

الصورة في الخطاب الإعلامي

دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية

بشير ابرير
جامعة عنابة
الجزائر

1. تقديم

إذا كانت المعرفة في ما مضى قد ركزت على السّماع وثقافة الأذن؛ فإن عصرنا هذا قد أضاف إلى ذلك عنصرا آخر يتكامل مع الأول ويغنيه، وهو "عالم الصورة وثقافة العين" وبخاصة في ما نشهده من عملاقة تكنولوجيا في الميادين التقنية والتخصصات العلمية الدقيقة مثل الميكروبيولوجيا، والإعلام والاتصال إلى الدرجة التي أصبحت فيها المعلومة رأس مال يتم استثماره بغية تحقيق الفوائد السياسية والاقتصادية؛ بل وأصبحت سلاحا استراتيجيا يرجح كفة هذا على ذاك، وقد يتحكم في مصيره في هذا الزمن الموصوف بالعمولة التي تعمل على إعادة تشكيل العالم وصياغته فكريا وسياسيا واقتصاديا وإعلاميا وثقافيا... بما يخدم مصلحة القوي الذي بيده زمام الحل والربط.

لقد أصبح العالم قرية صغيرة تحول فيها الإنسان المعاصر إلى كائن تقني تواصل إعلاني، حاجته إلى المعلومة راهنة ثابتة وواكدة دائمة من أجل الإبانة عن أغراضه والإفصاح عن مكنونه والتواصل مع أقرانه وفهم خطاباتهم المختلفة.

ولم يكن الخطاب الإعلامي بمعزل عن هذا التطور النوعي الذي ميّز وسائل الاتصال الجماهيري «الذي احتلت معه القناة البصرية في الإدراك والتواصل مقدمة الاهتمامات، كما وفرت وسائل الطباعة والتصنيف والتصوير والنسخ، جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصور في شكل جديد يوفر لقطبي التواصل إمكانيات تنوع تعبيرية بمراعاة أبسط جزئيات العرض وتفاصيل القناة المعتمدة للعرض سواء في مجال الطباعة والنشر أو في مجال الإعلان التجاري والفنون المستغلة للقنوات السمعية البصرية»¹.

إنّ الخطاب الإعلامي صنف من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، مقامه من المقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات المعرفية الأخرى. وإذا كان ذلك كذلك فإن عالم اليوم تتسيد فيه الصورة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتمثل انتقالاً نوعياً في بناء العالم الحديث بما تحمل من دلالات فكرية متنوعة لها علاقة بصناعة الوعي وتشكيله وتوجيهه فردياً كان أم جماعياً.

إنّ الصورة أداة خطيرة وماكنة هائلة لتحريك الجماعات عبر ما تبثه وسائل الإعلام، وإذا كان بوسعنا اليوم الحديث عن رأي عام عالمي فالفضل الأول في ذلك يعود للصورة وانتشارها المذهل². من هنا تأتي هذه الدراسة في كونها تهدف إلى البحث في الخطاب الإعلامي بتحقيقاته النصية المكتوبة لغة وصورة مصاحبة ووسائل مختلفة، وما لها من دور في

تكثيف التبليغ وتحقيق التواصل والتفاعل بين الأنساق اللسانية للخطاب وبين الأنساق الإيقونية المؤتثة للصورة ولهذا سنتناول العناصر الآتية :

- مفهوم الخطاب الإعلامي وأهميته.

- مفهوم الصورة وأهميتها، ثم سنخصص الحديث عن الصورة الإعلامية بأنواعها، ونبحث في تحليل الصورة في الخطاب الإعلامي فنسلط الضوء على نسقين من التعبير متميزين ولكنهما يمتزجان معا فينتج عنهما خطاب واحد، أو بتعبير آخر، ينتج عنهما نص واحد في الإعلام.

وسنحاول في هذا التحليل أن نستفيد مما يمكن أن تقدمه العلوم المعرفية (Sciences Cognitives) من فائدة في فهم هذا النوع من الخطابات وتحليلها، وسندخلها مدخلا تواصليا تفاعليا مستثمرين المعرفة السيميائية وبخاصة منظور شارل سندررس بيرس.

2. الخطاب الإعلامي نسق تفاعلي

يعدّ الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية³ بآتم معنى الكلمة تتكاثر على إنتاجها وسائط متعددة، يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محورا أساسيا في منظومة المجتمع؛ وكما قال نيبيل علي : «لقد ساد الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة ساحة الثقافة والتكنولوجيا، وثقافة الوسائط المتعددة، وكما لقب "أرسطو" بالمعلم الأول حاز "ولت ديزني" لقب المعلم الأعظم بعد أن باتت الثقافة إعلامها وترفيها تصنيعا لا تنظيرا»⁴.

إنّ صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات التقنية لتبليغها عبر الزمان والمكان. إن الخطاب الإعلامي كما حدّده

"أحمد العاقد" : «هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية : التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية»⁵.

تقتضي مجموع الأنشطة التواصلية الإعلامية المذكورة في هذا التعريف وسائل إعلامية لها فعالية في إنجاز مسارات التخاطب الإعلامي، فيعد الوسيط عقلا تقنيا له لمسات خاصة في تلقي المضمون وإعادة تنظيم أشكاله وبنه من جديد. وما يهمنا في كل هذا هو محاولة صياغة تعريف للخطاب الإعلامي نتخذه إجراءً منهجيا نستثمره حسب مقتضيات الموضوع وسيرورة الدراسة.

بناءً على هذا، نصطلح على مفهوم الخطاب الإعلامي بأنه منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية (Structure socio-culturelle) محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها.

وهو نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والإيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وذلك مثل : الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشحن الإيديولوجي. وكل ذلك يشتغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقا سيميائيا دالاً قابلاً للقراءة والتأويل، عابراً للتخصصات ومعارف عديدة، موظفاً ومستثمراً إياها حسب ما تقتضي الأوضاع⁶.

3. الصورة : مفهومها وأهميتها وأنواعها

إن كنا قد وسمنا الخطاب الإعلامي بأنه نسق تفاعلي متشابك فإن الصورة هي أيضا موضوع مشترك بين علوم ومعارف عديدة مثل : علم النفس المعرفي والفلسفة والمنطق وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا الثقافية والنقد... وكثير من العلوم الإنسانية والاجتماعية والتقنية كذلك. فهي برأي حسن حنفي : العالم المتوسط بين الواقع والفكر، بين الحس والعقل، فالإنسان لا يعيش وسط عالم من الأشياء... بل وسط عالم من الصور، تحدد رؤيته للعالم وطبيعة علاقاته الاجتماعية. وإن الحوار الذي يتم بين طرفين إنما يتم بين صورة كل طرف في ذهن الآخر. والحروب الأهلية داخل الأوطان والصراعات الكبرى بين الدول إنما هي صراعات بين صور متعارضة يصنعها الإعلام والتعليم والثقافة⁷.

إن الصورة وسيلة تواصلية فعّالة متعددة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي وبخاصة فيما تقتضيه الثقافة البصرية (La culture visuelle) في زماننا .

