

مقدمة

تزايد الاهتمام في العقد الأخير من القرن العشرين بفاعلية دور وسائل الإعلام في المجتمعات المختلفة، ومن هذا المنطلق اهتمت البحوث والدراسات الحديثة بالتأثيرات المعرفية التي تتركها وسائل الإعلام لدى جمهورها عن طريق التعرف على كيفية إدراك الأفراد للمعلومات التي يتعرضون لها وطريقة صياغتها وتخزينها وتفسيرها ومدى قدرتها على استعادتها مرة أخرى^١

هذا وأكدت دراسات الأثر المعرفي لأخبار الصحف أن انتباه وتذكر القراء للأخبار هو محصلة عوامل عدة تتفاوت في تأثيراتها المعرفية، بعضها يتعلق بالمحتوى الخبري وبعضها يتعلق بالصحيفة كوسيلة معلومات واتصال مطبوعة لها خصائصها الشكلية المميزة وأساليب إنتاجها المتنوعة، إضافة إلى عوامل ترتبط بالجمهور وبخصائصه وبمبوله واتجاهاته واهتماماته فضلاً عن سياق تلقي الأخبار وتلقي الصحيفة ككل^٢

هذا وقد اعتمدت الكثير من دراسات الأثر المعرفي على نظرية تمثيل المعلومات (عملية معالجة المعرفة اليومية) والتي تقدم تفسيراً إضافياً لبناء المعاني والدلالة والرموز التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية^٣

وعلى الرغم من أن وسائل الاعلام تحدد الأخبار والتسليية والمعلومات التي يتلقاها الجمهور فإن الناس يستوعبون جزءاً من المعلومات التي يستقبلونها ويتم معالجة وتمثيل المعلومات لدى الجمهور عن طريق تلخيصها واختيار مجالات يهتمون بها ويدمجونها مع ماتم اختياره داخل تفكيرهم^٤

هذا وتعد الصورة الصحفية إحدى المواد الأساسية من مواد الجريدة أو المجلة وغيرها من الوسائل الاتصالية المطبوعة والتي دخلت حيز الاهتمام من

حيث الدراسات التي تناولت عمليتي الفهم والتذكر لأخبار الصحف والمعلومات التي تتضمنها هذه الأخبار.

ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى معرفة تأثيرمتغيرات الصورة الصحفية على عمليتي جذب انتباه وتذكر القراء للمضمون المقدم من الصحيفة - دراسة هشام محمود مصباح (١٩٩٦م) "فهم وتذكر الأخبار في التليفزيون المصري في إطار نظرية تمثيل المعلومات."^٥

استخدمت هذه الدراسة المنهج التجريبي للتطبيق على عينة من طلبة الجامعة بهدف التعرف على تأثير بعض عوامل إنتاج أو تقديم الخبر التليفزيوني على عمليات التمثيل التي يقوم بها الجهاز المعرفي للفرد، وهو ما تظهر انعكاساته في تذكر المشاهد ومدى فهمه للمعلومات التي يقدمها الخبر. وتوصلت الدراسة الى ارتفاع متوسط تذكر الخبر عندما يأتي في بداية النشرة مقارنة بمتوسط تذكره عندما يأتي في وسط النشرة. وكشفت الدراسة عن تأثير بعض عوامل الإنتاج على مستويات الفهم والتذكر.

- دراسة أندرو لاورنس **1997 Mendelson, Andrew Lawrence** تأثيرات الإبداع في الصور الإخبارية على الانتباه والتذكر.^٦

هدف هذه الدراسة هو تأثير الإبداع في محتوى وتكوين الصورة الإخبارية على الانتباه والتذكر وتم تسجيل ثلاث تجارب قامت بدراسة تأثيرات الإبداع في ضوء تفضيلات المشاهدة ووقت المشاهدة واسترجاع الذكريات وتقديرات الاهتمام. وأسفرت أول تجربتين على أنه حين تم مشاهدة الصور بأنفسهم، نظر الطلاب لفترة أطول للصور الجديدة وتذكروها بشكل أفضل وقاموا بتقديرها على أنها أكثر إثارة وتبعث على السرور.

-دراسة ميرفت محمد كامل الطرابيشي (٢٠٠١) تأثير الأشكال الصحفية في الصحف المصرية على تذكر المعلومات السياسية لدى الشباب الجامعي.^٧ اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي باستخدام مجموعتين أحدهما تجريبية والأخرى ضابطة بالتطبيق على خمسين مفردة من طلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة من خلال المقابلات الميدانية وذلك لاختبار الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للمعلومات السياسية المثارة في الصحف المصرية وبين درجة تذكرها واسترجاعها لدى الشباب الجامعي، وكذلك بين نوعية الأشكال الصحفية المصاحبة للمعلومات السياسية وبين درجة تذكرها وتمثيلها لدى الشباب الجامعي. وتوصلت الدراسة لعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في المجموعة الضابطة وبين تذكر المعلومات السياسية في الصحف المصرية

- دراسة سمير محمد محمود (٢٠٠٤م) "تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على انتباه وتذكر القراء للأخبار في إطار نظرية تمثيل المعلومات".^٨

اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي لمعرفة أثر المعالجة الرقمية للعناصر المرئية بالصحيفة بالتطبيق على الصور والأرضيات في جذب انتباه القراء وتدعيم تذكرهم للمحتوى الخبري وتوصلت الدراسة الى ان المعالجة الرقمية التي تجرى على الصور تؤدي لوجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الانتباه للمبحوثين وأن هذه الفروق تتباين تبعاً لنوع المعالجة الرقمية التي أجريت على الصور وكذلك ارتفاع درجة انتباه المبحوثين للمعالجات

الرقمية التي أجريت على الصور وأنها تزيد من اهتمامهم وانتباههم وهذا ما أكده حوالي ٥٩,٥% من عينة الدراسة.

-دراسة هيثم جودة محمد (٢٠١٠) تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة^٩

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير أساليب الإخراج للصحف الإلكترونية على إدراك الطلاب للمحتوى المقدم وتدعيم تذكرهم له واتجاهاتهم نحو الواقع ومن أهم نتائج الدراسة أن الخبر على الانترنت مكتمل العناصر (صور + نص + فيديو) هو أكثر التصميمات تذكرها لدى المتصفحين وأكثر التصميمات التي ساعدت على تمثيل المعلومات الرسائل الإخبارية

-دراسة عبير محمد حمدي(٢٠١١) ، تأثير طرق العرض في ادراك وتذكر المضمون الاخباري - دراسة تجريبية مقارنة بين التليفزيون والوسائط المتعددة عبر الانترنت.^{١٠}

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار تأثير طرق عرض المضمون اللفظي والمرئي في الأخبار المقدمة بوسائط متعددة تفاعلية في إطار علاقتها بالصورة على اكتساب المعلومات المتضمنه في المادة الاخبارية وتوصلت الدراسة إلى انخفاض ملحوظ في مشاهدة التليفزيون مقارنة بالانترنت وتساعد الوسائط المتعددة المستخدمة في المواقع في زيادة معدلات الادراك ومن ثم زيادة معدلات التذكر ولم تثبت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث في ادراك وتذكر خبري الدراسة

دراسة جو جنج Guo, Jing (2013) تأثير الانفعالات والثقافة في الصور الإخبارية أون لاین على تقييم الذاكرة وخصائص النص.^{١١}

تعتبر هذه الدراسة تجربة تستكشف تأثير تحميل الذاكرة والصور الإخبارية من الناحية الثقافية على معالجة النص الإخباري المتتابع، وأوضحت النتائج أن الصور الإخبارية بمفردها لم يكن لها تأثير ذي دلالة على التذكر العام للمعلومات في النص الإخباري وأكدت الدراسة أن العناصر الانفعالية والثقافية يتم تحيلها في الصور الإخبارية يمكن أن تكون بمثابة مساعدات وثره تقوم على نحو مشترك بتعريف توصيف الذاكرة

مشكلة الدراسة: مشكلة البحث الحالى يمكن بلورتها فى التساؤل الرئيسى التالى:- ما الدور الذى يمكن أن تقوم به الصورة الصحفية فى تدعيم عملية التذكر بالنسبة للمضمون الصحفى وعلاقة المتغيرات الخاصة بالصورة على عملية التذكر

أهمية الدراسة: تعد الدراسة الحالية إحدى الدراسات العربية التى تحاول سد النقص فى الدراسات التى تبحث فى التأثير المعرفى للصورة الصحفية بالنسبة للمتلقى وبيان الدور الذى يمكن أن تقوم به فى هذا الصدد من خلال دراسة بعض المتغيرات الوسيطة الخاصة بالصورة ومدى تأثيرها معرفياً على القراء.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى: التعرف على الدور الذى تقوم به الصورة الصحفية فى تدعيم المحتوى الخبرى ومعرفة تأثير المتغيرات الخاصة بالصورة على تذكر المضمون.

