

Political Use of the Photograph: A Semiotic Study of the Photograph of Al-Kadhimi's Visit to Fallujah on the Anniversary of the Victory Over ISIS

Ahmed Hameed Mohammed^{1a} Bushra Jameel Al-rawi^{1b} 

¹ Department of Public Relations, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

The research aims to determine what a photograph intends to convey as a visual text. Photographs are not captured randomly, especially those of politicians. Each photograph carries a message, even if interpretations of that message vary from person to person. The research adopts a methodology based on semiotic analysis, applying Laurent Gerbero's model to analyze a photograph of the Iraqi Prime Minister Mustafa Al-Kadhimi's visit to Fallujah on the anniversary of the victory over ISIS. The photographs in question constitute a visual language built upon a sequence of iconic symbols and signs. These elements coalesce to give rise to an image centered around a particular theme, one designed to convey a precise message to the intended audience. Additionally, they serve as a window into the photographer's ideology, as they make deliberate choices regarding which aspects of the event to capture through their camera lens.

The research yields several results, including: The ideas and meanings contained in the photograph, both in form and content, fall within the framework of political marketing for the personality of the Iraqi Prime Minister Mustafa Al-Kadhimi, highlighting him as a strong and sharp personality. The rhetoric of the photograph emphasizes unity, rejection of sectarianism and nationalism. The diversity and functional progression of Al-Kadhimi's career in journalism and historical documentation helped him gain experience in the art of appearance and influence on the recipient, in addition to his previous work in the sensitive field of intelligence.

Keywords: Photograph, Semiotics, Mustafa Al-Kadhimi, Political Use.

OPEN  ACCESS

^a Corresponding author: E-mail address: ahmed.hameed1203a@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 7709874164

^b Co-author: E-mail address: drbushrajameel@comc.uobaghdad.edu.iq, +964 7704221597

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i61.728>

Received: 10/07/2021, Accepted: 29/07/2023, Published: 30/09/2023

التوظيف السياسي للصورة: دراسة سيميائية لصورة زيارة الكاظمي للفلوجة في ذكرى الانتصار على داعش

أحمد حميد محمد¹ بشرى جميل الراوي¹

¹ قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

مستخلص

يهدف البحث الى معرفة ما تود الصورة إبلاغه بوصفها نصًا بصريًا، إذ أن الصور لا يتم التقاطها اعتباطًا، ولا سيما صور السياسيين، إذ لكل صورة رسالة حتى وإن اختلفت توجهات تفسير تلك الرسالة بين شخص وآخر، وقد اعتمد البحث على تطبيق منهجية قائمة على التحليل السيميائي بتطبيق نموذج لوران جيرفيرو في تحليل صورة زيارة رئيس الوزراء العراقي مصطفى الكاظمي للفلوجة في ذكرى الانتصار على داعش، وكون هذه الصور لغة مبنية على جملة من الدلائل البصرية أو الايقونية التي تندمج فيما بينها لتكون صورة ذات موضوع معين تحمل رسالة محددة أراد المرسل إيصالها الى الجمهور، كما وتكشف عن إيديولوجية المصور الذي يختار جزءًا من الحدث ليوجه إليه كاميرته.

وتوصل البحث إلى نتائج عدّة منها: إن الأفكار والمعاني التي تضمنتها الصورة شكلاً ومضموناً تنصب في إطار التسويق السياسي لشخصية رئيس الوزراء العراقي مصطفى الكاظمي، فضلاً عن ابرازه كشخصية قوية حادة الملامح، واستندت أساليب بلاغة الصورة بالتأكيد على وحدة المصير ونبذ الطائفية والقومية، إذ ساعد التنوع والتدرج الوظيفي للكاظمي في مجال الصحافة والتوثيق التاريخي باكتسابه خبرة فن الظهور والتأثير في المتلقي، فضلاً عن عمله سابقاً في حقل حساس وهو المخابرات.

الكلمات المفتاحية: الصورة، السيميائية، مصطفى الكاظمي، التوظيف.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

منذ أن تولى رئيس الوزراء العراقي مصطفى الكاظمي منصبه في 7/آيار/2020، يلاحظ تغيير في الصور الفوتوغرافية التي ينشرها المكتب الإعلامي لرئيس الوزراء، حتى أضحت الأمر محط

اهتمام الإعلام المحلي والعالمى، وأصبحت صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تعج بالتعليقات من الجمهور العراقي مع كل صورة، ويسعى البحث في الإجابة عن التساؤل الرئيس وهو: ما الدلالات السياسية التي تضمنتها نشر صورة الكاظمي عند زيارته الفلوجة؟ وانطلاقاً من هذا التساؤل فإن مشكلة البحث تكمن في التساؤلات الآتية:

1. ما المعاني التي تكمن وراء الألوان والأشكال الداخلة في تكوين الصورة وما دلالة استخدامها؟
2. ما أهم القضايا التي تناولتها الصورة محل البحث؟
3. ما دلالة زاوية التقاط صور مصطفى الكاظمي، ومدلولها على خطاب الصورة؟

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في كونه محاولة لدراسة دلالات أبعاد الصورة بوصفها خطاباً يتوازى مع الخطاب النصي، وبصفتها رسالة اتصالية تقوم بتبليغ مضمون ما، لكن الأكثر أهمية من المعاني المباشرة التي توصلها، هو الرسالة التي توحى بها أو تولدها بصورة غير مباشرة، والتي يتعمد مصممها أن يخاطب بها المتلقي، ولا تأتي الى المتلقي بتلقائية وعفوية، بل تخضع للمعالجة من طرف محترفين في التحرير الصحفي للصور، وعلى المستوى الأكاديمي تضيف الدراسة الحالية رصيذاً معرفياً من أجل البحث في موضوعات تحليل خطاب الصورة.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث الى معرفة جهود الفريق الإعلامي بالتعريف بالنشاطات التي يبذلها الكاظمي لتوسيع السمات الرئيسة لأنشطة وسائل الإعلام الحكومي، إذ اعتمد الكاظمي على مصوره الخاص واتخذة وسيلة لمشاركة مهامه الحكومية بصور جذبت الانتباه وإثارة الجدل حولها، مهما كانت الصيغة سواء صيغة المُجِب أو الناقد. ولهذا يهدف البحث الى الآتي:

1. معرفة مضامين القضايا المتضمنة في الصورة.
2. دلالة الصورة بصفتها رسالة اتصالية.
3. الإحاطة بالفعالية التي تحققها سيميائية الصورة في المجال السياسي.

