

مفهوم النقد الاعلامي - الإذاعي والتلفزيوني -

ورد في القاموس الموسوعي " Larousse " أن النقد هو فن الحكم على عمل فني أو أدبي . أما في قاموس " لسان العرب المحيط " لابن المنصور ، فقد ورد أن النقد خلاف النسيئة ، والنقد والانتقاد تمييز الدراهم وإخراج الزيف منها . ويشير المعنى اللغوي للنقد عموما في قاموس (Larousse) إلى أنه يقوم على وظيفة إصدار الحكم على العمل الفني أو الأدبي ، والذي يتمحور أساسا حول جودة العمل أو رداءته ، بينما يشير المعنى اللغوي في قاموس " لسان العرب " إلى قيامه على المعنى المادي المنصرف إلى نقد الدراهم والدينار ، وهو ما يدل على أن مصطلح النقد بالمفهوم الأدبي لم يكن شائعا في الثقافة العربية حتى حوالي القرن الثالث الهجري ، الذي استعمل فيه العرب كلمة "النقد" لنقد الكلام ، شعره ونثره على السواء .

ومن خلال هذين التعريفين يتضح أن الأدب والفن بصفة عامة هما مجالين تتم فيهما العملية النقدية ، والفن كما جاء في معجم " petit Larousse " هو نشاط إنساني خاص ، يستدعي بعض القدرات الحسية ، الجمالية والعقلية للفنان في مجالات عديدة ، ومنها الفنون الدرامية التلفزيونية .

ويعرف النقد بناء على ما تم التطرق إليه على أنه العملية التي يقوم فيها الناقد على صفحات الجرائد والمجلات العامة أو المتخصصة ، لدراسة العمل الفني من مختلف جوانبه المكونة له ، من خلال عملية الوصف ، التحليل ، التفسير ، والتقييم بإظهار جوانب قوته وضعفه ، للحكم عليه .

وإذا رجعنا إلى الكلمة الانجليزية "critical" فهي مشتقة من الأصل اللاتيني "criticus" أو اليوناني "kritikos" و الذي يعني ببساطة القدرة على التمييز وإصدار الأحكام.

وعلى العموم يمكن رصد معنى النقد الاعلامي بالقول أنه تطبيق المفاهيم والتجارب العلمية في المجالات الأخرى على ما تنشره وسائل الاعلام والاتصال وخاصة وسيلتي التلفزيون والاذاعة، من محتوى ومن منطقية وصدف هذا المحتوى، وكذلك على القائمين بالاتصال (أفرادا ومؤسسات) من ناحية مصداقية المصدر ومهنيته وعدالته وموضوعيته، وكذلك على وسائل الاعلام والاتصال (حكومية أو خاصة او شبكات التواصل الاجتماعي) من ناحية التزامها بالحياد والموضوعية وأخلاقيات المهنة الاعلامية؛ ومن ناحية الشفافية والدقة والوضوح والعدالة والانصاف في ممارسة هذه الوسائل اليومية.

يقول الباحث الجزائري نصر الدين العياضي:

" نقصد بالنقد في المتن المعرفي الغربي نوعا صحفيا على غرار التحقيق أو الريبورتاج الصحافيين، أي يعتبر شكلا من الكتابة التي تمكن الصحيفة من متابعة الإنتاج الثقافي والفني: المسرح، السينما، التلفزيون، الموسيقى والأغنية، الرقص، الفنون التشكيلية، وغيرها. ليس لتلبية هاجس إخباري، بل لتأويل هذا الإنتاج وتقييمه وتقويمه من أجل ترقيته والسمو بالذوق الفني والجمالي، وإثراء الثقافة النقدية في المجتمع.

