الباب الثانى

التصوير والاتصال الجماهيرى

الصورة ضمن إطار الاتصال الجماهيرى عبارة عن وسيلة اتصال تنقل الرسالة إلى المتلقى بأقل قدر من التحريف أو الخطأ . وإذا قمنا بقياس الصورة (الثابتة – أو الفيلم السينمائى) وفق نظريات الاتصال التى عرضتها الدكتورة جيهان أحمد رشتى فى كتابها الموسوعى « الأسس العلمية لنظريات الاتصال » نجد أن الصورة تتعدى حدود التشويش أو الشوشرة فلا يمكن بطريقة سهلة تغيير تعبيرات صور الأشخاص وأيضا يصعب إلى حد ما إدخال عناصر جديدة أو اضافة وحدات زائدة – ولو حدث فإن هذا يجعل الصورة أكثر من قدرتها على نقل المعلومة ويقلل من أثرها على الفور متى كشفت الخدعة .

ويتوقف أثر الصورة على مستقبل الرسالة الإعلامية وقدرته على استيعاب مغزاها وفهم أبعادها والقدرة على تأويلها وفك رموزها بدقة بطريقة سليمة وهى عملية تتأثر بتجربته السابقة وخلفيته الثقافية وإطاره المرجعى عن الوسيلة والمعلومات التى تضمنها واهتمامه الذاتى بهذا النوع من أدوات الاتصال الجماهيرى .

وعلى هذا النحو فإن استخدام الصورة إعلاميا يجب أن تخضع لنفس الضوابط الخمسة التى صاغها هارولد لاسويل عام ١٩٢٢ على النحو الموضح للحلقة الاتصالية .

من يقول ؟ .. المرسل .

وماذا يقول ؟ ... الرسالة الإعلامية .

ولمن يقول ؟ ... متلقى الرسالة الإعلامية .

ولماذا يقول ؟ ... أسباب بعث الرسالة الإعلامية .

وبأى وسيلة ؟ ... الصورة .

والتى حاول المفكر الإعلامى مارشال ماكلوهان ! رغم اقتناعه بأن الإتصال المصور

قد قفز فى العقود الأخيرة ليصبح النموذج الاتصالى الأمثل لأن البعد البصرى قادر على إثراء الكلمة وإيضاح التفاصيل أكثر من الكلمة المكتوبة والمسموعة] حاول إثبات أن المجتمعات الأمية أو المتخلفة تحتاج إلى تدريب خاص للتعود على هذا الوسيط الإعلامى . وقام مارشال ماكلوهان بإعداد وتصوير فيلم سينمائى بسيط المضمون بسيط التركيب والصياغة الفنية وليس به ما يربك فى استخدام العدسات أو ما يشتت الذهن ولا يستغرق زمن عرضه سوى خمس دقائق ويدور حول مرشد صحى فى إحدى قرى دول العالم الثالث النامى (المرسل) أما ماذا يقول ؟ فإنه يتولى إرشاد المواطنين فى القرية الأفريقية النائية عن أسهل الطرق للتخلص من القاذورات خاصة الماء الراكد فى البرك أمام الأكواخ . وصاغ مارشال الفيلم على هيئة قصة قصيرة مؤداها أن رجلا خرج من كوخه فرأى وعاءًا مملوءًا بالماء الراكد فحمله بعيداً عن الكوخ ونثر الماء على الأرض حتى لا تتكون بركة تساعد على توالد الباعوض . (أما لمن يقول ؟ فقد تم عرض مشاهد الفيلم على ثلاثين رجلا من أهالى القرية من أعمار مختلفة فوق سن البلوغ ، ولماذا يقول ؟ تنبيه المواطنين والسكان إلى خطورة تجمع الباعوض فى الماء الراكد .

وقد طرح على المشاهدين فور انتهاء العرض السؤال ماذا رأيتم ؟ إلا أن الاجابات جاءت محيرة ومذهلة رغم بساطة الفيلم قصة وسيناريو وتصوير ، فقد زاغت أبصار المشاهدين إلى جزئيات صغيرة وبسيطة لم تكن فى السياق الدرامى للأحداث ولم يتوصل معظمهم إلى تحديد القصة الأساسية أو المغزى وراء عرض الفيلم عن (الإرشاد الصحى) ، فقد ركز أحدهم على فرخة دخلت بعض المشاهد صدفة ، وانكب كثيرون يحاولون التعرف على بطل الفيلم وتحديد من يكون من رجال القرية ، وفى خضم هذا التشتت لم يستطيعوا تكوين فكرة واضحة تبعد عن الإطار المحسوس إلى المجال المقصود .

