

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحفية



إعداد الدكتور / أحمد خليل حامد

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

فبراير ٢٠١٢



مقدمة

في أي مجتمع من المجتمعات هنالك وظيفتان للإتصال الإنساني هما :

∑ الوظيفة الإجتماعية – Social Function
∑ وظيفة إتخاذ القرارات Decision Making Function

أولاً : الوظيفة الإجتماعية :

وهي تنطلق من قاعدة مفادها . أن الناس يحتاجون دوماً إلي الآخرين بقدر ما يحتاجون إلي الماء . الغذاء والإحتياجات البيولوجية الأخرى .

فبدون تفاعل إتصالي - علي الأقل - فإن كثيراً من الناس يفتقدون الأسس التي بموجبها يعاون بعضهم بعضاً . كما أن الكثيرين منهم يحتاجون إلي التحدث إلي الآخرين في بعض الأوقات وأن يتحدث إليهم الآخرون (فالصمت قاتل) .

وتشير كثير من الدراسات النفسية والإجتماعية . إلي أن أغلبية الناس تحتاج إلي بناء علاقات إجتماعية مع الآخرين والسعي الدؤوب للمحافظة عليها . وعلي ضوء تلك العلاقات الإجتماعية تتحدد مستويات الإتصال بينهم :

∑ ففي مستوى إجتماعي أول من مستويات الإتصال الإجتماعي . يتصل الناس مع بعضهم من أجل الإشباع النفسي . وبحثاً عن الإحساس بالسعادة والسرور فقط .

∑ وفي مستوى إجتماعي ثاني . فإن الناس يتصلون لإظهار الروابط التي تربطهم بالآخرين .
∑ وفي مستوى إجتماعي ثالث ، يتصل الناس مع بعضهم لخلق علاقات مع الآخرين والمحافظة عليها .

∑ وفي مستوى إجتماعي رابع ، يتواصل الناس للتعريف بطبيعة علاقاتهم الاجتماعية ذلك أنه وعبر الإتصال . فإن الناس الذين تربطهم علاقات من نوع ما يحاولون باستمرار التعريف بعلاقاتهم . وإعادة التعريف بها . ومدى قوة تلك العلاقات . وذلك عن طريق ما يقولونه للناس والطريقة التي يقولونه بها .

ثانياً : وظيفة إتخاذ القرار :

إن الإنسان وإضافة إلي كونه حيوان إجتماعي . فإنه يتميز أيضاً بقدرته علي إتخاذ القرار . فمنذ أن يستيقظ من نومه كل صباح . يبدأ في عملية إتخاذ القرارات . بدءاً من نهوضه من الفراش (متي وكيف) مروراً بكل الأعمال اليومية التي يؤديها والتي يقرر ألا يؤديها . وإنتهاءً بقرار عودته مرة أخرى إلي الفراش .

وعمليات إتخاذ القرار له هدفان رئيسيان هما :

✓ تبادل المعلومات :

✓ تغيير الإجهات والسلوك :

وخلال هذه السلسلة من القرارات . فإن أي قرار يتعلق بالسلوك أو بالآخر . فإنه يعتمد علي نوع من أنواع اللغة (منطوقه - غير منطوقه) .

ولا تتحقق الوظيفتان السابقتان (الإجتماعية / إتخاذ القرارات) إلا في وجود عمليتين من العمليات الإنسانية هما :

1. تصورنا لإنفسنا (Self Concept) .

ومفهوم النفس هو صورة الفرد . وهي عبارة عن إحساسه وتصوره لعناصر قوته وضعفه وقدراته

وحدوده . وقد وجد الدارسون أن الإنسان وخلال مسيرة حياته ، يطور تصوراً منظماً للعالم . وأكثر الجوانب أهمية في هذا التصور ، هو أن كل جزء يعمل في نطاق الكل ليخلق بناءً عاماً له معني . فنحن نستطيع أن نحدد أوضاعنا فيما له صلة بالزمان والمكان ، وفي علاقاتنا بالآخرين . وذلك فقط عندما نربط أجزاء التصورات المختلفة بالتصور الأصلي الذي تكون لدينا .

