

# الفصل الرابع

## إعلام الواقع



# الفصل الرابع

## إعلام الواقع

أثارت صور تعذيب السجناء في العراق اهتماماً هائلاً حول العالم لدى نشرها في هذه الصحيفة البريطانية. هذا وقد أدى الكشف عن كونها مختلقة إلى إحداث فضيحة وجذب الانتباه إلى اهتمامنا المستمر بـ"الواقع" وتصويره.

المصدر: Getty Images



## التفكير في "إعلام الواقع"

في عام 2004، نشرت صحيفة شعبية بريطانية، وهي صحيفة "ديلي ميرور"، صورًا فوتوغرافية لما زعمت أنه دليل على تعذيب قوات بريطانية لسجناء عراقيين. أثارت الصور حالة من الغضب، ولكن سرعان ما ثبت أنها مُختلقة، ولكن بشكل رديء جدًا. فلم يكن كل من الزي الرسمي والأسلحة وما نطلق عليه "مظهر الحقيقة" مقنعًا.

على سبيل المثال، حلل المصور بصحيفة "الجارديان"، إيمون ماكيب، الطبيعة "غير المُنقعة" للصور، مشيرًا إلى أن الصور كانت معروضة بتصنع؛ حيث بدأ الزي الرسمي للجنود نظيفًا بشكل ملحوظ؛ بالنظر إلى أنه كانت هناك مشاهد من منطقة اضطرابات في الصحراء، كما أن الجندي المبيّن لم يكلف نفسه عناء حماية ذاته من خلال المواجهة أو الهروب. في واقع الأمر، بدأ الأمر أشبه بـ "تجهيز" (21 مايو 2004،

[www.guardian.co.uk/world/2004/may/03/iraq.military](http://www.guardian.co.uk/world/2004/may/03/iraq.military) and  
[www.guardian.co.uk/gall/0,1208623,00.html](http://www.guardian.co.uk/gall/0,1208623,00.html)).

وحتى قبل الكشف عن كونها مُختلقة، فإن نشر الصور الأصلية أدى إلى احتجاج عنيف، مفاده أن الدليل على وجود مثل ذلك العالم من الوحشية، من شأنه أن يولد ردود أفعال عبر أنحاء المجتمع الإسلامي، ويُعرّض الجنود البريطانيين للخطر. في النهاية، كان التأثير الوحيد القابل للإدراك أو التمييز هو أن بيرس مورغان، رئيس تحرير الصحيفة، خسر وظيفته، كما تدنت سمعة "الديلي ميرور" بشكل هائل.

تبيّن حالة الغضب المحيطة بهذا الحدث، مدى كون قضايا الأمانة والدقة والموضوعية والصدق، بقدر من مفهوم "واقع" ممكن إثباته بشكل تجريبي، في صدارة توقعات للإعلام ومناقشات حوله.

## ماذا سنفعل في هذا الفصل؟

يطور هذا الفصل الأسئلة المثارة في الفصول السابقة عن النصوص الإعلامية، من خلال التساؤل عن العلاقة بين صور الإعلام والتمثيل والواقع. هل "أوجب أن" "يعكس" الإعلام العالم، على سبيل المثال، بصورة دقيقة نوعًا ما أم أنه "يغلفه" حتّمًا، عن

عمد أو خلاف ذلك؟ على الجانب الآخر، مثلما قد جادل البعض، هل "يني" الإعلام، على غرار جميع النظم الدالة الأخرى، الواقع وإدراكنا له؟

وفي طريقنا لتطوير مفهوم للواقعية، سنتناول بعض الأسئلة السياسية والفلسفية الأخرى المقدمة في التعامل مع نطاق من وسائل "إعلام الواقع". في الصميم، يتركز مفهوم للطبيعة النسبية لـ "الواقعية" في الإعلام والصور الثقافية الأخرى. سنحاول صياغة مفهوم لطبيعة ما هو واقعي والطريقة التي يتعامل بها الإعلام مع العالم "التجريبي"، ثم نستكشف بعضاً من التطورات التاريخية الكامنة وراء التطلع للواقعية في الإعلام. سنستكشف أفكار واضح النظريات البريطانية "رايموند ويليامز"؛ بهدف فهم الصفات والتوقعات التي تُعرّف الواقعية مع تطورها بشكل أفضل. سنلقي نظرة على الطرق التي يمكن من خلالها لعلم الرموز أن يساعدنا في تحليل بناء الواقعية وتعريفه. ومن خلال توظيف أدواتنا الممثلة في البلاغة والسرد والنوع الفني، سنحدد بعض الطرق السائدة في تنظيم الواقع وكيف تعمل. سنولي اهتماماً خاصاً للصورة المميزة للفيلم الوثائقي في إظهار الحقيقة، وصنوف الانتباه التي يجذبها النوع الفني. وهذا سيتيح لنا استكشاف الفئة المعاصرة الممثلة في "تلفزيون الواقع"، والصورة التي قد باتت بها حدود صور الإعلام وتوقعاته مبهمة في السنوات الأخيرة. ومن هذه النقطة، سنتعرض للأبعاد الأخلاقية لـ "إعلام الواقع"، لنختتم ببعض الأفكار عن الواقعية والصوت - لا سيما فيما يتعلق بالموسيقى الشعبية.

مع نهاية هذا الفصل، ينبغي أن تكون قادراً على:

- التمييز بين الأساليب المختلفة لتمييز الواقع من داخل صور الإعلام وعبرها.
- تلخيص نطاق المناقشات والقضايا المحيطة بعلاقة الإعلام بكل من "الواقع" والواقعية.
- تحديد استراتيجيات مختلفة في تمثيلات الإعلام للواقع.

المصطلحات الأساسية: ◀ موثوقية، وثائقي، تجريبي، ناس عاديون، علم صوت الكلام، واقع، واقعية، مظهر الحقيقة، واقع افتراضي، شاهد.

## إعداد الدراسات الإعلامية

## نقطة البداية

يهدف التعامل مع بعض الافتراضات عن صور الإعلام في هذا الفصل، سيكون من المفيد البدء بإجراء هذا النشاط البسيط.

فكر بأسلوب معتمد على العصف الذهني في قائمة نصوص من أكبر عدد ممكن من صور الإعلام المختلفة، والتي تعتبرها "واقعية" نوعاً ما. لخص تلك السمات (بلاغية، مرتبطة بالمحتوى، سياقية) التي تدعم رؤيتك.

هل ثمة أي أوجه تشابه بين السمات عبر صور الإعلام؟ هل بعض صور الإعلام تبدو "أكثر" واقعية من غيرها؟ وعلى أي أساس تحكم على نص إعلامي بأنه غير واقعي؟

## صياغة مفهوم للواقع والواقعية

لماذا نحتاج إلى "صياغة مفهوم" للواقع؟ ما الشيء الذي يمكن أن يكون أكثر سلاسة من الحقيقي أو الواقعي؟ ها هو، خارج بابنا أو عبر النافذة. يمكنك أن تسمعه وتراه وتلمسه وتشمه، أليس كذلك؟ ومع ذلك، ضع ثلاثة أشخاص في أي موقف واحد، واطلب منهم وصف ما يرونه ويشعرون به ويسمعونه، وربما ينتهي بنا الحال إلى ثلاثة أوصاف مختلفة. قد تنشأ الفروق من الإدراكات والمواقف والاتجاهات الفردية، ناهيك عما يحدث إذا لم نحدد على وجه الدقة ما الذي نرغب نحن أنفسنا في وصفه. تظهر تلك الحالات، وأشكال التعارض واختلاط الأمور - فضلاً عن الرؤى الإجماعية - في المحاكم طوال أيام الأسبوع، حينما يتم استدعاء الشهود للإدلاء بشهاداتهم على ما شاهدوه في مسارح الجريمة المحتملة. وحتى إذا تجاهلنا الدروس التي يقدمها هذا السيناريو عن المنظور والموقف والصورة التي يمكننا أن نقل أوصافنا (ناهيك عن الخلفية النفسية والثقافية لأي شخص، والتي قد تؤثر على هذه المسائل)، بإمكاننا البدء في تقدير ما هو موضوع مناقشة أو موضع خلاف في علاقة الإعلام بـ "الواقع".

يمكننا أن نجد الواقعية بوصفها إلزاماً وفكرة واهتماماً، جنباً إلى جنب مع مفاهيم

مصاحبة، في مناقشات حول تمثيلات الإعلام في كل مكان. على نحو جمعي، ما زلنا نبدو مهووسين بـصور "تلفزيون الواقع"، فيما تقدم ألعاب الكمبيوتر تجربة متصاعدة جدًا للعوالم التي تبتكرها - واقع "افتراضي" - عبر تقنيات حديثة من بينها رسوم جرافيك معززة وأنظمة الصوت المحيطة. يستمر الفلاسفة أيضًا في الحديث عن عصرنا المتخذ شكلًا إعلاميًا بوصفه "واقعيًا بدرجة مفرطة". حتى أن المخاوف بشأن تأثيرات الإعلام، مثلما قد نجادل، تتعلق بصورة ما بعلاقة صور الإعلام بالواقع. من ثم، فإن الواقعية هي واحد من أكثر مفاهيم الدراسات الإعلامية استخدامًا خارج الدوائر الأكاديمية. ولا يستخدم الجميع المصطلح على وجه الخصوص، ولكنه يقع في صميم التقييمات اليومية للنصوص الإعلامية والمناقشات حول الخصائص المقنعة (أو خلاف ذلك) للنصوص. إنه محور المسائل المتعلقة بالدقة والتوازن في إعداد التقارير الإخبارية، والموضوعية، وبالطبع وراء أي إشارة إلى التنميط وإدراكات مجموعات اجتماعية معينة - قضايا تناولناها في الفصل السابق. يمكننا أن نرى نطاق نظريات علاقة الواقعي، وتمثيلها والمسائل أو الاعتبارات المنضمة. إذا نظرنا إلى نطاق المدلولات المضمنة في أي تعريف معجمي للواقعي:

"يحدث أو يجري في العالم المادي، وليس خياليًا، أو خرافيًا، أو نظريًا، فعليًا، حقيقيًا، وليس كاذبًا" (ص. 827 من قاموس "نيو كولينز" (1987)).

يمكننا النظر في أنواع القضايا التي تأتي في النقاشات اليومية عن الإعلام عبر مثالين مختلفين تمامًا (ينبغي أن تجمع قائمة متوافقة من مشاهدتك وقراءتك ومناقشتنا الخاصة):

- 1- أثار أفلام مخرج الأفلام الوثائقية الأمريكي مايكل مور جدلاً في السنوات الأخيرة؛ بسبب انتقاداتها لثقافة الأسلحة في بلده ("بولينج لكيلومباين"، 2002)، وحرها على الإرهاب ("فهرنايت 9/11"، 2004)، ومؤخراً، نظام الصحة خاصتها ("سيكو"، 2007) وروح كاملة في "رأسهالية: قصة حب" (Capitalism: A Love Story) (2009). صنع مور اسمه وسمعته مع أول أفلامه "روجر وأنا" (Roger and Me) (1989)، الذي اكتشف تأثير إغلاق مصنع سيارات "فورد" الكائن في مدينة "فلينت" مسقط

رأس مور، بولاية ميشيغان. يدور الفيلم حول محاولات مور الفاشلة في النهاية لإجراء مقابلة مع مدير شركة "فورد"، روجر بي سميث. لقد كشف نقاده أدلة تشير إلى أن مور نال بالفعل هذه المقابلة وأخفى هذه الحقيقة سعيًا وراء قصة جيدة (في فيلم "مايكل مور يكره أمريكا" (Michael Moore Hates America) (المخرج ويلسون، 2004).

2- طرحت المغنية والممثلة المليارديرة جينيفر لوبيز أغنية منفردة في عام 2002 حملت عنوان Jenny from the Block. وفي هذه الأغنية، سعت لطمأنة مستمعيها إلى أنه، بالرغم من ثروتها وابتعادها عن الحياة "العادية"، وسخافة الأخبار المنشورة في الصحافة عن تجاوزاتها، كانت في واقع الأمر الفتاة اللاتينية ذاتها من الطبقة العاملة المتواصلة مع أصولها. وكانت هذه الأصول هي أساس صدقها. يجب أن نشير أيضًا إلى أنه في العام السابق، حققت لوبيز نجاحًا ساحقًا من خلال أغنية "أنا حقيقية" (I'm real)، بطرح "توزيع ميردر" إضافي، والذي تضمن مساعدة مغني الراب جار ول بهدف "إضافة" مصداقية.

يمكننا أن نرى كيف أن هذه الأمثلة تستند إلى مزاعم وجدالات حول التمثيل وطبيعة الواقعي. وتعد مسائل الدقة والحقيقة والنزاهة والمصداقية والأمانة لقدر من الواقعية التجريبية، مثار جدل. وتحفز مثل تلك الأمثلة تساؤلات حول صور إعلام أخرى، ربما ندرسها من حيث "الواقع".

### تعريف "إعلام الواقع"

يبدو أن صور إعلام مختلفة تنفذ إلى العالم "التجريبي" وتمثله بصورة مختلفة، وبعضها يبدو أكثر فاعلية في القيام بهذا من غيره، أو بحكم العرف يقبل أن تكون هكذا. على سبيل المثال، نزرع إلى تقييم تقرير إخباري تلفزيوني بشكل مختلف عن تقييمنا لتقرير إذاعي أو رسم كرتوني في صحيفة، أو أحد مسلسلات الصابون أو برامج "تلفزيون الواقع" في

حقيقة الأمر المعتمدة على الترفيه وتسلط الضوء على الشخصيات في مواقف غير معتادة.

وبوضع المسائل التي قد تناولناها في الفصول السابقة في الحسبان، يمكننا تقدير ما هو مُعَرَّض للخطر هنا. إن مجموعات المهارات البلاغية المتاحة لصور الإعلام المختلفة، وأعرافها النوعية المختلفة واستراتيجيات السرد - سواء أكانت خيالية أو مستندة إلى حقائق - تؤثر جميعها على الطريقة التي يعمل من خلالها التوسط بين الواقع والتعبير النصي. وعلى الرغم من ذلك، يظهر على السطح سؤال فلسفي هنا، بغض النظر عن ماهية الواقع: هل يمكننا الاتفاق على ما يمثله وكيف يمكن أن نعلمه؟ بالمثل، إذا قبلنا أن الإعلام وسيلة واحدة للوصول إلى "الواقعي"، فحريٌّ بنا أن نسأل: ما هي تحديدًا طبيعة الإعلام التي يمثلها الواقع؟ يتضاعف منطق هذا السطر من التأمل من خلال حقيقة أن السواد الأعظم منا يعيش في عالم متخذ شكلاً إعلامياً بدرجة كبيرة، مع كون صور الإعلام المصدر الرئيسي الوحيد لأفكارنا عن ذلك العالم.

يدحض الميل الفلسفي حقيقة أنه، كما هو مقترح، نزرع إلى تحديد صور وأنواع فنية إعلامية معينة، من خلال تمثيلات بعينها للواقع، وقبولها والثقة بها، ويعبر عن هذا بصور عدة نَصَفها من خلالها. وفي ما يتعلق بالتصوير الفوتوغرافي، حتى في هذا العصر الرقمي، ما زلنا نسمع في بعض الأحيان عبارة "الكاميرا لا تكذب مطلقاً" لا يزال التلفزيون "نافذة على العالم"، تزودنا بصور "وثائقية" وصور "تلفزيون واقعي"، ما زالت الموسيقى الشعبية تستخدم مصطلح "يسجل"، بينما يبقى مغنو الراب "الأمر واقعياً"، يشترك الفيلم مع صورة الوثائقية للتلفزيون، فيما يضم تاريخه ونطاقه الواقعية السوفيتية، الواقعية الجديدة الإيطالية والسيرالية، إلى جانب أشكال "واقعية" أخرى.

لقد أشار واضح النظريات الألماني نيكلاس لومان إلى أنه "بصرف النظر عما نعرفه عن مجتمعنا، أو في حقيقة الأمر عن العالم الذي نعيش فيه، فإننا نعرفه عبر وسائل الإعلام" (لومان، 2000:1). وفي هذه الأطروحة المثيرة، يشير لومان إلى أن وظائف أنظمة وسائل الإعلام لا يجدها الإشارة إلى قيم الصدق أو الموضوعية أو المعرفة المنتجة خارج هذه الأنظمة.

## نص رئيسي

## نيكلاس لومان، واقعية وسائل الإعلام

يهدف التعامل مع بعض الافتراضات عن صور الإعلام في هذا الفصل، سيكون المفيد البدء بإجراء هذا النشاط البسيط.

فكر بأسلوب معتمد على العصف الذهني في قائمة نصوص من أكبر عدد ممكن من صور الإعلام المختلفة، والتي تعتبرها "واقعية" نوعًا ما. لخص تلك السمات (بلاغية، مرتبطة بالمحتوى، سياقية) التي تدعم رؤيتك.

هل ثمة أي أوجه تشابه بين السمات عبر صور الإعلام؟ هل بعض صور الإعلام تبدو "أكثر" واقعية من غيرها؟ وعلى أي أساس تحكم على نص إعلامي بأنه غير واقعي؟ بل تحكم هذه الأنظمة قوانين داخلية ومعاييرها الخاصة، لما يشكل الأخبار والموضوعية والواقع، وما إلى ذلك. ومن خلال هذه الأنظمة تبني المجتمعات الحديثة واقعها الخاص. وهذا لا يشير إلى أن "وهم" الواقع، خاطئ أو كاذب بالأساس: "لا يمكن للمرء أن يدرك واقع وسائل الإعلام، إذا ما نظر إلى مهمتها في توفير معلومات وثيقة الصلة عن العالم، وقياس فشله وتشويهه للحقيقة وتلاعبه بالرأي ضد هذا" (لومان، 200: 98). ولهذا البناء وظيفة ممثلة في معالجة المعلومات عن تحميلنا فوق طاقتنا كأفراد في مجتمع، والمساعدة في تحقيق الاستقرار الاجتماعي.

بإمكاننا أن نحدد اختلافًا عمليًا بين صور الإعلام التي تسعى لتمثيل (أو إعادة تقديم، العالم كما هو (أو كما كان) - من خلال أشخاص موجودين فعليًا أو أحداث جارية - وتلك التي تسعى لتمثيل العالم أو العوالم الخيالية بأسلوب واقعي ومترابط. وهذا الاختلاف هو واحد يدركه مستهلكو الإعلام بشكل ضمني، وعادة ما يجددوه، مع أنه يطرح لنا مشكلة محتملة. وفيما قد نركز على الواقعية في الإعلام بوصفها مرتبطة بتلك الأشكال التي تعيد تقديم العالم، ينطبق المصطلح على الصور الخيالية تمامًا، مثلما ينطبق على الصور المستندة للحقائق والوثائقية. بالمثل، لاحظ مجددًا أن مفهوم إعلام الواقع يشكل كل الصور ولا يمكن قصره على الصور، المسموعة- المرئية التي تقدم تمثيلًا مناظرًا

للعالم وتبدو أكثر "واقعية" فعلياً من غيرها. من ثم، فإن أي انتباه جاد موجه لإعلام الواقع يحتاج لتوضيح اللغة المكتوبة في صورة الصحافة بقدر حاجته لتوضيح الكلمة المنطوقة في الأخبار التلفزيونية والإذاعية، وكاميرات الويب والإنترنت بشكل عام، وأيضاً الواقع "الافتراضي" للألعاب والبيئات الإلكترونية. علاوة على ذلك، فمن المهم دراسة الموسيقى الشعبية وكيف قد تم فهمهما في إطار علاقتهما بعمليات التحقق من الواقعية والصحة.

## الواقعيات التاريخية

توضح الطرق المختلفة التي تُظهر من خلالها صور الإعلام العالم، وترتبط به بما يطلق عليه عالم الرموز الروسي "رومان جاكوبسون" اسم "النسبية المفرطة لمفهوم الواقعية" (جاكوبسون، 1971: 42). يسלט جانب من الاهتمام الموجه إلى الأصول والتغيرات التاريخية في المفهوم واسع النطاق للواقعية\_ الضوء على هذه النسبية، ولكنه يشير أيضاً إلى بعض الأسس المشتركة التي تستند عليها المفاهيم المتباينة للواقعي. سنستكشف بعضاً من هذه الأصول بهدف فهم إعلام الواقع بصورة أفضل.

إن المفهوم العام للواقعية التمثيلية (عبر أشكال التعبير الثقافي التي تتضمن العلوم والفلسفة والفنون أيضاً) متأصل في مفهوم *mimesis* اليوناني الكلاسيكي، والذي يعني محاكاة. وهو مشتق من المسائل والاهتمامات في أعمال أرسطو وأفلاطون، حول ما إذا كان الفن والعلوم يحاكيان العالم في مظاهره السطحية "المجردة"، أو من حيث "حقائقه" المثالية أم لا. يمكن نسب استعارات "النوافذ" و"المرايا" في مناقشة تمثيلية إلى هاذين الفيلسوفين القديمين. وإلى جانب المحاكاة، فقد ورثنا أيضاً مصطلح "verisimilitude" (مظهر الحقيقة). وعادة ما يستخدم هذا المصطلح لوصف قابلية تصديق أو الاحتمالية أو الصفات الموثوق بها للسرد الخيالي، والنحو الذي تتخذه أفعال الأفراد في هذه الأشكال من السرد. وهذا لا يعني أنه ينبغي للفرد نبذ الحكايات الخيالية بوصفها غير واقعية. بل ينبغي النظر في ما إذا كانت تدخل في إطار منطق القصص أم لا، وما إذا كانت الشخصيات تتصرف بصور مرتبطة بطبيعتها كما تم رسمها، وما إذا كانت خطوط الحكمة

الدرامية تنكشف نتيجة للحتمية أو الاحتمالية في إطار "الحكي" أم لا.

يمكن تعقب المفاهيم الحديثة للواقعية عبر جوانب العلم والفلسفة وتطورات أدبية معينة، وتقاليد واستخدام وثيق الصلة في صور الفن الغربية والصور الشعبية.

