

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية

- صورة المرأة في السينما العربية نموذجا-

أ/نفيسة نايلي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي- الجزائر.

مقدمة:

تستخدم الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها الصورة الذهنية للتعبير عن وجهة نظر معينة سواء تعلقَت هذه الصور بالأشخاص، المؤسسات، الدول و المجتمعات، وكثيرا ما تنجح في ذلك من خلال ترسيخ تصور معين، أو إلغائه أو تغييره من السلبي إلى الإيجابي أو العكس، سيما وأنّ الإعلام في عصرنا الحالي أصبح المحرك الأساسي لمجريات الأحداث الدولية وعامل لنشر الأفكار في المجالات المختلفة، وقد وصلت الدول الكبرى في العالم إلى ما هي عليه اليوم بفضل توظيفها لوسائل الإعلام كأسلوب لخدمة مصالحها ونشر سياستها على المستوى الداخلي والخارجي.

وتعد السينما من أهم الوسائل الإعلامية التي ظهرت وتطورت في الدول الغربية في ظل الصراعات السياسية والدولية خلال الحرب العالمية الثانية والحرب الباردة، حيث استغلها كل طرف من الأطراف المتنازعة لتشويه صورة الخصم وتحسين صورته مثلما حدث بين الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها وألمانيا النازية، أثناء الحرب العالمية الثانية، وبين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي، أثناء الحرب الباردة، أما في البلدان الأخرى مثل الدول العربية فقد ظهرت السينما فيها مبكرا بسبب وجود تلك البلدان تحت وطأة الاستعمار، لكن الانطلاقة الحقيقية لسينما عربية محضّة بدأت في مصر في العشرينات من القرن الماضي ثم تبعتها بقية الدول العربية الأخرى مثل سوريا والعراق وبعدها الدول المغاربية مثل الجزائر، تونس والمغرب، وتعد السينما من أهم وسائل الإعلام التي استطاعت أن تؤثر على الأفراد وتشكل آرائهم وأفكارهم إزاء مختلف الأحداث و القضايا و الظواهر والموضوعات و بالتالي صنع الصورة ذهنية عن الواقع الذي تنقله، لما تملكه من قدرة هائلة في وصف الأشخاص والجماعات من خلال

أ/نفيسة نايلي

ارتكازها على عنصر الصورة و إثارة العواطف و عرض المضمون بأسلوب مشوق يثير اهتمام المتلقي وانطلاقا من هنا جاء بحثنا هذا الذي يهدف للتعرف على دور السينما في صناعة الصورة الذهنية من خلال التطرق إلى دور السينما العربية في صناعة صورة المرأة، علما أنّ المرأة في هذه المجتمعات حققت مستويات متعددة من التطور و نقلة نوعية باحتكارها لميادين ظلت لفترة طويلة حكرا على الرجل، وللحديث عن هذا الموضوع اخترنا نموذجين من السينما العربية وهما السينما المصرية و الجزائرية باعتبارهما يمثلان منطقتين مختلفتين من الوطن العربي أولاها من المشرق والثانية من المغرب، و سنعالج هذا الموضوع انطلاقا من الأسئلة التالية:

- ما هو المفهوم الحقيقي الذي تتخذه الصورة الذهنية، وفيما تتمثل المجالات التي يمكن أن تساهم في تشكيلها؟

- ما هي أهم التصنيفات التي يمكن إعطاؤها للصورة الذهنية؟

- كيف تساهم السينما العربية، (المصرية و الجزائرية) في صنع صورة المرأة؟

تعريف الصورة الذهنية:

إن مصطلح الصورة مشتق من الفعل صَوّر والصورة هي صورة لشخص، أو شيء تم رسمه، ووصف كل جزئياته، وصوّر الشيء تكونت لديه فكرة عنه. ومصطلح الصورة في اللغة اللاتينية (IMAGO) يدل على تمثيل شخص أو شيء بالرسم أو النحت أو عن طريق الإنتاج البصري للشيء، أو الشخص عن طريق جهاز بصري كآلة التصوير الفوتوغرافية أو الكاميرا⁽¹⁾.

فالصورة هي إعادة تمثيل الشيء كما هو موجود في الواقع كأن يرسم فنان صورة لمنظر طبيعي على لوحة الرسم، أو هو تصور وتمثيل ذهني لشيء معين بحيث يتبادر إلى الذهن بمجرد ذكره، وهو ما يعرف بالصورة الذهنية.

وهناك تعاريف متعددة لما يعرف بمفهوم الصورة الذهنية عند الكثير من الكتاب والباحثين، وقد استمدت هذه التعاريف من طبيعة الدراسات والبحوث خاصة تلك المتعلقة بالمجال الأدبي والاجتماعي والسياسي....، إذ تهتم بتحديد الصورة لشعب عن شعب آخر أو جماعة عن جماعة أو فرد عن فرد، ولقد أصبحت الصورة الذهنية في

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً-

عالمنا المعاصر تخضع لتداخل عدة عوامل تساهم في تكوينها وتطورها منها عوامل تاريخية، نفسية وثقافية... الخ، ومع التطور السريع الذي عرفه العالم تدعمت بعوامل أخرى، خاصة مع النمو السريع للعلاقات والصراعات الدولية في آن واحد، والتطور الكبير للوسائل الإعلامية والتكنولوجيات الحديثة للاتصال كالانترنت والوسائل المتعددة الوسائط، التي جعلت من العالم قرية صغيرة حسب تعبير مارشال ماكluهان، كل هذا ساهم في تطوير مفهوم الصورة الذهنية إن على مستوى مفهومها أو سرعة تشكيلها.

التعريف اللغوي والاصطلاحي للصورة الذهنية :

يقصد بالصورة الذهنية من الناحية اللغوية، الشكل والصفة والنوع، و هي كذلك الصفة التي يكون بها الشكل، كما يطلق لفظ الصورة على ما رسمه المصور بالقلم أو آلة التصوير، أي على انعكاس خيال الشيء على المرأة أو في ذهن⁽²⁾.

أما من الناحية الاصطلاحية فإن قاموس ويبستر Webster يعرف الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو التذوق⁽³⁾.

ويعرف علي عوجة الصورة الذهنية، بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص أو نظام أو شعب معين، أو جنس بعينه أو منشأة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها⁽⁴⁾.

إن الحديث عن مفهوم الصورة الذهنية يقودنا إلى تعريفات مختلفة تتعلق بتلك الصورة التي تتجسد لدى الأفراد حول شخصية معينة أو مؤسسة ما أو دولة، وقد تتشكل هذه الصورة تحت تأثير عدة عوامل مثل المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، كفكرة شعب عن شعب آخر من خلال الاحتكاك المتبادل، أو فكرة أفراد عن شخصية

معينة أو مؤسسة، حيث بمجرد ما يذكر أماننا ذلك الشيء تتبادر إلى الأذهان تلك الصورة التي رسمت حوله، إنّ المساهم الأول في خلق تلك التصورات وتكوينها هي وسائل الإعلام بالدرجة الأولى، التي أصبحت اليوم تلعب الدور الأساسي في صناعة الصورة الذهنية، من خلال ما تقوم به من طبع تصورات مختلفة في أذهان المتلقين عن الكثير من الدول والشعوب والأفراد والشخصيات، ومن هنا فإنّ الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى فرد ومن مجتمع إلى مجتمع آخر حسب الظروف والسياقات المتعددة المحيطة بالظاهرة التي تتشكل حولها الصورة الذهنية.

2-1- عوامل تشكيل الصورة الذهنية:

هناك عوامل مختلفة يمكنها أن تساهم في صناعة الصورة الذهنية و إعطائها معاني متنوعة و تتمثل تلك العوامل فيما يلي:

الصورة الذهنية من الجانب الاجتماعي:

تتمثل الصورة الذهنية من الناحية الاجتماعية في مجموعة الانطباعات التي يكونها الفرد عن شخص آخر، أو أشخاص آخرين أو عن أي مجموعات أخرى، والتي تؤثر تأثيرا عميقا في تفاعلات الفرد مع الآخرين⁽⁵⁾. فالمجتمع الواحد يجب أن يكون متميزا من خلال طابع الحوار الذي يغلب على العلاقة بين أفراده من أجل القضاء على المشاكل والتوصل إلى آراء متقاربة، حتى يسهل التعايش بين أفراد المجتمع الواحد، ومن هنا يصبح كل شخص فعال داخل هذا المجتمع وله صورة ذهنية خاصة به حول بيئته الاجتماعية والأفراد الذين يعيش معهم، مثل تلك الصورة التي يرسمها الفرد حول معلم أو مدير مدرسة أو طبيب أو إمام مسجد أو مسئول إداري... الخ، إذ أنّ تلك الصورة هي التي تصنع مكانة هؤلاء الأشخاص في الوسط الذين يعيشون فيه.