فيمكننا بواسطتها الوقوف على أهمية العالم البصري في إنتاج المعاني وفي تأسيس القيم الجمالية والإبقاء عليها ومعرفة علاقات القوة داخل الثقافة أيّا كانت، وكشف الديناميات النفسية الخاصة بعمليات المشاهدة والتلقي التي تلقي برواسيها بقوة في هذا المجال. هكذا يؤسس هذا الحقل المعرفي الجديد، الخاص بالثقافة البصرية، عالما خاصا فيه، برأي "إيريت روغوف"، تناص (Intertextualité) يمكن من خلاله قراءة الصور والأصوات والتخطيطات والتوصيفات المكانية عبر الوسائط المتنوعة الأخرى ومن خلالها، وكل ما يعكس اللحظة الراهنة في ميدان الدراسات الثقافية بتعقيداتها المختلفة⁸.

إنّ الصورة تصحب الخطاب، لأنّها من المفروض أن تُفهم بسرعة، أن يفهمها أكبر قدر من المتلقين، فهي وسيلة إيضاح مساعدة على الفهم، لأنّها تتميز بنسق إيقوني خاص قد يجعلها تصل إلى المعنى من أقرب مرمى، فتقدم للمتلقّي خدمة مهمّة جدّاً، لأنّها تكثف من فعل التبليغ، وبذلك تتسلط على الحساسية المتأثرة لديه وتخطبه بطريقة مختلفة عمّا تخاطبه به اللغة، فتعمل على إيقاظ الإنسان الذي يرقد في أعماقه.

وإذا كانت اللغة تصف وتسرد بواسطة الكلمات والجمل حسب ما يقتضيه النسق اللغوي، فإن الصورة تسرد بفصائنها البصري وما يؤثته من مكوّنات، وبذلك تكون لها دلالات متجذرة في المجتمع والثقافة التي تنتمي إليهما أو تتحدث عنهما.

لن نطيل الحديث كثيراً، لأن الموضوع إشكالي متعدد المشارب والرؤى ونكتفي بالإشارة إلى الصورة الإعلامية؛ أي الصورة في ميدان الإعلام وهي تتنوع بين كونها صورة ثابتة أو خطاباً بصرياً مثل الصورة الفوتوغرافية، والصورة الكاريكاتورية، والصورة الحية النابضة بالحياة المرتبطة بحدث من الأحداث المحلية والعالمية باعتبارها خطاباً بصرياً متحركاً وتتجسد أكثر في الصورة السمعية البصرية التلفزيّة.

3. السيميائيات معرفة ثريّة خصبة مناسبة

لتحليل الصّورة في الخطاب الإعلامي

نقوم في البداية باختيار مدوّنة من الصور المتنوعة، وتتمثل هذه الصور في :

- الصّورة الأولى فوتوغرافية وردت على الصفحة الأولى من جريدة الشروق الجزائرية، تتعلق بتحقيق إخباري أجرته الجريدة عن المجانين والمرضى عقلياً⁹.

الصورة في الخطاب الإعلامي : دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية



- والصّور الأخرى كاريكاتورية، منها صورتان أعطينا للأولى رقم 01 وللثانية رقم 02 وقد جاءتا في جريدة الشروق أيضا وتعلقان بموضوع واحد¹⁰.

الصورة رقم : 01

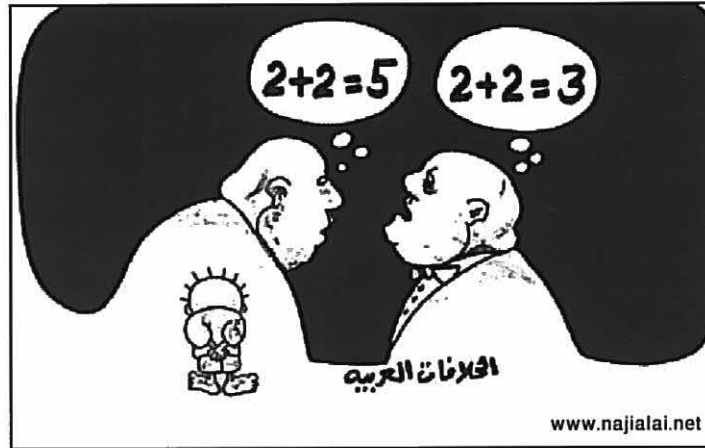


الصورة رقم : 02



- وتوجد صورتان أخريان لناجي العلي إحداهما وضعنا لها الرقم 03 والأخرى الرقم 04¹¹.

الصورة رقم : 03



الصورة رقم : 04



وسنقوم بتحليل الصورة الأولى على حدة، ثم نحلل كل الصور الكاريكاتورية وحدها.

إن الصورة كما سبقت الإشارة نسق سيميائي دال يتضافر أو يتفاعل فيه ما هو لغوي بما هو غير لغوي، والناظر لمدونة الصور التي تم اختيارها يجد كلا منها علامة كبرى تتألف من علامات جزئية أخرى تتفاعل داخل نظامها بحيث تشكل نسقا منسجما من العلامات مما يجعل هذا النسق موضوعا صالحا للسيميائيات.

ولكن ينبغي أن يتوفر في إنتاج دلالة نسق أو في إقامة تواصل، قدر من المواضع الثقافية بين المبدع والمؤول وقارئيهما الضمنيين أو الفعليين، وكلما تكاملت الثقافة، على مستوى الإنتاج وإعادة الإنتاج، مع الممارسة الإبداعية كنا فعلا أمام ملكات نموذجية في القراءة والتأويل، ومن أجل امتلاك دعامة أساسية في التأويل، برأي العياشي السنوني، لابد من النظر إلى النسق مستقلا بذاته مالمالك لسياقاته الخاصة قادرا على إنتاج معانيه ويحتاج في ذلك إلى وجود وضع أو سنن خاص به¹².

يسوغ لنا هذا أن ندرس هذه المدونة دراسة سيميائية باعتبار السيميائيات معرفة ثرية خصبة مناسبة لدراسة هذا النوع من الخطابات البصرية، إن السيميائيات هي أساسا، في مستواها الأعلى، متعددة الاختصاصات، على اعتبار أن حقلها يُعنى بفهم ظواهر متعلقة بإنتاج المعنى في أبعاده الإدراكية والاجتماعية والتواصلية. إنها مجال بحث أكثر منها اختصاصا في حد ذاته له منهجيته الموحدة وموضوعه المحدد¹³.
يمكن لمختلف المداخل السيميائية أن تلتقي عند منظورين أساسيين يحيلان على تاريخها :

- المنظور المرتبط بالإدراك وتعد السيميائيات فيه دراسة لسيرورات الدلالة وتتعلق بالفلسفة وعلوم الإدراك وعلوم اللغة وتهدف إلى بناء موضوعها النظري وتطوير نماذج شكلية خالصة ذات قيمة عامة. ويمكن أن نذكر هنا الأبحاث التي نهدف إلى اقتراح نظرية عامة للتفكير الرمزي وإلى تحديد بنية العلامة وعلاقاتها وتأثيرها وكل ما يتعلق بنظرية المعرفة. ويتعلق هذا بالسيميائيات العامة.
- وأما الثاني فهو المنظور الاجتماعي الثقافي وفيه نعد السيميائيات دراسة لسيرورات التواصل فيدرس الثقافة من حيث كونها تواصلًا وتعنى بصورة خاصة بالأبحاث المتعلقة بعلوم الإعلام والاتصال والأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع والدراسات الأدبية، وكل هذا يندرج ضمن السيميائيات المتخصصة والسيميائيات التطبيقية التي تقوم على دراسة الأنظمة الرمزية الخاصة بالتعبير والتواصل، وينظر في هذا المستوى إلى الأنظمة اللغوية من وجهات نظر :
 - علم التراكيب؛ أي العلاقات الشكلية للعلامات فيما بينها.
 - وعلم الدلالة؛ أي علاقة العلامات بالمرجع.
 - والصياغة التداولية؛ أي علاقة العلامات بالمستعملين والمؤولين لها¹⁴.

