



مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة نصف سنوية

تصدر عن كلية الفنون والإعلام
جامعة الزيتونة



مجلة بحوث الاتصال

كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة
ترهونة/ ليبيا

مجلة بحوث الاتصال

مجلة علمية محكمة تصدر نصف سنوية عن كلية الفنون والإعلام / جامعة الزيتونة

رئيس التحرير

د. إبراهيم سالم اشتيوي

مدير التحرير

د. صلاح الدين رمضان عثمان

الهيئة الاستشارية

أ.د. عابدين الدردير الشريف	جامعة الزيتونة
أ.د. محمد علي الأصفر	جامعة الزيتونة
أ.د. الطاهر عمار العباني	جامعة طرابلس
أ.د. عمران الهاشمي المجذوب	جامعة طرابلس
أ.د. علي المنتصر فرفر	جامعة طرابلس
د. ساعد ساعد	جامعة الملك خالد/السعودية

مجلة بحوث الاتصال

رقم الإيداع القانوني: 2017/164م .. دار الكتب الوطنية - بنغازي

© حقوق الطبع والنشر محفوظة لكلية الفنون والإعلام /جامعة الزيتونة، ويسمح باستعمال ما يرد في هذه المجلة شرط الإشارة إلى مصدره.

© المعلومات والآراء الواردة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها، ولا تعبر عن وجهة نظر المجلة.

© إن تقديم البحوث المنشورة أو تأخيرها في ترتيب الصفحات لا يعني المفاضلة، إنما متطلبات التنسيق الفني هي التي تتحكم في هذا الترتيب.

يتم تسليم البحوث إلى مكتب المجلة في كلية الفنون والإعلام بسوق الأحد، أو ترسل على عنوان المجلة:

comsemaq@gmail.com

.. للاستفسار الاتصال بالأرقام التالية: 0926612168 / 0916760614

* قواعد وشروط النشر:

أولاً: قواعد النشر:

تصدر مجلة "بحوث الاتصال" وفق الضوابط الآتية:

- 1- قوانين الإصدار والنشر في الدولة الليبية.
- 2- رؤية ورسالة وأهداف جامعة الزيتونة.
- 3- أن يكون البحث في مجال الاتصال والإعلام.
- 4- لا تنشر المجلة سوى البحوث الأصلية التي لم يسبق نشرها ويتم إعلام الباحث بقرار المجلة بقبول النشر خلال مدة خمسة عشر يوماً من تاريخ استلام البحث.
- 5- أن تكون لغة البحث لغة سليمة وفصيحة، وأن يتصف البحث أو الدراسة بالموضوعية والمنهجية العلمية.
- 7- لا تُنشر إلا الأبحاث التي نجحت في التحكيم وإدارة المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث التي لم تُقبل، كما أنها غير ملزمة بتقديم مبررات لعدم قبولها.
- 8- ترحب المجلة كذلك بنشر نتائج المؤتمرات والندوات العلمية في مجال الاتصال والإعلام.
- 9- تعبر الآراء و الأفكار الواردة بالبحوث و الدراسات و المقالات التي تنشرها المجلة عن آراء كتّابها فقط دون تحمل أدنى مسؤولية من هيئة وأسسة تحرير المجلة.
- 10- يتحمل الباحث المسؤولية القانونية والأخلاقية والاجتماعية الكاملة في حالة ظهور استغلال أو اقتباس أو نقل من مواقع الانترنت وتقديم البحوث الجاهزة منها.
- 11- تحتفظ المجلة بحقوقها في نشر البحث وفق خطة هيئة التحرير.

*شروط النشر:

1- الجدية في البحث والتوثيق في الهوامش وفق قواعد البحث العلمي .
2- لا تزيد عدد صفحات البحث عن 20 صفحة وترسل الأوراق البحثية بالموصفات التالية:

– أن يقدم البحث أو الدراسة من نسختين مطبوعة على ورق (A4) ونسخة على قرص مرن (CD) (أو ترسل عن طريق البريد الإلكتروني للمجلة) بالأبعاد التالية: 17 سم × 24 سم، وأن تكون أبعاد هوامش الصفحة 2.5 سم من جميع الجوانب.

- يستخدم الخط (Simplified Arabic) في متن النص إذا كانت الكتابة باللغة العربية، وبحجم (14 للمتن، 16 للعناوين) ويستخدم الخط (Times New Roman) في متن النص إذا كانت الكتابة باللغة الإنجليزية، مع ترك مسافة 1 سم بين الأسطر، كما يستخدم الخط (Times New Roman) وبحجم 12 للجداول، على أن تكون عناوين الجداول بخط (Simplified Arabic) وبحجم 12 .

3- يجب أن يحتوي البحث على العناصر التالية: عنوان البحث، ملخص البحث، الكلمات الدلالية للبحث، مقدمة البحث، مشكلة البحث، أهمية البحث، أهداف البحث، الدراسات السابقة، تساؤلات أو فروض البحث، مجتمع الدراسة والعينة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، عرض النتائج وتحليلها، التوصيات، المصادر والمراجع، و(الملاحق إن وجدت).

4. أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه لأي جهة أخرى للنشر حتى يصله رد المجلة، ولا يجوز نشر البحث أو أجزاء منه في مكان آخر بعد إقرار نشره في المجلة.

5. أن يكتب على البحث أو الدراسة اسم الباحث ثلاثيا، و كذلك جهة عمله وعنوانه والبريد الالكتروني، وفي حالة وجود أكثر من باحث أسهم في البحث فمن المناسب ذكر الأسماء مع عنوان المراسلة للتمكن من الاتصال بهم.
6. للمجلة الحق في نشر هذه الأبحاث و الاستفادة منها في المجالات العلمية دون الرجوع لأصحابها بشرط الإشارة إلي أصحاب هذه الدراسات و البحوث حسب القواعد المتعارف عليها.
7. الأعمال المقدمة للنشر لا ترد لأصحابها سواء نشرت أم لا، ولا يحق للمتقدم المطالبة بها.
8. عند قبول البحث ونشره في المجلة يستلم الباحث نسختين من العدد الذي نُشر فيه البحث أو الدراسة وفق الإجراءات الإدارية والمالية المتبعة بالمجلة.
9. أن تكون البحوث والدراسات المقدمة للنشر غير مستله من رسالة أو أطروحة علمية للمقدم بالدراسة أو البحث .
10. تكتب البحوث والدراسات و المقالات باللغة العربية (ملخص باللغة الانجليزية) أو بالإنجليزية (ملخص باللغة العربية).
11. يُشار إلى الهوامش في المتن بأرقام متسلسلة، ويتم توثيق الهوامش في نهاية البحث حسب تسلسلها في متن البحث ، وتكتب الهوامش على النحو التالي: اسم المؤلف ، الكتاب، الناشر، رقم الطبعة، مكان النشر، السنة، رقم الصفحة، (عند ذكر المرجع للمرة الأولى) مع الالتزام بالمنهجية المتبعة في البحث العلمي.

محتويات العدد

رقم الصفحة	اسم الكاتب	الموضوع
8	رئيس تحرير المجلة	كلمة العدد
البحوث والدراسات		
9	د. خالد أبو القاسم غلام د. عادل عاشور المرغني أ. حسين محمد الزياتي	التغطية الإعلامية لقضايا الفساد وانعكاساتها الذهنية على الرأي العام الليبي
45	د. عبد الله عمر بخاش	التعبير العنفي في قضية الأداء الحكومي اختبار دوامة الصمت في البيئة اليمينية
73	د. علي عبد الله الغزو د. رسمية محمد الشقران	استخدامات الطفل الأردني لبرامج القنوات الفضائية العربية المتخصصة والاشباع المحققة "دراسة مسحية"
110	د. منير سعيد محمد الحميري	المتحول في أعمال الفنان التشكيلي حكيم العاقل
143	أ. عمّار ميلاد نصر	استخدام القائم بالاتصال في ليبيا للصحافة الالكترونية كمصدر للأخبار.. دراسة ميدانية
160	د. إبراهيم علي عمر	اقتصاديات الاعلام مفهومها مبادئها نظرياتها.. نظرية دراسة
195	أ. رمزي محمد أبوكنتيف أ. احمد الطيف الكردي	الصورة الذهنية للسياحة لدى مسئولين بلديات طرابلس وتأثيرها على التخطيط المستقبلي..دراسة ميدانية
عرض كتاب		
219	د. عبدالله محمد عبدالله اطيبة	تاريخ السينما والإذاعة في ليبيا..1911- 2015

كلمة العدد

الحمد لله رب العالمين الذي بفضله تتم الصالحات ، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ، نضع أمام المهتمين بمجال البحث العلمي في الاتصال والإعلام العدد الخامس من مجلة بحوث الاتصال التي تصدر عن كلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة في ليبيا للعام الثالث على التوالي ، لتواصل تقديم الخدمة العلمية للباحثين ، ونسأل الله أن تستمر المجلة في صدورها للمساهمة في نشر البحوث والدراسات والرسائل العلمية والمقالات وكل نتاج علمي في مجال الاتصال والإعلام.

إن ماتحتويه المجلة من دراسات وبحوث من مختلف الجامعات ، يزيد من إصرارنا على استمرارية المجلة في صدورها بانتظام ، وذلك من خلال التواصل مع الباحثين في ليبيا وخارجها ، وفتح المجال للجميع لنشر بحوثهم ودراساتهم العلمية .

وبصدور العدد الخامس من مجلة بحوث الاتصال نجدد دعوتنا للباحثين للمشاركة بنتائجهم العلمي لإثراء المجلة بأفكارهم وعلمهم.

كما تأمل أسرة تحرير المجلة أن تجد التشجيع والدعم المتواصل من قرائها وتوجيه نقدهم البناء والموضوعي من أجل نقادي السلبيات وتدعيم الايجابيات.

نسأل الله أن يوفقنا في تقديم مادة علمية متميزة للمساهمة في نشر العلم والمعرفة في مجال الاتصال والإعلام.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

د. إبراهيم سالم اشتيوي

رئيس تحرير المجلة

التغطية الإعلامية لقضايا الفساد وانعكاساتها الذهنية على الرأي العام الليبي

د. خالد أبو القاسم غلام .. كلية الفنون والإعلام/ جامعة طرابلس
د. عادل عاشور المرغني.. كلية الفنون والإعلام/ جامعة طرابلس
أ. حسين محمد الزيناني.. كلية الفنون والإعلام/ جامعة طرابلس

الملخص

- استهدف البحث التعرف على التغطية الإعلامية لقضايا الفساد وانعكاساتها الذهنية على الرأي العام الليبي، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي في عملية التحليل، وتكون مجتمع البحث من مدينة طرابلس في ليبيا، وقد تم اختيار عينة عشوائية قوامها (400) مفردة، وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها:
- أظهرت النتائج ارتفاع معدل متابعة وسائل الإعلام وخاصة الفضائية المرئية، ويُرجع هذا الأمر إلى مستوى المعلومات والخدمات المتاحة غيرها.
 - كشفت النتائج ارتفاع طبيعة متابعة قضايا الفساد في وسائل الإعلام، وأكثر صورة ذهنية التي تعرف عليها المبحوثين لقضايا الفساد كانت السياسية وتتلوها المالية.
 - أظهرت النتائج ارتفاع دوافع التأثيرات المعرفية للمبحوثين، وهذا الارتفاع حقق تأثيرات معرفية لديهم، وسلوكية نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام.
 - أسفرت نتائج الفرض الأول عن وجود فروق بين الخصائص الديموغرافية ومدى المتابعة لقضايا الفساد.
 - أظهرت النتائج الفرض الثاني عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، واتجاهاتهم نحو تلك القضايا.
 - أثبتت نتائج الفرض الرابع عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، وتأثيراتهم السلوكية نحو تلك القضايا.

Abstract:

This research aims to identify the media coverage of the corruption issues and their mental repercussions on the Libyan public. The researcher adopts the descriptive approach in the analysis process. The research

community consists of the city of Tripoli in Libya. A random sample of (400).The research reaches several results, the most important of these results are:

- The results shows a high rate of follow-up of the media, especially visual media, due to the level of information and services available through them.
- The results reveals the high nature of the follow-up of corruption issues in the media, and the most image of the issues of the corruption that the respondents identified were political and financial issues.
- The results shows a high motivation for the cognitive effects of the respondents, and this rise achieved their cognitive effects, and behavior as a result of exposure to the media.
- The results of the first hypothesis ravel differences between demographic characteristics and the extent of follow-up to corruption issues.
- The results of the second hypothesis shows that there was a relationship between the follow-up of respondents to the media, and their attitudes towards these issues.
- The results of the fourth hypothesis ravel that the absence of a statistically significant relationship between the follow-up of respondents to the media and their behavioral intentions towards these issues.

