

سلطة الصورة الرقمية في ظل الإعلام الجديد

أ. مليكة جورديخ جامعة المسيلة

مقدمة:

لقد اقتحمت الصور بيوت الناس من غير استئذان، وأضحت الوسيلة التي تهدد خصوصياتهم، ما افرز واقعا آخر لم يتعود عليه الجمهور، فبعدما كان يتعامل مع الصور التلفزيونية، ظهر شكل جديد من الصور التي ينتجها هو و يتلقاها في الوقت نفسه، وهذا راجع إلى تطور التكنولوجيا و سرعة الإنتاج و التوزيع للصورة إضافة إلى انتشار الكاميرات الرقمية و بأثمان رخيصة.

إن عالم الصورة أصبح يهيمن على حياتنا اليومية لما يتميز به من إثارة و جاذبية، فالمرئيات الراهنة تميل إلى تقجير الحدث و اختلاقه والمبالغة فيه، فالصور تمثل أسرع الوسائل في إيصال المعلومة، فلا يكاد يخلو خبر، و لن يكون له معنى إذا لم يتم إدراج صور فيه، و على أساس الصورة يتم بناء القصة الخبرية، و لعل المشاهد لن ينسى تلك الصور التي تبثها قنوات العالم لهجوم الطائرات على برج التجارة العالمي في نيويورك في 11 سبتمبر 2001، وصور سقوط صدام في قلب بغداد، وصوره ألقا في أثناء حصاره، أو صورة مقتل بن لادن، أو صورة ميدان التحرير في مصر لحظة تحي الرئيس مبارك من الحكم، أو صورة البوعزيزي و هو يحرق نفسه، و غيرها من الصور المثيرة، فالكل يصور، و الكل ينتج إعلاما يثير جنون المؤسسات الإعلامية.

و لعل أهم ما يميز الصورة في عصرنا الحالي هو أننا نستطيع التلاعب بها، فخير مقتل بن لادن يحتمل أن يكون كاذبا، لأنه قد تكون هذه الصورة مفبركة، فمع التطور الهائل للتكنولوجيات الحديثة أضحى الأمر سهلا، و على هذا الأساس كثر الحديث عن صناعة الصورة في عصر الرقمية التي تستخدم كوسيلة لغاية معينة، فالصور الحقيقية يتم تشريحها، و إعادة صناعتها لتخدم أهدافا معينة، ما يستدعي التعامل معها بحرفية و مهنية من طرف الإعلاميين، و بحذر شديد من طرف الجمهور المستقبل لها، و يعبر عن هذه الفكرة الباحث الفرنسي جون بيار بال (Jean Pierre balpe):

« l'image numérique est plus proche d'un simulacre du réel que sa copie : elle en est même parfois, un détournement complet, un contre- réel » (1)

لم تتوقف الرقمية عند حد أو زمن واحد بل هي في تطور مستمر مع التقدم العصر، فكل يوم تظهر تقنيات رقمية جديدة في التصوير الرقمي و تعمل على رفع مستواه التنفيذي للصورة، و كل يوم نجد تقنيات متطورة تزيج القديم و تأتي بالجديد، لذا اتخذت كلمة الديجيتال أو الرقمية في الفترة الأخيرة مكانة مهمة بين التقنيات التكنولوجية التي أكسبت المستخدمين كثيرا من الوقت، الجهد و التكلفة، و برزت على أثرها عدة أنواع من الصور تفوق الصور التقليدية الأمر الذي جعل المؤسسات التلفزيونية تلجأ إلى استخدامها في برامجها. (2)

من المؤكد إن التكنولوجيا أصبحت ترافقنا في كل مكان، فأغلب سكان المعمورة يحملون معهم هواتف محمولة أو الهاتف الخليوي، و هذا الجهاز بحد ذاته هو وسيلة من وسائل الاتصال، ان لم يكن وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية، كونه أصبح شريك لكل وسائل الإعلام تقريبا، فمن خلاله يتمكن المستخدم من مشاهدة أفلام فيديو، أو سماع الموسيقى أو حتى إمكانية بث تلفزيوني، و بذات الوقت للهاتف قدرة على تسجيل العديد من مشاهد الفيديو و المقاطع الصوتية، و له قدرة على فتح نوافذ الانترنت، ناهيك عن انه كثيرا ما يستخدم لتحقيق المزيد من التفاعلات ما بين وسائل الإعلام كان يتصل المستخدم بالقنوات الفضائية، أو أن يرسل مشاهد فيديو نادرة، و هو كثيرا ما استخدم في العديد من الأزمات و الفضائح كتصوير فضائح التعذيب التي قام بها الجيش الأمريكي في سجن أبو غريب بالعراق، بل انه تمكن من خلق أزمات من نوع آخر، كما حدث يوم إعدام الرئيس العراقي المخلوع صدام حسين، عندما قام احد المسؤولين بتصوير المشهد بهاتفه الخليوي ثم قام بتدوير المادة الفيلمية، و على اعتبار أن الهاتف وسيلة لتقديم الخدمات الإخبارية