وفي هذا الصدد يرى كينث بولدينج Kenth Bolding في كتابه "الصورة أنّ"، الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان بعدة عوامل منها، المكان الذي يحيا فيه، موقفه من العالم الخارجي، العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والجيران والأصدقاء والمحيطين به، والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التي يحصل عليها⁽⁶⁾.

فالفرد داخل مجتمعه يتصرف وفقاً لشروط محددة تضبط علاقاته بالآخرين وتحدد له مهامه (حقوقه وواجباته)، فما يعيشه داخله، لا يمكن له أن يعيشه بنفس الطريقة في مجتمع آخر، وهذا كله ناتج عن التصور الذهني الذي يرسمه الإنسان لنفسه عن الأفراد الذين يعيش معهم في مجتمعه، والأفراد الآخرين خارج مجتمعه، كذلك فإن الصورة الذهنية التي يحملها حول مجتمعه ليست نفس الصورة التي يحملها عن المجتمعات الأخرى، سواء من ناحية أنظمة العيش وأنماطها، أو من خلال المبادئ والعادات والتقاليد وحتى من ناحية الدين واللغة، ومن هنا نرى أنّ التماسك الاجتماعي، والنظام الاجتماعي ينتجان عن الاتفاق العام على منظومة القيم، وهذه المنظومة التي تنتقل إلى الأفراد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتعتبر الصورة جزءاً مهماً من هذا الموروث المجتمعي⁽⁷⁾، فالصورة تتأثر بالجماعة، أي أنها ليست مجرد نشاط إدراكي فردي ولكنها نشاط اجتماعي يتحقق من خلاله التوافق بين الأفراد بعضهم ببعض في الجماعة الواحدة فيما يتعلق بالصور التي تحدد لدى كل من الجماعة الداخلية للفرد والجماعات الخارجية له⁽⁸⁾.

وتندرج ضمن هذا الجانب العديد من النظريات المعروفة مثل: نظرية التعلم الاجتماعي، نظرية التمثيل الاجتماعي، نظرية التعلم عن طريق وسائل الإعلام، وكل هذه النظريات وأخرى تفسر تكوين الصورة الذهنية لدى الفرد من الناحية الاجتماعية، كما أننا لا ننكر الدور الذي تلعبه الوسيلة الإعلامية في تدعيم تلك الصورة من الناحية الاجتماعية من خلال مختلف المضامين التي تعرضها على المتلقين، بعد أن أصبحت الوسائل الإعلامية مهمة بالنسبة للفرد داخل المجتمع إن لم نقل أنها أصبحت تتحكم في تصرفاته.

الصورة الذهنية من الجانب السياسي:

يلعب الجانب السياسي دوراً مهماً في بناء الصورة الذهنية لدى الأفراد والمجتمعات، وذلك من خلال التعبير عن العلاقات الدولية والحكام والشخصيات السياسية المعروفة، ما يسهل للأفراد اكتساب تصورات مختلفة، حول كل ما يجري في

العالم من تطورات سياسية وعلاقات دولية وصراعات بين الأنظمة، إلى غير ذلك مما يمكن أن يحتويه العالم السياسي من أحداث.

إنّ صورة الشعوب هي كل ما في الذهن حول ذلك الشعب المدروس، والصورة الذهنية هي تمثيل يعتمد على معلومات شبه ثابتة ذات طابع عام ومعقول، ولها شيء من الواقع الملموس⁽⁹⁾، فالشعوب لا يمكنها أن تشكل صورة ذهنية حول بعضها البعض إلا إذا كان كل شعب يملك معلومات تتوفر على قدر كبير من الدقة، فلا يمكن لشعب معين أن يحمل مشاعر العداة لشعب آخر، دون توفر سبب ظاهر أو معلومات متاحة، كما لا يمكن له أن يحمل مشاعر الود والإخاء والمؤازرة وهو يجله ولا يعلم عنه شيء.

والوصول إلى كل ذلك يتم بواسطة اجتماع العديد من وسائل التنشئة السياسية والتي من أهمها الوسائل الإعلامية، التي أصبحت في وقتنا المعاصر أهم وسيلة لتشكيل الصور الذهنية حول الشعوب والأمم، كما يمكن أن توجد أيضا داخل الشعب الواحد مواقف متباينة اتجاه شعب آخر⁽¹⁰⁾، إذ أنه ليس من الضروري أن تتشابه أو تتطابق الصور الذهنية لأفراد أمة واحدة عن أمة أو أمم أخرى.

ويؤكد بولدنج **Bolding** أنّ الكيفية التي يتصرف بها الإنسان، تعتمد على الصورة الذهنية وأن أي تغيير يصيب الصورة يتبعه بالضرورة تغيير في السلوك، فحسب رأيه فإنّ طبيعة هذه الصورة وكيفية تشكيلها، والتغير الذي يطرأ عليها تعتبر من الأمور الهامة التي يجب أن يهتم بها هؤلاء الذين تتمثل مهمتهم في التأثير على الرأي العام أو قياس اتجاهات الجماهير⁽¹¹⁾.

لذلك تسهر الدول والحكومات على الحفاظ على صورتها الذهنية لدى المحكومين والرأي العام وتسعى جاهدة لتثبيتها وتقويتها، معتمدة بذلك على الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها خاصة الفضائيات التلفزيونية والانترنت باعتبارها من الوسائل الإعلامية الثقيلة، كما أصبحت الدول اليوم تركز على الانتاجات السينمائية لتدعيم مواقفها وتحسين صورتها لما تلقاه هذه الوسيلة من إقبال كبير من طرف الجماهير.

كما كان للصورة الذهنية اهتماماً متميزاً من طرف القيادات السياسية في بعض الدول للتأثير على الشعب الذي تنتهي إليه من ناحية، وتأثيرها على السلوك الجماهيري تجاه تلك القيادات من ناحية أخرى⁽¹²⁾.

فقد أظهرت لنا الكثير من الأحداث السابقة كيف كانت صورة الحكومات لدى شعوبها ثم تغيرت، لأنّ تلك الشعوب لم تكن ترضى بالظلم والعبودية، وهو ما حدث في الثورة الفرنسية مثلاً، ويحدث اليوم في العديد من دول العالم.

ولقد كانت ومازالت الدول الكبرى اليوم تروج لصورتها المرجوة لتحاول إقناع الآخرين بصحتها، سواء كانت تلك الصورة حقيقية أو زائفة، وهي تسعى من خلال ذلك تحقيق أهدافها بشكل كبير، أقل من تنفيذ سياستها، وتعتقد أنّ الفشل في ذلك هو خسارة فادحة لا تستطيع الدول تعويضها أو التغلب عليها، وهذا ما جعل الكثيرين يؤكدون أنّ الصورة المرجوة مثلها مثل القوة العسكرية أو الاقتصادية للدولة، وقد تكون أكثر أهمية من ذلك⁽¹³⁾.

ومن خلال ما تقدم نلاحظ أنّ الدول الكبرى تهتم دائماً بصورتها من خلال ما تقدمه من تصريحات على لسان حكامها وقراراتهم اتجاه الدول الضعيفة والشعوب المغلوب على أمرها، وهذا ما تقوم به الولايات المتحدة الأمريكية اتجاه القضية الفلسطينية فهي تدعم موقف إسرائيل من جهة، ثم تندد بأعمال العنف ضد الفلسطينيين. وقد سعت الولايات المتحدة الأمريكية عبر صراعاتها الإيديولوجية لإثبات أحقيتها أمام العالم، فخلال الحرب الباردة قامت بتجنيد كل الوسائل الإعلامية خاصة السينما التي قامت من خلالها بإظهار الاتحاد السوفييتي أنّه لا يشكل خطراً على الولايات المتحدة وحدها بل على كل دول العالم، من خلال الكثير من الأفلام التي أنتجت أثناء تلك الفترة وبعدها أي بعد سقوط الاتحاد السوفييتي سنة 1989م.

إنّ الصورة الذهنية من الناحية السياسية تتشكل وفقاً لعدة عوامل، وهي ليست ثابتة بالضرورة وإنّما تتغير بتغير الظروف والأحداث، ويمكن أن نطلق على الصورة الذهنية من الناحية السياسية اسم الصورة القومية خاصة إذا تعلق الأمر

بالعلاقات الدولية، كما أنّ القرارات السياسية الناجحة ترتبط بمدى إيجابية الصورة المرجوة عن الدولة أو الحكومة.

الصورة الذهنية من الجانب الاقتصادي:

تتجلى الصورة الذهنية من الناحية الاقتصادية من خلال صورة المؤسسة أو المنشأة، حيث أنّ كل الشركات التجارية والاقتصادية تسعى لتحقيق صورة إيجابية لدى جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي.

