

الصورة الإخبارية المنشورة على حسابات وكالات الأنباء العالمية على مواقع التواصل الاجتماعي (إنستجرام نموذجاً)

دراسة تحليلية سيميائية

د. سالي ماهر نصار*

الملخص:

سعت الدراسة من خلال تطبيق أداة التحليل السميولوجي، لتحليل دلالات عناصر الصورة المنشورة، والكشف عن المغزى الضمني غير الصريح للصور المتعلقة بفيروس كورونا في التغطية الإعلامية المصورة لوكالات الأنباء العالمية؛ وهي: AFP، Reuters، و AP عبر حسابها على موقع إنستجرام، في تغطيتها لأحداث انتشار فيروس كورونا حول العالم، وتحليل الرسالة الاتصالية المراد توصيلها لمشاهد تلك الصور، وقد بلغت فترة التحليل ثلاثة أشهر (من 1 ديسمبر 2019 وحتى نهاية فبراير 2020)، تم خلالها مسح كل الصور التي تم نشرها، وروعي في عملية الاختيار لضمان الموضوعية اختيار أكثر الصور حساداً لإعجابات المتصفحين عبر موقع Instagram، بواقع صورتين من كل وكالة على حدة.

كما اهتمت برصد أوجه الاختلاف والاتفاق بين الوكالات محل الدراسة- بهدف الكشف عن أبرز الدلالات التعيينية والأيقونية والتضمينية.

عكست الصور وضعاً مأساوياً عالمياً، جزاء تفشي فيروس كورونا المستجد، حيث أظهرت أغلب الصور مشاعر القلق التي بدت واضحة على وجوه الشخصيات التي تضمنتها الصور، بما يدعم حالة الخوف والترقب، ويؤكد مشاعر القلق الشديدة، بالرغم من إظهار ارتفاع المستوى الصحي الوقائي والالتزام بالإجراءات الوقائية في التعامل مع الأزمة، والمتمثل في ارتداء أغلب الشخصيات الأقنعة الواقية، الأمر الذي يكشف عن الجهود المبذولة للحد من انتشار الفيروس ومحاولة السيطرة عليه.

* مدرس بكلية اللغة والإعلام - الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

Abstract:

The study used a semiological analytical tool to analyze the semantics of the published image and to reveal the implicit significance of the images related to the Corona virus in the media coverage of the international news agencies (AFP, Reuters, and AP), via their accounts on Instagram around the world. This study analyzed message intended to be delivered to the viewers of those photos. It extended for three months (from December 1, 2019 to February 2020) : choosing the most liked photos on Instagram, two photos from each agency separately.

The study was also concerned with the differences and similarities between agencies - under study - to uncover the most prominent identifying, iconographic and implicit indications.

The images reflected a tragic global situation, as a result of the outbreak of Covid-19. Most of the images showed feelings of anxiety that appeared clear on the faces of the characters included in the pictures, despite of the high level of health precautions with the crisis and wearing protective masks to reduce spreading the virus.

المقدمة:

يُعد التواصل طبيعة أصيلة في البشر، من أجل التعرف على مستحدثات الأمور، ومجريات الأحداث من حولهم، وعلى مر العصور اختلفت طرق التواصل بين ما هو نص مقروء، وصوت مسموع، وصورة مرئية، إلا أن أكثر طرق التواصل الجذابة كانت ولا تزال هي التواصل من خلال الصور.

فالصورة هي اللغة المتفق عليها بين الشعوب على اختلاف لغاتهم ولهجاتهم، وإذا كانت الكلمات قادرة على إيصال معنى أو معانٍ محددة، فالصورة تحمل الكثير من المعاني وتحتمل الكثير من التفسيرات، لذا نجد الصورة في أغلب الأحيان أبلغ وأقوى من الكلمات، فقد تعجز الكلمات عن وصف صورة بينما تبرع الصورة في التعبير عن الكثير من الكلمات، فهي أسرع وأجدر في توصيل الرسالة والمعنى.

ولم تعد الصورة عنصرًا يجذب الاهتمام والانتباه فحسب، بل هي مجال غني متداخل المعاني والاتجاهات والأفكار، يعلق في الذاكرة مدة تفوق المعلومات المقروءة.

مشكلة الدراسة:

لا شك أن للصورة الإخبارية دوراً بارزاً في تغطية الأحداث في جميع أنحاء العالم، والذي بالطبع يتعاضد بصفة خاصة في حالة تغطية النزاعات والثورات، والتطورات المهمة التي تشغل جميع الباحثين عن الأخبار حول العالم، الأمر الذي ظهر في عرض الصور على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، والمختصة بالصور بشكل خاص؛ لإشباع شغف الباحثين عن الأخبار حول العالم، والذين لم يعد يعينهم قراءة تفاصيل الحدث، لمعرفة ما يحدث من حولهم.

وعليه تتمثل مشكلة هذه الدراسة في فهم التغطية المصورة للأحداث العالمية، وتحليلها تحليلاً سيمولوجياً للبحث في المقاصد المباشرة وغير المباشرة.

وذلك من خلال دراسة وتحليل عدة متغيرات تشمل خصائص، وأنماط المصادر التي اعتمدت عليها وكالات الأنباء محل الدراسة في الوصول إلى الصور التي نشرتها حول مختلف الأحداث، وموضوع الصور، وزوايا التصوير ودلالاتها، فضلاً عن مضمون تلك الصور والشخصيات التي تضمنتها، الأمر الذي يمكننا من الكشف عن الجوانب التي جذبت انتباه وكالات الأنباء محل الدراسة، ومن ثم تحليل وتفسير الكيفية التي تم تناول الأحداث وفقها.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من كونها تختص بالصورة الإخبارية، وتفسيرها في إطار التحليل السيمولوجي الذي يكشف عن معنى الصورة وأبعادها ودلالاتها، ولا يقف فقط عند حد المعنى السطحي، أو الأولي للصورة.

كما تستمد الدراسة أهميتها من كونها تتناول حسابات وكالات الأنباء العالمية بوصفها أحد أبرز مصادر الأخبار التي تستقى منها وسائل الإعلام المختلفة ما تنشره، أو تذييعه، أو تعرضه من أخبار، وهو ما يمكن توضيحه في أهمية: علمية وأخرى عملية، وذلك على النحو الآتي:

1. علمية:

- تعد الدراسة استكمالاً للدراسات التي تُعنى بدراسة الصور الثابتة، خاصة أنها تتناول التحليل السيميولوجي لدراسة دلالات الصورة.
- تعالج الدراسة موضوعاً مهماً وحديثاً ومرتزاً للاهتمام، وهو جائحة فيروس كورونا المستجد، الأمر الذي تزايد معه الاهتمام بوكالات الأنباء بوصفها أحد أبرز وسائل الحصول على الأخبار.
- تحلل الدراسة الصور الإخبارية تحليلاً كميّاً سيميولوجياً، حيث يُعد التحليل السيميولوجي من أقدر الوسائل على التعامل مع الرموز والعلامات والكشف عن دلالاتها ودورها.

2. عملية:

- كشفت أهمية الصور، وما تعرضه من خطاب ضمني دقيق عن واقع التغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا حول العالم.
- دور التغطية المصورة في إبراز الخبر وتوضيحه، وفهم الآليات التي تستند إليها وكالات الأنباء في عرض الأحداث.
- تركيز الدراسة على المحتوى الرمزي، من خلال تحليل المحتوى بالمعاني الضمنية والدلالية لمختلف الرسائل.

أهداف الدراسة:

- يتمركز هدف الدراسة الرئيس في تحليل وتفسير المحتوى الضمني غير الصريح للصور التي تنشرها وكالات الأنباء محل الدراسة، والتي ينبع منها مجموعة من الأهداف الفرعية، وهي على النحو الآتي:
- 1- إبراز العناصر الدلالية للصور محل الدراسة المنشورة على موقع إنستجرام والتابعة لوكالات الأنباء العالمية الثلاث محل الدراسة.
 - 2- الكشف عن الدلالات والمعاني الضمنية، والاتجاهات للصور المنشورة على وكالات الأنباء العالمية محل الدراسة المراد توصيلها للجمهور، باستخدام المنهج السيميولوجي في تحليل الصورة.

- 3- دراسة الكيفية التي تناولت بها وكالات الأنباء العالمية تداعيات فيروس كورونا، ومدى متابعتهم لها من خلال التغطية المصورة والمنشورة على موقع إنستجرام.
- 4- دراسة أوجه الاتفاق والاختلاف بين حسابات وكالات الأنباء العالمية محل الدراسة، فيما يتعلق بالتغطية المصورة للأحداث المتعلقة بانتشار فيروس كورونا.

التساؤلات:

1. ما الأحجام التي تنشر بها الصور على حسابات وكالات الأنباء العالمية؟
2. ما نوع اللقطات المستخدمة في النقاط الصور المنشورة على حسابات وكالات الأنباء العالمية؟
3. ما أنواع الصور التي نشرتها وكالات الأنباء محل الدراسة على حساباتها على موقع إنستجرام في تغطيتها لموضوع فيروس كورونا؟
4. ما الدلالات اللونية التي ظهرت في اللقطات المصورة؟
5. كيف عبرت الصورة عن أحداث فيروس كورونا وتطوراتها، وما المعاني والدلالات الضمنية التي نقلتها لمشاهدي تلك الصور في حسابات وكالات الأنباء محل الدراسة؟
6. ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين حسابات وكالات الأنباء العالمية محل الدراسة، فيما يتعلق بالتغطية المصورة للأحداث المتعلقة بانتشار فيروس كورونا؟

الدراسات السابقة:

تُعد خطوة مراجعة الإنتاج العلمي السابق خطوة بحثية ومنهجية أصيلة في مجال البحث العلمي، لما له من بالغ الأثر، في مساعدة الباحثة في فهم أعمق لطبيعة الفكرة البحثية، وكيفية صياغة أهدافها، ولهذا اجتهدت الباحثة في الاطلاع على دراسات قريبة من الدراسة الحالية.

تعددت الدراسات التي تناولت التحليل السيميولوجي للصورة، حيث تنوعت المقاربات التي اعتمدها كل دراسة بحسب هدفها وأداتها، إلا أنها اتفقت على أن السيميولوجيا تتعلق بالمعاني، وكيفية انتقاء عناصر الصورة، وتركيبها لها بشكل معين، لينتج عنها معنى معين بحسب دراسة (Günay, D., Parsa (2012)⁽¹⁾، وأكدت دراسة Sibel Onursoy (2015)⁽²⁾ أن العناصر المرئية هي أسهل طرق النقاط المعاني، فالفرد يعتمد في الفهم وتحصيل المعلومات على العناصر المصورة بنسبة 83%، لذا تعددت الدراسات الإعلامية التي اهتمت بتحليل الصورة، كما أشارت دراسة بيريح حسين جمعة الربيع (2014)⁽³⁾ إلى أن الاهتمام بالصورة جاء من كونها تُعد رسالةً اتصالية إعلامية تخلق عملية تواصلٍ بصري visual communication، وهو ما أكدته دراسة Francis Arackal (2015)⁽⁴⁾، حيث أظهرت أن وسائل الإعلام قادرة

على تكوين ثقافة عالمية من خلال ما تعرضه من رموز ودلالات، فكل صورة لا يمكن أن تحمل معنى لمشاهدها إلا إذا سعى مشاهدها لفك رموزها، في سياق ثقافته وفكره.

كما برزت الكثير من الدراسات التي تناولت التغطية الصحفية المصورة، حيث تعددت الدراسات التي اهتمت بدراسة وتحليل التغطية المصورة للأحداث البارزة، والتي على رأسها الأزمات والحروب، بحسب ما أشارت إليه دراسة رحاب الداخلي محمد (2017)⁽⁵⁾ إلى أهمية التغطية الإعلامية، بوصفها أداة مهمة يمكن أن تسهم في مكافحة الإرهاب، من خلال ما قامت عليه من تحليل أكثر من 300 صورة من مواقع إلكترونية صحفية، مستندة إلى مقاربات Roland Barthes و Martin Joly، وأظهرت نتائج الدراسة أن صور مكافحة الإرهاب هي أعلى فئة في موضوعات الصور، وأيضًا دراسة Angie Lovelace (2010)⁽⁶⁾، والتي كشفت عن دور اللقطات المصورة في التغطية الإعلامية للأحداث من خلال تحليل مجموعة من الصور من منطقة الحرب في فيتنام، والتي أظهرت بشاعة الحرب الأمريكية على البلاد، وأكدت خيبة أمل واسعة حول دور الولايات المتحدة المنادية بالسلام في تلك الحرب.

كما تنوعت المقاربات التي اعتمدت عليها الدراسات المختلفة في تحليل الصورة تحليلًا سيميولوجيًا؛ مثل دراسة Samar Sami Hammadi (2018)⁽⁷⁾ والتي استندت في دراستها إلى منهج Barthes الذي قَدَّم في التحليل مساهمات قيمة في فهم الصور، حيث يتم التعبير عنها عبر رسالتين؛ الأولى: تعيينية تتعلق بالجزء المرئي من الصورة، والمعنى الدلالي المباشر لها، والثانية: تضمينية تتعلق بالجزء الدلالي المتعمدة للرمز الذي ضمته الصورة.

لعل من أبرز العناصر المكونة للصورة بشكل عام هي ألوانها، وهي دالة مهمة، يبني عليها الكثير من الدلالات والمعاني.

حيث تشير دراسة Al-Bzour. Salahaldeen, M. (2015)⁽⁸⁾ أن الطريقة التي نفهم بها الألوان وتأثيراتها تنبع من دلالاتها وتصنيفاتها، فاللون يشير إلى قدرة الشيء على توليد إحساس مختلف للعين المُشاهدة له، نتيجة انعكاس الضوء عليه.