وبهذا المعنى فإنه يختلف عن النقد الذي يمارسه الدرس الأكاديمي الذي ازداد عمقا وثراء. فانشغال العلوم الاجتماعية والإنسانية بالتلفزيون في العصر الحالي أخذ منحى نقديا، سواء تعلق الأمر بتاريخ التلفزيون، أو اقتصاديات التلفزيون، أو التحليل السيميائي للخطاب التلفزيوني، أو علم الاجتماع الإعلامي (نظريات التلقي، علم اجتماع الاستخدامات، علم اجتماع مهن التلفزيون)، فحتى الفلسفة اهتمت بالتلفزيون. ولا يمكن أن نتصور الاهتمام الفلسفي بالتلفزيون بمنأى عن النقد.

المحاضرة الثانية:

المفاهيم والممارسات المرتبطة بالنقد الإذاعي والتلفزيوني

في المجال الإعلامي يعد النقد نشاطا عقليا هادفا، يقوم على الحجج المنطقية، وغايته الوصول إلى أحكام صادقة وفق معايير مقبولة، ويسعى إلى تفسير وتقييم المضامين الإعلامية ووسائل وأساليب نشرها؛ بالإضافة إلى الوقوف على دقائق وتفاصيل لا تلتقطها إلا العين الناقدة الخبيرة لتقديم محتوى نقدي ناجع ومفيد يستطيع المتلقي من خلاله التعرف على الخبايا والزوايا التي لم يقف عليها سابقا وساعدته عين الناقد في ذلك، ويعين الجهات ذات العلاقة على اتخاذ قرارات ملائمة لواقعها واحتياجاتها المستجدة.

كما أن العملية النقدية في المجال الإعلامي تدفع الناقد إلى تفحص المدخلات، وجمع التجارب المهنية، بالإضافة إلى التأطير المعرفي والذي يسعى إلى طرح الرؤى النقدية العميقة والمؤثرة في المعلومات المتنوعة المرتبطة بالمجالات المختلفة التي تتفاعل معها العملية الإعلامية لتنمية وتحديد المفاهيم المتعلقة بالمعارف الإعلامية.

ومعروف أن الوظيفة النقدية هي إحدى وظائف الإعلام المهمة لصناعة التأثير المطلوب، وتتوير الرأي العام، وصياغة الاهتمامات، وتأطير المحتوى الإعلامي المختلف مما يقود إلى تطوير المضمون الإعلامي، وتقييم العملية الإعلامية في أي شأن أو منتج إعلامي.

تلعب الرؤية النقدية دورا كبيرا في قدرة الوسائل الإعلامية على بذل مجهود متزن ومنضبط لتقويم وتقييم الممارسات المهنية و"مسطرة" المنتج الإعلامي حيث يسهم ذلك في تجاهل الانطباعات الشخصية والاعتماد على الأسس الإعلامية، التي بدورها تساعد على تشكيل انطباعات جادة، ونقد أكاديمي وإعلامي مبني على مجموعة من الفرضيات المتقنة.

ويمكن القول: أن ممارسة النقد ليس آراء يمكن طرحها عشوائيا وعبثا لشعور أحدهم أنه صاحب رأي حر في تقديم وجهة نظره.

الآراء هي انطباعات معبأة بعقلية الشخص وملتصدة بقناعته الشخصية.. ويوجد جهل كبير لدى الكثير حين يتعزز بأطروحاته اعتقاداً منه أنه نقد، ويضع نفسه مراقباً ناقداً لكل حالة

سواء فهمها أو لم يفهمها، فيعيش حالة عمى وإعياء شديدين لأنه صنع من نفسه ناقداً عظيماً.. فتحول بعد ذلك إلى ناقد ضخم.

