مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية

اسم المقال: موت الواقع وصعود الصورة في الحرب الإعلامية على سورية (بين عامي 2011 - 2020)
اسم الكاتب: د. نهلة عساف عيسى
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/2956
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 14:27 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

موت الواقع وصعود الصورة في الحرب الإعلامية على سورية (بين عامي 2011– 2020)

د. نهلة عساف عيسى

الملخص

يهدف البحث باستخدام منهج التحليل الدلالي على عينة من نشرات الأخبار والبرامج الحوارية السياسية المعروضة على شاشات عدة قنوات عربية وغربية ناطقة بالعربية في السنوات التسع الأخيرة (2011 – 2020)، إلى تبيان الدور المتعاظم للصورة في عصرنا الراهن، والتي أصبحت دليلاً على سلطة وسائل الإعلام، ونفوذها المتزايد في حياتنا المعاصرة، إذ انتقلت من كونها واسطة بيننا وبين الواقع والأشياء المادية من حولنا، إلى إنتاج واقع يملك أهميته ومكانته أكثر من الواقع المرجعي نفسه الذي يجب أن تحيل – الصورة– إليه، بل إن حقيقة ذلك الواقع المرجعي أمست تقاس بمدى قربها من الصورة وتطابقها معها!، مما أدى إلى عملية تنميط تهدف إلى إعادة ترتيب الأحداث التاريخية، بل والواقع المعاش (كما بينت نتائج البحث) وفق تصور معين، تستدعي بالضرورة إعدام كل ما لا يتفق مع ذلك التصور، ليتشكل الوعي التاريخي والآني في ضوئها.

الكلمات مفتاحية: الصورة، الحرب، الواقع، تنميط، سورية.

The death of Reality & Rise of Image in the Media War against Syria (2011-2020)

Dr. Nahala Assaf Essa

Abstract

This study aims at using the indicative analytical method on a sample of news bulletins and political talk shows displayed on several Arabic and Foreign but Arabic-speaking channels over the last nine years (2011-2020). It also aims at showing the growing role of image in the present time which has become evidence of the power and the expanding influence of media in contemporary life. It has stopped being a mediator between us and the reality and material things around us, to become a producer of a reality that gets importance and status more than the referential reality itself to which the image should refer to. However, the reality of this referential reality is now measured by how much it is close and conforming to the image. This led to a process of stereotyping that aims at re-arranging not only historical events but also the living reality, as the findings of the study show, which necessarily entails marginalizing all that does not accord with that perception.

Key words: image, war, reality, stereotype, Syria.

المقدمة:

شهد القرن الماضي منذ بدايته وحتى أفوله ولادة معظم ما يسمى حالياً وسائل الاتصال، بداية بالهاتف والسينما والراديو، ومن ثم التلفزيون، ونهاية بالحاسوب والهاتف المحمول، والأقمار الصناعية والكيبل ، وتكنولوجيا الألياف البصرية، كما شهدت بداية القرن الواحد والعشرين ولادة تكنولوجيا اتصال جديدة لا تجمع فقط بين قدرات الوسائل السابقة، وإنما تضيف إليها قدرات أخرى، مكّنتها من إعادة اختراع الأشياء، كما أتاحت إمكانية تغيير الطريقة التي تصنع بها الأشياء، بحيث أصبح الفرق بين التليفزيون، والحاسب الشخصي، والهاتف الجوال، شبه منعدم بفضل الانصهار التكنولوجي الذي جعل بإمكاننا حالياً، مشاهدة الرسائل الإخبارية والصور التلفزيونية على هواتفنا المحمولة، وعلى حواسبنا الشخصية، إضافة لإرسال الرسائل والأغاني والفاكسات، وممارسة ألعاب الفيديو وسماع الموسيقى ومشاهدة الأفلام والفيديو كليب، بحيث انهارت الحدود الفاصلة بين الصناعات ومنتجاتها، وتغيرت طبيعة وسائل الاتصال، مما كان له أثرٌ كبيرٌ ليس فقط على الجمهور، بل أيضا على الاتصالات نفسها، وعلى ما تبثه من برامج لم يعد من الممكن أن تقدم بالقوالب السابقة ذاتها.

وبخاصة أن التقدم التكنولوجي الهائل قد خلق أسواقاً جديدة أمام وسائل الإعلام لاستيعاب منتجاتها، بحيث أصبحت الصورة تسيطر بطريقة رمزية على عصرنا الراهن، مما ولد اعتماداً متبادلاً بين وسائل الاتصال للحصول على مادة البرامج ومضامينها، فالتلفزيون – على سبيل المثال – يعرض أفلاماً سينمائية وتسجيلات غنائية، عناوين الصحف، معارض فنية، أغاني مصورة، مسابقات، ألعاباً رياضية، ومواد كثيرة أخرى، وقد خلقت هذه المراجع المتداخلة التي دائما ما تشير إلى غيرها وتتصل بغيرها، مجالاً بصرياً ولغوياً يتسع بلا توقف، وبات يُعرّض وسائل الإعلام للهجوم عليها بأنها " أصبحت بشكل متزايد تعرض قدراً أقل من المعنى في صورة معلومات أكثر "[1].

[1] عيسى، نهلة. (2006).أثر تكنولوجيا التعبير المرئي في محتوى الصورة التلفزيونية في الفضائيات العربية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. ص 73– 105.

وقد كانت السينما بكونها وسيط اتصال يجمع كل عناصر الاتصال المنطوق والمكتوب والمرئي في وعاء إنساني واحد، يمكن أن يفهمه جميع الناس، أول من لفت نظر العلماء **أولاً:** للبحث عن لغة شاملة تخرج عن حدود النص اللغوي وتقييداته، ومن ثم الساسة: عن "حامل"، للسياسات العامة، السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، ثم جاء التليفزيون ليحول هذه اللغة الشاملة من مجرد تجربة منفردة يتأثر بها البشر لساعات محدودة في قاعة مظلمة إلى تجربة إنسانية عامة يتعرض لها الإنسان كل يوم و في أي مكان ، ويتفاعل معها إلى درجة التماهي والتوحد أحياناً.

وإذا كانت دراسات التأثير، قد أشارت إلى أنَّه لا يبدو أن لوسائل الإعلام المعاصرة تأثيرات مباشرة على الجمهور، بل هي ليست سبباً ضرورياً وكافياً لحدوث هذه التأثيرات ؛ وإنما مجرد مؤثر يعمل مقترناً بمؤثرات أخرى في ظل وضع عام، إلا أن دراسات كثيرة أخرى، أكدت فاعليتها على نحو لا يمكن نكرانه عندما يتعلق الأمر بتكوين تصورات الناس عن الواقع اليومي، بل إنه في كثير من الأحيان، وفي معظم الأوساط الاجتماعية، باتت امتداداً للحواس الإنسانية، وبديلاً للتجربة الموضوعية المباشرة، كما باتت تحدد مواقف الجمهور واتجاهاته إزاء بعض القضايا، وبخاصة الجريمة، والجنس، والحروب، وقضايا التمييز الجنسي أو العرقي أو الأيديولوجي[2].

وهي قضايا مهمة تؤكد "الأيدلوجية المهيمنة"، أو ما يسميه (Madrid) الطلب السياسي والثقافي لاستمرار الحداثة، والتي حولت كل وسائل الإعلام بمحتواها إلى سوق كبير لبيع الأفكار والقيم والمنتجات، والإعلاء من شأن الحياة الاستهلاكية في كل مكان في العالم، مع التركيز على الطبيعة الإغوائية لهذه الحياة، عبر صورة مركبة تؤطَّر فيها السلع، وتعرض لإثارة المستهلك، ولتحويل فعل الشراء (الشراء التجاري، والسياسي، والحضاري– أي كل شراء) إلى حدث رمزي

[2]إسماعيل، محمد حسام الدين: الصورة والجسد – دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص ص 154– 155.

لتحقيق مكانة اجتماعية أو مصلحة سياسية أو اقتصادية، بغض النظر عن الانتفاع بالسلعة وبغض النظر عن الثمن، حتى لو كان دماء، ودول[3]

وهو ما يعني مفهوماً جديداً لـ "أسلوب الحياة، ومعنى القوة"، يدعم صورة الذات ويلغي الآخر ويقصيه، إذا كان هذا الآخر سينال من جمال الواقع، كما تقدمه وتوزعه صور وسائل الإعلام، كما يطلق العنان للتعبير عن الغرائز والرغبات بما يشبه "الأورجازم" السمعي البصري، باعتباره سقف الفعل الإنساني في عصر العولمة، وبشكل لا يسود فيه نموذج ثقافي على آخر(ظاهراً وليس واقعاً)، مما يعكس نوعاً من التمفصل والتلاحم بين الكوكبي (الكوني)، والمحلي (الوطني)[4].

- **إشكالية البحث:**

ساعد التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات في عصرنا الراهن، وسائل الإعلام على صناعة الواقع (وليس نقل الواقع)، بالاعتماد على العوالم الافتراضية التي تقدم واقعاً وفضاءً فائق الواقعية، لا يمكن دحضه، ولا نفيه، ولا التشكيك به، وعليه يمكن تحديد إشكالية البحث فيما يأتي: التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تنجح وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان، وإكسابها معاني جديدة، بالاستناد إلى فرض يقول: بأن وسائل الإعلام تخلق صوراً زائفة عن العالم في أذهان الناس، لكنهم يتعاملون بناءً على هذه الصور والرموز، بما يتفق مع الأهداف التي تسعى وسائل الإعلام لتحقيقها بالاعتماد على استراتيجيات عدة، تجسدت جلياً في الحرب الإعلامية التي استهدفت سورية على مدار تسعة أعوام، عبر الإيهام بعرض الأحداث الواقعية، دون نقلها بحرفية تفاصيلها، وبمعزل عن سياقها الحقيقي، تحولت سورية فيها إلى "حدوتة" شعبية بالمعنى التخيلي للكلمة في إطار من العولمة الانفعالية، واللهاث البصري التنافسي والمجاراة الإعلامية، وتجارة الأخبار، بغض النظر عن أي مصداقية أو ميثاق شرف إعلامي، وهو

[3] المرجع السابق، ص ص 169 – 171.