وقد كرر مارشال ماكلوهان* عرض الفيلم على شريحة أخرى من الناس تعودوا على رؤية الصور والأفلام السينمائية واستطاعوا الإجابة على السؤال . وترتيبا على ذلك فإن فهم الرسالة المصورة واستيعابها ، يتطلب متلقين لم يعد تكتيك التصوير يشد انتباههم ، وأصبح رؤية الصور شيئا مألوفا حتى لو تم التصوير بالعدسات المنفرجة الزاوية أو

(*) ترجمة سعد لبيب وآخرون مراجعة خليل صابات .

عدسات عين السمكة التى قد تغير من منظور اللقطة الفيزيائية وتعكس منطق قد يغيب عن الملتقى .

■ **الصور الفوتوغرافية وفق نظرية « مارشال ماكلوهان »**[١] :

شرح مارشال ماكلوهان - فى كتابه كيف نفهم وسائل الاتصال - الصورة الفوتوغرافية فى المجالات الإعلامية بطريقة خلطت بين المفهوم واللامفهوم بدعوى أن علوم الاتصال من أصعب العلوم ، وإن انتهى من هذا الخلط إلى تعريف أقرب إلى المثل الصينى الدارج أو القول الشائع بأن الصورة الجيدة تغنى عن ألف كلمة ، رغم أنه صاغ القول وفق نظرية ابتدعها باسم الساخن والبارد حسب تأثير وسيلة الإعلام على متلقى الرسالة الإعلامية ، وهى نظرية غريبة الفهم حتى على بعض مختصى الإعلام ، فقد عرضها بأسلوب يجمع بين الفلسفة وعلوم الاجتماع والالكترونيات والعلوم الطبيعية ، لدرجة أن مارشال نفسه كان يقول بأنه أحيانا لا يفهم ذاته وإن كان كلامه حول الصورة لم يأت بشىء جديد أومبتكر فالصورة الفوتوغرافية حسب رأى ما كلوهان ذات تعريف عال من الناحية البصرية وهى وسيلة ساخنة لأنها تمد حاسة واحدة من حواس الإنسان (البصر) إلى درجة عالية من الشدة ولا تترك له شيئا كثيرا لكى يملأ أو يكمله ، لذا لا تتطلب كثيرا من المشاركة .

وينطبق القول على قلة من الصور الفوتوغرافية الصحفية التى تركز على الأحداث الإنسانية فقد تصل إلى درجة السخونة والاشباع الإعلامى المطلق مثل مئات بل آلاف الصور التى نشرت عالميا عن الدمار والخراب الذى أصاب البوسنة والهرسك بعد العدوان الصربى فى حين أن معظم الصور الصحفية تتطلب تقنية خاصة أثناء التصوير واختيار الزوايا والتركيز على القيمة الخبرية ومع هذا تقصر عن الوصول إلى حد السخونة وتحتاج إلى بعض كلمات تسطر أسفلها تشرح عناصرها وأحيانا معانيها فيما يعرف باسم المعامل السيئ .

ويفسر لنا هذا التأثير المزدوج للصورة والكلمة على أن متلقى الرسالة بنظرة إلى الصورة ثم قراءة الكلمات المصاحبة فإن عينية تعمل على إستخدام حاسة البصر اثناء

---

(١) أنظر الصورة فى الشكل رقم (١ / ٢) كعينة صور ترقى إلى أعلى من تعريف مارشال ماكلوهان .

شكل (١ / ٢)

إحدى شهداء ضحايا المسجد الابراهيمى يوم اطلق الاسرائيليون النار على مسلمين فلسطينيين يؤدون صلاة الفجر فى إحدى أيام رمضان ١٩٩٤ .. ولم تهتز ضمائر كثيرة .

النظر إلى الصورة ثم تتحول إلى أذن تستشعر ومع الكلمات وتمنح الصورة بعدا جديدا إلى أبعادها الأساسية . ولكم فى صور هتك عرض نساء البوسنة صرخة مدوية لكل ذى عقل ووعى وإدراك .