وتشير دراسة Seahwa Won and Stephen Westland (2017)⁽⁹⁾ أن للألوان تأثيرًا عاطفيًا كبيرًا، فقد تكون دافعًا لشعور الفرد بالسعادة أو الإحباط، فهي تحمل الكثير من المعاني والمشاعر دون الحاجة لتصريحها بالكلمات، حيث تحمل جانبًا معرفيًا، بالإضافة إلى ما تحمله من مشاعر، كما كشفت دراسة Kyung Seon Lee (2015)⁽¹⁰⁾ أن الألوان يمكنها أن تحفز أو تحبط، كما يمكنها أن تعكس جوًا من الدفء أو البرودة.

وتعددت الدراسات التي تناولت دور الألوان في الصور، ومن بينها دراسة Kyung Seon Lee (2015)⁽¹¹⁾ التي ركزت على دور اللون بوصفه أحد العناصر الأساسية في الصورة المرئية، وأظهرت أنه يؤدي ثلاث وظائف أساسية؛ الوظيفة الأولى: إضافة

المزيد من المعلومات حول الكائنات والأحداث للتمييز بينها، والوظيفة الثانية: تكوين توازن مرئي للصورة، والوظيفة الثالثة: تحقيق حالة مزاجية ونفسية لمُشاهد الصورة.

وتسابقت الدراسات في تحديد معاني للألوان، ومنها دراسة Mona Al-Shraideh, Ahmad El-Sharif (2019) التي عكفت على دراستها واستنباط دلالاتها، ومن ثم أظهرت أن اللون الأحمر يرمز إلى الحب والعاطفة، بينما يرمز اللون الأخضر إلى الطبيعة، ويرمز اللون الأزرق إلى الصفاء وراحة البال⁽¹²⁾.

إلا أن العمل على تفسير الألوان بشكل مستقل في حد ذاته فيه نظر، حيث كشفت نتائج دراسة Ahmad El-Sharif & Mona Al-Shraideh (2019)⁽¹³⁾ أن الألوان لا يمكن تفسيرها بشكل مستقل في حد ذاته، حيث إن تفسير الألوان يكون على أساس اللون والشيء الملون معاً، وبالتالي يتغير تقييم اللون نفسه بين الإيجابية والسلبية والحيادية بحسب الشيء الملون، وهو نفس ما أكدته دراسة Kauppinen-Räisänen, Hannele; Jauffret, Marie-Nathalie (2018)⁽¹⁴⁾، حيث أظهرت أن المعنى الذي ينقله اللون يعتمد على الكائن الملون، وليس على اللون بوصفه عنصراً منفرداً ومستقلاً بحد ذاته، وبالتالي قد يؤدي لون معيّن، وفي حين آخر يؤدي اللون نفسه معني مغايراً تماماً، نتيجة اختلاف الشيء الملون.

وتطرقت بعض الدراسات لاستخلاص دلالات من التفاصيل الدقيقة للصورة الملتقطة؛ مثل دراسة Dokyum Kim (2017)⁽¹⁵⁾، والتي تناولت الصور المتعلقة بأحداث تفجيرات بيروت وباريس اللتين وقعتا في نفس العام 2015، وبعد تحليل (186) صورة، توصلت الدراسة لاختلاف بين وكالتي الأنباء - عينة الدراسة - في طريقة التقاطها للصور، بحيث أشارت إلى أن زوايا الكاميرا المستخدمة من شأنها إضافة معاني ضمنية للشخصيات التي يتم تصويرها، فضلاً عن عدد الشخصيات داخل اللقطة، وحجم الترابط بينها، وعناصر اللقطة.

دراسة Yunisrina Qismullah Yusuf (2012)⁽¹⁶⁾ وآخرين، حيث سعت الدراسة إلى إجراء دراسة سيميولوجية مقارنة بين The Jerusalem Post, The Guardian والجزيرة، لتحليل الصور التي نشرتها كل جهة حول حادثة قتل ثلاث فتيات، جراء قصف دبابة عسكرية إسرائيلية في يناير عام 2009 ومقارنتها ببعضها، والتي كشفت عن أن الصور المنشورة على صحيفة The Jerusalem Post تميل إلى الدفاع عن الجيش الإسرائيلي، في حين اتخذت الجزيرة موقفاً مغايراً، وأظهرت النتائج -أيضاً- توازن The Guardian في التغطية المصورة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يتضح مما سبق عرضه الاهتمام بدراسة واقع التغطية الإخبارية المصورة تجاه القضايا المختلفة، وزيادة دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الجمهور، وتكوين

- رأيه تجاه تلك القضايا ليس من خلال النصوص الإخبارية فحسب، وإنما من خلال الصور التي يتم نشرها -أيضاً- لما تحمله من معانٍ ودلالات لها بالغ الأثر.
- بمراجعة الدراسات السابقة تبين تنوع المناهج البحثية المستخدمة، وإن اتجه معظمها لاختيار أداة التحليل السيميولوجي؛ لقدرتها على الكشف عن المعنى الضمني، وغير الصريح للصورة من خلال فك رموز عناصرها.
 - تنوعت المقاربات السيميولوجية التي اعتمدها الدراسات السابقة عرضها، في تحليل الصور التي خضعت للتحليل.
 - عكفت الدراسات السابقة عرضها على دراسة عددٍ محدودٍ من الصور، حيث إن الدراسات السيميولوجية، تعتمد على الكيف وليس الكم في استخلاص المحتوى الضمني للصور.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تحديد البناء النظري والمعرفي لموضوع الدراسة، وتحديد نقطة انطلاق الدراسة الحالية من خلال التركيز على النقاط التي لم تطرح في هذا السياق، أو انتقاء جوانب أخرى غير ظاهرة منه، والتي تتعلق بالتحليل السيميولوجي للصورة الإخبارية على موقع إنستجرام المتخصص في نشر الصور.
- تحديد الباحثة للمقاربات السيميولوجية الأنسب لطبيعة هذه الدراسة، وهي مقاربات Roland Barthes و Paul Marin Lester و Martin Joly.
- اختلفت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بتناولها تحليل دلالات الصور المنشورة المتعلقة بفيروس كورونا، والمقارنة بين الصور التي نشرتها وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة.

الإطار المعرفي:

وكالات الأنباء ومواقع التواصل الاجتماعي:

تُعد وكالات الأنباء أحد أهم المؤسسات القوية الموجودة على الساحة في تدفق المعلومات دولياً، وهي تُعد أول الجهات أو المؤسسات الإعلامية التي تجاوزت خدماتها حدود دولها⁽¹⁷⁾.

كما تُعد وكالات الأنباء منظمات شبكية⁽¹⁸⁾ تعمل على جمع كميات هائلة من المعلومات، وإنتاجها ونشرها لجموع من الجماهير حول العالم⁽¹⁹⁾، إلا أنه في السنوات القليلة الماضية ظهرت شبكة الإنترنت، والهواتف المحمولة بوصفهما أحد أبرز أسباب تغيير كيفية استهلاك الجمهور لوكالات الأنباء، بحيث زادت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها أحد أبرز الوسائل في الحصول على المعلومات، حيث يستخدمها الجمهور لتقييم الأخبار والتفاعل معها.

وهو ما كشفت عنه دراسة أجراها مركز Pew للأبحاث في الولايات المتحدة الأمريكية عن أن (6) من أصل (10) أمريكيين (بنسبة 60%) يحصلون على الأخبار من الإنترنت، وأظهرت الدراسة أن 75% منهم يحصلون على الأخبار من خلال البريد الإلكتروني، ومنشوراتٍ على مواقع التواصل الاجتماعي، كما ظهر 52% يتشاركون هذه الأخبار مع الآخرين، بالإضافة إلى ما أكدته دراسة أخرى في تناولت عادات الاستخدام لدى الجمهور المتابع لمحطة CNN، حيث كشفت أن 43% من الأخبار التي يتم مشاركتها وتبادلها هي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁰⁾.

الأمر الذي يجذب الانتباه نحو اتجاه الجمهور من مستهلكي الأخبار إلى متابعة حسابات وكالات الأنباء على مواقع التواصل الاجتماعي ليس من أجل الحصول على الأخبار فحسب، وإنما لمعرفة خلفيات الأحداث وكواليسها -أيضاً- وليس على مستوى النصوص فقط، ولكن على مستوى الصور -أيضاً.

لهذا استثمرت وكالات الأنباء بشكل موسع في المجالات البصرية لإشباع الاحتياج المتزايد للصورة⁽²¹⁾، وفي ظل نشاط وكالات الأنباء للتواجد عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كافة، طرقت مجال الإعلام الجديد بإنشاء حسابات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي من بينها موقع Instagram، والذي حقق للوكالات التواجد عبر منصات الإعلام الجديد، وساعد على تحقيق الإشباع المتزايدة نحو المجالات البصرية.

هذا التطور الرقمي الحديث الذي فرضه التقدم التقني المعاصر، نتج عنه تحديات عدة أمام وكالات الأنباء، لخصها إيمانويل هوج -الرئيس التنفيذي لوكالة الأنباء الفرنسية- في خطابه أمام التحالف الأوروبي لوكالات الأنباء فيما يأتي⁽²²⁾ :

أولاً: السرعة: حيث فقدت وكالات الأنباء ميزتها في الحالية والآنية، حيث تفوقت عليها صحافة المواطن ومواقع التواصل الاجتماعي، التي استطاعت نقل الحدث أثناء وقوعه، ليصبح الجمهور متزامناً مع الحدث ومتعايشاً معه أثناء حدوثه.

ثانياً: الحشد: بعد مرور 150 عامًا من توجيه الرسالة الإعلامية للجمهور على اختلاف لغاته وأفكاره- بشكل أحادي الاتجاه (من اتجاه واحد إلى متعدد From one to many) أصبحت هذه الرسالة متعددة الاتجاهات (من متعدد إلى متعدد From Many to many)، الأمر الذي أدى إلى وجود وفرة هائلة من المعلومات يصعب معها انتقاء المعلومات الدقيقة والصحيحة من الشائعات .

ثالثاً: الصورة: تنتمي وكالات الأنباء إلى الكلمة المكتوبة، التي اعتادت على تقديمها منذ بداياتها، إلا أنه وبعد التحول الرقمي اتجهت إلى عرض الأخبار المصورة، لمواكبة متطلبات العصر الرقمي ورغبات الجمهور، بل واعتمدت في تميزها على سرعتها ومصداقيتها ودقتها في نقلها، فقبل نشر الحدث لا بد من تكوين العناصر المرئية له أولاً.

وفي هذا الإطار اتجه العديد من الباحثين إلى دراسة التغيرات التي طرأت على صناعة وكالات الأنباء للأخبار بعد التحول الرقمي الذي طال كل جوانب العمل الإعلامي، لنجد أن وكالات الأنباء استطاعت من خلال الرقمنة الحديثة، واستناداً إلى ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من مميزات أن تخطو خطواتٍ سريعةٍ نحو الوصول إلى مساحاتٍ أوسع وأبعد لتغطيتها إخبارياً.

موقع إنستجرام Instagram:

عكفت الدراسة الحالية على دراسة أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وهو موقع Instagram، الذي يقوم على نشر الصور، ومشاركتها، ليُعد بذلك مصدرًا خصبًا لدراسة الصور.

حيث يُعد موقع Instagram مصدرًا سيميولوجيًا يستخدمه الأفراد، لمشاركة الصور ذات معانٍ متعددة؛ اجتماعية وثقافية وإخبارية وفنية وسياسية، والكثير من الموضوعات الحياتية⁽²³⁾.

ويرجع الفضل في تأسيس هذا الموقع الشهير إلى كيفين سيستورم ومايك كريجر، في (2010)⁽²⁴⁾، ليطمئز بإتاحة الفرصة لمشاركته مشاركة الصور والفيديوهات.

استطاع هذا الموقع كسب شعبية كبيرة من الجماهير حول العالم، ظهر في عدد الحسابات التي أنشئت عليه، ولوحظ ارتفاع في شعبيته بزيادة تطبيقات الهواتف المحمولة⁽²⁵⁾، حيث يستخدمه أكثر من 300 مليون مستخدم حول العالم من خلال الهاتف المحمول⁽²⁶⁾.

هذه الشعبية الكبيرة التي يتمتع بها هذا الموقع، تضافرت مع رغبة وكالات الأنباء في التوسع والتواجد على كل المنصات التي تُمكنها من تقديم خدمة إخبارية متميزة لكل الباحثين عن الأخبار حول العالم، فعزز من ضرورة تواجدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالطبع كُفّفت خدماتها الإخبارية بما يتوافق مع ما يقدمه هذا الموقع من إمكانيات مصورة إلى حد كبير.

الإطار النظري:

مدخل إلى سيميولوجيا الصورة:

ولتحقيق فهم أعمق لطبيعة تغيّر عمل وكالات الأنباء العالمية في ظل التحديات التي فرضتها وسائل الإعلام الجديد، من منصات رقمية حديثة تتعامل مع المحتويات الإعلامية المختلفة، وحيث إن الدراسة تُعنى بالكشف عن المعاني وراء الصور التي تنشرها وكالات الأنباء، والمعاني وراء كل عنصر ولون وزاوية في الصورة الملتقطة، فقد اعتمدت الدراسة في شقها النظري على النظرية السيميولوجية، بما يتوافق مع مشكلة الدراسة وأهميتها، حيث تعتمد الدراسة الحالية على تحليل الصور المنشورة على

حسابات وكالات الأنباء العالمية المتعلقة بفيروس كورونا، واستخراج المعاني الكامنة في تلك الصور، لفهم الدلالات التي تنتجها، لذا تستند الدراسة إلى النظرية السيميولوجية.

