مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دراسة مقارنة لتفاعل العنوان والصورة في الصحف السورية الرسمية والخاصة
اسم الكاتب: مازن جبور
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/library/5101
تاريخ الاسترداد: 2025/06/15 03:56 +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 تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (1) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (1) 2018

A comparison study of the interaction and proportion of image and titles between the official Syrian newspapers and the private one.

Mazen Jabbour*

(Received 26 / 12 / 2017. Accepted 29 / 1 / 2018)

□ ABSTRACT □

The media uses the image as a tool and a mean to touch the public opinion when it is broadcasted. Thanks to the technological development which enabled image global use and widespread. This in return, allowed image to contribute in the formation of the public opinion .

This research aims to compare between image use in the official Syrian newspapers and the private ones, through analyzing the written titles and language accompanying to the image, and its significant role in supporting the addressed media message.

The research displays the concept of media discourse and its importance, in addition to, image's significance and types. Then, it looks in the analysis of images in the Syrian media discourse by focusing on the interaction and proportion between the image and the title in the written Syrian media. As well as, by a comparative study for image and title published in the next day announcement of the results of the Syrian parliament elections 2016 in the private Al-Watan newspaper and the official Al-Thwra newspaper.

Key words: AlWatan Newspaper, AlThawra newspapers. Media discourse. Parliament elections

*Master- Faculty of Political Science -Damascus university- Damascus- Syria.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (1) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (1) 2018

دراسة مقارنة لتفاعل العنوان والصورة في الصحف السورية الرسمية والخاصة

مازن جبور*

(تاريخ الإيداع 26 / 12 / 2017. قُبِل للنشر في 29 / 1 / 2018)

□ ملخّص □

تستخدم وسائل الإعلام الصورة باعتبارها أداة ووسيلة لتحريك الرأي العام، ويعود الفضل في الاستخدام العالمي للصورة وانتشارها الكبير إلى التطور التكنولوجي، بحيث باتت تساهم بشكل مباشر في تشكيل الرأي العام.

يهدف هذا البحث إلى المقارنة بين استخدام الصورة في الصحف السورية الرسمية والخاصة من خلال تحليل العناوين المكتوبة لغة المرافقة للصورة، وما لها من دور في تدعيم الرسالة الإعلامية.

يعرض هذا البحث، مفهوم الخطاب الإعلامي وأهميته، كما يعرض أهمية الصورة وأنواعها، ثم يخصص الحديث للبحث في تحليل الصورة في الخطاب الإعلامي السوري، من خلال تسليط الضوء على مدى التفاعل والتناسب بين الصورة والعنوان في الإعلام السوري المكتوب بإجراء دراسة مقارنة للصورة والعنوان المنشورة في اليوم التالي لإعلان نتائج الانتخابات البرلمانية السورية للعام 2016، في جريدة الوطن السورية الخاصة وفي جريدة الثورة الرسمية.

الكلمات المفتاحية: جريدة الوطن، جريدة الثورة، الخطاب الإعلامي، الانتخابات البرلمانية.

* ماجستير-كلية العلوم السياسية- جامعة دمشق- دمشق- سورية.

مقدمة:

يعتمد العصر الحالي في نشر المعرفة على التكامل بين السمع والبصر، وذلك من خلال إضافة عالم الصورة وثقافة العين وبخاصة في ظل ما نشهده من تطور تكنولوجي، وفي هذا الإطار أصبحت المعلومة في الإعلام والاتصال رأس مال يتم استثماره بغية تحقيق الفوائد السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بل وأصبحت أداة استراتيجية ترجح طرف على الآخر، كما أنه في زمن العولمة التي تعمل على إعادة تشكيل العالم وصياغته فكرياً وسياسياً واقتصادياً وإعلامياً وثقافياً... قد يُتحكم في مصيره بما يخدم مصلحة الأقوى.

أصبح العالم تجمع صغير تحول فيها الإنسان المعاصر إلى كائن رقمي تواصلي إعلامي، ذو حاجة ماسة إلى المعلومة، من أجل التعبير عن حاجاته وعن مكنوناته والتواصل مع أقرانه وفهم خطاباتهم المختلفة.

لم يكن الخطاب الإعلامي بمعزل عن هذا التطور النوعي الذي ميّز وسائل الاتصال الجماهيري، حيث احتلت معه القناة البصرية في الإدراك والتواصل مقدمة الاهتمامات، كما وفرت وسائل الطباعة والتصفيف والتصوير والنسخ، جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصور في شكل جديد يوفر لطرفي التواصل –المرسل والمتلقي– إمكانيات تنويع أشكال التعبير بمراعاة أبسط جزئيات العرض وتفاصيل القناة المعتمدة للعرض في مجال الطباعة والنشر والإعلان والفنون المرتبطة بحاسة البصر[1].

يدخل الخطاب الإعلامي في كل حيثيات الحياة الاجتماعية، ويحتل المرتبة الأولى بين الخطابات المعرفية الأخرى. وهذا ما يجعل الصورة في عالم اليوم تتسيد، وذلك بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتمثل انتقالاً نوعياً في بناء العالم الحديث بما تحمل من دلالات فكرية متنوعة لها علاقة بصناعة الوعي وتشكيله وتوجيهه فردياً كان أم جماعياً.

-إشكالية البحث وتساؤلاته:

مع التطور التكنولوجي والانتقال الى عصر الصورة بات الخطاب الإعلامي يرتكز بشكل رئيسي على ثقافة العين ويعتمد في إيصال الرسالة الإعلامية على الصورة، ولكن ليس عبرها وحدها بل من خلال الدمج بين الأيقوني واللساني أي بين الصورة واللغة ولعل هذا النموذج من الخطاب يبرز بشكل واضح في الاعلام المطبوع، حيث لا بد أن تكون الصورة المرفقة بالعنوان متطابقة معه ومكملة له، حتى يتوافق الأيقوني واللساني في الاعلام السوري المطبوع، الرسمي والخاص. وانطلاقاً مما سبق تبحث هذه الدراسة في مدى التطابق بين الأيقوني واللساني في كل من الاعلام السوري المطبوع الرسمي والخاص، وإبراز الخلل بينهما، وهل يوجد فرق بين الإعلام والخاص والرسمي في درجة التطابق بين العنوان والصورة.

لذلك ستحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الرئيسية التالية:

1-ما هو مفهوم الخطاب الإعلامي وما هي أهميته؟

2-ما هو مفهوم الصورة وما أهميتها، وما أنواع الصورة الإعلامية؟

3-كيف استطاع الخطاب الإعلامي السوري المطبوع أن يحقق التناسق بين الصورة والعنوان؟

4-إلى أي مدى ساهمت التناسق في إيصال الرسالة إلى المتلقي؟

([1]) الماكري، محمد. *الشكل والخطاب: مدخل لتحليل ظاهراتي*. ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1991، ص60.

أهمية البحث وأهدافه:

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث في كونه يهدف إلى دراسة الخطاب الإعلامي السوري من خلال تحليل العناوين المكتوبة لغة المرافقة للصورة، وما لها من دور في تكثيف الرسالة وتحقق التواصل والتفاعل بين الأنساق اللسانية للخطاب وبين الأنساق الأيقونية للصورة، واجراء مقارنة بين الإعلام الرسمي والخاص في هذا الإطار.

هدف البحث:

يهدف البحث الى تسليط الضوء على الخطاب الإعلامي السوري من خلال الكشف عن مدى التوافق بين الأيقوني واللساني في الاعلام السوري، ومدى أهمية الصورة في تكثيف الرسالة الإعلامية.

-الإطار الزمني للبحث:

يتخذ البحث إطار زمني محدد جداً من خلال دراسته، لمادة خبرية نشرت في الإعلام السوري خلال عدد واحد صدر بتاريخ محدد وهو يوم 2016/4/17، كون هذا العدد من جريدتي الثورة والوطن السوريتين يحتويان على الخبر المدروس.

-فرضية البحث:

يقوم البحث على اختبار الفرضية التالية:

أن هناك توافق إلى درجة ما بين الأيقوني واللساني في الإعلام السوري المطبوع، مع اختلاف في التعاطي بين الإعلام الخاص والرسمي مع الخطاب الإعلامي السوري.