المقدمة:

تتزايد أهمية وسائل الإعلام في تناول قضايا المجتمع، كما تبرز مسؤولياتها تجاه خدمة المصلحة العامة للجماهير وتأمين وظيفتها، حيث تعد وسائل الإعلام أداة هامة للتعبير والتوجيه والضبط الاجتماعي، وتمثل قوة رئيسة في تشكيل الرأي العام واتجاهاته (وجدى، 2010)؛ فقد تحول الإعلام اليوم من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، لما له من قدرة على دعم الاتجاهات لدى الأفراد والجماعات، أو تعديلها، أو تغييرها (عادل، 2013: 117، ص33)؛ الأمر الذي يؤكد على ضرورة التزام أجهزة الإعلام بالمسئولية الاجتماعية والأخلاقية في عرض الموضوعات المختلفة تجاه الفرد والمجتمع مع ضمان مراعاة الدقة وعدم التحيز، والبعد عن كل ما ينافي قيم

المجتمع، والالتزام بالنقد البناء لجميع قضايا المجتمع بما يخدم الصالح العام، ولكي تحتفظ وسائل الإعلام بامتيازها واستقلالها تحتاج للغوص داخل مسؤوليتها وهي خدمة المجتمع (جان كلود، 2008، ص10)، إن دراسة علاقة وسائل الإعلام بخدمة المجتمع أمر له مبررات قوية خاصة في مجتمعاتنا العربية بصفة عامة والمجتمع الليبي بصفة خاصة، فالمتتبع للتغيرات التي شهدتها ليبيا في حقل الإعلام والحريات الإعلامية الأمر الذي أدى بالضرورة دراسة هذه العلاقة (خالد، 2013: 9)؛ ومن هذا المنطلق ركز الباحثون بضرورة إبراز أهمية دور الإعلام في محاربة الفساد من خلال هذا البحث الذي يأتي ضمن دراسات الاتصال التي تبحث في ظاهرة الفساد داخل المجتمع الليبي بشكل عام في إطار ارتباطها بأداء وسائل الإعلام، اعتماداً على العلاقة الوطيدة بين الإعلام والمجتمع، وذلك للتعرف على حدود الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام في معالجة قضايا الفساد أو محاولة التطرق لها في المجتمع الليبي، والفساد ظاهرة اجتماعية موجودة مع وجود المجتمعات، وهو سلوك غير سوي يحاول من خلاله الفرد للحصول على منافع بغير وجه حق، وله عدة أوجه من تحايل على القانون، أو رشوة، أو ابتزاز، وكل ذلك تعتبر أعمال غير مشروعة قانوناً، ومنبوذة من كافة الشعوب، ويحدث الفساد عادةً في غياب أجهزة رقابية قوية، وبنية إدارية، ونظام مالي متماسك، وعلى اعتبار أن الإعلام له تغطية فعالة حسب ما أثبتته الكثير من الدراسات في ترسيخ ظاهرة معينة أو نبذها، وبالتالي لا بد من دراسة هذه التغطية الإعلامية تجاه هذه الظاهرة السلبية، حيث يكتسب الإعلام أهمية من خلال الدور الذي تقوم به وسائله بطرح قضايا الفساد بكل شفافية، والكشف عن خفاياه وصوره، حيث تقوم أجهزة الإعلام بترسيخ الفكر والسلوك السوي الذي يجعل الموظفين، لاسيما الحكوميين القائمين على أمور المجتمع بالتخلي عن التصرفات المرتبطة بالفساد بجميع أشكاله الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والأمنية وغيرها.

مشكلة البحث:

إنه من أصعب المهام التي يقوم بها الباحث تشخيص موضوع البحث وفصله عن المواضيع الأخرى المحيطة به، بعد ذلك ينبغي عليه تطبيق المنهج العلمي لفهم ظاهرة معينة، أو معالجة مشكلة أو اختبار نظرية أو فرضية معينة، والمشكلة التي يدرسها الباحث يجب ألا تكون عريضة ومتشعبة وشائكة، بل يجب أن تكون دقيقة وواضحة ومركزة وخالية من التعقيد والتشويش (حسان، 1980، ص85)، وجاءت حدود المشكلة في التغطية الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام بكل أشكالها حول قضايا الفساد وتشكيل الصورة الذهنية للفرد في التأثيرات المعرفية والوجدانية، ودراسة حدود تشكيل التأثيرات السلوكية للفرد تجاه الفساد بكافة اتجاهاته ومستوياته، وتتمحور المشكلة في التساؤل الآتي:

ما حجم التغطية الإعلامية لقضايا الفساد وانعكاساتها الذهنية على الرأي العام الليبي؟

أهمية البحث:

- تدور الأهمية حول عدد من القضايا المحورية التي تتعلق بالفساد وتتفاعل بشدة مع بعضها البعض، وتتداخل ربما إلى حد التشابك، وهي:
- دراسة التناول الإعلامي لكل ما له علاقة بالفساد بشكل عام، داخل المجتمع الليبي.
 - الإسهام في دراسة العلاقة بين الانعكاسات التغطية الإعلامية على التأثيرات المعرفية والوجدانية للصورة الذهنية للفساد لدى أفراد المجتمع.
 - دراسة النوايا السلوكية نحو قضايا الفساد بصفة خاصة.

أهداف البحث:

- يسعى البحث لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:
- التعرف على مدى متابعة أفراد العينة لوسائل الإعلام عموماً، والمضمون الإعلامي المقدم حول الفساد خصوصاً.

- التعرف على اتجاهات الفرد نحو التغطية الإعلامية المقدمة حول قضايا الفساد وتجاهه نحو ذلك.
- معرفة مستوى تأثير التغطية الإعلامية على الصورة الذهنية المدركة لدى الأفراد على قضايا الفساد.
- الوقوف على التأثيرات السلوكية تجاه الفساد الحاصل في المجتمع بشكل عام، والذي حظي بالتغطية الإعلامية من جانب وسائل الإعلام.

تساؤلات وفروض البحث:

يسعى هذا البحث للإجابة على مجموعة من التساؤلات واختبار مجموعة من الفروض العلمية التي تنبثق من نظريات التوازن المعرفي بصف عامة، ونظرية التوافق بصفة خاصة.

أ- التساؤلات:

- ما مدى متابعة الجمهور الليبي للمضمون الإعلامي المقدم حول الفساد؟
- ما طبيعة اتجاهات الأفراد نحو المعالجة الإعلامية المقدمة حول الفساد؟
- ما طبيعة الصورة الذهنية المدركة حول الفساد الموجود في المجتمع الليبي؟
- ما التأثيرات السلوكية التي يحدثها الإعلام على الجمهور الليبي تجاه الفساد داخل المجتمع؟

ب- فروض البحث:

الفرض الأول: هناك فروق بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، باختلاف خصائصهم الديموغرافية، من حيث النوع، والمرحلة العمرية، والمستوى التعليمي.

الفرض الثاني: تتأثر العلاقة بين متابعة قضايا الفساد في وسائل الإعلام، واتجاهاتهم نحو معالجة تلك القضايا.

الفرض الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد في وسائل الإعلام، ومستوى التأثيرات المتحققة لديهم.

الفرض الرابع: هناك علاقة بين تأثير وسائل الإعلام على الصورة الذهنية للمبحوثين تجاه قضايا الفساد والتأثيرات السلوكية نحو تلك القضايا.

الدراسات السابقة:

1- دراسة: آليات إصلاح الفساد الإداري والمالي والاقتصادي في المؤسسات الفلسطينية (محمود وآخرون، 2007).

قد هدفت هذه الدراسة للتعرف على العقبات التي تحول دون حرية تنقل المسافرين والبضائع في الضفة والقطاع، وعملية الإصلاح الفلسطيني ومدى التزام السلطة بقانون الموازنة العامة، واعتمدت على المنهج الوصفي وذلك لوصف ظاهرة الفساد في مؤسسات الدولة الفلسطينية.

وخلصت هذه الدراسة إلى:

- أن السياسات الاقتصادية للسلطة الفلسطينية في بعض جوانبها الاستثمارية لم تعكس حقيقة النظام الاقتصادي الحر الذي تتبناه السلطة الفلسطينية.
- أن نسبة الداعين لإصلاح في النظام الخاص والمؤسسات الأهلية أكثر منها لدى العاملين في القطاع العام.
- أن الفساد المالي من أكثر مظاهر الفساد، حيث أعرب حوالي 91% من أفراد العينة إلى ضرورة مراقبة طرق صرف الأموال العامة بما يخدم مصلحة التنمية الاقتصادية.

2- دراسة: دور الإعلام في مكافحة الفساد (علي، 2007).

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد المشاكل التي يطرحها الفساد لتهديد استقرار المجتمع وتقويض قيم الأخلاق؛ وكذلك إبراز القلق من الصلات القائمة بين الفساد

وسائر أشكال الجريمة؛ وكذلك التحليل المعمق لتحديد الفساد المرتبط بفعل العمل الذي يمارس بصورة غير سليمة للحصول على منفعة شخصية، واعتمدت على المنهج الوصفي، وذلك لوصف علاقة وسائل الإعلام بالتوعية لمحاربة الفساد. وقد توصلت الدراسة إلى:

- ضرورة تنسيق السياسات الإعلامية الحكومية لمكافحة الفساد.
- يرتبط نجاح الجهد الإقناعي لأجهزة الإعلام بالمصلحة الوطنية العليا وأهدافها في التنمية الاجتماعية الشاملة.
- ضرورة تسليط الضوء الإعلامي على دور الرقابة الإدارية في ضبط أعمال الفساد والتصدي لها.

3- دراسة: دور القنوات الفضائية في إمداد الجمهور الليبي بالمعلومات عن الأحداث الخارجية في إطار نظرية فجوة المعرفة (حسن، 2011)

سعت هذه الدراسة إلى تطبيق نظرية فجوة المعرفة على القنوات الفضائية، ودورها في إمداد الجمهور الليبي بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، مع الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات التي قامت عليها هذه النظرية، وهي المستوى الاجتماعي، والاقتصادي، والمستوى التعليمي، وطبيعة ونوع القضية، وحجم ودوافع التعرض لوسائل الإعلام، ونوع الوسيلة الإعلامية، وكثافة التغطية الإعلامية، وحجم الاتصال الشخصي، والاعتماد على وسائل الإعلام، والخصائص والمتغيرات الديموغرافية؛ وكذلك التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية المرئية في إمداد الجمهور الليبي بالمعلومات عن الأحداث الخارجية؛ والتعرف على مستوى اهتمام الجمهور الليبي بالأحداث الخارجية، ومصادر المعلومات التي يعتمد عليها في ذلك، واعتمدت على المنهج الوصفي، لوصف ما هو كائن وتفسيره، وذلك بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، وضمن ذلك أسلوب المسح بالعينة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى بأعلى نسبة من بين مشاهدة القنوات الفضائية بشكل عام بلغت (59,5%)، أما المرتبة الثانية فهي قناة MBC بنسبة (45,5%)، وجاءت في المرتبة الثالثة قناة اقرأ بنسبة (43,5%)، وفي المرتبة الرابعة قناة العربية بنسبة (41,75%)، وجاءت قناة الجزيرة الرياضية بنسبة (37%) في المرتبة الخامسة.

- أهم أسباب مشاهدة الجمهور للقنوات الفضائية، يرجع إلى الفورية في نقل الأحداث والأخبار بنسبة (87,75%)، ثم وجود المراسلين في موقع الحدث بنسبة (75,75%)، ثم أن هذه القنوات تقدم موضوعات مهمة بنسبة 73,5%، ثم كونها تقدم وجهات النظر المختلفة فقد جاءت بنسبة 44%، وكونها مصدراً موثقاً بها لدرجة كبيرة فقد جاء في الترتيب الأخير بنسبة 25%.

- إن القنوات الفضائية المتخصصة أكثر مشاهدة من القنوات الفضائية المنوعة.
- إن المستوى التعليمي والتخصص العلمي، يحددان نسبة الاهتمام بمشاهدة الأحداث الخارجية في القنوات الفضائية.

نوع البحث ومنهجه:

يمثل المنهج مجموعة القواعد والإجراءات التي يجب أن يتبعها الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة، فإنه يمثل أيضاً أداة الباحث في الضبط والسيطرة على دراسته طبقاً للإجراءات والقواعد المعيارية المميزة لكل منهج، وكذلك يشير من الناحية التطبيقية إلى طريقة تعامل الباحث مع القاعدة المعرفية، وتحليل البيانات المتاحة وتصنيفها وتحليلها في إطار العلاقات الفرضية أو تساؤلات البحث، وصولاً إلى صياغة النتائج، لتحقيق أهداف الدراسة التي يسعى إليها البحث (محمد، 2004، ص15)، وينتمي هذا البحث إلى نوعية البحوث الوصفية، التي تستهدف توصيف حدود تأثير التغطية الإعلامية للفساد على صورته الذهنية المدركة لدى

الأفراد، وكذلك تشكيل نواياهم السلوكية تجاه الفساد العام، وذلك باستخدام منهج المسح باعتباره انصب المناهج التي تساعد على توصيف الظاهرة محل البحث.

مجتمع البحث والعينة:

تحدد مجتمع البحث من سكان طرابلس، أي ممن يبلغون 18 عاماً فأكثر من الذكور والإناث، وسوف يستخدم الباحثون العينة العشوائية متعددة المراحل لاختيار عينة قوامها 400 مفردة من سكان طرابلس وضواحيها.

حدود البحث: تلتزم إجراءات هذا البحث على حدود:

- مكانية: تقتصر عينة البحث على المواطنين داخل مدينة طرابلس.
- الحدود الزمنية: طبق هذا البحث في فترة ممتدة من بداية شهر 8 إلى نهاية شهر 9 - 2017.
- الحدود الموضوعية: التغطية الإعلامية لقضايا الفساد وانعكاساتها الذهنية على الرأي العام الليبي.
- عينة البحث: 400 مفردة من سكان مدينة طرابلس.

نوع البحث:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف توصيف حدود تأثير التغطية الإعلامية وانعكاساتها الذهنية على الجمهور الليبي، وذلك باتباع خطوات المنهج العلمي للتعرف على الظاهرة وجمع المعلومات والبيانات عنها، بالإضافة إلى تصنيف هذه المعلومات وتنظيمها والتعبير عنها كمياً وكيفياً بحيث يؤدي ذلك إلى فهم العلاقات بين هذه الظاهرة مع غيرها من ظواهر المتابعة.

مفاهيم البحث:

هناك العديد من النظريات التي يمكن أن تفسر العلاقة بين استخدامات وسائل الإعلام في المجتمع وطبيعة ذلك الاستخدام، ولعل من أبرز هذه النظريات ما يلي:

نظرية التوازن المعرفي: تهتم نظرية التوازن بدراسة العلاقة بين الاتجاهات داخل النظام المعرفي للفرد، وتفترض هذه النظرية على أنه عندما تنشأ التوترات بين الأفراد أو بين الشخص وذاته، يحاول الحد من هذه التوترات من خلال الإقناع الذاتي أو محاولة إقناع الآخرين، أي أن هناك حاجة لدى الأفراد لتحقيق علاقة متناسقة ومنسجمة بين الاتجاهات داخل النظام المعرفي للفرد؛ وتنطلق نظرية التوازن المعرفي من فكرة أن عدم التوازن بين فكرة الفرد والآخرين أو البيئة المحيطة به بصفة عامة تخلق نوعاً من التوتر الذي يخلق بدوره قوة لاستعادة التوازن، وتقوم **نظريات التوازن المعرفي على الفروض الآتية:**

أولاً: يحدد الفرد اتجاهه نحو الأشخاص والأشياء بطريقة منطقية في إطار البناء المعرفي للفرد عن الأشخاص والأشياء، وبالتالي يأتي السلوك متفقاً مع الاتجاه المحدد منطقياً وهذا هو جوهر التوازن.

