

## الصورة في وسائل الإعلام وعلاقتها بالواقع

د/ بولوداني سهام

جامعة باجي مختار-عنابة-

البريد الإلكتروني: [bouloudanisihem@live.fr](mailto:bouloudanisihem@live.fr)

الملخص:

تردد وسائل الإعلام، وبشكل مفرط، أنها تتفانى في نقل الواقع، وأن الصورة التي تنقلها هي انعكاس حقيقي لهذا الأخير، بل إنها الواقع عينه، وهي بهذا تجعلنا نسلم بالأمر، ونعتبر أن ما نشاهده من صور هو فعلا الواقع ذاته أو الحدث كما حدث. إلا أن الحقيقة العلمية التي صاغها الباحثون والمفكرون، عبر تراكم هام من الدراسات التطبيقية والنظرية، تعارض ما يسلم به الجمهور المشاهد، الواقع تحت وطأة التدفق الهائل والمتزايد للصور عبر وسائل الإعلام المختلفة في ظل ما يسمى "بعصر الصورة".

وتقوم هذه الرؤية المخالفة لما يعتقده العامة، وحتى الكثير من المختصين، على حقيقة أن الإنسان كان، قبل "عصر الصورة"، يركز في إطلاعها على الواقع على السمع، وبالتالي على ما يحمله الصوت من معطيات لإدراكه، وأن الدخول إلى عصر الصورة جعل عديد الباحثين يعتبرون ذلك تراجعاً لقدرات الإنسان الفكرية من خلال اعتماده المتزايد على المرئيات في إدراكه لواقعه، ومن هؤلاء عالم السيميولوجيا CH. Metz الذي اعتبر أن الدخول إلى عصر الصورة هو بمثابة دخول إلى عصر من الانحطاط والهبوط الإيديولوجي والفكري للإنسان. ضمن هذا الطرح الجدلي، تندرج إشكالية هذا البحث الذي يحاول إقامة "مناظرة" غير محسومة بين من يعتبر أن الصورة في وسائل الإعلام هي نقل للواقع وبين من يعتبرها تضليلاً وانزياحاً عنه.

الكلمات المفتاحية: الصورة- الصورة الإعلامية- الصورة والواقع- واقعية الصورة- الإعلام المرئي.

### Résumé :

Notre société moderne se caractérise par le fourmillement des images et leur rôle de plus en plus important dans la vie de chacun: télévision, mobile, mondes virtuels de l'Internet et des réseaux sociaux, etc. De là la première thèse ; Il n'y a pas de différence fondamentale entre l'image et le réel. Mais une image, même photographique, ne reste, dans le meilleur des cas, qu'une représentation de la réalité, de par le choix du cadrage et

de l'éclairage, que ce soit pour une photo ou pour une image de synthèse, l'infographiste ou le photographe ne donne qu'une représentation souvent idéalisée à un moment bien précis et avec des conditions météorologiques uniques.

Octroyant à cette « réalité » un statut dynamique et fluctuant, en rupture avec la hiérarchisation longtemps dominante entre événement et image, l'image analogique – photographie, vidéo, télévision –, souffre généralement d'une lecture dichotomique, qui tente d'imposer à l'image une aptitude plus ou moins grande à représenter, introduisant nécessairement un axiome objectif/subjectif sur lequel se focalise le débat. Toutes les formes de représentation mécanique – photographie et cinéma, images de presse ou de télévision –, se sont, à un moment ou un autre, interrogés sur leur rapport au réel.

L'appréhension de la « réalité » par les pratiques iconiques est donc conditionnée par cette dialectique et, que cette question est au centre de la présente, elle inclut le plus souvent une réflexion globale sur la nature du lien entre le système de représentation et la « réalité ».

## مقدمة

تعتبر السيميولوجيا الصورة نوعا من العلامات، والتي تعد بدورها حقائق ذات وجهين؛ دال ومدلول. وقد تبين من خلال أعمال CH. S. Pierce أن العلاقة بين الدال والموضوع (وهو ما يعادل المدلول في اصطلاح فردناند دوسوسير) تتخذ أشكالا ودرجات، وعليه قام بتصنيف الصورة كنوع من أنواع الأيقونات التي تقوم على علاقة التشابه بين الدال والمدلول. وأضاف A. Moles أن التشابه مستويات، مستحدثا بذلك ما أسماه "بسلم الأيقونية"، الذي يتصاعد بشكل مطرد بفعل التطور الهائل في آليات إنتاج وبث الصور. وفي هذا السياق، وبالنظر إلى الصورة في وسائل الإعلام فالظاهر أنها تطرح نفسها كبديل للواقع من خلال إعادة رسمه، كما تسعى للبقاء وظيفيا من خلال دعم الاستعانة بها من أجل التقرب إليه أكثر. وبهذا وجب الانشغال علميا بهذا المنتج (بفتح التاء؛ الصورة) الذي يحاول أن يكون منتجا (بكسر التاء).

وانطلاقا من تلك العلاقة الجدلية بين الصورة والواقع، والقائمة على مفارقة أننا ندرك الواقع من خلال رجوعنا (من المرجع) إلى الصور، وندرك الصور من خلال رجوعنا إلى الواقع، نحاول في هذه الورقة البحثية، معالجة إشكالية علمية تتعلق أساسا بقدرة الصورة عامة والمتضمنة في وسائل الإعلام خاصة على حمل الإنسان بعيدا عن واقعه ليذكره من خلالها، وهو بحث في الجدلية التي تطرحها جاذبية الصورة واستحوادها على الإنسان الذي يصنعها وذلك باستعراض إمكانات الصورة في نقل الواقع وبحث حقيقة سلطتها.