■ فيزيائية الصورة الإعلامية :

الصور الفوتوغرافية عامة والصور الإعلامية على وجه الخصوص عبارة عن تمثيل مسطح لواقع مجسم ، أو هى معلومات مسجلة ضوئيا على محورى الطول والعرض تترجم تأثيرات تقع فى الأصل على خمس محاور هى **الطول - العرض - العمق - التأثيرات البيئية والحركية خلال الزمن** ، والأكثر من هذا انها تختزل كل هذه المحاور اختزالا كبيرا فمقابلة بين شخص ومسئول عندما تنشر فى الجريدة اليومية تصل نسبة اختزال المساحة فيها إلى حوالى ١٨ مرة أما صور منظر طبيعى أو صورة مبنى ضخم أو ما شابه فقد يصل الاختزال إلى ٥٠٠ أو ١٠٠٠ مرة ، مما يستدعى على مرسل الرسالة مراعاة هذه القيود بدقة وتحديد وسائل وآلات التصوير بعناية بالغة ، ويتوقف نجاح المصور فى إبراز المعنى الإعلامى على مدى عمق وثقافة المصور وقدرته الذاتية على التحكم فى متغيرات التصوير بإجراء التوافق بينها وصولا للهدف المنشود .

ورغم أن الصورة الاتصالية شأنها شأن أى صورة أخرى من حيث ضبط حدة الصورة وكمية الضوء المار إلى الفيلم فهناك تأثيران بصريان فى غاية الأهمية يوليها المصور عناية كبيرة ، **الأول التحكم فى عمق ميدان الصورة لإعطاء الإيحاء بالبعد الثالث أمام وخلف غرض الصورة إذا تيقن من أثرها فى خدمة الغرض الإعلامى** . فليس من المستحب نشر صورة للقاء شعبى بين قائد سياسى وشعبه وعمق الميدان متضائل إلى الصفر ولا يبدو فى الصورة إلى وجه الزعيم السياسى إنما تتطلب مثل هذه الصورة إبراز وتركيز على المحور الثالث بنفس درجة حدة ووضوح الصورة ، أما لو قصد المصور الإعلامى التركيز على وجه محور الصورة لإبراز تأثير معين فليس هناك من داع لاحتواء الصورة على عمق ميدان كبير وخير مثال على الحالة الأخيرة ما نشر فى بعض الصورة الصحفية عن اجتماعات دولية هامة تماثل فيها أحد وزراء خارجية دولة كبرى للنوم وتابعه المصور بعدسته ويوم نشرت الصور استنتج القراء أن المناقشات داخل قاعة المؤتمر لم تكن على مستوى يبعث على النشاط والتنبه .

العامل الثانى الذى يركز عليه المصور الإعلامى هو تأكيد محور الزمن فى الصورة باستخدام سرعات تصوير تقل أو تزداد وفق طبيعة الحركة فى المشهد بما يحقق تجميد المشهد عند لحظة أو برهة مناسبة وفى هذا يعبر هنرى كارتير برنسون H. C. BRENSON بأنها اللحظة الحاسمة لالتقاط الصورة الإعلامية .

■ أنواع الصور الإعلامية :

تقسم الصور الإعلامية وفق طبيعة الرسالة والمرسل والوسيلة إلى نوعين أساسيين هما :

١ - الصورة الثابتة :

وهى الصورة التى تنتزع من الزمن برهة وتجمد الأحداث هنيهة وتسجل الحدث ضوئيا على الأفلام الحساسة وتستخدم عادة فى الصحافة والإعلام المقروء . وتنقسم الصور الثابتة إلى :

(أ) الصورة المنفردة :

ونعنى بها صورة واحدة للخبر سيان كان محليا أو عالميا شكل (٢ / ٢) .

شكل (٢ / ٢)

صورة صحفية عن إحدى مآسى الضرب وهى ترقى إلى ما يفوق نظرية الساخن والبارد لمارشال ماكلوهان .

(ب) الصورة المتتالية :

وهى عبارة عن مجموعة صور التقطت من زاوية واحدة فى زمن وجيز كالفيلم الذى سجل لمصرع أحد الجناة أو الصور التى التقطت ونشرت عالميا عن مصرع رئيس دولة عربية عام ١٩٨١ .

(جـ) القصة المصورة :

عبارة عن مجموعة صور متتابعة تصور من أكثر من جهة أوزاوية ويفصل بين كل صورة ولاحقتها فاصل زمنى يمتد إلى حد ما .

* * *

شكل (٣ / ٢)

صورة صحفية عن إحدى كوارث الطيران وتتجلى البراعة فى سيطرة الصور على أعصابه رغم الخطر المحيط به .