توصف السيميائيات بأنها العلم العام لكل أنساق التواصل اللسانية وغير اللسانية، فهي بهذا نشاط معرفي بالغ الخصوصية من حيث أصوله وامتداداته ومن حيث مردوديته وأساليبه التحليلية، له علاقة بمجموعة من الحقول المعرفية مثل : اللسانيات والفلسفة والمنطق والتحليل النفسي والأنثروبولوجيا كما أن موضوعه غير محدد في مجال بعينه، وإنما السيميائيات أداة لقراءة السلوك الإنساني في مظاهره المختلفة بدءا بالإنفعالات البسيطة ومرورا بالطقوس الاجتماعية وانتهاء بالأنساق الإيديولوجية الكبرى¹⁵.

يتناسب هذا كثيرا بل يتطابق مع منظور "شارل سندررس بيرس" (C.S.Peirce) السيميائي، الذي وسّع كثيرا من نطاق العلامة فبالنسبة إليه كل ما هو في الوجود علامة، وإذا كان دوسوسير قد انطلق من ثنائية الدال والمدلول التي تجمع بين الشيء ومسماه أو بين المفهوم الذهني والصورة السمعية، واقتصر على العلاقة الاعتبارية بينهما دون التأكيد على علاقة العلامة بالواقع، وذلك لأنه درس اللسان كنظام مستقل بنفسه معتبرا إياه أرقى الأنساق وأهمها في الدراسة السيميائية، فإن شارل سندررس بيرس قد وسع الاهتمام إلى كل الأنساق التواصلية التي يستعملها الإنسان ويستعين بها في محاوره الآخر.

إن السيميائية بالنسبة لبيرس هي "النظرية الصورية للعلامات". ويمكن القول بصورة تبسيطية مع جون كلود دومينجوز بأن مشروع بيرس قد تمثل في الوصف الصوري لآليات إنتاج الدلالة وإقامة تصنيف للعلامات، وقد ربط "بيرس" العلامة بالمنطق، بحيث يمكن تعريف السيميائيات من هذا المنظور بأنها النظرية العامة للعلامات وتمفصلها في الذهن. ولقد كان يقصد بالعلامة كل ما يقوم بتبليغ مفهوم محدد عن موضوع ما بأي شكل، كما¹⁶.

يُعد "بيرس"، كما أورد "محمّد الماكري"، أول من حدد بدقة من خلال المرتبة الإيقونية للعلامة، مجال الصورة تحت اسم المجال الإيقوني (Domaine Iconique)، فجاء تحديده أول تعريف نظري صارم ومضبوط لعالم تواصل غير لغوي سيكتسب أهميته عبر الدراسات اللاحقة التي انصبت على دراسة المجالات التعبيرية المختلفة¹⁷.

من هنا تعد سيميائيات بيرس نموذجا مناسباً جداً لتحليل الخطابات البصرية ودراسة معطياتها الثابتة وبخاصة ذات السمة الإيقونية الخالصة، ودراسة المعطيات المتحركة (صور السينما والتلفزيون والصور المتحركة) ودراسة المعطيات البصرية اللغوية (الخطوط، التنظيم الطباعي للصفحة) وكذا أنظمة التعبير الاتفاقية الأخرى (نظام المرور، التمثيل البياني للمعطيات)¹⁸.

يقول بيرس: «... إن الطريقة الوحيدة لتبليغ الأفكار هي عبر الإيقون، وكل الطرق المباشرة لتبليغ فكرة ما يجب أن ترتبط من أجل تأسيسها باستعمال الإيقون، وتبعا لهذا فكل إثبات (Assertion) يجب أن يتضمن إيقونا أو مجموعة إيقونات ويجب أيضا أن يتضمن علامات لا يمكن تفسير دلالاتها إلا عبر إيقون»¹⁹.

لن نطيل الحديث عن نظرية بيرس لأنها متشعبة وتحتاج موضوعات وحدها، ونكتفي بالإشارة إلى ما نرى أن له علاقة بالموضوع ولعل ذلك يتضح من خلال التحليل :

أولا. تحليل الصورة الأولى

نُشرت بجريدة الشروق الجزائرية بالعدد 2369 يوم الأحد 2008/08/03، وهي صورة مصاحبة لتحقيق إخباري أجرته الجريدة عن المجانين والمرضى عقليا. وقد احتلت حيّزا مهما في الصفحة الأولى من الجريدة، فهي الصورة الرئيسية لأنها تعبر عن الموضوع الرئيسي في الجريدة.

وإلى جانب الصورة باعتبارها نسقا إيقونيا يوجد النسق اللساني وهو الآتي : «300 ألف مجنون يحتلون الشوارع» مكتوبة هذه الصيغة باللون الأحمر وبخط سميك في أعلى الصورة وكأنه عنوان للتحقيق الإخباري، فهو من هذه الناحية يمثل العلامة الأولى في الموضوع تتركب من الرقم 300 ألف وهو رقم معتبر ويمثل علامة دالة تزداد أهميتها لما يتم تمييزها فتصبح 300 ألف مجنون، ثم تتكثف الدلالة أكثر لما نعرف نشاطهم وهو أنهم : يحتلون الشوارع.

يتضافر هذا مع الصورة التي تظهر مكتظة بعدد من المجانين يشغلون كل مجال الصورة بما يتناسب مع العدد 300 ألف، ومع الفعل "يحتلون الشوارع" فالمصور قد التقط صورا منفردة من شوارع مختلفة ثم ركبها في صورة واحدة بها عشرة مجانين دفعة واحدة.

ثم نقرأ عنوانين أو تعليقين فرعيين أسفل العنوان الرئيسي وهما :

- قصص مثيرة عن أساتذة، أطباء، علماء... دخلوا عالم الجنون.

- أزمة دواء حادة للمرضى عقليا بسبب استيلاء مرضى المخدرات عليها.

هذان العنوانان الفرعيان هما بمثابة تفسيرات للموضوع يقدمان أخبارا إضافية في حاجة إلى تفاصيل، فمن المجانين أساتذة وأطباء وعلماء... والقائمة مفتوحة، كما تدل على ذلك النقاط المتتالية (...)، وهو أمر يسترعي الانتباه لأن الأساتذة والأطباء والعلماء هم في حقيقة الأمر إطارات أساسية في البلاد صار مصيرهم الجنون وصارت قصصهم مثيرة يتشوق المتلقي أو قارئ التحقيق الإخباري إلى معرفتها، ومع كل هذا فإن هناك أزمة دواء حادة كما جاء في العنوان الفرعي الثاني سببها استيلاء مدمني المخدرات وهي مشكلة أخرى. وهذا أيضا يتناسب مع الصورة التي بها تفاصيل دالة على من هو أستاذ أو مثقف بصفة عامة أو طبيب أو عالم...