## أولاً : الصورة و إمكاناتها في نقل الواقع

### 1 خصائص الصورة : الماهية و الإيقونية:

تعتبر السيميولوجيا الصور و الكلمات كعلامات تستجوب الفصل بين دالها و مدلولها. واذ تنطبق هذه القاعدة على الصورة كما على الكلمة ، فقد أظهر Charles Sanders Pierce أنه يمكن التفرقة بينهما من خلال التأكيد على أن هذا الفصل يعتمد على معايير ودرجات. و اعتبر ch. S. Pierce أن العلامات جزء من الفعل الاجتماعي والفرد المؤول (بكسر الراء)، وهي نوعان (Maigret (Eric), 2007, P361):

أ -علامات طبيعية:

تضم الإيقونة و المؤشر، حيث تقوم الإيقونة على علاقة الشبه بين الدال و المدلول، بينما المؤشر تقوم فيه العلاقة على الإحالة، حيث يعد (أي المؤشر) حدثا ظاهرا يدل على آخر غير ظاهر كأن تدل الأعراض على المرض.

ب - علامات غير طبيعية:

و هي قائمة على علاقة اتفاقية بين الدال و الموضوع و تضم الرموز اللغوية و غير اللغوية شفوية كانت أو مكتوبة. وضمن هذا التقسيم فإن الصورة ليست إلا فئة جزئية أو نوعا فرعيا إلى جانب نوعين آخرين هما: الرسم البياني والاستعارة، والثلاثة يشكلون الأنواع الفرعية للإيقونة.

إن الصورة، إذن، علامة إيقونية مبنية على علاقة مشابهة نوعية مادية بين الدال والمرجع أو بين الموضوع و ما يمثله، إنما الدليل الذي يقلد أو يسترجع بعض خصائص الموضوع الأصلي: الشكل، الأبعاد، الألوان، النسيج... وكل ما يستوعبه معنى الصورة المرئية. وعلى هذا الأساس، فإن القضية المركزية في تحديد طبيعة الصورة تتلخص في معرفة الطريقة التي تأتي من خلالها هذه الصورة إلى العين و تستوطنها باعتبارها "نظيرا" لشيء تمثله (فايزة يخلف، 2012، ص18). وبهذا فرق A. Moles، بدوره بين نوعين من الصور:

- صور وظيفية: كالخرائط الجغرافية واللوحات المخروطية والتشريحية، وهي تسمح بالتعرف على الواقع من خلال عملها كوسيط بين المتلقي وهذا الأخير، ويعتمد (بضم الياء) عليها كوسيلة توضيحية وتعليمية واستشهادية.

- صور لذاتها: كالرسومات واللوحات والأفلام السينمائية والصور التلفزيونية... فهي تعبر عن ذاتها ومبتكرة لذاتها مما يجعلها كيانا مستقلا وغاية بدل اعتبارها مجرد أداة.

ويعكس هذا التقسيم منطقاً يبحث في الوظيفة والدور، ووفقه تعتبر الصور التي تقدمها وسائل الإعلام، وخاصة منها التلفزيونية، صورا لذاتها مما يؤهلها للاستقلالية في عملها كمؤثر ويزيد سلطتها على مستهلكها. إن أي إنزياح عن منطق الإدراك البصري يمكن أن يستحدث حسابات أخرى فيما يمكن أن يؤول إليه موضوع الإيقونة، وقياساً على هذه الفكرة فإن كل الأدلة التي تقع خارج الوقائع البصرية تقبل الانضواء تحت قسم الإيقونات.

إننا ندرك العالم بجواسنا الخمس، وما يسري على إعادة صياغة "المرئي" يصلح لإنتاج الخصائص السمعية أو الشمية، اللمسية، وحتى التذوقية، وهكذا ترتبط الإيقونة بطبيعة الموضوع المدرك (بفتح الراء). وبناء عليه، يمكن القول ودون تردد أن التسجيلات السمعية أو أصوات الضجيج هي "صورة سمعية" وأن العطور ومختلف الأذواق التي نجدتها في هذا الغذاء أو ذاك هي "صور شمسية و تذوقية" و أن الأشياء التي تقلد باللمس، الخشب، الجلد، أو الحرير هي "صور لمسية"، ومن هذا المنطلق فإن الصور نوعان أساسيان: صور مادية و صور غير مادية، إذ إن الصورة معطى عام يتجاوز الاستعمال الشائع للكلمة الذي يقصرها على الصور البصرية، و يجسها عند حدود (التلفزيون، الرسم، السينما، الصور الفوتوغرافية، الفنون الجميلة...)، لأنها (أي الصورة) يمكن أن تدل على نسخ وجودية أخرى كصورة الذات أو صورة العلامة، أو الصورة الذهنية... وكل مظهر شكلي يمكن أن يتحول إلى هيكل بصوري.

إن ما يجمع هذه النوعيات، سواء التي تشتغل تحت صيرورة توليد الأفكار أو تلك التي تترجم الظاهرة إلى أبنية محسوسة، ليس إحالتها إلى مادية مشتركة و إنما إلى نمط اشتغالها الموحد الذي يركز على استرجاع أو إعادة صياغة الموضوع (فايزة يخلف، 2012، ص 19)، وإن الإحالة الصافية على موضوع يتم تمثيله من خلال سند إيقوني يوحي بأن العلاقة القائمة بين دال الصورة و مدلولها علاقة قائمة على تشابه يجعل من الأول أمر يأتي من الصورة ذاتها دونما استعانة بمعرفة سابقة يمكن أن يوفرها التسنين الثقافي (سعيد بن كراد، 2005، ص 117). إن هذا الطرح يجعل من الصورة مفهوما يقع عند تقاطع العديد من الاختصاصات، حيث يطرح إشكالية التماثل و التشابه من المنظورات الفلسفية، النفسية، و الاجتماعية، وذلك بفعل الاستخدام المتنوع للمفهوم وهو ما أدى إلى اعتبار الصورة، وذلك بعد التوسع الذي عرفته السيميولوجيا بعد F.De Saussure الذي انصبت أعماله على اللسانيات، أدى إلى اعتبارها تتجسد في نوعين أساسيين:

- الصورة الحقيقية.
- الصورة المصنعة، أو كما يسميها عززي عبد الرحمن « الصورة المصورة » .