[4] عيسى، نهلة: مرجع سابق،2006، ص ص 343 – 344.

الأمر الذي يحتم دراسة الاستراتيجيات الإعلامية المتبعة ضد سورية، دراسة دلالية لتحديد آليات انتاج المعنى وقولبة الوعي، وقصدية الخطاب النصي البصري فيها.

- **أهمية البحث:**

1- ندرة الدراسات العربية التي تناولت الأدوار الخطيرة وغير المسبوقة التي أدّاها الإعلام العربي والغربي في الحرب على سورية.

2- تحديد الآليات والقوالب والأشكال التي اعتمدتها وسائل الإعلام المرئية في حربها على سورية.

3- محاولة الفهم والاستفادة مما استخدم ومُورِس ونُفِّذ من أجل استحداث آليات مواجهة إعلامية وطنية لتفادي الآثار الاجتماعية المدمرة التي يمكن أن تخلفها هذه الحرب.

- **أهداف البحث:**

1- توضيح أهمية الدور الذي تؤديه الصورة في السياقات المختلفة للإعلام المعاصر على اختلاف أنواعه (تقليدي – افتراضي) و خطورته ، وتأثيراتها السلبية في الواقع والبنى والعلاقات الاجتماعية والسياسية المستقرة أو السائدة.

2- تبيان دور بيوت السياسة الغربية في وضع خيارات واستراتيجيات مفصلة للمحتوى الإعلامي (أي توجيه المحتوى وبناء الأجندة، وجعل وسائل الإعلام نواقل للإرهاب ، أي إعلان الحرب على الذات).

3- توضيح آليات إنتاج المعنى وقولبة الوعي في المعالجات الإعلامية الإقليمية والغربية في إطار الحرب على سورية – لعبة الصور (التأطير وشيطنة الأنظمة وتسفيهها، جعل حركات الاحتجاج جديرة إخبارياً (التضخيم)، الاستقطاب، تحريف المصطلحات، تزييف الفاعل الدلالي وقصدية الخطاب، صناعة العمولة الانفعالية أو ما يسمى لعبة الفيديو الأمريكية، قناع الحرب وخلق الهوة بين الشعوب وأنظمتها عبر فرض الفرجة بديلاً للتأمل والبصيرة).

4- توضيح الآليات التي استخدمتها بعض الدول الغربية والإقليمية والعربية في حربها على سورية (الحرب الإعلامية على سورية نموذجاً).

5–توضيح الآليات الوطنية الواجبة للمواجهة – لعبة التاريخ والقوى العظمى بمواجهة ركام الخطابات، والتجربة بموازاة الفرجة، الصور المدمجة مع الحرب (عوامل القوة، عوامل الضعف، عوامل التحصين).

وهو الأمر الذي لابد أن يقودنا إلى التساؤل: 1– هل وسائل الإعلام العربية والغربية بممارساتها ومرجعياتها وإمكاناتها الحالية، شكلت ميداناً لتسييد نموذج ثقافي وحيد على أنه الأعلى والأهم والمهيمن، أم أن الممارسات ذاتها كانت حائط صد أمام عملية القبول الاجتماعي، لأن كل جماعة إنسانية أضفت المعنى الذي تريده على المعلومات والأحداث، مما قاد ويقود إلى موقفين لا ثالث لهما: عدم التبني والرفض، أو الانصياع والتبعية وتبني أجندة ضد وطنية؟

2– هل حقاً وسائل الإعلام الوطنية قادرة على التأثير في الجمهور بحيث تدفعه لتبني قيم، ومفهومات، وأساليب عيش، وعمل، وسلوك، يمكن أن تصب على نحو إيجابي في عملية البناء الثقافي الوطني، وتدعيم النسيج الوطني المستند إلى إرث حضاري استوعب وتمثل كل ثقافات العالم قديمها وحديثها، أم أن ذلك وهْم، وادعاء يرسم خريطة مزيفة، تحدد هيكل، وقواعد، وأساليب ونتائج، للتعامل مع أحداث غير قابلة للتنبؤ أو القياس؟

3– هل يمكن للإعلام اعتماد الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الإعلامية الغربية الموجهة ضده في صياغة استراتيجيات لمواجهة الإعلام المضاد، وذلك بحسب طبيعة كل أزمة يخلقها هذا الإعلام ونوعها، والجماهير التي يستهدف القائمون بالاتصال الوصول إليها في أثناء إدارة الأزمة؟

- الخلفية النظرية للبحث:

نظراً لندرة البحوث الأكاديمية التي تناولت الصورة بمفهوماتها الفاعلية الدلالية، يستند البحث في خلفياته إلى النظريات السوسيولوجية للفيلسوف الفرنسي جان بودريار (Jean Baudrillard) بداية من كتابه (نظام الأشياء)، إلى (نظام الاستهلاك)، و(نحو نقد النظام السياسي للرمز)، و(التبادل الرمزي والموت)، و(العنف في العالم)، و(المصطنع والاصطناع)، و(التبادل

المستحيل)، التي تتجلى فيها كل طروحاته ونظرياته السوسيولوجية والدلالية في منحى نقدي لحالة انكفاء الناس، أو بالأحرى القطيعة مع جوهر العمل وعلاقته بموضوعاته، أو ما أسماه (الأسطورة الوظيفية) التي تعطي للأشياء معنى آخر هو في أصالة منفعتها، مما يجعل اقتناءها منزوعاً من غائيته الأصلية ليدخل في غائية أخرى، مركزاً على دور الإعلام والإعلان وتداخلهما معاً في ذلك، وعلى مفهوم (اختفاء الواقع) ونشوء (ما فوق الواقع) في الظاهرة الإعلامية، وأثر ذلك في إعادة صياغة الواقع باتجاه إلغائه، مما يعني غياب العلاقة بين الدال والمدلول جراء مضاعفة فعالية الإعلام الذي حول الحياة الاجتماعية اليومية والواقع إلى صور يقدمها مولدة من صور صنعها هو (أي الإعلام)، ومن ثمَّ لا يعود معنى الواقع الإعلامي إلى مرجعية غير ذاته، أي يصبح مرجعية نفسه، وبذلك يختفي الواقع وينشأ ما (فوق أو خارج الواقع)، صورة عن صورة، وعالم مخلوق من عمليات اصطناع بلا مرجعية مع أصل محدد من العالم الطبيعي، بل صور هي المهيمنة والواقع مختف [5].

وقد بلور بودريار فرضية تلخص إلى حدٍّ كبير إشكالية هذا البحث، عارضاً فيها فلسفات التاريخ السابقة، بداية "بهيغل" ونهاية "بانجلز"، رافضاً فكرة السببية والتطور الخطي، مقترباً من فكرة الصيرورة غير التاريخية، حيث التاريخ من وجهة نظره ليس تعاقب وقائع، بل رهانات وقائع، لأن الوقائع في الإعلام مجرد خبر يصل بسرعة ويتبخر بسرعة، مما يعني إلغاء المعنى أو المغزى وسيادة الرمز، أي الصورة، وهو لذلك ينتقد الإمبريالية الغربية بشدة التي تشكل كونيتها الإنسانية محصنة بالذراع العسكرية لحلف الأطلسي، صورتها العينية، كما ينتقد نظرية (صراع الحضارات)، ويعدُّها اختراعاً لعدو وهمي (الدين الإسلامي) بهدف إخضاع الثقافات المتعددة لقانون المعادلة الوحشي (النمط الغربي للحياة) بكل الوسائل،و عدِّ كل شكل مناقض له، إرهاباً مفترضاً[6].

---

[5]بودريار، جون: المصطنع والاصطناع، (ترجمة: جوزيف عبدالله)، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008، ص ص 15- 18.

[6]المرجع السابق، ص ص 20 -23.

وقد عزز رفضه للإمبريالية الغربية في نظرته النقدية لعلاقة المجتمعات الغربية بالواقع التي توجد مسافة بين الواقع ورموزه، وتفرض على مجتمعات العالم الثالث التي لم تصل درجة التطور التكنولوجي الذي وصلته هي، واقعاً فوق الواقع، هو في جوهره نوعاً من الهيمنة والاستعمار المستتر، لأنه إجبار للآخرين على مغادرة واقعهم للعيش في الرموز (اللغة، الصورة، الشيفرة، الصيغة، التايب أو النموذج ... الخ) ليصير الرمز هو الواقع، ولتفترس سلطة الرمز المرجعية التي كان يشكلها الواقع، وليصبح المصطنع كلي القدرة يطرح نفسه على أنه الحقيقة مدمراً كل ما هو خارج عنه، مما يعني مرحلة إضافية في تطور (المجتمع المشهدي) حيث البصر بديلٌ عن البصيرة، والفرجة بديلٌ عن التأمل [7].

