

الجدلية السيميائية بين النص والصورة

في صياغة الأخبار التلفازية

م.م ضرغام سعدي العزاوي
جامعة الكوفة – كلية الآداب

د. سلمان باقر الخفاجي
الكلية الإسلامية الجامعة

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وآله وصحبه المنتجبين وبعد:

فإنّ الإعلام ضرورة حياتية وقيمة إنسانية بنيت عليها حياة الإنسان في وجوده وحقيقته وخلقته وارتباطه بخالقه وإدراكه لذاته وعلاقته بالحياة وانتمائه الإنساني. وقد تعددت وسائل الإعلام وأنماطه وللأخبار قيمة جوهرية بل حاجة جدلية لا بد منها فلا بدّ للإنسان الواعي الفاعل أن يدرك بيئته وما يحيط به من أحداث ومستجدات، وأن يعلم ظروف وطبيعة محيطه البعيدة وعلاقته وأثره في محيطه القريب ، وكل ذلك يستند بحقيقته إلى الأخبار وما تنبئ عن مجريات الأحداث صغائرها وكبائرها ليدرك ما له وما عليه وأين هو وكيف هو وما هي غايته ومصيره.

فالخبر نمط إعلامي جوهرى وعلم دقيق ومركز استند على حقائق ونظريات علمية تصدى لها العلماء المتخصصون والباحثون عن حقيقة الحياة و الإنسان وموقعه فيها. والخبر في حقيقته معلومة ارتبطت بحدث. وهذه المعلومة تكتسب أهميتها وخطورتها من حقيقتها وطبيعتها ومدى أثرها في الإنسان والمجتمع، فهي ذات قدر من الأهمية ما جعل ضرورة الاعتناء بها غاية العناية والتفكير في أنجع الوسائل والأساليب لإيصالها

بأدق وأجلى حقيقتها ومراعاة تنوع أطراف المجتمع وتباين مستوياتهم الفكرية والعقلية وقدراتهم المعرفية، ومن هنا تتجلى دقة الموضوع فهو يتطلب الوقوف على الكلمة الجامعة المانعة التي تخاطب العقول على مستوياتها حاملة الدلالة الكافية والكفاية والقدرة في اقناع المتلقي، ولهذا رأينا من الأهمية بمكان التصدي بهذه المسؤولية الكبيرة وهي دراسة سيميائية الكلمة وارتباطها الجدلي بسيميائية الصورة لتكاملاً وتحققاً أفضل الصيغ للتعبير عن مصاديق الخبر ييسر وسهولة وانسيابية طبيعية بعيدة عن التكلف والغلو في الصياغة والتعبير والمخاطبة على قدر عقول المتلقين على تباين انحذاراتهم وطبيعتهم وعرفية تفكيرهم.

وقد اقتضت طبيعة الموضوع (الجدلية السيميائية بين النص والصورة في صياغة الأخبار التلفازية) التقسيم بحسب الخطة الآتية:

١- المقدمة.

٢- مشكلة البحث.

٣- أهمية البحث وأهدافه.

٤- المبحث الأول: السيميائية:

المطلب الأول: أصل التسمية، نشأة علم السيمياء.

المطلب الثاني: سيميائية الكلمة وحاجة كاتبها ومتلقيها.

المطلب الثالث: الخبر التلفازي مفهومه وخصائصه.

٥- المبحث الثاني: الصورة.

المطلب الأول: حقيقة الصورة وأبعادها.

المطلب الثاني: حاجة المتلقي للصورة وفائدته منها.

المطلب الثالث: سيميائية الصورة.

المطلب الرابع: الترابط الجدلي بين سيميائية الكلمة والصورة.

٦- نتائج البحث.

٧- التوصيات.

٨- مصادر البحث.

المبحث الأول : السيمائية : أصل التسمية وأبعادها وآراء العلماء فيها: وخصص للوقوف على سيميائية الكلمة وحاجة المرسل إليها لتحقيق أهدافه ، أخباره بالتلقي الجيد وإقبال النفس وحصول القناعة وما للمرسل إليه في استقباله للخبر فكان هذا المبحث بثلاثة مطالب كما سنرى.

أما المبحث الثاني: فتصدى للصورة بمعرفة حقيقتها وأبعادها وأنماطها وأساليب عرضها للوصول إلى أفضل القنوات والقبول للمتلقي والعلمية في رسمها والتقاطها وإدراك سيميائيتها ودقة تكامليتها مع سيميائية الكلمة للوصول إلى أفضل الغايات وأكمل المرامات.

وختم البحث بخلاصة نتائج البحث واستنباط التوصيات التي لو تستثمر لتحقيق علمية الأخبار وأساليب وأنماط عرضها وحل إشكاليات عزوف الإنسان عن الأخبار وعدم إدراك ما فيها فنكون قد حققنا هدفا علميا هاما طالما احتاجه الإنسان بألوانه وائتماءاته.

ويبقى باب البحث في هذا الموضوع الخطير مفتوحا على مصراعيه لمن يشاء ليكمل ما وسعته مداركنا وقدراتنا المعرفية واجتهاداتنا القاصرة أملين القبول والرضا والصفح عن سقطاتنا وإخفاقاتنا شاكرين أفضالكم منيين إلى الخالق سبحانه وتعالى أن يسددكم وإيانا لما فيه الخير والتوفيق وان يهدينا إلى الكلم الطيب ويوفقنا لاتباع أحسنه. سبحان ربك رب العزة عما يصفون ، وسلام على المرسلين والحمد لله رب العالمين.

مشكلة البحث:

إنّ ما يعانیه المتلقون للأخبار من جفاء لها لافتقارها إلى ما يشد المتلقي لها من مدركاته الحسية والذهنية. وبقاء طائفة كبيرة من الناس من دون وعي لما يدور حولهم من الأحداث وما قد يلحقهم من أذى لعدم تبهمهم لخطورة ما يحيط بهم وعدم التحصّن للوقاية من آثارها السلبية . فهنا تبرز خطورة الأمر وتحدد المشكلة التي تحفز الباحثين على التصدي لها ومعالجتها.

أهمية البحث وأهدافه:

تجلى أهمية البحث من طبيعة مشكلته ؛ فإن معالجة مشكلة بهذا المستوى تعطي البحث أهمية كبرى تتناسب طردياً مع حجم المشكلة، فإن التصدي يستوجب دراسة علمية تحليلية للوقوف على أبعادها الحضارية والنفسية والتوعوية والسياسية والتعمق في سيميائية الكلمة والصورة لإيجاد توافقية فضلاً عن تطابقية بين دلالاتها لفك رموز تلك المشكلة ووضع الحلول الناجعة لها.

وهنا تتضح أهداف البحث التي تتلخص في وضع المبادئ العلمية والإعلامية التي تساعد على إيجاد الرؤية العلمية والإدراك التام للأهمية الكبيرة بل والخطيرة للأخبار وارتباطها الدقيق والعميق بحياة الإنسان، فتخلق تلك المبادئ الرغبة الكبرى والواعية لمتابعة الأخبار والاستماع والمشاركة لها لمساسها الجذري والأساسي بوجوده ومستقبله، فضلاً عن أن البحث يهدف لخلق الرؤى والمعرفة العلمية لدى المؤسسات الإعلامية وإدراكها حاجة المتلقي والحاجة الماسة لمتابعة التطور التقني ومعرفة النظريات العلمية الحديثة في ابتكار الأساليب والوسائل والتنوع النمطي في إيصال المعلومة الخبرية للمتلقين.

