والرقمي والافتراضي، فهي صورة متطورة وعصرية ووظيفية، مرتبطة بالحاسوب والشبكة الرقمية، حيث يتحكم الحاسوب فيها بالتثبيت أو التغيير أو التحوير، ويعني هذا كله أن التشكيل قد استفاد من الثورة التكنولوجية في مجال استثمار الصورة الرقمية بسرعة ومرونة، وتركيبا وإبداعا.[1]

-تأثير المعالجة الرقمية على مصداقية الصورة اليوم:

يشير الاستخدام الحديث للصورة في وسائل الإعلام، عن تزايد حدة التخصص في التعامل مع الصورة الرقمية، وعن زيادة جودتها، وتسارع انتقالها من مكان إلى آخر، وقدرتها على التشكل بسهولة في بيئات ووسائط إعلامية متعددة بفعل اعتمادها على اللغة الرقمية كما يكشف عن إثارة بعض الصور لردود أفعال سياسية واجتماعية وثقافية بدرجة أكبر مما قد تحدثه الفنون الإعلامية الأخرى، وعن ظهور ممارسات غير أخلاقية في مجال استخدام الصور الرقمية إعلاميا.

ومع تزايد تأثير الصورة الإعلامية ماضيا وحاضرا، تثار العديد من المناقشات حول تأثير المعالجة الرقمية على مصداقية الصورة الصحفية، حيث وبفضل التطور المتزايد أصبح يمكن اختلاق عالم من الصور المصطنعة أو المزيفة، والدمج بين صورتين لتقديم صور جديدة، وبناء عالم تصويري لم تلتقط له صورة من قبل، وبحكم التلاعبات الذي تعرضت له الصورة الصحفية عبر تاريخها، فقد اتسع الخلاف حول أحقية الإبداع في عملية التصوير، وما هو مسموح به في المعالجة الرقمية للصور الصحفية وتأثير ذلك على حقيقتها ومصداقيتها.

ففي ظل ثورة المعلومات، أصبحت الصورة الرقمية تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام ، وعن التأثير الناتج عن سرعة نشر وبث الصور على درجة استجابة الجمهور للأحداث، ومدى قدرة الصورة على إحداث ردود فعل قوية وسريعة ومباشرة، فضلاً عن تأثير التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور على الذاكرة الثقافية للمجتمعات، كما أحدثت المعالجة الرقمية

[1] لامية طالة: الصورة الإعلامية: المفهوم، الأنواع وآليات التوظيف، مطبوعة بيداغوجية حول ثقافة الصورة، سنة أولى ماستر، سداسي 2، ص4.

للصور تأثيرات كبرى على طرق إنتاج وتحرير وإدارة وصناعة الصور في وسائل الإعلام، وأثارت تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية الجديدة للصور الإعلامية الرقمية، و خصوصاً مصداقية وسائل الإعلام من جهة، وعلى الحقوق الاتصالية والإعلامية للجمهور من جهة أخرى.

إن الصور التي تتم معالجتها، والتأثير فيها بالحذف أو الإضافة تكون أقل مصداقية من تلك التي لا يتم التدخل فيها، حيث يعني أن شيئا نفسيا يتم التضحية به عندما تتم المعالجة بمعدلات كبيرة تخرج الصورة عن مضمونها، ألا وهو مصداقية الصورة الصحفية.[1]

وبغرض حماية الصورة الصحفية والإعلامية من مستويات التلاعب والتزييف، ظهرت مبادرات وتشريعات قانونية من أجل حماية الصورة كأحد أهم الأدوات الإعلامية المؤثرة، من ذلك نجد ما يلي:

1- تم إنشاء مبادرة الصحافة الأخلاقية بهدف تقديم الدعم للصحفيين والإبقاء على الشعلة الأخلاقية على قيد الحياة في هذه المهنة بعد التطور التكنولوجي الذي يشهده العصر الحالي.[2]

2- إعلان الاتحاد الدولي للصحفيين للمبادئ التي تكون حول سلوك الصحفيين الذي اتخذه المؤتمر العالمي للاتحاد الدولي للصحفيين عام 1954م، والمعدل من قبل المؤتمر العالمي عام 1986م، وقد تم إعلانه كمعيار دولي للسلوك المهني للصحفيين والذي نص على:

- عدم تزوير الوثائق.
- تجريم تحريف الصورة، وغيرها من الأعمال غير المهنية، والتي قد يقوم بها الصحفي في جميع الأنواع الصحفية عن طريق المعالجة الرقمية للصور، وغيرها من البنود التي تحمي مهنة الصحافة والصحفي.[3]

ويمكن القول في الأخير أن تأثير الصورة الصحفية يزداد تعاظما يوما بعد يوم، حيث لم تعد الصورة على حقيقتها وجوهرها كما كانت من قبل، إذ أصبح للتكنولوجيا الرقمية سطوة على صناعة الصورة الإعلامية، وجراء ذلك يمكن تحريف الصورة أو التلاعب بها، ما يطرح الأمر ضمن نطاق المسائل الأخلاقية والأدبية التي تعمل المنظمات الحقوقية أو الصحفية على التنوير حول مثل هذه القضايا ضمن مواثيق الشرف الذي تحمله مهنة الصحافة في طياتها، ومن خلال ذلك يمكن الوصول ووضع حلولا لضبط الممارسات الأخلاقية ضمن مقتضيات المهنة الصحفية والإعلامية، وحماية

---

[1] سعيد الغريب النجار: تكنولوجيا الصحافة في عصر الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص291.

[2] Aidan white : the ethics journalism initiative, belguina by international federation of journalisme, 2008, p2.

[3] Aidan white , ibid, p2.

الصورة الصحفية من تأثيرات المعالجة الرقمية التي يمكن أن تؤثر في نزاهة الصورة ومصداقيتها، فتحريف الصورة، هو في الحقيقة تحريف لمضمون الحقيقة التي تختزنها في مضمونها وجوهرها.

لقد كان لتطبيقات تقنيات معالجة الصور تأثير هائل في الكثير من المؤسسات التقنية، وفيما يلي بعض أهم الفوائد لمعالجة الصور، بغض النظر عن مجال التشغيل:

-إمكانية توفير الصورة الرقمية بالتنسيق الذي تريده (صورة محسنة، أشعة إكس، فلم نيغاتيف، إلخ.

.تساعد تقنيات معالجة الصور على تحسين الصورة لتكون أقرب للفهم البشري .

.يمكن معالجة المعلومات، واستخراجها من الصور لتقوم الآلة بتفسيرها فيما بعد .

.يمكن معالجة البكسلات الموجودة في الصورة بحسب الكثافة، والتباين المرغوبين .

.يمكن تخزين الصور واستعادتها بسهولة .

.يمكن نقل الصور إلكترونيًا بسهولة إلى الآخرين .

المحاضرة 12:

الأبعاد الأخلاقية والقانونية لاستخدام الصورة.

تمتلك الصورة إطارا قانونيا وأخلاقيا حتى يتم توظيفها بشكل عقلاني ومتزن، لكنه بفعل التغيرات الحاصلة وخاصة على المستوى المعرفي والتكنولوجي تغيرت قيم التعامل مع الصورة أو بواسطتها، ولم تعد الصورة أداة توصيل أو تواصل، وبدأ البعض يتساءل عن مدى تأثير هذا التشبع بالصور على فهم الأحداث وإدراكها، ومدى قدرة صورة على إحداث ردود فعل قوية ومباشرة، وكذلك تأثير التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور على الذاكرة الثقافية والقيمية للمجتمعات.

كما أثيرت تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية للصور الإعلامية، وتأثير هذه الأبعاد على العمل الإعلامي، وعلى مصداقية وسائل الإعلام من جهة، وعلى الحق في الاتصال والإعلام، ومصداقية الصورة الإعلامية من جهة أخرى.