رابعاً: منهج البحث

ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية التي تسعى الى تجاوز وصف المحتوى الظاهر للرسالة الاتصالية، والكشف عن المعاني الكامنة ودلالاتها، للوصول إلى النتائج الدقيقة، وأنسب منهج لذلك هو المنهج السيميائي الذي يحاول كشف العناصر الداخلية للصورة، وإعادة تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يمنح فهماً أفضل لوظيفة الرسالة الاتصالية داخل النسق الثقافي للحياة الاجتماعية، والسيميائية نشاط معرفي بالغ الخصوصية من حيث الأساليب التحليلية، ويستمد مبادئه من حقول

معرفية عدة كاللسانيات والفلسفة والمنطق والتحليل... إنها أداة لقراءة كل مظاهر السلوك الإنساني" (بنكراد، 2012، صفحة 16).

واتبع الباحث في بحثه هذا نموذج لوران جيرفيرو في تحليل الصورة الفوتوغرافية؛ كونها طريقة واضحة الخطوات في التطبيق في مجال تحليل الصورة الفوتوغرافية (Gervereau, 2020, pp. 34-38). وتكون دراسة الصور على وفق خطوات المنهج السيميائي، والعناصر التي يمكن أن تصبح علامات قابلة للقراءة من خلال ثلاثة مستويات: "المستوى التشكيلي، المستوى التعيني، والمستوى التضميني". وتم تحديد عناصر تحليل الصورة وفق النموذج الآتي:

1. المنظور: ويقصد به الطريقة التي يرى الشخص عن طريقها الصورة "القراءة التعينية".
2. الاضاءة: تقوم بنقل معاني مرتبطة بالصورة كالخوف أو الأمن، الإحساس بضوء الليل أو النهار.
3. اللون: المقصود به دلالة كل لون داخل الصورة.
4. المسافة الاجتماعية: المقصود بها الألفة أو الغربة تجاه الصورة.
5. الحالة المزاجية.
6. شكلية الصورة.

فضلاً عن تحليل الأشخاص المشاركين الفاعلين في الصورة، وهم المساهمين في العملية الاتصالية. ويمكن تلخيص شبكة تحليل Gervereau جيرفيرو بالآتي:

1. الوصف الأولي ويشمل:
 - 1.1. الجانب التقني: اسم الصورة، تاريخ ظهورها، نوع الحامل والتقنية المستعملة، الشكل والحجم.
 - 2.1. الجانب التشكيلي: الألوان ودرجة انتشارها، والتمثيل الايقوني.
 - 3.1. الموضوع: علاقة الصورة/العنوان، الوصف الأولي لعناصر الصورة "القراءة التعينية".
 2. بيئة الصورة وتشمل: الوعاء التقني والتشكيلي الذي وردت فيه، وعلاقة الصورة/بالمصور.
 3. القراءة التأويلية "التضمينية".
 4. نتائج التحليل.

خامساً: الدراسات السابقة

1. دراسة مبارك حمد الدسمة: "التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي - دراسة نظرية في الاعلام الكويتي"، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، 2012-2013 (الدسمة، 2013).

مشكلة الدراسة: ما التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي الكويتي؟
أهمية الدراسة: أهمية المعلومات التي سيتم الحصول عليها من مصادرها والتي تتعلق بالتأثير

الدلالي للكلمة والصورة والخبر الإعلامي.

أهداف الدراسة: التعرف على دور كل من الكلمة والصورة في عملية إبراز الخبر.

• بيان فائدة تمازج كل من الكلمات والصور.

• بيان أي من العنصرين أقدر على التعبير الكلمات أم الصور.

منهج الدراسة: المنهج النوعي الذي في الغالب ما يستخدم لتحليل البيانات وتفسيرها بشكل سردي.

نتائج الدراسة: تسهم الصورة في عملية إبراز الخبر الإعلامي، والقدرة على التعبير عما قد تعجز عنه الكلمات، فضلاً عن قدرتها على وصف الحدث بتفاصيله.

2. دراسة ميرزا دانيتش: "سيمائية الرسائل الإعلانية المعاصرة: فك الرموز المرئية" (Džanić, 2013).

Mirza Džanić: "The semiotics of contemporary advertising messages: Decoding visuals".

مشكلة الدراسة: كشف دلالة المعاني الضمنية في صور الإعلانات المعاصرة التي تعتمد على افتراض أن الاتصال يتحقق عبر فك تشفير الرسائل وتفسيرها.

أهمية الدراسة: أصبح الإعلان كخطاب مرئي راسخاً في الخطاب الاجتماعي وذلك عن طريق انتشاره على نطاق واسع في أنحاء العالم جميعها، إذ أن هناك شبكة معقدة من النصوص مصحوبة بصور وعناصر غير لغوية أخرى، مصممة لتكون متماسكة الكيانات "في الغالب ما تكون مرئية أكثر منها لفظية"، ومن هنا تبرز أهمية الدراسة في محاولة للكشف عن هذه العناصر غير اللغوية. منهج الدراسة: استخدمت الدراسة المنهج السيميائي في تحليل الصور محل الدراسة.

نتائج الدراسة: تكون المنتجات أو الخدمات المُعلن عنها، إمّا بصورة مباشرة وإمّا ضمناً عن طريق الرموز والأيقونات، مقدمة على أنها حلول لعدد من المشاكل التي قد يواجهها الناس، والتركيز لا يتم على السلع نفسها وإنما يتم على المستهلكين، كجزء لا يتجزأ من المعاني الاجتماعية للسلع، ويسود الإقناع كأسلوب لعرض لغة الإعلان متوافقة مع الصور، يتم إقناع المستهلكين والتلاعب بهم.

3. دراسة سيبل أنورسوي: "تحليل سيميائي لصورة الناشط في وسائل التواصل الاجتماعي" (Onursoy, 2015).

Sibel Onursoy: " A Semiotic Analysis of an Activist Image in Social Media".