٢ . إدراكنا للأشياء والأشخاص من حولنا (Perception) . يعرف (فيليب كوتلر ١٩٩٧Kotler) الإدراك (بأنه العملية التي يقوم بها الفرد لاختيار وتنظيم وتفسير المعلومات التي تحصل عليها لتحديد الصورة الشاملة لعالمه المحيط به) .

أما (وليام ويلز ١٩٨٩ Wells وزملاؤه) فيذهبون إلى أن الإدراك هو (الفكرة العامة عن ماهو الشيء المقصود . أو الطريقة التي نفهم بها ماهية هذه الأشياء) . أو (العملية الإتصالية التي نستقبل بواسطتها المعلومات من خلال الحواس الإنسانية نقبلها ونعطيها معني) .

أو هو (العملية التي عبرها نصبح ملمين بالأشياء ، الأحداث بصفة عامة والناس علي وجه الخصوص ، عن طريق حواسنا - الأبصار ، الشم ، التذوق ، اللمس و السمع - وفقاً (جوزيف دي فيتو ٢٠٠٥)

ومن هنا فإن عملية الإدراك هو ما ينتج عما يدخل في عالمنا من تجارب خاصة ، رغباتنا ، حاجاتنا ، مطالبنا وغيرها . وهي في الأساس عمليات مستمرة تمتزج كل واحدة منها في الأخرى لتخلق لنا عالماً يتماشى مع معتقداتنا وتقاليدينا .

ويختلف إدراك الناس لنفس الشيء لإختلاف خبراتهم وشخصياتهم وإختلاف المؤثرات الفسيولوجية والنفسية لدى كل شخص ، مما يؤثر علي ترتيب المعلومات الواردة إليهم عن الشيء أو الحدث .

ويقسم (بيبي Beebe وزملاؤه ٢٠٠٤) إدراك النفس إلي ثلاثة أنواع أو أبعاد :

أ - الإدراك الذاتي للنفس

وهي قدرة الإنسان والحيوان علي حدٍ سواء - للتعرف على بيئته الإجتماعية والمادية

ب - الإدراك الموضوعي للنفس

والتي يمتلك فيها الإنسان- وبعض الحيوانات - القدرة علي أن يكون الجسم مثار إهتمام الآخر

ج- الإدراك الرمزي للنفس

وهي قدرة الإنسان (وحده) علي تطوير مقدرته علي إعادة تمثيل صورة شخص ما ، ونقل العملية إلي الآخرين عبر اللغة . و تتم التجربة لدى الانسان من خلال ثلاثة مواقع في النفس البشرية هي :

١ . موقع الذات :

وهنا يدرك الشخص المواقف من وجهة نظره - وهو إدراك ذاتي ، ذلك لأن وجهة نظره الخاصة تمثل بالنسبة له مرجعية كاملة في إدراك المواقف . - يعيش بكل حواسه في الخبرة المتراكمة لديه حول الموضوع المدرك

٢ . موقع الآخر :

وهو أن يدرك الشخص المواقف من خلال وجهة نظر شخص آخر . وتجد ذلك واضحاً في (المذاهب الدينية والإتباع - الأيديولوجيا) وهنا تكون المرجعية الكاملة للآخر . يتقمص شخصية الآخر ويستدعي خبرات ذلك الشخص وموقفه حول الموضوع المدرك .

٣ . موقع المراقب :

ويتم الإدراك هنا من وجهة نظر محايدة ومن ثم فإن الحكم علي المواقف والأشياء يتم بحياد . ذلك إن النظر إلي الموقف يتم من خلال العلاقة المتكونة ما بين الذات والآخر . يقف مراقباً ، ومن ثم يتخيل كيف تبدو أنت

والآخر في هذا الموقف المتعلق بالموضوع في نظر شخص يلاحظكما من بعيد .

إن الارتباط بين الرمز الاتصالي وبين مضمونه (المعنى) هو أهم موضوعات علم الدلالة .