المبحث الأول

السيميائية؛ أصل التسمية، نشأة علم السيمياء

المطلب الأول: أصل التسمية، نشأة علم السيمياء

يرجع أصل تسمية السيميائية إلى الأصل اليوناني semeion، الذي يشير إلى: سمة مميزة Marquee distinctive، أو أثر Trace، أو قرينة Induce، أو علامة منذرة Singe precursor، أو دليل Prevue، أو بصمة Imprints إلى غير ذلك من دلالات متقاربة يمكن جمعها تحت مسمى عام واحد هو Sema بمعنى علامة Sign، التي تتألف من دال ومدلول.^(١)

وهذه اللفظة تماثل ما في العربية شكلا ومعنى، فالسيميائية والسيمائية والسيمياء، وعلم السيمياء ترجع كلها إلى الثلاثية المعجمية العربية: (سمو)، و(سوم)، و(وسم)، إذ تتيح لنا لفظة (سمو) معنى: العلو، حتى سميت العرب كل عالٍ سماء، ف قيل لظهر الفرس سماء، وللبنات سماء، ويقال إن أصل (اسم) سمو، وهو من العلو؛ لأنه دلالة على المعنى^(٢).

وتتيح اللفظة (سوم) معنى (العلامة تجعل في الشيء، والسيما مقصور من ذلك، قال تعالى: ﴿سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِنْ أَثَرِ السُّجُودِ﴾^(٣)، فإذا مدّوه قالوا السيمياء)^(٤). ومنه وقولهم: "سيما فلان حسنة"، قال أبو بكر الأنباري (ت ٣٢٨هـ): (معناه علامته، وهي مأخوذة من وسمت الشيء أسمه، إذا أعلمته... قال الشاعر:

غلامٌ رماه الله بالحسنِ مقبلا له سيمياءٌ لا تشقُّ على البصرِ
كأنَّ الثريا علقت فوق نحره وفي جيده الشعرى وفي وجهه القمرُ
فزاد على "سيما" ألفاً ممدودة، ومعنى الحرف في مدّه كمعناه في قصره)^(٥).

وتتيح اللفظة الثالثة (وسم) معنى يدل على أثر ومعلم، تقول: (وسمت الشيء وسما: أثرت فيه بسمة، والوسمي أول المطر؛ لأنه يسم الأرض بالبنات، وسمي موسم

الحاج موسما؛ لأنه معلّم يجتمع إليه الناس، وفلان موسوم بالخير، وفلانة ذات ميسم، إذا كان عليها أثر الجمال، والوسامة: الجمال، وقوله تعالى: ﴿إِنَّ فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّمُتَوَسِّمِينَ﴾^(٦)، أي الناظرين في السمة الدالة^(٧).

وبهذا يتضح التقاء هذه المادة المعجمية العربية مع نظيراتها الأجنبية التي تؤول إلى النواة اللغوية اليونانية القديمة، فلا حاجة لترجمتها ترجمة تترك الدرس النقدي على النحو الذي نجده في فوضى المصطلحات للترجمات المختلفة^(٨).

نشأة علم السيمياء:

نشأ علم السيمياء، أو السيميائية - بتحديد موضوعها وجهازها المفاهيمي ومنهجها - عند نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، باسم السيميائية Semeiotic حيناً، والسيميولوجيا Semiologic حيناً آخر، بإسهام أوربي - أمريكي مشترك في وقتين متزامنين نسبياً على يد العالم اللغوي السويسري فريدناند دي سوسير F. De. Sasursre (١٨٥٧-١٩١٣م)، والفيلسوف الأمريكي تشارلز سندرز بيرس C.S. Perice (١٨٣٩-١٩١٤م)، وموضوعه دراسة حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية^(٩)، التي يختلف مفهومها باختلاف النظريات والاتجاهات، لكنها تظل في النهاية شيء يقوم مقام شيء آخر في علاقة ما أو تحت صفة ما، تجعلنا دائماً نعرف شيئاً إضافياً^(١٠).

وبهذا تصبح المقاربة السيميائية: (كل عملية تأمل للدلالة، أو فحص لأنماطها، أو تفسير لكيفية اشتغالها، من حيث شكلها وبينتها، أو من حيث إنتاجها واستعمالها وتوظيفها)^(١١).

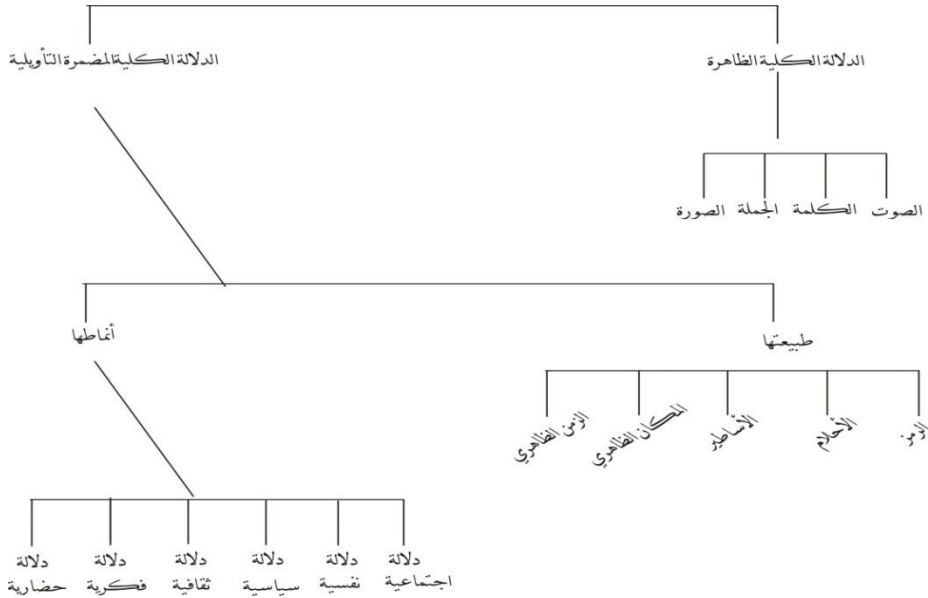
المطلب الثاني: سيميائية الكلمة وحاجة كاتبها ومتلقيها:

وللعلماء العرب ولاسيما اللغويون منهم^(١٢) دور مهم وكبير ومتقدم تاريخياً في تحديد علم الدلالة وأبعاده وأثره في تحديد لغة الخطاب التي يجب أن يدركها صاحب

الخطاب، لذا لابد من مراعاة الجانب التعبيري الذي يقتضي تضافر كل مقومات السياق في النص بحيث لا يقف عند الصوت أو الكلمة أو الجملة أو الصورة بل يمتد ليشتمل الدلالة أيضا^(١٣).

