



## قراءة الجمهور للصورة في الصحف المطبوعة والعوامل المؤثرة فيها

(دراسة ميدانية على عينة من قراء الصحف السعودية بمدينة الرياض)

د. محمد بن سليمان الصبيحي<sup>(1)</sup>

### ملخص الدراسة:

يعتمد الفرد في قراءته للصورة على العملية الإدراكية للنشاط المعرفي التي تتضمن الانتباه، والوعي، والتنكر، وتمثيل المعلومات، الذي يتاثر بعوامل ذاتية تعود للفرد وبينته وحاجاته، وعوامل خارجية تعود لمثير الإدراك ذاته كاللون والحجم والموضع والسرعة، لذا تسعى هذه الدراسة 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، وقد وظفت هذه الدراسة المنهج العلمي الكمي وفق إجراءات المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة المتبعة في الدراسات الإعلامية، التعرف على الكيفية التي يستخدمها قراء الصحف المطبوعة في إدراكهم للصور الصحفية والأسباب التي تدفعهم لقراءتها واتجاهاتهم نحو استخدامات الصحف السعودية المطبوعة للصور الصحفية بما يسهم في تحديد أنماط تصف الظاهرة المدروسة وتحدد أوجه العلاقة بين متغيراتها، وتم تطبيق هذه الدراسة على قراء الصحف السعودية الذين يعيشون في مدينة الرياض كمجتمع للبحث، وتم سحب عينة عشوائية طبقية من هذا المجتمع قوامها (474) مفردة استند سحبها على المستوى التعليمي والوظيفي كأسلوب للوصول إلى العينة، تمكنت هذه الدراسة من تفسير مانسبتها(53%) من تفاعل القراء مع الصورة الصحفية من خلال (19) مؤشراً تصنفت في خمسة محاور فاست 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 (4.00/3.22) وهذه الأبعد كما أظهرها اختبار التحليل العامل مرتبة تنازلياً هي: جذب الانتباه والفهم والتنكر، والنظرية العامة لشخصيات الصورة، والربط بين الصورة والنص الصحفي، وتحقيق التوظيف المهني للصورة، وتحليل عناصر الصورة الصحفية، وعن الأسباب التي تدفع قراء الصحف السعودية عينة الدراسة للاهتمام بالصورة فقد تمكنت الدراسة من تفسير ما نسبته (53%) من الأسباب من خلال (7) مؤشرات تصنفت في محورين، وفاست الدراسة في ضوء هذين المحورين المفسرين للداعية درجة تحقق هذه الدوافع لدى أفراد العينة، فأظهرت النتائج أن مستوى دافعية أفراد العينة نحو قراءة الصورة والاهتمام بها عال جداً بلغ متوسطه العام (4.00/3.36) وهذا يعني أن اعتماد الصحف على الصور باعتبارها رسالة اتصالية مستقلة أو مصاحبة للنص الصحفي مصدرأً مهماً في دفع الجمهور لقراءة الصحفية وتفضيلها، أما الصور الأكثر تفضيلاً من قبل القراء فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنهن يفضلون صور الموضوعات والأحداث بالدرجة الأولى بمتوسط مقداره (3.61) بينما يفضلون بالدرجة الثانية صور الكاريكاتير بمتوسط مقداره (3.38) واحتلت الصور الجمالية والتشكيلية المرتبة الثالثة لدى أفراد العينة بمتوسط مقداره (3.07) وفي المرتبة الرابعة فضل القراء صور الشخصيات بمتوسط مقداره (3.06) وأشار القراء إلى أنهن يفضلون بالمرتبة الخامسة والأخيرة الرسوم البيانية والجدواں والأرقام بمتوسط مقداره (2.63)، وبالنظر إلى العوامل المؤثرة على تفاعل القراء مع الصور الصحفية وفقاً للأبعاد المكونة للتفاعل وهي: جذب الانتباه والفهم والتنكر، والنظرية 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 يتاثر بالدرجة الأولى بجودة الصور وجمالها الفني، ويتأثر بالدرجة الثانية بصور الشخصيات، ومن ثم صور الموضوعات والرسوم والجدواں والأشكال بالدرجة الثانية، أما بقية العوامل التي اختبرتها الدراسة وهي: مضمون الصورة ومحتوها الوظيفي، والอายم، والتعليم، والنوع، وصور الكاريكاتير والصور الجمالية فقد كان تأثيرها محدوداً بعد أو بعيداً فقط من أبعاد تفاعل القراء مع الصور الصحفية.

(\*) أستاذ الإعلام المشارك في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- الرياض.