وجاءت نظريات المعرفة الإدراكية لتؤكد أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به والتي تسقط دلالاتها على الأشياء التي يتعرض لها فيفسرها وفقا لما تحتويه هذا الإطار (الإطار الدلالي Frame of Reference) .

وتتضمن عملية الإدراك أنشطة معرفية عديدة هي :-

∑ الانتباه

∑ الوعي

∑ التذكر

∑ تمثيل المعلومات

حيث تتسابق العديد من المثيرات لجذب انتباهنا في كل لحظة من لحظات اليقظة ، وينتقى الإنسان جزءا ضئيلا من مثيرات الانتباه . عبر مصفاة تقوم مقام حارس بوابة (Gate Keeper) للمعلومات المنتقاة عند نقاط مختلفة في عملية الإدراك.

ويلعب الانتباه دورا مهما في توجيه الوعي إذ يسمح أو يمنع بعض الخبرات من دخول دائرة الوعي . وطبقا لنظرية تمثيل المعلومات فإننا نتعرض يوميا لكمية كبيرة من المعلومات فننتقى منها جزءا صغيرا . ومن هذا الجزء الصغير نقوم بتخزين جزء اقل في الذاكرة طويلة المدى Long Term Memory

وتقوم حاسة الابصار بأدوار رئيسة في عمليات الإدراك عند الإنسان ، إذ تشير بعض الدراسات الى ان الإنسان يتلقى معلوماته عبر حواسه على النحو التالي :-

∑ ٨٧٪ من المعلومات ترد اليه عن طريق حاسة الابصار .

∑ ١٢٪ من المعلومات ترد اليه عن طريق السمع

∑ ١٪ من المعلومات ترد اليه عن طريق الحواس المتبقية (الشم ، اللمس ، الذوق)

وقد وجد الباحثون أن الإنسان وخلال مسيرة حياته ، يطور تصورا منظما للعالم . وأكثر الجوانب أهمية في هذا التصور ، هو أن كل جزء يعمل في نطاق الكل ليخلق بناءا عاما له معني . فنحن نستطيع أن نحدد أوضاعنا فيما له صلة بالزمان والمكان ، وفي علاقاتنا بالآخرين . وذلك فقط عندما نربط أجزاء التصورات المختلفة بالتصور الأصلي الذي تكون لدينا . فكل تجربة جديدة في الحياة نجد لها مكانا في التصور الذي تكون لدينا عن العالم ، وكل رسالة جديدة أيضا تحتل مكانا مخصصا ، بحيث أنها دائما ما تدعم التجربة وتؤيد التصور الأصلي . ومن ثم فإننا نقوم بإستقبال وتفسير أية تجربة جديدة بطريقة من أربع طرق وفقا (للدكتورة جيهان أحمد رشتي ١٩٧٥)

١ . إما أن تضيف التجربة إلي التصور الحالي الموجود معلومات جديدة .

٢ . أو تدعم التصور الحالي .

٣ . أو تحدث مراجعات طفيفة علي هذا التصور .

٤ . أو ينتج عنها إعادة بناء لكامل التصور .

من هنا تنبع أهمية دور وسائل الاعلام في بناء الصور الذهنية

الاتصال بالجماهير

يعرف (Bittner) الإتصال الجماهيري بأنه (رسائل تنقل عبر وسيلة جماهيرية إلي مجموعة كبيرة من الناس) . وأن الإتصال الجماهيري عملية تتم بإستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية ، ويتميز بقدرته علي توصيل الرسائل إلي جمهور عريض متباين الإتجاهات والمستويات ، أي لأفراد غير معروفين للقائم بالإتصال ، تصلهم في نفس اللحظة وبسرعة عالية ، مع قدرة علي خلق رأي عام ، وعلي تنمية إتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً ، والقدرة علي نقل الأفكار والمعارف والترفيه . ويقارن (Gamble³) بين الإتصال الجماهيري وأنماط الإتصال الأخرى ، فيشير إلي أنه علي الرغم من الإتصال الجماهيري هو عبارة عن خليط من العناصر الاتصالية الآتية (أشخاص ، رسائل ، قنوات ، تشويش ، رجع الصدي ، مجال للخبرات ، إطار ، مؤثر أو أكثر) إلا أنه يختلف عن أنماط الإتصال الأخرى في نواح عديدة :