ومن أكثر المفاهيم التي يرتبط بها النقد الإذاعي والتلفزيوني مفهوم (التفكير الناقد)، وتعود جذور عبارة "التفكير الناقد" إلى منتصف وأواخر القرن 20، فقد عرض كل من (مايكل سكريفن وريتشارد بورد Michael Scriven et Richard Paul) في المؤتمر السنوي العالمي الثامن للتفكير الناقد والتعليم (Reform, summer 1987)، الذي أسس لمفهوم التفكير الناقد، وقد عرفاه بأنه: " تلك العملية المنضبطة فكرياً بشكل ماهر وحيوي، لفهم وتطبيق وتحليل وتأييد وتقييم المعلومات التي يتم تجميعها من خلال الملاحظة والتجربة، والتأمل والتفكير والاستنتاج والمناقشة والتواصل، كدليل على اعتقاد ما أو عمل ما، والتفكير الناقد النموذجي يستند إلى القيم الثقافية العالمية مثل: الوضوح والدقة والإحكام والاتساق ووثاقة الصلة بالموضوع والدليل الصحيح والحجج السليمة والعمق والسعة في التفكير والنزاهة (والإنصاف)، ويستلزم التفكير الناقد فحص هياكل أو عناصر التفكير المتضمنة في: الغرض (الهدف)، المشكلة، القضية موضوع التساؤلات، الافتراضات، المفاهيم، الأسس التجريبية، التفكير المؤدي للاستنتاجات، المضامين والنتائج، الاعتراضات من وجهات نظر بديلة، (المرجعية).

المحاضرة الثالثة:

وظائف النقد الإذاعي والتلفزيوني

يرى الأستاذ يوسف عبد العالي أن:

*النقد الإعلامي يقدم أسساً ومعايير للتعامل مع الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور، وبذلك يمكن المتلقي من تقييم مضامين وسائل الإعلام على اختلاف مجالاتها ومواضيعها وتوجهاتها.

*يساهم النقد الإعلامي في تطوير مهارات التفكير النقدي للمتلقين تجاه المواضيع ومضامين وبرامج وسائل الإعلام، تلك المهارات التي تمكنه من القدرة على حسن الانتقاء والاختيار لما يتعرض له من محتوى إعلامي وحسن استخدام وسائل الإعلام.

*يعمل النقد الإعلامي على الحفاظ على الهوية الثقافية والتاريخية والخصوصيات الحضارية للشعوب خاصة في ظل الانفجار المعلوماتي والتطور التكنولوجي للإعلام والاتصال والبيث الفضائي، الذي يتخطى حواجز الزمان والمكان وتدفق ثقافات مختلفة ومتنوعة عبر الفضائيات وشبكة الانترنت بما تحمله من كم هائل من الأفكار والقيم والمعلومات والصور التي قد تتعارض مع أو تمس منظومة القيم الثقافية والحضارية للمتلقي في العالم العربي.

*يقوم النقد الإعلامي بمواجهة الوعي الزائف الذي تحتوي عليه الرسائل الإعلامية المتدفقة والتي قد تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته ولكن من جانب آخر فإن المتابع لهذه الرسائل كثيرا ما يلحظ تشويه لكثير من الدول والشعوب والثقافات والأديان والتاريخ وغيره مما يؤدي إلى نقل معلومات مضللة أو مشوهة إلى الجماهير؛ فضلا عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضامين إباحية يمكن أن تساهم في تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب المراهقين والأطفال في الوطن العربي والجزائري؛ ولقد أصبح المواطن العربي المسلم مستهدفا من وسائل الإعلام الغربية من ناحية؛ ومن بعض الدول والجهات المشبوهة من خلال شبكة الانترنت من ناحية أخرى، مما يجعل الفضائيات والانترنت وسائل اتصالية خطيرة إن لم يحسن استغلالها بطريقة ايجابية وفهم محتوياتها ونقدها.

كما يرى الباحث أن النقد الإذاعي والتلفزيوني يقتضي وجود نقاد مؤهلين لهذه المهمة وعليه فان توظيف النقاد في الفضاءات الإعلامية يخضع إلى مجموعة من العوامل التي يمكن تلخيصها في الآتي :

1- تحصيل تكوين تأهيلي خصوصي لممارسة النقد الإذاعي والتلفزيوني.