كما تجدر الإشارة إلا أن علم السيميولوجيا لا يتعلق بالكلمات، وطريقة صياغتها، وما بين السطور -فحسب- وإنما يتعلق بالصور وتحليل ما وراءها -أيضًا- لذا ركزت الباحثة في الدراسة على الجانب المتعلق بالصورة، لتوافقه مع طبيعة الدراسة الحالية، وليخدم أهدافها.

والصورة هي اللغة المتفق عليها بين الشعوب على اختلاف لغاتهم ولهجاتهم، حيث نتعلم من خلال المشاهدة ما نسبته 83% من مجمل ما نتلقاه من معلومات⁽²⁷⁾.

كما أن الصور تنقل الأفكار إلى واقع ملموس، فهي مرآة تعكس الواقع⁽²⁸⁾، وإذا كانت الكلمات قادرة على توصيل معنى أو عدة معانٍ محدودة، فالصورة تحمل الكثير من المعان والتفسيرات، لذا نجد الصورة في كثير من الأحيان أبلغ وأقوى من الكلمات.

والتوجه نحو دراسة سيميولوجيا الصور التي تعرضها وسائل الإعلام، أمر بالغ الأهمية، كشف عنه السيميولوجي Roland Barthes⁽²⁹⁾، لفهم ما تقدمه وسائل الإعلام وما تنتجه من معانٍ.

والسيميولوجيا هي علم دراسة الدلالات والرموز⁽³⁰⁾، أو كما يعرفها Sausurrean على أنها مزيج أو مجموعة من الرموز تحمل معاني ومفاهيم⁽³¹⁾، فهو يُعنى بكيفية إنتاج المعاني وتفسيرها⁽³²⁾ من العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية أو الرمزية سواء أكانت طبيعية أم صناعية⁽³³⁾، فهي كل شيء وأي شيء يقوم بدور العلامة أو الرمز⁽³⁴⁾.

ولمّا كانت الرموز والإشارات موجودة في كل الأرجاء حول الإنسان فيما يصدر عنه من أقوال وأفعال، كانت الحاجة إلى هذا العلم.

وتُعد السيميولوجيا أداة لقراءة كل مظاهر السلوك الإنساني بدءاً من الانفعالات البسيطة، ومروراً بالطبقات الاجتماعية، وانتهاءً بالأنساق الأيديولوجية الكبرى⁽³⁵⁾، فالصور تحمل الكثير من المعاني التعبيرية والتمثيلية⁽³⁶⁾، لاحتوائها على علامات، ورموز نابغة من ثقافة معينة تشكل جزءاً أصيلاً من أشكال الاتصال وهو الاتصال غير اللفظي non-verbal communication⁽³⁷⁾، ويستخدم هذا النوع من الاتصال، أو ما يسمى بالتواصل البصري Visual communication، والذي يتعلق بنقل المعلومات والأفكار باستخدام علامات أو رموز مرئية⁽³⁸⁾، لتوصيل المعاني من شخص لآخر، وهذا النوع من التواصل قديم قدم التاريخ⁽³⁹⁾.

تستهدف النظرية تحقيق الأهداف الثلاثة الآتية⁽⁴⁰⁾:

- 1- جمع البيانات والدلائل بشكل منظم لتصنيفها.
- 2- البحث فيما وراء تلك البيانات التي تم تجميعها، وفهمها في سياقها، وبحث فهم المتلقين لها وتحليلها.
- 3- المساهمة في كشف وتطوير المصادر السيميولوجية الجديدة، وطرح استخداماتٍ أحدث لها.

وبالحديث عن علم السيميولوجيا لا بد من توضيح أنه منذ بدايته قائم على تيارين أساسيين؛ التيار الأول يقوده الفيلسوف الأمريكي Charles S. Peirce، والتيار الآخر يقوده السويسري **De Saussure** (41)، وعلى الرغم من تواجدهما في فترات زمنية متقاربة، إلا أن كلاً منهما سلك طريقاً مختلفاً مستقلاً عن الآخر.

مقاربة Ferdinand de Saussure:

تُعد العلامة عند **Saussure** ثنائية المبنى، تتكون من دال ومدلول، والسيميولوجيا هي عبارة عن أكواد تنظم الروابط بين الدلالات ومدلولاتها، وأنها تفسر كيفية فهم الجمهور لما يشاهدونه، وعلى هذا فإن السيميولوجيا قائمة على مرحلتين (42):

المرحلة الأولى: متعلقة بالدال، وهو الجانب المادي من الرمز، والذي يشجع الجمهور على التساؤل حول التقاط الصورة بهذا الشكل.

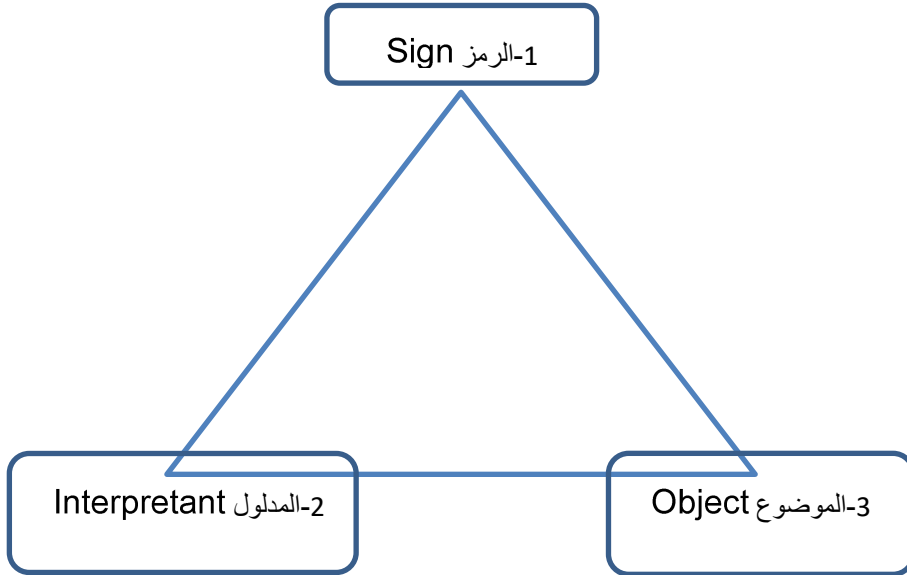
المرحلة الثانية: تتعلق بالمُدلول، أي المعنى والوظيفة، والذي يتعلق بما يحمله كل عنصر في الصورة من معانٍ وقيم، ويمكن توضيحها من خلال الشكل الآتي:



شكل رقم (1) مقاربة Ferdinand de Saussure

مقاربة Charles S. Peirce:

يرى Peirce أن السيميولوجيا ثلاثية المبنى، وهي الدال والمدلول والموضوع، ويمكن توضيحها في سياق الشكل الآتي⁽⁴³⁾:

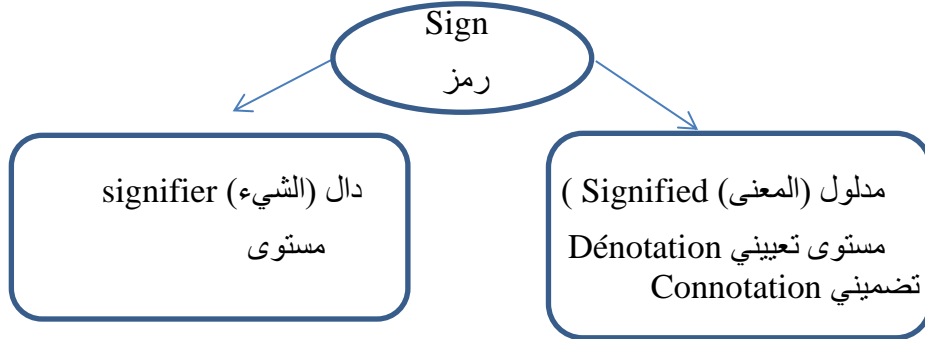


شكل رقم (2) مقاربة Charles S. Peirce

- 1- الدال Sign : وهو الرمز، أي الوسيلة التي تستخدم للدلالة.
- 2- المدلول Interpretant: وهو الفكرة، أي الصورة الذهنية التي تصدر عن الدال.
- 3- الموضوع Object: وهو المرجع، ويعني الشيء الخارجي.

صحيح أن علم السيميولوجيا يختص بالعلامات والرموز ودلالاتها، لذا نجد هذا العلم يعتمد على عدة مقاربات، لكن سيتم الاعتماد على المقاربات التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية، واستفادت منها في انتقاء معايير تفسير الرموز التي احتوتها الصور محل الدراسة، وهي:

أولاً: مقاربة Roland Barthes الذي استند فيها على مبدأ De Saussure في التفسير السيميولوجي⁽⁴⁴⁾، والذي يقوم على بنية المعنى وعلاقاته⁽⁴⁵⁾، واعتمد فيها على تفسير العلامات وفقاً لمفهومين أساسيين؛ وهما: الدال والمدلول⁽⁴⁶⁾، إلا أنه أضاف إلى هذين المستويين بعدين أكثر عمقاً، يمكن توضيحهما في سياق الشكل الآتي:



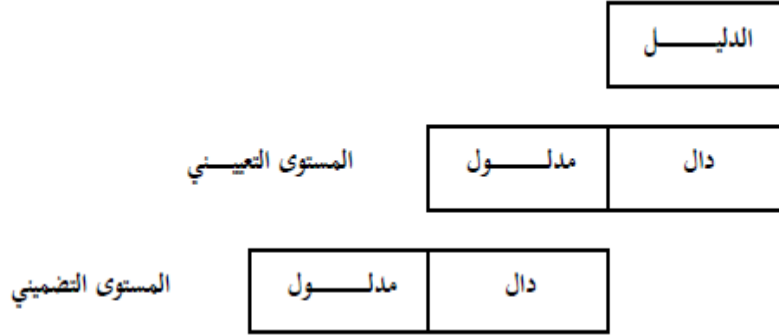
شكل رقم (3) مقارنة Roland Barthes

حيث عدّ المستوى الأول المستوى التقريري أو التعيني *Dénotation*، وهو المعنى الأولي الصريح والحرفي الواضح للعلامة⁽⁴⁷⁾، بمعنى أنه يتعلق بتقرير الجزء المرئي دون أي ارتباط بثقافته، وهو جزء أولى من عملية تفسير الرموز⁽⁴⁸⁾، يكون فيه مُشاهد الصورة أمام دال له مدلول معين مرتبط به.

أما المستوى الثاني، وهو التضميني أو الإيحائي *Connotation*، وهو المعنى الأيديولوجي أو الرمزي⁽⁴⁹⁾، وهو المعنى الأكثر عمقاً، والذي يحدث بالتفاعل نتيجة التقاء العلامة أو الرمز بمشاعر أو عواطف معينة أو قيم مجتمعية لدى مُشاهد الصورة أو اللقطة، وفي هذه المرحلة تتجلى المتغيرات الذاتية في تفسير محتوى الصورة من رموز وعلامات وما تنتج من معانٍ⁽⁵⁰⁾، حيث إن المُشاهد في هذا المستوى لا يقف عند مستوى القراءة الرمزية للصورة وتفكيك عناصرها، بل تفسير تلك العناصر وفقاً لسياق الصورة وثقافة مُشاهدها.

واستطاع Roland Barthes بدراسته لهذا النوع من العلامات، أن يوضح تلك الثقافة (الأيديولوجيا) التي تختبئ وراء ما يتداوله أفراد مجتمع ما بكل بدهة وعفوية، فكل رسالة تعيينية وتضمينية تحمل في طياتها معانٍ أو قراءاتٍ تختلف بحسب البلاد والثقافات.

وهذان المستويان يمكن توضيحهما في سياق الشكل الآتي⁽⁵¹⁾:



شكل رقم (4) مقارنة Roland Barthes السيميولوجية

ثانيًا: مقارنة paul Marin Lester الذي وضع تصنيفًا للرموز على أساس ثلاثة مستويات⁽⁵²⁾:

1- المستوى الأيقوني **iconic signs** :

وهو المستوى الأسهل في التفسير، حيث إنه يتطابق مع المعنى المراد منه، فهو يحاكي ما تشير إليه الرموز باللقطة، مثل صورة صندوق قمامة، تشير إلى وجود صندوق قمامة لإلقاء المخلفات.

2- المستوى الإشاري **indexical signs** :

وهو المستوى الذي يستلزم وجود رابط منطقي بين الرمز والمعنى، والذي يتشكل من خلال الخبرات اليومية الحياتية، مثل دلالة الدخان على النار، والساعة على التوقيت.

3- المستوى الاصطلاحي التضميني **symbolic signs** :

وهو المستوى الأكثر تجريديّة، حيث لا يوجد أي رابط بين الدال والمدلول، أي بين العلامة ومعناها، فالرمز قد يكون له أصل في الثقافة مُعَيَّن، واتفق المجتمع عليه، مثل إشارات المرور، والحروف والأرقام.

ثالثًا: مقارنة Martin Joly التي قدمت مقارنة عقلانية للصور، لتوفير أكبر قدرٍ من الرؤية الواضحة لفهم الصورة، وذلك وفق مستويين لتحليل الصورة، هما:

1- **المستوى التعييني**: والذي يشمل زاوية التقاط الصورة ونوع اللقطة، والألوان التي ظهرت فيها، فضلًا عن البيانات الأساسية لها.

