

الوظيفة الاتصالية للصورة الصحفية

م.م عادل هاشم محسن

قسم الإعلام / الجامعة المستنصرية

ملخص البحث

تتمتع الصورة بمكانة هامة وبارزة بين وسائل الاتصال وخاصة في عصرنا الحالي الذي سمي "عصر الصورة"، فهي تستمد قوة تأثيرها في الصحافة المقرؤة بفضل عناصرها ويوصفها علامة مباشرة تنقل معلومات وإخباراً وتوثق أحداثاً ومواقف إلى قطاعات واسعة من القراء، فتسهم في التأثير في اتجاهات الرأي العام، حيث ان إيقاع هيمنتها على حياتنا المعاصرة وتوجيهها لأهم استراتيجيات التواصل الإنساني يجعلانها بؤرة إنتاج المعنى في الثقافة المعاصرة.

ويأتي هذا البحث لبيان الوظيفة الاتصالية للصورة الصحفية والتي تسعى الى التأثير على المتلقي وإقناعه بأهداف الفاعل الاتصالي وما يعبر عنه من مواقف سياسية وإيديولوجية ومؤسسية، مع توضيح دورها في تأدية الوظائف الصحفية بدءاً بالإعلام والإخبار ومروراً بتقديم المعلومات وجوانب شرح الوقائع وتفسير مسارها، وحتى التعليم والتسلية والإمتاع الذهني والإعلان، وذلك من خلال تفكيك بنية الصورة عبر أداء وظيفتها الاتصالية.

Abstract

Photography plays a major role in media especially in our age which often called the "age of photography". Photos usually gain their power in the printed press as they help in communicating a large part of the delivered news. Photos usually have more effect on public opinions directing its trends; in addition to their role in shaping modern culture.

The present paper explores the communicative function of photos presented in the printed media which aims at persuading the reader or the viewer of the message of the reporter, his attitudes and beliefs. Moreover, the paper clarifies the role of photos in press, news up to presenting information and explanations. This is to be done through trying a structural analysis to the photo and its communicative function.

تعد الصورة من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الإنسان عبر عصوره المختلفة ، فهي أولى مفردات اللغة البصرية ، كونها مخزونة في عقل الإنسان الباطني ، ومحفورة في خياله ، ومصبوبة في تجاربه الذاتية ، معبرة عن مكنوناته ورغباته فهي تمثل وعيه الأول .

وعبر التاريخ الإنساني كان لها دور أساسي في تعليم الإنسان والمحافظة على خبراته وتجاربه الحياتية ، إذ عرفها في مرحلة سابقة من تطور اللغة ، فأضحت من الأدوات الشائعة لديه والتي تعبر عن الكلمات والجمل في اللغة .

ومع بداية تبلور الوعي لدى الإنسان ، بدأ حضور الصورة بشكل فاعل مجسدة تآلفه مع الطبيعة ، إذ استعان بها مع تطور قدراته الترميزية ليس فقط كي يخلد حضارته ويُسعر الآخر بوجوده ، بل كان نوعاً من الإسقاط في أحاسيسه نحو الجهل بالطبيعة وحبه لموجوداتها التي قربها لنفسه بشكل يقترب إلى الصورة ، وبذلك بدأت الصورة ملحقاً لأفكاره المترامية وتمنياته على إنها معادل ما نحو ما يريد استدعائه ، من مكان أو أدوات أو شخص .

” وهكذا تمكنت الحضارات الأولى بعد زمن غير محدد من التواصل الشفاهي بين البشر من التأسيس للغة علاماتيّة مدونة ، استخدمت فيها الصورة كإشارة لغوية للتعبير عن المفاهيم الضرورية في ثقافة المكان والزمان . ولعلّ اللغة المسمارية في وادي الرافدين واللغة الهيروغليفية في مصر الفرعونية هي اللغة الصورية الأولى ، عندما كانت الصورة هي الدال الممكن على المدلول الحائر .” (١)

ويبدو ان الاهتمام بمجال الصورة كان حاضراً عبر العصور على اختلاف ثقافة الشعوب وأدواتهم في التفكير والتصوير معا ، إذ لا توجد فترة في تاريخ الإنسان خالية من إنتاج الصور أو التفكير بالصورة ، إذ لم تغب الصورة عن تعبير هذه المجتمعات عن ذاتها ، وتركت لنا المجتمعات الإنسانية البدائية الصور المختلفة التي تعبر عن حياتها محفورة في الصخر أو مصبوبة في التماثيل أو غير ذلك . (٢)

ومن منظور تاريخي يتضح لنا أن الصورة حظيت بسبق كبير عن الكتابة ، حيث كان للعصر الحجري القديم صور السحرية في غياب لوجود الكتابة ، إذ لم تكن الكتابة في البداية إلا رسماً بيانياً وهو ما تشهد عليه الحضارة الصينية ، وحتى بعد ظهور الكتابة - التي كانت حكرًا على طبقة محظوظة - ظلت الصور تنمو بكيفية مزدهرة . (٣)

الصورة (تأثيل المصطلح) :

لقد وردت كلمة صورة في المعاجم العربية ، إذ جاء في لسان العرب (صور .. في أسماء الله تعالى المصور وهو الذي صور جميع الموجودات ورتبها فأعطى كل شيء منها صورة خاصة وهيئة مفردة تتميز بها على اختلافها وكثرتها ، والجمع صورٌ وصُورٌ وصُورٌ وقد صَوَّرَهُ

فَنصَوْرَ ، والصَوْر ب كسر الصاد لغة في الصَوْر جمع صورة ، وتَصَوْرْتُ الشيء توهمت صورته فتصوّر لي والتصاوِير التَّمَاثِيلُ) . (٤) ولعل هذا المعنى الأخير ساهم في تدني وانحسار مكانة الصورة في الثقافة العربية ، فهي غير مستحبة في الإسلام كونها تذكر بالآخر وتخلده ومن ثم تغدو سلطتها تضاهي وتنافس الصورة الغيبية للخالق التي يراد لها أن تستحوذ على المخيلة الروحية للمؤمن .

ويضيف صاحب (المصباح المنير) بان (الصُّورَةُ التَّمَثَالُ وَجَمَعُهَا صَوْرٌ مِثْلُ غُرْفَةٍ وَغُرْفٍ وَتَصَوْرْتُ الشيء مَثَلْتُ صُورَتَهُ وشكلُهُ في الذهنِ فَتَصَوَّرَ هو) . (٥)

وجاء في المعجم الوسيط ” (صَوْرَةٌ) : جَعَلَ لَهُ صُورَةً مجسّمة ، وفي التنزيل العزيز (هُوَ الَّذِي يُصَوِّرُكُمْ فِي الْأَرْحَامِ كَيْفَ يَشَاءُ) . وصور الشيء أو الشخص : رسمه على الورق أو الحائط ونحوهما بالقلم أو الفرجون أو بآلة التصوير . ” (٦)

أما في (الموسوعة العربية الميسرة) ” صورة ، في البصريّات ، تشابه أو تطابق للجسم ينتج عندما تنعكس الأشعة الضوئية المنبعثة من ذلك الجسم من مرآة أو عندما تنكسر تلك الأشعة في عدسة ” (٧) وهو تعريف فيزيقي للصورة حيث يبدو انه مأخوذ من المعاجم الأجنبية . ففي قاموس (وبستر) جاءت كلمة صورة (image) ، ” تشبيه فيزيائي أو تمثيل عن شخص أو حيوان أو شيء قد يكون مصوراً أو رسوماً أو منحوتاً بشكل مرئي ، نسخة بصرية أو المظهر الخاص بشيء كما يظهر معكوساً في المرآة ، انعكاس عدسة العين أو مرور الإشعاعات الضوئية من خلال ثقب ، تمثيل عقلي أو ذهني أو فكرة ، نسخة أو شبيه ، صورة في الذهن أو تخيل . ” (٨)

وتمتد كلمة صورة image بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة icon ، والتي تشير إلى التشابه والتمثيل والمحاكاة ، فترجمت إلى imago في اللاتينية ، و image في الانكليزية ، والمقصود منها كل تمثيل مصور مرتبط بالموضوع الممثل عن طريق التشابه المنظوري ، فأصلها الاشتقاقي يحيل على فكرة النسخ والمشابهة والتمثيل . ولقد لعبت هذه الكلمة ودلالاتها دوراً مهماً في فلسفة أفلاطون ، وكذلك في تأسيس كثير من أنظمة التمثيل أو التمثيل representation للأفكار والنشاطات في الغرب .

كما أن معظم الاستخدامات القديمة والحديثة لهذا المصطلح تدور حول المعنى نفسه ، ومن ثم توجد معاني متقاربة وربما مترادفة مع هذا المعنى في مجال الاستخدام السيكولوجي ، مثل :التشابه ، النسخ ، إعادة الإنتاج ، الصورة الأخرى . (٩) وبذلك نجد بان الذاكرة المصطلحية للصورة ومرجعياتها التاريخية والمعرفية ترجعناها إلى مصطلحي المشابهة والمماثلة . يعرف ” روبيرت ” Rebert الصورة بأنها إعادة إنتاج طبق الأصل أو تمثيل مشابه لكائن أو شي . وبعبارة أخرى أن فلسفة إنتاج الصورة هي كل تقليد تمثيلي مجسد أو تعبير بصري معاد

، فهي معطى حسي للعضو البصري حسب "Fulchigmoni" أي إدراك مباشر للعالم الخارجي في مظهره المضيء ، (١٠) يتطابق فيه الدال مع المدل ول إلى حد كبير في علاقة تماثلية . والصورة كعلامة ليست إلا "وسيطاً حافلاً بالرموز والدلالات والأنساق والمعاني وهي في ثباتها تجمل جزئية مكانية بمعنى انها مفردة في سياق التتابع كأنها كلمة في سياقات الجمل التي تفصح عن طبيعة المكان " . (١١)

وتعتمد الصورة كعلامة دالة سيميائياً حسب رؤية (يلمسليف) على منظومة ثلاثية من العلاقات بين الأطراف التالية : مادة التعبير وهي الألوان والمسافات ، وأشكال التعبير وهي التكوينات التصويرية للأشياء والأشخاص ، ومضمون التعبير وهو يشمل المحتوى الثقافي للصورة من ناحية وأبنيته الدلالية المشكلة لهذا المضمون من ناحية أخرى .

وفي الأدبيات العربية تعودنا أن نفهم من كلمة الصورة دلالتها الحقيقية والمجازية في الآن ذاته ، فهي الشكل البصري المتعين بمقدار ما هي المتخيل الذهني الذي تثيره العبارات اللغوية . غير أن العمليات التكوينية للصور لا تخرج في جملتها عن الاختيار من الواقع المنظور ، واستخدام العناصر المشكلة للصورة ، وتركيبها في نسق منتظم ينتج دلالة ما . (١٢) لقد أصبحت الصورة الفوتوغرافية تعرف على أنها تصوير ضوئي للواقع وليس الواقع ذاته ، فهي تشبه الواقع في شكله الظاهري ، وإذا ما حللنا كلمة فوتوغرافيا ، نجدها جاءت من أصل لاتيني (اغريقي) حيث تتكون من مقطعين الأول (Photo) ومعناه ضوء والثاني (graphos) ومعناه كتابة ويعني المصطلح كاملاً (الكتابة أو الرسم بالضوء) . وبذلك أصبحت كلمة (Photo) التعبير المختصر لعملية إنتاج الصور الفوتوغرافية (Photograph) والعديد من الناس يدعونها (pictures) ، إما في التصوير الفوتوغرافي الرقمي فان مصطلح (images) قد حل محل المصطلح القديم . وهذا المصطلح يمكن أن يقصد به (التصور) وهو المصطلح الأقدم في الاستخدام والأكثر شيوعاً في العلوم الإنسانية حتى عام ١٩٢٢ . (١٣)

الصورة الصحفية :

لقد تغير موقع الصورة ومكانتها عبر التاريخ ، إذ كانت تتمتع بطابعها السحري ، كما يدل على ذلك اشتقاق اسمها ، (imagerie , image) ، إلى اكتسابها الطابع المقدس في العصر القديم بعد أن خدمت الديانات فزينت بها المعابد والكنائس ، ثم تحولت إلى مادة موجهة للنخبة (الفئة الارستقراطية في المجتمع) ، تزين بها أماكن إقامتها إلى غاية القرن الثامن عشر ، ثم اكتسبت الصورة الطابع الشعبي بعد انتشار التعليم والقراءة في المجتمع ، خاصة بعد اكتشاف وسائل إعادة إنتاجها بشكل جماهيري .