2- فتح المجال لاختيار ممارسة هذا النقد كنشاط متكامل وحيوي في المجتمع بالدرجة نفسها التي يتمتع بها أي نشاط إعلامي في المجالات الأخرى.

3- توفر مرجعية فكرية وثقافية تمكن الناقد من الاضطلاع بدوره وتمكنه من مقارنة العمل الإذاعي والتلفزيوني بأبعاده وخلفياته ومرتكزاته الفكرية والثقافية والاجتماعية.

4- اعتبار هذا النوع من النشاط النقدي كنشاط متكامل وحيوي في المجتمع بالدرجة نفسها التي يتمتع بها أي نشاط إعلامي في المجالات الأخرى.

المحاضرة الرابعة:

مستويات النقد الإذاعي والتلفزيوني

(الشكل ، المحتوى، اللغة الاعلامية في الاذاعة والتلفزيون، الصورة)

بالتركيز على مستويات النقد الإذاعي والتلفزيوني يمكن الوقوف عند العناصر التالية:

1-نقد الشكل: ونقف عند هذا المستوى على:

-نقد الشكل الاعلامي: هل الشكل الاعلامي موافق مع طبيعة المضمون، وهل يتوافق مع السياقات السائدة، هل يستجيب لشروط الخبر ام التقرير أم التغطية ام الروبورتاج ام التحقيق والاستقصاء، أو هل يصلح لأن يكون الامر أفضل مع حوار الشخصية أم مع الطاولة المستديرة أم مع حديث الشخصية أم مع أشكال اخرى أفضل.

-نقد الديكور: (هل هي طبيعية ام اصطناعية) وهل هي عصرية ام تقليدية، وهل تستجيب لمواصفات القيم الجمالية، وهل هي جذابة أم لا، وهل تلقي بالبصر الى الانجذاب الطوعي، وهل هي كبيرة أم صغيرة، هل هي مكلفة أم لا، هل هي متناسبة مع الموضوع أم لا.

-نقد الأزياء هل الأزياء مواتية ام لا، هل هي عصرية ام لا، هل تتوافق والبرنامج ام لا، هل هي مكلفة ام لا.

-نقد الاطار الفيزيقي: من خلال التركيز على الأثاث والخلفيات وكل العناصر التي يحتويها البرنامج، وكذلك كل التقنيات البارزة في الحصة أو الأستوديو مع عدم اغفال التأثيث والجمهور والخلفيات والظل وغيرها.

-نقد الألوان: هل تناسب حال البرنامج ومضمونه وموضوعه ام لا، هل هي جذابة ام لا، هل هي دافئة ام ساكنة، وعناصر اخرى مثل العمق والبروز والوضوح والتداخل وغيرها.

-نقد اللغة: هل اللغة مفهومة ام لا، هل هي واضحة ام لا، هل هذه اللغة يفهمها الجمهور أم هي لغة اجنبية لا تفيد الجمهور في فهم المبنى والمعنى، هل هي لغة أصلية أم لغة مذبذبة أم لغة مترجمة، ام عبارة عن اشارات ورموز وايقونات وحركات وغيرها.، وكذلك يمكن الوقوف عند أسلوب كتابة هذه اللغة، هل هي لغة بسيطة في الطرح ام لغة مركبة، هل هي لغة اعلامية محضة، ام لغة علمية معقدة، ام لغة أدبية انشائية فيها الإطناب والأدب والاستعارات وغيرها حيث لا تفيد المعنى الاعلامي ولا يفهمها المتلقي.