تساؤلات الدراسة:

ما أفضل أشكال الصور فى جذب انتباه القراء؟

ما الأنواع التي يفضلها القراء من الصور؟
ما أكثر العوامل التي تساعد على تذكر المضمون؟
ما أفضل أشكال الصور التي تساعد على التذكر؟
ما أفضل أنواع الصور التي تساعد على التذكر؟
ما أفضل أماكن الصور في جذب انتباه القراء؟

نوع الدراسة (البحث): تتدرج هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية والتي تعتمد على منهج المسح بالعينة في جمع البيانات

عينة الدراسة: تم سحب عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من سكان محافظة المنيا من قراء الصحف وتم سحب العينة بالطريقة العشوائية البسيطة

أدوات جمع البيانات: تستخدم الدراسة الحالية استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الميدانية من المبحوثين حيث يقيس الاستقصاء الاتجاهات والاعتقادات والمعلومات لدى عينة البحث

الصورة الصحفية

تقف الصورة الصحفية جنباً إلى جنب مع الحروف -سواء حروف المتن أو العناوين- في نقل الرسالة الإعلامية من خلال صفحات الصحفية إلى القراء، فالصورة إذن تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة صحفية متكاملة إلى القارئ الذي لم يعد يقتنع بمجرد القراءة عن الأحداث وإنما يريد معاشتها وبخاصة أنه يعيش اليوم عصر الاتصال بالصوت والصورة من خلال قنوات التلفزيون العاملة طوال الأربع والعشرين ساعة إلى جانب تقنية الوسائط المتعددة (Multimedia).^{١٢}

حيث تتميز الصورة المطبوعة الثابتة بخاصية فريدة وهي قدرتها على عزل لحظات من الزمن وتجميد الحركة بكل انطباعاتها وكثيراً ما تترجم الصورة أعماق فكر الأشخاص مما يجسد الحدث أمام القارئ ويتيح له فرصة التأمل والتعمق والتفاعل مع الصورة وما يحيط بها أو يصحبها من تعليق^{١٣}

ويمكن تعريف الصورة الصحفية على أنها صورة منفردة لتغطية حدث هام تجلب المتعة للمشاهد، وتقدم معلومات كاملة وتسجل زمن الموضوع وتتجه باتجاه بؤرة الخبر وغالباً ما تجسد بإتقان التأثير الفني والتركيب غير الاعتيادي للصورة التي تكون وافرة الحركة وبسيطة جداً^{١٤}

والصورة الصحفية بمفهومها الشامل هي تسجيل لانقفاضة أو حركة حصلت تقوم عدسة آلة التصوير بالتقاطها وتثبيتها على الشريط الحساس الذي يتأثر بالضوء داخل حجرة مظلمة وفي زمن أقل من الثانية وبعد طبعها وتكبيرها على الورق يحس المرء أن الزمن قد توقف عند تلك الحركة ولم يعد يتحرك ويتقدم^{١٥}

هذا وقد شهدت العشرون سنة الأخيرة من القرن التاسع عشر، تطورات تقنية سريعة اعتبرت -آنذاك- ثورة في حقل الصحافة المصورة، شملت مجالات عديدة ولكن أعظم تطور تقني في تاريخ الصحافة المصورة كان عملية طباعة الصورة الظلية Halftone فقبل اختراعها لم تكن هناك طريقة عملية لنقل الصورة الفوتوغرافية مباشرة على الصفحة المطبوعة^{١٦}

وتطور استخدام الصور الصحفية حتى وصلنا إلى عصر الصحافة المصورة Pictorial Journalism وهي نوع من الصحافة يعتمد أول ما يعتمد على الصورة الصحفية ويعطى أولوية كبيرة للمصورين الذين يشكلون غالبية

محرريها وهذا أصبحت عدسة المصور تفوق قلم المحرر في الصحف المصورة^{١٧}

واليوم نادراً إن لم يكن مستحيلاً - أن نجد صحيفة - أي صحيفة تصدر بدون استخدام الصور الفوتوغرافية على الإطلاق الأمر الذى يعود فى المقام الأول إلى ما شهدته تقنية إنتاج الصورة الصحفية من تطورات سريعة منذ اختراع طريقة التدرج الظلى^{١٨}

أهمية الصورة الصحفية :

إن أهمية الصورة فى الصحافة ليست فى حاجة إلى تأكيد فهى تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة متكاملة للقارئ الذى لا يقتنع بالقراءة عن الأحداث وإنما يريد معايشتها، ورغم منافسة التليفزيون للصحافة فى هذا المجال فإن الصورة المطبوعة تتميز بخاصية فريدة وهى قدرتها على عزل لحظات معينة من الزمان الشئ الذى لا تستطيعه آلة تصوير التليفزيون^{١٩} ولاشك أن أهم وسيلة تقيس شكل الصحفية ومحتواها هى استخدام الصورة الفوتوغرافية بفاعلية كبيرة فالصورة يمكن أن تجذب القراء إلى الجريدة، وتساعد على دعم موقف الصحفية فى المنافسة مع التليفزيون ووسائل الإعلام الأخرى التى تتنافس من أجل الاستحواذ على وقت القارئ^{٢٠}

كما أن الصورة الجيدة يمكن عن طريقها توصيل المعلومات إلى القراء حيث تجذبهم إلى متون القصص الخبرية التى تحتوى على المزيد من المعلومات^{٢١} حيث أن الصورة الفوتوغرافية قد تصبح أكثر أهمية من الكلمة المطبوعة وخاصة فى مجال التعليم من خلال الرؤية البصرية ويمكن أيضاً أن

يكون التصوير الفوتوغرافي وسيلة قوية لتعليم العين وتثقيفها والارتقاء بها كوسيلة لإدراك الفنون المختلفة

الصورة وتذكر المضمون :

في عصر تعددت فيه وسائل الإعلام وسادت فيه ثقافة بصرية جديدة، أصبحت الصورة عنصراً مهماً في بنية الرسائل الاتصالية سواء في الصحف المطبوعة أو الإلكترونية أو في المحطات التليفزيونية، وقد تطورت صناعة الصورة بشكل كبير في القرن العشرين وأصبحت أداة لإبهام أسقطت الحدود بين الوهم والحقيقة^{٢٢}

وقد أثبتت البحوث والدراسات أن الأفراد لديهم القدرة على تذكر الصورة أكثر من المادة المكتوبة فيما يعرف بظاهرة تفوق الصورة ويرجع هذا التفوق إلى أن الصورة يتم ترميزها ترميزاً مزدوجاً أحدهما لفظي والآخر تخيلي، حيث أن الصورة تخزن مرتين بعكس الكلمات التي ترمز مرة واحدة^{٢٣}

وقد أكدت عدة دراسات فاعلية الصحيفة كوسيلة بصرية وفاعلية الصور والرسوم في جذب انتباه القراء وزيادة تذكرهم للمضمون وبشكل يفوق قدرة النصوص ذاتها على جذب الانتباه أو زيادة التذكر.