وقد قام مركز بحوث الرأي العام في برنستون **Bernston** بالولايات المتحدة الأمريكية عام 1958م بدراسة عن صورة المؤسسة واحتمالات تطورها أو التغيرات التي تطرأ عليها، وفي عام 1959 كتب كلود روبنسون **Claud Robenson** ووالتر بارلو **Welter Parillo** عن هذه الدراسة قائلين: "إنّ صورة المنشأة مفهوم جديد يفيدنا كثيرا في دراسة اتصالات أي منشأة، وأنّ هذا المفهوم سوف ينمو ويتطور ويصبح شائعا في لغة الاتصال⁽¹⁴⁾. فالصورة الذهنية من الجانب التجاري والاقتصادي هي المعاني والاتجاهات المعروفة والآراء المشتركة بين الجمهور، عن المنظمة أو الشركة التي نتجت عن العمليات أو الإستراتيجيات الاتصالية التي قامت بها المنظمة⁽¹⁵⁾. ومنه فإن الاتصال هو المحرك الأساسي لصورة المؤسسة أو الشركة عن طريق ما أصبح يسمى اليوم بمكتب العلاقات العامة، الذي يجب أن تتوفر عليه كل مؤسسة أو شركة مهما كان نوع عملها أو تجارتها، والعلاقات العامة هي التي تساعد المؤسسة على تكوين صورتها الإيجابية لدى جمهورها إذا ما توفرت لها الإمكانيات والكفاءات اللازمة التي تمكنها من تحقيق ذلك.

ويرى بول جاريت **Paul Garret** أحد رواد العلاقات العامة، والذي تولى مسئوليتها في شركة جنرال موتورز الأمريكية عام 1931 أنّ " العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنّما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه⁽¹⁶⁾.

وقد أكد هذا التعريف على أهمية الجهود التي تبذل من أجل تكوين صورة طيبة في أذهان الجماهير تعبر عن الواقع الفعلي المشرق للمؤسسة بلا خداع أو تزيف، ومن ثم فإنّ مفهوم الصورة الذي تسعى العلاقات العامة إلى بلورته في أذهان الجماهير، يستند إلى الحقيقة ويلتزم بالصدق والصراحة و الوضوح وهي مبادئ أساسية أجمعت عليها دساتير العلاقات العامة في مختلف المجتمعات⁽¹⁷⁾.

تقوم المنظمة والتي تتمثل في شركة أو مؤسسة، بصنع صورتها من خلال العمليات الاتصالية التي تقوم بها بواسطة الرسائل التي تقدمها للجمهور، لكن إدراك وتفسير الصورة يتم بواسطة الآخرين، ومن هنا فإننا لا يمكن أن نتجاهل الدور الذي يمكن أن يقوم به الجمهور نفسه، باعتباره يشكل الصور الخاصة بالمنظمة عن طريق إدراكه لواقعها، ويساهم الجمهور أيضا في الحفاظ على تلك الصورة أو تغييرها، لأنّ جهود المنظمة قد تبوء كلها بالفشل وتضيع سداً حول تحقيق الصورة المرغوبة عنها، إذا لم يتعرض الجمهور للعمليات الاتصالية التي يجب على المنظمة أن تسهر على تقديمها له وتقنعه بالتفاعل معها ليدرك السمات التي يبني على أساسها صورة المنظمة. وفي هذا الصدد يرى روبستون و بارلو Robston et Parlo، أنّ المفهوم البسيط لمصطلح صورة المنشأة (المنظمة) يعني الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تعتمد على الأدلة أو على الإشاعات والأقوال غير المؤثقة ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في أذهانهم⁽¹⁸⁾

ومن هنا يأتي دور العلاقات العامة التي يجب أن تعبر تعبيرا جيدا عن المؤسسة وذلك بواسطة التقرب من الجمهور وخدمتهم بنزاهة ومحاولة تفريهم أكثر من المؤسسة باستخدام عدة وسائل، كالإعلانات والمعارض للتعريف بالمؤسسة ومنتجاتها ونشاطاتها، كما تساعد الحملات الإعلانية والإعلامية التي تبثها وتعرضها وسائل الإعلام حول مختلف المؤسسات ومنتجاتها ونشاطها دورا مهما في تعريف الجمهور بالمؤسسات ونشاطاتها المتنوعة مما يساعدهم على تكوين صورة ذهنية حولها بكيفية صحيحة.

أ/نفيسة نايلي

لأنّ إرضاء الجمهور وكسب احترامه هو المفتاح الأساسي لنجاح صورة المؤسسة مهما كان نوع نشاطها، فإذا كان الواقع سيئاً أو تشوبه بعض النقائص، ينبغي تصليح هذا الواقع وتدارك تلك الأخطاء، بدلاً من محاولة إخفاءها أو تزييفها بخطابات كاذبة التي سرعان ما يزول أثرها وينكشف زيفها، كما ينبغي للعلاقات العامة أن تساهم في مواجهة المشكلات التي تؤثر على الجمهور من خلال الأعمال البناءة والجهود الحقيقية الهادفة التي تحقق الرخاء والرفاهية للمجتمع⁽¹⁹⁾.

إذن تتمثل الصورة الذهنية من الناحية الاقتصادية في تلك الصورة التي تصنعها المؤسسات التجارية والاقتصادية سواء كانت عمومية أو خاصة، ولكي تتمكن المؤسسة أو المنظمة من صناعة تلك الصورة بطريقة مرضية تضمن من خلالها رضا جمهورها، فلا بد لها أن تتوفر على مصلحة خاصة تهتم بالعلاقات العامة، والتي يوكل لها دور التعريف بالمؤسسة وبمختلف نشاطاتها وذلك بغية تحسين صورتها الذهنية المرغوبة، مع الاستمرار في المحافظة عليها والسعي دوماً إلى تقريب المؤسسة من جمهورها ومحاولة التقليل من حدة المشاكل والأزمات، التي تعترض طريق رقيها ومحاولة إيجاد حلول سريعة وفعالية للتخلص منها وحلّها قبل أن تتفاقم ويصبح حلّها مستعصياً، ما قد يؤدي إلى تشويه صورة المؤسسة التي يمكن أن تساهم في القضاء عليها نهائياً.

الصورة الذهنية من الجانب الإعلامي:

تتكون الصورة الذهنية لدى الأفراد والجماعات، بسبب مضامين وسائل الإعلام والاتصال التي تصب عادة في اتجاه واحد حيث يعتبر الاتصال عن طريق المرئيات أكثر فعالية في نقل الأفكار، كما أنّ حاسة البصر هي أسرع الحواس لدى الإنسان في تسجيل الصورة التي تبقى في مخيلة الإنسان وفكره حيث تكون لديه صورة ذهنية تكون حاضرة أمامه، ويكون ذلك بصفة آلية⁽²⁰⁾.

لذلك فإنّ ارتباط تشكيل الصورة الذهنية بالرسائل التي تقدمها الوسائل الإعلامية يقودنا إلى معرفة نية القائم بالاتصال، في محاولته لتكوين صورة ذهنية حول موضوع أو ظاهرة ما أو شخصية معينة، وقد يكون ذلك بطريقة إيجابية أو سلبية.

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً-

و قد تساهم عدة عوامل في صناعة الصورة الذهنية من الناحية الإعلامية، فمن جهة الوسائل الإعلامية الغربية وعرضها للمضامين الخاصة بالعالم العربي وما يحدث فيه من تطورات أمنية وسياسية وحتى اجتماعية واقتصادية... إلخ يكون ذلك في أغلب الأحيان بصورة سلبية، في حين أنها تتعرض لما يحدث في البلدان الغربية من خلال مضامينها بكيفية تكون في الكثير من الحالات إيجابية حتى ولو كانت تتحدث عن مظاهر سلبية معتمدة في ذلك على خلق الذرائع واختلاق المبررات والتفسيرات، ويعود هذا الطرح إلى أسباب عدة لعل من أهمها شدة العداء والمواقف المعارضة التي يحملها الغرب للعرب على جميع الأصعدة سواء كانت اجتماعية سياسية وخاصة العقائدية.

و من هنا فإنّ وسائل الإعلام والاتصال بكل أنواعها، تعتبر إحدى الأساليب الفعالة التي يتم من خلالها ومن خلال ما تقدمه من معلومات، صناعة الصورة الذهنية لدى الجماهير إثر تلقيهم لمضامين تلك الوسائل ويحدث ذلك على مستويات مختلفة.

و يعد الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وقدرتها على التأثير أحد أهم الأسباب التي جعلتها تستولي على أوقات الأفراد وقدرتها على منافسة المؤسسات الاجتماعية الأخرى بشدة في مجال التأثير الجماهيري⁽²¹⁾.