ويؤكد علماء اللغة أن الدلالة مرتبطة بالتراكيب والسياقات اللغوية المكتوبة والمنطوقة، وهذه السياقات مجسدة أمامنا وليست مضمرة، لذلك نطلق على هذه الدلالة (الدلالة الكلية الظاهرة للنص). وهذا التعبير الخطابي لا ينفصل عن بيئته التي انطلق منها، والمعروف أن هذه البيئة متعددة الأبعاد الثقافية والاجتماعية والسياسية والفكرية والفنية ويتداخل بعض هذه الأبعاد ببعض، وتؤثر تأثيرا مباشرا وغير مباشر على إنتاج وتراكيب السياقات النصية. وهذه الأبعاد لا تكون ظاهرة أو مباشرة فيطلق عليها (الدلالة الكلية المضمرة أو التأويلية).

وقدم لنا الباحثان الدكتور التلاوي والدكتور مبروك جدولا تخطيطيا يرسم تفاصيل تقسيم الدلالة الكلية للنص على النحو الآتي^(١٤):



ومن هنا وبهذه الوقفة العجلى على الكلمة ودلالاتها وأهمية علم السيمياء ووجوب دراسته دراسة كافية حتى يمتلك من يصوغ الخبر المعرفة الواعية العلمية الدقيقة ليتمكن من صياغة الخبر صياغة جامعة مانعة ، وهذا يقتضي أن يطلع كاتب الأخبار على حقيقتها وطبيعتها وأبعادها كما سنعرف في المطلب الآتي.

المطلب الثالث: الخبر التلفازي مفهومه وخصائصه:

إن وظيفة نقل الأخبار إحدى الوظائف الرئيسة لوسائل الإعلام، إذ تهدف الأخبار إلى إيصال الإنسان بالعالم الخارجي وتزويده بما يستجد من أخبار^(١٥). ولأهمية هذه الوظيفة وجد الباحثون في مجال الإعلام اهتماماتهم نحو مفهوم الخبر وتعريفه. اختلف الباحثون في تعريف الخبر لاختلاف العصور والمجتمعات وتنوع المفاهيم بين حقبة وأخرى والأخص في ذلك هو قراءة حاجة المتلقي، ولكثرة تلك التعريفات وتحققا للمطلوب ولضرورة الاختصار رأينا أنقف على إجمال تلك الآراء على النحو الآتي:

- ١- الخلط بين لفظ الخبر من ناحية، والخبر وعناصره وقيمه الإخبارية من ناحية أخرى.
 - ٢- تباين النظم السياسية والاجتماعية التي تعمل في إطارها المؤسسة الإعلامية.
 - ٣- الاختلاف داخل النظام الاجتماعي الواحد، المتحقق عن طريق سياسة مؤسساته الإعلامية والأهداف التي تسعى لتحقيقها.
 - ٤- اختلاف آراء الإعلاميين بمفهوم الخبر.
 - ٥- ارتباط الخبر بالمفاهيم الإنسانية والنفسية والفكرية لذا لا يمكن قياسه وتحديد بدقه.
 - ٦- نظرا للتطور المطرد للقيم الاجتماعية والحضارية والتطور التقني لوسائل الإعلام أدى إلى الاختلاف في تحديد مفهوم الخبر الواحد^(١٦).
- ونظرا لتعدد التعريفات وتنوعها رأينا أن نقف على تعرفين أحدهما لباحث امريكي

يمثل الرأي الغربي وآخر عربي يمثل الرأي الشرقي وهما :

١- تشارلز دانا، مدير صحيفة (نيويورك صن): (الأخبار هي أي شيء لم يكن معروفا من قبل ويهم قطاعا كبيرا من المجتمع) ^(١٧). وهنا أكد خاصيتين للخبر وهما: أن يكون غير معروف من قبل، أي أنه يمتلك قيمة الجدة والحداثة، وثانيهما يجب أن يكون مهما لقاطعات كبيرة من الجمهور.

٢- فاروق أبو زيد يقول: (إنّ الخبر عبارة عن تقرير عن تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة وواقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وتثير اهتماماتهم بعدما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته) ^(١٨).

خصائص الخبر التلفازي: من هذه الامامة العجلى لمفاهيم الخبر وتنوعها نستقصي

الخصائص الآتية للخبر التلفازي :

١- الفورية في نقل الأحداث.

٢- التقييد بالوقت.

٣- البساطة والوضوح في التناول.

٤- التطابق بين الصورة والكلمة عند العرض.

٥- الوضوح، حسن الانتقاء، جودة الصياغة الجامعة المانعة وبالاختصار.

والجامع المشترك لهذه الخصائص هي أن تكون الكتابة بشكل يحقق التطابق مع الصورة؛ لضمان التكامل بين الكلمات والصورة، وتمكين المشاهد من استيعاب معنى الخبر التلفازي، أو التقرير تؤكد مهارة الكاتب في كتابة نصوص التعليق على الصورة، وكلما ازداد تجاهل الكاتب للصور قلّ استيعاب الجمهور ^(١٩).

والفريد أن نقف على خصائص الشكل في الخبر التلفازي، وهي خصائص فرضتها طبيعة الوسيلة ومنحت من خلالها الخبر التلفازي ميزات تؤهله بأن يكون الخبر

المفضل لدى الجمهور، ومن هذه الخصائص:

١- الصورة والحركة : لعل الميزة الأهم للتلفاز، أنه وسيلة مرئية، ومن ثم فإن الخدمة الإخبارية في التلفاز تعتمد بشكل أساسي على الصورة التي تشكل مشيراً بصرياً يؤثر في المتلقي بشكل أكبر من الكلمة المسموعة، وهذا ما سنبحثه في المبحث الآتي بتركيز^(٢٠)

٢- الصوت: طبيعة الصوت الذي يعرض الخبر التلفازي به، ونغمات هذا الصوت (Rhythm) ونبراته تخفيفاً وتضخيماً، صعوداً وهبوطاً، استفهاماً وتعجباً كلها مؤثرات إيجابية إن أحسنت وسلبية إن لم تحسن، فعلى الملقى أن يكون متدرجاً تدريب فنياً كافياً بعد امتلاك المعرفة الصوتية الجيدة التي تمكنه من الإلقاء الجيد.

٣- الشمولية الحسية: الخبر التلفازي يتعامل مع أكثر من حاسة من حواس المتلقي السمع والبصر والذهن، والذوق الفني؛ لذا يجب أن يمتاز الخبر التلفازي بخواص تكاملية بالتعامل مع تلك الحواس والتوافق معها بدقة.

وبناء على ما تقدم فإننا سندخل في رحاب الصورة وسيميائيتها وجدلية تكاملها مع الكلمة بكل خواصها لنحقق الخبر الناجع الذي يحقق هدفه بمستوى عالٍ.

المبحث الثاني

الصورة : القدرات السيميائية

المطلب الاول : حقيقة الصورة وابعادها : يقرأ المتلقي يوميا صورا مختلفة ومتنوعة المصادر وخصوصا من وسائل الاعلام ويشترط ان تكون ثابتة كما في الصحافة ومتخيلة كما في الاذاعة ومتحركة متعددة الخصائص في التلفزيون ، يدفعه في ذلك الرغبة للتعرف على الواقع رغم ادراكه هذا "القارئ - المستمع - المشاهد" ان هذه الصور قد تعكس رؤية اخراجية بحته دونما واقعية وخصوصا في التلفزيون .