• منهج البحث وأدواته:

يدخل هذا البحث في نطاق الدراسات التحليلية الكيفية، ويعتمد على منهج التحليل الدلالي بالاستناد إلى نظرية الفاعل المعنوي[8]، في إطار البحوث البنيوية الجديدة، بكونه منهجاً لا يعتمد في نتائجه على الأساليب الكمية أو التحليل الإحصائي، بل يهتم أولاً: بدراسة الفاعل الدلالي سواء كان مباشراً أم مساهماً أم محرضاً على الفعل بكون أن لكل هؤلاء إرادة ورغبة ومسؤولية في وقوع الفعل، وثانياً: وصف اللغة النصية أو البصرية لاستخلاص العلاقات بين الكل والجزء في الصورة الفيلمية ، بغية تحليلها وتفسيرها والوصول إلى معانيها، كما أنه الأكثر قدرة على تحليل الثقافة الشعبية وتحليل المعاني، وكشف الغطاء عن الطرق التي تعمل بها النتاجات الثقافية والظواهر الإعلامية والأساليب التي توصل بها معانيها، مع وصف لقواعد التحويل بين مختلف الأنماط الكامنة والسطحية للبيئة اللغوية المدروسة (نصية وبصرية)، لدراسة التفاعلات ما بين البنى التركيبية والبنى الاختيارية بالشكل الذي يمكننا من

[7] عيسى، نهلة: تقنيات تحليل الصورة، وزارة التعليم العالي، الجامعة الافتراضية، دمشق، 2016، ص ص 81–84.

[8] أحمد شهاب، عبد الحميد: نظرية الفاعل المعنوي (دراسة مقارنة)، مجلة الفتح، جامعة ديالى، كلية القانون، العدد الرابع والثلاثون، العراق، 2008، ص 1.

تحليل الأنساق الفيلمية التلفزيونية، وتفاعلها مع بعضها بعضاً، وكيف تقوم بتشكيل رؤيتنا للعالم وتحديدها[9].

كما يعتمد البحث على منهج المسح بالعينة لتحديد مجموعة من نشرات الأخبار، والتغطيات الإخبارية المباشرة المفتوحة الزمن، والبرامج الحوارية السياسية المعروضة في الفضائيات العربية، والفضائيات الغربية الناطقة بالعربية في الفترة الزمنية ما بين (2011– 2020)، التي ستجرى عليها الدراسة التحليلية الدلالية، وهو ما يجعل منها عينة عمدية متاحة، كونها جزءاً مما هو متاح على اليوتيوب من برامج القنوات المختارة كعينة بحثية.

وقد اختارت الباحثة ست قنوات تلفزيونية إخبارية فضائية عربية وناطقة بالعربية، ممن شكلن رأس الحربة في الحرب الإعلامية على سورية، وهنّ على التوالي قنوات: الجزيرة، العربية، الحرة، سكاي نيوز، الأورينت، وBBC، أضف إلى ذلك المتابعة الحثيثة للباحثة للإعلام الوطني على مدار سنوات الحرب، وإجراء الكثير من البحوث حول أدائه في السنوات العشر في مواجهة الحرب على سورية، مما شكل معيناً علمياً للباحثة في الإجابة عن بعض تساؤلات البحث.

• حجم عينة البحث:

سُجّلت ثماني نشرات إخبارية من كل قناة، كما سُجّلت ثماني حلقات تلفزيونية حوارية من كل قناة كان الشأن السوري محور مضمونها الرئيس، وقد وصل عدد الساعات التي حُلّلتْ فيما يتعلق بنشرات الأخبار والتغطيات الإخبارية المفتوحة إلى (24 ساعة و34د)، و(59 ساعة، و14د) للبرامج الحوارية.

[9] بودون ، ريمون: مناهج علم الاجتماع، (ترجمة: هالة شبوون الحاج)، ط2، منشورات عويدات، بيروت، 2009، ص ص 142– 147.

عنوان البرنامج	قناة العرض
1- الاتجاه المعاكس	الجزيرة
2- الشريعة والحياة	الجزيرة
3- التغطيات المباشرة	الجزيرة
4- وما خفي كان أعظم	الجزيرة
5- عين الجزيرة	الجزيرة
6- سباق الأخبار	الجزيرة
7- صباح العربية	العربية
8- بانوراما	العربية
9- العربية الليلة	العربية
10- الحكي سوري	الحرة
11- برنامج اليوم	الحرة
12- الحرة تتحرى	الحرة
13- حديث الساعة	BBC
14- المشهد	BBC
15- البث المباشر	BBC
16- العالم هذا المساء	BBC
17- المساء	سكاي نيوز
18- مسار الأخبار	سكاي نيوز
19- السيناريو	الأورينت
20- سوريا السياسية	الأورينت
21- مراسلو الأورينت	الأورينت
22- أحمد ريحاوي	الأورينت

ثم قامت الباحثة بإعداد استمارة التحليل الدلالي بما يتفق وإشكالية الدراسة وأهدافها، حددت فيها وحدات التحليل وفئاته الرئيسة والفرعية بحيث تكون قادرة على قياس متغيرات الدراسة، وفي الوقت ذاته الإجابة عن تساؤلاتها.

- **وحدات التحليل وفئاته:**

لأن نمط التحليل الدلالي يركز أساساً على تتبع دلالات العمل التلفزيوني، فهو يفرض تحليل بنية البرنامج، وهو ما يستدعي تحليل جانبين في هذه البنية:

أ- جانب الفكر (التعبير السمعي واللغوي بكلِّ جوانبه).

ب- جانب أدوات الوسيلة (الكاميرا وحركاتها وزواياها، وكلّ محتويات الصورة من شخوص وأفعال).

ت- قيمة القول المستمدة من قيمة الحدث، القائل، كيفيات القول، المساحة الزمنية، زمن العرض، القناة[10].

ث- وحدة السياق، وهي الوحدة الأهم في الدراسات الدلالية، لأن المعنى الكلي للصور، هو المعطى العام للسياق البصري المتدرج المتتالي.

- **تعريف المفهومات:**

- التحليل الدلالي Semantics: هو علم العلامات، أو الإشارات، أو علم الأدلة الذي يدرس أية وحدات يمكن أن تنقل معنى من المعاني، أو تُفسَّر بكونها تحل محل، أو تنوب عن شيء آخر غيرها، هي نفسها، وليس للعلامات معنى أصلي ملازم لها، أو كامن بداخلها، فالعلامات تصبح علامات فقط، عندما يقوم مستخدموها بإكسابها معناها عن طريق إحالتها إلى شيفرة معينة معروفة[11].

- المعنى Meaning: هو المكافئ للمضمون أو المحتوى، وقد لا يكمن داخل النص (النصي أو البصري)، بقدر كونه ناتجاً عن الممارسات الصانعة للمعنى[12].

---

[10] مروة، إسماعيل: مدخل إلى تحليل النصوص الإعلامية، دار الشرق للطباعة والنشر، دمشق، 2018، ص ص 34- 35.

[11] عيسى، نهلة: أثر تكنولوجيا التعبير المرئي في محتوى الصورة التلفزيونية في الفضائيات العربية ، مرجع سابق، ص 82.

[12] عيسى، نهلة : المرجع السابق، ص 83.

• التمثيل المعرفي Representation: وهو مفهوم يعني أن الواقع يتم دائماً تمثيله على نحو معين، وأن ما نتعامل معه على أنه خبرة مباشرة، إنما هو خبرة تتوسطها شيفرات الإدراك الحسي الذي يشتمل بدوره على تمثيل عقلي معين، مما يعني أن كل النصوص مهما بدت لنا واقعية كما في حالة الإعلام السمعي البصري، هي تمثيلات معرفية، أي تركيب للواقع، وليس صورة مطابقة له، وهو أيضاً يعتمد على طبيعة انتقائية، ودافع يستند إليه[13].

• **تقسيم البحث: قُسِّمَ البحث إلى المباحث الآتية:**

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث .

المبحث الثاني: الإطار الفكري للبحث .

المبحث الثالث: نتائج الدراسة السيميولوجية على نشرات الأخبار والبرامج الحوارية.التوصيات.

الإطار الفكري للبحث

دور وسائل الإعلام المرئية في تشكيل الحقائق الاجتماعية وصناعة الرأي العام

• **المقدمة:**

خلافاً لما هو متصور ومتوهم، وسائل الإعلام بعامة والمرئية بخاصة ليست على تلك الدرجة الرهيبة من القوة، بحيث تكون قادرة على إحداث تأثيرات مؤكدة ومباشرة في الجمهور فيما يتعلق بالقضايا التي تتبناها، إذ تؤكد الكثير من الدراسات الإعلامية، أنه على الرغم من أن حافز الاتصالات ثابت، إلا أن هناك الكثير من العوامل الاجتماعية، والسياسية، والعرقية، والدينية تعمل بمنزلة متغيرات وسيطة، تحدد وربما تحد إلى حد كبير، مدى درجة تأثر الجمهور بالرسائل الاتصالية واعتناقها والاقتناع بها، وذلك لأن نبع المتغيرات الوسيطة الذي يبدأ بميول الجمهور، ومرجعياته المختلفة، وطبيعة الانتقاء الذاتي والإدراك الانتقائي لديه، وليس نهاية بمصداقية المصادر لدى الجمهور، والطبيعة السياقية للرسائل الإعلامية، والجوانب الاجتماعية والثقافية في أثناء التعرض لوسائل الإعلام، كلها عوامل تجعل من عملية التأثير الاتصالي مجرد عامل من بين سلسلة عوامل تحدد طبيعة استجابة الجمهور

[13] عيسى، نهلة: المرجع السابق، ص 82.

