



قراءة الجمهور للصورة في الصحف المطبوعة

والعوامل المؤثرة فيها

دراسة ميدانية على عينة من قراء

الصحف السعودية بمدينة الرياض

د / محمد بن سليمان الصبيحي

أستاذ الإعلام المشارك في كلية الإعلام والاتصال

بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض





أولاً: المقدمة المنهجية الدراسية

١. مدخل لموضوع الدراسة وأهميته:

تمثل الصور والأشكال المصورة للأخبار والبيانات والمعلومات جانباً مهماً في التغطيات الصحفية يعتمد عليه في وصف المعلومات وتوصيل الأفكار، كما أصبحت الصورة في منزلة صناعة الحدث نفسه، وبانتت تتطلب معرفة عميقة ومتخصصة في التعامل معها، كما أنها ذات قيمة ثقافية وإعلامية واجتماعية وجمالية أيضاً، فضلاً عن حدوث تحول عالمي في كيفية التعااطي مع الوسائل البصرية كأدوات لتمثيل المعرفة، وهو تحول يتزايد تصاعدياً مع تزايد أهمية وسائل الإعلام الرقمية كشكل من أشكال تقديم المعلومات.

وتقوم الصورة بعدة وظائف من بينها توثيق ورصد الأحداث، وتوقيف وتثبيت الزمن للحظات، وإثارة الكثير من الأحاسيس، والخيالات، ومساعدة المرء في استدعاء الماضي ومعايشته، كما تمكنه من التفكير في مستقبله وتنشيط خياله، ومساعدته على التحرك عبر إطار زمني ممتد ومنفتح ومن التفاعل مع أشخاص يوجدون في أماكن بعيدة^(١).

ويأتي التأثير القوي للصورة من اعتبار الرؤية أقوى الحواس البشرية التي يتمتع بها البشر، إذ تزود الفرد بما يصل إلى ٨٠% من المعارف التي يتحصل عليها، بينما تتشارك الحواس الأخرى في النسبة المتبقية، فضلاً عن كون الصورة أكثر قدرة على ترجمة المشاعر والأحاسيس، وملامسة العواطف والمشاعر والأفكار، والاستحواذ على الانتباه.

كما تتفرد بمزايا عديدة في الإقناع، والاستثارة، والاندهاش، وسهولة الاستيعاب بشكل فوري وسريع من قبل أي فرد، فالصورة يمكن أن تتحدث عن نفسها، كما تتأتى أهمية الصورة من ارتباط التفكير بالصورة بما يسمى بالتفكير البصري، الذي هو محاولة



لفهم العالم من خلال الشكل والصورة، كما أنه يعد عملية معرفية تنشط وكأن المرء يمتلك صور ذهنية مماثلة للمشهد الخاص الموجود في العالم الواقعي، وقد أثبتت الدراسات أن خيال الفرد قادر على اختزان الصور البصرية أكثر من قدرته على اختزان الأشكال الأخرى (٢).

ولا يتوقف تأثير الصورة على إثارة الإهتمام بموضوعاتها، وإنما تعمل بفاعلية على توحيد ردود الفعل بدرجة عالية، بسبب محدودية إطارها المعرفي وتركيزها الشديد على الدفع بمضمون واضح ومركز، وتمثل صور السياسة والسياسيين والرياضة والفن أمثلة قوية على هذا، فالصور الرياضية على سبيل المثال تمثل تعبيراً قوياً يتجاوز الكلمات عن مشاعر الفوز أو الهزيمة، وصور الكوارث تعبير يتجاوز الحروف في وصف المأسات الإنسانية، فصور المجاعة على سبيل المثال كانت وراء تدخل الجيش الأمريكي في الصومال وصور تغذيت جندي أمريكي كانت أيضاً وراء سحب الجيش منه، فتوحد الآراء حول مضمون الصور يلجم السياسيين ويوحد الرأي العام بسبب القوة العاطفية التي تنطلق من هذه الصور، وهذا ما يوحد النص الإعلامي خلف الصور القوية المؤثرة.

وتخضع الصورة الإعلامية عند قراءتها لعدة مناظير تحليلية منها: المنظور الشخصي الذي يعكس التقويم الفردي للصورة والانطباعات القائمة على الخلفية التعليمية والإعلامية للفرد، والمنظور التاريخي، الذي يحلل الصورة في إطار سياقها التاريخي، والمنظور التقني الذي يحلل الصورة من جوانبها وأبعادها الفنية، والمنظور الأخلاقي الذي يقيم الاستخدام والتأثيرات الأخلاقية للصورة، والمنظور الثقافي الذي يعنى بتحري الرموز والأبعاد الدلالية داخل الصورة، وأخيراً المنظور النقدي، الذي يعنى بتقييم الاستخدام الإعلامي من قبل وسيلة ما والعاملين بها للصورة وطرق التعامل معها (٣).

وإذا كان رونالد بارث Ronald Barthes، قد ذهب إلى أن الصورة تحمل نوعين من الدلالات، أولهما: دلالة مباشرة واضحة، وثانيهما: دلالة مستتبهة، يستتبهها القارئ



من الصورة بناء على خلفيته الثقافية والمعرفية، فإن ذلك يعد مدخلاً مهماً يجب أن يعيه المخرج الصحفي والمصور ومحرر الصور عند اختيار ما ينشر من صور بصحيفته، لمعرفة تباين القراء في تلقّهم للصور واختلافهم فيما يخرجون به من معانٍ وهذا يستوجب اختياراً دقيقاً للصور وتقديم بدائل لها ولاستخدامها، فإذا كان بإمكان المصور والمخرج الفني وضع صور مكبرة أو مصغرة مقربة جداً أو متوسطة البعد أو القرب فإن هذا سيثير تساؤلات أخرى عديدة تتعلق بمدى تفسير القارئ للمعنى المستنبط من هذه الصورة مع كل بديل تستخدم به (قريبة/ متوسطة/ بعيدة/ مصغرة/ مكبرة) كما أن ذلك سيؤدي إلى تعدد المعاني المستنبطة من هذه الصور دون شك لدى القارئ^(٤).

وفي هذه الحالة لن ينظر إلى الصورة على أنها كل منفصل عن النص، ولن ينظر للنص على أنه في مرتبة أقل من الناحية الإدراكية عن الصورة،^(٥) بل سينتأمل النص والصورة المعالجة رقمياً وفق ضوابط ومعايير مهنية وقارئية وإدراكية محددة لتحقيق الهدف نفسه.

وهو ما يجعل المسؤولين في الصحف ينظرون إلى الصور ليس باعتبارها مجرد عنصر لإضفاء الجاذبية على الصفحات وإنما لمساعدة القراء على فهم الموضوعات وحثهم على قراءة أكثر عمقاً بتقديم معلومات مصورة واضحة بتأثير درامي يوفر إحساساً بالقرب ويقدم دعوة للقارئ كي يأخذ مكانه في الحدث.

هذا التميز الذي تحضى به الصورة على مستوى الإنتاج المعرفي الذي تمثل وسائل الإعلام أهم مصادره والوظائف التي تحققها للمتلقّي باعتبارها من أقوى لغات التواصل، ومع سهولة إنتاج الصور في ظل التطور الرقمي الذي تشهده تقنيات الصورة، والعمليات الذهنية المعقدة التي تمر بها قراءة الصورة وإدراك معانيها تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة في تناول جمع بين خصائص الإدراك البصري للصورة الصحفية من قبل القراء وتفضيلاتهم، والعوامل المؤثرة عليها سعياً نحو بناء إطار



معرفي يمكن من المقاربة بين دوافع قراءة الصورة من قبل الجمهور ومتطلبات استخدام الصورة من قبل المؤسسات الصحفية.

٢. الدراسات السابقة:

استهدفت دراسة كارول ب. شوالب Carol B. Schwalbe (٢٠١٣) ^(٦) التأطير البصري لغزو واحتلال العراق في المجلات الأمريكية الرئيسية النيوزويك Newsweek ، والتايم Time ، والمواقع الإخبارية الأمريكية، والتقارير الدولية، وذلك من خلال تحليل محتوى ٢٢٥٨ صورة خلال الأشهر الـ ١٦ الأولى لغزو العراق، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها ، اهتمام المجلات الأمريكية الرئيسية (النيوزويك Newsweek ، والتايم Time) بإظهار أطر الصراع ، والسياسة ، والاهتمامات الإنسانية ، بينما قدمت المواقع الإخبارية وجهات نظر بديلة من خلال أطر الاحتجاجات المناهضة للحرب ، والدمار ، وقادة الجيش والقوات ، والخسائر البشرية ، كما تجاهلت التغطية المصورة معاناة النساء العراقيات ، والأطفال الجرحى والقتلى ، حيث ظهرت في أقل من ١٢% من إجمالي الصور .

ورصدت شاهيرا فهمي وريكو نيومان Shahira Fahmy , Rico Neuman (٢٠١٢) ^(٧) الأطر المصورة لحرب غزة في تغطية ثلاث وكالات عالمية، هي: إسوشيتدبرس Associated Press ، ووكالة الأنباء الفرنسية AFP ، ورويترز Reuters ، واستخدمت التحليل الكمي والكيفي وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها : أن الوكالات الثلاث قدمت أطراً مصورة متنوعة أثناء تغطيتها لأحداث الحرب، حيث ركزت وكالة إسوشيتدبرس (أ.ب) على الأحداث الخارجية البعيدة عن الحرب مثل صور المفاوضات والمؤتمرات الدولية ، بينما ركزت وكالة الأنباء الفرنسية AFP (أ.ف.ب) على صور الأطراف المتصارعة، أما وكالة رويترز Reuters فإنها ركزت على الصور المرتبطة بإسرائيل أكثر من المرتبطة بغزة، وأيضاً ركزت على صور المؤتمرات الدولية.



وحاول أسامة عبد الرحيم على (٢٠١٢)^(٨) ، رصد الأطر المصورة للحرب على غزة التي استخدمتها صحيفتا (الأهرام) و(هيرالد تريبيون) في تغطية الحرب، وأوجه التشابه والاختلاف بين تأطير الصور في الصحيفتين، وكيفية استخدام مكونات وعناصر الصورة، والمواد المصاحبة لها في إبراز معانٍ معينة، بهدف الوقوف على دور القائم بالاتصال في استخدام آليات وأدوات انتقاء واختيار الصورة، من خلال توظيف مدخل الأطر المصورة بهدف الوقوف على دلالات تأطير صور الحرب في الصحيفتين، وكيف تم توظيف الصور الصحفية لتوصيل معانٍ محددة للقراء من خلال تغطية الحرب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: اختلاف تأطير صور الحرب على غزة في صحيفتي (الأهرام) و (هيرالد تريبيون) حيث أهتمت (الأهرام) بإطار التفاعلات السياسية في المرتبة الأولى، بينما اهتمت (هيرالد) بإطار الدمار الذي لحق ببيوت الفلسطينيين والمؤسسات الفلسطينية والدولية، وجاء إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الثانية في ترتيب الأطر المصورة للحرب في صحيفتي الدراسة، وركزت الصحيفتان من خلال هذا الإطار على صور الأطفال الفلسطينيين والنساء الفلسطينيات وتأثير الحرب عليهن، وانفتحت الصور التي نشرتها (الأهرام) للحرب على غزة مع موقف الحكومة المصرية آنذاك من حركة حماس، والذي يعتبر حكومة غزة انقلاباً على حكومة عباس أبو مازن.

كما درس حاتم علونة ٢٠١١^(٩) ، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على صحيفتي الدستور والغد بهدف التعرف على مدى الأهمية التي توليها الصحافة الأردنية اليومية للصور الصحفية والموضوعات التي تعالجها هذه الصور وأنواع الصور ومصادرها وطبيعة عرضها وموقعها في الصحيفة وحجمها، وعمّا إذا كان يرافقها شرح أو تعليق، وشخصية الصورة واستخدام اللون فيها والقيم التي تحملها، واستخدم الباحث تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر للصورة الصحفية بمنهج كمي يسمح بالمقارنة بين عينتي الدراسة، واختار عينة



عشوائية بسيطة من أعداد الصحيفتين باستخدام الأسبوع الصناعي بما مجموعة سبعة أعداد لكل صحيفة، وانتهت الدراسة إلى أن الصحافة الأردنية تولي الصورة الصحفية أهمية كبيرة، وأن الصور الرياضية والثقافية نالت أعلى معدلات العرض، وأن الصحيفتين تعتمدان على مصوريها بنسبة عالية بلغت ٥٢,٤%، إضافة إلى تركيزها على الصور الموضوعية مقابل الصور الشخصية بنسبة مقداره ٥٨,٤%، وأن أغلب الصور المنشورة جاءت مصاحبة لنصوص تحريرية بنسبة مقدارها ٨٢,١% مقابل الصور المستقلة، وأوضحت نتائج الدراسة أن الصور الصحفية في الصحف المدروسة عالجت الشؤون المحلية بنسبة بلغت ٦١,٤%، وأنا ما نسبته ٦٧% من الصور تحمل قيماً إيجابية.