اعتمدت الكثير من المحطات الإعلامية عليه كجزء من عملها الإعلامي، كونه أسرع بكثير من الصحف و الحاسوب و القنوات الفضائية بحكم انه مرابط و ملازم للمستخدمين.(3)

أبعد من ذلك فالصورة الرقمية أضحت سمة العصر، إذ نجد كما هائلا من التحسينات و التطويرات للصورة الرقمية بهدف إعطاء أفضل النتائج في الاستخدام و الطريقة و هو ما عزز حضورها، الأمر الذي جعلها تحتل الصدارة في التلفزيون، ثم في السينما، و على اثر المكاسب التي تتحقق من الرقمية أصبحت أعداد المستخدمين و المصنعين تتزايد يوما بعد يوم، و خصوصا بعد دخول الكاميرات الرقمية في أجهزة الهواتف المحمولة التي منحت فرصة لكل شخص أن يتعلم التصوير و يتدرب عليه من خلال التصوير المتكرر لكل المواقف و الحالات التي تستهويه في محيطه الاجتماعي، الأمر الذي اكسب الشركات المصنعة لها أرباحا، و جعلها تتنافس في إيجاد امتيازات و تسهيلات و إمكانيات ضخمة سواء للمصورين المحترفين أو الهواة. (4)

على غرار ذلك فان ثورة عملاقة قد حلت بالإعلام اسمها الصورة الرقمية، توغلت في أعماق كافة المهن لتخلق جيلا جديدا من الإعلام اسمه الإعلام الجديد الذي تلعب فيه دورا هاما أكثر مما كانت تلعبه قديما، لأنه أصلا إعلام وسائل متعددة، و قد جعل انفتاح الأفق الإعلامي و تطور التكنولوجيا و سهولة الإنتاج و التوزيع للصورة قوة كبيرة في التأثير على الرأي العام، و بزيادة استخدام الانترنت و البريد الالكتروني، و انتشار الكاميرات الرقمية و رخص أسعارها و انتشار الكمبيوتر نفسه حدث توسع هائل و غير مسبوق في انتشار الصورة و التصوير الرقمي.(5)

إن اندماج و التقنيات و تداخلها و تطورها خلال السنوات الأخيرة، و بروز وسائل الإعلام الجديد أعطى للمواطنين الصحفيين فرصة ذهبية جديدة لإثبات وجودهم، و حماية أنفسهم، و تدعيم ذواتهم من خلال المشاركة بفعالية في معركة الصورة العالمية التي أصبحت متاحة للجميع، بل إن آلة التصوير الفوتوغرافي و تصوير مقاطع الفيديو ترافقتا باستمرار ضمن الهواتف النقالة في جيبنا، و بهذه الطريقة اقتحمت الصور الرقمية بيوت الناس من غير استئذان و أصبحت الوسيلة التي تهدد خصوصياتهم، ما افرز واقعا آخر لم يتعود عليه الجمهور، فبعدما كان يتعامل مع الصور التلفزيونية، ظهر شكل جديد من الصور التي ينتجها هو و يتلقاها في نفس الوقت، و يشارك و يتبادل بها مع الآخرين و هو ما يطلق عليه الصورة التشاركية (l'image (partagée) التي يتفاعل بها مستخدمي الانترنت بحيث يتبادلون الصور و الملفات، نظرا لسهولة استخدامها من جميع شرائح المجتمع بدءا من المحترفين، الهواة، الفنانين، الذين يتشاكرون انجازاتهم و انتاجاتهم مع الأصدقاء و المحيط العائلي، و هو ما اسماء الباحث Dan Gillmor بثورة الهواة أو ديمقراطية إنتاج المعلومة في كتابه **"the media"** (6) انطلقا مما سبق، نجد أن الصورة الرقمية بدأت تحتكر الساحة الإعلامية، ما يستدعي إعادة النظر