عن أخلاقيات الصورة:

لم يكن الحديث ليبرز عن أخلاقيات الصورة لو لم يكن هناك تجاوز خطير مورس عن طريق توظيف الصورة بالطريقة الخطأ، أو بالشكل غير الأخلاقي الذي يتم تجاوز الحقيقة فيه، وتوظيف هذه الصورة بشكل مبالغ فيه، حيث أصبح بالإمكان استخدام الصورة كدليل كاذب على الحقيقة، خاصة إذا تعلق الأمر بالحروب والأزمات والإيديولوجيات، حيث تم توظيف الأخبار خارج نطاقها الموضوعي، ولم تعد الحقائق مقبولة أو مستساغة ما لم يتم تزييف الوعي الذي يكون داخل هذه الحقائق، أو محاولة توجيه النظر عنها، وبث السموم الفكرية التي تستهدف عقل الإنسان باعتباره جوهر النزاع، ومحاولة تغيير قناعاته نحو الاتجاهات المغلوطة أو المصطنعة.

وإذا تحدثنا عن البعد الأخلاقي للصورة، فإن ذلك يقودنا إلى الحديث عن مصداقية الصورة، وتأتي المصداقية من الطاقة التي تتضمنها الصورة في تجسيد الخبر، حيث يمكن للصورة التلفزيونية مثلا أن تقوم بعملية تغريب الواقع عن واقعيته، وذلك من أجل ضبطه وإحكام السيطرة عليه، ويكون الواقع التلفزيوني جوهر خادع وقابل للتصفية والتوليف، ويتناقض عند الضرورة مع الواقع المعيش.[1]

[1] نصير بوعلي: الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالأزمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع1، مجلد 1، جوان 2013م، ص15.

ولهذا يمكن الحديث عن أخلاقيات الصورة كضابط إنساني مهم إذا ما تم توظيف الصورة بشكل غير لائق بجانب القيم الإنسانية والدينية والاجتماعية.

كل ما سبق ذكره جعل من الأبعاد الأخلاقية والقانونية لاستخدامات الصورة الصحفية مجالا مهما لدراسات الصورة الصحفية، حيث اهتمت العديد من الدراسات بدراسة الآثار السلبية التي تترتب على فقدان الصحافة لمصداقيتها، خاصة الدراسات التي تناولت تأثير الصحافة وحدودها، ومنه ما ناقشته دراسة "جولدمان" الدور الذي تدخلت به الحكومة البريطانية في حرية الصحافة خلال الحرب العالمية الثانية، كما طالبت الجمعية القومية للتصوير الصحفي في الولايات المتحدة بعد انتشار الصورة الصور المركبة الخادعة بضرورة العودة إلى الأمانة والنزاهة وشرف المهنة.[1]

ولتدعيم مصداقية الصورة أصبح من التقليد أن تنشر الوسيلة الإعلامية اسم المصور، أو نشر السطر الخاص باسم المصور credit line، أو نشر المصادر الأخرى للصورة المنشورة، وهو الأسلوب الذي تتبعه وكالة (أسوشيتد برس) منذ عشرين عاما، وتميل بعض الجرائد أيضا إلى كتابة اسم المصور الذي التقط الصورة أو المصدر الخاص بها، وكان ذلك في بادئ الأمر بغرض أن من هو المصور أن ينشر إسمه على الصور التي تنشر له، أما في الوقت الحاضر أصبح اسم المصور بمثابة وسيلة لضمان ثقة القراء.

واليوم فإن التكنولوجيا الحديثة قد ساعدت على سهولة معالجة الصورة وسرعة نقلها، ولكن أيضا كان لها جانب سلبي في كونها جعلت التعرف على الخداع في الصورة بعد التعديلات أمرا بالغ الصعوبة، الأمر الذي يهدد قيمة الصورة ووضعها كأداة لنقل الأحداث والوقائع والحقائق دون تزييف.

الصورة في بعدها الأخلاقي والقانوني:

لقد أصبحت الأبعاد الأخلاقية والقانونية لاستخدامات الصورة الصحفية مجالا مهما لدراسات الصور الصحفية، وذلك لأهمية الصورة، والأدوار العديدة التي أصبحت تؤديها بفعالية في المجال الإعلامي، ومنها قضية مصداقية الصورة الصحفية، ودراسة علاقة الصحافة بالرأي العام، ومصداقية الصحافة لدى الجمهور المتلقي، ويمكن إجمال أهم ما دعت إليه المنظمات التي تعنى بأخلاقيات الصورة الصحفية والعمل الإعلامي وفق ما يلي:[2]

---

[1] رفعت عارف الضبع: أخلاقيات الصورة الصحفية، موقع المرجع الإلكتروني للمعلوماتية –almerja.com، تاريخ الإطلاع: 2 نوفمبر 2023م.

[2] ياسر بكر: أخلاقية الصورة الصحفية، ط1، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2012، ص144 – 145.

- حماية الصورة من الحجب أو التلاعب في تفاصيلها، أو استعمالها في غير الغرض الذي التقطت من أجله أو إساءة توظيفها بإقحامها في غير سياقها.
- احترام الخصوصية والحدود التي يجب أن يتوقف كل من المصور الصحفي والقائم بعملية الاتصال عندها، بما لا يجوز معه هتك ستر، أو نشر فاحشة أو انتهاك حرمة الأماكن التي حددها القانون.
- احترام حقوق الملكية الفكرية للصور الصحفية، وحقوق النشر والحفاظ على حق المؤلف، وعدم جواز استخدام الصور دون الرجوع إلى أصحاب حقوق ملكيتها.
- احترام القوانين والمواثيق الدولية فيما يتعلق بشأن تصوير الأسرى، واحترام التقاليد العسكرية العميقة.
- احترام الضعف الإنساني لضحايا الحوادث والكوارث والجرائم، والتعامل معهم باهتمام وتعاطف خاص، والتصوير في أضيق الحدود.
- الامتناع عن تصوير المشاهد التمثيلية أو المفبركة، وإدخال الغش والتدليس بتقديمها للمتلقي على كونها حقيقة أو هدف أو قصة خبرية.

ويمكن القول بالرغم من أهمية الصورة الصحفية ومكانتها، إلا أن تزييف الصورة قد أصبح واقعا لا جدال فيه ضمن واقع إنتاج وصناعة هذه الصورة، منظومة متكاملة من الصور المزيفة والمصطنعة يرجى من وراءها تزييف الوعي، والإيحاء بأفكار ومعاني وآراء مغايرة لا وجود لها في الواقع، والتي تدخلت في صياغتها اتجاهات القائم بالاتصال المصور، والمهارات الخاصة بالتغيير والتبديل، والحذف والإضافة من خلال تقنيات الحواسب الإلكترونية، والبرامج الرقمية الخاصة بمعالجة الصور في ظل تطور النظم الصحفية، وتأثرها بالتكنولوجيا الحديثة التي تميز هذا العصر.

إن الضوابط الأخلاقية والقانونية للصورة، هي في حقيقتها مجموع المعايير والقيم المرتبطة بالعمل الإعلامي وبمهنة الصحافة إجمالا، بالرغم من أن هذه المعايير والمبادئ الأخلاقية لم تثبت قانونيا بعد، ولكنها مقبولة في وسائل الإعلام، ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات المختلفة.

وتظهر تبعا لأخلاقيات الصورة والعمل الإعلامي بعض التشريعات القانونية التي تضبط المجال الإعلامي العام ومنها الصورة الصحفية واستعمالاتها.