فهناك إذا تفاعل بين الشكل (الصورة) والخطاب (اللغة) المكتوبة في الجريدة باعتبارها وسيطا تواصليا، أو بين النسق اللساني والنسق الإيقوني في هذا التحقيق الإخباري الذي يتعدى كونه خطابا واصفا لوضع ما باللغة وبالصورة لينفتح على القراءة والتأويل؛ قراءة الأدلة والعلامات السيميائية وتكوينها ومعرفة أبعادها التواصلية والدلالية الكامنة فيها. وذلك لأن السيميائيات في بعدها التأويلي -كما أورد "أحمد العاقد- تصف النصوص الدلالية في تلقيها وتقاربها في انعكاساتها الذهنية وتحللها في مساراتها الدلالية التأويلية، إنها تقصد إلى تحصيل معاني الأدلة اللغوية، لفظية وغير لفظية، في بعدها التداولي.

وأما في بعدها التواصل فتعتني بطرائق التواصل ووسائل التأثير الاصطلاحية ووصف العلامات، وتدخل في الاعتبار مفهومي التخاطب والقصد من التواصل في تقويم الأدلة اللغوية²⁰.

فإذا اعتبرنا أن القصد من وراء التحقيق الإخباري هو أن يقدم أفكارا أو صورا من الحياة للأفراد تفسر وتحلل حقيقة ما، فإن مضمونه، كما يتجلى من شكله صورة ولغة، يعكس عموميات وحالات مماثلة في دول أخرى، إذ كل الدول بها مجانين قتلوا أم كثروا، وبذلك يعد الأمر عاديا. فإذا أردنا الإشارة إلى حالة فكرية بعينها لجذب انتباه الرأي العام، يجب في تلك الحالة توظيف التعليق على الصورة أو اللقطة أو المشهد²¹ كما هو الحال للصيغة : «300 ألف مجنون يحتلون الشوارع» المصاحبة للصورة في هذا التحقيق، فتوجد فيها إثارة للرأي العام.

إن تعليقا كهذا من شأنه أن يعطي للقارئ أبعادا ورؤى ومتسعا لخياله لكي يكون صورا متنوعة في عملية إدراكه للمعنى، ويترك أثرا عميقا فيه بما يزيد من تأجيج الأحداث «وتحريك المعرفة المختزنة في الذاكرة وضبط

تماسكها»²² من ناحية، ومن ناحية أخرى محاولة امتلاك الشكل العام للصورة ككل وعلاقة ذلك ببقية الأجزاء المكوّنة لها والتي تضمنها التحقيق الإخباري.

ويمكن أن نشير هنا إلى أهمية المدخل التواصلّي التفاعلي في دراسة هذا النوع من الخطابات. فتتأسس عملية التواصل، كما هو معروف، على جملة من العناصر تتولد عنها جملة من الوظائف كما بين ذلك "جاكوبسون" (Jakobson) ويمكن أن نفصل ذلك كما يلي :

- على مستوى المرسل :

يتمثل المرسل في هذا التحقيق الإخباري في الصحفي الذي أجرى التحقيق والمصور الذي شاركه وكذا المؤسسة الإعلامية التي ينتميان إليها. فالمرسل هنا، هو الذي أنتج الرسالة وعبر عنها بما اقتضاه النسق اللغوي والنسق الإيقوني المتمثل في الصورة وتتولد عن المرسل الوظيفة التعبيرية (F. Expressive) التي نقرأها في العبارات الآتية :

- «الشروق تقتحم عالمهم وتستطلع أخبارهم».

- «300 ألف مجنون يحتلون الشوارع».

- «قصص مثيرة عن أساتذة، أطباء، علماء...».

إن في هذا التعبير ما يشوق المتلقي أو القارئ للجريدة للإقبال أولاً على شرائها وهذه غاية أولى بالنسبة للمؤسسة الإعلامية، ثم قراءة ما فيها بعد ذلك وبخاصة التحقيق الذي يعد موضوعاً رئيسياً كما سبقت الإشارة.

فكأن الاستعمال اللغوي : «الشروق تقتحم عالمهم وتستطلع أخبارهم»
يمثل لافتة إخبارية للموضوع وللجريدة التي لها القدرة على اقتحام
العوالم واستطلاع الأخبار، ويبرز ذلك في الاستعمال اللغوي الموالي :
«300 ألف مجنون يحتلون الشوارع» وكذلك "قصص مثيرة عن أساتذة،
أطباء، علماء...».

ثم إن هذه الوظيفة قد تحققت أيضا بواسطة الصورة التي تضمنت
أشياء وأماكن وشخصيات وحركات...وهي بذلك عبارة عن تشكيلات دالة.

- على مستوى الرسالة أو الخطاب :

وتمثل في محتويات الموضوع وما به من معلومات و أخبار يؤدّ المرسل
تبلغها للمتلقى، وإفادته بها وبخاصة المعلومات الجديدة التي لا يعرفها من
خلال القصص المثيرة والأخبار التي توصلت إليها الجريدة.

وإذا كان الخطاب الخبري مجموعة من المعلومات المتجددة التي
تضمن فاعلية التواصل فإنه يمكن أن نميز في هذا الخطاب بين مقولتين
أساسيتين: المعلومات الجديدة التي يعتقدها الصحافي ولا يعرفها المتلقى،
والمعلومات القديمة التي يعتقدها الصحافي ويعرفها المتلقى، إما لأنها
محقة فيزيائيا في السياق المشترك أو أنها مشار إليها ضمن نص خبري
محدد . وتتحدد المقولتان بالطبائع اللغوية²³.

نشير هنا إلى أن العلماء العرب القدامى قد فرقوا بين الإفادة والمعنى،
فالإفادة تتعلق بأن يفيد المرسل المتلقي ما لا يعرفه من المعلومات والمعنى
إفادته بمعلومات يعرفها .

وقد انطلقت الجريدة هنا، من رهان وهو أن تفيد القارئ المتلقي بما
لا يعرفه فتقدم له معلومات جديدة عن عالم يعرف عنه معلومات قديمة لا

الصورة في الخطاب الإعلامي : دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية

تكفيه لمعرفة الأسباب التي دفعت المجانين للجنون، والأسرار التي يتحدثون عنها وتدل عليهم بأنهم أساتذة أو أطباء أو علماء... إن قيمة الخبر تزداد أهمية كلما كانت المعلومات التي يحملها جديدة، ولذلك تدفع أموال ضخمة لمعرفة الخبر فوراً وهو جديد قبل أن يصبح متداولاً بين الجمهور.

وتتولد عن الرسالة أو الخطاب الوظيفة الشعرية (F. Poétique) برأي جاكبسون، ولكن في هذا الخطاب يمكن أن أسميها الوظيفة التفاعلية (F. Interactive) الكامنة في الخطاب التي أدركها المرسل وأنتج التعبير المناسب لها لغة وصورة من أجل معالجة الأحداث في الواقع ثم أرسلها إلى المتلقي بغية إدراكها بدوره وتحليلها وفهم أبعادها ومحتوياتها.

«يذهب "جرنبر" (Gerbner) إلى أن التواصل ناتج عن التفاعل بين الإدراك والإنتاج في معالجة الأحداث، ويتصور العملية التفاعلية في سيرورة تشكلها سلسلة الإدراك فالإنتاج فالإدراك»²⁴.