- 1- إن الإتصال الجماهيري قادر علي الوصول إلي عشرات الآلاف بل ملايين الناس في نفس الوقت ولا يعرف المرسل معظمهم بطريقه شخصية .
- 2- يعتمد الإتصال الجماهيري علي أجهزة تكنولوجية لنشر رسائله علي أوسع مدي و بشكل دائم لجمهور منتشر وغير متسق و غير معروفين لبعضهم البعض .
- 3- إن رسالة عامه ومتاحة لإشخاص عديدين قد قرروا أو لم يقرروا التعرض للوسيلة . كأفراد مكونين للمجتمع.
- 4- إن المصدر في الإتصال الجماهيري هو مؤسسة . ومن ثم فإن الإتصال الجماهيري ليس نتاجاً فردياً بل هو منتج عمل مجموعة من الناس كل يعمل لجذب إهتمام المستقبل
- 5- إن الإتصال الجماهيري يتم التحكم فيه عبر حراس بوابات كثر، وهم أفراداً من الذين بإمكانهم التحكم في الرسالة .
- 6- إن رجع الصدى دائماً في هذا النمط يكون في أدني مستوياته ، وقد لا يظهر في بعض الأحيان إلا متأخراً .

وسائل الاتصال بالجماهير

ويطلق علي منظمات إنتاج الاتصال الجماهيري (Mass Media وسائل الإتصال الجماهيري) وهي عبارة عن القنوات التي تستخدم للإتصال الجماهيري .

وقد إكتسبت هذه الوسائل Mass Media أهمية كبيرة ، وبخاصة الوسائل الإلكترونية نتيجة لقدرتها علي التأثير علي جمهورها، وإمكانياتها العالية في نقل الترفيه ، بل أصبحت مضامين تلك الوسائل تعكس قيم المجتمع وثقافته ونمط سلوكه المعيشي .

ورغم السمات العامة المشتركة بين رسائل الإتصال الجماهيري في المجتمعات المختلفة إلا أن هنالك بعض الإختلافات حول ما يمكن أن تفعله هذه الوسائل ، وما لا يمكن أن تفعله وفقاً للضوابط القانونية في كل مجتمع ، ووفقاً للقدرات الاقناعية لكل وسيلة وتختلف الوسائل من حيث لغاتها ، خاصة وأن اللغة Language وما يرتبط بها من معان عرضة دائماً للتعميم ، الحذف أو التشويه ، فينتج عنها شكل مختلف من أشكال الإدراك .

∑ فالكلمة المطبوعة تؤثر على الفكر الانساني بقدرتها على نقل الايديولوجيا .

∑ الكلمة المنطوقة قادرة على استثارة الخيال .

∑ أما الرسالة المنقولة عبر الصورة فإن لها قدرة فائقة على خلق الانطباعات .

ومن بين هذه الاجناس الاعلامية سنتناول الصورة الصحفية باعتبارها هجيناً يجمع بين الصورة

من جهة والكلمة المطبوعة من جهة أخرى كجنسين من الاجناس الاعلامية. وهى تختلف عن الصورة التلفزيونية فى جانبين اثنين :-

∑ الصورة الصحفية ثابتة بينما التلفزيونية متحركة .

∑ الصورة التلفزيونية تقترن بالكلمة المنطوقة فتكثف من المشاعر والانطباعات

الصور الصحفية :-

ان عملية التصوير الصحفى ليست عملية ذاتية او جهدا فرديا ولكنها عمليات تقوم على عدد من الاسس العلمية الخاصة بالتخطيط للمهمة الصحفية ، فى اطار

∑ ما يدركه المصور الصحفى عن الصورة .