2- **المستوى التضميني**: ويتعلق بكيفية استخراج المعاني من الرموز التي شملتها الصورة، لمعرفة ما تقدمه من معانٍ.

الإجراءات المنهجية:

1. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التحليلية، حيث إنها تعتمد على المقاربة التحليلية السيميائية، التي تقوم على رصد وتوصيف دقيق للصور التي نشرتها وكالات الأنباء العالمية عبر حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي Instagram، في تغطيتها لتطورات فيروس كورونا المستجد حول العالم، من خلال تجاوز وصف الشكل الظاهري للصورة والتعمق فيما تحمله من معاني ودلالات خفية للصورة؛ طريقةً وكيفيةً خلال فترة زمنية معينة، ومن ثمَّ تحليل دلالة التغطية المصورة وتفسيرها لتطورات الوضع حول العالم.

2. منهج الدراسة:

- منهج المسح: تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، والذي يُعدُّ أحد الأساليب الوصفية الفادرة على دراسة المعلومات المتعلقة بالصور المنشورة، من خلال مسح مضمون الصور المنشورة المتعلقة بموضوع فيروس كورونا على حسابات وكالات الأنباء العالمية محل الدراسة خلال الفترة (من ديسمبر 2019، وحتى فبراير 2020).

- المنهج المقارن: الذي يقوم على مقارنة مختلف أوجه التشابه والاختلاف بين حسابات وكالات الأنباء العالمية محل الدراسة، ومناقشتها في إطار أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

3. مجتمع الدراسة:

قامت الباحثة بمسح شامل لكل الصور المنشورة على وكالات الأنباء محل الدراسة (رويترز، وكالة الأنباء الفرنسية، اسوشيتد برس) لمدة ثلاثة أشهر، في الفترة من ديسمبر 2019، وحتى فبراير 2020، حيث إن هذه الفترة هي الفترة التي شهدت بداية ظهور الفيروس⁽⁵³⁾ واحتدام انتشاره، واكتساحه للعديد من الدول في قارات العالم الخمس.

وقد وقع اختيار الباحثة على موضوع فيروس كورونا لعدة أسباب، وهي:

1- حداثة هذا الفيروس، وخطورة الإصابة به، وتصاعد المخاوف العالمية من انتشاره.
2- انخفاض درجات الحرارة، لطبيعة فصل الشتاء، الأمر الذي يُعدُّ موسمًا مناسبًا لانتشاره.

3- أحد أبرز الموضوعات التي تشغل العالم في هذه الأونة.

أما عن أسباب اختيار الباحثة لهذه الوكالات الثلاث، فهي للاعتبارات الآتية:

- 1- أنها تُعدُّ المحور الرئيس للبحث عن الأخبار وتفاصيلها وتوزيعها ونشرها منذ أكثر من 150 عامًا⁽⁵⁴⁾.
- 2- تُعد من أكثر وكالات الأنباء شهرة وكفاءة، وتتنوع خلفية ملكيتها، وشعبية تلك الوكالات وجمهورها، ومتابعة الكثير من الجمهور لحسابات تلك الوكالات.
- 3- انتماء كل وكالة منها لجنسية مختلفة، وبالتالي تُشكل نمط ملكية ومرجعية ثقافية مختلفة، كما عُدت وكالات أسوشيتد برس الأمريكية (أسست عام 1835) ورويترز البريطانية (أسست عام 1851)، ووكالة الأنباء الفرنسية (أسست عام 1944) أقوى وكالات الأنباء الفاعلة في سوق الأخبار العالمي⁽⁵⁵⁾.
- 4- تفاعل الجمهور مع تلك الوكالات على موقع إنستجرام محل الدراسة⁽⁵⁶⁾:

م	اسم الوكالة	عدد المنشورات	عدد المتابعين
1	وكالة الأنباء الفرنسية	4,215	553k
2	وكالة الأسوشيتد برس	1,608	416k
3	وكالة رويترز	6,730	2.8m

وقد اجتهدت الباحثة في التوصل إلى وكالة أنباء عربية، لدراسة ما تنشره من صور ومقارنتها بوكالات الأنباء الأخرى، إلا أنه لم يظهر أي تواجد لوكالة أنباء عربية على موقع إنستجرام، لتخرج بذلك من هذا السباق.

4. عينة الدراسة:

اختارت الباحثة عينة عمدية من الصور التي نشرت في تغطية وكالات الأنباء في متابعتها لفيروس كورونا، بعد مسح كل الصور التي نشرتها وكالات الأنباء العالمية الثلاث (AFP و AP و Reuters)، روعي في عملية الاختيار؛ لضمان الموضوعية اختيار أكثر الصور حصادًا لإعجابات المتصفحين عبر موقع Instagram، بواقع صورتين من كل وكالة على حدة.

وتم اختيار وحدة مفردة بوصفها وحدة للتحليل، والوحدة المفردة في هذه الدراسة تتمثل في (الصورة)، وتم إجراء الدراسة الفعلية على ست صور بواقع صورتين من كل حساب لوكالات الأنباء عينة الدراسة، على أن تكون الصورتان هما الأعلى في تفاعل المتصفحين من خلال عدد الإعجابات على هاتين الصورتين.

وفي سياق الجدول التالي يتضح عينة الصور التي تم تحليلها من كل وكالة على حسابها على موقع إنستجرام خلال فترة التحليل، والمتعلقة بفيروس كورونا:

جدول (1) الصور التي نشرتها وكالات الأنباء محل الدراسة

م	الوكالة	الصورة الأولى		الصورة الثانية	
		تاريخ النشر	عدد الإعجابات	تاريخ النشر	عدد الإعجابات
1	وكالة الأنباء الفرنسية	2/1	16.317	2/28	9.626
2	وكالة الأسوشيتد برس	2/24	2.601	1/28	1.258
3	وكالة رويترز	2/5	13.261	2/3	11.156

5. حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: هي فترة التي خضعت فيها حسابات وكالات الأنباء على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام للدراسة، وهي ثلاثة أشهر من ديسمبر 2019، وحتى فبراير 2020، تم سحب العينة خلالها بأسلوب العينة العمدية، حيث تم المسح الشامل لكل الصور المتعلقة بفيروس كورونا، والتي تم نشرها على وكالات الأنباء محل الدراسة.

الحدود المكانية: وهي الصور التي نشرتها حسابات وكالات الأنباء الثلاث: أسوشييتد برس الأمريكية، ورويترز البريطانية، ووكالة الأنباء الفرنسية على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام.

الحدود الموضوعية: البحث في معاني ودلالات الصورة المتعلقة بفيروس كورونا على حسابات وكالات الأنباء العالمية الثلاث محل الدراسة.

6. أدوات جمع البيانات:

أداة التحليل السيميولوجي: حيث تهدف الدراسة إلى فهم دلالات عناصر الصورة المنشورة المتعلقة بفيروس كورونا وتحليلها، كما تسعى لفك رمزيته، وبذلك نجد تلك الأداة ملائمة لطبيعة الدراسة التي تستهدف فهم معاني الصورة ودلالاتها، وبخاصة أنها تعنى بالتحليل الكيفي؛ للكشف عن المعنى الضمني أو الحقيقي للصورة المنشورة على حسابات وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام.

كما نجد أن التحليل السيميولوجي يعتمد في جوهره على الكشف عن المعنى الضمني والمتخفي وراءه من خلال عدة مقاربات، انتقت الباحثة منها مقاربات Roland Barthes وLester paul Marin وMartin Joly، لتشمل بذلك شبكة التحليل لهذه الدراسة ما يلي:

- المستوى التعييني، ويشتمل على: جهة نشر الصورة، وشكلها وأبعادها، والعناصر التي ضمتها، فضلاً عن زاوية التقاط الصورة ونوعها.
- المستوى الأيقوني، ويشتمل على: عناصر الصورة مثل الألوان وما تدل عليه، بالإضافة إلى عناصر الصورة ومدلولاتها.
- المستوى التضميني، ويشتمل على: دلالات الشخصيات، وحركتهم التي التقطتها الصورة، وما لهذه الدلالات من معانٍ.

7. مصطلحات الدراسة:

سيميولوجيا الصورة: تتعلق بفهم المعاني الضمنية التي تحملها اللقطات المصورة، من خلال الوقوف على عناصرها، وفك رموزها؛ لفهم مغزى تلك الصورة.

المستوى التعييني: ويتعلق بالقراءة الأولية لمحتويات الصورة، من عناصر وأجزاء، وفهم المعنى السطحي لها.
المستوى الأيقوني: وهو يتناول الرموز التي التقطت في الصورة، ودلالات تلك الرموز والعلامات.
المستوى التضميني: وهو المستوى الذي يتجاوز العناصر الشكلية للصورة، ويعتقد في معناها الضمني.

8. نتائج الدراسة:

سعت الدراسة من خلال تطبيق أداة التحليل السيميولوجي الكشف عن المغزى الضمني غير الصريح للصور التي نشرتها وكالات الأنباء العالمية الثلاث محل الدراسة عبر حسابها على موقع إنستجرام، في تغطيتها لأحداث انتشار فيروس كورونا حول العالم، وتحليل الرسالة الإتصالية المراد توصيلها لمشاهد تلك الصور، وقد بلغت فترة التحليل ثلاثة أشهر (من 1 ديسمبر 2019 وحتى 29 فبراير 2020)، تم خلالها مسح كل الصور التي تم نشرها وانتقاء أعلى صورتين من حيث عدد الإعجابات، بواقع صورتين لكل وكالة، وقد أسفرت الدراسة التحليلية لتلك الصور عن النتائج التالية:

أولاً: صور وكالة الأنباء الفرنسية AFP:

الصورة الأولى:



أولاً: الوصف

التقطت الصورة من دولة الصين وتحديداً مدينة ووهان الصينية بؤرة فيروس كورونا، والصورة في أحد أبرز شوارع ووهان وأكثرها ازدحاماً، إلا أن الصورة والتي تم التقاطها من زاوية بعيدة، توضح خلو هذا الشارع من المارة نتيجة التفشي الشديد للفيروس، كما يظهر في الصورة رجل متوفى ملقى على الرصيف، ورجال الطاقم الطبي ذوي البدلات الوقائية فاقدى الأمل في إنقاذ هذا الرجل المتوفى نتيجة إصابته بفيروس كورونا المستجد.

ثانياً: المستوى التعييني:

الحامل: نشرت الصورة على حساب وكالة الأنباء الفرنسية على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام، بتاريخ 2020/2/1 الموافق السبت، وحصدت الصورة 16.317 إعجاباً، لتكون بذلك أعلى الصور تفاعلاً ضمن الصور التي نشرتها الوكالة المتعلقة بفيروس كورونا.

الأبعاد: 640x581.

شكل الصورة: مستطيل

حجم الصورة: 527.1 KB

عناصر الصورة: المسعفان، المتوفى المصاب بالفيروس، واجهة المحل، الرصيف.

التأطير/التركيب: تم التركيز في هذه الصورة على ثلاثة أشخاص؛ المتوفى المصاب بالفيروس، واثنين من المسعفين.

مصدر الصورة: مراسل الوكالة

زاوية التقاط الصورة eye level؛ وبالتالي فهي لقطة محايدة دون أي انطباع بالتقليل والتصغير، أو التعظيم والتفخيم.

نوع اللقطة: Long shot.

ثالثاً: المستوى الأيقوني:

اللون	مدلول
الأحمر	والذي ظهر في المحل الموجود في خلفية الصورة، وجوده يجذب العين بشكل كبير، وهو دليل على العنف، ويعطي إيجاء لمشاهد الصورة بحدّة المرض وشدة خطره.
الأبيض	والذي ظهر في البدلات الواقية التي يرتديها المسعفون، دليل على الصفاء والإخلاص، بما يدل أن المسعفين بذلوا كل ما في جدهم.
الرمادي	والذي ظهر في لون الأرضية، يوحي بالكآبة والخضوع لهذا المرض، ويماشى مع تغير طبيعة هذه المدينة شديدة الازدحام إلى مدينة خاوية نتيجة تفشي المرض، كما توحي بالضبابية والجهل بعواقب الأمور.
الأسود	والذي ظهر في لون بدلة الشخص المتوفى، يرمز للحزن وقلّة الحيلة أمام هذا المرض الخطير سريع الانتشار، كما يشير اللون إلى الغموض نحو مستقبل الوضع الراهن.

المدلول في المستوى الثاني	المدلول في المستوى الأول	الدال
سيطرة المرض- المقاومة	المتوفى المصاب بالفيروس	الأشخاص
الشفاء- العلاج- المساعدة- الشجاعة- المراقبة	المسعفون	
تفشي المرض	الشارع الفارغ	الموقع
توقف الحياة وأنشطتها اليومية	المحل المغلق	

رابعًا: المستوى التضميني:

دلالة الشخصيات: ضمت الصورة نوعين من الشخصيات؛ الأولى: المتوفى المصاب بالمرض؛ وهو ملقى على الأرض، وذلك دليل على نفاذ قدرته على المقاومة وتمكن المرض منه، وفي إشارة إلى استسلام الكثيرين للفيروس بعد تمكنه منهم.

والثانية المسعفان؛ وهما واقفان محتميان بالبدلات الواقية، ويظهر أحدهما - وهو الأقرب للمتوفى- مسدلاً ذراعيه، وكلاهما وليًا ظهرهما للمتوفى، في إشارة لنفاذ كل محاولات إسعاف المصاب بالفيروس، لإبقائه على قيد الحياة، والآخر متشبهاً بالبدلة الواقية، في إشارة إلى احتمائه بها من الفيروس، كذلك نظرات العين للمسعفين تحمل نظرات شاردة، فاقدة الأمل؛ لعدم القدرة على مساعدة المتوفى المصاب بالفيروس، وفي الوقت نفسه الخوف من المستقبل المجهول، وما ستؤول إليه الأمور.