ويركز التفسير السائد للوجود الأقوى للصورة في الذاكرة على قدرتها الفائقة في إثارة استخدام التخيل العقلي -mental imagery- العملية التي تتم من خلالها إعادة خلق المثير الذي تتم معاشته من قبل في ذهن الفرد في حين أن التمثيل التخيلي Imagery processing يمكن أن يحدث فيما يتعلق بكل الحواس إلا أن التخيل البصري Nisual imagery ذو صلة وثيقة بفهم تأثيرات الصورة^{٢٤}

وقد توصل Laug new hagen, reeves 1998 إلى اكتشاف أن المشاهدين يكون معدل ضربات قلوبهم أبطأ أثناء مشاهدة القصص الإخبارية التي تشتمل على صور جرافيكية سلبية أكثر من مشاهدة نفس القصص الإخبارية بدون صور جرافيكية سلبية مما يدل على زيادة درجة الانتباه لديهم^{٢٥} وأجرى تويكر وديمبسي S.A. Tucker and J.V. Dempsey دراسة على طلاب الدراسات العليا حول تأثير الصور على استدعاء الذكريات وإدراك معلومات النصوص المصاحبة، وأظهرت النتائج أن الصور المصاحبة لنصوص توفر قدرًا أكبر من المعلومات وأن المبحوثين قد أظهروا ميلًا للاستجابة إلى العناصر المرئية التي جلبت الذكريات أكثر وأوضحت الاختلافات والمتشابهات لدى الأفراد^{٢٦}

وتبقى الصورة في الذاكرة وبقوة نظراً لقدرتها على إثارة التخيل العقلي للمثير البصرى الذى يتلقاه القارئ وهو ما يتبعه تمثيل تخيلى للمواد المصورة باستدعائها من الذاكرة واعمال التخيل البصرى لفهم تأثيرات الصورة ومعانيها ودلالاتها^{٢٧}

حيث أكدت دراسة بافيو Paivio أن الصور يتم تذكرها والتعرف عليها أفضل من النصوص أو الكلمات، حيث أن المعلومات يتم نقلها فى شكل مصور يكون لها درجة تذكر عالية أكثر من تلك المعلومات التى يتم نقلها فى شكل لفظى (النصوص)، وهذا ما يدعم ويؤكد على أن الصورة تلعب دوراً أساسياً ومهماً فى جذب الانتباه ورفع درجة التذكر بالنسبة للنصوص اللفظية وتسمح السمات الحسية الفريدة للصور بأن يتم ترميزها بشكل أكثر تميزاً عن رموز الذاكرة الأخرى وبالتالي تصبح المادة الواقعة ضمن هذا الرمز أسهل فى

تذكرها الكلمات غير ملائمة للتمييز الحسي وهكذا عندما يتم التمثيل عند مستوى حسي ضحل فابد أن يتم تعلم المادة المصورة بسهولة أكثر من المادة اللفظية فقط^{٢٨}

حيث أن الصورة الصحفية الجيدة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام تقدم رسائل مؤثرة في رواية خبر ما أو عرض موضوع ما في شكل لا تستطيع الكلمات وحدها أن تؤديه وينصح التبيوغرافيين بضرورة وضع صورة صحفية إلى جانب أسطر المتن خاصة بالنسبة للموضوعات المهمة والشائكة لأن هذا يضيف على الخبر فرصة أكبر لقراءته والتعمق في حيثياته^{٢٩}

وتتمتع الصورة بخاصية مخاطبة حاسة البصر وهي الحاسة التي يعتمد الإنسان عليها في حصوله على المعلومات التي يختزنها في ذاكرته طوال حياته فالتعلم بشكل عام يعتمد على حاسة البصر، وتعطي هذه الحاسة أهمية في تعلم الخبرات واكتسابها تصل إلى ٨٣%^{٣٠}

وقد بات يطلق على العصر الذي نعيشه الآن عصر الصورة كما لها من ضرورة حتمية في حياتنا اليومية وفي وسائل الاعلام المختلفة^{٣١}

المتغيرات الوسيطة للصورة ودورها في جذب الانتباه والتذكر

١- مساحة الصورة: يعتقد أن يكون لمساحة الصورة كأحد المتغيرات الوسيطة للصورة دوراً في جذب الانتباه حيث أن الصورة الكبيرة تجذب الانتباه أكثر من غيرها تبعاً لمبدأ (Bigger is Better) وقد تناولت عدة دراسات هذا الجانب ومنها:

ما توصلت إليه دراسة ماريو جارسيا، وبياجي ستارك (M.Garcia, P. stark) إلى أن القراء قد جذبت انتباههم الصورة عندما نشرت على عمود

واحد وكانت النسبة حوالي ٥٤% من القراء، في حين زادت النسبة لتتراوح ما بين ٨٧% : ٩٤% بالنسبة للصور التي نشرت على مساحة ما بين ٣ : ٥ أعمدة^{٣٢}

ومنها أيضاً ما توصلت إليه دراسة بورت وود بورن B.W. Burn والتي نشرت بعنوان (اهتمامات القارئ بصور الصحف توصلت الدراسة إلى أن نسبة ٤٢% من القراء قد جذب انتباههم الصورة التي نشرت على عمود واحد بينما زادت هذه النسبة إلى ٥٥% من القراء حينما تم نشر الصورة على عمودين، وزادت هذه النسبة إلى ٧٠% حينما تم نشر الصورة على ثلاثة أعمدة^{٣٣}

وفي دراسة أخرى قام بها بولينسكى J.S. Pollansky توصل فيها إلى أن زيادة المساحة الخاصة بالصورة تزيد من درجة الانتباه للصورة حيث أن الصورة حينما نشرت على عمود واحد انتبه إليها حوالي ٤٤% بينما عندما نشرت الصورة على مساحة ثلاثة أعمدة زادت النسبة إلى حوالي ٩٢%^{٣٤}

ومن ناحية أخرى قام وليم باكستر W. Baxtar وزميله ريبا كوارلز R. Quarles بدراسة لبحث تأثير مساحة الصورة على فهم وتذكر واسترجاع المقالة الصحفية حين ساعدت الصورة المنشورة على مساحة ستة أعمدة على تحسين استرجاع المقال المصاحب للصورة في حين لم تظهر الصورة المنشورة على عمودين لنفس الدور، كذلك ساعدت الصورة على زيادة معدل فهم القراء للمقال المصحوب بالصورة عن نفس المقال غير المصحوب بالصور حيث بلغت النسبة ٧٥% إلى ١٣% لصالح المقال المصحوب بالصور.

٢- الألوان:

في السنوات الأخيرة حاولت الصحف بل حرصت على الاستفادة من الألوان ومالها من تأثيرات وجدانية ونفسية على القراء وذلك من خلال استخدامها في أغلب الصور المنشورة على صفحاتها، حيث أن إدخال الألوان إلى الصورة الصحفية يضيف عليها المزيد من الواقعية وجذب بصر القارئ بالإضافة إلى دعم موقف الصحيفة والتنافس في مواجهة الصحف الأخرى من ناحية، ومواجهة وسائل الإعلام من ناحية أخرى خاصة أننا في عصر سار فيه اللون أساس في السينما والتلفزيون وسائر مناحي الحياة الأخرى^{٣٥} واللون يجذب الانتباه، حيث أن جذب الانتباه هو الوظيفة الأساسية للون وتقوم على أساس التباين، فإضافة اللون إلى صفحة مطبوعة باللون الأسود يزيد من درجة جذب الانتباه إليها ولقد أظهرت الاختبارات النفسية أن عدد الناس الذين ينتبهون إلى اتصال مطبوع يزداد باستعمال الألوان^{٣٦} واللون يخلق حالة من التذكر حيث يميل العديد من الناس في وصفهم لشيء ما إلى الإشارة لونه وهذا بسبب أن اللون له قيمة تذكيرية عالية وذلك لأن واقعية اللون وحيويته وتأثيره النفسى يساعد في عملية التذكر والاستدعاء^{٣٧}

وهناك دراسات عديدة أثبتت دور اللون في التذكر ومنها : دراسة جوزفيسون شيرى (J. Sheree) والذي قام بدراسة حول تأثير الصور الصحفية الملونة على العمليات الإدراكية للقارئ من انتباه ووعى وفهم وتذكر وأوضحت النتائج أن الألوان تؤثر على كيفية تصفح القارئ للصفحة وأنه إذا تم توظيفها بطريقة معينة يمكن أن تعطى الأثر المرجو كما أكدت الدراسة