منهجية البحث:

اعتمد الباحث بشكل رئيس للإجابة على تساؤلات البحث واختبار فرضيته على المنهج التحليلي المقارن، لتوصيف الواقع من خلال المعطيات والبيانات المتوفرة عن الظاهرة المدروسة، وتحليل هذه البيانات للوصول إلى الهدف من الدراسة.

النتائج و المناقشة:

أولاً- في مفهوم الخطاب الإعلامي:

حقق تحليل الخطاب، بوصفه حقلاً معرفياً متمازجاً، انتشاراً مطرداً في مجال البحث العلمي المعاصر في إطار العلوم الإنسانية، إذ تجتمع تحت هذا العنوان جملة من المبادرات النظرية الحديثة التي نشأت في حقول وفروع معرفية متعددة، وفي ظل مدارس واتجاهات تفكير مختلفة.

يعد الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية[2] بكل معنى الكلمة تتكاثف على إنتاجها وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محوراً أساسياً في المجتمع وتملك ساحة الثقافة والتكنولوجيا، وثقافة الوسائط المتعددة، حيث باتت الثقافة إعلامها وترفيهها بشكل فعلي [3].

([2])انظر للمزيد من التفاصيل: الحبيب، الإمام. صناعة الثقافة والاحتكار العالمي. مجلة العربي، العدد 434، 1995، ص31 وما بعدها.
([3]) علي، نبيل. الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي. عالم المعرفة، العدد 265، 2001، ص344.

يعرف أحمد العاقد الخطاب الإعلامي: «هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية»[4]، نستنتج من التعريف أن الخطاب الاعلامي صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة والآليات التقنية، بهدف إيصال الرسالة.

تعد مجموع أشكال الأنشطة التواصلية الإعلامية المذكورة في هذا التعريف وسائط إعلامية لها فعالية في إنجاز الخطاب الإعلامي، فيعد الوسيط عقلاً تقنياً له دوره في تلقي المضمون وإعادة تنظيم أشكاله وبثه من جديد.

بناء على ما سبق نعرف الخطاب الإعلامي بأنه منتوج لغوي صوري إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، ويمثل شكل من أشكال التواصل الفعّالة في المجتمع، له القدرة على التأثير في المتلقي وتشكل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية، يتداخل في تشكيله المرسل وأدواته.

وهو نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والإيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وذلك مثل: الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشحن الإيديولوجي. وكل ذلك يشتغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقاً سيميائياً دالاً قابلاً للقراءة والتأويل [5].

ثانياً –أهمية الصورة وأنواعها:

تمكن الصورة دائماً من تأويل معناها سواء أكانت صامتة أو ناطقة، فهي تنطوي دائماً على هذا القدر من التعبير عن موضوعها. إلا أن الثورة الرقمية جعلت للصورة معطيات جديدة، فدلالات الصورة هنا لا ترتهن إلى قياساتها التقنية وأبعادها الضوئية فحسب بل تتبع أساساً من ربطها بالتعريف المرفق بها أو العنوان الذي أسندت إليه.

تعد الصورة موضوع مشترك بين علوم ومعارف عديدة مثل: علم النفس المعرفي والفلسفة والمنطق وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا الثقافية والنقد... وكثير من العلوم الإنسانية والاجتماعية والتقنية كذلك. وتمثل الموقع الوسط بين الواقع والفكر، بين الحس والعقل، فالإنسان يعيش وسط عالم من الصور، تحدد رؤيته للعالم وطبيعة علاقته الاجتماعية[6].

يمكن بواسطة الصورة الوقوف على أهمية العالم البصري في إنتاج المعاني وفي تأسيس القيم الجمالية والإبقاء عليها ومعرفة علاقات القوة داخل الثقافة أيّاً كانت، وكشف الديناميات النفسية الخاصة بعمليات المشاهدة والتلقي التي تلقي برواسيها بقوة في هذا المجال. بحيث نتمكن من قراءة الصور والأصوات والتخطيطات والتوصيفات المكانية عبر الوسائط المتنوعة الأخرى ومن خلالها، وكل ما يعكس اللحظة الراهنة في ميدان الدراسات الثقافية بتعقيداتها المختلفة[7].

تصحب الصورة الخطاب، لأنها من المفروض أن تُفهم بسرعة، أي أن يفهمها أكبر قدر من المتلقين، فهي وسيلة إيضاح مساعدة على الفهم، لأنها تتميز بنسق أيقوني خاص قد يجعلها تصل إلى المعنى من أقرب طريق، فتقدم للمتلقي خدمة مهمّة جداً، لأنها تكثف من فعل التبليغ، وبذلك تتسلط على الحساسية المتأثرة لديه وتخاطبه بطريقة مختلفة عمّا تخاطبه به اللغة، فتعمل على إيقاظ الإنسان الذي يرقد في أعماقه.

تقدم اللغة بواسطة الكلمات والجمل وصفاً وشرحاً للحدث، إلا أن للصورة دلالات متجذرة في المجتمع

([4]) العاقد، أحمد. تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة. ط1، 2002، ص110.

([5]) انظر: إبرير، بشير. استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي. أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية، اليرموك، إربد، الأردن، 2008، المجلد 1، ص230 وما بعدها.

([6]) انظر: حنفي، حسن. عالم الأشياء أم عالم الصور. مجلة فصول، عدد 62، سنة 2003، ص26-27.

([7]) انظر: روغوف، إيريت. دراسة الثقافة البصرية. ترجمة شاكر عبد الحميد، مجلة فصول، عدد 62، 2003، ص164 وما بعدها.

والثقافة التي تنتمي إليهما أو تتحدث عنهما.

يمكن تقسيم الصورة إلى عدة أقسام منها الصورة الرقمية وتعرف أيضا بالصورة المقطعية، وهناك الصور الثابتة كاللوحات والصور الفنية وغيرها وهناك الصور الوثائقية والصور النفعية والصور الإشهارية والصور الإخبارية هذا إضافة إلى الصور ثلاثية الأبعاد وكل هذه الصور تختلف عن بعضها البعض في كيفية بث المعنى وإيصاله إلى المشاهد.

وتتنوع الصورة الإعلامية بين كونها صورة ثابتة أو خطاباً بصرياً مثل الصورة الفوتوغرافية، والصورة الكاريكاتورية، والصورة الحية النابضة بالحياة المرتبطة بحدث من الأحداث المحلية والعالمية باعتبارها خطاباً بصرياً متحركاً وتتجسد أكثر في الصورة السمعية البصرية التلفزية.

ثالثاً: دراسة تحليلية للصورة في الخطاب الإعلامي السوري:

نختار بداية مجموعة من الصور وتتمثل هذه الصور في:

– الصورة الأولى فوتوغرافية وردت على الصفحة الأولى من جريدة الثورة الرسمية السورية، تتعلق بمادة خبرية حول نتائج الانتخابات البرلمانية السورية لعام 2016[8].

الصورة رقم 01

– والصورة الثانية فوتوغرافية وردت على الصفحة الأولى في جريدة الوطن السورية الخاصة تتعلق بمادة خبرية حول نتائج الانتخابات البرلمانية السورية لعام 2016[9].

الصورة رقم 02

سنقوم بتحليل كل من الصورتين الأولى والثانية والعنوان المرتبط بهما.

تمثل الصورة والعنوان كما سبق الإشارة نسق سيميائي دال يتضافر أو يتفاعل فيه ما هو لغوي بما هو غير

([8]) جريدة الثورة السورية، العدد 16055، الأحد 2016/4/17، الصفحة الأولى، بالنسبة للصورة رقم01.
([9]) جريدة الوطن السورية، العدد رقم 2377، الأحد 2016/4/17، بالنسبة للصورة رقم 02.

لغوي، والناظر لمدونة الصور التي تم اختيارها يجد كلاً منها علامة كبرى تتألف من علامات جزئية أخرى تتفاعل داخل نظامها بحيث تشكل نسقاً منسجماً من العلامات مما يجعل هذا النسق موضوعاً صالحاً للسيميائيات.

ينبغي أن يتوفر في إنتاج دلالة نسق أو في إقامة تواصل، قدر من المواضعات الثقافية بين المبدع والمؤول وقارئيهما الضمنيين أو الفعليين، وكلما تكاملت المثاقفة، على مستوى الإنتاج وإعادة الإنتاج، مع الممارسة الإبداعية كنا فعلاً أمام ملكات نموذجية في القراءة والتأويل، ومن أجل امتلاك دعامة أساسية في التأويل، برأي العياشي السنوني، لا بد من النظر إلى النسق مستقلاً بذاته مالكاً لسياقاته الخاصة قادراً على إنتاج معانيه ويحتاج في ذلك إلى وجود وضع أو سنن خاص به[10].