■ إحصائيات عن الصور الإعلامية

تميل الصحافة العربية عموما إلى نشر الصور المفردة وتبلغ أكثر من ٩٨ ٪ من إجمالى الصور المطبوعة مع المادة المقروءة ، بينما تتخصص المجلات المصورة فى نشر الصورة المتتالية أكثر من الصور القصصية ، وفى هذا تتميز مجلة لايف LIFE ومجلة لوك LOOKومجلة بارى ماتش ، وتعتبر وفرة صورهم خاصية فريدة بهم ، فقد خصصت مجلة لايف عددا شبه كامل عن زواج القرن العشرين فى رائعة من روائع الطباعة والإخراج وفى الستينات قدمت مجلة بارى ماتش تحقيقا صحفيا من ٧٥ صورة رائعة فنيا ، ومثيرة اتصاليا ، لانهيار إحدى الجبال على مدرسة أطفال ، وحققت زيارة بابا روما آنذاك لأمريكا فى ثمان صحفات وقدمت للقراء جنازة تشرشل فى ٧٢ صورة هزت المشاعر .

■ الصور المتحركة :

الصور السينمائية والتليفزيونية ، والصور المتحركة عموما هى فى المحل الأول مجموعة صور ثابتة لا تختلف عن الصور الثابتة إلى فى خلق الحركة نتيجة الخداع البصرى على شبكية العين ، أما من الزاوية الاتصالية فتحمل بُعد الصوت والموسيقى وتعطى مرسل الرسالة الإعلامية ميزتين لا يمكن توافرها فى الصورة الثابتة . وتملك على المتلقى RHYTHM EMPHASIS & PACE رغم أن المتلقى يستطيع مشاهدة الصورة الثابتة والرجوع ، إليها مرات ومرات بينما يصعب على متلقى داخل صالة عرض سينمائى أوجالس أمام التليفزيون استعادة المادة مرة أخرى بسهولة .

ومن بين الصور المتحركة نجد ثلاثة من أهم وسائل ووسائط الاتصال الجماهيرى على الإطلاق السينما الروائية - السينما التسجيلية والتليفزيون ، باعتبارهم أهم وسائل نشر الأفكار بين الناس للقدرة الفنية الفائقة التى يحققها التصوير السينمائى فقد وصلت دقة التصوير إلى حد تصوير خلجات النفس وأوشكت أن تعبر عما أستقر فى ضمير الناس من معتقدات كما أن الحركة والصوت والموسيقى التصويرية والإبهار التقنى وإمكانية الخدع التصويرية التى لا حدود لها التى يشمل اتساعها كل ما ، يستطيع العقل البشرى التفكير فيه من خيالات مكنت هذه الوسائط من تناول موضوعات عديدة وحصرها فى نطاق محدود يسهل تقديمه للناس فى عقر دورهم مما أكسبها القدرة على مخاطبة

جماهير عريضة فى مواقع شتى من مجموعات مختلفة من الناس بلغات وأساليب ثقافية متنوعة تناسب قدرات جمهرة المتلقين متخطية حاجز الأمية والجهل قادرة على التغلب على المسافات والأزمان(*) .

ونجاح الصور المتحركة يعتمد فى المقام الأول فى قدرتها على استغلال عواطف المشاهد الكامنة ولذا نراها تنجح على نطاق واسع بين أفراد جمهور عريض لأنها تستجيب للعواطف المكبوتة فى لاوعى أعداد كبيرة من الناس عن طريق التقمص وبيع الأحلام لمن لا أحلام لهم أو بالأحرى لمن لم تتحقق أحلامهم وأصبحت الصور المتحركة لذلك المزاج الذى يجعل العالم الكئيب مزدهرا ويصبح به المعدم غنيا ، والأعزب متزوجا والجبان شجاعا . وتعطى السينما خلسة كل إنسان هواه وأمانيه ولا ترفض له شيئا مقابل قروش زهيدة لذلك سماها بعض الكتاب مصنع الأحلام .

وتعتمد السينما على قواعد أساسية هى على النحو التالى :

(أ) القاعدة الفنية . (ب) القاعدة الجمالية .
(جـ) القاعدة الاجتماعية . (د) القاعدة الاقتصادية .
(هـ) القاعدة النفسية . (و) القاعدة السياسية .
(ز) القاعدة الحضارية .

