

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي

(دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي

كلية الإعلام - جامعة بغداد

د. كامل حسون القيم

جامعة بابل / كلية الفنون الجميلة

مدخل منهجي:

الصورة picture مصطلح مشتق من كلمة لاتينية تعني محاكاة imitation ومعظم الاستخدامات القديمة والحديثة لهذا المصطلح تدور حول المعنى نفسه ، ومن ثم توجد معاني مترادفة ومتقاربة لهذا المصطلح في مجال الاستخدام السيكولوجي مثل (*) : التشابه ، النسخ ، إعادة الإنتاج ، الصورة الأخرى ، اما في اللغة العربية فكلمة صورة تعني هيئة الفعل ، وكما جاء في لسان العرب تصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي ، والتصأو ير : التماثل ، ولعل هذا المعنى أدى الى تنامي النظرة الازدرائية للصورة في الثقافة العربية والتي تم ربطها بعبادة الأوثان .

مع الخطوات الأولى للتفكير ، ومع طلائع منتجات التفاعل الإنساني ، كان للصورة حضوراً ، أساسياً ومعبراً رائعاً لتجسيد تالف الإنسان مع الطبيعة ، ومع تطور قدراته الترميزية كان قد استعان بالصورة ليس فقط كي يخلد حضارته ويُسعر الآخر بوجوده ، بل كان نوعاً من الإسقاط في أحاسيسه نحو الجهل بالطبيعة وحبه لموجوداتها التي قربها لنفسه بشكل يقترب الى الصورة .

وهكذا بدأت الصورة ملحقاً لأفكاره المترامية وتمنياته على إنها معادل ما نحوما يريد استدعائه ، من مكان أو أدوات أو شخوص ، وكان تشكيل الحضارات قد أعطى للصورة ابعاداً مختلفة من الاهتمامات ، تبعاً للمكون الايكولوجي الذي أحاط بهذه الحضارة أو تلك ، فكانت الصورة آنذاك

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

تنشط مع الطبيعة الصخرية أو الرملية أو الطينية وهكذا كانت حضارات واقفة شاخصة ، وأخرى راقدة مضمرة الشواهد .

وعند ظهور الطباعة اخذ الفكر الإنساني ينحومنحى آخر باتجاه اللغة السطرية المكتوبة ، بعد أن كانت الشفهية هي المقود الأساس في عمليات التناقل المعرفي والحسي ، هذه عملت انقلاباً في طرق التخزين والتمثيل وإعادة الترميز باعتبارها مهارة جديدة دخلت ميدان النشاط الإنساني .

وقد تنبأ العالم الكندي ماكلوهان برجوع الصورة وهيمنتها ومن ثم انحسارها على وفق بنية الوسائل الناقلة ، وبذلك أطلق مقولته المشهورة (الوسيلة هي الرسالة) مشيراً الى ان نوع الوسائل والتكنولوجيا التي تحكمها تصبح بديلاً عن ماهية ما تنقل ، وقد أشار الى ان الكتابة السطرية ما هي الا امتداد للعين والوسائل المسموعة امتداد للإذن والصورة امتداد للعين .

وكان قد أشار الى دائرية الوظائف لهذه الامتدادات بحسب الوعي الجمعي وبحسب درجات التكيف الإنساني لتلك الحواس .

واليوم وفي ظل هيمنة خطاب الصورة كان لابد لنا من القول ((ان التفكير دون صورة مستحيل)) بحسب ما ذكر أرسطو، فالصورة ليست بيت الشؤم في هذا العالم بقدر أحداثه ، فلها كل الحق ان تهيمن مادام مضمونها يتسع ويتسع ليشمل كل شيء. انها لا تكف عن التدفق والحضور والتوالد بشكل ربما سيثير السخرية من الكلمات .

فقد لعبت الميديا خاصة التلفاز والسينما والانترنت وفنون الإعلان والأعلام دوراً أساسياً في تشكيل وتغليب الوعي الإنساني بشكل ايجابي ، ومثله بشكل سلبي . فخطاب الصورة جاري على قدم وساق في التربية والتعليم وفي الشوارع والمسرح والتشكيل وبطاقات الهوية والحاسوب وفي ملاعب كرة القدم وفي صناعة النجوم... نجوم الرياضة والسياسة .⁽¹⁾ وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة التي تضطلع بها عملية التفكير بالصور ، والتي تساعد في تجاؤ ز الواقع المدرك اللحظي ، عبر إطار زمني منفتح وممتد ، متحرراً من قيود الزمان والمكان ، والبيئية والأشخاص .

ولقد حذر الكثير من المفكرين المجتمع الإنساني من طغيان التلفاز على حساب على حساب الكلمات في أروقة التفاعل الاجتماعي ، وان دور الكلمات سيكون مقتصرراً على المخاطبات المكتبية وعلى طباعة الكتب التي سيصبح قراءها محدودي العدد ، بافتراض ان الرؤية البصرية تتطلب معرفة في حدود أدنى من التلقي المطبوع ، وان القراءة ستتراجع لمصلحة المشاهدة . لكن الواقع في عمليات التلقي للمطبوع يشير الى عكس ذلك ، فلا زالت القراءة - مع تدني نسبتها -

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

تحتل أهمية كبيرة في العمليات الاتصالية في الدول المتقدمة ولا زالت دور النشر المرموقة تقذف بملايين النسخ من قبيل الأدب والشعر والتاريخ والرواية وهكذا ...

ذلك ان عملية التلقي يرتبط بها عادات وسلوكيات تبدوا بهته وغير واضحة ... فللورق رائحة وللورق ملمس وللمقروء حركة وخيال لا يقل امتاعاً عما نرى من جمال ولون وحركة .

ففي ميادين الدعاية والحرب النفسية ... تتقدم الصور على الكلمات .. فالصورة الآن لم تعد بألف كلمة كما شاع في المثل الصيني ... إنما غدت مع التكنولوجيا بملايين الكلمات .. فقد يذهب ديفيد كوك احد أهم المنظرين لأهمية الصورة السمعية بالقول ((ان القليلين هم الذين تعلموا كيف يفهمون الطريقة التي تمارس بها هذه الصور تأثيرها ، إنها تخلق العديد من الرسائل التي لا تريد ان تنتهي))⁽¹⁾

وقد تنبأ بعض خبراء الاتصال بان هذا العقد سيشهد اندماجات منقطع النظير بين جهاز الكمبيوتر والتلفاز تحت تسمية (Teleputer) وبهذا سيصبح المستخدمون أكثر نشاطاً وفاعلية مع هذا الوسيط الجديد . هكذا يتغير العالم حرفياً أمام أعيننا نتيجة التطورات التكنولوجية المذهلة في (عصر المعلومات) وتمتد هذه التكنولوجيا من تلك الأدوات التي تقدم لنا واقعاً افتراضياً جديداً . بالشكل الذي اصبح لها ميادين ومناطق احتراف منها :

- الصورة البصرية
- الصورة الحسية
- الصورة الذهنية (التي في الدماغ)
- الصورة التي تشير الى الاتجاه العام نحو قضية أو ظاهرة ... اي التقويم أو الحكم
- التخيل
- صور الخيال
- الصور اللاحقة
- الصور الارتسامية
- صور الذاكرة
- الصور الرقمية
- الصورة الفوتوغرافية
- الصور المتحركة
- صور التلفاز
- صور الواقع الافتراضي

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

- الصورة التشكيلية

أما الصورة المرئية الخيرية فإنها تعد من العوامل الأساسية التي بموجبها يتشكل مضمون الصحفي أيا كانت الوسيلة (جريدة أو مجلة أو التلفزيون) حيث أخذت هذه الوسائل على عاتقها تجسيد الصورة بكل ما تحبونه من إبعاد مبصرة تبرز أهميتها ومكانتها على أساس ما تحدثه في القارئ أو المشاهد على أساس الخطاب المركب من الكلمة والتصوير وبالنسبة لوسائل الاتصال المرئية فهي مركبة مما ذكر إضافة للموسيقى.

الصورة الخيرية أصبحت اليوم عادة مهمة أكثر استهلاكاً والأكثر تأثيراً على نظام المناعة* الذي لدى غالبية الشعوب العربية والإسلامية ولاسيما العراق وهو عالم تمكن من المادة المكتوبة بكل إمكانية محرريها وكتابها وما أضافوه إليها من سحر معرفي وجمالي.

لقد أظهرت لنا الصورة القدرة على تحويل العقل المعروف الى استسلامي عند المتلقي، فبدلاً من ان تكون عملية تغيير الواقع مطلباً له ترى المتلقي أياً كان قارئ أو مشاهداً يتحول الى إشباع بديل واستهلاك للزمن، فيما تساعد الصورة على تقبل الواقع أو العكس، لأن الصورة ليست شكلاً مجرداً بل هي مادة مليئة بالخطابات والرسائل والدلالات تقدم للمتلقي أياً كان في قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعلها على درجة كبيرة من الجاذبية والأغراء. من حيث جاءت هذه الدراسة لتكشف لنا بوضوح عن تأثير الصورة الخيرية في اي من الرسائل المقروءة أو المرئية على المتلقي العراقي في بعديها النظري والميداني.

ففي الإطار النظري للدراسة خصص (المبحث الأول ل) للدراسة اللغة الصورية في وسائل الاتصال (التلفزيون) والذي نتناو ل فيه الدراسة خصائص التلفزيون كوسيلة اتصالية تعبيرية وجماهيرية تكوين الصورة المبصرة من خلال التعرض على عوامل مكوناتها المرئية فضلاً عن توضيح ديناميكية العلاقة بين النص المقروء والصورة التلفزيونية ومن ثم الوصول الى القواعد والأسس التي يجب ان تتبع عند بناء الصورة الصحفية والمتلفزة.

وقد تعلقت مشكلة البحث بالاتي : مع تصاعد استخداما تكنولوجيا الاتصال وتزايد الاعتمادية على ثقافة الصورة ومنها الصورة التلفازية ، فإنها بلاشك أصبحت تشكل البديل الأساسي لقنوات الثقافة والمعلومات التقليدية أو لنقل تدعمها ، ولما كانت عملية التعرض للتلفاز تشكل ارتفاعاً كبيراً على مقدار المضمون الصوري على حساب الصوت والرموز المقروءة فان هذا الأمر يشكل تساؤلاً كبيراً ماذا تشكل الصورة التلفازية للجمهور التلفازي ، وما عناصر إبعادها التأثيرية ، وكيف يتعامل

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

معها المتلقي العراقي بعدما ارتفع معدل التعامل مع الفضائيات بشكل غير مسبوق ، ولأي نوع من المثيرات بالأخص ما تعلق منها بالصور الخيرية التي تصدر عن نشرة الأخبار التلفازية .

اما أهمية البحث والحاجة إليه فان البحث يشكل البحث انطلاقة أو لية لدراسة التأثير رموز الصورة في العراق بشكلها المتصاعد، وعلى الرغم من وجود دراسات في معالجات الفضائيات وتأثيرتها الا إنها في الأغلب تعلق بمضمون الرسالة التلفازية ولم تجزئ عملية التلقي بالصورة للمشاهد العراقي . ومن هذا المنطلق فان الدراسة تتبع أهميتها من الآتي :

1- تشكل محأو لة ميدانية للتعرف لطبيعة متلقي قناة العراقية والتي تمثل وجهة نظر الدولة والرأي العام العراقي .

2- الدراسة تسلط الضوء على تقنيات التلقي ورموز التأثير الصوري في الأخبار والتقارير، فإنها تضيف كشفا جديدا لواقع التعرض الخبري .