يسوغ لنا هذا أن ندرس هذه المدونة دراسة سيميائية باعتبار السيميائيات معرفة ثرية خصبة مناسبة لدراسة هذا النوع من الخطابات البصرية، «إن السيميائيات هي أساساً، في مستواها الأعلى، متعددة الاختصاصات، على اعتبار أن حقلها يُعنى بفهم ظواهر متعلقة بإنتاج المعنى في أبعاده الإدراكية والاجتماعية والتواصلية. إنها مجال بحث أكثر منها اختصاصاً في حدّ ذاته له منهجيته الموحدة وموضوعه المحدد»[11].

يمكن لمختلف المداخل السيميائية أن تلتقي عند منظورين أساسيين يحيلان على تاريخها:

– المنظور المرتبط بالإدراك وتعد السيميائيات فيه دراسة لسيرورات الدلالة وتتعلق بالفلسفة وعلوم الإدراك وعلوم اللغة وتهدف إلى بناء موضوعها النظري وتطوير نماذج شكلية خاصة ذات قيمة عامة. ويمكن أن نذكر هنا الأبحاث التي نهدف إلى اقتراح نظرية عامة للتفكير الرمزي وإلى تحديد بنية العلامة وعلاقاتها وتأثيرها وكل من يتعلق بنظرية المعرفة. ويتعلق هذا بالسيميائيات العامة.

– وأمّا الثاني فهو المنظور الاجتماعي الثقافي وفيه نعد السيميائيات دراسة لسيرورات التواصل فيدرس الثقافة من حيث كونها تواصلاً وتعنى بصورة خاصة بالأبحاث المتعلقة بعلوم الإعلام والاتصال والأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع والدراسات الأدبية، وكل هذا يندرج ضمن السيميائيات المتخصصة والسيميائيات التطبيقية التي تقوم على دراسة الأنظمة الرمزية الخاصة بالتعبير والتواصل، وينظر في هذا المستوى إلى الأنظمة اللغوية من وجهات نظر:

علم التراكيب: أي العلاقات الشكلية للعلامات فيما بينها.

وعلم الدلالة: أي علاقة العلامات بالمرجع.

والصياغة التداولية: أي علاقة العلامات بالمستعملين والمؤولين لها[12].

توصف السيميائيات بأنها العلم العام لكل أنساق التواصل اللسانية وغير اللسانية، فهي بهذا نشاط معرفي بالغ الخصوصية من حيث أصوله وامتداداته ومن حيث مردوديته وأساليبه التحليلية، له علاقة بمجموعة من الحقول المعرفية مثل: اللسانيات والفلسفة والمنطق والتحليل النفسي والأنثروبولوجيا كما أن موضوعه غير محدد في مجال بعينه، وإنما السيميائيات أداة لقراءة السلوك الإنساني في مظاهره المختلفة بداءً بالانفعالات البسيطة ومروراً بالطقوس الاجتماعية وانتهاء بالأنساق الإيديولوجية الكبرى[13].

يتناسب هذا كثيراً بل يتطابق مع منظور شارل سندرس بيرس السيميائي، الذي وسّع كثيراً من نطاق العلامة فبالنسبة إليه كل ما هو في الوجود علامة، وإذا كان دوسوسير قد انطلق من ثنائية الدال والمدلول التي تجمع بين

([10]) السنوني، العياشي. *مبادئ النقدي السيميائي للنص الشعري المادح*. المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع، قسم اللغة العربية، إربد، الأردن، 2008، ج1، ص1061.

([11]) دومينجوز، جان كلود. المقاربة السيميائية. ترجمة جمال بالعربي، مجلة بحوث سيميائية، العدد 3 و4، 2007، مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية، الجزائر، ص43.

([12]) المرجع السابق نفسه، ص46.

([13]) بن كراد، سعيد. السيميائيات وموضوعها. مجلة بحوث سيميائية عدد 3 و4، 2007، ص179.

الشيء ومسماه أو بين المفهوم الذهني والصورة السمعية، واقتصر على العلاقة الاعتباطية بينهما دون التأكيد على علاقة العلامة بالواقع، وذلك لأنه درس اللسان كنظام مستقل بنفسه معتبراً إياه أرقى الأنساق وأهمها في الدراسة السيميائية، فإن شارل ساندرس بيرس قد وسع الاهتمام إلى كل الأنساق التواصلية التي يستعملها الإنسان ويستعين بها في محاورة الآخر.

تعد السيميائية بالنسبة لبيرس هي «النظرية الصورية للعلامات». ويمكن القول بصورة تبسيطية مع جون كلود دومينجوز بأن مشروع بيرس قد تمثل في الوصف الصوري لآليات إنتاج الدلالة وإقامة تصنيف للعلامات، وقد ربط بيرس العلامة بالمنطق بحيث يمكن تعريف السيميائيات من هذا المنظور بأنه النظرية العامة للعلامات وتمفصلها في الذهن. ولقد كان يقصد بالعلامة كل ما يقوم بتبليغ مفهوم محدد عن موضوع بأي شكل كان[14].

يُعد بيرس، كما أورد محمد الماكري، أول من حدد بدقة من خلال المرتبة الأيقونية للعلامة، مجال الصورة تحت اسم المجال الأيقوني، فجاء تحديده أول تعريف نظري صارم ومضبوط لعالم تواصلي غير لغوي سيكتسب أهميته عبر الدراسات اللاحقة التي انصبت على دراسة المجالات التعبيرية المختلفة[15].

من هنا تعد سيميائيات بيرس نموذجاً مناسباً جداً لتحليل الخطابات البصرية ودراسة معطياتها الثابتة وبخاصة ذات السمة الأيقونية الخالصة، ودراسة المعطيات المتحركة (صور السينما والتلفزيون والصور المتحركة) ودراسة المعطيات البصرية اللغوية (الخطوط، التنظيم الطباعي للصفحة) وكذا أنظمة التعبير الاتفاقية الأخرى. (نظام المرور، التمثيل البياني للمعطيات)[16].

يقول بيرس: «... إن الطريقة الوحيدة لتبليغ الأفكار هي عبر الأيقون، وكل الطرق مباشرة لتبليغ فكرة ما يجب أن ترتبط من أجل تأسيسها باستعمال الإيقون، وتبعاً لهذا فكل إثبات يجب أن يتضمن أيقوناً أو مجموعة إيقونات أو عليه أيضاً أن يتضمن علامات لا يمكن تفسير دلالاتها إلا عبر أيقون»[17].

1- تحليل الصورة الأولى:

نُشرت الصورة الأولى بجريدة الثورة الرسمية السورية بالعدد 16055 يوم الأحد 2016/4/17، وهي صورة مصاحبة لخبر نشرته الجريدة عن نتائج انتخابات مجلس الشعب السوري للدور التشريعي الثاني والتي جرت في الثالث عشر من شهر أيار 2016. وقد احتلت حيّزاً مهماً في الصفحة الأولى من الجريدة، فهي الصورة الرئيسية لأنها تعبر عن موضوعها الرئيسي في الجريدة.

وإلى جانب الصورة باعتبارها نسقاً أيقونياً يوجد النسق اللساني وهو الآتي: «اللجنة القضائية العليا تعلن نتائج انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني.. الشعار: الفائزون هم خيار الشعب السوري ويمثلون الشرائح كافة» مكتوبة هذه الصيغة باللون الأزرق وبخط سميك في أعلى الصورة، فهو من هذه الناحية يمثل العلامة الأولى في الموضوع تتركب من عبارتين الأولى "اللجنة القضائية العليا تعلن نتائج انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني"، وهي تمثل علامة دالة على طبيعة الخبر المتمثل بإعلان نتائج الرقم وهي علامة دالة تزداد أهميتها لما يتم تمييزها بـ"انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني"، ثم تتكثف الدلالة أكثر لإعطائها بعداً صدقياً لدى المتلقي من خلال قول رئيس اللجنة القضائية العليا للانتخابات القاضي المستشار هشام الشعار خلال مؤتمر صحفي أنهم: خيار الشعب السوري ويمثلون شرائحه كافة.