وحسب رأي الكثير من الباحثين، فإنّ وسائل الإعلام تبرز كعامل أساسي في تشكيل الصورة الذهنية انطلاقاً من كل جوانب الحياة البشرية خاصة الجوانب التي تطرقنا إليها آنفاً وهي الجوانب الاجتماعية، السياسية والاقتصادية، وتتشكل تلك الصور عن الأفراد والشعوب ومختلف الجماعات من خلال ما تبثه تلك الوسائل من مضامين مختلفة⁽²²⁾، وهذا ما يؤدي إلى تنوع الصورة الذهنية واختلافها، وهذه التنوعات والاختلافات، نجدها واضحة في وسائل الإعلام الجماهيرية بمختلف أنواعها ويعود ذلك إلى اختلاف انتمائها الحضاري وارتباطها بنسق اجتماعي معين، إذ أننا نلمس صورتين مختلفتين حول ما تعرضه الوسائل الإعلامية الغربية عن المجتمعات العربية، وما تبثه الوسائل الإعلامية الغربية عن نفسها، من خلال توفير الصور والتعليقات والشهادات الحية في لحظة وقوعها، خاصة وأنّ المعلومة في وقتنا الحالي أصبحت مهمة

أ/نفيسة نايلي

أكثر من أي وقت مضى إذ تعتبر الدول الكبرى أنه من يمتلك المعلومة أقوى ممن يملك السلاح.

ومن كل ما تقدم يمكننا القول أنّ الصورة الذهنية لا تتكون نتيجة عوامل معينة ولا في ظروف محددة، كما أنّ الصورة الذهنية لا يمكنها أن تتكون انطلاقاً من جانب واحد من جوانب الحياة البشرية، فهي عبارة عن نتيجة للعديد من الظروف وتوفر الكثير من العوامل، لكن يبقى الجانب الإعلامي هو أهم عنصر يساهم في بناء الصورة الذهنية وترسيخها أو تغييرها على جميع المستويات التي تعرضنا لها، حيث أنّ الإعلام هو الحصول على المعلومة وهو الذي يمكن الشعوب والأنظمة الدولية من التعرف على بعضها البعض ما يسهل لها تشكيل الصورة الذهنية حول بعضها، سواء كانت سلبية أو إيجابية.

- تصنيفات الصورة الذهنية:

تصنف الصورة الذهنية إلى العديد من التصنيفات حسب عدة معايير فهناك من يقسمها إلى سلبية وإيجابية، وهناك من يقسمها إلى مرغوبة وغير مرغوبة، وهناك من يقسمها حسب وظيفتها إلى ثلاثة أنواع، الصورة الذهنية، الصورة النمطية والصورة القومية.

1- الصورة الذهنية السلبية والإيجابية:

الصورة الذهنية السلبية

هي الصورة التي يكونها شخص عن شخص آخر أو جماعة عن أخرى أو شعب عن آخر... إلخ، وهناك عدة عوامل تساهم في تشكيل الصورة السلبية منها الخلافات والتوترات والصراعات وقد تتكون الصورة الذهنية السلبية نتيجة تفاقم تلك الخلافات التي تستمر عقود من الزمن، فمثلاً الصورة التي كوّنّها الغرب عن العرب والمسلمين تميّز بالتحيز لأنهم لم يتعرفوا عن كثب على واقع حياة تلك الشعوب.

الصورة الذهنية الإيجابية

الصورة الذهنية هي نتاج كل الخبرات التي يمتلكها الفرد والتي يكتسبها طيلة حياته بمساعدة عدة عوامل، بداية بمؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تلعب وسائل

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً-

الإعلام دوراً بارزاً فيها، فالفرد انطلاقاً من تلك الخبرات المسبقة والمخزنة في فكره يمكن له أن يقرأ الأحداث بعقله ويحللها استناداً إلى ما يملكه من أفكار وخبرات، ومن هنا فإنّ الصورة الذهنية تجعل للإنسان فكراً إيجابياً.

2- الصورة المرغوبة وغير المرغوبة:

يطلق هذا الوصف خاصة على المنشأة أو المنظمة فالصورة المرغوبة هي التي ترغب أن تكونها المؤسسة وتظهرها أمام جمهورها.

أما الصورة غير المرغوبة، فهي التي تخشاها المؤسسة وتتخوف من أن تتكون عنها لدى جمهورها، حيث أنّ هذه الصورة قد تخل بنظام المؤسسة وتمس بمكانتها لدى جمهورها.

3- الصورة النمطية والصورة القومية:

أ- الصورة النمطية: تعد الصورة النمطية ذات دلالات سلبية تكوّن وسائل الإعلام حول شخصية أو جماعة أو منظمة.

فالصورة النمطية ليست نفسها الصورة الذهنية رغم وجود الكثير من الخلط بينهما، لأنّ الصورة الذهنية تحمل معانٍ إيجابية تساعد على التقريب بين الأفراد والجماعات وترسيخ معنى الإنسانية والود، بيد أنّ الصورة النمطية هي صورة سلبية ترسخ البغض والتنافر والعداء.

ب- الصورة القومية: هي الصورة التي تعبر عن العلاقات بين الأمم والدول، لذلك تحرص الدول دائماً على تحسين صورتها لدى الدول الأخرى، وتلعب وسائل الإعلام الدور الأكبر في صناعة صورة الدولة لدى الدول الأخرى خاصة أثناء الظروف السياسية والاقتصادية التي تتغير من حين لآخر.

- دوراً لسينما في صناعة الصورة الذهنية:

تعتبر السينما كفن سابع - بعد الفنون الستة التي ظهرت قبلها وهي: العمارة، الموسيقى، الرسم، النحت، الشعر والرقص - مجالاً واسعاً للإبداع مشبع بالكثير من المعاني الظاهرة والكامنة، لأنّ معنى الفيلم لا يستمد مما يراه المتلقي فحسب بل يتعداه إلى ما لا يمكن أن يراه من إحياءات وإيماءات، باعتبار السينما تعتمد في بناءها للفيلم

أ/نفيسة نايلي

على المعاني الضمنية التي يمكن أن تعبر عن واقع المجتمع الثقافي والاجتماعي، كونها لا تعمل بمعزل عن الظواهر المختلفة الموجودة في المجتمع.

فما تقدمه السينما لا يخرج عن الإطار الاجتماعي، السياسي وحتى الاقتصادي للمجتمع، وإذا كانت السينما هي إعادة بناء الواقع بأي شكل من الأشكال فهذا لا يعني أن القائم على إنتاج الفيلم لا يوظف أفكاره وخياله في هذا البناء، ومنه فإنّ السينما تعتمد أيضا على توجهات ومعتقدات القائمين عليها.

و قد أطلق على السينما اسم "الفن السابع" الناقد السينمائي ريتشارد كانودو Kanodo Ritchard، وهو ناقد سينمائي فرنسي إيطالي الأصل ولد عام 1879م وتوفي عام 1923م في العشرينات من القرن الماضي، لكن السينما لم تحظ بالاحترام والاعتراف إلاّ بعد فترة طويلة بعد أن استقرت أصولها وقواعدها نتيجة لمساهمات عديدة من فنانيين ونقاد حاولوا وضع الأسس النظرية لفن الفيلم⁽²³⁾.

وقد استخدمت السينما، على مر مراحل تطورها، كوسيلة للدعاية في الحروب وأداة للرقى والازدهار في السلم فالكثير من المجتمعات المتطورة والقوية تلجأ إلى السينما لإثبات ذاتها بين الدول والتعبير عن قوتها، و من جهة أخرى تسعى الدول المضطهدة والفقيرة إلى محاولة استعمال السينما للتعبير عن حالتها ومعاناتها حتى تبلغ صوتها لكل العالم، ومن هنا يمكننا القول أنّ السينما تقوم بصناعة الصورة الذهنية انطلاقا من مختلف الظروف والسياقات التي تحيط بالفرد والمجتمعات من ظروف اجتماعية، سياسية، اقتصادية وإعلامية.. إلخ

و تنم الصورة الذهنية عن وجود جوانب معينة تساهم في صناعة تلك الصورة كالوسائل الإعلامية مثلا التي تعد السينما عنصرا فعالا فيها، حيث يمكن لها من خلال الأفلام المنتجة حول نمط حياة جماعة معينة أن تخلق تصورا خاصا بها وبالمجتمع الذي تنتمي إليه تلك الجماعة، هذا ما يخلق خلافا بين جماعات المجتمع الواحد، فنجد السينما الأمريكية تصور الأفراد بكيفيات مختلفة فهي لا تتحدث عن الرجل الأبيض مثلما تتحدث عن الرجل الأسود، خاصة منذ أن قامت باستقدام السود واستعبادهم، بحيث تصورهم على أنّهم جماعة منبوذة، مجرمة، متخلفة ومتوحشة، ويعود كل ذلك

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً-

إلى التمييز العنصري الذي كان يمارسه الأمريكيين البيض تجاه الأمريكيين السود، "حيث ارتبطت علاقة الغرب بإفريقيا وتشكيل صورتها النمطية بتاريخ العبودية، فمنذ عام 1619م حتى نهاية تجارة الرقيق عام 1808م تم جلب ملايين العبيد الأفارقة من أوطانهم في سفن العبيد أين عبروا الأطلنطي، وأجبروا على الحياة في المستعمرات وقد كانت العبودية ضرورية للازدهار الاقتصادي للسادة البيض في أمريكا"⁽²⁴⁾.