∑ طبيعتها ،

∑ جمهورها والحقائق التى تهمهم .

∑ ومن الجانب الاخر تتضمن تلك الاسس عمليات تحرير الصورة التى تقوم على :- - اختيارها من بين عشرات الصور .

- معالجتها إن دعت الضرورة .

- وضعها على الصفحة التى تحدها السياسة التحريرية للاصدارة .

ومن هنا فإن الصورة الصحفية تستطيع ان تؤدى الوظائف الاتية :-

∑ نقل معلومات .

∑ تأكيد معلومات .

∑ تكثيف المعانى .

∑ إضفاء المتعة والترفيه

وقد اتبعت الصحافة العالمية ما قبل هذه الالفية اعرافا راسخة فى استخدامها للصور . ونقصد بالصحافة العالمية تلك الصحف التى تهتم بالاخبار خارج نطاق المنطقة التى تصدر فيها ويتوزع جمهورها توزيعاً جغرافياً على مدي دولى واسع. وهى تعالج قضايا علي مستوي العالم ولا تقاس بكميات . توزيعها أو قدرتها المالية. وهناك نوعان من الصحافة العالمية

صحافة الصفوة Elite Journalism

وهى صحف تصدر في البلاد الليبرالية وعادة ما تكون صحفا مستقلة ، وتحاول قدر الإمكان أن تبعد نفسها عن السلطات الحكومية الثلاث (التشريعية - التنفيذية - القضائية) فى البلاد التى تصدر فيها . وتهتم كثيرا باتجاهات الرأى العام العالمى. ولذلك فهي تطلق على نفسها أسم (السلطة الرابعة) . وقد ظلت هذه الصحف - والى وقت قريب - تستخدم الصور الإبهامية للشخص الذى ترد اخبارهم على صدر صفحاتها الاولى وهى على نوعين :-

1-1_ الصحافة الليبرالية

ومن امثلتها :-

أسسها (Roy) عام ١٧٨٥م ، توزيعها الحالي حوالي ٣٥٠ الف نسخة يوميا إشتراها بعد ذلك اللورد نورثكليف ثم آلت ملكيتها الآن الي أميراطور الصحافة روبرت ميردوخ .

Le Monde اللموند :

صحيفة باريسية موقرة ، صدرت لأول مرة في ١٩٤٤م ، توزع ٦٠٠ الف نسخة يوميا ، وتضع على صدرها ديباجة تقول أنها (صحيفة الشباب الفرنسي المثقف)

Asahi Shimbun أساهي شيمبون

من اشهر الصحف اليابانية ، لها طبعتان ، طبعة صباحية توزع منها ٦ مليون نسخة يوميا ، وطبعة مسائية توزع منها حوالي ٤ مليون نسخة إضافة الي ملحق باللغة الإنجليزية .

Washington Post: واشنطن بوست :

هي الجناح الشرفي لمجموعة صحفية كبيرة تمتلكها الراحلة / كاثرين جراهام ، توزع لبوست حوالي ٣٠٠ الف نسخة ، مشهورة بتحليلاتها العميقة وحقائقها الجريئة ، تصدر في واشنطن منذ ١٩٦٣م وتصدر المجموعة الصحفية كل من صحيفتي :

- ∑ الهيرالد تريبون .
- ∑ لوس أنجلس تايمز .
- ٢- صحافة بلاد السلطة

وهي صحف تعتبر صحفيتها مشاركين في السطة السياسية وبذلك تكون الصحيفة عبارة عن الجناح الإعلامي لهذه السلطة السياسية ، لذا فان استخدامها للصور يتم دائما وفق معايير ايديولوجية ، بل قد تكون اشبه بالعمل البروتوكولي . ومن أشهر هذه الصحف .