للرسائل الاتصالية، وهو أمر يجعل هذه الوسائل مجرد رافد مسبب للتأثير، ولكن عبر جملة من التأثيرات الوسيطة.

لكن أيضاً، لغة الإعلام المعاصر بعامة، والتلفزيون بخاصة، لغة الشفرات الواسعة الانتشار، أي لغة يتعلمها الجمهور عن طريق الخبرة، وليس بشكل مقصود، ولذلك فهي تتصف ببساطة بنيتها، واستخدامها أعرافاً وصيغاً قياسية ونمطية (steretypes) تصل أحيانا حد الأكليشيهات (cliches)، التي يمكن التنبؤ بها إلى حدٍّ كبير، لاحتوائها على ما يسميه العلماء "الفائض عن الحاجة" (Redundancy)، ولذلك فهي تتسم بأن عناصر كثيرة فيها تسهم في تأكيد المعاني المرجوة، كما تتصف بخاصية "التناص" إلى حد بعيد مع ثقافات متعددة رغم ابتعادها إلى حد ما عن التشابه الحرفي أو الإشاري.

إلا أن الخاصية الرمزية الكامنة فيها، إضافة إلى صفاتها الأيقونية التصويرية وتأكيدها قيمة الدال على حساب قيمة المدلول، يساعدها على استخدام السياق الاجتماعي الثقافي المحلي كحامل للدلالة لترويج مدلول ونمط ثقافي غريب ، بعيداً عن المرجعيات الاجتماعية والثقافية للدال المعلن والظاهر، خاصة وأن شكل التعبير قائم على قواعد استبدالية تدفع المشاهد لتأويل النصوص والصور وفقاً للتمدد المجازي للعناصر الدلالية والبصرية الرئيسة فيها، وإسقاط ذلك على كافة العناصر الأخرى بحيث تنتقل من الرئيس إلى ما يحيط به بوصفها امتداداً له، ومن ثمَّ يصبح قابلاً لفاعلية التقليب والتنميط كما العنصر النجم تماماً[14]، وهو أمر لا بد من أن يقودنا للبحث في طبيعة الأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام في عصرنا الراهن

- **حقيقة الدور:**

على الرغم من أن وسائل الإعلام هي رافد مسبب للتأثير ضمن روافد متعددة، إلا أن هناك الكثير من المؤشرات تؤكد أنها تتمتع بصفات تميزها من العوامل المؤثرة الأخرى، ذلك أن دور الإعلام في الحياة المعاصرة في علاقته الوثيقة مع السلطة السياسية، لم يعد يقتصر على

[14] عيسى، نهلة: سيميولوجيا الصورة في الفضائيات العربية، وزارة الثقافة المصرية، أكاديمية الفنون، القاهرة، 2007، ص ص 2- 10.

كونه أداة سلطوية، بل أصبح وجهاً من وجوه السلطة "فوق الوطنية"، وهو أمر نقل الإعلام من مرحلة "كلب سيده" إلى مرحلة " صانع، وأحياناً موجه، وربما مورط "سيده"، داخل تركيب القوة السياسية في الوطن وخارجه، وفي تكوين وتنفيذ السياسات العامة المحلية، والإقليمية، والدولية، لما له من تأثير كبير في الرأي العام والخيارات السياسية، في ظل حقيقة أن الإعلام المعاصر لم يعد يخبر أو يعلم (وفقاً لدراسات علمية كثيرة ومهمة)، وفقاً للدور الذي تنيطه النظرية الديمقراطية لوسائل الإعلام في إخبار الناس، وبين حقيقة ما تنقل هذه الوسائل للناس، من شريحة رقيقة من الحقيقة منزوعة من السياق الذي يكسبها معنى، وبشكل يجعلها حاملة أوجه، تبعاً للصورة والآلية التي تنقل بها، إذ لم يعد الموقف أو القضية أساساً، بل الصورة التي يتم فيها نقل القضية، هي الأساس، مما يجعل تأثيراتها مميزة، وربما أكثر فاعلية[15].

إضافة إلى أن هناك ظروف اجتماعية وسياسية، ومراحل تاريخية وزمنية معينة يمكن أن تجعل من وسائل الإعلام واحدة من أهم أدوات التغيير الاجتماعي والسياسي (سلباً أو ايجاباً)، وذلك في حالتين:

أ – أن تكون العوامل الوسيطة غير فاعلة ويكون تأثير وسائل الإعلام مباشراً.

ب – أن تكون العوامل الوسيطة ذاتها، والتي تساند التعزيز عادة، هي نفسها التي تضغط من أجل إحداث التغيير.

وهي حالة تنطبق إلى حد كبير على واقع الحال الوطني في سورية، مما يعني تأثيراً كبيراً لوسائل الإعلام العربية والعالمية المناوئة في تغيير المزاج الوطني، وتوفير أرضية مشتركة للخطاب السياسي والاجتماعي، لخلق ديناميكية تصب في مصلحة تقويض البنية الاجتماعية والثقافية الوطنية عبر مسارات عدة ، أهمها:

1– الإلحاح على الواقعية عبر تسييد الصورة، وتقديمها وكأنها محاولة لردم الفجوة بين الذين يقفون على جانبي الشاشة، ونسفاً للعلاقة التراتبية بين القائم بالاتصال والمتلقي، مع الوعد بالتفاعلية وتوفير سبل الوصول إلى الواقع والمشاركة و الدمقرطة، ولكن التحليل العميق

[15]عيسى، نهلة: المرجع السابق، ص ص 8– 11.

للممارسة يؤكد أن الوعد بالتفاعلية ليس أكثر من مجرد حيلة، أو استراتيجية لحماية الخداع عن طريق تصويره بكونه هروباً من الواقع داخل الواقع، أي تفكيك لأبعاد النظام الرمزي بحيث يصبح من المتعذر التمييز بين الواقع والخيال، وبين المعرفة الحقة والفرجة.

2- تسليع المعلومات على حساب الرسالة الجوهرية لوسائل الإعلام، عبر المغالاة الإعلامية وتضخيم القصص الصغيرة لتتحول عبر الشاشات إلى "حفل مناولة كوني" أو مصاباً جاهزاً في متناول اليد يمكن أن يطلق إما نحيباً عالمياً مدوياً أو احتفالاً دون أن يكون واحداً من المشاهدين معنياً أو حتى عارفاً بالقصة أو حتى بأبسط تفاصيلها!.

3- المعالجة الإعلامية للحوادث والوقائع بانفعالية مفرطة، تبدو فيه وسائل الإعلام مهدياً منتظراً ينطق بخطاب يفهمه كل سكان الأرض، قائم على الانفعال والتعاطف، ويتحدث عن آلام المحرومين بلغة تيلي إنجليلية "الإنجليلية التلفزيونية" منتهكاً كل الحدود، ومحولاً الغث إلى قصة متعددة الأبعاد تخص كل الفئات الاجتماعية في كل دول العالم، رغم عدم معرفتهم بحقيقة ما يحدث!.

4- طمس الصوت بالصورة، وتغليب العين على الأذن، وتكريس مفهوم الصورة كل شيء: أي لا صورة لا حقيقة، وهو ما يقود إلى تجاوزات (اختلاق صور مزورة، أو اللجوء لصور من الأرشيف واستخدامها في غير سياقها، اختلاق مشاهد كاملة عبر الاستعانة بممثلين مغمورين، استخدام الصور المصممة بالحاسوب ...الخ) صارت تتواتر في قنوات الإعلام العربي والعالمي بصورة متزايدة وبما يخدم أجندات ممولي هذه القنوات![16].

5- الاستعانة بهواة تصوير مبتدئين التقطوا أو لكي يلتقطوا "مباشرة" أحداثاً مبتسرة لحظة وقوعها، وعدِّهم شهود عيان على قصص كبرى مختلقة بالكامل أو بمعظمها، وجعلها قضية مركزية عبر تحريض ردود الفعل عليها لدى قادة الفكر والشخصيات المعروفة، وعن طريق إجبار وسائل

[16] أندري جيفيك، مارك: تلفزيون الواقع، (ترجمة: أديب خضور)، سلسلة ا لمكتبة الإعلامية، دمشق، 2008، ص ص 210 – 217.

الإعلام الأخرى على اللحاق بالركب وتضخيم الحدث، وتأكيد خطورته، وإقناع الرأي العام بأن إيجاد حل له بات ضرورة قصوى، بمعنى خلق "تام تام كوني" من الصعب الإفلات منه!.

6–استخدام تقنية "أثر احجاب"، أي التركيز على حدث بهدف حجب حدث آخر، أي الإعلام يخفي الإعلام، وقد استخدمت هذه التقنية بكثرة في الحرب الإعلامية على سورية (افتعال اتهامات غير مسندة باستخدام الكيماوي ضد المدنيين لتغطية مجازر الإرهابيين، القصف الإسرائيلي لمواقع عسكرية وبحثية سورية بحجة أنها مقار وثكنات للحرس الثوري الإيراني في سورية!).

7–المبالغة والإفراط في المشهدية ، والنقل المباشر للصور من مواقع بث متعددة (جنون الوصل) بشكل يبعث على الدوار ويثير هستيريا الربط المباشر مع عشرات المراسلين الخاصين، مما لا يمنح المشاهد فرصة للتفكير أو حتى الانتباه أن هؤلاء المراسلين بسبب تواجدهم شبه المستمر على الهواء، هم لا يقومون بوظائفهم بالسعي خلف الخبر والمعلومات، بل ينقلون إشاعات وقول عن قول، وربما عن وسائل إعلام أخرى، مما يغذي النظام الإعلامي بطريقة دائرية، بمختلف الشائعات والتصريحات عديمة الواقعية والأهمية، والمعلومات غير المؤكدة!.