واهتمت دراسة شاهيرا فهمى (Shahira Fahmy) (٢٠١٠) ^(١٠)، بكيفية تأطير الصور في الصحافة العربية والإنجليزية واستخدامها في تغطية الحروب، وقامت بتحليل ١٣٨٧ صورة تم توظيفها في تغطية أحداث الحادي عشر من سبتمبر وحرب أفغانستان، وذلك في صحيفتي (الحياة اللندنية Al-Hayat) و (هيرالد تريبون International Herald Tribune) في الفترة من ١٢ سبتمبر ٢٠٠١ وحتى ١٥ نوفمبر ٢٠٠١، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: اختلاف تأطير الصور في الصحيفتين، حيث ركزت صحيفة (هيرالد تريبون) على أطر المعاناة والاهتمامات الإنسانية في أحداث الحادي عشر من سبتمبر وأغلقت الفئات والجرائم الأخلاقية التي قامت بها القوة العسكرية الأمريكية في أفغانستان، أما صحيفة (الحياة الدولية) فقد ركزت في الأطر المصور لأحداث الحادي عشر من سبتمبر على الدمار الذي لحق بالمباني، وفي حرب أفغانستان على الضحايا والاهتمامات الإنسانية والإصابات والأزمة التي يعاني منها الشعب الأفغاني بسبب الحرب، فبينما أبرزت صحيفة (هيرالد تريبون) إطار الداعمين للحرب، على أفغانستان، فإن صحيفة (الحياة الدولية) ركزت على إطار المعارضين للحرب.



وسعت دراسة كاتي بري Katy parry (٢٠١٠) ^(١١) بتحليل الأطر المصورة للحرب الإسرائيلية اللبنانية في صحيفتي (الجارديان *The Guardian*) و (التايمز *The Times*) البريطانيتين في الفترة من ١٣ يوليو وحتى ٢٣ أغسطس ٢٠٠٦، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الصور التي نشرتها الصحيفتان غلب عليها وصف حياة المدنيين والضرر الذي لحق بهم جراء الحرب، فبينما حاولت التايمز تحقيق نوعاً من التوازن بين الصور المدعومة للوضع الإسرائيلي والصور المدعومة للبنان وذلك في عدد الصور والأطر المستخدمة ، فإن (الجارديان) قد أظهرت تعاطفاً كبيراً تجاه اللبنانيين من خلال وصفها للدمار البشري في الحرب، كما أنها أوضحت مسؤولية إسرائيل عن الكوارث والإصابات ، بينما أظهرت (التايمز) بطولة الجنود الإسرائيليين وعدوان حزب الله على الرغم من وضوح الإدانة لإسرائيل.

ودرس Alexander G. Nikolaev (٢٠٠٩) ^(١٢) ، والتي استهدفت هي تحليل التغطية المصورة للحرب في كوسوفو من خلال ثلاث مجلات أمريكية كبرى - هي: التايمز *Time* ، ونيوزويك *Newsweek* ، ومجلة يو إس نيوز آند وورلد ريبورت *US News & World Report*، بتحليل ٣٦٥ صورة للحرب في المجلات الثلاثة بهدف الإجابة على تساؤل رئيسي يتعلق بمدى الموضوعية التي تمتعت بها وسائل الإعلام الأمريكية في تغطيتها للحرب في كوسوفو، وخلصت الدراسة إلى أن التغطية الأمريكية للحرب كانت غير متوازنة وكان هناك تحيز واضح للصر ، وأن التغطية كانت بمثابة حالة من الهياج الإعلامي، حيث لم تعمل على تزويد القراء بأية نوعية من المعلومات ، وشكلت تحيزاً ممنهجاً.

واختبرت دراسة ديانا فون بوزيك Diana Von Buseck (٢٠٠٨) ^(١٣) ، الأطر المصورة لغزو العراق ٢٠٠٣ في مجلتي النيوزويك *Newsweek* ، والتايمز *Time* ، ووكالة إسوشيتدبرس *The Associated Press* وقامت بتحليل (١٠٢٨) صورة، وذلك لتحديد الأطر التي تم استخدامها في الأخبار لتعريف الجمهور بالغزو، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : سيطرة الأطر العسكرية على التغطية الصحفية على مدى فترة الغزو، حيث ركزت المجلتان ووكالة إسوشيتدبرس على التفوق التكنولوجي



للولايات المتحدة الأمريكية والتدمير الذي أحدثته الحرب، وقد استخدمت المجلتان (التايم - النيوزويك) أطراً متشابهة في تغطية الحرب، عكس إسوشيتدبرس فقد ركزت أكثر على أطر الاهتمامات الإنسانية، وإطار المعارضة للحرب، بجانب ظهور بعض الأطر الأخرى ولكن بنسب قليلة، ومنها، الإطار الثقافي والتاريخي والأثرى .

درس يوك كوفن Yuk -Kwong (٢٠٠٨)^(١٤) استخدام الصور الصحفية في ثلاث من المجلات الإخبارية الكبرى بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي: التايم (Time)، ويو اس نيوز (US News)، وورلد ريبورت (World Report)، في ضوء عدة محددات منها تكرار استخدام الصور والحجم وطرق صياغة التعليقات التي ترفق بالصور الإيضاحية، وطريقة تقديم هذه الصور وأنواع الموضوعات الصحفية، التي تعتمز إدارة التحرير إرفاق الصور بها، وقد استخدم الباحث تحليل المضمون كمعيار في هذه الدراسة، وضمت عينة الموضوعات مجموعة من ٢٥٢ موضوعاً صحفياً، تم نشرها خلال سبع سنوات غير متتالية، وتم اختيار هذه الموضوعات بصورة عشوائية بين عامي ١٩٧٤ و ٢٠٠٤، وتم جمع البيانات وتحليلها من أجل إظهار العلاقات وأوجه الاختلاف بين المتغيرات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك اتجاهاً ملحوظاً نحو التوسع في استخدام الصور الإيضاحية، مع زيادة المساحة المخصصة لتلك الصور في المجلات الثلاث موضع الدراسة معاً، وذلك خلال العقود الثلاثة الأخيرة، أيضاً أصبح تعليق الصورة بمثابة توجه عام في تلك المجلات خلال الفترة التي أعقبت عام ١٩٨٩، ومن ثم فإن الأغلبية من تعليقات الصور، لم يكن من السهل قراءته، إذ كانت تقدم القليل فقط من المعلومات إلى القراء، وبالتقريب فإن ما من ٢٥% من الصور الإيضاحية تم تقديمها بطريقة تقارب الأسلوب الواقعي، كما تنوعت مجموعات الموضوعات الصحفية التي يتم إرفاق الصور بها خلال فترة الدراسة، وأن هناك تغيراً أساسياً في استخدام الصور الإيضاحية خلال الفترة بين عامي ١٩٨٤ و ١٩٨٩، وهو ما أظهر زيادة لم تكن



متوقعة في معدل تكرار الصور الإيضاحية، ووضع تعليقات لتلك الصور مع استخدام الأسلوب الواقعي لعرض هذه الصور، وهذه التغيرات المفاجئة، ربما ساهمت في تقدم والإسراع باستخدام تقنيات التصوير الرقمي، ومن ثم المنافسة الإعلامية خلال الفترة السابق الإشارة إليها.

ودرس بخيت (٢٠٠٨)^(١٥) ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية بهدف رصد التطورات الحادثة في مجال صناعة الصورة الإعلامية الرقمية وأبرز ملامح ثقافتها وتأثيراتها وأبرز التقنيات التي تستخدمها وتحليل الظواهر المرتبطة بتأثير المعالجة الرقمية للصور على العمل الإعلامي، واستخدم المنهج التحليلي الثانوي لبعض الكتابات والأدبيات العلمية وكذا التحليل الكيفي لبعض موثيق الشرف الصحفية والإعلامية المتعلقة برؤية المؤسسات الإعلامية للمعالجة الرقمية للصور، وانتهت نتائج الدراسة إلى حدوث تحولات جذرية في مكانة ودور الصورة في الإعلام الحديث، وإلى تعاضم ظاهرة الصورة الإعلامية الرقمية، وتزايد إدراكها وتصورها كوسيلة اتصالية متميزة لها تقنياتها ودلالاتها وتأثيراتها ومفرداتها الخاصة بها، من ناحية أخرى حدثت تحولات سلبية تتمثل في ظهور ممارسات غير أخلاقية مغايرة لما كان سائداً في السابق، وإلى أنه بالرغم من المزايا الكثيرة التي أضافتها تكنولوجيا الاتصال الرقمي في مجال معالجة الصور، بيد أنها أوجدت الكثير من الممارسات غير المقبولة من جهة، والمثيرة للجدل من ناحية أخرى، كما كشفت النتائج عن وجود ممارسات غير سوية في مجال التعاطي مع المعالجة الرقمية للصور في بعض المؤسسات الإعلامية بفعل عوامل عديدة من بينها جدة الظاهرة والانبهار بها، وغياب وجود ضوابط محددة للتعاطي معها، ووجود ضغوط مهنية واقتصادية، وعدم الوعي بثقافة أخلاقيات الصورة الرقمية وغيرها.

ودرس Stephanie Lee Sargent (٢٠٠٧)^(١٦) تأثير الصور المرفقة بالقصص الإخباريه، بالمقارنه مع نفس القصص التي شوهدت بدون الصور، وكشفت نتائج



الدراسة أن التعرض للقصص الإخبارية المرفق بها صور حتى وإن كانت هذه الصور لا تحمل نفس اتجاه الخبر أدت إلى زيادة وقت التعرض للقصة الخبرية من قبل القراء مقارنة بالقصص الإخبارية التي تخلو من الصور، وزيادة وقت التعرض يعني قراءة تفاصيل أكثر.

واستهدفت دراسة حسنى نصر (٢٠٠٧) ^(١٧)، معرفة حجم ونوعية اهتمام المجالات العربية الأسبوعية الإخبارية بصور الحرب الإسرائيلية على لبنان ٢٠٠٧، وشملت عينة البحث سبع مجلات عربية، هي: (المجلة)، و (الشروق)، و (الحوادث)، و (الوطن العربي)، و (المصور)، و (آخر ساعة)، و (المجتمع)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: وجود علاقة بين انتماء وهوية المجالات العربية وبين التغطية المصورة التي قدمتها للحرب الإسرائيلية على لبنان، وأن صور الدمار قد استأثرت بالاهتمام الأكبر من جانب المصورين في المجالات العربية، وأن غالبية الصور التي نشرت في المجالات العربية عن الحرب تعود إلى وكالات الأنباء الغربية. و تناولت دراسة محمد عثمان (٢٠٠٦) ^(١٨)، تقويم استخدام الصورة الصحفية في تغطية الغزو الأمريكي البريطاني للعراق في المجالات المصرية والأمريكية، من خلال ، والتايم Newsweek عينة شملت الأهرام ، العربي ، وآخر ساعة، النيوزويك ، وانتهت النتائج إلى تفوق المجالات الأمريكية (التايم) و (النيوزويك) في نشر Time الصور المؤيدة لغزو العراق، بينما ركزت المجالات المصرية (الأهرام العربي) و (آخر ساعة) على الصور الصحفية للسياسة الأمريكية مثل: الإدانة الدولية للغزو، كما اشارت نتائج الدراسة إلى أن المجالات الأمريكية ركزت على بعض موضوعات الصور الصحفية التي تخدم أهداف السياسة الأمريكية ، كما ركزت المجالات المصرية على بعض موضوعات الصورة الصحفية التي تدین الغزو الأمريكي البريطاني على العراق ، وتعدد التقنيات الإعلامية التي استخدمت الصور الصحفية في دعمها وفقاً



لاختلاف الوضع العسكري، ارتفاع نسبة الصور مجهولة المصدر في المجالات المصرية، تعدد أنواع الصور الصحفية المنشورة في المجالات الأمريكية عينة الدراسة. ورصدت دراسة كارول ب. شوالب Carol B. Schwalbe (٢٠٠٦) ^(١٩) ، الأطر المصورة لحرب العراق في المواقع الإخبارية الأمريكية، وذلك من خلال تحليل مضمون ٥٢٦ صورة في الصفحة الرئيسية لـ ٢٦ موقعاً إخبارياً، وتوصلت النتائج إلي أن المواقع الإخبارية الأمريكية اهتمت بخمسة أطر مصورة هي : الصراع- الغزو- الإنقاذ- النصر- السيطرة، كما توصلت إلي أنه أثناء الخمسة أسابيع الأولى للحرب تحول التركيز المصور من الاهتمام بالآلة العسكرية الأمريكية- إلي التركيز على وجهة نظر الأشخاص الذين تأثروا بالحرب.

استهدفت دراسة بهنسي (٢٠٠٠) ^(٢٠) التعرف على رؤية كل من الجمهور والمصورين والمخرجين لمعايير انتقاء الصور الإخبارية في الصحف المصرية ومدى اتفاهم أو اختلافهم بشأن أهميتها ووظائفها وقيمتها الإخبارية والعوامل التي تتحكم في انتقائها وآرائهم بشأن كيفية استخدام الصحف المصرية لها، واستخدم الباحث في هذا الإطار المنهج المقارن باستخدام أداة الاستبانة في جمع بيانات دراسته على عينة من الجمهور مقدارها ٣٠٠ مفردة وعينة من المصورين مقدارها ٥٠ مفردة وعينة من المخرجين مقدارها ٥٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى اتفاق المبحوثين حول أهمية الصورة الصحفية ووظيفتها سواء تلك الصور التي تشترك مع النصوص التحريرية أو تلك التي تستقل بتقديم دور إخباري متميز وقدرة محتواها على تحقيق الوظيفة الإخبارية وزيادة المصداقية وتقديم معاني إضافية للنصوص وتثبيت المعلومات في ذاكرة القراء وتنمية قدرتهم على التنبؤ.