صحيفة البرافدا - روسيا

صحيفة النجم الاحمر (الصين)

Popular Journalism الصحافة الشعبية

وهي صحافة تهتم بالجريمة والفضائح والمشاهير والرياضة ، غير انها تمول نفسها من التوزيع فقط دون الإلتفات الى الاعلان كمصدر من مصادر الدخل ، ومن هنا نلاحظ ضخامة الاعداد الموزعة من مثل هذه الصحف التي لاتقل عند ادنى مستوى من مستويات التوزيع عن مليونين من النسخ . ولطبيعتها المثيرة فانها تستخدم الصور الكبيرة للافراد والاحداث بل تقوم احيانا بمعالجتها لاضفاء مزيد من الاثارة على موضوعاتها .

ومن أشهر هذه الصحف :-

- ١- الاكسبريس Express
 - ٢- الميرور The Mirror
 - ٣- نيويورك صن N.Y. Sun
 - ٤- الصن اللندنية The Sun
- وظائف الصورة الصحفية :-

لقد اتفق كثير من الباحثين على ان الصورة الصحفية تستطيع أن تؤدي وظائف عديدة بالنسبة للصحفي

وللقارئ معا ، وأهم هذه الوظائف هي :-

- مساعدة القارئ على فهم الموضوع
- حثه على قراءة أكثر عمقا
- توفر إحساسا بالقرب من الصحفي
- تقدم دعوة للقارئ لكي يأخذ مكانه فى الحدث
- تساهم وفق إطارها العام فى تحديد ملامح المفاهيم الايديولوجية للصحيفة .
- تساعد الصحفي على الشرح والتفسير ببسر

الصور الصحفية فى النظم الرقمية

اصبح من العسير فى عالم اليوم الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال . مما جعل الكثيرين يقومون بدمجهما فظهر مصطلح تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وهو تزواج يقودنا باتجاه عصر جديد هو عصر الاتصال الحاسوبى، الذى يستطيع فيه المرء من نقل وتخزين واسترجاع (البيانات ن الاصوات ، الصور، الكلمات ، الموسيقى ، الالوان والرسوم البيانية .) والتعامل معها عبر تقنيات الوسائط المتعددة .

ولقد ادت المعالجة الرقمية للصورة الصحفية من خلال الكمبيوتر الى زيادة قدرة المصور فى تغيير خصائص الصورة ومحتواها لتحقيق اهداف المؤسسات الصحفية . وهى قضية وضعت غبارا كثيفا على مصداقية الصورة الصحفية (التي كانت تمثل احد مزاياها) .

وقد بدأ التوسع فى استخدام بعض المعالجات الرقمية للصور الصحفية فى الغرب بحجة التفسير ، وأطلق عليه المدخل التفسيري .

ويحتج مصورو المدخل بان الصورة هى رسالة تعبر عن وجهة نظر المصور ورؤيته للحدث ، ومن ثم فإن المصور ملزم اخلاقياً بجعل المشاهد قادرا على الفهم .

وهنا يجب على تنظيمات الصحفيين وضع خطوط حمراء امام ما لايجب تخطيه حتى لا تدمر مصداقية الصورة الصحفية .

دلالات الصور الصحفية :

إهتمت دراسات عديدة فى السنوات الاخيرة بالبحث فى علاقة زوايا الكاميرا ودلالات الصور الصحفية الناتجة عنها . فوجد أن هنالك علاقات راسخة بين العاصر الاتية :-

- ١- اتجاه نظر الشخصيات الموجودة بالصورة الصحفية وتأثيرها على القراء :
- الاشخاص الذين ينظرون الى الامام (فى صورهم) باتجاه القارئ تم تقييمهم بمعايير ايجابية.
- الاشخاص الذين ينظرون الى أعلى لحظة التصوير . تم تقييم صورهم بصفات سالبة فهم فى نظر القارئ (متعالون ن سلبيون ، غير متعاطفين) .
- الاشخاص الذين ينظرون الى اسفل لحظة التصوير . جاء تقييمهم من خلال صورهم تلك بمعايير سالبة أيضا (انخفاض معدلات الفاعلية)
- ٢- التصوير من مسافة بعيدة نسبيا (بعد بؤرى مناسب) يعزز الجوانب الايجابية للشخصية أو الاشخاص الذين يظهرون فى الصورة .