ولعل اختراع الصورة الفوتوغرافية قد غير موقع الصورة من ناحيتي الاستعمال والاستهلاك، فهي لم تعد تستهلك بنفس الطريقة التي كانت تستهلك بها اللوحات الزيتية والرسوم ، إذ دفعت بالصورة لتساهم في نقل الأحداث (الصورة الناقلة للأحداث والمنتجة للتحقيق الصحفي) ، وعمت الصورة استعمال البورتري ، الذي كان مقتصرًا على الفن التشكيلي (اللوحات الزيتية) الموجهة إلى النخبة في المجتمع .(١٤)

لم تتعدد الصور الأولى التي ظهرت في الصحف كونها رسوماً يدوية تطبع من قطع خشبية حفرت عليها الرسوم ، وظلت هذه الطريقة متبعة حتى قرب نهاية القرن التاسع عشر ، وتعد صحيفة " أخبار الأسبوع " الانكليزية أول من استخدم هذه الطريقة عام ١٦٣٨ م، مع موضوع عن حريق شب في جزيرة سانت مايكل .

وقد حدث تطور مهم في طبع الصور عندما استخدمت الصحف طريقة الحفر المعدني " الزنكغراف " في عمل لوحاتها ، غير ان الصور التي طبعت بهذه الطريقة كانت في أول الأمر عبارة عن رسوم هيكلية تتكون من خطوط واضحة ترسم بالقلم ، أما الصور الفوتوغرافية أو اللوحات المائية ذات الظلال فلم يكن يمكن نقلها بهذه الطريقة التي تقوم على أساس إبراز خطوط الأشكال وحدها ، بل كان لا بد من نقل خطوطها بالقلم قبل حفرها .(١٥)

واستمر استخدام الصورة (الفوتوغرافية) في مجال الصحافة على هذا الحال إلى أن تمكن " ستيفن هورجان " رئيس قسم التصوير بصحيفة "ديلي غراف " الأمريكية ، من استخدام طريقة التدرج الظلي في نقل الصور الفوتوغرافية عن أصلها على طبقة من الزنك ، وقد نشرت هذه الصحيفة أول صورة تستخدم فيها هذه الطريقة في العدد الصادر يوم ٤ من شهر آذار عام ١٨٨٠ م ، وكانت الصورة منظرًا على الطبيعة لمكان يدعى " شانتي تاون " بمدينة نيويورك.(١٦)

لقد شكل القرن الثامن عشر منعطفًا أساسياً في تاريخ الطباعة بحيث أتاحت هذه الأخيرة إمكانية النشر الجماهيري ، لذا يعد ظهور الصور المطبوعة مرحلة مهمة جداً في تاريخ البشرية حيث زالت الحواجز بين الطبقات المحظوظة وبين الشعب من جهة ، وبين المعرفة والجهل وبين الغنى والفقر من جهة أخرى .

أما القرن التاسع عشر فقد عرف ميلاد الإعلان ، كما فقدت الصورة مظهرها المقدس وباتت مألوفة ، وتميزت سنة ١٨٩٣ بميلاد آلة التصوير حيث سمحت لأول مرة في التاريخ بإمكانية النسخ الميكانيكي للواقع .(١٧)

ومنذ مطلع القرن العشرين أصبحت الصور عنصراً أساسياً مكملاً للمادة المكتوبة في الصحف بعد أن اتضحت أهميتها في الإعلام وتشويق القارئ والترويج للصحيفة ، وساعد على

إرساء قواعد الصورة في الصحف نشأة وكالات المواد الصحفية في ذلك الوقت ونموها السريع ، فقد زودت هذه الوكالات الصحف بحاجتها من المواد المصورة في مختلف جهات العالم .(١٨) ولقد شهد التصوير الصحفي كفن ، تطورت كبيرة نقلته من المرحلة الجمالية - كفن جميل - لا يهتم فيه الفنان إلا بالشكل والتكوين الفني ، إلى المرحلة الإعلامية - كفن تطبيقي وظيفي - يهتم بالقيم الإخبارية والصحفية في الفترة من سنة ١٩٢٥ - ١٩٣٠ .

وخلال نصف القرن العشرين تطور فن التصوير الصحفي تطوراً كبيراً ، نتيجة التوسع الكبير في استخدام الصور في الصحافة ، فبعد أن كانت الصورة الصحفية جامعة لمواضيع ساكنة ، وتنسم بالجمود والتنصنع والافتعال وتفنقر إلى الحركة والواقعية ، أصبحت صوراً متحركة للأحداث ، وطراً تغير في محتوى الصحف من حيث عدد الصور وحجمها وطبيعتها.(١٩)

ومع بداية التحول التاريخي الحديث في عالم التقنيات دخلت الصورة عصراً جديداً بكل ما تعنيه هذه الكلمة من معان ، حيث ارتبطت بعالم التقنيات المتقدمة فأصبحت تعوض في عالم الأرقام سواء كانت ثابتة أم متحركة .(٢٠)

لقد تطورت عملية إنتاج الصور الفوتوغرافية تبعا لما أفرزته التقنيات الحديثة ، حيث أصبح الاعتماد تاماً على الحاسبات الآلية في هذا المجال ، والتي تنقل الصور الفوتوغرافية المراد استخدامها إلى ذاكرة الحاسبات الآلية عبر أجهزة المسح ، ثم تتم معالجتها إنتاجياً بصورة آلية تامة دون تدخل بشري .

كما تمكنت الصحف الحديثة من استقبال الصور إلكترونياً عبر وسيط الصور (Picture Net) المتصل بشبكة الصحيفة حيث تتلقى الصحف الصور من وكالات الأنباء التي تشترك فيها من مواقع الأحداث بشكل مباشر ، بحيث تظهر على شاشات الاستقبال بمراكز الصحف ، موضحاً عليها المعلومات الخاصة بالحدث ليتم اختيار ما تحتاجه الصحف منها(٢١)

كذلك ساهم استخدام الكاميرات الرقمية بما تملكه من إمكانيات واسعة في تطور الصورة الصحفية ، إذ لم يقف التصوير الرقمي عند حدود بل هو في تطور مستمر مع تقدم العصر ، ففي كل يوم تظهر تقنيات رقمية جديدة تعمل على رفع مستواه التنفيذي للصورة لما يحويه من امتيازات نوعية واختصار بالوقت والجهد ، الأمر الذي جعل هذه التقنيات تأخذ حيزاً واسعاً في المؤسسات الصحفية ، وتفرض نفسها على عمل جميع المصورين في العالم .(٢٢)

وبذلك نجد بان الصورة استطاعت أن تفرض حضورها كعنصر أساسي وفاعل لا يقل أهمية عن الخبر أو المقال أو التعليق ، إذ أصبحت جزءاً ومكوناً أساسياً من مقومات العملية الإعلامية والصحفية ، يلفت نظر القارئ ويشده إلى قراءة الصحيفة أو المجلة .

تعريف الصورة الصحفية :

تعد الصورة الإعلامية (الفوتوغرافية) ، تسجيلاً حياً وواقعياً وتاريخياً للحياة العابرة ، فما يسجل في لحظة قد يكون خالداً إلى فترة من الزمن ، وقد يكون دليلاً وشاهداً على العديد من الأحداث التي تمر بسرعة البرق ، ولا يمكن للذاكرة أن تعود بتفاصيلها كما تفعل عدسة المصور الذي يتمتع بخاصية العين الثالثة وهي الكاميرا ليصطاد اللحظات الهاربة من الزمن ليوثقها فوق الشريط الفيلمي زماناً ومكاناً . إنها شذرات من المكان والزمان ، اعتقال لحظة أو فعل قصد تخليده ، مثلما هي لحظة الفعل .. فعل الرؤية أو التفكير أو الحلم حيث تشكل موضع توتر بين الفضاء والزمن .. الفضاء الفيزيائي ذي البعدين أو الثلاثة أبعاد ، والفضاء الذهني ذي البعد المجهول . (٢٣)

ان الصورة الفوتوغرافية هي أداة مهمة وفاعلة في تحقيق التخابط بين البشر ، كونها تستطيع أن تعكس واقع الإنسان الفيزيائي نفسه بكل مصداقية ، وان تسجل الشيء نفسه في لحظته الزمنية الراهنة وتنقذه من الضياع لكي يبقى حاضراً في ذاكرة الإنسان كقرد وجماعة . ويقول احد أساتذة الإعلام بأن الصورة الصحفية (هي التقرير الواقعي الذي يعده المصور الصحفي في أرفع شكل من أشكال الصحافة المصورة ، وقد صارت الصورة تقريراً مصوراً صادقاً عن أوضاع البشر) . (٢٤)

ويعرف (محمود أدهم) الصورة الصحفية بأنها ” الصورة ذات المضمون الحالي المهم ، الواضح وال جذاب ، المعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية ، عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق ، أو المناسبات المختلفة المتصلة غالباً بمادة تحريرية معينة ، وتنتشر على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولقت الأنظار ، وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع وزيادة التوزيع ، وكمعلم وركيزة إخراجية .. والتي تلتقطها عدسة مصور بطريقة تعكس حساً فنياً اتصالياً وفهماً لوظيفتها ، وغالباً ما تكون إخبارية أو تسجيلية أو تفسيرية ، أو جمالية أو وثائقية ” . (٢٥)

أهمية الصورة الصحفية :

تتمتع الصور بمكان بارز وأهمية واضحة على صفحات الجرائد والمجلات ، حيث لا يكتمل البناء العام لهما إلا بوجودها ، فهي عنصر هام في الصحافة الحديثة ، إذ يندر وجود صحيفة اليوم دون الاستعانة بالصور النابضة بالحياة ، فالفن الصحفي الحديث قد أصبح فناً بصرياً يعتمد على الصور والرسوم ، وأصبحت الصور (الفوتوغرافية) في الجريدة أو المجلة ، تلعب دوراً هاماً في تحقيق أهداف الصحافة في هذا العصر الذي سمي بعصر ” حضارة الصورة

" وتسوده لغة بصرية جديدة نشأت نتيجة للتقدم التقني في وسائل الاتصال ، وأصبح الرأي العام القارئ والمشاهد يطالب بالصورة كأساس للإعلام الحديث ، ولم يعد يقنع بمجرد وصف لفظي لحدث أو اجتماع أو موقف وإنما يود أن يرى هذه الأشياء بعينه ، وهو الآن يطالب بالتقارير المصورة في معظم وسائل الإعلام ولمختلف المواضيع .(٢٦)

واليوم وفي ظل هيمنة خطاب الصورة كان لا بد لنا من القول " أن التفكير دون صورة مستحيل " كما يقول أرسطو ، فالصورة ليست بين الشؤم في هذا العالم بقدر أحداثه ، فلها كل الحق أن تهيمن ما دام مضمونها يتسع ويتسع ليشمل كل شيء ، أنها لا تكف عن التدفق والحضور والتوالد بشكل ربما سيثير السخرية من الكلمات .(٢٧)

لقد أوضحت الصور الفوتوغرافية المبتوثة عبر وسائل الإعلام هي الأكثر عمقاً وقدرة على تفجير الدلالات والرؤى لدى المتلقي ، باعتبارها لغة الخطاب الثقافي في عالمنا المعاصر ، حيث تكون الصورة مرسلًا قادرًا على تجسيد ما تعجز الألفاظ عن تحقيقه أحياناً ، فيما غابت الكلمات وطغى حضور الصورة بكل تنويعاتها وأشكالها ، لتخاطب ذهن المتلقي وترسل له إشارات وشيفرات ذهنية ونفسية ، يستقبلها العقل والإحساس ، وبذلك تحولت الصور إلى دوال لها سطوتها التي تلقي بها على ذهن المتلقي وتشكل رؤيته الفكرية والعاطفية .(٢٨)

ويجتذب خطاب الصورة وعي ولا وعي الإنسان بجُل طاقته إلى التفاعل مع هذا الخطاب الذي أدرك سحر العلاقة بالصورة . لقد أصبح للصورة حضور طِاغ في حياتنا اليومية ، ذلك ان مشاهدة الصورة تمكن المشاهد من استعادة زمن الصورة وذاكرة المشهد ، وهو أمر يروق للنفس الإنسانية في رغبتها إلى استعادة الزمن ، أو إلى مشاهدة الصورة بغية استعادة ذاكرتها . فالصورة ، كما وصفها أوليفر ويندل هولمز ، (مرآة ذات ذاكرة) .(٢٩)

لقد بلغت الصورة من الانتشار والهيمنة أن أصبحت الوحدة الأساسية التي تُسوق على نحو جماهيري واسع ، وتلعب عبر ذلك الدور نفسه الذي كانت تلعبه الكلمة لا سيما ان الصورة لا تحتاج إلى اطلاعات لغوية من طرف المتلقي للتواصل مع منطوقها وخطابها وبنائها المعرفي، فهي تمتلك صفة تجاوز الحواجز اللغوية ، اذ انها تبدو كأنها خطاب ناجز مكتمل بنفسه ، إضافة إلى إنها تتعامل فوراً مع الأحاسيس والمشاعر والانفعالات والعواطف ، ومن ثم تقود لعدة عمليات عقلية للإدراك . (٣٠)

وتتدخل الصورة بقوة وكثافة في إنتاج وعي المتلقي ، من دون أن يطلب أو يدري ، فهي تعدي علينا فعلاً ، إذ إنها تقتحم إحساسنا الوجداني ، وتتدخل في تكويننا العقلي بل إنها تتحكم في قراراتنا الاقتصادية ، كما تمتعنا متعةً من نوع جديد وبالغة التأثير تماماً مثلما تدير ردود فعلنا السياسية ، والاجتماعية ، وتؤثر في توجهاتنا الفكرية والثقافية .(٣١)

وبذلك تحولت المجتمعات المعاصرة إلى مجتمعات مشهد ، بحسب تعبير المنظر الفرنسي (غي ديبور) فأصبحت الصورة جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية وفهمنا لما يدور في العالم من حولنا . (٣٢)

وهذا الطغيان للصورة دفع المفكر الفرنسي (ريجيس دوبري) أن يؤكد على أننا أصبحنا معرضين لفقدان البصر من كثرة الصور التي نشاهدها . (٣٣)

لقد قيل الكثير حول أهمية الصورة ، منها القول الشائع والذي ينسب إلى كونفوشيوس حكيم الصين قبل الميلاد (٥٥١-٤٧٩) عندما قال (أن ألف كلمة لا يمكن أن تتحدث ببلاغة كما تتحدث صورة واحدة) ويتردد هذا القول اختصاراً في أن الصورة تعادل ألف كلمة .