ثانياً: يؤثر الإدراك المعرفي عن العلاقات بين الأشخاص والأشياء في إطار اتجاه الفرد نحوهما، ويؤثر هذا الإدراك في قيام حالة من التوازن أو الانسجام أو عدم التوازن تؤثر في دعم الاتجاه أو تغييره.

ثالثاً: تؤدي حالة عدم التوازن إلى نشوء حالة من الضغط أو التوتر أو القلق التي تؤثر على الفرد، فيحاول أن يخفف أو يتجنب هذه الحالة من خلال تغيير اتجاهه سلبياً أو إيجابياً بتأثير إدراكه المعرفي عن الأشخاص أو الأشياء أو الانسحاب من الموقف الاتصالي نهائياً.

نظرية التوافق المعرفي: تهتم هذه النظرية بمبدأ توافق الفرد مع سلوكياته، باعتبار أن الانسجام والتناغم بين اتجاهات الفرد وسلوكياته تصنع حالة من التوازن والارتياح لدى الفرد، والعكس صحيح فإن وجود فجوة واسعة بين الاتجاهات والسلوك ربما يجعل حالة من التوتر والصراع الداخلي، وتفيد نظرية التوافق في تفسير تعرض الأفراد للمضمون الإعلامي المقدم حول موضوعات الفساد وانعكاس ذلك حول الصورة

الذهنية للمواطن الليبي، ويمكن تلخيص فرضيات نظرية التوافق بصفة خاصة، ونظريات التوازن المعرفي بصفة عامة في ارتباطها باستخدام وسائل الإعلام والمضامين المقدمة بها حول موضوعات وقضايا الفساد محور هذا البحث:

- إن جمهور وسائل الإعلام نشط، ويختار ما يوافق اهتماماته.
- إن استخدام وسائل الإعلام نمطاً من أنماط السلوك الفردي الذي يتفق مع اتجاهات الفرد.

- يتحدد اتجاه الفرد نحو وسائل الإعلام من خلال صورته الذهنية المخزونة عن هذه الوسائل، كما يتكون اتجاه الفرد نحو القائمين بالاتصال من خلال خصائصهم ومحتوى الرسائل التي يقدمونها (يناس، 2001م، ص 238).

التغطية الإعلامية: إن الموضوعية تحيلنا إلى أسس التغطية الإعلامية القائمة على الوقائع، حيث تتمحور التغطية حول ماله صلة بالأفعال المرتكبة، من فعل ماذا وبحق من، وكيف، ولماذا، وأين، ومتى، ونقصد بالتغطية هنا القدرة على نقل حدث واقعي، وليس مجرد توهم شخصي، ولكن ليست كل الوقائع قابلة للتغطية الإعلامية، وفي ذات الوقت ليس كل ما تم تغطيته قادر على اجتياز ما تبقى من آليات الفرز والحراسة.

إن تحقيق التوازن في التغطية الإعلامية يثير إشكالية مفادها ما تعكسه التغطية الإعلامية لموضوعات تهم أفراد المجتمع، أو ربما شريحة معينة منه، ويقضي تحقيق التوازن أثناء القيام بتغطية إعلامية حول قضايا الفساد الاهتمام بجميع الأطراف، لاسيما المشاركة أو المتفاعلة مع تلك القضايا (جاك، 2010م: 60-64)؛ فالتغطية الإعلامية حول موضوعات الفساد تعني تزويد المتلقي بالمعلومات والأسباب والأخبار التي تمكنه من إدراك المعنى الفعلي لمفهوم الفساد، ومعرفة من وراء تلك الأفعال المنبوذة، والمتضرر منها هو بالدرجة الأولى على اعتباره جزء من هذا المجتمع؛ ووظيفة وسائل الإعلام الكشف عن المعلومات التي تحصل عليها بشتى الطرق

المشروعة، والتي تؤثر في مستوى الإدراك المعرفي للعلاقات بين الأشخاص من ناحية، واتجاه الفرد نحو تلك الموضوعات والقضايا من ناحية أخرى، ؛ ويقصد هنا بالتغطية الإعلامية، طريقة وأسلوب عرض وتقديم ومعالجة المواضيع المتعلقة بقضايا الفساد بوسائل الإعلام الليبية المكتوبة والإلكترونية والمسموعة والمرئية وتأثير هذه الوسائل على المتلقي.

الصورة الذهنية: تعرف الصورة الذهنية بأنها "النتاج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات، إزاء شخص معين، أو نظام معين، أو شعب معين، أو جنس بعينه أو مؤسسة محلية أو دولية، أو مهنة معينة يكون لها تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم، وعقائدهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تنظمها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة إلى أصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله ما حولهم ويفهمونه(على، 2003، ص9).

أما التعريف الإجرائي للصورة الذهنية في هذا البحث هو المواقف التي يمكن أن يبنها الجمهور الليبي نحو قضايا الفساد من خلال تعرضهم لوسائل الإعلام التي تتعرض لهذه القضايا باعتبار أن وسائل الإعلام تعتبر من المصادر الأساسية للمعلومة عند كثير من الناس ولديها القدرة على التأثير بشكل مباشر على أفراد المجتمع من خلال "الوصول إلى قطاع كبير من الناس تنطلق من قدرة وسائل الإعلام على مخاطبة جماهير عريضة في وقت واحد، وهذه خاصية من خصائص الإعلام الجماهيري بما يمكن معه التوجيه الجماعي نحو هدف أو قضية معينة واستنهاض الرأي العام لعمل ما سلباً أو إيجاباً وبث مشاعر معينة تحرك الجماهير نحو سلوك أو قرار محدد، وكما هو معروف عن مجتمعنا العربي عاطفي حيث نجد وسائل الإعلام تحاول أن تستميل الجمهور لصالحها عن طريق تحريك مشاعر العاطفة لديهم". (وجدي، 2010).

الجمهور الليبي: جمهور وسائل الإعلام هو مجموع الأشخاص الذين تتوفر لديهم مواصفات خاصة يرتبط أفرادها بروابط متجانسة ذات مصالح مشتركة ليشاركوا جماعة في التعرض إلى رسائل إعلامية تبثها وتنشرها وسائل الإعلام بمختلف أنواعها المكتوبة الورقية والإلكترونية، والإذاعة والتلفزيون، يتأثرون بها ويؤثرون فيها باعتبارهم هم الحلقة الأقوى في العملية الاتصالية، ويعنى بالجمهور في هذه الدراسة هو الجمهور الليبي الذين يعيشون في الرقعة الجغرافية (ليبيا)، وعلى اعتبار كثرة هذا الجمهور الذي يناهز السبعة ملايين نسمة الأمر الذي يصعب على الباحثين دراسته في مدة زمنية محددة وذات دلالات واضحة، عليه فقد حدد مجتمع البحث تسهيلاً لدراسته.

الإطار الإجرائي للبحث:

1- أدوات جمع البيانات: تم الاعتماد على استمارة الاستبيان، تتكون من 12 سؤال، التي تم إعدادها، ومراجعتها، وعرضها على مجموعة من المحكمين؛ وذلك للتأكد من دقتها وصلاحياتها لقياس تساؤلات وفروض البحث.

2- مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث في قاطني مدينة طرابلس، ويرجع اختيار هذا المجتمع حسب رؤية الباحثون؛ لأن مدينة طرابلس تمثل تنوع من مختلف سكان ليبيا؛ ونظراً لأن حجم العينة الأصلية من سكان مدينة طرابلس الكبرى، فإن العدد كان كبيراً، لذا لجاء الباحثون إلى استخدام عينة عشوائية مكونة من 400 مفردة، وقد روعي أن تكون ممثلة للذكور والإناث، وتكشف بيانات الجدول التالي الخصائص الديموغرافية لعينة البحث:

جدول رقم (1) يوضح الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

المتغيرات	العدد	نسبة المئوية
أنثى	200	50%
ذكر	200	50%

	المجموع	400	100%
المرحلة العربية	18-25	182	85.5%
	26-33	85	21.3%
	4-34	50	12.5%
	42- فأكثر	83	20.8%
	المجموع	400	100%
المستوى التعليمي	يقرأ ويكتب	38	15%
	متوسط	59	14.8%
	جامعي	220	55.0%
	فوق الجامعي	83	20.8%
	المجموع	400	100%

فترة إجراء الدراسة الميدانية: أجريت على مدار شهرين في الفترة من 2017\8\1 إلى 2017\9\30م.

الصدق والثبات:

اعتمد الباحثون في قياس الصدق الظاهري للاستمارة، وقدرتها على الإجابة عن تساؤلات وفروض البحث، وجرى التأكد من صدقها من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين^(*). الذين أشاروا بصلاحياتها للتطبيق بعد إضافة وحذف بعض الأسئلة، وقد تم التحقق من صلاحية الاستبيان بإدخال البيانات على برنامج "Spss" وتم استخدام اختبار "Cronbach's Alpha" حيث جاءت النسبة عالية بلغت 0.874 مما يؤكد صلاحية البيانات للتعميم والاستنتاج.

(*) - أسماء السادة المحكمين:

- 1- د. النعمي العالم، أستاذ مشارك، بجامعة طرابلس.
- 2- د. محمد الأحم، محاضر، بجامعة طرابلس.
- 3- د. إبراهيم اشتوي، أستاذ مساعد، بجامعة الزيتونة.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام الأسلوب الإحصائي الكمي والكيفي، لاستخراج الدلالات، فقد تم الاعتماد بصفة رئيسية على اختبارات T-test، معامل التوافق، بيرسون، وتحليل التباين F، لقياس دلالات الفروق الإحصائية، الاختبارات البعدية Post Hoc Tests، بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference، والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين على وجود فرق بينها، بجانب التكرارات والنسب الخاصة بمتغيرات الدراسة.

نتائج البحث:

الجدول رقم (2) يوضح مدى متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام

تشير بيانات الجدول إلى أن متابعة المبحوثين "لوسائل الإعلام الليبية" جاءت "دائماً" بأعلى نسبة بلغت (47.0%) مقابل "أحياناً" بنسبة (44.0%)، في حين "بشكل نادرًا" بنسبة (2.5%)، وأخيراً "لا أتابع" بأقل نسبة (2.5%).	ك	مدى المتابعة
دائماً	188	47.0%
أحياناً	176	44.0%
نادرًا	26	6.5%
لا أتابع	10	2.5%
المجموع	400	100%

كما تشير النتائج إلى تعميم انتشار ظاهرة استخدام "وسائل الإعلام" وتدل على أننا نعيش في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، والتي جعلت منه محورا أساسياً في منظومة المجتمع، لتصبح جزءاً من الموروث الشخصي والاجتماعي للمجتمعات المعاصرة، مما جعل هذه الوسائل يكون لها تأثير مباشر وتراكمي على إرادة الأفراد؛ وذلك بسبب حب الاستطلاع والميول الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية... الخ، وأن استخدام وسائل الإعلام يعد نمطاً من أنماط السلوك الفردي الذي يتفق مع اتجاهات الفرد.

الجدول رقم (3) يوضح أكثر وسائل الإعلام متابعة في نظر المبحوثين

تشير بيانات الجدول إلى أكثر وسائل الإعلام متابعة كانت القنوات الفضائية، حيث جاءت بنسبة (67.3%) ثم أخذت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (65.5%) يليها الإذاعات المسموعة بنسبة (21.5%) ثم الصحف الإلكترونية بنسبة (11.8%)، وأخيراً حصلت الصحف والمجلات على نسبة (4.8%).

وسائل الإعلام	ك	%
القنوات الفضائية	269	67.3%
الإذاعات المسموعة	86	21.5%
الصحف والمجلات	19	4.8%
مواقع التواصل الاجتماعي	262	65.5%
الصحف الإلكترونية	47	11.8%
مجموع من سُئلوا	400	100%

وتوضح النتائج بأنه قد حصلت القنوات الفضائية على أعلى نسبة متابعة من بين الوسائل الإعلامية، مما يؤكد أهمية وسائل الإعلام المرئية وتعاظم دور القنوات الفضائية العربية، من خلال دورها في إشباع حاجات الجمهور (إلي، 2003: 4)، ويليها جاءت مواقع التواصل الاجتماعي وهذا مؤشر يدل على أن الإنترنت أصبح محوراً أساسياً في منظومة المجتمع،

الجدول رقم (4) مدى متابعة المبحوثين للتغطية الإعلامية التي تهتم بقضايا الفساد.

تشير بيانات الجدول إلى أن معظم المبحوثين يتابعون التغطية الإعلامية التي تهتم بقضايا الفساد بصفة أحياناً بنسبة (64.1%) في حين جاءت المتابعة بشكل دائم بنسبة (23.3%) أم نادراً فقد أخذت نسبة (9.5%) وأخيراً شكل المبحوثين الذين لا يتابعون التغطية الإخبارية نسبة (3.1%).

التغطية الإعلامية	ك	%
دائماً	91	23.3%
أحياناً	250	64.1%
نادراً	37	9.5%
لا أتابع	12	3.1%
المجموع	390	100%

كما يمكن ملاحظة بأن أغلب المبحوثين يتابعون التغطية الإعلامية التي تهتم بقضايا الفساد، ويشير ذلك لأهمية هذا الموضوع، ويعزو ذلك لعلاقته بحياة المواطن وقوته ومستوى معيشتة، وتعد هذه الوظيفة من بين الأسباب الوجودية لوسائل

الإعلام، لأنها تقوم في الأصل على تغطية نشاطات المجتمع، حيث تلبية حاجة بشرية أساسية وُجدت مع الإنسان منذ بدء الخليقة، وهي: البحث عن الأخبار فالإنسان- بوصفه كائناً اتصالياً - تواقاً للتعرف على البيئة المحيطة به، ويحدوه شغفٌ لتلمس، ومعرفة حقائق الأحداث التي تدور من حوله، وهو ما تحققه له وسائل الإعلام، كما أنها تشبع الفضول لدى الأفراد في معرفة ما يحيط بهم.. وهذا يساعدهم على تكوين وجهات نظر تجاه القضايا، واتخاذ مواقف حيالها(أيمن،2001: 258)

الجدول رقم (5) يوضح مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الليبية للحصول على

المعلومات التي تهتم بقضايا الفساد

مستوى الاعتماد	ك	%
مصدر أساسي	170	45.0%
مصدر رئيسي	175	46.3%
مصدر ثانوي	33	8.7%
المجموع	378	100%

خلصت النتائج بأن المبحوثين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي بنسبة (46.3%)، بينما جاءت درجة الاعتماد كمصدر أساسي بنسبة (45.0%)، مقابل نسبة (8.7%) من الذين يعتبرون بأن وسائل الإعلام هي مصدر ثانوي.