3- تضيف استنتاجات ومقترحات جديدة في عملية واقع التلقي ألتلفازي للمشاهد العراقي وتعطي بالأرقام نسب الا فضليات من قبل عينة عشوائية (لتمثيل مجتمع البحث) .
منهج البحث وأدواته :

وقد اتبع الباحث الطريقة الوصفية بإتباع المنهج المسحي في شمول عينة التعرض للفضائيات ومنها عينة الدراسة ، ويعد مسحا اجتماعيا بالعينة لظاهرة التلقي ، بالإضافة الى استخدام المعالجة التاريخية لما جاء في الإطار النظري من استعراض التأثيرات وتطور صناعة الصورة عبر الإعلام . مستخدما استمارة الاستبيان والتي تكونت من (21) وضع لهذا الغرض . وزعت على (500) مبحوث امتدت مساحتها بين مدينة بابل وبغداد ولفئات اجتماعية مختلفة الاتجاهات والثقافات والأعمار وللذكور والإناث ، محأو لة لتمثيل مفرداته تمثيلا صادقا وللجمهور الذي يستقبل المحطات العراقية .

فيما حدد الباحث مصطلحات البحث إجرائيا بالاتي:

استمالات : جميع أشكال المثيرات التي تشكل عامل جذب وتشويق وتحفيز لزيادة التأثير على المتلقي .

التلقي : عملية المشاهدة بطريقة انتقائية (قصديه) لمادة تلفزيونية خيرية تشكل جزء منها الصورة كأداة أساسية (متغير الدراسة) .

الفصل الأول

" اللغة الصورية في التلفزيون "

أ. خصائص التلفزيون كوسيلة اتصال بصرية وجماهيرية.

ان عملية الاتصال في جوهرها هي رسالة موجهة من المرسل الى المتلقي حيث تؤكد جميع الدراسات الإعلامية الحديثة على أهمية الدور الذي يؤديه الاتصال في الحياة المعاصرة بعد ان أصبح مرتبطاً ارتباطاً حياً ومباشراً بعملية بناء وتطوير المجتمع الإنساني.

حيث يأتي التلفزيون في مقدمة وسائل الاتصال التي تهم في تخصيص سلطة تلك الصورة المبصرة اذ يشير (مختار التهامي) الى ان التلفزيون أصبح في مقدمة وسائل الاتصال تأثيراً في حياة الجماهير بما يتمتع به من مزايا جذابة تنقل الصوت والصورة واللون في آن واحد⁽¹⁾.

فما يؤكد ويعزز صحة ذلك الإقبال الكبير من الناس بمختلف مستوياتهم وأعمارهم على متابعة البرامج التلفزيونية، منذ بدأت التجارب على إرسال الصورة الثابتة باللونين الأسود والأبيض عن بعد منذ منتصف القرن التاسع عشر الميلادي الى تطور هذا وتعزز من خلال عصر الفضاء والاتصال عبر الأقمار الصناعية⁽²⁾.

وتعزز أهمية التلفزيون من خلال انفراده بعرض صورة مرئية جذابة تتكون عن طريق المزج بين عنصري الصورة المتحركة بكل إشكالها وأنواعها، والصوت بكل مكوناته حيث تجعل منه وسيلة مؤثرة ومقنعة ومقدمة، ولافتة للنظر والسمع والانتباه مقارنة مع غيره من الوسائل التي تتعامل مع حاسة واحدة⁽³⁾.

يخاطب التلفزيون حاستين من حواس الإنسان في وقت واحد هما السمع والبصر أو الرؤية⁽⁴⁾. ويحصل من هذه النسبة على 90% مقارنة عن طريق البصر⁽⁵⁾ وقد دلت التجارب على ان استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة 35% عند استخدام الصورة والصوت. وان مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات تصل الى نسبة 55% وبهذه الخاصية يفوق التلفزيون كل الوسائل الإعلامية⁽⁶⁾. فالتلفزيون يستطيع ان يجذب الاهتمام ويحرك العواطف ويكسوا الأمور المجردة وشاحاً انسانياً ويشخص القضايا العامة ويكشف أبعاد الشخصية ويعطي المشاهدين احساساً بالمشاركة في الحدث⁽⁷⁾. وبذلك أدت التطورات كلها الى تحويل التلفزيون الى أداة أكثر شخصية وأكثر تعدداً في أهدافها وإغراضها.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

فمشاهد التلفزيون يتلقى الكلمات، ولكنه الى جانب ذلك يستطيع ان يسمع الى الأداء ونبرات الصوت وان يرى من تغيرا الأعين أو يتابع حركة الأذقن وهز الكتف ان يشارك في متغيرات الوجه الدقيقة ولغة الإشارات ، والذي يتاح هذا الى المشاهد هو مقياس لمدى الإخلاص الموجود في الكلمات من خلال الطريقة التي يتحدث بها مصدر الأخبار⁽⁸⁾. لذلك فهو اقرب وسيلة للاتصال ألمواجهي بل انه يتفوق على الاتصال ألمواجهي وباستطاعته تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الأشياء الثابتة⁽⁹⁾.

كما ان اعتماد التلفزيون على الصورة أضفى عليه الصدق حيث لغة الصورة وسيلة اقناعية تجعل المشاهد أكثر استعداداً لتصديق ما يراه على الشاشة⁽¹⁰⁾، من خلال نقله للصورة الحية على مختلف أوجه النشاط في المجتمع، ويمكن للمشاهد من ان يراه على الطبيعة صوراً واقعية لحياة الشعوب الأخرى، مما يصبح لدى المشاهد إدراك حسي مبني على حقائق صادقة لا مجال للتشكك فيها وأفكارها⁽¹¹⁾.

والتلفزيون لا يقدم الواقع، انما يقدم صوراً عن الواقع، ففي أفضل اللحظات يستطيع التلفزيون فقط ان يقلد الواقع من ان العالم الذي يقدمه هو عالم مصطنع يراه المشاهد تماماً كما المسافرون عربة القطار شريط الصورة الذي يمر أمامها بسرعة قراءة الصور تفترض وجود معرفة مجموعة من الرموز تمكن صانعي الصورة من تبليغ قصدهم كما يمكن مستقبل الصورة من فهمها وفك رموزها⁽¹²⁾.

وعلى الرغم من ان مشاهدة التلفزيون هي فعل من أفعال الاستعراض الحسي فإن المشاهدين لا يستطيعون ان يلمسوا الأشخاص الذين يرونهم على الشاشة وذلك لأن التلفزيون الجماهيري وبرغم كل إمكانياته ما يزال مجرد وسيلة تقف بين المشاهد والمادة المقدمة، ان الشخص الذي يرى قنبلة على وشك ان تنفجر على الشاشة لا يركض خارجاً من المنزل لينقذ حياته على الرغم من إحساسه بالخوف لكنه عبارة عن إحساس لا يشير الى ذلك القدر الذي يثيره التهديد الشخصي، ان الصورة على الشاشة مجرد انعكاسات بدون حس، وهي انعكاسات مشوهة تحرف الواقع بعيداً عن شكله الطبيعي ويعطي التلفزيون للمشاهدين الشعور بأنهم شهود عيان على التاريخ الذي يمر أمامهم على الشاشة، مما يملكهم احساساً الفعلية في الأحداث والمعرفة الشخصية بالناس في الحياة العامة انهم يستطيعون ان يروا بأعينهم ماذا يحدث، العالم يأتي اليهم بالوارثة الحية الواقعية،

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

ان بالسيطرة على المشاهدين ليس المشاهد الدرامية إنما التحقق من إنهم يشاهدون اناساً حقيقيين يكافحون من اجل حياتهم، ونحن نشاهدهم الآن، وكما يبدوألينا ما زالوا يكافحون⁽¹³⁾.

فتحول مركز العالم أمام الشاشة المرئية، فجعل المرئيات (الصور) يأتي إليه وبقدر على تغييرها والتحكم فيها عن بعد كما يشاء ويجعل الفرد يقودهم وكأنه يملك قوة من خلال تحول قوة التلفزيون الى قوة الفرد⁽¹⁴⁾. ولهذه الفعالية يقدم التلفزيون جودة في الاتصال تتجاوز قدرة الوسيلة المطبوعة أو المسموعة، فالكلمة المطبوعة تصبح ذات معنى عند القارئ فقط ما يربط صورته الذهنية بما يعنيه الكاتب، فالقارئ يطالبها ويترجمها الى صورة ذهنية تستخلص معناها، ويبسط التلفزيون هذه العملية فالصورة على الشاشة، وما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة فبدلاً من أن ينتقل ذهنه من الكلمة المكتوبة الى المعنى فإنه ينقله مباشرة من الصورة الى المعنى⁽¹⁵⁾.

ومما تقدم يتضح لنا ان الصورة التلفزيونية تحتل المرتبة الأولى في الأهمية وحيث يأتي الكلام أو التعليق يجري في الصورة في المرتبة الثاني⁽¹⁶⁾. وبالتالي فالأهداف الإعلامية التي يصبوا اليها التلفزيون تكون أسيرة الصورة ومتطلباتها⁽¹⁷⁾. وهناك فرقاً جوهرياً بين صور اليوم وصور الماضي ، ذلك ان صور اليوم تسبق الواقع الذي يفترض أنها تمثله بينما صور الماضي تجيء تالية للواقع ومتوقفة عليه.

ان الكثير مما يقدم عبر التلفاز يعتمد الإبهار البصري على الرغم من فجاجة الكلمات وسطحياتها في أحيان كثيرة ، فالمهم بالألوان والإضاءة والتصوير والإغواء بالتلميحات أو التصريحات الجنسية في الحركة والكلمة ، وإبراز بعض مكونات الجسد الأنثوي على نحو خاص، لم تعد هذه الأغانى ترتبط بمنطقة الكلمة والعقل والمشاعر ، بل بمناطق الإغواء والشبق والتحريض الجنسي .

وتشير الإحصاءات على ان عدد من شاهد الإعلانات التجارية الخاصة بدورة الألعاب الأولمبية في اثنا 2004 الى ما يقرب 4 مليار شخص كما قالت وسائل الإعلان ، لقد أدى ابتكار الصور التكنولوجية الى تحول بارز من عصر الإنتاج الى عصر النسخ .. فالصورة الأهم ثم المعنى . ولذلك نستطيع ان نصف عصرنا هذا على انه ليس فقط عصر الصورة ، إنما عصر الصورة التي تنتج صوراً . لذا يمكن القول ((إذا كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة ما بعد الحداثة فإنها ستكون بلا ريب التلفزيون ، وعلى حد تعبير (بودريار Bodryir) فالتلفزيون هو وسيلة ما فوق واقعية (Hyper-real) إي إنها واقعية أكثر من الواقع))¹⁸

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

ب . عوامل تكوين الصورة التلفزيونية.

ان من المتفق عليه ان الرسالة تتأثر الى حد كبير بطريقة الوسيلة التي تقدم من خلالها حيث تفرض هذه الوسيلة تأثيراتها الواسعة فيها الى الحد الذي يتم فيه قياس مستوى تلك الرسالة بمدى تماشيها مع طبيعتها (اي الوسيلة) ، اذ تتأثر الرسالة التلفزيونية اياً كان نوعها بطبيعة التلفزيون (كوسيلة) فان هذه التأثيرات تختلف عن التأثيرات التي تفرضها وسائل الاتصال الأخرى في رسائلها، ويعود ذلك الى سببين أساسيين، الأول خصائص التلفزيون كوسيلة، والأدوات المستخدمة في تجسيد الرسالة، والسبب الثاني في تميز الصورة التلفزيونية عن سواها⁽¹⁹⁾.