في تعريف الصورة الجديدة، و عليه نطرح السؤال الجوهرى لهذا البحث:

■ مزايا و عيوب التصوير الرقمي:

من بين الميزات الأساسية للتصوير الرقمي نذكر مايلي:

1. تتميز الكاميرات الرقمية بميزة الاستعراض الفوري للصورة و إمكانية حذف الصور غير المرغوب بها.
2. يتميز التصوير الرقمي بسرعة العمل في معالجة الملف و الألوان و الطباعة بأدوات أكثر تنوعا.
3. سهولة المعالجة اليدوية، فالصورة الرقمية يمكن تعديلها بشكل أسهل و أسرع من الصورة التقليدية.
4. التصوير الرقمي اقل تكلفة على المدى البعيد، فهو يوفر الكثير بالحصول على الصور مباشرة بخلاف التقليدية التي تضطر صاحبها للانتظار.
5. في الكثير من الكاميرات الرقمية يمكن الإطلاع مباشرة على الصورة التي قام المصور بالتقاطها من خلال شاشة الكاميرا ذاتها، و بالتالي يمكن حذفها.
6. إمكانية تسجيل لقطات فيديو قصيرة بالصوت و الصورة.
7. السرعة و الدقة و سهولة الاستخدام.

8. إن توصيل الأخبار و تناقلها أصبح في المدة الأخيرة سهلا للغاية مع تدفق التقنية الرقمية، رغم هيمنة المؤسسات الإعلامية العملاقة في الإعلام، حيث يمكن أن تتحقق العملية الاتصالية ولو بشكل بسيط عبر منظومة رقمية غير مكلفة، كما هو الحال مع المواد الفيلمية التي انتشرت بالمواقع الالكترونية كالفيلم الذي صور بكاميرا هاتف محمول و الذي يصور الرئيس العراقي صدام حسين في غرفة الإعدام، و هو ما يمكن أن يطلع عليه أي شخص من خلال المواقع الالكترونية كاليوتيوب الذي يظهر المزيد من الأفلام التي تعطي كما كبيرا من المعلومات و الحقائق و المسائل التي لا تنشرها وسائل الإعلام فبواسطة كاميرا رقمية صغيرة للغاية قد تبدو و كأنها تصور ذكريات يمكن ان نحقق و نصور لمحطات فضائية عالمية.

غير انه يعاب على الكاميرا الرقمية حاجتها إلى بطاريات مشحونة على الدوام حتى تعمل مكوناتها الالكترونية. (12) **الصورة في شبكة الواب:**

تمثل الصورة في شبكة الواب ركنا أساسيا في بنية الشبكة كمعلومة علمية و إعلامية و إعلانية و تعليمية في حد ذاتها، كما تمثل إضافة جمالية و عنصرا بنائيا للموقع كخلفية، أو كأزرار توضح أبواب الموقع، أو كأداة للتصفح و مساعدة زائر الموقع للتنقل من صفحة لأخرى تحمل نفس الصورة.

لقد نشأت حول الصور في الويب الكثير من الأدوات و الخدمات و المواقع و برمجيات الحفظ و التوزيع، فموقع **فلكر** أصبح بمثابة ألبوم عالمي لتبادل الصور بين الناس و خلق نوعا ما من المجتمع العالمي الذي لا تحده حدود يساهم في مناسبات مختلفة في نقل صور الهواة إلى آفاق بعيدة للدرجة التي استخدمت فيها

آلاف الصور كمواضيع إعلامية لأحداث كبيرة، مثلما حدث في كارثة **تسونامي في ديسمبر 2004**، و نفس الشيء لمواقع المدونات الشخصية التي تنشر الصور، و قد نشرت أعدادا هائلة من الصور التي التقطها الهواة تعكس مناسبات خاصة و عامة، و تعرض في مجلدات مثل مجلد **my picture** لمايكروسوفت. (14)

1. الصورة في الوسائط المتعددة:

يتم نشر الصور في الوسائط المتعددة إما في شبكة الانترنت online أو خارج الشبكة offline لعرضها على شاشة الكمبيوتر، أو أي شاشة أخرى، و الصورة تلعب دورا أساسيا في الحالتين، فتكون جزءا من مادة صغيرة للوسائط المتعددة ضمن محتويات الموقع، أو يكون الموقع مبنيا بالكامل بصور خاصة تعبر عن موضوع الموقع، و أمثلة هذه البرمجيات برنامج فلاش من شركة ادوبي.