ويشير الكتاب الروائي ايفان تورجينيف في روايته (آباء وأبناء) ، (إن الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب إن يقول في ١٠٠ صفحة) . (٣٤)

وحول تطور أهمية الصورة في الصحافة الحديثة يقول فرنسيس هنري تايلور (لقد دخل حيز الوجود أدب بصري لم يسبق له مثيل ، يقرأ فيه الناس الصور كما لم يفعلوا من قبل منذ مئات السنين ، تاركين بذلك للألفاظ واجب نقل الأفكار المجردة غير القابلة للانتقال في أشكال مرسومة) . (٣٥)

ويرى روبرت جيلام سكوت (ان الصور تمثل مرئية يمكننا من خلالها أن نسجل بصدق ما لنا من خبرات داخلية أو خارجية عن عالم لا نستطيع التعبير عنه) . (٣٦)

واليوم تحتل الصورة في المطبوعات مكاناً أساسياً في عملية توضيح أفكار الكاتب ومعلوماته، وتوصيلها إلى القارئ بعد أن كان استخدامها وقتاً ما للزخرفة أو للتجميل فحسب ، وبالتالي فقد أصبحت الصور مواد أساسية من مواد الصحيفة الحديثة ، ولم تعد عنصراً جمالياً فقط بل عنصراً إعلامياً وظيفياً ، وأصبحت الصورة تعبر عن الأفكار والآراء ، كما تعبر عن الأخبار والأحداث ، بل إنها من اكبر أدوات الإرشاد والتوجيه . (٣٧)

ويمكن القول بأن الصورة لغة عالمية عظيمة الأثر ، ومن هنا تأتي أهميتها في مجالنا الصحفي ، مما يستوجب أن نوليها عناية خاصة وفائقة ، لأنها تأتي من خلال الواقع وتكتسب خصوصيتها وتفردتها ، فالعناصر التي توضع أمام عدسة آلة التصوير وتسجلها كالتشخصية والمكان والحدث تدخلنا معها وتجعلنا نعيش حالتها ووضعها ودلالاتها .

وتساعد الصورة الصحفية في تعميق الرسالة الصحفية ، وأحياناً تكون بديلاً عن كلماتها ، لما تحمله من دلالات تعبيرية وجمالية وسيكولوجية ورمزية تعجز الكلمة عن إيصالها ، فالصورة لغة تمتاز بالمرونة والرمزية وأداة للتفاهم وحقيقة واقعية كونها أداة فائقة للتصور الحقيقي لأنها تفرض على أعيننا الحقيقة وبذلك يكون شكلها ومضمونها من الناحية العملية ملتصقين مع بعض أي يكمل أحدهما الآخر . (٣٨)

وتلعب الصورة في الإعلام دوراً خطيراً إلى حد بعيد ، لأنها تتحول أحياناً إلى وثيقة على أصحابها ، ومهما نجحت الكلمة في أن تكون وثيقة ، فإن الصورة تبقى الوثيقة الدامغة التي تحسم الجدل حول بعض الوقائع أحياناً . أي أن الصورة هي بمثابة شاهد العيان لإمكاناتها الكبيرة في التعبير ، وإن موضوعيتها تجعلنا نصدق ما نراه ، إذ نكون ملزمين بتصديق ما هو ظاهر بالصورة الذي أصبح حاضراً أمامنا في الزمان والمكان . (٣٩)

كما تعد الصورة وسيلة إيضاح مساعدة على الفهم ، لأنها تتميز بنسق إيقوني خاص قد يجعلها تصل إلى المعنى من أقرب مرمى ، فتقدم للمتلقي خدمة مهمة جداً ، لأنها تكثف من فعل التبليغ ، وبذلك تتسلط على الحساسية المتأثرة لديه وتخاطبه بطريقة مختلفة عما 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 بفضائها البصري وما يؤثته من مكونات ، وبذلك تكون لها دلالات متجذرة في المجتمع والثقافة التي تنتمي إليهما أو تتحدث عنهما . (٤٠)

وتستخدم الصور كمؤشر عام ورئيسي للتعبير الإنساني ، حتى أصبح من الطبيعي أن يتكون لدى الناس ما يمكن أن نطلق عليه " العقلية البصرية " ، إذ برهنت الدراسات النفسية أن الإنسان يحصل على ٩٠% من معلوماته عن طريق حاسة البصر فقط . وللصورة قدرة كبيرة على محو الأمية البصرية ، حيث تساهم في إغناء ثقافة الناس البصرية من خلال معرفتهم بعادات وتقاليد الشعوب البعيدة وطبيعة حياتها .

وفي بعض الأحيان تكون الصورة أوضح من الكلمات المكتوبة ، لأنها تمتاز بطبيعتها الرمزية ، بل إن المعاني التي تعطيها قد تكون أقل قابلية للخطأ وسوء الفهم من المعاني التي تعطيها الكلمات المكتوبة . كما إن جاذبيتها تضمن إطالة التذكر للشيء الذي تعبر عنه ، وتقوي انتباه القارئ إلى النص وتساعد على فهمه وتذكره وتصديقه ، وبالتالي تشكل عنصراً مساعداً في رسوخ الموضوع في ذهن القارئ وتزيد من قوة إقناعه وتعلقه طائلاً مختاراً للموضوع نفسه . (٤١)

بالإضافة إلى إمكانية الصورة في تقديم معلومات في حيز صغير ، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أدائه ، كما تعمل على تقليل الجهد المطلوب من القارئ بذله للإحاطة بالمادة المنشورة على العكس من المادة المكتوبة التي يستدعي التأثر بها وإعمال العقل والذهن في تخيل ما تنيره من معان قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها . (٤٢)

إن العالم اليوم يشهد هيمنة واضحة وسيادة مطلقة للصورة ، لما تحمله من قيم ودلالات فكرية ومعرفية أسهمت في تشكيل الوعي والإدراك والذائقة والثقافة ، إذ أضحت الصورة أداة

- هائلة القوة في مجال الإعلام بحكم انتشارها الكبير وسلطتها الفاعلة في تحريك اتجاهات الرأي العام ، والتأثير على السياسات وتغيير مسارات الرأي والاتجاهات .
- ويتضح مما سبق بان أهمية الصورة وفعاليتها ترجع إلى ما يلي :
- قدرتها الكبيرة على عرض الواقع وإعادة صياغته وتشكيله من جديد .
- انها خطاب مكتمل ناجز يمتلك كل مقومات التأثير في المتلقي .
- سهولة إدراكها وفهمها من قبل المتلقين على اختلاف أجناسهم ومستوياتهم الثقافية .
- توفر عنصر الحالية فيها من خلال نقل الوقائع والأحداث وإيصالها إلى مختلف مناطق العالم .
- قدرتها على جعل الواقع حاضراً مرئياً ، مع القدرة على الإمساك بأدق التفاصيل .
- مصداقيتها كونها حاضرة بصرية متحققة أمام أنظار المتلقين .
- قدرتها على تخطي الحواجز الزمانية والمكانية بحيث تصل إلى ملايين المتلقين في مختلف بلدان العالم .
- توفر الجانب الجمالي فيها ، إذ يشكل بؤرة استقطاب وقوة جاذبة للاهتمام تستحوذ على المخيلة وتحقق الاقناع .
- دورها الأساسي والفاعل في تشكيل الوعي المعرفي لدى جمهور المتلقين .
- هيمنتها وسيطرتها على تفاصيل حياتنا المعاصرة بحيث أضحت نظام اتصال بين البشر .
- ومجمل القول فان الصورة اليوم هي الفاعل والمهيمن الأكبر على مجمل الإبداعات في المشهد الاتصالي المعاصر ، كونها باتت تشكل بؤرة نظام إنتاج وعي الإنسان بما حوله ، فأصبحت عبارة عن كيفية للإدراك والوعي بالواقع وتمثله والتعبير عنه .
- لذلك ستنقى الصورة من أكثر أشكال التأثير الإعلامي والاتصالي فعالية ، وهذا ما تؤيده الآراء الناتجة من دراسات علم النفس الاجتماعي وعلم الجمال .

خصائص الصورة الصحفية الناجحة :

- ترتبط الصورة الصحفية بالمصور الذي يرسم بالكاميرا لوحته المعبرة والصادقة ، إذ ينبغي أن يمتلك حس وذوق عال وذا رؤية عميقة وفلسفة خاصة ، وله خصوصية في فن التقاط الصور المعبرة والدالة ، حيث يركز على الحدث المهم ويستنبط الخاص من العام ، ويميز بين الأشكال بشكل حاد ، بهدف توصيل الأفكار والموضوعات إلى القارئ في شكل محدد .
- وهناك معايير وخصائص موضوعية للصورة الصحفية الناجحة ، تتحدد بما يلي :-

- ١- الحيوية أي بمعنى أن تكون الصورة مفعمة بالحياة والحركة ، من خلال اختيار المصور اللقطات الجديدة غير المعادة ، وزوايا مبتكرة غير تقليدية حتى لا ينتاب القارئ الشعور بالركود .
- ٢- التلقائية بحيث تضيء المزيد من الحيوية على الصفحة والموضوع ، وبعيداً عن الحالة المصطنعة التي توحى بالجمود وعدم الحياة والذي يضعف من قوة تأثيرها .
- ٣- أن تحتوي على معلومة ، وان تكون وثيقة الصلة بموضوعها بحيث لا يشعر القارئ بأنها دخيلة عليه ، أي أن تضيف الجديد والهام .(٤٣)
- ٤- يجب أن تهدف إلى توصيل معنى معين إلى القارئ ، إذ أن قيمتها ترجع إلى ما تنثريه في نفس القارئ من قيم عقلية ومعنوية وعاطفية وأدبية عميقة .
- ٥- الاهتمام بالجانب الإنساني ، فاللمسة الإنسانية تزيد كثيراً من مكانة الصورة ، وتحولها إلى شيء عظيم القيمة ، قوي الدلالة ، يحرك مشاعر القارئ ويثير اهتمامه ويغريه بالقراءة والاطلاع على تفاصيل الخبر أو الموضوع . (٤٤)
- ٦- تفاصيل الصورة لا بد أن تؤكد وتعبّر عن الفكرة الأساسية والمحورية للموضوع المراد نقله إلى القراء ، مع الابتعاد عن التفاصيل التي تشتت الذهن .
- ٧- أن يكون للصورة هدف من وجودها ، بحيث يشعر القارئ بان اختيارها مدروس وليس بغرض سد الفراغ في الصفحات .
- ٨- أن تمتاز بالخاصية التركيبية ، أي ترتيب التفاصيل بحيث تسهم في إبراز المعنى المحوري للصورة .
- ٩- الوضوح بحيث ينفى معه أي شك للقارئ في المعنى المقصود للصورة .
- ١٠- الدقة والمباشرة من خلال واقعيتها وصدقها .
- ١١- الانسجام التام مع شخصية ونوع الصحيفة ، ومع الهدف المطلوب تحقيقه ، أي ان تكون متفقة مع سياسة الصحيفة .
- ١٢- التكامل مع النص بحيث لا يكون هناك نوع من التناقض بين النص والصورة .(٤٥)

أنواع الصور الصحفية :

تقسم الصور الصحفية وفقاً لمضامينها إلى الأنواع الآتية :

١- الصورة الخبرية :

تعد الصورة الخبرية المادة التالية للمضمون الإخباري التحريري ، من ناحية أهميتها وسيطرتها ، وامتدادها على صفحات الجرائد والمجلات ، بل ومن حيث اعتبارها أهم وأبرز أنواع الصور الصحفية بشكل عام .