---

(14) دومينجوز، جان كلود. المقاربة السيميائية. مرجع سابق، ص41.
(15) الماكري، محمد. *الشكل والخطاب: مدخل لتحليل ظاهراتي*. مرجع سابق، ص39.
(16) المرجع السابق نفسه، ص48 وما بعدها.
(17) المرجع السابق نفسه، ص49.

يتضافر هذا مع الصورة التي تظهر أعضاء اللجنة القضائية العليا للانتخابات، يجلسون أمام عدد من مايكروفونات وسائل الإعلام المختلفة وأمامهم حشد من الصحفيين والإعلاميين بلباسهم الخاص بالقضاء وذلك خلال إعلانه نتائج الانتخابات في مؤتمر صحفي قبل يوم في العاصمة السورية دمشق.

ثم نقرأ العنوان الفرعي الثاني أسفل العنوان الرئيسي وهو:

– الشعار: الفائزون هم خيار الشعب السوري ويمثلون الشرائح كافة.

هذا العنوان الفرعي هو بمثابة إضفاء شرعية ومصداقية للموضوع يقدم من خلاله رأي اللجنة القضائية المختصة والموكلة بالإشراف على الانتخابات، فالمرشحين جميعا فازوا بالانتخابات نتيجة اختيار الشعب السوري لهم وحصلوا على الأصوات بكل شفافية ومصداقية، وينتمون إلى مختلف فئات وطبقات وتكوينات المجتمع السوري وهو أمر يسترعي الانتباه لأن دستور الجمهورية العربية السورية ينص في مادته الثانية على أن:

1– نظام الحكم في الدولة نظام جمهوري.

2– السيادة للشعب، لا يجوز لفرد أو جماعة ادعاؤها، وتقوم على مبدأ حكم الشعب بالشعب وللشعب.

3 – يمارس الشعب السيادة ضمن الأشكال والحدود المقررة في الدستور.

كما ينص في المادة السابعة والخمسون منه على أنه "ينتخب أعضاء مجلس الشعب بالاقتراع العام والسري والمباشر والمتساوي وفقاً لإحكام قانون الانتخاب".

وفي المادة الثامنة والخمسون ينص الدستور على أن: "عضو مجلس الشعب يمثل الشعب بأكمله ولا يجوز تحيد وكالته بقيد أو شرط وعليه أن يمارسها بهدي من شرفه وضميره".

فالعمال والفلاحون يشكلون نصف عدد أعضاء مجلس الشعب السوري وفقا للقانون نظرا لأنهم في حقيقة الأمر يشكلون عناصر تكوينية أساسية في المجتمع السوري وبالتالي يستحقون اهتماما إضافياً كما على النصف الآخر المتبقي ان يراعي كافة التكوينات المجتمعية في سورية والتعبير عن أن أعضاء المجلس الجديد الذين تم انتخابهم يمثلون كافة أطياف المجتمع السوري تعبير عن الدستور السوري.

فهناك إذاً تفاعل بين الشكل (الصورة) والخطاب (اللغة) المكتوبة في الجريدة باعتبارها وسيطاً تواصلياً، أو بين النسق اللساني والنسق الأيقوني في هذا الخبر الذي يتعدى كونه خطاباً إنشائياً لوضع ما باللغة وبالصورة لينفتح على القراءة والتأويل، قراءة الأدلة والعلامات السيميائية وتكوينها ومعرفة أبعادها التواصلية والدلالية الكامنة فيها. وذلك لأن السيميائيات في بعدها التأويلي، كما أورد أحمد العاقد – تصف النصوص الدليلية في تلقيها وتقاربها في انعكاساتها الذهنية وتحللها في مساراتها الدلالية التأويلية، إنها تقصد إلى تحصيل معاني الأدلة اللغوية، لفظية وغير لفظية، في بعدها التداولي.

وأما في بعدها التواصلي فتعتني بطرائق التواصل ووسائل التأثير الاصطلاحية ووصف العلامات، وتدخل في الاعتبار مفهومي التخاطب والقصد من التواصل في تقويم الأدلة اللغوية[18].

فإذا اعتبرنا أن القصد من وراء الخبر هو أن يقدم أفكاراً أو صوراً من العملية الانتخابية تفسر وتحلل حقيقة ما، فإن مضمونه، كما يتجلى من شكله صورة ولغة، يعكس مضمون العملية الانتخابية المتمثلة بالديمقراطية من خلال مقاطعتها مع نصوص الدستور السوري. فإذا أردنا الإشارة إلى حالة صدقية بعينها لجذب انتباه الرأي العام،

([18]) العاقد، أحمد. *تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة*. مرجع سابق، ص 134 وما بعدها.

يجب في تلك الحالة توظيف التعليق على الصورة أو اللقطة أو المشهد[19] كما هو الحال للصيغة: «اللجنة القضائية العليا تعلن نتائج انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني.. الشعار: الفائزون هم خيار الشعب السوري ويمثلون الشرائح كافة» المصاحبة للصورة في هذا التحقيق، فتوجد فيها بث نوع من الصدقية للرأي العام.

إن تعليقاً كهذا من شأنه أن يعطي للقارئ أبعاداً ورؤى ومتسعاً لخياله لكي يكوّن صوراً متنوعة في عملية إدراكه للمعنى، ويترك أثراً عميقاً فيه بما يزيد من تأجيج الأحداث «وتحريك المعرفة المختزنة في الذاكرة وضبط تماسكها»[20] من ناحية، ومن ناحية أخرى محاولة امتلاك الشكل العام للصورة ككل وعلاقة ذلك ببقية الأجزاء المكوّنة لها والتي تضمنها الخبر.

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

على مستوى المرسل:

يتمثل المرسل في هذا الخبر في الصحفي الذي حضر المؤتمر الصحفي وأعد الخبر عنه والمصور الذي شاركه وكذا المؤسسة الإعلامية التي ينتميان إليها، فالمرسل هنا، هو الذي أنتج الرسالة وعبّر عنها بما اقتضاه النسق اللغوي والنسق الأيقوني المتمثل في الصورة تتولد عن المرسل الوظيفة التعبيرية التي نقرأها في العناوين المطروحة:

- «اللجنة القضائية العليا تعلن نتائج انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني..».
- «الشعار: الفائزون هم خيار الشعب السوري ويمثلون الشرائح كافة».

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

فكأن الاستعمال اللغوي: «الشعار: الفائزون هم خيار الشعب السوري ويمثلون الشرائح كافة» يمثل لافتة إشهارية للموضوع وللجريدة التي لها القدرة على إعطاء المصداقية للخبر، ويبرز ذلك في الاستعمال اللغوي الموالي: «اللجنة القضائية العليا تعلن نتائج انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني..» خصوصاً أن الشعار هو رئيس اللجنة القضائية العليا للانتخابات.

ثم إن هذه الوظيفة قد تحققت بواسطة الصورة أيضاً التي تضمنت شخصيات أعضاء اللجنة في المؤتمر الصحفي الخاص بإعلان النتائج... وهي تمثل بذلك عبارة عن تشكيلات دالة.

على مستوى الرسالة:

ويتمثل في محتويات الموضوع وما به من معلومات وأخبار يودّ المرسل تبليغها للمتلقي، وإفادته بها وبخاصة المعلومات الجديدة التي لا يعرفها من خلال الأخبار التي توصلت إليها الجريدة.

وإذا كان الخطاب الخبري مجموعة من المعلومات المتجددة التي تضمن فاعلية التواصل فإنه يمكن أن نميز في هذا الخطاب بين مقولتين أساسيتين: المعلومات الجديدة التي يعتقدها الصحافي ولا يعرفها المتلقي، والمعلومات القديمة التي يعتقدها الصحافي ويعرفها المتلقي، إما لأنها محققة فيزيائياً في السياق المشترك أو أنها مشار إليها ضمن نص خبري محدد. وتتحدد المقولتان بالطبائع اللغوية[21].

---

[19] البطريق، نسيمة. *الدلالة والسينما والتلفزيون في عصر العولمة*. دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2004، ص232.
[20] العاقد، أحمد. *تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة*. مرجع سابق، ص152.
[21] العاقد، أحمد. تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة. مرجع سابق، ص150.