وتتلاقى هذه القواعد مع بعضها البعض مكونة المحصلة النهائية للسينما التجارية أو السينما التسجيلية أو سينما الدعاية والإعلان . ويجب على الفيلم السينمائى أن يتوازن ويوازن بين هذه القواعد وأن يرتكز على السبع قواعد وإلا استقطب إلى جهة محددة وفشل فيما هدف إليه . ففى بعض الأحيان نجد السينما تركز على الجانب التجارى المحض بغض النظر عن القواعد الأخرى فتأتى الأفلام مجرد إسفاف مصور هابط مما قد يستدعى تدخل الدولة مباشرة .

والقاعدة الجمالية هى لغة السينما فى إعداد المشاهد أو الحركة السينمائية ونتاج التفاعل بين الصوت والصورة . والعنصر الجمالى فى حركة السينما هو استعمال العدسات للحصول على لقطات معينة كلغة مميزة للتعبير عن الخلفيات النفسية

(*) راجع مقالات محمد فتحى - على شلش - رؤوف توفيق بمجلة الدوحة - قطر - أعوام ٨٢ / ٨٣ / ١٩٨٤ .

والاجتماعية للفيلم فاللقطة القريبة فى عالم السينما هى فى عالم الاتصال محاولة لإشراك الجمهور فى علاقة وثيقة مع ممثلى الفيلم اللقطة المكبرة لخلجات بطل أو بطلة الفيلم تعنى فى الاتصال الدق على الأوتار الحساسة فى داخل أعماق المشاهد ، والحركة هى محاولة السينما للسيطرة على العقل الباطن وشد الانتباه . وبذا تحرر الإنسان من قيوده الجسدية ويصبح قادرا عن طريق التصوير السينمائى من رؤية الحدث الواحد من أكثر من زاوية وأكثر من زاوية وأكثر من وجهة نظر مختلفة وبهذا أصبح الفيلم السينمائي مجموعة من اللقطات توحى بدلات إعلامية واضحة ومحددة المعالم .

معنى هذا أن التصوير السينمائى لا يعزل ما يصوره ويضعه فى إطار مكانى محددمثلما نجد فى التصوير الثابت أو الصور الصحفية والإعلانية على صفحات الجرائد والمجلات انما تصنع صورة الحركة فى إطارها الحقيقى وبعدها الزمنى والشكلية الكاملة الموحية الشاملة ونقل الأحداث النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والحضارية إلى عالم العرض أمام جمهرة المشاهدين .

■ السينما كوسيط اتصال :

السينما شأنها شأن أى وسيط إعلامى تتشكل من مرسل ومستقبل وها رجع صدى المرسل قد يكون فردا منتجا أو شركة كبرى أو مشاركة بين هؤلاء جميعا والجمهور ، لذا تقسم الغايات الإعلامية إلى سينما الرواية أو الدراما - السينما التسجيلية - والسينما التعليمية .

أولا - سينما الدراما والترويح :

وفى صناعة ضخمة تلاقى نجاحا كبيرا فى معظم دول العالم منذ ظهر الفيلم الأمريكى مغنى الجاز الذى يعتبر أول فيلم ناطق فى العالم ، مما استتبع الاستفادة من الصوت فى إدخال الموسيقى والمؤثرات الصوتية وفى عام ١٩٢٤ ظهرت السينما بالألوان وتوالت التطورات والابتكارات مرورا بالسينما سكوب والسينما المجسمة وانقلب السينما من خاصية التسلية والترويح ونقل المشاهد رويدا رويدا إلى عالم المعرفة والثقافة فظهرت الأفلام التاريخية والأفلام المعبرة عن واقع اقتصادى أو سياسى أو عسكرى أو وطنى أو دينى وبات واضحا فى الأذهان مدى خطورة الأفلام الدرامية فى توجيه العقول وغزوها

فكريا وسياسيا أو دينيا أو قيميا فبدأت الدول فى التدخل وفرض أجهزة رقابة السينما وهذا لا يقلل من قيمتها الفنية ولغتها الخاصة .

ومن أمثلة استغلال السينما الدرامية فى الدعاية للصهيونية فيلم شمشون ودليلة وفيلم الوصايا العشر من إخراج سيسيل دى ميل وفيلم ابن حور من إخراج ويليم ويلر وفيلم التوراه لجون هستون والذى منع عرضه فى الدول العربية لاحتوائه على مغالطات تاريخية سافرة .