وننتائجها أن استخدام الألوان يؤثر في فهم واستيعاب الصور الصحفية بصورة

عامة ^{٣٨}

وفي دراسة قام جلبرت وشولدر K.Gilberts, J.Schleuder (١٩٩٠) حول بحث تأثيرات اللون والتعقيدات في الصور على المجهود الذهني والذاكرة، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن اللون يحسن التعلم والذاكرة حيث وجد أن اللون ذو تأثير عال في تحديد الموضوعات وأن الناس يعتمدون على اللون بشكل أكثر في تحديد الملامح الإدراكية للأشياء، حيث أشارت النتائج التجريبية إلى أن التعرض لصور ذات عناصر ملونة أو مركبة ينتج عنه استجابات مختلفة للمشاهد أكثر من الصور الأسود وأبيض أو البسيطة وتم الاستدلال على أن اللون يزيد سرعة معالجة الصورة والتعقيد يزيد من تذكر الصور، ويمكن أن يؤثر اللون كذلك على المجهود الذهني من خلال عمليات الذاكرة، وبناء على ذلك فإن الاستخدام الواسع للون في الصحف قد يفيد الصحفيين الذين يريدون لمن ينظر إلى الصورة أن يفهمها بسرعة وسهولة ^{٣٩}

نظرية تمثيل المعلومات

أخذت نظريات الإعلام بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية اتجاها معرفيا حيث بدأ العلماء بوضع أسس ومناهج تتناول مجال المهارات العقلية والانسانية والاجتماعية وتجسد ذلك في ظهور نظرية تمثيل المعلومات التي تعد فرعا من فروع علم الاتصال والتخاطب والتي تمدنا بطريقة مجردة لتحليل عمليات تمثيل المعلومات عند الانسان ^{٤٠}

ولأكثر من عقدين طور علماء النفس المعرفي نظرية تدور حول الطريقة المعتادة التي يتعامل بها الأفراد مع المعلومات الحسية أو ذات العلاقة

بالحواس وهي نظرية تمثيل المعلومات التي دمجت بين علم النفس المعرفي والإعلام واهتمت بدراسة الإدراك والانتباه والتذكر^{٤١}

وكانت التطورات التي شهدها عالم الكمبيوتر منذ الخمسينات عاملاً رئيسياً في ظهور نظرية تمثيل المعلومات، حيث اعتمد الباحثون على أسلوب عمل الكمبيوتر في تطوير الفروض الخاصة بهذه النظرية^{٤٢}

هذا وقد أوضحت هذه النظرية أن الذاكرة تقوم بمعالجة المعلومات داخل العقل البشري وتسهل على الفرد التعامل مع المعلومات الهائلة التي يتعرض لها ونتيجة لهذه العمليات فإنه يتم إدراك جزءاً صغيراً فقط منها كما يتم تخزين جزء أصغر في الذاكرة طويلة المدى (وهي ذاكرة ذات سعة غير محدودة تنتقل إليها المعلومات وتحتفظ بها لفترات طويلة وقد لا تفقدها أبداً).

هذا وقد تفرقت هذه النظرية بالتمييز بين عمليتين معرفيتين يحدثان داخل الذاكرة طويلة المدى وتنتج عنهما عملية التعلم وهما :

(١) **عملية التذكر** وهو عملية ادراك المواقف الماضية وما تشتمل عليه من خبرات وأحداث فالذاكرة هي إحدى الوظائف العقلية المختصة باختزان المعلومات والخبرات التي مرت علينا واسترجاعها عند الحاجة إلى ذلك^{٤٣} ويحدث النسيان عند الفشل في أداء وظيفة التذكر أي عدم القدرة على اختزان المعلومات والمعارف التي تعلمناها أو عدم القدرة على استرجاعها عند الحاجة إليها^{٤٤}

(٢) **عملية فهم المعلومات** وهي عملية تكامل بين المعلومات القادمة الجديدة والمخترنة في الذاكرة من قبل حيث تستخدم المعلومات السابق تخزينها في القيام باستنتاجات عن المعلومات الجديدة أي أن التذكر يعتمد على تخزين

بسيط للمعلومات في حين يعتمد الفهم على تخزين أكثر تعقيداً حيث تضاف للمعلومات الجديدة استنتاجات تقوم أساساً على المعرفة^{٤٥} ويشير Woodall إلى أن حدوث إحدى هاتين العمليتين ليس دليلاً على حدوث الأخرى وأن سهل وقوعها. ويختلف الفهم عن الإدراك فالإدراك مرتبط بالمنبهات في العلم الخارجي أما الفهم فهو مرتبط بالعمليات المعرفية، فهما مختلفان لكنهما غير منفصلين حيث أن الفهم يبدأ بالإدراك وينتهي بالاستيعا^{٤٦}

الانتباه:

الانتباه هو تركيز الجهد العقلي على أحداث حسية أو عقلية فهو عملية انتقائية لمثيرات أو منبهات معينة يتم اختبارها وتركيز العمليات المعرفية عليها حيث يسمح الانتباه بأن نضع في بؤرة الشعور ما هو مهم في اللحظة الحالية وأن يتجاهل ما ليس مهماً^{٤٧}.

كما يعد الانتباه عملية عقلية تهدف إلى حصر النشاط الذهني في اتجاه معين مدة من الزمن من خلال القدرة على التحكم في النشاط الانفعالي وتوجيهه وجهة محددة مع التحرر من تأثير المنبهات المحيطة^{٤٨}

وكما يعد الانتباه الموضوع الرئيسي أو المرتبط ارتباطاً وثيقاً بعملية الوعي بالنسبة لموضوع الرسالة الإعلامية وتذكرها ويوجد نوعان من الانتباه هما الانتباه الخاضع للسيطرة والانتباه التلقائي ويكون الانتباه الخاضع للسيطرة مرادفاً للجهد الذهني ولا يستلزم الانتباه الانتقائي استخدام موارد محدودة ويتم تحديده عن طريق خصائص المعلومات^{٤٩}

وبالتالي فإنه حسب هذه النظرية نجد أن الفرد يكون مدركاً أو واعياً لجزء صغير من المعلومات التي تقدم في البيئة حيث يمتص كمية كبيرة ويدرك جزء صغير منها ^{٥٠}

وساهمت هذه النظرية في إضافة رصيد علمي لتفسير بناء المعاني والدلالات الرمزية التي يتعرض لها الفرد ومن ثم وضع التفسيرات الخاصة بالتدفق المعرفي الذي يستقبله الفرد في حياته اليومية ^{٥١}

وتعد نظرية تمثيل المعلومات بكل نماذجها ذات منشأ مشترك مع نظرية تحليل الاطار فكلاهما يعد من نظريات دراسة التأثير المعرفي للأخبار القائمة على فهم وتمثيل وتذكر المعلومات ^{٥٢}

التذكر في ضوء نظرية تمثيل المعلومات

عملية التذكر هي سلسلة الجهود الهادفة وجملة المعالجات التي يقوم بها الشخص المتذكر منذ لحظة انتهاء مهمة الإدراك وربما قبل ذلك بقصد اعداد موضوع ما لادخاله بصورة تدريجية إلى الذاكرة الطويلة الأمد والاحتفاظ به من أجل استرجاعه المقبل عن طريق ترميزه بواسطة منظومات رمزية مختلفة ومتعددة المعايير. وللتذكر أربع مراحل هي : إحداث أثر في ذهن الفرد ثم الاحتفاظ بهذا الأثر ثم مرحلة الاسترجاع عند الحاجة إليها ثم مرحلة الاحتفاظ. ^{٥٣}

ويوجد نوعان للتذكر :

١ - تذكر لا إرادي: وهو الذي يحدث دون تدخل إرادة الفرد وهو تذكر موضوع أو موضوعات دون أن تكون هدفاً مباشراً للنشاط والسلوك ويشغل حيزاً مهماً

في حياة الإنسان ويكون الشكل الرئيسي والوحيد للتذكر في مراحل الطفولة الأولى ثم يتراجع مع النمو ليحل محله التذكر الإرادي.

٢- تذكر إرادي: يقوم به الشخص بنفسه في الوقت الذي يريده وهو نتاج الأفعال التذكيرية الخاصة أي ثمرة لتلك الأفعال التي يكمن هدفها الأساسي في التذكر.

نتائج الدراسة

١- العوامل المتعلقة بتذكر المضمون.