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

وقد انطلقت الجريدة هنا، من رهان وهو أن تفيد القارئ المتلقي بما لا يعرفه فتقدم له معلومات جديدة عن عالم يعرف عنه معلومات قديمة حول العملية الانتخابية وتوقيتها ونتائجها، وعرضت لهم بشكل منظم أسماء الأعضاء الذين تم انتخابهم لهذا الدور التشريعي كل دائرة انتخابية على حدى... إن قيمة الخبر تزداد أهمية كلما كانت المعلومات التي يحملها جديدة، ولذلك تدفع أموال ضخمة لمعرفة الخبر فوراً وهو جديد قبل أن يصبح متداولاً بين الجمهور.

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

«يذهب جرنبر إلى أن التواصل ناتج عن التفاعل بين الإدراك والإنتاج في معالجة الأحداث، ويتصور العملية التفاعلية في سيرورة تشكلها سلسلة الإدراك فالإنتاج فالإدراك»[22].

على مستوى المتلقي:

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

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

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

على مستوى الوسيلة:

وتعد الوسيط المستخدم في الربط بين المرسل والمرسل إليه لضمان التواصل، وتتمثل –هنا– في جريدة الثورة، فهي الوسيط الأساسي في التحقيق الإخباري موضوع الدراسة، ونشير أيضاً إلى أن الكتابة من حيث نوعية الخط ولونه تعد هي أيضاً وسيطاً، بالإضافة إلى الصورة.

وهنا يمكن أن نتحدث عن التواصل الوسائطي بين النماذج التقنية والنماذج المعرفية «فقد نتج عن الثورة المعرفية الحديثة توجه التصورات الإعلامية إلى الاهتمام بتمثلات العقل بهدف التحكم في تكوينها وبناء دلالاتها، فما أجهزة الوسائط غير محاكاة تقنية لبنية الذهن الإنساني في استلام المعطيات الإعلامية ومعالجتها قصد إعادة تأليفها وبثها بالكيفية المنسجمة مع مقاصد المضمون»[23]. فهنالك إذاً تفاعل بين ما هو تقني وما هو معرفي بما يجعل الوسيط التواصلي جهازاً لتفاعل الأجهزة المعرفية للمتواصلين[24].

وتتولد عن هذا العنصر الوظيفة الانتباهية سواء أتعلق الأمر بالجانب المعرفي أم بالجانب التقني، وتعد من

([22]) العاقد، أحمد. تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة. مرجع سابق، ص65.
([23])العاقد، أحمد. تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة. مرجع سابق، ص 72/71.
([24]) المرجع السابق نفسه، ص75.

أهم الوظائف في الخطاب الإعلامي بصفة عامة وفي هذا التحقيق بصفة خاصة. فيوجد هدف من وراء هذا الخبر وهو لفت انتباه الرأي العام الوطني لنتائج الانتخابات التي أصبحت تشكل، إن جاز القول، الرأي الشعبي السوري المصغر، الذي سيكون له تأثيراته على الأفراد والجماعات، ولفت انتباه المؤسسات والوزارات المعنية إلى حاجات المواطنين والحفاظ على الدولة فيتحمل كل من وزارات الدولة وأجهزتها المختصة مسؤوليته.

على مستوى المواضعة بين المرسل والمتلقي:

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

- وحدة اللغة، فالمحقق الصحفي قد استعمل الكلمات والجمل التي يعبر بها مجتمعه عن أغراضه المختلفة.
- وحدة الثقافة، بمعنى أن هناك تراثاً ثقافياً وعقيدة فكرية عامة تجمعهما.
- وحدة البداهة، أي مجموع الأفكار والمعتقدات وأحكام القيمة التي يفرزها الوسط ويعرفها كل من المرسل والمرسل إليه عن الموضوع.

وتتولد عن هذا المستوى وظيفة اللغة الواصفة وهي التي تكون خطاباً على خطاب أو لغة تصف لغة أو حالة ما، كما هو الشأن في اللغة المستعملة في التحقيق التي قدمت أوصافاً منها مثلاً: التوصيف اللجنة القضائية العليا للانتخابات، ومنها الوظيفة التي تؤديها اللجنة وهي إعلان نتائج انتخابات مجلس الشعب للدور التشريعي الثاني، والعبارة التي وصف بها رئيس اللجنة القضائية العليا للانتخابات هشام الشعار بأنهم خيار الشعب السوري ويمثلون الشرائح كافة... وكما الشأن بالنسبة للصورة، إذ بها كافة أعضاء اللجنة القضائية العليا للانتخابات يجلسون أمام حشد من الصحفيين وأمامهم أدوات التسجيل والكاميرات تصورهم وهم يدلون بالنتائج ويرتدون اللباس القضائي.

على مستوى الظرف المحيط:

وهو جملة الظروف والأحوال والسياقات الاجتماعية والسياسية المحيطة بإنتاج هذا الخبر، ويظهر ذلك من خلال الملفوظات اللغوية وتفاصيل الصورة وكل ما يتعلق «بالعوامل التواصلية التي توسع دائرة الإحالة لتشمل أوضاع التخاطب ضمن محيط مجتمعي تتفاعل فيه المميزات النفسية للمتخاطبين ومواقفهم وسلوكاتهم»[25]، وتتولد عن هذا العنصر الوظيفة المرجعية وتذهب إلى أنها أهم وظيفة في الخطابات الإعلامية، وبالرغم من كون الصورة لها جانب فني ولها غاية إعلامية وإخبارية، فإنها في الخطاب الإعلامي العربي تتقيد برؤى حكوماتها إذ تكشف القراءة الوصفية –برأي محمد شكري سلام– لتشكيلات الإعلام العربي بكل نزعاته الإيديولوجية واختلافاته التعبيرية إذاعة وصورة، عن عدم قدرته على تجسيد حقيقة «السلطة الرابعة»؛ إذ لم يبلغ بعد مستوى ممارسة الرقابة الفكرية الموضوعية على السلطات الأخرى السياسية والاقتصادية والقضائية[26].

إن الوظيفة المرجعية في هذا الخبر تتمثل في كونها خطاباً تعزيزياً للوضع السياسي في البلاد، وتسعى لإضفاء الكثير من المصداقية والدقة في المعلومة للمجتمع الذي تمثل له الانتخابات حالة تنموية سياسية ديمقراطية. ونشير إلى أن هذه العناصر والوظائف تتفاعل فيما بينها في إنجاز خطاباتها ونصوصها وتفصيلنا لها بهذه الطريقة غرضه التوضيح فقط.

([25]) العاقد، أحمد. تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة. مرجع سابق، ص137.

([26]) سلام، محمد شكري. ثورة الإعلام والاتصال من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا (نحو رؤية نقدية). مجلة عالم الفكر، المجلد 32، العدد 1، يوليو- سبتمبر 2003، ص115.

2- تحليل الصورة الثانية:

نُشرت الصورة الثانية بجريدة الوطن السورية الخاصة بالعدد 2377 يوم الأحد 2016/4/17، وهي صورة مصاحبة لخبر نشرته الجريدة عن نتائج انتخابات مجلس الشعب السوري للدور التشريعي الثاني والتي جرت في الثالث عشر من شهر أيار 2016. وقد احتلت حيّزاً مهماً في الصفحة الأولى من الجريدة، فهي الصورة الرئيسية والوحيدة في الصفحة الأولى لأنها تعبر عن موضوعها الرئيسي في الجريدة.

وفوق الصورة باعتبارها نسقاً أيقونياً يوجد النسق اللساني وهو الآتي: «النتائج باتت رسمية... وحق النقض خلال ثلاثة أيام... وفيسبوك "سبّاق" خمسة ملايين سوري اختاروا مرشحيهم» مكتوبة هذه الصيغة باللون الأسود وبخط سميك في أعلى الصورة، فهو من هذه الناحية يمثل العلامة الأولى في الموضوع تتركب من سطرين الأولى بثلاثة عبارات "النتائج باتت رسمية... وحق النقض خلال ثلاثة أيام... وفيسبوك "سبّاق""، وهي تمثل علامة دالة على طبيعة الخبر المتمثل بإعلان نتائج انتخابية وهي علامة دالة تزداد أهميتها من خلال إعطائها صبغة رسمية بـ"النتائج باتت رسمية"، ثم تتكثف الدلالة أكثر لإعطائها بعداً دستورياً لدى المتلقي من خلال "وحق النقض خلال ثلاثة أيام" ومن ثم تشير الجريدة إلى طبيعة الإعلام الجديد وفي هذا تعبير ضمني عن الطبيعة الجديدة للإعلام ووسائله الجديدة من خلال الإشارة إلى فعالية وسائل التواصل الاجتماعي وسابقيتها وذلك بالإشارة من خلال العبارة "وفيسبوك "سبّاق""، ثم يركز العنوان الرئيسي على الشعب باعتبار ان الخبر يختص بانتخابات مجلس الشعب ليقول "خمسة ملايين سوري اختاروا مرشحيهم" وهو بمثابة تأكيد على البعد الديمقراطي للعملية ويشير بشكل غير مباشر إلى المشاركة الواسعة من خلال ذكر الرقم التقريبي للذين مارسوا حقهم الدستوري بالمشاركة السياسية وذلك من خلال الانتخابات.