كما أن الصهيونية العالمية استغلت موجهة الأفلام التى تدور حول الحرب العالمية الثانية فى الدعاية السافرة لاستدرار العطف على الصهيونية مثل فيلم **العلاقة لانجمار برجمان** أو فيلم تورمارى للمخرج مارتن ريت . وفى كل الأفلام التى تطعمها الصهيونية بوجهة نظرها ودعايتها من خلال الحبكة الدرامية للأحداث لا يمكن للمتفرج العثور على تهجم سافر على العرب بل تقدم القضايا بطريقة لطيفة وغير مباشرة ويترك للمتفرج مهمة اكتشاف الأمر ومراجعة النفس والوقوف فى الصف المرغوب ، ففى فيلم أنتج فى سويسرا وعرض فى مهرجان كان عام ١٩٧٥ تحت عنوان ، « **مواجهة** » عمد المخرج إلى تحليل عميق للأسباب التى حملت النازى إلى القضاء على اليهود ويغادر المتفرج القاعة وهو أشد إيمانا بالقضايا التى تطرحها الصهيونية على موائد السوق الإعلامية العالمية .

والدعاية غير المباشرة فى الأفلام السالفة اعتمدت على طبيعة المتفرج وانتقاء المشاهد فمثل هذه الأفلام ينتظر مشاهدتها بواسطة متفرجين ذوى ثقافة واطلاع . أما الدعاية السافرة والصريحة فنلمحها فى أفلام المغامرات ورعاة البقر وأفلام التجسس حيث تعبر عن الصهيونية مباشرة ودون لف أو دوران فعرضها سوف يحقق أعلى نجاح له أمام جماهير تبحث عن المتعة والتقمص الوجدانى وإثارة الغرائز مثل فيلم « حاكم المدينة ٢ » الذى يدور حول مغامرة مطار عنتبى فإلى جانب المغامرة يحمل الفيلم كمًّا من التهكم على العرب وحكامهم لا مثيل لبذاءته .

وتلتقط السينما الصهيونية كل شاردة وواردة فى عرض وجهة نظرها ، ففى ١٥ أغسطس ١٩٦٦ انتهى المؤتمر الصهيونى العالمى المنعقد فى مدينة بروكسل عاصمة بلجيكا وفيه قال الدكتور ناجوم جولدمان - رئيس المؤتمر انذاك - إنه يجب على العرب أن ينسوا وأن يعيشوا كما هم ويجب عليهم قبول إسرائيل ليس باعتبارها حقيقة واقعة وإنما

باعتبار أن حقها أصلا فى فلسطين كان مسلوبا وأنهم كافحوا وجاهدوا حتى حصلوا على الاستقلال - هذه الومضة فى حديث رئيس المؤتمر بنى عليها فيلم سينمائى عالمى هو « الظل الكبير » اشترك فى تمثيله عدد كبير من أشهر نجوم هوليود آنذاك منهم كيرك دوجلاس - بول برايتر - جون واين - فرانك سيناترا .. والفيلم فى ظاهرة يدعى محاولة تخليد ذكرى ضابط أمريكى يدعى ماركوس مات عام ١٩٤٨ أثناء مساعدته للعصابات الإسرائيلية ، لكن حقيقة الفيلم هو محاولة خلق صورة ذهنية لدى عامة المشاهدين عما ذكره رئيس المؤتمر الصهيونى وترسيخ الصورة ، والأخطر أن الفيلم صور العرب أنفسهم يعرفون حقيقة ما أوراء ناحوم جولدمان وكانوا لذلك يساعدون اليهود الموجودين فى فلسطين لاستعادة ما يدعون[1] .

* * السينما التسجيلية : وهى أفلام يتم أنتاجها من جهة رسمية تحمل وجهة نظر معلنة وتأثيرها الإعلامى على المتلقى أقل بكثير من عرض ذات وجهة النظر خلال حبكة درامية مما ينفى المباشرة والتلقائية وأحيانا النظرة الإعلامية المجردة .

* * السينما التعليمية : من اسمها يتضح دورها التعليمى المباشر وتستخدم كوسيلة سمعية بصرية مطلقة .

ملحوظة : ينطبق ماجاء على السينما ينطبق تماما على شرائط الفيديو والأفلام التليفزيونية وإن اختلفت الوسيلة إلى جانب اتساع نطاق الفيديو عالميا يجعله وسيلة اتصال عليها محاذير كثيرة خاصة فى الدول النامية .

* * *

---

(١) رؤوف توفيق .
مجلة الدوحة - أعداد عام ١٩٨٠ - ١٩٨١ - ١٩٨٢
الدوحة - قطر - وزارة الإعلام .