وجاء هذا التصنيف من خلال مساهمات السيميائيين بعد F.De Saussure في توسيع مجال اللغة من الطبيعي إلى المصنع، حيث كثيرا ما يتدخل المرسل في وضعية الاتصال في تحديد أسلوب الصورة، بنيتها معانيها، بعكس اللغة الطبيعية (اللسان) التي يستخدمها الإنسان دون أن تكون له يدا في تحديد بنيتها أو دلالاتها. (Courté Joseph), 2007, p 25).

ولهذه الأهمية والخصائص، لم يكن من الغريب أن الدراسات السيميولوجية، بعد مؤسسها الأول F.De Saussure، انصبحت على الصورة سواء كانت متحركة؛ من خلال دراسات C.Metz للفيلم السينمائي، أو ثابتة من خلال دراسة الصورة في الملصق الإشهاري عند R.Barthes أو حتى كوضع (شيفرة، شرعة) من خلال تحليل G.Mounin للافتات المرور.

وحاولت السيميولوجيا في الغرب دراسة الصورة بعد تطورها ضمن اتجاهين أساسيين هما (Darras (Bernard), 2008, p 5):

- 1 السيميولوجيا البنائية : حيث يتجلى المعنى داخل البنية.
  - 2 السيميولوجيا البراغماتية المعرفية: حيث قام اللسانيون والنفسانيون والاجتماعيون بإقامة جسر براغماتي عملي نفعي بين عديد الاختصاصات، ولم يعد يجدي أو يلامس الصواب أن تؤخذ اللغة كنسق للاتصال مستقل عن ما هو نفسي واجتماعي. فالأبحاث البراغماتي في التحليل السيميولوجي هو البحث عن المعنى و الدلالة في السياق النفسي الاجتماعي والثقافي للرسالة، حيث تستمد هذه الأخيرة دلالتها من هذا السياق.
- وهكذا، و عوض أن نجعل من فكرة "الإيقونية" التي تحيل، في كل السياقات، على فكرة التشابه، كمدخل نحو إدراك وإليات (من التأويل) الصورة، علينا أن ننظر إلى البنية الإدراكية التي تنتظم داخلها كجمل الخطاطات المجردة، باعتبارها شيئا سابقا على الإيقونة ومتحكما فيها (سعيد بن كراد، 2005، ص118). وضمن هذا المسار الجديد الذي اتخذته السيميولوجيا معرفيا ومنهجيا احتلت الصورة بكل أشكالها مكانة هامة، خاصة منها ما يسمى بـ "الصورة الشمولية" والتي يتم إنتاجها عن طريق الكمبيوتر والتكنولوجيا المستمرة في التطور والتي تسمح حتى بالصورة ثلاثية الأبعاد وعالية التحديد، وهي منتشرة عبر مختلف الوسائط الاتصالية.

وتعد الصورة إحدى التقنيات التي تقدم إمكانيات تمثيلية كبرى لنقل الموضوعات المختلفة وإعادة إنتاج الواقع البصري والتعبير عنه، مما يجعلها (الصورة) قادرة على التضليل بشكل كبير بفعل إمكانيات

التحكم في دلالاتها، كما أصبحت تترك وتشوش على عملية الفصل بين الواقعي والافتراضي (Joly(Martine), 2006, p 19).

ومن خلال اعتبار الصورة "لغة"، فقد انتقل إليها مصطلح "البلاغة"، وارتبط بما بعدما كان مرتبطا باللسانيات والنص اللغوي وذلك على يد Roland Barthes في مؤلفة "بلاغة الصورة". ومنذ انتقال مصطلح البلاغة إلى الصورة أصبح التركيز عليها يعتمد على اعتبارها تمكن من التغطية والاستغناء عن الكلام، وأصبح الحديث عن الاستعارة والمجاز في الصورة قوي الحضور لدرجة الاعتقاد بأن "صورة واحدة أبلغ من ألف كلمة"، فالصورة بلاغة وبيان. (Sene-Florsheim (Dominique), 1993, p103).

## 2 الصورة و نقل الواقع :

و مما سبق، يبدو أن الجدل حول الصورة والواقع أعمق من التصور الأولي، وذلك مع تجلي المفارقة التالية :

- الصورة كيان تمثيلي عن الواقع انطلاقا من علاقة الشبه القائمة بينها وبين الموضوع المصور(بفتح الواو).
- الصورة "مضللة"، فهي توهم بأنها تنقل الواقع في حين أنها غير قادرة على ذلك أو على الأقل محدودة القدرة في ذلك.

وقبل التعرض لجدلية الصورة والواقع، لابد من الإشارة إلى أن مفهوم "الواقع" في حد ذاته، إذ يعتره الكثير من الجدل حول وجوده من عدمه، وعلى مر الأزمنة والحضارات، كان الواقع كتعبير عن الحقيقة يشغل المفكرين، خاصة منهم الفلاسفة حيث انقسموا إلى فئتين أساسيتين:

- فئة أولى : تنكر وجود الواقع، أو على الأقل إمكانية الإطلاع عليه بإمكانيات الإنسان المحدودة وذاتيته، وتعتبره (أي الواقع) كيانا موضوعيا وثابتا.
- فئة ثانية : هي عملية أكثر، و وفق منطق نفعي تقر بوجود الواقع أو على الأقل بما نرى أنه الواقع، وهو كيان ذاتي ومتغير.