ومنذ ذلك الحين كانت وسائل الإعلام بصفة عامة والسينما بصفة خاصة، تصور السود متخلفين وغير إنسانيين، وكانت السينما تنتهج أسلوباً واحداً في إبراز صورة السود ونلاحظ ذلك حتى بعد أن تم القضاء على التمييز العنصري في أمريكا إذ ضلت السينما ترسم صوراً سيئة عن السود ولو بصفة ضمنية، ولم تقتصر تلك الأفلام على الإساءة للرجل الأسود فحسب بل تجاوزته لتصوير المرأة السوداء بنفس الطريقة على أنها همجية ومتخلفة وشريرة، وهذا ما نلاحظه من خلال صناعة التسلية في أمريكا إذ أنّ أغلب الممثلين في هذا المجال هم من السود.

و على الرغم من حقيقة صناعة التسلية الأمريكية من مكاسب اقتصادية كبيرة من وراء هذه العروض إلا أنّ السينما الأمريكية والدراما حافظت على عرض المرأة السوداء بأنّها عاجزة وشريرة ولا فائدة منها⁽²⁵⁾.

ويرى فليراش Flirach أنّ ما يسمى بصناعة التسلية هو من اختصاص السود، سواء في التلفزيون أو في السينما فقد ساهمت هذه الصناعة في العقود الأخيرة بصفة واضحة في تشويه صورة السود وذلك باعتبارهم أشراراً فقليلاً ما يظهر الشخص الأسود وهو يقوم بشيء مهم⁽²⁶⁾.

وقد تزايد ظهور السود في السينما الهوليوودية بشكل واضح خاصة في السنوات الأخيرة، ولكن أدورهم كانت دائماً ثانوية يقتصر على مساعدة البطل الأبيض في مكافحته الأشرار، أو قد يكون بطل الفيلم من السود، لكن أدواره تكون محددة كأن يكون قائداً عسكرياً صعب المزاج يعامل جنوده وخصومه بقسوة كبيرة.

وما يمكننا قوله في هذا الصدد، أنّ الصورة النمطية التي ترسمها أفلام هوليوود عن السود لا تنطبق عن الأفراد العاديين فحسب بل تتعداه للحديث عن تلك

أ/نفيسة نايلي

الشخصيات المعروفة في المجتمع الأمريكي، فالصورة المقدمة عن الأمريكي الأسود تبقى دوما صورة نمطية ذات رؤية سلبية لا تتماشى مع الواقع.

وهناك جانب آخر للصورة النمطية التي تصنعها السينما الأمريكية وتتعامل بها مع الكثير من الأحداث وأعمال العنف التي يشهدها العالم وتنسب للعرب والمسلمين، باعتبار أن المجتمعات العربية هي أوكار للإرهابيين، حسب تعليقاتهم، وقد زادت حدة هذا التصور خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م، فصارت كل الأعمال الإرهابية والهجمات التفجيرية تنسب للعرب، وانطلاقا من هنا عكفت السينما الأمريكية على إنتاج الأفلام المسيئة للعرب والمسلمين وتمجيد الغرب والأمريكيين، ومن بين الأفلام التي أثارت الجدل في الأوساط العربية والإسلامية، فيلم يوم الاستقلال INDEPENDENCE DAY، حيث يبدأ الفيلم بمشهد مئات المركبات الفضائية التي تحلق في سماء العالم كله وفي مشهد آخر من صحراء العراق، نرى الكثير من العرب المتخلفين البدائيين يجرون في كل الاتجاهات من شدة الفزع الذي أصابهم جراء رؤيتهم لتلك المركبات الغريبة، لكن عندما تعلم أمريكا بذلك يخرج الآلاف من شعبها فرحين بالزوار الجدد قبل أن يكتشفوا أن هؤلاء ليسوا مسلمين ولكن جاءوا لغزو العالم وهم يدمرون كل شيء، في هذه الأثناء يهرب الرئيس الأمريكي من تلك المدينة للتفكير في مقاومة الغزاة وبفضل أحد اليهود الذي يعمل كمهندس كمبيوتر، الذي يساعده أحد ضباط الطيران الأمريكي مع الرئيس يبدأ العمل لإنقاذ العالم، ويلقي الرئيس الأمريكي خطابا يؤثر كثيرا في الناس يدعو فيه الجميع لترك الخلافات جانبا خاصة تلك القائمة بين العرب و الإسرائيليين، بعدها وفي أحد المشاهد نرى التعاون بين الإسرائيليين والعرب وهم يعملون ويخططون مع بعض للقضاء على الغزاة بمساعدة الأمريكيين، أين يظهر العلم الإسرائيلي والعلم الأمريكي في نفس المعسكر، وقبل أن يذهب الشاب اليهودي للمعركة يقدم لوالده التوراة والطاقيّة اليهودية، وفي مشهد آخر يجلس الأب ويدعو الناس إليه ليقراً الإنجيل لولده، وفي مشهد أخير ينقذ الابن العالم مع من معه بتدمير كل السفن الفضائية الغازية ونرى العرب وهم يفرحون بالنصر وخلفهم الأهرامات.

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً-

يحمل هذا الفيلم العديد من الصور الممجدة لليهود والأمريكان والمذلة للعرب والمسلمين، حيث أظهرهم الفيلم أنهم متخلفين لا يدركون شيئاً سوى حياتهم البائسة ومجتمعاتهم المتخلفة في حين يظهر الأمريكيين أنهم متحضرين ومثقفين، ويبرز الفيلم أن أمريكا هي المخطط والمدبر رقم واحد في العالم وهي من تتولى دور القيادة من خلال شخصية الشاب اليهودي، كما يحاول الفيلم أن يبين بعض الخصال التي يتميز بها الإسرائيليون والتي- حسب الفيلم- لا يدركها العرب، وهي أنهم طيبين يحبون الخير لغيرهم ويضحون بأنفسهم لإنقاذ العالم.

إنّ السينما الأمريكية كانت ومازالت تسيء للعرب والمسلمين عن طريق تشويه الوقائع وتزييف الأحداث، فهي لا تتوانى عن تقديم تلك الأفلام التي يشوبها الكثير من التشويه والإساءة للعالم العربي والإسلامي.

2- صورة المرأة في السينما العربية:

وللحديث عن دور السينما العربية في صناعة صورة الذهنية ارتأينا الحديث عن صورة المرأة واخترنا بذلك السينما المصرية والجزائرية كنموذج.

صورة المرأة في السينما المصرية:

تعتبر السينما المصرية الرائدة في الوطن العربي نظراً لما تتميز به من خبرة وكفاءات عبر مراحلها المختلفة، وقد حملت السينما المصرية اسم السينما العربية بحكم موقع مصر الريادي في الوطن العربي باعتبار أنّ بلدان المغرب العربي كانت لا تزال تحت وطأة الاستعمار الفرنسي في الوقت الذي كانت السينما في مصر تزدهر.

ورغم ذلك فقد ظلت السينما المصرية تنظر للمرأة العربية بطريقة متخلفة، فمع البدايات الأولى للسينما في مصر كانت المرأة تقدم مثلما كانت النساء تقدم في السينما الغربية، هذه الصورة التقليدية المتعارف عليها للمرأة عبر أكثر من 400 فيلم يغلب عليها طابع التشويه وعدم التحديد في الشخصية أو المهنة ويشهد على ذلك عناوين 25 فيلماً أنتجت ما بين أعوام 1943-1983م⁽²⁷⁾.

وللحديث عن هذه الصورة للمرأة في السينما العربية يمكننا ذكر بعض النماذج التي تتحكم في صنع صورة المرأة في السينما المصرية وذلك من خلال التطرق إلى بعض الدراسات التي أجريت في هذا الشأن وبعض الآراء التي ظهرت حول ذلك.

فقد أجرى الناقد السينمائي المصري "سمير فريد" بحثاً تحت عنوان صورة المرأة في السينما العربية، توصل فيها إلى الاستنتاجات التالية⁽²⁸⁾:

- السينما المصرية سينما ذكورية، تقدم المرأة في الغالب كمجرد أنثى، وتكرس الزوجية بمفهومها الخصوبي والأمومة بمفهومها الإنجابي، ولا تسمح السينما العربية للمرأة للتعبير عن نفسها.