وعليه فان التلفزيون كوسيلة يمتلك خصائص فنية وأخرى إعلامية وهنا يجدر الإشارة الى ضرورة إيجاد المعادل الموضوعي بين الخاصتين ذلك ان الخصائص الفنية للتلفزيون تتأتى من طبيعة وطبيعة الرسالة التي تبث من خلالها وتسهم الأدوات المستخدمة في تجسيد الرسالة التلفزيونية في التأثير في الرسالة، فتستخدم اغلب الوسائل الأخرى كالكتابة والمنطوقة والموسيقى والمؤثرات فضلاً عن اعتماده على الصورة واللون والحركة علماً ان عنصر الصورة يشمل اربع مفردات هي حركة الكاميرا، وحركة الأشخاص والموضوعات والمعنى (الديكور) وملحقاته حيث تمتلك جميع مفردات الصورة علاقة وطيد فحركة الكاميرا هي التي تحدد حجم اللقطة وزاؤايتها واستخدامها⁽²⁰⁾. لذا يجب مراعاة خمسة عوامل للحصول على صورة منسقة وهي: .1. مجال الرؤية:

ويقصد به حجم الكادر ومدى قرب وبعد الصورة بالنسبة للمشاهد وعادة ينقسم مجال

الرؤية الى خمس مراحل هي⁽²¹⁾:

أ) لقطة طويلة جداً

ب) لقطة طويلة

ت) لقطة متوسطة

ث) لقطة قريبة

ج) لقطة قريبة جداً

2. المسافة في أعلى صورة الأشخاص:

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

ينبغي دائماً مراعاة ترك مسافة خالية في أعلى صورة الشخص للحصول على توازن رأسي حتى لا يبدو الشخص وكأنه ملتصقاً بحافة الكادر.

3. المسافة:

يفضل دائماً ترك مسافة أمام الشخص إذا نظر الى احد الجوانب حتى لا يظهر وكأنه مقيد الحركة داخل إطار الكادر

4. الخلفية:

يجب تقادي اشياء غير مقصودة في خلفية الصورة ففي بعض الاحيان لا يلتفت المصور الى بعض الأشياء التي يمكن ان تشوه المنظر الجمالي للصورة في الخلفية.

5. الصورة المقربة كلما زاد الاقتراب:

كلما تقرب المصور من الهدف ظهرت عيوب التصوير لذلك ينبغي الدقة عند الاقتراب من الهدف المراد تصويره.

إضافة الى ما ذكرناه من عوامل للحصول على صورة منسقة جداً هناك عامل مهم جداً في عملية إعداد الصورة التلفزيونية وهو مراعاة الوحدة في الصورة لتكون معبرة ومؤثرة وهنا يجب ان تكون متماسكة وموحدة لتجنب العشوائية أو فج الإغراض المعبرة داخل الإطار وعلى ذلك فإن خلق الرابطة التي تجمع الإغراض يختم ترتيب هذه الإغراض في خطوط واقعية أو وهمية يمكن تصويرها وعلى ذلك المنوال يجب ان يأتي تتابع الصور وتسلسلها في وحدة تناسق وتتسم في أساليبها وإغراضها وأهميتها والحالة النفسية والمزاجية التي تعبر عنها وبقدر ما يسمح مجال الرؤية يجب ان يمتد التكوين وتركيب النظر في الصحف⁽²²⁾.

بالإضافة الى ذلك هناك خصائص فنية للصورة التلفازية منها:

1- إن الصورة التلفزيونية ليست ثابتة ولكنها تتكون وتتغير بصفة مستمرة ويرى ماكلوهان ان

الصورة التلفزيونية تغير في المرئيات محدودة المعلومات وهي لاتغير صورة فوتوغرافية في

عبارة عن تشكيل مجتمع الأشياء، وعلى يجعل الغريب مألوفاً والساخن بارداً.

2- بينما الصورة الفوتوغرافية تتكون من مجموعة مرسومة من النقاط الضوئية تظهر على الشاشة

بواسطة شعاع الكتروني فهي تشبه طبقة لتكوينها بنوع من الحفر ذي اللون الصدفي⁽²³⁾.

ومما سبق يتضح لنا ان التلفزيون معني بتكوين الصورة فهولا يكون اي صور وهوغير معني

بها وبالتالي لا يكون صور موضوعية أو محايدة عن الهدف أو ظاهرة أو مخفية بل وأن

مجلة كلية التربية الأساسية

العدد الرابع والسبعون 2012

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

ميرر وجودها هوتقديم صورة مقصودة لتحمل حكماً قيمياً وتعكس خياراً كما تعكس أطراً مرجعية وارثاً ثقافياً وبعداً أيديولوجياً وبالتالي فإن الصورة التي تكونها الوسيلة الإعلامية ليست تجسيدا محايداً أو موضوعياً للواقع بل هي تجسيد مشروط بهوية الوسيلة وغاياتها التي تحدد أهداف الإستراتيجية للوسيلة الإعلامية⁽²⁴⁾.

لقد أكدت عملية تكوين الصورة نجاحاً في مجال تجسيد وإبراز وإيضاح المواقف والظواهر والأحداث والقضايا وتقريبها من المتلقي الذي تغريه فرص وإمكانية اخذ صورة جاهزة كاملة وسهلة وواضحة، ان عملية تكوين الصورة شيء أو رؤية هذه الصورة شيء اخر ليعبر مضمون الصورة أو ما توحى به من معاني المادة الفاعلة لتحقيق عملية اتصال وتواصل تقوم به بين الصورة والمشاهد بها.

ان عملية تكوين الصورة عملية معقدة لها قوانينها الفكرية والنفسية والاجتماعية والاتصالية فنجاح الصورة أو نشلها بتوقعات على مدى تزيينها للواقع أو الحقيقة أو مدى نقلها للواقع بصدق⁽²⁵⁾.

ويلعب مضمون المادة المصورة دوراً هاماً بالنسبة للمشاهد، فحينما يشاهد المادة المصورة التي تتناول أهم الأحداث العالمية والمحلية فإنه تتفاعل مع المضمون الذي تنظمه الصورة، والمعروف ان أو ل شيء يجذب انتباه المتلقي الى الصورة ويجعله يهتم بها هو مدى الانفعال الذي يتشكل لديه نحوها، لأن المشاهد يهتم بالأشياء التي تهم مشاعره ويرى صانع المادة المصورة إنهم حيث ما يلتقطون صورهم وأفلامهم يبحثون باستمرار عما يجعل المشاهد ينفعل، ولكن اللقطات التي تسبب الانفعال الحاد قليلة جداً وقد أظهرت إحدى الدراسات ان هذه اللقطات لا تزيد عن 3% من المشاهد التي تمت دراستها من أحداث أيرلندا بينما 97% من اللقطات والمشاهد التي تم تحليلها تظهر انها تقدم أشياء جديدة لم تكن مألوفة لم يعتد المشاهد على رؤيتها، وفي حال عدم وجود هذه المشاهد واللقطات غير المألوفة نجد المصورين يستخدمون تصوير الأشياء في غير إجماعها الاعتيادية والتحكم في وضوح المشاهد والصور وتحريكها يميناً أو يساراً والى الأعلى أو الأسفل بهدف خلق الانفعال لدى المشاهد بأن ما يراه شيء غير مألوف⁽²⁶⁾.

وفي حالة الأخبار يختار المنتجون الأحداث التي تتضمن العنف والصراع والمعاناة ويستخرجون منها الأجزاء المألوفة ومن ثم يتم عملية تشكيل وصياغة هذه الأجزاء في رزم

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

مصيرة بحيث تبدو غالباً إعادة الخلق التلفزيوني أو سع من الأحداث التي يتم تصويرها ويمكن أيضاً عرض الحدث المصور بهذه الصورة ليشعر بها الغريب من خارج منطقة الحدث مما يشعر به الناس الذين يقيمون في مركز الحدث⁽²⁷⁾.

وتشكل الإعادة التلفزيونية بشكل مستمر للأحداث المثيرة شيئاً مختلفاً تماماً يستطيع ان يراكم العاطفة فوق العاطفة الى ان تصبح الاستجابة البشرية المتراكمة أقوى من رد الفعل الأول⁽²⁸⁾ الا أن تكرار مشاهد العنف تجعل منها امراً مألوفاً وبالتالي يقود الأمر الى ضعف المشاركة الوجدانية في المواقف العاطفية⁽²⁹⁾ وهناك لقطات ومشاهد عامة ومتوسطة وكبيرة تخدم الخبر والتعليق التلفزيوني فالمشهد العام يقدم المظهر الخارجي العام للمادة أو موقع الحدث اما المشهد المتوسط فإنه يركز على الجزء الأكثر أهمية من مركز الحدث مقرباً بذلك الحدث من المشاهد اما المشهد الكبير يقوم بالتركيز على الوجه فقط وهذا ما يريده المصور والكاتب أو المخرج ان يبرزه أمام المشاهد.

إن كل واحد من هذه المشاهد يقوم بنقل المواقف بشكل مختلف يستخدم المشهد العام لتعريف المشاهد بالحدث ومحيطه وبيئته ولكنه يقوم بتصميم المقياس والأبعاد، يقوم المشهد المتوسط بتقريب المادة من المشاهد ولكنه يظهر أيضاً بعض سمات البيئة أو المحيط وكذلك بعض الخصائص المهنية للأشخاص الذين يجري تصويرهم اما المشهد الكبير فإنه لا يكفي فقط بتعريف المشاهد بالموضوع بل ينقل حالة الموضوع ووضعه لهذا بأن المشاهدين العام والمتوسط يظهران ميلاً الى التحليل والتوغل في جوهر الظاهرة⁽³⁰⁾.

ومن اجل مراعاة الوقت الضروري للمشاهد لأدراك المشهد وفهمه يجب مراعاة الوقت المخصص لكل مشهد وان يدمج في الوقت مع المشاهد السابقة وهذه هي الوسيلة الفعالة لكل مشهد لممارسة تأثير فعال ويبرمج على المشاهد فمثلاً فلماً إخبارياً صغيراً يدور حول مؤتمر أو خبراً مصوراً حول اجتماع اجتماعي ضد السياسة الأمريكية مختلفاً فأن السمة الغالبة في الخبر الأول هي المشاهد الطويلة المخصص للخطباء أو لأمع مرور الكاميرا على صفوف الحاضرين ببطاء، أو اخذ لقطة عامة واسعة تشمل مسرح الأحداث وأخرى للمتحدث وهو يستمع الى الأسئلة وصور المندوبين وهم يدونون ملاحظاتهم، ورابعة للكاميرات وهي تنتقط الصور⁽³¹⁾.

هذه اللقطات العامة هي التي تخدم الخبر وأن لم تكن غير مثيرة كثيراً، أما الخبر الثاني يتطلب لقطات سريعة وموجزة وقريبة للوجوه الغاضبة التي يمكن تمييزها من أو ساط الجمهور كما

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

يتطلب الانتقال السريع والفوري من اللقطات القريبة الى المشهد العام وذلك على سبيل المثال تصفيق الجمهور .

ان السيطرة على الإيقاع يساعد المشاهد على ان يدرك المنطق البصري للحدث ويزيد من قوة التأثير العاطفية والانفعالية للفلم حيث يعد وسيلة تأثير عاطفية على المشاهد⁽³²⁾.