مشكلة الدراسة: كيفية تضمين المعنى داخل الصور الثابتة، وكيف يتم الوصول إلى المعاني والأيدولوجيات الأعمق؟

أهمية الدراسة: يمكن رؤية الملصقات في وسائل الإعلام الحديثة المعاصرة، إذ تقوم باستخدام العلامات، وتؤثر على القرار الشرائي وآليات سلوك المجتمع، فقد أصبحت أكثر حيوية وجاذبة،

في مواقع الوسائط الجديدة، وتطور الجمهور من كونه سلبي التلقي إلى موضوع متلقي إيجابي. منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج السيميائي. نتائج الدراسة: تُعدّ النساء حوامل رمزية لهوية المجتمع بشكل فردي وجماعي، وشكل "الانثى" في ثقافات عدّة يرمز إلى روح المجتمع، وهذا الرمز يستخدم أيضاً بشكل متكرر في الحركات الاجتماعية المهمة، والتواصل المرئي، والثقافة المرئية هي السائدة في عالم اليوم، وفهم هذا العالم يمكن تحقيقه عن طريق قراءة هذه الصور، والتأثير على القرار والسلوك.

مناقشة الدراسات السابقة

1. اقتربت دراسة "مبارك حمد الدسمة" من الدراسة الحالية الى حد ما، إذ هدفت الدراستان إلى الكشف عن المعنى الدلالي للصورة وظروف الانتاج بالاعتماد على التحليل السيميائي، إلا أن الأولى درست الصورة والخبر معاً، والثانية درست الصورة الكاريكاتورية، وأن الموضوع قيد الدراسة يهدف الى ايضاح الدلالات السيميائية التي تركز عليها الصورة الفوتوغرافية الرقمية.
2. اقتربت دراسة "ميرزا دانيتش" و "سيل أنورصوي" من الدراسة الحالية من حيث استعمالها المنهج السيميائي لتحليل الصور الثابتة، لكن الأولى ركزت على الخطاب الإعلاني، والثانية على صورة الناشطين، ودراستنا الحالية تحاول تحليل الصورة الفوتوغرافية الرقمية ذات الطابع الإخباري أي: التي تنقل رسالة ما في محاولة لكشف هذه الرسالة وفك رموزها.
3. اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث مجتمع البحث الذي شمل الصور الفوتوغرافية المنشورة على صفحة المكتب الاعلامي لرئيس الوزراء في تطبيق تويتر.

سادساً: مفاهيم البحث

1. **السيمياء**: "علم يدرس انساق العلامات: لغات، أنماط، صور، علامات المرور، ... الخ" (جيرو، 2016، صفحة 5)، وهي كشف العلاقات الدلالية غير المرئية للعلامة داخل الحياة الاجتماعية.
2. **الصورة الرقمية**: "صورة مكونة من مئات الآلاف أو ملايين المربعات الصغيرة وتدعى عناصر الصورة أو بيكسلات، وذلك عندما يبدأ الحاسب أو الهاتف برسم الصورة فإنه يقوم بتقسيم الشاشة إلى شبكة من البيكسلات، ثم يقوم باستخدام القيم المخزنة للصورة الرقمية ليعطي لكل بيكسل لونه وسطوعه، وتدعى هذه الطريقة توضع الخانات bit mapping وتدعى الصور bit-maps".
3. **التوظيف**: "عملية تصميمية فكرية إبداعية جمالية، ترتبط بشكل مباشر بإسلوب المصمم وتقنيته الخاصة في التعامل مع الصورة، بما يوائم تطلعاته ودوافعه الذاتية، ليشكلها ويبيثها عن طريق عمله التصميمي بما تحمله من الرموز والإشارات ذات الدلالات التعبيرية ... بهدف التأثير في المتلقي بما تحمل من دلالات او حالات وجدانية. فضلاً عن أنها وسيط مناسب بوصفها شكلاً لوحدة فنية قد استعملت لبعث اجتماعي وثقافي معين" (صليبا، 1982، صفحة 581).

4. **الدلالة:** تهتم بدراسة الإيحاءات، إذ أن التعيين يمثل الأساس الأول "الدلالة المباشرة" الذي يستند عليه الإيحاء، والدليل في المستوى التضميني الذي يمثل "الدلالة الإيحائية"، وقد تكون الدلالة هي أي شيء يقوم بدور العلامة أو الرمز، قد تكون علامة على الطريق، وقد تكون إشارة باليد، وقد تكون، كلمات وجمل، وقد تكون علامات ورموزاً لغوية وقد تكون غير لغوية فهي بذلك "العلم الذي يدرس المعنى" (عمر، 1998، الصفحات 11-19). فهي لا تدرس العلامة في حد ذاتها، ولكنها "تدرس قضية المعنى في تطوراته وتغيراته وبنيته" (يخلف، 2012، صفحة 28).

تحليل الصورة

البطاقة الفنية للصورة	
العنوان	الكاظمي يزور الفلوجة في ذكرى الانتصار على داعش
السنة	10 كانون الاول 2020
نوع اللقطة	لقطة متوسطة
زاوية الكاميرا	زاوية منخفضة
مكان الصورة	الفلوجة



أولاً: الوصف

1. الجانب التقني

1.1. عنوان الصورة: "الكاظمي يزور الفلوجة في ذكرى الانتصار على داعش".

2.1. تاريخ الصورة: نشرت الصورة بتاريخ 10 كانون الأول لعام 2020.

3.1. التقنية ونوع الحامل: الصورة ملتقطة بكاميرا رقمية حديثة، بوساطة المصور الخاص برئيس الوزراء جمال بنجويني.

4.1. الشكل والحجم: الصورة منفتحة الجوانب غير مؤطرة ومربعة الشكل وبأبعاد 960 x 640 بكسل.

والشكل في العمل الفني يمثل "خطابًا اتصاليًا بين ذات الفنان وذات المتلقي الذي يأوله حسب مرجعياته وما تراه ذاتته الجمالية، ولهذا فالشكل هو الأساس والمنطلق في فهم العملية الفنية وبداية تشكيلها" (الخفاجي، 2012، صفحة 9). وله أيضًا وظائف جمالية يمنحها للصورة تبعًا لسياق تشكيلته فيها، وهذه الوظائف بحسب ستولنيتز هي: (ستولنيتز، 2006، صفحة 350)

1. الشكل يضبط إدراك المشاهد ويرشده، ويوجه انتباهه في اتجاه معين، إذ يكون العمل واضحًا.
2. الشكل ينظم وحدات العمل الفني على نحو من شأنه إبراز قيمتها وفعاليتها الحسية والتعبيرية.
3. التنظيم الشكلي له في حد ذاته قيمة جمالية كاملة.
4. للشكل وظيفة الإعلان عن مضمون العمل الفني بطريقة فنية تساعده على إبراز الإحساس الجمالي.

