

التصوير في الصحافة والإعلام

يبدو أن الحديث عن أهمية التصوير في الصحافة أو الإعلام بات ضربا من البديهيات أو المسلمات في عصرنا الحالي، حيث أصبح موضوع أهمية التصوير في الصحافة لا يحتاج إلى دلائل أو إثباتات، كونه بات حقيقة على أرض الواقع، فهو موضوع قديم لا يحتاج إلى عبقریات لإدراكه أو لفهمه، ومع ذلك سنج بعض الشيء فيه لنمكث في محطات هامة للتصوير في السينما أو الصحافة أو التلفزيون، وما إلى ذلك من أنواع عديدة في التصوير، وقبل أن نتوغل في هذا الموضوع علينا أن نتذكر دائما ما قاله الحكيم الصيني كونفوشيوس (إن ألف كلمة لا يمكن أن تتحدث ببلاغة كما تتحدث صورة واحدة)^(١).

الكثير منا يسمع الأخبار أو يشاهدها، ولكن الكثير يبحث عن المحطة أو القناة التي تزوده بالأفلام المصورة والمؤثرة التي تنقل له الحدث، ولا يمكن لنا أن ننسى على سبيل المثال أخبار حدثت بالعراق، وكان فيها المشهد الفيديوي أهم من ذات الخبر، فلا يمكن أن ننسى المشاهد الفيديوية للصحفي منتظر الزيدي وهو يرشق الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش بحذائه، أتذكر أنني حين أبلغت صديقي بالخبر عند الصباح الباكر، لم ينتظر ولو للحظة واحدة، تاركا فطوره كي يشغل جهاز التلفزيون، لي شاهد المشهد برمة عينه، حيث أسرع ليبحث بالقنوات جميعا، متلهفا كي يرى هذا المشهد الذي لا يمكن أن يتخيله أحد إلا عند المشاهدة، وكذلك هو الحال مع مشاهد إعدام الرئيس المخلوع صدام حسين أو مشاهد اللقاء القبض عليه، فقد كانت مشاهد مؤثرة للغاية وكانت محط اهتمام أكثر من الاهتمام بذات الخبر، هذه المشاهد الفيلمية لا يمكن أن تتحقق دون مصور أو كاميرا، وهناك جملة من هذه الأمثلة عن أهمية الصورة الفيلمية والتعطش للمشاهدة، بأهمية قد تتفوق على ذات الخبر.

الكل يشاهد ويتابع الأخبار، سواء كانت سياسية أم اقتصادية أو اجتماعية، والكل يبحث عن الحقيقة، ودون أدنى شك الصحف أو القنوات الفضائية التي تزود المشاهد بالصور هي الأكثر رواجاً، فالصورة كثيرا ما تمنح المصداقية والقناعة، والدليل أن أغلب القنوات الفضائية لا يمكن لها أن تبث أخبارها دون صورة،

(١) محمد علم الدين- الصورة فوتوجرافية في مجالات الإعلام، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٠ ص ٣٤.

الصورة وما تحوي من تفاصيل إنما تعزز ادراكاتنا للأشياء، كون أن الصورة إنما بمثابة وثيقة حقيقة لما مرسوم فيها، وكذلك هو الحال مع الفيلم، فعندما نشاهد فيلماً سينمائياً الذي يضمن هو الآخر، مجموعة من اللقطات التصويرية الدرامية، تبدو لنا تلك اللقطات وكأنها توثيق لمواقع وشخصيات وأثار وأحداث ومواقف، وهي كثيراً ما تحفزنا على التطبيع مع المعلومات لترسخ في ذهننا ولتشكل في النهاية، وسيلة من وسائل الإعلام التي تؤثر بنا وتقودنا إلى ما يقود الإعلام ووسائله الأخرى، حيث أن للتصوير قدرة هائلة على تغيير وإعادة تنظيم الأشكال أو الموجودات في الكادر الصوري (من خلال اللقطة الواحدة يمكن أن يتغير ترتيب الأشياء مراراً، إذ أن الحركة داخل اللقطة "عبر التصوير" يمكن أن توجه انتباه المنفرج إلى أشياء مطلوبة في اللقطة حسب متطلبات الموقف ويمكن من خلال الحركة أيضاً إخفاء أشياء كانت مرئية أو إظهار أشياء كانت خافية^(١)).

