

## نحو توظيف أمثل للمحتوى المصور في الصحافة المعاصرة

د/ سعيد الغريب النجار\*

تمثل الصحافة المصورة اليوم أهم اتجاهات الصحافة الحديثة، وهى تعتمد بصفة أساسية على فن الصورة الصحفية بأشكاله ومعالجاته المتنوعة، فهذا النوع من الصحافة يجيد إستخدام وتوظيف الصورة الصحفية فى صياغة الأخبار ووصف أحداثها، بشكل أقوى وأكثر تأثيراً من الكلمات، والصحافة الحديثة اليوم وفى هذه الأونة بالذات، يجب أن تجيد استخدام فن الصورة الصحفية على صفحاتها وتعتمد عليه بدرجة كبيرة أكثر مما مضى، لأن هذا الفن هو المعين الأكبر للصحافة المطبوعة، فى المنافسة الشديدة وغير المتكافئة التى يواجهها الإعلام المطبوع الآن مع الإعلام الالكترونى، كالراديو والتلفزيون ومئات الفضائيات التى تقدم البث المباشر للأحداث على مدار الأربع والعشرين ساعة، تستخدم فى ذلك وسائط عديدة لا تتوافر بحال للصحافة المطبوعة، كالصوت والنص والصورة واللون والحركة والمؤثرات الصوتية وغيرها، ناهيك عن وسائل الإعلام الجديدة كالصحافة الالكترونية وتقنية الوسائط المتعددة والإنترنت، تلك الأخيرة التى تعد خير مثال لثورة المعلومات التى يعيشها العالم الآن، وهو ما نتج فى الأساس عن إمكانية تحقيق الإندماج بين ثورة الحاسبات الالكترونية من جهة، وثورة وسائل الاتصال من جهة أخرى، وتعد الإنترنت هي خير نتاج لهذا الدمج بين الثورتين. بلغ الأمر إلى حد أن أصبح مستقبل الصحافة المطبوعة «قاب قوسين أو أدنى» فى إطار هذا الخضم الهائل من المعلومات الرقمية.

التشبث بوسائل التعبير ولهذا كله، يجب على الصحافة الحديثة أن تتشبث بكل ما لديها من وسائل للتعبير ونقل المعلومات، وبخاصة أنها قليلة، إذ تكاد أن تنحصر فقط على الحروف والصور الساكنة غير المتحركة، ولذا يجب على الصحف - كل الصحف- أن تولي الصورة الصحفية قدر الاهتمام ذاته الذى توليه للنص، الأمر الذى نلمسه

---

\*أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة

## نحو توظيف أمثل للمحتوى المصور في الصحافة المعاصرة

حاضرا وبقوة على صفحات الصحف الغربية، في حين نراه غائبا في الأغلب الأعم على صفحات الصحف العربية .

ومفهوم الصورة الصحفية هو في الحقيقة تعبير يتسع ليشمل الصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية المختلفة، ولكننا في هذا المقال سنتحدث فقط عن فن الصورة الفوتوغرافية، ومعروف أن الصحيفة - وكذلك أى مطبوع- لا يخرج تكوينه عن خمسة عناصر تبيوغرافية و جرفيكية، تشتمل على عناصر مقروءة، كحروف العناوين والنصوص الصحفية، وعناصر مرئية، كالصور الفوتوغرافية والرسوم اليدوية بأنواعها المختلفة، كالرسوم الكاريكاتورية، والرسوم التوضيحية والتخطيطية، والرسوم التعبيرية، والبورتريهات، إلى جانب الألوان والفواصل بين الموضوعات المتجاورة على الصفحة الواحدة.