حيث نجد في الجزائر بروز بعض التشريعات الضابطة في هذا المجال نذكر منها على سبيل المثال:

ضمن قانون السمعي البصري لعام 2014 ضمن المادة 48، أوجب على مؤسسات السمعي البصري ضرورة الامتناع عن بث محتويات إعلامية أو إشهارية مضللة، والامتثال للقواعد المهنية وآداب وأخلاقيات المهنة عند ممارسة النشاط السمعي – البصري، وعدم إطلاق أي شكل من أشكال الإذاعات أو الإشارات، أو تقديم عروض كاذبة من شأنها تضليل المستهلكين، وعدم المساس بالحياة الخاصة، وشرف وسمعة الأشخاص.[1]

ويظهر الحديث عن الصورة وتطورها اليوم من زيادة جودتها، وتسارع تنقلها من مكان لأخر، وقدرتها على التشكل بسهولة في بيئات ووسائط إعلامية متعددة، بفعل اعتمادها علي اللغة الرقميةالسريعة وذات الجودة الفائقة، كما يكشف عن إثارة بعض الصور لردود فعل سياسية واجتماعية وثقافية بدرجة أكبر مما قد تحدثه الفنون الإعلامية الأخرى، وعن ظهور ممارسات غير أخلاقية في مجال استخدام الصور الرقمية إعلاميًا وثقافيا.

ففي ظل ثورة المعلومات، أصبحت الصورالتلفزيونية و الرقمية تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، حتى بدأ البعض يتساءل عن مدى تأثير هذا التشبع بالصور على فهم الأحداث، وعن التأثير الناتج عن سرعة ، نشر وبث الصور على درجة استجابة الجمهور للأحداث، ومدى قدرة الصورة على إحداث ردود فعل قوية وسريعة ومباشرة، فضلاً عن تأثير التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور على الذاكرة الثقافية للمجتمعات.

كما أحدثت المعالجة الرقمية للصور تأثيرات كبرى على طرق إنتاج وتحرير وإدارة وصناعة الصور في وسائل الإعلام، وأثارت تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية الجديدة للصور الإعلامية و و الصور الرقمية، وعن تأثيراتها على العمل الإعلامي برمته، وعلى مصداقية وسائل الإعلام من جهة، وعلى الحقوق الاتصالية والإعلامية للجمهور من جهة أخرى.

وبالرغم من التطورات المتلاحقة في عالم صناعة الصورة الإعلامية، فإن معظم المؤسسات الإعلامية لم تسن لنفسها ضوابط عمل محددة، للتعامل مع هذه التطورات، حيث تعمل معظمها بدون موجهات وأدلة تساعد العاملين بها على تعظيم استفادتهم من هذه التقنية الجديدة، ودون أن تأتي على حساب القيم والأخلاقيات والممارسات الإعلامية الواجب الالتزام بها.

[1] مصطفى سحاري: الصورة الصحفية وحتمية الضبط الأخلاقي في ظل الميديا الجديدة، مجلة أقلام، مجلد 2، ع2، 2023، ص72.

وفي الختام يمكن القول أن الصورة الصحفية تبقى سلاحا ذو حدين، قد تحمل خطابا نزيها وموضوعيا، أو أن تغرق في ظلام المعاني الدامس إذا تم توظيفها بالشكل والأسلوب الخطأ، ولذلك ظهرت الدعوة إلى توحيد وممارسة أخلاقيات توظيف الصورة الصحفية بالشكل الذي يليق برسالتها الإنسانية والمعنوية الكامن في حقيقتها وجوهرها، فوجدت التشريعات والقوانين الضابطة بالرغم من استمرار الهدر الأخلاقي للصورة، وتحكم الشركات الإعلامية العالمية الكبرى في صناعتها واستخدامها لأغراض مشبوهة أخلاقيا وإيديولوجيا وسياسيا.

المحاضرة 13:

التحليل السيميولوجي للصورة

تمهيد:

تحمل كل صورة رموزا بصرية، أشكالا وألوانا وحركات تحمل دلالات ومعاني، ومنه فإننا عندما نتحدث عن سيميولوجيا الصورة، فإننا نتحدث عن الدلالات والمعاني والرموز التي تحملها كل صورة، ومنها الصورة الصحفية والإعلامية.

وكنا قد أشرنا أن للصورة لغة تحمل بين طياتها، سواء أكان ذلك في شكلها أو في مضمونها، هو ما يمكن تسميته ما بعد الصورة ولذلك فإن سيميولوجيا الصورة هي جزء من السيميولوجيا بمفهومها العام، وهي مثل سيميولوجيا الموضوعات أو اللسانيات لأن السيميولوجيا تدرس وتهتم بالعلامات اللغوية وغير اللغوية، وكذا الدلالات والمعاني.

سيميولوجيا الصورة:

يشار إلى السيميولوجيا على أنه علم العلامات، ويعد رولان بارت أول من طبق المنهجية في التحليل السيميولوجي للصورة، وذلك في سنة 1964م، ويعد هذا التاريخ منشأ سيميولوجيا الصورة.[1] وإذا كانت الصورة أداة تعبيرية سلكها الإنسان منذ زمن بعيد لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس، وبالتالي فهي عبارة عن أحد أهم العلامات غير اللغوية، أو أنها نظام للعلامات الاتصالية، لذلك تحمل الصورة العديد من الدلالات المختلفة وتنقل الرسائل المتنوعة ذات الرموز المحددة، والتي يصعب فهمها وتحليلها إلا إذا فهمنا فك رموزها، وهناك قاسم مشترك بين اللغة والصورة يتمثل في الدال والمدلول والرسالة، في حين هناك أيضا فارق كبير بينهما يتمثل في انفراد اللغة الطبيعية بالخاصية الصوتية التي تجبر الرسالة اللغوية على الاشتغال في الزمن بحيث يستحيل خروج وحدتين صوتيتين في نقطة زمنية واحدة ضمن السلسلة الكلامية، أما الصورة فتظهر كخطاب حاملا لمجموعة رسائل متزامنة الحضور على الصفحة.

لقد فتحت السيميائيات أمام الباحثين آفاقا جديدة في تجديد الوعي الثقافي من خلال إعادة النظر في طريقة التعامل مع قضايا المعنى، لأن كل مظاهر الوجود اليومي للإنسان أصبحت تشكل

---

[1] إبراهيم محمد سليمان: مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، المجلة الجامعة، ع 16، مجلد2، قسم الإعلام، كلية الآداب: جامعة الزاوية، أفريل 2014، ص175.

موضوعا للسيميائيات، فالضحك والفرح واللباس، وإشارات المرور والطقوس الاجتماعية، ومختلف النصوص كلها علامات نستند إليها في التواصل مع محيطنا، فكل لغة من هذه اللغات تحتاج إلى الكشف عن القواعد التي تحكم طريقتها في إنتاج معانيها.[1]

وكان رولان بارت في كتابه الشهير "عناصر السيميولوجيا" قد طبق منهجية في التحليل السيميولوجي للصورة، حيث أوضح فيه هدف هذا العلم الذي أطلق عليه السيميوطيقا وقال: "بأن كل النظم الرمزية أيا كان جوهرها أومضمونها، أو كانت الصور، أو الإشارات، والأصوات، والرموز التي نجدها في الأساطير والعروض نعتبرها جميعا لغات أو على الأقل نظاما للمعاني".[2]

وتذهب السيميولوجيا إلى اعتبار الصورة خطابا متعدد المعاني، ويتم اللجوء في الصورة الإعلانية إلى نص لغوي يرافقها من أجل توضيح المعنى المراد تبليغه، وذلك يعني إبعاد كل المعاني المحتملة التي من شأنها إحداث لبس لدى المتلقي في فهم مقصد الصورة ومعناها، ولذلك كان هناك تلازم طوعي ودائم بين الصورة والنص لتوضيح المعنى والدلالة بشكل أكبر وقد تعززت هذه العلاقة بتطور أشكال التواصل الجماهيري بحيث أصبح من النادر تلقي صور ثابتة أو متحركة غير مصحوبة بالتعليق اللغوي.

والصورة في أبسط معانيها تحاول نقل الواقع إلى المشاهد لكي تتحقق عملية الاتصال، فقد تكون الصورة صوتية لنقل حدث معين، أو حركية أو موسيقية.