جدول (١) بعض العوامل المتعلقة بتذكر المضمون لأفراد عينة البحث

| الترتيب | كأ | النسبة المئوية % | الوزن النسبي | الآراء | | | | | | |
|---------|----------|------------------|--------------|----------|-----|-----------|-----|-------|-----|---|
| | | | | لا أوافق | | إلى حد ما | | أوافق | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٦ | **١٨١,٤٦ | ٦٥,٣٣ | ٧٨٤ | ١٩,٥٠ | ٧٨ | ٦٥,٠٠ | ٢٦٠ | ١٥,٥٠ | ٦٢ | يصعب على استرجاع ما أقرأه في الصحف. |
| ١ | **١٤٠,١٨ | ٨١,١٧ | ٩٧٤ | ٥,٥٠ | ٢٢ | ٤٥,٥٠ | ١٨٢ | ٤٩,٠٠ | ١٩٦ | تساعدني المعلومات المخزونة في ذاكرتي على استرجاع الموضوعات التي أقرأها. |
| ٢ | **٨٩,٧٨ | ٧٧,٨٣ | ٩٣٤ | ١١,٠٠ | ٤٤ | ٤٤,٥٠ | ١٧٨ | ٤٤,٥٠ | ١٧٨ | أربط الأخبار التي أقرأها بأخبار أخرى حتى أستطيع استرجاعها. |
| ٨ | **١١٤,٠١ | ٥٧,٠٨ | ٦٨٥ | ٣٨,٣٠ | ١٥٣ | ٥٢,٣٠ | ٢٠٩ | ٩,٥٠ | ٣٨ | أنسى المعلومات التي قرأتها في الصحف. |

تأثير متغيرات الصورة الصحفية على تذكر المضمون الصحفي

| | | | | | | | | | | |
|---|----------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|--|
| ٥ | ** ٢٨,٢٧ | ٧١,٧٥ | ٨٦١ | ٢١,٣٠ | ٨٥ | ٤٢,٣٠ | ١٦٩ | ٣٦,٥٠ | ١٤٦ | يصعب على تذكر المضمون الصحفي غير الواضح أو غير المدعم بأمثلة ورسوم وصور. |
| ٣ | ** ٨٢,٩٩ | ٧٣,٩٢ | ٨٨٧ | ١٣,٨٠ | ٥٥ | ٥٠,٨٠ | ٢٠٣ | ٣٥,٥٠ | ١٤٢ | يصعب على استرجاع جزئيات الموضوع. |
| ٧ | ** ١٥,٩١ | ٦٤,٢٥ | ٧٧١ | ٣٢,٨٠ | ١٣١ | ٤١,٨٠ | ١٦٧ | ٢٥,٥٠ | ١٠٢ | أسترجع الصور والعناوين فقط. |
| ٤ | ** ٢٣,١٢ | ٧٢,٣٣ | ٨٦٨ | ٢٢,٠٠ | ٨٨ | ٣٩,٠٠ | ١٥٦ | ٣٩,٠٠ | ١٥٦ | أسترجع ما ينشر في الصفحة الأولى أكثر من غيرها. |

باستخدام الوزن النسبي والنسب المئوية يتضح أن النسب المئوية لعبارات تذكر المضمون تتراوح ما بين (٥٧,٠٨%)، (٨١,١٧٥) فقد جاء في الترتيب الأول عبارة تساعدني المعلومات المخزونة في ذاكرتي على استرجاع المعلومات التي أقرأها بنسبة (٨١,١٧%) يليها عبارة أربط الأخبار التي أقرأها بأخبار أخرى حتى أستطيع استرجاعها بنسبة (٧٧,٨٣%)، يليها عبارة يصعب على استرجاع جزئيات الموضوع بنسبة (٧٣,٩٢%) يليها عبارة استرجع ما ينشر في الصفحة الأولى أكثر من غيرها بنسبة (٧٢,٣٣%) يليه عبارة يصعب على تذكر المضمون الصحفي غير الواضح، أو غير المدعم بأمثلة ورموز وصور بنسبة (٧١,٧٥%) يليه عبارة يصعب على استرجاع ما أقرأه في الصحف بنسبة (٦٥,٣٣%)، يليه عبارة أسترجع الصور والعناوين فقط بنسبة

(%٦٤,٢٥) يليه عبارة أنس المعلومات التى قرأتها فى الصحف بنسبة
(%٥٧,٠٨) وهى فى الترتيب الأخير.

وهذا وتتسق نتائج هذه الدراسة مع دراسة محمد عبدالغنى حول تعامل
الصفوة مع الصحافة فيما يخص الجدوى المعرفية لوسائل الاعلام فى تأكيد
تفوق الصحف فى اكساب الجمهور للمعلومات وفى تذكرة لهذه المعلومات
بمعدلات أكبر من التلفزيون والوسائل الاعلامية الأخرى ورغم المنافسة الشرسة
من جانب القنوات الإخبارية التلفزيونية وعصر الفضائيات^{٥٤}.

وفى ذات السياق جاءت دراسة ميلفن دي فيلير Melvin
L,Defleaur والتي توصلت إلى أن الجمهور أكثر قدرة على تذكر الحقائق
والتفاصيل بالقصص الإخبارية المنشورة فى الصحافة أولا يليها المعروض على
شاشات الكمبيوتر ثم التلفزيونية وأخيرا المذاعة على الراديو^{٥٥}.

فمن خلال نتائج الجدول السابق يتضح ضرورة وأهمية الصور والرسوم
فى المساعدة على تذكر المضمون بالإضافة إلى أهمية المعلومات المخزونة
فى الذاكرة على عملية التذكر للأخبار وأهمية ربط المعلومات المخزونة فى
الذاكرة على عملية التذكر وأهمية ما تلعبه الصفحة الأولى وما لها من قدرة
على تدعيم عملية التذكر للمضمون الصحفى.

٢- أهمية الصورة والدور الذي تلعبه بجانب المضمون:

جدول (٢) آراء أفراد عينة البحث فى الدور الذى يمكن أن تلعبه الصورة

| الترتيب | كا | النسبة المئوية % | الوزن النسبى | الآراء | | | | | | |
|---------|----------|---------------------|-----------------|--------|-----|---------|-----|--------|-----|---|
| | | | | نادراً | | أحياناً | | دائماً | | |
| | | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ١ | **١٥٤,٦٤ | ٧٨,٦٧ | ٩٤٤ | ٥,٠٠ | ٢٠ | ٥٤,٠٠ | ٢١٦ | ٤١,٠٠ | ١٦٤ | - أنتبه للصور لأنها تسهل عملية القراءة للأخبار. |
| ٥ | **١٠٧,٥٤ | ٥٣,٨٣ | ٦٤٦ | ٤٧,٥٠ | ١٩٠ | ٤٣,٥٠ | ١٧٤ | ٩,٠٠ | ٣٦ | - أنتبه للصور لأنها تغينى عن قراءة الأخبار. |
| ٤ | **٨٣,٥٠ | ٦٣,١٧ | ٧٥٨ | ٢٨,٢٠ | ١١٣ | ٥٤,٠٠ | ٢١٦ | ١٧,٨٠ | ٧١ | - أنتبه للصور لأنها أسهل فى نراعتها بعيداً عن المحتوى اللفظى. |
| 2 | **٦٦,٥٠ | ٧٤,١٧ | ٨٩٠ | ١٥,٠٠ | ٦٠ | ٤٧,٥٠ | ١٩٠ | ٣٧,٥٠ | ١٥٠ | - أنتبه للصور لأنها تساعد على تخمين موضوع الخبر قبل قراءته. |
| ٣ | **٥٤,٦٤ | ٦٦,٩٢ | ٨٠٣ | ٢٥,٠٠ | ١٠٠ | ٥٠,٧٠ | ٢٠٣ | ٢٤,٣٠ | ٩٧ | - أنتبه للصور إذا حدث عليها تعديل غير معتاد. |

وباستخدام التكرارات والأوزان النسبية، احتلت المرتبة الأولى عبارة انتبه الصورة لأنها تستعمل عملية القراءة للأخبار بوزن نسبي (٩٤٤) وبنسبة مئوية (٧٨,٦٧) يليها عبارة انتبه للصورة لأنها تساعد على تخمين موضوع الخبر قبل قراءته بوزن نسبي (٨٩٠) وبنسبة مئوية (٧٤,١٧%) يليها عبارة انتبه للصور إذا حدث عليها تعديل غير معتاد بوزن نسبي (٨٣) وبنسبة مئوية (٦٦,٩٢%) يليها عبارة انتبه للصور لأنها أسهل في قراءتها بعيداً عن المحتوى اللفظي بنسبة مئوية (٦٣,١٧%) وبوزن نسبي (٧٥٨) يليها أخيراً عبارة انتبه للصور لأنها تغني عن قراءة الأخبار بوزن نسبي (٦٤٦) وبنسبة مئوية (٥٣,٨٣%).