والمربع هو "الشكل المطلق عند المسلمين، إذ استخدم قديمًا في الزخارف الإسلامية، وفي أعمالهم الفنية، نظرًا لتناسب خطوطه، وأكثر تقييداً لمساحة الأشياء" (شحادة، 2015، الصفحات 66-67). ويرى فليب سيرنج أن المربع "رمزٌ في إحدى المقاييس إلى العناصر الأربعة: تراب، ماء، هواء، نار، وقد توافق مفهوم الشكل للأرض تمامًا مع النقاط الرئيسة الأربعة" (سيرنج، 1992، صفحة 476).

2. الجانب التشكيلي

1.2. الألوان ودرجة انتشارها:

شكّلت الألوان على مر التاريخ مادة للتأمل والتفكير في الكون والوجود، وأفصحَت الألوان عن جاذبيتها وتأثيرها على شخصية الإنسان منذ أن عرفها، ثم باتت لغة للإتصال بجميع معانيها وطرقها في الحداثة والابتكار والبنيان وهندسة الحضارات (الصفار، 2016، صفحة 34).

وامتازت الصورة موضع التحليل بطغيان الألوان الباردة عليها، مثل اللون الأزرق المتمثل بلون السماء والقفازات على كفوف مقاتلين في مقدمة الصورة، واللون البني المتمثل بالزبي العسكري، فضلاً عن اللون الأسود الظاهر على لباس بعض العناصر داخل الصورة من ضمنها الكاظمي، وتكمن جمالية الألوان الموظفة داخل الصورة موضع التحليل نتيجة استخدام "أسلوب شاعرية التوافق بين الألوان وإيحائاتها البصرية"، عن طريق استعمال الألوان الباردة معاً وهذا يعطي توافقاً لونياً (بوخاري، 2009، صفحة 81)، "وتُعدّ الألوان عنصرًا ذو مدلول ثقافي غاية في الأهمية، تحمل مجموعة من المعاني، فلا يمكن مقارنة لون إلا من وجهة نظر المجتمع والحضارة التي نشأ فيها" (الحجابي، 1994، صفحة 175). فاللون الأزرق هو من الألوان الأساسية ويحيل على "شعور الشخص بالمسؤولية وإيمانه برسالة ينبغي تأديتها" (عمر، 1997، صفحة 183). كما أن لهذه الألوان دلالة أيضاً على "النجاح والثقة لأنه لون السماء أكثر شيء مرتفع في الوجود، ...، وهو اللون الأكثر شعبية ويمثل الثقة، والموثوقية، والإستقامة، والنجاح، والانتماء، والمهنية في العمل،

والأمن، والاستقرار"، أما رمزية اللون البني فتتمثل في "المتانة والرسمية والدفاع والاعتمادية والأمان" (شريتج، 2017، الصفحات 325-328). فضلاً عن اللون البني فهو "يعطي احساساً بالجاذبية ويريح العين، لذلك يُعدّ لون جيد لإستعماله كخلفية" (مربيعي، 2000، صفحة 91). وهو أيضاً "يعطي الاحساس بالصلابة والقوة، ويسهم في ضبط التوترات" (الدليمي، 2016، صفحة 95) واللون البني هو لون الأرض يرتديه أفراد القوات الأمنية؛ ليساعدهم على التخفي والتمويه مع الطبيعة الجغرافية، أما بالنسبة للون الأسود فهو "لون يفرض نفسه بقوة، ويتكون نتيجة مزج الألوان جميعها مع بعضها البعض" (شريتج، 2017، صفحة 281). وهو "باعث قوي للمغوض" (الدليمي، 2016، صفحة 95).

وفي الحضارة السومرية كان اللون الأسود "رمزاً للأشياء الراقية، فالحاكم كان يرتدي عباءة سوداء، والشيء نفسه مع الأستاذ ورجال الحكومة والدين، ولهذا السبب سمي القسم الجنوبي من بلاد الرافدين، ذلك القسم الذي سكنه السومريون، أرض السواد" (رشيد، 2011، صفحة 96).

2.2. التمثيل الايقوني:

"أن المضامين الدلالية للصورة هي نتاج تركيب يجمع بين ما ينتمي الى البعد الإيقوني "التمثيل البصري الذي يشير الى المحاكات الخاصة بكائنات أو أشياء"، وبين ما ينتمي الى البعد التشكيلي مجسد في أشكال من صنع الإنسان وتصرفاته في العناصر الطبيعية وتراكمها من تجارب وأدعها أثاثه وثيابه ومعماره وألوانه وأشكاله وخطوطه" (ثاني، 2005، صفحة 127).

إن الصورة موضع التحليل منفتحة الجوانب وقد استطاعت إبراز الأبعاد الخاصة بقياس الصور ومادتها فكانت الخلفية السائدة مقسمة على قسمين:

القسم الأول: خلفية بشكل عامودي وتمثلت بالعناصر برئيس الوزراء والقائد العام للقوات المسلحة، فضلاً عن القادة الأمنيين وبعض من الإعلاميين، في حين شكل القسم الآخر عالم فني من الألوان الباردة، مما تعطي تأثيراً باتساع الحيز وهو ما عكس اتساع المدى والأفق في الصورة بالرغم من التقاطها من زاوية ضيقة الحجم والمساحة، في حين كان الخط العامودي يمثل جنديان لا يظهر منهما سوى يديهما بوضعية القبضة ويرتديان قفازات طبية.