في القرن التاسع عشر، على سبيل المثال، تم صياغة مصطلح Realism (الواقعية)؛ بهدف وصف حركة واسعة النطاق في الأدب والموسيقى الكلاسيكية والفن. وكان يتم فهم الواقعية على النقيض من "المثالية" الرومانسية؛ التي كان ثمة شعور بأنها لا تخدم عالم الحداثة والثورة الصناعية المعاصر بالقدر الكافي. لقد سعت روايات لكتاب فرنسيين أمثال أونوريه دي بلزاك وجوستاف فلوير، أو جورج إليوت في إنجلترا، على سبيل المثال، للتعامل مع العالم كما "كان بحق"، من خلال أفراد ومواقف اجتماعية يمكن تمييزها، مع كونها "نموذجية". مثلما تروي المؤرخة ليندا نوتشيلين، سعت الأعمال الفنية "إلى تقديم تمثيل حقيقي وموضوعي وغير متحيز للعالم الواقعي، استنادًا إلى ملاحظة دقيقة للحياة المعاصرة" (اقتبس في وينستون، 1996: 23).

تناولت الأعمال الرومانسية التمثيل بأسلوب رفيع، لا سيما حينما تعاملت مع أو صورت المسائل الحساسة (على سبيل المثال الجسد العاري، الحب البشري)، من خلال تقديم الأشياء بأسلوب مثالي - كما "يجب" أن تكون. أما الأعمال الواقعية الجديدة المكثفة، فقد أثارت ردود أفعال فاضحة وتم استهجانها بوصفها غير أخلاقية، أو لتمرغها في الرجس وإضعافها الموضوع. ربما يكون هذا عبئًا عادة ما يصارعه "إعلام الواقع" بمزاعمه تجاه الحقيقة، مثلما سنرى.

كانت تحدث أمور مماثلة في عالم المسرح، من خلال أعمال مثل "بيت الدمية" (A Doll's House) للكاتب هنريك إبسن (المسرحية التي تم تأليفها في عام 1879)، والتي طلب فيها من الممثلين التطلع بمظهر الشخصيات التي يلعبونها، بقدر أكبر من الالتزام والاقنتاع عما كان معتادًا من قبل - وهو اتجاه يوضح فيما بعد "الطريقة" التي ابتكرها كونستانين ستانيسلافسكي.

في الفنون البصرية، كان التصوير الحرفي أو "الانعكاس" للحياة أمرًا ممكن تحقيقه منذ فترة طويلة، عبر استخدام العدسات وانكسار الأشعة في أجهزة مثل "الكاميرا المظلمة". ومثلما أشار ديفيد هوكني (2001)، فإن هذا كان قادرًا على تقديم صور "حية" للعالم الواقعي على شاشات أو حوائط، وكان يتم استخدامه من قِبَل رسامين أمثال "إنجر" و"فان إيك"، في سعيهما لتمثيل الحياة بشكل دقيق؛ ليوجها يد الفنانين والرسامين. وعلى الرغم من ذلك، فإنه كان ابتكار جهاز لالتقاط الصور وإعادة إنتاجها والذي يحمل اسم "الداجيروتايب" (Daguerreotype) على أكبر قدر من الأهمية بالنسبة له، وذو أهمية محورية لأفكار الواقعية التمثيلية التي تطورت خلال القرن التاسع عشر. وعلى الرغم من حدود هذا الجهاز، فإنه قد أثر على تطور التصوير الفوتوغرافي، الذي أنتج صورًا أسرع و"أكثر نظافة". وكان لكل منهما تأثير محوري على الأشكال "الواقعية" الأخرى، وأيضًا على مدى كون الرسم، على سبيل المثال، حسيًا كان يعتقد، لم يعد قادرًا على تصوير الواقع. من البداية، أصبح التصوير الفوتوغرافي ذروة "إعلام الواقع"؛ بسبب قدرته الظاهرة على "التقاط" الواقع بصورة متناظرة، بأشكال لا تشمل توسط الأيدي البشرية أو الأدوات أو المصالح أو الاهتمامات.

ما يجب أن نأخذه من تلك التفاصيل التاريخية الموجزة هو أن أي مغزى لتمثيل نصي للواقع - الواقعية - له تاريخ يُبرز فيه طبيعته المتغيرة واستجاباته لها خصائصه ذات الصلة. بمجرد قبولنا أن "الواقعية" ليست قابلة للاختزال إلى أي استعارة مطابقة بسيطة، فكرة لعلاقة كافية أو صادقة أو شاملة بين صورة تمثيلية أو نص، وجانب من الواقع التجريبي الموضوعي، يمكننا المضي قدمًا. من ثم، يمكننا دراسة كيف يمكن التفكير في الواقعية كإستراتيجية بلاغية، الأمر الذي هدفه هو وضع مستهلك أي نص في موضع يمكنه معه فهم التمثيل قبلهم، بوصفه يعرض العالم نوعًا ما بأسلوب موثوق به.

## التفكير بصوت مرتفع

### التمثيل والواقعية

طور المخرجان المسرحيان كونستانتين ستانيسلافسكي (1863-1938) في روسيا، ولاحقًا لي ستراسبرج (1902-1982) في الولايات المتحدة الأمريكية، نُظُمًا لتدريب الممثلين، استندت إلى اهتمام أحد الممثلين بالتفاصيل ومحاوله "التعمق في الشخصية" تمامًا. يرتبط "تمثيل الطريقة"، مثلها قد أصبح يعرف، بممثلين على شاكلة مارلون براندو وجيمس دين وروبرت دينيرو، وحديثًا كريستيان بيل وهيث ليدجر، ويسعى إلى "واقعية نفسية" ممثلة في حقيقة عن شخصيات خيالية غدَّت إدراكات السينما والتلفزيون المعاصرين، مما وفر واقعية متزايدة. يبدو أن أسلوب التمثيل والالتزام - اكتسب دي نيرو وزنًا زائدًا بهدف تجسيد شخصية "جاك لاموتا" في فيلم "الثور الهائج" (Raging Bull) (المخرج سكورسيزي، 1980) - بالتزامن مع تطور وسائل تكنولوجية مثل: الكاميرا المحمولة باليد، وتقنيات مثل: تصوير الموقع وخرق تابوهات تتعلق بالجنس والعنف وازدراء الأديان، عوامل تزودنا بصور تختلف تمامًا عن الأساليب الميلودرامية الظاهرة في السينما القديمة.

إن الباحثين في مجال الإعلام، لم يمنحوا الأعمال البحثية الخاصة بالتمثيل قدرًا كبيرًا من الاهتمام، إلا أنهم قد قدموا افتتاحيات موحية لنا للتفكير في ماهية توقعاتنا، من حيث الأداء وكيف نقيم "الدقة" و"المصداقية"، وما إلى ذلك في هذا الجانب من النصوص الإعلامية.

## مفكر رئيسي

## بريان وينستون

بريان وينستون هو باحث بريطاني في مجال الإعلام ومخرج أفلام وثائقية. كان جزءاً من "جلاسجو ميديا جروب" المؤثرة (انظر/ [www.glasgowmediagroup.org](http://www.glasgowmediagroup.org)) وقد كتب على نطاق واسع عن الممارسة الوثائقية. وقد شملت دراساته أعمالاً بحثية رئيسية عن الأفلام الوثائقية - "أكاذيب وأكاذيب غير معقولة وأفلام وثائقية" (2001) والعمل البحثي الأقدم "ادعاء الحقيقة". يستكشف العمل البحثي الأخير تاريخ الفيلم الوثائقي في علاقته بالتغيرات التكنولوجية، والفروق بين الطريقة التي "يدعي" من خلالها هذا النوع الفني الحقيقة مقارنة بالفيلم الخيالي (وينستون، 1995). وفي كتابه "تكنولوجيات الرؤية" (1996)، أشار وينستون إلى أنه منذ عصر النهضة، أصبحت سلسلة من الاستراتيجيات والتفضيلات الجمالية أو الأسلوبية مضمنة في الذوق الثقافي الغربي. ويرقى هذا الاتجاه إلى ما يطلق عليه "درب من الإدمان" - إدمان الواقعية. إن هذا الإدمان الذي أنتج الرسم من منظور عصر النهضة أثر أيضاً بشكل عميق في تطور المسرح الغربي" (1996: 23). علاوة على ذلك، فإنه ينظر إلى هذا التقليد بوصفه يضع أسساً للسينما

"من ثم، ولدت عملية إدمان الواقعية هذه في المجال الاجتماعي عددًا من العناصر التي شكلت أهمية للسينما. قبل نهاية القرن التاسع عشر، كان العامة على استعداد للترفيه بالجلوس في صفوف في مساحة مظلمة للنظر إلى شرائح الفانوس السحري. وبعد ظهور مصباح الجاز، كانت القاعات المعدّة للمشاهد الحية مظلمة أيضًا. كان الميل لعروض التمثيل بالإشارات رائعًا. شملت هذه المشاهد الحية تأثيرات واقعية بدرجة عالية، كما تألفت بعض أشكال الترفيه بالكامل من عروض لمشاهد واقعية، متحركة ومعززة بطرق عدة يعوزها التمثيل الحي. ما يميز هذه الأخيرة مظهر حقيقة مفرط، تعبير عن نوع الذوق التصويري العام الذي قد هيمن على الغرب على مدار القرون العديدة المنصرمة (وينستون، 1996: 25).

لذلك، يمكننا اقتراح وسائل عديدة لإدراك الواقعية استنادًا لهذا التعريف ولتفكيرنا حتى الآن. أولاً: الواقعية هي مسألة قصد وعرف بلاغي أو سردي. ثانيًا: الواقعية هي إدراك للجمهور. وقد تتفق الجماهير أو تختلف حول ما يشكل السمات الواقعية أو خلاف ذلك لأي نص ("كان ذلك أمرًا من المستبعد بدرجة ما أن يقوله شخص بعد مشاهدته فيلمًا). في النهاية، تشير الواقعية إلى فترات معينة في تاريخ صور الإعلام والصور والأفكار المنافسة. ومع ذلك، فإن هذه قائمة جافة نسبيًا تنحو إلى تجاهل جانب مهم من طبيعة الواقعية.

عادة ما يكون محتوى النصوص الإعلامية عاملاً فاصلاً، في تحديد مدى كون صورة إعلامية "واقعية" في تمثيلاتها، وكيف تدرك الجماهير فاعليتها. وهذا هو الموضوع الذي تحقق فيه ملاحظات الناقد البريطاني رايموند ويليامز أكبر فائدة.

استكشف ويليامز صورًا درامية في المسرح، والتطور التاريخي للخصائص المعروفة لمحاولات المسرح تجسيد الواقعية (ويليامز، 1977، وفي بيرنت، 1991). وأشار إلى أن الواقعية هنا كانت مرتبطة بالتغيرات في آداب التمثيل، أي طبيعة ما كان يُمثل مادة ملائمة للدراما. لذلك، يمكن النظر إلى تنامي "الواقعية" على مدار الفترة التي درسها بالصور التالية:

■ أولاً: حركة واعية نحو توسع اجتماعي، أي تضمين مجموعات كانت حتى وقت قريب مستثناة من مجال التمثيلات، أو يتم تمثيلها بأسلوب محدود على مسافة وليس من "الداخل"، حسب مفاهيمها الخاصة أو المتجانسة. وفي تاريخ السينما، تم تعريف العديد من الحركات المرتبطة بالواقعية؛ نظرًا لتحول الاهتمام من "الأثرياء" إلى مجموعات مثل الطبقات العاملة. في واقع الأمر، عرفت "حركة الفيلم الوثائقي البريطانية" المؤثرة بشكل ضخم في ثلاثينات القرن العشرين نفسها بدرجة هائلة، عبر التعامل مع قضايا اجتماعية ذات صلة بحالة الطبقات الدنيا (انظر مناقشة جون جريسون لاحقًا). مثلما سناقش لاحقًا، في صور الموسيقى "الواقعية" مثل الموسيقى الشعبية، نبرز

ارتباطاتها بـ "الناس"، بينما يشار للعديد من الأنواع الفنية من الموسيقى الأفريقية-الأمريكية - مثل السول أو الراب، على سبيل المثال - بوصفها "واقعية" أو صادقة من قبل عرق أو ثقافة مبتكرها. ويرتبط هذا بالتاريخ الطويل من القمع والإقصاء للناس من هذه المجموعة في المجتمع الأمريكي. ومن حيث التوسع الاجتماعي، قد نفكر أيضًا كيف أضاف كل من الويب والتوزيع الرقمي - عبر المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائل - إلى بنيات الواقعية الإعلامية.

■ ثانيًا: يشمل تطور الواقعية حركة باتجاه فعل يُظهر الحاضر، أي قضايا اجتماعية معاصرة أو مسائل ذات صلة معاصرة. ويحمل هذا قيمة بالنسبة لنا في التفكير بشأن الوسيلة التي يمكننا في إطار تقييم الشؤون الحالية والصحافة على سبيل المثال، على كونها - وفقًا للتعريف - مواكبة للتطورات وملتصدة بالعالم التجريبي. مجددًا، فيما يتعلق بالإعلام الرقمي، تشدد فورية التقارير الواردة من موقع "تويتر" على سبيل المثال، في لحظات جديدة رئيسية - من الداخل والخارج - على الصفة الحرفية لتمثيل الحاضر و"أن تكون حاضرًا".

■ ثالثًا: حدد ويليامز تركيزًا على فعل مدني - فعل مصور بشكل إنساني. وفي تحليل ويليامز للمسرح، أشار إلى الكيفية التي لعب بها كل من الآلهة والقدر دورًا في دراما شديدة التقليدية، بينما تمت الإشارة إلى الواقعية والبرهنة عليها في التحول من تلك الجوانب المخيفة والخرافة للطبيعة، إلى تلك الجوانب ذات الأصل الأكثر علمانية. وعلى هذه الملاحظة، من المهم استحضار مدى اعتماد قدر كبير من تخييلات الإعلام الشعبي المعاصر على أفكار الأرسطراطية؛ لدعم العوالم التي تمثلها. بدءًا من "حرب النجوم" (Star Wars) (الأميرة ليا، فرسان الجيادي، الخ) إلى سلسلة أفلام "هارري بوتر" (Harry Potter) (الأمراء المهجنون، لورد فولدمورت، الخ) مغامرات "نارنيا" (الأطفال يصبحون ملوكًا وملكات)، بالإضافة إلى فيلم "البوصلة الذهبية" (The Golden Compass) (للمخرج ويتز، 2007)، النسخة السينمائية من كتاب فيليب بولمان "الأضواء الشمالية" (Northern Lights). وفي هذه النصوص، فكرة الحياة اليومية للناس العاديين والحياة العادية، غائبة على نحو مهم وليس كشيء يتم الهروب منه.

## التفكير بصوت مرتفع

### إعلام جديد وحقائق جديدة!

مع ظهور الرقمنة وألعاب الكمبيوتر وشبكة الإنترنت، أصبحت التجارب على شبكة الإنترنت أكثر تفصيلاً وتعقيداً، فيما قد أضحت جوانب استخدام الإعلام الجديدة جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، والتعريف الذاتي لملايين البشر. ومن ثم، يتمثل سؤال يتعين على الباحثين الجدد مخاطبته: كيف قد تُحدت صور الإعلام الجديدة الواقعية أو الحقيقة؟ في حقيقة الأمر، هل هناك حقائق جديدة؟ هل هذه الحقائق الجديدة أو المعدلة بمثابة تجارب مختلفة نوعياً عما قد أتى من قبل؟

بالتأكيد يبدو أمراً عفا عليه الزمن الآن الحديث عن الواقع الافتراضي - مصطلح متناقض إن كان موجوداً بالأساس. إنه تسمية للعوامل والبيئات المختلفة التي تنتجها تكنولوجيات الكمبيوتر، والتي تتجسد في شكل صورة وكلمة وصوت وشعور، ولكنها تختلف عن الحقيقة المادية "الملموسة" التي تُقدّم لنا خارج ذلك الوسط وتلك البنيات. وبصرف النظر عن حقائق واحتمالات واقع "افتراضي"، فإنه قد ظهر كموضوع تأمل في روايات الخيال العلمي وأفلام هوليوود، من فيلم "ترون" (Tron) لشركة "ديزني" (للمخرج ليسبرجر، 1982) إلى "الخلية" (The Cell) للأحدث (للمخرج سينج، 200) و"أسطورة ترون" (Tron Legacy) (للمخرج كوسينسكي، 2010).

وعلى الرغم من السوابق، فقد صيغ مصطلح الواقع الافتراضي في عام 1986 على يد مطور برامج كمبيوتر يحمل اسم جارون لانير. وقد تم التعامل معه بأقصى درجة من الفاعلية في عمل هوارد رينجولد (رينجولد، 1991، 1994)، الذي قد لفت الانتباه للطبيعة الالكترونية للروح الاجتماعية والمجتمع، إلى جانب التأملات الأكثر تحيلاً؛ استناداً إلى الإمكانيات الهائلة لشبكة الإنترنت وبيئات الألعاب والتكنولوجيات المتاحة. علاوة على ذلك، فإننا إذا ما اعتمدنا على الإعلام في وصولنا إلى العالم بشكل عام، فكيف أثرت التفاعلية، على سبيل المثال، في طبيعة أمانة المراسلين ومخرجي الأفلام الوثائقية الذين قد تحولنا إليهم على نحو تقليدي؟ إن الباحثين الجدد في مجال الإعلام سيكونون في موضع جيد يسمح لهم بإعمال التفكير في حقائق الإعلام الجديد، وأيضاً التعلم من القضايا الثابتة في المجال الذي تم التطرق إليه في هذا الفصل.

بالترادف مع فكرة التوسع الاجتماعي، يمكننا تهيئة فكرة ويليامز الأخيرة عن العلماني هنا بطريقتين، إحداهما قد ترتبط بالاهتمام المتزايد بـ "العامة" وبنائها في الإعلام - في التلفزيون على وجه الخصوص، ولكن أيضًا عبر الإنترنت - بتصميم أو بشكل افتراضي (انظر لاحقًا). بالمثل، إذا أخذنا العلماني على أنه تحول بعيدًا عن المقدس، فقد يكون من المفيد النظر في طبيعة نقيضه، المدنس، بوصفه مرتبطًا بالواقعية. على مستوى مبسط، قد يرتبط هذا بالأسلوب الذي قد استخدمت فيه اللغة في الإعلام عبر الزمن. إذا نظرنا إلى الآداب التي يتم من خلالها تنظيم اللغة، في الصحافة والأفلام والتلفزيون في الماضي، ناهيك عن الموسيقى الشعبية، يمكننا أن نرى كيف أنها لم تنزع، حتى وقت قريب، لأن تعكس بعضًا من جوانب التعبير الأكثر إبهامًا - وتحديدًا "القسم" - أو الطريقة المباشرة التي ننزع من خلالها إلى تسمية العالم في يومنا هذا (أي تسمية الأشياء بأسمائها الفعلية).

بإمكاننا أن نضيف أيضًا عنصرًا رابعًا إلى قائمة ويليامز لأجل أغراضنا، وهو التطور التكنولوجي. نستطيع أن نرى كيف يشير ظهور وسيلة مثل جهاز "الداجيروتايب"، ثم تطور التصوير الفوتوغرافي، لاحقًا الصورة المتحركة، باللونين الأسود والأبيض، ثم مع الصوت واللون، إلى الأسلوب الذي قد عززت من خلاله التكنولوجيا معنى الواقعية ومحركاته، وأضافت إلى مستودع التمثيل المتاح.

بالطبع، لا تأتي التكنولوجيا لتستخدم في تشكيل تمثيلات من دون توظيف، أو تطوير سلسلة من الأعراف ومجموعات القوانين وثيقة الصلة، ولهذا فهي ليست "بريئة" أو شفافة مطلقًا. على سبيل المثال، منحنا تطور الكاميرات السينمائية المحمولة يدويًا، علاقة حقيقة مشفرة عبر الحركة وتحول التركيز، بالرغم من ابتكار "الكاميرا الثابتة" والتركيز التلقائي اللاحق، اللذان صمما من أجل القضاء على "اهتزاز" الصور التي تنتجها الكاميرا المحمولة باليد. وبالصورة نفسها، وبالرغم من العلاقة الطويلة المتاحة للتصوير الفوتوغرافي بالألوان، فإن الصورة الأبيض والأسود عادة ما تعمل على "الإشارة ضمنيًا" إلى الحقيقة والواقع، بغض النظر عن حقيقة أن الصورة الملونة "تعكس" طبيعة العالم على نحو كاف أو ملائم بصورة أكبر، مثلما يدركه غالبيتنا.

يمكننا أن نلخص مناقشتنا حتى الآن، عبر ملاحظات واضح النظريات السينمائية نويل كارول، في كتابته عن الفيلم غير الخيالي (كارول، 1991، 1996). ويدل على أنه لا يمكن أن تكون هناك واقعية "مطلقة" عبر تاريخية دائمة، وعبر ثقافية بحسب المدلول، تعمل بأسلوب محايد لأجل جميع الناس عبر كل الأزمنة والثقافات بالصورة نفسها. من ثم إذن، فإن الواقعية وأعرافها تتغير بمرور الوقت، وما بدا "واقعيًا" للناس في الماضي قد يكون أقل إقناعًا بالنسبة لنا، وليس فقط لأن فحاح الثقافة (الزي والسلوكيات، الخ) قد تغيرت. بالمثل، عبر أنحاء العالم، توجد طرق مختلفة لفهم الواقع عبر الأعمال الثقافية وأعراف الإعلام، التي تعمل كل منها بشكل كاف في إطار ثقافتها. ولربط مشكلة الدراسات الفلسفية والإعلامية معًا، لذلك يشير هذا، إلى أن الواقع وتصويره ليسا فئة دائمة وثابتة.

من ثم، فإن الواقعية، مثلما يوضح لنا جاكوبسون، مفهوم نسبي. وعلى الرغم من ذلك، فإن الواقعية كطموح وتوقع والمفاهيم المرتبطة بها، ما زالت تُوجّه العديد من مناقشاتنا حول صور الإعلام والأدوار الاجتماعية التي تضطلع بها الصناعات المختلفة. سنستكشف هذا بدرجة أكبر من خلال النظر إلى بعض الأمثلة الميمنة لـ "إعلام الواقع" والصور الواقعية، لكن من خلال تقدمنا، دعونا نبحت منظورًا متعلقًا بعلم الرموز عن الواقعي في النصوص الإعلامية التي ستساعدنا في استكشافاتنا بدرجة أكبر.