-نقد الصورة: الصورة كما هو معلوم خطيرة جدا، وهي تغني المتلقي عن كلام كثير، وهي تختزل كل معاني الاشياء والأحداث والموضوعات والوقائع، وللصورة ايديولوجيتها، ولها عرض، ولها تفسيرات وتأويلات كثيرة، وترتبط بالزمان والمكان وبالأشخاص، وبشهود عيان، وبإطار زمني ومكاني وبشري، وهي مزيج بين الحروف والرموز والإشارات والتركيبات والخطوط، ويمكن هنا تحديد ما اذا كانت مناسبة لمعالجة الموضوع ام لا، وهل هي موجهة أم لا، كذلك يمكن نقد طريقة تأطيرها والهوامش التي تحدها، والأشياء التي تنقلها، والتعبير التي تعترتها، والألفاظ والألوان البارزة فيها، وشكلها والأفكار الظاهرة والمستترة التي تعبر عنها وتلقي بها في ذهن المتلقي، يمكن الوقوف ايضا عند سلم اللقطات، وحركة التقاطها، وديناميتها وبنوراميتها أو سكونها، وتوأمها مع الموضوع والغرض منها وتأثيرها في النهاية.

-نقد الانواع الاعلامية، هل الخبر محرر بطريقة جيدة، وهل يتوفر على تقنيات كتابة وتحضير الخبر الصحفي، واذا كان تقريراً، فأى الأسئلة يركز عليها، وما هي التفاصيل التي يركز عليها، واذا كان تغطية هل جانب عناصر كانت ستتقص من اهمية التغطية، واذا ما كان روبرتاجاً، هل الروبرتاج جمالي، وما درجة الجاذبية فيه، وماهي الاشياء التي تجذب انتباه المتلقي وتجعله ينصت او ينجذب نحوه، وهل الروبرتاج يركز على زاوية واحدة ام على زوايا كثيرة...اما اذا كان تحقيقاً واستقصاء، هل الاستقصاء يشبه التحري الأمني ام لا، ما هي الزاوية التي ركز عليها، هل وظف الشواهد والأدلة والحجج والبراهين ام لا.

ويمكن ادراج عناصر اخرى كثيرة، هي عبارة عن مستويات ثانوية.

المحاضرة الخامسة:

أسس صناعة المادة الاعلامية السمعية البصرية (الأخبار، الدراما، البرامج الوثائقية، الاشهار)

1/ الأخبار:

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي و الخبر التلفزيوني؛ ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن و استطاعت أن تؤسس تقاليدھا و ممارساتها الصحفية و تطور لها أسلوبا مميزا عن أسلوب الجريدة ... و حين ظهر التلفزيون استفاد كثيرا من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن ... و هنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيرا على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة و مكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية و إبراز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية وهي:

- 1 الجمل قصيرة وبسيطة
 - 2 يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن
 - 3 عدم استخدام الجمل المعقدة و الكلمات النادرة
 - 4 في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ و لذلك لابد أن تكون سهلة النطق
 - 5 استخدام أقل ما يمكن من الضمائر
 - 6 حداثة الخبر الإذاعي
 - 7 في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الإسم
 - 8 لا تبدأ الجملة بمقتبس في الأخبار الإذاعية و لا يترك إسم المصدر في نهاية المقتبس
 - 9 لا تبدأ الجملة بالإحصاءات و كثرة الأرقام
 - 10 إستخدام المبني للمعلوم
 - 11 الحذر من تغطية أخبار الجريمة
- أما الخبر التلفزيوني فشأنه شأن خبر الراديو، لم يكتب لكي يمكن إختزاله من النهاية أو من أي نقطة أخرى بل إنه وحدة متماسكة و بناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة و متن و خاتمة؛ و إذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماما مثلما لو حذف الفصل الأخير من

مسرحية متقنة الصياغة ... ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته و لكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافيا، و هذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين ... و هذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين و ليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع.