- حافظت السينما المصرية على نظرتها المتخلفة للمرأة، حيث أنّ أول صورة للمرأة في أول فيلم عربي (الباشا كاتب) الذي أخرجه محمد بيومي عام 1923م وهي قصة تحكي عن رجل موظف تخدعه راقصة وتسلبه أمواله، ويعلق سمير فريد عن ذلك بقوله: "وهذه هي الصورة السائدة عن المرأة في السينما المصرية منذ ذلك الحين".

- تكفي قراءة العناوين التالية للأفلام المصرية للتعرف على صورة المرأة في هذه السينما: المرأة شيطان، المرأة التي غلبت الشيطان، امرأة، البنات.. إلخ

ورغم التطور الذي عرفته السينما المصرية إلا أنّها مازالت تنظر للمرأة بنقص فالكثير من الأدوار المهمة التي تمثلها المرأة في السينما المصرية لم تساعد على التحرر كلياً من تلك النظرة السيئة التي كونتها عنها الأفلام السينمائية وتبلورت لدى الكثير من الناس في مصر والوطن العربي حولها، حيث تظهر المرأة دائماً تحت رحمة الرجل الذي يتحكم في حياتها ويساعدها في اتخاذ قراراتها.

و تشير إحدى الدراسات المصرية عن صورة المرأة في الأفلام السينمائية ضمت 410 فيلماً سينمائياً وتضمنت ما يقرب 460 شخصية نسائية احتلت أدواراً اجتماعية متعددة ومستويات اقتصادية متباينة، غير أنّ المرأة ظهرت من خلال تلك الأدوار في شكلها التقليدي أو الأنثوي، فلا تشغلها التغيرات العامة لمجتمعها، ولا تتأثر بمشكلاته القومية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، كما أنّ نسبة كبيرة من تلك الأفلام دارت في فلك الانحراف الشخصي، صورت المرأة من خلالها بأشكال شتى من صور

الانحراف، وحتى عندما صورت كعامله أو طالبة أو مشاركة في تنمية مجتمعها ظهرت بنسب ضئيلة جداً، كما لم تظهر المرأة الريفية الكادحة إلا بنسب أكثر ضآلة لا تتماشى ونسبتها في المجتمع المصري⁽²⁹⁾.

كذلك فإنّ السينما المصرية لم تتعرض للأدوار المهمة التي تشغلها المرأة في المجتمع في شتى المجالات خاصة السياسية منها، ضف إلى ذلك عامل الريح الذي يسعى وراءه الكثير من المنتجين السينمائيين معتمدين في ذلك على جسد المرأة وجمالها، كل هذا وذاك جعل صورة المرأة المصرية في السينما مهتزة نوعاً ما على الرغم من بعض المحاولات الجادة التي يسعى بعض أصحاب الضمير والغيورين على مبادئ مجتمعهم من خلالها النهوض بصورة المرأة وتحسينها حتى تظهر للعالم كله في صورتها الإيجابية التي تملؤها العفة والطهارة وحسن الخلق.

لكن هذا لا يمنعنا من التأكيد أنّ السينما المصرية شهدت بعض الرؤى الإيجابية حول صورة المرأة، من خلال بعض الأفلام التي ترفض استغلال المرأة وإهانتها مثل فيلم العصفور ليوسف شاهين، الذي قدم المرأة كمواطن واع وناضج التفكير يتفاعل مع كل ما يدور حوله من أحداث وقضايا وطنه⁽³⁰⁾.

وقد حاولت المرأة المصرية في سنوات الثمانينات تحسين صورتها السينمائية بنفسها فظهرت في سنوات الثمانينات عدة مخرجات في مصر في محاولة منهم لإصلاح صورة المرأة العربية بصفة عامة والمرأة المصرية بصفة خاصة.

لكن الحقيقة كانت عكس ذلك فكل الأفلام التي ظهرت حول المرأة سواء على الشاشة الكبيرة أو الصغيرة، لم تظهر فيها المرأة على حقيقتها من حيث تطورها وخروجها من حالتها السلبية ومشاركتها في كل الميادين التي كانت متاحة للرجل فقط، لذلك جاءت الكثير من الاحتجاجات على هذه الصور المشوهة التي تصور بها المرأة العربية المعاصرة فمن خلال الكثير من الأفلام التي عرضت ظهرت فيها المرأة بشكل غير لائق بها⁽³¹⁾.

واستمرت السينما المصرية في التطور، ورغم ما حققته من نجاحات إلا أنّها كانت في كل مرة تسيء للمرأة، فالكثير من الأفلام التي تم عرضها مؤخراً ظهرت فيها

المرأة بشكل لا يتماشى وحقيقتها لأنّ تلك الأفلام حسب العديد من المختصين والنقاد كانت مبالغاً في طرحها للأحداث من جهة ومشوهة لصورة المرأة من جهة أخرى، ومن هذه الأفلام نجد فيلم "كباريه" لسامح عبد العزيز، "فرح" للمخرج محمد الصعدي، "السفاح" لسعد هنداي و فيلم "دكان شحاتة" لخالد يوسف... إلخ وكلها أفلام جسدت معاناة المرأة في المجتمع المصري والظروف الصعبة التي تعيش فيها، إلا أنّ مخرجي هذه الأفلام بالغوا في طرحهم لتلك القضايا وأظهروا المرأة بشكل لا يتماشى ووجهها الحقيقي.

صورة المرأة في السينما الجزائرية:

وكنموذج آخر للسينما العربية ارتأينا أن نعرض على الجانب الآخر من الوطن العربي لتتكلم عن بعض نماذج المرأة العربية في السينما المغربية مع إعطاء أمثلة عن الفيلم الجزائري، فالسينما المغربية لا تختلف كثيراً عن السينما المصرية في طرحها للمرأة وذلك بحكم التراث المشترك لجمهور السينما الناطقة بالعربية في كل الدول العربية.

فبالنسبة للسينما الجزائرية فقد كانت تقرأ بمنظور التحرير الوطني وشعارها "بطل واحد، الشعب" في غمرة الثورة الزراعية عام 1971م توالى الأفلام التي تعبر عن نوع من أنواع الصراع الطبقي وإن لم تكن لتلك الثورة نتائجها المرجوة (الثورة الزراعية)⁽³²⁾.

وعبر المراحل التي مرت بها السينما الجزائرية تطورت معها زيادة مشاركة المرأة في تلك الأفلام، فمن خلال الأفلام التي عالجت موضوع الثورة التحريرية كان لابد لها أن تدرج المرأة كعنصر فعال فيها باعتبار أنّ المرأة خلال الثورة التحريرية ضحت بنفسها وبزوجها وبأبنائها، وقد تعرضت معظم أفلام الثورة التحريرية تقريبا لدور المرأة الجزائرية في الكفاح ضد المستعمر الغاشم، ومن تلك الأفلام نذكر فيلم معركة الجزائر الشهير الذي شارك فيه ياسف سعدي الذي كان رفيق المرأة المكافحة في أحياء العاصمة الجزائرية التي أفلقت بعملياتها أكبر جنرالات فرنسا.

و أمثال تلك الأفلام كثيرة مثل الليل يخاف من الشمس، الأفقون والعصا.. وهي أفلام ظهرت فيها المرأة الجزائرية كمحور اجتماعي مهم إلى جانب الرجل، لكنها لم تظهر قط كقائد للعمليات أو كمدير للخطط الهجومية، وإنما كانت دائما تحت قيادة الرجل الذي كان يوجهها، وحسب الكثير من النقاد السينمائيين فإن ذلك كان الواقع الحقيقي أثناء ثورة التحرير المضفرة فالمرأة الجزائرية لم تتوانى عن الكفاح والتضحية في سبيل وطنها بجانب أخيها الرجل.

و بعد ذلك توالى الأفلام الجزائرية التي تعرضت لقضايا المرأة المختلفة مثل: العمل، الدراسة، المنزل، التربية، العادات والتقاليد... إلخ، ومن هذه الأفلام نجد ليلي والأخريات، راضية، ربح الجنوب، ربح الرمال، وهي كلها أفلام تصور حالة المرأة ونمط عيشها في مجتمع تملؤه العادات والتقاليد وسيطرتها على حريتها الشخصية والتحكم في آرائها، وقد أنتجت هذه الأفلام في الفترة الممتدة بين سنوات السبعينات وبداية الثمانينات.

وفي بداية التسعينات عرفت السينما الجزائرية تراجعا كبيرا بسبب الأزمة الأمنية التي دامت حوالي عشرية من الزمن، وأثناء هذه الفترة عانى الشعب الجزائري كثيرا جراء الأعمال الإجرامية التي راح ضحيتها الآلاف من أبناء هذا الشعب وقد عانت المرأة كذلك الأمرين بسبب الاختطافات وعمليات الاغتصاب التي كانت تتعرض لها النساء والفتيات، وقد عرفت السينما الجزائرية انتاجات مختلفة حول هذه الأزمة.