8–تحويل نشرات الأخبار إلى برامج استعراضية مبنية على طريقة الأفلام الروائية الهوليوودية، تتلاحق فيها الأحداث والمفاجآت والآراء والأساليب في خليط غير متجانس، وتدور كلها حول ثلاث حبكات محورية: الحرب، الموت، الخسارة، لتكتسح قوة الصورة كل ما عداها بحيث يمكن متابعة أحداث نشرات الأخبار من دون صوت، وكأن التاريخ يصنع على الشاشات، والعرض هو الفرجة، وكل ما يمكن أن يقال هو ثرثرة لا جدوى منها!.

9–إلغاء الصحفي لصالح "وهم" ما يسمى بالخبير أو المحلل (العراف)، أي إلغاء البحث والتدقيق والتوثيق لصالح الرأي ووجهات النظر والمواقف المؤدلجة مسبقة الصنع، إذ يصبح الخبير أو المحلل في إيدلوجيا المتلفز المباشر، قيمة بحد ذاته بغض النظر عن أهمية أو غثاثة وتهافت ما يقوله!.

10- جعل السياق البصري (المونتاج) والتعليق الصوتي يمليان المعنى الذي يعطيه المشاهد للصور، أي تحديد ليس فقط الأجندة للجمهور، بل والاتجاه!.

11- إعادة إنتاج الأحداث، وجعل المشاهد يتفرج على مغامرة، غالباً ما تكون خائبة في الأخبار، يصبح فيها التلفاز فارساً أصيلاً من فرسان الحقيقة، وحليفاً مخلصاً للمغلوبين!.

12- زرع النمط عن بعد عبر تغليب البصر على البصيرة، والإثارة والدهشة على المعلومة، وجعل المشاهدة تساوي الفهم، أي دمج عملية التلقي بعملية التقصي في ظل هيمنة البث المباشر، ووهم الآنية، ونقل الحدث من مكان وقوعه، مما يجعل المشاهد مشاركاً بالحدث، وأحياناً متوهماً أنه مشاركٌ في المسؤولية عما حدث في إطارٍ من المشهدية والحكايات المحبوكة، تجعل لا قيمة للحقائق أمام جاذبية العرض وإبهاره!.

13- الاهتمام بالشأن المحلي وإهمال الدولي، بالأفراد بدلاً من الجماعات، بالمصائر الخاصة عوضاً عن المصير الجمعي، بما يفكر فيه الناس لا بما يجب أن يعرفونه، وبذلك تُحجَب حروب وتغيب عنها الصور، لتصبح حروباً بلا شهود، أو مجرد صور نظيفة لمسلحين مهذبين، وأسرى يعاملون باحترام، وغياب تام للعنف والدم[17].

وهو ما يفسر ربما مقالات بودريار الثلاث الساخرة عن نفي حدوث حرب الخليج (حرب الخليج لن تقع، حرب الخليج هل وقعت الآن، حرب الخليج لم تقع في صحيفة ليبيراسيون الفرنسية 1991) حيث كان كل شيء معداً، منسقاً، مصمماً مثل "كوريغرافيا" بارعة أخرجها وأدارها البنتاغون، وامتثلت لها وسائل الإعلام![18].

نتائج الدراسة الدلالية على نشرات الأخبار والبرامج الحوارية
في إطار الحرب الإعلامية على سورية

[17] رامونه، إيناسو: الصورة وطغيان الاتصال، (ترجمة: نبيل الدبس)، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2008ص ص 120-162.
[18] جريبر، إيه، دوريس، سلطة وسائط الإعلام في السياسة، (ترجمة: أسعد أبو لبدة)، ط2، دار البشير، ص 387.

• المقدمة:

التحليل الدلالي لصور معظم الفضائيات العربية و الغربية (عينة الدراسة)على اختلاف مرجعياتها السياسية، والاقتصادية، بيّن أن الكمّ الهائل من الصور التي بثت عن سورية على الشاشات الإقليمية والغربية، منذ بداية الأحداث فيها (آذار/مارس 2011) تتناقض ليس فقط مع الواقع، بل أيضاً مع بعضها بعضاً، والتي سادتها اللاعقلانية، والغوغائية، والذاتية، وبيع الرموز الوطنية، والتاريخية، والدينية، وتحويلها إلى سلع تبيع سلعاً، في محاكاة شبه كاملة للبرامج الترفيهية وعروض الإعلانات.

كما بين التطور الوهمي الخادع لمسار الأحداث، والتوجيه المبرمج، أو القولبة التي فرضتها وسائل الإعلام العربية والأجنبية على عقول المشاهدين فيما يتعلق بالموقف المأمول منهم تجاه ما سمي بـ (ربيع سورية)، في إطار من المغالاة الإعلامية والضجيج البصري غير المسبوق عالمياً، بحيث تحول الموت في سورية من طقس يستدعي كل مشاعر الحزن والجزع الشخصي والوطني، إلى مصاب جاهز (توصيل للمنازل _ تيك اواي)، في متناول يد مشاهدي العالم دون أن يكون لدى معظمهم أدنى فكرة عما يجري، وحقيقة ما يجري، ودوافعه، والمتورطين فيه.

وقد حولت وسائل الإعلام العربية والغربية الحدث السوري، إلى واقعٍ لا بديل له، و"شرعية" شعبية، رداً على اضطهاد مزمن!، أي "حدّوتة شعبية" بالمعنى التخيلي للكلمة: بلد صغير جميل، وشعب طيب مسالم مقهور، خرج للدفاع عن حريته وكرامته في وجه طاغية لا يرحم، وهكذا بدت سورية (في تبسيط ساذج متعمد)، وكأنها "سندريلا" التي تقاسي من زوجة أبٍ شريرة، وبدت التدخلات الإقليمية والدولية في الشأن السوري، وكأنها "الأمير المنقذ" للشعب السوري، لدرجة أن المتابع (وبخاصة السوري) للأحداث في بداياتها، كان يشعر، وكأن كل ما يجري أمام ناظريه، فيلم من أفلام "وولت ديزني"، في إطار من العولمة الانفعالية، واللهاث البصري التنافسي، والمجاراة الإعلامية، وتجارة الأخبار، بغض النظر عن أي مصداقية أو ميثاق شرف إعلامي، بل بلغت المنافسة المسعورة على النبأ العاجل المثير من

سورية حدّاً، أصبحت فيه الزلات والأخطاء (الفبركات الإعلامية غير المعدة جيداً) يومية، دون أي حياء، أو خجل، أو إحساس بالمسؤولية الأخلاقية!.

مع طول زمن الحرب (كما بينت النتائج)، تضاعفت المزايدات بإلحاح عجيب، وأنتج منطق "الشرعية" واقعاً مدركاً شديد التباين مع الواقع الموضوعي للمشاهدين، وظهرت حالة أقرب للسعار الإعلامي، وصلت فيها المحاكاة المخزية بين وسائل الإعلام في تضخيم واختلاق الأخبار، حدّها الأقصى، بحيث تحول الشأن السوري إلى خبر شبه وحيد، ومهيمن على معظم الشاشات العربية والأجنبية، وتحول مدعوو المعرفة به إلى نجوم بأهمية نجوم هوليوود.

وهكذا تلاشى الواقع، وتلاشت الحقائق، من صور التلفزة و الشابكة ، وحل محلها واقع "فائق الواقعية"، مصنوع وفقاً لشروط الفرجة التلفزيونية، وأصبح مثل كرة الثلج يتوالد ذاتياً، ويتدحرج بعيداً عن الحقيقة الموضوعية، قريباً من الحقيقة التلفزيونية، فيه كل عوامل الإثارة والتهييج الذاتي، عبر مسار حلزوني يثير الدوار، والحماس، والانفعال إلى درجة الغثيان، كما يثير الحس الديني الساذج (أو التيلي إنجيلية – الإنجيلية التلفزيونية) لدى البشر بالحلم بالتغيير، ما دامت تبعات هذا التغيير لن تمس استقرار حياتهم هم، وإنْ مسَّت حياة ملايين غيرهم .

1–نتائج التحليل الدلالي للتغطية الإعلامية العربية والدولية للحرب على سورية – موت الواقع وصعود الصورة:

الصورة في عصرنا الراهن سلطانة، ودحضها ونفيها صعبٌ، إن لم يكن مستحيلاً، ووفرتها في الإعلام المعاصر، تجسيد فعلي لغياب المعنى، مع الإيهام باستيفاء المعنى، ولذلك فآليات التضليل (كما بينت نتائج الدراسة الدلالية) لم تعتمد على الحذف والقص والاجتزاء فحسب، كأدوات للتأثير، بل اعتمدت أيضاً، وبشكل رئيس على الوفرة والغزارة والتراكمية، بشكل يزيد على حد الكفاية، ويبلغ درجة كبيرة من الإشباع تصل حدِّ التخويف من المعرفة، والشطط في معالجة الأحداث بعيداً عن الجوهر، وأيضاً اعتمدت تصنيف الفاعلين في الحرب بما يسمح بتمييز الذات الفاعلة من بقية الفاعلين عبر التمييز بين الخصوم والأنصار، حيث تتم شيطنة الخصوم وتطويب الأنصار، مما يخلق حالة استقطاب ثنائي

تمجد فيه الذات الفاعلة وحلفاؤها، ويدنس الخصم وحلفاؤه من أجل تمجيد الفعل المحوري "الثورة على الطغيان"!.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الدلالية أن تجاوزات الصورة في الحرب الإعلامية على سورية تجاوزت الحدود بشكل غير مسبوق، بداية بالتزوير، واللجوء إلى الأرشيف وادعاء آنيته، مروراً بزراعة الصور في سياقات بصرية لا تمتُّ إلى أصل الصورة بصلة، ونهاية باختلاق مشاهد بالكامل وتمثيلها، أو تصميمها باستخدام تقنيات الجرافيك، والاستعانة بهواة تصوير ومراسلين هواة لنقل الأحداث والتقاط والصور خلافاً للواقع وادعاء تسجيلها لحظة وقوعها.

