

# الفصل التالفة

## تمثيلات الإعلام



# الفصل الثالث

## تمثيلات الإعلام

### طرح أسئلة حول التمثيلات

لقد كان مجتمع السفر في المملكة المتحدة موضوعًا لاهتمام مكثف من وسائل الإعلام والعامّة، نتيجة للمسلسل التلفزيوني "زفافي العجري الكبير السمين" (My Big Fat Gypsy Wedding) على القناة الرابعة البريطانية. إنه أحد مسلسلات تلفزيون الواقع (تبدو كلمة "وثائقي" وسيلة عتيقة لوصف أهدافه الترفيهية) التي تستكشف طقوس الزفاف للمسافرين الأيرلنديين في المملكة المتحدة. يحاكي عنوان المسلسل كوميديا هوليوود الخاصة بأعراف اليونانيين الأمريكيين الممثلة في فيلم "زفافي اليوناني الكبير السمين" (My Big Fat Greek Wedding) " (للمخرج جويل زويك، 2002).

يمكن تجميع شعور بردود أفعال تجاه الحلقات التلفزيونية وتصويرها لمجموعة اجتماعية مذمومة بالفعل غالبًا، غير أنها ليست ممثلة بالشكل المطلوب ولا يسمع عنها شيء، في بعض أعمدة الصحف وعناوين المدونات:

"زفافي العجري الكبير السمين" تحت خط النار لإظهاره أطفالاً في عمر الثامنة "يرقصون في حمام سباحة": وقد تعرض "زفافي العجري الكبير السمين" المثير للجدل لانتقادات حادة؛ وذلك لعرضه صوراً "مرعبة" لفتيات في عمر السادسة يرقصن بشكل مثير، وهن يرتدين ملابس قصيرة ويضعن ماكياجاً كاملاً. (مترو)

"يزعم مسلسل "زفافي العجري الكبير السمين" أنه يحتفي بثقافة تقليدية مميزة. لكن لا يمكن تصديق ذلك، إنه يجعل جوردان يبدو أنيقاً! (جان موار، "ديلي ميل")

"هل ينشر "زفافي العجري الكبير السمين" أكاذيب؟ (Jezebel.com)

حددت مجلة "ترافيلرز تايمز" بعض المشكلات المتعلقة بالمسلسل، أبرزها خلطه بشأن أوجه الاختلاف بين شعوب الرومن العجر والمسافرين المنحدرين من أصل أيرلندي. علاوة على ذلك:

من "عجر الرومن الغاضبين" (*Romany Gypsies Outraged*) بالقناة الرابعة البريطانية ووصفه الاعتداء الجنسي على الفتيات كتقليد خاص بالعجر، إلى صيحات الاحتجاج من أمهات قلقات على أطفالهن الذين هم في عمر السادسة، من اكتساب لون أسمر عن طريق رش مواد كيميائية، فتحت الحلقات التلفزيونية باب جدال، ثمة حاجة ماسة له وواسع النطاق على مستوى الدولة ككل، حول كيفية إظهار مجتمع العجر والمسافرين في الإعلام.

وبعيداً عن كونه "مجتمعاً سريعاً، فإن شعب العجر الرومن على وجه الخصوص يعبرون عن مشاعرهم بصراحة، على موقعي التواصل الاجتماعي "فيس بوك" و"تويتر" والموقع الإلكتروني الخاص بالقناة الرابعة ويرفع شكوى رسمياً لهيئة OFCOM التابعة للحكومة المسؤولة عن الرقابة على البث المرئي والمسموع والاتصالات في بريطانيا، والتي تملك سلطات قانونية تخول لها معاقبة القناة الرابعة إذا ما قررت أنها قد انتهكت قوانين البث خاصتها.

المصدر:

هل كان المسلسل التلفزيوني مناوِرًا ومخادِعًا؟ أم أنها مسألة تفسير وتركيز ومنظور؟ كيف كان هذا التقديم مرتببًا بالطريقة التي استجابت من خلالها الصحف، ويسرت تعليقات مدهشة ونقاشًا أوسع نطاقًا حول هذه المجموعة الاجتماعية وتمثيلها؟

قد يحتاج أي استقصاء عن هذا الموضوع، في المثال الأول، إلى النظر في النطاق الكامل للتقارير المتعلقة بالمسافرين (وكيف يتم تصنيفهم كمسافرين وعمال غير بارعين ورومن وعجر، الخ)، وتقييم ما إذا كانت أمثلة "إعداد التقارير السلبية" تفوق الإيجابية أو المحايدة. يمكننا أيضًا أن نتحول إلى قراء الصحافة والعامّة بشكل أكبر؛ للبحث في إدراكاتهم لهذه المجموعة الاجتماعية، وقد يتعين علينا أن نسأل المسافرين أنفسهم عن شعورهم حيال تلك التقارير. على أية حال، فإن هذه الحالة وأنواع الأسئلة الناشئة ترمز إلى الموضوعات التي تكتنف التمثيل في الإعلام والتي سيتم تناولها في هذا الفصل.

### ماذا سنفعل في هذا الفصل؟

في هذا الفصل، سنمي اهتمامنا بالنصوص الإعلامية وسياقاتها من خلال التفكير في موضوع التمثيل بشكل عام، والتركيز عليه على وجه الخصوص عبر تمثيلات المجموعات الاجتماعية والشخصيات الفردية. ويقودنا هذا إلى مناقشة للتنميط. سوف نستكشف أصول التنميط ووظيفته في صور الإعلام، وبعض الموضوعات المعقدة المحيطة بتلك التصويرات، كيف توضح لنا العلاقات الاجتماعية؟ بالإضافة إلى تقديم أمثلة حول "سياسات" التمثيل، حينما تقع ضمن مسؤوليات المنتجين الإعلاميين ودور شركات الإعلام. سوف نطور بشكل أكبر موضوع تمثيلات مجموعات اجتماعية معينة لبحث معاني الفردية، كما هي مصورة في هيئة نجوم وشخصيات ومشاهير الإعلام، وما يدل عليه ذلك بالنسبة لنا حول القيم الاجتماعية المجسدة في مواجهتنا مع تلك التصويرات.

مع نهاية هذا الفصل، ينبغي أن تكون قادرًا على:

- تحديد وتلخيص القضايا المرتبطة بالتفكير في التمثيل والإعلام.
- تعريف مفاهيم التمثيل والتنميط والتصنيفات الفرعية ذات الصلة.

- توظيف المهارات البلاغية والخاصة بعلم الرموز، ومهارات النوع الفني والسردي في تحليل تمثيلات الإعلام.
- التفاعل مع المناقشات الدائرة حول تصوير الأفراد والمجموعات الاجتماعية في الإعلام.

المصطلحات الأساسية: ◀ نموذج أصلي، عبء التمثيل، مشهور، طبقة، تحليل المحتوى؛، نوع اجتماعي، نظرية الشذوذ، عنصر وعرق، تمثيل، جنسانية، نجم، صورة نمطية.

### إعداد الدراسات الإعلامية

#### نقطة البداية

فكر في أي نص إعلامي استهلكته اليوم. ما أنواع الأفراد و/أو المجموعات الظاهرة في النص خاصتك؟ قد تشمل هذه الأنواع مذيعين تلفزيونيين من قطاع الأخبار، أو مشاركين في منتديات على الإنترنت، أو مؤدين في فيديوهات موسيقية، فضلاً عن شخصيات ومجموعات في صور خيالية وواقعية أخرى. كيف قد تصنف الأفراد و/أو المجموعات المصورة؟ ما أنواع الأفكار والمشاعر لديك حيالهم نتيجة لاستهلاكك الإعلامي؟

### صياغة مفهوم للتمثيل وتعريفه

في العالم الحديث، يكتسب غالبية الناس معظم معلوماتهم ومعارفهم عن العالم عبر نصوص وسائل الإعلام. نتعرف على ما يجري عبر مجموعة من مصادر الإعلام – "تويتر"، الأخبار التلفزيونية، الأفلام الوثائقية، الصفحات الأولى بالصحف، أعمدة النميمة بالمجلات، صفحات الإنترنت، تحديثات النصوص الهاتفية، تغذيات RSS وما إلى ذلك. كذلك نتعرف على معلومات عن الأفراد (العاديين والاستثنائيين)، عن المجموعات

الاجتماعية والوطنية "الأخرى" (النرويجيين، الباحثين عن اللجوء السياسي، المصابين بمرض البيدوفيليا (الغلمانية أو اشتهاؤ الأطفال)، "أفراد العصابات"، والمسيحيين - بفرض أنك لا تدخل ضمن واحدة من هذه المجموعات بالفعل، أو جميعها) وبيئاتها عبر مصادر الإعلام خاصتنا. إذا لم تكن تعيش هناك بالفعل، فقد تتعرف على مناطق جوف المدينة الفقيرة المكتظة بالسكان في أمريكا - "الغيتو" (حي الأقليات) - من خلال موسيقى الراب، أو إقليم هلمند الأفغاني في التقارير الإخبارية، على نحو يشير إلى هذا الجانب التجريبي للإعلام.

في واقع الأمر، من الممكن أن تشعر بأنك على درجة كبيرة من المعرفة والإلمام بالعالم نتيجة لاستهلاكك الإعلامي. وعلى الرغم من ذلك، فما هي طبيعة هذه المعرفة؟ ما مدى موثوقيتها أو دقتها؟ إلى أي مدى نحن مطلعون ومستنيرون على وجه التحديد في هذا العصر، الذي يسيطر عليه الإعلام والمشيع بالمعلومات؟ إلى أي مدى يُطلب منا المشاركة في العمليات والوسائل التي تأتي بها المعلومات إلينا، وأن نكون ناقلين لها ولهذه العملية؟ من المسؤول عن تلك المعلومات؟ هذه امتدادات للقضايا التي تعاملنا معها في الفصول السابقة عبر بحثنا في بلاغة الإعلام (انتقاء الكلمات والتقديم والتحرير والمنظور، الخ)، وتنظيم السرد (كيفية تنظيم القصة والحبكة)، وكيف يحمل الإعلام دلالة، وهي الموضوعات التي بحثناها باستخدام أدوات علم الرموز. النقطة هنا هي أنه فيما يمكن أن يكون لصور الإعلام بلاغتها ولغتها الخاصة، التي تضعنا في موضع أفراد الجمهور لأغراض الترفيه، إلا أنها ليست منفصلة عن السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية والتاريخية لإنتاجها. ولهذا، يعد التمثيل مجالاً مهماً يجب وضعه في الحسبان. فهو يشكل نظرنا للمجموعات والثقافات المختلفة - الخاصة بنا والخاصة بالآخرين - الأمر الذي قد يؤثر بدوره على الصورة التي تتطور بها العلاقات الاجتماعية.

إذا تحولنا لتعريفات القاموس لمجموعة من الكلمات تتمحور حول الفعل "يمثل"، لوجدنا العديد من المعاني المختلفة. أولاً، يمثل بمعنى "يعادل" أو "يكافئ" أو "يضاهي". يتوافق هذا المعنى بشكل واضح جداً مع أحد المصطلحات المرتبطة بعلم الرموز التي

واجهناها سابقاً" "أيقونة". يرتبط هذا بأنواع العلاقة بين أي رمز ومرجعه كما وضع بيرس تبدو الرموز أو العلامات الأيقونية مثل الشيء الذي تمثله. ومن ثم، فإن ملصق الرجل على باب مرحاض يمثل الرجال المتجهين لاستخدام تلك المرافق. وتبدو صورة لبراد بيت تجسيداً فعلياً لبراد بيت. النقطة بالطبع هي أن تلك الصورة ليست حرفياً هي الشيء الذي تمثله، بالرغم من نزوعنا تلقائياً لأن نقول عن تلك الصورة "إنه براد بيت". يهدف التمييز إلى تذكيرنا طوال الوقت بعملية التوسط.

إن هذا المعنى للتمثيل كتكافؤ أو تطابق سيرتبط أيضاً بالتفكير من ناحية علم الرموز حول العلاقة الرمزية لأي رمز أو علامة ومرجعها. مثلما شهدنا في الفصول السابقة، تشير هذه العلاقة الرمزية إلى علاقة اعتبارية، ولكن متفق عليها من ناحية العرف السائد. إن مزيج الأشكال أو الأحرف CAT، باللغة الإنجليزية على الأقل، يشير إلى حيوان ثديي مغطى بالفراء له أربعة أرجل أو إلى فكرة CAT، غير أنه ليست ثمة شيء يتعلق بذلك الحيوان يستوجب هذه التسمية، بالمثل، نحن نقبل بشكل عام أن أسماءنا الشخصية (على سبيل المثال، بول لونج وتيم وول، المؤلفان الرئيسيان للكتاب) هي علامات مميزة تطابق مكاتنتنا كأفراد موجودين بشكل فعلي - فهي "تمثلنا" في توقيع الصور الفوتوغرافية لأجل قرائنا، بالأحرف أو ربما بترك رسومات على باب مرحاض.

ويتعلق مدلول آخر للكلمة بفكرة شيء أو شخص يعمل كنائب أو بديل لشيء أو شخص آخر. وعلى نحو ذي صلة بهذا المدلول، هناك فكرة الممثل كوكيل أو مفوض - مثل MP، عضو بالكونجرس (مجلس النواب). الجانب المدهش لهذا المعنى هو أنه في دول ديمقراطية معينة، عادة ما نجد أنفسنا مع ممثلين لم نعطي لهم أصواتنا. ينزع النظام الديمقراطي إلى تفضيل رأي الأغلبية، سواء في منطقة تصويت واحدة أو على مستوى وطني. لذلك، قد يحدث أن يتحدث ممثلك بهذا المعنى نيابة عنك، لكنه يبرهن الأفكار والصفات التي تكرهها وتعارضها فعلياً. على سبيل المثال، أسفرت الحملات ضد الحرب في أفغانستان من قِبَل قوات التحالف بقيادة الولايات المتحدة، في السنوات الأخيرة عن اندلاع احتجاجات ضد الحكومات تم التعبير عنها في متن عبارة "ليس باسمي!".

عبر صور الإعلام، نجد مدلول الوكالة أو النيابة في العمل عندما تتحدث صحيفة عن اتهامات قرائها، أو عندما يسأل مذيع نشرة أخبار بالإذاعة عن مراسل في المجال أو شخص تجرى معه مقابلة "ما الذي سيرغب مستمعونا في معرفته هو....". هنا، بوصفهم "صوت شعب" معلن ذاتياً أو موظفًا عامًا، ينهض خبراء الإعلام وأجهزته مثل الصحف بدور ممثل مجموعة مصالح مشتركة، حتى وإن لم تكن دائمًا تتوافق مع منظورنا الفردي أو نطاق تفضيلاتنا.

هذا ويتعلق معنى إضافي للتمثيل والذي ينبغي أن نذكر أنفسنا به، بالطريقة التي يُعتقد أن الأشياء أو الأفراد سيجسدون أو يلخصون من خلالها صفات معينة. على سبيل المثال، "يجسد لاعب التنس الأسباني رافيل نادال فضائل الروح الرياضية" أو "البرلمان الأوروبي، يخبرنا بكل ما يتعلق بما هو خطأ/صواب بشأن الاتحاد الأوروبي". ولتوسيع نطاق هذا المدلول، يمكننا الحديث عن الصورة التي "تمثل" بها أغاني فريق البيتلز فترة الستينات من القرن العشرين، بالنسبة للكثيرين ممن عاصروا هذه الفترة ومن لم يعاصروها؛ "يمثل" سيمون كويل كل ما هو سيئ فيما يتعلق بصناعة التسجيل الحديث، و"تمثل" أفلام على غرار "المتحولون" (Transformers) روح أعمال هوليوود الحديثة التي تحقق نجاحًا مدويًا، أما عن صحيفة "ناشيونال إنكوويرر" في الولايات المتحدة، فهي "تمثل" بأكثر الصور توافقًا أسلوب الصحافة الشعبية.

### التمثيل

تمثيل شيء هو وصفه أو تصويره، من أجل استحضاره في الذهن بالوصف أو الرسم أو التخيل. وتعني كلمة "يمثل" أيضًا يرمز إلى أو يمثل نموذجًا أو بديلاً.

إذن، لنجمع تعريفًا عامًا للتمثيل والذي سيخدم أغراضنا في التفكير في نصوص الإعلام بهذه الصورة.

علينا أيضًا أن ننظر في مصطلح وثيق الصلة سيزداد أهمية في الفصل التالي عن إعلام الواقع. وهو يتعلق بالمفهوم المحدود الممثل في إعادة التقديم أو العرض - التقديم مجددًا. إن إعلام الحقيقة "الواقعي" مثل الصور الوثائقية كالأخبار والصور الأخرى من التحقيق الصحفي (الريبورتاج) في

وسائل الإعلام المسموعة- المرئية مثل البث الإذاعي والصور الفوتوغرافية، فضلًا عن

الصحافة المطبوعة يفهم أنها تجربنا بمعلومات عن العالم مباشرة. ومع ذلك، فإن أي صورة للتمثيل لا يمكن أن تقدم صورة كاملة أو فهمًا كاملاً، لما تتم إعادة عرضه أو تقديمه.

إن صور الإعلام، بصرف النظر عن كونها واقعية أو مستثمرة بدرجة كبيرة في الحقيقة، فإن "الواقعية" أو الأصالة، على سبيل المثال، لا يمكن مطلقاً أن تكون مخرصة بشكل كامل لموضوع البحث، لاسيما فقط نتيجة لطبيعة القرارات المتخذة في إنتاجها.

### التمثيل على وجه الخصوص – الأفراد والمجموعات

في الدراسات الإعلامية، عادة ما يتم التعامل مع موضوع التمثيل بهدوء خاصة في التركيز على صور لأفراد ومجموعات اجتماعية معينة. على سبيل المثال، تُعرّف ليز ويلز في عمل تقديمي شعبي عن التصوير الفوتوغرافي، التمثيل بهذه الصورة على أنه "طرق يتم من خلالها تصوير الأفراد أو المجموعات أو الأفكار" (ويلز، 2004: 295). ويشير توظيف ويلز للمصطلح بهذه الصورة إلى وعي بانعدام "البراءة" يدخل في إطار تلك التصويرات. وبالبراءة، يفكر ويلز على طول الخطوط نفسها مثلنا عندما "نطرح مشكلات" مرتبطة بمفاهيم "الشفافية"، في تصوير الإعلام والقاعدة السياسية والاجتماعية للتمثيلات. يشير مثالنا الافتتاحي لتصوير المسافرين في وسائل الإعلام البريطانية، إلى بعض ما هو مُعرَّض للمخاطر في حالة تفكيرنا في التأثيرات المعادية، المحتمل أن تولدها تلك التغطية.

دعونا نتخيل بعض التمثيلات النموذجية والقضايا المثارة حول تصوير الأفراد. تخيل قارئ أخبار من التلفزيون، لقطات للطفلة المفقودة مادلين، ماكان من ملصقات تم إرسالها عبر أنحاء العالم تطالب بعودتها، غلاف "سي دي" يظهر عليه إلتون جون أو جورج مايكل. هنا نفكر في الصور، لكن لا يجب أن ننسى أن التمثيل يحدث عبر كل صور العمل الإعلامي: البلاغة اللفظية – الكلمات المستخدمة في التقارير والنصوص المكتوبة والنكات وما إلى ذلك، وأيضاً عبر الأوضاع التي تقدم بها تلك الكلمات وتصرف وتسلم. ينطبق الأمر نفسه على الموسيقى الشعبية من حيث الكلمات والتقديم، وبالطبع، الموسيقى نفسها، التي تعمل أيضاً كصورة تمثيلية بلاغية.