وتتضح أهميتها كونها تؤدي معظم وظائف الصحافة بدءاً بالإعلام ومروراً بتقديم المعلومات وجوانب شرح الوقائع وتفسير مسارها ، وحتى التعليم والتسلية والإمتاع الذهني .
وتقدم الصور الخبرية خدمات إخبارية متكاملة بحيث تستقل في هذا الجانب مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات التي تشرح بعض المعاني غير الظاهرة فيها . وهذا النوع من الصور يعطي القارئ متمات الخبر ولا يجعله يستفسر عن صحة ما ورد فيه من معلومات (٤٦).

٢- صور الموضوعات :

وهي تلك الصور التي تجسد موضوعاً ما ، وتعبر عنه وقت حدوثه أو بعده ، توقف القارئ وتعلمه بالموضوع ، وتتفاوت الموضوعات التي تعبر عنها هذه الصور ، فهي تشمل على الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وغيرها ، وتمتاز صور الموضوعات بكثرتها في الصحيفة لما تبرزه من تفاصيل عديدة حول الموضوعات التي تصاحبها .

ومن أنواع هذه الصور ، تلك التي ترافق التحقيقات الصحفية ، والتي تقدم الدليل القاطع على ما هو مكتوب ضمن التحقيق الصحفي ، وهي لا ترتبط بتوقيت أو حدث إخباري عاجل بل ترتبط فقط بموضوعها الصحفي . (٤٧)

٣- الصور الشخصية :

وهي التي تمثل شخصية محور الموضوع ، وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية ما ، سواء أكانت هذه الشخصية مهمة أم لا ، وينبغي أن تتمتع بالحركة والحيوية .
ويستخدم هذا النوع من الصور في الأحاديث الصحفية في كثير من الأحيان ، لتوضيح حدث أو موقف ، أو لإبراز وتقديم جانب من شخصية ، أو لحظة في تطور حدث ، أو جانب غير منظور ، أو غير ملاحظ في تطور أو في ظاهرة ما ، وبذلك تكون المهمة الأساسية للصورة هي دعم النص المكتوب ، وإعطاؤه المزيد من عناصر (الديناميكية) والفعالية وقوة التأثير . (٤٨)

٤- الصور الجمالية والفنية :

وتنتشر بهدف عرض الإبداع الفني والجمالي للمصور ، وذلك في اختياره لتكوينات معينة ، وتوظيف لغة الشكل في الصورة ، ولا تتضمن أية قيمة إخبارية ، وهي لا تنتشر عادة في الصفحات التي يغلب عليها المادة الخبرية إلا في حالات نادرة ، حيث لا تتوفر المواد الصحفية لملء الصفحة أو حين يتخذها المخرج وسيلة للتجميل . (٤٩)

٥- الصورة الإعلانية :

وهي الصور التي تستخدم في دعم المضامين الإعلانية المنشورة في الصحف ، إذ تعبر عن المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسة للإعلان ، ويمكن أن تعبر عن أشخاص أو سلع ، كما أنها قد توضح حالات الاستخدام الخاصة بهذه السلع .

وتستخدم الصور في الإعلان بغرض إبراز الفكرة الرئيسية وتسهيل الجهد المبذول من جانب المعلن إليه في فهم الإعلان ودفعه إلى تصديقه ، بحيث تضيف على السلعة جواً من الواقعية ، وتساهم مساهمة فعالة في زيادة تقبل القارئ للرسالة الإعلانية . (٥٠)

وظائف الصورة الصحفية :

لقد تزايدت مكانة الصورة في الوسائل الاتصالية المطبوعة ، إذ أصبحت الركيزة الأساسية في نقل المعرفة والترفيه والإعلام والثقافة والترفيه ، فهي أداة وموضوع كل هذه المواد ، وهذا ما أثر في شكل التعامل معها ، وكيفية إدراكها وطرق توظيفها .

وهناك عدة وظائف تؤديها الصورة في الصحافة ، يمكن أجمالها بما يلي :

أولاً - الوظيفة السايكولوجية :

تجيب الصورة عن حاجة سايكولوجية لدى الإنسان ، من خلال مناجاة ومحاكاة الحاجات البصرية الدفينة ، خاصة وان الإنسان مدفوع دائماً بنوازعه الداخلية الخبيثة . كذلك تسد بعض المتطلبات العقلية والنفسية ، إذ يمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون إلى النوع البصري وتقويتها ، بإضافة صورة إلى النص الإعلامي ، فمعظمهم القراء تسيطر عليهم - إن لم تمتلكهم - العقلية المصورة .

كما تساعد الصورة الصحفية على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام حول مسألة معينة ، من خلال ما تقدمه من وسائل مؤثرة في رواية (خبر) ما ، أو عرض (موضوع) في شكل لا تستطيع الكلمات وحدها . (٥١)

ثانياً - الوظيفة التيبوغرافية :

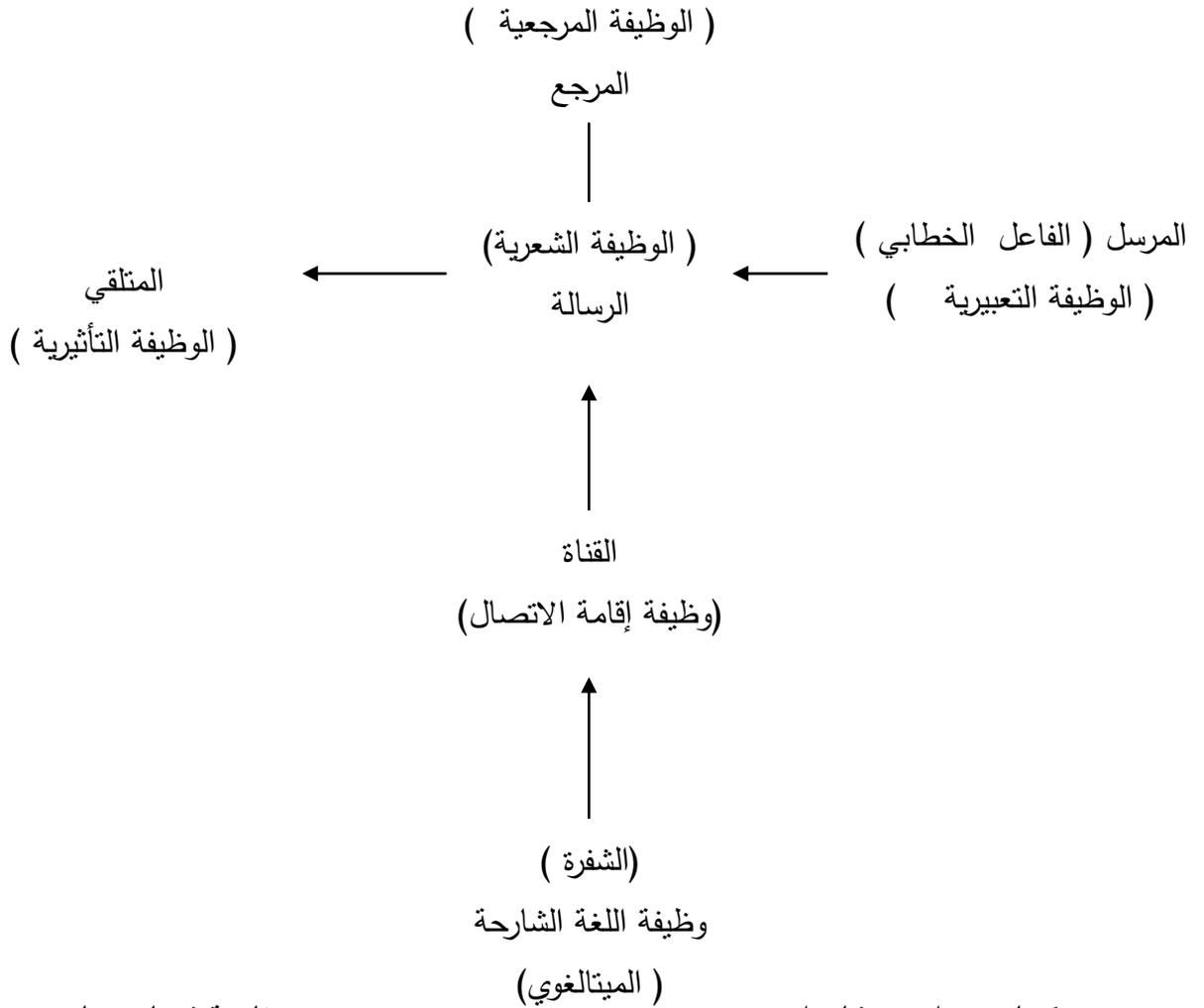
وتتجلى فضائية الصورة بكونها أهم العناصر (التيبوغرافية) التي يركز عليها مخرج الصحيفة في بناء الصفحة وتحقيق شخصية محددة للصفحة وللصحيفة ، باختيار حجمها وموقعها من الصفحة ، الأمر الذي يؤثر على الطبيعة الإخراجية ذاتها ، فهي تستخدم للفصل بين العناوين ، ولتنشيط أركان الصفحة ، وإضفاء الجاذبية على شكلها ، ولفت انتباه القارئ إلى موضوع معين ، بالفصل بين موضوع وآخر ، والدلالة السريعة على موضوع آخر ، وتوجيه حركة العين وفقاً لما تتطلبه طبيعة الأخبار والموضوعات المنشورة عليها ، كما انها تضيف على الصفحة حركة حيوية بما تقوم به مع العناوين من كسر حدة السطور الرمادية الباهتة للمتن ، وما تضيفه من رتابة وجمود ، كذلك فان الفضاء الصوري يمارس عملية توزيع العناصر التيبوغرافية المختلفة الأخرى لإيجاد الإحساس عند المتلقي بثناء الصفحة ، وكثرة أو زيادة الكم الموجود من عناصرها ومحتواها كله . (٥٢)

ثالثاً : الوظيفة التوثيقية :

تتضح أهمية الصورة المطبوعة الثابتة في هذا الجانب لخدمة إحدى وظائف الصحافة الحديثة وهي التوثيق ، ذلك أن القيمة الوثائقية للصورة تكمن في قدرتها على عزل لحظة من الزمن وتجميد الحركة بكل انطباعاتها الظاهرة وتسجيلها في حياد كامل .(٥٣) رابعاً: الوظيفة الاتصالية للصورة :

الوظيفة حسب مفهوم (يلمسليف) ، تقوم على متغيرين أساسيين ، وتبعاً لذلك فإن الوظيفة الاتصالية للصورة ، تستند إلى الصورة وتواصليتها ، حيث تحدد مقصدية الفاعل الخطابى (المرسل) بنية الرسالة (الصورة) ومدى ارتباطيتها باللسان اللغوي ، ومن ثم فإن الوظيفة الاتصالية للصورة تعني اداء مقصدية الفاعل الخطابى من الفعل الاتصالي إعلماً أو تثقيفاً، أو تعليماً أوصياغة لنظام القيم السلوكية التي تتدرج ضمن إطار اللسان ، وكل ذلك يتم عبر استبدالية فجوة الصورة ما بين الواقع الموضوعي والواقع الذي يسعى الفاعل إلى ترسيخه لدى المتلقي عبر إيقنة خيال المتلقي بما يفرض عليه من شكل أو صورة محددة تمثل خيال المرسل واختياراته . وتتجلى عملية التأثير من خلال آليات نفسيين هما (الاسقاط) و (التماهي) اللذان يعملان على تغيير العلاقة مع الواقع ، إذ لعملية التماهي قدرة كبيرة على الإقناع ، حيث يجد المتلقي نفسه (متكيفاً لرغبات الصورة مع إزالة مؤقتة للذات وتمجيد لما يحمله موضوع الصورة).(٥٤)

ولكي نوضح طبيعة الوظيفة الاتصالية للصورة ، فإن انموذج (رومان ياكبسون) الذي وضعه في ستينات القرن الماضي ، أهم النماذج التي يمكن أن توضح آليات اشتغال الصورة اتصالياً ، وهو تطوير هام لانموذج (ويفر وكلود شانون) الذي وضعه عالم الاتصالات الأمريكي (كلود شانون) عام ١٩٤٨ بغية تحسين مردودية الاتصالات البرقية بعيداً عن التشويش الذي يصاحب أشارات المورس ، وهذا الانموذج الرياضي شهد تحسناً على يد زميله العالم (ويفر) . بإضافة (رجع الصدى) إلى الانموذج في تواصل خطي ، وتتجلى أهمية انموذج (ياكوبسن) بتحديد ست وظائف أساسية لعناصر الاتصال وهي (التعبيرية والمرجعية والتأثيرية وإقامة الاتصال والميتالغوية والشعرية) والتي تتصل ب (المرسل ، والمرجع النصي ، والمتلقي والقناة والشفرات والرسالة)، والترسيمة الآتية تمثل عناصر الاتصال والوظائف التي تؤديها (٥٥)



وكما هو واضح فإن ارتب . . . بنسب متفاوتة فيما بينها ينتج الوظائف الست لهذه العملية ، وهو ارتباط مقترن بأهداف الاتصال ، إذ ان الغرض الذي نهتم له كفاعلين خطابيين يتحكم في طبيعة وتقسيم الوظائف وتحديدها ، (٥٦) ومن خلالها سنبين الوظيفة الاتصالية للصورة تبعاً لذلك :

١- الوظيفة التعبيرية :

ان النص سواء أكان مكتوباً حيث تختفي نبرات الصوت والإشارات والحركات الإيمائية ، أو مرئياً حيث يتوافر كل ذلك بالإضافة إلى اللغة مكتوبة أم منطوقة ، كما هو الحال في الصورة التلفازية والسينمائية ، أو تكون صورة ساكنة لوحدها أم بمصاحبة اللغة كما هو الحال في الصورة الصحفية ، فانها في كل الأحوال تمثل نصاً وخطاباً ، يسعى إلى أن يقدم للمتلقي أفكاراً معينة تتسم بالنسبية تبعاً لطبيعة المرجع ، ويحاول المرسل أي الفاعل الخطابي وهو هنا أيضاً لا ينحصر بالمصور الذي قام بالتقاط الصورة وإنما أيضاً بحراس البوابة الذين يحددون طبيعة الصورة كرسالة من جانب حسب مقصديتهم وما يستدعيه ذلك من الحاجة إلى التدعيم بنص مكتوب يمارس عملية (الترسخ والتدعيم) لخطاب الصورة .