ويشهد عالم اليوم تفجراً معرفياً هائلاً يقوم معظمه على توصيل المعلومات بوسائل الاتصال البصري كلغة مرئية ، والتي تمثل شكلاً من أشكال اللغة المنظمة وليس مجرد نوع من التعبير الجمالي . لذا نستطيع القول أن عصرنا هو عصر الصورة في أكثر من معنى ، عصر يجد الصورة مقابل المحتوى ، والشكل بدل المضمون ، والمظهر عوض المخبر ، والمبنى محل المعنى ، والظاهر مكان الباطن ، والسطح بدل العمق ، إلى حد القول أن عصرنا يحق هو عصر البنية ^(٢١)

وهذا يدعونا الى التحقق من المواد الاعلامية التي يتعرض لها المتلقي هل هي صورية في ذاتها أو كتابية ؟ ومن سبق الاخر الى المتلقي ؟ وطبيعة العلاقة بين النص والصورة : قديما كان يقال ان الكتابة هي صورة ، فالعرب كانوا يسمون المكتوب رسما ، يقول البسطامي محاجبا مخالفين له "لقد اوتيتم بعلومكم رسما عن رسم وميتا عن ميت اما نحن فنأتي به من الحي الذي لا يموت" والاشارة هنا الى الكتابة بوصفها رسما ^(٢٢) . في حين نلاحظ ان الكتابة اذا كانت اكثر تجريدا من الصورة فان الصورة المجردة (غير المكتوبة) اكثر مرونة فهي تحمل التشبيه والتجسيم كما تحتلما

التجريد والتميز لكنها بأشكالها المجسدة والمجردة لا تخلو من تعبيرية تتجاوز المعاني وتغيم في فضاء الدلالة ، هنا يلاحظ ان الكتابة تقدم صورة وصفية ذهنية بغض النظر عن (الرسم الكتابي للحرف) (٢٣).

ان ادراك وظائف حواس الانسان الاتصالية في فك رموز الرسالة الاتصالية لفظية او غير لفظية تمكننا من حل الجدلية بين النص والصورة وعلاقتها المتبادلة ، فالصورة تأتي من خلال البصر اما الكلام فيأتي من خلال السمع وهذا التمييز بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية هو عماد المقارنات التي تقام بين التصوير والادب او بين اللوحة او الصورة والقصيدة مثلا ، لذا ندعي ان القراءة هي استقبال جميع انواع العلامات سواء كانت مرئية أم مسموعة أم ملموسة (مثل كتابة برايل المستخدمة في كتب العمى) (٢٤).

وازاء هذا التقارب والتباعد بين النص والصورة وقدراتهما هل يمكن لوسائل الاعلام ان تقدم دلالات ناجحة للصورة تقوض او تحجم قوة النص الذهنية او العكس ؟ هنا يرى الكثيرون ان دلالات الصورة وقدراتها تفوقت على النص والكلام المنطوق ومنهم من اعطى للصور القدرة على طمس الصوت ، اذ يرى خبراء علم الاتصال ان "الصورة هي الملكة وهذا الاعتقاد السائد وهذا القانون الاساسي في الاعلام الذي لا تتجاهله السلطة السياسية بل تحاول ان تستغله لمصلحتها فوزن الكلمات لا يساوي صدمة الصور فعندما تكون الصورة قوية ومؤثرة تطمس الصوت ، وتتغلب العين على الاذن (٢٥). ولكن من يرى قوة للصورة يرى ازائها وجودا ضروريا للنص فعلى الرغم من طغيان الصورة ، إلا أن هناك علاقة تكاملية تربط ما بين الصورة والكلمة ، فالصورة جاءت كي تثري الكلمة لا لكي تحل محلها ، والكلمات تعود الآن مصاحبة للصور ، وقد تصل إلى حد التوازن معها (٢٦)

ان التطور التكنولوجي الذي رافق وسائل الاعلام خصوصاً في القرن العشرين منذ السبعينات والانفجار المعلوماتي كماً ونوعاً وسط السياق الحضاري لتطور المجتمعات وانماط الحياة ان اللغة وبفعل السيطرة التاريخية التي تتمتع بها مهدت لظهور الصورة وقدمتها الى المجتمع منذ نهاية القرن التاسع عشر لتسيطر على معظم مظاهر حياة المجتمعات في نهاية القرن العشرين مما اذن بالتحول السريع في الانتقال من المنظومات اللغوية الى الاشكال التعبيرية للمنظومات السمعية – البصرية من خلال سيطرة عصر الصورة على مظاهر الحياة في المجتمعات فيمكن ادراكها في حياة الجيل الواحد (٢٧) .. وهذا لم يحدث ضمن سياقات زمنية خطية كما انها لم تفجر فجأة في الوقت نفسه فالتحولات التي تشكل مقدمات لها حدثت بقفزات نوعية صغيرة وبمراحل انتقالية (٢٨) . ان ادوار الصورة ووظائفها تكاملية مع النص او الصوت المنطوق في وسائل الاعلام وهذا ما يسعى الى توظيفه بدقة المخرج التلفزيوني ليظهر المنتج الاعلامي وفقاً لرؤيته ووظائف الصورة وتتوافقها مع النص :

١. الإخبار : (الصورة تتكلم) فالصور اقدر على التعبير على ربط مضمونها بالحياة وتشارك مع الكلمات في نقل الاخبار والمعلومات بل تنقل المعلومات بشكل اوضح واسرع مما تستطيعه الكلمات ، فالمتلقي لا يتخذ موقفاً معيناً عن طريق وصف لفظي لحدث ما بل يود ان يرى الاشياء بعينه .

٢. الوظيفة السيكلوجية : (اشباع الحاجات) الصورة تلبي حاجات الانسان وتسد بعض المتطلبات العقلية والنفسية كما اوضحت الدراسات النفسية وحسب تقسيم الناس الى فئة بصرية وسمعية وحركية ومختلفة .

- عندما نتحدث نستخدم مفردات تجعل السامع يرى .
- وعندما نسمع نشكل الافكار ونحولها الى صورة ذهنية شائعة لدينا .

- عندما نقرأ نحاول بشكل لا شعوري تصوير الكلمات والعبارات بشكل مقبول عن طريق شاشات عقولنا .

٣. الوظيفة الجمالية : (الصورة فن) ان للصورة قيمة جمالية باعتبارها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في المتلقي . (الاماكن ، الوجوه ، الطبيعة .. غيرها)

٤. وظيفة تثبيت المعلومة : (النموذج) تراهن وسائل الاعلام على التكرار لتثبيت المعلومة وتعد الصورة من العناصر التلفزيونية السهلة والمتنوعة التي تمكن تسويق التكرار، ويركز القائم بالاتصال على الذاكرة الصورية للمتلقي لان اقوى انواع الذاكرة .

٥. التوثيق : (حفظ التاريخ) احتلت الصورة جزءاً كبيراً من توثيق حياة الشعوب وشخصياتها الانسانية والسياسية المختلفة ، فالتوثيق في اللغة يعني كل ما يعتمد عليه ويرجع اليه في احكام امر وتثبيته واعطائه صيغة التحقق او التأكد او التي تكشف عن جوهر واقع ما .

٦. التوظيف (ايدولوجيا): (التسويق) اثر التنافس المحموم بين وسائل الاعلام نرى ان وظيفة ادلجة الصورة تعتمد على وسائل الاعلام وكل المؤسسات رسمية وغير رسمية لإبراز صورتها الى الاخر أي انها جزءاً من النشاط الدعائي للبلدان والشعوب والحكومات (٢٩) .