## التفكير بصوت مرتفع

قد تكون فكرة التمثيل فكرة مجردة نوعاً ما. في الأغلب، حينما يواجهنا محتوى خيالي في صور إعلامية مثل السينما أو التلفزيون أو حتى الموسيقى الشعبية، تواجهنا تمثيلات لعالم لا يؤخذ على أنه موجود بالضرورة أو فعلياً "في الخارج" - إنه شيء خيالي ورائع وربما مصور بشكل مثالي. في حالة الأغنيات الشعبية، عادة ما يكون انطباعياً، فيما يتعلق بجوانب الرومانسية والحب والافتقاد. في الحقيقة، أحياناً ما يشعر الناس بالإحباط من أنهم عاجزون عن الوصول إلى المعيار الذي تحدده تلك التمثيلات، في حقيقة تجاربهم الخاصة "لماذا لا يمكن أن تكون الحياة الواقعية مثلما هي عليه في الأغاني؟". وعلى الرغم من ذلك، فإنه حتى في أكثر أشكال الفانتازيا تطرفاً، ما زالت هناك عناصر ممكن تمييزها في تجربتنا عن العالم كما هو فعلياً. تترسخ أشكال فانتازيا مثل قصص الرعب وحكايات الخيال العلمي في جوانب معتادة من العالم، حتى عندما تكسر كل القواعد (القتلة المتسلسلون من الصعب جداً قتلهم!). يظهر فيلم "حرب النجوم" بشراً وغرباء يتصرفون ويتحدثون مثلما نفعول، بصورة ملحوظة جداً، بالنظر إلى أن الأفلام تجري أحداثها منذ وقت طويل جداً، في مجرة بعيدة جداً".

يمكننا أن نشير إلى مناقشاتنا في الفصل السابق حول لغة الإعلام؛ بهدف التصديق على نقطة عامة بشأن التمثيل من حيث الإعلام كشكل من أشكال اللغة. تمثل صور الإعلام صورة العالم بالنسبة لنا (رمزياً) وأفكار حول العالم (رموز). ومع ذلك، فإن كل التمثيلات، في الإعلام أو في مواضع أخرى، تحتوي فقط على جزء مما كان يمكن أن يتم تمثيله. من ثم، يمكننا الزعم أن التمثيلات انتقائية في تصويراتها (واقعية أو خلاف ذلك من حيث بيئة خيالية)، ولذلك، فهي "أفكار مجردة" بالصورة التي تعمل بها في استخراج، أو تأكيد أو تصريف عناصر أو خصائص محددة لما هو معروض أو معروف. على سبيل المثال، تجرّي أخبار المساء انتقائات لـ "ما يهم في العالم"، ثم تمنحنا رؤية محدودة جداً للأشياء، عبر وجهة نظر المراسل والمعلقين الآخرين والشهود وهكذا. وبينما يسعى المحررون إلى منحنا "الصورة الأشمل"، فإنها لا يمكن مطلقاً أن تكون سوى جزئية.

إذن، نشير إلى أن الأفضل التفكير في الطريقة التي يمكن أن يعتقد بها أن صور الإعلام تبني عوالمنا بشكل فعلي. وينطبق هذا على الإعلام المستند إلى "حقيقة" فضلاً عن الصور التخيلية.

وعلى الرغم من ذلك، فإن العمل مع فكرة خاصة ببناء الإعلام لا يعني الإشارة إلى أن تمثيلات الإعلام ككل "خاطئة" أو مضللة بشكل تامري أو متحيزة بشكل مقصود فيها تقوله، بعيد عنه!

إننا نعتمد على نزاهة الإعلام ليخبرنا عن العالم بالطريقة نفسها، التي نعتمد بها على الكتب والأحرف أو الأحاديث المنطوقة، نحن نحتاج فقط إلى أن نضع في حسابنا الأسلوب الذي لا تأتي من خلاله كل المعلومات إلينا "بشكل بريء" أو "براءة الاهتمام أو المنظور. يعد هذا مهماً بالنسبة لكيفية تفكيرنا في صور الإعلام بشكل عام، وأيضاً بالنسبة للطرق المحددة جداً، التي قد فهمت من خلالها دراسات التمثيل تصورات مجموعات معينة في المجتمع.

إن أمثلة التمثيل المقترحة هنا مستقاة من مجموعة من مصادر الإعلام المرئية. وهي عبارة عن صور لرجال ونساء في أدوار وسياقات مختلفة، ناس حقيقيون في دور ناس حقيقيين (يلتزمون بهوياتهم الحقيقية كمديعين أو موضوعات للأخبار أو تلفزيون الواقع، الخ.)، كما يحتمل أن تكون الصور الأخرى لأشخاص حقيقيين في أدوارهم كمثلين يمثلون شخصيات أفراد آخرين خياليين. يمكننا الاتفاق على صراحة الادعاء بأن هنا صورة للسيدة X أو الأنسة Y أو السيد Z، الخ.. من ناحية علم الرموز، تتسم الصور بأنها رمزية (يبدو التمثيل مثل الشيء الذي يمثله)، من خلال العمل على المستوى الدلالي أو التناظري (القياسي) والمستوى الحرفي. غير أنه على مستوى دلالة أكبر، يمكننا الزعم (على نحو يخضع لتحليل ونقاش مفصل) أن تلك الشخصيات كما هي ممثلة تهدف إلى "الإشارة إلى" مستويات أعمق من المعنى وأفكار أكثر تعقيداً وعموماً - جوانب المجتمع أو الثقافة المعاصرة. هذا بالفعل، هو مستوى المستوى الرمزي للتمثيل.

سنكشف عن هذه الأفكار في حينها، لكن يمكننا أن نلمح لتلك التعقيدات والدلالات (التي يمكنك تطويرها بصورة أكبر) بعرض تسميات متاحة للمستوى الترابطي والدلالي للصور المقترحة، رجل محترف أسود من الطبقة المتوسطة، رجل شاذ،

طفل معاق. وبينما تعد هذه التمثيلات متشعبة، فإنها لا تعكس بشكل واضح الخصائص السكانية الكاملة لكل مجموعة أساسية قد نصفها في مجتمعنا. كذلك فهي لا تمثل تمثيلات الإعلام ككل، إذ إننا قد أجرينا انتقاءً اعتباطياً هنا لتوضيح نقطة.

في المجتمع المعاصر، تتوسط تلك التمثيلات وتسهم في بناء معرفتنا وفهمنا لذلك المجتمع الأوسع نطاقاً وكل الأفراد والمجموعات الموجودة داخله - بما في ذلك تلك التي نعتقد نحن أنفسنا أننا ننتهي إليها (الأفراد الأسبان، ومشجعي كرة القدم، ومحبي الموسيقى، والديمقراطيين، الخ). إننا حتى نقبل تمثيلات الثقافات التي لم نتعامل معها مطلقاً ونبني فهمنا لها من تمثيلات الإعلام. وهذه التمثيلات، مع كونها إيجابية أو سلبية، تنعكس بالتبعية على تصرفنا تجاه تلك المجموعات، مثلما يشير مثالنا عن طالبي اللجوء السياسي. إن تمثيلات الإعلام للمجموعات ليست مستقلة عن بقية المجتمع، كما أنها ليست هي وما تمثله ثابتة (بشكل سطحي على الأقل)، ولا تمر مرور الكرام من دون الكثير من الجدل والخلاف.

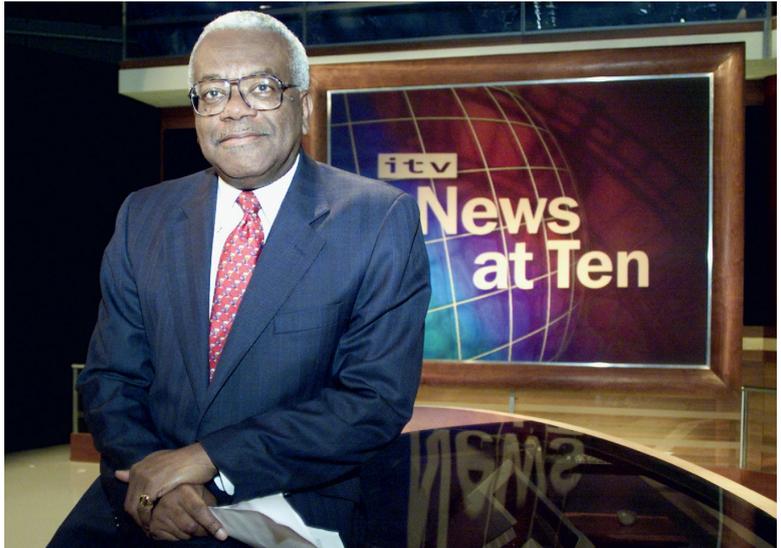
وهذا لا يشير إلى أنها تصبح "أفضل" أو أكثر دقة أو أقل إهانة وهجومية بالضرورة بمرور الوقت، بالنسبة لهؤلاء الذين يهانون بواسطتها. عادة ما يتوقف كون تلك التمثيلات ممدوحة أو مذمومة على الصورة التي تعد من خلالها إيجابية أو سلبية، "واقعية" أو "أكاذيب". وغالباً ما يكون لدى الناس والأفراد الذين يتم تمثيلهم شيء يقولونه عن صورتهم، مع أن درجة الاستماع إليهم مسألة أخرى (تخيل ما إذا كان "الغجر" قد شكوا للصحف من المسلسلات والقصص المشار إليها في بداية هذا الفصل).

يهمنا مع مضيئنا قدماً أن نعرف لماذا تستحق التمثيلات ردود الفعل هذه، ومدلولاتها وكيف يمكننا أن نفهمها. ومن خلال جذب الانتباه للكيفية التي يُوظف بها الإعلام التمثيلات وبينها، ندرك كيف نصف المجموعات الاجتماعية، ونتعرف عليها على وجه الخصوص وبطرق ممكن تمييزها. ويعني تصنيف الأفراد الوصول إلى تعميمات حولهم، وتعريفهم كجزء من طبقة أو مجموعة أشياء أو أشخاص أوسع نطاقاً، الخ يتمتعون ببعض خصائص تجربة مشتركة - بالنسبة لأنفسهم ولهؤلاء الذين يدركونهم. على سبيل المثال،

عند الحديث عن الطبقة العاملة، نُعرِّف الأشخاص بحالتهم الاقتصادية في سوق العمل، وعند الحديث عن النساء الشابات، نُعرِّف مجموعة حسب كل من الحالة البيولوجية والتوجه الجنسي، وعند الحديث عن الفرنسيين، نُعرِّف الأفراد وفقاً لأصلهم الجغرافي ودولتهم وثقافتهم. وبذكر تلك التصنيفات، مهما سعينا لأن نكون موضوعيين، نبدأ في استدعاء مجموعة أفكار - دلالات وخرافات - عن هذه المجموعات التي تعد في الوقت نفسه متشعبة ومحددة.

على سبيل المثال، عند الحديث عن الفرنسيين، من منظور بريطانيا، ندعو إلى دلالات إيجابية لثقافة معقدة (طعام، لغة، أدب، محيين رومانسيين) وعن الصورة السخيفة والمكررة في الوقت نفسه لراكبي الدراجات، الذين يرتدون بيرياً وتيشيرت بریتون ويلفون حول رقبتهم خيطاً من البصل. من الواضح أن هذه فكرة محدودة على الفور، ولكن يمكن تمييزها من تداول الرموز في المجتمع البريطاني وصلاتها. إن للفرنسيين صيغهم وتصنيفاتهم الخاصة للبريطانيين والمدجة في تسمية Les Rosbifs (الروزبيف أو اللحم المحمر) والتي تقلص ثقافة في صورة طبق لحم. (يستخدم البرتغاليون "بيف" أو "شريحة لحم" كعلامة للمجموعة نفسها). ربما يرتبط اللقب نوعاً ما بالصورة الثابتة لـ "جون بول" وتفضيلاته،

تريفور ماكدونالد:  
قارئ الأخبار  
بالتلفزيون  
البريطاني، رجل  
مهني من الطبقة  
الوسطى. ماذا  
"تمثل" هذه  
الشخصية  
الإعلامية من  
جوانب أخرى؟  
المصدر: رويترز





المصدر: سيمون جوينر/ Getty Images

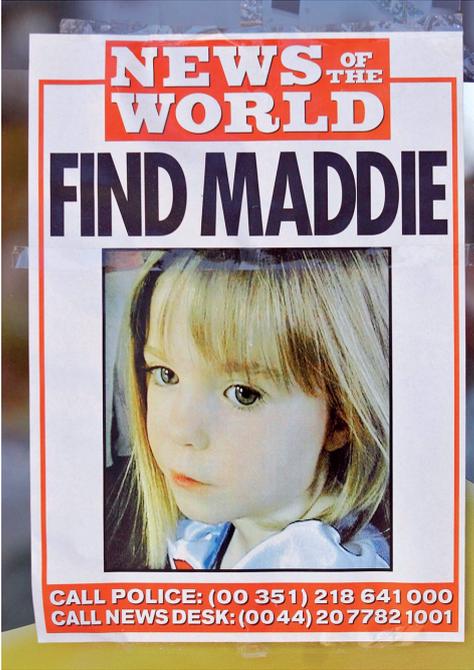
تريفور ماكدونالد:

نجم الروك إلتون جون أثناء غنائه في إحدى الحفلات. ماذا "تمثل" هذه الشخصية الإعلامية من أفكار أخرى؟

فيما تقدم تسمية أخرى Les fuck-offs دلالة عن السلوك السوقي للبريطانيين، بالخارج، بالإضافة إلى دلالة عن إدراكات الأوروبيين لمواقف البريطانيين تجاه الأجانب وأوروبا على وجه التحديد. تعد تلك التسميات الإيجابية والسلبية والأفكار الكامنة وراءها شبه شائعة في الاستخدام اليومي، والطريقة التي تعمل من خلالها تمثيلات الإعلام كأفكار مجردة انتقائية. ويتجلى هذا في مفهومي النموذج الأصلي والصورة النمطية المرتبطين ببعضهما.

### التمهيط: النموذج الأصلي والصورة النمطية

تعني الإشارة إلى أي شخص بوصفه "نمطاً" تعريف الأفراد وفقاً لما يمثلونه وليس لصفاتهم المميزة كأفراد. يشمل التمهيط شكلاً من أشكال الاختزال، يميزها المظهر والسلوك والاعتقاد، الخ. يمكن جعل أي شخص أو شيء يظهر في صورة "نمط"، ونسمعه على وجه الخصوص عندما تتم الإشارة إلى ممثلين "يتم تمهيطهم" في أدوار معينة. يبدو أن تلك الشخصيات تبرهن على مجموعة من الأعراف والتوقعات العامة التي لدى المنتجين والمستهلكين عنهم



المصدر: Getty Images

الحملة للبحث عن مادلين ماكان: ما الذي تأتي تلك الصور لتمثله وراء الهوية الحرفية لهذه الطفلة المفقودة؟

كأشخاص وأيضًا عن المجتمع بشكل عام، بمعنى أنه يمكن إدراك الأفراد وتصنيفهم وتحديدهم بأسلوب عادي.

بالمقارنة، فإن النموذج الأصلي هو شخص أو شيء "مثالي" أو "نموذجي"، يجسد قيم وهويات جوهرية معينة تقدم نموذجًا أو نمطًا للطريقة التي يُنظر بها إلى الثقافات. يمكن التعبير عن هذا النموذج بوصفه قوة إيجابية أو سلبية. وتشمل الشخصيات من نوع النموذج الأصلي ما قبل وسائل الإعلام، الأبطال والبطلات والأشعار بعلم الأساطير والديانات القديمة مثل هرقل أو هيركليس وأندروميديا وزئوس وآخرين.

ويشمل الأشعار والأبطال المعاصرون الذين يلخصون المعتقدات والقيم والتفضيلات المتأصلة للمجتمع، شخصيات مثل سوبرمان أو دراكولا أو شارلوك هولمز. مجددًا، نرى شخصيات خيالية بالإضافة إلى أفراد حقيقيين يمكن اعتبارهم نماذج أصلية حديثة. وتبدو الصور النمطية بالمقارنة أكثر تقييدًا في الوظيفة، وغالبًا (ولكن ليس دائمًا) تكون سلبية.

### الصورة النمطية

#### Stereotype

التميط هو عملية تشمل التعبير عن اعتقاد مبالغ فيه عن مجموعة، وذلك بهدف تحويل أو تبرير السلوك تجاه تلك المجموعة من هؤلاء الذين يتبنون ذلك الاعتقاد ويعبرون عنه.

سنعود مرة أخرى إلى الصورة النمطية، لكن دعونا الآن ننظر إلى النموذج الأصلي أو "النموذج" الموضح بمثال شخصية سوبرمان الراسخة، الذي تشمل حياته الثقافية أصوله في الكتب المصورة والبرامج الإذاعية والبرامج التلفزيونية والأفلام والتسجيلات. يجسد سوبرمان (وهو من ابتكار جيرى سيجل وجو شوستر، مبتكري كتب مصورة، شاين يهوديين في الثلاثينات من القرن الماضي) فكرة السفر إلى أمريكا من واقع تجربة أي مهاجر آخر

(يكون غريبًا بالمعنى الحرفي في أنه يأتي من الفضاء الخارجي) ويصبح التجسيد لأمريكا. وتتمثل معانيه المحتملة من خلال مظهره وأفعاله الحميدة، التي تجسد "الحق والعدل والطريقة الأمريكية". إن ملابسه، على الرغم من أصوله في الفضاء الخارجي، حمراء وبيضاء وزرقاء في واقع الأمر. وفي الإصدارات الحديثة للقصة، نجد سوبرمان يصل على سطح الأرض، مع هبوطه في الاتحاد السوفييتي وتنشئته كشيوعي جيد (ميلار، 2004) أو

الوصول إلى بريطانيا وتبني خصائص الثقافة الإنجليزية المتبعة "القائمة على إخفاء المشاعر" (جونسون وكليس، 2006)

قد يكون الاختلاف بين النموذج الأصلي والصورة النمطية الأكثر شيوعاً مبهماً في بعض الأحيان. ويمكن توضيح ذلك عبر النظر إلى نجم الموسيقى الشهير والمثير للجدل "50 سنت" (كرتس جاكسون). فيما يلي جزء مقتطف من مقال صحفي عنه والذي يستعرض بشكل واضح مفهوم النموذج الأصلي.

تم الكشف عن ثروة كرتس جاكسون، وقيل إن تصويره في عام 2000 ساهم في تحويله من مغني راب إلى أسطورة محلية، حتى قبل طرح ألبومه الأول. من بعض النواحي، يمثل أحدث تجسيد لمفهوم النموذج الأصلي والذي يظهر مراراً وتكراراً في الموسيقى الشعبية الرائجة. غالباً ما أعاد مغنو البلوز الأوائل من خلال أغانيهم رواية قصة المواجهة المميتة، بين بيلي ليونز وقواد يدعى لي شيلتون (الذي عرف أيضاً على نحو متنوع باسم ستاجر لي أو ستاجولي)، شخصيتين واقعتين من الجنوب العميق واللذين تسبب تبادل لإطلاق النار بينهما في عام 1895 في مقتل ليونز.

في كتاب "ستاجولي يطلق النار على بيلي" (Stagolee Shot Billy)، الذي يتناول التاريخ الاجتماعي للأسطورة، يصف سيسيل براون كيف تغذي شخصية ستاجولي بوصفه "البطل الأسود الشرير" إدراكنا لشخصيات متنوعة مثل بوف دادي وأوجيه سيمبسون ومالكولم إكس وهوي نيوتون.

"كريس كامبيون"، "على حق تماماً" "Right on the money"، "ذا أوبرفر ميوزيك مانثلي"، أغسطس 2005

[www.guardian.co.uk/music/2005/aug/21/popandrock2](http://www.guardian.co.uk/music/2005/aug/21/popandrock2)

لقد وجهت انتقادات شرسة لنوع الموسيقى الخاصة بهذا الفنان - وهي صورة أدنى من صور موسيقى "جانجستا راب" - التي تروي متاعب الحياة بالنسبة للعديد من الأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية في أمريكا الحضرية، نظراً لتمجيدها تجارة المخدرات والوحشية. ويتمثل أحد موضوعات النقد في أن مجموعة الشخصيات في تسجيلات هذا

النوع الفني، تضم مجموعة رجال من "العبيد السود" و"القوادين" و"اللاعبين" ومجموعة نساء من "فتيات الليل". وبأخذها على أنها انتقاء جزئي ومهين غالباً للأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية، يمكن الإشارة إلى هذه التمثيلات بقصد أكثر انتقاصاً على أنها "صور نمطية". بالنسبة للبعض، يعد "50 سنت" نفسه صورة نمطية - على الأقل من خلال مظهره في الإعلام. (التمثيلات هي صور نمطية، وليس الأشخاص أنفسهم - الاختلاف مهم). "إن صورة فيدي، على غرار مجموعة الشخصيات في أغنياته، مكروهة بصورة عميقة بالنسبة للكثيرين ليس فقط بسبب "واقعية" وحشية، وإنما أيضاً لأنها تكرر النطاق المحدود الذي قد ميز تمثيلات الأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية في إعلام "البيض" بالأساس.