إلا أن المبالغة باستخدام المشاهد العامة يعيق عملية التعرف الدقيق على الموضوع أو الظاهرة التي تعرض على الشاشة وقد تسبب في بعض الأحيان الى دفع المشاهد ليأخذ موقفاً سلبياً وفي المقابل فإن اللقطة التقريبية ذات طبيعة تحليلية مهني وسيلة تجعل الفهم والإدراك أكثر نشاطاً وفعالية كما تجعل المشاهد أكثر قرباً من الحدث وتنقل بشكل دقيق المجرى العام والكامل للحدث، ان الرغبة الطبيعية للمشاهد في الشيء الذي يقوم بدور الدليل الأساسي للمصور والمحرر هذه الرغبة المتمثلة برؤية الجديد عن قرب وفي التغلغل في التفاصيل للوصول الى قلب وجوهر الحدث من اجل تحقيق هذا التقدم التام والكامل لا يكفي اطلاقاً تقليل عدد المشاهد العامة وزيادة عدد اللقطات القريبة بل تقديم المهم والمثير والحاسم⁽³³⁾.

ومن الطبيعي ان الطريقة التي يجب ان تنظم فيها المادة الفيلمية المصورة تتوقف على مضمون ومحتوى المادة إذ لا تستطيع وضع صيغ أو معادلة يمكن استخدامها في جميع الحالات وهناك قواعد عامة يمكن الاعتماد عليها عند تكوين الصورة الفوتوغرافية وتغير القواعد الإرشادية للحصول على صورة فنية محببة مع ملاحظة ان لا يوجد قانون ثابت التكوين وانما يتطلب الأمر احساساً فنياً وقدرة على التذوق الجمالي⁽³⁴⁾.

وتؤثر في التكوين مجموعة من العناصر أهمها:

1. حجم الشاشة:

يعرض حجم الشاشة نوعية اللقطة المستخدمة لإبراز الحدث فشاشة السينما تعتمد على اللقطات الطويلة بينما شاشة التلفزيون تعتمد اللقطات القريبة والمتوسطة في الغالب⁽³⁵⁾.

2. مساحة الشاشة:

تحتاج كل صورة فوتوغرافية الى مركز اهتمام لجذب عين المشاهد بفضل وضع الحجم المراد تصويره اذا كان منفرداً في المركز. على المصور تخيل الكادر مقسوماً الى تسعة مستطيلات

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

متساوية المساحة ثم يضع هدفه عند إحدى نقاط الثلاثي الأربع وان يبتعد مطلقاً عن وضعه في المستطيل الأوسط.

3. العمق:

أهمية خلق البعد الثالث (العمق) الذي تقصده الصورة الفوتوغرافية ويؤدي الى السطحية ويمكن عمل هذا من خلال اختيار بعض الإشكال الهندسية (نصف الدائرة، المثلث)⁽³⁶⁾.

4- الحركة على الشاشة:

يعطي العاملون في التلفزيون اهتماماً كبيراً لقدرة الحركة التي تنظمها اللقطات والمشاهد وخاصة الإخبارية أكثر من اهتمامهم بقدرة المضمون أو المعلومات التي تقدمها فالصورة المتحركة لها تأثيرها على المشاهد لأن من خلال الصورة المرئية في اللحظة فقط ولكن من خلال اكمال تتابع الصور والمشاهد خلال تدفقها، وان هذه النتائج المستمرة للمشاهد هوميزة مهمة لفن الشاشة⁽³⁷⁾.

وعليه فإن التلفزيون يقدم مشاهد قصيرة متتابعة ليس فيها اهتماماً بالمضمون، كما يعطي للمشاهد اللقطات التي تتسم بالحركة من اللقطات التي تخلو من الحركة واذا لم يجد صانعو الأفلام الإخبارية في أفلامها فأنهم يلجئون الى صنع تلك الحركة مستخدمين مختلف الأساليب الفنية لخلقها كاحركة الناجحة عن حركة الكاميرا والتي عن طريقها يتم صنع الحركة وخلقها واستكمالها سواء الاقتران أو الابتعاد أو الارتفاع أو الانخفاض بالنسبة للهدف المراد تصويره أو الحركة التي تنتج عن القطع وسرعة تتابع اللقطات والمشاهد المصورة والمصورين يلجئون الى هذا الأسلوب ربما لأنه من أسهل الأساليب الفنية جذاباً للانتباه كذلك يستخدمون سرعة تتابع اللقطات والمشاهد المصورة والمصورون يلجئون الى هذا الأسلوب ربما لأنه من أسهل الأساليب الفنية جذاباً للاهتمام كذلك يستخدمون سرعة تتابع اللقطات والقطع لخلق حركة تزيد من انفعال المشاهد، فاستخدام القطع السريع واللقطات الكثيرة الى جانب الاهتزازات المستمرة لايفهم المشاهد شيئاً منها، وقد وجد العلماء ان اطول اللقطات في الأفلام الإخبارية يتراوح بين ثانيتين الى خمس ثوان وهذا يحتاج لكثير من المشاهدين الذين يحتاجون الوقت لتقدير وفهم الرسالة المصورة⁽³⁸⁾.

وعن أسباب تقدم اللقطات السريعة والقصيرة في نشرات الأخبار أجاب صانعو النشرات بأنهم يريدون عرض جميع جوانب القصة الإخبارية ونلاحظ ان اللقطات التي تخلو من الحركة تقدم

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

بسرعة شديدة وفي وقت وجيز حيث لا تستغرق مدة عرضها أكثر من ثانيتين اما اللقطات والمشاهد التي تتضمن حركة طبيعية فأنها تستغرق في العادة فترة زمنية أطول تتراوح طولها ما بين 3,4 ثوان و5,9 ثانية يعني ذلك ان المشاهد التي تخلو من الحركة تعرض لفترة زمنية قصيرة جداً وان أطول مشهد أو لقطة لا يرجع أهميته لمقدار ما يتضمنه من معلومات وإنما لمقدار الحركة التي يتضمنها وعلى المصورين مراعاة عدة أمور عند تصوير المشهد المتحرك منها: (39)

- 1- مراعاة الابتعاد عن قطع الأشخاص عند الفاصل الطبيعية.
- 2- في حالة الصور المقربة يفضل عدم تكلمة الصورة للمشاهد حتى نسمح له بالتفكير في إكمالها بخياله.
- 3- من الضروري تصحيح وضع اللقطة الكفية المزدوجة حتى لا تظهر صورة فرد على حساب الآخر.
- 4- ترتيب الأشياء بطريقة يلاحظ فيها المشاهد وجود خلفية ومقدمة الى جانب المنطقة الوسطى.
- 5- لا تقسم الصورة افقياً ولا رأسياً.
- 6- الاهتمام بالألوان لأنها تلعب دوراً في التكوين حيث يجذب انتباه العين.
- 7- يمكن استغلال مناطق الإضاءة العالية والمنخفضة في إبراز الهدف وخدمة التوازن .
- 8- اختيار زاوية التصوير بالهدف المقصود، فالزاوية في أسفل تعني التضخيم من أعلى تعني التخصير.
- 9- استغلال عناصر الطبيعة لمنح الصورة عمقاً كبيراً.
- 10- الاهتمام بخلق تباين ظاهر في الصورة سواء كان ذلك من خلال الألوان أو الأحجام أو غيرها.
- 11- الابتعاد عن حشر جزئيات كثيرة داخل الصورة مما ينجم عنها ضياع الفكرة الأساسية.

ثالثاً: ديناميات العلاقة بين النص المقروء والصورة التلفزيونية

يرتبط التفكير البصري بالصورة ، والتفكير البصري كما يراه ارنهايم ((محأولة لفهم العالم من خلال الشكل والصورة ، والتفكير بالصورة يرتبط بالخيال ، والخيال يرتبط بالإبداع والإبداع يرتبط بالمستقبل ، والمستقبل أمر ضروري لنمو الأمم والشعوب والجماعات والأفراد ، والصورة ضرورة

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

للمساعدة في الخروج من الواقع الإدراكي الضيق المحدود ، لكنه المهم الى آفاق المستقبل الأكثر حرية والأكثر إنسانية))⁴⁰.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة التي تضطلع بها عملية التفكير بالصور ، والتي تساعد في تجاوز الواقع المدرك اللحظي ، عبر إطار زمني منفتح وممتد ، متحرراً من قيود الزمان والمكان ، والبيئية والأشخاص . لقد حذر الكثير من المفكرين المجتمع الإنساني من طغيان التلفاز على حساب على حساب الكلمات في أروقة التفاعل الاجتماعي ، وان دور الكلمات سيكون مقتصرًا على المخاطبات المكتوبة وعلى طباعة الكتب التي سيصبح قراءها محدودي العدد ، بافتراض ان الرؤية البصرية تتطلب معرفية في حدود أدنى من التلقي المطبوع ، وان القراءة ستراجع لمصلحة المشاهدة .

نجد على شاشة التلفزيون هنالك علاقة معقدة تسمح بوجود صيغ وأشكال مختلفة وهذا ما يتوقف على طبيعة المادة التلفزيونية، في بعض المواد الوثائقية التي لا يتطلب عرض أو تقديم حدث ما كثير من التعليق أو ذلك لأن الصورة واضحة بحد ذاتها كما يمكن في لحظة محدودة ان تتوقف على النص وتتسلط عليه نظراً الى إننا وبسبب المصادقية الحقيقية المادية وصورة التلفزيون يمكننا ان نحصل على معلومات أو أفكار حول ظاهرة أو حدث من خلال العرض والتقديم بشكل رئيسي وأقوى تأثيراً على المشاهد من الكلمات، ولا تتطلب الصورة أو تحتاج اي إيضاح أو شرح وعندئذ تحيل التوازن القائم بين النص والصورة الى الطبيعة الخاصة للظواهر والأحداث التي يتم عرضها على الشاشة⁽⁴¹⁾.

ويجب ان يعلم أخبار التلفزيون انه حينما يتكامل ويتفق النص مع مضمون المادة التلفزيونية المصورة تزداد نسبة فهم المشاهد وحينما تختلف تتخفف درجة الفهم ذلك يجهد نفسه حتى يبقى لما يقال لما يعرض في أن واحد⁽⁴²⁾. وفي الخبر التلفزيوني ينبغي ان يكون التعليق منسجماً مع طبيعة الصورة وتتحرك مع حركتها فلو كان الوصف بالكلمات مختلفاً حتى ولو الى حد ضئيل من الصورة التلفزيونية فأن المشاهد يذهب الى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمات⁽⁴³⁾.

في حين ان السرد الإخباري يقدم معلومات إضافية تعزز وتضيف الى معلومات الصورة إذ توضح بعض اللقطات المصورة بخاصية عندما لا يكون هنالك صوت يصاحب الفيلم فعندها قد يتصور المشاهد حصول خلل في البث أو جهاز التلفزيون⁽⁴⁴⁾.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

وينبغي ان لا يعيد السرد الإخباري ما تقول الصورة للمشاهدين تشرحه، على ان يكون السرد والوصف متعلقاً بموضوع الصورة كي لا ينشئت ذهن المشاهد، وبعض محرري الأخبار يتقنن في السرد الذي يرافق الصورة وكأنه يقول للمشاهد ان القصة ليست كذلك فقط، الحقيقة ان المشاهد تعود ان يصدق الصورة أكثر من الكلمات حتى ولو كانت الصورة لا تتقل الحقيقة كلها⁽⁴⁵⁾.

وقد بين المشكلات التي تواجهها محطات التلفزيون ان هنالك أنباء ما لا يمكن تصويرها ولذلك يتم اللجوء في هذه الحالات الى الاستعانة بالكلمة بدلاً من الفيلم أو الصورة لذلك على التلفزيون ان ينتظر وقوع الحدث قبل تصويره وينقلها الى هيئة الأخبار ، إذ أن التوقعات والتكهنات قبل وقوع الحدث ما لا يمكن ترجمتها الى أشرطة أفلام وان كان هذا لا يمنع من استخدام بعض أفلام المكتبة وعرضها لتمهيد حدث قادم يتصل بحدث سابق وقوعه⁽⁴⁶⁾.