كما تعكس هذه النسب مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الليبية للحصول على المعلومات حول موضوع الفساد، حيث تشير النتائج إلى مدى أهمية تلك الوسائل في نشر المعلومات من خلال برامجها كلٌّ حسب التخصص حول موضوعات الفساد.

الجدول رقم (6) يوضح كيفية معالجة التغطية الإعلامية لقضايا الفساد

تشير البيانات إلى أن الرادع القانوني شكل ما نسبته (63.8%) مقابل نسبة (59.3%)، للواعز الديني وجاءت أخيراً نسبة (31.2%) للواعز الوطني.

طرق المعالجة	ك	%
الواعز الديني	224	59.3%
الرادع القانوني	241	63.8%
الواعز الوطني	118	31.2%
المجموع	378	100%

تشير النتائج السابقة إلى أن الصورة الذهنية التي تكونت لدى المبحوثين من خلال معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفساد تركزت في الرادع القانوني، مع اقتراب نسبة الواعز الديني وانخفاض الواعز الوطني في طرق معالجة الفساد، وأن التركيز على المنظومة القضائية في عملية محاربة الفساد ومن الوسائل المهمة لردع هذه الظاهرة، وعدم إهمال التوعية والتربية الدينية والوطنية السليمة بضرر الفساد بجميع مظاهره.

الجدول رقم (7) يوضح أكثر موضوعات الفساد التي تفاعل معها المبحوثين وتناولتها وسائل الإعلام

تشير بيانات الجدول إلى أن الفساد السياسي شكل نسبة (55.3%)، بينما جاءت نسبة (50.3%) للفساد المالي، تلي ذلك الفساد الأخلاقي بنسبة (46.3%)، ثم الفساد التعليمي بنسبة (42.1%)، مقابل (34.1%) للفساد الأمني والعسكري، جاء بعد ذلك الفساد الإداري بنسبة (28.8%)، وأخيراً (12.4%) للفساد في منظمات المجتمع المدني.

أكثر الموضوعات	ك	%
الفساد السياسي	209	55.3%
الفساد الإداري	109	28.8%
الفساد التعليمي	159	42.1%
الفساد المالي	190	50.3%
الأمني والعسكري	129	34.1%
منظمات المجتمع المدني	47	12.4%
الفساد الأخلاقي	175	46.3%
مجموع من سُئلوا	378	100%

هناك إشارة واضحة إلى أن الفساد السياسي شكل أكثر الموضوعات التي تثير قلق أفراد العينة وهذا ما يعكسه الوضع الحالي الذي يمر به المجتمع الليبي من الاختلاف السياسية، بالإضافة إلى ارتفاع النسبة في الفساد المالي، يليها الفساد الأخلاقي، وهذا يؤكد طبيعة الصورة الذهنية للمواطن الليبي حول قضايا الفساد، مع ملاحظة تدني نسبة التفاعل مع الموضوعات التي تتناولها وسائل الإعلام حول قضايا الفساد الإداري، والفساد بمنظمات المجتمع المدني، ويعزو ذلك لوجود توافق بين اتجاهات المبحوثين نحو التغطية الإعلامية للفساد والصورة الذهنية المكونة لديهم.

الجدول رقم (8) يوضح مدى إسهام وسائل الإعلام في محاربة الفساد

مدى الإسهام	ك	%
إلى حد كبير	210	55.6%
إلى حد ما	150	39.7%
لا يستطيع	18	4.8%
المجموع	378	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى أن معظم المبحوثين يؤكدون على مدى إسهام وسائل الإعلام في محاربة الفساد وكان ذلك مابين إلى حد كبير بنسبة (55.6%)، وإلى حد ما بنسبة (39.7%)، في حين أكد ما نسبته (4.8%) من المبحوثين فقط بعدم إسهام وسائل الإعلام في محاربة الفساد.

وهذا مؤشر يشير إلى مدى إسهام وسائل الإعلام الليبية في محاربة الفساد والتأثيرات السلوكية التي يحدثها على الجمهور الليبي في محاربة الفساد داخل المجتمع "تمثل هذه الوظيفة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة ولذلك يطلق على وسائل الإعلام باسم السلطة الرابعة وذلك لما تقوم به من رقابة وإشراف على عمل وإدارة باقي السلطات في المجتمع وبهذا تلعب وسائل الإعلام دوراً مساعداً للحكومات في تأدية دورها على أكمل وجه (صالح، 1999: 161)".

الجدول رقم (9) يوضح تأثير وسائل الإعلام في ترسيخ الصورة الذهنية لدى المبحوثين تجاه قضايا الفساد

ترسيخ الصورة	ك	%
إلى حد كبير	99	26.2%
إلى حد ما	240	63.5%
لم تؤثر	39	10.3%
المجموع	378	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى أن الدرجة الكلية للصورة الذهنية لدى المبحوثين قد ترسخت إلى حد ما عند الكثير وذلك بنسبة (63.5%) وإلى حد كبير عند (26.2%) من المبحوثين في حين إنها لم تؤثر على (10.3%) منهم

يدل الجدول على دور وسائل الإعلام اللبية في ترسيخ الصورة الذهنية لدى المبحوثين تجاه قضايا الفساد، وهذا الترسيخ يمكن أن ينتج انطباعات وانفعالات متراكمة في تكوين الرأي العام في المستقبل تجاه الفساد داخل المجتمع.

الجدول رقم (10) يوضح اتجاه المبحوثين لمعالجة قضايا الفساد في وسائل الإعلام

الاتجاه	ك	%
ايجابي بشكل كبير	36	9.5%
ايجابي بشكل متوسط	97	25.7%
ايجابي بشكل قليل	74	19.6%
محايد	122	32.0%
سلبي بشكل قليل	13	3.5%
سلبي بشكل متوسط	18	4.8%
سلبي بشكل كبير	17	4.4%
المجموع	378	100.0%

تشير بيانات الجدول إلى أن معظم المبحوثين كان اتجاههم حول معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفساد "محايد" بنسبة (32.0%) بينما يتفاعل (25.7%) من المبحوثين ايجابيا بشكل متوسط و (19.6%) منهم ايجابيا بشكل قليل و (9.5%) ايجابي بشكل كبير والبقية الباقية كان اتجاههم سلبيًا بشكل متوسط، كبير، قليل على التوالي (4.8%)، (4.4%)، (3.5%).

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأكثر من المبحوثين كانت محايدة في اتجاهها حول التغطية الإعلامية لقضايا الفساد التي تناولت التغطية

الإعلامية في وسائل الإعلام الليبية، فقد تحصلت على (32.0%) من بين النسب، وهذا يعني اتجاه جمهور البحث نحو التغطية الإعلامية لم يكن بالشكل المرضي بدرجة عالية، ولهذا جاءت النسبة المحايدة هي الأعلى وهذا يدل على ضعف التغطية الإعلامية للوصول إلى قلب المتلقي، وعدم توصيل المعنى لتحقيق التأثير المنشود.

الجدول رقم (11- أ) يوضح التأثيرات المعرفية للمبوحين نحو قضايا الفساد

معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		التأثيرات المعرفية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	3.2	12	27.2	103	46.8	177	22.8	86	- تسهم في تعزيز إدراكي لقضايا الفساد في المجتمع
0.5	2	6.9	26	23.0	87	50.5	191	19.0	72	- تزيد من قدرتي على التحليل والحكم على موضوعات الفساد
1.9	7	5.6	21	30.2	114	43.4	164	19.0	72	- تجعلني في حالة تفكير دائم للموضوعات التي تتناول قضايا الفساد

تشير بيانات الجدول السابق بأن أعلى نسبة للتأثيرات المعرفية كانت "موافق" بسبب إن وسائل الإعلام الليبية تزيد في قدرتي على التحليل والحكم على موضوعات الفساد، حيث بلغت (50.5%)، يليها الإسهام في تعزيز إدراكي نحو قضايا الفساد في المجتمع بنسبة (46.8%)، أما تجعلني في حالة تفكير دائم للموضوعات التي تتناول قضايا الفساد بنسبة (43.4%) ومن خلال هذه النتائج يمكن وضع مجموعة من البيانات التي تم قياسها على مستوى التأثيرات المعرفية على النحو التالي:

الجدول رقم (11- ب) يوضح مستوى التأثيرات المعرفية

مستوى التأثيرات المعرفية	ك	%
موافق بشدة	77	20.3
موافق	177	46.9
محايد	101	26.8
غير موافق	20	5.2
غير موافق بشدة	3	0.8
المجموع	378	100.0

يوضح الجدول أن مستوى التأثيرات المعرفية للمبحوثين جاءت موافق بأعلى نسبة بلغت (46.9%)، مقابل محايد بنسبة (26.8%) في حين جاء من كان موافق بشدة بنسبة (20.3%)، بينما من كان غير موافق بنسبة (5.2%) وأخيراً جاءت غير موافق بشدة بنسبة (0.8%).

تشير النسب السابقة إلى ارتفاع ومستوى التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين وذلك من أجل تعزيز المعلومات وتحليلها، ويتكون اتجاه الفرد نحو المضمون المقدم من خلال مدى الاتفاق أو الاختلاف مع البناء المعرفي للفرد عن المفاهيم والمعاني التي يتضمنها من خلال وسائل الإعلام في معالجة قضايا الفساد، وهي تستند إلى الرغبة بتقوية المعلومات في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشعب لدينا حب الاستطلاع والاكتشاف المعرفي.

الجدول رقم (12- أ) يوضح التأثيرات الوجدانية للمبحوثين نحو قضايا الفساد

معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		التأثيرات الوجدانية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4.2	16	17.5	66	28.0	106	27.8	105	22.5	85	تناول قضايا الفساد يشعرني بحالة من الانفعال والإثارة النفسية
13.8	52	35.4	134	28.3	107	14.3	54	8.2	31	تدفعني موضوعات الفساد إلى النقمة واللامبالاة
2.1	8	5.0	19	18.8	71	29.1	110	45.0	170	اشعر بالغضب عند وجود تيارات تبرر الفساد والتهمك على حق المواطن

تشير بيانات هذا الجدول بأن أعلى نسبة للتأثيرات الوجدانية جاءت موافق بشدة من الذين يشعرون بالغضب في حالة وجود تيارات تبرر الفساد والتهمك على حق

المواطن، حيث بلغت (45.0%)، أما في حالة تدفني موضوعات الفساد للنقمة واللامبالاة جاءت محايد بأعلى نسبة بلغت (28.3%)، في حين جاءت محايد ممن يشعر بحالة من الانفعال والإثارة النفسية بنسبة (28.0%) من بين النسب، ومن خلال هذه النتائج يمكن وضع مجموعة من البيانات التي تم قياسها على التأثيرات الوجدانية على النحو التالي:

الجدول رقم (12- ب) يوضح مستوى التأثيرات الوجدانية

مستوى التأثيرات الوجدانية	ك	%
موافق بشدة	95	25.15%
موافق	90	23.7%
محايد	95	25.15%
غير موافق	73	19.3%
غير موافق بشدة	25	6.7%
المجموع	378	100.0

يوضح الجدول أن مستوى التأثيرات الوجدانية للمبحوثين جاءت لكل من موافق بشدة ومحايد بأعلى نسبة بلغت 25.15%، مقابل موافق بنسبة 23.7% في حين جاء من كان غير موافق بنسبة 19.3%، بينما من كان غير موافق بشدة بنسبة بأقل نسبة 6.7%.

تشير النسب السابقة إلى ارتفاع ومستوى التأثيرات الوجدانية في حالة الموافق بشدة والمحايد بالنسبة للمبحوثين، حيث أن تأثر الفرد الوجداني يخلق لديه حالة من الضغط أو التوتر أو القلق، مما يحدث لديه تبني اتجاه أو سلوك من شأنه أن يعيد للفرد حالة التوازن مرة أخرى، أما من خلال تخفيف أو تجنب هذه الحالة أو تغيير اتجاهاته بشكل ايجابي أو سلبي بتعديل إدراكه المعرفي أو الانسحاب من الموقف الاتصالي.

الجدول (13-أ) يوضح التأثيرات السلوكية للمبحوثين نحو قضايا الفساد

معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		التأثيرات السلوكية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7.1	27	15.9	60	45.2	171	25.4	96	6.3	24	- أشارك في المظاهرات والتفاعلات الشعبية ضد قضايا الفساد
4.0	15	12.4	47	34.9	132	34.4	130	14.3	54	- أسهم في إبداء الرأي حول قضايا الفساد من خلال التفاعل مع وسائل الإعلام
9.5	36	19.3	73	35.4	134	18.0	68	17.7	67	- يمكن أن انظم إلى حزب أو تجمع مدني لمحاربة الفساد

وأما التأثيرات السلوكية التي يمكن أن تنتج عبر التأثيرات المعرفية والوجدانية للصورة الذهنية للفرد، فقد جاءت أعلى قيمة للمحايد بالنسبة لفقرة أشارك في المظاهرات والتفاعلات الشعبية ضد قضايا الفساد بلغت (45.2%)، وفي حين يمكن أن انظم إلى حزب أو تجمع مدني لمحاربة الفساد جاءت المحايد بنسبة (35.4%) وأما أسهم في إبداء الرأي حول قضايا الفساد من خلال التفاعل مع وسائل الإعلام كانت المحايد بأعلى نسبة بلغت (34.9%) ومن خلال هذه النتائج يمكن وضع مجموعة من البيانات التي تم قياسها على مستوى التأثيرات السلوكية على النحو التالي:

الجدول(13-ب) يوضح مستوى التأثيرات السلوكية

%	ك	مستوى التأثيرات السلوكية
12.8%	48	موافق بشدة
25.9%	98	موافق
38.5%	146	محايد
15.9%	60	غير موافق
6.9%	26	غير موافق بشدة
100.0	378	المجموع

تشير بيانات الجدول إلى أنّ التأثيرات السلوكية جاءت محايدة للمبحوثين، بلغت (38.5%)، في حين كانت موافق بنسبة (25.9%) بينما جاءت غير موافق بنسبة (15.9%) وأما موافق بشدة جاءت بنسبة (12.8%) وأخيراً غير موافق بشدة بلغت (6.9%).