ابتكر رجل فرنسي يدعى فيرمين ديدوت مصطلح "الصورة النمطية" في القرن التاسع عشر. وقد اشتق المصطلح من ممارسته في مجال الطباعة، وأشار إلى انطباع لقطعة أصلية من الطباعة (Typography) (والتي تأتي منها أيضاً كلمة "type") المستخدمة في عملية الطباعة (وضع لإعادة الإنتاج) بدلاً من الأصل. لأغراضنا، يأتي الاستخدام الحديث للمصطلح من عمل واضع النظريات الأمريكي والتر ليبمان في كتابه "الرأي العام" (Public Opinion) الصادر عام 1922. في بعض الأحيان، خاصة في الإشارة إلى الإعلام، نستخدم المصطلح جنباً إلى جنب مع علامة الكليشيه الملعونة عند إجراء تقييمات كيفية نقدية - "كان برنامج إذاعي تتخلله مكالمات هاتفية معتمد على الكليشيات، على نحو يغربل جميع الشخصيات والآراء النمطية المعتادة، الخ). وعلى الرغم من ذلك، فإننا نستخدم المصطلح بشكل أكثر سهولة وسرعة للإشارة إلى انطباعات الأفراد والمجموعات. وهذه الصورة، سندعم تعريفنا.

### الصور النمطية: الطبيعة والوظيفة

عادة، ولكن ليس دائماً، تكون الصور النمطية، عبارة عن نسب صفات سلبية وتنحو لأن تكون محدودة في نطاق المعاني التي تعبر عنها. يمكننا أن نضيف أنها في هذا تعد على غرار المعنى الأكثر نفعا لـ "الطباعة"، صورة من الاختزال، على نحو يقلل تعقيد فرد أو

مجموعة أو موقف إلى مجموعة شائعة وسهلة الفهم ومحددة من الصفات. تتجسد أفكار عن المجموعات التي تشير لها وتطبع في النصوص الإعلامية، بأسلوب بلاغي وفي أشكال سرد ومجموعات أعراف نوعية. ومن ثم، فهي تسهم في الصورة التي تفهم بها مجموعات أخرى تلك التي تقدم عبر تلك الصور النمطية وترتبط بها.

إذا أشرنا أن تلك الصور النمطية عادة ما تكون أكثر هيمنة، ومرتبطة بالفعل بالمجموعات الاجتماعية التي تدخل في نطاق الأقلية في المجتمعات، يمكننا أن نقدر لماذا تثير تلك الصور والأفكار عن الأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية، من موسيقى "جانجستا راب" لـ "50 سنت" أو طالبى اللجوء السياسي من الخارج المشار إليهم آنفاً، ذلك القدر الكبير من الاهتمام. يمكننا أن نضيف أيضاً أن الصور النمطية عادة ما تكون متعلقة بهؤلاء الذين لا يمثلون أقلية فحسب، ولكن أيضاً لديهم سلطة أقل في المجتمع من الأغلبية. وبهذه الصورة، يمكننا أن نبدأ في التفكير في الكيفية التي تعمل بها الصور النمطية ومن أين تأتي، إضافة إلى الوظائف المتعددة التي تقوم بها.

وفقاً لجرانيم بيرتون (بيرتون وديمبلباي، 1988: 70)، فإن سرعة وكثافة الافتراضات والتوقعات التي تبني حول هؤلاء الأشخاص على أساس ضئيل، هي التي تجعل التنميط مميّتاً ومرفوضاً، وعلى الرغم من ذلك، فإنه بالنظر إلى حدود النصوص الإعلامية (أو أي صورة تمثيلية) من حيث قدرتها على أن تكون مخرصة تجاه الواقع، فإن الصور النمطية تكون في بعض الأحيان لا مفر منها على ما يبدو، بل وحتى ضرورية للنصوص الإعلامية والمعلومات والمتعة التي نجنيها منها. ربما يكون ثمة تعقيد في ذلك، بينما تبدو بعض الصور النمطية سائدة جداً عبر الإعلام، فإن إدراكنا لها مشروط أيضاً بتداولها في قطاعات أخرى من المجتمع وأساليب اتصال أخرى. على سبيل المثال، صور نمطية عرقية وجنسانية لصور إعلامية ما قبل وسائل الإعلام، تحدث في أوراق دعاية دينية ورسوم ودراما ونكات وحكايات شعبية وما إلى ذلك. غالبيتنا يدرك وقد يستعرض صوراً نمطية (بشكل واعٍ أو غير واعٍ) في مواقف عديدة. يمكن أن تعتمد النكات على صور نمطية لعرض مغزاها والعبارة أو الجملة التي توضح مغزاها ("هناك قطعنا روز بيغ...")، وهي تنكشف بسهولة في المنافسات الرياضية، عندما تبلغ الانفعالات والمرهانات ذروتها

(سيكون المبدأ الطبيعي للألمان قوة يجب التعامل معها في هذه البطولة") أو عند القيام بالعديد من الأنشطة اليومية مثل القيادة ("سائقات!"). ولذلك يخفي الوجود المطلق للصور النمطية بنيتها في النصوص الإعلامية، إذ إن لدينا نزعة لرؤيتها بوصفها "طبيعية"، إلى حد "الإيهان" بها.

يمكننا تحديد مجموعة وظائف للصور النمطية في النصوص الإعلامية، وربطها بسياقات اجتماعية وتاريخية أوسع نطاقاً، ومع ذلك، فإن ذلك يفسرها جزئياً ويقوض وضوحها وقبولنا لها. من جانب، توفر عملية ترتيب في مواجهة الطوارئ و"فوضى" الحقيقة، على نحو يوفر "طريقاً مختصراً" لمعنى يشير مع هذا إلى "العالم"، معبراً عن شيء من قيم ومعتقدات هؤلاء الذين حملوا الصورة النمطية لتكون ذات دلالة بصورة ما ("أجل، بالطبع" جميعهم" يروق لهم ذلك، أليس كذلك؟") من ثم، فمن الناحية البلاغية والمرتبطة بعلم الرموز، تعمل الصورة النمطية من ناحية الكناية كمؤشر لحقيقة أوسع نطاقاً، ومجموعة قيم عن المجموعة التي عادةً ما يقع عبئها على كاهل شخصية واحدة. ولهذا، تعد موضوعاً لجدال محتدم - من جانب، تُتقد نظراً لخصائصها السلبية، ومن الجانب الآخر، تُطرح جانباً بوصفها شخصيات بسيطة وملائمة، وعملية في الأعمال الدرامية أو الكوميديا أو التقارير التي لا تكون فيها أي "إساءة" مقصودة.

### إعداد الدراسات الإعلامية

لسنا بحاجة لأن نكون طلاب إعلام، كي ندرك مفهوم الصورة النمطية أو أمثلة على ظهوره وحدوثه. إنها واحدة من تلك الأفكار التي قد أصبحت "منطقاً سليماً" بدرجة ما (على الرغم من أن ذلك أحياناً ما يأتي على حساب الوضوح والدقة، مثلما سنستكشف). أعد قائمة بخمس صور نمطية من الإعلام يمكنك تحديدها. بعضها مقترح في مثال "50 سنت" كمؤشرات، ولكن فكر في ممثلي الشخصيات في لعبة كمبيوتر مثل التنوعات على لعبة "سرقة السيارات الكبرى" (Grand Theft Auto). أعد قائمة بخصائص كل واحد منهم ومثال لظهورهم في الإعلام.

## التفكير بصوت مرتفع

إنها مجرد نكتة؟

عادة ما يمثل ارتباط التنميط وقيادة السيارات التي تعمل بمحرك سمة واضحة للبرنامج التلفزيوني "توب جير" (Top Gear) الذي يعرض على محطة "بي بي سي"، في واقع الأمر، ربما يكون جانبًا من المتعة التي يستشعرها الكثيرون فيه. يجتذب مذيعون أمثال جيريمي كلاركسون وجيمس ماي كثيرين، بسبب أسلوبها المعتمد على استعراض العضلات والحديث المباشر، الذي يبدو متناقضًا مع مشهد معاصر تكون فيه الجماهير، أو هؤلاء الذين يزعمون أنهم يتحدثون لأجلهم، سريعة في الشعور بالإهانة. في نسخة لعام 2011، قدم المذيعان ملاحظات استهزائية مهينة عن المكسيكيين (بتكرار صور نمطية مفادها أنهم كسالى وضعفاء)، والتنكيت بأنه ليس من المرجح أن يتقدم أي شخص من السفارة في بريطانيا بشكوى، حيث إن السفير سيكون نائمًا.

وعلى الرغم من ذلك، فقد شكوا السفير المكسيكي، مثلما فعل كثيرون آخرون - 11 فرد في المجمل. وبينما لا ينبغي أخذ الصمت على أنه موافقة، فقد كان هناك كثيرون ممن تقدموا بشكاواهم في منتديات إلكترونية عن هذا الوضع، وتأييدًا لاستخدام المذيعين "حس الدعابة". تعد هذه التعليقات من الموقع الإلكتروني لصحيفة "التليغراف" نموذجية:

شكى 11 مشاهدًا من جمهور يقدر بالملايين... أتعلمون أنني رجل مولود في لندن وأكره المتيمين إلى الجانب الشرقي، لنظرة كليشيه الصورة النمطية خاصته، الممثلة في london tam وأعلم أنها ستؤذيني، لذلك، سأشاهده، ثم أكتب لأشكو من محتواه بوصفه مهينًا لمواطني لندن. ينبغي أن تعتذر "بي بي سي" عن هذا المسلسل الصابوني الكتيب والعنيف الذي تم تقديمه في صورة "دراما" منذ أعوام.

في النهاية، يعود قدر من سلامة العقل مجددًا في عالم معتمد بدرجة مفرطة على الكمبيوتر. أهلاً مجددًا بـ "توب جير" ولنواجه المزيد من التعليقات المثيرة للجدل. لم يغتصب أحد عذراء لامتلاكها جونزاليز سريع، كان هذا الإعلان منمطًا بصورة عنصرية أكثر من كونه نكتة تسخر من "توب جير"، ناهيك عن عدم كونها واحدة جيدة جدًا. تلقى حس دعابة أيها الحظ التعس.

إلى أي مدى قد تتفق مع تلك المزاعم والأمثلة، التي يشرح فيها استخدام الصور النمطية بوصفه نكتة؟ وهل هناك أمثلة أخرى توظف فيها تلك الصور النمطية بشكل منتظم بحثًا عن ضحكة؟

عادة ما نفكر في الصور النمطية بوصفها خاطئة ومضللة بصورة ما، أنها تقدم صورة غير دقيقة أو مضللة للأفراد والمجموعات الاجتماعية. وعلى الرغم من ذلك، فإن واضحة نظريات الإعلام الراحلة تيسا بيركينز، أشارت إلى أن الصور النمطية فعالة، نتيجة لحقيقة أن بها بعض مظاهر الحقيقة، أنه مع كونها متطرفة أو مخفضة، فإنها تحتوي على "قدر ضئيل من الحقيقة". وهذا لا يعطي عذرًا للصور النمطية في المواضيع التي تكون فيها مؤلمة بأية صورة، وإنما لإيجاد تفسير فيها لأصلها ووجودها ودورها. إن الذكاء المحدود للأفراد في تمثيلات الشعب الأيرلندي في الثقافة البريطانية والأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية في الثقافة الأمريكية، على سبيل المثال، يردد أصداء حقيقة أن هذه المجموعات كانت، من الناحية التاريخية والبنوية والنظامية، مقموعة ومحرومة، من قِبَل هؤلاء الذين يتولون مقاليد السلطة. كانت أيرلندا خاضعة للحكم البريطاني القمعي على مدى عقود، فيما يحدد تاريخ الأمريكيين ذوي الأصل الأفريقي مؤسسة العبودية وإرثها. إن لغة الأيرلنديين والأمريكيين السود وسلوكهم وثقافتهم - عند تقييمهما من حيث الثقافة المسيطرة - يمكن القول إنها قد تأثرت سلبًا بهذه الأحداث التاريخية، وعلاقات القوة الناجمة عنها وكان لها أثر طويل الأجل على وضع المجموعة، كأقل مكانة بالنسبة لهؤلاء الذين قد سيطروا عليها. في ألمانيا، ملأ الشعب التركي الفجوات في القوة العاملة ما بعد الحرب في صورة Gastarbeiter ومع ضرورة وجودهم، تم التعامل معهم كمواطنين من الدرجة الثانية يتم رسم صور نمطية لهم. لقد وثق ديفيد هاروكس وإيفا كولينسكي، كيف أن حتى هؤلاء الواقعيين في قاع الكومة في المجتمع الألماني، كانوا قادرين على النظر بتعالي للعمال الأتراك لكونهم مبهرجين في ملبسهم، ويسحبون أعدادًا هائلة من الأطفال معهم - ليظهروا أشبه بـ "وباء" (هاروكس وكولينسكي، 1996:8).

لقد وَطَّفت برامج كوميدية على شاشة التلفزيون الألماني مثل Was guckst du? تلك الصور النمطية. وكرسالة إلكترونية من قَبْلِ مشاهد عن تعليقات هذا البرنامج (لاحظ أنه يتحدث ألمانية ينشر رسالة بالإنجليزية، فتغاض عن أية أخطاء في التعبير):

"لا أفهم الأمر - هل كل الأتراك الألمان على هذه الدرجة من الغباء؟ ذلك هو السؤال الذي يتعين عليك أن تسأله لنفسك بعد مشاهدة البرنامج! وهو يتمتع بشعبية هائلة بين الألمان ولسوء الحظ بين بعض الأتراك أيضًا. بطل معظم تلك الاسكتشات رجل تركي مولود في ألمانيا - ويجسد دور الرجل المنحدر من أصل تركي الذي يعد بمثابة صورة نمطية، مستخدمًا طوال الوقت اللغة العامية وأدنى درجة من الإلمام بالقواعد - وعادة ما يلعب دور شخصية شوفينية عنيفة. إنني على وعي بأن كثيرًا من الشعب التركي في ألمانيا يكرهونه - لكن غالبيتهم يبدو أنهم على الأقل قد قبلوا وجهة النظر التي يتبناها العامة "عنهم".

الحقيقة الأسوأ ستأتي: من خلال تزايد قبُول هذا البرنامج بين عامة الألمان (خاصة الشباب)، يزداد احتمال أن يصبح الأتراك شخصية نمطية تعرض لهم أسبوعيًا - لأن هذه الشخصية يزداد قبولها - حتى كمهرج. ويقودنا هذا نحو حلقة مفرغة في مجموعة الأقلية هذه - فيما يتعلق بالدخل المالي والمكانة في الوظائف الأعلى مستوى، على أمل اكتساب تعليم.

نشر في الموقع الإلكتروني /www.imdb.com/title/tt0279612/

(تم الاطلاع عليه يوم 21 يوليو 2008)

النقطة هنا أن هذه الأفكار عن الأتراك "ممكن تصديقها" (مثلما يثبت المنشور)، للنحو الذي ترتبط به بسماة ممكن تمييزها وملاحظتها. بالطبع لا يعد الجيل الأول من العمال الأتراك في ألمانيا من المتحدثين باللغة الأم، وتؤثر هذه الخاصية على الجيل الذي ينجبونه حينما يستقرون في ألمانيا؛ لذا قد تبدو جوانب ثقافتهم وسلوكهم غريبة بالنسبة للألمان من السكان الأصليين. وهذه الجوانب من السهل اكتشافها، والبدء في فهمها بوصفها صفات "تمثيلية" تمامًا، مثلما تخفي العديد من الصفات الأخرى من المجموعة اللامحدودة.

ويدو أن هذه التمثيلات، التي تصدر الصور النمطية الإعلامية كما في was guckst ؟، التي فيما تعد مشتقة من القصد الهزلي وتعرض بشكل مفرط في تلك البرامج، تمنح ذرة من الحقيقة لها. وينبغي الانتباه أيضًا إلى أن هذه حقيقة جزئية وملتوية ومكررة على وجه التحديد.

## نظرة رئيسية

### تنميط الصور النمطية

في مقالها "إعادة النظر في الصور النمطية" (بيركنز، 1997)، تُشير "تيسا بيركنز" إلى هناك عدد من الصور النمطية عن الصور النمطية نفسها. ويقدم هذا بعض نقاط التعارض الجذابة والمهمة لبعض الموضوعات المقدمة، في مواضع أخرى في هذا القسم. لقد كتبت بيركنز أن هذه الصور النمطية للصور النمطية، تشمل فكرة أن الصور النمطية بسيطة، وحول مجموعات الأقليات أو المجموعات المضطهدة، ودائمًا ما تكون خاطئة في محتواها وسلبية ومهينة بالضرورة. علاوة على ذلك، فإن الصور النمطية تحمل عن مجموعات ليس لدينا سوى تواصل اجتماعي محدود معها، إن وجد، من ثم، فوفقًا للمدلول، لا تحملها المجموعة التي ننتمي إليها.

وبالمثل، تضيف أنه يعتقد أن الصور النمطية "صارمة" ولا تتغير بمرور الوقت، ولأن الصور النمطية المتناقضة موجودة، إذن ينتج هذا كدليل على أنها مغلوبة، ولكن ليس دليلًا على أي شيء آخر. لديها المزيد لتقوله، لكن يشير جانب آخر من هذه القائمة إلى أن هؤلاء الذين يحملون صورة نمطية، أو يعتقدون أنها صحيحة هو أمر يشير إلى أن السلوك تجاه مجموعة ما متوقع.

ووجود صور نمطية للصور النمطية لا يعني أنه في غالبية الأمثلة التي نجدها مستخدمة فيها، أنها ليست سلبية بصورة ما. أو ربما أن هذه "الصورة النمطية" للسلبية ملحوظة نظرًا لقوة التمثيلات السلبية والمهينة. إن ما توضحه بيركنز لنا هو حقيقة أنه، بينما تبدو الصور النمطية غاية في الوضوح والبساطة، فإنه يُكتشف أن أبعادها واستخدامها ووظيفتها معقدة.

وعلى نحو مثير للانتباه، يحدد هاروكس وكلوينسكي أيضًا صورًا نمطية للألمان يحملها العمال الأثراك. من بينها، يتحدثون عن أصحاب العمل باعتبارهم باردين ولا إنسانيين ونهمين للمال. من خلال هذه المقارنة، يمكننا أن نتبين بعض التعقيدات المحيطة بالصورة النمطية (يمكن أن تخضع أية مجموعة لهذه العملية).

دعونا نستكشف هذه الأفكار عن الصور النمطية والتمثيلات بصورة أكبر، من خلال العودة إلى بعض دراسات الحالة المتعلقة بأمثلة فئات اجتماعية للنوع الاجتماعي والجنسانية. هذان المثالان من مجموعة تضم العنصر والطبقة والعرق والديانة والدولة وما إلى ذلك، حيث تم إجراء بعض البحث التثقيفي في هذا المجال، والذي سيثبت كونه موحياً بالنسبة لأي شخص مهتم بالفئات الأخرى، التي ستطرق إليها مع مضيينا قدمًا. وبالتأكيد ستساعدنا هاتان الفئتان - النوع الاجتماعي والجنسانية - في فهم البناء الثقافي لتلك الفئات، والدور الذي يلعبه التمثيل في تعريفها من الداخل ومن الخارج.

## النوع الاجتماعي والتمثيل

على مستوى بيولوجي، يمكننا الاتفاق على أن ثمة فروق مهمة وواضحة بين الرجال والنساء، متعلقة بالكروموسومات والقدرات الإنجابية لهما. ومع ذلك، فإن درجة حالة الذكورة أو الأنوثة الناتجة عن هذه الطبيعة الجسدية، هي موضوع نقاش وجدل. من ثم، فنحن ننزع إلى استخدام كلمة "نوع اجتماعي" عند الإشارة لمعنى أن الذكورة والأنوثة، اجتماعيتان وثقافتان بطبيعتهما.