رابعاً: المادة الإخبارية المصورة

في جميع الأنواع التي تستخدم الشكل الكلامي والتصريحات الحية والأحداث التلفزيونية الإخبارية المباشرة والحية يجب ان يلعب الدور الأساسي في هذه الأخبار المادة المصورة التي تعطي الحياة للشاشة⁽⁴⁷⁾.

الصورة ابلغ في التعبير عن إلف كلمة ولقد أثبتت الدراسات والبحوث الميدانية ان المادة الإخبارية المصورة تجعل النشرات الإخبارية أكثر فهماً وحاجة للمشاهد العادي الذي لم يتلق قسطاً داخراً من التعليم والذي يشكل الا كثير من مشاهدي التلفزيون⁽⁴⁸⁾.

وتعتبر الأخبار في التلفزيون بمثابة نافذة يطلع فيها المشاهدون وهم في منازلهم على العالم الكبير ، فالتلفزيون يعرض على الشاشة العالم والأحداث وشتى مظاهر الحياة، فالناس على اختلاف طبائعهم واتجاهاتهم مهتمون بها حيث تسعى اخبار التلفزيون الى تزويد المشاهد بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهمهم وتهم بلدهم بصدق وموضوعية حب الاستطلاع⁽⁴⁹⁾.

وإذا كانت الصورة تحتل في التلفزيون جانباً مهماً عن عرض اية مادة فأنها في النشرة الإخبارية تحتل جانباً أكثر أهمية إذ لا بد استخدام الصورة لتوضيح الخبر بما يسهل على المشاهد استيعابه⁽⁵⁰⁾.

في هذا السياق الاستخدام المتعدد للصورة ((يرى بول فورش Forsh ان معنى الصورة مشتبك في توتر مع النجاح التجاري لها ، فحتى يقدر للصورة النجاح لابد لها من ان تستخدم في سياقات

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

مختلفة ولأغراض شتى ، وهي الأغراض والسياقات التي ما كانت تستخدم لتخطر على بال المصور ، وعلى ذلك فالصورة أصبحت متعددة المعاني ، فمعناها لا يمكن ان يكون ثابتا أو قابلا للتفسير من خلال الرجوع الى تركيبها الداخلي ، ولكن فقط يمكن تفسيرها في سياق مجموعة صور أخرى لها ارتباطات علائقية بها ((⁵¹

وتشكل الأفلام والأشرطة العنصر الأساسي بالنسبة للبرنامج الإخباري وهي تصور عادة بشكل مباشر من موقع الإحداث بواسطة مصوري المحطة ومندوبيها ووكالات الأنباء التي يتعاقد معها ويتم استخدام الشريط الإخباري على احد الوجهين:⁵²

- 1- الفيلم الصامت: إي أن يصور الحدث دون تعليق ثم يقرأ المذيع التعليق بمصاحبه للفيلم من الاستوديو يتحدث فيه عن مضمون ومغزاه
- 2- الخبر الحي: إي أن يصور الحدث على هيئة صورة وصوت يقدمه مندوب المحطة في موقع الحدث وفي بعض الأحيان ينقل من موقع الحدث مباشرة.

خامسا: وسائل الإيضاح في العرض الإخباري :

هناك وسائل إيضاح تهدف الى زيادة قدرة المشاهد على استيعاب المادة الإخبارية غير المصورة والتي ترفع من قيمة الفقرات الإخبارية المقروءة لتقارب قيمة المادة الإخبارية المصورة وبخاصة اذا تم توضيحها جيدا وأصبحت متجانسة مع النص المقروء والمصاحب للمادة المصورة وتتكون هذه الوسائل من عناصر قليلة وبسيطة وغير مكلفة كما إنها لا تحتاج الى جهد في استخدامها لأنها اذا كانت معقدة يصبح من الصعب على المشاهد ان يستوعبها وان يلاحقها كما انها لو كانت مكلفة يبتعد عنها رجال الأخبار(⁵³).

ومن أهم وسائل الإيضاح التي يمكن الاستعانة بها في المعرض الإخباري هي:

- 1- الجداول والرسوم البيانية: ان مجرد قراءة المذيع لجدول من الأرقام لن يفيد تعريف المشاهد بالموضوع في نقل حقيقة ملموسة لإقناعه بها، لكن يمكن تحقيق هذه الأغراض اذا استخدمت وسائل إيضاح تيسر إدراك وفهم هذه الأرقام والحقائق وبهذا يمكن استخدام الجداول والرسوم البيانية بحيث يمكن للمشاهد ان ينقل بصره بين الأرقام ويتبين بنفسه مغزاه وعلاقتها بعضها البعض.
- 2- الخرائط: تعطي الخبر بعداً جديداً كما أنها تكون أكثر إثارة للانتباه اذا عرف المشاهد أين وقع الحدث.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

- 3- العناوين واللوحات المكتوبة: يمكن عرض أو استخدام عنوان بسيط للتمهيد لعرض مواضيع أمام الكاميرا مباشرة.
- 4- الرسوم المتحركة: يمكن استخدام الرسوم المتحركة في استهلاك البرامج أو في التمهيد للمواضيع المختلفة وذلك لإظفاء بعض الحيوية التوضيحية المتحركة.
- 5- الصور الفوتوغرافية الثابتة: وهي التي يكون مصدر وكالات الإنباء أو الأرشيف، أو بعض الهواة أو المصورون الخاصون بالتلفزيون عن شخصية معينة أو أحداث آنية يصعب تبادل أفلام عنها بسرعة عند عرض إخباره وقد خف استخدام هذه الوسيلة مؤخراً وخاصة بعد ان أصبح من الميسور تلقي الأخبار صوت وصورة في اي لحظة عبر الأقمار الصناعية، وما يهم هوان استخدام الصور الفوتوغرافية يجب ان يكون محسوباً ويتضح بشكل عام عدم الإسراف في استخدام الصورة بالتعريف لأشخاص معروفين لدى المشاهد.
- 6- الشرائح السلايدات: وهي مادة أرشيفية لشخصيات سياسية أو لأماكن مهمة كالمدن مثلاً تستخدم كلما جاء خبر متصل بها.
- 7- جهاز العرض الخلفي: ويستخدم لإظهار صورة في خلفية قارئ النشرة وهو يشكله هذا يستخدم في أخبار معينة لإعطاء دلالة محدودة تبرز في أداء القارئ بحيث يتوافق مضمون الخبر مع الصورة المصاحبة بشكل ما(54).

الفصل الثاني

" الجمهور العراقي والتعرض للبرامج الإخبارية المصورة "

أولاً: خصائص عينة البحث

تتميز كل شريحة اجتماعية في اي مجتمع بخصائص محددة تؤثر في فعاليتها المختلفة اي في سلوكها وأنشطتها في مختلف مجالات الحياة وبالتالي ينسحب على أشكال أو أنماط المشاهدة ومدياتها وطبيعة التأثير بها لذلك تعد الخصائص العامة لأي مجتمع محورياً رئيسياً في قياس السلوك الاجتماعي وتحليل لأفراد المجتمع ومن خلال ذلك يمكن قياس سلوك أفراد العينة تجاه برامج التلفزيون في مجال تأثرهم بالصورة الخبرية التلفزيونية التي هي موضوع هذه الدراسة وهذه الخصائص هي:

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

1- الجنس

جدول رقم (1)

جدول يبين عينة الدراسة بحسب الجنس

نوع الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	210	%42
إناث	290	%58
المجموع	500	%100

الجدول رقم (1) يوضح ان الذكور في العينة الخاصة بالجمهور احتلوا نسبة %42 فيما شكلت نسبة الاناث %58 وبذلك أصبحت نسبة الاناث اكبر من الذكور في العينة وتري أن السبب يعود الى تواجد الاناث في البيوت أكثر من الذكور.

2. الفئة العمرية :

اعتمدنا في بحثنا على سياقات الجهاز المركزي للإحصاء لعام 1997 اساساً لتقسيم الفئات العمرية⁽⁵⁵⁾ وكما موضح في الجدول رقم (2).

جدول رقم (2)

يبين توزيع عينة الدراسة بحسب الفئة العمرية

الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
15 سنة فما دون	-	-
15 . 30 سنة	390	%78
31 . 46 سنة	100	%20
47 فما فوق	10	%2
المجموع	500	%100

تم توزيع على ضوء ما اخذ به الجهاز المركزي للإحصاء وتبين ان عينة الدراسة تتوزع على النحو الآتي:

شكل الشباب من سنة (15 . 30) سنة %78 من مجموع العينة بينما كانت نسبة متوسطي العمر %20 اما نسبة كبار السن فكانت %2 ويتضح من مجموع عينة الدراسة البالغة (500) مبحوث ارتفاع نسبة الشباب مقارنة ببقية الفئات العمرية المذكورة في الجدول .

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

3- المستوى التعليمي:

جدول رقم (3)

يبين توزيع عينة الدراسة بحسب مستوى التعليم

النسبة المئوية	العدد	المستوى العلمي
-	-	أمي
-	-	يقراً ويكتب
-	-	ابتدائية
4%	20	متوسطة
16%	80	إعدادية
78%	390	معهد أو كلية
2%	10	شهادات عليا
100%	500	المجموع

يوضح هذا الجدول ان ليس من أفراد العينة هو بمستوى اقل من المتوسطة إذ بلغت نسبة الذين يحملون الشهادة الابتدائية صفر% أما حملة الشهادة المتوسطة فبلغت نسبتهم 4% وبلغت نسبة الذين يحملون الإعدادية 16% من أفراد العينة فيما بلغت نسبة حاملي شهادة البكالوريوس والدبلوم 2% في حين بلغت نسبة حملة الشهادات العليا (الدكتوراه والماجستير) 2%.

ويعزى أسباب ذلك الى ان التطور في وسائل الحياة العصرية وزيادة الوعي الصحي والاجتماعي جعل الجيل الحالي (الشباب) اقل من الأجيال التي سبقتهم من ناحية الوفيات مما أدى الى ارتفاع نسبة الشباب في المجتمع وانعكس ايضاً الى ارتفاع نسبتهم في عينة الدراسة.

ان الجدول وضح لنا ان خريجي المعاهد والكليات يشكلون أعلى نسبة في العينة وهذه النسبة تشير الى اهتمام الدولة بالتعليم على الرغم من ظروف العراق السابقة وحالياً.

4. الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (4)

يبين توزيع عينة الدراسة بحسب الحالة الاجتماعية

النسبة	العدد	الحالة الاجتماعية
90%	450	أعزب
10%	50	متزوج
-	-	مطلق
-	-	أرمل

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

المجموع	500	%100
---------	-----	------

ان الجدول رقم (4) الخاص بالحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة ان العزاب كانوا اكثر عدداً حيث بلغت نسبتهم 90% وجاء بعدهم المتزوجون حيث شكلوا نسبة 10% اما بقية الحالات (المطلق)، الأرملة، فكانت نسبتهم صفر % من أفراد عينة الدراسة.

ثانياً: تحليل بيانات الدراسة الميدانية للمشاهدين

1. التعرض الى برامج التلفزيون:

في الوقت الذي توجه فيه برامج التلفزيون بشكل مقصود لتحقيق الأهداف التي توكل اليها فإن الجمهور يتعامل مع برامجها بشكل انتقائي، ولهذا فإن تأثير وسائل الإعلام في الجمهور يتناسب طردياً مع قدرة تلك الوسائل الإبداعية على جذب اهتمام الجمهور. وقد أثبتت الكثير من الدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري إن التلفزيون يعد من أكثر وسائل الاتصال قدرة على جذب انتباه الجمهور والتأثير فيه وهذا ما سنتناوله في دراستنا الميدانية هذه.