وبين هذا وذاك وفي مجال السيميولوجيا، فقد كان Ch.S Pierce، وبحكم توجهه البراغماتي، من القلائل الذين لم ينكروا الواقع وقد أقر بوجوده أو على الأقل ما يعتبره "تمثيلا عن الواقع". وفي طرحه حول الموضوع قسم الواقع إلى ثلاث أنظمة للظواهر: (Vaillant (Pascal), 1999, P 31)

- 1 - الأولانية : وهي نمط وجود الشيء لذاته أو كما هو.
- 2 - الثانية : وهي نمط وجود الشيء لذاته في علاقته بالثاني.

3 - الثالثة : وهي نمط وجود الشيء لذاته من خلال وضع علاقات متبادلة بين ثاني وثالث.

أما التمثيل عن الواقع، فيتمفصل بدوره إلى ثلاثة مستويات (Maigret (Eric), 2007, p 37)

1 للصفات والخصائص التي تمسنا وهي العلامات.

2 للأشياء المادية وغير المادية وهي الوقائع التي تشكل مقاومة لنا.

3 قوانين الكون التي نستخلصها ونبنينا، و هنا تتدخل قدرتنا على التحليل والمعالجة وتفسير هذه القوانين.

وعليه فحسب Ch.S.pierce فإن أي تمثيل عن الواقع ينطلق من وجهة نظر، ومن معالجة ما، وينطبق ذلك على

الصورة فتعتبر تمثيلا عن الواقع وليس الواقع، لأنها ترتبط بقراءة مبصرها (بضم الميم).

وتأسيسا لهذا المنطق البراغماتي، فإن أطروحة Ch. Pierce تدور حول محور "الفرد المؤول" (بكسر

الواو)، حيث كشف بأنه لا يمكن دراسة وفهم الواقع من خلال حصره داخل حدود اللغة (داعيا لتجاوز المنطق

النبوي)، بل يجب دراسة الاتصال في إطار أفق أوسع وهو الاجتماعي كفضاء للمعالجة وللتأويل والذي يعمل

على إنتاج علامات مشتركة هو بمثابة الوضع المشترك بين المرسل والمستقبل بمنطق المخطط الاتصالي.

( Maigret (Eric), 2007, p 37)

و كما أشرنا إليه أعلاه فإن إيقونية الصورة درجات ومستويات استنادا لطح A. Moles، مما ينتج لنا

نوعين من الصور: نوع وظيفي (كالخراط والصور العلمية...) وهو يسمح لنا بفهم الواقع، ويتموقع كوسيط بيننا

وبينه وتسعى لتقريبنا إليه وفهمه. ونوع آخر يشغل الفكر بشكل أكبر، حيث يعتبره "كبديل" للواقع، وهو ما

أعتبره pierce "تمثيلا" عن الواقع، وعندما نقول أنها بديلا للواقع فمعناه أنها تحتل مكانه لتعوضه، ويضع هذا

المنطق الصورة والواقع في علاقة توصف بأنها ثنائية قطبية، حيث يدرك (بفتح الراء) كل واحد منهما من خلال

الآخر، مما يضع الطرفين في حالة صراع حول من تكون لديه السلطة على الآخر.

وينتج الصراع بين الصورة والواقع، لأن الأولى تتحول إلى بديل للثاني وذلك من خلال تحقيق استقلاليتها

(Meunier (Jean Pierre) et Peraya (Daniel), 2007, p 163)، وتؤكد هذا الطرح المقاربة النفسية لعالم

النفس (1978) Piaget الذي أظهر في أبحاثه أن الإنسان وهو طفل، وبعد أن يتعلم ويستطيع أن يقلد، فهو

يستقل بمتصوراته ليغذي عالما خاصا به بعيدا عن الواقع، وهو الأمر الذي يفعله أيضا عند كبره، حيث يستخدم

قدراته في إعادة صياغة الواقع في شكل إيقوني ليخلق لنفسه عالما مستقلا تغذيه الصور البعيدة عن الواقع وهي

مستقلة عنه بشكل كبير.

وللهولة الأولى يمكن أن نعتقد بأن استقلالية الصورة عن الواقع مردها الدرجة الإيقونية أو مستوى الشبه بين الدال والموضوع، فنعتبر بأن الصورة كلما كانت إيقونيتها عالية ومشابهة للواقع كانت أقل تعارضا معه وأكثر ارتباطا به، وبالتالي تعبيرا عنه وليس بديلا. وهنا يجب الانتباه إلى محدودية وضعف هذا الطرح لأن الملاحظة العلمية أظهرت أن الانجذاب إلى الصورة في أحيان كثيرة يكون أكبر كلما ضعفت إيقونيتها، فالرسوم المتحركة مثلا، ورغم خصائصها اللاواقعية، فهي تحمل جاذبية قوية، وكذلك الصورة السينمائية التي يؤكد Ch. Metz أنه، ورغم مظهرها الواقعي، إلا أنها لا تحيل إلا إلى ذاتها، فالمشاهد (بضم الميم) يدركها كصورة. ومنه بدأ السيميولوجيون ينتبهون إلى أن العلامة الإيقونية (الصورة) تقدم مدلولها دائما كغائب لذلك فالصورة تقدم لنا شيئا غير واقعي وغير حقيقي مهما كانت درجة الشبه عالية مع الواقع.