وقد تعتمد الإشارة إلى أن النوع الاجتماعي والجنس يتعذر التمييز بينهما، بدرجة ما، على ادعاء أن مكانتنا ككائنات اجتماعية تحددها طبيعتنا "الجوهرية" أو "الضرورية".

إن استخدام مصطلح "جوهر" أو "ضرورة" فيما يتعلق بالنوع الاجتماعي أو التمثيل يشير إلى أن خصائص معينة "فطرية" أو طبيعية، وليس نتيجة لعرف ثقافي.

هنا، من المفيد الإشارة إلى "جوديث بتلر"، التي عرّفت النوع الاجتماعي بأنه "أدائي" وليس فطري متأصل أو ثابت. بالتأكيد يبدو أن كلاً من الذكور والإناث يتأكد نوعه الاجتماعي عبر "تكرار مجدد للأفعال" (بتلر في "ضجة"، 1991: 140). هذه هي كل تلك الأشياء التي نقوم بها والتي تعرّفنا، بدرجات متفاوتة، كـ "ذكور" أو "إناث"، على سبيل المثال، ربما أمارس التمارين الرياضية أو أضع ماكياجاً (لكنني لا أوضح أي من هذين النشاطين يعمل لصالح أية فئة). ليس بالضرورة أن يتم أداء هذه الأفعال بشكل واع، أعلم فقط أنني أحتاج لأن تتم مشاهدتي أمارس التمارين الرياضية لتأكيد رجولتي، على سبيل المثال. وهذه الأفعال ليست سائدة وظاهرة في القصص والأصوات والصور، بالمسلسلات التلفزيونية والأفلام والموسيقى الشهيرة فحسب، بل أيضاً في الرسوم والتصويرات الصحفية لأدوار الرجال والنساء. وتهيمن على نصوص وسائل الإعلام حول العالم صور "الأنوثة" أو "الذكورة" المؤكدة أيديولوجياً: كيف يتوقع أن يبدو ويتصرف الرجال والنساء. وعلى الرغم من أنه يبدو أن ثمة عديد من صور الأنوثة والذكورة المقدمة في إعلامنا، فإن هذه الفئات ما زالت مقيدة نسبياً فيما يتعلق بـ "أداء" النوع الاجتماعي، من حيث ماهيته وكيف يتم أدائه. يمكننا أن نرى هذا في البحث المشار إليه في النص الرئيسي.

إن "أشكال أداء" النوع الاجتماعي التي نراها في الإعلام (وحولنا في ثقافتنا) تُدرك باعتبارها "طبيعية" داخل المجتمع؛ نظراً لأنها شائعة جداً، وهي بالتأكيد لا ترى بشكل واعٍ أو تبنى بالضرورة بشكل واعٍ. يتم قبولها من قبل غالبية المنتجين والمشاهدين بالمثل دون تردد. وهذا، في المقام الأول، هو مجال "الطبيعة"، أو هكذا يبدو.

قد لا يكون منتجوا النصوص الإعلامية واعين ببنائها، ولكن ترسخت لديهم مفاهيم هذه الحقيقة المبنية دون وعي. وهذا بدوره له تأثير على الكيفية التي يعتقد أنهم يسجلون بها أفكار اجتماعية - على نحو يعارض "الطبيعة" - داخل النصوص الإعلامية.

ويمكن عرض مناقشات أخرى لدعم الجانب الثقافي المبني اجتماعياً للنوع الاجتماعي. بوسعنا دراسة تمثيلات الإعلام وكيف تسجل صيغاً لما يعنيه أن تكون ذكراً أو أنثى، والصور

التي تُسجَّل من خلالها تلك التمثيلات القيم الاجتماعية - على نحو يُدعم ويدفع تشكيل هويتنا. وقد تشير دراسة للتغيرات في تمثيلات الرجال والنساء، وقيم وتوقعات الذكورة والأنوثة على مر السنين، في أي صورة من صور الإعلام، إلى أن تلك الفئات بعيدة عن أن تكون ثابتة.

## نص رئيسي

### عالم الصدمة في مقابل العالم الحقيقي: نساء مسنات وجوائز الأكاديمية

يرتبط مثال مفيد لتقييد أداء الأنوثة بالمكان المقيد للنساء من سن معينة، عبر وسائل الإعلام وفي السينما على وجه الخصوص. وقد تم اكتشاف هذا على يد إليزابيث ماركسون وكارول تيلور، اللتين أجرينا بحثًا حول الاختفاء النسبي للنساء "المسنات" في أفلام هوليوود. وقد درستا حالة أكثر من 1600 سيدة تم ترشيحهن لجوائز الأكاديمية في الفترة ما بين عامي 1927 و1990 وطبيعة أدائهن لأدوارهن. ووجدنا أن النساء بمجرد تخطيهن سن الخامسة والثلاثين، نادرًا ما يظهرن سوى في أدوار نمطية مثل "المتدمرة" و"الساحرة العجوز الشمطاء" و"العجوز الفقيرة" و"المرأة الدميمة حادة الطباع" وما إلى ذلك.

تعد عبارتها الختامية مؤثرة على وجه الخصوص عند التفكير في التمثيلات، وبوصفنا من مرتادي السينات، نأمل دائمًا في مشاهدة تصورات لعلاقات النساء ببعضهن البعض بها قدر من الأصالة، لتجربتنا الخاصة وتجربة النساء الأخريات. ونأمل أيضًا في أن نرى نجمانا المحبوبات (ونجومنا المحبوبين) الذين نشأنا معهم، فضلًا عن من هم نظراؤنا في العمر على الشاشة. ومع تقدمهم في العمر، تختفي النجمات (ولكن ليس النجوم) افتراضياً من الشاشة إلى ثقب أسود. وكلما تقدم عمرنا وعمرهم، زادت الفترات الزمنية التي تمر بين العروض التي يقدمونها. حينها تظهر نجمة "مسنة" في فيلم، تكون إما محالة إلى وقت محدود نسبيًا على الشاشة أو تجسد شخصية لن نشك، أن غالبية السيدات قد يجترن محاكاتها كنموذج في الوقت الحاضر أو في المستقبل. إن صور النساء التي نراها، مع استثناءات نادرة، لا تبدو صحيحة.

(ماركسون وتيلور في ديفيس وآخرون، 1993: 170-1)

## الجنسانية والتمثيل

إذا أشرنا إلى الجنسانية، فإننا نتحدث عن التفضيلات الجنسية للأفراد - ما إذا كانوا ينجذبون إلى الرجال أم النساء أم كلاهما، أو بالفعل أي شيء آخر يثير اهتمامًا ويحدث متعة لهؤلاء الأفراد. وهذا المفهوم لا ينبغي أن يقلص موضوع الجنس إلى الممارسة الجنسية الجسدية وحدها (إن وجدت بالأساس)، ولكنه يضم أيضًا ملبس الأفراد والجماعات وسلوكهم وتعبيراتهم، فضلاً عن الصورة التي يتم من خلالها تصنيفهم وفهمهم من جانب المجتمع، من حيث التعريفات القانونية والحقوق وما إلى ذلك.

من ثم، فإن الجنسانية ليست مسألة "بيولوجية" هنا (مع أنها ربما تكون كذلك)، لكن يتم فهمها باعتبارها تُشكل اجتماعياً وثقافياً - يوحى تنوعها التاريخي والجغرافي والتغيرات بمرور الوقت بالكثير بالمثل.

في معظم المجتمعات، يُفهم مغاير الجنس، بأوجه مختلفة، على أنه جزء من المجموعة المهيمنة، على أنه "طبيعي" و"مستقيم" وما إلى ذلك من صفات. من ثم، فإن "مغاير الجنس" فئة معيارية، تؤخذ على نحو مُسلم به، وتدور حولها كل الفئات الأخرى بوصفها خارج القاعدة أو المعيار. في واقع الأمر، عرف واضعو نظريات أمثال كاثيرين كوهين "الغيرية البحتة" بوصفها الممارسات (قد يشمل هذا الممارسات التمثيلية)، "التي تُشرع وتبيح اشتهاؤ الجنس المغاير والعلاقات مغايرة الجنس، بوصفها أساسية و"طبيعية" داخل المجتمع (كوهين، 2005: 24). على سبيل المثال، في المملكة المتحدة، يحمي ويحكم الجنسية الغيرية أو اشتهاؤ الجنس المغاير (انجذاب الرجال للنساء والعكس) مجموعة من التقاليد (على سبيل المثال، مؤسسة الزواج بوصفها مختلفة عن الشراكة المدنية)، والأعراف الثقافية والقانون (سن الرشد)، والحوافر المالية (إعفاء ضريبي للأزواج ومزايا للأطفال الناتجين عن هذا الزواج، الخ).

ويعني أن تكون "مغاير الجنس" أنه من المحتمل انتهاؤك إلى مجموعة متشعبة، تصنف وفقاً لمجموعة من الممارسات والأعراف الثقافية. قد يكون رجل ما "زير نساء" أو تكون امرأة ما "منحلة"، وهو تصنيف يكشف عن مكانة الفرد، من خلال الإفراط أو الكبت في

النشاط الجنسي له - على نحو يرتبط بالقواعد والمعايير المتعارف عليها بالطبع. قد يكون الفرد "خزيراً شوفينياً" (رجل يظن أن النساء أقل أهمية منه ويتصرف معهن بشكل مهين ومميز، عن طريق الإيمان بالآراء المسبقة ضد النساء) أو "رجلاً جديداً" أو "شاباً جديداً" أو "امرأة جديدة" وهكذا. الأمر الممتع في تلك التشكيلات "الجديدة" أنه يبدو أنها تحدث مجدداً بتكرار محير على مر العقود. تحدث الفيكتوريون، بقدر ما نفعل نحن، عن "النساء الجديديات"، مُتحدِّين عادات وأعراف ذلك العصر، فضلاً عن تعريف مصطلح "الرجل الجديد" للمستقبل!

## نظرة رئيسية

### نظرية الشواذ (Queer)

في كتابها "تواريخ وثقافات الشواذ" (Gay Histories and Cultures)، يربط هاجرتي وزيمرمان (1999) بين التقلبات في معنى مصطلح "queer" ("شاذ أو لوطي) وأوجه تشابهه مع تسمية "gay"، بالإضافة إلى الجدل في استخدامه.

في الأصل، كانت queer كلمة إنجليزية تشير إلى شيء غريب (كما في القول "as queer as a clockwork orange")، والذي اشتق منه اسم كتاب أنتوني بيرجس وستانلي كوبريك). وأصبح يُطبق على الرجال الشواذ ويستخدم بواسطةهم منذ بدايات القرن العشرين؛ حيث كانت له دلالات سلبية بدرجة كبيرة. وحينها، تم تخصيصه كشارة أو علامة مميزة للاختلاف من قِبَل مؤسسة تحمل اسم Queer Nation من يونيو 1990 في محاولة لتأكيد الاختلاف بل وصدمة "الأسوياء"، فضلاً عن مثليي الجنس المحافظين "الاستيعابيين" (هاجرتي وزيمرمان، 1999: 723-4) بهدف "التوافق" مع المعايير المجتمعية.

يكمُن اهتمامنا في حقيقة أن المصطلح قد تم تبنيه من قبل واضعي نظريات ثقافيين، يحفزهم مفكرون أمثال تيسا دو لورتيس، بهدف التوسع في وتحديد هؤلاء المهتمين بحياة وتجارب وثقافة الشواذ والسحاقيات وثنائيي الجنس، فيما يتعلق بإشكالية "الغيرية البحتة". يعد المجال مبتكراً، ويستقي تلميحات على وجه الخصوص من عمل واضع النظريات الفرنسي "ميشال فوكو وأفكار عن الخطاب (دو لورتيس، 1991) (انظر أيضاً الفصل العاشر).

لقد وصف استخدام هذا المصطلح من قبل جيني كانجاسفوو وسانا كاركوليتو (2006:2). من ثم:

بالرغم من، وبسبب الإشارات الضمنية العديدة للكلمة، فقد أصبحت *queer* أداة مفاهيمية مفيدة جدًا للبحث والنظرية، والتي تركز على الجنسية والنوع الاجتماعي ومجموعة واسعة من المصطلحات غير المعيارية. إن *queer* هي كلمة تحقق في معاني الفئات المستقرة والثابتة للهوية، والحقائق المهيمنة على العلاقات والأسر والتكاثر والرغبة، وعلاقة المعياريات المعممة. في الوقت نفسه، تعزز كلمة *queer* احترام الفردية والتنوع والمتعة المحضنة. في البيئة الأكاديمية، تذكرنا كلمة *queer* بأنه لا يمكن لأي نموذج أو نظرية أو قاعدة بديهية أن تفسر العالم على نحو مثالي - بل على العكس، عندما تصبح النماذج والنظريات مقدسة، فإنها غالبًا ما تفقد قوتها التفسيرية والوصفية والنقدية.

يشير مصطلح Homosexuality "" (المثلية الجنسية) إلى التفضيلات لنفس الجنس، الذكر أو الأنثى، مع أنه ينزع لتطبيق المصطلح على الرجال مع استخدام مصطلح "lesbian" (سحاقية) للإشارة إلى النساء. ثمة قائمة متنوعة بشكل مذهل من العلامات والأسماء، ازدوائية، إيجابية، علمية، عامة، الخ. بالنسبة لهذه المجموعات، ينشأ العديد منها من صور نمطية مرتبطة بتلك الهويات الجنسية. لقد فرضت هذه الصور النمطية بدرجة كبيرة من خارج المجموعات، لكنها أحيانًا ما تُبنى من داخلها.

في بعض الأحيان، يتضح الوعي الذاتي حول الصور النمطية والتحديات المقصودة، من خلال الطريقة التي تم من خلالها تخصيص العلامات - "استعادة" مصطلح *queer*، على سبيل المثال.

غالبًا ما سيمر الطلاب بالاختصار "إل جي بي تي" (LGBT) فيما يتعلق بالدراسات في هذا المجال. وهو لفظ مختصر لمصطلحات Lesbian و gay و bisexual و transgendered

مجتمعات السحاق والمثلية ازدواجية الميول الجنسية والتحول الجنسي) ويشير لكل من مجال دراسة تلك الهويات والثقافات، وغالبًا تصريح بهويات الأكاديميين أنفسهم. (Transgender) أو مغاير الهوية الجنسية، هو مصطلح يشير إلى أشخاص لا ترتبط هويتهم النوعية أو الجنسية بشكل مباشر بجنسهم البيولوجي المحدد).

إذا أخذنا المثلية الجنسية في بريطانيا كمثال (مثلما يمكننا أن نفعل مع أية دولة أخرى)، يمكننا أن نكتشف ما إذا كانت مجموعة التمثيلات في الوقت الحاضر قد اتسعت، بل وربما، تغيرت بمرور الزمن، أم لا. بالمثل، ينبغي أن نكون متوافقين مع الاستمرارية: هل بقوا هم والقيم التي يظهرونها على الصورة نفسها، مقارنة بتلك الخاصة بالماضي القريب والقضايا التي قد نشأت حول هذه الفئة؟ ويتمثل سبب جيد للقيام بهذا في الصورة التي قد تغيرت بها مكانة المثليين جنسيًا في بريطانيا، من الناحية القانونية والثقافية.

إلى أن تم تمرير قانون الجرائم الجنسية في عام 1967، كانت المثلية الجنسية للذكور في بريطانيا غير قانونية، وتخضع لعقوبة الحبس أو العلاج النفسي، وهذا ما جعل من الصعب جدًا تمثيل هذا النطاق بعينه من الجنسانية في الإعلام بصورة إيجابية. مثلما أشار ريتشارد داير، فإن طبيعة هذه الهوية الجنسية لا يمكن سوى التلميح لها فقط في النصوص الإعلامية وبصور معينة (داير، 1993، 2002). كان يُنظر للمثلية الجنسية "من الخارج" - على نحو تشكله فكرة أنها كانت بمثابة مشكلة، وأنها "انحراف" (لدى مقارنتها بالجنسية الغيرية)، مرض أو حالة نفسية يمكن علاجها أو كانت ببساطة مجرد دليل على الفسوق وانعدام الأخلاق، شيء يُنجَل منه. لذلك، غالبًا ما كانت التمثيلات غير متعاطفة، أو عندما كانت متعاطفة، أثمرت عن أشكال سرد وشخصيات مثل المثلي المتزعج الذي كان قلقًا من حالته، على سبيل المثال، ديرك بوجارد في فيلم "الضحية" (Victim) (للمخرج ديردرن، 1961)، أو "ساعة الأطفال" (The Children's Hour) (للمخرج وايلر، 1961) أو "مقتل جورج الأخت" (The Killing of Sister George) (للمخرج ألدريتش، 1968)،

وحينما لم تعد المثلية الجنسية تجرم في بريطانيا بعد عام 1967 (مع وجود اضطهاد واسع النطاق واستمراره بالفعل)، بدأت محاولات لتمثيلها بصورة أكثر انفتاحًا. ونتيجة

لذلك، كان هناك تضمين أوسع نطاقاً للصور والأصوات الإعلامية التي كشفت "الواقع الحي" للمثليين. وقد تضمنت نشر صحف مثل "جاي تايمز" ([www.gaytimes.co.uk/](http://www.gaytimes.co.uk/)) منذ عام 1984، وبرامج تلفزيونية مثل Out on Tuesday والذي تزامن ظهوره مع إطلاق محطة Channel 4 التلفزيونية الأرضية في عام 1982. وعلى الرغم من ذلك، فإن هذه التمثيلات لم تكن تقابل دائماً بالطبع من قبل "الاتجاه العام السائد"، بوصفها غير مهددة للحالة مغايرة الجنس المطبوعة. ربما تكون القوانين قد تغيرت، لكن الاتجاهات السلوكية والثقافة تحتاج وقتاً للتغيير، هذا إن تغيرت بالأساس. وفي السبعينات والثمانينات من القرن العشرين، كانت هناك أيضاً زيادة ملحوظة في الصور النمطية المتاحة للمثليين الجنسيين، الملمح لها على الأقل عبر الأسلوب الواهن لشخصيات تلفزيونية، مثل لاري جرايسون وجون إنمان وكينيث ويليامز. لقد حققوا شهرة ومكانة، ولكن كشخصيات ساخرة وصامتة وغير متجنسة نسبياً. مؤخراً، حققت شخصيات مثل جراهام نورتون وجوليون كلاري وألان كار، قدرًا من النجاح من خلال تمثيل المثلية الجنسية للذكور والنشاط الجنسي بشكل معلن. بمعنى أن كلاً منهما له دور "مضحك" فاضح ومكشوف في التلفزيون، وقد أحدث كلاري انتهاكات أخلاقية من خلال بعض نكاته؛ مما أدى لمطالبات بفرض عقوبات عليه، وأسفر عن فجوة خطيرة في مساره الوظيفي.

من ناحية، يمكن القول إن التمثيلات الرئيسية المعاصرة للمثلية الجنسية أقل تقيماً وأكثر انفتاحاً وصراحة، وتمثل نطاقاً أوسع من التجارب الحية للمثليين عما كان متاحاً من قبل. مجدداً، يعكس هذا السياقات السياسية والاجتماعية والثقافية المتغيرة في عصرنا والتي تبدو بدرجة ما أكثر قبولاً. هذا وتظهر مجلات موجهة لمجتمع الشواذ مثل Attitude ([www.attitude.com](http://www.attitude.com)) على أرفف المجلات في المتاجر، لتقدم نقطة مركزية ممكن الوصول إليها للاستهلاك جنباً إلى جنب مع مجلات "الاتجاه العام السائد".