جدول رقم (5)

يبين نوع القناة التي يفضلها المبحوثون

نوع القناة	العدد	النسبة المئوية
العراقية	110	22%
أكثر من قناة	390	78%
المجموع	500	100%

أوضح الجدول رقم (5) ان معدل إقبال المبحوثين على مشاهدة برامج التلفزيون في قناة العراقية يشكل نسبة 22% وان نسبة 78% يفضلون مشاهدة البرامج على أكثر من قناة وبهذا تكون نسبتهم الأعلى لأن تعدد قنوات المشاهدة يوفر للمشاهد فرصة الانتقاء والاختيار الأفضل ولعل من بين الأسباب الأخرى التي أدت الى ارتفاع النسبة هي ان معظم افراد العينة هم من فئة الشباب الذين يفضلون التنوع ويبحثون عن الترفيه والإطلاع على آخر الأحداث السياسية والتطورات الجديدة على الساحة الدولية لذلك فهم يميلون الى التغير بين الحين والآخر فالمشاهد يبحث عن المادة التي تهمة وتشبع رغباته بغض النظر عن

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

جدول رقم (6)

يبين علاقة الجنس بمساحات المشاهد

المجموع		اناث		ذكور		نوع الجنس
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	عدد ساعات المشاهدة
8%	30	2%	10	6%	30	ساعة واحدة
40%	200	16%	80	24%	120	ساعتين
52%	260	40%	200	12%	60	ثلاث ساعات واكثر
100%	500	58%	290	42%	210	المجموع

يشير الجدول رقم (6) الى ان 6% من الذكور يشاهدون برامج التلفزيون بحدود ساعة واحدة يومياً مقابل 2% من الاناث بنسب وفق المشاهدة وان مجموع الذكور والاناث الذين يشاهدون برامج التلفزيون بمعدل ساعة واحدة يومياً شكلوا نسبة 8% اما الفئة الثانية من المبحوثين ممن يشاهدون التلفزيون مدة ساعتين في اليوم فقد احتلوا نسبة 40% منهم 24% ذكور ، 16% إناث اما الفئة الثالثة من المبحوثين الذين يشاهدون برامج التلفزيون ثلاث ساعات فأكثر يومياً فقد بلغت نسبتهم 52% شكلت نسبة الذكور 12% بينما الاناث شكلت نسبة 40%. ولعل سبب هذا التوجه المتزايد لمشاهدة التلفزيون من الجنسين يعود الى العلاقة القوية التي تجمع المبحوثين وبرامج التلفزيون ويؤشر ان للتلفزيون تأثيراً كبيراً على المشاهدين.

ونجد هنا ان سبب ارتفاع مستويات المشاهدة بين الاناث مقارنة بالذكور يعود الى وجود الاناث في المساكن أكثر من الذكور بسبب طبيعة إعمالهن ومهنهن ونشاطات الذكور خارج مساكنهم وهو أمر انعكس على قلة الوقت المخصص للمشاهدة لديهم.

3- متابعة الأخبار التلفزيونية من قبل المبحوثين

جدول رقم (7)

يبين مدى مشاهدة المبحوثين للأخبار التلفزيونية في قناة العراقية

النسبة	العدد	مدى المشاهدة
32,2%	100	كثير
51,6%	160	قليل
16,1%	50	لا يشاهد
100%	310	المجموع

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

يوضح الجدول رقم (7) ما يأتي : ان 32,2% من المبحوثين يتابعون الأخبار التلفزيونية بدرجة كبيرة ومتواصلة وان 51,6% يتابعون بين الحين والآخر في حين ان نسبة 16,1% لا يهتمون بمتابعة الأخبار في التلفزيون.

وتكشف هذه الدراسة ان نسبة الذين يشاهدون الأخبار في القناة العراقية اكبر من الذين لا يشاهدونها وهي تعطي مؤشراً ايجابياً على مدى الاهتمام والمتابعة للأخبار كونها مصدراً مهماً لمعرفة الأخبار والأحداث الداخلية والخارجية الى جانب الحصول على المعلومات والاطلاع على الحقائق في حين هذا الجدول المبحوثين الذين لا يتابعون أو يتعرضون لأخبار العراق في قناة العراقية وعددهم 190 مبحوثاً.

4. الفئة العمرية ومدى مشاهدة الاخبار التلفزيونية

جدول رقم (8)

يبين مدى مشاهدة المبحوثين للأخبار التلفزيونية في القناة العامة بحسب السن

المجموع		47 سنة فما فوق		46-31 سنة		30-15 سنة		15 سنة فما دون		الفئة العمرية
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	مدى التعرض للأخبار التلفزيونية
32,2%	100	3,2%	10	-	-	29,1%	90	-	-	كثير
51,6%	160	-	-	29%	90	22,5%	70	-	-	قليل
16,2	50	-	-	3,2%	10	12,9%	40	-	-	لا يشاهد
100%	310	3,2%	10	32,2%		64,5%	200	-	-	المجموع

الجدول رقم (8) يبين لنا ان الذين يهتمون بالأخبار التلفزيونية بدرجة كبيرة شكلوا نسبة 32,2% منهم 29% من المبحوثين الشباب و3,2% من كبار السن.

أما الذين يتابعون الأخبار التلفزيونية في قناة العراقية بين حين وآخر فقد شكلوا نسبة 51,6% مبحوثاً وهذه النسبة تشكل أكثر من نصف أفراد العينة من الذين يشاهدون قناة العراقية وكان بينهم 22,5% سمن الشباب و29,1% من متوسطي العمر اما نسبة كبار السن فقد كانت صفر %.

وقد بلغت نسبة الذين لا يشاهدون الأخبار التلفزيونية في قناة العراقية 16,1% منهم 12,9% من الشباب و3,2% من متوسطي العمر.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

5. المستوى التعليمي ومديات مشاهدة الأخبار التلفزيونية :

جدول رقم (9)

يبين مشاهدة المبحوثين الأخبار التلفزيونية من قناة العراقية بحسب المستوى التعليمي

مجموع	دراسات عليا		معهد أو كلية		إعدادية		متوسطة		ابتدائية		يقرأ ويكتب		أمي		المستوى العلمي
	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	
مدى مشاهدة															
كثيرا	32,2	100	-	-	3,2	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
قليلا	51,6	160	3,2	10	41,9	130	3,2	10	3,2	10	-	-	-	-	-
لا يشاهد	16,1	50	-	-	3,2	10	12,9	40	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	100	310	3,2	10	77,4	240	16,1	50	3,2	10	-	-	-	-	-

أوضح الجدول رقم (9) ان أكثر نسبة من مشاهدي الأخبار التلفزيونية من قناة العراقية هم من حملة شهادة الكلية أو المعهد حيث شكلوا نسبة 32,2% مبحوثاً اما الآخرون والذين يقرؤون ويكتبون وحملة شهادتي المتوسطة والإعدادية والحاصلون على الشهادات العليا فلا يوجد فيهم من يتابع الأخبار التلفزيونية وان وجدنا فيها لمصادفة وبصورة غير منطقية. في حين نجد حملة الشهادات العليا احتلوا أعلى نسبة ممن يشاهد الأخبار بين الحين والآخر إذ شكلوا نسبة 51,6%. ان بيانات الجدول ل تدل على انه يمكن قياس مديات متابعة المبحوثين للأخبار التلفزيونية من خلال مستوياتهم التعليمية فكلما ارتفع مستوى التعليم ارتفعت سعة نسبة المشاهدة للأخبار وقد تعود هذه الزيادة الطردية الى ان ارتفاع المستوى التعليمي يعني اتساعاً وتنوعاً في الاهتمامات ومن ثم فإن العلاقة بينهم وبين وسيلة الإعلام تزداد رسوخاً بسبب قدراتهم العقلية وإمكانياتهم العلمية التي أدت ان تكون العلاقة بينهم وبين وسائل الإعلام علاقة متابعة منتظمة فضلاً عن ذلك فإن دائرة اهتمام هذه الشريحة تنحصر في متابعة آخر التطورات ومجريات الأحداث على الساحتين المحلية والدولية.

6. الحالة الاجتماعية ومديات مشاهدة الأخبار التلفزيونية

جدول رقم (10)

يبين مدى مشاهدة المبحوثين للأخبار التلفزيونية في القناة العراقية بحسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	أعزب		متزوج		مطلق		ارمل		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
مدى مشاهدة الأخبار التلفزيونية										
كثيراً	80	25,8%	20	6,4%	-	-	-	-	100	32,2%
قليلاً	160	51,6%	-	-	-	-	-	-	160	51,6%
لا يشاهد	40	12,9%	10	3,2%	-	-	-	-	50	16,6%

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

المجموع	280	%90,3	30	%9,6	-	-	-	310	%100
---------	-----	-------	----	------	---	---	---	-----	------

يبين الجدول رقم (10) الى ان الذين يهتمون بمشاهدة الأخبار التلفزيونية بدرجة كبيرة شكلوا نسبة 32,2% منهم 25,8% من العزاب، 6,4% من المتزوجين.

اما الذين يتابعون الأخبار التلفزيونية في قناة العراقية بين الحين والآخر فقد شكلوا 51,6% مبحوثاً جميعهم من العزاب.

وقد بلغت نسبة الذين لا يشاهدون الأخبار التلفزيونية في القناة العامة 16,1% يتوزعون بواقع 12,9% من العزاب و3,2% من المتزوجين فقد شكلوا نسبة (51,6%) مبحوثاً من العزاب.

وقد بلغت نسبة الذين لا يشاهدون الأخبار التلفزيونية في قناة العراقية 16,1% يتوزعون بواقع 12,9% مبحوثاً من العزاب، 3,2% من المتزوجين.

7. أسباب عدم رغبة المبحوثين من مشاهدة الأخبار التلفزيونية في قناة العراقية

جدول رقم (11)

يوضح أسباب عدم رغبة المبحوثين من مشاهدة الأخبار في قناة العراقية

أسباب عدم مشاهدة الأخبار	العدد	النسبة المئوية
فترة تقديمها غير مناسبة	-	-
تقدم معلومات جيدة ومثيرة	10	20%
طريقة تقديمها مملة وغير مشوقة	40	80%
المقتطفات الصورية قصيرة ولاتقي بالعرض	-	-
المجموع	50	16,1%

يظهر الجدول رقم (11) ان الدوافع التي أدت الى عدم مشاهدة الأخبار التلفزيونية في القناة العامة تتركز في طريقة التقديم حيث شكلت نسبة المبحوثين الذين يرون ان طريقة التقديم مملة وغير مشوقة 80% حيث ان طريقتهم لا تثير انتباههم وطريقة التقديم هنا يقصد بها مدى كفاءة المذيع أو المذيعة وقدرتهم على إنجاح النشرة من خلال إلقاء الخبر بطريقة تجذب المشاهد مع مراعاة الأجواء العامة للخبر وهنا يفترض ان يكون المذيع محترفاً فناناً مؤهلاً متمكناً من لغته ومن الموضوع الذي يتكلم فيه. واطهر الجدول ان 20% من المبحوثين لا يميلون الى متابعة الأخبار التلفزيونية لأنها لا تقدم معلومات جديدة وجيدة فكما معروف اننا نعيش في عصر يتسم بسرعة تطور الحدث والمشاهد يبحث دائماً عن آخر الأحداث وهذا ما لا تجده في الأخبار التلفزيونية المعروضة في قناة العراقية.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

جدول رقم (12)

يبين دوافع التعرض للأخبار المصورة

النسبة المئوية	العدد	دوافع التعرض للأخبار المصورة
57,6%	150	لمعرفة الأخبار والأحداث الداخلية والخارجية
11,5%	30	للتعرف على مشاكل الآخرين وسبل حلها
-	-	للتسلية والترفيه
7,6%	20	لزيادة المعلومات والاطلاع على الحقائق
23,3%	60	من أجل كل هذه الدوافع مجتمعة
100%	260	المجموع

يشير الجدول رقم (12) الى ان أكثر من نصف العينة من المبحوثين يتابعون الأخبار التلفزيونية في قناة العراقية لمعرفة الأخبار والأحداث الداخلية والخارجية، مقابل 11,5% يتابعونها من أجل التعرف على مشاكل الآخرين وسبل حلها. ولا يوجد بين المبحوثين من يرغب بمشاهدة الأخبار التلفزيونية بدوافع التسلية والترفيه فقط. وهناك نسبة 7,6% من المبحوثين يتعرضون للأخبار لزيادة معلوماتهم والاطلاع على الحقائق وتمييزها. وكشف الجدول أيضاً ان 23,3% من المبحوثين يتابعون الأخبار بهدف تحقيق الدوافع مجتمعة. وتظهر المؤشرات الرقمية رجحان كفة المبحوثين في متابعة الأخبار بهدف معرفة الأحداث الداخلية والخارجية وهذا يظهر مدى ارتباط المشاهد وميله لمعرفة ما يجري حوله على المستويين المحلي والدولي.