يتضافر هذا مع الصورة التي تظهر أعضاء اللجنة القضائية العليا للانتخابات، يجلسون أمام عدد من مايكروفونات وسائل الإعلام المختلفة وخلفهم شعار اللجنة القضائية العليا للانتخابات وعلمين من أعلام الجمهورية العربية السورية بلباسهم الخاص بالقضاء وذلك خلال إعلان نتائج الانتخابات في مؤتمر صحفي قبل يوم في العاصمة السورية دمشق، وهي نفس الصورة السابقة التي نشرتها جريدة الثورة لكن مع فارق وهو إجراء عملية تقريب للصورة ليصبح التركيز فيها على أعضاء اللجنة القضائية العليا للانتخابات فقط.

ومما يسترعي الانتباه في العنوان السابق هو إشارته في العبارات الفرعية إلى أن "حق النقض خلال ثلاثة أيام" لأن دستور الجمهورية العربية السورية ينص في المادة السادسة والستون منه على أن:

1 – تختص المحكمة الدستورية العليا في النظر في الطعون الخاصة بانتخابات أعضاء مجلس الشعب.

2 – تقدم الطعون من قبل المرشح خلال ثلاثة أيام تبدأ من تاريخ إعلان النتائج و تبت المحكمة بها بأحكام مبرمة خلال سبعة أيام من تاريخ انتهاء مدة تقديم الطعون.

نجد أن هناك تفاعل بين الشكل (الصورة) والخطاب (اللغة) المكتوبة في الجريدة باعتبارها وسيطاً تواصلياً، أو بين النسق اللساني والنسق الأيقوني في هذا الخبر الذي يتعدى كونه خطاباً إنشائياً لوضع ما باللغة وبالصورة لينفتح على القراءة والتأويل، قراءة الأدلة والعلامات السيميائية وتكوينها ومعرفة أبعادها التواصلية والدلالية الكامنة فيها.

فإذا اعتبرنا أن القصد من وراء الخبر هو أن يقدم أفكاراً أو صوراً من العملية الانتخابية تفسر وتحلل حقيقة ما، فإن مضمونه، كما يتجلى من شكله صورة ولغة، يعكس مضمون العملية الانتخابية المتمثلة بالديمقراطية من خلال حكم الشعب نفسه بنفسه ومن خلال تأكيدها على بعدها الدستوري. فإذا أردنا الإشارة إلى حالة صدقية بعينها

لجذب انتباه الرأي العام بشكل كبير، يجب في تلك الحالة توظيف التعليق على الصورة أو اللقطة أو المشهد كما هو الحال للصيغة: «النتائج باتت رسمية... وحق النقض خلال ثلاثة أيام... وفيسبوك "سبّاق" خمسة ملايين سوري اختاروا مرشحيهم» المصاحبة للصورة في هذا الخبر، فتوجد فيها بث نوع من الصدقية الجاذبة للرأي العام من خلال التأكيد على أن الانتخابات باتت رسمية في محاولة لجذب القراء الذين من الأغلب أنهم اطلعوا على النتائج قبل بيوم ن إعلانها رسميا عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبشكل خاص عبر موقع "فيس بوك" وفق ما ذكرت الجريدة في خبرها، ثم يدمج القارئ الذي هو في الأغلب الساحق مواطن عربي سوري من خلال القول بأن "خمسة ملايين سوري اختاروا مرشحيهم" وهذا أمر جاذب بقوة للقارئ، كما أن الرقم "خمسة ملايين" يعطي انطباع عن حجم المشاركة الواسعة رغم الأزمة التي تمر بها سورية، وهو يأت أيضاً كرد على المشككين بنزاهة هذه العملية الانتخابية.

إن تعليقاً كهذا من شأنه أن يعطي للقارئ انطباعاً بأن يكوّن من خلاله صوراً متنوعة في عملية إدراكه للمعنى، ويترك أثراً عميقاً فيه بما يزيد من تأجيج الأحداث وتحريك المعرفة المختزنة في الذاكرة وضبط تماسكها من ناحية، ومن ناحية أخرى محاولة امتلاك الشكل العام للصورة ككل وعلاقة ذلك ببقية الأجزاء المكوّنة لها والتي تضمنها الخبر.

ويمكن أن نفصل ذلك كما يلي:

على مستوى المرسل:

يتمثل المرسل في هذا الخبر في الصحفي الذي حضر المؤتمر الصحفي وأعد الخبر عنه والمصور الذي شاركه وكذا المؤسسة الإعلامية التي ينتميان إليها، فالمرسل هنا، هو الذي أنتج الرسالة وعبّر عنها بما اقتضاه النسق اللغوي والنسق الأيقوني المتمثل في الصورة تتولد عن المرسل الوظيفة التعبيرية التي نقرأها في العناوين المطروحة:

- «النتائج باتت رسمية... وحق النقض خلال ثلاثة أيام... وفيسبوك "سبّاق"».
- «خمسة ملايين سوري اختاروا مرشحيهم».

إن في هذا التعبير ما يشوق المتلقي أو القارئ لجريدة للإقبال أولاً على شرائها وهذه غاية أولى بالنسبة للمؤسسة الإعلامية، ثم قراءة ما فيها بعد ذلك وبخاصة التبعيات الدستورية لهذه النتائج الانتخابية وللأرقام التي نتجت منها والنسب التي تم تحويل تلك الأرقام إليها، وإعطاء لمحة عن دور المواطن فيها، أي أن الجريدة هنا ركزت على البعد الشعبي للعملية.

مثل الاستعمال اللغوي: «خمسة ملايين سوري اختاروا مرشحيهم» صبغة لتوجه الجريدة وللموضوع التي لها القدرة على إعطاء الخبر جاذبية شعبية قوية، وتفاصيل كثيرة من خلال الاستعمال اللغوي في الشق الآخر للعنوان: «النتائج باتت رسمية... وحق النقض خلال ثلاثة أيام... وفيسبوك "سبّاق"» خصوصاً عملية التأكيد على رسمية النتائج، ومن خلال تقسيمه إلى ثلاثة عبارات تحوي كل منها على عنصر إخباري جديد.

يعتبر التركيز على أعضاء اللجنة في الصورة نوع من الجذب الإضافي للتحقيق في أشكالهم والتأكد منهم ولقراءة شعار اللجنة المعلق خلفها، كما قلل من الأشياء الهامشية التي كان من الممكن أن تظهر في الصورة وتشتت نظر القارئ، وكل ذلك يمثل تشكيلات دالة دقيقة.

على مستوى الرسالة:

ويتمثل في محتويات الموضوع وما به من معلومات وأخبار يودّ المرسل تبليغها للمتلقي، وإفادته بها

وبخاصة المعلومات الجديدة التي لا يعرفها من خلال الأخبار التي توصلت إليها الجريدة.

انطلقت الجريدة هنا، من رهان وهو أن تفيد القارئ المتلقي بما لا يعرفه فتقدم له معلومات جديدة عن عالم يعرف عنه معلومات قديمة حول العملية الانتخابية وتوقيتها ونتائجها، وعرضت لهم بشكل منظم أسماء الأعضاء الذين تم انتخابهم لهذا الدور التشريعي كل دائرة انتخابية على حدة... إن قيمة الخبر تزداد أهمية كلما كانت المعلومات التي يحملها جديدة، ولذلك تدفع أموال ضخمة لمعرفة الخبر فوراً وهو جديد قبل أن يصبح متداولاً بين الجمهور، فسعت الجريدة هنا إلى الإسهاب في الشرح عن تبعات إعلان النتائج وفق مواد الدستور السوري.