وفي بيئة الدراسة استهدف الحربي (١٤١٧هـ) ^(٢١) دراسة معايير استخدام الصور الإخبارية في الصحافة السعودية، وكذلك حجمها، ومصادرها، وأنماطها، وخصائصها، وتقنياتها، وانتهت الدراسة إلى أن الصحف السعودية تولي الصور الإخبارية



المصاحبة للنصوص النصية أهمية خاصة؛ حيث بلغت نسبتها ٧٢% مقابل ٢٨% للصور المستقلة، وجاءت الموضوعات الرياضية في مقدمة الموضوعات التي تناولتها الصور الصحفية بسنبة مقدارها ٢٦%، تلتها الموضوعات السياسية بنسبة مقدارها ١٧% وبالمرتبة الثالثة الموضوعات الاقتصادية بنسبة بلغت ١٣%، وأوضحت الدراسة أن الصحف السعودية تولى الشخصيات الرئيسة في الأحداث اهتماماً ملحوظاً حيث بلغت نسبة الصور الإخبارية التي تناولت الشخصيات ٥٣% من إجمالي الصور الإخبارية مقابل ٤٢% من الصور تناولت أحداثاً دون شخصيات، أما مصادر الصور الصحفية الإخبارية فقد أشارت الدراسة إلى أن مانسبته ٣٨% من إجمالي الصور غير منسوبة لمصدرها وأن ٣٧% من الصور المبين مصدرها غربي يليها ما نسبته ١١% من الصور مصدرها مصوري الصحف السعودية، وبينت الدراسة أن اتجاه الصور الإخبارية المنشورة في الصحف المحلية تناولت المجتمع السعودي بصورة إيجابية بنسبة بلغت ٩٠% من إجمالي الصور الإخبارية، وأن ما نسبته ٧٤% من الصور الإخبارية جاءت متفقة مع المعايير الشرعية المحددة.

ودرس عبدالحميد (١٩٩١) (٢٢) حدود الاتفاق بين نتائج تحليل محتوى النصوص والصور الصحفية في الصحف اليومية من خلال تحليل المحتوى للكشف عن مدى الارتباط بين نشر كل من محتوى النص ومحتوى الصورة الصحفية بالتطبيق على جريدة الاهرام خلال الفترة من ٢٥ أغسطس إلى ٢٥ أكتوبر ١٩٩٠، ولمدة ستة أسابيع، وانتهت الدراسة إلى التقرير بوجد ارتباط بين نتائج التحليل إلا أنها لم تشر إلى دلالة معينة لتأثير نشر أيهما عن الآخر.

الإخبارية في الصحافة السعودية، وكذلك حجمها، ومصادرهما، وأنماطها، وخصائصها، وتقنياتها، وانتهت الدراسة إلى أن الصحف السعودية تولى الصور الإخبارية المصاحبة للنصوص النصية أهمية خاصة؛ حيث بلغت نسبتها ٧٢% مقابل ٢٨% للصور المستقلة، وجاءت الموضوعات الرياضية في مقدمة الموضوعات التي



تناولتها الصور الصحفية بسنبة مقدارها ٢٦%، تلتها الموضوعات السياسية بنسبة مقدارها ١٧% وبالمرتبة الثالثة الموضوعات الاقتصادية بنسبة بلغت ١٣%، وأوضحت الدراسة أن الصحف السعودية تولى الشخصيات الرئيسة في الأحداث اهتماماً ملحوظاً حيث بلغت نسبة الصور الإخبارية التي تناولت الشخصيات ٥٣% من إجمالي الصور الإخبارية مقابل ٤٢% من الصور تناولت أحداثاً دون شخصيات، أما مصادر الصور الصحفية الإخبارية .

فقد أشارت الدراسة إلى أن مانسبته ٣٨% من إجمالي الصور غير منسوبة لمصدرها وأن ٣٧% من الصور المبين مصدرها غربي يليها ما نسبته ١١% من الصور مصدرها مصوري الصحف السعودية، وبينت الدراسة أن اتجاه الصور الإخبارية المنشورة في الصحف المحلية تناولت المجتمع السعودي بصورة إيجابية بنسبة بلغت ٩٠% من إجمالي الصور الإخبارية، وأن ما نسبته ٧٤% من الصور الإخبارية جاءت متفقة مع المعايير الشرعية المحددة.

٣. مشكلة الدراسة:

يشهد العصر الحديث العديد من التطورات في مجال صناعة الصورة الإعلامية؛ حيث أصبحت الصورة فناً قائماً بذاته، كما أصبحت لا تخلو منها وسيلة إعلامية، وخاصة الصور التي تنتقل الأحداث الحية والفورية والمباشرة، كما زاد عدد الصور وحجمها وصفحاتها، واتسع أفقها، وظهرت تيارات صحفية جديدة منها ما يعرف بالصحافة المصورة، وظهرت العديد من الجمعيات المتخصصة في مجال التصوير والمعالجة الرقمية للصور، وتوسعت أعمال الوكالات المتخصصة في إنتاج الصور، وزادت الحاجة لأنواع متنوعة من الصور لتتلاءم مع الاحتياجات الجديدة للعمل الإعلامي.

وفي الوقت نفسه فإن الفرد يعتمد في قراءته للصورة على العملية الإدراكية للنشاط المعرفي التي تتضمن الانتباه، والوعي، والتذكر، وتمثيل المعلومات، الذي يتأثر



ب عوامل ذاتية تعود للفرد وبيئته وحاجاته، وعوامل خارجية تعود لمثير الإدراك ذاته كاللون والحجم والموضوع والسرعة، لذا فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على عمليات الإدراك البصري للصورة الصحفية من قبل القراء، وأنواع الصور الصحفية الأكثر تفضيلاً من قبلهم، ودوافعهم نحو الاهتمام بالصور، والعوامل المؤثرة في ذلك.

٤. تساؤلات الدراسة:

١. ما العمليات الذهنية التي يمارسها القراء عند قراءتهم للصور الصحفية؟
٢. ما الأسباب التي تدفع القراء للاهتمام بالصورة الصحفية؟ ولماذا؟
٣. ما أنواع الصور الأكثر تفضيلاً لدى القراء؟
٤. كيف يحدد جمهور القراء العوامل المؤثرة على قراءتهم للصور الصحفية؟
٥. إلى أي مدى يتفاعل القراء مع الصورة الصحفية؟ والعوامل المؤثرة على هذا التفاعل؟
٦. كيف يحلل جمهور القراء عناصر الصورة الصحفية ودلالاتها؟

٥. الإطار النظري للدراسة:

• نظرية الاستراتيجيات الرمزية:

تحدد نظرية الإستراتيجيات الرمزية، كيفية تفاعل القراء مع الصور التي يتم عرضها بالأسلوب الواقعي، أو الصور التي يتم عرضها بالأسلوب الأقرب إلى المعالجة التصويرية اليدوية، وحدد وورث وجروس ثلاثة أنواع من ترجمة معاني الأشياء، وهي: (٢٣)

- ١- المعنى الوجودي المادي: أي تقييم الأشياء باعتبارها حقائق محددة بدقة.
- ٢- المعنى الذي يشوبه الغموض: أي تقييم الأشياء كحقائق يحتمل وجودها وهو ما يمكن أن يطلق عليه الدلالة الرمزية.
- ٣- المعنى المترابط: أي تقييم الأشياء كرموز.



وقد أشار وورث وجروس إلى أن البشر يستخدمون الأنواع الثلاثة من الأطر التي تحدد المعاني من أجل تقييم الأشياء وترجمة ما تعنيه أو تحديد معنى لهذه الأشياء، ومن ثم وطبقا لنظرية الاستراتيجيات الرمزية فإن القارئ عندما يدرك إحدى الصور التي تم تقديمها بأسلوب أقرب إلى المعالجة التصويرية الخيالية، فإن المعنى المرتبط بالصورة تتم ترجمته كمعنى يحمل دلالة تتصل بأشياء أخرى، وبالتالي اعتبار تلك الصورة صورة رمزية غير حقيقية -كالصور التي تملأ كتب الأطفال- وإذا كانت هناك صورة إيضاحية يتم عرضها بأسلوب واقعي، فإن القارئ سوف يدرك الصورة، ويقوم بترجمتها باعتبار أن تلك الصورة تحمل معنى قائما في الوجود، ومن ثم يمكن تصنيف هذه الصورة كصورة واقعية، وإذا لم يلاحظ القارئ التعليق الخاص بالصورة الإيضاحية، أو إذا لم يكن التعليق مرفقا بالصورة، فإن القارئ، سوف يدرك المغزى الظاهر لهذه الصورة، ويعدها صورة واقعية، بدلا من اعتبارها صورة رمزية.

وهذا يعني أن القارئ ربما أخطأ في تفسير المغزى الذي قصد للصورة، وإذا كانت الصورة الإيضاحية مرفقا بها تعليقا، ولاحظ القارئ ذلك، فإنه بحاجة إلى جهد ذهني لكي ينتقل من تفسير المعنى الواقعي القائم، إلى التفسير الرمزي للصورة، وذلك من أجل قبول حقيقة أن الصور ذات المظهر الواقعي يمكن في الواقع أن تشير إلى مغزى رمزي، وأخيرا فإن كانت هناك صورة شبه واقعية، أو كانت أقرب إلى الصورة الخيالية-كما يدركها القارئ- فإن من الممكن أن تترجم باعتبارها تحمل مغزى غامضا وهو ما قد يصيب القارئ بالشكوك ويتوقف عن متابعة الصورة الغامضة بعد إصابته بتشويش ذهني نتيجة لغموضها.

وبالتالي فإن القراء معتادون على القراءة ومعالجة المعلومات في أذهانهم، وإذا اطلعوا على صورة في إحدى المطبوعات، ولم يكن هناك ما ينبههم إلى توخي اليقظة، فإن القراء قد يسلكون طريقا ذهنيا مختصرا، وذلك بافتراض أن تلك الصورة حقيقية، وهذا ما يوضح السبب في أن القراء غالبا ما قد يخدعون بالصور الإيضاحية التي تبدو



أقرب إلى الواقعية، كذلك فإن مكان الصورة في المطبوعة، مثل وضعها في المساحة المخصصة للمقالات الافتتاحية من المطبوعة، وهو ما يعني إثارة المصادقية التوضيحية المرتبطة بتلك المطبوعة، وهو ما قد يمثل مستوى متفردا من التفسير النفسي لأن القراء يمرون بسرعة على الصور التي تظهر في المطبوعات دون أن يطرف لهم جفن.

• نظرية السببية:

تحدد نظرية السببية، أن البشر يقومون باستنتاج المعلومات وذلك من خلال الملاحظة، ويقومون باستخلاص المعنى المرتبط بالقصد من الحدث أو العامل الذي تسبب فيه، وباختصار فإن كان القارئ ينظر إلى الصورة الإيضاحية التي تتعارض مع تفسيره، مثل الصور الرمزية التي تبدو واقعية، فإنه قد يرجع السبب في ذلك إلى سوء الفهم المرتبط بإحدى الصور التي تم تقديمها إلى القارئ، وقد حدد هايدر (٢٤) بأنه مجهود للتنبؤ أو التحكم في العالم من خلال تحديد سلوك عابر، أو موقف لا يتغير بصورة نسبية، أو ببساطة باعتبار هذا الموقف بمثابة افتراض أسباب لسلوك مغاير.

وقد قام هايدر بتصنيف الأسباب في إطار العوامل المرتبطة بالأسباب الخارجية والأسباب الداخلية، وتشير الأسباب الخارجية إلى البيئة المحيطة، أو أحد المواقف الخارجية التي لا يمكن التحكم فيها، في حين يشير السبب الداخلي إلى الفعل الذي ينبع من داخل أحد الأشخاص الذي من المحتمل عدم التحكم فيه أيضا، فعلى سبيل المثال إذا ارتكب أحد الأشخاص خطأ بحق أحد زملائه السابقين بالكلية التي كانا يدرسان بها، باعتباره أحد الأصدقاء القدامى، فإنه يقدم سببا خارجيا لإيضاح السبب الذي يجعل الزميل السابق، يلتزم الصمت، أو أنه يقدم سببا داخليا لإيضاح السبب الذي يجعله يميل إلى تناسي هذا الموقف غير المرغوب فيه على الإطلاق ويفترض



أوسكامب، أن البشر يميلون إلى تعليل تصرفاتهم بالعوامل الخارجية، في حين يبررون تصرفات الآخرين بالعوامل الداخلية.

اكتشف أستاذ علم النفس لي روس، أن البشر في المعتاد، غالبا ما يعللون الأحداث بالأخطاء البشرية في الأساس (روس عام ١٩٧٧) ^(٢٥)، وهو ما يعني أنه عندما يقدم البشر تعليلا لأي حدث، فإنهم يميلون إلى المغالاة في تقييم تأثير العوامل المزاجية المرتبطة بالحدث، مع خفض تقييم العوامل المرتبطة بالمواقف

في المواقف التي تظهر لها نتائج غير مرغوب فيها، يميل الأشخاص إلى إلقاء اللوم على العوامل الخارجية، لتعليل النتائج السلبية للحدث، وذلك بدلا من تعليل النتائج بالتصرفات الداخلية التي أقدم عليها (أوسكامب ١٩٩١)، ووفق نظرية التعلل بالخطأ الأساس، فإن الشخص قد يميل إلى التهوين من تأثير العوامل المرتبطة بالمواقف، أي غير المزاجية أو العاطفية، والتي يمكن أن تتسبب في نتائج غير مستحبة، في حين أن الشخص قد يميل إلى المبالغة في تقدير قيمة العوامل المزاجية، ومن المحتمل على سبيل المثال، أنه عندما يتم إبلاغ الأشخاص، بأنهم تخطوا قراءة إحدى النقاط المهمة في إحدى الوثائق القانونية، فغنهم من المحتمل أن يوجهوا اللوم إلى شركة المحاماة، التي تعمدت أن تطبع تلك الوثيقة بحجم صغير للغاية وبصورة استثنائية (وهي عوامل مزاجية خارجية)، وذلك بدرجة تفوق إقرارهم بأنهم وجدوا أن من إهدار الوقت والتعرض للقراءة المسببة للملل، أن يمضوا في قراءة نقاط الوثيقة بعناية وتركيز (وهو تعليل داخلي ومرتبب بالموقف).