جدول رقم (13)

يوضح تفضيل المبحوثين لأنواع الأخبار التلفزيونية في القناة العامة بحسب المستوى العلمي

المجموع		الخبر مع		القصيرة		الطويلة		غير المصورة		المصورة		الأخبار TV
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	المستوى العلمي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	أمي
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	يقراً ويكتب
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ابتدائية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	متوسطة
3,8%	10	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8%	10	إعدادية
92,3%	240	15,3%	40	7,6%	20	-	-	-	-	69,2%	180	معهد أو كلية
3,8%	10	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8%	10	دراسات عليا
100%	260	15,3%	40	7,6%	20	-	-	-	-	76,9%	200	المجموع

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

يوضح الجدول رقم (13) ان (76,9) من المبحوثين يفضلون الأخبار التلفزيونية المصورة وعند تصنيفهم بحسب مستوياتهم العلمية يتبين أن الأميون والذين يقرؤون ويكتبون وحملة شهادتي الدراسة الابتدائية والمتوسطة لا يشكلون أية نسبة في المقابل شكل حملة الشهادة الإعدادية نسبة (3,8%) ونفس النسبة لحملة الشهادات العليا ايضاً (3,8%) في عينة الدراسة في حين شكلت نسبة المبحوثين من شهادة المعهد أو الكلية (69,2%) ولم يكن من بين مختلف المستويات العلمية من يرغب بالأخبار التلفزيونية غير المصورة أو الطويلة وهناك نسبة (7,6%) من المبحوثين يرغبون بالأخبار التلفزيونية وهم من حملة الشهادة الإعدادية فقط. أما الذين يفضلون الخبر المصاحب بوسائل إيضاح شكلوا نسبة (15,3%) كانوا من حملة شهادة المعهد أو الكلية. ويتضح من بيانات هذا الجدول (13) ان أعلى نسبة من المستويات التعليمية التي يرغب بالأخبار التلفزيونية المصورة كانت من حملة الشهادة الجامعية الأولية وخريجي المعاهد يليهم حملة الشهادات العليا، مما يوضح لنا أهمية الصورة التلفزيونية حيث تعد الدعاية التي على أساسها يتشكل الخبر التلفزيوني.

جدول رقم (14)

يبين مدى إحساس المبحوثين بالمشاركة الفعلية في الحدث المعروض في تلفزيون قناة العراقية

النسبة	العدد	إحساس المبحوث بالمشاركة مدى الفعلية بالحدث
80,8%	210	نعم
11,5%	30	أحياناً
7,7%	20	كلا
100%	290	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) ان (80,7%) من المبحوثين تعطيهم الأخبار التلفزيونية إحساساً بالمشاركة الفعلية في الحدث وهناك (11,5%) من المبحوثين يتولد لديهم إحساس بالمشاركة الفعلية بالحدث أحياناً أما الذي لم يتفاعلوا مع الحدث ولم يحسوا به فقد شكلوا نسبة (7,6%). خلاصة الجدول تشير الى ان الغالبية السابقة من أفراد العينة يؤثر فيهم الخبر التلفزيوني مما يجعلهم يتفاعلون مع إحدائه.

جدول رقم (15)

يبين مدى تأثير صورة المذيع في الأستوديو على متابعة النشرة الإخبارية في تلفزيون قناة العراقية

النسبة	العدد	مدى تأثير صورة المذيع على متابعة الأخبار التلفزيونية
42,3%	110	نعم
46,2%	120	أحياناً
11,5%	30	كلا
100%	260	المجموع

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

يبين الجدول رقم (15) مدى تأثير صورة المذيع في الاستوديو على متابعة النشرة الإخبارية في تلفزيون قناة العراقية حيث ان نسبة (42,3%) أجابوا بـ (نعم) مؤيدين تأثير صورة المذيع أو المذيعة في متابعة النشرة الإخبارية وهناك (46,2%) يتأثرون بصورة المذيع إثناء عرض الخبر في بعض الأحيان بحسب نوع الحدث وكانت نسبة الذين لا يتأثروا بصورة المذيع إثناء عرض الحدث (11,5%) من مجموع أفراد العينة.

جدول رقم (16)

يبين مدى تفضيل المبحوثين للأخبار التي يقدمها المندوبين في مسرح الأحداث

النسبة	العدد	مدى تفضيل الأخبار التي يقدمها المندوبين في مسرح الأحداث
100%	260	نعم
-	-	أحياناً
-	-	كلا
100%	260	المجموع

نلاحظ في الجدول رقم (16) إن جميع أفراد العينة يفضلون الأخبار التي يقدمها المندوبين في مسرح الأحداث.

جدول رقم (17)

يوضح مدى ملاحظة المبحوثين وجود علاقة بين الصورة التي يشاهدونها وتعليق المذيع أو المندوب التلفزيوني

النسبة	العدد	مدى وجود تطابق بين الصورة التلفزيونية مع تعليق المذيع أو المندوب
65,4%	170	نعم
26,9%	70	أحياناً
7,7%	20	كلا
100%	260	المجموع

يظهر هذا الجدول رقم (17) ان (65,4%) من المبحوثين يلاحظون وجود تطابق بين الصورة التلفزيونية الخيرية وتعليق المذيع أو المندوب التلفزيوني في قناة العراقية. وهناك نسبة (26,9%) يلاحظون وجود تطابق في بعض الأحيان بين الصورة والتعليق. اما الذين أجابوا بعدم وجود تطابق فشكروا نسبة (7,7%) من المبحوثين وهم يميلون الى تصديق الصورة فقط.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

جدول رقم (18)

يوضح سلوك المبحوثين عندما يختلف كلام المذيع أو تعليقه عن الصورة التي يشاهدونها

النسبة	العدد	سلوك المبحوثين عندما يختلف كلام المذيع أو تعليقه عن الصورة التي يشاهدونها
57%	150	تواصل المشاهدة مع فهم
11,5%	30	تتابعه وبعد ذلك تتركه
30,7%	80	تترك متابعة الاخبار
100%	260	المجموع

لقد أظهرت الدراسات نتائج هذا الجدول رقم (18) ان سلوك المشاهدين يتباين إثناء عرض صورة خبرية غير مطابقة لكلام أو تعليق مذيع النشرة أو المندوب وقد تبين ان 76,6% من أفراد العينة يجهدون أنفسهم لمتابعة الخبر من اجل فهمه وهو أمر سلبي على مدى المشاهدة المستقبلية للقناة فيما اذا تكررت في مرات قادمة. وأجاب 11,5% من أفراد العينة متابعة للخبر ثم تركه، وهناك 30,7% من المبحوثين تترك متابعة الخبر حالما تشعر بعدم وجود علاقة بين النص الذي سجلوه والصورة التي يشاهدونها.

جدول رقم (19)

يبين مدى إحساس المبحوثين بالمتعة اثناء مشاهدتهم للأخبار دون نص

النسبة	العدد	مدى إحساس المبحوثين بالمتعة إثناء مشاهدتهم للأخبار دون نص
38,5%	100	نعم
19,2%	50	أحياناً
42,3%	110	كلا
100%	260	المجموع

يتبين من الجدول رقم (19) ان 38,5% من المبحوثين يجدون متعة إثناء مشاهدتهم للأخبار التلفزيونية من دون نص مثل فقرة من تعليق. وهناك (19,2%) يجدون أو يشعرون بالمتعة بين الحين والآخر عند متابعتهم للأخبار دون تعليق المذيع أو المندوب عليها. أما الذين أجابوا بعدم شعورهم بالمتعة إثناء تعرضهم لمثل هذه الأخبار فقد شكلوا نسبة (42,3%) من مجموع أفراد العينة.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

جدول رقم (20)

يبين مدى فهم المبحوثين للأخبار التلفزيونية عند الإصغاء إليها عن بعد

النسبة	العدد	مدى فهم المبحوثين للأخبار التلفزيونية في حال الإصغاء إليها عن بعد
57,6%	150	نعم
23,7%	60	أحياناً
19,7%	50	كلا
100%	260	المجموع

يوضح الجدول رقم (20) ان أكثر من نصف أفراد العينة وتشكل نسبة (57,6%) يفهمون الأخبار عند الإصغاء إليها. في حين ان نسبة (19,7%) من أفراد العينة أجابت بعدم فهم وإدراك الأخبار عن بعد، اما الذين يستطيعون فهم وإدراك الخبر التلفزيوني عند سماعه وعدم مشاهدته أحياناً فقد شكلوا نسبة (23,7%) من أفراد العينة.

جدول رقم (21)

يبين وجهات نظر المبحوثين في مستوى إنتاج نشرة الأخبار في قناة العراقية

النسبة	العدد	وجهات نظر المبحوثين في مستوى إنتاج نشرة الأخبار
50%	130	اختيار الأخبار
46,2%	120	طريقة إخراجها
3,8%	10	تغيير المذيع
100%	260	المجموع

يظهر الجدول رقم (21) ان وجهات نظر المبحوثين في مستوى الإنتاج لنشرة أخبار قناة العراقية حيث رأى نسبة (50%) من المبحوثين إعادة النظر من ناحية اختيار الأخبار وهم نصف مجموع العينة.

وهناك (46,2%) من المبحوثين يرون من الضروري التريث والدقة في طريقة إخراج النشرة الإخبارية في قناة العراقية فهي من وجهة نظرهم مملة وغير مشوقة ولا تشد انتباههم وإتباعها بطيء وقد أشار (3,8%) من المبحوثين بأنهم يفضلون تغيير مذيع النشرة الذي لا يشد انتباههم للأخبار.