من وظائف الصورة ندرك ان العملية الاعلامية تحاول تجميع عناصر التكوين الصوري * بغية التأثير وخلق الشعور والتأكيد على المواقف عبر نماذج ذات دلالات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي ، فالأعلام يعبر عن الواقع باللغة والصورة والفيديو ، فالأعلام ليس الواقع ذاته وانما تعبير عنه ، وهو يمثل مستوى اخر (ثانٍ ، ثالث .. الخ) من الحقيقة الثقافية أو السياسية أو الاجتماعية ، واللسانيات تقارب بين

الاعلام بوصفه ظاهرة لغوية ، أي رمزية والكتابات الحديثة تتخذ من مبدأ البناء الاعلامي أي الرمزي ل "الحقيقة" عنوانا لها ، في حين يمكن النظر الى الاعلام بوصفه رأسمالا رمزيا يضاهي الرأسمال المادي والسياسي والثقافي .. الخ مما يجعل الرأسمال الرمزي (مواد اعلامية) مجال استقطاب أو تنافس أو صراع جديد ، على المستوى المحلي او الدولي^(٣٠).

والصورة تعكس حاجات ملحة لدى المتلقي تنبع من التنوع القيمي والثقافي والموروث وعادات التلقي وطبيعة النظام الاجتماعي القائم مرتبطة بجملة من العلامات والدلالات .

المطلب الثاني : الحاجة الى الصورة

في إطار اجتياح الصورة وهيمنتها على كل المجالات ، فإنها تحتل جزءاً أساسياً في مجال التربية والتعليم ، فهي ذات فوائد كبيرة في عمليات تنشيط الإنتباه والإدراك والتذكر والتخيل والإبداع والرمزية ، إذا ما قدمت بالطريقة المناسبة ، ذلك أن الصورة بألف كلمة على حد تعبير المثل الصيني ، وهذا ما يؤكده جيروم برونر (Bruner) قوله أن الفرد يتذكر ١٠٪ فقط مما يسمعه و ٣٠٪ مما يقرأه ، و ٨٠٪ مما يراه أو يقوم به^(٣١)

ويشير أدب الصورة إلى أن ٩٠٪ من المدخلات الحسية للأفراد هي مدخلات بصرية وإن فهم طبيعة هذه المدخلات يبدأ بالعملية الإدراكية التي تكون دائماً في حالة نشاط وبحث عن المعنى ، حيث تتكون الصور في جوهرها من الخبرة البصرية التي تجرى معالجتها في ضوء التنسيق مع الصور الموجودة في رؤوسنا^(٣٢).

فالمتلقي يحتاج الى تكوين معرفته بمجريات الاحداث والامور عبر وسائل

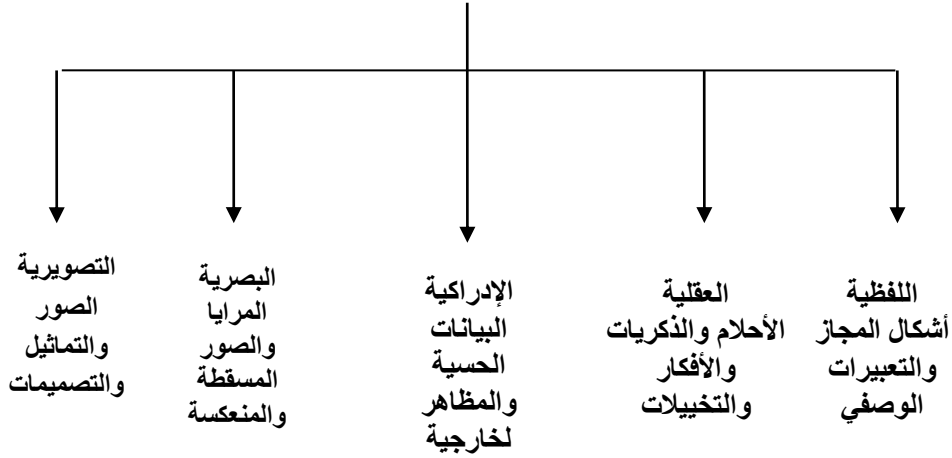
الاعلام التي تغذي دماغه بسهولة بكم كبير من المعلومات التي قد يتداولها يوميا وخصوصا التصويرية منها ، فبعد ان مرت البشرية بالصيغ التعبيرية الاربعة التي تمثل مراحل مختلفة من التصور البشري وهي مرحلة الشفافية وتتلوها مرحلة الكتابية واخيرا مرحلة ثقافة الصورة تمكنت الاخيرة من اختراق الحواجز الثقافية التمييز الطبقي ووسعت دوائر الاستقبال بين كل البشر لان استقبال الصورة لا يحتاج الى اجادة القراءة وهو في الغالب لا يحتاج الى الكلمات اصلا ومن هنا تداخلت امكانات التأويل الثقافي حيث صار كل مشاهد يستقبل ويفهم ويفسر ما يراه دون الحاجة الى وسيط^(٣٣). على العكس من زمن الكتابة الذي يحتاج الى مهارة القراءة .

ان توفر وسيلة تنقل الصورة لبي حاجات الجمهور في مختلف انحاء الارض ولكن وفقا لرؤى المخرجين او بشكل ادق القائم بالاتصال ، فقد قدم التلفزيون الخبر المصور (اصغر فن اعلامي) فكان مدعاة للتصديق بما ان المشاهد سيتحول الى شاهد عيان ، الا ان الدراسات العلمية اثبتت ان تدخل عمليات المونتاج والايخراج في العمل التلفزيوني جعل جمهور المشاهدين لا يصدقون الصور ولم يعد يأخذها كما هي وانما يتراوح بين تكذيب ساخر الى تصديق اعمى وبينهما توسط يلجأ الى التأويل والتفسير وتحليل الصورة^(٣٤)

وهذا يجعل الحاجة الى التصديق تتطلب جهدا في اختيار المعاني المنتقاة التي يريد المرسل ايصالها عبر الصورة أي عليه ان يختار الانواع القابلة للتصديق عبر تسخير رموز إقناعيه في الصور وفقا لأنواعها :

وفي ذلك يتصور متيشل في نظريته حول الصورة (في إطار علم الأيقونات) أن هناك شجرة أو عائلة للصور كما يلي:^(٣٥)

أنواع الصورة



من هذه الانماط الصورية يمكن لصناع الاخبار تحقيق اهدافهم عن طريق عرض صور ومحاولة تلبية حاجات الجمهور او تشكيل وعيهم ، في حين نلاحظ ان الإشاعات تتحقق بحسب طبيعة التعرض وسماتها لدى المتلقي ، فقد قسم الباحثون طرق الاتصال بوسائل الاعلام الى : (٣٦)

- اساسي : حين تتم مشاهدة اخبار التلفزيون بانتباه وتركيز وتحليل اخبار التلفزيون ، أي المشاهدة بانتباه ونقد .
- ثانوي : يكون من خلال اشكال المشاهدة التي نمارسها في نحن نفعل اشياء اخرى .
- العرضي : وهو الاكثر ابتعادا عن الانتباه والتركيز وتكون مشاهدة الاخبار نصف مسموعة .