ولعلي لا أكون قاسيا في الحكم، إذا قلت أن الغالبية العظمى من الصحف العربية تغفل التوظيف والاستخدام الصحيح لفن الصورة الصحفية على صفحاتها، ويأتى ذلك في الغالب نتيجة لعدم إدراك قيمة الصورة الصحفية كوسيلة اتصال، وينسحب ذلك بالطبع على التقدير الذى يلقاه المتعاملون مع هذا الفن داخل الصحيفة، مثل المصورين الذين يُنظر إليهم داخل الصحيفة -وبخاصة من السادة المحررين- وكأنهم مواطنون من الدرجة الثانية، فالانسان عدو ما يجهل، فهم لا يعرفون أنه إذا كان المحرر أو الكاتب يمتلك الكلمة، ولا يغفل أحد قوة الكلمة وتأثيرها، فذاك المحرر يجب أن يضيف الى معرفته أن الصورة الصحفية -التي هى ملك ومن إنتاج المصور المغلوب على أمره- تعد سلاحا أقوى بكثير فى تأثيره من الحروف والكلمات، إذا أحسن إتقاطها من جهة، وأحسن توظيفها على صفحات الصحيفة من جهة أخرى.

أيضا من الإشكاليات الموجودة دوما فى معتدك العمل والانتاج الصحفى، والنتيجة أيضا عن إغفال السادة المحررين لقيمة الصورة الصحفية، ما يحدث دوما ويكاد أن يكون بصفة يومية من مشادات ومشاحنات كلامية وغيرها ما بين المحرر من جهة، ومخرج الصحيفة أو الصفحة من جهة أخرى، الذى من المفترض أنه يدرك جيدا القيمة الاتصالية للصورة الصحفية، ودورها الفعال فى تحقيق إخراج جذاب

## نحو توظيف أمثل للمحتوى المصور في الصحافة المعاصرة

للصحيفة، فالمحرر إذا طلب منه المخرج إختصار خبر أو موضوع ما، سرعان مايبادر المخرج بقوله: «ليش نختصر مو أحسن يا أخى تلغى صورة من الصور دى، أو تصغر تلك الصورة ... وهكذا»، فيرضخ المخرج فى معظم الأحيان ويحذف هذه الصورة ويصغر تلك فتخرج الصفحة بإخراج رتيب وممل وغير جذاب، والسبب فى ذلك طبعا أن غالبية السادة المحررين ينظرون إلى كلماتهم التى خطوها وكأنها كلمات مقدسة لاينبغى للمخرج أو غيره المساس بها!!!

ويغيب عن هؤلاء أن الصحيفة الناجحة هى التى تحقق أعلى المعدلات من عمليتى جذب الإنتباه وإثارة اهتمام أكبر عدد ممكن من القراء، لأكبر عدد ممكن من الموضوعات المنشورة على صفحات الصحيفة، وبالطبع فإن عملية جذب الإنتباه هى عملية بصرية، يحققها الإخراج الجيد للصفحات، الذى يركز فى الأساس على العناصر الجرافيكية المنشورة على الصفحة، ويأتى على رأسها الصورة لفوتوغرافية، أما عملية إثارة الاهتمام فهى عملية ذهنية، يحققها المضمون والتحرير الجيد، وهى تلي فى الحدوث عملية جذب الإنتباه، وإن لم يحدث جذب إنتباه القارئ للموضوع الصحفى أولاً، لن تحدث بالضرورة إثارة إهتمامه بالموضوع، ومن ثم لن تُقرأ الحروف والكلمات تلك «المقدسة» التى خطها هؤلاء السادة المحررون!! من الغالبية العظمى من القراء الذين اشتروا الصحيفة بالفعل.

ولهذا كله، نجد أن صفحات الصحف العربية مليئة بالصور الفوتوغرافية الشخصية منها والموضوعية، ولكن معظم تلك الصور لاتحقق الغرض من نشرها، بل أن البعض لايستحق المساحة الغالية التى استهلكها على صفحات الصحيفة. فالصور الفوتوغرافية على صفحات معظم الصحف العربية تنشر فى الأغلب الأعم لأسباب هى فى الواقع بعيدة كل البعد عن الوظيفة والقيمة الحقيقية للصورة الصحفية، فنجد بعض الصور تنشر فقط لمجرد ملء فراغات أو مساحات متبقية على بعض صفحات الصحيفة، وثانية تنشر لمجرد تزيين صفحات الصحيفة، وثالثة تنشر على مساحات صغيرة جدا لاتحقق الحد الأدنى من الوضوح لمضمون الصورة، إذ تفقد الصورة تأثيرها إن فقدت وضوحها، فصورة واحدة ضخمة على الصفحة، أفضل من عدة صور صغيرة المساحة، وأكثر تأثيرا فى نفس القارئ وتحقيقا لإخراج جذاب للصفحة.