والنقاط الأساسية التي لا بد أن يقف و يتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي:

1 الإيجاز

2 خلفية الخبر

3 التعبير المجازي

4 لباقة الحديث

5 التطابق بين الصورة و الكلمة

6 أكثر الكلمات للمذيع و أقلها للصورة

7 مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر

8 الإفادة من الصوت الطبيعي

9 توافق النص مع منطوق الصورة

2/ الدراما التلفزيونية:

الدراما التلفزيونية (المعروفة أيضا باسم «المسلسلات») هو شكل من أشكال العرض

التلفزيوني الذي يعتمد على تسلسل الأحداث الدرامية. أخذت الكلمة من اللغة الإغريقية

القديمة "drama" وتعني "العمل" وتأتي أيضا بمعنى التناقض حيث إنها كلمة مشتقة من

عدة أسماء لكتاب وفلاسفة مشهورين، حيث يجتمع في هذا النوع من التمثيل خليط من

الضحك والجد والواقع والخوف والحزن.

تعتبر الدراما من المواد الهامة التي تقدم علي شاشة التلفزيون كوسيلة إعلامية لها تأثير

كبير علي الجمهور، نظرا لارتباطه بما يقدمه و تأثيرها الكبير عليهم، لأنها تقدم مواد درامية

و موضوعات تهم الجمهور، لقدرتها على نقل المواقف و الأحداث و القضايا من الواقع الاجتماعي و تجسيدها على الشاشة بتفاصيلها و تقديم الحلول لها.

بين الدراما والتراجيديا: تهدف الدراما إلى جذب انتباه الجمهور وتوسيع وتعميق فهمهم للحياة، والعلاقات الاجتماعية من خلال إيصال رسائل وتحفيز التعاطف والإثارة والتشويق. أما التراجيديا فتعرف على أنها: جزء من الدراما، وتتميز بوجود حدث مأساوي يحدث لبطل الحكمة أو وجود عيب مأساوي في شخصيته؛ يقوده إلى سلسلة من الأحداث المؤسفة.

تشتمل العناصر الدرامية على:

- تمهيد أو المقدمة
- الحدث الصاعد
- الذروة
- الحدث النازل
- حلّ العقدة أو النهاية أو الفاجعة

المحاضرة السادسة:

أسس صناعة المادة الاعلامية السمعية البصرية (البرامج الوثائقية، الاشهار) (تابع)

3/ البرامج الوثائقية:

البرنامج الوثائقي الإذاعي والتلفزيوني هو قالب سردي يختلف عن السرد الذي يشكل المسلسلات التي تروي حكايات غير واقعية، فالقالب الوثائقي يغطي أحداثا ومواضيع واقعية، بنوع من العمق ومن مختلف الجوانب.

والفيلم الوثائقي أو التوثيقي هو فيلم يعرض فيه مخرجه حقيقة علمية أو تاريخية، أو سياسية، بصورة حيادية ودون إبداء رأي فيها. وهو يتضمن سراً تاريخيا أو سياسيا لمواقف سجلت سابقا، أو لنكبات أو حروب حصلت في الماضي أو الحاضر القريب.

تصنع الأفلام الوثائقية وفق خطة عمل تتضمن في الغالب:

خطة عمل:

تحتاج الكثير من العمل والتحضير قبل بدء التصوير.

-التفكير في الشكل النهائي للقصة.

-وضع جدول زمني لفترة التصوير والمونتاج مع الصرامة في الالتزام به.

-تحديد الرسوم المتحركة و البيانية؟

-من أين سوف تحصل على الموسيقى الخاصة بالبرنامج ؟

-من هو جمهورك ومن سيعرض الفيلم الوثائقي؟

-ما هي مدة فيلمك المناسبة؟

4/ الاشهار:

الإشهار بالإنجليزية : Publicity وهو نوع من أنواع الإعلان، والذي يعتمد على تأثير الوسائل الإعلامية بهدف الترويج لمبيعات معينة ، سواء أكانت بيع سلع أو تقديم خدمات. كما يعرف الإشهار بأنه توفير معلومات حول شيء ما عن طريق استخدام الدعاية في الإعلان عنه، وقد يكون هذا الشيء منتجا، أو فكرة تجارية، أو شخصا، أو شركة وهو مدفوع الأجر.

ومن التعريفات الأخرى للإشهار أنه الوسيلة التي تهدف إلى التواصل مع الجمهور عن طريق تزويدهم بمجموعة من الأفكار حول موضوع معين، مما يساهم في بناء المعرفة عندهم.