مما تقدم نرى بأن درجة الانتباه التي تعطى لأخبار التلفزيون تؤثر بوضوح في المعاني التي نعطيها للأخبار لذا تحاول القنوات الفضائية وضع ضربات موسيقية وبدايات قوية لشد انتباه الجمهور الى النشرة الاخبارية .

المطلب الثالث : سيميائية الصورة الخبرية

هل ما ينقله التلفزيون من صور في النشرات الاخبارية غايتها التعريف بمدلول ما حول موضوع ام الغاية ابعد من ذلك ؟ يرى بارت ان الغاية من الصورة هي جلب العلامات وايحاءاتها معا لتضفي على رسالة ما معنى معيناً أي طرائق معينة في التفكير ، في الناس والمنتجات ، والامكنة ، او الافكار ، أي "الوعاء" العربية التي تتولى ايصال رسائل معينة الى قارئ او مستمع او مشاهد ^(٣٧)

لذا فان النشرات الاخبارية المصورة تعد من اهم مصادر الصورة الذهنية والانطباعات لدى الحكومات والشعوب والجماعات والافراد على السواء وبالتالي فهي تدخل في عملية تكوين الرأي العام المحلي والدولي ^(٣٨) وحدد عدد من الباحثين مواصفات الصورة الخبرية وعوامل نجاحها هي: ^(٣٩)

١. اختيار اللحظة المناسبة والتوقيت الافضل الالتقاط الصور دون تردد .
 ٢. البعد الحقيقي ووقوع الحدث لحظة التقاط الصور يعطي صوراً حقيقية لما حصل ففي بإيصال المعلومات الى المشاهد .
 ٣. ان تعمل على اكمال المعنى وتوضيح الخبر وتأكيده .
 ٤. الوضوح يزيد من قوة التأثير على المشاهد .
 ٥. تركيز الصورة على الخبر يعطيها حيوية اكثر وواقعية اكبر.
 ٦. ان تستخدم للتدليل على صدق البيانات والمعلومات المستخدمة في الخبر .
- ويفترض رولان بارت ستة اجراءات يجري من خلالها توليد الايحاءات بما يضمن تحقيق نجاح الصورة الخبرية ، وترتبط الاجراءات الثلاثة الاولى : ^(٤٠).

ما تحتويه الصورة والطرق التي انتجت من خلالها والتي تحدد بدورها الطريقة التي سيتم بها فهم الصورة أي (ما تعنيه الصورة ، وكيفية قراءة الايحاءات التي تظهرها) وهذه الاجراءات تشمل :

التضمنين في الصورة وهنا يجري تغيير في الصورة بهدف انتاج معنى معين كدمج اجزاء من صورتين انتج صورة جديدة (صورة بنصفي وجه احدهما للرئيس الامريكي الاسبق بوش والثاني لأسامة بن لادن مثلا) .

الوقفة وتظهر الملامح الفيزيائية للأشخاص والاشياء كما (اعلان يد بيد لا سلاح باليد في اشارة الى نبذ العنف في العراق) .

الموضوعات الاشارة الى موضوعات محددة في الصورة تمتلك في ثقافتنا ايحاءات معينة يسمح بنقل المعاني من الموضوعات الى الاخبار (حبل المشنقة حول رقبة الرئيس العراقي السابق صدام حسين) انه مذنّب لا محالة .

فيما ترتبط الاجراءات الثلاثة الاخيرة :

فتتعلق بسياق الصورة وتعتمد على الصلة بين علامات الصورة والعلامات خارجها ، وهذه الاجراءات تشمل :

نوعية الصورة الجيدة أي تجويد الصورة نفسها من خلال تقنيات الازياء والاخراج وغيرها (النقل الخارجي من دون توقف او اخطاء) .

الجمالية أي منح الصور سمة ذاتية جمالية او فنية (اظهار صور الحياة العامة في المدن "بغداد مثلا" بابهى صورة ممكنة) .

١. التضمنين أي موضوعة صورة وراء صورة (النمطية) كما في صور القصص الخبرية او الانتقال حالة الى حالة (صور المشاريع الاستثمارية تحت الانشاء ، مشروع بسماية السكني في بغداد مثلا) .

النتائج والتوصيات :

- (١) نلاحظ مما تقدم ان النص والصورة متلازمان في اعداد النشرات الاخبارية واية تعارض بينهما ينجم عنه قطع للإيحاء المطلوب من الصورة التلفزيونية التي تستهدف خلق صورة ذهنية طويلة المدى .
- (٢) ما تعرضه نشرات الاخبار من معالجات صورية اخبارية في وسائل الاتصال المحلية ما هو الا شغل للوقت المطلوب بعد انتهاء النص الاخباري في النشرات الاخبارية وليس تنمة للسيميائية المطلوبة من النص الذي تعززه الصورة .
- (٣) الاعتماد على النص الكامل والناقص وليس النص الذي يصف الاحداث بشكلها الزمني لكي تعززه الصورة وتكمل علاماته اذ لا صنعة في الانتاج الذي يعتمد على ايجاد صورة للنص بشكل ارتجالي او انتقائي وانما يجب ان يكون مخطط له وفقا لسيناريو مكتوب .
- (٤) اختيار النص والصورة المتطابقان وعدم افتراض تطابق بين الطرفين وذلك لإبراز الاهمية الدلالية لكلا الطرفين اذ لا يمكن فصلهما عن بعض او تقديم احدهما على الآخر .

مستخلص :

الإعلام ضرورة حياتية وقيمة إنسانية بنيت عليها حياة الإنسان في وجوده وحقيقته وخلقته وارتباطه بخالفه وإدراكه لذاته وعلاقته بالحياة وانتمائه الإنساني. وقد تعددت وسائل الإعلام وأنماطه وللأخبار قيمة جوهرية بل حاجة جدلية لا بد منها. قلا بد للإنسان الواعي الفاعل أن يدرك بيئته وما يحيط به من أحداث ومستجدات، وأن يعلم ظروف وطبيعة محيطه البعيدة وعلاقته وأثره في محيطه القريب ، وكل ذلك يستند

بحقيقته إلى الأخبار وما تنبئ عن مجريات الأحداث صغائرها وكبائرها ليدرك ما له وما عليه وأين هو وكيف هو وما هي غايته ومصيره.

فالخبر نمط إعلامي جوهري وعلم دقيق ومركز استند إلى حقائق ونظريات علمية تصدى لها العلماء المتخصصون والباحثون عن حقيقة الحياة و الإنسان وموقعه فيها. والخبر في حقيقته معلومة ارتبطت بحدث. وهذه المعلومة تكتسب أهميتها وخطورتها من حقيقتها وطبيعتها ومدى أثرها في الإنسان والمجتمع، فهي ذات قدر من الأهمية ما جعل ضرورة الاعتناء بها غاية العناية والتفكير في أنجع الوسائل والأساليب لإيصالها بأدق وأجلى حقيقتها ومراعاة تنوع أطياف المجتمع وتباين مستوياتهم الفكرية والعقلية وقدراتهم المعرفية، ومن هنا تتجلى دقة الموضوع فهو يتطلب الوقوف على الكلمة الجامعة المانعة التي تخاطب العقول على مستوياتها حاملة الدلالة الكافية والكفاية والقدرة في اقناع المتلقي، ولهذا رأينا من الأهمية بمكان التصدي بهذه المسؤولية الكبيرة وهي دراسة سيميائية الكلمة وارتباطها الجدلي بسيميائية الصورة لتكاملا وتحققا أفضل الصيغ للتعبير عن مصاديق الخبر بيسر وسهولة وانسيابية طبيعية بعيدة عن التكلف والغلو في الصياغة والتعبير والمخاطبة على قدر عقول المتلقين على تباين انحداراتهم وطبيعتهم وعرفية تفكيرهم.