على مستوى المتلقي:

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

على مستوى الوسيلة:

تعد الوسيط المستخدم في الربط بين المرسل والمرسل إليه لضمان التواصل، وتتمثل –هنا– في جريدة الوطن السورية الخاصة، فهي الوسيط الأساسي في الخبر موضوع الدراسة، ونشير أيضاً إلى أن الكتابة من حيث نوعية الخط ولونه تعد هي أيضاً وسيطاً، بالإضافة إلى الصورة.

على مستوى المواضعة بين المرسل والمتلقي:

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

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

– وحدة الثقافة، بمعنى أن هناك تراثاً ثقافياً وعقيدة فكرية عامة تجمعهما.

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

على مستوى الظرف المحيط:

تتمثل الوظيفة المرجعية في هذا الخبر في كونها خطاباً تعزيزياً للوضع السياسي والإعلامي في البلاد، وتسعى لإضفاء الكثير من المصداقية والدقة في المعلومة للمجتمع الذي تمثل له الانتخابات حالة تنموية سياسية ديمقراطية. ونشير إلى أن هذه العناصر والوظائف تتفاعل فيما بينها في إنجاز خطاباتها ونصوصها وتفصيلنا لها بهذه الطريقة غرضه التوضيح فقط.

3– تحليل الصورة الكاريكاتيرية:

احتجز الكاريكاتير مكانة له متميزة في الساحة الإعلامية، وصار توظيفه من التقاليد والأعراف في عالم الصحافة، إلى الدرجة التي أصبح يمثل فيها خطاباً مستقلاً بنفسه له خصوصياته وأصالته وتفرده وهويته، إنه ثابت يكاد يتحرك وصامت يكاد ينطق.. وهناك صورة كاريكاتورية كثيرة تستحق حقاً اهتمامات السياسي والمؤرخ وعالم الآثار والمعلم ودارس الأدب.

تمثل الصورة الكاريكاتورية مشهداً مصغراً يجمع بين الصورة والنص والتعليق، ينقض على اللحظة المفتاح

ليتسلل الكاريكاتوري بفضلها إلى أعماق المتلقي قصد الفضح والبوح الجريء[27]. وهي إبداع بالأبيض والأسود تتناول تفاصيل الحياة اليومية، بل هموم الإنسان في حياته اليومية بطريقة هزلية ساخرة، وذلك بتشويه لشخصية ما بشكل مبالغ فيه مقصود وبطريقة تثير الضحك أو على الأقل الابتسامة تعبيراً عن الرضا الذاتي بعد تفكيك محتوى الرسالة الذي تود الصورة تبليغه[28].

نشرت جريدة الوطن في نفس العدد صورة عن نفس الموضوع وهو انتخابات مجلس الشعب، التي نتحدث عنها، فالشعب يتعرف على المرشح للانتخابات من خلال برنامجه الانتخابي الذي يجب أن يطرحه أثناء حملته الانتخابية.

صورة رقم 03

نلاحظ في الصورة الكاريكاتورية التي نشرتها الجريدة أن المواطن تحول إلى موضع سخرية لدى المرشح وأن المرشح تحول إلى مهرج أمام المواطن يأت له بالتفاؤل خلال حملته الانتخابية التي ينسى بعد نجاحه ووصوله إلى المجلس لبرنامجه الانتخابي، وبات كما يظهر في الصورة سيدا يرتدي البزة الرسمية ويضع النظارات الشمسية وكل ذلك يدل على فوقية وسلطوية بات يتمتع بها بعد وصوله الى المجلس، على حين يبدو المواطن الذي يسأله بسيطاً من ذوي الدخل المحدود يرتدي لباساً يتناسب مع الطبقة التي ينتمي إليها ويسأل بوضعية صاحب الحاجة المخدوع.

نلاحظ أيضاً أن السؤال يتناسب مع مرحلة إعلان النتائج حيث أن صيغة السؤال "شو كان برنامجك الانتخابي؟" كانت بالزمن الماضي أي أن الشخص الذي يوجه غليه السؤال بات عضواً في المجلس، كما أن جوابه "برنامج إفتح يا سمسم" وهو اسم لأحد برامج الأطفال الذي تبثه المحطات التلفزيونية وكل يوم يقدم حلقة مختلفة عما قبلها يشير إلى نوع من السخرية الممزوجة بالحقيقة أي أن المرشح قد تناسى برنامجه الانتخابي بعد أن نجح وأصبح له برنامج جديد سيسير وفقه.

توجد علاقات حميمة بين الكلمة والصورة. لقد استطاع الكاريكاتوري في الصورة أن يعبر بأسلوب جريء عما يشغل الشعب الذي اختار مرشحيه، وهو بانتظار تنفيذ الوعود التي قطعها والشعارات التي أطلقها وبنوع من التذكير البسيط الذي يتناسب مع المتحدث إليه وقد أصبح عضواً في مجلس الشعب يسأل سؤاله عله يحصل على جواب يطمئنه، في حين يتلقى جواباً صادماً رغم أن الجواب بات موجوداً وملموساً عند كل الشعب السوري، إلا أن الأمل يدفعنا للحصول على إجابات جديدة، وهنا يكمن الإبداع، إذ الفنان هو من يستطيع التعبير عن التجربة الفردية أو الجماعية في قالب فني أياً كان، المهم هو أن يتسلل بذلك إلى دواخل المتلقي وشواغله ويقبض على اللحظة الحاسمة فيها.

([27]) جريدة الخبر، 1999/03/17، العدد 2507، الصفحة 19.

([28]) المرجع السابق نفسه.

يقدم عضو مجلس الشعب نفسه للمواطنين بأنه المدافع عن حقهم والحامل لهمومهم وذلك قبل الانتخابات، ولكن الشعب لا يثق بهم، لأن برنامجهم يتبدل في اليوم التالي لإعلان النتيجة ويتناسون كل وعودهم الانتخابية، فهو برنامج مؤقت ينتهي بتاريخ إعلان النتائج: «برنامج إفتح يا سمسم»، مما يعني أن وعوده الانتخابية قد سقطت، إن «إفتح يا سمسم» في هذه الصورة الكاريكاتورية وفي هذه الصياغة اللغوية من التعابير المحيلة على المضمر لدى كل من الناخب والمنتخَب، في «إطار قالب المعرفة اللغوية بتركيبه وبنيته الدلالية التصورية، على الخصوص، التي تُعنى، من بين ما تعنى به، بنية الأوضاع (أحداثاً وأعمالاً وحالات)، وبالوظائف الدلالية أو الأدوار التي تقوم بها مكوناتها»[29].

اختيار الكلمات في الصورة يعني اختيار موقف الكاريكاتوري ومتلقي الكاريكاتير وبخاصة الطبقة المعنية بالموضوع، مما يدل أن الصورة هي أيضاً موقف.

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

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

تعتبر العلوم المعرفية أن الدماغ البشري يتأسس على مجموعة من الأنساق أو القوالب أو الملكات المعرفية يتم من خلالها تحليل أنماط المعلومات المختلفة وترميزها، تشكل في مجموعها العدّة الإحصائية التي تضمن بلورة العمليات المعرفية مردوديتها وتضافرها في تكوين تصور موحد للعالم لدى الإنسان. فهندسة الذهن الوظيفية قائمة على مثل هذه الملكات المعرفية المتمايزة التي تمتلك كل واحدة منها بنيتها الخاصة ومبادئها التوعية، وليس على مبادئ أحادية (أو موحدة) للتعلم والتلاؤم والتمثل والتجريد والاستقراء والاستراتيجيات المختلفة، تنطبق على منبهات مختلفة لإنتاج معرفتنا بسلوك الأشياء في العالم[30].

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

«إن كل إدراك هو كل شامل، فالذات تدرك الشكل كمجموعة مبنية لا فاصل بين عناصرها، الأمر الذي يظهر بوضوح في ألعاب الخدع حيث يتم عرض شكلين أو صورتين تدركان في تماسكهما ولكن بعض عناصرهما المكوّنة تبرز اختلافاً ما، هذه الاختلافات لا يمكن أن تدرك وترصد إلا عبر مجهود انتباهي ومسح بصري منظم...»[31].