## نحو توظيف أمثل للمحتوى المصور في الصحافة المعاصرة

فثمة أسس علمية عديدة للتوظيف الصحيح لفن الصورة الصحفية على صفحات الصحف، تلك الأسس من المفترض أن المصور على دراية كاملة بها، وكذلك مخرج الصحيفة، لكن هذا وحده لا يكفي فالمهم أيضا أن يدرك ذلك السادة المحررون والمسؤولون عن الصحيفة، فالصورة الصحفية ينبغي النظر إليها والتعامل معها- من قبل كل العاملين بالصحيفة- على أنها وسيلة اتصال شأنها شأن الحروف والكلمات، بل أنها تتفوق على الكلمات في أحيان كثيرة، كأن يتم إستخدامها، على سبيل المثال، في نقل معان وإيحاءات معينة بشكل غير مباشر لا يمكن بحال نقلها بواسطة الكلمات نظرا لدواعي مجتمعية وسياسية كثيرة قد تمنع التصريح بتلك المعاني، وبخاصة مع ماتتيحه الآن المعالجة الرقمية للصورة الصحفية من إمكانات هائلة، من خلال الحذف أو الإضافة أو إبداع التراكيب المصورة ذات الدلالة، وغيرها من المعالجات الفنية التي يمكن إضفاؤها الآن على الصورة الصحفية بكل سهولة ويسر وفي ثوان معدودة، بواسطة برامج معالجة الصور، ويأتي في مقدمتها برنامج «أدوب فوتوشوب»، حتى أن المقولة الشهيرة بأن «الكاميرا لا تكذب» أصبح لا مكان لها الآن في ظل الإمكانيات الفائقة للمعالجة الرقمية للصورة الصحفية.

الصورة تعادل ألف كلمة وإن كانت «الصورة تعادل ألف كلمة» فإن تلك المقولة لا تنطبق إلا على الصورة الجيدة فقط، تلك التي تضيف للموضوع الصحفى أو الشرح الذى تقدمه الكلمات، والصورة وثيقة الصلة بالموضوع، وهى التى لا تكرر ما بداخل النص، «فمثلا أفضل صورة فى مباراة رياضية هى تلك التى تصف تسجيل الهدف الوحيد أو هدف الفوز فى المباراة .» أيضا تأتي الصورة الصحفية على صفحات معظم الصحف العربية، وهى تفتقد أهم السمات التى تتعلق بالمضمون الجيد للصورة الصحفية، إذ نجد الغالبية العظمى منها تنشر وهى جامدة .. صامتة .. ومتشنجة!!! مما يفقد هذا الفن الجميل دعائمه، فالصور الشخصية الصالحة للنشر يجب أن تتسم بعناصر عديدة منها على سبيل المثال لا الحصر: أن تتسم بالتلقائية والفجائية والحركة، ويفضل أن تلتقط الصور الشخصية وأصحابها تتفاعل مع الحدث، كأن تتعجب أو تتساءل أو تشير أو تراقب ... الخ، بما يجعلها أكثر جذبا للإنتباه وأكثر تأثيرا فى نفس القارىء وتعبيرا عن الموضوع ونطقا بالمعنى .

## نحو توظيف أمثل للمحتوى المصور في الصحافة المعاصرة

كذلك فإن الصورة الشخصية الناجحة هي التي لا ينظر أصحابها إلى العدسة والمفعمة بالحيوية، ويتأتى ذلك باختيار اللقطات الجديدة والمبتكرة والزوايا غير التقليدية، وبخاصة بالنسبة لصور الشخصيات المهمة، التي يكثر نشر صورها على صفحات الصحف وفي الصحيفة ذاتها وشاشات التلفاز من يوم لآخر، ولذا، يفضل الاستعانة بـ «البورتريه» وهو الصور الشخصية اليدوية إلى جانب الصور الفوتوغرافية، بالنسبة لتلك الشخصيات الشهيرة والمهمة، وذلك درءاً للملل الذي ينجم بالضرورة عن ظهورهم المتكرر وبصفة يومية على صفحات الصحف وشاشات التلفاز.