ونجد من هذه الأفلام فيلم العالم الآخر لمخرجه مرزاق علواش الذي يصور دموية الإرهابيين وكرههم للحياة، ومن أهم الأفلام التي تعرضت لقضية الإرهاب، فيلم رشيدة الذي ترك أثرا كبيرا في نفس كل من شاهده، وهو فيلم لمخرجه يمينة بشير شويخ، يصور الفيلم عن قرب معاناة المرأة الجزائرية في تلك الفترة وهي معاناة تحمل في طياتها الرعب والخوف والترقب فقد استطاعت المخرجة في هذا الفيلم ضربة موجعة للإرهابيين في عقر وكشف حقيقتهم أمام العالم متجاوزة بذلك كل المخاطر والتهديدات، فإذا كان هذا الفيلم من إخراج امرأة وبطلته امرأة ويحكي معانات الكثير من النساء

أ/نفيسة نايلي

أثناء تلك الفترة، فهذا إن دل على شيء إنما يدل على وعي المرأة وإدراكها لما يحيط من بوطنها من مخاطرو التي لا بد من مواجهتها.

ويبدو هذا الفيلم أكثر حبكة وحادثة، إذ ينتقل السيناريو بين الأحداث الجارية أين تحن البطلة إلى حياتها الهادئة، وفجأة ينقلنا الفيلم إلى كابوس تعيشه رشيدة منذ أن تعقبتها جماعة إرهابية وأطلقت عليها النار إثر رفضها لحمل متفجرات إلى المدرسة التي تعمل فيها كمدرسة، وبعد خروجها من المستشفى تفر هاربة من تهديدات الجماعة المسلحة مع أمها وصديقتها إلى الريف ومن هنا تبدأ الحياة التعيسة لرشيدة من خلال كل ما تشاهده من أعمال إجرامية من قتل وذبح وتفجير واغتصاب إلى أن تقرر في الأخير مواجهة هذا الوضع بعودتها إلى المدرسة فيتبعها تلاميذها لاستئناف الدراسة⁽³³⁾.

ومن نماذج هذه الأفلام الكثير وأهمها فيلم "الزهر" الذي يتناول قصة علياء المغتربة بفرنسا منذ عشرين عاما بسبب خلاف مع والدها، والتي تقرر العودة لتزوره في مرضه، وعندما لا تجد مكانا على الخطوط الجوية الجزائرية باعتبار مقاطعة شركات الطيران للجزائر خلال فترة الإرهاب، تقرر الذهاب إلى تونس ثم تستقل سيارة أجرة للدخول إلى الجزائر، أرادت المخرجة زعموم التعريف بتأثير سنوات الإرهاب على نفسية الجزائريين وعلاقاتهم الاجتماعية التي اتسمت بالعنف.

وحكاية الفيلم مقتبسة من نفس قصة اغتراب المخرجة وعودتها إلى الجزائر وهي الحكاية التي روتها للجزيرة نت والتي قالت من خلالها "أردت أن أبين كيف انتقل العنف بمستويات مختلفة إلى داخل الناس، وصار سلوكا يوميا بين الرجل والمرأة، وبين الوالدين والأبناء وبين أفراد المجتمع". لكن هذا الفيلم لاقى انتقادات كبيرة من طرف كبار المخرجين الجزائريين أمثال رشيد دشمي الذي عاتبها على فيلمها لأنه "يظهر اعتداء تعرضت له "علياء" التي تضرب المعتدي وتقتله دفاعا عن نفسها، وهو يرى أن المخرجة "بهذا المشهد أدانت النساء اللواتي تعرضن للاغتصاب على يد الإرهاب لأنهن لم يدافع عن أنفسهن، وهي لا تعرف وضع الجزائر، حيث أن الرجال كانوا لا يستطيعون الدفاع عن أنفسهم فما بالك بالنساء"⁽³⁴⁾.

وهناك أفلام أخرى تروي قصصاً عما حدث خلال تلك الفترة المأساوية مثل فيلم باب الواد سيطي لمخرجه مرزاق علواش والذي نال الجائزة الأولى في مهرجان كان سنة 1994م والجائزة الأولى في مهرجان السينما العربية في باريس في نفس السنة، ومن الأفلام الجريئة في تناول قضية الإرهاب ومعاناة المرأة نجد أيضاً فيلم "المنارة" لصاحبه بلقاسم حجاج سنة 2004م الذي يحكي معاناة الشباب الجزائري بصفة عامة من ظاهرة الإرهاب والنساء بصفة خاصة، تدور أحداث الفيلم في أكتوبر 1988م عندما بدأت الجزائر تدخل في دوامة الأزمة السياسية والتي قادتها فيما بعد إلى أزمة أمنية دامت عشرية من الزمن، عندها انتشرت الحركة الإسلامية بين الشباب الجزائري، والفيلم يروي حكاية ثلاثة أصدقاء هم أسماء، رمضان وسلمى، الذين يجدون أنفسهم في مفترق الطرق، ورغم محاولة سلمى منع هذا الانفصال إلا أن قوى الانفصال في المجتمع كانت أقوى فيسير الثلاثة وفقها⁽³⁵⁾. وينقلنا الفيلم بطريقة ناجحة عبر مراحل متنوعة من بداية الأزمة السياسية في الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988م، مروراً بالأزمة الأمنية إلى بداية انفراج الأزمة وكيف أثر ذلك على الشباب الجزائري وعلى طريقة تفكيرهم.

أما فيما يخص الأفلام الجزائرية الحديثة التي تناولت صورة المرأة، هناك فيلم استطاع أن يطل على معاناة بعض النساء الجزائريات من زاوية مغايرة، حيث حاولت المخرجة نادية شرابي العبيدي من خلال فيلمها وراء المرأة تحدي بعض الطابوهات التي صارت تهدد الأسر الجزائرية وهو الاعتداء الجنسي المنزلي خاصة من قبل زوج الأم، حيث تتعرض "سلمى" وهو الدور الذي قامت به الممثلة الشابة نسيمة شمس - إلى الاغتصاب من طرف زوج أمها⁽³⁶⁾، فتحمل منه وعندما تسمع أمها بذلك لا تصدقها وتطردها من المنزل فتهوم على وجهها في شوارع العاصمة تحمل بين ذراعيها رضيعها، وتتعرض أثناء ذلك للعديد من المخاطر، وذات ليلة تستقل سيارة أجرة الذي يلعب دور سائقها الفنان رشيد فارس، حيث تطلب منه التوقف وتوهمه بأنها ستذهب لإحضار شيء ما، إلا أنها تختفي ولا تعود، ويكتشف كمال وجود الرضيع في السيارة بعد مضي وقت من ذهابها فيفهم أنها لن تعود وتتوالى الأحداث عندما يبدأ كمال رحلة البحث عن

سلمى التي تتقرب من رضيعها شيئا فشيئا بمساعدة كمال الذي يتفهمها بعد أن تروي له قصتها وتذهب للانتقام من زوج أمها لكنها تتراجع عن قتله، لأنها لا تجد لذلك أهمية، وتعرف أمها بالقصة عن طريق الصدفة فتجتاحها موجة من الندم بعد فوات الأوان لأن سلمى تقرر الذهاب مع كمال.

أرادت المخرجة من خلال هذا الفيلم طرح قضية خطيرة في مجتمعنا وهي الأمهات العازبات التي أصبحت خطرا محققا لا يجب غض الطرف عنه، كما أرادت طرح الوضع الصعب لهذه الفئة من النساء⁽³⁷⁾.

كما أنّ هناك فيلم آخر من إنتاج نادية شرابي بعنوان عائشات أخرجه سعد ولد خليفة، وهو يركز أيضا عن أوضاع المرأة في المجتمع الجزائري⁽³⁸⁾.

ونستطيع القول أنّ أغلب الأفلام الجزائرية التي تنتج من قبل مخرجين أو مخرجات جزائريات نلمس فيها التطرق لقضية من قضايا المرأة المعاصرة ولو بشكل محتشم، لكن رغم ذلك تبقى صورة المرأة في السينما الجزائرية غير مكتملة نظرا لقلة الأفلام التي تتحدث عنها، بالإضافة إلى كون معظم الأفلام الجزائرية لا تنظر للمرأة بشكل واقعي باعتبار أنّ معظم المخرجين الجزائريين من المغتربين وأغلبهم يحمل ثقافة أوروبية فرنسية التي قد تقف عائقا أمام قدرتهم للحديث عن المرأة بشكل مباشر لأنه لا يستطيع الإطلاع عن كذب عن واقع المجتمع الذي تنتهي إليه المرأة الجزائرية، إضافة إلى ذلك وجود مشاكل متعلقة بتمويل مشاريع الأفلام التي تبقى فترة طويلة حتى تخرج للجمهور، وبالتالي لا يمكنها الحديث عن الموضوع الذي تريد في وقته المناسب وهذا هو الحال بالنسبة لمعظم السينمات العربية إن لم نقل كلها، لأنّ صناعة الصورة الذهنية حول أي شيء كان يتطلب الاستمرار في الحديث عنه حتى يستقر في أذهان الناس ويتمكنون من استيعابه.