تشير النسب السابقة إلى أن مستوى التأثيرات السلوكية، جاءت محايدة بأعلى نسبة يعزو الباحثون هذه النتيجة إلى محاولة بعض المبحوثين إيجاد التوازن والاتساق على مستوى نظام المعتقدات لديهم، وبالتالي تعد هذه محاولة للتقليل من الاختلاف والتنافر الذي يعتري معلوماته ومعرفته فيما يتعلق بقيمه وسلوكه وبيئته، في حين كان هناك نسبة عالية ممن لديه تأثيرات سلوكية نحو معارضة النظام القائم من خلال المشاركة في الانضمام إلى المظاهرات والتكتلات الحزبية من أجل مكافحة الفساد الذي تسعى وسائل الإعلام لتناوله، بينما يرى بعض المبحوثين بضرورة الانسحاب دون اتخاذ أي موقف منادي أو دعم، مثل: هذا الاتجاه السلوكي، ويختلف البعض في رؤيتهم للتعبير عن الاتجاهات والآراء التي يشتركون فيها أو الاستعداد للتعبير عنها، وهذا ما يؤكد على اختلاف تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام باختلاف نوعية الجمهور، إذ إن التأثيرات المباشرة على الرأي العام يمكن ممارستها على جزء فقط من الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام المختلفة، وأنه كلما كان اقتناع الجمهور قوياً بقضية ما، يصبح صعباً على وسائل الإعلام تغيير الآراء، وكلما كان الناس أقل معرفة بالموضوع، كلما كانت الفرص أكبر في أن تقوم وسائل الإعلام بالتأثير لتغيير الآراء.

نتائج اختبارات فروض البحث:

الفرض الأول: لا توجد فروق بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، باختلاف خصائصهم الديموغرافية، من حيث النوع، والمرحلة العمرية، والمستوى التعليمي " وذلك كما يلي:

1- الفروق بين نوع المبحوثين، ومدى متابعتهم لوسائل الإعلام:

الجدول (14) يوضح نتائج اختبار "ت" (T-Test) للمقارنة بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتي الذكور والإناث على مقياس مدى متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، وذلك ما أشار إليه الجدول التالي:

المجموعات	عدد أفراد العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة T	مستوى المعنوية
ذكور	187	.041	.063	376	0.650	0.516
إناث	191	.041	.063	374.936		

وأُسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود فروق دالة إحصائياً، حيث جاءت قيمة "ت" (0.650)، وهي غير دالة إحصائياً عند (مستوى المعنوية = 0.516) وهذا يعني لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على مدى متابعة المبحوثين.

2- الفروق بين المرحلة العمرية للمبحوثين، ومدى متابعتهم لوسائل الإعلام: الجدول (15) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (ANOVA) في اتجاه واحد لاختبار مدى معنوية الفروق بين فئات متغيري العمر على مقياس مدى المتابعة لوسائل الإعلام، وذلك ما أشار إليه الجدول التالي:

مصادر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	3	.980	.327	0.874	0.455
داخل المجموعات	374	139.867	.374		
المجموع	377	140.847	_____		

وأُسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود فروق دالة إحصائياً، بين فئات العمر على مقياس مدى المتابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، إذ جاءت قيمة $F = 0.874$ وهي غير دالة إحصائياً، عند (مستوى المعنوية = 0.455) وبناء على النتائج ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات متغيري المرحلة العمرية، ومدى متابعة وسائل الإعلام.

3- الفروق بين المستوى التعليمي للمبحوثين، ومدى متابعتهم لوسائل الإعلام: الجدول (16) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (ANOVA) في اتجاه واحد لاختبار مدى معنوية الفروق بين فئات متغيري المستوى التعليمي على مقياس مدى متابعة وسائل الإعلام، وذلك ما أشار إليه الجدول التالي:

مصادر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	3	1.834	.611	1.645	0.179
داخل المجموعات	374	139.012	.372		
المجموع	377	140.847	-----		

وأُسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود فروق دالة بين فئات مستوى التعليمي على مقياس مدى متابعة وسائل الإعلام، إذ جاءت قيمة $F = 1.645$ وهي غير دالة إحصائياً عند (مستوى المعنوية = 0.179)، وبناء على النتائج ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات المستوى التعليمي، ومدى متابعة وسائل الإعلام عند المبحوثين.

الفرض الثاني: تتأثر العلاقة بين متابعة قضايا الفساد في وسائل الإعلام، واتجاهاتهم نحو تلك القضايا.

الجدول (17) يوضح العلاقة بين متابعة قضايا الفساد في وسائل الإعلام، واتجاهاتهم نحو تلك القضايا.

متابعة المبحوثين لقضايا الفساد				الاتجاه
المجموع	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	
18	7	8	3	سلبي بشكل كبير
17	3	11	3	سلبي بشكل متوسط
14	2	9	3	سلبي بشكل قليل
122	41	69	12	محايد
74	8	60	6	ايجابي بشكل قليل

97	17	71	9	ايجابي بشكل متوسط
36	13	22	1	ايجابي بشكل كبير
378	91	250	37	المجموع

تم اختبار هذا الفرض باستخدام العلاقة بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، واتجاهاتهم نحو تلك القضايا، باختبار استقلالية العلاقة (Chi-Square)، وأسفرت نتائج الاختبارات عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 28.677a$ ، وهي ذات دلالة إحصائية عند درجة حرية (12) عند (مستوى المعنوية = 0.004)، وهذا يعني أن قيمة كأي دالة إحصائية بالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة بأنه توجد علاقة بين المتابعة، واتجاهاتهم نحو قضايا الفساد.

الفرض الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد في وسائل الإعلام، ومستوى التأثيرات المتحققة لديهم، من حيث التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية.

1- دراسة العلاقة بين المتابعة والتأثيرات المعرفية لديهم.

- H_0 لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات المعرفية لديهم.

- H_a توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات المعرفية لديهم.

الجدول (18) يوضح العلاقة بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد في وسائل الإعلام، والتأثيرات المعرفية لديهم.

متابعة المبحوثين لقضايا الفساد				التأثيرات المعرفية
المجموع	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	
4	1	2	1	معارض بشدة

19	1	13	5	معارض
101	20	68	13	محايد
177	46	117	14	موافق
77	23	50	4	موافق بشدة
378	91	250	37	المجموع

تم اختبار هذا الفرض باستخدام العلاقة بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، ومستوى التأثيرات المعرفية باختبار استقلالية العلاقة (Chi-Square)، وأسفرت نتائج الاختبارات عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 14.641^a$ ، وهي غير دلالة إحصائية عند درجة حرية (8) عند (مستوى المعنوية = 0.067)، وهذا يعني أن قيمة كأي غير دالة إحصائياً بالتالي نقبل فرضية العدم ونرفض الفرضية البديلة.

2- دراسة العلاقة بين المتابعة والتأثيرات الوجدانية لديهم.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات الوجدانية لديهم.

- H_a توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات الوجدانية لديهم

الجدول (19) يوضح العلاقة بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد في وسائل الإعلام، والتأثيرات الوجدانية لديهم.

متابعة المبحوثين لقضايا الفساد				التأثيرات الوجدانية
المجموع	مرتفع	متوسط	منخفض	
26	10	11	5	معارض جدا
72	19	45	8	معارض
95	19	66	10	محايد
90	20	64	6	موافق

95	20	64	8	موافق جدا
378	91	250	37	المجموع

تم اختبار هذا الفرض باستخدام العلاقة بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، والتأثيرات الوجدانية باختبار استقلالية العلاقة (Chi-Square)، وأسفرت نتائج الاختبارات عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 9.702a$ ، وهي غير دلالة إحصائية عند درجة حرية (8) عند (مستوى المعنوية = 0.287)، وهذا يعني أن قيمة كأي غير دالة إحصائياً بالتالي نقبل فرضية العدم ونرفض الفرضية البديلة.

3- دراسة العلاقة بين المتابعة والتأثيرات السلوكية لديهم.

- H_0 لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات السلوكية لديهم.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات السلوكية لديهم.

الجدول (20) يوضح العلاقة بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد في وسائل الإعلام، والتأثيرات السلوكية لديهم.

مستوى متابعة المبحوثين لقضايا الفساد				والتأثيرات السلوكية
المجموع	مرتفع	متوسط	منخفض	
27	4	19	4	معارض جدا
60	16	37	7	معارض
145	33	97	15	محايد
98	20	68	10	موافق
48	18	29	1	موافق جدا
378	91	250	37	المجموع

تم اختبار هذا الفرض باستخدام العلاقة بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، والتأثيرات السلوكية باختبار استقلالية العلاقة (Chi-Square)، وأسفرت نتائج الاختبارات عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 9.923a$ ، وهي غير دلالة إحصائية عند درجة حرية (8) عند (مستوى المعنوية = 0.270)، وهذا يعني أن قيمة كأي غير دالة إحصائياً بالتالي نقبل فرضية العدم ونرفض الفرضية البديلة.

الفرض الرابع: هناك علاقة بين تأثير وسائل الإعلام على الصورة الذهنية للمبحوثين تجاه قضايا الفساد والتأثيرات السلوكية نحو تلك القضايا.

H_0 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية للمبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات السلوكية نحو تلك القضايا.

H_a - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية للمبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات السلوكية نحو تلك القضايا.

الجدول (21) يوضح العلاقة بين تأثير وسائل الإعلام على الصورة الذهنية للمبحوثين تجاه قضايا الفساد والتأثيرات السلوكية نحو تلك القضايا.

تأثير وسائل الإعلام على الصورة الذهنية للمبحوثين				التأثيرات السلوكية
المجموع	إلى حد كبير	إلى حد ما	لم تؤثر	
26	7	13	6	معارض بشدة
60	12	41	7	معارض
146	40	90	16	محايد
98	26	63	9	موافق
48	14	32	2	موافق بشدة
378	99	239	40	المجموع

تم اختبار هذا الفرض باستخدام العلاقة بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، والتأثيرات السلوكية نحو تلك القضايا باختبار استقلالية العلاقة (Chi-Square)، وأسفرت نتائج الاختبارات عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث جاءت قيمة $\chi^2 = 8.233a$ ، وهي غير دلالة إحصائية عند درجة حرية (8) عند (مستوى المعنوية = 0.411)، وهذا يعني أن قيمة كأي غير دالة إحصائياً بالتالي نقبل فرضية العدم ونرفض الفرضية البديلة.

أهم نتائج البحث:

توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها ما يلي:

- تشير النتائج إلى أن هناك توسعاً في استخدام "وسائل الإعلام" والتي جعلت منه محوراً أساسياً مما جعل هذه الوسائل يكون له تأثير مباشر وتراكمي على إرادة الأفراد؛ وذلك بسبب حب الاستطلاع والميول الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية... الخ. حيث أشارت النتائج بأن المبحوثين بحاجة دائماً لمتابعة "وسائل الإعلام" بأعلى نسبة بلغت (47.0%) و"أحياناً" بنسبة (44.0%).
- توضح النتائج أن أكثر وسائل الإعلام متابعه كانت القنوات الفضائية، حيث جاءت بنسبة (67.3%)، تلتها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (65.5%)، كما يمكن ملاحظة بأن أغلب المبحوثين يتابعون التغطية الإعلامية التي تهتم بقضايا الفساد، ويشير ذلك لأهمية هذا الموضوع، وذلك بنسبة تصل إلى (64.1%) و يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات بنسبة (46.3%) بحيث تعكس هذه النسب مدى أهمية واعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حول موضوعات الفساد.
- تشير البيانات إلى أن الرادع القانوني شكل ما نسبته (63.8%) مقابل نسبة (59.3%)، للواعز الديني وجاءت أخيراً بنسبة (31.2%) للواعز الوطني، وهذا مؤشر إلى أن الرادع القانوني أقوى شيء لمحاربة الفساد ومعنى ذلك ضرورة

التركيز على المنظومة القضائية في عملية محاربة الفساد، مع التركيز وعدم إهمال التوعية والتربية الدينية والوطنية السليمة بضرر الفساد بجميع مظاهره.

- شكل الفساد السياسي نسبة (55.3%)، من إجمالي قضايا الفساد المطروحة على المبحوثين، بعدها جاءت نسبة (50.3%) للفساد المالي، تلي ذلك الفساد الأخلاقي بنسبة (46.3%)، ثم الفساد التعليمي بنسبة (42.1%)، مقابل (34.1%) للفساد الأمني والعسكري، جاء بعد ذلك الفساد الإداري بنسبة (28.8%)، وأخيراً (12.4%) للفساد في منظمات المجتمع المدني، وهذه إشارة واضحة إلى أن الفساد السياسي شكل أكثر الموضوعات التي تثير قلق أفراد العينة، بالإضافة إلى الفساد المالي، والفساد الأخلاقي، وهذا يؤكد طبيعة الصورة الذهنية للمواطن الليبي حول قضايا الفساد، مع ملاحظة تدني نسبة التفاعل مع الموضوعات التي تتناولها وسائل الإعلام حول قضايا الفساد الإداري، والفساد بمنظمات المجتمع المدني، ويعزو ذلك لوجود توافق بين اتجاهات المبحوثين نحو التغطية الإعلامية للفساد والصورة الذهنية المكونة لديهم تجاه الفساد في المجتمع الليبي.