وفي إطار دراستنا الحالية يمكن الجمع بين نظرية السببية ونظرية الاستراتيجيات الرمزية، لدى تقديم التعليقات المرتبطة بالصور الإيضاحية، ويمكن تفسير الموقف بالتعرف على كيفية إدراك القارئ الصورة التي تبدو واقعية حقيقية، فوفق نظرية الإستراتيجيات الرمزية، يمكن ترجمة تلك الصور باعتبارها صورا حقيقية، وإذا كانت الصور الإيضاحية غير مرفق بها تعليقات تفسرها بدرجة كافية من الوضوح، فإن



القارئ لن يلاحظ ذلك، وستكون نتيجة ذلك أن يسيء القارئ فهم هذه الصور، وإذا وجد القارئ في مرحلة لاحقة، أن الصورة تعبر عن مغزى رمزي بالفعل، بدلا من الإشارة إلى دلالة حقيقية، فإنه قد يرى ذلك مثيرا للبلبله الذهنية، وهي نتيجة غير مستحبة، ووفق معطيات نظرية السببية، فإن القارئ ربما يميل إلى إلقاء اللوم على العوامل الخارجية، وبالتحديد اتهام وسائل الإعلام، بأنها السبب في سوء الفهم الذي تعرض له.

وفي حالة إدراك القارئ للصورة الإيضاحية الخيالية، فإنه وفق نظرية الاستراتيجيات الرمزية، سيتم تفسير هذه الصورة باعتبارها صورة رمزية، وهو ما يعني أن تفسير القارئ أو ترجمته للصورة يتوازى مع المغزى الكامن للصورة، وإذا كانت الصورة الإيضاحية مرفقا بها تعليقا، وشاهدها القارئ، فلن تكون هناك أي نتائج غير مرغوب فيها، ولهذا فلن تكون هناك حاجة إلى إلقاء اللوم على أحد، ولكن إذا كانت الصورة غير مرفق بها أي تعليق، وهو ما يبدو متعارضا مع الممارسة الشائعة في الصحافة حاليا، بإضافة تعليقات شارحة للصور الإيضاحية، فإن وسائل الإعلام في هذه الحالة، ربما تكون عرضة للوم واتهامها بالإهمال لإخفاقها في إضافة تعليق إلى الصور، ولذا ووفق نظرية السببية، فإن القارئ ربما يظل يميل إلى إلقاء اللوم على العوامل الخارجية، وهو ما يعني توجيه اللوم إلى وسائل الإعلام بزعم إهمالها.

وتكرار حدوث الإهمال، وتسبب بعض وسائل الإعلام في سوء الفهم، يمكن أن يقود إلى تصورات غير مستحبة عن وسائل الإعلام ككل، ووفق محددات نظرية السببية، فإن المزاج السلبي أو عدم الثقة في وسائل الإعلام، يمكن أن يتراكم لدى القارئ، وعلى المدى الطويل فإن استمرار هذه الموقف من جانب القارئ يمكن أن يؤثر سلبيا على مصداقية وسائل الإعلام، أما الصور الإيضاحية التي تبدو أقرب إلى الواقعية، فإن من المحتمل أن تترك تأثيرا أكثر إيجابية، عن مصداقية وسائل الإعلام، وذلك في حالة اكتشاف واقعية تلك الصور.



ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة:

١. وظيفة الصورة الصحفية

تكتسب الصورة الصحفية أهميتها من خلال الوظائف الاتصالية التي تحققها أثناء استخدامها، ويرى صالح أن الصورة الصحفية قد تشترك مع الحروف في نقل الأخبار، أو تنفرد في نقلها، وقد توضح بعض الجوانب في التحقيقات التي يصعب التعبير عنها بالكلمات، كما أنها تقدم ملامح للأشخاص الذين تتناولهم الأخبار والموضوعات الصحفية^(٢٦)، فيما يرى آخرون أن وظيفتها تتمثل بنقل مضمون معين، أو تعزيز المضمون، وجعل الصحيفة أكثر جاذبية، الأمر الذي يعني أن الصورة الصحفية تؤدي عدداً من الوظائف الإخبارية، والسيكولوجية، والتبويغرافية والجمالية.^(٢٧)

وتتميز الصورة الصحفية بقدرتها على عزل لحظات معينة من الزمن وتجميد الحركة بكل انطباعاتها الظاهرة وهو ما يمنحها قيمة إعلامية كبيرة في إبراز الأخبار وتوضيح تفاصيلها وتأكيد وقوعها،^(٢٨) وتوثق الصورة الصحفية الأحداث وترصدها، وتثير الكثير من الأحاسيس، والخيالات، وتساعد في استدعاء الماضي ومعايشته، كما تمكن المرء من التفكير في مستقبله وتنشيط خياله، ومساعدته على التحرك عبر إطار زمني ممتد ومنفتح، ومن التفاعل مع أشخاص يوجدون في أماكن بعيدة^(٢٩)، وهي ليست مجرد عنصر لإضفاء الجاذبية على الصفحات، وإنما تساعد القراء على فهم الموضوعات، توفر إحساساً بالقرب، وتقدم دعوة للقارئ كي يأخذ مكانة في الحدث، وتشير العديد من الأبحاث إلى أن الصورة هي أفضل وسيلة لجذب انتباه القراء^(٣٠)، وفي ضوء ذلك يمكن النظر إلى وظائف الصورة الصحفية بأنها ذات جانبين مهمين هما:^(٣١)

■ وظائف محتوى الصورة الصحفية



١. تحقيق الوظيفة الإخبارية في نقل الأحداث، وإضافة معاني للمادة التحريرية تعزز قيمة النص وتكسبه مصداقية أكبر وتقربه من الواقع المنقول، بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه.
٢. تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعاً لدور المدخل البصري في إدراك الصورة ثم العمل على تخزينها بما يؤدي إلى أن تكون المادة المحتوية على الصورة أكثر التصاقاً بالذهن من غيرها من المواد غير المصورة.
٣. تقديم معلومات أكثر في خبر صغير، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أدائه.
٤. تقليل الجهد المطلوب بذله من القارئ للإحاطة بالمادة المنشورة، على العكس من المادة التحريرية المكتوبة التي تستدعي إعمال العقل والذهن في تخيل ما تنيره من معاني قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها للقارئ.
٥. إمكانية أن تشغل الصورة حيزاً كموضوع، بما يعمل على إضفاء الحيوية والحركة على تغطيات الصحف للأحداث.
٦. تنمية مواهب القراء في دقة الملاحظة من خلال سعيهم لاكتشاف بعض الصور المنشورة، وتنمية مهارتهم في التنبؤ ببعض الأحداث.
٧. التعبير عن الآراء الخاصة بالصحف، وذلك كما يحدث مع الصور الشخصية أو الساخرة التي يمكن أن تطوع بما يتناسب مع الأفكار والاتجاهات السائدة في المواد الصحفية المصحوبة بهذه الصور.
٨. التسلية والإمتاع الفكري، ولذلك أصبحت الصورة قاسماً مشتركاً بين الصفحات والأبواب المختلفة في الصحف.

■ وظائف شكل الصورة الصحفية

١. استخدام المداخل البصرية في تقديم أشكال إخراجية بصرية لجذب انتباه القراء للموضوعات الصحفية، واستخدامها في إبراز الوحدات الرئيسية في الصفحات.



٢. قدرة الصورة على إحداث التباين المطلوب لإنجاح عمليات تصميم الصفحات.
 ٣. أيجاد التوازن الوظيفي عبر الصفحة مع العناصر الطباعية الأخرى كالعناوين والأرضيات غير البيضاء.
 ٤. دعم الصورة للتوجهات الهادفة إلى مراعاة حركة عين القارئ، كتحديد اتجاه نظر الشخصيات المتضمنة فيها، وتوجيه حركة العين باتجاه الوحدات الطباعية الأخرى.
 ٥. القيم جمالية في الصورة تسهم في استيقاف النظر، وإثارة البهجة في النفوس خاصة مع استخدام الصور الجمالية لما تعكسه هذه الصور من الجوانب الجميلة في الحياة المعاشة، وهي بهذا تعتمد على إضاءة جوانب الصفحة المختلفة، كما تعمل على إضفاء الحيوية والحركة عليها، بما يقضي على الرتابة والجمود.
- هذه الوظائف والأدوار التي تؤديها الصورة الصحفية في مجال الصحافة المطبوعة، يتطلب من القائمين بالاتصال في الصحف المطبوعة جهداً مضاعفاً لاستخدام الصورة بصورة تحقق وظائفها وتأخذ في الوقت نفسه بالاعتبار الكيفية التي يدرك بها القراء الصورة ودوافعهم وتفضيلاتهم لها، وهو ما يسهم في إيجاد توازن وظيفي للصحافة المطبوعة يمنحها المزيد من القدرة التنافسية مع طيف واسع من وسائل الإعلام الأخرى.

٢. قراءة الصورة الصحفية:

الصورة لغة بصرية تعتمد على الرموز غير اللفظية في توصيل دلالاتها، وتعتمد قراءة الرسائل المصورة على فهم العلاقة بين الأشياء كما هي في الواقع ونظام الإشارات الذي يجعل هذه الرسائل البصرية لها معاني مفهومة.

ويرى رولان بارث أن هناك مرحلتين أساسيتين لفهم الصورة الفوتوغرافية: المرحلة الأولى، وهي: قراءة المعنى الإشاري وفيها يتم وصف العلاقة بين الدال وهو المفهوم



الطبيعي للإشارة المتمثل في الصورة وعناصرها الحسية، والمدلول وهو المفهوم الذهني لفحوى الرسالة المتمثل بما يعنيه موضوع الصورة بالنسبة لمن يشاهدها.

المرحلة الثانية، وهي: قراءة المعنى الإيحائي للصورة من خلال فهم العلاقة بين الإشارة والموضوع المنجز في المرحلة الأولى والشخص المفسر، ففي هذه المرحلة يتدخل الإنسان في تحديد المعنى الإيحائي للصورة^(٣٢) سواء عن طريق اختيار المعالجة أو التأطير وطريقة العرض لإنتاج الصورة من قبل القائم بالاتصال، أم من خلال البناء المعرفي للمتلقي الذي يحدد بدوره دلالات ومعاني الصورة في ضوء قيمه ومعارفه التي ربما اختلفت عن المعنى المراد إيصاله من قبل منتج الصورة، بل إن تفسير معنى الصورة يتباين من شخص لآخر طبقاً لبنائه المعرفي الذي يتأثر بالنتشئة الاجتماعية وغيرها من عوامل بناء المخزون المعرفي الذي قد يختلف من شخص لآخر؛ بل إنه يتغير بالنسبة للفرد بتغير المواقع والأدوار والخصائص والسمات العامة والاجتماعية للفرد نفسه^(٣٣)

يعتمد الفرد في قراءته للصورة بمرحلتها الإشارية والإيحائية على العملية الإدراكية للنشاط المعرفي التي تتضمن الانتباه، والوعي، والتذكر، وتمثيل المعلومات، وتتأثر عملية الإدراك بعوامل ذاتية تعود للفرد وبيئته وحاجاته، وعوامل خارجية تعود لمثير الإدراك ذاته كاللون والحجم والموضوع والسرعة؛ فالانتباه تركيز الجهد العقلي على مثيرات بعينها يتم اختيارها من بين العديد من المثيرات التي يتعرض لها الإنسان فيركز انتباهه بصورة انتقائية على ما يريد رؤيته مع ملاحظة تأثير الحاجات والميول والقيم على الانتباه، ثم تأتي عملية الوعي التي تعتمد بشكل كبير على الانتباه إذ يسمح الانتباه أو يمنع دخول المثيرات إلى دائرة الوعي حيث تقع أحداث عديدة في كل لحظة لكن القليل منها يبقى في الوعي، ثم يأتي دور الذاكرة التي تتضمن عمليات الحفظ والتعرف والاستدعاء حيث تخضع المثيرات في هذه المرحلة لفك رموز المعاني ومقارنتها بخبرات مماثلة في الذاكرة لتبدأ معها مرحلة تمثيل المعلومات التي تتضمن



مقارنة المواقف الماضية بالحاضرة للوصول إلى تفسيرات تعني في النهاية إدراك المعاني وتحويلها إلى قيم معرفية تختزن في البناء المعرفي للإنسان.

ووفقاً للنظريات المفسرة لعمل الذاكرة البشرية وأنماط تمثيل المعلومات اللفظية والمرئية، فإن الأنماط المختزنة في الذاكرة طويلة المدى للمرئيات - من صور الأشخاص والأحداث - قد تسهل على القارئ فهم الرسائل الاتصالية التي يتلقاها عبر صحيفته، خاصة الصور وما يرتبط بها من محتوى، وذلك إذا قام القارئ بتفسيرها وردّها للمعلومات والمرئيات المترابطة والمرتبطة بها والمختزنة في ذاكرته وبناءه المعرفي.