أما من ناحية الخطوط فقد تحتوي الصورة موضع التحليل على خطين أفقيين يتعامدان على خط أفقي واحد، جاءت الخطوط متوازية للدلالة على "الشراسة والعدوانية" (عبدة وآخرون، 2020، صفحة 192). وهي ترمز الى "القوى النامية، وكذلك الشموخ والعظمة والوقار، وفي تلاقي الخطوط العمودية بالأفقية إقامة للتوازن... فالخطان: الأفقي بحكم تعبيره عن الاستقرار أو التسطیح، والعمودي عن الجاذبية الأرضية يؤديان دوراً في إثارة أحاسيس التوازن داخل التكوينات" (عبد، 2012، صفحة 34). ويمكن تلخيص الرسائل الايقوني الواردة في الصورة موضع التحليل في الجدول الآتي:

جدول يبين الرسائل الايقونية في الصورة موضع التحليل

الدوال الايقونية	المستوى التعيني	المستوى التضميني
الكاظمي	رئيس الوزراء	مصدر القرارات - تحمل المسؤولية
قوات عسكرية	ضباط ومراتب عراقية	دفاع - تضحية - انتصار
أشكال بشرية	قبضات اليد	الاستعداد - العزم
أشكال صناعية	قفازات طبية + كامات	التزام - وقاية
أشكال طبيعية	السماء	الحياة - الشموخ

3.2. حجم وزاوية الصورة:

إن "تفسير أي صورة يعتمد على الزاوية التي نراها منها" (ناصر، 2011، صفحة 77)، فالصورة موضع الدراسة هي من ضمن اللقطات العامة، إذ جاءت بزاوية مقابلة للقارئ لإثارة اهتمامه، ففي الصورة نلاحظ رئيس الوزراء محور الصورة ونقطة مركزها كما تبدو زاوية النظر مرتفعة من الأسفل الى الأعلى والشكل الذي يمثل الجنود وقبضاتهم أكثر قريباً من الإطار، وأكثر ضخامة من شخصية الكاظمي، وبشكل عام تم التقاط الصورة بزاوية مناسبة وصعبة.

3. الموضوع

1.3. العنوان:

وردت الصورة مُصاحبة للعنوان الطويل الآتي (المكتب الاعلامي لرئيس الوزراء، 2020):
"رئيس مجلس الوزراء مصطفى الكاظمي: نفتخر بهذا اليوم العظيم، ونفتخر بهذا الإنجاز الكبير ونفتخر بكم.. أنتم فخرنا ورمز صمودنا.. وأنا أصريت أن أكون هنا بينكم، لنقول لكل من يحاول المساس بكرامة العراق أو وحدة أراضيه أو سلامة العراقيين.. إننا هنا.. والعراق أكبر منكم".

ونلاحظ أن الدلالات الايقونية التي تضمنتها الصورة تُعبر عن مضمون الرسالة اللسانية "الصمود، القوة، الاستعداد والجاهزية"، هي دلالات يمكن أن يوولها المتلقي عن طريق قراءته للصورة.

2.3. القراءة التعينية:

الصورة غير مؤطرة منفتحة الجوانب واسعة الأفق، وشديدة الوضوح، وامتدت العناصر الرئيسية فيها بشكل عامودي بدءاً من رئيس الوزراء إلى الجنود والقادة، والشيء البارز هو رئيس الوزراء وقياداته الأمنية، فالصورة تحمل معنى واضحاً للجمهور المستهدف، إذ شكلت بذلك بديلاً عازقاً على وتر الإيجاز في نقل رسالتها، وبهذا الصدد يقول سعيد بنكراد "أن الشعار اللفظي وكذا الصورة والمنحوتات والأشياء وبعض أوضاع الجسد وكل الكيانات التي تستعمل كأدوات تمييزية تستمد وظيفتها التمييزية من العمق الثقافي الذي يمثل انتشارها الدلالي المقبل" (بنكراد، 2006، صفحة 124).

إن المستوى التعييني في قراءة الصورة هو "تعيين عناصر الصورة" (الشنقيطي، 2018، صفحة 94). فالعنصر الممثل لبؤرة الصورة هو رئيس الوزراء مصطفى الكاظمي مع جنديين عن اليمين والشمال في وضع الاستعداد، مثلت السماء الخلفية الأساس للصورة، مع وجود مجموعة من القادة والجنود فضلاً عن الإعلاميين، وفي النموذج الذي قدمه دو سوسير ركز على الدلالة التعيينية على حساب الدلالة الضمنية، فقد صنف الدلالة على مستويين هما (شرجي، 2013، الصفحات 37-38):

الأول: التعيين وفيه العلامة تتشكل من دال ومدلول.

الثاني: التضميني تستخدم العلامة التعيينية دال ومدلول كدال، وتضيف إليها مدلولاً إضافياً.

وبناءً على ذلك تكون الدلالة التضمينية علامة تُشتق من الدال علامة تعيينية، وينتج من التعيين سلسلة من الدلالات الضمنية، ومن ثم يمكن أن يصبح ما هو مدلول في مستوى ما دالاً في مستوى آخر، وبهذه العلامة وفق آلية دو سوسير، لا يمكن أن تحوي معنى أحادي التفسير، وتكون مثقلة بالمعاني.

ثانياً: بيئة الصورة

صورة فوتوغرافية ذات وظيفة إخبارية، ملتقطة بوساطة كاميرا حديثة ومعدلة بوساطة برنامج لتعديل الصور، تضمنت الصورة عناصر وعلامات ايقونية تمثلت في اللون الأزرق في السماء المشكلة للأفق، قبضة الأيدي التي ترمز الى القوة والسلطة والشدة، والالتزام بالإجراءات الوقائية، ثم شخصية الكاظمي في وسط الصورة.