وكانتقاد لصورة المرأة المقدمة في السينما العربية بصفة عامة تقول الدكتورة منى الحديدي من كلية الإعلام في القاهرة: " السينما تقدم المرأة في أغلب أفلامها كجنس، وتركز على هذا المعنى، فتتأمل إليها كأنثى وليس ككائن اجتماعي يرتبط بمشكلات المجتمع الاجتماعية والاقتصادية، كما تقدمها في صورة تسلي الرجل وتمتعه، أنثى

دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً-

جاهلة تفتقر للتعليم أو التفكير، وتوضح منى الحديدي في دراستها حول صورة المرأة في وسائل الإعلام أنّ 80 بالمائة من الأفلام التي تناولت قضايا المرأة لم تعالج مشكلات واقعية متصلة بها، ولكن اعتمدت على إثارة الغرائز لدى المشاهد، فأكثر هذه الأفلام نرى فيها المرأة التي تضحي بشرفها بسهولة أو منحرفة، وهذا ما يضعف إشراق صورة المرأة⁽³⁹⁾.

إنّ هذا الطرح الذي تعتمده السينما العربية لصورة المرأة يجعل منها غير مهمة داخل مجتمعها، وينقص من قيمتها ويشوه مهامها المقدسة كالأُمومة والأخوة... إلخ، وتتحول من كائن ذو أهمية في المجتمع إلى كائن يصنع المشاكل، ويتسبب في اختلال نظام المجتمع وطمس مبادئه، في حين أنّ المرأة باستطاعتها أن تساهم في إنقاذ مجتمعها من التخلف والفساد الذي يتخبط فيه.

خاتمة:

تلعب الصورة الذهنية دوراً غاية في الأهمية، فمن خلالها يمكن للفرد بناء آرائه وأفكاره وتصوراتهِ عن الآخرين، لذلك تعد وسائل الإعلام عاملاً أساسياً لصناعتها، إذ من خلالها يتلقى الفرد مختلف المضامين التي يتعرف بها على ما يحيط به من أحداث وتطورات، ولما كانت السينما من الوسائل الإعلامية الأكثر إقبالاً من طرف الأفراد خاصة الشباب، كان لا بد من استغلالها استغلالاً جيداً لجعل هؤلاء المتلقين يحصلون على أفكار إيجابية، ويتمكنوا من بناء صور واقعية حول ما يشاهدونه لذا يجب على القائمين على السينما العربية خاصة في ظل التغيرات والتحديات التي يشهدها العالم العربي ما يلي:

- محاولة تقديم إنتاج سينمائي راقٍ، وذلك عن طريق النهوض بالسينما العربية وجعلها تعكس الواقع الفعلي، والعمل على استغلال المؤسسات السينمائية العربية استغلالاً سليماً، وتكوين الكوادر في ميدان السينما باستغلال الخبرات واستثمار تجارب المخرجين العرب في الخارج.

- على السينمائيين العرب تصحيح صورة العرب والمسلمين، وذلك عن طريق إنتاج أفلام تعرض واقعا عربيا إسلاميا يتنافى مع ما تعرضه السينما الغربية وخاصة الأمريكية عن

أ/نفيسة نايلي

- العرب والمسلمين، ومحاولة إيجاد سبل تعاون مع السينمائيين الغربيين، كإنتاج أفلام مشتركة تعمل على محو الصورة السلبية عنهم والتي لا تعكس الواقع.
- يجب على السينما العربية تحسين صورة المرأة من خلال ما تنتجه من أفلام من أجل القضاء على الصورة السلبية التي ترسخت عنها.
 - إقحام المرأة العربية في الإنتاج السينمائي لتمكينها من صناعة صورتها بنفسها باعتبارها تعكس واقعها بصورة دقيقة وتستطيع التعبير عنه أفضل من غيرها.
 - توفير سبل تبادل الخبرات بين مختلف الكفاءات والمواهب السينمائية في الوطن العربي، والاتفاق على ضرورة عدم استغلال المرأة في تحقيق الربح والشهرة.
 - القضاء على الانتاجات السينمائية العربية المسيئة للمرأة وتعويضها بأفلام تصنع واقعا جديدا و ايجابيا لها، وتعمل على مسح صورتها السيئة التي ترسخت لدى الجمهور العربي.

هوامش البحث:

- 1- إبراهيم أنيس وآخرون: المعجم الوسيط، الجزء الأول، (د.س)، ص 548
- 2- Vladimir Volkov : **désinformation par l'image**, Edition du Rocher, paris, 2001, p05
- 3- عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م، ص 285 .
- 4- عصام سليمان موسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتاني، أربد، الأردن، 1986 م، ص 157، 158.
- 5- عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، (د، ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993 م، ص، 286.
- 6- إياد القزاز: صورة الصراع العربي الإسرائيلي في كتب التاريخ الأمريكي والعالي المدرسة في الثانويات الأمريكية، مجلة المستقبل العربي، العدد 96، فبراير 1987، ص 04.
- 7- أحمد المجذوب، عواطف عبد الرحمن، ليلي عبد المجيد: الدلالات الاجتماعية لصفة الجريمة في الصحافة المصرية في الستينات والسبعينات، المجلة الجنائية القومية، العدد الأول والثاني، 1980، ص 03.
- 8- أيمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التعبير
- (كيف يرانا الغرب؟)، ط1، المدينة برس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004، ص72
- 9 - نفس المرجع: ص73.
- 10- عبد المجيد حنون: صورة الفرنسي في الرواية المغربية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1986م، ص82.
- 11- سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، سلسلة أطروحات الدكتوراه، ط1، مركز الدراسات العربية، بيروت، لبنان، 1985 م، ص 18.

- 12- علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، (د، ط)، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص03.
- 13- نفس المرجع، ص03.
- 14- راجية أحمد قنديل: صورة إسرائيل في الصحافة المصرية سنوات 1972، 74، 76، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1971، ص 56
- 15- إيناس محمد أبو يوسف: صورة العالم الثالث في الصحافة الأمريكية والمصرية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1994م، ص18.
- 16 - علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سبق ذكره، ص 05
- 17- عواطف زراي: صورة المرأة في السينما الجزائرية تحليل نصي سيميولوجي لفيلمي القلعة ونوبة نساء جبل شنوة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2001، 2002، ص 21
- 18 - علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سبق ذكره، ص 13
- 19- عواطف زراي، مرجع سبق ذكره، ص22
- 20- علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سبق ذكره، ص 36
- 21- نفس المرجع، ص13
- 22 - أيمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص111
- 23- عبد القادر طاش: الصورة النمطية للإسلام والعرب في مرآة الإعلام الغربي، شركة الدائرة للإعلام، الرياض، 1989م، ص19
- 24- سوزان القليني، هدى السمري: إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، مكتبة الشباب، القاهرة، 1993م، ص97
- 25- Judith Lazard :**communication télévision**, PUF, 1^{er} édition, Paris, 1985, p137 09
- 26- ستيفن كاتز، ترجمة أحمد نوري: الإخراج السينمائي لقطة بلقطة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات المتحدة، 2005م، ص11

- 27 - سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مرجع سبق ذكره، ص 18
- 28 - سليمان صالح: وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 375.
- 29- نفس المرجع، ص 380.
- 30- محمد سعيد النابلسي: صورة المرأة في وسائل الإعلام وفنون التعبير، سلسلة دراسات عن المرأة العربية في التنمية، العدد 14، منظمة الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 1985م، ص 34
- 31 - ناهد رمزي: المرأة والإعلام في عالم متغير، طبعة خاصة، الدار المصرية اللبنانية، 2004، ص 31
- 32 - عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، (د.ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993م، ص 178
- 33- جان الكسان: السينما العربية وآفاق المستقبل، ط 1، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، سورية، 2002، ص 520
- 34- عواطف زراي، مرجع سبق ذكره، ص 46
- 35- نفس المرجع، ص 170
- 36- www.ar.trend.az فيلم زهر جزائري عن الإرهاب
- 37- www.33fan.com -فيلم المنار
- 38- Abdelghani Megherbi :la miroire apprivoisé ;onal opu ;Algérie ;Bruxelles ;1985 ;p52
- 39- ناهد رمزي: المرأة والإعلام في عالم متغير، مرجع سبق ذكره، ص 35