2. الصورة في الهواتف المتحركة و الأجهزة الشبيهة:

تمثل الصورة بنوعها المتحركة و الثابتة عنصرا أساسيا في تطور استخدام الهواتف المتحركة، و قد ظهرت أصلا في 1997 من طرف PHILIPPE KAHN و قد طوره اليابان تحت اسم SHA-MAIL وتعني PICTURE MAIL و تم تسويقه عام 1999 في اليابان من طرف جي فون J-phone، ثم في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2002 لتنتشر التكنولوجيا إلى سائر الدول، وفي 11 جويلية 1997 قام فليب كان بانجاز أول كاميرا، و صور فيها لحظة ميلاد ابنته بكاميرا في هاتف موبتورولا، و تم وقتها بث صورة المولودة الجديدة لتوها في جميع أنحاء العالم.

إن كاميرا الهاتف هي واحدة من تطبيقات الإعلام الجوال الذي بدأ يتطور سريعا، و على الرغم من صغر الصورة التي تلتقطها هذه الكاميرات، إلا أن ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل كذلك بالملايين بين الناس في جميع أنحاء العالم، و بعضها يوثق لأحداث هامة، و بعضها خطير مثلما هو الحال في صورة تعذيب المعتقلين في **سجن ابو غريب**، و هو ما يمثل انعكاسا لنظام الإعلام الجديد، فهي صور يتم التقاطها بوسيلة سهلة الاستعمال و لا تتطلب أية مهارات تصويرية، و مع أنها جاءت بمشكلات لا قبل بها و لا حد لها من اختراق الخصوصية، و تجاوزها للملكية الفكرية، إلا أنها تعد من التكنولوجيات التي حولت الإعلام إلى أيدي الجميع، و خلقت صحافة المواطن، و تداخلت معها تكنولوجيات متطورة في إرسال الصور كالبوتوث، ما يجعل مسألة التحكم فيها صعبة رغم وجود ضوابط تشريعية لأجل ذلك. (15)

رابعاً: نموذج فليكر (FLICKR) لتبادل الصور:

يعتبر موقع فليكر نموذجاً لواحدة من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلاً حياً لوكالات الأنباء مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الإنفاق في لندن، وفي أحداث تسونامي.

فليكر موقع لمشاركة الصور، وحفظها وتنظيمها، وهو يعتبر أيضاً جمعية لهواة التصوير على الإنترنت، بالإضافة إلى كونه موقعاً مشهوراً للمشاركة في الصور الشخصية، ويستخدم الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه، ولقد أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات من قبل الزائرين وكلمات المفاتيح **Tags**.

تم تطوير الموقع عام 2002 بواسطة شركة لودي كورب **Ludicorp** في فانكوفر بكندا، وقد قامت الشركة بإطلاق فليكر لأول مرة في **فيفري 2004** بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الإنترنت، وفي **مارس 2005**، اشترت شركة ياهو شركة لودي كورب وفليكر. على غرار ذلك يسمح فليكر لمستخدميه بتنظيم صوره كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معاً.

علاوة على ذلك، يستطيع الشخص إضافة الصور إلى مجموعة شخصية واحدة أو أكثر من مجموعة شخصية، أو عدم إضافتها لمجموعة مطلقاً. أما البرنامج المنظم فهو يقوم بتنظيم الصور الموجودة في حساب فليكر ليسمح للمستخدمين بتعديل كلمات المفاتيح، ووصف الصور، وتنظيم أو إضافة الصور في مجموعات شخصية، أو مجموعات عامة، وإضافة صور على خريطة العالم، لهذا السبب يسهل تعديل الصور كحزم.

زيادة على ذلك، موقع **فليكر** يوفر خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها، أو يستطيع أن يجعل الصور خاصة، فلا تتوفر إلا لصاحب الحساب، أو من يسمح هو لهم بمشاهدتها ويستطيع المستخدم عند تحميل الصور (16)، أن يحدد من يستطيع مشاهدة الصور أولاً، الصور الخاصة يشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، ولكنه يستطيع تحديد الصور المسموح بتصفحها للعامة أو من يختارهم هو، أيضاً يستطيع المستخدم مشاركة الصور الخاصة في المجموعات العامة لو أراد. كما يحتوي موقع فليكر على خدمة RSS التي تسمح للمبرمجين بتوسيع الخدمات، ويستطيع مالك الحساب أن يضيف صوراً من خلال البريد الإلكتروني، من خلال الموقع بشكل مباشر أو من خلال الهاتف النقال ذي الكاميرا الرقمية، كما يتم استخدام هذا الموقع كموقع رئيسي لتخزين الصور من طرف المستخدمين، خصوصاً المدونين تحت تراخيص معينة يقومون باختيارها. (17)