وهذه المجلات أيضاً تثبت وضوح هذه الثقافة - تحركها من حالة كونها خفية أو إدراكها باعتبارها مخجلة إلى كونها أقل من هذا\_ في بعض المناطق. بالطبع تعد التمثيلات

الحالية أكثر صراحة ووضوحًا من أي وقت مضى مع تلك الحلقات التلفزيونية مثل "كوير أز فولك" (Queer as folk) (1999) و"تقليب المخمل" (Tipping the Velvet) (2002)، والآن قدمت مسلسلات صابون بريطانية مثل "شارع التتويج" (Coronation Street) و"EastEnders"، شخصيات شواذ من الرجال بقدر محدود من الجدل، على الأقل الذي يستحقه ذلك الجانب التعريفي لتمثيلها.

وعلى الرغم من، أنه كان هناك جدال حول أن هذه الفكرة للتمثيل ما زالت تتطلب تطويرًا إيجابيًا، فمع تطور فهم واستيعاب المجتمعات الغربية للجنسانية، تعد التمثيلات المهيمنة التي نراها اليوم ممثلة لأفكارنا وقيمنا الاجتماعية المعاصرة، ويمكن أن يسمح تحليل لهذه النصوص باستبصار بحثي في آرائنا المطبوعة والقائمة على الفطرة السليمة حول تلك المجموعات. وترتبط هذه الأفكار بشكل وثيق بأفكار القوة - ومثلما تشير نسختنا الأصلية وموضوع جدالنا القادم - يمكن أن تواجه خطوات إيجابية بسهولة بعودة ظهور صور نمطية سلبية. يثبت استكشافنا أيضًا التلميح بأنه ليس ثمة تمثيل "نموذجي"، أو حقيقة مطلقة نحاول تأكيدها، أو الكشف عنها في التعامل مع موضوع التمثيل.

تعد "ستون وول" جماعة ضغط مخصصة، لهدف تحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية للشواذ من الرجال والنساء. وفي عام 2005، فحص باحثوها تمثيلات الشواذ والموضوعات ذات الصلة في 168 ساعة من برامج أوقات الذروة على القناتين الرئيسيتين بمحطة "بي بي سي". وإلى جانب هذا التحليل، أجروا مقابلات ومجموعات تركيز مع مشاهدين لهم توجهات جنسية مختلفة.

سعى الباحثون إلى الإجابة عن عدد من التساؤلات، من بينها:

- كيف تصور محطة "بي بي سي" حياة الشواذ؟
- هل للتلفزيون تأثير إيجابي أو سلبي على حياة الشواذ؟
- ما تأثير تصوير السحاقيات والشواذ على الأفراد مغايري الجنس؟
- هل تواجه بي بي سي الخوف المرضي من الشذوذ أم تعززه؟
- هل يحصل دافعو رسوم التراخيص من الشواذ على قيمة مقابل المال؟

## دراسة حالة

## مثلما تتغير الأشياء....تبقى كما هي!

يتمثل موقع رئيسي مرتبط بنمو تعددية التمثيلات في الإعلام البريطاني في القناة الرابعة. تم إطلاقها في عام 1982، وكان أحد أهدافها تلبية احتياجات المجموعات البديلة ومجموعات الأقلية. كانت المحطة موجهة من قبل بث خدمة عامة، والتي قد احتفظت بهذا التركيز بدرجات متفاوتة حتى يومنا هذا.

لقد مثلت مسلسلات صابون وأعمال درامية مثل *Brookside* و *Queer as Folk* و *Shameless* الطبقة والعرق والجنسانية والنوع الاجتماعي، بصور تختلف عن التصويرات المحجوبة أو السائغة نسبيًا في الإعلام والمجتمع الأوسع نطاقًا. علاوة على ذلك، فقد استكشفت إكمال إنتاج القناة الرابعة مواضيع الطبقة والقومية واستخدام العقاقير، ومجموعة من الثقافات الفرعية عبر ذراعها السينمائي "أفلام تشانيل 4" *Channel 4 Films*، التي عرفت فيما بعد باسم *Film 4* في عام 1998. إن أفلامًا مثل "تعقب القطار" (*Trainspotting*) و"لعبة البكاء" (*The Crying Game*) و"شيء جميل" (*Beautiful Thing*) و *Brassed Off*، لم تتحدى التمثيلات السائدة للمجتمع البريطاني فحسب، بل شكلت صيغًا أوسع نطاقًا من "المعرفة" حول المجموعات المصورة.

انظر -/www.channel4.com/video/queer-as-folk/series-1/

عرض مسلسل *Queer as Folk* (1999) -تغييرًا مثيرًا للجدل في تمثيل المثلية الجنسية على شاشة التلفزيون البريطاني (والأمريكي لاحقًا). وقدم مجموعة من خطوط الحكمة الدرامية (الأحداث) التي لم تكن فيها جنسانية شخصياتها العامل المحدد الوحيد، في واقع الأمر، تم تطبيع صفة الشذوذ وتقديمها باعتبارها نشاطًا يوميًا. على عكس التصويرات الدرامية السابقة للمثلية الجنسية بوصفها "مشكلة"، أو تعريفها من خلال علاقتها بالاتجاه العام السائد أو الصيغ السائدة من السلوك مغاير الجنس، هنا حيث كان الرجال جزءًا من ثقافة حيوية، وفي بعض الأحيان مستقلة. وفيما تعاملت مع العبارات المجازية المألوفة لـ "الظهور" والهاجس المعاصر لمرض الإيدز، فإنها كانت جزءًا من نطاق واسع ومتنوع من القصص، التي سمح فيها

للشخصيات بأن تكون متعددة الوجوه - مفصلة ومعقدة ولكن ليست قابلة للحصر في خصائصها الأخلاقية (الحكم عليها بوصفها جيدة أو سيئة) أو تأثيرها الإيجابي أو السلبي على العالم. كانت هكذا فقط. مؤخرًا، تناول Sugar Rush الألام المتنامية لشابات شاذات. يوصف هذا التطويع لرواية لجولي برتشيل هكذا:

تستكشف Sugar Rush عالم كيم ورغبتها الجارحة تجاه ماريا سويت الجميلة الوقحة، المعروفة أيضًا باسم شوجر، وإن لم تكن شوجر كافية للسيطرة على عقل كيم، فإن هناك أيضًا أسرتها العاطلة المحبطة - شقيق غريب الأطوار، وأب فخور بالمنزل بصورة مفرطة، وأم تتصرف كما لو كانت في سن الخامسة عشر. تمثل كل حلقة رحلة مختلفة داخل عالم كيم، حيث تأخذنا ملاحظاتها الممتعضة إلى داخل عقل مراهقة محبوبة غريبة الأطوار الشهوانية، التي تواجه أضواء بريتون البراقة والهرع إلى الحب المحرم لأول مرة. إن Sugar Rush، الاستكشاف المشاغب لما يعنيه أن تكون شابًا ومتمتعًا بجاذبية جنسية وشاذًا في بريطانيا، في القرن الحادي والعشرين.

المصدر: [www.channel4.com/life/microsites/S/suger\\_rush/show.html](http://www.channel4.com/life/microsites/S/suger_rush/show.html) 1/7/8

يأخذ كلا المسلسلين أي هويات جنسية بوصفها أمورًا مسلم بها في السيناريوهات، التي تكون فيها الشخصيات مستقرة وغير مستقرة، سعيدة وساخطة بالتناوب. وهذه الصورة، فإن ما تم بناؤه بصورة تقليدية على أنه "اختلاف" يصبح غير ملحوظ. وعلى الرغم من ذلك، فإنه بينما تعد هذه الحلقات دالة على صفة "تقدمية" في برامج القناة الرابعة، فإنها ليست سوى مسلسلات فردية. في مواضع أخرى وفي بعض الأبحاث الضخمة، ينظر إلى الصورة الخاصة بالكيفية التي تمثل بها المثلية الجنسية في التلفزيون البريطاني على نحو مختلف تمامًا.

قدم التقرير الناتج الذي حمل عنوان: Tuned Out: The BBC's portrayal of lesbian and gay people (التجاهل: تصوير "بي بي سي" للسحاقيات والشواذ) عددًا من النتائج التي شملت:

- يزداد احتمال أن يتم وصف أو تصوير الشواذ وحياتهم بصورة سلبية عنه بصورة إيجابية، على محطة " بي بي سي" بمقدار خمس مرات. تم تمثيل حياة الشواذ بشكل إيجابي وواقعي لمدة ست دقائق فقط، وتصويرها على نحو سلبي أو سياقات سلبية لمدة 32 دقيقة، من إجمالي 168 ساعة من البرامج.
- أثناء 168 ساعة من البرامج، كانت هناك 38 دقيقة من الإشارات للشواذ، الإيجابية منها والسلبية. ومثل هذا 0.4 بالمائة من وقت البث في 49 حالة منفصلة وتضمنت شخصيات من الشواذ بشكل علني، وإشارات مباشرة وغير مباشرة للشواذ وجسسانية الشواذ، واستخدام الصور النمطية والإساءة المبطنة للشواذ.
- يتم تمثيل حياة الشواذ بشكل مبالغ فيه على نحو غير متكافئ في البرامج الترفيهية، بما فيها برامج الألعاب وبرامج الدردشة والكوميديا. تمت غالبية الإشارات الفردية، 72 بالمائة، إلى جسسانية الشواذ خلال البرامج الترفيهية، بالرغم من أن الترفيه لا يشكل سوى نسبة 14 بالمائة من جميع البرامج الخاضعة لمراقبة.
- نادرًا ما كان هناك ظهور للسحاقيات على " بي بي سي". حينما كان يتم تعيين النوع الاجتماعي خلال إشارة لجسسانية الشواذ، كانت 82 بالمائة من الإشارات عن الرجال الشواذ.
- قلما يتم تناول قضايا السحاقيات والشواذ أو حتى مجرد ذكرها في البرامج الواقعية. وهذه البرامج، التي من بينها برامج المستهلكين والبرامج الوثائقية، تمثل ما يزيد عن نصف (54 بالمائة) من إجمالي البرامج الخاضعة لمراقبة، غير أن 3 بالمائة فقط من كل الإشارات الفردية للشواذ ظهرت في إطار هذا النوع الفني.
- غالبًا ما يوظف الشواذ كموضوع للنكات على شاشة " بي بي سي". تم تصميم ما يربو على نصف (51 بالمائة) إجمالي الإشارات للشواذ بهدف تحقيق تأثير كوميدي. وتمحورت غالبية هذه الإشارات حول الصور النمطية للشواذ المتوحشين جنسيًا، أو المجموعات أو المتخشين.
- تعتمد " بي بي سي" بدرجة كبيرة على الصور النمطية القائمة على الكليشيه في تصويرها للشواذ. وتبدو عازقة عن تقديم أشخاص من السحاقيات والشواذ في سيناريوهات يومية، مثل علاقات مستقرة أو حياة أسرية.

المصدر:

وكحال الباحثين وواضعي النظريات، قد يكون هناك سبب للاعتراض على المقدمات المنطقية المتعلقة بكيف تم إجراء بعض من هذه الأبحاث، لكن كثيرًا من نتائجها موحية واستبصارية. وعلى هذا النحو، تقدم منظورًا مختلفًا جدًّا عن سياسات التمثيل من الدفعة الأكثر تفاعلاً الموضحة آنفًا. تهدف هذه التوترات في النهاية إلى تكرر رأي أن هذا المجال يتطلب اهتمامنا. ينبغي أن يتمثل مشروعنا المستمر في تقييم ما إذا كانت تلك التقارير مقنعة، وكيف تتغير التمثيلات، إن تغيرت بالأساس.

### أساتذة الإعلام و"سياسات" التمثيل

من ثم، تشير دراساتنا إلى حد بعيد إلى أن تمثيلات الإعلام مرتبطة بالسياق، وعبر التحقيق في الصور النمطية يمكننا تعزيز فهمنا للمجتمع وعلاقات القوة وتسلسلاتها خاصته. وعلى الرغم من ذلك، فإنه من الجيد جدًّا أن ننسب المصدر إلى "مجتمع" أو "ثقافة" نظريًا، لكن علينا أن نهتم بأسئلة مثل من حرفيًا الذين يبتكرون وينتجون التمثيلات، وكيف يكتسبون المهارات والسلطة اللازمة للقيام بهذا، من يتحمل المسؤولية عن الصور النمطية وكيف تظهر؟ هذا بالتأكيد تحدٍ يقدمه البحث الذي أجرته "ستون وول" الموضح سابقًا وجانب واضح للشكاوى من الدعاية في Top Gear. ويتمثل أخذ تلك القضايا على محمل الجد في فهم التمثيل بشكل واضح نسبيًا، كقضية سياسية لها تأثير حقيقي على حياة الأفراد والنظام الاجتماعي. ومن ثم، فنحن في حاجة إلى أن نعود إلى الوراء في دراستنا للنصوص، لطرح أسئلة عن المبتكرين الفعليين لتلك النصوص، طالبين منهم تقديم تفسير للمادة التي يقدمونها لجمهورهم. من الذي يتم الحديث عنه أو لأجله، وبأية صورة؟ ماذا عن قضية من يتحدث ومن يمثل؟

هنا إذن، نركز على مؤسسات الإعلام وخبرائه ومسؤولياتهم ومشاركته في "سياسات" التمثيل. ثمة عوامل عدة ينبغي التحقيق فيها فيما يتعلق بهؤلاء العاملين في مجال الإعلام. أولاً، يمكننا النظر في الخصائص السكانية لهؤلاء الذين هم في موقع إنتاج النصوص، أو من لديهم تأثير ضخم في إنتاج الإعلام بشكل عام، على سبيل المثال هؤلاء الذين يملكون شركات إعلامية. وبالنظر إلى الخصائص السكانية لتلك المجموعة، يمكننا

تحديد أنماط التوظيف وإمكانية الوصول إلى الإعلام، التي قد تعتمد على النوع الاجتماعي والعرق والجنسانية والطبقة والعمر والتعليم. يعد هذا مهمًا، حيث إن خلفيتنا يمكن أن تؤثر على الكيفية التي نرى بها العالم، وإدراكنا لمجموعات معينة خارج ذلك والتي نعرفها بوصفها خاصتنا. فكر في خلفيتك وتربيتك الخاصة وإحساسك بالصواب والخطأ وأفكارك الثقافية والدينية. كل هذه العوامل تؤثر على الكيفية التي ندرك بها أحداث معينة، وبالمعنى نفسه تؤثر هذه العوامل في الكيفية، التي يُدرك بها صناع الإعلام الأحداث والقضايا ويعيدون تقديمها.

إذن، تعتمد واحدة من طرق التصدي للتمثيلات على إدراك إمكانية الوصول المحدودة، التي يتمتع بها غير الممثلين بالقدر الكافي (أو غير الممثلين بالأساس) لوسائل التعبير، من خلال المساهمة في إنتاج النصوص الإعلامية نفسها. يربط هذا الأسلوب الجوانب الرمزية للتمثيل، ولكن أيضًا حرفية فكرة "النيابة" للتمثيل التي ناقشناها في موضع سابق. وتتمثل وسيلة للتفكير في التمثيل من حيث "النيابة" أو "البدل"، في النظر في الصورة التي تعكس أو تحاكي بها "بنية" الإعلام بنية المجتمع بشكل عام. يرتبط الجدل في هذه الناحية بعدد من القضايا. أولاً، يتعلق بطبيعة المؤسسات الإعلامية: هل توظف بأسلوب متكافئ من النطاق الكامل للسكان؟ ثانيًا، تتخذ مظهر وسائل الإعلام وصوتها وتعبيرها؟ هل الأوجه والأصوات العديدة لمجتمع جمعي ممثلة على نحو كاف ومتناسب؟ كان هذا الموضوع واحدًا من الموضوعات التي اهتم بها جريج دايك، المدير العام السابق لـ "بي بي سي". وصف ذات مرة تلك المؤسسة بأنها "بيضاء على نحو مشين". وكان يشير بهذا التعبير إلى التركيب العرقي لقوتها العاملة، وكيف أثر هذا على قدرتها على خدمة جمهورها والتعبير عنهم بالقدر الكافي. ادعى أن:

الأقليات العرقية في المملكة المتحدة لا تستخدم خدماتنا على نحو غير متكافئ أو متجانس. تشير أبحاثنا إلى أنهم لا يعتقدون أن مادتنا الإعلامية موجهة لهم.

وأشار إلى أن هذا مثل أهمية للأسباب التالية:

▪ كيف ننظم - على سبيل المثال - من نوظف.

- الخدمات التي نختار تنفيذها.
- المحتوى الذي نقدمه على تلك القنوات والشبكات والمواقع الإلكترونية .

جريج دايك في كلمة بعنوان "التنوع في البث: منظور خدمة عامة" يوم 3 مايو 2002.

[www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/dyke\\_cba.shtml](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/dyke_cba.shtml)

غالبًا ما يعتمد الاهتمام بسلوكيات وقيم العاملين في مجال الإعلام، على افتراض أن تلك السلوكيات تؤثر على القصص، سواء أكان هذا في صورة بث، أم في نظرتهم للعالم، أم موافقهم السياسية، أم توجهاتهم الدينية الشخصية على سبيل المثال. يمكننا التحقيق فيما إذا كان يمكن اعتبار العاملين في مجال الإعلام "ينحازون" في المحتوى الإعلامي بما يتوافق ومواقفهم الشخصية أو الجماعية. وقد ينطبق هذا أيضًا على العديد من النصوص الإعلامية الأخرى، سواء أكانت خيالية أم معتمدة على الواقع. ليس بالضرورة أن يشرع خبراء الإعلام، على غرار المجموعات الاجتماعية الأخرى، في إهانة مجموعات اجتماعية بعينها أو تصويرها بشكل محدود أو سلبي. على غرار بقيتنا، يتشاركون في إدراك الصور والأفكار القائمة، ويستغلونها لدى تواصلهم وإدراكهم للعالم. وعلى الرغم من ذلك، فإن الحال بالطبع أننا إذا ما فحصنا تاريخ التمثيلات، يمكننا أن نجد الكثير من الأمثلة التي تم فيها التركيز على الصور النمطية، وتوظيفها لقصد خبيث بشكل واضح. بإمكان الفرد التفكير في الصور الدعائية للرؤساء البدينين مدخني السجائر، الذين يرتدون سترات ذات خطوط وقبعات عليها ملصقات تستخدم في الاتحاد السوفيتي، أو تكرار صور مناهضة للسامية في الحقبة النازية خلال الإبادة الجماعية في رواندا، أو كلت إلى الإذاعة الوطنية مهمة توليد الكراهية بين قبيلتي التوتسي والهوتو (تومبسون، 2007). ومع ذلك، يحتاج المنتجون والجمهور الذين يتشاركون الصور النمطية الاجتماعية ويوظفونها، إلى أن يكونوا حارسين لهم. قد يكون هذا لأغراض واقعية. ويعتقد أن بعض صور تمثيل المهاجرين إلى بريطانيا من آسيا والبحر الكاريبي، والتي كانت شائعة في الإعلام في الخمسينات والستينات بل وحتى السبعينات من القرن العشرين، تنتهك الآن مجموعات قوانين وتوجيهات الإنتاج (انظر لاحقًا). في واقع الأمر، قد يكون حتى من غير القانوني وفقًا

## دراسة حالة

## هاري روزملاك والتلفزيون الفرنسي

إن تعيين المراسل هاري روزملاك في موقع مهم وملحوظ بالتلفزيون الفرنسي، يعطي إدراكًا لحقائق القضايا والمناقشات في مجال التمثيل، في الإعلام وتركيب المؤسسات الإعلامية. في صيف عام 2006، تولى روزملاك الدور المدعم لأشهر البرامج الإخبارية في فرنسا على محطة TF1 لمدة ستة أسابيع. وكان هذا التعيين هو الذي صنع الأخبار في حد ذاتها في دوريات مثل "لو باريسان" التي لطخت وجه روزملاك عبر الصفحة الأمامية، وضوح هويته العرقية القضية الضمنية: هو رجل من أصل أفريقي عن طريق مارتينيك، في منطقة الكاريبي الفرنسية. وكان دوره هو شغل مكان باتريك بوافر دارفور، وهو المذيع الذي قد دعم الإرسال منذ عام 1976 والذي كان يخاطب ما يزيد عن سبعة ملايين مشاهد كل مساء.