خلو الشارع من المارة، مما يدعم الشعور بتوقف الحياة والأنشطة اليومية المعتادة.

نوع الصورة: تنتمي الصورة للصور الإخبارية والتي تستخدم لبيان الحدث أثناء وقوعه أو توضيح نتيجة وقوعه، بهدف الكشف عن تفاصيله وتوضيح أبعاده.

ويمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات من تلك الصورة، في النقاط التالية:

- تبدو الصورة بسيطة وواقعية، فظهرت اللقطة طبيعية تمتاز بالبساطة في التركيب والعناصر، فظهرت الصورة بمثابة تلخيص للوضع، بعد انتشار الفيروس، وتمكنه من الكثير، إلا أن الجهود لا تزال تبذل في محاولة السيطرة على وضع المصابين، ومساعدتهم للتعافي من الفيروس، وتشير إلى استمرار أعمال المقاومة من خلال ارتداء البدلات والكمامات الواقية.
- تعددت وتنوعت المساحات اللونية التي ظهرت في الصورة، حيث بدا اللون الأحمر جليًا ليمثل توقع المستقبل المخيف نتيجة تفشي الفيروس، وسرعة انتشار إصابة الشعوب به.
- عكست الصورة الصراع بين الجهود المبذولة للسيطرة على الفيروس، ومساعدة المصابين على الشفاء والتعافي منه، وبين قوة الفيروس، وسرعة تمكنه من المريض.

- استنارت الصورة المشاعر لأهداف عاطفية وإنسانية، وربما تخويقية وتحذيرية من الموقف الراهن، وما ستؤول إليه الأمور.

الصورة الثانية:



أولاً: الوصف

التقطت الصورة من محطة قطار شيناجوا بطوكيو، خلال ذهابهم إلى أعمالهم اليومية، وهي تُعدُّ ساعة ذروة، يكشف عنها وجود عدد هائل من الأشخاص في اللقطة.

وتظهر الصورة أغلب الأشخاص مرتدين لأقنعة، في محاولة منهم لتفادي الإصابة بفيروس كورونا، وبخاصة في ظل تواجدهم في وقت الذروة، حيث فرص الإصابة مرتفعة.

ثانياً: المستوى التعييني

الحامل: نشرت الصورة على حساب وكالة الأنباء الفرنسية على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام، بتاريخ 2020/2/28، حيث حصدت الصورة 9.638 إعجاباً، لتكون بذلك ثاني أعلى الصور تفاعلاً ضمن الصور التي نشرتها الوكالة المتعلقة بفيروس كورونا

الأبعاد: 640x640.

شكل الصورة: مربع.

حجم الصورة: 525.0 KB

عناصر الصورة: تظهر الصورة حشدًا كبيرًا من الذكور والإناث، أثناء توجيههم لعملهم. التأطير/التركيب: ركزت اللقطة على الحشود وقت الذروة، وهو الذهاب للعمل، وقد ارتدى أغلبهم الكمامات الواقية.

مصدر الصورة: مراسل الوكالة.

زاوية التقاط الصورة High angle: حيث التقطت الصورة من مستوى مرتفع، لتوضح الحشد الكبير من الأشخاص المرتعبين من الإصابة بمرض كورونا من خلال ارتدائهم للكمامات الواقية، واختيار زاوية الالتقاط المرتفعة تكشف عن ضعف تلك الحشود وضآلتها أمام هذا الخطر الكبير، ولم يكن لهذه الصورة أن تمتلك هذه القوة من التأثير لو تم التقاطها من زاوية العين.

نوع اللقطة: Extreme Long Shot؛ لما تتيحه هذه النوعية من اللقطات من إظهار أكبر كم من التفاصيل، وفي هذه اللقطة تحديدًا تظهر الصورة مكتظة بالأشخاص، في دلالة على تأكيد أمرين؛ أولهما: أن توقيت التقاط الصورة كان وقت ذروة. وثانيهما: الإشارة إلى ارتفاع فرص الإصابة بالفيروس نتيجة الزحام الشديد.

ثالثًا: المستوى الأيقوني:

غلب على الصورة ظهور اللون الأسود بدرجاته المختلفة، متمثلًا في ملابس الأشخاص، وهو لون يبعث على الكآبة والحزن، ويشير إلى القلق والخوف والغموض المسيطر على الأشخاص في اللقطة، بينما ظهر اللون الأبيض بشكل بسيط للغاية، متمثلًا في الأقنعة التي يرتديها الأشخاص، بما يشير إلى المحاولات البسيطة لمقاومة هذا الفيروس المستجد عن طريق ارتدائها.

وبالنظر إلى نسبة تواجد اللونين في اللقطة، يُلاحظ طغيان اللون الأسود على الأبيض، مما يوحي بغلبة مشاعر الخوف والقلق، وقلة الحيلة، والضعف أمام هذا الفيروس الخطير، وأن كل المحاولات لمقاومته ضعيفة للغاية، مقارنة بقدرته على الانتشار، والجهل بهذا الفيروس المستجد، وعدم الوصول لعقار مضاد له.

الدال	المدلول في المستوى الأول	المدلول في المستوى الثاني
الأشخاص	المسافرون عبر المحطة	التكدس - المعاناة - القلق - حشد كبير في مواجهة فيروس خطير
الأشياء	الكمامات	محاولة مقاومة للفيروس

رابعًا: المستوى التضميني

دلالة الشخصيات: عدد الحشود الكبير في الصورة، تثير في مُشاهدتها إحساس بالخوف من هذا الخطر، حيث إن هذا التجمع يزيد من خطورة الإصابة، إلا أن الحياة لم تتوقف

رغم وطأة الأزمة، ولا يزال المواطنون يقومون بأشغالهم اليومية، الأمر الذي يشير إلى فطرة الإنسان الراغبة في الحياة.

كما بدا واضحًا اختلاف تعامل الأفراد مع الأزمة الراهنة، ما بين الحيطة وعكسها، والذي ظهر في ارتداء عدد كبير من الأشخاص الكمامات؛ لخوفهم من المرض، وحرصهم على عدم الإصابة بالفيروس من خلال ارتدائهم لها، إلا أن مشاعر القلق والخوف لم تغب حتى عن غير المرتدين للكمامات، فالصورة استطاعت بعمقها توصيف الوضع بدقة.

نوع الصورة: صورة إنسانية، فهي تكشف عن تعرض هذا الجمهور الكبير لخطر الإصابة بفيروس خطير، ومحاولة مقاومته بوسائل بسيطة، وهي ارتداء الأقنعة، وبالتالي فهم فريسة سهلة له.

ويمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات من تلك الصورة، في النقاط الآتية:

- تبدو الصورة واقعية يغلب عليها كثرة الأشخاص، وكثرة تفاصيلها.
- التقاط جماهير كبيرة بهذا الحجم، يدل على شيوع جو من البؤس والحزن جرّاء القلق من الفيروس الذي سيطر على البلاد.
- تُجسّد الصورة مشاعر الخوف التي تعيشها الحشود من انتشار فيروس كورونا المستجد، فالحشود في مواجهة شرسة مع مرض يسببه فيروس مستجد.

ثانيًا: صور وكالة أسوشيتد برس:

الصورة الأولى:



أولاً: الوصف

تظهر الصورة ثلاثة أشخاص مرتدين البدلات الرسمية، في إحدى مدن اليابان، في إشارة إلى أنهم ذاهبون إلى عملهم، ومرتدين الأقنعة الواقية، كإجراء احترازي ضد انتشار فيروس كورونا، ويبدو الطريق خاوياً من المارة، ويظهر في اللقطة أرضية الشارع ومرسوم عليها خطوط عرضية مستقيمة باللون الأبيض.

ثانياً: المستوى التعييني

الحامل: نشرت الصورة على حساب وكالة أسوشيتدپرس على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام، بتاريخ 2020/2/28، حيث حصدت الصورة 2.606 إعجاب، لتكون بذلك أعلى الصور تفاعلاً ضمن الصور التي نشرتها الوكالة المتعلقة بفيروس كورونا.

الأبعاد: 432 x400 .

شكل الصورة: مستطيل

حجم الصورة: 282.0 KB

عناصر الصورة: ثلاثة أشخاص من الذكور، والخلفية ذات الخطوط العرضية

عدد العناصر:

التأطير/التركيب: ركزت على ثلاثة أشخاص يمرون في شارع خطت أرضيته باللون الأبيض بخطوط عرضية.

مصدر الصورة: مراسل الوكالة.

زاوية التقاط الصورة: High angle، لتوحي بضالة الأشخاص وضعفهم، وانهياب قواهم أمام فيروس خطير

نوع اللقطة: Extreme Long Shot؛ وهي من اللقطات التي تعطي انطباعاً عن الموقع وجغرافيته وظروفه، فيفهم المشاهد ما يحيط بالمكان؛ ليتهياً لفهم واستيعاب الحدث كاملاً، ولعلّ استخدام هذه اللقطة بغرض إظهار الشارع كبير المساحة خالٍ من المارة؛ للتأكيد على القلق المسيطر على كل المكان من تفشي الفيروس.

ثالثاً: المستوى الأيقوني:

اللون	مدلول
الأبيض	والذي ظهر في لون الأرضية التي يمر عليها الأشخاص في الشارع.
الأسود	والذي يضاد اللون الأبيض، حيث ظهر في لون البدل التي يرتديها الأشخاص، كجزء من التزامهم بأعمالهم، وزيمهم يرمز للجدية والالتزام بالقيام بأعمالهم، رغم ظروف تفشي الفيروس.

يظهر للعين للوهلة الأولى أن الصورة تظهر باللونين الأبيض والأسود فقط، وأنها غير ملونة بأي لون آخر، إلا أن هذا النوع من اللقطات التي تضم لونين فقط لها مذاق فني خاص، حيث تظهر المعاناة، وتجسد الصراع الذي يعيشه الملايين حول العالم، بين الرغبة في الحياة، وما يتعلق بها من عمل وحيوية ونشاط، وهو ما يتضح من ارتداء البدلات الرسمية، وبين خطورة الفيروس وشدة القلق من تفشيه، والذي يظهر في خلو الشارع من المارة.

هذا الصراع تأكد بانتقاء اللقطة المرتكزة على اللونين الأبيض والأسود، وبخاصة في ظل انسجام اللونين وترابطهما، الأمر الذي دعم قراءة الصورة، رغم هذا التشتت الكبير بين الأمرين المتضادين، وهما الرغبة في الحياة والقلق من الفيروس، فكلما زادت الحدة في الصورة أصبح تأثيرها أقوى وأقسى، ولهذا نجد أن تلك الصور ذات اللونين المتفاوتين في القيمة والقوة تدفع المشاهد لها بالتركيز على الحدث وعناصره، وليس على ألوان، مما يجعل الصورة أكثر حيادية ومهنية.

تبدو الصورة أنها صُوِّرت بكاميرا تلتقط اللونين الأبيض والأسود، أو التقطت بكاميرا ملونة، وتم إجراء تعديلات عليها، إلا أن توقيت التقاط الصورة، وهو الجو الغائم أو غير المشمس، أظهرها باللونين فقط، مما أضفى على الصورة جواً من الكآبة، يتلائم مع حالة القلق والصراع نتيجة الخوف من انتشار الفيروس، والرغبة في الحياة والقيام بالمهام اليومية المعتادة.

الدال	المدلول في المستوى الأول	المدلول في المستوى الثاني
الأشخاص	مرتدون البدلات الرسمية	القلق- الخوف- العمل
الأشياء	الأرضية ذات الخطوط العرضية	الصراع- الخوف من الفيروس- الرغبة في الحياة

رابعاً: المستوى التضميني

دلالة الشخصيات: ضمت اللقطة على اتساعها ثلاثة أشخاص فقط، مرتدين البدلات الرسمية، ليتبين لمشاهد الصورة أنهم ملتزمون بأعمالهم اليومية وسط مخاوف شديدة من تفشي فيروس كورونا، والذي يظهر في خلو هذا الشارع من المارة.

ويمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات من تلك الصورة، في النقاط الآتية:

- ظهرت الصور متناسقة الأجزاء والعناصر، حيث يلاحظ مُشاهد الصور التكامل الموجود بين عناصر الصورة، حيث اعتمد مُلتقط الصورة البساطة في عرض فكرته.
- عكست الصورة حقيقة ما يجري في البلاد من صراع بين الخوف من التقاط عدوى بالفيروس، والرغبة في الحياة والخروج للعمل، وما ترتب على ذلك من فراغ هذا الشارع الحيوي من المارة، ووجود ثلاث أشخاص فقط ببدلات رسمية في الطريق لعملهم.

- ظهور الخطوط العرضية المتوازية يعطى معنى موحدًا ومتناغمًا، ظهر في اتفاق ألوان ملابس الأشخاص مع ألوان الأرضية.
 - تنوع ألوان الأرضية بين لونين متضادين؛ الأبيض والأسود، في إشارة رمزية إلى الحياة والموت، والإقبال على الحياة، والإدبار عنها.
- الصورة الثانية:**



أولا: الوصف

تظهر الصورة سيدة ترتدي قناعًا واقياً في محطة قطار بهونج كونج، وخلفها تصميم جداري ملون يكشف عن الحياة المأهولة بالسكان في الصين، وقطار يربط بين أجزائها، أثناء الإعلان عن توقف حركة القطارات في الصين في إطار جهود الدولة المبذولة للحد من انتشار الفيروس.