٣- التصوير من مسافة قريبة نسبيا يعزز لدى المشاهد القيم السالبة لصاحب الصورة.

٤- التصوير الجانبي من أسفل يزيد من نسب الايحاء بذكاء صاحب الصورة ، وقدرته على حسم الامور (الثقافية ن السياسية ، العلمية) بكفاءة – وبخاصة صور الذكور .

-- هنالك زوايا تصوير اخرى غير معتادة فى العمل الصحفى ، مثل التصوير من أعلى 5

(على الرغم من شيوعه فى الاعمال الدعائية والاعلانية على حد سواء) فإنه يزيد من فرص أضعاف الكفاءة الادبية بالنسبة للناث، أما للساسنة من الرجال فانه يوحى بالتقزم _ من قزم – ومن ثم تصغير القدر .

٦- فى السياسة لاتستطيع الصورة أن تنقل الايدولوجيا ولكنها تستطيع ان تخلق انطباعات قوية عن حملة الايدوجيا .

٧- تستطيع صور القادة – المكبرة – ان تكثف وتدعم القيم الكاريزمية لدى أصحابها ولكنها لاتستطيع ان تخلق الكاريزما من لاشيء .

ملاحظة هامة :-

أنا عندما نصور شخصا ، فنحن الذين نختار اللحظة وزاوية التصوير . الشيء الذى يضع على كاهلنا عبئاً أخلاقيا كبيرا .

تأثيرات الصورة الصحفية

يتفق كثير من الباحثين فى مجالات علوم الاتصال على أن دراسات التأثير هى واحدة من أكثر المناهج قدرة على تفسير الظواهر وحل المشكلات على الرغم من المخاطر التى تحيق بالمنهج وقدرة الباحثين على ضبط متغيراته .

وبرغم كل ذلك فقد أجز بعض الباحثين دراسات عديدة تناولت تأثيرات الصورة الصحفية على قرائها .

١- فقد أجز الباحث (J.Sheree 1992) دراسة حول تأثير الصورة الصحفية الملونة على العمليات الادراكية للقارىء ، وذلك من خلال ثلاثة متغيرات .

∑ نظام الثبات ، ويقصد به مسح العين للشيء المدرك The Scanning

∑ المدة التى تستهلك لاكمال عملية المسح .

∑ عدد تكرارات عملية المسح .

فتوصل الى النتيجة الآتية :-

تؤثر الالوان على كيفية تصفح القارىء للصفحة وأنه اذا ما تم توظيف الالوان بطريقة علمية (وفقا لتأثيراتها السيكلوجية والاجتماعية) فانها تحقق الغاية .

٢- وفيما يتعلق بتأثير الصورة الصحفية على إدراك وفهم النصوص الصحفية ، أجرى الباحثان (Gibson & Zelman 2000) تجربة حول تقرير اخبارى عن مرض معدى يسببه نوع من الحشرات وتم تقديم التقرير للمجموعات المبحوثة بعدة أشكال

- تقرير صحفى بدون صور

- تقرير صحفى مع نشر صورة للحشرة

- تقرير مع نشر صور لاطفال مرضى بذاك المرض مع صورة للحشرة .

١- طفل أبيض وطفل أسود من المرضى وصورة للحشرة

٢- أطفال مرضى كلهم من البيض مع صورة للحشرة

٣- أطفال مرضى كلهم من السود مع صورة للحشرة .

فجاءت النتائج لتبين :-

- أن صورة الحشرة عندما اقترنت بصور الاطفال المرضى فى التقرير إرتفع معدل الشعور بالمخاطر التى تسببها الحشرة .

- زادت درجة التأثير عندما تنوعت أعراق الاطفال (سود + بيض) فى الصورة .