-التصور السميولوجي للصورة الثابتة والمتحركة :

اهتمَّ هذا الإتجاه بالصورة في علاقتها بالمعنى، وخاصة منها الصورة الثابتة، مستفيدًا من الأفكار التي كان "دي سوسير" قد تبناها في كتابه "دروس في علم اللغة العام"، حين أشار إلى إمكانية ظهور علم للعلامات، امتدَّ تأثيره إلى مجال الإشهار مع "رولان بارث" لما نشر مقاله "بلاغة الصورة"، وقد ميز بين الإرساليات التالية:

- إرسالية لسانية.
- إرساليتان منبثقتان من الصورة.
- إرسالية حرفية تتطابق مع المشهد المشخص.
- إرسالية رمزية مدرجة ضمن الإرسالية الحرفية، وتروم تبليغ خصائص المنتج.

وكل نسق دلالي يستعين بنسق آخر ليكون دالًّا له، فيشكل ما سماه (هالمسليف): "سميائيات إيحائية.

[1] سعيد بنكراد: السيميائيات وموضوعها، مجلة إشراف، ع6، المغرب، 2001، موقع محمد أسليم، تاريخ الإنشاء 3 جانفي 2002.

[2] ابراهيم محمد سليمان، مرجع سابق، ص 165.

إن الإرسالية اللسانية حاضرة بشكل دائم في الإعلان مثلا، لتؤدي وظيفتين اثنتين هما :

–تتحدَّد في تثبيت دلالة الصورة، على اعتبار أن هذه الأخيرة متعددة المعاني، ومن شأن النص أن يسهِم في اختيار المستوى الأفضل للإدراك، ويساعد على تأويل المشهد، فيوجه المتلقي نحو المعنى الذي سبق أن انتقاه صانع الإعلان

يسميها (بارث) "رابطًا"، وتحقق التكامل بين الكلام والصورة :

ويمكن التمييز إجرائيًّا – استنادًا إلى هذا التصور – بين الصورة التقريرية والصورة الإيحائية؛ لأن الإرساليتين متداخلتان، فالصورة التقريرية هي ما يتبقى من الصورة عندما نحذف "فكريًّا" العلامات الدالة على الإيحاء، بينما تسلم الصورة الإيحائية علامات منفصلة تشكل كل واحدة منها ما يشبه "القراءة المستقلَّة، بحكم أنها تقوم بتبليغ مدلولات شاملة لدوال "موحيات.

وقد تبنَّى هذه الأفكار "البارثية" عدد من الباحثين؛ منهم على وجه الخصوص "جورج بينينو" G.PENINOU في كتابه "ذكاء الإشهار L'intelligence de la publicité"، صاغ فيه بداية مسألة المنهج المعتمد للدراسة في ظلِّ كثرة الإعلانات وتنوعها، وهو ما يستلزم اعتماد مبدأ آخر للتصنيف، هو مبدأ القيمة التي يتوخى الإعلان تبليغها، أو مبدأ الوظيفة التي يقترح القيام بها، وعلى المحلل السميولوجي دراسة اللغة الإشهارية والكشف عن معجمها وتركيبها ووظائفها، مشتغلًا على الدوال، بخلاف الاحتفازي الذي يشتغل على مستوى المدلولات.

أمَّا قواعد التحليل السميولوجي، فقد صاغها "بينينو" واختصرها في اعتبار كل تحليل يجب أن ينصبَّ على مجموعة من الوثائق يتم جمعها بعناية (إعلانات صحفية، ملصقات، وصلات تلفزية...)، لتشكل متنًا شاملًا ومنسجمًا لموضوع التحليل، دون الخلط بين وثائق إشهارية تنتمي إلى أكوان حضارية وفترات زمنية مختلفة، مع تجنُّب تسريب وجهات النظر البسيكولوجية والسوسيولوجية، والبقاء في حدود مظاهر المتن التي لها علاقة بطريقة الكشف عن المعنى، مع الاستعانة بمبدأ الاستبدال، فيغير المحلل – أثناء دراسة الصورة – من موقع عناصرها للتأكُّد من قدرة هذا التغيير أو عجزه على إحداث تغيير في المعنى.

<u>الرموز الأساسية للصورة</u>: يمكن تحديد الرموز الأساسية للصورة من خلال الرسائل التي تنقلها، وفك رموزها، وفي هذا المنحى تحدث باتيكل (Y– Batic–) عن الرموز الأساسية للصورة، يمكن تلخيصها فيما يلي:[1]

1– **رمز النقل Transmission:** وهو مختص بالتكوين الفيزيائي للصورة مثل الخطوط الإلكترونية في الصورة التلفزيونية، حبيبات الفضة بالنسبة للصورة الضوئية.

2– **الرموز التشكيلية Morphologiques:** تختص بشكل الصورة من حيث توزيع الكتل والخطوط والظلال.

3– **الرمز اللوني Chromatique:** مختص في معرفة الدلالات التي تفرزها الألوان، وتحيل إلى علاقة الإنسان بالطبيعة، فالإنسان يتمثل الحقيقة في لون السماء، ويرى معنى التضحية والعنف في اللون الأحمر وغيرها.

4– **الرمز اللغوي Linguistique:** وهو مختص باللغة والكلمات المستعملة في العمل المقدم.

5– **الرمز الاجتماعي – الثقافي:** وهو الرمز الذي يسمح لنا بالتعرف على ثقافة ما، فصورة عامة تتوسطها المآذن والقباب تحيلنا إلى إطار مرجعي يومي ينبض الثقافة العربية – الإسلامية.

6– **الرمز الهندسي Topologique:** أي المواقع الهندسية لمواقع مختلفة كناطحات السحاب، والعجائب المعمارية... إلخ

7– **الرموز الدلالية:** أي ما يدل عليه الشيء في الواقع وفي ذهن المتلقي، كرمز الورد للسلام والحب، الحمامة للسلام، سنبلة القمح ترمز للغذاء... إلخ.

إن التحليل السيميولوجي للصورة يعد خطوة ضرورية وهامة في الكشف عن القيم الدلالية والعلامات المتضمنة فيها، وإعادة اكتشاف المعنى غير المرئي للصورة، وأن مجمل الدلالات التي تثيرها الرسالة البصرية من خلال بعديها الأيقوني والتشكيلي ليست وليدة مادة تضمينية ومعاني ثابتة في أشكال لا تتغير، بل إن لها أبعادا أنثروبولوجية واجتماعية وفطرية إنسانية.[2]

ويمكن تحديد بعدين أساسيين في تحليل الصورة سيميولوجيا، وهما:

1– البعد العلاماتي (الأيقوني)

2– البعد العلاماتي (التشكيلي)

---

[1] Y – veline Bactile : clés et code du cinéma , paris, magnard université, 1973, p 37.

[2] قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، (د ط)، دار الغرب للنشر والتوزيع، وهران، 2005، ص397.

فالرسالة البصرية التي تكون داخل الصورة تستند إلى المعطيات التي يوفرها التمثيل الأيقوني (وجوه، أجسام، حيوانات، أشياء من الطبيعة ...) كما تستند إلى تمثيل تشكيلي مثل الأشكال الخطوط والألوان والتركيب.

لقد استطاعت السيميائيات باعتبارها علما حديثا توفير فرصة دراسة الصورة على أساس أنها علم يختص بدراسة الأنساق التواصلية، اللسانية وغير اللسانية، ومن هنا نظروا إلى الصورة على أنها نسق مهم مؤهل لإنشاء دلالة كغيرها من الأنساق البصرية واللغوية، كما بحثوا في الصورة عن الدال والمدلول والوظيفة والدلالة والتقرير والإيحاء، كما أعادوا تفكيك الإرساليات البصرية.[1]

ويمكن إجمال الخطوات العلمية والإجرائية لتحليل الصورة وفق ما يلي:[2]

1- <u>تحليل الرسالة التعيينية للصورة:</u>

وهي القراءة الأولية للصورة (المادة البصرية + الصوت)، والتي تقوم الكاميرا بتسجيلها أو تصويرها، وفي هذه المرحلة يسجل الفيلم المراد تحليله، ويقطع تقطيعا تقنيا، لأن التقطيع وصفي ضروري في التحليل، ويذكر من خطوات تقطيع الفيلم المصور:

أ- **شريط الصورة:** يتضمن: رقم اللقطة، زاوية التصوير، حركات الكاميرا، وصف مضمون اللقطة (السلعة، الديكور، الألوان، الإضاءة).