## إجراء دراسات إعلامية

### البحث في تكنولوجيات الواقعي

أجر بحثًا وأنتج خطأ زمنيًا بتكنولوجيات الإعلام، موضحًا تاريخ ابتكارها. اعرض أمثلة للمكان والكيفية التي قد استخدمت بها تلك التكنولوجيات في صور الإعلام. استخدم خطك الزمني في الإجابة عن الأسئلة التالية.

ماذا يمكننا أن نتعلم من تلك القائمة حول الطبيعة المتغيرة للواقعية والتكنولوجيات المتاحة؟ هل قد أصبح الطموح لتحقيق الواقعية أكثر فاعلية أو إقناعًا؟ ما العوامل الأخرى التي يتعين علينا أن نضعها في الحسبان في تقييم ما هو "واقعي" في "إعلام الواقع" من خلال نشر تلك التكنولوجيات؟

## علم الرموز والواقعي

تُدعم استكشافات واقتراحات علم الرموز في اهتمامها بأنظمة المعنى ومجموعات القوانين، فكرتنا عن الحقائق - التاريخية والجمعية - وليس أي "واقع" واحد. وهذا، بالتبعية، يُصعب أي مغزى لـ "واقع" تجريبي موضوعي يعرضه الإعلام. في كتاباته، صاغ رولان بارت مصطلح "أثر الواقع" (effet de réel) (1968) لوصف تراكم التفاصيل في النصوص التي تخدم هدفًا أكبر من مجرد تجسيد "الواقع". كان بارت مهتمًا على وجه الخصوص بالصور الخيالية للأدب، وأشار على وجه الخصوص إلى الكيفية التي غالبًا ما ظهرت من خلالها بعض التفاصيل المقدمة، في صورة بنوية زائدة، وأحيانًا عملت على عرقلة تدفق السرد. ربما نطلق على هذه التفاصيل "لون" أو جوانب "إعداد المشهد"، ويشير بارت إلى أن الإشارة إلى الأشياء والأثاث والمعالم وما إلى ذلك، تؤدي وظيفة تأشيرية بهذه الصورة لإعلان "أنا واقعيون" - تأثير يدعم مظهر الحقيقة للنص. وهذه السمات، مع كونها متكررة، تضع القصة في علاقة ارتباط بمعرفتنا بالواقع كضمان للإمكانية أو المصدقية، حتى على أكثر المستويات جوهرية لبناء خلفية قابلة للتطبيق على حكاية.

وفي صور الإعلام الخيالية مثل فيلم بوليوود، يبدو هذا مباشرًا نسبيًا ويتم التعامل معه، بالصورة التي سيضمن من خلالها الإخراج أن تفاصيل الفترة الزمنية أو الموقع مترابطة ومتناسكة. لن يكون من المرجح أن تظهر السيارات وأجهزة الكمبيوتر، في فيلم عن العصور الوسطى، على سبيل المثال، بينما ستستغرق القصص التي تدور في مواقع قابلة للتحديد وقتًا؛ لتوضيح هذا بتضمين مناظر لمعالم في صورة مونتاج أو كخلفية للأحداث. وعلى الرغم من ذلك، فإن الصور الوثائقية على التلفزيون أو في السينما تتجه أيضًا إلى اتباع الإجراء نفسه، في تسليط الضوء بشكل مقصود على سمات المنظر الطبيعي والموطن وما إلى ذلك، بهدف دعم ادعاءاتها تقديم الحقيقة. بالمثل، تظهر الكتابة الصحفية والأحداث الجارية عناصر في القصة، والتي، يمكن القول أنها تعمل على تعزيز مزاعم الحقيقة بهدف وضع القصة في موضع "الواقعية"، وكذلك تعزيز المصدقية. يمكننا أن نرى هذا في كل

مرة يتحول مقدم أخبار في أستوديو تلفزيوني إلى زميل في موقع خارجي. إن تحول مقدم الأخبار "جسدياً"، بينما يبدو غير ضروري حرفياً (يبدو أن المقدمين يتحدثون إلى بعضهم البعض عبر الصور فيما هم، في واقع الأمر، يستمعون فقط إلى كلمات بعضهم البعض عبر سماعات الأذن)، جزء من "واقعية" بلاغية تبني علاقة ضمنية و مترابطة في الزمان والمكان. في المعتاد، قد يقف مراسل في المجال خارج موقع سياسي (البيت الأبيض، داوونينج ستريت، البرلمان الأوروبي)، ولكن من دون أي قصد حرفي - بمعنى أنهم لن يقابلوا شخصاً، وربما تكون الحالة هي أن الشخص أو الحدث الذي يشيرون إليه ليس فعلياً في ذلك الموقع (الرئيس مسافر، النقاش انتهى منذ فترة طويلة، أعضاء البرلمان في دوائرهم الانتخابية). أحياناً ما تباغتنا هذه الجوانب من الممارسة والدلالة الإعلامية فعلياً بوصفها أشكال تكرر واضحة، إذ إنها قد أصبحت معتادة. وعلى الرغم من ذلك، فإنها تهدف لتذكيرنا بنطاق العوامل التي تهدف لبناء "الواقع" وبيانه.

### ممارسات وصور سائدة لإعلام الواقع

بالرغم من هذا الاهتمام الموجه للطبيعة المقننة لما هو واقعي، بالترادف مع التساؤلات المحتملة حول: كيف نعرف طبيعة الواقعي تجريبياً؟ فإن هذا لا ينبغي أن يقودنا نحو موقع قصور ذاتي مجرد في دراساتها. لا يزال المنتجون والمستهلكون، بالإضافة إلى واضعي النظريات، يعتمدون على صور الإعلام كمؤشرات لما هو واقعي، نظراً للطريقة التي تُحقق من خلالها فيه وتُخبرنا عنه، أحياناً بهدف التأثير على ذلك الواقع أو تحويله.

وبفضل الجوانب التمثيلية "المتصاعدة" للصورة المتحركة، فقد ارتبطت أفكار عديدة مصاحبة للواقعية في الإعلام بالسينما، وبشكل أحدث، بالتلفزيون. بدءاً من ظهورها في عام 1859 كصور متحركة ("سينما" مشتقة من kinesis بمعنى حركة)، والتي اكتسبت صوتاً ولوناً لاحقاً، قدمت السينما، مقارنة بالمطبوعات أو التصوير الفوتوغرافي الثابت، شيئاً يبدو أنه شبيه بتجربتنا عن العالم. إن واضعي النظريات القدامى أمثال أندريه بازين في فرنسا، وبيلا بالاش في المجر وسيجفريد كراكاور في ألمانيا، أكدوا على "العمل من أجل الواقعية" الذي قدمه الفيلم. وبناء على وعيهم بمجموعة التقنيات المتاحة

والوسائل التي كانت تستخدم بها، أشاروا أيضًا إلى الوسائل المختلفة التي بدا فيها الفيلم يحاكي إدراك العالم التجريبي. إن التصوير الفوتوغرافي ذا التركيز العميق أو المشاهد الطويلة أتاح القدرة على إظهار "الحياة في صورة مجموعة متصلة"، بالنسبة لنا كمشاهدين، لفحصها بالصورة نفسها التي نفحص بها الأحداث والعالم الذي يدور حولنا.

على نحو مدهش، لم يرتبط هذا التقدير باعتقاد مفاده أن الفيلم كان مفيدًا فحسب في توثيق العالم، وأنه، في أشكاله الدرامية، قد ينتج استبصارات في الحقائق الأكبر عن المجتمع والحالة البشرية. وهذا الفهم يأتي جزئيًا، من المعرفة الأساسية للنقاد في تلك الصور من الأدب والدراما والرسم الموضحة في موضع سابق، ولكن أيضًا في الدين المستحق لتلك الصور من الإعلام من قبل منتجي السينما في تطور الممارسات والأعراف البلاغية والسردية. باختصار، ورثت السينما من صور الإعلام الأخرى مجموعة أعراف معينة؛ لإظهار ما هو واقعي بأسلوب مترابط ومقنع في رواية القصص.

كان بازين من أوائل من تحدثوا عن سينما "كلاسيكية"، مستخدمًا المصطلح بالصورة نفسها التي قد يستخدمها المرء عند الحديث عن الموسيقى الكلاسيكية. وبهذا الاستخدام، تكون الإشارة لسلسلة من المبادئ أو القواعد أو الممارسات التي يتم بناء النصوص من خلالها. ويشير آخرون، أمثال ديفيد بوردويل، إلى "النص الواقعي الكلاسيكي" أو كما فعل نويل بيرش "أسلوب مؤسسي للتمثيل". ما يشير إليه كل هؤلاء المحللين هو طريقة تقليدية لتمثيل القصص (حقيقة وخيال) بأسلوب مترابط منطقيًا ويمكن تصديقه، والذي كان سائدًا في هوليوود والسينمات الأخرى السائدة القومية/التجارية من نحو عام 1915 إلى عام 1960. وفيما تم تحدي هذا الأسلوب من الحكي، بواسطة ابتكارات من صناع سينما شباب في إيطاليا وفرنسا وإنجلترا ودول أخرى، إلا أنه ما زال يؤثر على الأساليب التمثيلية.

تنظم هذه الصورة الكلاسيكية بلاغتها حول السرد؛ لحكي قصص بأسلوب تقليدي وواضح قدر المستطاع، بهدف إشراك المستهلك وإمتاعه. ولّد هذا صورة من الواقعية المسيطرة، مجموعة أعراف اكتسبت، بموجب انتشار هذه الممارسة أسلوب تمثيل مطبوعًا ومقبولاً.

وتتضمن سمات هذه الوسيلة في تمثيل العوالم:

- بنية سبب وتأثير، بمعنى قد يعجل حدث بوقوع آخر بأسلوب تطوري واضح. في "أنا أسطورة" (I Am Legend) (للمخرج لورانس، 2007)، يبید وباء معظم السلالة البشرية، تاركًا ويل سميث ليتعامل مع التبعات.
  - تركيز على محور التمثيل البشري، بمعنى أن الأفراد هم موضوع القصص، بصرف النظر عن طبيعتها الفخمة أو المبتذلة. من ثم، فإن أفلام الحرب لا تدور حول الحرب أو السياسة، وإنما نمو ومشكلات الأفراد الذين يقعون فيها، ممن يتصادف محاولتهم حل تلك النزاعات نتيجة لذلك - انظر "بيرل هاربر (Pearl Harbor) لمايكل باي (2001)، على سبيل المثال.
  - مظهر الحقيقة الذي يتجلى عبر الإخراج، ولكن أيضًا توجيه الكاميرا وتقنيات المونتاج لإظهار الزمان والمكان بشكل مترابط منطقيًا، ومتناسك على نحو تقليدي. ويتم توظيف سلسلة من القواعد تتعلق بحركة الكاميرا، وتوافق خطوط العين بين المقاطع، والتي تضمن جميعها الاستمرارية، وذلك لخدمة الترابط المنطقي هنا.
  - محو جميع هذه التقنيات وأي معنى لأسلوب فردي. من ثم، يظهر التنظيم البلاغي والسردى لهذه الصورة "استمرارية" بشأنها - نركز على كوننا مضمنين في القصة لا متلقين لأسئلة حول كيف تُروى القصة. يتجه المشاهدون إلى ملاحظة هذا لدى مشاهدتهم الأفلام التي تختبر الشكل، مثل سينما الفن وأعمال الطليعة.
- ثمة أمر ينبغي ملاحظته هنا ألا وهو أن هذا الأسلوب البنيوي لتمثيل الواقع ينطبق على كل من أعمال الفانتازيا الخيالية مثل "حرب النجوم" (للمخرج لوكاس، 1977)، والأعمال التاريخية مثل "قلب شجاع" Brave Heart (للمخرج جيسون، 1995)، فضلاً عن العديد من أنواع الأفلام الوثائقية مثل "سيكو" (للمخرج مور، 2007). من ثم، يقدم لنا، بصور سردية كلاسيكية، أسلوب تمثيل مهيمن متكرر يُخفي صيغة للواقع بوصفها الواقع؛ نظرًا لأنها تحظى بمكانة الظهور بوصفها طبيعية أو واضحة. وبهذا المدلول، يمكن اعتبار هذه "الواقعية الكلاسيكية" مثقلة بالقيمة بدرجة كبيرة، أو وسيلة "أيدولوجية" لتقديم القصص.

## الحقيقة والأمانة وتوثيق الواقعي

إذن، كما تبين، يتضح أن الواقعية الكلاسيكية لها دور في تنظيم الجانب الدرامي والخيالي، ولكنها أيضًا أسلوب يمكن اعتباره فاعلاً في تلك النصوص، التي نقبلها بشكل أكثر سهولة بوصفها تدور حول "الواقع"، وتحديدًا "الوثائقية". إن صور الإعلام الوثائقية في التلفزيون والسينما (وكذلك في الإذاعة) تحتل موقعاً مميزاً في الإعلام، والذي يتداخل مع توقعاتنا للصحافة الإذاعية والمطبوعة. على نحو تقليدي، لطالما كان صناع الأفلام الوثائقية يتمتعون باحترام كبير؛ نظراً لالتزامهم باستكشاف والكشف عن جوانب المجتمع، التي كانت خلاف ذلك يتم تجاهلها أو التغاضي عنها. وبهذا الأسلوب، تلبى أحد جوانب الواقعية التي حددها رايموند ويليامز. في الوقت نفسه، يخضع عملهم لنوع الفحص المتعلق بصرامته ومصداقيته، التي تختبر وتتبنى الوسائل التي نتق من خلالها أنه ينقل الحقيقة بشأن العالم.

ينطبق مصطلح وثائقي على الفيلم - توثيقه - وقد ابتكره مخرج الأفلام البريطاني جون جريرسون (1898-1972). كان المصطلح شائعاً بالفعل، مع أنه جاء من تقليد في التصوير الفوتوغرافي. ومن العصر الفيكتوري، كان التصوير الفوتوغرافي قد استُخدم ليصاحب المغامرين وعلماء الإنسانيات، والمستعمرين من الغرب في استكشافاتهم لأفريقيا "الأحلك" ومناطق أخرى "غير مكتشفة"، تسجل الجوانب اللافتة للنظر البشرية والحيوانية والجغرافية الموجودة هناك. وعلى مقربة من الوطن، في دول مثل إنجلترا وفرنسا وألمانيا، استخدم التصوير الفوتوغرافي أيضًا كصورة للبحث الاجتماعي. تابعت الكاميرا المصلحين الاجتماعيين إلى داخل الأحياء الفقيرة، و"الأماكن المظلمة" الأخرى القريبة من الوطن، في توثيق صور حياة الفقراء أو تسجيل وجوه المجرمين والأنواع الاجتماعية، وفي إنتاج بيانات مرئية يمكن استخدامها لفهم الإنسانية، أو في دعم محاولات تحسين الظروف الاجتماعية. كان ما تم تطويره عبارة عن ارتباط وثيق بين الرؤية والمعرفة وجوانب القوة، على نحو يعكس رغبة في إصلاح خيري وسيطرة (تاج، 1988).

منذ ظهور صناعة السينما في عام 1895، تم فهم هذه الوسيلة بوصفها واحدة "وثقت الأحداث". قدمت غالبية الأفلام المبكرة تسجيلات للأنشطة اليومية (وصول القطار إلى محطة، ركوب القوارب، المشاجرات بالكرات الثلجية)، معاد تقديمها من خلال هذه الوسيلة الجديدة كابتكار أو شيء مستحدث. بات العادي استثنائياً بفضل الأسلوب الجديد في مشاهدته. في البداية، لم يكن هناك سبب "واضح" لضرورة استخدام الفيلم السينمائي، لأغراض سرديّة وترفيهية، وتم تقديم العديد من الاقتراحات والاستخدامات للفيلم السينمائي والتي افترضت أنه أداة توثيق مباشرة نسبياً، بمعنى أنه يمكن استخدامه في تسجيل مستندات مكتوبة وصور للعظماء، وما هو جيد للأجيال القادمة.

على غرار التصوير الفوتوغرافي الذي سبقه، في ذلك الوقت، قدمت هذه الوسيلة إمكانات هائلة من أجل "تسجيل" وإعادة تقديم جوانب من الواقع. في بعض الأحيان بقصد علمي، وأحيان أخرى لهدف تجاري بحث، كان من الممكن وضع صور متحركة لأماكن بعيدة أمام أعين الجماهير المهتمة كعناصر اهتمام وفحص. تُرجع العديد من السجلات التاريخية للصورة الوثائقية في الفيلم أصولها إلى هذه الطريقة في استخدام الفيلم السينمائي، ولكنها تحدد اكتمالها من خلال عمل مخرجي الأفلام الوثائقية البريطانيين أمثال: / روبرت فلاهرتي وجون جريرسون.

كانت أفلام فلاهرتي، مثل "نانوك الشمال" (Nanook of the North) (1922) عن شعب الإسكيمو، "موانا" (Moana) (1926) أو "رجل أران" (Man of Aran) (1935)، عبارة عن استكشافات إثنولوجية للأماكن خارج نطاق تجارب الجماهير الحضريّة العادية بالنسبة للسينما، وسعت لانتقاط واقع "غير مرئي" (عن الإثنوغرافيا "علم الأعراق"، وعلى الرغم من ذلك، فإنه حتى في هذه اللحظات المبكرة من الأفلام الوثائقية المميزة بشكل واع، ظهرت المسائل المتعلقة بأمانة تمثيل الحقيقة بطريقة واضحة. في البداية مستخدماً تجهيزات الأفلام ما قبل الصوت بكل قيودها (الضخامة والقدرة المحدودة على التقاط الضوء الطبيعي، الخ)، غالباً ما تعين على فلاهرتي تشجيع شخصياته على إعادة إنتاج الأحداث في حياتهم، لمصلحة الكاميرا خاصته. ومثلما أشار، "أحياناً

يتعين عليك أن تكذب". على الشخص أن يشوه شيئاً من أجل التقاط روحه" (اقتبست في "هيدر" 2006). كما ركز عمل جريسون كمخرج ومنتج، جنباً إلى جنب مع زملائه في الثلاثينات والأربعينات من القرن العشرين (ولاحقاً في التلفزيون)، على "غير المعروف" هنا في أفلام مثل "مشكلات الإسكان" (Housing Problems) (للمخرج أنستي وإلتون، 1935) و"وجه الفحم" (Coal Face) (المخرج كافالكاتي، 1935)، والفيلم الشهير "بريد الليل" (Night Mail) (للمخرجين رايت ووات، 1936). ركزت مثل تلك الأعمال على المجموعات الاجتماعية غير الممثلة بالقدر الكافي بإنجلترا، وطرحت استبصارات بصدد الطريقة التي عاش بها الناس، وأيضاً في حقيقة الأمر، طبيعة عالم العمل اليومي.

فيما بينهما، أوضح المخرجان اتجاهين مختلفين في صناعة الفيلم الوثائقي، يشيران إلى جوانب لبلاغة النوع الفني وخطابه. ويعرفان باسم الأساليب التفسيرية والأساليب المعتمدة على الملاحظة أو المشاهدة. ويعد الفيلم الوثائقي المعتمد على الملاحظة أو المشاهدة مخلصاً للفكرة التجريبية في ملاحظة العالم بشكل مخفي، غير متطفل قدر المستطاع. وتقدم الأفلام الوثائقية من هذا النوع بدرجة كبيرة كسلسلة من المشاهد "الموجودة"، المرتبطة ببعضها البعض. عادة ما تكتسب الألفة وإمكانية الوصول وتفهم ضمناً بواسطة أسلوب يسعى لجعل الأحداث تظهر أمام الكاميرا، ويبدو أي تنظيم فضفاضاً وطبيعياً. وهذه بالطبع فقط استراتيجية بلاغية - نرى الأحداث حيث تكون الكاميرا وفريق التصوير، برغم صغرهما، متحدثين غريبيين، مع احتمال كونها غامضين، إلى العالم المنكشف أماناً. ومهما بدت "واقعية" ومهما بلغ قدر تجاهل الأشخاص الكاميرا، لا يسعنا سوى أن نلاحظ أن وجودها له تأثير ما على العالم المنكشف أماناً.

إن الأسلوب الوثائقي التفسيري لا يعتمد على قدرة العالم التجريبي على جعل معانيه تظهر. تصف هذه التسمية محاولة فعلية للتفسير والشرح. ما نواجهه في النصوص من هذا النوع هو سرد يوثق رؤية موضوعية "إلهية" للأحداث. بشكل عام، من خلال سرده واستخدام الصوت الموسيقى، يقدم ما هو في المعتاد موقعاً واحداً مترابطاً بشكل منطقي وتفسيرياً، يمثل رؤية "لهم" أو "لآخرين" للجمهور، الذي يمثلنا "نحن" بشكل ضمني.

على نحو ممتع، لا يزال هذا النوع من الأساليب البحثية الأكثر وضوحًا في الأفلام الوثائقية عن العالم الطبيعي. في الحكايات عن الأسود أو الطيور أو الحيتان أو الظبيان الأفريقية، لا نرى فقط كل فضائل ادعاءات الواقعي، وإنما أيضًا جميع أخطائها المحتملة، في عرض دورة الحياة الطبيعية في شكل سرد، والتقليل من تعقيد التجريبي إلى حجم سهل التعامل معه - مما يمنحه صورة تلتزم بدرجة أوثق بالنص الكلاسيكي.

إن فحص كيف تحدث مبتكروه عن الصورة الوثائقية يكشف بعضًا من الصور المحيرة التي نجحت فيها علاقته بالواقعي. بالنسبة لجون جريسون، كانت الصورة الوثائقية مبتكرة بالصورة نفسها، كقاعات الموسيقى والباليه والرسم في عصر ما بعد الانطباعي، أو الشعر المرسل غير المقفى لشكسبير، ولكن يمكنه أن يزعم شيئًا إضافيًا كنتيجة لموضوعه "حينما نأتي للصورة الوثائقية، نأتي إلى العالم الفعلي، إلى عالم الشوارع والشقق والمصانع، البشر الأحياء، وملاحظة البشر الأحياء"... علينا أن نمنحه أشكالاً إبداعية، ينبغي أن نكون على درجة من العمق بشأنه قبل أن يكون فنا الوثائقي بدرجة جودة فن الاستوديو أو أفضل منها" (تم اقتباسه لدى لونج، 2008، ص 166-7). وكتب أنه كان من المهم التمييز بين "طريقة تصف القيم السطحية فقط لموضوع" وتلك التي "تكشف حقيقته بشكل أكثر قوة. إنك تصور الحياة الطبيعية، ولكنك أيضًا، بواسطة تراصف التفاصيل، تولد تفسيرًا لها" (في نفس المرجع).