(Meunier Jean Pierre) et Peraya (Daniel), 2007, p 164)

ووفق التحليل البراغماتي فإن المحدد الأساسي للعلاقة بين الصورة والواقع هو فعل الإدراك الذي يحيل إلى دور الفرد المؤول (بكسر الواو) في هذه العلاقة. ويستهو الباحثين، في هذا المجال، التذكير دائما بحادثة المفكر الفرنسي Jean Paul Sartre الذي ذكر مرة في أحد كتاباته أنه، وفي إحدى زيارته لمتحف Rouen بباريس، اعتقد لوهلة أن بعض الشخصيات المعروضة في لوحات كبيرة هي شخصيات حقيقية. وتدفع هذه الحادثة لمناقشة علاقة الصور بالواقع والوهم، وللتذكير بأن الإنسان يتمتع بنوعين من الوعي: وعي صوري معتمد على الصور ويزداد مع ازدياد تدفق الصور، ووعي مدرك: يعتمد على التحليل والتنظير والتجريد. وإن ما يزيد من قوة الصورة في هذا الأمر هو أن علاقة الفرد بالصورة تختلف عن علاقته بالواقع حيث يمكنه إنكار الأولى و لا يمكنه ذلك بالنسبة للثاني، وذلك بحكم اختلاف العلاقة الفضائية المكانية وحتى الفيزيائية بين الفرد وبين كل منهما.

(Meunier Jean Pierre) et Peraya (Daniel), 2007, p 165)

وعليه تم الكشف عن خاصيتين أساسين للصورة، واللتين جعلتا من هذه الأخيرة بمثابة اللاواقع الذي ينسلخ من الواقع وهما :

- الصورة نرجسية: فهي تقدم ذاتها وليس ما تنقله.

- الصورة تتمتع بالاستقلالية المرجعية: فهي تحيل إلى مرجع كامن فيها وليس خارجها.

### 3- الصورة والواقع في وسائل الإعلام:

تحدث الاكتشافات والمستحدثات التكنولوجية تحولات عميقة على وسائل الإعلام؛ طبيعتها، خصائصها، وكيفية عملها وبالتالي على علاقتها بما تحمله من برامج ومحتويات والأهم من ذلك علاقتها بالجمهور

المتلقي ( قارئ، مشاهد، مستمع، مستخدم...). ومن بين الإستحداثات نجد الصورة، فمنذ تطوير إمكانيات صنعها ما فتئت تحتل مكانة متزايدة الأهمية في وسائل الإعلام على اختلافها، فقد بدأت علاقة الصورة بوسائل الإعلام بدخولها على الصحافة المكتوبة واستخدامها لدعم وتوضيح وإثبات النص المكتوب (الصورة الصحفية)، وذلك إلى أن جاءت وسائل الإعلام المعتمدة أساسا على الصورة (التلفزيون والسينما إلى الأنترنت).

ومنذ اختراع الوسيطين الإعلاميتين (السينما والتلفزيون) والدخول معهما في عصر الصورة المتحركة، انصب اهتمام الباحثين على دراسة الفروق القائمة بين لغة السينما وصورتها ولغة وصورة التلفزيون، من خلال ضبط ما جاءت به الوسيلة الجديدة آنذاك وما استحدثته على مستوى طبيعة واستخدام الصورة فيها، وبالتالي تأثيراتها المحتملة على المتلقي انطلاقا من هذه الخصوصيات التي تتميز بها في استخدامها وعرضها للصورة مما استوجب، من الناحية الإستيمولوجية، دراسة الخطاب التلفزيوني كلغة قائمة بذاتها، بالإضافة إلى أن هذا الاستحداث جاء في مرحلة تم فيها تجاوز المقاربة السيميائية للصورة و العلامات القائمة على تحليل الرسالة فقط والانتقال إلى التحليل البراغماتي الذي يدرس الرسالة والصورة في علاقتها بالمشاهد المتلقي .

لم يكن التلفزيون، باعتباره الوسيلة الأكثر نشرا للصورة في عالمنا، على الشكل الذي هو عليه اليوم وهو كوسيلة متجددة ما فتئت، وذلك بفضل التطور التقني، تعتمد على البث المباشر للوقائع والأحداث من خلال نقل الصورة والصوت في آنيتهما وعلى طبيعتها، وقد أحدث هذا ثورة في عالم وسائل الإعلام التي كانت تقوم على التحضير والتسجيل والمعالجة للمضامين الإعلامية المتعلقة بالأحداث اليومية للناس ( عبد الرزاق محمد الدليمي، 2005، ص 42).

وسرعان ما عبر جزء من الباحثين والملاحظين عن رضاهم على هذا التحول الجوهرى والانتقال نحو النقل المباشر لصور الوقائع والأحداث، معتبرين ذلك دليلا على الشفافية المطلقة وإلغاء أكيدا للكذب والتلفيق في الوقائع، باعتبار أن النقل المباشر والصور المباشرة تعني غياب المؤثرات الخاصة المستخدمة في التلفيق، وأنه لا يوجد تركيب وتقطيع واستدراك للصور المنقولة، واعتبر (بضم التاء) البث المباشر بذلك انه الواقع ذاته ولا شيء سواه. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2005، ص 43).