ثالثاً: القراءة التأويلية

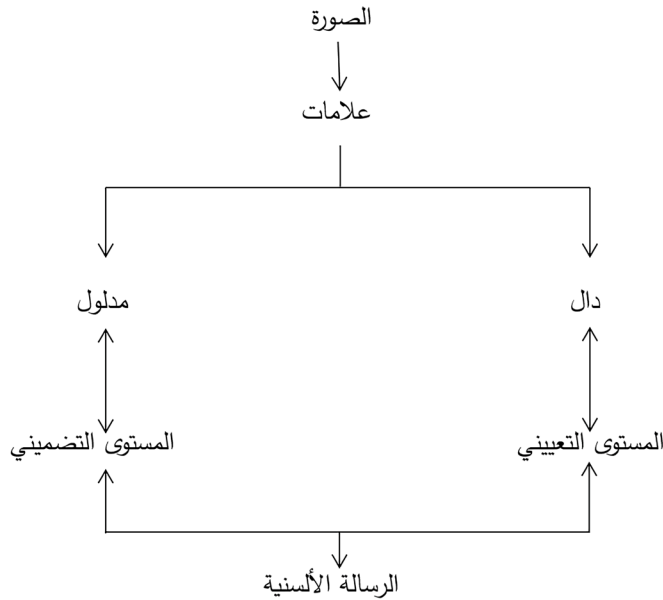
بحسب بول ريكور تُعد القراءة التأويلية عملاً فكرياً يتجلى أثره في "فك المعنى الذي يختفي في المعنى الظاهر والكشف عن مستويات الدلالة المبتوثة في الدلالة الحرفية" (بنكراد، 2012، الصفحات 248-249). ويضيف بنكراد "كما قد توحى بذلك حركة الانتقال من المعنى الحرفي إلى وجوه الرمزية، بل يحيل على ما يجمع بين أفقين مختلفين ... وفي هذه الحالة، فإن التأويل هو في المقام الأول نبض في ذاكرة الكلمات وانتقاء الدلالات التي تتلائم مع الغاية التأويلية ... عن طريق ذلك الرابط الذي يقيمه التأويل بين زمن الإنتاج وزمن التلقي" (بنكراد، 2012، صفحة 249).

فضلاً عن السياق الايقوني واللساني الذي جاءت به الصورة، فالسياق الزمني دلالاته وايحاءاته أيضاً، والصورة التي بصدد تحليلها، جاءت بعد سبعة أيام من حادثة جرت في محافظة الأنبار، شهدت خلافاً وتهديداً متبادلاً بين صنفين من القوات الأمنية هما: الحشد الشعبي والجيش العراقي اثر رفع صورة "أبو مهدي المهندس" في المحافظة، مما يعطينا مؤشر أن هذه الزيارة جاءت لعقد المصالحة مع مديرية الحشد الشعبي في المحافظة، في سبيل عدم وقوع أي خصومة بين منتسبي القوات الأمنية بمختلف تصنيفاتها فهي في النهاية تقوم بأمر القائد العام للقوات المسلحة، وتعمل

على حفظ سلامة البلد وشعبه.

وتتميز السيميائيات الايقونية في استثمار الصورة للنص اللساني (الشجيري، 2019، صفحة 540)، ويرى أصحاب النظريات اللغوية أنه من دون لغة لا يمكن قراءة الصور (ناصر، 2011، صفحة 70). وعند ملاحظة الرسالة الألسنية المصاحبة للصورة نجد أنها قدمت بإسلوب مخاطبة مستعين بصيغة الجمع في كتابتها، تحمل دلالات الإنتصار، والصمود، والوحدة، والاستعداد، والجاهزية، وتحيل الى العمل على ما تقتضيه المصلحة العامة، فهي بذلك وردت داعمة لما تؤول إليه الصورة.

المخطط يبين دلالة الرسالة الألسنية في الصورة عن طريق المستوى التعيني والتضميني



وقد وردت الدلالات التي تحيل إليها الصورة في آيات قرآنية وأحاديث نبوية مثل قوله تعالى في سورة آل عمران {وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا}، وفي تفسير القرطبي حول هذه الآية يقول "إن الله تعالى يأمر بالألفة وينهى عن الفرقة؛ لأن الفرقة هلكة، والجماعة نجاة".

وتتميز الرسالة التضمينية بكونها أعمق مستوى في قراءة الصورة، وتكون القراءة حسب قيم الشخصية القارئة، ويتم في هذا المستوى تقديم القراءة التحليلية للصورة كما يراها ويفهمها الشخص المحلل، الذي يمكن أن يقدم أيضًا وجهة نظره الشخصية، أو المعنى الذي فهمه، والذي قد يتقبله المتلقي لقرب وجهات نظرهما، أو يعترض لاختلاف طريقة فهم الصورة (بوصابة، 2018، صفحة 7). وتمثل الصورة أشراقه أمل للعراقيين، لمن عاش معاناة الإرهاب والتهجير والفقد، وتبشرهم بحكومة قادرة على حفظ كرامتهم وعرضهم ودمائهم وممتلكاتهم، إشارة إلى أن الماضي قد رحل ولن يتكرر، فالعراق لديه قوات أمنية مستعدة وجاهزة للدفاع عنهم، ويقتص ممن ازهق دمائهم وأموالهم.

وقد أوجد مصور رئيس الوزراء حيزاً مهماً فجعله يتوسط الصورة، ومن هذه الزاوية نلتصق في الصورة أنه أراد إبراز قوة الدولة، وفي ذلك إحياء لقارئ الصورة عن طريق الإبعاد الشكلية، والمساحية، والزمانية، لتتحد جميعها في سبيل تقديم معنى محددًا يتمثل بالإصرار والعزيمة، وارتسمت هذه الملامح على وجه الكاظمي وهو يوجه نظراته إلى الجنود في مقدمة الصورة، وقد خطت تقاسيم القوة على محياه، وبهذا فالحكومة مصرة على حفظ الأمن والاستقرار في محافظات العراق جميعها. ونقلت الصورة هذه الرسالة عبر رمز قبضات الجنديين في وضع الاستعداد، وهو رمز معروف وواضح لكل مشاهد أو قارئ للصورة، فهنا تشكل الصورة دال التي اتاحت لنا المشاهدة والقراءة، والقبضة والاستعداد مدلول، وكلاهما يشكلات علامة مرتبطة "دال مرتبط بمدلوله". إلا أن هذه العلامة لا يمكن لها أن تقف عند الحد هذا، بل عليها مواصلة ديناميتها الدلالية لكي تصبح دالاً لمدلول ثانٍ "قوة الدولة وعزمها على فرض الأمن والاستقرار"، وبهذا فهو مدلول للقوة والإصرار، لتكون هذه السيرة الدلالية ذائعة الصيت وبينة المعاني.