وكما يرى (رولان بارت) فان (دور الفاعل الخطابي في تحقيق قصدية الخطاب الصوري، من خلال (وظيفة التقوية) ، إذ يقوم (العنصر المقوي) سواء أكان كلاماً حوارياً أو تعليقاً أو كتابة داخل إطار الصورة ، بتوجيه المتلقي بمعنى معين من المعاني التي تحملها الصورة، أي تقوية أو تركيز عناصر الخطاب التي يريد الفاعل الخطابي تمريره، دون أن يعني ذلك ضعف الصورة سواء من حيث دلالتها أو أشكالها . فوظيفة النص المصاحب (كلام ، كتابة) ، تتمثل هنا في قيادة المتلقي إلى فهم وضبط معاني الرسالة الدعائية حتى لا يبتعد المتلقي عن أهدافها ، فهي وظيفة مراقبة الرسالة والحفاظ على فاعليتها في أداء الفضاء الصوري لوظائفه الدعائية). (٥٧) وكل ذلك يخضع لسلطة الخطاب الصوري والإيديولوجيات القابعة خلقه والمعبرة عن سياسات النشر وأهدافها .

وبعبارة أخرى ان الفاعل الخطابي هنا ليس منتج الخطاب الرسمي والإيديولوجي دائماً ، وإنما القائم بعملية إعادة إنتاج الخطاب تحت نمط خطابي محدد هو (الصورة الصحفية) المتضمنة لمفاهيم وقيم يسعى إلى ترسيخها وتحويلها إلى قناعات في وعي المتلقي المستهدف وهو هنا أفراد الجمهور ، وبالتالي فهي جزء لا يتجزأ من عملية واسعة يقوم بها الخطاب السياسي والإيديولوجي ، ومن ثم فان الوظيفة التعبيرية في جوهرها (وظيفة انفعالية) تتكيف فيها لغة النص لتتخذ من الفاعل مرتكزاً لها بشكل مباشر من دون سواء ومشيرة بالتالي إلى موقفه مما يتحدث عنه ، فتقدم انطباع عن موقف أو انفعال معين صادق أو خادع، وهو ما يحدد طبيعة العلائق بين الرسالة والمرسل .

٢- الوظيفة المرجعية :

وتتمركز على المرجع النصي ، حيث تتناسب المعلومات المنقولة بين المرسل والمتلقي أي بين طرفي التواصل الأساسيين ، على ما هو مشترك ومتفق عليه من قبلهما ، وهو المبرر لقيام عملية الاتصال برمتها ، لذا لا ريب أن يؤكد (بييرغيرو) (انها قاعدة كل اتصال لأنها تستكشف العلائق القائمة بين (الرسالة) وموضوع ترجع إليه ، إذ ان المسألة الأساسية تكمن في صياغة موضوعية لمعلومات صحيحة عن المرجع يمكن ملاحظتها والتدقيق في صحتها) (٥٨) من قبل طرفي التواصل عبر تطبيق إجراءات تأسيس محددة وفق بروتوكول مقبول بالإجماع ، ونتيجة وجود إمكان متاح لأي كان من اجل متابعة هذا التطبيق متى عن له ذلك. (٥٩)

ان مرجعية الصورة ترتبط بالمخيل الاجتماعي المشترك ، وإدراك هذا المخيال أي ان الصورة كعلامة ترتبط بالانتماء الحضاري والثقافي والاجتماعي السياسي والإيديولوجي ، وهي متحركات لا بد من التشارك بها وإلا فقدت قدرتها في التواصل باختلاف المرجعية ذاتها ، إذ ان صورة لطقس ديني اسلامي أو بوذي أو مسيحي قد لا تكون مفهومة لدى متلقي ينتمي إلى

ديانة أخرى ، لغياب المرجعية ، فصورة لمصلين في الحرم المكي ربما لا تمتلك التأثير ذاته أو تحقيق تواصلًا جيدًا مع آخر من ديانة أخرى ، مثلما هو الحال مع صورة (للصليب) فإنها لا تمتلك التأثيرات ذاتها لدى أصحاب الديانة الواحدة ، وذلك لان الصورة كعلامة تنتمي إلى نظام سوسيو - ثقافي معين ، وهذا ما يحتم على الفاعل الخطابي صياغة التعليقات المصاحبة وفقاً لهذا النظام ، وهو ما نجده بوضوح في الإعلانات الصورية ، حيث تراعى التقاليد والانتماءات الحضارية في الإعلان عن هذا المنتج سواء بتغيير الصورة الإعلانية أو بتغيير التعليق المصاحب لها ، فالإعلان عن عطر (ميليزيا) المشهور ، يرتبط في الصحف الغربية بإيحاءات جنسية بالنسبة للتعليق ، فيما يقدم في الصحف العربية بطريقة محتشمة بعيدة عن الإيحاء الجنسي الصارخ ، وهذا ما جعل من عملية نقل الإعلانات بالنسبة لمنتجات الشركات العابرة للقارات ، قضية حيوية ومهمة في أخذ مرجعية الصورة بالنسبة للصور الإعلانية التي تقدمها عن منتجاتها .

٣- وظيفة اللغة الشارحة (الميتالغوي) :

تتعلق هذه الوظيفة بقاعدة أساسية ، وهي التمييز بين مستويين أساسيين للغة هما اللغة والموضوع ، أي اللغة المتحدثة التي تمثل العلامات في تجسيدها الصوتي أو الكتابي أو الشكلي واللغة الواصفة أي اللغة المتحدثة عن نفسها وهي اللغة الشارحة (الميتالغوي) ، وبالنسبة للصورة فالنص والرسالة البصرية يمكن أن يتعالقا (ميتا لغوياً) ، وكل ذلك يعتمد على وحدة (التفسير) وعلى عملية توضيح منظومة التفسير من خلال اللغة وإدراكها ، ووحدة الإدراك هنا بالنسبة للمرسل والمتلقي صحيح أنها تقوم على نقل الواقع الموضوعي إلى واقع مؤيقن ، فان عملية النقل ليست عملية آلية ، وإنما تقف ورائها كما أسلفنا محددات سلطة الخطاب بمختلف مستوياتها ، وبالتالي فان هذا يتطلب المعرفة السياقية للصورة سواء أكان سياقاً سوسيو ثقافي أو إيديولوجي ، ومعرفة معجمية الإشارات التي تتضمنها الصورة ، ومن ثم فان اللغة الشارحة أن كانت تمثل محاولة للإسهام في قراءة الصورة ، فان الصورة تقوم بالمهمة ذاتها في مساعدتنا على قراءة النص وتصديقه والاقتناع به أي أن العملية هنا هي عملية معكوسة أيضاً.

أذن ان الوظيفة الميتالغوية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات قراءة الصورة من قبل المتلقي ومدى توافق مدركاته مع مدركات المرسل وفقاً لسنن أو شفرات مشتركة ، حيث تتم قراءة الصورة أو فهمها على ثلاثة مستويات هي : (٦٠)

١- المستوى الأول :

وهو مستوى الكليات ، ويحيط فيه الإنسان بمحتويات الصور بشكل عام .

٢- المستوى الثاني:

هو مستوى الجزئيات ، يحاول فيه الإنسان تبين ملامح أجزاء الصورة وصفات كل جزء منها . وقد يلاحظ وجود تشابه بين بعض هذه الأجزاء وأشياء أو عناصر أخرى قد شاهدها من قبل .

٣- المستوى الثالث :

يحاول فيه الإنسان تفسير الصورة وتأويلها ، وذلك بالنظر إلى عناصرها بشكل أدق محاولاً فهمها والربط بينها بحيث تبدو مفهومة ولها معنى تتفاعل معه .

ويتوقف أثر الصورة على مستقبل الرسالة الإعلامية وقدرته على استيعاب مغزاها وفهم أبعادها والقدرة على تأويلها وفك رموزها بدقة وبطريقة سليمة ، وهي عملية تتأثر بتجربته السابقة وخلفيته الثقافية وإطاره المرجعي عن الوسيلة والمعلومات التي تضمنتها واهتمامه الذاتي بهذا النوع من أدوات الاتصال الجماهيري.

ومن هنا فان فهم الصورة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافة الفرد ، شأنه في ذلك شأن فهم اللغة اللفظية ، فعلى قدر خبرات الفرد يكون استعداداه لتفهم مضامين الصور (الفوتوغرافية) التي تعرض عليه وعمق تفسيره لها ، ويتعبير آخر فان المعنى الذي تثيره الصورة في ذهن الإنسان ليس موجوداً كاملاً وبالضبط في الصورة ، بل يكون جزء منه في الشخص المشاهد لها ، وان الصورة بما تحويه من مكونات ما هي إلا مثير بصري يستدعي هذه المعاني ويرتبها.(٦١) ويرى ميتز (Metz)، بأن هناك ضرورة لمد الجسور بين أنماط الاتصال على تباينها ، ذلك ان الصورة في تصوره لا تشكل إمبراطورية مستقلة بذاتها ومنطوية على نفسها وعالمها منغلقة لا يتواصل مع محيطه ، بل هي كالكلمات ، وكل الأشياء الأخرى ليس باستطاعتها الانفلات من كونها متورطة في لعبة المعنى ، فاللغة الملفوظة تمنح الصورة معنى محدداً من خلال تقليصها للمعاني التي يمكن أن تشمل عليها.(٦٢)

وعلى الرغم من أن الصورة تُعدُّ المصدر الأساس للمعلومات وعنصر الجاذبية وإثارة الاهتمام ، إلا أن الكلمة ضرورية في كثير من الأحيان لاستكمال المعلومات والمعاني وإحداث الفهم وتقريب محتوى الصورة ومضمونها للمشاهدة ، ومن هنا نشأت الحاجة إلى التعليق المصاحب للمادة المصورة بوصفه أداة تدعم المحتوى الإعلامي وتفسير ما تقدمه الصورة وتأكيداً لمعناها.(٦٣)

ويرى (ويلسون هوكس) من مجموعة لايف الأمريكية انه من الأوفق المزج بين الكلمات والصور ، فالكلمات تعطي المعلومة التي لا تتقلها الصورة ، وتوضح الصورة أعماق الكلمة والأبعاد التي لا تقدر على الوصول إليها ، ومتى مزجا فان تأثيرهما على تلقي الرسالة أفضل

وأكبر من تأثير أي منها منفردة ، وكلاهما تبرز هدف الاتصال وتدعمه وتعطي للرسالة الإعلامية تفسيراً مدعماً ينساب إلى عقل متلقي الرسالة .

ويفسر هذا التأثير المزدوج للصورة والكلمة على أن متلقي الرسالة ينظر إلى الصورة ثم يقرأ الكلمات المصاحبة فان عينيه تعملان على إدراك حاسة البصر أثناء النظر إلى الصورة ثم تتحول إلى أذن تستشعر وقع الكلمات وتمنح الصورة بعداً جديداً إلى أبعادها الأساسية . (٦٤)

وهكذا فان التعايش بين الصورة واللغة قديم وضارب بجذوره في عمق التاريخ ، وقد تعززت هذه العلاقة بتطور أشكال التواصل الجماهيري . ويذهب " بارت " إلى أن النص اللغوي الذي يحضر إلى جوار الصورة يلعب إحدى الوظيفتين التاليتين : (٦٥)

- وظيفة الترسخ (Ancrage) ، ذلك أن الصورة تتسم بالتعدد الدلالي ، أي أنها تقدم للمشاهد عدداً كبيراً من المدلولات لا ينتقي إلا بعضها ويهمل البعض الآخر . ومن ثمة فان النص اللفظي يوجه إدراك المتلقي ويقود قراءته للصورة بحيث لا يتجاوز حدوداً معينة في التأويل ، فالنص اللغوي إذن يمارس سلطة على الصورة ما دام يتحكم في قراءتها ويكبح جماحها الدلالي ، وأكثر ما تشيع هذه الوظيفة في الصور الثابتة كالصور الفوتوغرافية الصحفية والملصقات الاشهارية .