- على مستوى المتلقي أو المرسل إليه :

يعتبر المتلقي عنصراً أساسياً في العملية التواصلية فلا تتم إلا به، ويتمثل في جمهور القراء الذين سيقروا بالجريدة ويطلعون على الموضوع، وإذا كان المرسل هو الذي يسن الخطاب ويضع شفراته وينتجه ويرسله، فإن المتلقي يفك سنان الخطاب وشفراته ومواضعاته بغية إدراكه وفهمه.

وتتولد عن المتلقي الوظيفة الإفهامية (F. Conative)، إذ يبذل المرسل قصارى جهده في إفهام المتلقي فحوى الخطاب، ونلاحظ في هذا الموضوع كيف عمل المرسل على التفعيل بين الخطاب وبين الصورة المصاحبة له ليقنع المتلقي ويستدرجه شيئاً فشيئاً فيدخله إلى عالم الموضوع ليستطلع أحوال المجانين وأخبارهم ويعرف قصصهم المثيرة.

والمسألة لا تتوقف عند هذا الحد، وإنما ما يبتغيه المرسل من المتلقي هو أن يفهمه عن وضعية اجتماعية تستدعي اهتمام الرأي العام في مختلف مستوياته السياسية والاجتماعية والثقافية.

- على مستوى قناة التبليغ والتواصل :

وتعد الوسيط المستخدم في الربط بين المرسل والمرسل إليه لضمان التواصل، وتتمثل -هنا- في جريدة الشروق؛ فهي الوسيط الأساسي في التحقيق الإخباري موضوع الدراسة، ونشير أيضا إلى أن الكتابة من حيث نوعية الخط ولونه تعد هي أيضا وسيطا، بالإضافة إلى الصورة.

وهنا يمكن أن نتحدث عن التواصل الوسائطي بين النماذج التقنية والنماذج المعرفية «فقد نتج عن الثورة المعرفية الحديثة توجه التصورات الإعلامية إلى الاهتمام بتمثيلات العقل بهدف التحكم في تكوينها وبناء دالاتها، فما أجهزة الوسائط غير محاكاة تقنية لبنية الذهن الإنساني في استلام المعطيات الإعلامية ومعالجتها قصد إعادة تأليفها وبنائها بالكيفية المنسجمة مع مقاصد المضمون»²⁵. فهناك إذا تفاعل بين ما هو تقني وما هو معرفي بما يجعل الوسيط التواصلية جهازا لتفاعل الأجهزة المعرفية للمتواصلين²⁶.

وتتولد عن هذا العنصر الوظيفة الانتباهية (F. Phatique) سواء أعلق الأمر بالجانب المعرفي أم بالجانب التقني، وتعد من أهم الوظائف في الخطاب الإعلامي بصفة عامة وفي هذا التحقيق بصفة خاصة. فيوجد هدف من وراء هذا التحقيق وهو لفت انتباه الرأي العام الوطني لهذه الظاهرة الاجتماعية التي أصبحت تشكل، إن جاز القول، مجتمعا موازيا له تأثيراته على الأفراد والجماعات، ولفت انتباه المؤسسات والوزارات المعنية لهذا الموضوع الهام فيتحمل كل مسؤوليته مثل : وزارة الحماية الاجتماعية والصحة والداخلية والسياحة والمالية والمصالح الأمنية...

فإظهار بعض الحقائق المتعلقة بالموضوع من شأنه أن يخرج من مستوى التلميح إلى مستوى التصريح، يخرج من مستوى التعقيم الإعلامي والمسكوت عنه إلى الوجود المعلوم. ويتضافر هذا مع عبارة وردت في زاوية من زوايا الصورة بالصيغة اللغوية الآتية : «أولياء يصرّحون بجنون ذويهم لتقاضي منحة المرض» وهذه تعد حقيقة أخرى من الحقائق التي كشفها هذا التحقيق وأخرجها من مستوى الكمون إلى مستوى التحقق ليعرفها الرأي العام.

- على مستوى المواضعة بين المرسل والمرسل إليه :

وتعني أن ينطلق المتواصلان من وضع مشترك واحد بينهما فيما يخص النظام اللغوي وفيما يخص النظام الثقافي، فيوجد قدر من المعلومات كاف بأن يجعل حبل التواصل مستمرا بينهما على مستوى :

- وحدة اللغة؛ فالمحقق الصحفي قد استعمل الكلمات والجمل التي يعبر بها مجتمعه عن أغراضه المختلفة.

- وحدة الثقافة؛ بمعنى أنّ هناك تراثا ثقافيا وعقيدة فكرية عامة تجمعهما.

- وحدة البداهة؛ أي مجموع الأفكار والمعتقدات وأحكام القيمة التي يفرزها الوسط ويعرفها كل من المرسل والمرسل إليه عن الموضوع.

وتتولد عن هذا المستوى وظيفة اللغة الواصفة (F. métalinguistique) وهي التي تكون خطابا على خطاب أو لغة تصف لغة أو حالة ما، كما هو الشأن في اللغة المستعملة في التحقيق التي قدمت أوصافا منها مثلا : الإحصاء 300 ألف مجنون، ومنها الوظيفة التي يؤديها المجانين وهي أنهم يحتلون الشوارع، ومنهم الأطباء والأساتذة والعلماء... وكذلك مدمنو

المخدرات يستولون على الأدوية... وكما الشأن بالنسبة للصورة؛ إذ بها الرجال والنساء والشيوخ والشباب والجالسون والواقفون والنائمون... كل يحتل الشارع بطريقته.

- على مستوى المقام :

وهو جملة الظروف والأحوال والسياقات الاجتماعية والسياسية المحيطة بإنتاج هذا التحقيق، ويظهر ذلك من خلال المفوضات اللغوية وتفصيل الصورة وكل ما يتعلق «بالعوامل التواصلية التي توسع دائرة الإحالة لتشمل أوضاع التخاطب ضمن محيط مجتمعي تتفاعل فيه المميزات النفسية للمتخاطبين ومواقفهم وسلوكاتهم»²⁷، وتتولد عن هذا العنصر الوظيفة المرجعية (F. Référentielle) وتذهب إلى أنها أهم وظيفة في الخطابات الإعلامية، وبالرغم من كون الصورة لها جانب فني ولها غاية إعلامية وإخبارية، فإنها في الخطاب الإعلامي العربي تنقيد برؤى حكوماتها إذ تكشف القراءة الوصفية -برأي محمد شكري سلام- لتشكيلات الإعلام العربي بكل نزعاته الإيديولوجية واختلافاته التعبيرية إذاعة وصورة، عن عدم قدرته على تجسيد حقيقة "السلطة الرابعة"؛ إذ لم يبلغ بعد مستوى ممارسة الرقابة الفكرية الموضوعية على السلطات الأخرى السياسية والاقتصادية والقضائية²⁸.

إن الوظيفة المرجعية في هذا التحقيق الإخباري تتمثل في كونها خطابا نقديا للوضع السياسي في البلاد، وتعري كثيرا من الحقائق المسكوت عنها في المجتمع سياسيا ونفسيا وأخلاقيا. ونشير إلى أن هذه العناصر والوظائف تتفاعل فيما بينها في إنجاز خطاباتنا ونصوصها وتفصيلنا لها بهذه الطريقة غرضه التوضيح فقط.