والصورة الفوتوغرافية من وجهة نظر رولان بارت تتميز بأنها ذات استقلال بنيوي، فهي تتشكل من عناصر مختارة ومعالجة وفق المطلبين: المهني والجمالي والايديولوجي اللذين يعطيان لها بعداً تضمينياً تساق إلى المستلم، الذي لا يكتفي بتسلمها فقط، بل يعيد قراءتها على وفق ما يملك من مخزون ثقافي ورمزي أي: بمعنى ينطلق من مرجعية ثقافية حضارية (كمال، 2001). فالصورة ليست الأشياء التي تمثل، وإنما هي تعين تلك الأشياء لقول لنا شيئاً آخر، فدلالة الرسالة غير لفظية في الصورة وتقسّم على قسمين: الأول الأستعداد، وتعكس الثاني وهو الأصرار والعزيمة والقدرة.

إن هذا المضمون تعكسه بؤرة الصورة في المقام الأول، وعلى النحو نفسه زاوية الكاميرا ونوع اللقطة، والألوان، ولهذه العناصر أهميتها الكبيرة في إيصال الرسالة، إذ تمثل مجتمعة الجانب الجمالي في الصورة، وتجعل مكوناتها قابلة للإدراك، بينما يرمز ارتداء الجنديين للقفازيات الطبية إلى الالتزام بإجراءات الوقاية من فيروس كورونا، والمعنى العام أن الانضباط والالتزام يأتي ككتلة واحدة ومن قبل الجميع.

رابعاً: نتائج التحليل

1. تمركز الكاظمي في بؤرة الصورة مع الجنديين في المقدمة، فكانت معبرة عن مضمونها، ومتمثلة بالإصرار على تحقيق الأمن، ودحر الإرهاب، وتحقيق السلام.
2. تقدم الصورة رسالة للقارئ بأن القوات المسلحة العراقية جاهزة لردع أي تجمعات إرهابية أو عصابات أو الدخول في معركة، وكل هذه تكون معروفة المصير؛ لأن الدولة دائماً أقوى من الإرهاب.
3. ترمز قبضات الجنديين إلى الاستعداد والتأهب للأوامر التي قد تصدر من القائد العام للقوات

- المسلحة بأي لحظة، والصورة بلغت غاية التوفيق في إيصال رسالتها عن طريق الاستعارة بهذا الرمز.
4. يتوافق النص المصاحب للصورة معها، بمعنى أن الحكومة جادة بما تقول، وأن إجراءاتها وقراراتها فورية وليست مؤجلة.
5. تنوعت الألوان بين البني والخلفية الزرقاء التي ترمز الى الهدوء والسلام والأمان، فيجب أن ينعم الشعب العراقي بالهدوء والأمان والحياة الكريمة.
6. يهتم الكاظمي بصورته الإعلامية في كل خطوة سياسية يخطوها لجعلها مؤثرة أكثر، وفي الإضرار به أيضاً وفضحه "مثال ذلك شكلت صورة موقف محرج، إذ ظهر الكاظمي وهو يرسم العلم العراقي بـ"المقلوب" على وجه أحد الأطفال"، مما اضطر القائمين على إدارة الموقع الرسمي الى حذف الصورة بعد دقائق من نشرها.

المصادر والمراجع

- احمد بوخاري. (2009). دلالات المكان في الومضات الاشهارية التلفزيونية دراسة تحليلية سيمولوجية مقارنة بين متعاملي الهاتف النقال (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام.
- احمد شرجي. (2013). سيمولوجيا الممثل الممثل بوصفه علامة وحامل للعلامات. دمشق: صفحات للدراسات والنشر، مكتبة عدنان.
- احمد مختار عمر. (1997). اللغة واللون (الإصدار 2). القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- احمد مختار عمر. (1998). علم الدلالة. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع .
- اسمهان مريبي. (2000). الإشهار في التلفزيون الجزائري دراسة سيمولوجية للرسالة الإشهارية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر.
- آمنة شحادة. (2015). البنية الهندسية في النحت العربي المعاصر (رسالة ماجستير غير منشورة): جامعة دمشق، كلية الفنون الجميلة، قسم النحت.
- بيير جيرو. (2016). السيميائيات: دراسة الأنساق السيميائية غير اللغوية. دمشق: دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع.
- جميل صليبا. (1982). المعجم الفلسفي (الإصدار 2). بيروت: دار الكتاب اللبناني.
- جيروم ستولنيتر. (2006). النقد الفني دراسة فلسفية وجمالية. (فؤاد زكريا، المترجمون) الاسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.
- رعد سليم الصفار. (2016). المعرفة والتفكير المعاصر اكتسابها - انماطها - ترميمها. عمان: شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- رنا حسين هاتف الخفاجي. (2012). تحولات الشكل في لوحات موندريان. مجلة جامعة بابل، 20(3)، 840-870. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/download/2f8a1be500b0c04d>
- ريم عمر شريخ. (2017). الإعلان الالكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة. دمشق: دار التربية الحديثة.
- سعيد بنكراد. (2006). سيميائيات الصورة الاشهارية. المغرب: افريقيا الشرق.
- سعيد بنكراد. (2012). السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها (الإصدار 3). سوريا: دار الحوار للنشر والتوزيع.

- سعید بنكراد. (2012). *سيرورات التأويل من الهرموسية الى السيمائيات*. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- سهام حسن الشجيري. (2019). *التحيز في تناول الإعلام بناء نموذج تفسيري لتحيزات وسائل الإعلام*. القاهرة: دار حميثرا للنشر والترجمة.
- عبد الجبار ناصر. (2011). *ثقافة الصورة في وسائل الإعلام*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الرحيم كمال. (2001). *سيمولوجيا الصورة الفوتوغرافية*، بارث نموذجاً. *مجلة علامات*، 2001(16)، 96-101.
- عبد النور بوصابة. (2018). دور الصورة الكاريكاتيرية في معالجة قضية اللاجئين السوريين دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من كاريكاتيرات الجرائد العربية. *Route Education and Social Science Journal*، 5(3)، 779-802.
- فايزة يخلف. (2012). *سيمائية الخطاب والصورة*. بيروت: دار النهضة العربية.
- فوزي رشيد. (2011). *ظواهر حضارية وجمالية من التاريخ القديم*. دمشق: صفحات للنشر والتوزيع.
- فيليب سيرنج. (1992). *الرموز في الفن، الأديان، الحياة*. (عبد الهادي عباس، المترجمون) دمشق: دار دمشق.
- قدور عبدالله ثاني. (2005). *سيمائية الصورة مغامرة سيمائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم*. الجزائر: دار الغرب للنشر والتوزيع.
- مبارك حمد الدسمة. (2013). *التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي: دراسة نظرية في الاعلام الكويتي* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام.
- محمد الحجابي. (1994). *التصوير والخطاب البصري، تمهيد اولي في البنية والقراءة*. الرباط: مطبعة الساحل.
- محمد علي عبدة، وائل حمدي القاضي، نجلاء نبيل عثمان، و آية ماجد منصور. (2020). *الدلالات الرمزية والتعبيرية للرموز الهندسية في الفن الإفريقي*. *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة*، 8(26)، 187-206. <https://doi.org/10.21608/EJOS.2020.118254>
- مروة جبار الدليمي. (2016). *اسس التصميم الداخلي والديكور*. عمان: شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- مريم الشنقيطي. (2018). *الخطاب الإشهاري في النص الأدبي دراسة تداولية*. الرياض: الفیصل.
- المكتب الاعلامي لرئيس الوزراء. (2020، 10، 2). *تويتر*.
- الهام صبحي عبد. (2012). *الخط و علاقته بالتكوين في فن الرسم المعاصر*. الأكاديمي(62)، 29-46. تم الاسترداد من <https://www.iasj.net/iasj/download/030f7a2ef00d0076>