كما يعرف الإشهار بأنه: الشهرة التي تنتج من خلال استخدام طرق الإعلام؛ سواء المرئية، أو المكتوبة، أو المسموعة، والتي تساهم في جذب اهتمام الجمهور وذلك بمقابل مادي.

يعتبر الإشهار التلفزيوني من أهم الأساليب الترويجية التي تعتمدها أي مؤسسة إنتاجية اقتصادية كانت أو خدمية... إذ يستمد قوته من التلفزيون الذي يعتبر من أكثر وسائل الإشهار تأثيرا على المستهلك و السيطرة على ذهنه وسلوكياته، فهو يربط بين البعد المرئي و السمعي من الرسالة الإشهارية، لذلك تتوفر أسباب الجذب كلها في الإشهار التلفزيوني مقارنة بغيره من الوسائل الأخرى. ونظرا لأهميته البالغة فقد لقي هذا النشاط باهتمام المنتجين في الترويج لخدمات و سلع مؤسساتهم، من أجل أخذ مكانة مرموقة في السوق، وبالتالي زيادة المبيعات وتحقيق أرباح المؤسسة.

المحاضرة السابعة:

الصورة وآليات تأثيرها

تطلق الصورة على أحد الابتكارات التي توصل إليها الإنسان ليحصل بها على شكل مماثل تماما لشيء معين عادة ما يكون جسما ماديا أو أحد الأشخاص، كما أنه يشير إلى التعامل مع الأجسام ذات بعدين .

الصورة التلفزيونية (بالإنجليزية (Television Image) هي إحدى الوسائل البصرية وقد تطورت بتطور التكنولوجيا وتعتبر من الوسائل التركيبية التي تمزج بين العناصر الصوتية والحركية والبصرية في إرسالها واحدة عن طريق الأقمار الصناعية.

وتعتبر الصورة التلفزيونية لغة عاطفية وأداة لاستمالة رغبة المشاهد.

كما تتنوع المواضيع والظواهر التي تعرضها الصورة التلفزيونية كالتراجيديا، الفكاهة، القبيح والمضحك حيث تقيس مدى تأثيرها على المشاهد، وتعتبر البرامج التلفزيونية نموذجا للصور التلفزيونية كالنشرات الإخبارية، المسلسلات، البرامج الترفيهية، الإعلانات، البرامج التعليمية والثقافية والبرامج الرياضية.

الصورة التلفزيونية والتأثير:

- 1- إن الصورة في التلفزيون أخذت بعدا جديدا يزيد على الصورة الثابتة، فهي صورة حية تتكلم وتتحرك، وهذا أعطاها فعلا تأثيريا إضافيا .
- 2- يزداد تأثير الصورة بسبب تكوينها التقني وبلاغتها التكنولوجية، وإشباعها بالألوان الأصوات والمؤثرات، بحيث تستنقر أحاسيس المشاهد البصرية والسمعية وتستحوذ عليه.
- 3- لقد تفوق التلفزيون على كل وسائل الاتصال والإعلام الأخرى بسبب سطوة الصورة المتحركة، ولأنه يأتي في بيتك، وفي غرفة نومك، وفي جهاز الكمبيوتر الخاص بك، وجهاز الهاتف المتحرك الذي تحمله في جيبك.
- 4- إن الصورة التلفزيونية المتحركة ببهاؤها وألوانها الزاهية جذابة ومغرية، توحى بالاسترخاء، وتمنح متعة التلقي.
- 5- إن الصورة التلفزيونية بالغة التأثير، بسبب سرعتها الخاطفة، وتعاقبا الشديدا، فلا يجد الذهن وقتا للتفكير والتمعن والتأمل.
- 6- من أجل ذلك أصبحت الصورة الحية أكثر الوسائل الإعلامية إقناعا، وقدرة على التأثير... يتبع