فالقارئ في القرن العشرين لا يقتنع فقط بما تقوله الكلمات عن حدث بل يريد أن يعرف الصورة التي حدث بها والكتابات السهلة تعتمد على الصور والجدول والرسوم التوضيحية لتقرب المعنى إلى الأذهان ولتشوق القارئ إلى المادة المقروءة ولتثير اهتماماته وتحفز ميله^{٥٦}

ولذا يجب على وسائل اعلام الدول خاصة تلك التي في طريق النمو حيث تكثر الأمية أن تكثر من استخدام الصورة الصحفية حتى يتسنى لغالبية فئات المجتمع التعرف على الأحداث ومتابعة أخبارها بسهولة وبسر^{٥٧}.

فالصورة ليست الآن بألف كلمة كما يقول المثل الصيني القديم بل بملايين الكلمات فقد ذكرت دراسات عديدة تبين أن الناس يتذكرون ١٠% فقط مما يسمعونه و ٣٠% فقط مما يقرءونه في حين يصل ماينتذكرونه من بين ما يرونه أو يقومون به إلى ٨٠% ويقول الكاتب الروائي ايفان تورجنيف في روايته آباء وأبناء إن الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب أن يقوله في

مائة صفحة (٥٨) ،ورغم هذا التحمس البالغ لأهمية الصورة والرأي الذي يقلل من أهمية الصورة والذي جانبه الصواب تبقى حقيقة أن الصورة الصحفية هي أكثر مايعطي رؤية دقيقة للحدث وخير دليل على صدق الموضوع المقدم معه^{٥٩}

٣- تأثير شكل الصورة على تذكر المضمون. جدول (٣) تأثير شكل الصورة على تذكر المضمون

| الترتيب | النسبة % | ك | |
|---------|----------|-----|----------|
| ١ | ٦٩,٢٥ | ٢٧٧ | نعم |
| ٢ | ٣٠,٧٥ | ١٢٣ | لا |
| | ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

وباستخدام التكرارات والنسب المئوية يتضح الآتي:- بلغت نسبة المؤيدين لتأثير شكل الصورة على التذكر (٦٩,٢٥%) بتكرارات (٢٧٧) مفردة في حين بلغت نسبة المعترضين على تأثير شكل الصورة على التذكر (٣٠,٧٥%) بتكرارات (١٢٣) مفردة وهذا يتفق مع ما ذكره حسنين شفيق في أن شكل الصورة يؤدي دورا كبيرا في جذب الانتباه وبالتالي التذكر وهو ما يدفع المخرجين إلى التيقن من شكل الصورة سعيا وراء تحقيق أكبر قدر من جذب الانتباه ولذلك لا تخضع عملية تحديد الصورة لرغبة المخرج بشكل مطلق حيث يقوم بناء الصورة على التوافق الدقيق بين الشكل بكل عناصره والمضمون الذي يحدده الموضوع المرتبط بالصورة وعوامل جذب الانتباه^{٦٠}

٤- أفضل الأشكال التي تجذب الانتباه.

جدول (٤) أكثر الأشكال التي تجذب الانتباه

| الترتيب | النسبة % | ك | |
|---------|----------|-----|--------------------------|
| ٢ | ٢٠,٩ | ٥٨ | الشكل المستطيل. |
| ١ | ٤٣,٧ | ١٢١ | الشكل المربع. |
| ٣ | ١٨,٨ | ٥٢ | الشكل البيضاوي. |
| ٤ | ١٦,٦ | ٤٦ | الشكل غير منتظم الأبعاد. |
| | ١٠٠ | ٢٧٧ | الإجمالي |

ويتضح من خلال الجدول ما يلي:- باستخدام التكرارات والنسب المئوية جاء في المرتبة الأولى من حيث أكثر الأشكال جذباً للانتباه الشكل المربع بنسبة مئوية (٤٣,٧%) يليه الشكل المستطيل بنسبة مئوية (٢٠,٩٥) يليه الشكل البيضاوي بنسبة مئوية (١٨,٨%) وأخيراً الشكل غير منتظم الأبعاد بنسبة (١٦,٦%). هذا وقد ذكر حسنين شفيق أن الشكل المستطيل هو أفضل الأشكال جذباً للانتباه في حين ذكر أن الشكل المربع من الأشكال التي يفضل الابتعاد عنها قدر الإمكان لأنه يوحي بالجمود. وأن الشكل البيضاوي يستخدم لخلق انطباع بالقدم والعراقة وإن كان غير ملائم للصور الإخبارية^{٦١}

٥- الأشكال التي تساعد على التذكر.

جدول (٥) أكثر أشكال الصورة التي تساعد على تذكر المضمون.

| الترتيب | النسبة % | ك | |
|---------|----------|-----|--------------------------|
| ٢ | ٢٥,٦ | ٧١ | الشكل المستطيل. |
| ١ | ٤٢,٢٥ | ١١٧ | الشكل المربع. |
| ٤ | ١٥,٥٥ | ٤٣ | الشكل البيضاوى. |
| ٣ | ١٦,٦ | ٤٦ | الشكل غير منتظم الأبعاد. |
| | ١٠٠ | ٢٧٧ | الإجمالي |

باستخدام التكرارات والنسب المئوية جاء فى المرتبة الأولى من حيث أكثر الأشكال التي تساعد على التذكر الشكل المربع بنسبة مئوية (٤٢,٢٥%) يليه الشكل المستطيل بنسبة مئوية (٢٥,٦%) يليه الشكل غير منتظم الأبعاد بنسبة (١٦,٦%) وأخيراً الشكل البيضاوى بنسبة (١٥,٥٥%).

٦- تأثير مكان الصورة على تذكر المضمون:

جدول (٦) تأثير مكان الصورة على تذكر المضمون،

| الترتيب | النسبة % | ك | |
|---------|----------|-----|----------|
| ٢ | ١٨,٥٠ | ٧٤ | دائماً |
| ١ | ٦٣,٧٥ | ٢٥٥ | أحياناً |
| ٣ | ١٧,٧٥ | ٧١ | لا يؤثر |
| | ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

وباستخدام التكرارات والأوزان النسبية يتضح ما يلي:- جاء في المرتبة الأولى في كون مكان الصورة يؤثر على تذكر المضمون أحياناً بنسبة مئوية (٦٣,٧٥%) يليها في المرتبة الثانية دائماً بنسبة مئوية (١٨,٥٠) وأخيراً في المرتبة الثالثة لا يؤثر بنسبة مئوية (١٧,٧٥) حيث ان الصورة ترتبط ارتباطاً مكانياً بالموضوع الذي تصاحبه فهما يكونان معا وحدة متكاملة ويتفاعلان معا لتقديم ونقل الرسالة الاعلامية إلى القارئ وفقدان الرابطة المكانية بينهما يلغي هذا التفاعل ويقلل من تأثير الصورة إلى حد كبير.^{٦٢}

٧- أكثر أماكن الصور جذباً للانتباه:

جدول (٧) أكثر الأماكن التي توضع فيها الصور جذباً للانتباه.

| الترتيب | النسبة % | الوزن النسبي | الترتيب | | | | | |
|---------|----------|--------------|---------|-----|-----|-----|-----|---------------|
| | | | ٥ | ٤ | ٣ | ٢ | ١ | |
| ٢ | ٢٣,٤٠ | ١٤٠٤ | ٤٣ | ٧١ | ٦٨ | ٧٥ | ١٤٣ | أسفل العنوان. |
| ١ | ٢٣,٥٠ | ١٤١٠ | ٥٤ | ٥٢ | ٧٦ | ٦٦ | ١٥٢ | فوق العنوان. |
| ٣ | ٢٣,٠٨ | ١٣٨٥ | ٢٦ | ٥٨ | ٨٨ | ١٦١ | ٦٧ | جانب الموضوع. |
| ٥ | ١٢,٨٥ | ٧٧١ | ١٧٧ | ١٢٣ | ٦٢ | ٢٨ | ١٠ | أسفل الموضوع. |
| ٤ | ١٧,١٧ | ١٠٣٠ | ١٠٠ | ٩٦ | ١٠٦ | ٧٠ | ٢٨ | وسط الموضوع. |
| | ١٠٠ | ٦٠٠٠ | ٤٠٠ | ٤٠٠ | ٤٠٠ | ٤٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