وكما يحمل النص عدة معاني ولا يقتصر على معنى واحد بحسب القراء الذين يتعرضون له، فإن الصور هي الأخرى قد تحمل عدة معانٍ. (٣٤)

تتطلب دراسة وقياس رد فعل القراء على الشكل المرئي للصحيفة ككل ورصد حركة عين القارئ عبر صفحة المطبوع وانتقالها من عنصر لفظي «عناوين ونصوص» إلى عنصر بصري صور ورسوم وأرضيات إلى أجهزة قياس فائقة ومعامل تجريبية خاصة توضح المسار البصري لعين القارئ عبر المجال المرئي للصحيفة، وفي تناولهم لإدراك المخ البشري للصورة ذهب بعض التبيوغرافيين إلى أن المخ لا يدركها كاملة، بل إن العين تسمح منها جزءاً بعد الآخر في حدود ثلاث درجات أيضاً لكل جزء، ويتحدد ترتيب هذه الأجزاء وفقاً لاتجاه الحركة داخل الصورة، ووفق النقطة التي اعتادت العين على أن تبدأ بها مسح أجزاء الصورة، وكذلك وفق مدى اهتمام القارئ بمشاهدة تفصيلات الصورة من عدمه. (٣٥)

ويذهب البعض إلى أنه من خلال النظام المعرفي نتعرف على أشكال الأشياء وأنماطها بل إننا نقوم في بعض الأحيان بسد الفجوة البصرية فيما نتعرض له من



صور وأشكال من خلال عمليات منطقية وعند الضرورة نقوم بالإكمال الضروري للنمط الخاص بالصفحة الكلية التي نقوم بالنظر إليها. (٣٦)

واستناداً إلى ما سبق ذكره عن العمليات الذهنية التي يؤديها العقل البشري في التعامل مع المثيرات البصرية فإن قراءة الصورة الصحفية من قبل القراء خضعت لعدة دراسات قدم فيها الباحثون عدة تصورات لمستويات قراءة الصورة، فمن الباحثين من يشير إلى وجود ثلاث مستويات لقراءتها تبدأ بمستوى العد الذي يرى فيها الشخص الصورة فيعد محتوياتها، ثم مستوى الوصف وفيه يصف عناصر الصورة مبيناً ملامح أجزائها وصفاتها، وتنتهي بالتفسير وفيه يقوم المرء بإيجاد علاقة بين عناصر الصورة فيربطها معاً بمفهوم واحد، ويحدد ليسى (Lacy:1987) أربعة مستويات لقراءة الصورة هي: التعرف، والتحليل، والتفسير، والتقويم^(٣٧)، بينما يتبنى عبدالمنعم^(٣٨) تصوراً لمستويات قراءة الصورة أو البصريات بصفة عامة مكوناً من سبعة مستويات هي: التعرف وذلك بالتعرف على عناصر المثير البصري وعدها وتسميتها، والوصف بوصف عناصر المثير البصري وتحديد تفصيلاته، والتحليل وذلك بتصنيف عناصر المثير البصري وتجميعها وتحديد موقعها في شبكة معلوماته المعرفية واستدعاء الخبرات السابقة المرتبطة بها، ومستوى الربط والتركيب وذلك بربط عناصر المثير البصري بعضها ببعض.

ويحاول وضع فروض واقتراحات للمعاني التي يمكن استخلاصها عند تركيب هذه العناصر مع بعضها في كل متكامل، ومستوى التفسير واستخلاص المعنى وذلك بتقديم التفسيرات اللازمة للافتراضات للمعنى المستخلص ويتوصل إلى قرار يتعلق باستخلاص المعنى الذي تحمله الرسالة المصورة وما يرتبط بذلك من مفاهيم، ومستوى الإبداع ويتم بتوظيف المعنى والمفاهيم المستخلصة لاستخدامها في مواقف عديدة ويظهر ذلك على شكل تغيرات سلوكية، أما المستوى السابع فهو النقد الذي



يوجه للمثير البصري من كل جوانبه مع تقديم الاقتراحات التي تتعلق بتطوير ذلك المثير.

وبالتالي فإن الصورة الإعلامية تخضع عند قراءتها لعدة مناظير تحليلية منها: المنظور الشخصي الذي يعكس التقييم الفردي للصورة والانطباعات القائمة على الخلفية التعليمية والإعلامية للفرد، والمنظور التاريخي، الذي يحلل الصورة في إطار سياقها التاريخي، والمنظور النقدي الذي يحلل الصورة من جوانبها وأبعادها الفنية، والمنظور الأخلاقي الذي يقيم الاستخدام والتأثيرات الأخلاقية للصورة، والمنظور الثقافي الذي يعنى بتحري الرموز والأبعاد الدلالية داخل الصورة، وأخيراً المنظور النقدي، الذي يعنى بتقييم الاستخدام الإعلامي من قبل وسيلة ما والعاملين بها للصورة وطرق التعامل معها^(٣٩)

وعليه فإن النظام البصري يمد الجمهور بكمية غير محدودة من المعلومات مقارنة بالنظام اللفظي ويميل القارئ إلى تصديق ما يراه إذا ما تعارضت المعلومات الحسية وهو ما زاد من مكانة الصورة الصحفية كأداة إعلامية أكدتها الأبحاث التي أشارت إلى أن ٧٥% من قراء الصحف يلاحظون الصورة، وأكثر من ٥٠% يلاحظون العناوين الرئيسية، وأن ٢٩% يلفت نظرهم تعليقات الصور، بينما يقتصر النص التحريري على ما نسبته ٢٥% من انتباه القراء، مما يعني أن الصورة هي أفضل وسيلة لجذب انتباه القراء، كما أن الصور المصاحبة للمادة التحريرية تعزز وتقوي مستوى تذكر الموضوعات.^(٤٠)

وإذا كان رونالد بارث (Ronald Barthes) قد ذهب إلى أن الصورة تحمل نوعين من الدلالات، أولهما: دلالة مباشرة واضحة، وثانيهما: دلالة مستتبهة، يستتبهها القارئ من الصورة بناء على خلفيته الثقافية والمعرفية، فإن ذلك يعد مدخلاً مهماً يجب أن يعيه المخرج الصحفي والمصور ومحرر الصور عند اختيار ما ينشر من صور بصحيفته، لمعرفة تباين القراء في تلقيهم للصور واختلافهم فيما يخرجون به من معان



وهذا يستوجب اختياراً دقيقاً للصور وتقديم بدائل لها ولاستخدامها، فإذا كان بإمكان المصور والمخرج الفني وضع صور مكبرة أو مصغرة مقربة جداً أو متوسطة البعد أو القرب فإن هذا سيثير تساؤلات أخرى عديدة تتعلق بمدى تفسير القارئ للمعنى المستنبط من هذه الصورة مع كل بديل تستخدم به (قريبة/ متوسطة/ بعيدة/ مصغرة/ مكبرة) كما أن ذلك سيؤدي إلى تعدد المعاني المستنبطة من هذه الصور دون شك لدى القارئ.^(٤١)

ولأن المخرج الصحفي يقف كحلقة وصل بين أطراف عملية الاتصال المطبوع، فلا بد أن يعي هذه العوامل المتشابكة والمؤثرة في تلقي الصورة والنص، والصحيفة ككل، من خلال طرح رؤى إخراجية وتصميمية، ومعالجات رقمية تسهم في رفع القدرات الإدراكية لدى القراء، وتحقيق في الوقت نفسه الهدف من وراء صدور أي مطبوع، بما يتجاوز مجرد قراءته إلى حدوث التمثيل المعرفي للمحتوى عند مستويات الانتباه والفهم والتذكر.

وفي هذه الحالة لن ينظر إلى الصورة على أنها كل منفصل عن النص، ولن ينظر للنص على أنه في مرتبة أقل من الناحية الإدراكية عن الصورة،^(٤٢) بل سيتكامل النص والصورة المعالجة رقمياً وفق ضوابط ومعايير مهنية وقارئية وإدراكية محددة لتحقيق الهدف نفسه.

وهو ما يجعل المسؤولين في الصحف ينظرون إلى الصور ليس باعتبارها مجرد عنصر لإضفاء الجاذبية على الصفحات وإنما لمساعدة القراء على فهم الموضوعات وحثهم على قراءة أكثر عمقاً بتقديم معلومات مصورة واضحة بتأثير درامي يوفر إحساساً بالقرب ويقدم دعوة للقارئ كي يأخذ مكانه في الحدث.



ثالثاً: الدراسة الميدانية

١. الإجراءات المنهجية للدراسة

■ نوع الدراسة ومنهجها:

تتتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تسمح بوصف وتحليل الظاهرة المدروسة، وقد وظفت المنهج العلمي الكمي وفق إجراءات المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة المتبع في الدراسات الإعلامية، حيث يتيح للباحث استخدام الطرق والأساليب الإحصائية للتعرف على الكيفية التي يستخدمها قراء الصحف المطبوعة في إدراكهم للصور الصحفية والأسباب التي تدفعهم لقراءتها بما يسهم في تحديد أنماط تصف الظاهرة المدروسة وتحدد أوجه العلاقة بين متغيراتها.

■ مجتمع الدراسة وعينتها

تم تطبيق هذه الدراسة على قراء الصحف السعودية الذين يعيشون في مدينة الرياض كمجتمع للبحث، وتم سحب عينة عشوائية طبقية من هذا المجتمع قوامها (٤٧٤) مفردة استند سحبها على المستوى التعليمي والوظيفي كأسلوب للوصول إلى العينة فاختر الباحث العينة وفق التقسيم التالي:

- ١- حملة الثانوية فأقل ممن أعمارهم تتراوح بين (١٨-٢٢) من طلاب وطالبات المستوى الثالث الثانوي وطلاب المستويات الأولى في المرحلة الجامعية.
- ٢- حملة الشهادة الجامعية ممن أعمارهم تتراوح ما بين (٢٣-٢٧) من طلاب وطالبات الدراسات العليا وموظفي القطاع العام والمدرسين والمدرسات.
- ٣- حملة الماجستير والدكتوراه ممن أعمارهم تتراوح ما بين (٢٨-٣٢) وما بين (٣٣-٣٧) ومن أعمارهم (٣٨) فأكثر من أعضاء هيئة التدريس والموظفين، وطلاب وطالبات الدراسات العليا.



وفي ضوء هذه الفئات العمرية تم اختيار عينة عشوائية من قائمة مدارس المرحلة الثانوية والأقسام في الجامعات في مدينة الرياض.

وقد توزعت هذه العينة على الذكور والإناث بنسب متقاربة حيث بلغت نسبة الذكور (٤٧,٣%) في حين كانت نسبة الإناث أكثر قليلاً (٥٢,٧%)، وقد كان ما يقرب من ثلث العينة من الفئة العمرية ما بين ٢٣ و ٢٧ عاماً تلتهم الفئة العمرية بين ١٨ و ٢٢ بنسبة (٢٧%) و (٢٠%) منهم تراوحت أعمارهم بين ٢٨ و ٣٢ عاماً، وأما الفئة العمرية ما بين ٣٢ و ٣٧ فبلغت (١٢,٩%) وكانت النسبة الأقل ممن أعمارهم ٣٨ فأكثر التي بلغت (١١,٦%) وتوزع أفراد العينة على المستوى التعليمي حيث بلغت نسبة من يحملون الشهادة الجامعة (٦٣,١%) وحملة الشهادة الثانوية فأقل بنسبة مقدارها (١٨,٤%) وجاء حملة الشهادة فوق الجامعية بنسبة مقاربة هي (١٨,٦%).

■ أداة جمع البيانات

استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع معلوماتها باعتبارها الأنسب في تحقيق أهداف الدراسة المسحية للتحليل الكمي لمتغيرات الظاهرة بما يعبر عنها بصورة موضوعية.

٢. نتائج الدراسة الميدانية:

• قراءة الصورة الصحفية من قبل جمهور الصحف المطبوعة:

١- تفاعل القراء مع الصورة الصحفية:

جدول رقم (١)

التحليل العاملي لمؤشرات قياس تفاعل القراء مع الصورة الصحفية

٥	٤	٣	٢	١	مؤشرات التفاعل مع الصور الصحفية
				٠,٤٧٩	تساهم في زيادة اهتمامك بموضوع المادة الصحفية.
				٠,٧٠٠	تزيد من ثقتك في تناول الصحيفة للقضايا التي تنشرها.
				٠,٦٣٨	تجعلك ترى الصحيفة أكثر قربا من الحدث.
				٠,٤٥٦	تدفعك لقراءة تفاصيل الموضوع المنشور.
				٠,٦٨٦	تعبر عن جوانب الموضوع بكفاءة عالية.
				٠,٤٧٩	تختصر وقتك بحيث لا تحتاج لقراءة تفصيلية للموضوع الصحفي.
				٠,٦٧٤	تساهم في تبنيك لقضايا وأفكار الموضوع الذي تطرحه الصحيفة.
			٠,٦٦٣		تجذب انتباهك للموضوع الصحفي.
			٠,٧٥٠		تساهم في سرعة فهمك الموضوع الصحفي وإدراكه.
			٠,٥٨٥		تساعدك على تذكر الموضوع الصحفي المصاحب للصورة.
			٠,٥٧٢		تؤدي إلى سرعة وصولك للموضوعات التي تهتم بها.