وفي مواجهة هذا التفاؤل، يؤكد جزء آخر من الباحثين المشككين في أطروحات المتفائلين أن الصورة المنقولة في التلفزيون حتى ولو كانت مباشرة ولا تخضع لأية معالجة ليست واقعية. وينطلق المتشائمون والمشككون في قدرة النقل المباشر للصورة في التلفزيون، دون معالجة أو تركيب، على نقل الواقع كما هو أو حتى محاكاته،

ينطلق هؤلاء من المقاربة البراغماتية في تحليل التلفزيون وصوره ويستند هذا الطرح إلى الأفكار التالية: Menier (Jean Pierre) et Peraya (Daniel), 2007, p 165)

1- إن النقل المباشر عن طريق ما يعتبر صوراً واقعية يلغي التفكير والتبصر لحساب الانفعال لدى المتلقي.

2- إن الصور المباشرة تخلق فارقاً واضحاً بين نوعين من المشاهدين:

أ- نوع أول مفكر ونقدي ويملك المهارات لتلقي الصورة وقراءتها وتحليلها فيبصر (بضم الياء) ويتبصر ويضع الاستنتاجات، وهي فئة قليلة من الناس.

ب- نوع ثاني لا يملك القدرات والمهارات لقراءة وتحليل الصور فيقع تحت سلطتها معتبراً إياها واقعا وهو غير قادر على مقاومة جاذبيتها أو الاستفادة منها بفعل تنوعها وتدفقها السريع والكبير، وهي فئة واسعة من الناس، وقد نعتبر غالبية الشعوب العربية من هذا النوع بحكم علاقتها الحديثة تاريخياً وحضارياً بالصور خاصة منها التي تبث عبر وسائل الإعلام. (عبد الرزاق محمد الديلمي، مرجع سابق، ص 40)

إن هذا الطرح يعيدنا إلى فكرة مارشال ماكلوهان (pour comprendre les medias 1968)

المتعلقة بوسائل الإعلام كامتداد لحواس الإنسان المتلقي، ففي حين اعتبر السينما والصورة السينمائية امتداداً للرؤية، يرى أن التلفزيون كامتداد للمس، وبتعبير مجازي فإن الصورة في التلفزيون تضع العالم الواقع بين أيدينا. وانطلاقاً من هذه الخاصية للمسسية للتلفزيون يبحث ماك لوهان وكل من ينحو نحوه على التوجس والانتباه من التلفزيون وخاصة من الآثار الكبيرة لصوره على الأطفال... فإذا كانت القراءة للغة المكتوبة تعتمد على الرؤية والتحليل فإن التعرض للصور التلفزيونية تتطلب مشاركة وانغماساً للفرد بكل جوارحه مثلما هو الحال بالنسبة لحاسة للمس، وأن هذه الخاصية في التلفزيون مستقلة وغير مرتبطة بنوعية البرامج المتضمنة فيه بل هي خاصة بالوسيلة ذاتها أياً كانت محتوياتها.

ومع اتساع البث المباشر للوقائع والأحداث وانتشار ما يسمى ببرامج الواقع في التلفزيون يسود الاعتقاد بأن الصورة التلفزيونية تتجه نحو مزيد من الواقعية على عكس الصورة السينمائية التي تتجه إلى المزيد من الخيال. لكن هذا التوجه هو الذي جعل التلفزيون يكتسب صفته الجديدة والتي يصطلح عليها بالترجسية، فالصورة في التلفزيون ترجسية لأنها توهم من يشاهدها بأنها تحيل إلى ما نراه (الموضوع الواقع)، بينما هي تحيل إلى ذاتها وهذا مع ازدياد درجة الإبحار والعاطفية فيها، وهو الأمر الذي يعود إلى عوامل بعضها يتعلق ببنية الصورة التلفزيونية ذاتها (كإضفاء المزيد من الحركة)، والبعض الآخر يتعلق بأنماط مشاهدتها وهي إجمالاً : (عبد الرزاق محمد الديلمي، 2005، ص 42)

أ- تقوم الصورة التلفزيونية أساسا على اللقطة المقربة التي تظهر (بضم التاء) الشخص بحجم من يشاهده مما يزيد في التفاعلية مع المشاهد وإظهار العاطفية، ويزداد الإبحار مع ازدياد حجم الشاشة التي لم تعد صغيرة.

ب- الاعتماد على نوع التركيب المتوازي والمعمول به في السينما والذي يفيد في التعبير عن التزامن بين الأحداث، ففي البرامج الواقعية مثلا يعمل هذا النوع من التركيب من خلال الانتقال من كاميرا إلى أخرى على تقريب فضاءات هي في الأصل متباعدة، ويوحي هذا للمشاهد بأنه حاضر في كل مكان وفي الوقت ذاته، وهو الأمر الذي يستحيل في الواقع.

وعلى الرغم من التحول الملحوظ في العناصر البلاغية للصورة التلفزيونية من خلال تزايد استخدام اللقطة العامة خاصة في نقل الأحداث الرياضية كالمباريات، الأحداث الاجتماعية كالمظاهرات، والترفيهية كالمهرجانات... إلا أنها تبقى متميزة عن الصورة السينمائية، حتى ولو استخدمت بعض تقنياتها.

ج- تخلق الصورة التلفزيونية علاقة حميمة بينها وبين المشاهد بفعل التعرض لها في إطار البيت والعائلة عموما بينما تتوجه إليه (أي المشاهد) الصورة السينمائية باعتباره جزءا من جمهور كبير وغير معلوم، وهو ما يجعل هذه الأخيرة تتصف باللاشخصانية (غير مكيفة للشخص)، عكس الصورة التلفزيونية التي تعتبر شخصية.

د- تخلق الصورة التلفزيونية علاقة تفاعلية تستوعب من خلالها المشاهد لأنها تسمح بالتوجه إليه مباشرة عن طريق مخاطبته والنظر إلى الكاميرا (ك تقنية للتصوير خاصة بالتلفزيون)، وذلك عكس الصورة السينمائية التي لا تسمح بالنظر إلى الكاميرا مما يتيح للمشاهد إدراك ذاته خارج إطار هذه الصورة، بينما لا يستطيع مشاهد التلفزيون أن يدرك ذاته خارج إطار صورته.