٣- أثبتت دراسات أخرى أن القراء الذين يستطيعون رؤية الصور الخاصة بالافراد الذين يرد ذكرهم فى القصص الاخبارية يكونون أسرع فى التعرف على السمات الشخصية لأولئك الاشخاص أكثر من القراء الذين لم يشاهدوا مطلقا أية صورة لهؤلاء الاشخاص

٤- أجرى أساتذة جامعة كولمبيا (١٩٩٧) دراسة حول تأثير نشر صور صحفية جديدة على ذاكرة القراء .

فأشارت النتائج الى ان الصور الصحفية تميل لان تفقد تأثيرها الفعال على القارىء بعد تكرار مشاهدتها .

وأن هناك علاقة أيجابية بين حداثة الصورة الصحفية وعناصر تفضيل مشاهدتها وزيادة زمن مشاهدتها ، وسهولة تذكرها واسترجاعها .

٤- وعن أثر استخدام الالوان وتعقيدات الصور على الجهود الذهني وعلى الذاكرة وعلاقتها بسرعة رد فعل القارىء ودقة إدراكه البصرى . أجرى (Gilbert & Scheduler 1990) دراسة وجدت أن :-

- الصور (اسود + ابيض) تحتاج الى زمن اطول لادراكها .

- وان معدلات التذكر تزيد بالنسبة للصور المعقدة عن الصور بسيطة التركيب

توصيات الورقة .

توصى الورقة بأن نهتم بالعناصر الاتية

١- زوايا التصوير

٢- المدى الذى يتم منه التقاط الصورة The Focal Point

٣- اللحظة التى يختارها المصور لالتقاط الصورة (صورة مذكرة بوش داخل الجمعية العامة للامم المتحدة) .

٤- الاضاءة (وهى لغة الصورة الاساسية ، اذ يقوم الضوء كموصل للمعلومة مثل الكلمات المنطوقة تماما .

٥- كما توصى الورقة بتأسيس جسم للمصورين الصحفيين بكل من الاتحاد والمجلس ' على أن يؤسس الجسم لنفسه قواعد اخلاقية ملزمة لاعضائه .

٦- معالجة الصور الصحفية قبل نشرها (بتعديل عنصر الضوء أو الخلفيات أو الالوان) هى واحدة من القضايا الأكثر إلحاحًا فى عالمنا المعاصر . لأنها تتعلق بصدقية الصورة الصحفية . عليه أرجو أن يفرد

مراجع الورقة

- ١- جيهان احمد رشتي : الأسس العلمية لنظريات الإعلام – دار الفكر العربي – القاهرة ١٩٧٥ م .
- ٢- د.محمد عبد الحميد/ د. السيد بهنسى، تأثيرات الصورة الصحفية ، عالم الكتب ، القاهرة ٢٠٠٤

- ٣- حسن محمد حسن ،الاصول البجمالية للفن الحديث ، دار الفكر العربى الحديث الكويت ١٩٧٩
- ٤- فاروق وهبة ، ظاهرة الاغتراب فى فن التصوير ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ٢٠٠١
- ٥- محمد حماد ، تكنولوجيا التصوير ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ١٩٧٢

- (1) **Kotler , Philip** . Marketing Management 9th ed. Prentice Hall Inc, NJ. 1997 .
- (2) **William Wells** . John Burnet & Sandra Moriarty ; Advertising Principles and Practices . Englewood Cliffs , 1989 .
- (3) **DeVito** , An Introduction to Human Communication , Pearson Publishing, Boston USA 2005.
- ٤- **Beebe & Others** ، Communication Principle for a Lifetime ,
-٤ John R. Bittner; Mass Communication: An Introduction. Prentice Hall NJ. 1986.

5-Gibson R. & Zillmann D., Reading between the photographs, the influence of incidental pictorial information on issue perception. Journalism & Mass Communication Quarterly. Summer 2000.

6-Gilberts K.& Schleuder, J. , Effects of Color and Complexity in Still Photographs on Mental Effect Memory, Journalism Quarterly , Winter 1990

Teri Kwal Gamble/ Michael Gamble,. Communication. , McGrow- Hill K, USA 2002

7- **Joseph A. DeVito**, Introduction to Human Communication,. Alyan & Bacon MA. USA ,2006..