٥	٤	٣	٢	١	مؤشرات التفاعل مع الصور الصحفية
		٠,٧٣٩			ترتبط بين الصورة والشرح المكتوب المصاحب لها.
		٠,٦٦٦			ترتبط بين الصورة والعناوين الرئيسية للمادة المصاحبة.
		٠,٦٢٤			ترتبط بين الصورة ومتمن المادة الصحفية.
	٠,٦٧٣				تهتم بجودة الصورة وإخراجها أكثر من مضمونها.
	٠,٥٩٥				تهتم بدرجة واقعية الصورة وصدقها.
	٠,٦٩٢				ترتبط بين عناصر الصورة وتحلل الأبعاد التي ترمي إليها.
٠,٥٠٦					تركز على الأشخاص الموجودين بالصورة.
٠,٧٨٦					تهتم بالموضوع الرئيس للصورة بغض النظر عن تفاصيلها الدقيقة.
٦,٦٨	٨,١١	١٠,١٨	١٣,١٤	١٤,٨٥	الثقل
				٥٢,٩٧	مجموع الثقل

أشارت النتائج المعروضة في جدول السابق رقم (١) إلى أن المقياس الذي استخدمته هذه الدراسة واشتمل على تسعة عشر مؤشرا قد قاس ما نسبته (٥٢,٩٧%) من مفهوم التفاعل مع الصورة الصحفية، وأشارت نتائج التحليل العملي إلى أن هذه المؤشرات تنتمي لخمسة محاور، تكون المحور الأول من سبعة مؤشرات هي: تساهم في زيادة اهتمامك بموضوع المادة الصحفية، وتزيد من ثققتك في تناول الصحيفة للقضايا التي تنشرها، وتجعلك ترى الصحيفة أكثر قربا من الحدث، ولا تحتاج لقراءة تفصيلية للموضوع الصحفي، وتساهم في تبنيك لقضايا وأفكار الموضوع الذي تطرحه الصحيفة، هذه المؤشرات كونت محورا هو الأقوى بين المحاور الخمسة، وقد أطلق



عليه الباحث "تحقيق التوظيف المهني للصورة"، وفسر ما نسبته (١٤,٨٥%) من مفهوم التفاعل مع الصورة.

وتشكل **المحور الثاني** في مفهوم التفاعل مع الصورة الصحفية من أربعة مؤشرات أطلق عليه الباحث "جذب الانتباه"، وحصل على ثقل قريب من ثقل المحور الأول بلغت نسبته (١٣,١٤%)، وهذه المؤشرات هي: تجذب انتباهك للموضوع الصحفي، تساهم في سرعة فهمك الموضوع الصحفي وإدراكه، تساعدك على تذكر الموضوع الصحفي المصاحب للصورة، وتؤدي إلى سرعة وصولك للموضوعات التي تهتم بها.

أما **المحور الثالث** الذي أظهرته نتائج التحليل العاملي فتشكل من ثلاثة مؤشرات هي: تربط بين الصورة والشرح المكتوب المصاحب لها، وتربط بين الصورة والعناوين الرئيسية للمادة المصاحبة، وتربط بين الصورة و متن المادة الصحفية، وأطلق الباحث على هذا المحور "الربط بين الصورة والنص الصحفي" وحصل على ثقل بلغت نسبته (١٠,١٨%).

وبينت نتائج التحليل العاملي اشتغال مفهوم التفاعل مع الصورة على **محور رابع** أطلق عليه الباحث "تحليل عناصر الصورة الصحفية" وحصل على ثقل بلغت نسبته (٨,١١%)، وقد تشكل هذا المحور من ثلاثة مؤشرات هي: تهتم بجودة الصورة وإخراجها أكثر من مضمونها، وتهتم بدرجة واقعية الصورة وصدقها. تربط بين عناصر الصورة وتحلل الأبعاد التي ترمي إليها.

وأطلق الباحث على **المحور الخامس** في مفهوم التفاعل مع الصورة "النظرة العامة لشخصيات الصورة" وحصل على ثقل بلغت نسبته (٦,٦٨%)، وقد تشكل هذا المحور من مؤشرين وهما: التركيز على الأشخاص الموجودين بالصورة، وتهتم بالموضوع الرئيس للصورة بغض النظر عن تفاصيلها الدقيقة.



جدول رقم (٢)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لمحاور التفاعل مع الصور الصحفية

م	نوع التفاعل مع الصور الصحفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	جذب الانتباه والفهم والتذكر	٣,٣٨	٠,٥٧٠
٢	النظرة العامة لشخصيات الصورة	٣,٢٩	٠,٥٣٥
٣	الربط بين الصورة والنص الصحفي	٣,٢٣	٠,٥٧٨
٤	تحقيق التوظيف المهني للصورة	٣,١٧	٠,٥٢٤
٥	تحليل عناصر الصورة الصحفية	٣,٠٤	٠,٦٢٨
المتوسط العام		٣,٢٢	

* المتوسط الحسابي من ٤ درجات

بعد استعراض محاور تفاعل القراء مع الصورة الصحفية باعتباره مصدراً للحكم على العمليات الذهنية تجاه الصورة الصحفية، أشارت النتائج المعروضة في الجدول رقم (٢) إلى أن قراء الصحف السعودية عينة الدراسة يتفاعلون مع الصور الصحفية بمحاورها الخمسة بصورة عالية بلغ متوسطها العام (٣,٢٢/٠,٥٠) وهذا يعني أن الصورة الصحفية تشكل أهمية لدى القراء وذات رسالة اتصالية مؤثرة، وأظهرت النتائج التفصيلية لهذا التفاعل أن القراء يستمتعون بالتعامل مع الصور الصحفية باعتبارها مادة جاذبة لانتباههم، وتساهم في سرعة فهم الموضوع الصحفي وإدراكه وتذكره، وتؤدي إلى سرعة الوصول للموضوعات التي يهتمون بها؛ فتشير نتائج درجات التحقق (جدول رقم ٢) إلى أن هذا المحور قد جاء في المرتبة الأولى بين محاور التفاعل مع الصورة الصحفية بمتوسط قدره (٣,٣٨).

أما تفاعل القراء مع الصورة الصحفية من خلال التركيز على الشخصيات داخل الصورة وربطها بالموضوع الرئيس للصورة بغض النظر عن تفاصيلها الدقيقة فقد جاء



بالمرتبة الثانية بمتوسط قدره (٣,٢٩)، وفي تفاعل أكثر عمقاً في قراءة الصورة يربط القراء بين الصورة والنص الصحفي بمستوى تحقق جاء بالمرتبة الثالثة لدى أفراد العينة من خلال إيجاد علاقة بين الصورة والشرح المصاحب لها وعناوين المادة الصحفية ومتمن الموضوع الصحفي بمتوسط قدره (٣,٢٣) أما المحور الخاص بالوظيفة المهنية للصورة الصحفية؛ فقد جاء لدى أفراد العينة من قراء الصحف بالمرتبة الرابعة بمتوسط مقداره (٣,١٧) ويمكن تفسير تأخر هذا المحور من حيث درجة التحقق لدى القراء رغم أنه يمثل مرتكز الوظيفة الاتصالية للصورة نتيجة لاستخدامات الصورة في الصحف التي ربما طغى عليها استخدام الصور الشخصية أكثر من الصور الموضوعية التي هي الأقرب لمهنية الصورة، وفي المرتبة الخامسة جاء المحور الخاص بتحليل عناصر الصورة الذي بلغ مقدار تحققه لدى أفراد العينة (٣,٠٤)، وقد جاء في المرتبة الأخيرة لما يحتاجه هذا المحور من جهد أكبر في قراءة الصورة من قبل الجمهور ووقت أطول لقراءة تفاصيل الصورة.

٢- دوافع الاهتمام بالصورة الصحفية:

جدول رقم (٣) التحليل العاملي لمؤشرات قياس دوافع الاهتمام بالصورة

٢	١	دوافع الاهتمام بالصورة الصحفية
	٠,٦٥٦	دقة الصورة ووضوح تفاصيلها.
	٠,٧٨٧	جمالية الصورة وألوانها.
	٠,٨٠٩	تميزها بالتباين بين مناطق الظلال ومناطق الإضاءة العالية.
	٠,٤٥٢	قلة مكونات الصورة وتركيزها على عنصر محدد.
٠,٧٥٩		سهولة وسرعة التعرف على مضمون الصورة.
٠,٧١٩		قرب موضوع الصورة من اهتماماتك.
٠,٦٧٧		وجود شرح أو تعليق مصاحب لها.
%٢٥,١٤	%٢٧,٧٢	الثقل
	%٥٢,٨٦	مجموع الثقل



تشير نتائج التحليل العاملي لمؤشرات قياس دوافع اهتمام القراء عينة الدراسة بالصور الصحفية المعروضة في الجدول السابق رقم (٣) أن مؤشرات هذا المقياس والبالغ عددها سبعة مؤشرات قد قاست ما نسبته (٥٢,٨٦%) من الأسباب التي تدفع قراء الصحف السعودية عينة الدراسة للاهتمام بالصورة، ودلت النتائج إلى أن هذه المؤشرات تصنفت على محورين فقط تكون المحور الأول من أربعة مؤشرات هي: دقة الصورة ووضوح تفاصيلها، وجمالية الصورة وألوانها، وتميزها بالتباين بين مناطق الظلال ومناطق الإضاءة العالية، وقلّة مكونات الصورة وتركيزها على عنصر محدد، وقد أطلق عليه الباحث "جودة الصورة وجمالها الفني" وفسر ما نسبته (٢٧,٧٢%) من دوافع اهتمام القراء بالصورة الصحفية، أما المحور الثاني فقد تكون من ثلاثة مؤشرات هي: سهولة وسرعة التعرف على مضمون الصورة، وقرب موضوع الصورة من اهتمامات القراء، وجود شرح أو تعليق مصاحب للصورة، وقد أطلق عليه الباحث "مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي" وفسر ما نسبته (٢٥,١٤%) من دوافع اهتمام القراء بالصورة الصحفية.

وقاست الدراسة في ضوء هذين المحورين المفسرين للدافعية درجة تحقق هذه الدوافع لدى أفراد العينة، فأظهرت النتائج في الجدول رقم (٤) أن مستوى دافعية أفراد العينة نحو قراءة الصورة والاهتمام بها عال جداً بلغ متوسطه العام (٤,٠٠/٣,٣٦) وهذا يعني أن اعتماد الصحف على الصور باعتبارها رسالة اتصالية مستقلة أو مصاحبة للنص الصحفي مصداً مهماً في دفع الجمهور لقراءة الصحيفة وتفضيلها، وبصورة تفصيلية لدوافع اهتمام القراء بالصورة الصحفية، فقد دلت نتائج الدراسة على أن الدوافع المرتبطة بمضمون الصورة ومحتواها الوظيفي وقرب موضوعها من اهتمامات القراء، ووجود شرح أو تعليق مصاحب لها، هو الأكثر دفعا للقراء عينة الدراسة لقراءة الصورة بمتوسط قدره (٣,٤٨)، بينما مثل محور جودة الصورة وجمالها

الفني ودقتها، وقلة مكوناتها وتركيزها على عنصر محدد في المرتبة الثانية بمتوسط مقداره (٣,٢٥).

جدول رقم (٤)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لدوافع الاهتمام بالصورة الصحفية

م	الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي	٣,٤٨	٠,٥٢١
٢	جودة الصورة وجمالها الفني	٣,٢٥	٠,٥٢٢
المتوسط العام		٣,٣٦	

* المتوسط الحسابي من ٤ درجات.

٣. أنواع الصور الصحفية المفضلة:

جدول رقم (٥)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول أنواع الصور الأكثر تفضيلاً لهم

م	أنواع الصور الصحفية المفضلة	درجة قوية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	لا يحدث	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	صور الموضوعات والأحداث	٣٠,٩	١٤٣	٢٢		٣,٦١	٠,٥٨	١
	%	٦٥,٢	٣٠,٢	٤,٦				
٢	الكاريكاتير	٢٥٩	١٤١	٦٧	٧	٣,٣٨	٠,٧٨	٢
	%	٥٤,٦	٢٩,٧	١٤,١	١,٥			
٣	الصور	١٩٤	١٥٣	٩٥	٣٢	٣,٠٧	٠,٩٤	٣

م	أنواع الصور الصحفية المفضلة	درجة قوية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	لا يحدث	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
	الجمالية والتشكيلية.	%	٤٠,٩	٣٢,٣	٢٠,٠	٦,٨		
٤	صور الشخصيات.	ت	١٦٧	١٨٨	١٨	٣,٠٦	٠,٨٥	٤
		%	٣٥,٢	٣٩,٧	٣,٨			
٥	الرسوم البيانية والجداول والأرقام	ت	٩٩	١٦٥	٦٣	٢,٦٣	٠,٩٦	٥
		%	٢٠,٩	٣٤,٨	١٣,٣			

* المتوسط الحسابي من ٤ درجات

تشير نتائج الدراسة المعروضة في الجدول السابق رقم (٥) أن قراء الصحف يفضلون صور الموضوعات والأحداث بالدرجة الأولى بمتوسط مقداره (٣,٦١) بينما يفضلون بالدرجة الثانية صور الكاريكاتير بمتوسط مقداره (٣,٣٨) واحتلت الصور الجمالية والتشكيلية المرتبة الثالثة لدى أفراد العينة بمتوسط مقداره (٣,٠٧) وفي المرتبة الرابعة فضل القراء صور الشخصيات بمتوسط مقداره (٣,٠٦) وأشار القراء إلى أن هم يفضلون بالمرتبة الخامسة والأخيرة الرسوم البيانية والجداول والأرقام بمتوسط مقداره (٢,٦٣).