باستخدام الأوزان والنسب المئوية جاء في المرتبة الأولى من حيث أكثر أماكن الصورة جذباً للانتباه موضع فوق العنوان بوزن نسبي (١٤١٤) ونسبة مئوية (٢٣,٥٠%) يليها أسفل العنوان بوزن نسبي (١٤٠٤) ونسبة

مئوية (٢٣,٤٠%) يليها جانب الموضوع بوزن نسبي (١٣٨٥) ونسبة مئوية (٢٣,٠٨%) يليها وسط الموضوع بوزن نسبي (١٠٣٠) ونسبة مئوية (١٧,١٧%) وأخيراً موضع أسفل الموضوع بوزن نسبي (٧٧١) ونسبة مئوية (١٢,٨٥). ووفق هذه النتائج فإن أحمد حسين الصاوي يرى أنه يجب وضع الصورة داخل النص أو بالقرب منه حتى لا يختلط الأمر على القارئ في ربطها بالمضمون، ولما كانت الصورة تجذب الانتباه أكثر من الكلمة وجب الموازنة بينهما إذ ينبغي أن توضع الصورة في المكان الذي لا يثير انتباه القارئ كثيراً لاعتماده على قوة الصورة ذاتها (٦٣)

٨- الأماكن التي تساعد على تذكر المضمون.

جدول (٨) آراء عينة البحث حول الأماكن التي يمكن أن توضع فيها الصورة وتساعد على التذكر

| الترتيب | النسبة % | الوزن النسبي | الترتيب | | | | | |
|---------|----------|--------------|---------|-----|-----|-----|-----|---------------|
| | | | ٥ | ٤ | ٣ | ٢ | ١ | |
| ٣ | ٢٢,٩٢ | ١٣٧٤ | ٤٤ | ٧١ | ٨٠ | ٧٧ | ١٢٨ | أسفل العنوان. |
| ٢ | ٢٣,٤٥ | ١٤٠٦ | ٦٠ | ٤٢ | ٨٢ | ٦٤ | ١٥٢ | فوق العنوان. |
| ١ | ٢٣,٧٥ | ١٤٢٤ | ٣٠ | ٤١ | ٨٩ | ١٥٥ | ٨٥ | جانب الموضوع. |
| ٥ | ١٢,٣٧ | ٧٤٢ | ١٨٢ | ١٣٢ | ٥٤ | ٢٦ | ٦ | أسفل الموضوع. |
| ٤ | ١٧,٥١ | ١٠٥٠ | ٨٨ | ١١٠ | ٩٥ | ٧٨ | ٢٩ | وسط الموضوع. |
| | ١٠٠ | ٥٩٩٦ | ٤٠٤ | ٣٩٦ | ٤٠٠ | ٤٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

وباستخدام الأوزان النسبية والنسب المئوية يتضح الآتي:- جاء في المرتبة الأولى موضع بجانب الموضوع بوزن نسبي (١٤٢٤) ونسبة مئوية (٢٣,٧٥%) يليه موضع فوق العنوان بوزن نسبي (١٤٠٦) ونسبة مئوية (٢٣,٤٥%) يليه موضع أسفل العنوان بوزن نسبي (١٣٤٧) ونسبة مئوية (٢٢,٩٢%) يليه موضع وسط الموضوع بوزن نسبي (١٠٥٠) ونسبة مئوية (١٧,٥١%) وأخيراً موضع أسفل الموضوع بوزن نسبي (٧٤٢) ونسبة مئوية (١٢,٣٧%).

٩- تأثير نوع الصورة على تذكر المضمون.

جدول (٩) تأثير نوع الصورة على تذكر المضمون

| الترتيب | النسبة % | ك | |
|---------|----------|-----|----------|
| ٢ | ٢٤,٥٠ | ٩٨ | دائماً |
| ١ | ٧٠,٢٥ | ٢٨١ | أحياناً |
| ٣ | ٥,٢٥ | ٢١ | نادراً |
| | ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

باستخدام التكرارات والنسب المئوية يتضح الآتي جاء في المرتبة الأولى الموافقين بشكل أحياناً بنسبة مئوية (٧٠,٢٥) يليها في المرتبة الثانية المؤيدين بشكل دائم بنسبة (٢٤,٥٠%) وتكرار (٩٨) مفردة وأخيراً جاءت نسبة غير الموافقين بنسبة (٥,٢٥%) وتكرارات (٢١) مفردة.

١٠- أفضل الصور التي تساعد على تذكر المضمون.

جدول (١٠) أفضل الصور التي تساعد على تذكر المضمون

| الترتيب | النسبة % | ك | |
|---------|----------|-----|----------|
| ٢ | ٢٣,٨٠ | ٩٥ | شخصية |
| ١ | ٦٩,٢٠ | ٢٧٧ | موضوعية |
| ٣ | ٧,٠٠ | ٢٨ | مفرغة |
| | ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

ويتضح من الجدول الآتي: باستخدام التكرارات والنسب المئوية جاء في المرتبة الأولى من حيث أفضل الأنواع التي تساعد على تذكر الصورة الموضوعية بنسبة مئوية (٦٩,٢٠%) بتكرار (٢٧٧) مفردة يليه في المرتبة الثانية الصورة الشخصية بنسبة (٢٣,٨٠%) وتكرار (٩٥) مفردة يليه الصرة المفرغة بنسبة مئوية (٧%) وتكرار (٢٨) مفردة. ويتفق مع هذه النتائج محمد خليل الرفاعي حيث ذكر أن ٦٨,٥٣% من المبحوثين يرون أن الصور الموضوعية أكثر أهمية من الصور الشخصية في حين ذكر ٣١,٤٧% أن الصور الشخصية هي الأهم، فالصور الموضوعية بلا شك أكثر إقناعاً من الصور الشخصية وبالتالي فالصور الموضوعية تحتل مساحات أكبر في الصحف^{٦٤}

توصيات: الدراسة وما تثيره من دراسات مستقبلية

- عمل دراسات لبحث تأثير الصفحات الأولى والأخيرة من الصحف على عملية التذكر.
- اجراء دراسات خاصة بالتصفح الالكتروني للصحف ومقارنته بالقراءة التقليدية وتأثير ذلك على تذكر المضمون.
- اجراء دراسات خاصة بتأثيرات الألوان على عملية التذكر.
- اهتمام الصحف باستخدام الصور الملونة في موضوعاتها لما لها من قدرة على زيادة التذكر لدى القراء وعدم المبالغة في زيادة أعداد الصور في الموضوع الواحد التي لم تظهر تقدا ملموسا في زيادة عملية التذكر.
- اجراء دراسات خاصة بتأثيرات العناوين وأحجامها وألوانها على عملية التذكر.
- الاهتمام بوضع الصورة المصاحبة للمضمون في أماكن بارزة سواء بجانب الموضوع أو فوق العنوان وعدم وضعها أسفل الموضوع المنشور.
- الاهتمام باستخدام الشكل المربع في الصور لما له من قدرة على جذب الانتباه والمساعدة على التذكر.
- أهمية استخدام الصور الموضوعية لصيقة الصلة بالموضوع المنشور لما لها من قدرة على زيادة التذكر للمضمون وعدم المبالغة في استخدام الصور الشخصية.

المراجع

١. ميرفت محمد كامل الطرابيشي، تأثير الأشكال الصحفية في الصحف المصرية على تذكر المعلومات السياسية لدى الشباب الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني عشر، يوليو- سبتمبر ٢٠٠١ ص ١٦١
٢. سمير محمد محمود، تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على انتباه وتذكر القراء للأخبار في إطار نظرية تمثيل المعلومات، دراسة تحليلية وتجريبية لعينة من طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤ م. ص ٢١٧
٣. المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السادس اكتوبر - ديسمبر ١٩٩٩. ص ١٢١٣
4. James R, Wilson and Stanle Roy Wilson, mass media, mass culture, an introduction, London Mc Grow hill, 4th ed ,1998p17
٥. هشام محمود مصباح، فهم وتذكر الأخبار في التلفزيون المصرى فى إطار نظرية تمثيل المعلومات، دراسة تحليلية وتجريبية على طلبة الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦.
6. Mendelson, Andrew Lawrence, effects of novelty in news photographs on attention and memory, PhD,

united states , mitsory university, national Abstract,
1997.