- وظيفة التدعيم (relais) وتكون حين يقوم النص اللغوي بإضافة دلالات جديدة للصورة، بحيث أن مدلولاتها تتكامل وتتصهر في إطار وحدة أكبر (قد تكون هي الحكاية في الشريط السينمائي مثلاً) ، وتندر هذه الوظيفة في الصور الثابتة ، لكنها الاشيع في الصور المتحركة كالفيلم السينمائي والتلفزي والرسوم المتحركة .

وقد تتجاوز الوظيفتان وتعايشان في الملفوظ الواحد ، عدا أن هيمنة إحداها على الأخرى لا تعدم الدلالة ، فطغيان التدعيم على الترسخ معناه أن المتلقي ملزم بمعرفة اللسان لإدراك محتوى الرسالة ، في حين أن طغيان الترسخ معناه أن الملفوظ قائم على الحشو ، وان جهل المتلقي باللغة قد لا يجرمه من استيعاب دلالة الصورة .

وإذا كانت دوال اللسان تتخذ في الرسالة طابعاً خطياً بحيث تدرك حسب نظام تحدده بنية الجملة ، فان دوال الشفرة الايقونية تنتشر في فضاء الصورة ، بحيث أن إدراك عنصر من عناصرها لا يتم قبل العناصر الأخرى ضرورة ، فالبدء بهذا العنصر عوض ذاك مسألة متروكة لاختيار المتلقي . ومن ثمة فان الرسائل اللفظية تظل سجيبة قواعد النحو والتداول خلافاً للخطاب البصري الذي لا يخضع لقواعد تركيبية صارمة ، إضافة إلى أن عناصره تدرك بشكل مترامن .

ثم ان الخطاب اللفظي يقبل التفكيك إلى عناصر يقوم المتلقي بإعادة تركيبها ليتحصل له معناها ، في حين أن خطاب الصورة تركيبية ، لا يقبل التقطيع إلى عناصر صغرى

مستقلة ، بحيث تبدو الصورة ككتلة تختزن في بنيتها دلالات لا تتجزأ ، وهو ما يكسبها طاقة ابلاغية لا تضاهي (تستطيع الشفرات البصرية أن تنتقل ١٠٧ وحدة معلوماتية (bit) في الثانية ، وان كان الإنسان لا يستطيع أن يدرك منها سوى ثمان إلى خمس وعشرين وحدة في الثانية .

ينضاف إلى هذا أن علامات اللسان تقوم على الاعتباط والمواضعة (أي العلاقة بين الدال والمرجع فيها غير معللة) في حين أن الصورة تقوم على التعليل والمشابهة . ولعل هذا ما يجعل الرسائل اللسانية شديدة التفسير على حين تبدو الصورة وكأنها نقل للواقع بكامل العضوية والطبيعية ، إلى حد أن بعض الباحثين اعتقد أنها "رسالة بدون شفرة" (٦٦).

٤ - الوظيفة الشعرية :

يقصد بالوظيفة الشعرية (العوامل التي تشكل عملية الاتصال في النص والعوامل التي تبرز تنوعاته اللغوية وتراكيبها المتعددة التي تمنحه تعددية المعنى) (٦٧) ، وتتمحور هذه الوظيفة حول الرسالة نفسها ، التي تمثل عنصراً قائماً بذاته أي (تمثل العلاقة القائمة بين الرسالة وذاتها فهي الوظيفة الجمالية بامتياز إذ أن المرجع في الفنون هو الرسالة التي تكف عن أن تكون أداة الاتصال لتصير هدفه) (٦٨) ، وهو ما يؤكد عليه (ياكوبسن) بالقول (ان الوظيفة الشعرية هي التوجه نحو الرسالة بصفقتها رسالة) (٦٩) ، وهنا لا بد من التنبيه إلى ان الوظيفة الشعرية لا يمكن اختزالها فقط في دراسة الشعر ، بل هي حاضرة في جميع الأجناس الأدبية التي تصبح فيها الرسالة هي الموضوع ، وإنما هي مجالاً لكل استعمالات اللغة ، وتشكل جزءاً من الطريقة التي تعمل بها كل لغة ، لذا فهي تكتسب أهمية زائدة في الشعارات والنصوص الإعلانية وتبرز في اختيار الكلمات وترتيبها في التعليق المصاحب للصورة ، وبالتالي فان الرسالة تمثل صيغة ايقونية أو ايقونية كتابية (تشمل مضموناً دلاليّاً يقوم المتلقي بتأويله بالاعتماد على فك شيفراتها والتركيز عليها بشكل أساسي وجعلها على محور التحليل منطلقاً منها إلى مكونات نظرية الاتصال الأخرى) (٧٠).

ان الصورة كرسالة تتحول عبر القناة الاتصالية إلى وسيط متجاوزة حدود مهمة التشخيص أو التمثيل المرئي ، فهي تستحضر العياني كي تربطه بما يتجاوزه ، فالطبيعة العلاقية والتفاعلية للصورة تخترق صورتنا وجسدنا وتعدو بذلك جزءاً مكوناً لنا بحيث تؤثر فينا من داخلنا ، ليس لأننا ننساق معها طواعية ولكن أيضاً لأنها تشتغل كضرورة لمخيلتنا وجسدنا وآلياتها الباطنة . (٧١)

وبخصوص بنية الصورة فان هناك موقفان متناقضان ، حسب تصور Thibault- laulan ، من الصورة ، فمن جهة هناك التأمل الذي يحيل على المظهر الصوري للصورة ،

وهناك من جهة أخرى الفعل الذي يركز على فهم وتشخيص وفك رموز الرسالة ، وهو الأمر الذي يحيل على مضمون الرسالة .

يتعلق الأمر في الحالة الأولى بالقراءة الاستيعابية ما هو ظاهر و باد ، وهو ما نسميه في اللسانيات بالإيحاء، أما في الحالة الثانية فإننا نتحدث عن قراءة دلالية (ما معنى هذا) وترتكز كل رسالة بصرية على عدد كبير من الرموز التي توجد بمعزل عن الرسالة ، ومجموع ذلك يكون الرسالة ، وهناك صنفان كبيران من الرموز :
أ- الرموز التخصيصية : وهي الرموز المختصة بنمط التعبير المستعمل ، مثال ذلك : " الكرة " في القصة المصورة .

ب- الرموز غير التخصيصية (غير المحددة) ، وهي الرموز الحاملة للدلالات تعدل بواسطة نمط التعبير الذي يقع عليه الاختيار ومن ثم فهي تشكل على الخصوص رموزاً " سوسيوثقافية " مثال ذلك : سيارة ، لباس ، بحيث يحيلان مباشرة على قيمة اجتماعية وثقافية .

وهكذا لا تجد دائماً الواقع في الرسالة الأيقونية ، وإنما نجد الدلالات التماثلية للواقع التي يعاد اشتغالها بواسطة الرموز التخصيصية ، وعليه يظهر معنى الرسالة الأيقونية عندما يصبح المشاهد قادراً على ترجمة الرسالة وإعادة المجهول معلوماً وجمع المعطيات البصرية ضمن معرفة موجودة سابقاً . (٧٢)

لا خلاف على أن الصورة لم تعد هوية الأشياء فحسب بل هي أيضاً البعد الأيقوني للواقع الذي يستحيل إلى بؤرة ذات قوة جاذبة تستدعي احساس المشاهد بعد أن تضعه أمام فيض من المضامين المنضوية تحت ماهية الصورة ذاتها والتي سيبدو فيها الواقع واقعاً جديداً معالماً بدقة فائقة يلعب فيها النسق الصوري دوراً بالغ الخطورة على مستوى الإبداع والخيال ، والذي هو مظهراً من بلاغية الصورة وشكلاً خارجياً لجمالية وسائل الاتصال المرئية . (٧٣)

ومع أن الصورة أحادية المعنى في محتواها المادي أو الذاتي إلا أنها فائقة المرونة لحد يثير فينا الإعجاب والدهشة ، حين تتشكل في صورة اللغة ذات النسق المنغلق الذي يمسك بشبكة من التلميحات والإحالات والإيحاءات والأفكار التي تتجاوز حدود الواقع المدرك الآني لترسم فضاءاً مورفولوجياً مفتوحاً وممتداً بكافة الاتجاهات متحرراً من قيود المكانية .

ومن خلال هذه الخاصية فهي تستطيع أن تدهشنا بقدرتها على كشف ما لا يمكن رؤيته. وفي صميم هذه الحقيقة تبدو الصورة ظاهرة منفردة تغوص إلى أعماق الواقع لتدفع بالمعاني الكامنة إلى الطبيعة الضمنية للمعرفة . (٧٤)

لكن ذلك لا يتم في استقلال عن باقي العملية الاتصالية ، إذ لا يجب الاكتفاء بخاصية الصورة الأيقونية لأننا بذلك نغلقها على نفسها بينما هي جزء من أركان مكوناتها

الاتصالية ، صحيح أن الصورة تشبه موضوعها مما يسهل قراءتها لكن خاصيتها التماثلية هذه ليست دائماً ذات قيمة للحاق بمعانٍ وأفكار تم تضبيبها أو غيابها في الصورة ، مما يضطرنا إلى البحث عن سبل أخرى لفهمها وتلمس معانيها بالاعتماد على طبيعتها الرمزية أو الاعتبارية ، وهذا يهيء إلى ولوج أقطاب أو عناصر أخرى تختلط في قصدية الصورة ووظيفتها فتؤدي إلى إخراجها من الحيز المطلق إلى الانصهار داخل نوع من العلاقات العاملة على التوصيل والاستقطاب ورد الفعل ، ولا بد لهذا أن ينجم من الحقل المنهجي للاتصال بما فيه التواصل مع أنظمة دالة تجيء اللغة في مقدمتها .(٧٥)

ويتحدد الاشتغال السيميائي على الصورة فعلياً خارج مجال التماثل ، فدلالة الصورة لا تقف حسب ج.ج. بتود (Botaud .J.z) عند حدود الاستعمال السنني ، بل انها كثيراً ما تتحول إلى نشاط إدراكي ، ومعرفي ، ورمزي ، تتجلى من خلاله التلغظات الأيقونية للصورة . ثم ان علاقات الصورة قد تكون شكلية عبر الانطباعات الإدراكية التي تتركها ، ودلالية عبر إحالتها الواقعية ، وسردية أو بلاغية تضمينية أو تداولية بوصفها خطاباً وسمة . وفي كل الأحوال هي دالة ، حتى وان كانت غامضة ، مجردة أو غير واضحة.(٧٦)

وبعبارة أخرى فان الصورة هي ليست مجرد ناقل يحاكي الواقع ليس إلا ، إذ انها ليست تماثلية إلا في شكلها العام ، إلا أنها تنتظم بالضرورة في منظومة من العلاقات المترابطة بقصديتها كما ترتبط بوظيفتها الاتصالية .(٧٧)

٥- وظيفة إقامة الاتصال :

تظهر هذه الوظيفة في الرسائل التي توظف اللغة لإقامة اتصال وتمديده وفصله ، وهي أما أن تكون على شكل كلمات أو حوارات تامة هدفها تمديد الاتصال والحفاظ عليه والتأكد من ان المتلقي ما يزال مستمراً في عملية التواصل ، كما تؤدي مهمة بارزة في كافة أشكال الاتصال المتجسدة في المجتمع من طقوس واحتفالات وأعياد وخطب وأحاديث متنوعة تعود إلى طبيعة طرفي الاتصال ، إذ تنعدم أهمية محتوى الرسالة فيها ، ويغدو وجود المرسل وانتماؤه إلى المجموعة طرفي الاتصال الأساسيين ، والمرجع هو الاتصال ذاته .(٧٨)

وفي الخطاب الصوري فان إقامة الاتصال تأخذ أشكالاً متعددة منها على سبيل المثال :
أ- ارتباط دال الصورة بمدلولية النص المصاحب (خبر ، تقرير) ، حيث يتوحد المعنى بين طرفي المدلولية في النصين ، ولا يمكن لنص أن ينفصل عن الآخر ، مما يجعل من المتلقي يتابع قراءة النص مع قراءة الصورة في (تزامنية تأويلية) .

ب- في حالة عدم قدرة دالات الصورة على إشباع حاجة المتلقي وكذلك الأمر بالنسبة للنص المصاحب ، فان المتلقي يسعى إلى فك دلالات الصورة ومتابعتها في نصوص أخرى في ذات الصفحة أو في صفحة أخرى.

٦- الوظيفة التأثيرية :

تركز هذه الوظيفة على المتلقي ، حيث تسعى من خلال اداء (الوظيفة الإقناعية) ، لإثارة انتباهه والطلب إليه بأداء عمل ما ، مثلما تسعى إلى تحديد العلائق بين الرسالة كابناء والمتلقي بغية دفعه إلى ما يسعى إليه الفاعل الخطابي ، حيث مقصدية الخطاب هي التي تحدد أهدافاً معينة تسعى للوصول إليها بالنسبة للمتلقي .