References

- Abd, E. S. (2012). Calligraphy and its relationship to formation in the art of contemporary painting. *Academic*(62), 29-46. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/download/030f7a2ef00d0076>
- Abdo, M. A., Al-Qadi, W. H., Othman, N. N., & Mansour, A. M. (2020). The symbolic and expressive connotations of geometric symbols in African art. *The Egyptian Journal of Specialized Studies*, 8(26), 187-206. <https://doi.org/10.21608/EJOS.2020.118254>

- Al Hijabi, M. (1994). *Photography and visual discourse, an initial introduction to structure and reading*. Alribat: Matbaeat Alsaahil.
- Al-Dasma, M. H. (2013). *The semantic effect of the word and the image in the media news, a theoretical study in the Kuwaiti media* (Unpublished Master Thesis). Middle East University, Faculty of Mass Communication.
- Al-Dulaimi, M. J. (2016). *Basics of interior design and decoration*. Amaan: Dar Academicians for Publishing and Distribution.
- Al-Khafaji, R. H. (2012). Figure shifts in Mondrian's paintings. *Babylon University Journal*, 20(3), 840-870. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/download/2f8a1be500b0c04d>
- Al-Saffar, R. S. (2016). *Knowledge and contemporary thinking: Acquisition - Patterns - Development*. Amaan: Dar Academicians for Publishing and Distribution.
- Al-Shujairi, S. H. (2019). *Bias in Media Intake Building an explanatory model for media biases*. Cairo: Dar Humaitra for publishing and translation.
- Benkrad, S. (2012). *Semiotics, its concepts and applications* (3 ed.). Syria: Dar Al-Hiwar for publication and distribution.
- Bousaba, A. (2018). The role of the caricature image in addressing the issue of the Syrian refugees Analytical study of a semiological study of a sample of Arab newspaper caricatures. *Route Education and Social Science Journal*, 5(3), 779-802.
- Bukhari, A. (2009). *Indications of place in TV commercial flashes A comparative analytical study between mobile phone customers* (Unpublished Master Thesis). University of Algiers, Faculty of Political Science and Information.
- Džanić, M. (2013). The semiotics of contemporary advertising: messages : Decoding visuals. *Jezikoslovlje*, 14(2-3), 475-485.
- Gero, P. (2016). *Semiotics: the study of non-linguistic semiotic systems*. Damascus: Dar ninawaa for Studies, Publishing and Distribution.
- Gervereau, L. (2020). *voir, comprendre, Analyser les images*. La decouverte.
- Kamal, A. (2001). The symology of the photographic image, Barth as an example. *Journal marks*, 2001(16), 96-101.
- Maribei, A. (2000). *Advertising on Algerian television, a semiological study of the advertising message* (Unpublished Master Thesis). Algeria University.
- Maryam Al-Shanqeeti .(2018) .*The advertising discourse in the literary text, a pragmatic study* .Riyadh: Al-Faisal.
- Nasser, A. (2011). *Image culture in the media*. Cairo: AL daar Almisriat Allubnania.
- Omar, A. M. (1997). *Language and color* (2 ed.). Cairo: World of Books for Publishing and Distribution.
- Omar, A. M. (1998). *Semantics*. Cairo: World of Books for Publishing and Distribution.
- Onursoy, S. (2015). A semiotic analysis of an activist image in social media. *Online journal of art and design*, 3(2), 1-13.

- Pankrad, S. (2006). *Semiotics of the publicity image*. Morocco: Afriqia Alsharq.
- Prime Minister's Media Office. (2020, 2 10). *Twitter*.
- Rashid, F. (2011). *Civilized and aesthetic phenomena from ancient history*. Damascus: Safahat for publication and distribution.
- Said, P. (2012). *Interpretation processes from hermeticism to semiotics*. Beirut: Arab House of Science Publishers.
- Saliba, J. (1982). *Philosophical Lexicon* (2 ed.). Beirut: Dar Alkitaab Allubnani .
- Sharji, A. (2013). *Semiology of the actor The actor as a sign and bearer of signs*. Damascus: Pages for studies and publishing, Adnan Library.
- Shehadeh, A. (2015). *The Geometric Structure in Contemporary Arab Sculpture* (Unpublished Master Thesis). Damascus University, Faculty of Fine Arts, Department of Sculpture.
- Shriteh, R. O. (2017). *Contemporary electronic advertising concepts and strategies*. Damascus: Modern Education House.
- Stollnitz, J. (2006). *Art criticism is a philosophical and aesthetic study*. (F. Zakaria, Trans.) Alexandria: Dar Al-Wafaa for the world of printing and publishing.
- Syring, P. (1992). *Symbols in art, religions, life*. (A. Abaas, Trans.) Damascus: Dar damascus.
- Thani, Q. A. (2005). *The semiotics of the image is a semiotic adventure in the most famous visual missions in the world*. Algeria: Dar Al-Gharb for publication and distribution.
- Yakhluf, F. (2012). *Semiotics of discourse and image*. Beirut: Dar Alnahdah Alearabia.