حقق التصوير جملة من المنجزات التي خدمت البشرية أو الإنسانية، حيث استطاع أن يختصر الكثير من الجهود والكثير من الوقت والمال، بحكم الافتراضات الحقيقية التي حققها في العلوم والفن، التصوير ارتبط بالعديد من التطورات التكنولوجية التي أسهمت في تحسين وتطوير العديد من المجالات، ومجال التلفزيون واحد من تلك المجالات التي استفادت من تقنية التصوير وحققت مجموعة من التطورات، بحكم امتيازات التلفزيون (أهم الخصائص التي يتميز بها التلفزيون هي أهميته في العلم والتعليم، حيث تمكن التلفزيون من ربط العالم ببعضه على نحو سريع من خلال المحطات الفضائية ومن خلال تبادل الثقافات والمعارف والعلوم المختلفة، وتمكن من نقل الدروس في جميع مراحل التعليم - جامعات على الهواء - نقل العمليات الجراحية والمختبرية)^(٢)، والواقع أن كل هذه المنجزات لم يكن لها أن تتحقق لو لا التصوير.

إن التصوير باختلاف استخداماته وأنواعه وأشكاله في وسائل الإعلام يشكل ضرورة من الضرورات الحتمية في العمل الإعلامي، لما له من خواص في

(١) بيتر سبرزتي - جماليات التصوير والإضاءة، ترجمة فيصل الياسري، القاهرة، مركز الحضارة العربية للنشر والإعلام

٢٠٠٣ ص ٦١.

(٢) من محاضرات عبد اللطيف السعدون في مادة التحرير الإذاعي لطلبة قسم الإعلام في كلية الآداب، جامعة بغداد،

١٩٩٩ - ٢٠٠٠، ص ٢.

الاستقطاب وخواص في إبهار المتلقين وتأثيره في المتلقي، فأكثر الجرائد والمجلات والنشرات وما إلى ذلك من الوسائل الصحفية، باتت معتمدة بشكل أساسي على ما تحمله اللقطة الفوتوجرافية من قدرات تأثيرية في القارئ، أو المتلقي لتحقيق النجاح والانتشار، ولو تخيلنا أن الصحف وهي لا تحوي على لقطات فوتوغرافية، فإننا سوف نجد أن تلك الصحف مملدة وغير مرغوبة، لما يبعثه الشكل العام لتلك الصحف من رتابة وغموض أو ترهيل، ويقول الأستاذ خليل صابات بشأن الأهمية والتأثير للصورة (الصورة تعادل ألف كلمة، وان صور الأشخاص تجذب الانتباه أكثر مما تجذب صورة الأشياء الأخرى)^(١) لذا كانت اللقطة الفوتوجرافية في الصحف بمثابة التشويق الذي يتبلور في الفيلم السينمائي عبر الموضوع والأحداث التي يستعرضها، وكذلك المؤسسات الإعلامية التلفزيونية نراها اليوم تهتم بشكل أو بآخر، في تقنيات التصوير التلفزيوني لكي تؤمن آخر الأحداث عبر اللقطات التلفزيونية، التي تجذب المشاهد وتعطيه تحيز في الاستمرار والمتابعة إزاء ما يعرضه التلفزيون، فلو استعرض التلفزيون على سبيل المثال الأخبار والتقارير أو البرامج الأخرى دون أن يعتمد على اللقطات المصورة فانه، سيفقد حتما نسبة كبيرة من المتلقين الذين يرومون مشاهدة البرامج والأخبار معززة باللقطات الصورية، وهنا الحال يكون أشبه بحال الصحف التي لا تحوي على اللقطات الفوتوجرافية^(٢). إن أي عمل سواء كان صحفي أو تلفزيوني يعتمد وبشكل لا يقبل الشك على التأثيرات، التي تحققها اللقطات الصورية جراء التفاصيل والمصادقية، التي تحملها اللقطة ذاتها، ذلك لان اللقطة الصورية أصبحت بالوقت الحاضر، الدلالة التي تعبر عن الحدث أو الخبر أو الموقف بالشكل السريع والمؤثر، فاللقطة الصورية أصبحت الشفرة أو الرمز للموضوع الذي يختاره المتلقي قد تستقطبه أن كان يرغب موضوع الصورة أو تبعده إن كان لا يملك الوقت لمتابعة موضوع هذه اللقطة أو لا يرغبه، وهي في نفس الوقت ستعطيه تلخيص لمجمل ما تحتويه الصفحة وماهيتها، وتعطي تلخيص لما يضمنه البرنامج التلفزيوني إن كانت لقطة تلفزيونية تعرض من على شاشة التلفزيون، وحتى في السينما نلاحظ أن اللقطة الصورية هي الأساس في الانجذاب نحو عمل ما أو النفور عنه، ذلك لطبيعة اللقطة التي تعبر عن طبيعة