وكخلاصة لهذا العنصر نقول بأن الإعلام المرئي المعتمد على الصورة عامة خاصة ما يصطلح عليه بالإعلام الجديد، القائم بالدرجة الأولى على الآنية والبث المباشر للصور، مما يوهم بأن تلك الصور هي الواقع لقوة مصداقيتها كمرئيات، وبالتالي توقع آثارا قوية على الجمهور. إلا أن العديد من المتغيرات، بعضها متعلق بخصائص الوسيلة الإعلامية ذاتها والبعض الآخر متعلق بتدخلات المرسل، تجعل هذه المتغيرات صفة الواقعية محل شك أو حتى غير صحيحة.

ومن جهة نظر سوسيولوجيا الإعلام، فإن المدرسة الوظيفية هي التي تتعامل مع ما تبته وسائل الإعلام من وقائع وصور كحقائق ووقائع لا يقبل التشكيك، معتبرة أن ما تقدمه وسائل الإعلام هو استجابة لتوقعات وحاجات الجمهور (Souchier (Emanuel), 2000, P 17). كما تراهن الوظيفية على اعتبار صور وسائل

الإعلام وقائع يمكن البناء عليها في عملية اتخاذ القرارات الهامة إزاء الأحداث، ومن أمثلة ذلك قناة الجزيرة في العالم العربي التي أصبحت محركاً للقرار من خلال صورها وكذلك شبكة CNN. وعلى الرغم مما قدمته المدارس الفكرية الأخرى من أطروحات حول الصور في وسائل الإعلام كالمدرسة النقدية التي تعتبر صور ومضامين وسائل الإعلام كنتيجة لعملية المعالجة والتأويل والتفسير و التحضير المسبق، وبالتالي لا يمكن الحزم بأنها واقع، فالوقائع تصل إلينا من وجهة نظر (Neuveu (Eric), 2009, P 47)، لكن تبقى هذه المدارس محدودة الانتشار مقارنة بالمدرسة الوظيفية التي مازالت تحقق الانتشار والسلطة العلمية و العملية خاصة في العالم الغربي لتزداد قدرة صور وسائل الإعلام على تحريك وتوجيه الرأي العام وصانعي القرار.

### ثانياً - سلطة الصورة على المشاهد

يمكننا إذن، مما سبق، أن نلمس مبررات لذلك التخوف الذي تبديه فئة من الباحثين في الكثير من الاختصاصات التي لها علاقة بالصورة، والذي يصل أحياناً إلى حد التهويل. ويتعلق هذا التخوف بالتأثيرات القريبة والبعيدة المدى التي تحدثها الصورة خاصة في وسائل الإعلام الواسعة الانتشار والتي تصل إلى حد التحكم الحركي والمعنوي والعقلي في مستهلكها أو متلقيها.

-فمن أين تستمد الصورة خاصة تلك التي تبثها وسائل الإعلام سلطتها وتحكمها، والذي يصل قد إلى

درجات مخيفة؟

لقد اعتبر ماك لوهان أن وسائل الإعلام هي امتدادات لحواس الإنسان، ورغم ما أثارته هذه الأطروحة من جدل، إلا أنها لا تزال تمكّن من الإجابة على الكثير من الإشكالات المتعلقة بالاتصال عموماً، وهي أطروحة تجد لها المناصرين والتابعين في كل حقبة علمية خاصة بوسائل الإعلام والاتصال.

وإذا انطلقنا من هذا، فإن الصور في وسائل الإعلام، خاصة منها التلفزيونية الواسعة الانتشار، هي امتداد لحاسة الرؤية وبالتالي فإن سلطة الصورة مستمدة أساساً من سلطة الرؤية كحاسة أساسية عند الإنسان. ويشيع استخدام عبارة "رأيت بعيني" في التعاملات اليومية للأشخاص للتعبير عن صدق ما ينقله شخص إلى آخر فلا يتعرض أمره للتكذيب، فقلة من الناس من يعتبر أن ما يراه بعينه قد لا يكون بالضرورة واقعاً أو على الأقل ليس الواقع كله.

وحول أهمية البصر بالنسبة للإنسان وسلطة هذه الحاسة، عليه تؤكد الدراسات، اليوم، أن الإنسان يحصل على 90 بالمائة من معلوماته عن طريق الرؤية، و 08 بالمائة عن طريق السمع، و 02 بالمائة عن طريق الحواس الأخرى. (عزي عبد الرحمن، 1996، ص 106)

وتظهر هذه النسب تفاوتاً كبيراً وسلطة مطلقة للرؤية والمرئي على الإنسان، كما بين W. Shramm، في دراساته، أنه كلما ازداد عدد الحواس التي يمكن استخدامها في تلقي فكرة معينة أدى ذلك إلى دعمها و تقويمها و تثبيتها في ذهن المتلقي، سيما أن الإنسان يحصل على أغلب معرفته عن طريق الحواس خاصة السمع و البصر، وأن استيعاب المعلومات يزيد بنسبة 35 بالمائة عند استخدام الصورة والصوت، واحتفاظه بالمعلومات يزيد أيضا ب55 بالمائة. (عزي عبد الرحمن، 1996، ص 108)

وفي مقابل هذه الحقائق، تؤكد دراسات أخرى أن الاعتماد على السمع البصري في اكتساب المعرفة عموماً، هو أسلوب غير سوي و غير صحيح ، لأن الاعتماد على المرئي هو كما يعتبره البعض قراءة من دون ذاكرة (Souchier (Emanuel), 2000, P 17)، حيث أننا نقرأ الصور بطريقة عادية ولا نحتاج إلى تدريب، مثل فعل قراءة المكتوب. (Souchier (Emanuel), 2000, P 18)