وقد تناول الباحثان في المبحث الأول: السيميائية؛ أصل التسمية وأبعادها وآراء العلماء فيها: وخصص للوقوف على سيميائية الكلمة وحاجة المرسل إليها لتحقيق أهدافه أخباره بالتلقي الجيد وإقبال النفس وحصول القناعة وما للمرسل إليه في استقباله للخبر فكان هذا المبحث بثلاثة مطالب كما سنرى.

أما المبحث الثاني: فتصدى للصورة بمعرفة حقيقتها وأبعادها وأنماطها وأساليب عرضها للوصول إلى أفضل القنوات والقبول للمتلقي والعلمية في رسمها والتقاطها

وإدراك سيميائيتها ودقة تكامليتها مع سيميائية الكلمة للوصول إلى أفضل الغايات وأكمل المرامات.

وختم البحث بخلاصة نتائج البحث واستنباط التوصيات التي لو تستثمر لتحقيق علمية الأخبار وأساليب وأنماط عرضها وحل إشكاليات عزوف الإنسان عن الأخبار وعدم إدراك ما فيها فنكون قد حققنا هدفا علميا هاما طالما احتاجه الإنسان بألوانه وانتماءاته اذ نلاحظ ان النص والصورة هما صنوان متلازمان في اعداد النشرات الاخبارية واية تعارض بينهما ينجم عنه قطع للإيحاء المطلوب من الصورة التلفزيونية وما تعرضه نشرات الاخبار من معالجات صورية اخبارية في وسائل الاتصال المحلية ما هو الا شغل للوقت المطلوب بعد انتهاء النص الاخباري في النشرات الاخبارية وليس تنمة للسيميائية المطلوبة اذ يجب ان يخطط للانتاج التلفزيوني وفقا لسيناريو مكتوب واختيار النص والصورة لابرار الاهمية الدلالية لكلا الطرفين اذ لا يمكن فصلهما عن بعض او تقديم احدهما على الاخر .

هوامش البحث :

- ^١ د. يوسف وغليسي، إشكالية المصطلح في الخطاب النقدي العربي الجديد، (الجزائر العاصمة، الجزائر: ط١، الدار العربية للعلوم، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م): ٢٢٣.
- ^٢ ابن فارس، مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون، (بيروت: الدار الإسلامية، ١٤١٠هـ-١٩٩٠م): ٩٨/٣-٩٩.
- ^٣ سورة الأحقاف: ٢٩.
- ^٤ ابن فارس، مقاييس اللغة، ابن فارس: ١١٩/٣.
- ^٥ الأنباري، أبو بكر محمد بن القاسم (ت ٣٢٨هـ)، الزاهر في معاني كلمات الناس، تحقيق د. حاتم الضامن، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٨٩م): ١٤٥/٢.
- ^٦ سورة الحجر: ٧٥.
- ^٧ ابن فارس، مقاييس اللغة: ١١٠/٣-١١١.
- ^٨ د. يوسف وغليسي، إشكالية المصطلح في الخطاب النقدي العربي الجديد: ٢٢٣ وما بعدها.
- ^٩ روي هاريس، وتولبت جي تيلر، أعلام الفكر اللغوي، تعريب د. أحمد شاکر الكلبي (طرابلس، ليبيا: ط١، دار الكتاب الجديد المتحدة، ٢٠٠٤): ٢٥٧/١.
- ^{١٠} امبرتو إيكو، السيميائية وفلسفة اللغة، ترجمة د. أحمد الصمعي، (بيروت، لبنان: ط١، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٥): ٣٩.
- ^{١١} المرابط، عبد الواحد، السيمياء العامة وسيمياء الأدب، (الرباط: ط١، الدار العربية للعلوم، دار الأمان، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م): ٣٩.
- ^{١٢} العسكري، أبو هلال: كتاب الصناعتين (بيروت: المكتبة العصرية، ١٩٨١م)، والمبرد، الكامل.
- ^{١٣} د. التلاوي محمد نجيب، ود. مراد عبد الرحمن مبروك، فن التعبير (بيروت، لبنان - دار الأوزاعي للطباعة والنشر والتوزيع - النوري - ط١، ١٤١٧هـ-١٩٩٦م): ٤٥ وما بعدها.
- ^{١٤} د. التلاوي ود. مبروك، فن التعبير: ٥٠.
- ^{١٥} صالح خليل أبو اصبيح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط٥، ٢٠٠٦-٢٠٠٨).
- ^{١٦} عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار (القاهرة - المطبعة التجارية الحديثة، ١٩٨٩): ١٢ وما بعدها، وعبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية (عمان - الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر، ٢٠٠٣-١١٨-١١٩).

- ^{١٧} سعاد عبد الرحمن وحسين نصر، التحرير الصحفي في عصر المعلومات (العين - دار الكتاب الجامعي ، ٢٠٠٣): ٤١-٤٨.
- ^{١٨} فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي (القاهرة - عالم الكتب، ط٤، ٢٠٠٠): ٨٥.
- ^{١٩} عبد الستار جواد، صناعة الأخبار (بغداد - دار الكتب للطباعة والنشر، ٢٠٠٠): ٢٩٢.
- ^{٢٠} خالد مجد العين، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دليل انتاج النشرات التلفازية (القاهرة - دار الأمين للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥): ٣٨.
- ^{٢١} عبد السلام بن عبد العالي، ثقافة الأذن وثقافة العين (المغرب، دار توبقال للنشر، ٢٠٠٢): ٦٢.
- ^{٢٢} سليم عبد النبي، الاعلام التلفزيوني (الاردن، دار اسامة، ٢٠١٠): ٨٢.
- ^{٢٣} المصدر السابق: ٨٣.
- ^{٢٤} سيزا قاسم، القارئ والنص - العلامة والدلالة، (القاهرة، المجلس الاعلى للثقافة، ٢٠٠٢): ١٩٤.
- ^{٢٥} ايناسيورامونه ترجمة نبيل الدبس، الصورة وطغيان الاتصال، سوريا (الهيئة العامة السورية للكتاب، ٢٠٠٩): ٣٧-٣٨.
- ^{٢٦} حسن مهدي ووائل العاص، مستوى التكامل بين الشكل البصري والمحتوى التعليمي في مقررات الجغرافيا للمرحلة الأساسية العليا. بحث المؤتمر التربوي الأول، فلسطين، (٢٠٠٦)، ١٤.
- ^{٢٧} مازن عرفة، سحر الكتاب وفتنة الصورة من الثقافة النصية الى سلطة اللامرئي، دمشق (دار التكوين، ٢٠٠٧): ٣٢٧-٣٢٩.
- ^{٢٨} المصدر نفسه.
- ^{٢٩} ينظر: ١. عادل خليل مهدي، مبادئ الاخراج الصحفي، العراق (٢٠١٣). و د. سعيد الغريب النجار، التصوير الصحفي الفيلمي والرقمي القاهرة (الدار المصرية اللبنانية-٢٠٠٨).
- * التكوين الصوري : هو ترتيب وتجميع وتنظيم العناصر المرئية في الصورة بما يعكس الياحاء المطلوب.
- ^{٣٠} عبد الرحمن الغزي، الرسمال الرمزي الجديد، قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات في المنطقة العربية، ثورة الصورة المشهد الاعلامي وفضاء الواقع، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠٠٨ ع ٥٧): ٩٦-٩٧.
- ^{٣١} شاكر عبد الحميد، عصر الصورة: الايجائيات والسليبيات (الكويت . سلسلة عالم المعرفة . ٢٠٠٥) : مطابع السياسة . العدد : (٣١١) : ٢٢٢٢.
- ^{٣٢} المصدر السابق
- ^{٣٣} المصدر السابق.