نتائج البحث :

- وفي خاتمة هذه الدراسة يمكن تحديد أبرز النتائج التي توصلت إليها وهي :
- 1- أظهرت نتائج الدراسة المتعلقة بالجمهور العراقي ان جميع المبحوثين يشاهدون برامج التلفزيون وإن الإناث أكثر اهتماماً بهذه البرامج وإن اغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة أكثر من قناة مما يدل على الطبيعة الانتقائية في المشاهدة بالنسبة للجمهور.
 - 2- أظهرت نتائج هذه الدراسة إن الإناث أكثر تعرضاً للبرامج التلفزيونية من الذكور أيضاً حيث بلغت نسبة الإناث اللاتي يشاهدن برامج التلفزيون أكثر من ثلاث ساعات خلال اليوم الواحد (40%) من مجموع العينة في حين شكل الذكور نسبة (12%) لمدة المشاهدة نفسها.
 - 3- إن أعلى نسبة بين الذين يتابعون الأخبار في شاشة قناة العراقية كانت بين كبار السن وإن أقل نسبة كانت بين الشباب ولم يشكل الأطفال ومتوسطي العمر أي نسبة مما يدل إن كبار السن أكثر اهتماماً لمتابعة الأخبار من على قناة العراقية ولعل ذلك يعود إلى إن الأخبار تعد من البرامج الجادة التي تركز على الموضوعات السياسية والاقتصادية.
 - 4- أو ضحت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين ومدى متابعتهم للأخبار التلفزيونية فقد ارتفعت نسبة المشاهدة لهذه الأخبار بين خريجي المعاهد والكليات بينما انخفضت عند خريجي الدراسة الإعدادية والمتوسطة والمستويات الأدنى.
 - 5- إن أعلى نسبة بين الذين يتابعون الأخبار في قناة العراقية وبدرجة كبيرة كانت من المتزوجين وإن أقل نسبة كانت بين العزاب.
 - 6- أظهرت نتائج الدراسة إن أكثر من نصف المبحوثين يشاهدون الأخبار التلفزيونية بهدف معرفة الأخبار والأحداث الداخلية والخارجية وقد شكلت نسبة أكثر من (57%) من مجموع أفراد العينة.
 - 7- أظهرت نتائج الدراسة هنالك علاقة بين مستوى التعليم ونوع الأخبار التلفزيونية فكان حملة الشهادات العليا وخريجي الدراسة الجامعية والمعاهد كانوا من أكثر أفراد العينة رغبة بالأخبار التلفزيونية المصورة.
 - 8- كشفت الدراسة الميدانية إن نسبة (80,7%) من المبحوثين وهم الغالبة يتولد لديهم إحساس بالمشاركة الفعلية في الحدث.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

- 9- أو ضحت الدراسة ان جميع افراد العينة يفضلون الأخبار التي يقدمها المندوبون في مسرح الأحداث.
- 10- بينت نتائج الدراسة ان أكثر من نصف افراد العينة الغالبة نسبتهم (65,3%) يلاحظون وجود علاقة بين الصورة التلفزيونية الخيرية المذيع أو المندوب التلفزيوني.
- 11- أظهرت نتائج الدراسة ان نصف المبحوثين يرون التريث والدقة في إنتاج نشرة الأخبار من على قناة العراقية.
- 12- كشفت الدراسة ان نسبة (57,6%) من المبحوثين يستطيعون فهم وإدراك الخبر التلفزيوني عند سماعه وعدم مشاهدته.

الهوامش

- (*) هناك مصطلحات أطلقت على متجآوات الصورة في بعدها التاريخي ، بالإضافة الى م اذكر منها :
مصطلح الشبح ، والنظرة ، والسيمولاكرا (الخيال) ومصطلح النزعة الايقونية ، بالإضافة الى مصطلح التمثيل / التمثل فالصورة في عرف الحكماء : تطلق على معان منها كيفية تحصيل العقل الذي يعتبر آلة ومرآة لمشاهدة الصورة...راجع تفصيلا في د.صالح ابوصبح وآخرون :ثقافة الصورة في الأدب والنقد: مؤتمر فلاديفيا الثاني عشر(عمان : دار مجدأوى ، 2008) ص ص 146-156
- (1) د.شاكر عبد الحميد : عصر الصورة : السلبيات والايجابيات (سلسلة كتب عالم المعرفة (311) الكويت ، عالم المعرفة ، 2005) مقدمة الكتاب .
 - (1) دفيد كوك : تاريخ السينما الروائية : تر: احمد يوسف (القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب ، 1999) ص 15
 - (1) مختار التهامي، الإعلام والتحول الاشتراكي، القاهرة، دار المعارف، 1996، ص 57.
 - (2) صابر ملحوظ، د.محمد البخاري، العولمة والتبادل الدولي، دمشق، منشورات دار علاء الدين، 1999، ص 170 . 1971.
 - (3) د.نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الاذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 21.
 - (4) د.محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاقتصاد ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1988، ص 163.
 - (5) د.محمد معوض، د.بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، مدينة نصر ، دار الكتاب الحديث، 1996، ص 64.
 - (6) د.محمود حسن إسماعيل، مصدر سابق ذكره، ص 176.
 - (7) كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1993 ، ص 24.
 - (8) نفس المصدر السابق،
 - (9) د.محمود حسن إسماعيل، مصدر سابق، ص 176.
 - (10) المصدر نفسه، ص 61.
 - (11) د.نادية رضوان، دور الدراما التلفزيونية في تشكيل وعي المرأة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997، ص 293.
 - (12) أديب خضور، دراسات تلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1998، ص 68.
 - (13) المصدر السابق، ص 73.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

- (14) عزي عبد الرحمن، الإعلام والبعد الثقافي من أقليمي الى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 31، 1996، ص103.
- (15) كارولين ديانا لويس، مصدر سابق، ص52.
- (16) كارولين ديانا لويس، مصدر سابق، ص52.
- (17) فاروق ابوزيد، فن صناعة الخبر الصحفي، دار الشروق، ط2، 1984، ص387.
- 18 د. محمد حسام الدين إسماعيل : الصورة والجسد: دراسات في نقدية في الإعلام المعاصر (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص82
- (19) محمد معوض، مدخل الى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986، ص131.
- (20) د. سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، دار العربية، 1984، ص131.
- (21) كرم شيلي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، جدة، دار الشروق، 1988، ص71.
- (22) د. منى الحديدية، تكوين الصورة، مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 3، 2000، ص74 . 75.
- (23) رستم ابورستم، الشامل في التلفزيون، المراجعة اللغوية د. كامل جبل، عمارة دائرة المطبوعات والنشر، 1997، ص116.
- (24) د. توفيق بن عبد الله، التلفزيون وإشكالية الثقافة الجماهيرية، المجلة التونسية للعلوم والاتصال، العدد 21، ديسمبر 1978، ص 55 . 56.
- (25) د. أديب خضور، صورة المرأة في الإعلام العربي، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1997، ص23.
- (26) المصدر نفسه، ص23.
- (27) د. محمد معوض، د. بركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص186.
- (28) د. أديب خضور، دراسات تلفزيونية، مصدر سابق، ص57.
- (29) المصدر نفسه، ص77 . 78.
- (30) د. هادي نعمان إلهيتي، مدى تأثير القنوات التلفزيونية الوافدة على المجتمع العربي، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد4، 1994، ص36.
- (31) د.أ. بورتيكسي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1990، ص177.
- (32) كارولين ديانا لويس، مصدر سابق، ص50.
- (33) أ.د. بورتيكسي، مصدر سابق، ص77.
- (34) نفس المصدر، ص178 . 179.
- (35) د. منى الحديدية، مصدر سابق، ص76.
- (36) نفس المصدر، ص76 . 77.
- (37) د. محمد معوض، د. بركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص189.
- (38) د. فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، بيت الحكمة، 1988، ص244.
- (39) د. محمد معوض، د. بركان عبد العزيز، مصدر سابق، ص190.
- (40) د. شاكر عبد الحميد : عصر الصورة ، مصدر سابق ذكره ، ص 34
- (41) نفس المصدر، ص190.
- (42) أ.د. بور تيكسي، مصدر سابق، ص68 . 69.
- (43) د. محمد معوض، أ. د. بركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص182.
- (44) جورجي جرين، اخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ترجمة حمدي قنديل، احمد سعيد، القاهرة، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر لسنة 1977، ص127.
- (45) د. نوال محمد عمر، مصدر سابق، ص97.
- (46) نفس المصدر، ص97.
- (47) كارولين ديانا لويس، مصدر سابق، ص65 . 66.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

- (48) د. محمد معوض، د. بركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص 157.
(49) المصدر نفسه، ص 88.
(50) المصدر نفسه، ص 67.
(51) paul Forsh((Inside the image factory : Stok Photography and Cultural Production)) Media, Culture Society ,vol.23,no5(September 2001),pp.625-646
عن : د. محمد حسام الدين : الصورة والجسد ، م ، س ، ذ ، ص 75
(52) كارولين ديانا لويس، مصدر سابق، ص 65
(53) ثامر مهدي، نشرة الأخبار التلفزيونية، مجلة البحوث، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 26، لسنة 1989، ص 67.
(54) د. محمد معوض، د. بركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص 191.
(55) وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، نتائج التعداد السكاني لسنة 1997.

مراجع البحث ومصادره:

- 1- أديب خضور، دراسات تلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1998.
- 2- د. بورتيكسي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1990.
- 3- توفيق بن عبد الله، التلفزيون وإشكالية الثقافة الجماهيرية، المجلة التونسية للعلوم والاتصال، العدد 12، ديسمبر 1978.
- 4- ثامر مهدي، نشرة الأخبار التلفزيونية، مجلة البحوث، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد 26، 1989 .
- 5- حوري جرين، أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ترجمة حمدي قنديل، احمد سعيد، القاهرة، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر.
- 6- رستم ابورستم، الشامل في التلفزيون، المراجعة اللغوية، د. كامل جبل، عمان، دائرة المطبوعات والنشر، 1997.
- 7- د. سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، الدار العربية، 1984.
- 8- صابر ملحوظ، د. محمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، منشورات دار علاء الدين، 1999.
- 9- عزي عبد الرحمن، الإعلام والبعد الثقافي من أقليمي الى المرئي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 31، 1996.
- 10- فاروق ابوزيد، فن صناعة الخبر الصحفي، مصر، دار الشروق، .
- 11- د. فلاح كاظم المحنة، البرامج التلفزيونية، بغداد، بيت الحكمة، 1988.
- 12- كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1993.
- 13- كرم شيلي، الانتاج التلفزيوني وفنون الأخراج، دار الشروق، 1988.
- 14- د. محمد معوض، د. بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مدينة نصر، دار الكتاب الحديث، 1996.
- 15- د. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 1988.
- 16- مختار التهامي، الإعلام والتحول الاشتراكي، القاهرة، دار المعارف، 1996.
- 17- د. منى الحديدي، تكوين الصورة، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 3، 2000.
- 18- نادية رضوان، دور الدراما التلفزيونية في تشكيل وعي المرأة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997.
- 19- د. نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي.
- 20- د. هادي نعمان الهيتي، مدى تأثير القنوات التلفزيونية الوافدة على المجتمع الغربي، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 1994.

دور الصورة في استمالات التلقي الإعلامي (دراسة ميدانية في المجتمع العراقي إزاء قناة العراقية)

د. عادل خليل مهدي ، د. كامل حسون القيم

- 21- وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، نتائج التعداد السكاني، 1997.
- 22- صالح ابوصبع وآخرون : ثقافة الصورة في الادب والنقد ، مؤتمر فلاديفيا الدولي (عمان : دار مجدلاوي ، 2008،
- 23- د.شاكِر عبد الحميد : عصر الصورة : الإيجابيات والسلبيات (عالم المعرفة (311) الكويت ، المجلس العلمي للثقافة ، 2005).
- 24- دفيد كوك : تاريخ السينما الروائية : تر: احمد يوسف (القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب ، 1999) .
- 25- د.محمد حسام الدين إسماعيل : الصورة والجسد: دراسات في نقدية في الإعلام المعاصر (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، 2008)