- أكد معظم المبحوثين على مدى إسهام وسائل الإعلام في محاربة الفساد وكان ذلك ما بين إلى حد كبير بنسبة (55.6%)، وإلى حد ما بنسبة (39.7%)، في حين أكد ما نسبته (4.8%) من المبحوثين فقط بعدم إسهام وسائل الإعلام في محاربة الفساد. وهذا مؤشر واضح بدور وسائل الإعلام في محاربة الفساد والتأثيرات السلوكية التي يحدثها الإعلام على الجمهور الليبي تجاه الفساد داخل المجتمع.

- أكدت النتائج على أهمية وسائل الإعلام في ترسيخ الصورة الذهنية لدى المبحوثين تجاه قضايا الفساد.

- تشير النتائج إلى ارتفاع ومستوى التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين وذلك من أجل تعزيز المعلومات وتحليلها، وهي تستند إلى الرغبة بتقوية المعلومات في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشبع لدينا حب الاستطلاع والاكتشاف المعرفي.
 - أسفرت النتائج إلى ارتفاع ومستوى التأثيرات الوجدانية في حالة الموافق بشدة والمحاييد بالنسبة للمبحوثين، مما يحدث تبني اتجاه أو سلوك للمبحوثين من شأنه أن يعيد للفرد حالة التوازن مرة أخرى، أما من خلال تخفيف أو تجنب هذه الحالة أو تغيير اتجاهاته بشكل ايجابي أو سلبي بتعديل إدراكه المعرفي أو الانسحاب من الموقف الاتصالي.
 - تشير النسب إلى أن مستوى التأثيرات السلوكية، جاءت محايدة بأعلى نسبة يعزو الباحثون هذه النتيجة إلى محاولة بعض المبحوثين إيجاد التوازن والاتساق على مستوى نظام المعتقدات لديهم، وبالتالي تعد هذه محاولة للتقليل من الاختلاف والتنافر الذي يعتري معلوماته ومعرفته فيما يتعلق بقيمه وسلوكه وبيئته.
 - وأسفرت نتائج الاختبارات عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات السلوكية لديهم.
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لقضايا الفساد، والتأثيرات الوجدانية لديهم.
 - أظهرت النتائج الفرض الثاني عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري: متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، واتجاهاتهم نحو تلك القضايا.
 - أثبتت نتائج الفرض الرابع عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، وتأثيراتهم السلوكية نحو تلك القضايا.
- التوصيات:**
- بناء على النتائج التي توصل إليها الباحثون، فإنهم يوصون بالآتي:

- المصادقية: وهذا يتطلب إعطاء الأولوية للتحقيق الصحفي، وليس للتعليق بحيث يكون الهدف هو الوصول للحقيقة.
- التغطية الشاملة من قبل وسائل الإعلام للموضوعات التي تغطي قضايا الفساد بكل أشكاله.
- عرض قضايا الفساد بكل شفافية بغية محاربة الأشخاص الذين يقفون وراء ذلك، كما يقع على عاتق الجمهور مسؤولية استخدام الوسائل الإعلامية الموثوقة والدقيقة والأشخاص الذي يتمتعون بمصادقية حيث يستطيع تحديد الإعلام الصادق الذي يستحق المتابعة.

المراجع:

- 1 - أيمن منصور ندا، الصورة الإعلامية والقرارات السياسية التكوينية والعلاقات المتبادلة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الثاني، أبريل- يونيو، 2001م).
- 2 - إيناس العباسي، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، (مصر، مجلة الرأي العام، 2001م) ص238.
- 3 - جاك لينش، التغطية الإعلامية للنزاعات، (لندن، مؤسسة قرطبة، 2010م).
- 4 - جان كلود، أدبيات الإعلام، *ترجمة رباب العابد*، (الأمارات، 2008).
- 5 - حسان محمد حسن، علاقة البناء الطبقي بالتحصيل العلمي للأطفال، *مجلة العلوم الاجتماعية* (مصر، العدد الرابع، 1980).
- 6 - خالد سعيد سبيته، توظيف المشهد الإعلامي في بلورة رؤية جديدة لنظام الإعلام لليبيا، *مجلة المعرفة للتنمية والتطوير* (ليبيا، العدد الأول، 2013).
- 7 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: التقرير الثاني للجنة النزاهة والشفافية/ وزارة الدولة للتنمية الإدارية - العمل أولوياته وآلياته - جمهورية مصر العربية، تحت الرابط www.ad.gov.eg نشر بتاريخ آب/2008.
- 8 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: بتينا بيترز، دراسة حول دور وسائل الإعلام: تغطية أو كشف الفساد؟ تحت الرابط [www. Transparency.org](http://www.Transparency.org).

- 9 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: رمزي نزهة، الإعلام ومكافحة الفساد - صحيفة الرأي موقع ابونا يصدر عن المركز الكاثوليكي للدراسات والإعلام-الأردن، تحت الرابط <http://alrai.com/article/631074.htm> نشر بتاريخ 9-2-2014.
- 10 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: صالح الطائي، مقال بعنوان (دور الإعلام في مكافحة الفساد المالي والإداري) / صحيفة المؤتمر تحت الرابط www.inciraq.com نشر بتاريخ 2009/3/2.
- 11 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: عاطف الفراية، مقال بعنوان (محاوية الفساد هبات وفزعات أم مأساة وثقافة؟) صحيفة آخر خبر www.akherkhabr.com نشر بتاريخ 2008/9/2.
- 12 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: علي نجيب عواد، دراسة عن دور الإعلام في مكافحة الفساد، موقع نسكو.
- 13 - شبكة المعلومات الدولية الإنترنت: وجدي حلمي عبد الظاهر . دور وسائل الإعلام في مكافحة الفساد في المجتمع www.jiacc.gov.jo/Portals/0/news/اعلام.doc.
- 14 - صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري (عمان: دار الشروق، 1999) ص161.
- 15 - عادل عاشور المرغني، دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في انتخابات المؤتمر الوطني العام في ليبيا لعام 2012، مجلة البحوث الإعلامية (البيبا، العدد 51-52، 2013).
- 16 - على عجوة وكريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات (مصر، عالم الكتاب، 2005).
- 17 - ليلي حسين السيد، اتجاهات الجمهور نحو الفضائيات المصرية الخاصة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الرابع، العدد المزدوج، 2003م).
- 18 - محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2 (مصر، عالم الكتاب، 2004م).
- 19 - Jennings Bryant, Susan Thompson. **Fundamentals of Media effects.** (Boston: McGraw Hill. 2001) PP> 130-131.
- 20 - [WordPress.com https://alsalemfatima.files.wordpress.com/2014/.../theories-part-2.ppt..](https://alsalemfatima.files.wordpress.com/2014/.../theories-part-2.ppt..)

التعبير العلني في قضية الأداء الحكومي

اختبار دوامة الصمت في البيئة اليمنية

د. عبد الله عمر بخاش

معهد الصحافة وعلوم الاخبار / جامعة منوبة ، تونس

الملخص

سعت هذه الدراسة لمحاولة اختبار دوامة الصمت في السياق اليمني، لمعرفة مدى استعداد المبحوثين إبداء آرائهم علانية بشأن أداء الحكومة، من خلال تحليل عينة من الصحف بالإضافة الى عينة عشوائية من الجمهور لمعرفة مدى تأثير اتجاه الرأي السائد في الصحافة اليمنية والجماعة المرجعية والمجتمع على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الحكومي.

أظهرت نتائج الدراسة أن رغبة الأفراد واستعدادهم للتعبير العلني بشأن الأداء الحكومي لم يثبت تأثرها بإدراكهم للرأي السائد في الصحف اليمنية، وإنما تأثرت بعاملين أساسيين، هما: الاتجاه السائد المدرك في الجماعات المرجعية وفي المجتمع. تؤكد هذه النتيجة أهمية الاتصالات الشخصية بين أفراد المجتمع وقوة تأثيرها على تشكيل اتجاهاتهم وأحكامهم بشأن القضايا وعلى حركة الرأي العام.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، التعبير عن الرأي، دوامة الصمت، اليمن.

ABSTRACT

This study has attempted to explore spiral of silence theory in the Yemeni context, to determine the extent to which respondents are willing to express their views publicly on government performance.

A number of newspapers for month were analyzed. A survey was conducted, (106) participants have responded to the survey. The study attempted to find out the dominant opinion in the Yemeni press, reference groups, and society, and the way the influence the public opinion.

The findings showed that respondents' willingness to express their opinion has not been affected by their perception of Yemeni newspapers

trend. However, it has been influenced by two main factors: the dominant trend in reference groups and society.

This finding refers to the importance of personal communication face to face among members of society, and its impact on shaping their attitudes and judgments on issues and the dynamics of public opinion.

Keywords: public opinion, willingness to speak out, spiral of silence, Yemen.

مقدمة:

في ضوء التحولات التي شهدتها اليمن منذ فبراير 2011، تشكلت حكومة الوفاق الوطني مناصفة بين حزب المؤتمر الشعبي العام (الحاكم) وحلفائه وتكتل أحزاب اللقاء المشترك (المعارض) وشركاؤه في 23 نوفمبر 2011، وفقاً لبنود المبادرة الخليجية التي قضت بتشكيل حكومة ائتلاف وطني لتسيير مهام الفترة الانتقالية. لكن الحكومة الانتقالية الجديدة ورثت تركة ثقيلة من مخلفات الماضي، وتعقيدات المرحلة؛ مما وضع الحكومة في موقف صعب لا تحسد عليه، وجعل أنظار الشعب تتجه صوبها وتتطلع لإصلاحاتها بتحقيق الأمن والاستقرار، وإيقاف عجلة التدهور، والمضي قدماً لتنفيذ استحقاقات المرحلة.

منذ توليها المسؤولية، واجهت الحكومة جملة من القضايا والتحديات المعقدة، تتصدرها قضايا الانفلات الأمني، وأعمال الفوضى والتخريب والعبث بالامتلاكات العامة، واستشراء الفساد في مؤسسات الدولة، وتفاقم الأوضاع المعيشية الصعبة، وغيرها من القضايا التي ألقت بظلالها على أداء الحكومة الانتقالية. وقد اهتمت الصحافة اليمنية بتناول تلك القضايا التي تتقاطع مع اهتمامات الحكومة وأولوياتها الرسمية، وكان الأداء الحكومي ومعالجته تلك القضايا محل رصد واهتمام الصحافة والجمهور على حدٍ سواء. ونظراً لأهمية الدور الذي تلعبه الصحافة في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المثارة في المجتمع، خصوصاً في ظل الانفتاح الإعلامي الذي شهده اليمن بعد أحداث الربيع اليمني 2011، يبدو جديراً بالاهتمام محاولة اختبار فروض نظرية دوامة الصمت بالتطبيق على الجدل المثار بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني؛ لاختبار مدى ملائمة فروض النظرية للتطبيق والاختبار العلمي في ضوء اختلاف السياقات الثقافية والمجتمعية.

وتعد نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence Theory واحدة من نظريات التأثير الإعلامي طويل المدى، ويرتكز جوهرها على الاهتمام بالتأثير الجمعي لوسائل الإعلام في تشكيل

رأي عام تجاه بعض القضايا ولكن بطريقة عكسية، فوسائل الإعلام مثلما تعمل على تحريك الوعي نحو بعض القضايا، تضغط - في ذات الوقت - على الأفراد لإخفاء آرائهم المتعارضة مع رأي الأغلبية في المجتمع. وتهتم النظرية بدراسة التفاعل بين أربعة عناصر، هي: وسائل الإعلام، والاتصال الشخصي والعلاقات الاجتماعية، وتعبير الفرد عن رأيه، وإدراك الفرد لمناخ الرأي السائد في المجتمع من حوله¹.

وفي ضوء ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على مدى تأثير الاتجاه السائد في الصحافة اليمينية على تشكيل اتجاهات الرأي العام اليميني نحو أداء حكومة الوفاق الوطني، ومقارنته بالتأثير المجتمعي من خلال الملاحظة الشخصية، والاتصال الشخصي، وكذا التعرف على المتغيرات المختلفة التي تتحكم في استعداد الأفراد للتعبير عن آرائهم بشكل معلن أو تساهم في تشكيل دوامة الصمت.

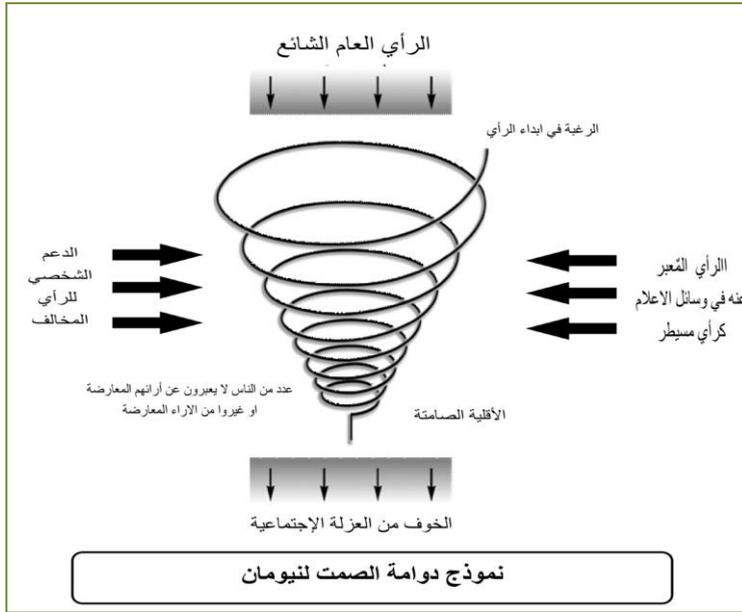
الإطار النظري:

تبلورت نظرية دوامة الصمت وتطورت فكرتها على يد عالمة الألمانية إليزابيث نول نيومان Elisabeth Noelle -Neumann عام 1974، التي نادى بالعودة إلى الرأي القائل بقوة وسائل الإعلام، حيث ترى أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام تؤدي إلى غياب الإدراك الانتقائي للفرد، وهيمنة الآراء والأفكار السائدة التي تتبناها وسائل الإعلام. وأوردت نيومان الأدلة والبراهين على ذلك من دراستها لألمانيا الغربية خلال عقدي الستينات والسبعينات، حيث وجدت في هذه الفترة أن عملية مشابهة لـ"دوامة الصمت" قد حدثت، وانتفع بها الحزب الديمقراطي الاجتماعي الحاكم، مما يعني أن وسائل الإعلام الألمانية صورت الرأي الشائع في المجتمع على أنه رأي مؤيد للحزب الديمقراطي². وقد شرحت نيومان كيفية حدوث دوامة الصمت في المجتمع وصاغتها في أربع فرضيات أساسية، على النحو الآتي:

- 1- يهدد المجتمع الأفراد المعارضين لرأي الأغلبية بالعزلة.
- 2- تستمر تجربة خوف الأفراد من العزلة.
- 3- يدفع الخوف من العزلة الأفراد لمحاولة تقييم مناخ الرأي في جميع الأوقات بحثاً عن مؤشرات للرأي السائد والمسيطر في المجتمع.
- 4- نتيجة التقييم هذه تؤثر على السلوك في العامة خصوصاً التعبير العلني أو كتم الآراء.