استمر الاهتمام الموجه لوجود روزملاك وموقعه على مدار الصيف، مُستقيماً تعليق من ملاحظين من خارج فرنسا مثل "نيويورك تايمز"، والذين أشاروا إلى أن فرنسا بها سكان سود يصل عددهم إلى خمسة ملايين نسمة (نحو مليون من منطقة الكاريبي). اقترح أحد المساهمين في تغطية "التايمز" أن الأكثر وضوحًا من الأقليات هو غير الظاهر اجتماعيًا. ومن ثم، حينما يتعلق الأمر بقضايا المساواة والتمثيل، يمكن أن يتضح الموقف في فرنسا من خلال حقيقة، أن عدد السود الذين لعبوا ضمن الفريق الوطني لكرة القدم عند تلك النقطة (13 لاعبًا من بين 23) يفوق عدد السود في الجمعية الوطنية (البرلمان الفرنسي) (10 أعضاء من 577 عضوًا وليس أحد من العشرة من البر الرئيسي في فرنسا). وكانت شخصيات الأقلية في تلك المواقع البارزة، وما زالت، نادرة.

أوضحت جريدة "التايمز" كيف أنه في عام 1999، تقدم كاتب أسود يدعى كاليكست بيالا بشكوى رسمية عن هذا الموقف، وطالب بحصص للسود على شاشة التلفزيون. ساهمت تلك الإجراءات في تنوع متزايد على الشاشات الفرنسية على الأقل، مع تعيين قناة TF1 سيباستيان فولين المولود في مدغشقر، في عام 2001 (كمذيع للنشرة الجوية) وتعيين الإذاعة العامة "فرانس 3" أودري بولفار (من مارتينيك)؛ لتقديم النشرة الإخبارية المسائية (وإن كانت واحدة لها نصف جمهور TF1).

أجرت "نيويورك تايمز" مقابلة مع روزملاك الذي تحدث عن تعيينه قائلاً: "بالتأكيد لا توجد إشارة إلى أننا قد وصلنا إلى موقف مطيع ستكون تلك هي الحالة في اليوم الذي يتوقف فيه الناس عن إثارة مثل تلك الضجة، حينها يتم تعيين زميل أسود أو شمال أفريقي أو آسيوي". بالنسبة له، لم يكن ظهور وجه أسود على شاشة التلفزيون علامة على المساواة؛ ولكن كانت له القدرة على أن يعمل كرائد.

كان الهدف الحقيقي هو كسب وجود بارز للأقليات في جميع مجالات الحياة، الاقتصادية والسياسية والثقافية: "يمكن أن يلعب التلفزيون دور المستكشف لكن وسائل الإعلام الأخرى وجميع الصناعات في فرنسا، ناهيك عن السياسة، يتعين عليها أن تسير على المسار نفسه".

المصدر: مأخوذ من كاترين بينهولد، "بالنسبة للسود الفرنسيين، فإن ظهور وجه على الأخبار التلفزيونية مجرد بداية"، "New York Times.Com"، 16 أغسطس 2006.

لقانون تجريم العنصرية. ولكن دون تفكير، لا تمر الأفعال الهجومية المهينة أو المقاصد الخبيثة والتحييزات مرور الكرام، من قبل الصناعات الإعلامية أو من جانب المجتمع في العموم، من حيث ردود أفعال الجمهور والقوانين واللوائح.

وعلى الرغم من ذلك، فإننا إذا ما قبلنا أن صور الإعلام محدودة بالضرورة في تمثيلها للعالم، وأن النصوص توفر بنيات للعالم، فإن فكرة تشويه الحقائق التي غالباً ما تنشأ، تطرح لنا مشكلة. على أي أساس تعتمد اعتراضاتنا على موضوع التمثيلات الفردية؟ إن هؤلاء الذين يعارضون أي تصوير، أو في واقع الأمر، الذين يسعون لبناء تمثيلات "إيجابية"، ربما يهونون هم أنفسهم في فخ الاعتماد على فكرة معانٍ "أساسية"، والتركيز على فكرة متأصلة عن ما هو شيء أو ما ليس هو. ولتقييم التمثيلات من حيث كونها دقيقة أو مضللة، ربما تكون هناك مهمة مستحيلة، ولأي إصرار على توفير صور إيجابية، فقد يؤدي هذا، في حجب أي صور سلبية، إلى تضمين تعقيد أية نظرة لمجموعة اجتماعية.

## إجراء دراسة إعلامية

اقرأ المقال لاحقاً من صحيفة "برس جازيت" والذي يوضح بعض القضايا التي تمت مناقشتها في هذا القسم وكيف قد سعى بعض الأفراد لتناولها:

"محطة الإذاعة الوطنية تعترم تناول قضايا عرقية"، كتب والي عزيز، 20 أغسطس 2004 يتقدم موقع Black Britain، وهو موقع الأخبار على شبكة الإنترنت، بخطط لإطلاق محطة إذاعية تجارية معتمدة على الحديث، لمخاطبة ما يراه ندرة في الآراء من مجتمعات الأقلية العرقية في الدولة على موجات الراديو.

وقال مؤسسوه إن 75 بالمائة من محطات الحديث توفر المساحة للبريطانيين غير البيض؛ لمناقشة "قضايا خلاف الموسيقى والعنصر"، والتي قالوا إنها نادراً ما تتوفر في الوقت الحاضر. ستكون المحطة التي لا تحمل اسمًا حتى هذه اللحظة؛ من طراز المحطات الإذاعية المرموقة الخاصة بالأحاديث مثل "راديو 4" على "بي بي سي" و"97.3 FM على "إل بي سي"، وفقاً لمؤسسيها، الذين يجرون محادثات مع رأسهالين مخاطرين، في محاولة لجمع مبلغ الخمسة ملايين جنيه إسترليني المطلوب لإطلاق القناة.

"ستكون محطة تضمن أن آراء الفرد في القضايا التي تؤثر علينا جميعها مسموعة، وليس فقط التحدث إليهم في قضايا العرق"، هذا ما قاله كاي أدنيران أولول، رئيس قسم التسويق بخدمة الأخبار على الإنترنت.

وأشار إلى أن المجتمعات التي قد تمثل أيضاً تضم الصينيين والجنوب آسيويين.

يقول: "إنه أمر مرتبط بالحديث عن الأشياء التي تؤثر فينا كإناس بحق. من ثم، على سبيل المثال، عندما تنتج إعلانات في دوانينج ستريت أو من قبل وزير الخزانة، فقد نتحدث عن الكيفية التي تؤثر بها علينا بأية صورة معينة، بالإضافة إلى كيفية تأثيرها على جميع الآخرين".

وأضاف كوفي كوسيتور، مؤسس Black Britain: "إذا نظرت عبر أنحاء الدولة، ستجد أننا لا نملك محطة معتمدة على الحديث. لا يمكننا أن ننتج موسيقى دائماً. إنني لا أذكر أسماء، لكن في أي وقت يُطلب منا الظهور على أي برنامج سائد مهم، دائماً ما يكون متعلقاً بالموسيقى أو الترفيه بشكل عام أو الموضة"، هذا ما قاله كوسيتور.

تم إطلاق موقع Black Britain في يوليو 1998، كخدمات أخبار ومعلومات موجهة لمجتمعات السود والأقليات العرقية.

ما الدليل الذي يمكنك أن تجده على وجود مشروعات أخرى على هذه الشاكلة؟ ما رأيك في تلك المبادرات؟ هل هي ضرورية؟ قد تعتمد أية إجابات على وضعك الثقافي، ومدى شعورك بأنك تنتمي لمجموعة ممثلة بشكل جيد أو غير ممثلة بالقدر الكافي.

بوجه عام، يمكننا قبول فكرة أن التمثيل ليس "بريئاً"، وأنه مع تلك المناقشات والجدال المحيط بما قيل وسمع وشُهد، فإنها قضية سياسية. إن "سياسات" التمثيل بالنسبة لهؤلاء المستأين من الطرق المحدودة التي يتم من خلالها تمثيل المجموعة الاجتماعية التي يتمون إليها، قد لا تتعلق بالعثور على التمثيل المثالي لتلك المجموعة؛ لأنه ليس بإمكاننا أن نوضح فحسب أنه لا توجد واحدة، ولكن لماذا قد نرغب في أن يعبر تمثيل "نهائي" واحد عن المجموعة بأكملها؟ تأتي صور عدم التوازن هنا حينما نقارن تمثيل البيض بالمجموعات العرقية الأخرى. يمكننا القول إنه، في الإعلام حول العالم، كون الفرد إنساناً وكونه طيباً وشريفاً – من دون أن يكون السوء مؤشراً دالاً على جميع أفراد تلك المجموعة – للشخصيات التي لا تتحدد سميتها المميزة عبر لون بشرتها أو ثقافتها في واقع الأمر، من النادر أن يشار إلى البياض في ارتباطه بالعنصر أو العرق بالأساس (انظر داير، 1997).

### قانون الممارسة لرؤساء تحرير الصحف في بريطانيا

#### التمييز

أ- ينبغي أن تتجنب الصحافة الإشارة الضارة أو الازدرائية لعرق فرد أو لونه أو ديانتته أو نوعه الاجتماعي أو توجهه الجنسي، أو إلى أي مرض جسدي أو نفسي أو عقلي أو إعاقة لديه.

ب- ينبغي تجنب أي تفاصيل عن عرق فرد أو لونه أو ديانتته أو توجهه الجنسي أو مرضه الجسدي أو العقلي أو النفسي، ما لم تكن مرتبطة بالأساس بالقصة.

### سلطة المعايير الإعلانية

من قانون 13 من المعايير الإعلانية الإذاعية بريطانيا، التمييز العنصري

أ - من غير القانوني (مع بعض الاستثناءات المحدودة) أن يميز إعلان بين الأفراد على أساس العرق أو العنصر.

ب - ينبغي ألا تضم الإعلانات أي مواد قد يتم بناؤها على نحو منطقي من قبل الأقليات العرقية لتكون مؤلمة أو مبتذلة.

إن قانون العلاقات العنصرية 1976 (مثلها تم تعديله) يُجرّم بث إعلان يشير أو يلمح إلى تمييز عنصري.

ثمة استثناءات محدودة، يمكن الحصول على إجمالي تفاصيلها من لجنة المساواة العرقية على رقم 020 7939 0000، الموقع الإلكتروني: [www.cre.gov.uk](http://www.cre.gov.uk).

### نظرة رئيسية

عادة ما تكون الصور النمطية السلبية مثيرة للاعتراض؛ لأنها محدودة من الناحية الفردية، ولكنها تتكرر باستمرار في إطار نطاق محدود من التمثيلات. ولا تمنح المجموعات الخاضعة لتلك الصور النمطية المتكررة التمثيل عبر نطاق من الصور التي تمثلها، بوصفها مكافئة للمجموعات المهيمنة التي يبدو أنها تمثل "بصورة طبيعية" ثروة البشرية. إضافة إلى ذلك، فإن المشكلات أحياناً ما تنشأ بالنسبة للمنتجين الإعلاميين، الذين ينتمون لمجموعات الأقلية، في أنهم توكل إليهم من قبل تلك المجموعات ومجموعات أخرى (بشكل ضمني أو صريح)، مهمة تبني كل السياسات المضمنة في التصويرات السلبية لتلك المجموعة، الموكل إليها مهمة إصلاحها أو فحص كل عملها؛ للتعرف على سياساتها واتجاهاتها وممارساتها وهكذا.

لقد حدد واضع النظريات والممارس "كوبينا ميرسر" ما يعنيه هذا بالنسبة للفنانين البريطانيين السود في مقاله "الفن الأسود وعبء التمثيل" (1994). هنا، يجمع عددًا من الطرق التي كنا نفكر من خلالها في تمثيل الإعلام.

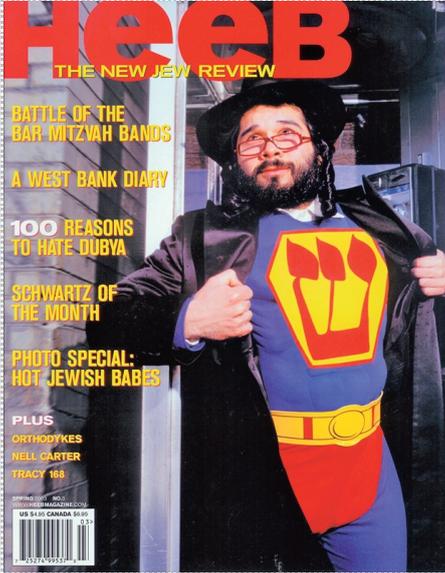
فيما يتم انتخاب الساسة والشخصيات العامة الأخرى في مواقع يتحدثون باسمها بوصفهم "ممثلين"، فإن هذا الدور قد وقع على كاهل الفنانين السود ليس بدرجة كبيرة نتيجة اختيار فردي، وإنما كنتيجة لبنيات من العنصرية التي قد همشت تاريخيًا إمكانية وصولهم إلى وسيلة الإنتاج الثقافي. وحينما أصبح الفنانون السود ظاهرين للعيان صراحةً بواقع واحد فقط في كل مرة، حمل عملهم عبء نطاق كامل من المهوم الفنية الإضافية، وذلك على وجه الدقة؛ لأنه في موقعهم المنعزل نسبيًا بوصفهم أحد الممارسين السود القلائل في أي مجال معين - السينما، التصوير، الفنون الجميلة - ينظر إليهم باعتبارهم "ممثلين" يتحدثون بالنيابة عن، ومن ثم، مسؤولون أمام مجتمعاتهم. وفي مثل ذلك الاقتصاد السياسي للتمثيل العنصري حيث يحل الجزء محل الكل، يعمل ظهور قليل من الشخصيات العامة من السود كرمز على إباحة، وإعادة إنتاج، اختفاء، وعدم إمكانية الوصول إلى الخطاب العام. للمجتمع ككل.

المصدر: ميرسر، 1994: 240

إذا نظرنا إلى مجال يوجد به عدد كبير من الفنانين السود - موسيقى الراب على سبيل المثال - يمكننا أن نرى كيف أن هذا العبء لا يزال مفروضًا. يتم دائمًا تأنيب فنان مثل 50 سنت، المشار إليه آنفًا، لعمله المتعلق بأفكار أمريكا السوداء. ونادرًا ما تخضع شخصية مثل إمينيم، الذي يتم التحدث عنه نظرًا لتفرده كمغني راب "أبيض" للأسئلة نفسها فيما يتعلق بالأمريكيين البيض من الطبقة العاملة.

## دراسة حالة

## مجلة "هيب" و "عبء التمثيل"



المصدر: "هيب ميديا إل إل سي  
Heeb Media LLC"

تتبنى مجلة "هيب" صوراً نمطية يهودية وتلاعب بها بأسلوب ساخر ومثير للجدل في الأغلب.

يتمثل خطاب موجه إلى "عبء التمثيل" والذي يواجه المجموعات التي تتصدى لتمثيلها السلبي في الإعلام، في تبني أسلوب معرفي "لما بعد الحداثة" (انظر الفصل الثاني عشر). ويتجلى مثال جيد هنا - وغالبًا مثير للجدل بصورة هائلة أيضًا - في مجلة "هيب" التي صدرت في الفترة من عام 2002 - 2010. كانت "هيب" مجلة يصدرها يهود وتتناول اليهود والثقافة التي تقدم الصور النمطية اليهودية، التي تصاغ من قبل اليهود أنفسهم، ولكن كثيرًا منها أيضًا قد تم بناؤه من "الخارج" كصور نمطية جارحة. وتشمل تلك التصويرات هذه الخاصة بـ "الأميرة

اليهودية" واليهودي "البخيل" و"القلق" و"الأم المسيطرة" وغيرها.

ويبدو الأسلوب الذي وظفت به هذه الصور النمطية من جانب هذه المجلة هزليًا وساخرًا، على نحو ينكر الإساءة والإيذاء من خلال تخصيص صور نمطية، وتحطيمها والتهادي فيها كما لو كان ذلك لتوجيه رسالة إلى المتعصبين والمتحيزين مفادها: "ليس ثمة شيء يمكنكم قوله لم نقوله بأنفسنا بالفعل". ومع ذلك، فالسؤال هو ما إذا كان هذا يجدي نفعًا بشكل فعلي أم لا، إذ وجد كثير من الأفراد بعض القضايا التي تم تناولها - محرقة الهولوكوست على سبيل المثال - تتخطى المحاكاة الهزلية الساخرة. بالمثل، يتعجب المرء من جماهير هذه النكات.

هل من اللائق أن تسخر من نفسك إذا كنت تنتمي لأقلية بين آخرين من داخل تلك الأقلية؟ ماذا لو شارك آخرون "من الخارج" أيضًا؟ هل سيكونون ساخرين أيضًا؟ وعلى نحو يزعم القراء اليهود (وغير القراء أيضًا على ما يبدو)، سخرت مجلة "هيب" بالمثل من المجموعات الأخرى التي كانت قد اضطهدت اليهود، ورسمت كاريكاتيرات تسخر منهم. سخرت نسخة شتاء 2004 من فيلم ميل جيبسون "آلام المسيح" (Passion of the Christ)؛ مما أدى إلى أن يخصص لها تقرير عن "معادة الكاثوليكية"، من قبل الرابطة الكاثوليكية. جاء في التقرير ما يلي:

المحررون الذين قدموا الموضوع ذكروا أنه "باختصار قد أُلقيَ اللوم على اليهود في موت المسيح"، إلى أن "قُدِّرَ لهذا الاعتقاد الذي تم تبنيه بإعجاب أن يختفي للأبد" بعد المجمع الفاتيكاني الثاني. صورة ذات إيحاءات جنسية للمسيح وهو يرتدي لباس صلاة يهودي في صورة مئزر يشد على الخصر، وظهرت الأم المقدسة تكشف عن ثدييها وجسدها المطعون. وصفت وظيفة العارضة التي تم التقاط صورة فوتوغرافية لها، بوصفها مريم المجدلية بأنها مغنية موسيقى ريف "مبشرة مسيحية وامرأة شبيقة شهوانية". ونقل عنها قولها: "من قتل المسيح؟ ريان أدامز". ونقل عن المرأة التي التقطت صورة فوتوغرافية لها، بوصفها بيلاطس البنطي قولها: "المسيحيون يعتقدون أن اليهود قتلوا المسيح؛ ولهذا يوجد هذا القدر الهائل من معادة السامية في العالم. أنشئت الكنيسة على أساس ذلك المبدأ البسيط المعادي للسامية. المسيحيون الذين يقولون خلاف ذلك، يختلقون أكاذيب أو يسيئون تمثيل ديانتهم أو يشوهونها"

بالنظر إلى الشكوك في موقف جيبسون تجاه اليهود في أفلامه وفي ضوء التعليقات المعادية للسامية، ينكشف شيء مدهش في هذا المثال عن الثقة الثقافية المعبر عنها في اتجاهات مجلة "هيب" واستعدادها لإثارة الجدل.

[www.catholicleague.org/annualreport.php?year=2004&id=97#MAGS](http://www.catholicleague.org/annualreport.php?year=2004&id=97#MAGS)

المصدر: [www.heebmagazine.com/](http://www.heebmagazine.com/)

## الوسيلة : تحليل المحتوى

للحظة، يتعين علينا أن نسهب في قضية التمثيل باعتبارها "تناسب"، بمعنى كم عدد الأفراد الذين يتم تمثيلهم من مجموعة ما، وما معدل وإلى أي درجة ومدى تظهر التمثيلات في صور الإعلام. يتم تناول هذه القضية على نحو نافع عبر وضع معين من الأبحاث الإعلامية ألا وهو: تحليل المحتوى. ربما تتساءل حول هذا العنوان؛ حيث إن كل الوسائل التي قد وظفناها لأبعد مدى حتى الآن، تتعلق بدراسة وتفسير محتوى النصوص الإعلامية - على نطاق أوسع التحليل النصي. ومع ذلك، فإننا نستخدم مصطلح "تحليل المحتوى" بصور محددة جدًا.