ب- **شريط الصوت:** يتضمن: ملاحظة الكلام والمؤثرات الصوتية، وكل ما تم ذكره في تحليل الرسالة التعيينية مرتبط بعملية الإبداع ويدخل في إطار الدلالة التعيينية الصريحة عند رولان بارت.

2- تحليل الدلالة التضمينية للصورة:

وهي قراءة ما وراء الصورة الإشهارية، والبحث عن الدلالات، فكل صورة ثابتة أو متحركة تعطي أبعاد وقراءات ثقافية لهذه الصورة، ففي البحث عن الدلالة التضمنية نتساءل دوما: لماذا؟ زاوية دون أخرى، ولقطة دون أخرى، ولون دون غيره، إضاءات معينة، كل هذه التقنيات لها قراءات، وتكون دائما قائمة على أسس ثقافية، فالتضمين هو النظام الثاني للفهم الإيديولوجي الاجتماعي.

3-تحليل الرسالة اللسانية للصورة:

تتضمن كل صورة رسالة لسانية (نص، عنوان، تعليق...)، ومهمة هذه الرسالة اللسانية: الترسيخ، والمناوبة، فالصور تقوم على نظام من القيم، وعلى العديد من التفسيرات تظهر خاصة في

---

[1] محسن عمار: الاشهار التلفازي – قراءة في المعنى والدلالة –، مجلة علامات، العدد 18، المغرب، 2002، ص102.

[2] سامية عواج: خطوات تحليل الفيلم الإشهاري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة سطيف، ص 341 – 342.

النص، وذلك للحد من تشعب معنى الصورة، فهو يقود المتلقي نحو أفضل مستوى للدلالة التي يريدها المرسل، وهكذا فإن المستوى التعييني للصورة يجيب على سؤال: ما هذا؟ فهو وصف أولي تعييني للصورة، أما المستوى التضميني الرمزي، فتقوم الرسالة بمهمة التأويل، والترسيخ هو الرقابة من خلال القيم القهرية التي تظهر فيه أيديولوجية المجتمع، أما المناوبة، فنجدها في الصورة المتحركة حيث يكون للحوار دور ليس الشرح فقط، وإنما تقوم بتطوير الحدث، حيث نجد فيه معاني لا نجدها في الصورة المصاحبة له.

ويبقى التحليل السيميولوجي من الأدوات البحثية الهامة في تحليل الصورة بأشكالها المتعددة، بالرغم من تشعب أدوات هذا التحليل، وارتباطه بالأبعاد الاجتماعية والثقافية لدارسي الصورة ومنتجاتها، حيث يبقى الأداة الأنسب منهجيا وإجرائيا، وما تم ذكره يعد أساسيات إجرائية في التحليل السيميولوجي للصورة بشكل عام.

إن التحولات التي نلحظها االيوم، وما أفرزته على مستوى المشهد الإعلامي عموما هي ظواهر إعلامية جديدة مثل بروز الإعلام الجديد، بتطبيقاته وممارساته كنتيجة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومنه فإن قراءة هذه المضامين ودراستها يحتاج إلى رؤية جديدة؛ للكشف عن القيم الاجتماعية والثقافية التي تتضمنها هذه الصور من قيم ودلالات وتعبيرات .

المحاضرة 14:

ثقافة الصورة في عصر العولمة

تمهيد:

كيف أصبح للصورة تأثير متعاظم في عصر العولمة؟، عصر التحولات الجذرية والثورية، وإذا كانت التكنولوجيا هي ميزة هذا العصر، فقد تحولت الصورة بالضرورة وفق هذه التحولات العميقة معها وبها، ذلك أن الصورة هي ابنة بيئتها التي تعيش وتحيا فيها.

ومما لا شك فيه فإن العولمة كانت ولا تزال تسعى إلى نشر قيم وثقافة تدَّعي أنها عالمية، وهي قيم في حقيقتها غربية تبلورت ضمن حاضنتها الغربية، وكانت هذه النزعة الغربية تعمل على جعلها كونية وعالمية، متمددة وغير قابلة للنقد، ملهمة أحيانا، ومسيطرة أحيانا أخرى.

الصورة في عصر العولمة:

حاولت العولمة ولا تزال خلق "صورة نمطية" ضمن خطابات الإعلام الغربي أو الأمريكي خاصة، وترسيخ هذه النمطية لا تعدو أن تكون ترسيخا لحكم مسبق، يتم عن طريق التلاعب بالعواطف حتى وإن تطلب ذلك استخدام الصور المزيفة والمزورة والمركبة بطرق تقنية، وابتكار صور ثابتة أو متحركة، وهو يثير شكوكا حول كل ما يعرض ويراد تصديقه.

إن اللجوء إلى ثقافة الصورة بدلا من ثقافة الكلمة أو المكتوب خاصة في المجتمعات الشفوية والأمية، يشكل عامل تهديد خطير لمقومات التماسك الثقافي للأطراف الأقل قوة وتقدما، إذا لم يتم التعامل معها بوعي وتخطيط مدروس، واحتلال الصورة لمكانة في التواصل البشري أهم من الكلمة، كان إحدى نتائج تقدم الاتصال، وبفضل هذا التطور أصبحت الصورة هي المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد، وهو نظام إنتاج وعي للإنسان بالعالم، حيث لا تحتاج الصورة إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي، فهي بحد ذاتها خطاب ناجز مكتمل، تمتلك مقومات التأثير الفعال في مستقبليه.[1]

إن خطاب العولمة ماضيا وحاضرا جعل "ثقافة الصورة" تنتقي لونا من ألوان الثقافة الأمريكية لتصديره، وهي ثقافة شعبية، وليست ثقافة النخبة المعتمدة على مؤلفات كبار الفلاسفة والعلماء والمفكرين في الآداب والفنون السياسية والنظريات الفلسفية والعلمية.

---

[1] بركات محمد مراد، العولمة والصورة تعزيز الهوية واستلابها، مؤتمر فيلادلفيا الدولي، ثقافة الصورة، نوفمبر 2007، موقع philadelphia.edu.jo، تاريخ الاطلاع 25 نوفمبر 2023.

وأصبح جليا اليوم أن صناعة الصورة في زمن العولمة، وما يسمى بما بعد الحداثة، قد جعل منها صورة منتقاة، موجهة، موجهة، وأحيانا مزيفة، تخضع للتبسيط والتشويه، أو التضخيم حتى، وهو ما يطرح تحديات بالجملة، تصل إلى مستوى الأزمة الحضارية، أو الصدمة الحضارية كما عبر عنها المفكر المغربي المهدي المنجرة، ليس فقط على الثقافات التي تسعى للحفاظ على هويتها من الطمس والتشويه، بل حتى على مستوى قيم التعدد والتعارف، والتواصل الحضاري بين الأمم والشعوب، والتبادل الفكري والثقافي والحضاري ككل.

ويمكن اعتبار حضارة الصورة، أداة من أدوات العولمة الإعلامية والثقافية، وحقلا مهما لممارسة توجهات هذه العولمة إيديولوجيا وثقافيا واقتصاديا،[1] وحتى وقت قريب شكلت التغطيات الإخبارية لحرب العراق وما رفقتها من بروباغوندا إعلامية عن طريق شبكة CNN الاخبارية – تساؤلات مشروعة حول خطورة الهيمنة الإعلامية ومضامينها، وهو ما حدث كذلك في حرب الخليج الثالثة، عندما كانت الفضائيات العربية والعالمية تختزل الزمان والمكان، وتتفاعل الصورة الفضائية المعولمة مع الضربات العسكرية، وما يقال إنه انتصارات على أرض المعركة.