- ^{٣٤} عبد الله الغدامي ، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي (المغرب ، المركز الثقافي العربي ، ٢٠٠٥): ١١-٢٨ .
- ^{٣٥} محمود حسن الأستاذ ، سيميائية الصورة ، بحث منشور على الانترنت ، (فلسطين .
http://www.philadelphia.edu.jo/artsconf/papers/٢٨.doc (٢٠٠٧): ٤ .
- ^{٣٦} جوناثان بيغل ، ترجمة محمد شيا ، مدخل الى سيميائية الاعلام ، (المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع . (٢٠١١): ١٦٣-١٦٤ .
- ^{٣٧} جوناثان بيغل ، مصدر سابق ، ٢٧ .
- ^{٣٨} محسن الشيخ ال حسان ، فضائيات والاتصالات الحديثة (الرياض ، الفرزوق التجارية ، ١٩٩٩ (: ٤٣ .
- ^{٣٩} محمد معمر عبد الوهاب . الصورة الاستخدام والتوقيت المناسب (مجلة متابعات اعلامية عدد ٦٤ . (١٩٩٩): ٧٧-٧٨ .
- ^{٤٠} جوناثان بيغل ، مصدر سابق ، ١٢٩ وما بعدها .

قائمة المصادر والمراجع :

- القرآن الكريم

١. د.يوسف وغليسي، إشكالية المصطلح في الخطاب النقدي العربي الجديد، الجزائر العاصمة، الجزائر: ط١، الدار العربية للعلوم، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م .
٢. ابن فارس، مقاييس اللغة، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون، بيروت: الدار الإسلامية، ١٤١٠هـ-١٩٩٠م .
٣. ابن فارس، مقاييس اللغة، ابن فارس.
٤. الأنباري، أبو بكر محمد بن القاسم(ت٣٢٨هـ)، الزاهر في معاني كلمات الناس، تحقيق د. حاتم الضامن، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٨٩م .
٥. روي هاريس، وتولبت جي تيلر، أعلام الفكر اللغوي، تعريب د. أحمد شاكر الكلابي طرابلس، ليبيا: ط١، دار الكتاب الجديد المتحدة، ٢٠٠٤ .

٦. امبرتو إيكو، السيمائية وفلسفة اللغة، ترجمة د. أحمد الصمعي، بيروت، لبنان: ط١، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٥.
٧. المرباط، عبد الواحد، السيمياء العامة وسيمياء الأدب، (الرباط: ط١، الدار العربية للعلوم، دار الأمان، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م): ٣٩.
٨. العسكري، أبو هلال: كتاب الصناعتين ببيروت: المكتبة العصرية، ١٩٨١م، والمبرد، الكامل.
٩. د. التلاوي محمد نجيب، ود. مراد عبد الرحمن مبروك، فن التعبير ببيروت، لبنان - دار الأوزاعي للطباعة والنشر والتوزيع - النويري - ط١، ١٤١٧هـ-١٩٩٦م.
١٠. صالح خليل أبو اصبيح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط٥، ٢٠٠٦.
١١. عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار القاهرة، المطبعة التجارية الحديثة، ١٩٨٩.
١٢. عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر، ٢٠٠٣.
١٣. سعاد عبد الرحمن وحسين نصر، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، العين - دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣.
١٤. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، ط٤، ٢٠٠٠.
١٥. عبد الستار جواد، صناعة الأخبار، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، ٢٠٠٠.
١٦. خالد مجد العين، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دليل انتاج النشرات التلفازية، القاهرة، دار الأمين للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.
١٧. عبد السلام بن عبد العالي، ثقافة الأذن وثقافة العين (المغرب، دار توبقال للنشر، ٢٠٠٢): ٦٢.

١٨. سليم عبد النبي ، الاعلام التلفزيوني ، الاردن ، دار اسامة ، ٢٠١٠.
١٩. سيزا قاسم ، القارئ والنص - العلامة والدلالة ، القاهرة ، المجلس الاعلى للثقافة ، ٢٠٠٢ .
٢٠. ايناسيو رامونه ترجمة نبيل الدبس ، الصورة وطغيان الاتصال ، سوريا، الهيئة العامة السورية للكتاب ، ٢٠٠٩.
٢١. حسن مهدي ووائل العاص، مستوى التكامل بين الشكل البصري والمحتوى التعليمي في مقررات الجغرافيا للمرحلة الأساسية العليا . بحث المؤتمر التربوي الأول ، فلسطين ، ٢٠٠٦ .
٢٢. مازن عرفة ، سحر الكتاب وفتنة الصورة من الثقافة النصية الى سلطة اللامرئي ، دمشق دار التكوين ، ٢٠٠٧ .
٢٣. عادل خليل مهدي ، مبادئ الاخراج الصحفي ، العراق ، ٢٠١٣.
٢٤. سعيد الغريب النجار ، التصوير الصحفي الفيلمي والرقمي القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٨ .
٢٥. عبد الرحمن الغزي ، الرسمال الرمزي الجديد، قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات في المنطقة العربية ، ثورة الصورة المشهد الاعلامي وفضاء الواقع ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠٠٨ ع ٥٧.
٢٦. شاكر عبد الحميد ، عصر الصورة : الايجابيات والسلبيات الكويت ، سلسلة عالم المعرفة ، ٢٠٠٥ ، مطابع السياسة ، العدد : (٣١١).
٢٧. عبد الله الغدامي ، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي ، المغرب ، المركز الثقافي العربي ، ٢٠٠٥ .
٢٨. محمود حسن الأستاذ ، سيميائية الصورة ، بحث منشور على الانترنت ، (فلسطين. <http://www.philadelphia.edu.jo/artsconf/papers/٢٨.doc> ٢٠٠٧ .
٢٩. جوناثان بيغل ، ترجمة محمد شيا ، مدخل الى سيمياء الاعلام ، المؤسسة الجامعية

للدراستات والنشر والتوزيع ، ٢٠١١ .

٣٠. محسن الشيخ ال حسان ، فضائيات والاتصالات الحديثة ، الرياض ، الفرزوق التجارية ، ١٩٩٩ .

٣١. محمد معمر عبد الوهاب، الصورة الاستخدام والتوقيت المناسب ، مجلة متابعات اعلامية عدد ٦٤ ، ١٩٩٩ .