أيضاً نجد الكثير من الصور الصحفية على صفحات الأغلب الأعم من الصحف العربية، لا يتوافر بها عنصر حداثة المضمون سواء للصور الشخصية أو الموضوعية، فعلى سبيل المثال تنشر الصحيفة صورة شخصية لشخص ما، وهو في ريعان شبابه، في حين أنه في الواقع بلغ من العمر أرذله!! وهكذا يراه قراء الصحيفة في الواقع، وعلى شاشات التلفزيون، في حين يرونه في صحيفتهم قد استعاد صحته وعافيته.. ماشاء الله!!! بل يغيب أيضاً على معظم الصحف العربية، أسطر قواعد التعامل مع فن الصورة الصحفية، ومنها على سبيل المثال، أنه لا ينبغي تكرار نشر الصورة الواحدة - شخصية كانت أو موضوعية - أكثر من مرة واحدة، في العدد الواحد من الصحيفة، لأنه ببساطة إن جاز نشر الخبر أو الموضوع الصحفى أكثر من مرة في العدد الواحد من الصحيفة، يجوز إذن تكرار نشر الصورة ذاتها في العدد نفسه من الصحيفة، وفي الواقع نجد الكثير من الصحف العربية تكرر نشر الصورة الواحدة مرتين بل ثلاث - بخاصة صور الأشخاص - ليس في العدد الواحد بل على الصفحة الواحدة من الصحيفة في بعض الأحيان، الأمر الذي يعكس النظرة الخاطئة لفن الصورة الصحفية لدى تلك الصحف. وهذا يدعو إلى التأكيد مرة أخرى على ضرورة أن يُنظر للصورة الصحفية، على أنها لا بد وأن تنقل معلومة، وإن كانت كذلك، فلا يصح بأي حال تكرار نشر المعلومة ذاتها على الصفحة نفسها أو العدد نفسه من الصحيفة.

ومن ناحية أخرى، قد نجد كثيراً من الصور على صفحات معظم الصحف العربية، وقد جانبها التوفيق من حيث المضمون، فهي تنقل معلومة بالفعل، ولكن جاءت

## نحو توظيف أمثل للمحتوى المصور في الصحافة المعاصرة

المعلومة وكأنها قد تم جمعها ببنت صغير جدا، فجاءت غير مقروءة .. غير واضحة، ومن ثم لاتحقق الغرض المرجو من نشرها بالصحيفة، وقد تفرد الصحيفة مساحة معقولة للصورة الواحدة، ولكن لم يحسن المخرج - ومن قبله المصور- إلتقاط أو إخراج الصورة على نحو جيد، يمثل إستغلالا جيدا للمساحة التي إحتلتها الصورة على الصفحة، كأن نجد الصورة - سواء الشخصية أو الموضوعية- وقد فردت لها الصحيفة مساحة كبيرة، ولكن لم يتم إجراء القطع لها على نحو صحيح، فيبدو الهدف الرئيسي فى الصورة صغيرا جدا، لا يشغل سوى مساحة ضئيلة من الكادر، تاركا بقية المساحة لأهداف ثانوية لاتفيد فى توصيل المعنى المرجو من نشر الصورة، بل أنها تشوش على الهدف الرئيسي فى الكادر، باختصار يفضل دوما التركيز فقط على الهدف الرئيسى بحيث يبدو واضحا جليا ومن ثم مؤثرا وناطقا بالمعنى، مع استبعاد كل الأهداف والفراغات الثانوية التى لاتفيد فى توصيل المعنى المنشود من إلتقاط ونشر الصورة بالصحيفة.