ثانيا: المستوى التعييني

الحامل: نشرت الصورة على حساب وكالة أسوشيتد برس على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام، بتاريخ 2020/1/28، حصدت الصورة 1.258 إعجابًا، لتكون بذلك ثاني أعلى الصور تفاعلاً ضمن الصور التي نشرتها الوكالة المتعلقة بفيروس كورونا.

الأبعاد: 640 x 410

شكل الصورة: مستطيل

حجم الصورة: 318.5 KB

عناصر الصورة: سيدة مرتدية قناع الوجه الواقي، وخلفها تصميم جداري ملون، على أحد جدران محطة القطار.

التأطير/التركيب: ركزت اللقطة على سيدة مرتدية القناع الطبي الواقي، وفي الخلفية تصميم جداري ملون يُظهر منطقة مأهولة بناطحات السحاب مرتفعة البناء، وقطار أمامها.

مصدر الصورة: مراسل الوكالة.

زاوية التقاط الصورة: eye level

نوع اللقطة: تنتمي هذه الصورة إلى اللقطات البعيدة Long shot؛ والتي في الأغلب يتم اختيارها لتضم الكثير من التفاصيل، إلا أن هذه اللقطة لم تضم سوى عنصرين، هما: الفتاة، والتصميم الجداري، لكن اختيار التقاط تلك الصورة بهذا الشكل كان رغبةً في توضيح كل التصميم الجداري في الخلفية.

ثالثاً: المستوى الأيقوني:

اللون	مدلول
الأسود	والذي ظهر في لون ما ترتديه الفتاة الوحيدة بمحطة القطار، والذي يرمز للحزن والعجز أمام هذا المرض الخطير، سريع الانتشار، كما يشير اللون للغموض والخوف حيال مستقبل البلاد، وبخاصة بعد إعلان توقف حركة القطارات.
الأبيض	والذي ظهر في القناع الذي ترتديه الفتاة، ويشير إلى محاولة تفادي الإصابة بالفيروس، والوقاية منه من خلال ارتداء هذا القناع.
الرمادي	والذي ظهر في لون الأرضية، يوحي بالكآبة والخضوع لهذا المرض، ويتماشي مع تغير طبيعة هذه المدينة شديدة الازدحام إلى مدينة خاوية نتيجة تفشي المرض، كما توحى بالضبابية والجهل بعواقب الأمور.
الأصفر	والذي بدا واضحاً في التصميم الجداري خلف الفتاة، وهو يدل على التفاؤل بما يوحي وجود حياة وتفاعل.
الأحمر	والذي ظهر في المحل الموجود في خلفية الصورة، إذ يُعدّ دليلاً على العنف، ويعطي إيحاءً لمُشاهد الصورة بحدة المرض وشدة خطره.

يظهر في الصورة تناقض في الألوان، حيث اتضح في الألوان المبهجة القوية التي تتسكّل بها التصميم الجداري، حيث ظهرت الألوان متنوعة مبهجة متألفة؛ لتدل على الحيوية والحركة التي لا تهدأ في البلاد، وهو مختلف تماماً عن اللون الأسود الذي ترتديه الفتاة، والذي يؤكد مشاعر الحزن والقلق والخوف المسيطرة على الجميع جرّاء تفشي هذا الفيروس المستجد.

الدال	المدلول في المستوى الأول	المدلول في المستوى الثاني
الأشخاص	الفتاة الوحيدة مرتدية الأسود	الضعف- القلق- الكآبة- الضياع
الأشياء	التصميم الجداري	الحياة التي لا تتوقف في المدينة- الحيوية

رابعاً: المستوى التضميني:

دلالة الشخصيات: تضم الصورة شخصاً واحداً فقط، الأمر الذي يثير في المُشاهد لها إحساساً بالقلق من فراغ محطة القطار من الزحام المعتاد في مثل هذه الأماكن، وخلوه من المسافرين، إلا من تلك الفتاة الوحيدة، الأمر الذي يدعم إحساس القلق، وبخاصة مع

ظهور وضع اليد المقبوضة أعلى الصدر، حيث يشير إلى حالة من القلق والترقب، وعدم الراحة.

فضلاً عن ارتدائها ملابس سوداء تؤكد قلقها وخوفها، وارتدائها القناع الطبي؛ لحرصها على عدم الإصابة بالفيروس.

ظهور الفتاة بمفردها في محطة قطار يفترض فيها الزحام الشديد، مما يشير إلى التوجس والقلق من هذا الفيروس المستجد.

دلالة الخلفية: التقاط الفتاة وفي خلفيتها التصميم الجداري الملون، بحيث طغت ألوانه المبهجة على الصورة، مما جعلها عامل جذب شديد للصورة، حيث أعطاهما بُعداً رمزياً للعمارة، والتطور الكبير الذي تحياه هذه البلدة، فيظهر فيها اتساع رقعتها، وارتفاع مبانيها، ويظهر قطار يربط أطراف هذه المدينة الشاسعة بعضها ببعض، كل هذا المعنى الذي يدعمه التصميم الجداري يتعارض مع وجود فتاة وحيدة بالصورة، بما يشير إلى شدة القلق، كما أن ارتدائها ملابس سوداء دليل على الخوف، وارتدائها القناع الواقى فيه إشارة إلى التزامها بمقومات السلامة من الإصابة بالفيروس.

ويمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات من تلك الصورة، في النقاط الآتية:

- ظهرت الصورة ثرية بالألوان، فقد وردت بدرجات مختلفة، وتعددت المساحات اللونية، لتشكل عامل جذب شديد لمشاهد الصورة.

- تشير الصورة إلى تضاد كبير، حيث ضمت الصورة عنصريين متضادين، هما: التصميم الجداري (تقدم المدينة وزحامها ونشاط سكانها)، والفتاة الوحيدة ذات الرداء الأسود (الخوف والقلق والضياع).

فهذان المعنيان المتضادان يشكلان عامل جذب شديد لمشاهد تلك الصورة.

نوع الصورة: تنتمي الصورة للصور الجمالية؛ فهي صورة ذات معانٍ إخبارية، وفي الوقت نفسه يظهر في خلفيتها تصميم جداري يضيف لمسة جمالية للصورة.

ثالثاً: صور وكالة رويترز:

الصورة الأولى:



أولاً: الوصف

تظهر الصورة متطوعين مرتدين للبدلات الواقية، حيث يقومون بأعمال تطهير لمحطة قطار تشانجشا بمقاطعة هونان في الصين.

ثانياً: المستوى التعييني

الحامل: نُشرت الصورة على حساب وكالة رويترز على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام، بتاريخ 2020/2/5، وقد حصدت الصورة 13.262 إعجابًا، لتكون بذلك أعلى الصور تفاعلاً ضمن الصور التي نشرتها الوكالة، والمتعلقة بفيروس كورونا.

الأبعاد: 640x418.

شكل الصورة: مستطيل

حجم الصورة: 294.4 KB

عناصر الصورة: خمسة أشخاص ذكور، ودخان جرّاء رش مواد مطهرة من أجهزة التعقيم في أرجاء محطة القطار.

عدد العناصر:

التأطير/التّركيب: ركزت اللقطة على ثلاثة من المتطوعين، للقيام بأعمال التطهير في محطة القطار، الذي بدا جلياً في ظهور ما يشبه الدخان، نتيجة المواد التي تم رشها في المحطة.

مصدر الصورة: غير واضح، لكنها مختومة بختم الوكالة.

زاوية التقاط الصورة: Eye level؛ التقطت الصورة بزاوية العين، بحيث ظهرت عناصر الصورة في نفس مستوى الشخص الناظر لها، بما يوحي بأن ما يقوم به المتطوعون من جهود كبيرة لمكافحة انتشار الفيروس يعد أمرًا ضروريًا من أجل الحماية.

فاختيار هذه الزاوية مهم، حتي يشعر المُشاهد أنه في نفس مستوى الصورة.

نوع اللقطة: تنتمي هذه الصورة إلى اللقطات البعيدة Long shot؛ التي تمد المشاهد لها بالكثير من التفاصيل حول الحدث أو الموضوع.

ثالثًا: المستوى الأيقوني:

اللون	مدلول
الأبيض	والذي ظهر في غالبية الصورة في لون الدخان، ولون البدلات التي يرتديها المتطوعون، وهو يدل على التطهير والمكافحة للفيروس.
الأخضر	والذي ظهر في لون البدل التي يرتديها الشخص مركز الصورة، والذي يدل على الحيوية، والنشاط والنماء، لأنه لون مستوحى من الطبيعة، فيدل على الهمة والنشاط، والجهد الكبير المبذول في مكافحة الفيروس ومقاومة تفشيه.

تضم الصورة ألوانًا بسيطة، فنجدها تتألف من لونين إلى حد كبير؛ وهذا يرجع إلى بساطة تفاصيل الصورة، والرغبة في التركيز على حركة الأشخاص أكثر من الألوان.

فجدد الدخان الأبيض طغى على مكونات الصورة كافة، في إشارة إلى الهمة، وزيادة الثقة في القدرة على الحد من انتشار هذا الفيروس.

الدال	المدلول في المستوى الأول	المدلول في المستوى الثاني
الأشخاص	المتطوعون	النشاط- الجهد- الجدية- الصمود
الأشياء	الدخان الأبيض	المكافحة- المقاومة
	أجهزة التعقيم	القوة - السيطرة

رابعًا: المستوى التضميني

دلالة الشخصيات: يظهر أحد الأشخاص المتطوعين مرتديًا بدلة واقية خضراء، واثق الخطى مرفوع الهامة، غير منكس الرأس، يتحرك وسط أجهزة التطهير، في إشارة إلى محاولة السيطرة على هذا الفيروس الخطير، فضلاً عن ارتدائه بدلة باللون الأخضر، وذلك دليل على المكافحة والصحة والنشاط، وحركة الشخص توحى بالاستقرار والخطى الثابتة نحو مكافحة الفيروس، والثقة في جودة عمليات التعقيم.

كما تشير حركة الأشخاص ذوي البدلات البيضاء، إلى القوة والنشاط والإجادة في العمل؛ للقضاء على هذا الفيروس الخطير.

نوع الصورة:

ويمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات من تلك الصورة، في النقاط الآتية:

- تجسد هذه الصورة الإجراءات المشددة التي ينبغي اتباعها في التعامل مع فيروس كورونا المستجد، من أعمال تطهير تقوم بها الجهات المعنية للحد من انتشار الفيروس، ومحاولة السيطرة عليه، والجدية في التزام معايير الحرص والسلامة؛ متمثلة في ارتداء البدلات والكمادات الواقية المخصصة للتعامل مع الظروف الصعبة ، وفي ذلك دلالة على الاهتمام بسلامة فرق التعقيم.
- كما ظهر الالتزام بالإجراءات المشددة في خلو المحطة من الأشخاص غير المعنيين بأعمال التطهير والتعقيم، بما يؤكد وعي هؤلاء القائمين، وكذلك وجود خطة وقواعد منضبطة في إدارة الأزمة، بحيث لم يظهر في الصورة إلا الفرق المخصصة للتعقيم، والمجهزة بأعلى درجات الحيطة.
- تجلي في اللقطة حركة الأشخاص القائمين بأعمال التطهير، ضمن إجراءات التعقيم المطلوبة، لمحاولة السيطرة على انتشار فيروس كورونا، لتؤكد معنى المكافحة المستمرة في تغطية المساحات الممكنة كلها، حيث يظهر توزيع فرق التعقيم في الصورة في جميع اتجاهاتها.
- طغيان اللون الأبيض على اللقطة يدعم إحساس التناول وإحكام السيطرة، فضلاً عن أن اللون الأبيض في حد ذاته دليل على النظافة والنقاء.

الصورة الثانية:



أولاً: الوصف

تظهر الصورة أمماً تبكي بعد توسلها لأحد عناصر الشرطة كي يسمح لها بالمرور بابنتها مريضة السرطان عند نقطة حدودية تفصل بين مقاطعتين، حيث فُرض قرارٌ يمنع الانتقال بين المقاطعات الصينية في إجراءاتٍ تقوم بها الدولة، للحد من انتشار الفيروس، ومحاولة للسيطرة عليه.

ثانياً: المستوى التعييني:

الحامل: نشرت الصورة على حساب وكالة رويترز على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام، بتاريخ 2020/2/3، حيث حصدت الصورة 11.155 إعجاباً، لتكون بذلك ثاني أعلى الصور تفاعلاً ضمن الصور التي نشرتها الوكالة المتعلقة بفيروس كورونا.

الأبعاد: 640x 426

شكل الصورة: مستطيل

حجم الصورة: 302.0 KB

عناصر الصورة: الأم، والطريق

عدد العناصر: 2

التأطير/التركيب: ركزت اللقطة على الأم، بحيث ظهرت في منتصف الصورة؛ لتظهر ملامح وتعابير وجهها.

مصدر الصورة: غير واضح، لكنها مختومة بختم الوكالة.

زاوية التقاط الصورة: Eye level حيث تعرض اللقطة بنفس زاوية العين، لما له من تأثير قوي من خلال ربط مُشاهد الصورة بعناصرها.

نوع اللقطة: Medium Shot، وهي تستخدم للتعبير عن الواقع دون أية إضافات، حيث تجمع بين مميزات اللقطات الطويلة في شمولها لتفاصيل كثيرة، ومميزات اللقطات القريبة التي تُظهر التفاصيل الدقيقة، وبالتالي تدعم تفاعل المُشاهد معها.