ثانيا . تحليل الصور الكاريكاتورية

أحرز الكاريكاتير مكانة له متميزة في الساحة الإعلامية، وصار توظيفه من التقاليد والأعراف في عالم الصحافة، إلى الدرجة التي أصبح يمثل فيها خطابا مستقلا بنفسه له خصوصياته وأصالته وتفرد هويته، إنه ثابت يكاد يتحرك وصامت يكاد ينطق.. وهناك صور كاريكاتورية كثيرة تستحق حقا اهتمامات السياسي والمؤرخ وعالم الآثار والمعلم ودارس الأدب.

تمثل الصورة الكاريكاتورية مشهدا مصغرا يجمع بين الصورة والنص والتعليق، ينقض على اللحظة المفتاح ليتسلل الكاريكاتوري بفضلها إلى أعماق المتلقي قصد الفضح والبوح الجريء²⁹. وهي إبداع بالأبيض والأسود تتناول تفاصيل الحياة اليومية، بل هموم الإنسان في حياته اليومية بطريقة هزلية ساخرة، وذلك بتشويه لشخصية ما بشكل مبالغ فيه مقصود وبطريقة تثير الضحك أو على الأقل الابتسامة تعبيرا عن الرضا الذاتي بعد تفكيك محتوى الرسالة الذي تؤدّ الصورة تبليغه³⁰.

ومن الناحية التواصلية تعد الصورة الكاريكاتورية رسالة بصرية إيقونية هزلية تعتمد على الفعل والحدث والشخصية والفكرة والمعنى، فهي وسيلة للاتصال الجماهيري تتضمنها الجرائد والمجلات تحقق تفاعلا واضحا مع الجمهور، فهناك من يشتري الجريدة أحيانا من أجل الصورة الكاريكاتورية لأنه يجد فيها نفسه.

ومن الناحية السيميائية تعتبر الصورة الكاريكاتورية نظاما سيميائيا منسجما دالا يجمع بين ما هو لغوي وما هو غير لغوي للتعبير عن هموم الحياة العامة.

والناظر في هذه الصور الكاريكاتورية يجد ما يلي :

تتحدث الصورة الأولى عن الضريبة التي فرضتها الحكومة على السيارات الجديدة، فكل من يشتري سيارة جديدة عليه أن يدفع ضريبة حسب نوع السيارة التي يشتريها، بحيث تتجاوز 10 % أحيانا من المبلغ الإجمالي. كما نلاحظ في الصورة الكاريكاتورية أن الحكومة قد تم تحويل وظيفتها إلى ما يقوم به السارق للسيارات؛ فقد تم خلع باب السيارة بالقوة وأخذ المذيع والفرار، بينما صاحب السيارة كما يبدو في الصورة مثل الشعب وهو يصرخ ويجري على بعد قائلا للحكومة بصيغة من يخاطب سارقا «رجّع لي البوسط».

نلاحظ أيضا أن اسم الحكومة قد كتب بشكل واضح على ظهر الصورة الجزئية التي تظهر سارقا قام بأخذ المذيع من السيارة، بينما في التعليق المصاحب للصورة ككل لم يكتب اسم الحكومة كاملا وإنما ورد التعليق بالصيغة الآتية :

«الحكومة تفرض ضريبة على السيارات الجديدة».

وترتبط هذه الصورة بالصورة الثانية في كونهما تعالجان موضوعا واحدا، فالصورة الأولى تتحدث عن فرض الضريبة والثانية تتحدث عن إسقاطها ولكن بطريقة ساخرة، فكما نلاحظ أنّ هنالك صخرة كبيرة هي الضريبة على شفا جدار عال يدفع هذه الصخرة شخص يرتدي بذلة سوداء وربطة عنق ويكاد لا يظهر خلف الصخرة ومع ذلك فهو يريد إسقاطها على السيارات الرابضة أسفل الجدار، ومع هذه الصورة التعليق الآتي :

«النواب يريدون إسقاط الضريبة على السيارات !».

وهكذا توجد علاقات حميمة بين الكلمة والصورة. لقد استطاع الكاريكاتوري في الصورتين أن يعبر بأسلوب جريء عما يشغل الإنسان/

الشعب المتضرر من الضريبة، من الداخل ويضع يده على الجرح ويعبر مكانه عما يحس ويشعر به ولكن لم يستطع صياغته والتعبير عنه وهنا يكمن الإبداع، إذ الفنان هو من يستطيع التعبير عن التجربة الفردية أو الجماعية في قالب فني أيًا كان، المهم هو أن يتسلل بذلك إلى دواخل المتلقي وشواغله ويقبض على اللحظة الحاسمة فيها .

فنواب الأمة في الصورة الثانية كأنهم يعدون الفئة الاجتماعية من الشعب المعنية بدفع الضريبة بأن يسقطوها عنها، ولكن هذه الفئة لا تثق بهم، لأن خطابهم مزدوج وغير واضح ويريد كما نقول في المثل الشعبي الجزائري : «أن يحكم العصا من الوسط» ، بل وأكثر من ذلك فهو خطاب تضليلي يحتمل وجهين، وجه للشعب ووجه للحكومة وذلك ما يدل عليه الملفوظ : «إسقاط الضريبة على السيارات» ، إنها "على" وليس "عن" ، مما يعني أن إسقاط الضريبة قد يعني إثباتها أيضا . إن "على" في هذه الصورة الكاريكاتورية وفي هذه الصياغة اللغوية من التعابير المحيلة على الأمكنة والمسارات في اللغة العربية، في «إطار قالب المعرفة اللغوية بتركيبه وصواتته وبنيته الدلالية التصويرية، على الخصوص، التي تُعنى، من بين ما تعنى به، بنية الأوضاع (Situation) (أحداثا وأعمالا وحالات)، وبالوظائف الدلالية أو الأدوار التي تقوم بها مكوناتها»³¹.

إن اختيار الكلمات في الصورتين يعني اختيار موقف الكاريكاتوري ومتلقي الكاريكاتير وبخاصة الطبقة المعنية بالموضوع، مما يدل على أن الصورة هي أيضا موقف.

لقد أتقن الكاريكاتوري تشريح الواقع بطريقة عبثية، استطاع من خلالها إنطالق الرغبة وتفجير المكبوت وتلبية رغبة المواطن في النقد والانتقاد ومخاطبة ما في مخياله. وبهذا يمكن أن نقول إن الصورة الكاريكاتورية من الناحية النفسية تمثل عملية للتطهير.

لا تكفي الأوصاف اللغوية وحدها لإدراك ما في الكاريكاتير من أسرار وخفايا، لأن الصورة الكاريكاتورية معطى بصري بالدرجة الأولى تدرك بالرؤية وبالرؤيا معا، بالعين وبالذهن في آن واحد. فالعين ترى شكلا منسجما والذهن يدرك هذا الشكل بتفعيل وظائفه العليا من ذكاء وذاكرة وانتباه وتخيل..