إن تحليل المحتوى: هو وسيلة لحساب كم أو معدل تكرار العناصر في النصوص الإعلامية. وهو وسيلة تهدف إلى الموضوعية بحساب تلك الأشياء المشار إليها، أو المبينة في المحتوى الإعلامي، مثل استخدام كلمات معينة أو ظهور صور بعينها. قد تتمثل حالة بإيجاز في استخدام "الإرهابي" أو "الأصولي" مقترنًا مع "الإسلام"، في التقارير الإخبارية الإذاعية على سبيل المثال. ومع أن تلك المصطلحات قد تكون مليئة بالدلالات، فإن هذه الوسيلة تعتمد على جمع البيانات قبل أن يتم أي تفسير للمصطلح في موقعه السياقي. ولكي تعمل بشكل فعال، تتعامل هذه الوسيلة مع المغزى على مستوى الكم - ليس فقط داخل نص وإنما أيضًا عبر مجموعة نصوص - ربما يشمل هذا، على سبيل المثال، النظر في كل طبعة من صحيفة معينة في إطار فترة زمنية محددة، أو جميع الصحف في إطار الفترة نفسها.

وعلى هذا النحو، تتعامل هذه الطريقة أيضًا مع معاملات معينة بوضوح، تحديد "عالم" يمكن إدارته ليكون موضوع التحليل - مسلسلات الصابون التلفزيونية على سبيل المثال أو مواقع التواصل الاجتماعي. من هذا "العالم"، من الضروري تحديد نطاق أي عينة منه - مسلسلات الصابون على "بي بي سي"، صفحات الفيس بوك الخاصة بعضوات

شبكة "الدراسة في فنلندا"، على سبيل المثال. وفي إطار هذه المعاملات وعلى نحو تحدده الحاجة لعد الأشياء التي يمكن عدّها بأرقام ضخمة، يتم إعداد فئات ترميز للأشياء التي سيتم حسابها - مَشَاهِد يدخن فيها شخص ما سيجارة في EastEnders، وتكرار الإشارات إلى مشاهير معروفين.

قد يستخدم تحليل المحتوى من أجل تحديد معدل تكرار ظهور أفراد و/أو مجموعات معينة في الإعلام، مع أننا إذا رغبتنا في تحديد تلك الأشياء على مستوى العنصر أو العرق، ناهيك عن الطبقة أو الجنسية، يمكننا أن نقدر حجم المشكلات التي قد تنشأ: كيف على وجه التحديد يكون عرق ما "مدلول عليه" أو "مبين"؟ على سبيل المثال، ربما يحدد مثالنا السابق عن مسلسل الصابون فئة "العمالة الرخيصة". قد يكون من الصعب حساب تلك الأشياء في محطات البث الإذاعي أو في تسجيلات الموسيقى الشائعة، من دون استحضار مجموعة كاملة من الافتراضات (الشواذ يتصرفون بطرق معينة، "الأجانب" دائماً ما يتحدثون بطريقة مختلفة!) عن الفئات التي ليست واضحة أو مبيّنة. وحتى عندما نتحول إلى صور في التصوير الفوتوغرافي أو التلفزيون أو السينما، فإن الجوانب المبيّنة للعنصر أو العرق يمكن أن تمثل مشكلة - العلامات الجسدية مثل لون البشرة والشعر وأبعاد الوجه - متنوعة بشكل مذهل وليست قابلة للاختزال إلى أي مقياس متوسط.

وعلى الرغم من ذلك، فإن هذا الأسلوب يمثل أهمية بالنسبة للبيانات المولدة وتقييم محتوى الإعلام (الإشارات إلى "الدراسات الإعلامية" بالترادف مع "ميكي ماوس" في الصحف، على سبيل المثال في مرات النتائج من المستوى A). وتتوفر مجموعة من البرامج لدعم تلك الدراسات - على نحو مقصود أو خلاف ذلك، مثلاً: يمكن استخدام محركات البحث على الإنترنت على نحو مفيد في دعم هذه الوسيلة بصور محدودة. وتعد تلك الوسائل مكتملة بالمثل أيضاً لتلك المجالات من الإعلام، المتعلقة بالدعاية والإعلان والعلاقات العامة، تقييم الأثر من حيث عدد المرات التي يظهر فيها عميل أو منتج ما في الإعلام أو البوصات من الأعمدة المخصصة لهم.

## إجراء دراسة إعلامية

## دراسة البيانات المعتمدة على المحتوى

الجدولان 1-3 و 2-3 مشتقان من دراسة للإعلام الأمريكي - "تحليل محتوى: انعكاسات الفتيات في الإعلام، دراسة لبرامج تلفزيونية وإعلانات تجارية وأفلام وفيديوهات موسيقية، ومقالات بمجلات المراهقين وإعلانات". أُجِري هذا العمل البحثي من قِبَل نانسي سيجنوريلي، الحاصلة على الدكتوراه من جامعة ديلاوير، قسم الاتصالات، لأجل مؤسسة أسرة كايزر و"الأطفال الآن" في أبريل 1997 (متاحة على الموقع الإلكتروني [www.kff.org/content/archive/1260/gendr.html](http://www.kff.org/content/archive/1260/gendr.html)).

ألقي نظرة على البيانات، ثم أجب عن الأسئلة التالية:

- 1- وفقًا لإحصاء السكان الأمريكيين الذي تم إجراؤه في عام 2000، فإن ذوي الأصول اللاتينية يمثلون نسبة 12.5 بالمائة من السكان (USA Today's على الموقع الإلكتروني: [www.usatoday.com/\\_news/\\_census/\\_2001-04-03](http://www.usatoday.com/_news/_census/_2001-04-03)) مستخدمًا الجداول، ما الاستنتاجات التي تستطيع استقائها استنادًا إلى تمثيل هذه المجموعة في الإعلام الأمريكي؟
- 2- بناءً على المعلومات في الجدولين 1-3 و 2-3، ما التصورات التي يمكنك التوصل إليها عن التمثيل والفيديوهات الموسيقية؟
- 3- وفقًا للمعلومات في الجدولين 1-3 و 2-3، ما التصورات التي يمكنك الوصول إليها حول طبيعة أدوار النوع الاجتماعي وتمثيلها في الأفلام؟
- 4- هل ثمة أي حدود أو قيود في المعلومات المقدمة هنا؟ ما هي؟
- 5- كيف ستبني تحليلك للمحتوى؟ ماذا سيكون أساس تحليلك؟

عارضون في إعلانات بمجلات (العدد)	مقالات وصور في مجلات (العدد)	أفراد في فيديوهات موسيقية (العدد)	عارضون في إعلانات تجارية (العدد)	شخصيات سينمائية* (العدد)	شخصيات تلفزيونية (العدد)	العمر الاجتماعي		
							النساء	الرجال
(288) (64)	(262) (110)	(14) (50)	(195) (270)	(26) (45)	(109) (133)			طفل
%0 %2	%0 %0	%0 %0	%17 %10	%4 %0	%1 %1			
22 32	30 58	6 0	4 8	7 19	11 16			مراهق
61 42	69 39	64 79	27 39	36 42	50 41			شاب بالغ
2 0	1 0	12 21	23 19	47 27	34 38			بالغ راشد
2 0	0 0	0 0	4 1	2 4	2 3			مسن
14 24	0 0	18 0	26 24	4 8	2 2			تعذر التحديد

\* ملحوظة: قد لا تكون النسب متساوية تمامًا بنسبة 100٪ نظرًا لاعتبارات التقريب.

جدول 3-1: نسبة النساء والرجال وفقًا للعمر الاجتماعي المدرك .

عارضون في إعلانات بمجلات (العدد)	مقالات وصور في مجلات (العدد)	أفراد في فيديوهات موسيقية (العدد)	عارضون في إعلانات تجارية (العدد)	شخصيات سينمائية* (العدد)	شخصيات تلفزيونية (العدد)	السلالة /العرق		
							النساء	الرجال
(288) (64)	(262) (110)	(14) (50)	(195) (270)	(26) (45)	(109) (133)			البيض
%88 %88	%80 %73	%58 %86	%54 %87	%84 %85	%71 %77			
0 8	12 19	42 14	37 7	4 8	20 19			الأمريكيون الأفارقة
2 1	0 5	0 0	4 4	0 0	1 2			الآسيويون
7 1	6 2	0 0	0 1	2 0	2 0			ذوو الأصول اللاتينية
2 0	0 0	0 0	0 0	4 4	0 0			الأمريكيون الأصليون
0 0	0 0	0 0	2 0	1 0	0 0			آخرون
2 1	2 0	0 0	5 0	4 4	5 2			تعذر تحديدهم

\* ملاحظة: قد لا تكون النسب متساوية تمامًا بنسبة 100٪ نظرًا لاعتبارات التقريب.

جدول 3-2: نسبة النساء والرجال وفقًا للتصنيف العنصري والعرقى .

## تمثيلات الفردية: النجوم والشخصيات العامة والمشاهير

يمكننا الآن أن نوسع نطاق اهتمامنا بالمعنى الرمزي؛ لتمثيل المجموعات الاجتماعية في الإعلام، من خلال تحويل اهتمامنا إلى تمثيلات الأفراد والفردية في صورة "النجوم" و"الشخصيات" و"المشاهير". ربما يكون هذا امتداداً مهماً لما قد قمنا به حتى الآن، إذ إنك قد تتفق أننا نعيش في مجتمع يُمنَح فيه قدر كبير من القيمة، إلى الشهرة والسعي من أجلها وتحقيقتها، والحيل المصاحبة لها في صورة ثروة وامتيازات. غالباً ما يقال إننا نعيش في "مجتمع مشاهير"، ومع عدم كونه جديداً بصورة كاملة، يبدو أن ثمة ازدياداً حديثاً نسبياً، للانشغال طويل الأجل من جانب الإعلام والمستهلك. في هذا القسم، نعرض طريقة للبحث في معاني هؤلاء الأفراد وتلك الفئات، وكيف يتم تمثيلهم وماذا يمثلون. إن قدرًا كبيرًا من العمل البحثي القيم الذي سيساعدنا في إدراك هذا المجال، قد تم القيام به في مجال الدراسات السينمائية. وهذا ليس أمرًا مفاجئًا بالنظر إلى أهمية وهيمنة هذه الوسيلة عبر أنحاء العالم في القرن العشرين، والصورة التي تحدد من خلالها جدول أعمال للتلفزيون، الذي أصبح الآن واسع الانتشار بشكل كامل. وعلى الرغم من ذلك، فإن النجومية والشهرة سبقتا تطور صناعة السينما في القرن العشرين، وبالفعل يئاثل النجاح في صور الإعلام الأخرى تلك الصورة ويتفاعل معها. على سبيل المثال، كانت "تتغير" المسارح الغنائية وكان الممثلون المسرحيون معروفين جيدًا، قبل وصول صناعة السينما وأثناء صعودها. وصل نجوم موسيقى البوب أمثال إلفيس بريسلي وفريق البيتلز، خلال فترة الخمسينات والستينات من القرن العشرين، حينما كان التلفزيون يسرق مكانة السينما، غير أن مكانة نجومه، على الرغم من ظهور السينما والتلفزيون، تركز على إنجازاتهم كفنانين مسجلين، وقد ساهم هذا القطاع نفسه في فهمنا لهذه الفئات.

## تعريف النجوم

ينبغي فهم نجوم الإعلام بالأساس بوصفهم سلعة "تم إنتاجها" بواسطة شركات إعلامية، للاستهلاك من جانب الجماهير، الأمر الذي سيؤدي لتحقيق ربح. بالنسبة للصناعة، يمثل النجوم والمشاهير رأس المال - وهم "مملوكون" أو مدفوع لهم من قبل

الاستديوهات أو الشركات ذات العلامات المسجلة أو الوكالات أو الأفراد. إنهم يمثلون "استثمارًا" وإنفاقًا للوقت والمال في صورة أعمال تطوير وترويج (تطغي "طبيعية" النجوم كموهبة و"اكتشافات" على هذا الاستثمار وإنفاق رأس المال). ترتبط مكانة النجوم أيضًا بمؤسسات السوق ووظيفتها الاقتصادية، من حيث ضمان عمليات شراء النصوص الإعلامية، وجذب المتسكعين إلى المقاعد بدور العرض السينمائي، والإتيان بجماهير عبر أبواب قاعات الحفلات وهكذا.

ومع ذلك، فإن هذا التركيز الاقتصادي ينبغي أن يبين أيضًا الصورة التي ترتبط من خلالها هذه الوظيفة بـ "معاني" النجومية بشكل عام، والنجوم بشكل خاص، وكيف يُبنى ذلك المعنى. على سبيل المثال، لا يرتبط سبب تفضيل البعض مشاهدة جاك بلاك في الأفلام مقارنة بهيو جاكمان، بالأموال التي تنفق على صورتها، أو كم الأموال التي ندفعها للتمتع بميزة مشاهدتهما على شاشة السينما أو على قرص "دي في دي"، أو عن طريق التحميل من على شبكة الإنترنت.

يمكن تعريف النجوم بالعديد من الوسائل، لكن يمكن فهم التعريف على نطاق واسع من خلال كلمات واضحة النظريات "كريستين جليدهيل"، عن النجومية السينمائية: "يصبح الممثلون نجومًا عندما تكافئ أساليب حياتهم وشخصياتهم بعيدًا عن الشاشة، أو تتخطى قدراتهم التمثيلية في الأهمية" (جليدهيل، 1991).

علاوة على ذلك، فمثلما يشير جون إليس "النجم هو" مؤدي في وسيلة إعلام معينة، يدخل شكله في صور الانتشار المكتملة ثم يعود مجددًا ليغذي العروض المستقبلية" (إليس، 1992). إن صورة نجم لا تنتج فقط في فيلم أو برنامج تلفزيوني أو على تسجيل موسيقي، ولكن عبر جميع المواد الأخرى التي يظهرون فيها - ظهور كضيوف، دعاية، أعمدة نائمة، وما إلى ذلك. ولذلك، تتكون صورة النجم عبر نطاق واسع من النصوص الإعلامية.

إن الشهرة التي يكتسبها الممثلون السينمائيون والتلفزيونيون، تُولد وتُدعم من قبل الانتباه الموجه من الأجهزة الصحفية، مثل: البرامج الإخبارية التلفزيونية التي تذاع في وقت ذروة المشاهدة، وأعمدة النائمة بالصحف والمجلات المليئة بصور "البابار تري"

(مطاردي المشاهير) والمواقع الإلكترونية\_ بالإضافة إلى صور التوصيل الأحدث مثل تحديثات المعلومات النصية الهاتفية. من ثم، يمثل النجوم والنجومية أهمية للصناعات الإعلامية - التلفزيون والموسيقى الشعبية وقطاع كامل مركز على الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية. في حقيقة الأمر، يبدو الآن أنه لم يعد من الضروري أن يكون الشخص مشهورًا بشيء ما على الإطلاق - فإمكان المرء فقط أن "يكون" من المشاهير. انظر إلى شخصية الوجيه (العضو البارز في المجتمع) - الوارثون والوارثات الذين ورثوا ثروتهم، وشهرتهم غير مكتسبة من حيث الموهبة أو الإنجاز المادي أو الثقافي أو الإبداعي، على سبيل المثال، باريس هيلتون أو في واقع الأمر أي فائز (أو خاسر) في النسخ العديدة من Big Brother حول العالم. تظهر مثل تلك الشخصيات في الإعلام، وربما تتجه لإنتاج أفلام أو برامج تلفزيونية أو موسيقى بوب، ولكن هذا يأتي بدرجة كبيرة كنتيجة لشهرتهم وليس العكس.

### النجوم في صورة نصوص وعلامات

تمتد شهرة النجوم بحيث تتجاوز أي نص واحد مثل عرض سينمائي أو فيديو. يتواجد النجوم عبر مجال واسع من النصوص، وتصاحبهم صورتهم في أي دور يلعبونه، أو أي موقف يجدون أنفسهم فيه، في صور الإعلام الأخرى. من ثم، فبينما تتركز صورة نجم ما بالأساس حول نص معرف له - فيلم، صورة فوتوغرافية، فيديو - فإنها تتطور بعد ذلك وتضاف إلى وتتعدد بفعل سياقات أخرى، ومواد دعائية وما إلى ذلك. لكن النجاح والفشل واستقبال النجوم والشخصيات العامة والمشاهير، مرتبط برودود أفعال الجمهور وفهم معانيها. حينما نفكر نحن، كباحثين، في النجومية، فإننا نكون في الأغلب، غير مهتمين بالفرد الفعلي (وسيرته الذاتية) الذي ربما لن نلتقي به أو نقيم علاقة معه مطلقًا، ومن ثم، لا يمكن أن نعرفه كما نعرف أنفسنا والآخرين في محيطاتنا الاجتماعية. لذلك، فنحن نتعامل هنا مع صورة نجم - كصورة من الإنتاج الإعلامي. كل ما نعرفه عن النجم هو صورته؛ ولهذا، يتعين علينا أن نحلل النجوم لا كأشخاص حقيقيين ولكن كعلامات ونصوص.

وهذا هو السبب وراء استخدام بعض الكتاب، عند التعامل مع النجوم، علامات تنصيب (على سبيل المثال "مارلين مونرو") عند الكتابة عنهم؛ وذلك لأنهم يرغبون في التأكيد على أن ما يتعاملون معه هو صورة مبنية، وليس شخص حقيقي قادر بأية صورة على تحديد معناه بأي أسلوب مسيطر بشكل كلي.

كيف لنا أن نعرف أن النجوم عبارة عن علامات؟ حسنًا، يمكننا أن نجرب نوع اختبار التبادل الذي قدمناه في الفصل الأول. يمكننا أن نتخيل استبدال براد بيت بطل فيلم "حرب طروادة" (Troy)، بماكنزي كروك (بطل فيلمي "قراصنة الكاريبي"، "المكتب") على سبيل المثال. أو بإمكاننا الاستعاضة عن "إمينيم" في "اسمي...." بكريس مارتن من "كولد بلاي". قد يحمل ماكنزي كروك وكريس مارتن معاني مختلفة عن براد بيت وإمينيم. ويشير هذا إلى أن هؤلاء الأفراد قد اكتسبوا معنًا - على المستويين الدلالي والضمني - موظف في كل نص إعلامي، تمامًا مثلما يتقمصون أدوارًا ويحملون معاني في أدائهم في تلك النصوص. بعبارة أخرى، يمكن اعتبارهم علامات.

إن النجوم أثرياء في المعنى الدلالي. فنحن نفترض أنهم يبدون مثل (في الموسيقى الشعبية وفي الإذاعة) - إذا أمكن اعتبار أن هناك نجومًا في الإذاعة\_الشخص الذي يمثلونه ولذلك يبدون "طبيعيين"، وهو ما قد يكون السبب وراء شعور الناس في الأغلب بأنهم يعلمون بما يبدو عليه النجم في حقيقة الأمر. وبصرف النظر عن أن علامة فوتوغرافية (أيقونية) تبدو طبيعية، على سبيل المثال، دائمًا ما يكون إعادة تمثيل مرجعه (في هذه الحالة، الشخص الحقيقي - مهما كان النجم)، ولذلك يحتوي على عناصر اختيار وتجميع. إن اختيار ممثل معين لأداء دور في فيلم ما دون غيره يحمل مغزًا، مثلما يؤكد اختبار الاستبدال. من خلال مثال إضافي، نجد أنه من غير المرجح أن يلعب النجم السينمائي المسن كلينت إستوود دور ممرض، على سبيل المثال. ما الذي يدلنا ذلك عليه فيما يتعلق بمعاني هذا الفرد، ناهيك عن أفكار مجتمعتنا حول الذكورة والنوع الاجتماعي؟ من حيث مزيج العلامات، قد يدهشنا ظهور كلينت على الشاشة بوصفه غريبًا، إذا امتزجت شفتاه المتشابكتان وذقنه الصلبة مع قصر نظره وارتدائه النظارات. من ثم، يمكننا أن نبدأ

في تفكيك وتحليل صورة نجم بهدف فهمها بصورة أفضل إذا نظرنا عن كذب إلى مسائل الاختيار والمزج. وبهدف القيام بهذا، يتعين علينا أن نحلل، مثلاً الإخراج في الأفلام واللقطات التصويرية ولغة الجسد والصوت - أي شيء يستخدم في بناء مجموعة معينة من المعاني.