مما حول الواقع إلى مجاز، تمَّتْ فيه صناعة واقع، خلافاً للكثير من الوقائع الموضوعية، وسُوِّقَ عبر وسائل الإعلام بفعل آليتي الإلحاح والتكرار على أنه واقع موضوعي، اعتُمِد في تشكيله وتجسيده على المرويات، والشهادات المرسلة، والوقائع المقتطعة من سياقها الحقيقي، وهو أمر يبيح تسمية ما حدث ويحدث على كل المستويات، وبخاصة ببعده الإعلامي، بصناعة المشهدية!.

2–صناعة المشهدية في الحرب على سورية:

يمكن القول: إن سورية تعرضت ل تام كوني (جوقة طبول) بصري، شارك فيه كثيرون، وكان فيه ضرب من التواطؤ في صنع الأكاذيب، وهو تواطؤ لم يبدأ مع بداية الأحداث كما قد يظن كثيرون، بل بدأ قبل ذلك بسنوات عندما بدأت أموال الخليج تستغل نجاح الدراما السورية وشعبيتها ، فسعت لإنشاء شركات إنتاج تلفزيوني، ومن ثم استقطاب الكتاب والمخرجين والممثلين السوريين لتفرض عليهم موضوعات بعينها، ونجوم بالاسم تحولوا فيما بعد (عندما آن الأوان)، إلى جزء من آلة الحرب الإعلامية على سورية، وفقاً للأجندة الخليجية.

وقد أسهمت الدراما السورية عن قصد أو غير قصد، في تشكيل صورة ذهنية سلبية عن المجتمع السوري، مهدت الطريق – فيما بعد – لتصديق كل الأكاذيب التي بثَّتها وسائل الإعلام العربية والأجنبية عن الأحداث في سورية:

– إذ دأبت الدراما السورية في السنوات العشر السابقة على الحرب فيما أسمته (دراما توثيقية)، على تصوير المجتمع السوري على أنه مزيج من الفاسدين، ومستغلي السلطة، والقوادين، والداعرات، وأظهرته كبؤرة للطغيان، البقاء فيه للأقوى والأكثر فساداً، ولا أمل لضعيف أو فقير أو شريف في حياة كريمة بين جنباته، وهذه أُولى المشاهد!.

– ثاني المشاهد كما بينت نتائج الدراسة، تمثَّلَ في الأسلوب الذي قدمت فيه الأخبار عن سورية، والذي عمل وفق آلية درامية (دراما تورجيا)، تحولت فيه الأحداث إلى ميلودراما تتلاحق فيها المفاجآت، وتتقلب الأجواء ويتغير الممثلون، في خليط عجيب ومضلل من الأنواع الإعلامية المتداخلة، تدور كلها حول نغمات محورية معينة: رئيس وجيش وعملاء يقتلون شعباً أعزلاً، أي تنزيه الذات عبر إدانة الآخر بنواقص وعيوب وفق معايير قيمية وتنميطية، وهو ما أنتج تقابلاً حادّاً بين معايير "الثورة" والمؤامرة، الطغيان والمطالب، "الحرب الأهلية" والحرب على سورية ..الخ، وقد وظفت هذه المنظومة من أجل إعلاء الذات الفاعلة وتفوقها على الآخر المخالف الذي تركز كنقيض قيمي للذات، مما قاد إلى أن الحرب لم تكن موضوعاً للنقل والتحليل والتفسير والتداول المعرفي، بقدر ما كانت سياقاً لإعادة التعريف بالفاعلين، عن طريق إعادة إنتاج أُطُرٍ ذهنية وقيمية ترتسم عبرها أدوارهم، وتتحدد هوياتهم السياسية، مما يحول الآخر موضوعاً للخطاب بينما تغيب الحرب، وتؤكد الذات وينفى الآخر، ليتحول خطاب "الثورة" الحرب إلى رهان هوية، وليس رهان معرفة، وإلى سياق تأويلي يصنع صورة الآخر، ويحدد كيفية معرفته[19]!؟، وهذا ما أدى إلى تجنيب المعلومات الحقيقية والواقع الموضوعي عن الشاشة، ليتمحور الاهتمام حول كيفية سرد الحكاية، وبخاصة وأن مقدمي الأخبار باتوا أقرب للمعلقين الرياضيين، دورهم ليس استجلاء الحدث وتفسيره وتبيانه، بل دورهم دفع المشاهدين للغرق في تعقيدات الصور، بزعم أنها تنقل التاريخ الإنساني وهو في طور حدوثه؟!.

[19]بريمي، عبدالله: السميوزيس والتأويل – إنتاج المعنى وبناء الواقع واشتغال المجتمع، مجلة NSP، المغرب، دون تاريخ، ص ص 178– 179.

– ثالث المشاهد، هو وهْمُ النقل المباشر، أي المسارعة فور وقوع حدث في مكان ما، إلى الاتصال بأي شخص في مكان الحدث ليقول ما لديه، حتى لو كان كذباً أو اختلاقاً، أو صوراً مجتزأة من الواقع، لأنّ المهم ليس الحقيقة، بل المهم هو وهْمُ النقل من موقع الحدث، وتأثيره الواقعي في المشاهدين في تأكيد المصداقية بغض النظر عن الصدق والموضوعية، لأن الموضوعية المشهدية لا تحيل إلى مادة مضمونية قارة وكلية مودعة داخل الخطاب المرئي بشكل سابق على المشاهدة وفعل التأويل، كما لا تحيل بالتأكيد إلى معنى واحد ووحيد يمنح الخطاب هويته الخاصة، لأن الموضوعية في مشهدية الحرب مرتبطة بأصلها المولد (إعادة إنتاج الواقع) بعيداً عن الواقع، وارتباطاً بغايات دلالية سابقة للفعل وللتأويل.

وبهذا الشكل أصبح الانفعال هو الواقع، حتى لو كان لا علاقة له بأي واقع .. ومهمة الصحفيين في المناطق الساخنة، ليس نقل الحقيقة، بل الإيهام بها، أو بعبارة أدق إعادة إنتاج الأحداث عبر صور بعيدة ومهتزة ومشوشة وملتبسة، وفقاً لمصالح مرجعيات وسائل الإعلام وأجنداتها[20].

– رابع المشاهد، هو اختلاق صورة الخبراء، والمحللين السياسيين، أصحاب القضية والمعلومة، والذين حولتهم الفضائيات العربية والأجنبية (فيما يتعلق بالشأن السوري)، إلى رسل أو عرافين لا يأتيهم الباطل من أمامهم أو خلفهم، تستشيرهم وسائل الإعلام، ويتابعهم المشاهدون، وهم يستعرضون خبراتهم في جو "هوليوودي" فيه كل الوسائط المساعدة (فيديو وول وغيره)، ليحتلوا في عقول البسطاء مكانة المفكرين والعارفين المعاصرين!.

وهم في واقع الحال، مجرد حراس بوابة على الحقيقة الواقعية، لصالح الحقيقة الإعلامية، بحيث بات ما يجري في سورية، هو حقيقة ال 25كادر في ثانية، أو أكذوبة 25 كادر في الثانية، وهي أكذوبة تقيم جسراً وهمياً بين الحدث أو صورة الحدث وبين عواطف المشاهدين، وهذا الجسر الوهمي الذي يتمثل بالخبراء والمحللين، يخلق تأثيراً خادعاً عن الحدث بعيداً عن

[20]المرجع السابق، ص 180.

ظروفه الموضوعية (عزمي بشارة، وصفوت الزيات وغيرهم أمثلة واقعية حول الحقيقة الإعلامية)، وهذا ما يؤكد أن الأحداث المهمة لا تنتج صوراً في معظم الأحيان.

– خامس المشاهد كما بينت نتائج الدراسة، صناعة البديل لقابلية البرامج التخيلية (القصصية)[21] عن الشأن السوري، عبر التزييف والاحتيال، وصناعة أبطال وهميين ومجازر تقشعر لها الأبدان على لسان شخصيات واقعية مأجورة لرواية حكاية محبوكة في سيناريو مؤثر، ودفع المشاهدين لانتظار معرفة كيف سيتطور الموقف، بعيداً عن أي احترام للحقيقة، وأظافر أطفال درعا التي لم نر صورة لها، على الرغم من أنها كانت الحجة الرئيسة في اندلاع ما سمي بالثورة السورية، واستخدام الأسلحة الكيماوية، ومئات القصص الإعلامية الأخرى على مدار أكثر من تسعة أعوام، دليل جلي على تسييد المشهدية في صناعة الأخبار في الحرب على سورية.