وتقول نيومان: "كلما أدرك الأفراد هذا التوجه وجعلوا وجهة نظرهم طبقاً له، كلما بدأت زمرة واحدة في السيطرة والأخرى في الاضمحلال، وهكذا يميل الفرد للحديث عنها علناً مع سكوت الآخرين، لتبدأ عملية الدوامة، والتي تظهر رأي الفرد على أنه الرأي الشائع في المجتمع"³.

شكل رقم (1)



وترى نيومان أن تقييم مناخ الرأي يأتي من مصدرين اثنين هما: ملاحظة الأفراد المباشرة للمحيط الذي يعيشون فيه، والملاحظة غير المباشرة من خلال عيون وسائل الإعلام⁴. وتعتقد أن الأفراد في سعيهم لمعرفة الاتجاه السائد في المجتمع يعتمدون على متابعة وسائل الإعلام لتقييم المناخ السائد تجاه قضية معينة، وحين تقوم وسائل الإعلام بتعزيز وجهات النظر السائدة أو المهيمنة في المجتمع، فإن معظم الأفراد سيتحركون في نفس الاتجاه، مما يقود في النهاية إلى تكوين الرأي العام منسجماً مع اتجاه وسائل الإعلام، حيث يميل الأفراد إلى تشكيل آراءهم طبقاً للرأي العام السائد في المجتمع، بحثاً عن التوافق الاجتماعي.

بالمقابل، حينما تقوم وسائل الإعلام بإعلان ذلك فإنها تعمل على تدعيم حالة الصمت أو تصاعد الإحساس بتباين الآراء مع المجموع العام، مما يقود إلى اختفاء الآراء المعارضة التي تمثل رأي الأقلية في المجتمع، حيث يفضل الأفراد إخفاء آرائهم بدلاً عن الإحساس باختلافهم مع الآخرين وانعزالهم اجتماعياً، فالفرد يعلن رأيه لو كان متسقاً مع آراء السواد الأعظم من المجتمع. وتشير

نيومان إلى عددٍ من العوامل التي تجعل الناس حريصون على إبداء آرائهم علانية والمشاركة في نقاشات عامة، وهي: إحساسهم بالانتماء إلى رأي الأغلبية، وإدراكهم للرأي الحالي متقفاً مع اتجاهاتهم وتوقعاتهم المستقبلية، والميل إلى الحديث والتخاطب مع من يتفقون معهم أكثر ممن يختلفون معهم، وأخيراً فإن نيومان ترى أن الرجال، وصغار البالغين، والطبقة الاجتماعية الوسطى والأعلى، يميلون إلى الحوار والمشاركة بسهولة في النقاشات العامة قياساً بغيرهم⁵.

الدراسات السابقة:

أجرى علاء الشامي (2006)⁶ دراسة عن دور الخطاب الديني في وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، وخلصت نتائجها إلى إثبات وجود علاقة ارتباط بين طبيعة الاتجاه السائد في المجتمع نحو عمليات المقاومة العراقية المسلحة ومعدل استعداد الشباب المصري للتعبير علانية عن آرائهم بشأنها أمام الآخرين. كما أظهرت النتائج أيضاً عدم وجود علاقة ارتباط بين معدل الخوف العام من الغربة أو العزلة الاجتماعية أو من الأجهزة الأمنية ومعدل استعداد الشباب المصري للتعبير علانية عن آرائهم بشأنها.

وتناولت دراسة شيماء نو الفقار (2000)⁷ دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، وخلصت نتائجها إلى تأكيد وجود علاقة دالة إحصائية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية ومستوى إدراك المبحوثين لمسئولية الحكومة. وأكدت أن شدة العلاقة بين مستوى التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة تزداد كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابي للقضية المسيطرة.

فيما توصلت دراسة عادل عبد الغفار (2000)⁸ بشأن أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل إلى نتائج مهمة، أثبتت وجود علاقات ارتباطية بين اتجاه المبحوثين نحو قضية التطبيع مع إسرائيل وإدراكهم للاتجاه السائد في الصحف الحزبية وفي اتصالاتهم الشخصية بزملائهم وأصدقائهم نحو القضية. وأظهرت النتائج وجود توافق بين إدراك الاتجاه السائد في الإعلام المصري واتجاه الأغلبية في المجتمع نحو التطبيع، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين إدراك المبحوثين للاتجاه السائد في المجتمع نحو قضية التطبيع ورغبتهم في التعبير العلني عن آرائهم نحوها.

وبالنسبة للدراسات الأجنبية، فهناك العديد منها أكدت فرضيات النظرية أو بعضها منها، ومنها دراسة كيم Kim 2012⁹ عن دور الخوف من العزلة الاجتماعية في حدوث دوامة الصمت، بشأن قضية استخدام الأغذية المحورة جينيا في كوريا الجنوبية، وأظهرت نتائج الدراسة حدوث دوامة صمت صغيرة نسبيا، مع ثبوت علاقة ارتباط بين إدراك المبحوثين لمناخ الرأي السائد في المجتمع ورغبتهم في الحديث العلني عن القضية. كما أكدت النتائج أن الخوف من العزلة الاجتماعية هو الآلية السببية التي تربط مناخ الرأي المدرك بالرغبة في التعبير عن الرأي، فتأثير الرأي السائد كان أكبر على من يخشون العزلة الاجتماعية بدرجة أعلى.

فيما اختبرت دراسة ليو وفهمي Liu and Fahmy 2009¹⁰ تأثير وسائل الإعلام الجديد في تمكين الأفراد من التعبير عن آرائهم علانية في الواقع الافتراضي مقارنة بالتعبير عنها على الواقع الحقيقي، وكشفت النتائج أنه عندما تكون إمكانية التعبير العلني عن الآراء في العالم الافتراضي مرتفعة فإن إمكانية التعبير العلني في العالم الحقيقي سترتفع أيضا، والعكس بالعكس، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن تطابق الآراء الشخصية مع الرأي السائد في الوقت الراهن يمكن أن ينبئ عن إمكانية إبداء الرأي في العالم الحقيقي مستقبلا.

أما دراسة سبنسر وكرويتشر Spencer and Croucher 2007¹¹ فقد سعت لاختبار دوامة الصمت عبر الحدود الوطنية بخصوص مجموعة الباسك ETA الانفصالية، وذلك من خلال مسح آراء عينة من المبحوثين قوامها (200) مبحوث من فرنسا وإسبانيا ومنطقة الباسك الإسبانية، وأثبتت نتائج الدراسة وجود تأثيرات قوية لعملية دوامة الصمت على المبحوثين القريبين جغرافيا وثقافيا من المجموعة.

وسعت دراسة براون وويلتس Brown and Welch 2004¹² لاختبار فرضيات دوامة الصمت بالتطبيق على مسألة التصورات المرتبطة بالإسلام بعد الحادي عشر من سبتمبر 2001، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين عموما اعتقدوا أن الآخرين اعتبروا الإسلام أقل سلاما مما اعتقدوه هم أنفسهم، ومالوا إلى تأكيد الخوف من العواقب السلبية لإبداء آرائهم ومعتقداتهم تلك بشكل علني.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة اختبار دوامة الصمت بشأن مدى استعداد المبحوثين إبداء آرائهم علانية بشأن أداء الحكومة في السياق اليمني، من خلال التعرف على مدى تأثير اتجاه الرأي السائد في الصحافة اليمنية والجماعة المرجعية والمجتمع على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الحكومي.

أهداف الدراسة:

- التعرف على الاتجاه السائد في الصحافة اليمنية نحو أداء حكومة الوفاق الوطني.
- التعرف على الاتجاه السائد في المجتمع المدرك لدى المبحوثين بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني.
- التعرف على الاتجاه السائد في الجماعة المرجعية المدرك لدى المبحوثين من خلال اتصالاتهم الشخصية بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني.
- التعرف على الاتجاه السائد في الصحافة اليمنية المدرك لدى المبحوثين بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني.
- التعرف على تأثير الاتجاه السائد نحو أداء حكومة الوفاق الوطني في تشكيل اتجاهات المبحوثين.
- التعرف على المتغيرات المؤثرة على استعداد الأفراد للتعبير عن آرائهم علانية بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما ترتيب القضايا المرتبطة بأداء حكومة الوفاق الوطني في الصحف (عينة الدراسة) وفقا لأهميتها؟
- 2- ما مدى الاتفاق أو الاختلاف في ترتيب القضايا المرتبطة بأداء حكومة الوفاق الوطني بين الصحف (عينة الدراسة)؟
- 3- ما الاتجاه السائد في الصحف (عينة الدراسة) نحو أداء حكومة الوفاق الوطني تجاه القضايا الراهنة؟
- 4- ما ترتيب القضايا المرتبطة بأداء حكومة الوفاق الوطني لدى الجمهور (عينة المبحوثين) وفقا لأهميتها؟

5- ما مدى الاتفاق أو الاختلاف في ترتيب القضايا المرتبطة بأداء حكومة الوفاق الوطني بين الصحف والجمهور؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين إدراك المبحوثين للاتجاه السائد في الصحف (عينة الدراسة) نحو أداء حكومة الوفاق الوطني واتجاهاتهم نحوها.
- 2- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين إدراك المبحوثين للاتجاه السائد في المجتمع نحو أداء حكومة الوفاق الوطني واتجاهاتهم نحوها.
- 3- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين إدراك المبحوثين للاتجاه السائد في الجماعة المرجعية نحو أداء حكومة الوفاق الوطني واتجاهاتهم نحوها.
- 4- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين استعداد المبحوثين للتعبير عن آرائهم علانية بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني ومعدل الخوف العام.
- 5- توجد علاقة دالة إحصائياً بين استعداد المبحوثين للتعبير عن آرائهم علانية بشأن أداء حكومة الوفاق الوطني والمتغيرات الديموغرافية الآتية: العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور اليمني، وجرى اختيار عينة عشوائية قوامها (106) مفردة بأمانة العاصمة، فيما تمثل مجتمع الدراسة التحليلية في الصحافة اليمنية، وتم تمثيلها بعينة عشوائية من الصحف الرسمية والأهلية والحزبية، على النحو الآتي:

- صحيفة الثورة: صحيفة يومية سياسية رسمية، تأسست في 29 سبتمبر 1962، وتصدر عن مؤسسة الثورة للصحافة والطباعة والنشر بصنعاء.
- صحيفة الصحة: صحيفة سياسية جامعة، تعبر عن حزب التجمع اليمني للإصلاح، صاحب الامتياز فيها هو: محمد عبدالله اليدومي - رئيس الحزب حالياً، وقد صدر العدد الأول منها في 11 ابريل 1985، بوصفها صحيفة أسبوعية مستقلة.

- صحيفة الأولى: صحيفة يومية سياسية مستقلة، صاحب الامتياز فيها نايف حسان، صدر العدد الأول منها في الأول من يناير 2011.

وقد بلغت عينة الأعداد الصحفية الخاضعة للدراسة (60) عدداً، تمثل الفترة (1 - 30) يونيو 2013، موزعة على النحو الآتي: (30) عدداً من صحيفة الثورة، و (4) أعداد من صحيفة الصحة، و (26) عدداً من صحيفة الأولى*.

واعتمدت الدراسة على أدوات تحليل المحتوى والاستقصاء لجمع بيانات الدراسة، وقد صممت استمارة التحليل بهدف التعرف على القضايا المرتبطة بأداء الحكومة والاتجاه السائد نحوها، وتمثلت وحدة التحليل في الموضوع المعبر عن القضية، فيما تمثلت وحدة العد والقياس بالترتيب. أما الاتجاه السائد نحو أداء الحكومة، فقد جرى اعتباره ايجابياً إذا تضمن سياق النص ما يعبر عن التأييد الصريح لأداء الحكومة أو الإشادة بمواقفها أو الإخبار عن انجازاتها، واعتبر سلبياً إذا تضمن ما يعبر عن الرفض الصريح لأدائها أو نقداً لمواقفها أو إخباراً عن إخفاقاتها، واعتبر محايداً إذا لم يتضمن السياق أيًا مما سبق.