الخاتمة:

في الختام لا يسعنا إلا القول بأن الصورة الرقمية التي تناولناها في هذه الورقة تمثل جانباً جوهرياً من التطورات اللامتناهية في تقنيات وتكنولوجيات الاتصال التي أصبحت تعد من الأعمدة الرئيسية لقياس قوة البلدان وتطورها، كما أنها تجسد صورة مصغرة عن الإعلام البديل أو صحافة الناس التي لجأ إليها جمهور وسائل الإعلام ليتبنى بنفسه إعلاماً لنفسه ولغيره من أفراد الجمهور وفئاته الذين يستخدمون شبكة الويب والوسائل الجديدة تحت شعار "إذا كنت لا تثق في وسائل الإعلام، افعل ذلك بنفسك" (**If you don't**

trust the media, do it yourself)، عبارة خلص إليها الباحث الأمريكي مايك ياماماتو (Mike Yamamoto).

لعل السؤال الذي يطرحه دوماً خبراء الإعلام كلما ظهر الجديد في مجال التكنولوجيات الحديثة هو: هل سيلغي الجديد القديم وما هو التأثير الذي سوف يحدثه؟ هو السؤال نفسه طرح عندما ظهر التلفزيون وتأثيراته على الراديو والصحف، وطرح عندما انتشر التلفزيون الملون، ثم طرح عند ظهور شبكة الإنترنت وظهور الصحافة الإلكترونية، وتعاد صياغة نفس السؤال بظهور الصورة الرقمية هل ألغت الصورة التلفزيونية بكل ما تحويه من ميزات إعلامية أكسبتها جماهير كبيرة في عصرها الذهبي؟.

ما يمكن قوله في هذا الصدد هو أن الصورة الرقمية لن تلغي الصورة التلفزيونية التي لا تزال تحتفظ بشعبيتها لدى الجماهير، غير أنه لا بد من القول بأنها فقدت جزءاً من جمهورها، وتضائل دورها وتراجع نتيجة للاكتساح الكبير للإعلام الرقمي الجديد الذي كرس صحافة المواطن، فبعدما كانت الرسالة الإعلامية متوجهة من مرسل إلى متلقي، صارت تتوجه من الجمهور إلى الجمهور، في اتجاه يهدد

الصناعة الإعلامية بالخطر، فالتغير الحاصل في الإعلام الرقمي و تبني الأفراد لثقافة المشاركة سواء بالنصوص أو الصور قد اثر على سلطة الإعلام وجعل الأدوار تتبادل في سياق مختلف.

على الرغم من الايجابيات التي جاءت بها الصورة الرقمية للمتعتشين للجديد، إلا أنها تشكل خطرا على الخصوصية وقوانين الملكية الفكرية، و ربما تكون هذه النقطة مجالا آخر للبحث في اختراق الإعلام الرقمي الفضاء الخاص من جهة، والعمومي من جهة ثانية.

الهوامش:

1-Luc dall armellina, Du signe au signe e-mouvant, médias Morphoses, N°6, (novembre 2002), p 70.

2 - عبد الباسط سلمان، ديجيتال الإعلام (مفهوم الصحافة و السينما و التلفزيون و الملتيميديا رقميا)، (الطبعة الأولى، مصر، الدار الثقافية للنشر، 2008)

3- نفس المرجع، ص 129.

4- نفس المرجع، ص 129.

5- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات)، (الطبعة الأولى، عمان، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2008)، ص 339.

6-Dominique cardon, Internet et réseaux sociaux, (dossier N°984, France, crédit mutuel, 2011), p51.

7- عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 340.

8- نفس المرجع، ص 340.

9- بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم و النماذج، الباحث الإعلامي، 14، 2011، ص 10.

10- سعد لطيف الحمد، سلطة الصورة في البث الفضائي المباشر: دراسة على عينة من جمهور مدينة بغداد، مجلة المستنصرية للدراسات العربية و الدولية، 35، 2011، ص 156.

11- نفس المرجع، ص 157.