لم يكن ذلك العمل متعلقًا بمجرد إعادة الإنتاج، وإنما بالنوع الصحيح للتوسط وتفسير العالم. استند هذا إلى فكرة أن الموضوع - مثلاً "البشر العاديين" والعمل، الإعجاب بالأشياء اليومية بشكل أساسي - كان في حد ذاته الضامن للحقيقة، على نحو يؤهل تفسير تقادمي على وجه الخصوص للعالم. كان جريسون بالأخص، صاحب دور فعال في التأكيد على مسؤولية صانع الفيلم الوثائقي في استخدام الصورة أو النوع لتشجيع الوعي الاجتماعي، القائم على مسؤولية تجاه "الواقع". بالنسبة له، في سياق بريطانيا، كان الفيلم السينمائي بمثابة شيء يمكن أن يشجع الأمة على التواصل مع نفسها ومن ثم دعم تماسك المجتمع.

تتمثل بعض الأسئلة التي ينبغي أن نثيرها هنا خلف برنامج العمل هذا - فيما يتعلق بالصورة الوثائقية على وجه الخصوص، ولكن أيضًا الأنواع الأخرى من النصوص التي تدعي علاقة ارتباط بها هو واقعي - فيما يلي:

- من يتحدث وعن من وإلى من؟
- ما طبيعة المعرفة المنتجة بواسطة النص؟

ترتبط هذه الأسئلة بشكل واضح بتلك المسائل التي تم تحديدها في الفصل الثالث عن التمثيل.

وهذه الأمثلة وهؤلاء الأفراد مجرد معايير لأصول النوع الوثائقي ومبادئه، التي قد تم اختبارها، والتي اتخذت أشكالاً عديدة وتم تتبعها عبر الإعلام في الصحافة المصورة، والأفلام الوثائقية المصورة والصحافة الجديدة وصور التلفزيون والإذاعة وغيرها. بالمثل، ربما يكون نوعا الفيلم الوثائقي المميزان المنفصلان متكررين نوعاً هذه الأيام؛ إذ إن مخرجي الأفلام الوثائقية ما زالوا يستكشفون وسائل للتحقيق وإظهار الواقعي، وقد أصبح "التهجين" والإخصاب التهجين هو السائد.

في النهاية، يُظهر الفيلم الوثائقي كنوع فني، في علاقاته العديد من السمات التي يشير إليها رايموند ويليامز في التطور التاريخي للواقعية. لقد تعامل بشكل تقليدي مع التحقيق في القضايا الاجتماعية وتوسع نطاق التغطية الإعلامية لتشمل حياة وأفكار هؤلاء الذين يتم تجاهلهم في التمثيلات التقليدية أو المعاصرة.

هنا، على سبيل المثال، قائمة ببعض الأفلام لأحد أكثر مخرجي الأفلام الوثائقية المعاصرين شهرة، وهو نيك برومفيلد. يشير الموضوع إلى أي مدى اتبع برومفيلد شروط النوع الفني بأمانة، وأيضاً كيف قد وسع نطاق موضوعه. وتضيف أفلامه أيضاً إلى تقليد تحدي التابوهات فيما يتعلق بما يمكن ولا يمكن تمثيله في المجتمع المهدب، متتبعاً خطى حركة من المقدس إلى المدنس.

## التفكير بصوت مرتفع

الفيلم الوثائقي التلفزيوني المعاصر من الداخل .

فيما يلي استبصار عن الفيلم الوثائقي التلفزيوني من الداخل، مخرجة الأفلام التلفزيونية على محطة " بي بي سي " فانيسا جاكسون، التي تلخص أفكارها عن الفيلم الوثائقي المعاصر، وكيف يعرف المدعون أشكاله المتعددة وكيف تصنع الأفلام الوثائقية:

لقد عملت في الإنتاج التلفزيوني مع محطة " بي بي سي " لمدة 20 عامًا، في جميع الأدوار بدءًا من سكرتيرة إنتاج إلى منتجة مسلسلات، وكل الوظائف الأخرى بينها. على مدار تلك السنوات، أنتجت مجموعة من المسلسلات الواقعية، ولكنني وجدت أن البرامج الوثائقية هي أكثر الأعمال الصعبة والمثمرة التي شاركت فيها. إنه نوع فني قوي لديه قدرة على تغيير أشكال الحياة والإدراكات، وهي مسؤولية ينبغي أن يأخذها صناع البرامج مأخذ الجد. وتلك المسؤولية لا تنتهي عند البث. إننا ما زلنا على اتصال حتى اليوم ببعض المساهمين الذين قد سجلنا حياتهم.

في البرامج والأفلام الوثائقية المعاصرة، ثمة أنواع فنية فرعية مختلفة عديدة، بعضها أكثر غموضًا من الآخر.

وثائقية معتمدة على الملاحظة أو المشاهدة "الحضور السري"، عادة ما تشمل مخرج يقوم بالتقاط الصور بنفسه ويسجل كمًا ضخمًا من المواد "كما تحدث"، من دون التأثير على الأحداث ثم يلتقط خيوط القصة في المونتاج. عادة ما يطرح المخرج أسئلة المساهم بعيدًا عن الكاميرا، والتي سيتم إعدادها للنشر، وذلك بهدف دفع المساهم إلى توضيح كيف يفكرون أو ما شعورهم. إن طرح الأسئلة يؤثر بشكل واضح على الأحداث، وكذلك الوجود الفعلي لطاقتهم الإنتاج نفسه، من ثم، فإن حتى هذا الأسلوب منخفض التأثير للتصوير لا يلتقط الواقع كما هو بحق. إن الأعمال الوثائقية القائمة على الملاحظة والمشاهدة عادة ما تقودها الشخصيات، ويكون توفر المعلومات بصورة جيدة أمرًا حاسمًا.

تركز الأعمال الوثائقية التي تجسد شريحة من الحياة، على عرض جانب معين من الحياة، لكنها لا تكون مدفوعة بالضرورة بخيط سردي قوي. وهي لا تتمتع بشعبية اليوم مثلما كانت في العقود السابقة. ولديها نزعة لأن تكون ساحرة أو نزوية، ولكنها قد تفتقر للدراما والتركيز على الشخصية كما في بعض الصور الأخرى. ويعد الفيلم الوثائقي

البرنامج الوثائقي المبني هو برنامج تم تشكيله بدرجة كبيرة من قبل فريق الإنتاج في مرحلة ما قبل الإنتاج، وقد تشمل الأمثلة برامج مثل Timewatch أو "الحياة السرية للطرق السريعة" (The Secret Life of Motorways)، والتي تعتمد على البحث المكثف. سيتم إجراء بحث مع المساهمين حول من يمكنه أن يوضح جزءاً معيناً من القصة، أو يعرض وجهة نظر معينة. وغالباً ما سيضم هذا النوع من البرامج الوثائقية أدلة أو شهادات مباشرة من المصدر الأصلي، ولقطات أرشيفية أو مواد توضيحية أخرى.

ينظر إلى البرنامج الوثائقي المؤلف من وجهة نظر "المؤلف"، الذي ربما يتمثل في المراسل أو المقدم أو المنتج، إنه ليس التظاهر بالموضوعية. عادة ما يشمل هذا الشكل بدء السعي في بحث، كما في الأعمال الوثائقية لنيكي تيلور (مثل "وجه المسرف في الشراب" Face of a Binge Drinker)، "هل يجب أن أدخن الأفيون" (Should I Smoke Dope)، "ما مدى القدرة التي يمكن أن أصبح عليها؟" (How Dirty Can I Get?)، "قوة الكوابيس" Power of Nightmares لآدم كيرتيس أو "سيكو" (Sicko) أو "فهرنهايت 9-11".

ليس ثمة عمل وثائقي موضوعي بحق، أو يوثق الحياة الواقعية بشكل دقيق، لكن جميع الأعمال الوثائقية ينبغي أن تكون صادقة في القصة التي تصورها. إن الغالبية الكاسحة من الأعمال الوثائقية يتم تصويرها بكاميرا واحدة، من ثم فإن التغيير في كل لقطة يعد تكثيفاً للوقت وقطعاً للأحداث المستمرة. إن عملية المونتاج هي صميم معظم الأعمال الوثائقية. سيتم ترتيب تسلسل الأحداث المسجل، حتى في فيلم وثائقي معتمد على الملاحظة أو المشاهدة، بأكثر الطرق فاعلية، بصرف النظر عن الوقت الذي تم تسجيلها فيه زمنياً، طالما أن هذا لا يقطع خط القصة. وبإمكان المنتجين أن يقوموا بهذا وأن يظنوا "مخلصين للقصة"، طالما لا يشوهون علاقة السبب والتأثير. لقد فشل مونتاج فيلم "الملكة: الأسرة المالكة في العمل" (The Royal Family at Work Monarchy: (المخرج ريد، 2007)، والذي أثار جدلاً بحذف مشاهد من الترتيب الزمني، في أن يكون "مخلصاً للقصة"؛ لأن عملية المونتاج غيرت علاقة السبب والتأثير للأحداث.

تُبني جميع الأعمال الوثائقية في عملية المونتاج، ينبغي أن يكون قوس السرد مرضياً للمشاهد. ويجب أن يُشرك أي تسلسل ما قبل العنوان المشاهد في الأحداث، وحينها نحتاج لأن يكون لدينا الإلمام الكافي بالدعامات الأساسية للقصة؛ كي يصبح لها معنى. سيتم حفظ غالبية التفاصيل حتى وقت لاحق؛ لأننا نحتاج إلى التعرف على الشخصيات والاهتمام بها قبل العثور على الحقائق الإضافية. ثم يحتاج السرد إلى التطور بصورة ممتعة وغير متوقعة وجذابة، بالبناء حتى الوصول إلى مرحلة الانفراج وإلى نهاية الفيلم. تتضمن الغالبية العظمى من الأفلام والبرامج الوثائقية تعليقات. دائماً ما يكون من الأسهل والأسرع إخبار المشاهدين بما يحتاجون لمعرفة بهدف فهم ما يجري، أو للانتقال إلى المشهد التالي، بالدبلجة، وليس عبر الصوت أو التزامن من المساهم. لكن بوجود التعليق، يمنح المنتج منظوراً أو وجهة نظر للفيلم الذي سيلونه، ويشكل الواقع الذي يصوره بشكل أكبر.

المصدر: فانيسا جاكسون، Degree Leader Television، منتج المسلسلات السابق بمحطة "بي بي سي"

- "وراء ضربة الإيجار" Behind the Rent Strike (1979) (فيما يتعلق بنزاع باتحاد العمال).
- "جنديات" (Soldier Girls) (1981) – حول خدمة النساء في القوات المسلحة.
- "مزرعة الدواجن" (Chicken Ranch) (1983) – حول الدعارة والعاملين الآخرين في بيوت الدعارة المعتمدة في نيفادا.
- "أيلين وورنوس: بيع قاتل متسلسل" Aileen Wuornos: The Selling of a Serial Killer (1992) – حول قاتلة أمريكية في صف الموت.
- "التعويذات" (Fetishes) (1996) – حول أفراد ذوي تفضيلات جنسية غير معتادة.
- "كيرت وكورتناي" (Kurt and Courtney) (2002) – حول مغربي الجانجستا راب.



يمكن سماع نيك برومفيلد وعادة ما يظهر كبطل في عمله الوثائقي الخاص.

المصدر: محمد زيد/ Rex Features

بمرور الوقت، تعززت إمكانيات النوع الفني في الوصول إلى الواقعي والكشف عنه، بفضل التطورات التكنولوجية والتحسينات التي قد جعلت التجهيزات أرخص وأخف وأكثر خفاءً. إن جوانب الخصائص الملتزم بها اجتماعياً وسياسياً للفيلم الوثائقي التقليدي تبقى، بالرغم من خلط النوع الفني مع أنواع فنية أخرى في صورة "فيلم وثائقي ساخر" و"دراما وثائقية" و"مسلسل تلفزيوني وثائقي، يقدم تفاصيل حياة الناس في صورة ترفيهية درامية" وما إلى ذلك. وتنحو هذه الصور الأحدث إلى تقويض أي شعور بالمسؤولية الاجتماعية، والذي في أية حالة يكون فقط تقليدياً أو حتى قاطعاً وليس داخلياً مبيتاً. وحتى في هذه الحالة، فإن الوضع الخاص للصورة الوثائقية عبر صور الإعلام المختلفة، يجعلها مستمرة في جذب اهتمام خاص لعلاقتها بالعالم الذي تجسده.

## دراسة حالة

## الملكة "تخرج غاضبة"

تتضح بعض القضايا المتعلقة بمسؤولية الفيلم الوثائقي في فضيحة حديثة أحاطت بهيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي". في بريطانيا وعبر أنحاء العالم، عادة ما يستشهد بـ "بي بي سي" بوصفها واحدة من مجموعة من المؤسسات غير الحكومية وغير التجارية، التي تتمتع بسمعة طيبة؛ نظرًا للنزاهة المدققة والموضوعية في أسلوب تعاملها مع الأحداث الجارية. وعبر برامجها التلفزيونية وبثها الإذاعي، وإصداراتها، وبشكل متزايد في وجودها على الإنترنت، توفر أول محطة توقف جديرة بالثقة بالنسبة لهؤلاء الباحثين عن معلومات، والتحليل المتوازن للعالم بوجه عام. وعلى الرغم من ذلك، فإنه في السنوات الأخيرة، تغيّر على هذه المؤسسة التعامل مع سلسلة من الفضائح التي قد شوهدت سمعتها. وكانت إحدى هذه الفضائح متعلقة بالسلسل الوثائقي التلفزيوني "الملكية: الأسرة المالكة في العمل"، والذي أثمر عن جدال واسع النطاق واستقالات وتحقيقات شامل واستهجان من البرلمان.

تم إنتاج هذا السلسل الوثائقي المؤلف من خمسة أجزاء لأجل بي بي سي، من قبل شركة مستقلة هي "آر دي إف"، والتي زعمت أنها قدمت "إمكانية وصول ملحوظة لما وراء الكواليس... لم يكن مسموحًا للكاميرات التلفزيونية من قبل مطلقًا بملاحظة الحياة العملية لجلالة المملكة وأفراد الأسرة المالكة الآخرين بهذا الشمول والعمق...". شمل تسلسل في السلسل لقطه صورة مع آني ليبوويتز الملخص في تقرير "بي بي سي" على النحو التالي:

"لقطة للملكة تمشي نحو مشهد التصوير الذي تم سماعها تقول فيه، بشكل ينم بوضوح عن تدمير وسخط، "إنني لا أغير أي شيء... لدي ما يكفيني...". تم تحريكها من بداية إلى نهاية التسلسل. (كانت الملكة متأخرة على نحو غير معهود بعد أن تعين عليها لبس رداء وسام ربطة الساق البريطاني، وتم إعلامها أنه ربما تكون هناك "تغييرات لاحقًا").

تم وضع اللقطة الآن بعد رد الملكة على طلب المصور بأن تخلع التاج لكي تبدو "أقل أناقة"، بقولها: "أقل أناقة! ماذا تعتقد أن يكون هذا؟" كان الانطباع الواضح الذي تولد هو أن الملكة قد غادرت بشكل احتجاجي. وهي لم تفعل ذلك. في الحقيقة، يشير التسرع

إلى أنه بعد رد فعلها الغاضب توقفت بشكل مؤقت ثم ضحكت وواصلت التصوير.

(يمكنك قراءة التقرير الخاص بـ "بي بي سي" عن التحقيق في "عام مع الملكة" على الموقع الإلكتروني [www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2007/10\\_october/05/investigation.pdf](http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2007/10_october/05/investigation.pdf))

استخدم هذا التسلسل المعاد ترتيبه في فيديو ترويجي من قبل شركة "آر دي إف"، وعبر سلسلة أحداث، أصبح جزءاً من دعاية مسلسل لـ "بي بي سي" والتي ركزت على السبق المثير الممثل في "الخروج الغاضب" للملكة من اللقطة. بدورها، التقطت صحيفة "ذا صن" الشعبية، التي رأى محرروها مثلاً مثيراً ومهيّباً لنوبة غضب ملكية، الخبر وبسرعة، مع ذلك، بمجرد اكتشاف "حقيقة" المسألة، أصبح الخبر متعلقاً بتسلسل الأحداث ومنظورها لا بالأحداث نفسها، الأمر الذي يثير تساؤلات حول مصداقية الإعلام.

## إعلام الواقع والديمقراطية والناس العاديون

مثلما رأينا آنفاً، تأتي وسيلة يتم من خلالها الإشارة إلى "الواقع" في صور الإعلام، مثل: الوثائقية عبر ارتباطات أنواع معينة من المحتوى، وتصويرات المجموعات الاجتماعية. ويتمثل موضوع قد أثبت كونه يحظى بشعبية مذهلة في السنوات الأخيرة في إبراز الواقع، وتحديدًا حياة وأنشطة الناس "الواقعيين" أو "العاديين"، نتيجة مباشرة لجانب التوسع الاجتماعي للفيلم الوثائقي، والذي تم نقله إلى الصور التلفزيونية. وهذا ملحوظ في ظهور صيغ وثائقية مزيفة جديدة وأنواع فنية هجينة، مثل: برامج الواقع المتتمة لنوع "الدراما الوثائقية" أو "المواد التلفزيونية الوثائقية التي تقدم تفاصيل حياة الناس في صورة ترفيهية درامية" "تكوين الفرقة"، المطار" ( Making the Band, Airport)، وبرامج ألعاب واقع مثل "الأخ الأكبر" (Big Brother)، أو "الناجي" (Survivor) وبرامج المقاطع مثل "أسوأ سائقي أمريكا" (America's Worst Drivers)، أو "لقد تمت هيكلتك" (You've Been Framed). لقد تم ترويج صيغة برامج مثل "الأخ الأكبر" بنجاح من قبل الشركة الأم "إنديمول" حول العالم، مما يشير إلى القيمة الاقتصادية لتلك البرامج. بالمثل، تمت ترجمة FC Zulu (2005-7)، الذي نشأ في الدانمارك

ويدور حول تدريب مجموعة من غير لاعبي كرة القدم للتنافس مع محترفين، في أشكال مختلفة إلى FC Ners لأستراليا وبلجيكا وأسبانيا والنرويج (باسم Tufte IL)، وفلندا (باسم FC Nortit)، وهولندا (باسم Atletico Ananas) وألمانيا (باسم Borussia Banana).

ومع أخذ بعض التلميحات من الصورة الوثائقية وباكورة الأعمال الموجودة من قبل واسعة النطاق مثل "الأسرة" (The Family) (1974) على بي بي سي و"مياه سلفانيا" (Sylvania Waters) الأسترالي (1992)، وبرامج النكات العملية الدولية بأسلوب Candid Camera (والتي بدأت في الإذاعة الأمريكية)، تعد تلك البرامج ظاهرة جديدة نسبياً وقد ورثت القليل من برنامج العمل الاجتماعي للأعمال الوثائقية. قد نجادل بأن هذا التركيز على الناس "العاديين" ربما يكون دليلاً على اتجاه ديمقراطي في الإعلام. عادة ما يأتي "تلفزيون الواقع" بنجومه من صفوف المجهولين، ويعتمد بأوجه مختلفة على الاستكشاف أو العمل أو التجربة اليومية، وبدوره، يعمل مع ويني أفكاراً حول هذه الفئات. على نحو يثير الفضول، تعتمد تلك البرامج على صور غير معتادة للأفراد العاديين، لا إيلاء أي احترام أو إعجاب بالحياة اليومية. تنزع اكتشافات تلك البرامج لأن تصبح مشهورة بحكم قدراتها، أحياناً التخرج إلى وظيفة "العمل في مجال العرض"، بالرغم من عدم إظهار أي موهبة مميزة (ربما يكون الشرط الأساسي المطلوب توفره لدى المشاهير المعاصرين).

إذا كان لنا أن نقارن جداول أعمال البرامج التلفزيونية الإنجليزية، على سبيل المثال، من العشر سنوات الماضية أو نحو ذلك، ببداية الثمانينات أو السبعينات من القرن العشرين، فقد ندهش من عدد أوجه الاختلاف المباشرة. قد يتمثل أحدها في الهيمنة المعاصرة للأنواع الفنية "الواقعية" (بهذا المدلول، وصل مصطلح تلفزيون الواقع إلى نقطة يبدو عندها أنه يعني كل شيء ولا شيء) والاختفاء الافتراضي للصورة الوثائقية "الجادة"، بالترادف مع برامج الأحداث الجارية أو برامج الصحافة الاستقصائية. وعلى الرغم من ذلك، فإن الأمر الأوضح هو حقيقة أن هناك المزيد من المحطات التلفزيونية اليوم - سواء أرضية أو رقمية أو كابلية أو فضائية أو على شبكة إنترنت. النقطتان ليستا منفصلتين. ومن

ثم، فإن ظهور التقنيات الرقمية (تجهيزات الإنتاج الأصغر والأرخص، والإنترنت، والشبكات الكابلية) والاتجاهات في إزالة القيود على التلفزيون حول العالم، في نهاية الثمانينات ومطلع التسعينات من القرن العشرين، يمكن النظر إليها باعتبارها تتزامن مع الطلب المتزايد على المحتوى وفيض مجموعة من البرامج الرخيصة القائمة على حياة الناس العاديين. وهذه المعرفة ربما تقوض الاحتفاء المحتمل بالتوسع الاجتماعي الديمقراطي للتمثيلات بهذا الأسلوب، ولكن علينا أيضًا ملاحظة أن تلك البرامج توجد وتتكاثر لشعبيتها بين الجماهير بالمثل. إن الشركات التلفزيونية لا تصنع فقرة وصل برامجة لملء جدول عملها، يعني الدافع التجاري أنه يتعين عليها جذب الجماهير عبر منتج هادف وجذاب، والاحتفاظ بهم بحيث تكون بدورها، هادفة وجذابة للمعلنين.