– سادس المشاهد، هو ذلك التغييب شبه الكامل لمواقف و آراء الغالبية العظمى من الشعب السوري المدركة لحقيقة ما يجري على الأرض السورية، والرافضة لجميع التدخلات بالشأن السوري، والداعية الى الحوار الوطني سبيلاً وحيداً للحل، وتصوير هذه الغالبية في حال ذُكِرَتْ على أنها مجموعة من (الشبيحة)، أي شيطنتها، في مقابل الاحتفاء المبالغ به، بل هيمنة آراء قلة من الشعب السوري، وإظهارهم بحجم كمي أكبر بكثير من الواقع، والتعامل معهم كممثلين عن الشعب السوري خلافاً لإرادة الشعب ورغباته، وخلافاً لحقيقة قناعاته في هؤلاء المفروضين عليه كممثلين عنه، مما يربط عملية التأويل بتوسط إلزامي آخر (إضافة للغة والفن والتاريخ والفلسفة ..إلخ) يجعل من شبه المستحيل تحرير المعنى من أبعاده التقريرية الجامدة، كما يلغي العلاقة الوجودية بين التأويل ووسطه التاريخي

[21] خضور، أديب: مرجع سابق، ص 217.

والموضوعي واللغوي، أو بمعنى أدق بين المشاهدين ووسائط كينونتهم الفعلية، مما يؤكد علاقة المعنى المستخلص بالنسق الإنتاج الذي ولده[22].

– سابع المشاهد كما بينت نتائج الدراسة، هو خلط الملفات، بمعنى دمج الوطني بالإقليمي بالدولي، وتعديل البوصلة، بحيث يصبح العدو صديقاً، والصديق عدواً، وبحيث تتحول المشتركات والتعاقدات الوطنية إلى عبء على الانتماءات الاثنية والمذهبية والقومية، يجب التحلل منه، في إطار السعي للحصول على العدالة الاجتماعية، أو الخصوصية الثقافية، وهكذا أصبحت إيران ومن يواليها أعداء، وباتت إسرائيل حليفاً، والصلح معها بلا شرط عودة الأراضي المحتلة مطروحاً، بل وقائماً لدى مجموعات كثيرة، سياسية وعسكرية (مسلحة) ممن ينتمون إلى صفوف المعارضة السورية ومن يساندهم!.

والحقيقة، إن اللهاث خلف الحصول على نصر سريع لصالح مجموعات مسلحة سورية هجينة، تعمل وفقاً لمخططات عربية وإقليمية ودولية، أدخل وسائل الإعلام العربية والدولية (عينة الدراسة)، رحى التسابق على صناعة الأكاذيب بالشكل الذي يصعب حصره في هذا البحث، كما أدخلها دائرة التجريم بتهم كثيرة ، لعل أفدحها تهمة المشاركة في سفك الدم السوري وتعريض الأرض السورية للتقسيم وربما الاحتلال، وهو أمر يضع تلك الوسائل والعاملين فيها تحت بند المساءلة القانونية والأخلاقية أمام المحاكم الدولية والوطنية، كما أدخل مهنة الإعلام برمتها دائرة الريبة والشك والتهافت الأخلاقي والقيمي والمهني، بعد أن اختلطت ثلاثية الإعلام الأزلية :إعلامي – حدث – مواطن، ليصبح المواطن إعلامياً، والإعلامي ناقلاً عن صحافة المواطن، والحدث سجال بينهما، والحقيقة في منأى عن كليهما، على الرغم من أن الكثير من هذه القنوات (وبخاصة الجزيرة) بنت مصداقيتها لدى الجمهور العربي عبر ربط خطها السياسي بالدفاع عن القضية الفلسطينية، والذي تبين فيما

[22]ايكو، امبرتو: التأويل بين السيمائيات والتفكيكية، (ترجمة: سعيد بنكراد)، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2000، ص 205.

بعد أنه ارتباط بالخط السياسي الإخواني لحركة حماس، وليس بالقضية الفلسطينية بكونها قضية مركزية في الوجدان العربي!.

3- التوصيات:

نتائج الدراسة الدلالية تحتم ضرورة الإجابة عن ثالث أسئلة البحث حول: هل يمكن للإعلام الوطني اعتماد الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الإعلامية الغربية الموجهة ضده في صياغة استراتيجيات لمواجهة الإعلام الخصم وذلك بحسب طبيعة ونوع كل أزمة يخلقها هذا الإعلام، والجماهير التي يستهدف القائمون بالاتصال الوصول إليها في أثناء غدارة الأزمة؟ الحقيقة أنه في إطار سعي (أو تعثر) الإعلام الوطني السوري في الوصول إلى حالة إعلامية وطنية ذات صدقية، قفز – دون قصد – إلى محاكاة الرسائل الإعلامية، التي يبثها الإعلام العربي والدولي المشارك في الحرب على سورية، من حيث الشكل والأسلوب، في مزيج، بدا تقليداً هزيلاً بلا محتوى، لأنه لا يستند إلى ذات الأهداف والنزعة الموجهة نحو المعنى المرتبطة بالأهداف، التي حددت شكل صور ومسامع ونصوص رسائل الإعلام العربي والدولي، مما شكل خطاباً إعلامياً مفككاً، لا رابط متسلسل فيه، مع انقطاع الذات المؤقت، وغيبة الهوية الشخصية، والذي تبدّى في[23]:

1- الإعلاء من قيمة الأنساق المغلقة والخطابات الكلية، وتفسير كل شيء عن طريق القوة، وتغليب الذاتي على الموضوعي الوطني، والخطابات ذات المقاس الواحد على حساب خطاب يراعي الخصوصيات والحساسيات ويلائم ويحتفي بالمشتركات، دون تحويل الخصوصيات إلى عصاب وهوية (حوار ما يسمى بالعشائر مثال، وهو في جوهره خطاب ضد الوطنية).

[23] عيسى، نهلة: التغطية الإعلامية الوطنية للحرب على سورية – الباستيش و الفصام الثقافي، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة رواق دمشق، مركز مداد، دمشق، 2017، ص ص 14- 15.

2– تقاطع الخطاب الإعلامي الوطني (غافلاً) في الكثير من عناوينه العريضة، التي تؤكد الهوية والخصوصية واستحالة التحديد، على نفس ما روّجتْ له وسائل الإعلام العربية والدولية في حربها على سورية، ويتجلى ذلك بصرياً في البرامج الحوارية والبرامج الدينية والبرامج الإخبارية، والتي سادتها اللاعقلانية والغوغائية والذاتية، وبأسلوب يعكس خطابية مكثفة ووطنية هشة أو رقيقة، كما يعكس غياب استراتيجية إعلامية وطنية للتعامل مع الأحداث بأبعادها المختلفة سعياً باتجاه استحضار الغد، وليس فقط تحقيق الفوز اليوم.

3– عَكَسَ الخطاب الإعلامي الوطني، نوعاً من الفصام الثقافي الذي يغيب الهوية والذات الوطنية، ويعكس كسوف النمط البطولي، وخديعة الحقائق الكبرى، ويتحدى المعايير و الكودات الجمعية السائدة في المجتمع، بل كثيراً ما يناقض النصوص المكتوبة المرافقة لهذه الصور، مما يوحي بأن الصور تأتي كمعادل بصري فوق رقابي لكلمات تلتزم حدود الاتفاق الجمعي (الآني وليس الوطني) المهيمن، وهو معادل يشبع أحلام جموع كبيرة من المشاهدين والمستمعين والقراء، ويشكل مجازاً أسطورياً نصياً وبصرياً، يخفف من قسوة اليومي والمعاش وإحباطاته، ويحافظ على الواقع بكونه خياراً سيئاً، لكنه معتادٌ، ومأمونٌ، بديلاً عن مجهول غير مأمول أو مسيطر عليه.

4– عَكَسَ الخطاب الإعلامي الوطني اتجاهاً سلطوياً، سواء في مستواه النصي، أو حتى في المعادل البصري الموضوعي للنص، مما أفقده الكثير من الصدقية (على الرغم من توفرها)، والقدرة على التأثير في مناخ محتقن، أهم شعاراته المعلنة، المطالبة بتغيير السلطة في جانب، وفي جانب آخر تحميل السلطة المسؤولية عما يجري!.

وهذا أمر يفرض على الإعلام السوري ،النظر إلى الاعتبارات التي سبق ذكرها، والتي أسهمت إلى حد كبير في خلق هوة شاسعة بين الدولة ومجموعات لا يستهان بها من المواطنين، وبين الفئات الاجتماعية بين بعضها بعضاً، مما يجعل من مهمة تسويق مفاهيم اجتماعية وثقافية جامعة، ودفع الشعب السوري لاعتناقها مهمة ليست بيسيرة ولا سهلة، ولا

طوع البَنان، و بخاصة وأن جزءاً من الحرب على سورية استهدف أول ما استهدف التشكيك في كل المؤسسات والرموز الوطنية، وفي مقدمتها وسائل الإعلام الوطنية.

لذلك، بات من الأهمية بمكان، التوظيف الأمثل لوسائل الإعلام الوطنية في سورية، وما تملكه من إمكانات تكنولوجية وفنية فعالة ومؤثرة، من أجل العمل على خدمة قضية التدعيم الثقافي، وتعزيز الهوية الوطنية، وذلك لن يتأتى إلا عن طريق عرض أو صياغة تعريف محدد لمفهوم "الهوية الوطنية"، يحدد معاني المفهوم وملامحه وسماته، بالاستناد إلى مبادئ الدستور، وروح المشتركات الوطنية، ورمزية الالتزام الأخلاقي والاجتماعي والوطني، وبما يوحي ويضمن ويؤكد أهمية مشاركة الجميع، مؤسسات، وأفراد في هذه العملية دون أدنى تفرقة أو إقصاء.