ومن بين الفوائد العلمية جليلة القدر التي قدمتها العلوم المعرفية في ما يتعلق ببنية الذهن/ الدماغ المعرفية -كما جاء عند محمد غاليم- أن الذهن/ الدماغ البشري يتأسس على مجموعة من الأنساق أو القوالب أو الملكات المعرفية يتم من خلالها تحليل أنماط المعلومات المختلفة وترميزها، تشكل في مجموعها العدة الإحصائية التي تضمن بلورة العمليات المعرفية ومردوديتها وتضافرها في تكوين تصور موحد للعالم لدى الإنسان. فهندسة الذهن الوظيفية قائمة على مثل هذه الملكات المعرفية المتميزة التي تمتلك كل واحدة منها بنيتها الخاصة ومبادئها التوعية، وليس على مبادئ أحادية (أو موحدة) للتعلم والتلاؤم والتمثل والتجريد والاستقراء والاستراتيجيات المختلفة، تنطبق على منبهات مختلفة لإنتاج معرفتنا بسلوك الأشياء في العالم³².

بناء على هذا فإن إدراك ما في الصورة الكاريكاتورية بصفة عامة وفي هاتين الصورتين موضوع الدراسة بصفة خاصة، يكون بالنظر إلى تفاعل هذه الأنساق المعرفية على مستوى الذهن بما في ذلك النسق اللغوي مع ما توفره المعطيات البصرية الكامنة في الصورة ككل.

«إن كل إدراك هو كل شامل، فالذات تدرك الشكل (Gestalt) كمجموعة مبنية لا فاصل بين عناصرها، الأمر الذي يظهر بوضوح في ألعاب الخدع (Les jeux d'erreurs) حيث يتم عرض شكلين أو صورتين تدركان في تماسكهما ولكن بعض عناصرهما المكونة تبرز اختلافا ما،

هذه الاختلافات لا يمكن أن تدرك وترصد إلا عبر مجهود انتباهي ومسح بصري منظم...»³³.

هكذا تبدأ عملية الإدراك من خلال الحواس وتحويل عالم الأشياء إلى عالم الإحساسات ثم تتحول الأشياء إلى مدركات (Perceptions) فيتحول الحس إلى إدراك نتيجة الوعي بالذات الذي هو أيضا وعي بالحياة، ولما كان ذلك كذلك فإن الإدراك الحسي ينتقل من مستوى الصورة الحسية إلى الانفعالات والمشاعر والأحاسيس، وتتحول إلى دوافع وبواعث شعورية، مما يعني أن الصورة الحسية ليست معرفية فحسب، بل هي أيضا عملية لارتباطها بعالم الإرادة³⁴.

ربما لهذا كله؛ للطاقة الإبداعية الخلاقة الكامنة في الكاريكاتير قيل : الصورة الساخرة تُغني عن المقال المكتوب.

أما الصورة الكاريكاتورية الثالثة وهي لناجي العلي، فتعالج موضوعا معروفا في الخطاب العربي يتمثل في الخلافات العربية، فكما يبدو من الصورة هناك عربيان يتجادلان بشأن معادلة حسابية بسيطة، فأحدهما يعد $5=2+2$ ، والثاني يعد $3=2+2$ فكلاهما على خطأ أمام أنظار ما يمكن أن أسميه شاهد الحال الذي يحضر دائما في رسومات ناجي العلي الكاريكاتورية، فهو شاهد على حال كل شيء، وهنا شاهد على الخلافات العربية.

تظهر لنا الصورة الرجلين العربيين برأسين حليقين كبيرين يدلان على ضخامتهما الجسمية وعلى ما يتمتعان به من راحة ورفاهية ومكانة، غير أنهما بالرغم من هذا يختلفان في معادلة بسيطة يعرفها كل الناس وما بالنا بالذين يختلفون في المسائل البسيطة هل يستطيعون حل المسائل الكبيرة؟

لقد استطاع ناجي العلي في هذه الصورة وفي كل صوره وكما جاء على لسانه هو نفسه، أن ينشر الحياة دائما على الحبال وفي الهواء، وفي الشوارع العامة، وأن يقبض على الحياة أينما وجدها لينقلها إلى أسطح

الدنيا حيث لا مجال لترميم فجواتها وتستير عوراتها³⁵.
ويغلب على فضاء الصورة اللون الأسود يبدو من خلاله الرجلان كأنهما معلمان كل واحد منهما يكتب على السبورة معادلته الخاطئة وينتصر لها، وبذلك فهما خاطئان يعلمان الخطأ.
إن السواد الغالب على فضاء الصورة في مقابل البياض يمثل -برأيي- الرؤيا للمستقبل التي يتميز بها الرجلان بما يرمزان له، وهي رؤيا مضنية بل مظلمة، آفاق سيورتها غامضة بل معتمة منعدمة.
يتعلق هذا بما يسمى في العلوم المعرفية بـ «القلب المعرفية» بـ «القلب البصري» الذي بنى على عدد من القوالب الفرعية المستقلة، كل واحد منها يختص بمظهر بصري معين، كالحجم واللون والعلاقات الفضائية³⁶.
إن الإدراك البصري لهذه الصورة الكاريكاتورية بما فيها من معطيات تتعلق بالشخصين وتركيبتهما الفيزيولوجية وباللون الأسود وبالخطأ في حساب المعادلة... يستدعي الربط بمعطيات إدراكية أخرى مثل الذاكرة والأنشطة الشعورية والوعي والتمثيل. الأمر الذي يصير معه الإدراك نوعا من التذكر الذي يفعل فيه اللاشعور أحيانا، وكذا العوامل الاجتماعية الثقافية أحيانا أخرى، إذ لا يمكن إنكار الوسط الثقافي والإثني في الإدراك³⁷.
ونذهب إلى أن المتلقي العربي لهذه الصورة الكاريكاتورية وغيرها أيضا، سيتذكر حتما كثيرا من الخلافات العربية عن كثير من القضايا المتنوعة في السياسة والثقافة والاقتصاد والإعلام والتربية... وفي كل ما له بعد استراتيجي وسيتذكر إلى جانب هذا كثيرا من الآلام التي عاناها الشعب العربي والتي سببتها هذه الخلافات الدائمة.
وأما الصورة الرابعة لناجي العلي أيضا فتعالج موضوعا من موضوعات الساعة في العالم العربي وفي غيره وله صلة بالموضوع الأول الذي أشرنا إليه في الصورة السابقة، ويتمثل هذا الموضوع في مفهوم أساسي هو

الإرهاب والمقاومة كما يريد أن يرسخه الخطاب الغربي وبخاصة أمريكا وإسرائيل وحتى الخطاب العربي أحيانا .

«ولذلك فإن الرصاصة التي رفضت أن تنطلق باتجاه المخيمات وأن تشارك في الاقتتال الفلسطيني أو القتال الطائفي أو في حرب الخليج مطاردة من كل البنادق بتهمة الإرهاب».

إن أهم ما نستخلصه من هذه الصورة ومن التعليق الذي صاحبها هو أن ناجي العلي قد قدم نعتا لمحتوى الخطاب السياسي الغربي والعربي في آن واحد، وكيف حدد مفهوم الإرهاب، فقبل 11 سبتمبر 2001 كان مفهوم الإرهاب يعني معاني محددة ولكن بعد التاريخ المذكور صار يعني معاني أخرى. وللأسف الشديد تعامل معها الخطاب العربي في معظمه بالطريقة نفسها التي تعامل معها الخطاب الغربي وبخاصة الأمريكي، من ذلك أن المقاومة والدفاع عن النفس تعد إرهابا .