### إجراء دراسات إعلامية

باستخدام مبادئ التحليل النوعي، فكر مستخدمًا أسلوب العصف الذهني في السمات "النموزجية" لفئة "تلفزيون الواقع". استخدم مجموعة من جداول الأعمال أو القوائم التلفزيونية؛ من أجل تفصيل وتسمية مجموعة من الأنواع الفنية الفرعية من تلفزيون الواقع (فضلاً عن قياس معدل تكرار النوع الفني في برامج العمل). إلى أي درجة يعد هذا النوع قابلاً للتحديد أو مميزاً عن الصورة الوثائقية التقليدية أو هما معاً؟ ما أنواع القضايا التي تنشأ كنتيجة لاستنتاجاتك بموجب هذا السؤال؟

### الواقع والحقيقة والحرية والأخلاقيات والمسئولية

تقودنا اعتبارات أمانة النصوص الإعلامية في نقل ما هو واقعي، في صورة وثائقية أو في صورة برنامج عن الأحداث الجارية إلى قضايا ذات صلة، ممثلة في الحقيقة والمسئولية والمشكلات الأخلاقية في الإعلام. تحديداً، ترتبط هذه المسائل بالوسائل التي يعد الإعلام من خلالها ينهض بدور السلطة الرابعة في إطار مضمار عام، مشروط بقواعد الموضوعية والعقلانية - موضوعات يتم تناولها في صفحة.

## دراسة حالة

## الناس "العاديون" الحقيقيون ومجلة Take a Break



المصدر: H. Bauer Publishing.

إعلام الواقع المطبوع: مجلة Take a Break

تعد مجلة المرأة الأكثر مبيعاً في إنجلترا هي مجلة Take a Break (TaB) المميزة ذات العمر الطويل، التي نشرتها شركة Bauer Verlagsgruppe الألمانية، والتي استحوذت مؤخرًا على المجلة والأقسام الإذاعية من شركة "إي إم إيه بي" البريطانية. تجسد هذه المجلة السمات النوعية لمجال مجلات المرأة واسع النطاق. ثمة محتوى منظم حول وصفات لأكلات وملامح الموضة والترفيه وعناصر الأخبار وما إلى ذلك. ومع ذلك، فإن ما يجعلها ممتعة هو مزاعمها وشخصيتها "الواقعية" التي تشابه شكل عام ظهور تليفزيون الواقع وصورته، بل وفي واقع الأمر، تسبقه.

تألف المادة الأساسية في المجلة من سلسلة من القصص تحمل عنوان "حياة حقيقية" أو "حياة واقعية"، والمستقاة من تجربة قراء المجلة. وهذه القصص - التي غالبًا ما تتعلق بنوع من الأزمات أو الكوارث المنزلية (شريك في خطر أو شريك خطير، مرض، محنة بالأسرة وما إلى ذلك) - تعد من بعض الجوانب "مفرطة" وغير معتادة في طبيعتها، في أنها تمثل تمزقات في سخافة الروتين اليومي. ومع ذلك، فإن القصص تتعامل مع حياة الناس "العاديين" بشكل ملحوظ، ربما يوصفون بشكل أكثر تحديدًا ودقة باعتبار أن أصلهم من البيض ومن الطبقة العاملة. يؤكد التمثيل البلاغي للقصص وبرز جوانب العمومية أو الاعتياد عبر عدد من الجوانب. توظف القصص جوانب الخطاب العامي المتداول (غير أنها لم تحمل مطلقًا أي ازدراء أو تدنيس)، وغالبًا ما تروى من منظور تلك الأطراف المعنية. عادة ما تكون القصص موضحة بالصور ومدعومة بالواقعية، من خلال اللقطات الفوتوغرافية السريعة لأسر الأفراد المعنيين.

ويدعم جانب "الحياة الحقيقية" العام للمجلة مجموعة من المقالات الأخرى، مثل "واقع القراء" (Readers' Reality)، المختوم بالشعار الإعلاني "أساء حقيقية، عناوين حقيقية، صور حقيقية، إلى جانب مشكلات حياتية حقيقية وعلاقات حياتية حقيقية". تقدم المقالات النوعية المتعلقة بالجمال في مجلات المرأة كحلول لـ "حياة واقعية حقيقية". هنا، يحاكي الأسلوب سرد "أعلى سور الحديقة" القصصي المرتبط بصورة نمطية بحديث ربان المنزل أو "نميتهم" مع بعضهن البعض. ويتم تشجيع القراء ممن لديهم ما يقولونه على الكتابة بإتباع قائمة مفصلة، في صورة بنود لأشياء مطلوب التعامل معها. يوجه دليل قالب نمطي دعوة إلى القراء ممثلة في عبارة: "ارسل لنا قصص Britain's Got Love Rats خاصتك:

هل ترغب في الكشف عن رجل له علاقات جنسية غير شرعية؟ استخدم نموذج قصتنا الإلكتروني في إرسال قصصك. تحتاج فقط لإرسال ملخص موجز، مع أنه بإمكانك تضمين المزيد إن شئت.

سيأتي مباشرة إلى فريق مقالات Take a Break الذي سيقوم حينها بالاتصال بك هاتفياً للتحقق من التفاصيل التالية:

قم بتضمين أكبر قدر من التفاصيل مثل:

من المعني؟

كيف تبدأ قصتك؟

ما الحدث الجوهرى الذي يقع بعد ذلك؟

كيف تنتهى قصتك؟

كل القصص يجب أن تكون حقيقية وحصرياً لمجلة Take a Break.

في كل أسبوع، يستمتع بمجلة Take a Break أكثر من 3 ملايين من البالغين من بينهم 2.7 مليون سيدة، وهو عدد قراء يتفوق على جميع الإصدارات الأخرى. يروق لنا أن نلظر إلى المجلة بوصفها مجتمعاً يخاطب الناس العاديين من جميع الأعمار. لدينا الكثير من الألعاب والمسابقات التي تقدم جوائز ممثلة في أموال وسيارات وإجازات، فضلاً عن صفحات خاصة بنصائح في مجالات الصحة والعلاقات والموضة والجمال والأسرة. نتمنى أن تستمتع بقراءتها تماماً كما نستمتع نحن بتنسيقها.

لقد أشار المنتج التلفزيوني وواضع النظريات جون إليس (2000)، إلى أن الإعلام الحديث قد قدم "شاهدًا" على الأحداث بصور مهمة بالفعل، على نحو يغير طبيعة الإدراك وعلاقتنا بالعالم والواقع. وتتمثل حجته في أن "الشاهد" هو نمط إدراك جديد بموجبه، مع كونه محذوفًا من الأحداث (وربما ضعيفًا)، إلا أننا "لا يمكن أن نقول إننا لم نعرفه". إننا نشاهد الأشياء من على بعد، في حميمة منازلنا، عادة ما تعيش وعبر شعور بالحضور المشترك. وفيما قد لا نكون حاضرين فعليًا في حدث ما، فبشكل جماعي، لدينا معرفة عن وقتنا بصور أكثر فورية وشمولية منها في أي عصر مضى. وربما يأتي هذا معه بمسئوليات جماعية جديدة بالنيابة عن المنتجين والجمهور.

قد يكمن مثال جيد على "الشاهد" بنتائج إيجابية في ظاهرة "باند إيد" في الثمانينات من القرن العشرين، وأفعال نجم البوب بوب جيلدوف، مدفوعًا إلى القيام بعمل نتيجة لمشاهدة أحد تقارير "بي بي سي" عن المجاعة في إثيوبيا في عام 1984، استغل جيلدوف اتصالاته في إطلاق تسجيل خيري لجمع مساعدات للجائعين. وتبع هذا حفلة تم بثها على مستوى عالمي حملت اسم "مساعدة على الهواة مباشرة" (Live Aid) في عام 1985، والتي حققت عشرات الملايين من الدولارات. علق جيلدوف بشكل متكرر على مشاعره تجاه مشاهدة تقرير "بي بي سي" الأصلي، كما أن الشعور الذي راوده حيال عدم القيام بأي فعل استجابة للأخبار ولواقع هذه الكارثة، أتى بشكل مباشر إلى حجرة المعيشة خاصته. إنه نقل بشكل متكرر هذا الذعر المرضي بشأن التراخي أو ضعف الاستجابة إلى مشاهدي التلفزيون، طالبًا مساهماتهم في نشاطه الخيري لجمع التبرعات.

وفيما قد قدمت وسائل الإعلام، عبر المؤسسات والصور المنتجة من قبل القليلين لأجل الكثيرين، أدلة لنا، فإنه من المتاح الآن بالنسبة لمشاهدي وسائل الإعلام (نحن) تقديم أدلتهم الخاصة على طبيعة العالم عبر الويب. يضم المحتوى المنتج من قبل المستخدمين مجموعة هائلة من المواد، من الخيالية إلى الواقعية، غير أنه باستخدام تسمية "صحافة المواطن"، يمكننا أن نأخذ في اعتبارنا الوسائل العديدة التي تقوم من خلالها المدونات، ومواقع الإنترنت الشخصية والصور والمشاهد المصورة المحملة على الهاتف

المحمول، والمحتوى الصوتي بصياغة التحقيق الصحفي المتاح في صورة نصية. في حقيقة الأمر، تبحث المؤسسات التي تجمع الأخبار فعليًا عن مدخلات "شاهدي العيان" باللقطات المصورة على الهاتف المحمول. يعد الأفراد الذي كانوا من قبل منوطين باستهلاك الإعلام جزءًا من بنائها، الأمر الذي يشير إلى كم المسؤوليات التي يمكن مخاطبتها في زمن "الشهود".

علاوة على ذلك، فقد جذب "إليس" الانتباه أيضًا إلى البعد الأخلاقي للواقعية. وهذا البعد الأخلاقي دائمًا ما يكون في صميم أفكار النزاهة والاقتراب من الحقيقة، و في الواقع، الجاذبية المدركة للتعرف على العالم. يشير إليس إلى أن الأحكام بشأن الواقعية غالبًا ما تكون مستندة إلى أحكام حول علاقة الموضوع والمرجع - التمثيل وما يمثله - حتى عندما قد لا نملك الخبرة التجريبية لإرضاء تقييمنا للعلاقة بشكل ملائم. لطالما كانت علاقة الواقع التجريبي وتمثيله - في الصورة الوثائقية والصور المصاحبة مثل الدراما الوثائقية - خاضعة لتعاقد بين المنتج والمشاهدين والمستمعين، حول مصداقية هذه الصور من الإعلام وأغراضها. لقد عمل هذا التعاقد - سواء صريح أو ضمني، موضح أم مخفٍ بواسطة الخطاب البلاغي - كرابط ثقة وتوقع للأمانة. تظهر طبيعة هذا التعاقد في بعض ردود الأفعال إزاء استخدام الصور الوثائقية لأجل أغراض غير موضوعية، كما في حالة الفيلم التلفزيوني Ghostwatch على "بي بي سي"، حيث يرى البعض أنه قدمت "خيانة" الثقة.

تظهر على السطح أسئلة أخلاقية هنا بالمثل، إذا ما تساءلنا عما إذا كان بعض الأحداث غير مقبولة من حيث التمثيل. هل بعض الأشياء منفردة جدًا بحيث يكون من المستحيل التعامل معها بشكل واقعي، ومن ثم لا يتم تمثيلها؟ تظهر تلك القضايا والحجج حول فيلم ستيفن سيلبرج "قائمة شندلر" (Schindler's List) (1993) وتصويره للهولوكوست. في هذا الفيلم، تعمق سيلبرج وفريقه في إظهار طبيعة تجربة اليهود البولنديين على أيدي النازيين. إن تصوير الموقع والتأثيرات الخاصة العميقة بشكل مرعب والتمثيل المتقن، جميعها عوامل أظهرت الخوف والوحشية لتلك اللحظة، وإن كانت مقدمة بجماليات الأبيض والأسود - "هوليوود في الثلاثينيات" بأسلوب لافت للنظر.

## دراسة حالة

## إعلام الكذب - Ghostwatch على "بي بي سي"

كان Ghostwatch إنتاجًا مبنياً ببراعة والذي كان جزءًا من أعمال "سكرين وان" الدرامية على محطة "بي بي سي"، وتم بثه ليلة عيد الهالوين عام 1992. وجذب 11.1 مليون مشاهد، ونال قدرًا من استحسان النقاد، ولكنه أتى أيضًا بالخزي والعار، محدثًا فضيحة ومضيفًا إلى حالات الذعر الدائمة بشأن "تأثيرات" الإعلام.

استند Ghostwatch إلى نشاط أرواح شريرة في إنفيلد. لقد قرر منتج البرنامج أنه سيجري في منزل مسكون كجزء من بث "حي" خيالي. أخذ البرنامج تلميحاته من برامج "الواقع" المعاصرة على "بي بي سي" مثل Crimewatch UK الذي عرض لأول مرة على "بي بي سي" في عام 1984، الذي عرض لأول مرة في عام 1990 - والذي يمزج النوعين الدرامي والوثائقي في شكل شعبي. كانت الصورة الوثائقية الدرامية المستخدمة في تلك القضية "التافهة" نادرة نسبيًا، في ذلك الوقت وساهم استخدامها للشخصيات الممكن تمييزها في إحداث تأثيرها. بهدف توليد "وهم" أن يكون مباشرًا، تبنى المنتجون صيغة وأسلوب حملة تبرعات عبر التلفزيون.

لم يقصد مطلقًا أن يكون Ghostwatch خدعة بأسلوب فيلم "حرب العوالم" War of the Worlds؛ كان استخدام البث الحي يهدف لجعله أكثر فاعلية. رأى المنتجون أن "الناس ربما يدهشون لمدة دقيقتين، وربما خمس دقائق، لكنهم بالتأكيد "سيدركون" المغزى ويستمتعون بالفيلم لما كان عليه - دراما" (فولك وساتون، 2003). إن استخدام الكاميرا في Ghostwatch يهدف إلى مشاهدة أحداث "حية" - التقاط الواقع. تجربنا المذيع سارة جرين وفينو الصوت والصورة المفترضون بـ "بي بي سي"، أنه يتم استخدام كل أشكال التكنولوجيا يهدف التقاط مشاهد حية لشبح. وراء هذا الفن الجمالي، كان هناك مقصد جاد. كان اعتقاد المنتج ستيفن فولك أننا "لم يعد بإمكاننا أن نثق في ما نشاهده أو ما يعرضه لنا أو يجربنا به التلفزيون" (فولك وساتون، 2003). إن هذه النظرة للثقة قد تم التشكيك فيها بصورة أكبر، من قبل "فولك" بعد مشاهدته التقارير الإخبارية على "سي إن إن" من حرب الخليج، أشار إلى أن حتى هذه التقارير "بدت مشار شك، وغير موثوق بها إلى حد ما" (فولك وساتون، 2003).

استخدمت "ليزلي مانينج"، مخرجة فيلم Ghostwatch، المشاهد المصورة بالأشعة تحت الحمراء لمحاكاة المشاهدة المصورة على "سي إن إن"، بهدف توضيح الحدود بين الواقع والخيال. كانت قضية الثقة هي التي أراد فولك أن يثيرها في Ghostwatch، أن يدفع الجمهور للتساؤل عما إذا كان ما يشاهدونه حقيقة أم دراما مبنية ببراعة، وعدم النظر إلى البرنامج كخدعة والهجوم على الأعراف التقليدية للتلفزيون.

استخدم المنتجون مجموعة من التقنيات المتاحة المرتبطة بالبث الحي؛ بهدف جعل الفيلم يبدو قابلاً للتصديق بأقصى صورة ممكنة. قد يكون هناك رقم هاتفي على الشاشة لتشجيع المشاهدين على الاتصال، وحمي قصصهم وتجاربهم مع الأشباح للبرنامج. كان العدد خيالياً؛ وصل المتصلون إلى عامل التشغيل ليخبرهم بأن البرنامج كان خيالياً، كانت الخطوط مشغولة بعشرين ألف مكالمة هاتفية، وبالتالي لم يكن يتم الرد على الكثير منها (جلوفر، 2001: 25). بمحاكاة برنامج مباشر، بكل أشكال تقلقل الإرسال الفنية، كان فولك ومانينج قادرين على التعليق على انهيار الحدود بين التلفزيون الخيالي والواقعي الذي كان يحدث في ذلك الوقت.

في ملاحظات سيناريو Ghostwatch الأصلي لستيفن فولك، أشار إلى أن الشخصيات الحقيقية ينبغي أن توظف لاستضافة البرنامج. أصبح مايكل باركينسون مقدم برامج الدردشة البريطانية مضيفاً للبرنامج، كان مديعان تلفزيونيان حقيقيان زوج وزوجة، مايك سميث وسارة جرين، متحمسين للظهور في البرنامج، وفي النهاية، تم جلب كريج تشارلز لإضافة مسحة كوميدية إلى الأحداث.

وتألف بقية الفريق من غير الممثلين وغير الشخصيات التلفزيونية، تمامًا مثلما رغب فولك. إن توظيف طاقم العمل في Ghostwatch يضيف إلى إشارات "الواقع" التي تم إنتاجها، على نحو يوظف ثقة المشاهد في المشاهير المعروفين ويستغل أيضًا الممثلين غير المعروفين في تعزيز وهم الموقع الحي بصورة أكبر.

غالبًا ما كانت تلك الأشكال من الأفلام الوثائقية الدرامية مرتبطة بإثارة الجدل. على سبيل المثال، تم سحب الفيلم الوثائقي الدرامي الذي يدور حول الحرب النووية والذي أنتج في عام 1965 "لعبة الحرب" (The War Game) من البث من قبل هيو جرين، رئيس "بي بي سي" في ذلك الوقت.

وبحسب فولك، فكرت "بي بي سي" في سحب Ghostwatch من برامجها: "حتى الدقيقة الأخيرة، كان البث مهددًا بالإلغاء بسبب توتر الشركة، غير أننا نجحنا في إتمام مهمتنا" (فولك وساتون، 2003). يرى الصحفي "كيم نيومان" أن "الجدل المثار حول Ghostwatch أدى إلى قمعه" (نيومان، 2002): لم يتم تكراره مطلقًا أو ذكره من جانب "بي بي سي" حتى عام 2002، حين تم الكشف عنه ونشره من قبل معهد الفيلم البريطاني على أقراص دي في دي وفيديو.

بينما تم نشر قائمة طاقم العمل بشكل مسبق في "راديو تايمز"، تجاهلت تغطية الصحيفة الغاضبة هذا فضلًا عن مقدمة "سكرين وان" التي سبقت البرنامج. انتقدت الصحيفة البرنامج بوصفه "احتيالاً مريضاً". بل إن الموقف قد ازداد تأزماً عندما عثر على جثة فتى في الثامنة عشر من عمره متدلّية من شجرة في حديقة بيستوود لودج بارك في نوتينجهام. ونقل أنه قد شاهد البرنامج في حالة "تنويم" (جلوفر، 2001: 26). كما في العديد من أوجه الذعر الأخلاقية التي تقودها الصحافة، كانت الصلات "واضحة" ويمكن للجميع رؤيتها. ومع ذلك، ينبغي علينا أن نشير أيضًا إلى أن العديد من المشاهدين لم يجدوا Ghostwatch مقنعًا على الإطلاق، حيث أدركوا بشكل كامل كل ما به من "تلفيقات".

يرى ستيفن فولك أن ذنب Ghostwatch الوحيد كان "فهم" قوة لغة "التلفزيون المباشر" في إقناع الناس بأن ما يشاهدونه كان حقيقيًا" (فولك وساتون، 2003). في المقام الأول، ناقش فولك ومانينج بنجاح موضوع ثقة المشاهد، صائغين عبارة أنك لا يجب أن تصدق دائمًا ما تراه على شاشة التلفزيون.

#### قراءات ومراجع إضافية

- Buckingham, D. (1998) 'Electronic child abuse' in Barker, M. and Petley, J. (2001) *Ill Effects: The Media/Violence Debate*, second edition. London: Routledge.
- Glover, J. (2001) 'Hunting Ghostwatch', *Headpress*, vol. 22: 13–26 (August).
- Newman, K. (1993) 'Ghostwatch Review', *Sight and Sound*, January.
- Newman, K. (2002) *Kim Newman on Ghostwatch*. Available from: [www.bfi.org.uk/videocat/more/ghostwatch/newman.html](http://www.bfi.org.uk/videocat/more/ghostwatch/newman.html). Accessed 4 November 2002.
- Volk, S. and Sutton, D. (2003) *Faking It: Ghostwatch*. Available from: [www.forteantimes.com/articles/166\\_ghostwatch.shtml](http://www.forteantimes.com/articles/166_ghostwatch.shtml). Accessed 10 April 2003.

*Ghostwatch* (1992) Film directed by Lesley Manning for the BBC. Available on BFI DVD 2002.

يعد *Ghostwatch* مثالاً على درجة عالية من الفاعلية لإعلام الواقع المعاصر. وتُظهر ردود الأفعال تجاهه في إنجلترا بعض توقعاتنا لهذه الصورة من الإعلام. كان هذا إنتاجاً على درجة عالية من التعقيد، حاول أن يزيل الحواجز بين الواقعي وما يمكن اعتباره خيالاً. إن الثقافة الشعبية تعجّ بكل أنواع برامج الواقع التي تشير إلى "الواقعي" بهذا الأسلوب الهجين، سواء تمثلت في "الأخ الأكبر" أو أفلام مثل "نشاط خارق للطبيعة" (*Paranormal Activity*) (للمخرج بيلي، 2007) والبرنامجين التلفزيونيين *Most Haunted* و *Ghost Hunters*، اللذين ربما يكون *Ghostwatch* قد مهد الطريق لهما.