٧. ميرفت محمد كامل الطرابيشى، مرجع سابق
٨. سمير محمد محمود، مرجع سابق
٩. هيثم جودة محمد، تأثير الأساليب الاخراجية للصحف الالكترونية على العمليات الادراكية لدى عينة من طلاب الجامعة في إطار نظرية تمثيل المعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، ٢٠١٠م
١٠. عبير محمد حمدي، تأثير طرق العرض في ادراك وتذكر المضمون الإخباري. دراسة تجريبية مقارنة بين التليفزيون والوسائط المتعددة عبر الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة ٢٠١١.
11. Guo, Jing, the effect of emotion and culture in online news images on memory and attribution assessment of subsequent text , PhD united states, national abstract ,2013.
١٢. سعيد الغريب النجار، مدخل إلى الإخراج الصحفى، ط١، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة. ص١٤٧
١٣. محمد نيهان سويلم، التصوير الإعلامى، ط١، القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٥

١٤. هيثم فتح الله عزيزه، الصورة الصحفية، بغداد، مطبعة الأديب،
١٩٩٢ص١٠
١٥. عبد العزيز سعيد الصويعي، الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفكار
والأخلاق والحواسيب، ط١، قبرص، دار الآن للطباعة والنشر،
١٩٩٨ص١٧٥
١٦. سعيد الغريب النجار، مرجع سابق ص١٤٨
١٧. أشرف محمود صالح، شريف درويش اللبان، الإخراج الصحفي الأسس
النظرية والتطبيقات العلمية، ط١، القاهرة، دار النهضة العربية،
٢٠٠١ص١٦٥
١٨. سعيد الغريب النجار، مرجع سابق ص١٤
١٩. فؤاد أحمد فؤاد، العناصر التوبوغرافية في الصحف المصرية (دراسة مقارنة
بين الصحف اليومية المصرية في عام ١٩٧٧، رسالة دكتوراه غير
منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨١ص١٣٦
٢٠. شريف درويش اللبان ، فن الإخراج الصحفي، العربى للنشر والتوزيع،
القاهرة، ط١، ١٩٩٥ص١٢٣
٢١. شريف درويش اللبان، الألوان فى الصحافة المصرية، القاهرة، العربى
للنشر والتوزيع، ١٩٩٦ص١٦١
٢٢. سمير محمد محمود، مرجع سابق ص٦٣
٢٣. المرجع السابق ص١١١
24. Terry L. Childers, Michael J. Houston and Susan E.
Hedkler, Measurement of Individual Differences in

- Visual Versus Verbal Information Processing, Journal of Consumer Research, Vol.12,Sep,1985p126
25. Grab and all, Arousing content viewer arousal and memory, Journal of broad casting and electronic media, Vol. 44, No.4m 2000p583
٢٦. محمد عبد الحميد، السيد بهنسى، تأثيرات الصورة الصحفية (النظرية والتطبيق)، ط ١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤ ص ١٩
27. Terry L. Childers, Michael J op cit p961
٢٨. سمير محمد محمود، مرجع سابق ص ١١٤
٢٩. توماس بييري ، الصحافة اليوم ، بيروت ، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، ١٩٩٤ ص ٥٢٠
٣٠. راسم محمد الجمال ، الاتصال والاعلام في الوطن العربي ،بيروت،مركز دراسات الوحدة العربية ،١٩٩٣ ص ١٩
٣١. محمد معوض، بركات عبدالعزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠ ص ٦٧
32. Thow . Lieb , editing for clear communication, London 1996p322
٣٣. أسامة عبد الرحيم على، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء، القاهرة، ايثراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣ ص ١٣٧
34. Kenneth kobre Photo Journalism, Oxford,Focal Press ,1996p194

٣٥. شريف درويش اللبان، الألوان في الصحافة المصرية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٦ص ١٦١
٣٦. انتصار رسمي موسى، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، ط١، بغداد، مكتبة الذاكرة، ٢٠٠٤ص ٣٢
٣٧. محمود علم الدين، الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨١ص ٤٦
٣٨. محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سابق ، ص ٢١
39. Gilberts, K and Schleuder, J. Effects of color and complexity in still photographs on mental effort and memory Journalism quarterly, Vol. 67, No. 4., 1990p749
٤٠. هيثم جودة محمد، مرجع سابق ،ص ١٧٠
٤١. عبير محمد حمدي، مرجع سابق، ص ١١
٤٢. هشام مصباح، مرجع سابق ،ص ٤١
٤٣. أنور محمد الشراوي، الإدراك في نماذج تكوين وتناول المعلومات، مجلة علم النفس، العدد ٤٠ القاهرة، الهيئة العامة للكتاب ١٩٩٧ص ١٢٥
٤٤. فرج عبد القادر طه، أصول علم النفس الحديث، القاهرة، عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية، ١٩٩٩ص ١٩٠
٤٥. سوزان يوسف القليني، محاضرات في علم النفس الإعلامي، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة عين شمس، ٢٠٠٠ص ١٤٩
٤٦. همت حسن عبد المجيد، العمليات الإدراكية لمعلومات النشرات الصحية

- لدى الشباب الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٢٥ يوليو -
ديسمبر ٢٠٠٥، ص ٤٠٦
47. Ronald T.kellogg, cognitive psychology, London,
sage publication p70
٤٨. طارق فتح الله شبل، فهم وتذكر الأطفال للإعلان التلفزيوني، دراسة
تجريبية على عينة من التلاميذ المصريين من سن ٧ - ١١ سنة، رسالة
ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦ ص ٧٥
49. Seth Geiger, Revealing the Black Box: Information
Processing and media effects, Journal of
communication, Vol. 43, No. 4, 1993p44
٥٠. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٢، القاهرة، عالم
الكتب ص ٣١
٥١. مرفت الطرابيشي، عبدالعزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار
النهضة العربية، ٢٠٠٦ ص ١٨١
٥٢. أماني السيد فهمي، الاتجاهات الحديثة لنظريات التأثير في الراديو
والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، عام القاهرة، العدد ٦ أكتوبر
١٩٩٩ ص ٢١٢
٥٣. أسماء عبدالحكيم محمد عبداللطيف، مرجع سابق، ص
٥٤. محمد عبدالغني علام، الصفوة المصرية والصحافة دراسة ميدانية في
الاستخدامات والاتجاهات، رسالة ماجستير غير منشور، كلية الآداب
جامعة المنيا، قسم الصحافة، ٢٠٠٢ ص ١٧٣

55. Melvin L,Defleur and others ,Audience Recall of news story presented by news papers, computer, television and radio, Journalist quarterly vol 69 no4 ,1992p1018
٥٦. محمود خليل، الخبر الصحفي، دراسة أسلوبية، القاهرة العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٨ ص ٨٠
٥٧. حسنين شفيق، الاعلام التفاعلي، القاهرة، بدون، ٢٠٠٩ ص ١٤٢
٥٨. شاكر عبد الحميد، عصر الصورة السلبية والايجابيات، الكويت، دار المعرفة، ٢٠٠٥ ص ١٤
٥٩. رباب رأفت محمد الجمال، فنون التحرير الصحفي في الصفحة المسائية، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الآداب جامعة الزقازيق، ١٩٩٨ ص ١٢٣
٦٠. حسنين شفيق، مقدمة في التصوير الصحفي، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر، ط١، ٢٠٠٩ ص ٤٣
٦١. المرجع السابق ص ٤٣
٦٢. المرجع السابق ص ٧٣
٦٣. أحمد حسين الصاوي، طباعة الصحف وإخراجها، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، بدون. ص ١٨٠
٦٤. محمد خليل الرفاعي، العوامل المؤثرة على إخراج الصحف السورية، دراسة تطبيقية على الجرائد اليومية السورية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام جامعة القاهرة، ١٩٩٦ ص ٢٠٤