ثالثاً: المستوى الأيقوني:

اللون	مدلول
الرمادي	والذي ظهر في لون الأرضية، يوحي بالكآبة والخضوع لهذا المرض، كما يوحي بالضبابية والجهل بعواقب الأمور.
الأزرق	وتمثل في لون القناع والوشاح الذي ترتديه الأم، وهو يوحي بالأمل والصبر.

الدال	المدلول في المستوى الأول	المدلول في المستوى الثاني
الأشخاص	الأم الباكية	قلة الحيلة - العجز
الأشياء	الطريق الفارغ	الضياع - الضعف

رابعًا: المستوى التضميني:

دلالة الشخصيات: تظهر في اللقطة شخصية واحدة، وهي الأم الباكية، وهي تحاول مسح دموعها التي انهمرت جرّاء رفض شرطي لها أن يفتح لها الطريق، بعد إعلان الحكومية الصينية، تعطيل حركة النقل والمواصلات بين المقاطعات الصينية، في محاولة منها للحد من انتشار الفيروس المستجد عبر البلاد.

وجود الأم منكسة الرأس في الصورة بمفردها يوحي بمدى الضياع الذي تشعر به، وبخاصة مع اتساع مساحة الطريق الذي تسير فيه، وهو يجسد دلالة رمزية تلفت النظر للوضع المأساوي الصعب الذي يعيشه السكان في بعض مدن الصين، والذي يهدد حياتهم، جرّاء انتشار الفيروس.

نوع الصورة: صورة إنسانية؛ فهي تحمل طابعًا إنسانيًا، لما تنقله للمشاهد لها، من مشاعر حزن وكآبة، وإحساس بالضياع والضعف، وهو ما يتماشى مع موضوع نقشي الفيروس والمخاوف من ذلك.

ويمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات من تلك الصورة، في النقاط الآتية:

- امتازت الصورة بقلّة تفاصيلها؛ فظهرت سيدة واحدة في اللقطة، وبرع ملتقطها في تسليط الضوء على هدف اللقطة، وهو تجسيد حجم المعاناة، وبساطة تفاصيلها ساعد في سرعة التأثير بها من قِبَل مشاهديها.
- جسدت الصورة المأساة الحالية، حيث أظهرت الصورة المرأة في اللقطة بوصفها عنصرًا ضعيفًا، يحتاج الحماية والرعاية والشعور بالأمان، مما يكسب الصورة تفاعلاً عاطفيًا شديدًا، بهدف تجسيد مشاعر الخوف والقلق المسيطرة على المجتمع بسبب انتشار الفيروس.
- حُسُن إدارة الأزمة، وتطبيق الإجراءات الوقائية، والذي ظهر في إخلاء الشوارع من مواطنيها والتزامهم بمنزلهم، والذي يؤكد -أيضًا- خطورة الموقف، ونقشي الرعب من الإصابة بالفيروس.

التعليق على النتائج:

سعت الدراسة الحالية لتحليل التغطية المصورة للأحداث المتعلقة بانتشار فيروس كورونا، كما سعت -أيضًا- لدراسة أوجه الاتفاق والاختلاف بين حسابات وكالات الأنباء العالمية الثلاث -محل الدراسة- والتي خلصت إلى مجموعة من النتائج، يمكن عرضها في المستويات الثلاثة الآتية:

أولاً: المستوى التعييني:

1- حجم الصور ودرجة ضغطها(57):

الصورة الثانية		الصورة الأولى		وكالة
Potential Compressed Weight درجة ضغط الصورة	Image Weight	Potential Compressed Weight درجة ضغط الصورة	Image Weight	
54.2%	525.0 KB	53.8%	527.1 KB	AFP
56.9%	318.5 KB	51.8%	280.2 KB	AP
45.2%	302	46.4%	294.4 KB	Reuters

يتضح من الجدول السابق أن توزيع الصور عينة الدراسة، من حيث حجم الصورة ونسبة ضغطها:

- بالنسبة لحجم الصورة يكشف التحليل أن حساب Reuters على موقع Instagram أقل في الحجم نسبياً من حسابي الوكالتين الأخرين، الأمر الذي يشير إلى سرعة تصفح الصور المنشورة على هذا الحساب نظراً لسرعة تحميل الصور ذات الحجم القليل نسبياً.

- بينما اتجه حساب AFP إلى عرض صور، نسبة ضغطها أعلى من الصور المنشورة من حسابي الوكالتين الأخرين، فزيادة نسبة ضغط الصورة يعطي جودة أقل، فكلما زادت دقة الصورة كلما زاد حجمها، وبالتالي فإن الحاجة إلى ضغط الصور يُعد ضرورة؛ لأن الصور المضغوطة تحتاج إلى سعة تخزينية أقل من الصور غير المضغوطة.

2- تميزت الصور عينة الدراسة بالمساحة الكبيرة، الأمر الذي ساعد في عرض تحمل الكثير من التفاصيل، لتتفق بذلك نتائج الدراسة مع دراسة بيرق حسين جمعه الربيعي (2014)(58) التي أظهرت أن الصور الأكبر هي الأقدر على جذب انتباه عين القارئ بشكل يفوق قدرة الرسوم أو الكلمات.

3- ظهرت أغلب الصور عينة الدراسة في وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة في إطار مستطيل، وتنوعت بين الأفقية والرأسية، واختيار هذا الشكل بوصفه إطاراً للصور، يُعد مريحاً للعين، ويعطي مساحة مناسبة لإظهار تفاصيل الصورة ويجذب الانتباه لها.

4- اتفقت وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة في عرض أغلب الصور Eye level، الأمر الذي يعني أن زاوية الالتقاط في مستوى عين الإنسان، فالكاميرا هنا ليست مرتفعة ولا منخفضة، ويمكن أن نصفها بأنها محايدة لا تعطي انطبعا بالتحقير أو التعظيم.

5- كما اتفقت أغلب وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة في عرض اللقطات ذات أحجام متوسطة Medium Shot ، والتي تتيح مساحة قريبة إلى حد ما من عناصر الصورة، بما يسمح لمشاهدها بملاحظة تفاصيلها، لكن مع الحفاظ على مسافة مقبولة بينهما، أو كبيرة Long shot؛ لما تتيحه تلك المساحة المناسبة من ضم تفاصيل كثيرة، كما في حالات الصور ذات الحشود الكبيرة، أو دعم مشاعر القلق والخوف من تفشي المرض كما في حالة خلوها من الأشخاص، أثناء تواجدهم في فراغ كبير، وهذا التنوع في أحجام اللقطات، أثري المحتوى البصري للصور التي نشرتها وكالات الأنباء محل الدراسة على حسابها عبر Instagram.

6- كل الصور لها تعليق، في محاولة من وكالات الأنباء محل الدراسة إضافة نص للصورة، ليقوم النص بوظيفية التوضيح والشرح للصورة، لتوضيح خلفيتها أو قصتها، وبالتالي التزام الوصول للمعنى المراد توصيله، بما يحقق فهمًا أوضح للرسالة الإعلامية التي تحملها الصورة، وبالتالي تحقيق أثر عميق في مشاهدها، لنتفق بذلك مع نتائج دراسة Yusuf Yunisrina Qismullah (2012)⁽⁵⁹⁾ التي كشفت عن أهمية وجود تعليقات على الصورة بحيث تدعمها بمجموعة من المعاني اللغوية التي تشكل طريقة قراءة الصورة، ودراسة Jonathan Ilan (2017)⁽⁶⁰⁾، التي أظهرت أن التعليق من شأنه عرض قراءة صحيحة للصورة، وفهم أعمق لما تحتويه من عناصر، فوجود الصورة مصحوبة بالنص (التعليق عليها) يشكل نظامًا مشتركًا بين الرموز النصية، والعناصر المرئية، يُؤمّن قراءة متكاملة يصعب فيها فصل النص عن الصورة.

7- مصدر الصور: هو الوكالة، اتفقت وكالات الأنباء على استقاء الصور المنشورة على حساباتهم على موقع إنستجرام، من مصوريهم، الأمر الذي يعكس اهتمام الوكالات بعرض وجهة نظرها، من خلال مصوريها، فأهمية المصوّر لا تقل عن أهمية المحرر، وبالتالي اعتماد وكالات الأنباء على مصوريها ، يأتي في إطار سعي تلك الوكالات لضمان جودة الصورة ودقة تفاصيلها، كما يعني ذلك استقلال كل وكالة بطاقمها، لتكون بذلك جهة قوية لنشر الأخبار، ومرجع للباحثين عنها حول العالم، ليس فقط على مستوى النصوص ولكن الصور -أيضًا.

ثانيًا: المستوى الأيقوني:

1- ظهرت كل الصور عينة الدراسة ملونة، ولم يتم نشر أي صورة غير ملونة أو بالأبيض والأسود، حيث التقطت الصور على ألوانها الطبيعية، ودون الحاجة لإضافة مؤثر لوني، لتدعم فكرة نقل الواقع على حاله دون إي إضافات، حتى في حالة الصورة ذات اللونين الأبيض والأسود، والتي نشرتها وكالة أسوشيتد برس، فتوقيت التقاطها أعطى هذا الإيحاء، إلا أنه بتدقيق النظر فيها يتضح وجود ألوان بسيطة في الصورة.

2- اتفقت وكالتا AFP و AP على عرض صور يغلب عليها الألوان الداكنة؛ كالأسود والرمادي، بحيث يدعم مشاعر الحزن وقلة الحيلة أمام هذا المرض الخطير سريع الإنتشار، كما يشير للغموض نحو مستقبل الوضع الراهن، كما تنوعت درجات الألوان الداكنة بين الأسود والرمادي؛ لتأكيد مدى الضبابية والجهل بعواقب الأمور.

3- ارتداء أغلب الشخصيات في الصور محل الدراسة من الوكالات الثلاث للون الأسود، مما يدل على انتشار الجماهير بالسواد، تماشيًا مع الحالة السائدة من الخوف والقلق المسيطرَين على الجماهير حول العالم.

4- اتفقت وكالتا Reuters و AP على عرض عدد قليل من الأشخاص في جميع الصور الملتقطة على حسابيهما، بينما تنوعت الصور التي نشرتها AFP من حيث عدد العناصر أو الأشخاص في الصور الملتقطة، وهو ما بدا واضحًا في اختلاف الصورة الأولى التي ضمت ثلاثة أشخاص فقط- بما يتنافى مع الصورة الثانية؛ والتي بدت مكتظة بالبشر حيث ضمت عددًا كبيرًا من الحشود.

ثالثًا: المستوى التضميني:

1- عرضت الصور التي تضمنتها الدراسة أشخاصًا ذوي ملامح آسيوية، حيث إن هذه الدول عُدت بؤرة تفشي المرض، ودون التطرق لأشخاص من جنسيات أخرى، وذلك دلالة على فداحة انتشار المرض، ومعدلات الإصابة بهذا الفيروس في تلك المنطقة.

2- ضمت الصور التي نشرتها وكالات الأنباء العالمية الثلاث عينة الدراسة، أشخاصًا بالغين من الذكور، حيث ظهرت في أغلب اللقطات التي نشرت، لتتنق بذلك نتائج الدراسة الحالية مع دراسة حاتم علاونة (2011)⁽⁶¹⁾ التي كشفت عن أن أكثر من نصف الصور تتضمن صورًا للذكور، وذلك لأن الذكور هم الذين تتناول الأخبار نشاطاتهم، وتلقي الأضواء على أدوارهم السياسية والاقتصادية وغيرها.

كما يجدر الإشارة في هذه الجزئية أن الصور التي تضمنت نساء، أظهرت امرأة بمفردها في اللقطة، الأمر الذي يشير إلى قوة المرأة في المجتمع، فهي لا تحتاج لعدد لإثبات قوتها ودورها، وهو ما كشفت عنه أيضًا دراسة مع دراسة Sibel Onursoy (2015) التي كشفت عن أن المرأة ترمز لروح المجتمع، وغالبًا ما تظهر في اللقطات بوصفها رمز للقوة والثقة⁽⁶²⁾.

3- اتفقت أغلب الصور على إظهار ارتفاع المستوى الصحي الوقائي والالتزام بالإجراءات الوقائية في التعامل مع الأزمة، والمتمثل في ارتداء أغلب الشخصيات الأقنعة الواقية.

4- اتفقت أغلب الصور على إظهار مشاعر القلق التي بدت واضحة على وجوه الشخصيات التي تضمنتها الصور، بما يدعم حالة الخوف والترقب، ويؤكد مشاعر القلق الشديدة، وإن ركزت وكالة AFP في التقاط أشخاص لهم نظرات شاردة تائهة، تغذي أكثر مشاعر القلق والخوف.

5- ظهر تباين في مدى التوازن في التغطية الإخبارية المصورة التي قدمتها وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة حول موضوع فيروس كورونا.

حيث تميزت الصور التي نشرتها وكالة AP بالتوازن في العرض بين التشاؤم والتفاؤل في الصورة الواحدة، أو بمعنى آخر عرض الصور ذات العناصر المتضادة، حيث ظهرت صورتان المنشورتان على حسابها؛ الأولى: صورة فتاة خائفة مرتدية اللون الأسود القاتم، وفي خلفيتها التصميم الجداري مبهج الألوان، وظهرت الصورة الأخرى لشباب ببذلات رسمية يمرون على شارع بخطوط عرضية من اللونين الأبيض والأسود، في إشارة لمشاعر الصراع بين الخوف من تفشي الفيروس والإصابه به من ناحية، والرغبة في الحياة والعمل من ناحية أخرى.