(١) خليل صابات- الإعلان، تاريخه أسسه وقواعده، فنونه وأخلاقياته، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٦٩، ص ٢٣١

(٢) عبد الجبار محمود علي- التصوير الصحفي، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ١٩٨٠، ص ٢٠

الموضوع الذي تستعرضه، (للتصوير دور مهم في إثارة انتباه المشاهد من خلال ما يمتلكه من إمكانية في الإقناع والتأثير)^(١) فعلى سبيل المثال حين نذهب لأي دار عرض سينمائي فإننا قبل أن ندخل لصاله العرض السينمائي، نشاهد مجموعة من الصور الفوتوجرافية ملصقة على جدران دار العرض، تبين طبيعة العمل السينمائي الذي ستعرضه الصالة، وبالتالي فإن اللقطات الفوتوجرافية ستكون بمثابة المنذر لموضوع العمل السينمائي المعروف داخل الصالة، أي أنها ستكون المرشد أو المعين لما يرغبه المتلقي من أعمال، فإن كان العمل على سبيل المثال عملاً رومانسياً فإن اللقطات الملصقة حتماً ستعبر عن ذلك، وإن كان عملاً بوليسياً فإن اللقطات ستبين ذلك وبالتالي ستقود المتلقي في أن يدخل صالة العرض أو لا يدخل.

لقد تمكن التصوير من أن يدخل العديد من المجالات في حياتنا الشخصية بحكم أنه استخدم بالعديد من المنتجات، حيث أن هناك الكثير من الاستخدامات للتصوير في الحياة الشخصية، كأن تكون على المطبوعات التي انتشرت على كل المنتجات الاستهلاكية، من مواد غذائية وأجهزة إلكترونية وكهربائية وعلب وملابس وكتب، وأمور لا تعد ولا تحصى، فأكثر الإعلانات، نرى أنها تعتمد الصورة الفوتوجرافية كأساس للإعلان في تحقيق النجاح، حيث أن أغلب الإعلانات اليوم، لا يمكن أن تستغني عن التصوير، وذلك للخواص التي يتميز بها التصوير، وفي الواقع أن للصورة جملة من الخصائص أو المميزات التي تدعم الإعلانات أو المطبوعات وتعود الأسباب إلى ما يأتي^(٢):

١- أسباب تقنية وتشمل:

أ- وضوح التفاصيل.

ب- الدرجات اللونية المتعددة.

ث- الاختيار الدقيق لمواقع التصوير والموضوعات والتصاميم والمعالجات.

٢- أسباب مضمونية وتشمل:

أ- المضامين الأثرية التي تحملها الصورة الإعلانية بضمنها المبالغة في إظهار المنتج.

ب- الاختيار الأمثل في اختيار المشاهير في تمثيل الفكرة الإعلانية.

(١) عبدالباسط سلمان- التشويق ورؤيا الإخراج، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠١ ص ٣٨

(٢) نصيف جاسم- الصورة في الإعلان، جامعة بغداد-كلية الفنون الجميلة، بغداد ٢٠٠٣ ص ٦٧.