## بناء الصورة

من خلال التفكير في أسلوب بنائها، يمكننا أن نرى كيف تتكون صورة نجم؛ من مجموعة من العناصر الأساسية والثانوية. نقسم هذه العناصر كما يلي. تتألف المواد الثانوية (على سبيل المثال الملصقات والشارات والتشيريات وصفحات الإنترنت)، من تلك التي تنتج بواسطة عمليات الترويج وعمليات البناء النصية المتعمدة، للشركات ذات العلامات التجارية أو استوديوهات الأفلام أو أقسام العلاقات العامة أو نوادي المعجبين. علاوة على ذلك، فإن هناك أيضًا "الدعاية"، المواد التي ليست - ولا يبدو أنها - نتيجة تلاعب مقصود أو قصد من حين لآخر. عادة ما تبدو هذه الصورة من الدعاية أكثر أصالة وموثوقية بسبب هذا، وقد تتخذ شكل أسرار "يزل بها لسان" النجم عن حياته الشخصية، على سبيل المثال، أو منظورات الصور التي يلتقطها مصورو البوبارتزي وكتاب أعمدة النميمة. إن العناصر الأساسية في بناء أية صورة - النصوص الرئيسية - هي الأفلام والفيديوهات والأغاني والبرامج التلفزيونية، وما إلى ذلك من محفظة النجم. ومع ذلك، فإنه في هذه الأيام ربما لا تكون الأفلام حتى هي أهم عنصر في صورة نجم سينمائي. فشخصية مثل أنجلينا جولي تعد، في وقت تأليف هذا الكتاب، هي شخصية يتكرر ظهورها في الصحف الشعبية ومجلات المشاهير، ويرجع ذلك بدرجة كبيرة إلى علاقتها ببراد بيت وحياتها العائلية. نادرًا ما يمثل أداؤها التمثيلي في الأفلام التي تكون نجمة فيها "خبرًا جديدًا". في النهاية، ينبغي أن نضيف إلى بناء الصورة والنجم، كعلامة النقد والتعليق الذي ينتجه التقدير المعاصر والتالي لشخصيات، علاوة على التفسيرات من قبل الكتاب والباحثين كأنفسنا.

ونظرًا لأن صورة النجم تتكون عبر ذلك المجال واسع النطاق، فإنها تتسم

بالاشتراك البوليسي (Polysemia) أو تعددية المعاني. قد تعمل النصوص الرئيسية التي تُعرف بالنجم، من أجل تقييد أو زيادة الاشتراك البوليسي لأجل دعم وفرض قراءات "مفضلة". في حالة أن "غمس" ممثل في فيلم أو مسلسل تلفزيوني نفسه في دور، فسوف ينعكس إلى أعماق هائلة من أجل تجنب أن تصبح صورته "العامة" وشخصيته مشكلة؛ إذ إنها ربما تؤثر على قراءة دوره. يتجه آخرون إلى إعادة إنتاج تلك الجوانب، من هوياتهم ومعانيهم التي تروق للجماهيرهم. قد يحدث الأمر نفسه في الموسيقى الشعبية؛ حيث قد تستغل الأغاني أو لا تستغل سمعة المؤدي.

تعد موسيقى الراب أحد الأنواع الفنية في الثقافة الشعبية، حيث قد تثبت شخصية المؤدي أنه ذات أهمية كبيرة جدًا. على سبيل المثال، قد تنطوي الأغاني على درجة عالية من المرجعية الذاتية، والتباهي بالثروة والبراعة الجنسية و"الأصالة" والخشونة العامة.

يمكننا اقتراح أن النجوم هم شخصيات توحد مهمة بالنسبة للمستهلكين. ولكي تتوحد الجماهير نفسها مع نجم، يتعين عليهم لذلك أن يجدوا نقاط اتصال. من جانب، ينبغي أن يكون النجم "نموذجياً" بصورة ما - ينبغي أن يمثل النجوم أفكاراً لدينا معنى أن يكون الفرد إنساناً. بهذا المعنى، يتعين عليهم تحقيق التوازن بين العناصر العادية والاستثنائية. ومن جانب آخر، إذا كان النجم عاديًا بدرجة مبالغ فيها، فلن يصبح بدرجة الخصوصية الكافية كي يكون نجمًا. وهذا هو إجراء الموازنة بين النموذجي-الخاص اللازم لحالة النجومية.

### ماذا تمثل النجومية

نجبرنا ارتفاع شأن النجوم والمشاهير بالكثير عن المجتمع، وكيف يتم التعامل مع الإعلام وفهمه. وهذه هي الحالة بشكل واضح إلى حد أن صناعة وتوزيع الأفلام، والبرامج التلفزيونية والفيديوهات والموسيقى وهكذا، بمثابة مشروع تعاوني. ومع ذلك، فإنه يتم تخصيص أفراد بعينهم بوصفهم النقطة المحورية للعديد من صور الإعلام، كما لو كانوا مبتدعي كل هذا الجهد. على سبيل المثال، وعلى نحو يسمح بمهارات الأداء والتقديم، فإن نجوم السينما عادة ما يتم التعامل معهم كما لو كانوا مبتدعي الحوار المقدم

في العديد من مرات ظهورهم. أو في حالات أخرى، يتم التعامل معهم كما لو كانوا ناشرين حقيقيين للعدالة، ومحبين عظماء وأبطال حرب وهكذا، في حين أنهم في واقع الأمر لا يُعدّون أن يكونوا أكثر من مجرد عنصر واحد، في عملية يُدعمها كتاب السيناريو وفنانو الماكياج والبلاء في أدوار التمثيل الخطيرة، والمخرجون وغيرهم. وحتى قارئو الأخبار الذين، لأجل العامة، غالبًا ما يصبحون مصدر ثقة، ليسوا هم أنفسهم أكثر من ذلك؛ فهم يقرأون الأخبار من شاشة قراءة أو تلقين، وهي الأخبار التي يجمعها مراسلون ويتتبعها محررون، ثم تتم كتابتها تفصيليًا في صورة تقرير، من قبل كتاب سيناريو. في بعض الأحيان، يبرز وقارهم ومهنتهم ومكانتهم من خلال اختيارات الماكياج والملابس والاتجاه، بالإضافة إلى التدريب على الأداء وفقًا لقواعد مجربة ومختبرة.

في النهاية، تتمثل النقطة الرئيسية التي يمكننا استخلاصها هنا، في أن هذا الارتفاع في شأن الفرد يبرهن على عمليات الإعلام "المحيرة" في بعض الأحيان. وسواء أمام أو خلف الكواليس، فإن بلاغة صور الإعلام ولغتها "تحفي" العملية التعاونية، في وضع هؤلاء الأفراد في الصدارة ومنحهم امتيازات كجزء من التسلسل الهرمي. ويدعم هذا نطاق كامل من البنيات داخل وخارج المؤسسات الإعلامية - من حيث الرواتب التي قد حصل عليها النجوم على نحو تقليدي نتيجة لمكانتهم المهمة، والتي قد منحهم تواجداً عبر بقية نطاق النصوص الإعلامية.

الشيء الآخر الذي يوضحه لنا هذا التركيز على الفرد هو ذلك فقط - فاعلية الفرد في المجتمع بشكل عام - من بين جميع نجوم البوب والمراسلين الإخباريين والممثلين وفناني الدبلجة، وفي واقع الأمر "المشاهير"، المتاحين في الإعلام، بعضهم يعتبر أكثر قيمة من الآخرين. وعلى مستوى من المهوبة والفتنة (التي يبدو من الصعب تعريفها في حد ذاتها بأي أسلوب موضوعي)، ربما يكون هكذا بالفعل. وعلى الرغم من ذلك، فإن هؤلاء الأفراد يتم انتقاؤهم للحصول على مكافأة نقدية ومالية، ويظل ارتفاع شأنهم وأهميتهم خارج أي نقاش، وفي واقع الأمر يُعدّون دليل على مصداقية أفكار معينة عن أفضلية الفرد في مجتمعنا. وفي أشكال السرد الخيالية، يكون التركيز على الفرد، لكن في الإعلام الواقعي،

نركز أيضًا على الأفراد. إن المراسلين الإخباريين في مناطق الحرب أو الدول المبتلاة بالمجاعات، بوصفهم ممثلينا، هم أيضًا أفراد، مميزين عن جموع المواطنين المحيطة بهم. لذلك، نرى أن النجومية والشهرة وعلو شأن الشخصية يجسد ويعزز الروح الفردية لمجتمعنا، فضلًا عما يعنيه أن يكون الفرد رجلاً أو امرأة، أمريكيًا أو فرنسيًا، من الطبقة العاملة مثلًا وهكذا.

## ملخص

### البحث في مفهوم التمثيل

لقد استكشفنا المعاني المتعددة للتمثيل كقناة عامة للتفكير، في كيفية إظهار النصوص الإعلامية للعالم، أو العوالم التي تنتجها، لنا كجماهير. على وجه التحديد، استخدمنا التمثيل كعلامة للتفكير في كيفية تصوير الأفراد والمجموعات الاجتماعية، المُعرَّفين وفقًا للنوع الاجتماعي والجنسانية والطبقة والعرق والجنسية، وما إلى ذلك. قدمنا فكرة الصورة النمطية لاستكشاف الصور الإيجابية والسلبية، التي يتم من خلالها تمثيل الأفراد والمجموعات، وكيف سارت هذه العملية كشكل من أشكال الاختزال لتزويدنا بمعلومات عن العالم، وهو الأمر الذي قد لا يكون هناك مفر منه في التصويرات الثقافية. مثلما توضح لنا تيسا بيركنز (بيركنز، 1997)، بينما نفكر في الصور النمطية باعتبارها أفكارًا بسيطة ومُعرَّفة بسهولة، فإن المفهوم يَعجُّ بالتعقيد، كما يتأكد من خلال استكشافك لصور نمطية جديدة.

لخصنا "سياسات التمثيل" الناتجة التي تشير إليها بعض الوظائف السلبية للتنميط، مخاطبين تساؤلات حول تمثيلات المنتجين الإعلاميين، بصدد الخصائص السكانية للمؤسسات الإعلامية وإمكانية الوصول التي تتمتع بها مجموعات مختلفة لوسيلة التمثيل. طرحنا أيضًا وسيلة تحليل المحتوى كطريقة لبحث "تناسب" التمثيلات عبر وسائل الإعلام التي، مع كونها محدودة، إلا أنها تقدم بيانات كمية يمكن من خلالها إدراك توازن التمثيل كانعكاس لتركيب المجتمع. تم توضيح مدى تعقيد الموضوعات هنا من خلال "عبء التمثيل"، الذي تحمله مجموعات الأقلية التي تم تكوين صور نمطية لها، والتي قد

تتمتع بإمكانية وصول محدودة لوسيلة التعبير الثقافي - بالنسبة لنا صور الإعلام بكل تنوعاتها.

نمينا استكشافنا لتمثيلات الأفراد في الأقسام الأخيرة، من خلال استكشاف مفاهيم "النجوم" و"المشاهير" و"الشخصيات العامة". وبناء على العمل المرتبط بعلم الرموز لواقعي نظريات أمثال ريتشارد داير، شهدنا كيف تعمل تلك التمثيلات في صور الإعلام كرموز أو إشارات، تبنى بواسطة النصوص الإعلامية وفي إطارها.

على نحو مهم وعلى الرغم من انجذابنا إلى هؤلاء الأفراد الناضجين على ما يبدو (الذين يبدوون مختلفين تمامًا عن الصور النمطية) وتواصلنا معهم، فإننا لا نعرفهم ولن نعرفهم على الإطلاق، وعلى هذا، نحتاج إلى فهمهم باعتبارهم "نصوصًا". وبهذه الصورة، أشرنا إلى أن النجوم بوجه عام يعرفوننا بمفهوم الفردية، ويمكن استخلاص أنه من ناحية فردية وفي إطار النصوص التي يقعون فيها، يجسد النجوم "صورًا معينة لكون الفرد إنسانًا"، والتي تعرض أفكارًا عن ما يعنيه أن يكون الفرد رجلاً أو امرأة أو غير ذلك. في هذا، يلخص النجم والشخصية المشهورة والشخصية العامة كنص الدفعة الواسعة لهذا الفصل وتوضح اتجاهات البحث المعروضة أن تمثيل الإعلام ليس واضحًا، وإنما موقع وعملية لإنتاج المعنى الاجتماعي.

إذا كنت قد تابعت هذا الفصل حتى النهاية، وشاركت في الأنشطة وفكرت في القضايا التي تم تناولها، ينبغي أن تكون قادرًا على:

- تعريف وتلخيص القضايا التي يشملها التفكير في التمثيل والإعلام. عد مجددًا وفكر في هذه القضايا المحورية، وماهية الأفكار الأخرى التي تثيرها لك. ألق نظرة عبر الأخبار الإعلامية وقراءتنا المقترحة للتفكير في مزيد من القضايا، وكيف يتم التعامل معها.

- تعريف مفاهيم التمثيل والتنميط والفئات الفرعية المرتبطة بها. هل لديك فهم واضح لهذه الأفكار كما قدمناها؟ هل يمكنك أن توسع نطاق دراسات الحالة والأمثلة خاصتنا إلى مجالات لديك معلومات عنها؟

- عرض مهارات البلاغة وعلم الرموز والنوع الفني والسرمد لتحليل تمثيلات الإعلام. مثلما فعلنا في الفصل السابق، من المهم أن نجتمع أدواتنا وأفكارنا معًا، وأن نواصل استخدامها للبحث في النصوص الإعلامية كمشروع مستمر.
- شارك في المناقشات حول تصوير الأفراد والمجموعات الإعلامية في الإعلام وتجاوب معها. مثلما قد أشرنا، يعد التمثيل قضية سياسية عند دراسة التنميط على سبيل المثال. تشكل التمثيلات أهمية؛ نظرًا لأنها تتحدث إلينا عن العالم وتوجه إدراكاتنا له وللمجموعات الاجتماعية. إن وضع استجاباتنا في الحسبان وإدراك لماذا وكيف يشكل هذا أهمية؛ فهو وسيلة مهمة لفهم سياقات المعنى النصي.

بالتالي إذا: فإن ما اقترحناه هو أن جميع التمثيلات عبارة عن "أفكار مجردة انتقائية" حقيقية "فوضوية" وجديرة بالبحث؛ نظرًا لارتباطها المميز بالسياقات الاجتماعية. إن كيفية ارتباط التمثيلات بصور تعريف الأفراد، عبر فئات الطبقة والنوع الاجتماعي والعرق والجنسانية والإعاقة والجنسية وما إلى ذلك، تخبرنا بالكثير من الدلالات المهمة عن قوة النصوص الإعلامية ومعانيها. في المجلد، علينا أن نفهم طبيعة التمثيل بشكل عام (دروس الفصول السابقة) وبشكل خاص - في نقل أفكار عن المجموعات الاجتماعية، من الأغلبية والأقليات - كقضية سياسية. إن التمثيل، عند مستواه الأساسي، مسألة تتعلق بالسلطة وكيف ننظر إلى العالم. إن هوية من يُخلص إلى أن ينظر ويتحدث، وماهية ما يقال، ليستا بريئتين أو مجردتين من المصالح على الإطلاق. المهمة الآن هي المضي قدمًا واستكشاف هذه القضايا بصورة أكبر في استهلاكك الخاص، وبالترادف مع الأفكار المطروحة في الفصول الأخرى من هذا الكتاب.

## إجراء دراسة إعلامية

### التحقيق في التمثيلات

حدد فردًا واحدًا يمكن تسميته نجمًا أو شخصية مشهورة، كما يُعرف بالأساس من خلال دوره في صور الإعلام (نجوم الرياضة، بشكل عام، يتم تعريفهم بالأساس من خلال مجال خبرتهم، بصرف النظر عن وجود بعض الشخصيات التي قد تشير إلى خلاف ذلك). بعدها، حدد نصوصًا أساسية وفرعية تبني فردك المختار كرمز، وأنتج قراءة سيميائية (خاصة بعلم الرموز) لصورته، والعلاقة بين شخصيته في الأدوار التي يلعبها أو يظلم بها في الإعلام، ومعلومات متعلقة بسيرته الذاتية.

هدف هذا النشاط أولاً: هو تعقب نطاق المواد المتاحة لك وللجمهور في "معرفة" هذا الفرد، ما المعروف عنه، وما المعاني الرمزية التي يمثلها (ما المهارات التي يجسدها؟ ما الأفكار حول كونه رجلاً أو امرأة؟ الخ)

هل ثمة مشكلات في إجراء هذا التحليل؟ إلى أي مدى لديك القدرة على فصل إدراكك لـ "الفرد" وما يمثله كرمز؟ كيف يمكن أن تتغير معاني الفرد الذي وقع اختيارك عليه، تبعاً للخيارات التي يتتبعها في سلوكه المهني في الإعلام؟ إلى أي مدى يباثل الفرد الذي وقع اختيارك عليه، تمثيلات الإعلام الأخرى القابلة للتحديد مثل بعض الشخصيات النمطية التي حددتها في الأنشطة السابقة؟

## قراءات إضافية

*Celebrity Studies* (Taylor & Francis).

A journal that focuses on the critical exploration of celebrity, stardom and fame. The journal takes an inter-disciplinary approach in assessing celebrity via various media forms, historical periods and national contexts. The journal explores issues in the production, circulation and consumption of fame.

Cottle, S. (ed.) (2000) *Ethnic Minorities and the Media*, London: Open University Press.

A collection of articles that each study the representation of ethnic minorities in the mass media. A useful introductory section outlines recent developments in the field and topics such as ethnic minority television, image and the public

sphere in multi-ethnic societies are explored in the book. Of particular worth is Teun van Dijk's discourse analysis of race in British newspapers. A most helpful discussion of key concepts and terms is also provided.

Craig, S. (ed.) (1992), *Men, Masculinity and the Media*, London: Sage.

Femininity and the role of women in media texts is a commonly discussed subject in a range of academic work. However, the study of masculinity is, in comparison, a relatively new area. Craig's *Men, Masculinity and the Media* provides the reader with carefully selected articles ranging from studies on gender performance in heavy metal, male comic book heroes and men in sport. For those with a particular interest in the area, a thorough bibliography is provided that carefully surveys the field. Though there have been some recent developments in this area of study, this work is still a worthy introduction for scholars.

Dyer, R. (1997) *White*, London: Routledge.

A seminal work in the field of representation. Dyer is interested in how 'white' people are labelled as such even though they are not physically that colour. In a series of essays Dyer uses numerous examples taken from film, photography and advertising for analysis. In these he tries to understand what different constructions of whiteness exist in the media and how these might shape people's perceptions. The section on the association of whiteness and death in horror films will be of worth to those who are interested in horror cinema.

Dyer, R. and McDonald, P. (1982) *Stars*, London: BFI Publishing.

Another important work by Dyer and McDonald that is arguably the first true academic work devoted to the study of stardom. Particular attention is given to Hollywood film stars such as Marilyn Monroe, Jane Fonda and Al Pacino and the construction of image. Though some of these examples might seem a little outdated, the theories and observations still apply when relating them to the stars of today. The most recent edition of this work offers an additional chapter written by Paul McDonald that discusses recent developments in the field of stardom since this work was published.

Haskell, M. (1974) *From Reverence to Rape: The Treatment of Women in the Movies*, New York: Holt, Rinehart & Winston.

An oft-cited and highly regarded feminist critique of the role of women in film, Haskell's accessible writing style makes this a useful starting point for those who are interested in the representation of women in Hollywood film. Though originally published in 1974, *From Reverence to Rape* offers numerous examples from well-known films such as *The Wizard of Oz* to look at how Hollywood film helped to marginalise women, providing them with role models that reinforced patriarchal values. Haskell does not just look at the role of women in film but also at how women use film. The most recent

edition of the classic study includes a new chapter on recent developments of the role of women in film.

Tagg, J. (1988) *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories* , Basingstoke: Macmillan.

Disposing with the idea that photographs are purely used to document and merely capture reality Tagg draws on the work of Michel Foucault and uses semiotics to study how institutions have used photography to impose order. Using examples such as police mugshots, passport photographs and licences, Tagg argues that photography is more than just a secondary medium and should be considered a powerful ideological tool in power relations.