ومع ذلك، فمثلما أشار البعض، نجح سبيلبرج في أن يستخلص من هذه الإبادة الجماعية التاريخية أفكاره الرئيسية التي بمثابة علامة مميزة لأعماله في ما يتعلق بقيمة الأسرة، ليحيل الأحداث بالكامل إلى نوع من قصص المغامرات يمثل السرد الكلاسيكي. تظهر اعتراضات جادة في ما يتعلق بمشهد معين، تم فيه شحن مجموعة سيدات يهوديات إلى معسكر الإبادة أوشفيتز، وأرسلن لأخذ دش، والذي بخلاف غرفة الغاز المتوقعة اتضح أنه دش فعلي، بصرف النظر عن المقصد، فاعلية أو تمام ذلك المشهد، اعترض النقاد على محاولة التعامل مع إعادة إنتاج هذه اللحظات والخبرات. لقد ثبت كون تجارب معسكرات التعذيب من المحرمات، تجارب مروعة بدرجة هائلة ليكون غير ممكن تحقيقها وغير ممكن إنتاج المزيد منها، تكمن الحقيقة فقط في شهادات هؤلاء الذين بقوا على قيد الحياة للإدلاء بشهاداتهم، جنباً إلى جنب مع الأعداد الهائلة - الملايين - التي وافتها المنية هناك. أتهم سبيلبرج بكونه استغلالياً ومتاجراً في أسوأ الأحوال، وساذجاً سياسياً وثقافياً وجمالياً على أحسن تقدير (لوشيتزكي، 1998).

في بعض المقالات النقدية، تم مقارنة الفيلم بالفيلم الوثائقي "شواه" (*Shoah*) (1985) الذي مدته تسع ساعات لكلود لانزمان، والذي تم فيه الاعتراف بمغزى الجانب غير الممثل من هذا الواقع المروع. سعى لانزمان بدلاً من ذلك إلى تقديم روايته عبر

روايات شهود عيان، يتم الكشف عنها وذكريات كل من الضحايا والمستبدين، ليظهر المواقع كما هي الآن، ويسمح باستنتاج طبيعة الأحداث من هذا المزيج. بالطبع، تم إنتاج هذه الأفلام في إطار صور مختلفة، ولكن طبيعة الواقع الذي سعت لتصويره يتم التعامل معها بأسلوب معين بحيث حدد تقييم نزاهة وجدية كل فيلم. هنا كان ثمة مثال قُدم فيه "شاهد" فقط من قبل الشهود أنفسهم، لم يكن هناك شيء آخر مطلوب.

### دراسة حالة

**أفلام الجرائم الحقيقية المباشرة أمام الكاميرا "السناف" وحدود الواقعي .**  
تعد فئة فيلم "السناف" الخرافية بمثابة موقع جذاب لدراسة كيف يتم تقديم "الشاهد"، والتلاعب به لأجل تشويق الجماهير - مجددًا مع تحقيق نتائج مثيرة للجدل بصورة هائلة. ابتكر مصطلح "سناف" من قبل المؤلف إد ساندرز في كتابه "الأسرة" (2002) على نحو مرتبط بسلسلة من جرائم القتل التي وقعت في كاليفورنيا في عام 1969، على يد القاتل المجنون تشارلز مانسون وأتباعه. وأشار في تقارير متعددة إلى أن "عائلة مانسون" كانت، في واقع الأمر، قد قامت بتصوير جرائمها سينمائيًا على الرغم من أنه لم تظهر مطلقًا أي مشاهد مصورة. لقد حظي المصطلح بالزيد من الاهتمام حينما تم طرح فيلم يحمل اسم "سناف" (Snuff) (للمخرجين مايكل وروبرت فيندلاي) في أمريكا في عام 1976. ومع أنه لا يبدو أن يكون أكثر من مجرد فيلم طويل بلا ميزانية، معتمد بوجه عام على عائلة مانسون ومصنوع في الأرجنتين، أتى الفيلم بسمعته السيئة من لقطة النهاية التي ألحقها الموزع ألان شاكليتون بالفيلم. فقد أتت هذه النهاية بما بدا أنه مشهد وراء الكواليس لطاغم الفيلم يتوقف عن الإنتاج ثم يقرر قتل ممثلة "بصورة واقعية". ومع أنه عُرض "بشكل واضح"، إلا أن هذه الإضافة، عند مزجها بالتسويق المميز للفيلم، ولَدّت اهتمامًا لدى الجماهير وفضيحة بين الأصوات المعارضة من العامة. ومن ثم، نشأت أسطورة السناف الحضرية.

قد يتمثل تعريف بسيط للمصطلح في فيلم يتم فيه فعليًا قتل شخص أمام الكاميرا؛ بهدف "الإمتاع". وتعرف تلك الأفلام أيضًا باسم أفلام "الحرارة البيضاء" أو "الشيء الحقيقي". ويتمثل أفضل تصور يمكننا أن ننظر من خلاله إلى السناف في أنه بنية إعلامية،

أو ذعر أخلاقي أو أسطورة حضرية وليس ممارسة فعلية. وقد أشعل الفكرة كونها موضوعاً للعديد من أفلام هوليوود، مثل Hardcore لبول شرادر (1979) و"8 مم" (8 mm) لجويل شوماخر (1999)، فضلاً عن الظهور في برامج تلفزيونية مثل "رذيلة ميامي" (Miami Vice). وفي عام 2005، تم طرح فيلم تجاري يحمل اسم Snuff Movie (للمخرج كراب، 2005) في دور العرض السينمائي. وتستخدم العديد من أفلام الرعب المستقلة، مثل سلسلة أفلام August Underground، موضوع فيلم السناف كمحرك للسرد. وكان عدد من الأفلام التي أشير إليها باسم "بذاءات الفيديو"، من قبل الصحافة الشعبية البريطانية قد تمت تسميتها أفلام سناف على نحو خاطئ.

وقد أشير إلى بعض الأفلام من قبل الإعلام على أنها أفلام سناف فعلية؛ نظراً للواقعية المكثفة في تصويرها للجريمة، مما أدى لبعض الاضطرابات اللافتة للنظر، اتجاه بدأ بأفلام "موندو" الإيطالية في أواخر الستينات والسبعينات من القرن العشرين. وجد روجيرو ديوداتو، مخرج فيلم "محرقة آكلي لحوم البشر" (Cannibal Holocaust) نفسه مضطراً لأن يثبت للمحققين الإيطاليين أن الممثلين في فيلمه، لم يتم التهامهم بالفعل من قبل آكلي لحوم البشر. كذلك تعين على المبدعين اليابانيين لسلسلة أفلام الرعب "خنزير غينيا" (Guinea Pig) أن يثبتوا أن فيلهم "زهرة من لحم ودم" (The Flower of Flesh and Blood) (1985)، لم يظهر قاتل متسلسل يرتدي زي الساموراي وهو يمزق أوصال ضحية بشكل حقيقي. وذهب المنتجون إلى حد تصوير "تحضير" فيلم لإثبات براءتهم، حينما كان يتم استجوابهم من قبل مكتب التحقيقات الفيدرالي. علاوة على ذلك، فقد وقعت سلسلة أفلام "وجوه الموت" (Faces of Death) في صدام مع تلك الادعاءات نتيجة للعديد من التسلسلات التي تتعقب الواقع.

منذ 9/11، أصبح مصطلح "سناف" مرادفاً لفيدوهات الرهائن الذي يتم قتلهم على أيدي الجماعات الإرهابية. وهذه الفيديوهات لا تتبع فعلياً تعريف السناف؛ إذ إنه لا يتم إنتاجها للترفيه أو دغدغة المشاعر، لكن قد يرى البعض أن تنزيل أو تحميل هذه الفيديوهات على الإنترنت أو كلاهما معاً، يشير إلى شكل من الإثارة أو الإشباع المريض. حتى نشر هذا العمل، وبالرغم من العدد الكبير من التحقيقات الحكومية، لم يكن هناك أي دليل على الوجود الفعلي لفيلم "سناف".

لماذا يزداد احتمال أن تكون أفلام السناف أسطورة لا واقع؟ كيف يمكننا أن نحدد؟

قراءات إضافية

Goodall, M. (2006) *Sweet and Savage: The World Through the Shockumentary FilmsLens*, London: Headpress.

Kerekes, D. and Slater, D. (1993) *Killing for Culture: An Illustrated History of Death Film from Mondo to Snuff*, London: Creation Books.

## صوت الواقعي

مثلما قد أشرنا، توظف صور الإعلام المختلفة استراتيجيات، وتزعم أنها تصل إلى ما هو واقعي وتقدمه بصور مختلفة. من الشائع التفكير في الإعلام المعتمد على عناصر مرئية، مثل الفيلم أو التلفزيون أو شبكة الإنترنت التي تجمع بين العناصر السمعية والبصرية داخل صفحاتها، إذ إنها تتمتع بقدر من الادعاء رفيع المستوى بأن لها علاقة بالعالم؛ لأنها تبدو أكثر واقعية بشكل فعلي في قدرتها على محاكاة تجربتنا الحسية للواقع التجريبي. وعلى الرغم من ذلك، فإن دراسة الواقعي من خلال تلك التمثيلات الإعلامية، بحاجة إلى توضيح الدقائق المتعلقة باستخدام الصوت ومعانيه، وأيضاً الصورة التي يحاكي من خلالها الإعلام المعتمد على الصوت على وجه الخصوص - الإذاعة بالإضافة إلى البودكاست - بعضاً من الملاحظات عن طبيعة الواقعية في الإعلام الصوتي- المرئي ويعزز المناقشات في هذا المجال. حينما تتحول على وجه الخصوص، إلى الموسيقى الشعبية، مع ذلك، تقدم لنا بعض الوسائل الإضافية التي عادة ما يشار فيها إلى الواقعي ويكون له معنى، بشكل ملحوظ حول أسئلة تتعلق بالصحة والصدق والواقعية في الأداء، وبالفعل، في الصورة الموسيقية.

الأمر الأول الذي يجب القيام به هنا، هو ملاحظة النحو الذي يشترك من خلاله السرد المعتمد على الصوت أو الصور الوثائقية من الإعلام - الخيالية أو المستندة إلى حقائق - في نقاط مرجعية متماثلة مع أعراف متوافقة في السينما والتلفزيون. عزز دخول الصوت في الأفلام في العشرينات من القرن العشرين واقعية سينمائية، ولفترة طويلة، كان

وسيلة بلاغية مسيطرة في التلفزيون (عادة ما يشار إليها باسم "إذاعة مصحوبة بصور" عند ظهورها)، الأمر الذي كان مرتبطاً بصورة محدودة النطاق نسبياً في معظم فترات تاريخها. من ثم، نتحدث عن "الشاشة الصغيرة". في حقيقة الأمر، ما زالت شاشات التلفزيون الأكبر تمثل استثناء وليس القاعدة.

إن الصوت، سواء كمساعد للصورة أو عنصر مستقل بذاته في الإذاعة، له العديد من الوظائف الدالة والبلاغية. على نحو دلالي، تضاف الأصوات أو تضمن في البث لإعطاء لون وسياق للنصوص. على سبيل المثال، سيسمح تقرير من أحد الشواطئ بتضمين صوت البحر؛ وعندما تدخل إحدى الشخصيات الغرفة في عمل درامي، يمكن سماع صوت فتح الباب وغلقه. لذلك، يضيف الصوت إحساساً بالمساحة والموقع والبيئة المحيطة؛ لزيادة ترابط النصوص وضمان المصدقية وإثبات مزاعم الواقعية. بالمثل، يمكن أن يعمل الصوت بشكل تلميحى - صوت ساعة بيج بين تدق عند بث الأخبار التلفزيونية البريطانية، يبرز قائمة أسماء لأخبار مقدمي أخبار اليوم، من خلال علامة تأشيرية دالة على وطن الحكومة البريطانية، والذي عادة ما تأتي منه جميع الأخبار السياسية البريطانية الرئيسية.

ويكمن جانب رئيسي من واقع الصوت في موقفنا تجاه الكلمة المنطوقة - مع أو بدون الصور لتوضيح المتحدث. تعمل الصور لأجلنا على أساس أن "الرؤية تعني التصديق"، وتعمل الكلمة على أساس مبدأ "السمع يعني التصديق". علاوة على ذلك، فإن صوت الكلمة، في شهادة منطوقة، يعززه أيضاً بعض الإدراكات طويلة الأجل التي حددها عدد من واضعي النظريات. الأول هو افتراض "العضوانية" (أو النظرية العضوية)، وهو عبارة عن اعتقاد بوجود صلة جوهرية بين المتحدث والكلام. وتبدو الكلمة المنطوقة متصلة بشكل عضوي بالمتحدث، من حيث أننا فيما قد لا نراها، فإن الأصوات تكون فردية بشكل واضح بحيث تربط المعنى بطبيعة الصورة التي نتحدث بها. قد تتضح النقطة بصورة أكبر بالإشارة إلى تحيز لافن للنظر وإن كان ملزماً شائع في الفكر الغربي.

على سبيل المثال، اكتشف جاك دريدا الوسائل التي أظهر من خلالها فلاسفة بدءاً من أفلاطون، مروراً بمفكرين من عصر التنوير أمثال جان جاك روسو، فصاعداً حتى

فردريك نيتشه وفرديناند دو سوسير، علم صوت الكلام خاصتهم - بمعنى إعطاء ميزة للكلمة المنطوقة على حساب مصداقية الكتابة. على سبيل المثال، ادعى روسو أن الكتابة لا تعدو أن تكون أكثر من مجرد تأثير جانبي للحديث، الذي تم منحه صدق وشعور بالنزاهة حرم منه الكتاب والثقافة الأدبية. ويتمثل الرأي هنا في "علم صوت الكلام" هذا في أنه في الحديث يمنح الفرد لحظة صدق، وحدة الكلمة والفكر والعالم. "بصورة ما، نعتقد أن ما يقال أكثر صحة أو مصداقية إذا تم قوله فعليًا من قبل شخص يمكننا أن نراه وهو يقوله. نحن نعتقد أن الحديث يمنح معنى شفافًا وموحدًا، بينما ينبغي أن تكون الكتابة في مرتبة ثانوية، حيث إنها لا يمكن أن تقدم ذلك التأكيد" (فينلايسون، 1999: 63).

يمكننا أن نستكشف كيف ينجح علم صوت الكلام، بأسلوب غير مختبر في الأغلب عبر الإعلام - في مقابلات وجهًا لوجه وفي مكالمات هاتفية في تقارير إخبارية من مراسلين "من عين المكان"، بالصورة التي تدعم من خلالها الأفلام الوثائقية البصرية في بعض الأحيان ما نراه، ليس بالضرورة مع تحليل السارد، ولكن مع الوصف المتكرر لما نراه. إذا عدنا بأذهاننا للوراء إلى تحليلنا للنجومية في الفصل السابق، يمكننا أن نفكر في هذا المفهوم من خلال الطريقة التي يتعامل بها الكثيرون مع الفنانين، كما لو كانوا هم أنفسهم يهيئون الجملة الفكاهية المكونة من عبارة واحدة، والعبارات اللافتة التي يتحدثون بها في أفلامهم. إنها ليست فقط مهارة تمثيلهم، وإنما الطريقة التي يبدو من خلالها أن الكلمات وما تعنيه تنبع بشكل عضوي من المتحدث.

ثمة وسائل أخرى يعمل من خلالها علم صوت الكلام أيضًا، على نحو يرتبط بطريقة تفكيرنا في الموسيقى الشعبية. إن الاهتمامات بشأن قيمة الواقعي والموثوقية التي تعج بها الموسيقى الشعبية - شاهد الادعاء المتخذ صورة كليشيه نسبيًا أو وعد الفنانين بـ "إبقاء العمل واقعيًا" - مثلما أشار أحد أمثلتنا الأولى في هذا الفصل، فإن حتى مليونيرة من بين مجموعة الأثرياء الذين يسافرون بالطائرات النفاثة مثل جنيفر لوبيز، تستثمر في ادعاء الموثوقية هذا. بالتأكيد، طالما كانت أنواع فنية مثل السول والريغي والجرايم والآر أند بي هي موضع الموثوقية بالنسبة لكثير من المستهلكين، ليس فقط لأجل علاقاتها بالثقافة السوداء، وإنما أيضًا عبر نظامها البلاغي.

في موسيقى السول، يتخذ هذا صورة كشف للمشاعر عبر أساليب متكلفة، صوتية عاطفية مصممة لإظهار مشاعر الفنان العميقة والصادقة. في أنواع فنية مثل الراب، تتخذ صورة لغة وترنيمات هؤلاء الذين يزعمون أنهم من "الشوارع" (انظر بيرى، 2004، باركر وتايلور، 2007). في الأغلب، ربما على حق، نستدل على طبيعة ما تظهره أغنية وما إذا كانت مقنعة أم لا، من خلال خبرتنا عن أداء المغني. على الرغم من أن المغنيين ربما يفسرون كلمات الآخرين وموسيقاهم، أو يسردون فقط حكاية عن شخصيات وسيناريوهات خيالية، فإن نزعاتنا الفونولوجية (الخاصة بعلم صوت الكلام) تؤدي بنا إلى ربط الكلمات والتعبير بهم وحدهم - مثلما ننزع لأن نفعل مع العروض الدرامية الأخرى.

يمكننا أن نرى كيف يعمل كل من "الواقعية" والموثوقية بصور أخرى بالمثل، في الموسيقى الشعبية. لقد تم أيضاً فهم نوع فني، مثل الموسيقى الفولكلورية، التي عرفت تاريخياً باسم "موسيقى الشعب"، منفردة أو مدعومة بآلات موسيقية صوتية وتقليدية، على أنه يشير ضمناً إلى الواقعية في سرده للصراع الاجتماعي وربطه الصوت بالتعبير الخالص. إن الموسيقى الفولكلورية (بالإضافة إلى تلك الموسيقى التي تحمل اسم "العالمية") تعد مهمة أيضاً بصورة تقليدية، لإدراكات الصورة الإعلامية باعتبارها لم تتلوث من قبل سياسة الاتجار، أو روح البيع والشراء الحديثة.

كما هو الحال مع الاحتفال بالندرة التقليدية للموسيقى الفولكلورية، فإن الإعداد المفرط و"هيمنة التكنولوجيا" أحياناً ما اعتبراً أساس الموثوقية. يمكننا أن نرى هذا بشكل عملي في حركة موسيقى البانك روك، في أواخر السبعينات من القرن العشرين في بريطانيا، على سبيل المثال، وبالفعل في المبادلات العديدة حول العالم. ما كان مهماً هو عدد الاستراتيجيات من أجل "إعادة" الموسيقى، في الممارسات والأداء، للتواصل مع "الواقع" المعاصر، على نحو يتعارض مع الأوهام والتخيلات وبعدها الموسيقى التجارية أو موسيقى الروك الجادة، مثل تلك التي أنتجتها فرق يمثلاً جمهورها الاستادات في سبعينات القرن العشرين مثل "كوين" و"ليد زيبلين".

من ثم، ففي بناء موسيقى البانك روك للموثوقية والواقعية، تم تجريد الأغاني إلى عناصرها الأساسية المجردة - أوتار الجيتار الأساسية والبنيات البسيطة واصطفافات الفريق، مع ما هو أكثر من آلات الجيتار والطبول. بالمثل، تم تجنب المهوبة الموسيقية المفصلة أو المهنية لصالح "التعبير"، على سبيل المثال، الكلمات الصارخة واستخدام التغذية الراجعة والبساطة (كما تمت الإشارة آنفًا). علاوة على ذلك، تعاملت الأغاني مع ما تم إدراكه بوصفه شؤناً عالمية "واقعية" وليس حباً رومانسياً أو موضوعات خيالية. في النهاية، تم كسر الحواجز بين الفرقة والجمهور في أماكن صغيرة، ومجدداً عبر إنتاج أغاني عن مسائل متصلة بالجمهور وبإظهار شعور أن "أي شخص يمكنه القيام بهذا". وبهذه الصورة، كانت بلاغة النصوص مشروطة بدرجة كبيرة بالبيانات أو التصريحات المحيطة، وسياقات الإنتاج والأداء.

يجب أن نشير هنا إلى، أن هذه المناقشة للصوت والموسيقى تبدو بعيدة بمسافة طويلة عن الطريقة التي ننزع للارتباط من خلالها بالإعلام السمعي-البصري. ومع ذلك، يمنحنا هذا مفهوماً واسع النطاق للوسائل العديدة التي ترتبط من خلالها صور الإعلام بـ "الواقعي" وتظهره، فضلاً عن المفاهيم وثيقة الصلة. بالمثل، نتلقى شعوراً مماثلاً بالطريقة التي نستجيب من خلالها لصور الإعلام، وأنواع التوقعات التي نملكها حيالها، والتي تكون بالقطع بصورة ما مرتبة بأسلوب هرمي. بالتأكيد من الصعب مقارنة رؤيتنا لمشهد من حدث حي ذي أهمية إخبارية أو صحفية، والمشاعر التي تراودنا حين نستمع للموسيقى - التي يمكن أن تكون مكثفة جداً و"حقيقية" في تأثيرها علينا. وعلى الرغم من ذلك، فإننا بحاجة لأن نكون واعين بالسلسلة المتصلة من الواقعية وإعلام الواقع التي تربط هذه الأشياء، وذلك بهدف فهم قيمة هذا الجانب من الإنتاج والاستهلاك الإعلامي.

## ملخص

### البحث في إعلام الواقع

في هذا الفصل، استكشفنا العلاقة بين صور الإعلام و"الواقع"، من خلال التفكير في كيفية الإشارة إلى العالم وتمثيله، فضلاً عن أنواع الحقائق الواقعية التي تنتجها تلك الصور.

بدأنا بصياغة تصورية فلسفية شاملة لما نعنيه بالواقع، بهدف طرح مشكلات فيما يتعلق بكيفية تحقيق صور الإعلام الواقعية وما يعنيه هذا. ومع ذلك، فبينما نبرز مدى كون فكرة محددة للواقع والواقعية غامضة، نرى مدى استمرار أهمية هذه الفئات بالنسبة لنا كمستهلكين، وأيضًا في المناقشات الإعلامية.

ومن خلال محاولة معالجة ما يمكن أن تعنيه الواقعية، استكشفنا هذه الأبعاد التاريخية من أجل فهم مدى أهمية السياق لأي تعريف ومطمح لتصوير واقعي.

من ثم، قررنا أننا يجب أن نفكر في الحقائق الواقعية بدلاً من أي معنى قاطع ونهائي للواقعية. وهنا، استندنا إلى عمل رايموند ويليامز، بهدف فهم هذا الموقف بصورة أكبر في علاقته بالطريقة التي تشير بها أنواع معينة من المحتوى ضمناً لما هو واقعي. وأظهر مثالنا المعاصر عن "واقع افتراضي" رقمي مدى استمرار الواقعية في التغير والتطور.