بينما تميزت وكالة Reuters بعرض التوازن بين الصور وبعضها، بحيث تناولت إحدى الصور أعمال التطهير والتعقيم لمكافحة الفيروس، وأظهرت الصورة الأخرى الأم الباكية الهاربة -بابنتها- من مقاطعتها إلى مقاطعة أخرى.

أما وكالة أنباء AFP، فهي الوحيدة التي نشرت صورة لأحد المصابين المتوفين، نتيجة الإصابة بالمرض، رغم محاولته -قبل وفاته- للتشبث بالحياة والمقاومة، من خلال اتخاذه للإجراءات الوقائية المتبعة في هذه الحالة، والتي ظهرت في ارتدائه للكمامة الواقية.

6- أظهرت صور وكالتي AP و Reuters الأشخاص بكثافة قليلة للغاية بمناطق يفترض فيها الزحام الشديد، مما يشير إلى التوجس والرغبة من هذا الفيروس المستجد، كما يشير إلى الالتزام بمعايير السلامة المرجو اتباعها؛ لتقليل فرص الإصابة بالفيروس، بينما عرضت وكالة AFP صورة تضم كمًا كبيرًا من الحشود، الأمر الذي يشير إلى ارتفاع فرص إصابتهم بالفيروس في ظل هذا الزحام الشديد، وقد تكون دعوة للابتعاد عنه، وبخاصة في ظل التقاط الصورة من مستوى مرتفع، بما يدعم إحساس القلق والخوف من كون هذا الحشد الكبير فريسة سهلة للفيروس.

الخاتمة:

اهتمت الدراسة بتحليل الصور المتعلقة بفيروس كورونا في التغطية الإعلامية، حيث سعت الدراسة من خلال تطبيق أداة التحليل السميولوجي إلى الكشف عن المغزى الضمني غير الصريح للصور، التي نشرتها وكالات الأنباء العالمية الثلاث محل الدراسة، عبر حسابها على موقع إنستجرام، في تغطيتها لأحداث انشمار فيروس كورونا

حول العالم، وتحليل الرسالة الاتصالية المراد توصيلها لمشاهد تلك الصور؛ بهدف الكشف عن أبرز الدلالات التعيينية والأيقونية والتضمينية.

أظهرت النتائج اتفاق وكالتي AFP و AP على عرض صور يغلب عليها الألوان الداكنة؛ كالأسود والرمادي، بحيث تدعم مشاعر الحزن وقلة الحيلة أمام هذا المرض الخطير سريع الانتشار، كما يشير للغموض نحو مستقبل الوضع الراهن، كما تنوعت درجات الألوان الداكنة بين الأسود والرمادي؛ لتأكيد مدى الضبابية والجهل بعواقب الأمور.

كما كشفت نتائج الدراسة عن التباين في مدى التوازن في التغطية الإخبارية المصورة التي قدمتها وكالات الأنباء الثلاث محل الدراسة حول موضوع فيروس كورونا، حيث تميزت الصور التي نشرتها وكالتي AP و Reuters بالتوازن في العرض بين التشاؤم والتفاؤل في الصورة الواحدة، أو بمعنى آخر عرض الصور ذات العناصر المتضادة، أما وكالة أنباء AFP، فظهرت أكثر ميلاً للتشاؤم، فهي الوحيدة التي نشرت صورة لأحد المصابين المتوفين، نتيجة الإصابة بالمرض.

المراجع:

- (1)Günay, D., Parsa, A. (2012). Görsel Göstergebilim; İmgenin anlamlandırılması, İstanbul:Es Yayınları.
- (2)Sibel Onursoy (2015). A Semiotic Analysis of an Activist Image in Social Media, Online Journal of Art and Design, 3(2): p3
- (3)حسين جمعه الربيعي (2014). الأساليب الإخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية العراقية "دراسة وصفية تحليلية للجرائد اليومية الصباح والزمان والبيان أنموذجاً"، مجلة آداب الفراهيدي- العراق، العدد(19)، ص 222
- (4)Francis Arackal (2015).Semiotics and Media Content, Asian Trading Corporation (16), p. 12-13.
- (5) رحاب الداخلي محمد (2017) دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (47)، ص 183.
- (6) Angie Lovelace (2010). Iconic Photos of the Vietnam War Era: A Semiotic Analysis as a means of understanding, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications (1),p.42-43.
- (7) Samar Sami Hammadi (2018). Messages Behind images: A semiotic analysis of mother movies R. Barthes's Theory, Iraq: Mustansiriya Journal of Arts,(82)1,P.484
- (8) Al-Bzour. Salahaldeen, M. (2015). Connotations of the Straightforward Colours in the Holy Quran: An analytical study. American Journal of Humanities and Social Sciences, 3, 4, 90-102.
- (9) Seahwa Won and Stephen Westland (2018). Product-specific colour meanings: A semiotic approach, Journal of the International Colour Association, 18, P. 57.
- (10) Kyung Seon Lee (2015). The Color of the Year: A Textual Analysis of Pantone's Color Communication Techniques, School of Digital Media & Communication Arts, Faculty of Liberty University, p.26
- (11) op.cit, p.13.
- (12) Mona Al-Shraideh1, Ahmad El-Sharif (2019). A Semiotic Perspective on the Denotation and Connotation of Colours in the Quran, International Journal of Applied Linguistics & English Literature, 8(4), 18.
- (13) op.cit,p 27.
- (14)Kauppinen-Räisänen, Hannele; Jauffret, Marie-Nathalie (2018). Using colour semiotics to explore colour meanings, Qualitative Market Research: An International Journal. 21 (1), P. 20.
- (15)Dokyum Kim (2017). ARE ALL LIVES VALUED? WORTHY 'US', UNWORTHY 'OTHERS' A Comparative Content Analysis of Global News Agencies' Pictorial Representation of the Paris Attacks and the Beirut Bombings, MSc in Media, Communication and Development, London School of Economics and Political Science, p.38.

-
- (16) Yunisrina Qismullah Yusuf and Yunisrina Qismullah Yusuf (2012). Different representations and semiotics analysis of web news texts, *International Journal of Language Studies (IJLS)*, 6(3), p.33.
- (17) Jonathan Ilan (2019). Glocalization and international news-photo production: News images from Israel made for global news markets, *Journalism*, 1 (16), P.1
- (18) Astrid Gynnild (2017). The Visual Power of News Agencies, *Nordicom Review* 38 (2), p. 25.
- (19) op.cit ,P. 25.
- (20) Christian Möller (2012). From traditional to online media: Best practices and perspectives, 14th Central Asia Media Conference, p. 27.
- (21) Astrid Gynnild (2017). The Visual Power of News Agencies, *Nordicom Review* 38 (2), p. 30.
- (22) <https://www.afp.com/en/agency/innovation/news-agencies-digital-era>
- (23) Sichon Koowuttayakorn (2018). An Investigation of Instagram's Metonymy: A Multimodal Social Semiotic Approach, *LEARN Journal*, (11)1, P.140.
- (24) Inês Amaral (2016). The SAGE Encyclopedia of Economics and Society-Instagram, p.1.
- (25) gris Hodson and Ann Dale (2018). The Instagram #climatechange Hashtag Community: Does It Impact Social Capital and Community Agency?, *The International Journal of Interdisciplinary Environmental Studies*, 12(3), p.20.
- (26) Salem, F. (2017). The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of Things: Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World, Vol.: (7). Dubai: MBR School of Government, P. 32
- (27) Sibel Onursoy (2015). A Semiotic Analysis of an Activist Image in Social Media, *Online Journal of Art and Design* 3(2), p.3.
- (28) Diana Njirić (2016). Semiotic Effect in Visual Communication, *European Journal of Multidisciplinary Studies*, (1)2, p.310.
- (29) Francis Arackal (2015). Semiotics and Media Content, *Asian Trading Corporation* (16), p.
- (30) TOBIAS FREDLUND (2015). a Social Semiotic Perspective to Inform the Teaching and Learning of Physics. *Digital Comprehensive Summaries of Uppsala Dissertations from the Faculty of Science and Technology*, p.31.
- (31) Axel Karlsson (2020). PICTURES AT AN ELECTION, A visual semiotic analysis of Swedish political parties' visual communication in the 2018 election, Master's Programme in political science, DEPARTMENT OF POLITICAL SCIENCE, Gotebrgs univeritet, p.11.
- (32) Mohammad Issa Mehawesh (2014). The Socio-Semiotic Theory of Language and Translation: An overview, *International Journal of Humanities and Social Science*, 4 (8), p. 87.
- (33) رحاب الداخلي محمد (2017). دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية، *مجلة البحوث الإعلامي*، (47)، ص 162.
- (34) إبراهيم محمد سليمان (2014)، مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، *المجلة الجامعة* (16)، ص 155.

-
- (35) حسام إلهامي (2015)، سيميولوجيا التواصل الاجتماعي، مؤتمر كلية الإعلام والاتصال، السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص 9.
- (36) Sichon Koowuttayakorn (2018). An Investigation of Instagram's Metonymy: A Multimodal Social Semiotic Approach, *LEARN Journal*, (11)1, P.140
- (37) Halina Sendera Mohd. Yakin and Andreas Totu (2014). The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, p.8
- (38) Claudia E. Stoian (2015) Analysing Images: A Social Semiotic Perspective, *Scientific Bulletin of the Politehnica University of Timișoara Transactions on Modern Languages*, (14)1, p.23.
- (39) Axel Karlsson (2020). PICTURES AT AN ELECTION, A visual semiotic analysis of Swedish political parties' visual communication in the 2018 election, Master's Programme in political science, DEPARTMENT OF POLITICAL SCIENCE, Göteborgs universitet, p.7.
- (40) Sumin Zhao and Emilia Djonov (2017) . Advancing Multimodal and Critical Discourse Studies, New York: Routledge. *Routledge Studies in Multimodality*, No. 19, p.3
- (41) Paul Marin Lester (2014). *Visual Communication: Images with Messages*, USA: Widthworth, p. 53
- (42) Elisa Impara (2018). A social semiotics analysis of Islamic State's use of beheadings: Images of power, masculinity, spectacle and propaganda, *International Journal of Law, Crime and Justice* (53), p. 27.
- (43) Mogens Kilstrup (2015). Naturalizing semiotics: The triadic sign of Charles Sanders Peirce as a systems property, *Progress in Biophysics and Molecular Biology* 119, p. 567-568
- (44) Winfried Nöth (2020). *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, UK: SAGE Publications, p.2.
- (45) Giorgia Aiello (2020). Visual Semiotics: Key Concepts and New Directions, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, p.370
- (46) Francis Arackal (2015). *Semiotics and Media Content*, Asian Trading Corporation (16), p.5.
- (47) Aiello, G. (2020). "Visual semiotics: Key concepts and new directions". In Luc Pauwels and Dawn Mannay (Eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: SAGE.:p.370
- (48) Samar Sami Hammadi (2018). Messages Behind images: A semiotic analysis of mother movies R. Barthes's Theory, *Iraq: Mustansiriyah Journal of Arts*, (82)1, P. 456-457.
- (49) Aiello, G. (2020). "Visual semiotics: Key concepts and new directions". In Luc Pauwels and Dawn Mannay (Eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: SAGE.:p.370
- (50) Samar Sami Hammadi (2018). Messages Behind images: A semiotic analysis of mother movies R. Barthes's Theory, *Iraq: Mustansiriyah Journal of Arts*, (82)1, P. 456-457.

-
- (51) يمينة بوتشيثة (2017). الصورة الصحفية في الصحافة الجزائرية، دراسة سيميولوجية لصور الشخصيات الرسمية في الصفحة الأولى، الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، ص 65.
- (52) تم الرجوع في هذه الجزئية إلى المصادر الآتية:
- Paul Marin Lester (2014). Visual Communication: Images with Messages, USA: Widthworth, p. 53-56.
 - Markus Danielsson (2010). More than a thousand words? A semiotic analysis of images in online communication, University of Gothenburg, Department of Languages and Literature, p.8.
- (53) <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- (54) Phil MacGregor (2013). Journalism: New Challenges, Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University, p37.
- (55) Astrid Gynnild (2017). The Visual Power of News Agencies, Nordicom Review 38 (2), p. 29.
- (56) تم الإستناد إلى حسابات الوكالات الثلاث محل الدراسة لتجميع بيانات هذا الجدول بتاريخ 29 فبراير 2020.
- (57) استعانت الباحثة بموقع <http://websitespeedtest.cloudinary.com> لتوصيف السمات التقنية للصور عينة الدراسة، مثل درجة جودة الصورة ، وحجم الصور ، ودرجة ضغط الصور بما يخدم أهداف البحث.
- (58) حسين جمعه الربيعي (2014)، الأساليب الإخراجية للصورة الصحفية في الجرائد اليومية العراقية" ، دراسة وصفية تحليلية للجرائد اليومية الصباح والزمان والبيان أنموذجاً"، مجلة آداب الفراهيدي- العراق، العدد(19)، 2014، ص 222.
- (59) Yunisrina Qismullah Yusuf and Yunisrina Qismullah Yusuf (2012). Different representations and semiotics analysis of web news texts, International Journal of Language Studies (IJLS), 6(3), p.
- (60) Jonathan Ilan (2017). News and the word-image problematic: A (key) word on international news pictures' production, Journalism, 18(8), p.989-990
- (61) حاتم علاونة (2011)، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي "الدستور" و"الغد"، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية- الأردن، المجلد 38 (1)، 2011، ص 11.
- (62) Sibel Onursoy (2015). A Semiotic Analysis of an Activist Image in Social Media, Online Journal of Art and Design 3(2).