تبدأ عملية الإدراك من خلال الحواس وتحويل عالم الأشياء إلى عالم الإحساسات ثم تتحول الأشياء إلى مدركات فيتحول الحس إلى إدراك نتيجة الوعي بالذات الذي هو أيضاً وعي بالحياة، ولما كان ذلك كذلك فإن الإدراك الحسي ينتقل من مستوى الصورة الحسية إلى الانفعالات والمشاعر والأحاسيس، وتتحول إلى دوافع وبواعث

([29]) غاليم، محمد. *اللغة والأجناس الأدبية في السياق المعرفي*. ضمن أعمال المؤتمر الثاني عشر في النقد، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية اليرموك، إربد، الأردن، 2008، المجلد الثاني، ص514.

([30]) المرجع السابق نفسه، ص509-510.

([31]) الماكري، محمد. *الشكل والخطاب مدخل لتحليل ظاهراتي*. مرجع سابق، ص19.

شعورية، مما يعني أن الصورة الحسية ليسا معرفية فحسب، بل هي أيضاً عملية لارتباطها بعالم الإرادة[32].

الخاتمة:

يعتبر الخطاب الإعلامي منتوجاً لغوياً صورياً إخبارياً منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، ويمثل شكل من أشكال التواصل الفعّالة في المجتمع، له القدرة على التأثير في المتلقي وتشكل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية، وتعتبر الصورة وسيلة تواصلية فعّالة متعدّدة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي وبخاصة فيما تقتضيه الثقافة البصرية في الزمن الحالي.

تصحب الصورة الخطاب، لأنها من المفروض أن تُفهم بسرعة، أي أن يفهمها أكبر قدر من المتلقين، وهي وسيلة إيضاح مساعدة على الفهم، لأنها تتميز بنسق أيقوني خاص قد يجعلها تصل إلى المعنى من أقرب طريق، فتقدم للمتلقي خدمة مهمّة جداً، لأنها تكثف من فعل التبليغ، وبذلك تتسلط على الحساسية المتأثرة لديه وتخاطبه بطريقة مختلفة عمّا تخاطبه به اللغة، فتعمل على إيقاظ الإنسان الذي يرقد في أعماقه.

تصف وتسرد اللغة بواسطة الكلمات والجمل حسب ما يقتضيه النسق اللغوي، إلا أن الصورة تسرد بفضائها البصري وما يؤثثه من مكوّنات، وبذلك تكون لها دلالات متجذرة في المجتمع والثقافة التي تنتمي إليهما أو تتحدث عنهما.

تتنوع الصورة الإعلامية بين كونها صورة ثابتة أو خطاباً بصرياً مثل الصورة الفوتوغرافية، والصورة الكاريكاتورية، والصورة الحية النابضة بالحياة المرتبطة بحدث من الأحداث المحلية والعالمية باعتبارها خطاباً بصرياً متحركاً وتتجسد أكثر في الصورة السمعية البصرية التلفزية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

ومن خلال المقارنة بين نتائج تحليل العلاقة بين الإعلام الرسمي والخاص في طريقة عرضه لنتائج انتخابات مجلس الشعب السوري عام 2016، عبر تحليل الأيقوني واللساني المرافق له في كلا الجريدتين، نخلص إلى مجموعة النتائج التالية:

1-يظهر الطابع الرسمي لجريدة الثورة السورية في عنوانها من خلال التركيز على قول رئيس اللجنة القضائية العليا للانتخابات.

2-تعاملت جريدة الثورة مع الخبر بطريقة جامدة، ولم تتطرق إلى أي تبعات للخبر، ولم تجتهد في عنوانها بل بدا وكأنها التزمت ببيان مكتوب ومعنون.

3-لم تعالج الجريدة الرسمية الصورة التي نشرتها بل عرضتها كما هي وهذا أمر يضعف من جاذبية القارئ ويشتت انتباهه.

4-كان العنوان الذي قدمته جريدة الثورة دقيق ومتناسب مع الصورة ويضفي مصداقية على الخبر.

5-انتقل التركيز في جريدة الوطن السورية الخاصة من الجانب الرسمي إلى الجانب الشعبي وأعطى العنوان طابعا على استحقاق دستوري مثله الشعب السوري.

6-جاء العنوان أكثر تفرعا وشمل جوانب متعددة وعبر عن تفاعل الإعلام التقليدي مع الإعلام الجديد المتمثل بوسائل التواصل الاجتماعي وتتبعه له، وأعطى لمحة عن الخطوة القادمة لإعلان النتائج.

([32]) حنفي، حسن. عالم الأشياء أم عالم الصور. مرجع سابق، ص23.

7-لم يكن العنوان الذي وضعته الوطن متناسب تماما مع الصورة إلا في إحدى عبارات العنوان الفرعي الذي أكد على أن الانتخابات باتت رسمية وهو ما تعكسه الصورة.

8-قامت جريدة الوطن بإجراء عملية معالجة للصورة فبدت أكثر وضوحا وهو ما يمثل عامل جذب للقارئ.

9-أرفقت الجريدة الخاصة عددها الذي أعلنت فيه النتائج بكاريكاتير ساخر يعبر عن المضمر لدى كل من الناخب والمنتَخَب بعد إعلان النتائج.

10-يتعامل الإعلام السوري المقروء بشقيه الرسمي والخاص التعامل مع المادة الإعلامية فيما يرتبط بحالة التوافق بين الأيقوني واللساني وفق حالة غير مدروسة دراسة علمية منهجية، وإنما وفق أعراف اعتاد عليها من خلال الممارسة للمهنة الصحفية.

التوصيات:

مما سبق نخلص إلى مايلي:

1-ضرورة خروج الصحف السورية الرسمية من القالب الجامد بالتعامل مع الخبر من وجهة نظر رسمية، وأن توازن في الأيقوني واللساني بين الشعبي والحكومي.

2-إدخال مختصين وتقنيين أكثر خبرة في مجال التصوير الفوتوغرافي والطباعة وفي البرامج الالكتروني الخاصة بالتعامل مع الصور.

3-على الإعلام التقليدي المقروء بكونه يمثل أنموذجا للدراسة في هذا البحث أن يستعين بخبراء في مجال تحليل الصورة والعنوان بحيث يصبح لديها عملية توافق مدروسة بين الأيقوني واللساني.

المراجع:

الكتب:

1. الماكري، محمد. *الشكل والخطاب: مدخل لتحليل ظاهراتي*. ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1991.
2. العاقد، أحمد. *تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة*. ط1، 2002.
3. إبرير، بشير. *استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي*. أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية، اليرموك، إربد، الأردن، 2008، المجلد 1.
4. السنوني، العياشي. *مبادئ النقدي السيميائي للنص الشعري المادح*. المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع، قسم اللغة العربية، إربد، الأردن، 2008، ج1.
5. البطريق، نسيمة. *الدلالة والسينما والتلفزيون في عصر العولمة*. دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2004.
6. غاليم، محمد. *اللغة والأجناس الأدبية في السياق المعرفي*. ضمن أعمال المؤتمر الثاني عشر في النقد، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية اليرموك، إربد، الأردن، 2008، المجلد الثاني.

الدوريات:

1. الحبيب، الإمام. *صناعة الثقافة والاحتكار العالمي*. مجلة العربي، العدد 434، 1995.
2. علي، نبيل. *الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي*. عالم المعرفة، العدد 265، 2001.
3. حنفي، حسن. *عالم الأشياء أم عالم الصور*. مجلة فصول، عدد 62، سنة 2003.

4. روغوف، إيريت. *دراسة الثقافة البصرية*. ترجمة شاكر عبد الحميد، مجلة فصول، عدد 62، 2003.

5. دومينجوز، جان كلود. *المقاربة السيميائية*. ترجمة جمال بالعربي، مجلة بحوث سيميائية، العدد 3 و4، جون – ديسمبر 2007، مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية، الجزائر.

6. بن كراد، سعيد. *السيميائيات وموضوعها*. مجلة بحوث سيميائية عدد 3 و4، جون – ديسمبر 2007.

7. سلام، محمد شكري. *ثورة الإعلام والاتصال من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا (نحو رؤية نقدية)*. مجلة عالم الفكر، المجلد 32، العدد 1، يوليو– سبتمبر 2003.

الصحف:

1. جريدة الثورة السورية، العدد 16055، الأحد 2016/4/17، الصفحة الأولى، بالنسبة للصورة رقم01.

2. جريدة الوطن السورية، العدد رقم 2377، الأحد 2016/4/17، بالنسبة للصورة رقم 02.

3. جريدة الخبر، العدد رقم 2507، 1999/03/17، الصفحة 19.