ويمكن إبراز المظاهر السلبية لثقافة الصورة الإعلامية اليوم من خلال ما يلي:

1- هيمنة ثقافة المظهر والشكل والاستعراض على حساب ثقافة الجوهر والمضمون، حيث أصبحت الصورة بديلا عن الواقع من حيث غيابه وتزييفه.

2- اختفاء الإبداع، وسيادة ثقافة التقليد والإتباع والنقل والمحاكاة لأعمال فنية وبرامج تلفزيونية.

3- هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وتحويل البشر إلى سلع.

4- هيمنة ثقافة التكرار، واستنساخ البرامج من الغربية إلى العربية.

وهو ما يؤدي إلى تشويه علاقة الفرد بثقافته، وحدوث حالة من الاغتراب الثقافي لجماهير عريضة من المتلقين والمشاهدين، والنزوع نحو استهلاك الثقافة الغربية بكافه تجلياتها، وبالتالي حدوث قطيعة مع تراثه وثقافته، والإتباع أو الانسياق نحو الثقافة الوافدة بشكلها الناعم والمعولم.

ويشير المفكر اللبناني د. علي حرب الذي يؤيد العولمة، إلى الإشكالية القيمية التي حدثت بفعل الصحون اللاقطة والتكنولوجيا وثورة المعلومات، إذ يقول: هذه الصحون اللاقطة تثير إشكالا على الصعيد الأخلاقي بما تبثه من الأفلام الإباحية، والبرامج المشوهة، أي أن وسائل الإعلام اليوم تصغ

[1] ياسر خضير البياتي، ثقافة الصورة المتلفزة وإشكالية صناعة المضمون، موقع ثقافات – thaqafat.com، تاريخ الاطلاع: 05 ديسمبر 2023.

خيال الإنسان، فالمرء تحول إلى مستهلك ثم إلى مشاهد يعمِّر خياله بشجوم الشاشة ولاعبي كرة القدم، وعارضات الأزياء، إنه نمط واحد يكتسح أنماط الحياة وأنظمة الثقافة المختلفة.[1]

ففي هذا العصر الذي نشهد فيه متغيرات عديدة بفعل الثورة المعرفية والعلمية والتكنولوجية الكبرى (الثورة الثالثة – الفن توفلر) ، أو ما يسمى بالعولمة نشهد تراجعا ملموسا في الثقافة المكتوبة واضطرادا واسعا في الثقافة المرئية– الشفوية– إذ أن الثقافة المكتوبة باتت تتعرض للتقلص وللتحجيم الشديدين بسبب ضخامة المد الإعلامي المعتمد على ثقافة الصورة ، وبخاصة الفضائيات المنتشرة بشكل كبير في العالم ، ومدى ما تؤدي إليه هذه الثقافة من تأثيرات عقلية وعاطفية وسيكولوجية متعددة.

ويبرز السؤال القيمي بقوة عن الصورة في زمن العولمة ، والإشكالية القيمية في زمن العولمة وهذان الموضوعان يرتبطان ببعضهما من خلال جدلية السبب والنتيجة ، فثقافة الصورة هي السبب في نتيجة مفادها تأثر القيم بثقافة الصورة بشكل كبير وملحوظ.

–ثقافة الصورة في زمن العولمة:

لقد تميزت ثقافة العقلانية في مغامرتها الكبرى وإنجازاتها الرائعة بالقطيعة وتجاوز ذاتها دوماً (كما يذهب إليه فلاسفة العلوم من مثل باشلار) من أجل مزيد من الاقتدار المعرفي على السيطرة والضبط والتوجيه وفاعلية الإنتاج ، إلا أنها أنتجت بدورها ما يتجاوزها أي حضارة ما بعد التكنولوجيا ، وها هي الآن أمام إحدى ثمارها (ثقافة الصورة وإيديولوجيتها الجديدة) التي بدأت تحاصرها ، ذلك أن الغاية الكبرى قد تحولت من الإنتاج إلى الربح السريع.

كان الإنتاج يحتاج كي يتحقق إلى ثقافة العقلانية ، أما الربح السريع الذي بدأ يشكل الظاهرة الجديدة في الاقتصاد (اقتصاد السوق والسوق المالية) فهو يحتاج إلى ثقافة مغايرة ومختلفة تماما ، إنها ثقافة الصورة الإلكترونية السريعة ، المشوقة والمبهرة، و التي بدأت تمثل حالة شبه قطيعة مع ثقافة العقلانية ، إلا أن ثقافة الصورة لم تبرز كلياً في الأصل لخدمة اقتصاد السوق ، بل هي مرتبطة به من خلال تكنولوجيا المعلومات المشتركة بينهما من ناحية ، ومن خلال وضع يد سوق المال على الإعلام ووسائطه من ناحية ثانية ، إنها حالة ليس من المبالغة في شيء تسميتها بالمصادرة التي بدأت تتعاظم ، وإن لم تصبح بعد شمولية ذلك أن هناك قوى سياسية تقليدية لازالت تنافسها في عملية

[1] حواس محمود: ثقافة الصورة والإشكالية القيمية في زمن العولمة، موقع الحوار المتمدن، m.ahewar.org، تاريخ الاطلاع 05 ديسمبر 2023.

المصادرة هذه كما هو حال الإعلام في عدد كبير من بلدان العالم الثالث ، حيث يجيّر لخدمة وتعزيز السلطة و الحكم في المقام الأول.

في الثقافة البصرية التي تميز عصرنا الحالي ،لا يعرف الملتقي مرسل الصورة بخلاف النص المكتوب، ففي الخطاب الشفهي المرسل مباشر وموجود، أما في مرحلة التدوين فإن المرسل هو نائب عن المرسل الأصلي، وفي مرحلة الكتابة أصبح النص يستحضر مؤلفه بالضرورة ، ولكن في مرحلة الصورة سقط المرسل فأصبحنا أمام صور فقط ، متعددة ومتناقضة وأحيانا لاتقول شيئا ، وهذا تغير غير مسبوق في أي مرحلة سابقة ، فالصورة اكتسحت الصيغ الإرسالية الأخرى ليس بمعنى الإلغاء، وإنما بمعنى البروز والهيمنة ،لأن الصورة لغة بذاتها ، متعددة المعاني والرموز، والتأويل بعدها هو فعل لغوي ، فإذا كان التأويل في السابق حقا مقصورا على النخبة فإن الجمهور اليوم يستقبل الصورة من دون شرط لغوي ومن دون تأويل، من هنا يقوم المستقبل نفسه بدور التأويل وهذا من ميزات التأويل الذي هو من أدوار المرسل عند استقباله للرسالة أيا كان نوعها وشكلها، إذ توفر الصورة قدرات التأويل الذاتية ولهذا يتفاوت التأويل من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى ، كما أنه أصبح في ثقافة –أي التأويل – فعلا مصاحبا لعملية الاستقبال وليس منفصلا عنها إذ يتم تأويل الصورة بطريقة ذاتية ومباشرة وفطرية وصافية.

والتقدم التكنولوجي في هذا المجال يمر بقفزات ذات تسارع هندسي ، أما على صعيد الاستهلاك فما كان يعتبر محصوراً في قلة قليلة سرعان ما أصبح تكنولوجيا عامة الانتشار والاستخدام ، لا تلبث التكنولوجيا الجديدة تنزل إلى السوق حتى تصبح من الأمور المألوفة من مثل " الكيبل " والأطباق حيث يكون العالم كله بين يديك فعلاً ، وباللحظة عينها من خلال برامج البث المباشر ، التسارع الزمني يصاحبه انتشار مكاني حيث أصبح فضاء الكرة الأرضية مغطى بشبكة كاملة ، لم يعد هناك فضاء محظور وما هو مغلق اليوم يصبح مفتوحاً ومشاعاً غداً (أمريكا قررت فتح موجات البث الفضائية للمبادرات الخاصة) ، إذاً نحن إزاء ما يطلق عليه العاملون في هذا الميدان " الحتمية التكنولوجية الإعلامية " ، حيث لا مناص من ذلك.