استخدمنا علم الرموز في استكشاف الوسائل التي يشار إلى الواقعي من خلالها في النصوص الإعلامية، مستكشفين أيضاً الاستراتيجيات البلاغية، وجوانب معينة من الصور المسيطرة لواقعية الإعلام. وقادنا هذا إلى دراسة الصورة المميزة على وجه الخصوص للفيلم الوثائقي في التعامل مع العالم. فصلنا كيف تمخضت صور إعلام واقعية مثل الفيلم الوثائقي عن "تلفزيون الواقع" المعاصر الذي جذب الانتباه إلى حياة الناس العاديين وحضورهم. وأثار هذا تساؤلات حول الجوانب الديمقراطية للواقعية المضمنة في عمل ويليامز، وفكرة التوسع الاجتماعي. مثلما رأينا، تتعلق قضايا أخرى تظهر على نحو يرتبط بتوقعاتنا حول الواقعي، بالمسؤوليات الأخلاقية للمنتجين الإعلاميين. أظهرت دراسات الحالة التي عرضناها أن الجدل قد أثير في العديد من النواحي بصدد قدر من الازدواجية المدركة، التي ينطوي عليها تمثيل "الحقيقة".

في النهاية، استكشفنا الواقعية والوثوقية في علاقتها بالصوت - الجوانب الصوتية للتلفزيون والسينما والإذاعة وغيرها من وسائل الإعلام، فضلاً عن كيف تعمل الموسيقى، أو كيف يمكن أن تعمل، كصورة واقعية من صور الإعلام.

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

- التمييز بين الأوضاع المختلفة لتمثيل الواقع في إطار صور الإعلام وعبرها. التأمل في التحدي الرئيسي هنا الذي يشير إلى أنه لا توجد واقعية إعلامية، وإنما مجموعة من الحقائق الواقعية. إذا كنت تفتقر إلى الثقة في هذه الفكرة، فعد مجددًا إلى المناقشات والأمثلة في هذا الفصل وأول لها قدرًا من الاهتمام الإضافي.
  - إدراك وتلخيص والمشاركة في مجموعة من المناقشات والقضايا حول علاقة الإعلام بكل من "الواقع" والواقعية. هنا، يمكنك فحص صور إعلام مختلفة، مثلما فعلنا، من أجل فهم وإدراك كيف يشكل كل من الواقعية والواقع أهمية عبر صور الإعلام، فضلًا عن المفاهيم الملازمة مثل الحقيقة والموثوقية والنزاهة عند خبراء الإعلام.
  - تحديد استراتيجيات مختلفة في تمثيلات الإعلام للواقع. كما في الفصول السابقة، نعتمد على أدواتنا ومجموعة من الأفكار من أجل فهم معاني الإعلام. عد مجددًا إلى الأدوات التي قد قدمناها على مدار هذا القسم، واستخدمها جميعها في تحليل النصوص الإعلامية، من حيث الأسئلة والقضايا المتخصصة التي قد أثارها هنا.
- في النهاية، أشرنا إلى أن الواقعية سلعة رائجة في الإنتاج الإعلامي (الناس يحبون الواقعي والصادق، يحبون الحقيقة بقدر ما يحبون الخيال) وفئة جمالية تقدم لنا تناقضات مثيرة للاهتمام، والتي تغذي العديد من المناقشات الشائعة المتبحرة عن الإعلام. لهذا السبب، تتطلب تدقيقًا مستمرًا ووعيًا معقدًا بالمسائل الهزلية أو مسائل الحياة أو الموت، المعرضة للخطر في تصويرها.

## إجراء دراسات إعلامية

## كتابة مقال قصير

أجر بحثًا وارسم مخططًا لمقال قصير يستكشف طبيعة واقعية الإعلام من منظورك كمستهلك. خاطب المسائل التالية في مقالك:

- ماذا يعني "الواقعي" في الإعلام بالنسبة لنا كمستهلكين (قد تحتاج للاستعانة بمصادر مختلفة للحصول على إجابات عن هذا السؤال)؟
- كيف نشعر بواقعية الإعلام؟ وما مصادر متعتها؟
- ما أنواع المظاهر التي تتمتع بها الواقعية عبر صور الإعلام المختلفة؟ هل تزيد مقارنة لصور الإعلام أو تقلل من وعينا بأنواع المسائل الموضحة في هذا الفصل؟
- فكر في كيفية تركيز هذا العمل على أفضل صورة - على نص أو نوع فني. ستساعدك التفاصيل المعينة بدرجة هائلة في التفكير في القضايا الأكبر التي كنا نتناولها في هذا الفصل.

## قراءات إضافية

Aitken, I. (2001) *European Film Theory and Cinema: A Critical Introduction*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

This study examines the dominant approaches to realism as a concept in European film. Aitken looks at different forms of European cinema since the 1900s, such as the Soviet montage, Weimar cinema, *nouvelle vague* and the Italian neo-realism movement, and how they have been studied in academic work. The varied ideas of realism in film are discussed in detail and this serves as a challenging but rewarding introduction for studying realism in film.

Bignell, J. (2005) *Big Brother: Reality TV in the Twenty-first Century*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Of all the current spate of works on the subject of *Big Brother* and reality television this one has particular value as it encompasses a range of pertinent issues surrounding this popular genre of programming. While providing a useful overview of the genre Bignell also considers *Big Brother* and its relation to the cult of celebrity and surveillance. Not just focusing on analysing the text, Bignell discusses how the popularity of reality television reflects changes in contemporary television production. Accessible and well

written, this book is a worthy starting point for those interested in contemporary reality television.

Ellis, J. (2000) *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*, London: I.B. Tauris.

Ellis argues that television, along with other media, has allowed the audience to be witnesses to events and offer us perspectives on how we might understand the world in which we live. He is also interested in how we use other programming to detract from the serious real-world content we consume. He sees there being three stages in the development of television programming: scarcity, availability and plenty. Now the viewer is faced with a wealth of programming, along with interactive capabilities, that, for them, means that television is taking on a new social role. At heart are important questions about how we experience 'real' events on television.

Perry, I. (2004) *Prophets of the Hood: Politics and Poetics in Hip Hop*, Durham, NC: Duke University Press.

Perry, both a scholar and a fan of hip hop music, analyses lyrics taken from songs by musicians such as Ice Cube, Public Enemy, Outkast, Tupak Shakur and Lauryn Hill to consider the cultural implications of this popular music genre. Even though she admits that some of the content contained in these songs can be found to be worrying by many, she believes that they offer a certain authenticity that has cultural importance for the consumers of hip hop music. This is a valuable source for those interested in realism in popular music.

Winston, B. (2000) *Lies, Damn Lies and Documentaries*, London: British Film Institute.

A study of ethics in contemporary documentary film-making, Winston takes the Griesonian perspective of documentary making and considers what the current ethical guidelines for documentary makers might be. Using the moral panic surrounding the faked scenes in the 1997 British television documentary *The Connection*, the catalyst for the book, Winston sees this as calling into question the freedom of expression for the documentary filmmaker. The question of media ethics is a difficult area of study particularly in relation to artistic freedom and the compromises it might have on realism, yet Winston raises many interesting questions that are important for the thinking media student to consider. His earlier work *Claiming the Real: The Documentary Film Revisited* (1995) may also be of interest.

## ملحق: تحليل النصوص

## كيفية قراءة هذا الملحق

يطور هذا الملحق التحليل النصي الذي قد قدمناه في الفصول السابقة ككل، مردداً المعنى والأساس المنطقي وراء الأدوات الموظفة. وهو يجمع اهتماماً بالخطاب البلاغي للنصوص الإعلامية، ومجموعة قوانينها النوعية والسردية، مستكشفاً جوانب الدلالة الثقافية المفهومة عبر أدوات علم الرموز. نوظف هذه الأدوات بشكل مكثف بحيث ستحتاج لأن تكون قد قرأت الفصول السابقة بتمعن بهدف فهم المصطلحات، وكذلك استيعاب سبب توظيفنا إيها.



المصدر: باري ماتش/سكوب

"سواء بشكل ساذج أم لا، أرى جيداً ما يشير إليه بالنسبة لي: فرنسا إمبراطورية عظيمة، يعمل كل أبنائها، دون أي تفرقة على أساس اللون، بإخلاص تحت لواء علمها، وأنه لا يوجد رد أفضل على المنتقسين من قدر إمبريالية مزعومة من الحماسة التي يظهرها هذا الزنجي في خدمة من يسمون مضطهدوه (نارت، 2000: 124).

يحاكي التحليل مقال رولان بارت عن مفهومه للميثولوجيا (علم الأساطير) "الأسطورة اليوم" (بارت، 2000). في ذلك المثال، يضع نفسه في موقف يومي - عند الحلاق - ويدرس صورة ضابط أسود على غلاف إصدار من مجلة شهيرة تحمل اسم "باري ماتش". في قراءته، كان هدفه هو توضيح نقطة عن طبيعة النصوص والأفكار التي تقدمها، وكيف أنها كلها حولنا في الحياة اليومية، ومن ثم فإن الرسائل اليومية لا تنتهي على الإطلاق وليست قابلة للاختزال لأي مثال واحد. وعلى الرغم من ذلك، ففي هذا المثال للتعبير الإعلامي، يجد شيئاً ثرياً جداً دالاً على كيفية تأثير النصوص الإعلامية علينا لإظهار طرق معينة لرؤية العالم.

في تحليل بارت لغلاف المجلة، يرى أنه على مستوى الدلالة - المعنى "الواضح" والمتفق عليه والأيقوني والمتناظر - هنا ضابط أسود يجيي العلم. لاحظ أن العلم ليس ظاهرًا، لكن الوقفة والنظرة والعرف الثقافي لما نراه يحدث فعليًا، عناصر تشير إلى وجود موضوع يتجاوز حدود المساحة المقطوعة من الصورة.

على مستوى التضمين، يمكننا إدراك أن الصورة تقدم لنا علاقة "بسالة" جيدة وصادقة، وربما أفكار العبودية والطاعة. بالفعل ثمة جانب رمزي لهذه الإشارة المعقدة. ومع ذلك، إذا نظرنا لطبيعة الأسطورة، كما يوضحها الاستبصار الأنثروبولوجي لكلود ليفي ستروس، بأنها أنظمة اعتقاد تحل التناقضات الاجتماعية بشكل سحري، لا نواجه سوى ذلك التناقض. في عام 1955، في وقت صدور هذه المجلة، كانت فرنسا، على غرار العديد من المجتمعات الأوروبية الغربية، ذات تعدد ثقافي أقل وضوحًا ومادية مما هي عليه الآن. كان غالبية سكانها من الأوروبيين البيض. لذلك، يمكننا أن نسأل: كيف حدث أن يقوم هذا الشاب الأسود بتحية العلم الفرنسي بالأساس ولماذا؟ تتمثل لإجابة في أن فرنسا، على غرار بريطانيا في ذلك الوقت، سيطرت على مجموعة واسعة من الأراضي المستعمرة الخارجية، التي تم الاستحواذ عليها بواسطة مزيج من السرية القوة الدبلوماسية. إن السؤال الذي يطرح نفسه هنا من التناقض الذي تقدمه هذه الصورة، يتفاقم بإدراك أن تلك المستعمرات - من فيتنام إلى غينيا - كانت بشكل عام في حالة ثورة، وتسعى للاستقلال من الحكم الأوروبي

من ثم، فإن تحية العلم من قبل هذا الشاب الأفريقي تصبح محملة بمدلول، ولكنه مدلول لا يمكن إدراكه على هذا النحو. إن أي معنى رمزي دائمًا ما يكون مرتبطًا بالحرفية، "حقيقة" المعنى المشار إليه. بهذه الصورة، توفر حرفية الصورة ما يطلق عليه بارت "ذريعة" لأي تفسير أو اتهام إضافي بأن هذا شيء أكثر من مجرد مشهد بريء. كتب بارت:

"إنها مجددًا هذه الازدواجية للعلامة والتي تحدد شخصيات المغزى.... الأسطورة هي نوع من الحديث يعرفه مقصده.... بدرجة تفوق بكثير معناه الحرفي... وعلى الرغم من هذا، فإن مقصده متجمد ومنقى ومخلد نوعًا ما، ويتم تغييره بواسطة هذا المعنى

الحرفي. (الإمبراطورية الفرنسية؟ إنها مجرد حقيقة، انظر إلى هذا الفتى الزنجي الطيب الذي يحيي العلم تمامًا كأحد أولادنا) إن هذا الغموض المكون للحديث الأسطوري له تبعتان بالنسبة للمغزى، واللذان تظهران كالتأنيب من الآن فصاعدًا كإشعار وكيان للحقيقة" (بارت، 2000: 124)

إن تلك اللحظة الأسطورية هي واحدة من سلسلة كاملة للمغزى في إحدى الثقافات (في هذه الحالة فرنسا في خمسينات القرن العشرين) وليست حالة منعزلة مستقلة بذاتها، بل جزء من سياق اجتماعي كامل تحمل فيه تلك المعاني قيمة. إنه مثال لما يطلق عليه بارت هنا "نوع من الحديث"، تتحول من خلاله "الثقافة" (أفكارنا الاجتماعية المولدة من لحظات تاريخية والحوادث الطارئة للتقاليد).

يتعامل التحليل الموضح لاحقًا مع سلسلة من التأملات والحجج المتعلقة بطبيعة هذا النوع من الأساليب البحثية. وتهدف هذه الاستطرادات إلى دعم فهمك الخاص لكيفية وسبب قيامنا بذلك العمل، ولكن بالطبع لن تتضمن تحليلاتك الخاصة بشكل عام تلك التفسيرات. حينما يتم تقديم مصطلح فني، نكون قد كتبناه بينط أسود عريض وضمننا إحالات للصفحات لأجلك؛ للرجوع مجددًا إلى الفصول السابقة إذا لم تكن على يقين من المفهوم المستخدم.

## تحليل إعلان "شانيل".

في أي موقف يومي، يزداد احتمال أن تواجهنا آلاف الأنظمة الدالة والأمثلة للتأنيب الدال. ونطلق على هذه الأشياء اسم الإشارات. تضم هذه الأنظمة الدالة اللغة التي نستخدمها في التواصل، والإشارات التي توجهنا إلى الجهات (على الطريق، مخرج من الحريق، مرحاض)، إلى العدد الهائل من النصوص الإعلامية التي تُقدم لنا، أو تُدمج في خلفية الحياة اليومية. إن الأغاني على هاتف "آيفون" أو بالإذاعة وعلى نظام "بي إيه" المتوفر في المتاجر الكبرى، والعناوين الرئيسية للصحف ومواقع الويب ومقاطع من البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بالإضافة إلى العديد من الإعلانات التي تغطي بيئتنا المبنية ووسائل مواصلاتنا تشير إلى انغماسنا في تلك الإشارات، التي تتنافس جميعها لأجل كسب انتباهنا.

يعد إعلان شانيل أحد النصوص الإعلامية، التي قد تظهر على ملصق إعلاني أو ربما في مجلة براقه قد نشرتها بشكل مقصود، أو نلتقطها للتلهية أثناء انتظارنا في عيادة طبيب أو عند الحلاق - تمامًا مثل رولان بارت. ربما نوليه انتباهًا خاصًا (قد يجذب أعيننا لأغراض معينة) أو ربما نمر به في لحظة بينما نقود السيارة أمامه، أو نقلب صفحة في مجلة أو نغلق قائمة منبثقة في موقع إنترنت. تعد هذه ملاحظة مهمة؛ إذ إننا نادرًا ما يتعين علينا أن نتوقف لالتقاط معنى - تعمل كل العوامل في هذا النص المعقد معًا؛ من أجل تحقيق تأثيرها.

من أين نبدأ؟ ينبغي أن يبدأ أي تحليل بالنص وما نستنتج منه. يتمثل المنطق هنا في أنه لكي يعمل المعنى النصي الذي نعرف بالفعل ما يعنيه، يكون الهدف هو فهم كيف يعني ما يفعله، وكيف يتم تنسيق المعنى وتنظيمه ودعمه بهدف جعل نص ما فعالاً. وتتمثل مهمتنا في استكشاف العلاقة بين المزاем الصريحة والضمنية، التي مفادها أن النصوص الإعلامية تكون عاملة فقط بشكل بريء - كما يتضح في معانيها السطحية - وأن القيم الاجتماعية الأعمق التي تبينها، أحيانًا بشكل مغفول، وبالتأكيد ليس بأسلوب تأمري (أو على الأقل ليس دائمًا)، مثلما يجب أن يكون فصلنا عن التمثيلات قد علمنا، فإن تلك الصور لا تكون "بريئة" على الإطلاق وربما تكون لها علاقة مهمة بالقوة الاجتماعية، وربما، بالقمع.

في البداية، يمكن أن نزعم بشكل جيد جدًا، مثلما ما يفعل الناس غالبًا، أن معاني هذا الإعلان "شفافة" و"واضحة" ولا جدال فيها. ولكن القيام بذلك يعني أن نخفي فعالية أنظمة المعنى الدالة وتعقيدها مثل الإعلانات، بفرورها البسيطة، والتعامل معها كما لو كانت "فقط" تظهر بشكل تلقائي في المجالات، وفي مواضع أخرى كما لو كانت لقطه فوتوغرافية سريعة بسيطة لواقع مفهوم ببساطة، يتم التعامل معه في الأغلب كجزء من الطبيعة.

انظر إلى مجموعة الصور والكلمات المبينة في الصورة كجزء من نص أكبر - مزيج من إشارات معقدة - مصمم لبيع عطر وفكر فيه، للحظة، كما لو كان رسالة. إنه لا "يقول" أو "يبرز بوضوح" على الإطلاق أي شيء بشكل مباشر أو بصراحة لقارئ. وهو لا يقول

"هنا إستيلا وارين [اسم العارضة]، سوبر موديل تعتمد عطر "شانيل". كما أنه لا يوضح أي شيء من خلال عبارات مثل "عطر شانيل رائع، ويجعلك تشعرين بالسعادة والتفاؤل وتكونين جذابة للرجال"، الخ. ويمكن أن نأخذ هذا على أنه قد يكون أحد الأهداف أو المقاصد المحتملة لهذا النوع من الإعلانات، لكن بينما لا يقول أو يخبرنا بأي من هذه الأشياء، إلا أنه محمل بالمغزى من خلال التحدث عنها.

لقد بنى صانعوها هذا الإعلان إياه، ومثلها نفترض، يعترمون أن يكون له أثر معين وربما تأثيرات. إن الإعلانات ترتقي بإدراك العلامة التجارية وسط سوق تنافسية، ومن ثم "تشجعنا" على شراء المنتج المقدم بدلاً من كل المنتجات الأخرى المتاحة بالمثل. لكن على وجه التحديد ما الذي يعنيه قول ذلك، وكيف تعني الإعلانات ما تفعله، وماذا يعني هذا الإعلان تحديداً ما لم يكن "يقول" شيئاً بشكل صريح؟

بوصفنا طلاباً دارسين للإعلام، يمكننا فحص الإعلان عبر عدسات متعددة للتحليل بحثاً عن تفسير: النوع الفني، البلاغة، علم الرموز، وبدرجة أقل في هذه المناسبة - علم السرد. وينبغي أن تتيح هذه الأدوات دراسة للجوانب الميثولوجية (الأسطورية) لهذا النص وتوضح لنا شيئاً حول القضايا المرتبطة بالتمثيل. حتى الآن، تعد هذه أساليب بحث منفصلة على نحو اصطناعي، ولكنها متداخلة بالأساس، مثلما سنرى. إن الهدف من إبراز كل أسلوب ومحاولة أن نكون مخططين في استخدامها، هو أنها تسمح لنا بتنظيم تفكيرنا وتحليلاتنا، على نحو يدعم تفسيراتنا بالحجة والدليل وإظهار مقنع لفهمنا لكل منها.

أولاً: لننظر إلى الإعلان من حيث أدواته البلاغية وأعراف النوع الفني. يحدد أسلوب بلاغي استخدام أدوات تقديمية وتصويرية واتصال لفظي ولون، الخ. يتعلق النوع الفني بتحديد نوع الصورة الإعلامية التي هو عليها وأعرافه، من حيث بنائه ومظهره وكيفية تعامله مع موضوعه.

من ثم، وكطلاب وملاحظين آخرين أكثر عرضية، يمكننا القول "بوضوح" إن هذا إعلان عطر: لكن ما الذي يخفيه ذلك الرضا الذاتي؟

بشكل نوعي، ينتمي النص إلى نظام الإعلان الأوسع نطاقاً، لإعلانات العطور على وجه الخصوص ونوع فني فرعي من دعاية شانيل، وما كانت سلسلة ذات فكرة تظهر هذه العارضة. لكن ما أعراف هذا النوع الفني الأكبر لإعلانات العطور وما الذي نتوقه منه؟ بالأساس، تعد الطريقة التقليدية للقيام بالأشياء أو تمثيل العالم المثبتة هنا، واحدة لا نفكر من خلالها مرتين بشأن امرأة عارية ممددة وسط بضع زجاجات بينما تتعرض لهجوم من سرب من الفراشات. بالمثل، دعونا نجذب الانتباه لبعض السمات الأخرى "الواضحة" ونعرض بعض النقاط القوية بحق. هل هذه لقطة فوتوغرافية سريعة لحدث يجري بالفعل؟ هل إستيل وارين تشارك في نشاط لعوب؟ على نحو بلاغي، من المحتمل أنه قد حدث نوع من التلاعب بالصورة هنا (باستخدام "الفوتوشوب" وتقنيات عديدة مرقمنة). من المحتمل أن تكون الفراشات متداخلة، تمامًا كالزجاجات (هل تصنعها شانيل بتلك الأحجام؟) وليس من المحتمل أن تكون العارضة قد اتخذت وضعاً في استوديو بجانب خط حجمه ضخّم ومنتفخ مرتب حول جسدها (مع أنها في الموقع المصطنع لاستوديو - نقطة مهمة سنعود إليها لاحقاً). لقد تم تغليف هذه الصورة باستخدام وسائل النشر المكتبي (DTP). من ثم، يمكننا أن نخلص إلى أن هذه صورة مداراة مركبة، وتأتي بالفعل مشفرة جزئياً عبر تلك الوسائل والخيارات التي، لأننا لا نتوقف للتشكيك فيها، لا تظهر على ذلك النحو، نحن لا نشكك في منطوق هذا الإعداد.