وهكذا يتحقق في الصورة الكاريكاتورية المثل القائل: صورة واحدة تساوي ألف كلمة، وهنالك من يقول صورة واحدة تساوي مليون كلمة³⁸. أو كما قال ريجيس دوبري (Régis Debray) في كتابه "حياة الصورة وموتها" (vie et mort de l'image) «الصورة رمزية غير أنها لا تمتلك الخصائص الدلالية للغة، إنها طفولة العلامة، ولا يخفى أن هذه الأصالة تمنحها قدرة على الإيصال لا مثيل لها...»³⁹ وبالإضافة إلى ذلك فإن الصورة لها طابع اختزالي، فما تقوله الصورة الكاريكاتورية هذه يلخص تاريخا مأساويا، وواقعا مرّا في لقطة واحدة مركزة وذلك كونها مرئية «يحكمها قانون أن ترى يعني أن تختصر»⁴⁰. وإذا استوفى الاختصار شروطه عدّ بلاغة وحقق من الناحية التداولية نفع الاختصار، ولذلك يمكن أن نتحدث عن بلاغة الصورة بصفة عامة وبلاغة الكاريكاتير بصفة خاصة، بل بلاغة ناجي العلي التي اغتيل من أجلها .

بقى أن نشير، في نهاية هذه الدراسة، إشارة سريعة إلى نوع آخر من الصور الإعلامية يحتاج في تحليله ودراسته إلى موضوع مستقل بنفسه بل إلى موضوعات، وهو المتمثل في الصورة التلفزيونية التي هي عبارة عن ميكروفيلم تتفاعل فيه المعطيات البصرية بالمعطيات السمعية، يعرض حقائق صادقة عن قضايا أو موضوعات مختلفة إما محليا أو دوليا، ويكشف المستور ويبلغ المتلقي بالأخبار ساخنة حيّة فورية، يراها بأم عينيه كما هي عبر نشرات الأخبار بصفة خاصة والمراسلات والتحقيقات الميدانية التي يجريها الصحفيون والمصورون في مكان الحدث. وكثيرا ما تسبب هذه المعلومات والحقائق حرجا لجهة ما أو سلطة فتسعى إلى منعها من البث مهما تكن الوسيلة المستعملة في ذلك، إلى الدرجة التي يسجن فيها الصحفي أو المصور أو يقتل، كما لاحظنا في السنوات الأخيرة، وذلك يعني أن الصورة غير محايدة غالبا.

الإحالات

- 1- محمد الماكري، الشكل والخطاب: مدخل لتحليل ظاهراتي، المركز الثقافي العربي، ط1، بيروت، 1991، ص 06.
- 2- انظر عز الدين نجيب، ندوة مجلة فصول عن ثقافة الصورة، مجلة فصول، عدد 62، سنة 2003، ص 107.
- 3- الصناعات الثقافية هي كل الأجهزة المادية والطاقات البشرية التي تجسم الآثار الفنية والإبداعية والنتائج الثقافية في صورتها المحسوسة فتتسخها أو تنشرها أو توزعها حسب مقاييس صناعية وتجارية لغاية تنمية وتطوير الثقافة، وتستند هذه الصناعات على صناعات تحتية كبيرة صناعية واقتصادية. انظر للمزيد من التفاصيل، الحبيب الإمام، صناعة الثقافة والاحتكار العالمي، مجلة العربي، العدد 434، جانفي 1995، ص 31 وما بعدها.
- 4- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، رقم 265، 2001، ص 344.

الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية

- 5- أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ط1، 2002، ص 110.
- 6- انظر، بشير إبرير استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية، اليرموك، إربد، الأردن، 2008، المجلد 1، ص 230 وما بعدها.
- 7- انظر حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، مجلة فصول، عدد 62، سنة 2003، ص 26/27.
- 8- انظر إيريت روغوف، دراسة الثقافة البصرية، ترجمة شاكر عبد الحميد، مجلة فصول، عدد 62، 2003، ص 164 وما بعدها.
- 9- جريدة الشروق، العدد 2369، الأحد 2008/08/03، الصفحة الأولى، الواجهة.
- 10- جريدة الشروق، العدد نفسه بالنسبة للصورة الكاريكاتورية رقم 01، والعدد رقم 2374 يوم الأحد 10 أوت 2008 بالنسبة للصورة رقم 02.
- 11- ناجي العلي، www.nadjialai.net
- 12- انظر العياشي السنوني، مبادئ النقد السيميائي للنص الشعري المادح، المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع، قسم اللغة العربية، إربد، الأردن، 2008، ج 1، ص 1061.
- 13- جان كلود دومينجوز، المقاربة السيميائية، ترجمة جمال بالعربي، مجلة بحوث سيميائية، العدد 3 و4 جوان - ديسمبر 2007، مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية، الجزائر.
- 14- انظر المرجع نفسه، ص 46.
- 15- انظر سعيد بن كراد، السيميائيات وموضوعها، مجلة بحوث سيميائية عدد 3 و4 جوان- ديسمبر 2007، ص 179.
- 16- انظر جان كلود دومينجوز، المقاربة السيميائية، ترجمة جمال بالعربي، مجلة بحوث سيميائية، العدد 3-4، ص 41.
- 17- انظر محمد الماكري، الشكل والخطاب، مدخل لتحليل ظاهراتي، ص 39.
- 18- انظر المرجع نفسه، ص 48 وما بعدها.
- 19- المرجع نفسه، ص 49.
- 20- انظر أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ص 134 وما بعدها.

- 21- انظر نسيمه البطريق، الدلالة والسينما والتلفزيون في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2004، ص 232.
- 22- أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة، ص 152.
- 23- انظر المرجع السابق، ص 150.
- 24- المرجع السابق، ص 65.
- 25- نفسه، ص 71/72.
- 26- نفسه، ص 75.
- 27- المرجع السابق، ص 137.
- 28- انظر محمد شكري سلام، ثورة الإعلام والاتصال من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا (نحو رؤية نقدية)، مجلة عالم الفكر، المجلد 32، العدد 1، يوليو-سبتمبر 2003، ص 115.
- 29- انظر، جريدة الخبر يوم الأربعاء 1999/03/17، العدد 2507، الصفحة 19.
- 30- المرجع السابق.
- 31- محمد غاليم، اللغة والأجناس الأدبية في السياق المعرفي، ضمن أعمال المؤتمر الثاني عشر في النقد، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية اليرموك، إربد، الأردن، 2008، المجلد الثاني، ص 514.
- 32- انظر المرجع نفسه، ص 510/509.
- 33- انظر محمد الماكري، الشكل والخطاب مدخل لتحليل ظاهراتي، ص 19.
- 34- انظر حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، فصول، عدد 62، سنة 2003، ص 23.
- 35- انظر فيصل حسين طحيمر غوادرة، تداخل الأدب مع الفنون الأخرى، اليرموك، أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، المجلد الثاني، ص 109.
- 36- محمد غاليم، اللغو والأجناس الأدبية في السياق المعرفي، ص 510.
- 37- انظر محمد الماكري، الشكل والخطاب، ص 29.
- 38- انظر هدى وصفي، ندوة فصول عن ثقافة الصورة، العدد 62، 2003، ص 100-101.
- 39- محمد العبد، الصورة والثقافة والاتصال، مجلة فصول، عدد 32، 2003، ص 133.
- 40- المرجع نفسه، ص 133.