كما أننا نقرأ الصور دفعة واحدة، في مقابل التدرج في قراءة المكتوب فتأتي المعطيات متتالية (خطية) بينما في حالة الصورة فتأتي كلها في ذات الوقت. ومع إتفاق العديد من الأطروحات على اعتبارنا نعيش حضارة الصورة ، فالبعض منها يؤكد ويجذر من أن كثرة الرؤية الحسية (أي رؤية فيزيولوجية فهي إبصار وليس تبصراً) تفقد (بضم التاء) الإنسان هويته، فنحن نفقد ذواتنا في إطار عملية الإبصار التي نغمس بها فيما نراه (Joly(Martine), 2006, P5)، فالإبصار يخاطب الوجدان و العاطفة التي تزيح وتمارس سلطتها على العقلانية عند الفرد.

وما يؤكد هذه الأطروحة هو اعتبار التلفزيون، بما أنه الوسيلة المرئية الأكثر انتشاراً وتأثيراً، اعتباره دعامة تقدم الحياة كمشهد مرئي أو عرض، وقد تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي معروض للاستهلاك الآني، ويتضمن المشهد كل من السلع المادية و المرئية و الصور المادية و المرئية عن السلع، ويكون المشهد في هذه الحالة لغة السلعة التقنية المرئية، وهذا المشهد في الواقع يسلب وجود الإنسان من التجربة الحقيقية والمعنى، بل ويحول الوجود بالمعنى إلى الحصول ( أي الحصول على شيء أو الوجود بلا معنى)، ويصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها، فالحياة تصبح مشهداً مرئياً وشاشة تعرض فيها الحقيقة التي تتوسطها وسيلة تلفزيون مرئي أو المرئيات. (Wolton (Dominique), 1990, P 42).

وفي هذا الإطار يعتبر البعض الممارسة الاتصالية عن طريق التلفزيون، من خلال مشاهدته، أنها رغبة في عدم المعرفة، لما توفره من الجهد التخيلي لدى الفرد فينزع إلى تقبل الصور، فالتلفزيون يحتل مكانة هامة وفعالة في حياة كل فرد وذلك من أجل الإعلام أو من أجل الترفيه الذي توفره هذه الوسيلة، فهي تشكل نافذة مفتوحة على

عالم آخر غير العالم المعيش في حياتنا اليومي (Viallon (Philippe), 1996, P 83). ولهذا فقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك إلى وضعيات من المرئيات المكشوفة على شاشة التلفزيون. وفي المقابل عمل بعض الباحثين العرب (أنظر مثلاً: عزي عبد الرحمن، 1996) على إظهار "خطر" المرئيات و الصور على حياة الإنسان استناداً إلى النص القرآني الذي أسبق في الذكر والترتيب السمع على البصر في العديد من الآيات القرآنية (أنظر في القرآن الكريم: سورة الملك آية 23، سورة السجدة آية 9، سورة المؤمنون آية 78، سورة الإسراء آية 36، سورة النحل آية 78...)، معتبرين بذلك أن عرض الحاستين بهذا الشكل في النص القرآني دليل على أفضلية السمع على البصر وفائدته على الإنسان، مما يؤكد الطرح القائم على التخوف من الصور والاعتماد عليها في الاطلاع على الواقع.

#### المراجع:

- 1- فائزة بخلف: **سيمائيات الخطاب والصورة**، دار النهضة العربية ، بيروت، 2012.
- 2- عبد الرزاق محمد الدليمي: **عولمة التلفزيون**، دار جرير، عمان، 2005.
- 3- عزي عبد الرحمن: **الإعلام والبعد الثقافي، من القيمي إلى المرئي**، في المجلة الجزائرية للإتصال، عدد 13، 1996.
- 4- سعيد بن كراد: **السيمائيات، مفاهيمها و تطبيقاتها**، دار الحوار، طبعة 2، سوريا، 2005.
- 5- **قرآن كريم**.
- 6- Courté (Joseph): **la sémiotique du langage**, Edition Armand Collin, paris, 2007, P25.
- 7- Darras (Bernard): **Image et sémiologie**, publication de la Sorbonne, paris, 2008, P5.
- 8- Sene-Florsheim (Dominique) : **Quand les images Vous prennent aux mots ou comment décrypter les images**, éd d'organisation, Paris, 1993.
- 9- Maigret (Eric), **Sociologie de la communication et des médias**, 2ème éd, Armand collin, paris , 2007.
- 10- Neuveu (Erik) : **sociologie du journalisme**, col Repères, éd la Découverte, Paris, 2009.
- 11- Meunier ( Jean Pierre) et Peraya (Daniel): **Introduction aux théories de la communication**, 2ème Edition, Ed de Boeck, Bruxelles, 2007.
- 12- Souchier (Emanuel) : **de la lecture à l'écran, vers une lecture sans mémoire**, in texte et mémoire N° 25-26, Université de Toronto canada, 2000.
- 13- Joly (Martine) : **Introduction à l'analyse de l'image**, Edition Armand Collin, paris, 2006.
- 14 - Wolton (Dominique) : **Eloge du grand public, une théorie critique de la télévision**, Ed Flammarion, paris, 1990.

15- Viallon (Philippe) : **L'analyse du discours de la télévision**, col « Que-sais-je »  
PUF, paris, 1996.

16- Vaillant (Pascal) : **Sémiotique des langages d'icônes**, éd Honoré Champion,  
Paris, 1999.