تقوم هذه الحتمية تكنولوجيا التي تتسارع وتتعاظم يوما بعد يوم و فائقة القدرة ،على تبادل المعلومات ونشرها من خلال ثلاثي : الحاسوب – القمر الصناعي – التلفزيون ، ناهيك عن إدماج هذه التكنولوجيا من خلال التلفزيونات ذات الحواسيب المدمجة وذات القدرة على الالتقاط الرقمي للصورة ، وبالطبع أصبحت التلفزيونات المدمجة بالحواسيب الشخصية مسألة شائعة ، من هنا فأن

ثقافة الصورة لا تملأ علينا العالم فقط بل هي تصنعها بشكل متزايد في يسره ونفاذه وشموله ، ولن يمضي وقت طويل قبل أن يلتقط جهاز التلفزيون العادي عدة مئات من البرامج من محطات تبنى كي تبث دفعة واحدة ما يزيد على ألف برنامج من كل فن ولون وذوق .

إننا بصدد حالة فعلية من إغراق إعلامي يعبر عن مدى تزايد قوة ثقافة الصورة ونفاذها ، كما لن يمضي وقت طويل قبل أن يتحول جهاز التلفزيون في المنزل إلى سوبر ماركت إعلامي لا يلتقط ما تبثه المحطات فقط ، بل هو مربوط بقواعد المعلومات التي تختزن مجمل الثورة البشرية من المادة المصورة والمرئية ، ومن هنا ينتشر الحديث عن " إدمان الشاشة " وعن " نسّاك الشاشة " تلك هي التكنولوجيا التي ستقدم الثقافة التي تتلقاها وتتعامل معها الأجيال الطالعة ، ويمكن القول بأن التلفزيون لا يملأ علينا دنيانا فقط من خلال نقل الواقع الحي مباشرة أو غير مباشرة ، بل هو بصدد صناعة دنيا الأجيال الطالعة من خلال الواقع المخلّق ، الواقع المصنوع حاسوبياً ، هذا الواقع الذي يمكن مزجه بدرجات متفاوتة مع الواقع الطبيعي يتعذر حتى على الأكثر فطنة تمييزه ، بدأ الأمر مع أفلام الرسوم المتحركة للأطفال المصنوعة بالحاسوب ، وهو بصدد الحلول محل التمثيل السينمائي والممثلين واستحضار النجوم التاريخيين في تمثيل مصنوع .

إن هذا الواقع المخلّق وإمكانات مزجه تكنولوجياً مع الواقع الفعلي، يخلق حقاً عالماً جديداً كلياً من ثقافة الصورة ، عالم له قوة تأثيره والتي يطلق عليها الدكتور حجازي تعبير " البلاغة الألكترونية " ويشير الدكتور حجازي إلى أن البلاغة الألكترونية تأتي كي تعزز وتضاعف بلاغة الصورة المرئية التقليدية والتي أصبح معروفاً مدى استخدامها في الإعلام : مؤثرات الصوت المجسم والألوان المبهرة ، وتقنيات التكثيف والتركيز والتكبير والتصغير والدمج والفرز والإنزال ، والمزج والتسلسل إلى ما هنالك من تقنيات وإخراج وهي تتوسل كل مبادئ التأثير الحديثة في علوم نفس الحواس والاستقبال الحسي والإدراك .

هذه البلاغة لا يمكن المشاهد إلا الاستسلام لمتعها العديدة وبالتالي تأثيرها الصريح منه والخفي المباشر والمداور ، الآني واللاحق ، حيث أصبح معروفاً في علوم الإدراك أن مقدار الوعي بما يدرك من مثيرات لا يشكل سوى نسبة محدودة مما يتم تلقيه ، كما أن بلاغة الصورة مضافة إلى البلاغة الألكترونية وتلقيها من أكثر من حاسة في آن معاً ، وتوجهها إلى أكثر من رغبة ودافع في الوقت نفسه ، وقوة نصوعها وتماسكها وانسجامها كأشكال وسيناريوهات تجعل عملية بناء الشبكات العصبية المعرفية الخاصة واستيعابها وتخزينها أقوى بكثير ، إضافة إلى كونها لا تتطلب جهداً عقلانياً واعياً

ومركزاً ، ومن هنا تتكون شبكات معلومات في الدماغ ذات حجم وسرعة لا يقارنان ببطء تكون الشبكات المعرفية الناتجة عن النص المكتوب الذي يحتاج إلى جهد عصبي لفك رموزه وتأويله ثم استيعابه ، بلاغة الصورة تقدم مادة مشغولة سلفاً وجاهزة للاستيعاب.

واليوم توفر العولمة المزيد من الفرص المتكافئة لظهور أولئك الذين لديهم القدرة على قيادة التغييرات ومواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي. فالأفراد الذين يفهمون هذا العالم المفتوح ويكيفون أنفسهم بسرعة مع عملياته وتقنياته هم الأكثر تأهيلا لقيادة العولمة. كذلك يعزى إلى العولمة دورها في توفير المزيد من قنوات الاتصال والتشبيك بما يسهل حياة الناس ويتجاوز المسافات ويتيح لهم الوصول إلى مصادر المعلومات ويحسن المستوى المعرفي والوعي العام لدى الشعوب.

ويعد البعد الثقافي يشكل أحد عناصر التأثير الذي تمارسه العولمة، حيث تستخدم الدول العولمة لنشر ثقافاتها وقيمها من خلال تحميل الافلام والنشرات الوثائقية عبر الانترنت ووسائط التواصل الاجتماعي، وبمقدار ما تكون الدولة منتجة ثقافيا وفاعلة في تصدير ونشر ثقافتها وانتاجها المعرفي بمقدار ما تكون اكثر تأثيرا في في الأخرين. ما يميز العولمة أنها تعزز التنافس الذي يستند الى الجدارة والكفاءة خاصة في مجال الاقتصاد وريادة الاعمال، فهي توفر منصة للجميع للعمل لبناء نماذج متنوعة في مجال التجارة والاقتصاد، فمجال التنافس متاح للجميع من الشركات والمنظمات العابرة للجنسيات ومع ذلك تبقى درجة الجاهزية لدى الأفراد والجماعات للتنافس ضمن هذا العالم المفتوح العامل الحاسم في قدرتهم على الاستفادة من الفرص التي توفرها العولمة.

خاتمة:

فرضت العولمة تحدياتها الثقافية، وتجلياتها الفكرية والاقتصادية والعسكرية، ويمكن تشبيه العولمة اليوم بذلك التيار الهادر الذي يجرف معه كل شيء، فإما أن نقاومه أو نستسلم له، على أن مسألة المقاومة والتصدي ليست مستحيلة بالمطلق، إذ يمكن تعزيزها بتوظيف التقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق وصناعة الصورة الثقافية التي لا تنجر وراء سياق العولمة، وتعزيز الخصوصية الثقافية والحضارية، بالموازاة مع الصورة المعولمة التي اكتسحت المشهد الإعلامي والثقافي، وخلقت نمطية موحدة أساسها الثقافة الأمريكية أو الغربية عموما، أن عولمة الصورة اليوم هي السلاح الفتاك الناعم الذي يحاول تغيير الثقافات المتجذرة بوسائل تقنية وحديثة، في محاولة لتزييف الصور الأخرى غير الصورة التي يشتغل عليها أصحابها، وهو ما يستدعي عدم الإنجرار وراء كل ما يبث وينشر أو يستهلك، ولعل من بعض منافعها – أي العولمة – أنها توقظ شيئا من الهمم، وروح

المواجهة أمام غلبة سيلها الجارف بصناعة ثقافية مغايرة تنافح وتكافح أمام نمطية الصورة المعولمة وثقافتها.

ويمكن القول أن العولمة وان كان تبدو في سطوتها وقوتها ، إلا أن نفوذها سيؤول إلى زوال ، لأنها تنبئ عن تمركز للفكر الغربي الليبرالي، وهو يحاول توحيد العوالم والثقافات في بوتقة واحدة ، وهو مايخالف سننية الكون وماخلق الله عليه هذه الاكوان، والذي أساسه التعدد والإختلاف .