٤. العوامل المؤثرة على التفاعل مع الصور الصحفية:

اختبرت الدراسة العوامل المؤثرة على تفاعل القراء مع الصورة الصحفية وفقاً لمحاور هذا التفاعل الخمسة، باستخدام معامل الانحدار المتعدد للمتغيرات الإعلامية المتمثلة في تفضيلات القراء لأنواع الصور الصحفية، وهي: تفضيل صور الشخصيات، وتفضيل صور الموضوعات، وتفضيل الرسوم و الجداول والأشكال، وتفضيل صور الكاريكاتير، وتفضيل الصور الجمالية، ومتغيرات دافعيتهم نحو قراءة الصور الصحفية وهي: مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، وجودة الصورة وجمالها

الفني، والمتغيرات الوسيطة المتمثلة في العمر، والتعليم، والنوع وجاءت نتائج الاختبار وفقاً لمحاور التفاعل مع الصورة كما يلي:

• محور: جذب الانتباه والفهم والتذكر

جدول رقم (٦) معامِل الانحدار للعوامل المؤثرة على التفاعل مع الصورة الصحفية في

محور جذب الانتباه والفهم والتذكر

م	العوامل المؤثرة	دلالة الانحدار		الدلالة	β	t	الدلالة
		F	R2				
١	تفضيل صور الشخصيات	٢٥,٨٣٥	٠,٢٠٨	٠,٠٠٠	٠,١٠٤	٢,٤٨٨	٠,٠١٣
٢	تفضيل صور الموضوعات				٠,١٤٠	٣,٢١٤	٠,٠٠١
٣	تفضيل الرسوم و الجداول والأشكال				٠,١٢٢	٢,٨٨٣	٠,٠٠٤
٤	مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي				٠,٢٤٢	٥,٣٧٢	٠,٠٠٠
٥	جودة الصورة وجمالها الفني				٠,١٥٩	٣,٥١١	٠,٠٠٠
٦	العمر						
٧	التعليم						
٨	ذكر						
٩	أنثى						
١٠	تفضيل صور الكاريكاتير						
١١	تفضيل الصور الجمالية						

دلّت نتيجة خط الانحدار للعوامل المؤثرة على محور جذب الانتباه والفهم والتذكر المعروضة في جدول (٦) على وجود تأثير دال لعدد من العوامل مؤكدة أن هذا الخط ليس صفراً، فقد بلغت قيمة اختبار تحليل التباين التي تختبر خط الانحدار (٢٥,٨٣٥) وذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠٠)، وقد أبانت النتائج التفصيلية أن هذه الدلالة تعود لمتغيرات تفضيل القراء لصور الشخصيات، وتفضيلهم لصور



الموضوعات والأحداث، وتفضيلهم للرسم والجداول والأشكال، ودافعيتهم لقراءة الصورة المرتبط بمضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، وجودة الصورة وجمالها الفني.

أما بقية العوامل المتمثلة في العمر والتعليم والنوع وتفضيل صور الكاريكاتير وتفضيل الصور الجمالية فلم تكن مؤثرة على هذا المحور، حيث لم تبلغ نتيجة تحليل التباين لهذه العوامل مستوى الدلالة الإحصائية المحددة في هذه الدراسة وهي (0,05)، وبالتالي فخط الإنحدار لم يتجاوز الصفر.

• محور: النظرة العامة لشخصيات الصورة

جدول رقم (٧)

معامل الانحدار للعوامل المؤثرة على التفاعل مع الصورة الصحفية في محور النظرة العامة لشخصيات الصورة

م	العوامل المؤثرة	دلالة الانحدار		الدلالة	β	t	الدلالة
		F	R2				
١	جودة الصورة وجمالها الفني	٣١,٦٩٤	٠,٢٠٦	٠,٠٠٠	٠,٣٢٧	٧,٥٢٦	٠,٠٠٠
٢	تفضيل صور الموضوعات				٠,١٦٨	٣,٨٩٧	٠,٠٠٠
٣	تفضيل الصور الجمالية				٠,١٤٣	٣,٣٩٣	٠,٠٠١
٤	العمر				٠,٠٨٨	٢,١٠٠	٠,٠٣٦
٥	تفضيل صور الجداول والأشكال						
٦	مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي						
٧	تفضيل الشخصيات						
٨	التعليم						



م	العوامل المؤثرة	دلالة الانحدار		الدلالة	β	t	الدلالة
		F	R2				
٩	ذكر						
١٠	أنثى						
١١	تفضيل صور الكاريكاتير						

دلت نتيجة خط الانحدار للعوامل المؤثرة على محور النظرة العامة لشخصيات الصورة المعروضة في جدول (٧) على وجود تأثير دال لعدد من العوامل مؤكدة أن هذا الخط ليس صفراً، فقد بلغت قيمة اختبار تحليل التباين التي تختبر خط الانحدار (٣١,٦٩٤) وذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠٠)، وقد أبانت النتائج التفصيلية أن هذه الدلالة تعود لمتغيرات جودة الصورة وجمالها الفني، وتفضيل القراء لصور الموضوعات والأحداث، القراء لصور الشخصيات، وتفضيلهم للصور الجمالية، ولمتغير العمر.

أما بقية العوامل المتمثلة في التعليم والنوع وتفضيل صور الشخصيات، وصور الكاريكاتير، ووتفضيلهم للرسوم والجداول، ودافعيتهم المرتبطة بمضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، فلم تكن مؤثرة على هذا المحور، حيث لم تبلغ نتيجة تحليل التباين لهذه العوامل مستوى الدلالة الإحصائية المحددة في هذه الدراسة وهي (٠,٠٥)، وبالتالي فخط الانحدار لم يتجاوز الصفر.

• محور: الربط بين الصورة والنص الصحفي

جدول رقم (٨)

معامل الانحدار للعوامل المؤثرة على التفاعل مع الصورة الصحفية في محور الربط بين الصورة والنص الصحفي

م	العوامل المؤثرة	دلالة الانحدار		الدلالة	β	t	الدلالة
		F	R2				
١	جودة الصورة وجمالها الفني	١٢,٨٦٧	٠,١٣١	٠,٠٠٠	٠,١٨٧	٤,٠٤٦	٠,٠٠٠
٢	تفضيل صور الموضوعات				٠,١٣٦	٢,٩٦٩	٠,٠٠٣
٣	التعليم				٠,١٣٩	٣,٢٠٨	٠,٠٠١
٤	تفضيل صور الجداول والأشكال				٠,١١٧	٢,٦٩٩	٠,٠٠٧
٥	تفضيل صور الشخصيات				٠,٠٩٨	٢,٢٦٤	٠,٠٢٤
٦	تفضيل صور الكاريكاتير				٠,٠٩٧	٢,٢٢٧	٠,٠٢٦
٧	مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي						
٨	العمر						
٩	ذكر						
١٠	أنثى						
١١	تفضيل الصور الجمالية						

دلت نتيجة خط الانحدار للعوامل المؤثرة على محور الربط بين الصورة والنص الصحفي المعروضة في جدول (٨) على وجود تأثير دال لعدد من العوامل مؤكدة أن هذا الخط ليس صفراً، فقد بلغت قيمة اختبار تحليل التباين التي تختبر خط الانحدار (١٢,٨٦٧) وذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠٠)، وقد أبانت النتائج التفصيلية أن هذه الدلالة تعود لمتغيرات جودة الصورة وجمالها الفني، وتفضيل القراء لصور



الموضوعات والأحداث، والمستوى التعليمي، وتفضيل القراء للرسوم والجداول والأشكال، وتفضيلهم لصور الشخصيات، وصور الكاريكاتير. أما بقية العوامل المتمثلة في العمر والنوع، وتفضيل الصور الجمالية، ودافعيتهم المرتبطة بمضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، فلم تكن مؤثرة على هذا المحور، حيث لم تبلغ نتيجة تحليل التباين لهذه العوامل مستوى الدلالة الإحصائية المحددة في هذه الدراسة وهي (،٠٥)، وبالتالي فخط الإنحدار لم يتجاوز الصفر.

• محور: تحقيق التوظيف المهني للصورة

جدول رقم (٩)

معامل الانحدار للعوامل المؤثرة على التفاعل مع الصورة الصحفية في محور تحقيق التوظيف المهني للصورة

م	العوامل المؤثرة	دلالة الانحدار		الدلالة	β	t	الدلالة
		F	R2				
١	مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي	٣٧,٨٣٥	٠,١٨٩	٠,٠٠٠	٠,٣٣٦	٧,٤٨٧	٠,٠٠٠
٢	جودة الصورة وجمالها الفني				٠,١٤٣	٣,٢٤٧	٠,٠٠١
٣	تفضيل الرسوم و الجداول والأشكال				٠,١٠٠	٢,٣٥٥	٠,٠١٩
٤	تفضيل الشخصيات صور						
٥	تفضيل صور الموضوعات						
٦	العمر						
٧	التعليم						
٨	ذكر						
٩	أنثى						
١٠	تفضيل صور الكاريكاتير						
١١	تفضيل الصور الجمالية						

دلت نتيجة خط الانحدار للعوامل المؤثرة على محور تحقيق التوظيف المهني للصورة المعروضة في جدول (٩) على وجود تأثير دال لعدد من العوامل مؤكدة أن هذا الخط



ليس صفراً، فقد بلغت قيمة اختبار تحليل التباين التي تختبر خط الانحدار (٣٧,٨٣٥) وذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠٠)، وقد أبانت النتائج التفصيلية أن هذه الدلالة تعود لمتغيرات الدافعية المرتبطة بمضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، وجودة الصورة وجمالها الفني، وتفضيل القراء للرسوم والجداول والأشكال.

أما بقية العوامل المتمثلة في العمر والتعليم والنوع، وتفضيل القراء لصور الشخصيات، وصور الموضوعات والأحداث، وصور الكاريكاتير، والصور الجمالية، فلم تكن مؤثرة على هذا المحور، حيث لم تبلغ نتيجة تحليل التباين لهذه العوامل مستوى الدلالة الإحصائية المحددة في هذه الدراسة وهي (٠,٠٥)، وبالتالي فخط الانحدار لم يتجاوز الصفر.

• محور: تحليل عناصر الصورة الصحفية

جدول رقم (١٠)

معامل الانحدار للعوامل المؤثرة على التفاعل مع الصورة الصحفية في محور تحليل عناصر الصورة الصحفية

م	العوامل المؤثرة	دلالة الانحدار		الدلالة	β	t	الدلالة
		F	R2				
١	تفضيل صور الشخصيات	١٥,٧٥٦	٠,١١١	٠,٠٠٠	٠,٢٢٩	٥,٢٥٣	٠,٠٠٠
٢	تفضيل صور الكاريكاتير				٠,١٧٠	٣,٨٩٦	٠,٠٠٠
٣	العمر				٠,١١٤	٢,٦٢٠	٠,٠٠٩
٤	جودة الصورة وجمالها الفني				٠,١٠٩	٢,٤٧١	٠,٠١٤
٥	مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي						
٦	تفضيل صور الموضوعات						
٧	تفضيل الرسوم و الجداول والأشكال						
٨	التعليم						
٩	ذكر						
١٠	أنثى						
١١	تفضيل الصور الجمالية						

دللت نتيجة خط الانحدار للعوامل المؤثرة على محور تحقيق التوظيف المهني للصورة المعروضة في جدول (١٠) على وجود تأثير دال لعدد من العوامل مؤكدة أن هذا الخط ليس صفراً، فقد بلغت قيمة اختبار تحليل التباين التي تختبر خط الانحدار (١٥,٧٥٦) وذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠٠)، وقد أبانت النتائج التفصيلية



أن هذه الدلالة تعود لمتغيرات تفضيل القراء لصور الشخصيات، وصور الكاريكاتير، ومتغير العمر، والدافعية المرتبطة بجودة الصورة وجمالها الفني.

أما بقية العوامل المتمثلة في والتعليم والنوع، والدافعية المرتبطة بمضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، وتفضيل القراء لصور الموضوعات والأحداث، وصور الرسوم والجداول والأشكال، والصور الجمالية، فلم تكن مؤثرة على هذا المحور، حيث لم تبلغ نتيجة تحليل التباين لهذه العوامل مستوى الدلالة الإحصائية المحددة في هذه الدراسة وهي (٠,٠٥)، وبالتالي فخط الإنحدار لم يتجاوز الصفر.

رابعاً: مناقشة النتائج وتفسيرها

انتهت نظرية الاستراتيجية في تفسيرها لمفهوم الإدراك البصري للصورة الصحفية لدى القراء كما عبر عنها روس وجروس إلى تطوير ثلاثة محاور تناولت كيفية تفاعل القراء مع الصور التي يتم عرضها في الصحف هي: المعنى الوجودي المادي: أي تقييم الأشياء باعتبارها حقائق محددة بدقة، والمعنى الذي يشويه الغموض: أي تقييم الأشياء كحقائق يحتمل وجودها وهو ما يمكن أن يطلق عليه الدلالة الرمزية، والمعنى المترابط: أي تقييم الأشياء كرموز، وامتداداً لهذا التفسير تمكنت هذه الدراسة من تفسير مانسبتها (٥٣%) من تفاعل القراء مع الصورة الصحفية من خلال (١٩) مؤشراً تصنفت في خمسة محاور قاست مستوى التفاعل وفقاً لدرجة الجهد المبذول من القراء في تعاطيهم مع الصورة الصحفية، وتشير النتيجة ذاتها إلى أن قراء الصحف السعودية عينة الدراسة يتفاعلون مع الصور الصحفية بمحاورها الخمسة بصورة عالية بلغ متوسطها العام (٤,٠٠/٣,٢٢).