أن عملية تأثير الخطاب الصوري على المتلقي ، ترتبط بادراك المتلقي لها أولاً وآليات عملية التأويل لهذا الخطاب وفقاً لمرجعية المتلقي .

فالصورة ليست انعكاساً بسيطاً للواقع ، وتتم قراءتها بشكل مباشر ، انها على العكس من ذلك غير مستوعبة مباشرة ، بل تفرض جهداً إدراكياً وتأويلياً لا تسمح به الثقافة التقليدية بتاتاً أي ان الصورة بالفعل واقع مدرك ، إلا أننا نعرف ان الإدراك غير مستقل عن أي تأثير ثقافي ، يضاف إلى ذلك أن الإدراك نفسه مؤسس . كما أن هناك خاصية ثانية للصورة تتمثل في كونها تعمل وفق سنن أيقوني خاص بها ، وعليه تكون الصورة مرموزة بكيفية مزدوجة . ولكي نقدر القيمة الحقيقية للصورة يجب أن نستوعب أكبر قدر من المعارف التي تدخل في تقويم الأدب ، بناء على ذلك ، فان الاستقبال الصحيح لرسالة بصرية ما ، يفترض وجود رصيد اجتماعي وثقافي ومكتسبات فكرية .

عين منطقة الإدراك = البصر + جهاز عصبي + حركات العين تبئير مركز

وهكذا يظهر فهم ان دلالات الصور يتم عبر نشاطات كل من المقارنة والتقابل اللذان يعتبران أساس كل عملية الترميز وفك الترميز .

وتتميز الصورة بالغموض ما تحمل معاني متعددة ، إذ أن الرسالة التي تنقلها لا يمكن فك رموزها توتاً ، على النقيض من ذلك نجد أن الرسالة اللسانية قادرة على تحقيق تواصل خال من اللبس .

لقد وفرت السميولوجيا الأيقونية - كعلم حديث نسبياً - إمكانية دراسة الصورة في ذاتها ، حيث تركز سميولوجية الصورة على مناهج تحليل مستعارة من اللسانيات ، فهي تعتبر الصورة كنسق يحمل في نفس الوقت الدلالة والتواصل ، وعليه فإنها تعالج الصورة كنسق يمكن أن نتحكم علمياً في قوانين اشتغاله .

وهكذا يمكن أن نعتبر الصورة كالإشارة ، أي أداة تكمن وظيفتها في نقل الرسائل ، وهو ما يفترض وجود سنن تنتج بمقتضاه تلك الرسائل ، إذ أن فك رموز الرسائل يحتم امتلاك سنن وبدونه لن نتقدم بخطى حثيثة في قراءة الصورة . (٧٩)

وهناك مستويين في قراءة الصورة الفوتوغرافية :

- المستوى الأول : هو الداخل - الأيقوني بوصفه يحيل على أسلوب وإخراج معينين .
- المستوى الثاني : هو الخارج - الأيقوني ، أو ما يسميه (ايكو) بسنن التعرف .

ان رصد هذه المستويين في علاقتهما الجدلية والمتداخلة يقود إلى تحديد وجهة نظر الفاعل الفوتوغرافي ، ورؤيته للعالم ، فإذا كان المستوى الأول من القراءة يرتبط بادراك الصورة الفوتوغرافية ، وينحصر في التعامل مع ظاهرية الصورة في استقلال عن فاعلها، فان المستوى الثاني يرتبط بالتدليل أو التأويل ، أي الحديث عن قيم دلالية تعد الصورة مهذاً لها، أي تقديم الصورة من اجل التمثيل لقيمة ما أو قيم ما .

انطلاقاً من هذا المستوى ، تصبح الصورة الفوتوغرافية انبناء وليست بنية ، تدليلاً وليست دلالة فحسب حيث يتم تحديد البعد الآخر ، غير التماثلي ، وغير المحاكي للصورة ، أو الرسالة الثالثة على حد تعبير رولان بارت .

من هنا فان ممارسة التدليل في الصورة الفوتوغرافية ، وتعيين دلالاتها المتعددة ، لا يمكن أن ينجزا إلا من خلال التزود بمنظومة معرفية وبلاغية بصرية تمكنا الفعل التدليلي من اعادة تنظيم الأشياء والكائنات والمواضيع ، وترتيبها وفق ما يتطلبه التنظيم الخاص بالصورة الفوتوغرافية من جهة ، وما يشترطه السنن الثقافي العام من جهة أخرى.(٨٠)

لذلك هناك في الصورة على الأقل معنيان ، يحدد الأول ما يشير إليه الموضوعي في الصورة ، أي ما يوجد خارج العين و سابق على وجودها ، ويشير الثاني إلى سلسلة المعاني التي لا يمكن أن توجد إلا في الذات الناظرة و قدرتها على الكشف عن سياقات جديدة هي أصل التمثيل وغايته الأولى . ويتكفل المعنى الأول بوصف المعطى الظاهر من خلال سند الصورة ذاتها ، أما المعنى الثاني فهو نتاج التأليفات الجديدة التي تعد ، في واقع الأمر ، قصديات مسقطة هي في صلب النظرة وحاصلها ، ولا وجود لفواصل قطعية بين الأول والثاني (المعاني الثانية) .

ان عمل الصورة يتوقف على قدرتها على استيعاب واستعادة مجمل الأحكام والتصنيفات الاجتماعية كما هو مودعة في الأشياء والكائنات ، وبعبارة أخرى يتوقف " الغنى الدلالي " داخلها على قدرتها على الاستعانة بالخبرة الإنسانية في كل أبعادها الرمزية ، فالمعنى ليس معطى سابقاً ولا محايثاً لما يتم تمثيله في الصورة ، انه وليد ما خلفته الممارسة الإنسانية في محيطها بأشياءه وكائناته ومظاهره .

ويستمد هذا الحكم كامل مبرراته من طبيعة الإيحاء ذاته ، فالسنن الدال عليه ليس " طبيعياً " ولا " مصطنعاً ، انه تاريخي ، أو ان شئنا ، ثقافي ، فالعلامات داخله هي إيماءات ومواقف وتعابير وألوان وأثار تتمتع " بمعنى " استناداً إلى الاستعمال الاجتماعي ، لا إلى وجودها المادي .

أن ما نبحت عنه في الصورة ليس واقعاً ، فالواقع في نهاية الأمر بين أيدينا وأعيننا ، بل نبحت عن سلسلة من الدلالات التي لا يمكن الكشف عنها إلا من خلال التعرف على اللغة البصرية وطريقتها في التأليف بين الوحدات المكونة للصورة ، فللصورة مداخلها ومخارجها أيضاً ، رغم أن تنظيمها الفضائي يوهم بتزامنية في الإدراك الحسي وفي التلقني التحليلي .

وهناك من حاول الذهاب إلى ما هو أبعد من تصنيف ثنائي للمعنى ، جانب إخباري وآخر رمزي ، حيث تحدث بارت عن " معنى ثالث " ، فالوجه الأول دال على الإخبار ، وهو ما يمكن أن تلتقطه العين المبصرة خارج كل القصدات الممكنة ، وهناك الجانب الرمزي ويتعلق الأمر بمحاولة إدراج الممثل ضمن سياقات النظرة المؤولة ، ثم هناك مستوى ثالث وهو نقيض الأول ، ولكنه ينزاح عن الثاني أيضاً ، ويدل على معنى من طبيعة خاصة ، انه يختفي في جزئيات الأشياء والكائنات ، في وجوهها وهيئتها ونظراتها ، إنها عناصر تفلت من العين العادية ولا تلتقطها سوى العاشقة من العيون . (٨١)

- وهكذا نجد بان الصورة الصحفية تضطلع في الفضاء الاتصالي بالوظائف الآتية :
- ١- الوظيفة المعرفية : وذلك من خلال ما تقدمه الصورة من معلومات مصورة عبر وصف دقيق في لغة بصرية واضحة للوقائع والأحداث ، فهي تدعم النص ، وتؤكد رموزه اللفظية بما تقدمه من معانٍ إضافية تعزز الاهتمام به .
 - ٢- الوظيفة التوجيهية : فالصورة هي فضاء مفتوح على كل التأويلات ، لذا تكون مرفقة في اغلب الأحيان بتعليق لغوي يثبت من خلاله القائم بالاتصال بعضاً من أفكاره وتوجهاته.
 - ٣- الوظيفة التمثيلية : حيث تقدم لنا الصورة الأشياء والأشخاص في أبعادها وأشكالها بدقة بحكم واقعيته ، الشيء الذي تعجز عنه اللغة في كثير من الأحيان ، وبذلك تبقى المرجع الأول والأخير الذي يجد فيه النص تجسيده وتقويمه ، كونها تقدم البرهان البصري الذي يساهم في رسوخها في ذاكرة المتلقي .
 - ٤- الوظيفة الإيحائية : فالصورة عالم مفتوح لكل التأويلات والتصورات ، لذا فهي تقبل إسقاطات كل فرد على حدة وفقاً لرغباته وتجاوز اللاوعي وتوحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من مشاهد إلى آخر وهو ما يسميه (رولان بارت) بالمعنى الثالث غير المحدد .
 - ٥- الوظيفة الجمالية : تمتلك الصورة قيمة جمالية ، فهي ترمي إلى إثارة حاسة التذوق الفني والجمالي والدعوة إلى التأمل في عناصرها الدقيقة من قبل المتلقي ، وبذلك تساهم في خلق تأثير عاطفي واستجابة مقبولة من خلال شد اهتمام المتلقي وحضوره لتقبل الرسالة الاتصالية .
 - ٦- الوظيفة الدلالية : أن الوظائف السابقة الذكر تتضافر جميعها لخلق عالم دلالي معين ، وهذه الدلالة تأتي نتيجة التفكير والتأمل الذي أسسته الصورة لدى المتلقي ، حيث يعمل القائم بالاتصال على تقنين التأويل وتصريف الاهتمام إلى عالم دلالي مضبوط عن طريق ما يؤكد في النص الصوري الذي له قوانينه وبلاغته الخاصة .

هوامش ومصادر البحث :

- ١- علي ناصر كنانة ، إنتاج وإعادة إنتاج الوعي : عناصر الاستمالة والتضليل ، (كولونيا: منشورات دار الجمل، ٢٠٠٩) ، ط ١ ، ص ١٩ ، ص ٢٣ .
- ٢- ليلي شرف ، ثقافة الصورة ، (عمان :دار المجدلوي للنشر والتوزيع ،٢٠٠٨)، ص ٧-٨.
- ٣- جوديت لازار ، الصورة ، ترجمة : حميد سلاسي ، مجلة علامات ، العدد(٥)، ١٩٩٦ ، ص ١ .
- ٤- جمال الدين محمد بن مكرم الأنصاري بن منظور ، لسان العرب ، ج ٦ ، الدار المصرية للتأليف والترجمة ، ص ١٤٣-١٤٤ .
- ٥- أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير ، ج ١ ، المطبعة اليمنية ، مصر ، ص ١٦٩ .
- ٦- شعبان عبد العاطي وآخرون ، المعجم الوسيط ، مجمع اللغة العربية ، (القاهرة : مكتبة الشروق الدولية ، ٢٠٠٤) ، ط ٤ ، ص ٥٢٨ .
- ٧- محمد شفيق غريال وآخرون ، الموسوعة العربية الميسرة ، المجلد الثاني ، دار الشعب ، ١٩٨٧ ، ص ١١٣٥ .
- 8- Webster's universal college Dictionary , (New York :Random House , Inc , 1977) , P.407 .
- ٩- شاكر عبد الحميد ، عصر الصورة : السلبيات والإيجابيات ، سلسلة عالم المعرفة (٣١١) ، (الكويت : مطابع السياسة ، ٢٠٠٥) ، ص ١٧-١٨ .
- ١٠- منصور آمال ، سيميوطيقا الصورة : سلطة الصورة أم صورة السلطة ؟ "سقوط النظام العراقي" نموذجاً ، ٢٠٠٧/٨/٢٣ ، [http:// WWW.adablabo.net](http://WWW.adablabo.net) .
- ١١- طاهر عبد مسلم ، عبقرية الصورة والمكان : التعبير ، التأويل ، النقد ، (عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢) ط ١ ، ص ٩٨ .
- ١٢- صلاح فضل ، قراءة الصورة وصور القراءة ، (القاهرة : دار الشروق ، ١٩٩٧) ، ط ١ ، ص ٥-٧ .
- ١٣- محمود سامي عطا الله ، السينما وفنون التلفزيون ، (القاهرة : العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٧)، ط ١ ، ص ١٥ . كذلك أنظر : أحمد وصيف ، الصورة بين الاستجابة والتحدي في الطبعة الرقمية ، (عمان : دار المجدلوي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨) ، ص ٨٤ .
- ١٤- نصر الدين العياضي ، جمالية الصورة ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد (٢) ، (تونس : شركة فنون الرسم والنشر والصحافة ، ٢٠٠٣) ، ص ٣٥-٣٦ .
- ١٥- عبد الجبار محمود علي ، التصوير الصحفي ، (بغداد : وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ١٩٨٠)، ص ١٤ . كذلك أنظر : شمس الدين الرفاعي ، الصحافة العربية العملية، (بنغازي : منشورات جامعة قاريونس ، ١٩٨٧)، ص ٢٥٩ .
- ١٦- عبد العزيز سعيد الصويعي ، فن صناعة الصحف ، ماضيه وحاضره ومستقبله ، (طرابلس : المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان ، ١٩٨٤) ، ص ٥٩-٦١ .
- ١٧- جوديت لازار ، الصورة ، مصدر سابق ، ص ٢ .
- ١٨- أحمد حسين الصاوي ، طباعة الصحف وإخراجها ، (القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر، ١٩٦٥)، ص ١٧٢ .
- ١٩- محمود علم الدين ، الصورة الصحفية : دراسة فنية ، (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، بلا تاريخ) ، ص ٩-١١ .
- ٢٠- حسين الطوبجي ، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم ، (الكويت : دار القلم ، ١٩٨٧) ، ص ٧٥ .
- ٢١- سمير محمود ، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٧)، ص ٨٣ . كذلك أنظر : فهد عبد العزيز بدر العسكر ، التقنيات الصحفية

- الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة، (الرياض : دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨)، ص ٥٥ .
- ٢٢- عبد الباسط سلمان ، ديجيتال الإعلام : مفهوم الصحافة والسينما والتلفزيون والملتيميديا رقمياً، (القاهرة : الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٨، ص ٢٥٦ .
- ٢٣- محمود علم الدين ، الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام ، (القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب، ١٩٨١)، ص ١١. كذلك أنظر : نصر الدين العياضي ، جمالية الصورة، مصدر سابق ، ص ٣٥ .
- ٢٤- وديع فلسطين ، مقدمة إلى وسائل الاتصال ، ترجمة : أودارد واكين ، (القاهرة : مكتبة الأهرام، بلا تأريخ)، ص ٧٠ .
- ٢٥- محمود أدهم ، مقدمة إلى الصحافة المصورة : الصورة الصحفية وسيلة إتصال (القاهرة : مطابع الدار البيضاء ، ١٩٨٧، ص ٢٧-٢٨ .
- ٢٦- أديب خضور ، الإعلام المتخصص ، (دمشق : المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٥، ط ٢، ص ١٩٧ . كذلك أنظر : سليمان صالح ، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية ، (بيروت : دار حنين للنشر ، ٢٠٠٥، ص ٤٦ .
- ٢٧- كامل القيم ، خطاب الصورة .. ومنظومة التلقي، مركز الصحفي العربي، ٢٠٠٧/٩/١، www.com .
- ٢٨- مها القصراوي ، الصورة والدلالة في الخطاب الثقافي ، ٢٠٠٧/٩/١، www.alsahfe .
- ٢٩- علي ناصر كنانة ، إنتاج وإعادة إنتاج الوعي : عناصر الاستمالة والتضليل ، مصدر سابق ، ص ٢٧ .
- ٣٠- بشار إبراهيم ، السينما الفلسطينية والانتفاضة ، www.qudsway .
- ٣١- عبد الله محمد الغدامي ، الثقافة التلفزيونية : سقوط النخبة ويُرور الشعبي ، (الدار البيضاء : المركز الثقافي العربي ، ٢٠٠٥، ط ٢، ص ٧-٨ .
- ٣٢- فخري صالح ، التجنيس وبلاغة الصورة ، (عمان : دار ورد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨)، ص ٩ .
- ٣٣- ريجيس دوبري ، حياة الصورة وموتها ، ترجمة : فريد زاهي ، (بغداد: دار المأمون للترجمة والنشر، ٢٠٠٧، ص ٣٣١ .
- ٣٤- محمود علم الدين ، الصورة الصحفية : دراسة فنية ، مصدر سابق ، ص ٢١ .
- ٣٥- ف. فريزر بوند ، مدخل إلى الصحافة ، ترجمة : راجي صهيون ، (بيروت : مؤسسة أ. بدران وشركائه ، ١٩٦٤، ص ٤٠٢ .
- ٣٦- سعيد غريب النجار ، مدخل إلى الإخراج الصحفي ، (القاهرة : الدارة المصرية اللبنانية، ٢٠٠١) ، ص ١٤٩ .
- ٣٧- محمود علم الدين ، الصورة الصحفية : دراسة فنية ، مصدر سابق ، ص ٦، ص ٢٠ .
- ٣٨- مارسيل مارتن ، اللغة السينمائية ، ترجمة: سعد مكاوي ، (القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة، ١٩٦٩)، ص ٨ .
- ٣٩- سامي ذبيان ، الصحافة اليومية والإعلام : الموضوع ، التقنية والتنفيذ ، (بيروت : دار المسيرة، ١٩٨٧) ، ط ٢، ص ٢٢٢ .
- ٤٠- أنظر : إبرير بشير ، الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية ، الملتقى الدولي الخامس " السيميائية والنص الأدبي "، ص ٥ .
- ٤١- أنظر : قيس الياسري ويونس الشكرجي ، المقابلة الصحفية والتحقيق الصحفي ، (بغداد : دار الحكمة للطباعة والنشر، ١٩٩١) ، ص ٢٠٧-٢٠٨ .
- ٤٢- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر ، الإخراج الصحفي : أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، (الرياض : مكتبة العبيكان، ١٩٩٨)، ص ٤٦ .

- ٤٣- أشرف محمود صالح وشريف درويش اللبان ، الإخراج الصحفي ، (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ٢٠٠١) ص ١٨٦ .
- ٤٤- أسامة عبد الرحيم علي ، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء ، (القاهرة : إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣) ط١ ، ص ١٣٦ .
- ٤٥- إبراهيم إمام ، دراسات في الفن الصحفي ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٢) ، ص ٣٠١-٣٠٣ .
- ٤٦- محمود أدهم ، الصورة الإخبارية ، (القاهرة : بلامكان للنشر ، ١٩٨٩) ، ص ٢٠ . كذلك أنظر: محمود علم الدين ، الصورة الصحفية : دراسة فنية ، مصدر سابق ، ص ٢٧ .
- ٤٧- علي نجادات ، الإخراج الصحفي ، اتجاهاته ومبادئه والعوامل المؤثرة فيه وعناصره ، (أريد : مؤسسة حمادة للدراسات الجامعية والنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢) ، ص ٢١١ . كذلك أنظر : عبد الجبار محمود علي ، التصوير الصحفي ، مصدر سابق ، ص ٢٣ .
- ٤٨- أديب خضور ، الحديث الصحفي ، (دمشق : المكتبة الإعلامية ، ١٩٩٠) ، ص ١٧٦ .
- ٤٩- خليل محمد الراتب ، التصوير الصحفي ، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢) ، ص ٨٦-٨٧ .
- ٥٠- سمير عبد الرزاق العبدلي ، الترويج والإعلان ، (الموصل : دار الكتب للطباعة والنشر ، ١٩٩٣) ، ص ١٤٣-١٤٤ . كذلك أنظر : فهد عبد العزيز بدر العسكر ، الإخراج الصحفي : أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة ، مصدر سابق ، ص ٣٦ .
- ٥١- خليل محمد الراتب ، التصوير الصحفي ، مصدر سابق ، ص ٨٢ .
- ٥٢- سعيد غريب النجار ، مدخل إلى الإخراج الصحفي ، مصدر سابق ، ص ١٥١ .
- ٥٣- محمد بنهان سويلم ، التصوير والحياة ، سلسلة عالم المعرفة (٧٥) ، (الكويت : مطابع الرسالة ، ١٩٨٤) ، ص ١٠٧ .
- 54-Tunstall .J, The media are American , columbia university press , New York , 1977, P.81.
- ٥٥- رومان ياكوبسن ، قضايا الشعرية ، ترجمة : محمد الولي ومازن حنون ، (الدار البيضاء : دار توبقال للنشر ، ١٩٨٨) ، ص ٢٧ وما بعدها . وأنظر أيضاً :
- Ducrot .o and Todorov , T, Encyclopedie Dictionary of the sciences of language , Black well , oxford , 1981, (communication) .
- ٥٦- المصدر السابق ، ص ٢٧ وما بعدها .
- ٥٧- محمد نور الدين آفاه ، الخطاب السينمائي بين الكتابة والتأويل ، (الرباط : منشورات عكاظ ، ١٩٨٨) ، ص ١٨ .
- ٥٨- بييرغيرو ، السيمياء ، ترجمة : انطوان أبي زيد ، (بيروت - باريس : منشورات عويدات ، ١٩٨٤) ، ص ١٠ .
- ٥٩- رضوان القضماني وأسامة العكش ، نظرية التواصل : المفهوم والمصطلح ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية ، المجلد (٢٩) ، العدد (١) ، اللاذقية ، ٢٠٠٧ ، ص ١٤٢ .
- ٦٠- محمود سامي عطا الله السينما وفنون التلفزيون ، مصدر سابق ، ص ١٦ .
- ٦١- محمد عبد الحميد والسيد بهنسي ، تأثيرات الصورة الصحفية : النظرية والتطبيق ، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤) ، ص ٢٤ . كذلك أنظر : محمد نبهان سويلم ، التصوير والحياة ، مصدر سابق ، ص ١٠٤ .
- ٦٢- عادل زيادات ، بلاغة الصورة بين المقاربة الأدبية والإعلامية ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد (٢) ، (تونس : شركة فنون الرسم والنشر والصحافة ، ٢٠٠٣) ، ص ٤٣ .
- ٦٣- عبد الدائم عمر الحسن ، إنتاج البرامج التلفزيونية ، (القاهرة : الدار القومية العربية للثقافة والنشر ، ٢٠٠٣) ، ص ٢٤٣ .
- ٦٤- محمد نبهان سويلم ، التصوير والحياة ، مصدر سابق ، ص ١١٠ .

- ٦٥- محمد العمري ، الصورة واللغة (مقارنة سيميوطبقية) ، ٢٠٠٣/٢/٧ ، ص ٨-٩
<http://WWW.fikrwanaked.com> . <http://WWW.fikrwanaked.com> .
- ٦٦- المصدر السابق ، ص ٧-٨ .
- ٦٧- سمير حجازي ، المتفنن (معجم المصطلحات اللغوية والأدبية الحديثة)، (بيروت : دار الراتب الجامعية ، بلا تاريخ) ، مادة (الوظيفة الشعرية) .
- ٦٨- بييرغريو ، السيميائية ، مصدر سابق ، ص ١٢ .
- ٦٩- نقلاً عن خوسيه ايفانكوس ، نظرية اللغة الادبية ، ترجمة : حامد أبو أحمد ، (القاهرة : مكتبة غريب ، ١٩٨٨) ، ص ٥٠ .
- ٧٠- رومان ياكوبسن ، قضايا الشعرية ، مصدر سابق ، ص ٣٣ .
- ٧١- فريد الزاهي ، فيما وراء المفاهيم : فتنة الصورة وسلطتها ، مجلة علامات ، العدد (١٨) ، ٢٠٠٢ ، ص ١ .
- ٧٢- جوديت لأزار ، الصورة ، مصدر سابق ، ص ٣-٤ .
- ٧٣- كاظم مؤنس ، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة ، (إريد : عالم الكتب الحديث ، ٢٠٠٨) ، ص ٩١ .
- ٧٤- جان بول كولين وكاترين دوكليليل ، السينما الاثنوغرافية سينما الغد ، ترجمة : الدكتور غراء مهنا ، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٢) ، ص ٣١ .
- ٧٥- كاظم مؤنس ، خطاب الصورة الاتصالي وهذيان العولمة ، مصدر سابق ، ص ١٠٥ .
- ٧٦- عبد القادر فهيم شيباني ، السيميائيات العامة : أسسها ومفاهيمها ، (بيروت : الدار العربية للعلوم ، ٢٠١٠) ، ط ١ ، ص ٥٥-٥٦ .
- ٧٧- عبد العزيز شرف ، الأجناس الإعلامية وتطور الحضارات الاتصالية ، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٣) ، ص ١٩ .
- ٧٨- رضوان القضماني وأسامة العكش ، نظرية التواصل : المفهوم والمصطلح ، مصدر سابق ، ص ١٤٤ .
- ٧٩- جوديت لازار ، الصورة ، مصدر سابق ، ص ٢-٣ .
- ٨٠- محيسن الديموش ، الصورة الفوتوغرافية بين الدلالة والتدليل ، ٢٠٠٧/٨/١٩ ،
<http://WWW.aljabriabed.net> .
- ٨١- سعيد بنگراد ، الصورة : بين وهم الاستنساخ واسيئتهامات النظرة ، موقع سعيد بنگراد ،
WWW.saidbengrad.free . <http://WWW.saidbengrad.free> ، ٢٠٠٧/٨/٣١