تم بعون الله

قائمة المراجع:

أولا: الكتب:

1. ابن منظور: لسان العرب، دار لسان العرب، بيروت – لبنان، مادة ص و ر، (د ت)، مجلد2.
2. سعيد الغريب النجار: تكنولوجيا الصحافة في عصر الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
3. سوزان سونتاغ، حول الفوتوغراف، ترجمة عباس المفرجي، ط1، دار المدى للثقافة والنشر، 2013.
4. صلاح عبد الفتاح خالدي: نظرية التصوير الفني عند سيد قطب، (د ط)، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1988.
5. صلاح فضل: قراءة الصورة وصور القراءة، ط1، دار الشروق، مصر، 1997.
6. عبد الحميد شاكر: عصر الصورة – السلبيات والإيجابيات – عالم المعرفة، ع311، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005.
7. عبد الله الغذامي: الثقافة التليفزيونية – سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط 2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء – المغرب، 2005.
8. قدور عبد الله تاني: سيميائية الصورة، (د ط)، دار الغرب للنشر والتوزيع، وهران، 2005.
9. قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، (د ط)، دار الغرب للنشر والتوزيع، وهران، 2005.
10. كاظم شمهود طاهر: فن الكاريكاتير – لمحات عن بدايته وحاضره – ط1، أزمنة للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2003.
11. محمد سبيلا، عبد السلام بنعبد العالي: الإيديولوجيا، ط 2، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء – المغرب، 2006.
12. محمد عبد البديع السيد: الإعلان الإذاعي والتلفزيوني في العصر الحديث، يوليو 2021.
13. محمد عبد الحميد، تأثيرات الصورة الصحفية – النظرية والتطبيق، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2004
14. محمد عوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000.
15. محمود أمهز: الفن التشكيلي المعاصر – التصوير 1870 – 1970 – دار المثلث للطباعة والنشر، لبنان، 1981.

16. محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجال الإعلام، (د ط)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1998.

17. ياسر بكر: أخلاقيات الصورة الصحفية، ط 1، دار الكتب المصرية، القاهرة – مصر، 2012.

ثانيا: المجلات:

18. إبراهيم محمد سليمان: مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، المجلة الجامعة، ع 16، مجلد2، قسم الإعلام، كلية الآداب: جامعة الزاوية، أفريل 2014.

19. بدر الدين مصطفى: الثقافة البصرية بوصفها مجالا معرفيا بينيا، مجلة فتوحات، ع 4، 2017.

20. بدر الدين مصطفى: الثقافة البصرية بوصفها مجالا معرفيا بينيا، مجلة فتوحات، ع 4، جانفي 2017.

21. بولوداني سهام: الصورة والواقع – بحث في قدرة الصورة على خلق الواقع، مجلة الصورة والاتصال، عدد 9، جامعة وهران.

22. سامية عواج: خطوات تحليل الفيلم الإشهاري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة سطيف.

23. سعد سلمان عبد الله: تطور الصورة الصحفية في الصحافة العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، ع 21، كلية الإعلام، جامعة بغداد، دار الكتب والوثائق، بغداد، أيلول 2013.

24. سعيد بنكراد: السيميائيات وموضوعها، مجلة إشراف، ع6، المغرب، 2001، موقع محمد أسليم، تاريخ الإنشاء 3 جانفي 2002.

25. سلام عبد الخالق نعمان: تحسين الصورة الرقمية، مجلة الفتح، ع 35، كلية ديالي، العراق، 2008.

26. صفوت محمد العالم: فن الإعلان الصحفي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

27. عبد الله حسين عبيدات وآخرون: تفاعلات التعبير الفني بين التصوير الفوتوغرافي والتشكيل المعاصر، المجلة الأردنية للفنون، مجلد 12، ع1، 2019.

28. علاء بسيوني الرميلي: صناعة الصورة الذهنية للرؤساء في الحملات الانتخابية، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، ع 4، أكتوبر 2019.

29. لامية طالة: الصورة الإعلامية: المفهوم، الأنواع وآليات التوظيف، مطبوعة بيداغوجية حول ثقافة الصورة، سنة أولى ماستر، سداسي 2.

30. ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي: جودة تصميم المواقع الصحفية في عصر التحول الرقمي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 80، سبتمبر 2022.

31. محسن عمار: الاشهار التلفازي – قراءة في المعنى والدلالة –، مجلة علامات، العدد 18، المغرب، 2002.

32. مصطفى سحاري: الصورة الصحفية وحتمية الضبط الأخلاقي في ظل الميديا الجديدة، مجلة أقلام، مجلد 2، ع2، 2023.

33. ندى عمران حسين: الصورة الرقمية إحدى ملامح الإعلام الجديد، ع 51، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة النهرين، بغداد، سبتمبر 2019.

34. نصير بوعلي: الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالأزمات، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع1، مجلد 1، جوان 2013م.

ثالثا: المواقع الالكترونية

35. أحمد جمال عيد، فاطمة محمود جامع: أثر الاتجاهات الفنية على الصورة التشكيلية، jsos–juarnals–ekb–eg.

36. آية أحمد زقزوق: تعريف الصورة والنص وأهميتها، almrsal.com/post/11.

37. بركات محمد مراد، العولمة والصورة تعزيز الهوية واستلابها، مؤتمر فيلادلفيا الدولي، ثقافة الصورة، نوفمبر 2007، موقع philadelphia.edu.jo.

38. تعريف وأنواع الصور الفوتوغرافية، موقع المرسال – almrsal.com/post/49.

39. جميل حمداوي: أنواع الصورة، موقع جامع الكتب الإسلامية ketabonline.com.

40. حسن مظفر الرزو: الصورة وانعكاساتها على ثقافة الإنسان المعاصر، شبكة الألوكة Alalukah.net.

41. حسين نايلي: سيميولوجيا الصورة، محاضرات في المقياسtele,ens.univ,oeb.dz .

42. حواس محمود: ثقافة الصورة والإشكالية القيمية في زمن العولمة، موقع الحوار المتمدن، m.ahewar.org.

43. رفعت عارف الضبع: أخلاقيات الصورة الصحفية، موقع المرجع الإلكتروني للمعلوماتية almerja.com–.

44. سارة الصاوي: سلطة الصورة في وسائل الإعلام – مداخل تأسيسية–، المعهد المصري للدراسات، موقع e:pss.eg.org.

45. عبد الرحيم الكردي: لغة الصورة، موقع الخبير حمادة صلاح صالح kenanaonline.com.

46. عثمان كباشي: الصورة في صحافة الإنترنت، معهد الجزيرة للدراسات institue-aljazeera.net.

47. محمد الراجي: أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي، وتشكيل الرأي العام، مركز الجزيرة للدراسات studies.aljazeera.net

48. محمد خليل برعومي: الإعلام في عصر الصورة، موقع عربي 21 arabi 21.com.

49. نيرمين علي: التصوير الجداري – أول لغة بصرية عرفها الإنسان –، مجلة الانديبندنت عربية– independantarabia.com.

50. هديل كامل: مستوى التعبير في جماليات الصورة التلفزيونية، موقع النور alnoor-se/article.

51. ياسر خضير البياتي، ثقافة الصورة المتلفزة وإشكالية صناعة المضمون، موقع ثقافات – thaqafat.com.

52.Martin jay : the advent turn, journal of visual culture, http : // vcu, sage pub.com, 2002

رابعا: المراجع الأجنبية:

53. Aidan white , ibid

54. Aidan white : the ethics journalism initiative, belguina by international federation of journalisme, 2008.

55. Aumont jacques, the image, british film institus, London, 1994.

56. Morra, joanne and marquard smith: visual culture, critical concepts in media ans cultural studies, routledge, 2006.

57. www.commfacaluty.fullerton.edu.California state university at fullerton,

58. Y – veline Bactile : clés et code du cinéma , paris, magnard université, 1973.