للحديث بشكل أكبر عن أعراف تلك الإعلانات، سنشير أيضاً إلى كيفية عدم تشكيكنا في المنطق وراء امرأة ممددة عارية (مع أنها "مركبة" إلى مدى يدحض أي زعم بأنها في حالة طبيعية تماماً - نقطة تعارض مهمة للملاحظات التي تتبعها) بتلك الطريقة. هنا لا يتمثل المقصد، ظاهرياً، في إنتاج فن أو أعمال جنسية أو إباحية، على الرغم من أن هذه الصورة قد تحمل آثار تلك الأنواع من النص وتلمح لها، بشكل مقصود أو خلاف ذلك. وذلك هو الانتشار السريع للصور المجسمة للنساء في مجتمعنا وفي التقليد الغربي، الأمر الذي يجعل من الصعب تجنب تلك الصلات.

إن استغلال أنواع معينة من النساء في تلك الإعلانات (غالباً عارضات شهيرات جداً أو

شخصيات مثل هذه الشخصية) أمر تقليدي. ربما يكن شقراوات أو ذوات شعر أصفر، مثل هذه العارضة، أو النموذج النمطي للغاوية ذات الشعر الداكن. نادراً ما يكن ذوات شعر أحمر أو بشرة داكنة، لكنهن دائماً ما يكن شابات ورشقات وجذابات على نحو اعتيادي، وأي استثناء يمكنك التفكير فيه كاف لإثبات القاعدة. إن العارضات اللائي يمثلن استثناءات قليلات بالدرجة الكافية في العدد بالنسبة لكثيرين، بحيث لا يستطيعون تعريفهن وهن يعملن كعلامة تظهر المجموعة المفترضة من العارضات، ولكن تحمل كل منهن "عبء تمثيل" لفتتهن .

ولجذب الانتباه لتلك الأعراف الأسلوبية، يبدأ القلق من الافتراضات المقبولة بشكل قاطع الكامنة وراءها: أنها ليست آلية أو بريئة فقط، ولكنها تظهر اتجاهات اجتماعية معتادة وأساليب تقليدية لفهم العالم. تخيل عملية استبدال هنا - ما قد نطلق عليه اختبار التبديل في علم الرموز.

قد يشمل هذا تخيل ما يمكن أن يحدث إذا ما استعضنا عن هذه العارضة بامرأة مسنة، أو شخص (لأجل إعلان) صاحب نظرات غير تقليدية، أو شكل جسم غير "مثالي" أو "نموذجي" (بالنسبة لثقافة شمالية أوروبية/غربية على الأقل!). قد تبدو الصورة الناتجة غريبة أو غير طبيعية على ما يبدو، أو حتى تجعلنا نشعر باضطراب أو عدم ارتياح، وستكون معرقة جداً. إن صناع الإعلان أو الشركة المفوضة، في حالة مواجهتهم تلك التجربة، قد يشيرون إلى بعضهم البعض بأنها "لا تصلح" اعتماداً على مدى التقليدية أو المحافظة التي يرغبون في الظهور عليها.

ويتمثل عرف آخر يجب أن نشير إليه في سيادة اسم العلامة التجارية، الذي يقبع عبر الجزء السفلي من الإطار: عنصر من الإشارات اللغوية في هذا النص (رقم 5 و"مجموعة الحمام والجسم" هي العناصر الأخرى). بالطبع، لم تعد الإعلانات الحديثة بالنسبة للعديد من المنتجات تظهر مواطن القلق، إزاء إغفال اسم معرّف أو حتى شعار رمزي لضمان عدم ارتباك العملاء المرتقبين أو الأتباع. أحياناً يكون هذا في صالح توليد الفضول وليس الإدراك أو النبذ الفوري في الحملات الإعلانية، إلى حد أنه يتم تشجيع درجة من الاشتراك البوليسيبي أو تعددية المعاني .

وظفت الحملات الخاصة بأنظمة الألعاب مثل Xbox هذا النوع من الأساليب، التي تشجع حب الاستطلاع وتجعل من إعلان، نقطة تَحَدُّث. يشمل هذا الإطار المقصود الجماهير بعينها تكون "ثقافتها الإعلامية" متطورة جيداً، ويتعين على المبدعين الإعلاميين مخاطبة التعقيد و"المعرفة"، التي يتعامل من خلالها هؤلاء الناس مع المادة التي يستهلكونها. في المعتاد، تكون الروابط والأعراف الخاصة بكيفية إطلاق حملات معينة، كافية لتأسيس هويتها المستمرة، بوصفها نوعاً من التصنيفات النوعية لذلك النوع الفني بعينه (تبادر إلى الذهن إعلانات بيرة "هاينكن" أو "ستيلا أرتويس"، تمامًا كتلك الخاصة بمكعبات "أوكسو" أو "فيات بونتو"، الخ.). بالتأكيد سنرغب في جذب الانتباه، إلى الكيفية التي يعد بها هذا الإعلان واحداً من سلسلة لهذا المنتج المماثلة في التقديم والموضوع.

نحن معتادون على أن تتوافق إعلانات العطور مع تلك الأعراف، الأمر الذي يرجع جزئياً إلى حقيقة أنه، يتعين عليها الإيجاء بشيء يتعلق بمنتج يصعب تمثيله حرفياً، وحيثما يكون أحد التعليمات القوية شيئاً يجب تجنبه عند طرح مثل ذلك المنتج المعقد (أو شيء مدعوم بمطالب التعقيد). قارن هذا على سبيل المثال بإعلان سيارة، حيث لا يكون من الغريب توضيح أنها تقطع 50 ميلاً للجالون أو إظهار إمكانياتها - أنها تحمل عددًا يصل إلى خمسة أفراد - أو بيان قوتها وسرعتها وأمانها. وتعد الإعلانات الخاصة بالأسبرين هي تلك التي يتم فيها توظيف الأطباء أو الحقائق أو الأرقام، لعرض رسالة بشكل مباشر، مفادها، أنهم يتخلصون من الصداع.

تلك التقديرات معتمدة بدرجة كبيرة جداً على ما يمكن أن تقوم به المنتجات أو تسمح لك بالقيام به. في هذه الحالة، كيف يمكن نقل الانطباع بأن مجموعة من المواد الكيماوية المزوجة معاً، لها رائحة لطيفة بأسلوب معقد؟ بالطبع قد يتعين علينا أن نسمح بالترويجات الجديدة "المعتمدة على استخدام صور تبعث رائحة عند فركها"، ربما في بعض المجلات، ولكن ليس على لوحة إعلانات أو على شاشة التلفزيون أو في الإذاعة.

ومع ذلك، لننتقل إلى دراسة علم الرموز: السيميولوجيا. من خلال القيام بذلك،

ينبغي ألا يعرقلنا التفصيل المفاهيمي لتركيب كل إشارة فردية (تشمل الدال والمدلول عليه - الطبيعة المادية والمفهوم المرتبط به على الترتيب) بدلاً من ذلك علينا أن ندرك وجود اندماج من الإشارات - وإشارات معقدة نسبياً في ذلك. وهي مجموعة في صورة وحدة كلية أكبر، نظام معقد من المعنى النصي.

ما نحتاجه لكي نكون متبهيين في السميولوجيا خاصتنا هو مستويات الدلالة والإشارات الأوسع نطاقاً التي يعتمد عليها مزيجها ويلمح إليها. أولاً، النص المكتوب للإعلان رمزي. تربط الإشارة والمرجع إليه، في اللغة المكتوبة والمنطوقة، علاقة اعتبارية. الأبجدية الرومانية، كما هي أي أبجدية أخرى، عبارة عن سلسلة من الأشكال المبتكرة التي نقبل بحكم العرف، أن لها معنى في علاقتها بالأصوات (على سبيل المثال "a"، التي تكون a في hay أو bat، مندجتين بشكل تركيبى بأسلوب خطي، تنتج كلمات ومن ثم إشارات أكثر تعقيداً).

يمكننا أن نتوقف بشكل مؤقت للحظة؛ للإشارة إلى مدلول الخط، كما حددته علامة "شانيل"، فضلاً عن علامتها التجارية، على نحو يشير إلى أن هذا يعمل بشكل رمزي، يتخطى حدود الإعلان الدلالي للاسم. كذلك، يعمل بشكل تأشيرى مستحضراً علاقة سبب وتأثير بين الإشارة والثروة والمذاق - القدرة على تحمل التكلفة وأيضاً اختيار شانيل. بشكل بديل، يمكننا القول إن هذا أيضاً مدلول لإشارة شانيل.

على المستوى الموحى أو الإشاري المثير للجدل، يمكننا أن نقول ببساطة إن لدينا امرأة عارية ممددة على بطنها، تحميها بعض زجاجات العطر بينما ترفرف الفراشات حولها وتهبط على جسدها. إنها صورة، بينما لا تبدو بسيطة، تدل على البساطة بصور عديدة تكبح جماح أي نزعات مبتذلة ربما نغمس فيها من خلال قراءة جاذبيتها الجنسية بامعان. إن شباب العارضة أخاذ ويساعد في إبراز الانطباع الرومانسي للإعلان، الحسية وليس الجنسانية الفواحة. هذا مقنع بالطبع، إذا كان بالإمكان تخيل الفراشات في صورة بتلات تهبط مجازاً على المرأة - قد يتبادر إلى ذهن المرء أبيات شعرية مثل "هل لي أن أقارنك بيوم من أيام الصيف" أو "حبي مثل وردة حمراء، حمراء" وغيرها.

إن إعلانات على هذه الشاكلة تقدم منتجات للنساء بتلك الطرق الرومانسية، يمكن مقارنتها بصورة مفيدة بتلك الموجهة للرجال، حيث يكون المقصد الجنسي المعلن المضمن في استخدام المنتج أسمى. فالفكرة من الكثير من إعلانات عطور ما بعد الحلاقة أو غسل الجسم التي تستهدف الرجال، هو أن استخدام المنتج سيجذب النساء، على نحو يدفع بهن إلى جنون الرغبة الجنسية الجارفة، مع ما يحمله من نتائج متوقعة.

هذه المرأة (أو ربما الفتاة) في ريعان الشباب - في الحقيقة تمثل الشباب وطهارة الروح والطبيعة المادية الجديرة بالحماية. ويسعى كثير منا إلى تلك الحماية، من خلال اللجوء إلى مستحضرات التجميل كتلك المقدمة هنا. ولكن لكي نشير إلى أن شيئاً طبيعياً جداً مثل الشباب الخالص، يحتاج لتعزيز مجموعة من المواد الكيميائية يعني أن نكشف اللعبة. ومن ثم، لا يهدف استغلال الدليل على والإيحاءات إلى "الطبيعة" في الإعلان فقط، إلى "تطبيع" الحاجة لذلك المنتج بوصفه ضرورياً، وإنما أيضاً الدلالة على أنه، بالرغم من حقيقة المكونات الضارة المحتملة التي قد يجدها الفرد مدرجة على أي زجاجة، منتج طبيعي تماماً (تشير الأساطير الحضرية إلى أن بول الخنازير والخيول يوفر مصدرًا قيمًا للفرومونات في تلك التركيبات). إنه نضر وأساسي تماماً مثل حيوية "امرأة"، كما هي مقدمة هنا بكل مجدها المجازي المرسل.

بالطبع، تؤدي الفراشات العديد من الوظائف - فهي ليست موجودة هناك "بمحض الصدفة". إن هذه الإشارات "رمزية"، صور محاكية على نحو لا يقبل الجدل لكائنات حية فعلية (مع أنها ربما تعمل بصورة استعارية كتلات زهور متساقطة). علاوة على ذلك، فإنها تأشيرية تعد الفراشات أحد مظاهر الصيف ومن ثم في علاقة السبب والتأثير، تعمل على تأكيد وترسيخ سلسلة لطيفة نوعاً ما من ردود الفعل المؤثرة، والدلالات حول مشهد بما فيه من وفرة للون الأبيض، ربما يكون قد بدا بارداً في مظهره وليس "خالصاً" بشكل بسيط. هذه إذاً طريقة لإرساء المعنى ومنع تعددية المعاني. الفراشات تلتصق بالمرأة تماماً مثلما تلتصق بالأزهار - لتنتقل جانباً من العطر الطبيعي للمنتج (الرقعة المقدمة للمستخدم). غير أن أجنحتها المخملية، بينما ترفرف وترسو على البشرة العاجية للعارضة، ينبغي أن تبدو أشبه بالمنتج الفخم نفسه، لدى اعتماده مباشرة

على البشرية عبر مياه الاستحمام الباعثة على الاسترخاء. لم يشار هنا إلى أي شيء دارج مثل الاستحمام السريع! كيف يمكن لامرأة أن تدلل أو تعد نفسها؛ لتكوّن التجسيد الأنثوي عبر مجرد الاستحمام؟ إنه جانب مهم من البلاغة التمثيلية أن العارضة لا تنظر إلينا، مما يقلص الشعور بأن هذا ربما يكون إعلاناً مفرطاً في الإثارة الجنسية، والذي توجه لنا فيه "المرأة"، بصورة يكملها امتلاكها عطر شانيل، والرغبة المشبعة أو المستنبطة من عطر مجموعة الجسم الجديدة، نظرة "معرفة" أو "إغراء".

قد يذكرنا حس بالجوانب الميثولوجية أو الخرافية لهذا الإعلان، بوحدة من الملاحظات الأولية حول كيف لا نتساءل عن حقيقة وجود امرأة تتمدد عارية أمامنا؛ لأجل أن ننظر إليها بإمعان كجزء من إعلان لعطر. إنها موجودة بالأساس في دور امرأة - ليتم النظر إليها. بالطبع، قد يستحضر ظهور امرأة عارية في إعلان لشانيل، إحالات قصصية لנסخة رنانة تاريخياً للأثني، وتحديدًا شخصية الفنانة والأيقونة مارلين مونرو. فعندما سئلت ذات مرة عما إذا كانت تضع أي شيء على جسدها لدى خلودها للنوم، دغدغت مشاعر معجبيها وأثارتهم بشدة بإجابتها، أنها لا تضع أي شيء سوى "شانيل رقم 5!".

هنا، امرأتنا غير مكترثة، ضببت عارية ومثلما أرادت الطبيعة، من الناحية السردية، قد تكون هذه حالة في وسط خط الحكاية. هنا نرغب في الإشارة إلى أن الصورة تنقب بعمق، في تقليد من الصور المحتملة الموروثة من تقليد غربي للتمثيل. من ثم، فإن هذه الصورة لها دلالات بعيدة ضئيلة للبنية العميقة، لتقليد كامل من علم دراسة الأيقونات الديني وفن الرسم الغربي (انظر برجر، 1972 على سبيل المثال).

يمكن النظر إلى هذه المرأة باعتبارها شبيهة بـ "حواء" - عارية وبريئة في الجنة، المرأة ككائن بريء عذري لا غاوية مفسدة - الثنائي الآخر المائل في مادونا/ مجاز العاهرة الذي كان أبدياً، في الصور المجازية والسرد في الحضارة الغربية.

إذا قبلنا فكرة أن الإشارات المجمعة تدل على موقف، أو المشاعر المرتبطة بموقف لأحد أيام الصيف، لامرأة شابة في حالتها الطبيعية، مع الطبيعة، فربما هي تلقي نظرة إلى أعلى على سماء معتدلة دافئة. على نحو عارض، على الرغم من أن هذا حادث مخطط له، ما

الشيء الذي تنظر إليه في غياب أي صورة للشمس (وبالمناسبة الإشارة المعقدة الموضحة هنا تأشيرية لوجود شمس)؟ إنه "رقم 5" الحميد نفسه، ينبوع من الدفء والطبيعية! يحتل المنتج مكان ذلك الشيء الذي يؤمن الحياة على سطح الكرة الأرضية، الشيء المرتبط بعبادة دينية ومدنية بالتناوب! مثل الشمس التي تشرق كل يوم، يعد المنتج جديداً ومنعشاً - تعززه استعارة الفراشات في دورها هنا، نضرة من شرانقها وتولد من جديد بعد مرحلة اليرقة؟

هنا إذن، على مستوى الميثولوجيا، تستحضر الطبيعة بشكل مفرط، ولكن مسكوت عنه بصورة واضحة ("استخدم منتجنا لتحافظ على شبابك"). إنه يقدم المنتج، الجمال المصنع الصناعي والحاجة لامتلاكه، وتعريف المرأة نفسها (كأنثى وجذابة ومثيرة) من خلاله، كما لو كانت شانيل (أو على الأقل هذه المنتجات)، والجانب الأنثوي غير قابلين للتجزئة. هنا مجموعة غريبة من المتناقضات التي يكون فيها "الطبيعي" ذي قيمة، ولكن يتم تعويضه أو الحفاظ عليه عبر غير الطبيعي أو المصنع.

إذن بشكل عادي وغير مشار إليه، تصبح صورة الأنثى، بكل صفاتها المرغوبة والجديرة بالتقدير، بيداً للتبادل التجاري. ليست فقط مرغوبة، ولكن يمكن الحصول عليها عبر سعر السوق للعطر، لكل من يستطيعون تحمل تكلفته. إن الإنسانية وجوهرها - إن وجد مثل ذلك الشيء - وكل صفات الجمال والنقاء والإنسانية "الخالدة" وفائقة الوصف، متأججة ومقللة ومتاحة في مجموعة من الزجاجات بأحجام مختلفة. بالنسبة للنساء والرجال الذين هم الجمهور المستهدف لهذا الإعلان، يطلب منهم إدراك الصورة بوصفها طبيعية ومرغوبة؛ ذروة الجمال الأنثوي.

بالطبع، ثمة وسائل عديدة للتعبير عن مجموعة محددة من الميثولوجيات الأنثوية - بعضها معقد والبعض الآخر أقل تعقيداً. وهذه الوسيلة تعد أكثر تعقيداً من لقطة جذابة، في صحيفة شعبية أو صورة مطروحة للقطة خاصة بالموضة، أو لقطة تصويرية للدعاية. ربما يمكننا تقدير هذه الصورة لأجل نزعاتها (ودلالاتها) "الفنية"، مقنعين أنفسنا أنها لا تستغل النساء أو تمثلن بصورة قاسية، مثلما تفعل صور الإعلام المبتذلة الأخرى. لكن

جميع الإعلانات تفعل الشيء نفسه في نهاية المطاف. علاوة على ذلك، لا يجب أن ننسى العذر هنا الذي تطرحه المعاني الإشارية، على الجوانب الدلالية للإشارات. هذا، في المقام الأول، مجرد إعلان وصورة أخرى لعارضة - إستيل وارن تعتمد شانيل. ومع ذلك، فإن الارتكاز على تلك التأكيدات - سواء كنا نتحدث كباحثين أو مستهلكين "عاديين" - يعني الجهل طوعاً في مواجهة الدليل الكاسح على المعاني الإعلامية بشكل عام.

قد نجادل بأن الأسلوب البحثي الذي حددناه هنا، مهم لأي شخص لديه عقل مولع بالاستفسار، ورغبة في أن يكون على وعي بكيفية عمل الأفكار في المجتمع، وأن الصور البلاغية ليست واضحة مطلقاً في معانيها، كما أنها ليست بريئة من المصالح المكتسبة. من ناحية عملية، تعد تلك التحليلات مفيدة على وجه التحديد، للعاملين البارعين في مجال الإعلام من أي نوع - النوع الذي عادة ما يطمح إليه طلاب الدراسات الإعلامية. وسواء أأنت مقتنع بحججتنا بصدد معنى هذا الإعلان وكيف يعني ما يفعله أم لا، فإن قدرًا كبيرًا من التفكير والجهد الفطن، قد وجهها له نيابة عن مصنعي العطر من قبل المعلنين والعمال المبدعين. إن بعض الأصدقاء التي قد تناولناها في تفسير الصورة البلاغية، تأتي من تقليد ثقافي مشترك للتمثيل وآراء العالم. قد نجادل بأن مبتكري هذا النص ومعانيه قد تناولوا هذا أيضًا، بشكل شبه تلقائي وغير واع - ويكونون مطبعين وتقليديين جدًا، ومتورطين فيما هو مطبع مثل الخرافة. وتعد وسائل أخرى لإنتاج المعنى وتوظيفه أكثر وعياً بالمنهج، وهذا الإعلان يقدم توازنًا بين الاثنين. ومع ذلك، فالمهم هو أن تلك الاندماجات تؤثر فينا بشكل عاطفي وانطباعي، مستندة إلى وضعنا الثقافي وإيماننا بالأعراف في الإعلام، ذومن المجتمع والثقافة بشكل عام.

## إجراء دراسات إعلامية

## عملية التحليل

هل عملية التحليل هذه ونتائجها تقنعك؟ إلى أي مدى تؤيد هذه القراءة؟ هل ثمة شيء مفقود أم أنها تقدم قراءة متمعنة للمادة؟

إننا لم نذكر الكثير عن استخدامات "إستيل وارين" ووظيفتها كإشارة لها صلاتها الخاصة. كيف يمكن أن يساعدنا ذلك الانتباه في قراءتنا؟ ما الدليل الذي قد تقدمه وكيف يمكنك أن تدفع بحجة لدعم هذه القراءة أو تطويرها أو دحضها؟

اختر إعلاناً آخر وأجر تحليلاً نصياً شاملاً له باستخدام أدوات البلاغة والسيمولوجيا (علم الرموز) والنوع الفني والسردي. ركز على التفسير الشامل وليس شرح الطريقة مثلما قد فعلنا هنا. استخدام الأدوات في تدعيم تحليلك وإنتاج دليل واضح في صورة قراءات نصية. كيف يماثل نصك وقراءتك هذه القراءة؟

هل تقدم لنا جميع النصوص الإعلامية تلك الخرافات؟ هل بعضها أكثر خرافية وأكثر "براءة" من البعض الآخر؟

إن الطلاب الطامحين إلى أن يكونوا خبراء إعلاميين مفكرين، هؤلاء الذين يتكرونها نصوصاً إعلامية ويحددونها، هم من يفهمون هذا ولديهم القدرة على التعبير عن أفكارهم وقراءاتهم الخاصة للمعاني الإعلامية.

## المراجع

Barthes, R. (2000, first published 1957) *Mythologies*, translated by Annette Lavers in 1972, Vintage: London.

Berger, J. (1972) *Ways of Seeing*, London and Harmondsworth: British Broadcasting Corporation, Penguin.