كما بات من الضروري إعادة النظر فيما يقدم في وسائل الإعلام الوطنية، ومحاولة توظيف المادة الاتصالية التوظيف الأمثل بما يعمل على تغيير الاتجاهات والأفكار السائدة عنها، وعن الأحداث الجارية لدى أفراد المجتمع، وذلك عبر اعتماد الشفافية الوطنية منهجاً، وتقديم توصيفاً واقعياً للتحديات الراهنة.

وذلك عن طريق وضع استراتيجيات إعلامية وطنية تقوم على خطة مدروسة تهدف إلى تغيير الصور السلبية عن الإعلام الوطني، وتعلي من روحية الوفاق الاجتماعي وقيم المواطنة، كما تقلل الفجوة الحادثة بين المواطنين ومؤسسات الدولة، وتقوم على الأسس الآتية[24] :

1- النظر إلى قضية تجديد (هيكلة) البنية الثقافية الوطنية (وأهمها الخطاب الثقافي الخشبي المجرد والمغرق في العموميات)، عبر إطلاق تيارٍ طازجٍ وحرٍ من الأفكار على مخزون عاداتنا وتقاليدنا وأفكارنا لمواجهة صعوباتنا الراهنة، وتجنب الفصل التعسفي بين الشأن العسكري والشأن المدني بكل تفرعاته ذاتاً ودوراً، وخاصة وأن جزءاً كبيراً من الحروب على

[24] عيسى، نهلة: التغطية الإعلامية الوطنية للحرب على سورية –الباستيش والفصام الثقافي، مرجع سابق، ص ص 18 – 19.

سورية طابعه ثقافي حضاري، مع أهمية تأكيد فكرة أن الدورين يجب أن يترافقا ويتكاملا معاً للخروج بالوطن من عنق تحدياته الوجودية، ولتحقيق النصر، والحفاظ على استقلال الوطن ووحدة أرضه وشعبه.

2– العمل على تغيير المناخ الفكري والمزاجي والثقافي السائد عن أن الحرب في منطقتنا طويلة، وأنه من غير المجدي السير في عملية إعادة الهيكلة القيمية والثقافية في ظل استمرار الأعمال العسكرية والحصار على سورية، وذلك عبر إبراز صور إيجابية تؤكد أن المناعة الوطنية تستند إلى أهمية استمرار التساؤل والبحث عن الإجابات والحلول، للهشاشة غير المتوقعة في النسيج الوطني، كجزء من عملية التصدي والصمود بهدف تحقيق النصر.

3– العمل على أن يكون الإعلام انعكاساً لواقع حال الوطن والمواطنين، بشكل يردم الهوة بين الإعلام الوطني، وبين الفئات الاجتماعية المختلفة التي لا تجد في وسائل الإعلام الوطنية أدنى انعكاس لحياتها وواقعها والقضايا الجوهرية التي تشغل بالها، مما يجعلها غير معنية و مهتمة بالرسائل الإعلامية، ومما يفقد الوطن مشاركة مجموعات لا يستهان بها في إحداث التغيير المنشود للنهوض بالوطن من كبوته الحالية.

5– تكثيف الرسائل الإعلامية، وبخاصة في المناطق الأكثر تضرراً من الأحداث، وتحديد وسائل الإعلام الأكثر قبولاً ومتابعة في هذه المناطق، لخلق قناة اتصالية يمكن عن طريقها بث الرسائل التي تعمل على رفع مستوى الوعي وتغيير الاتجاهات نحو دورها في المجتمع، وزيادة المعارف لإحداث التغيير المنشود والمشاركة المستهدفة.

6– إطلاق حوار وطني عبر وسائل الإعلام حول تخلف معظم الأساليب الثقافية الوطنية و فوقيتها ،و التي تحتفي بالشكل على حساب المضمون (ذات المرجعية السياسية التي تنظر إلى الإعلام والثقافة بكونهما مجرد أداتين للسيطرة السياسية وحوامل للخطابات الفوقية الكلية، مع ازدراء غير مسوغ للثقافة الجماهيرية) وفي عمقها الأساليب الإعلامية، التي تبدو وكأنها تتعامل مع الجماهير كحشود من الحمقى، رغم كل الدلائل القاطعة التي قدمتها الحرب على سورية ،عن خطورة الاستقطاب الثقافي وإقصائيته، ودور الخطاب الإعلامي والحقائق التلفزيونية فائقة

الواقعية، في جرِّ السياسي إلى الأجندة الإعلامية، وفق المبدأ التجاري الشهير" التسوق واحداً لواحد" أو العالم المفصل على مقاس الفرد دون شروط ولا خبرة ولا أهلية!

9- تدريب الكوادر الإعلامية الوطنية على المهارات والحرفيات التي تميز واقع حال الإعلام المعاصر، الذي بات (شئنا أم أبينا) صناعة وليس رسالة بالمفهوم التقليدي (الانجيلي)، والذي انتقل من مرحلة نقل الواقع (انتقائياً) إلى مرحلة إنتاج المناهج التعليمية الشعبية، وأدلة تعليم الحياة وأنماطها، مستخدماً في ذلك طبقة نخبوية جديدة (فنانون، رياضيون، مثقفون، رجال أعمال، مشاهير الحياة الاجتماعية...الخ) لها تأثير كبير في الساحة السياسية والمجتمع المدني، وتكمن قوة تأثيرها في معرفتها، وإبداعاتها، ووعيها الفني، ومهاراتها، وخبراتها، وذكائها التسويقي، لتجمع بين الجمهور وبين المفهومات والمنتجات الثقافية في نسيج تجربة حياتية، بحيث تتحول هذه الطبقة إلى "وسيط ثقافي" أو "حارس بوابة" بين الأفراد والتجارب الحياتية التي يسعون إليها، وهو سلاح وإن كان ذا حدين، إلا أن إجادة التدرب على حرفياته، يمكن أن يصب بالمطلق في مصلحة القضية الوطنية.

ت- عدم تجاهل التحديات التي يخلقها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال وتراجع القدرة على السيطرة على تأثيراته في البنى الاجتماعية الوطنية بسياسات التحصين التقليدية.

ج- الاهتمام بالعوالم الافتراضية بكوها بديلاً يمكن الحصول عبره على مقايضة متوازنة للاتصال في ظل الهيمنة الغربية المطلقة على فضاء الإعلام التقليدي.

د- الاهتمام بصياغة رسائل إعلامية بالاعتماد على نظرية القذيفة المرتدة بالشكل الذي يمكن أن يسهم في إحياء الخلفيات والخصوصيات الثقافية الوطنية، ويسمح بتفسير الاتصالات الدولية وتقييمها وفقاً لهذه الخصوصيات (التجربة الإيرانية التي نبذت بعض وسائل الاتصال الإلكترونية ونظرت إليها بكونها زائدة عن الحاجة، وأنها ثقافة غربية تحمل بذور الصراع وتستميل المجموعات التي تتكئ على الغرب، ولكنها لم تستطع النفاذ إلى الثقافة بأكملها، مثالاً).

المراجع

أ– الرسائل الجامعية غير المنشورة:

1– عيسى، نهلة: أثر تكنولوجيا التعبير المرئي في محتوى الصورة التلفزيونية في الفضائيات العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006.

ب– الكتب العربية:

1– إسماعيل، محمد حسام الدين: الصورة والجسد – دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.

2– عيسى، نهلة: سيميولوجيا الصورة في الفضائيات العربية، وزارة الثقافة المصرية، أكاديمية الفنون، الجيزة،2007.

3– عيسى، نهلة: تقنيات تحليل الصورة، وزارة التعليم العالي، الجامعة الافتراضية، دمشق، 2016.

4– مروة، إسماعيل: مدخل إلى تحليل النصوص الإعلامية، دار الشرق للطباعة والنشر، دمشق،2018.

ج–الكتب المترجمة:

1– أندري جيفيك، مارك: تلفزيون الواقع، (ترجمة: أديب خضور)، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 2008.

2– بودون، ريمون: مناهج علم الاجتماع، (ترجمة: هالة شبوون الحاج)،ط2،منشورات عويدات، بيروت، 2009.

3– بودريار، جون: المصطنع والاصطناع، (ترجمة: جوزيف عبدالله)، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008.

4– ايكو، امبرتو: التأويل بين السيمائيات والتفكيكية، (ترجمة: سعيد بنكراد)، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2000.

5– جريبر، إيه، دوريس: سلطة وسائط الإعلام في السياسة، (ترجمة: أسعد أبو لبدة)، ط2، دار البشير، 2008.

6-رامونه، إيناسو: الصورة وطغيان الاتصال، (ترجمة: نبيل الدبس)، الهيئة العامة السورية للكتاب، 2008.

ج – المجلات والدوريات:

1-أحمد شهاب، عبدالحميد: نظرية الفاعل المعنوي (دراسة مقارنة)، مجلة الفتح، جامعة ديالى، كلية القانون، العدد الرابع والثلاثون، العراق، 2008.

2-بريمي، عبدالله: السميوزيس والتأويل – إنتاج المعنى وبناء الواقع واشتغال المجتمع، مجلةNSP، المغرب، دون تاريخ.

هـ – الندوات:

1-عيسى، نهلة: التغطية الإعلامية الوطنية للحرب على سورية – الباستيش و الفصام الثقافي، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة رواق دمشق، مركز مداد، دمشق، 2017.