وهذه الأبعاد كما أظهرها اختبار التحليل العاملي مرتبة تنازلياً هي: جذب الانتباه والفهم والتذكر، والنظرة العامة لشخصيات الصورة، والربط بين الصورة والنص الصحفي، وتحقيق التوظيف المهني للصورة، وتحليل عناصر الصورة الصحفية، وهذا



يعني أن الصورة الصحفية تشكل أهمية لدى القراء وذات رسالة اتصالية مؤثرة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة بهنسي^(١) التي أشارت إلى اتفاق الباحثين حول أهمية الصورة الصحفية ووظيفتها سواء تلك الصور التي تشترك مع النصوص التحريرية أو تلك التي تستقل بتقديم دور إخباري متميز وقدرة محتواها على تحقيق الوظيفة الإخبارية وزيادة المصداقية وتقديم معاني إضافية للنصوص وثبيت المعلومات في ذاكرة القراء وتنمية قدرتهم على التنبؤ، وأكدت هذه الأهمية دراسة (يوك كوقن ٢٠٠٨)^(٢) التي أشارت إلى استجابة الصحف لهذه الأهمية من خلال رصدها لاتجاه ملحوظا لدى الصحف المطبوعة نحو التوسع في استخدام الصور الإيضاحية، مع زيادة المساحة المخصصة لتلك الصور، وهو ما اظهر زيادة لم تكن متوقعة في معدل تكرار الصور الإيضاحية، ووضع تعليقات لتلك الصور مع استخدام الأسلوب الواقعي لعرض هذه الصور.

وعن الأسباب التي تدفع قراء الصحف السعودية عينة الدراسة للاهتمام بالصورة فقد تمكنت الدراسة من تفسير ما نسبته (٥٣%) من الأسباب من خلال (٧) مؤشرات تصنفت في محورين، وقاست الدراسة في ضوء هذين المحورين المفسرين للدافعية درجة تحقق هذه الدوافع لدى أفراد العينة، فأظهرت النتائج أن مستوى دافعية أفراد العينة نحو قراءة الصورة والاهتمام بها عال جداً بلغ متوسطه العام (٤,٠٠/٣,٣٦) وهذا يعني أن اعتماد الصحف على الصور باعتبارها رسالة اتصالية مستقلة أو مصاحبة للنص الصحفي مصدراً مهماً في دفع الجمهور لقراءة الصحيفة وتفضيلها.

أما الصور الأكثر تفضيلاً من قبل القراء فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنهم يفضلون صور الموضوعات والأحداث بالدرجة الأولى بمتوسط مقداره (٣,٦١) بينما يفضلون بالدرجة الثانية صور الكاريكاتير بمتوسط مقداره (٣,٣٨) واحتلت الصور الجمالية والتشكيلية المرتبة الثالثة لدى أفراد العينة بمتوسط مقداره (٣,٠٧) وفي المرتبة

(١) حسن، السيد بهنسي (٢٠٠٠م) مرجع سابق.



الرابعة فضل القراء صور الشخصيات بمتوسط مقداره (٣,٠٦) وأشار القراء إلى أنهم يفضلون بالمرتبة الخامسة والأخيرة الرسوم البيانية والجداول والأرقام بمتوسط مقداره (٢,٦٣)، وفي اتجاه التأكيد على مكانة الصور الموضوعية فقد أكدت دراسة علاونة^(١) أن الصحف الأردنية تركز على الصور الموضوعية مقابل الصور الشخصية بنسبة مقداره ٥٨,٤%، بينما اختلفت عنها دراسة الحربي^(٢) التي أوضحت أن الصحف السعودية تولي الشخصيات الرئيسة في الأحداث اهتماماً ملحوظاً حيث بلغت نسبة الصور الإخبارية التي تناولت الشخصيات ٥٣% من إجمالي الصور الإخبارية مقابل ٤٢% من الصور التي تناولت أحداثاً دون شخصيات، ولا يعني اهتمام الصحف بصور شخصيات الأحداث مؤشراً دالاً على تفضيل القراء لهذا النوع من الصور لأنه ربما أشار إلى عامل آخر يفسر هذا الاهتمام.

وبالنظر إلى العوامل المؤثرة على تفاعل القراء مع الصور الصحفية وفقاً للأبعاد المكونة للتفاعل وهي: جذب الانتباه والفهم والتذكر، والنظرة العامة لشخصيات الصورة، والربط بين الصورة والنص الصحفي، وتحقيق التوظيف المهني للصورة، وتحليل عناصر الصورة الصحفية، انتهت الدراسة التي استخدمت معامل الانحدار المتعدد إلى أن العوامل المؤثرة على تفاعل القراء تمثلت حسب دلالتها في أبعاد التفاعل الخمسة المشار إليها، بأن التفاعل يتأثر بالدرجة الأولى بجودة الصور وجمالها الفني، ويتأثر بالدرجة الثانية بصور الشخصيات، ومن ثم صور الموضوعات والرسوم والجداول والأشكال بالدرجة الثانية، أما بقية العوامل التي اختبرتها الدراسة وهي: مضمون الصورة ومحتواها الوظيفي، والعمر، والتعليم، والنوع، وصور الكاريكاتير والصور الجمالية فقد كان تأثيرها محدوداً بعيداً أو بعيداً فقط من أبعاد تفاعل القراء مع الصور الصحفية.

(١) علاونة، حاتم (٢٠٠٨م) مرجع سابق

(٢) الحربي، عدنان نوري (١٤١٧هـ) مرجع سابق.



هوامش الدراسة

- ١ - السيد بخيت (٢٠٠٨): ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية: دراسة تحليلية، في مؤتمر فيلادلفيا الثاني عشر: ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، منشورات جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية الهاشمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط١ ص ٦٧.
- ٢ - شاكر عبد الحميد (٢٠٠٥): عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات، مجلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد ٣١١، يناير، ص ٧.
- 3-Lester .P.M (2006): **Visual Communication: Images with Images**, (Washington: Wad worth Publishing Company).
- ٤ - سمير محمود (٢٠٠٤): تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على الانتباه وتذكر القراء للأخبار، رسالة دكتوراة، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 5- Bal. M., Reading Rembrandt (1991): **Beyond the Word- Image Opposition** (Cambridge: Cambridge University Press,) P. 28.
- 6- Carol B. Schwalbe. (2013): Visually Framing the Invasion and Occupation of Iraq in *TIME*, *Newsweek*, and *U.S. News & World Report*, **International Journal of Communication**, vol, 7 pp, 239–262.
- 7- Shahira Fahmy , Rico Neumann(2012): Shooting War Or Peace Photographs? An Examination of Newswire's Coverage of the Conflict in Gaza (2008-2009) *American Behavioral Scientist February* , vol. 56, no. 2, pp-15-95.
- ٨- أسامة عبد الرحيم على(٢٠١٢): دلالة تأطير الصورة الصحفية في التناول الإعلامي للحرب على غزة عام ٢٠٠٩، دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي الأهرام المصرية وهيرالد تريبون الأمريكية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، أبريل-يونيو، ٢٠١٢
- ٩- حاتم علاونة(٢٠١١): الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والغد، *دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد 38، العدد ١، ٢٠١١.
- 10 -Shahira Fahmy (2010): Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English-and Arabic - language press coverage of war and terrorism, *International Communication Gazette December 2010*, vol 72, no 8:pp. 695-717.



11- Katy parry (2010): A visual framing analysis of British press photography During the 2006 Israel–Lebanon conflict, **Media, War & Conflict**, 3(1) 67–85.

12- Alexander G. Nikolaev (2009): Images of War: Content Analysis of the Photo Coverage of the War in Kosovo, **Critical Sociology**, 35(1) 105-130.

13- Diana von Buseek (2008): Visual framing of the 2003 invasion of Iraq: an analysis of News photographs, **Unpublished Master's Thesis** a thesis faculty of the school journalism and mass communication, San Jase State University.

14- Yuk-Kwong Edmund Lo: Photo Illustration in U.S. Newsmagazines during the Past Three Decades (2008).

١٥- السيد بخيت (٢٠٠٨) : ثقافة الصورة الرقمية وجوانبها الأخلاقية والإعلامية: دراسة تحليلية، في : مؤتمر فيلادلفيا الثاني عشر ، ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، منشورات جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية الهاشمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط ١ ص ص ٦٠-١١٠.

16- Stephanie Lee Sargent (2004): Image effects on selective exposure to computer-mediated news stories, **Computers in human Behavior**, vol 23 , issue,1,pp.705-726.

١٧- حسني نصر (٢٠٠٨): التغطية الصحفية المصورة للحرب على لبنان في المجلات العربية، دراسة تحليلية، في: مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني "ثقافة الصورة" ١٠/٣٠-١١/١-٢٠٠٧، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان، دار مجد لاوي ٢٠٠٨، ص ص ١٨٨ - ٢١٨.

١٨- محمد عثمان حسن : تقويم استخدام الصورة الصحفية في تغطية الغزو الأمريكي البريطاني للعراق، دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المجلات المصرية والأمريكية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية النوعية- جامعة عين شمس ٢٠٠٦.

19- Schwlbe, C.B. (2006) remembering our shared past: Visually framing the Iraq war on U.S. news websites, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12 (1), article 14.

٢٠- السيد حسن بهنسي (٢٠٠٠) : معايير انتقاء الصور الإخبارية في الصحف المصرية بين الجمهور والمصورين والمخرجين: دراسة ميدانية مقارنة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول يناير، ص ص ١٥٩-١٩٣.



٢١- عدنان الحربي نوري (١٤١٧) : الصورة الإخبارية في الصحافة السعودية: دراسة تحليلية تقويمية على الصحف اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة ، مقدمة في قسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٢٢- محمد عبدالحميد (١٩٩١): حدود الاتفاق بين نتائج تحليل محتوى النصوص والصور الصحفية، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد الرابع.

23- Worth & Gross. (1974): Symbolic strategies, **Journal of Communication**, 24(4), 27-39.

24- Heider : F. (1958): **The psychology of interpersonal relations** (Lawrence, KS: John Wiley& Sons.

25- Ross, L. (1977): **The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the**

Attribution process: In L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social Psychology* (pp. 173-240), Orlando, FL: Academic Press.

٢٦- أشرف صالح (١٩٨٧) : إخراج الصحف السعودية (القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع)، ص ٩٨،-٩٩

٢٧- محمود علم الدين (١٩٨١): الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام(القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب)، ص ٣٣،-٣٥

٢٨- محمد سويلم نبهان (١٩٨٤): التصوير والحياة، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٧٥ مارس، ص ١٣٤.

٢٩- بخيت، السيد (٢٠٠٨) ، مرجع سابق، ص

٣٠- السيد حسن بهنسي (٢٠٠٠) ، مرجع سابق، ص

٣١- العيسى، شوقي (٢٠١١) : التصوير الصحفي: الكيفية والمفهوم، مركز الرافدين للدراسات والبحوث الإستراتيجية، <http://www.alrafedein.com/news.php?action=view&id=1716>

٣٢- عبدالمنعم الحسني (٢٠٠٨) : قراءة الصورة الفوتوغرافية: تحليل سمبويطي، في: مؤتمر فيلادلفيا الثاني عشر ثقافة الصورة: في الفنون، منشورات جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية الهاشمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط١ ص ١٢٧.



٣٣- محمد عبد الحميد، و السيد بهنسي (٢٠٠٤): تأثيرات الصورة الصحفية: النظرية والتطبيق، (القاهرة: عالم الكتب)، ص ١٧.

٣٤- قاسم سيزا (٢٠٠٢) : القارئ والنص والعلامة والدلالة (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة) ص ٢١٣.

٣٥- أشرف صالح، شريف درويش (٢٠٠١) : الإخراج الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية (القاهرة: دار النهضة العربية) ص ٣٦.

٣٦- جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، ترجمة د. شاكر عبد الحميد، مراجعة د. محمد عناني، الكويت، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عدد ٢٥٨، يونيو ٢٠٠٠، ص ص ٥٣-٥٢.

٣٧- إسماعيل الفرا صالح (٢٠٠٨) : مهارة قراءة الصورة لدى الأطفال بوصفها وسيلة تعليمية: دراسة ميدانية، في: مؤتمر فيلادلفيا الثاني عشر، ثقافة الصورة: الإطار النظري، الصورة والتربية، منشورات جامعة فيلادلفيا، المملكة الأردنية الهاشمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط ١ ص ١٤٩.

٣٨- على عبدالمنعم محمد (٢٠٠٠): الثقافة البصرية (القاهرة: دار البشري)، ص ٩٢-٩٣.

39- Lester.P.M.: **Visual Communicatin: Images with Images** (Washington: Wadworth Publishing Compang, 2006).

٤٠- السيد حسن بهنسي (٢٠٠٠) :معايير انتقاء الصور الإخبارية في الصحف المصرية بين الجمهور والمصورين والمخرجين: دراسة ميدانية مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول يناير، ص ١٥٩.

٤١- محمود، سمير محمد (٢٠٠٤) تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على الانتباه وتذكر القراء للأخبار، مرجع سابق، ص

42- Bal. M., Reading Rembrandt: **Beyond The Word- Image Opposition** (Combridge: CambridgeUniversity Press, 1991) P. 28.