أما استمارة الاستقصاء فتسعى إلى التعرف على اتجاهات المبحوثين نحو أداء الحكومة، والعوامل المؤثرة عليها، ومدى استعداد المبحوثين لإبداء آرائهم عن أداء الحكومة، وقد تضمنت ثلاثة أجزاء، تضم عدداً من التساؤلات والمقاييس، على النحو الآتي:

الجزء الأول: اشتمل على اثني عشر سؤالاً، يتوزعون على ثلاثة محاور أساسية، المحور الأول تكون من ستة أسئلة، خمسة منها مغلقة وسؤال واحد مفتوح، استهدفت الأسئلة الخمسة الأولى منها التعرف على الاتجاهات السائدة المدركة نحو أداء الحكومة، وذلك بقياس اتجاه المبحوث نحو القضية، والاتجاه السائد المدرك في الجماعة المرجعية عبر الاتصال الشخصي، وفي المجتمع، بالإضافة إلى الاتجاه المتوقع مستقبلاً. فيما تمحور السؤال السادس حول أولويات القضايا الراهنة التي يمكنه من خلالها تقييم أداء الحكومة والاستدلال على نجاحها أو إخفاقها، حيث طلب من المبحوثين ترتيبها بحسب درجة الأهمية من وجهة نظرهم من الأهم إلى الأقل أهمية، بحيث تأخذ القضية الأكثر أهمية رقم (1)، والتي تليها رقم (2) وهكذا. أما المحور الثاني، فاشتمل على سؤالين مغلقين، الأول يسعى للتعرف على مدى تعرض المبحوثين للصحف (عينة الدراسة) لمتابعة القضايا الراهنة، والثاني يقيس الاتجاه السائد المدرك نحو أداء الحكومة في الصحف (عينة الدراسة). فيما

اشتمل المحور الثالث على أربعة أسئلة مغلقة تتعلق بتقدير المبحوث لأهمية قضية الأداء الحكومي ومدى مشاركته الآخرين النقاش بشأنها وإبداء الرأي.

أما الجزء الثاني من الاستمارة فاشتمل على (18) عبارة، صممت لقياس ثلاثة عوامل مختلفة تؤثر في استعداد الأفراد للتعبير عن آرائهم علانية وتقضي إلى حدوث دوامة الصمت، توزعت على النحو الآتي: (7) عبارات تقيس الرقابة الذاتية للفرد اعتمادا على مقياس Willingness to Self – Censor المطور من قبل هايس Hayes 2005¹³ ويعرف اختصارا WTSC، و(5) عبارات تقيس الخوف من العزلة الاجتماعية Fear of Social Isolation اعتمادا على مقياس هايس Hayes 2008¹⁴ ويعرف اختصارا FSI، و(6) عبارات تقيس الخوف من التقييمات السلبية Fear of Negative Evaluation، اعتمادا على مقياس واتسون Watson 1969¹⁵ ويعرف اختصارا FNE، وقد طلب من المبحوثين التعبير عن درجة موافقتهم على العبارات باختيار إحدى درجات مقياس ليكرت الثلاثي Point Likert Scale - 3، وقد رمزت كالتالي: أوافق (3 درجات)، محايد (درجتان)، لا أوافق (درجة واحدة)، باستثناء عبارة واحدة في كل من المقاييس الثلاثة فقد رمزت بطريقة عكسية، وقد بلغت قيمة معامل كرونباخ الإحصائي Cronbach's Alpha Coefficient لقياس درجة الموثوقية في مقياس الرقابة الذاتية 0,549 وكانت نسبة مصداقية المقياس 0,74، وفي مقياس الخوف من العزلة الاجتماعية بلغت 0,719 بنسبة مصداقية 0,85، وفي مقياس الخوف من التقييمات السلبية بلغت 0,653 بنسبة مصداقية 0,81، وهي مؤشرات إحصائية تدل على ارتفاع موثوقية المقياس وإمكانية الاعتماد عليه. أما الجزء الثالث من الاستمارة فيتعلق بالسمات الديموغرافية للمبحوثين، وضمت: الجنس، والعمر، والحالة التعليمية، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي¹⁶.

وقد جرى تحكيم الاستمارتين علمياً، بعرضهما على عدد من أساتذة الإعلام في عدد من الجامعات اليمنية والعربية** للتأكد من كفاءتهما وصلاحيتهما للتطبيق، وفي ضوء ملاحظاتهم أجرى الباحث بعض التعديلات اللازمة، كما جرى اختبار ثباتهما بطريقة إعادة الاختبار على ما نسبته 10% من العينة. وتم تطبيق استمارة الاستقصاء على المبحوثين خلال الفترة (1 - 30) يوليو 2013.

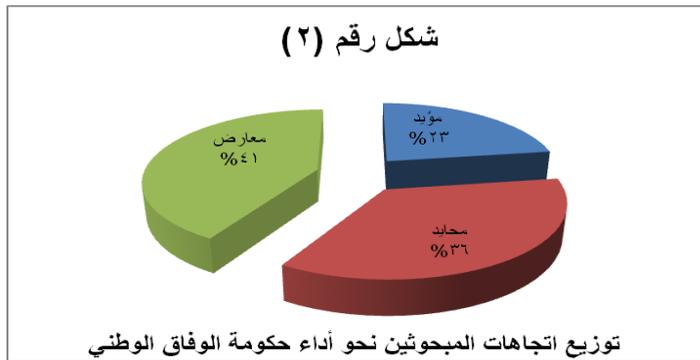
نتائج الدراسة:

أولاً: السمات العامة للمبحوثين (عينة الدراسة)

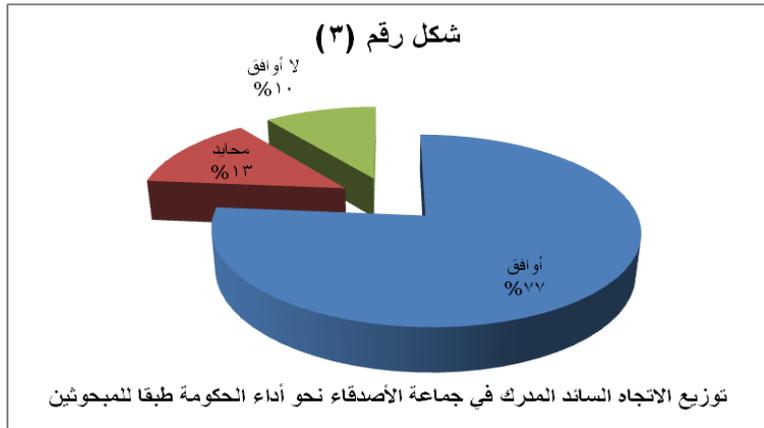
تكونت عينة الدراسة الميدانية من (106) مبحوثاً ومبحوثة، يشكل الذكور ما نسبته 77,4% والإناث 22,6%، ينتمي أغلبهم لفئة الشباب بتدرج مراحلها العمرية، فيتوزعون ما بين 41,5% من الفئة العمرية (26-35) عاماً، و 34,9% من فئة (36-45) عاماً، و 21,7% من الفئة (15-25) عاماً، وأخيراً ما نسبته 1,9% من الفئة (46 عاماً فأكثر). وتتسم العينة بنخبويتها، فنحو 67,9% من المبحوثين من حملة المؤهلات الجامعية، و 19,8% من ذوي التعليم العالي (ماجستير ودكتوراه)، مقابل 6,6% من ذوي التعليم الأساسي فأدنى، و 5,7% من ذوي التعليم الثانوي. لكن المستويات الاقتصادية الاجتماعية للمبحوثين تفاوتت ما بين 65,1% من ذوي المستوى المتوسط، و 22,6% من ذوي المستوى المنخفض، و 12,3% من ذوي المستوى المرتفع. أما من حيث تعرضهم للصحف، فيتضح أن 81% منهم يتعرضون لصحيفة الثورة، فيما يتعرض 45% منهم لصحيفة الأولى، و 36% لصحيفة الصوة، مع اختلاف درجاته بين التعرض دائماً بنسبة 15%، وأحياناً بنسبة 39%.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

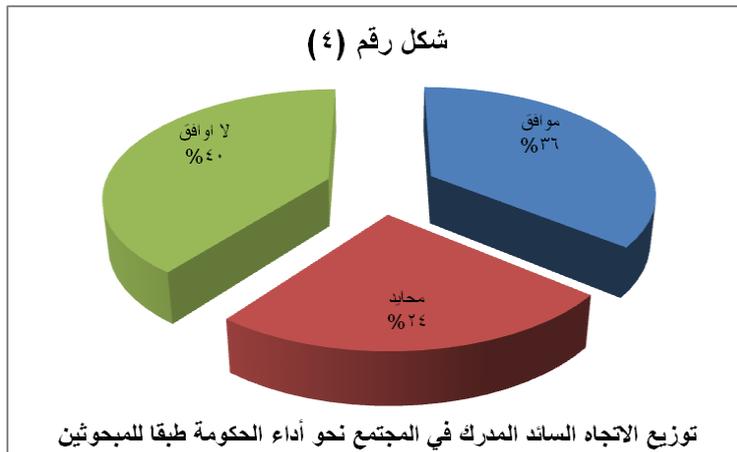
تظهر نتائج الدراسة أن ما نسبته 41,5% من المبحوثين يعارضون أداء حكومة الوفاق الوطني، مقابل أقلية من المبحوثين تشكل ما نسبته 22,6% يؤيدون أداء الحكومة وتعاطيها مع القضايا الراهنة، ويقولون بأنها أحرزت نجاحاً ملموساً رغم التحديات، فيما التزم ما نسبته 35,8% موقف الحياد دون إبداء رأي معين.



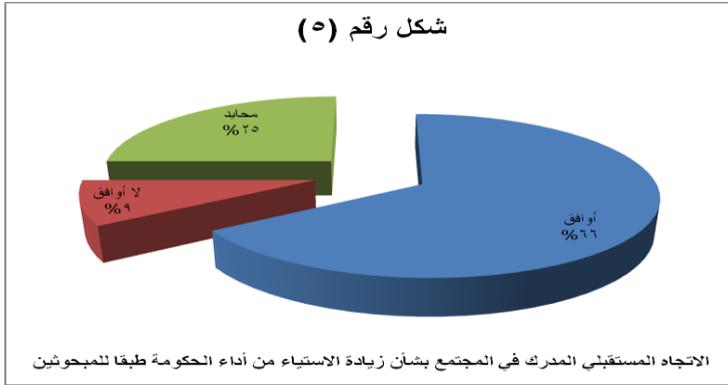
ويعتقد ثلاثة أرباع المبحوثين 76,4% من العينة أن الأشخاص الذين يتشاركون معهم النقاش يعتقدون بعجز الحكومة عن معالجة القضايا الراهنة، فيما يؤكد بالمقابل ما نسبته 10,4% فقط من المبحوثين أن من يشاركونهم النقاش لا يعتقدون بعجز الحكومة، بل يعتبرونها حكومة إنقاذ وطني أثبتت جدارتها في إدارة شؤون البلاد رغم اضطراب الأوضاع، والتزم ما نسبته 13,2% الحياد لعدم تمكنهم ترجيح اتجاه الرأي السائد الذي أدركوه في الجماعة المرجعية من خلال اتصالاتهم الشخصية بالآخرين.



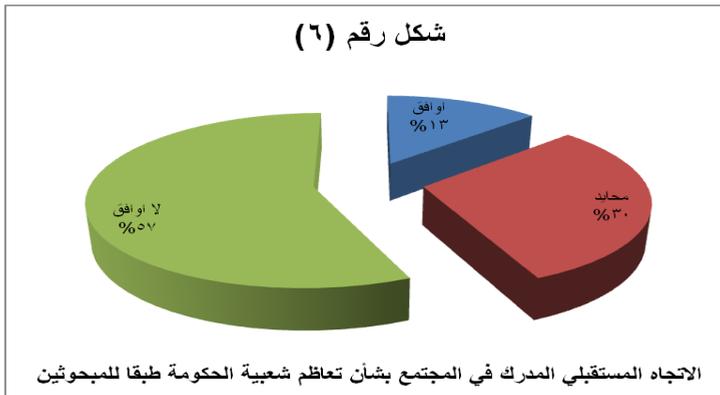
من جانب آخر، أكد ما نسبته 35,8% من المبحوثين إدراكهم لاتجاه الرأي السائد لدى أغلبية المجتمع بأنه مؤيد لأداء الحكومة وتعاملها مع القضايا الراهنة، مقابل ما نسبته 39,6% من المبحوثين الذين استبعدوا تأييد الناس لأداء الحكومة، فيما التزم ما نسبته 24,5% من المبحوثين بالحياد لاستبعادهم إمكانية تحديد الاتجاه السائد لدى الغالبية من الناس بشأن أداء الحكومة.



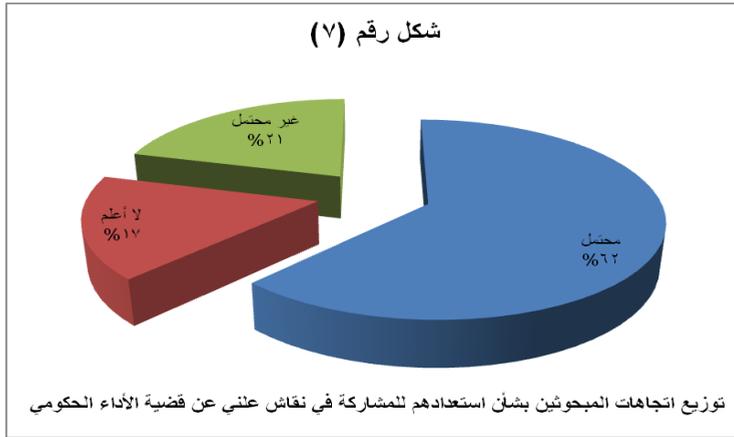
وتوقع ما نسبته 66,1% من المبحوثين زيادة حالة الاستياء الشعبي من أداء الحكومة مستقبلاً، فيما أكد ما نسبته 9,4% من المبحوثين تفاؤلهم بمستقبل الحكومة، واكتفى ما نسبته 24,5% بالحياد رفضاً لإمكانية التكهن بالرأي السائد المتوقع مستقبلاً.



كما استبعد ما نسبته 56,6% من المبحوثين إمكانية تعاضم شعبية الحكومة مستقبلاً، في الوقت الذي رأى ما نسبته 13,2% أن شعبية الحكومة ستتعاضم أكثر في المستقبل القريب، لإدراك الناس نجاحها الملموس، فيما لم يبد ما نسبته 30,2% أي توقعات مستقبلية بشأن ذلك.



ومع ذلك، فإن ما نسبته 62,3% من المبحوثين يبدون استعدادهم للمشاركة مستقبلاً في نقاشات علنية لإبداء آرائهم بشأن أداء الحكومة في القضايا الراهنة مقابل 20,8% من المبحوثين أبدوا عدم استعدادهم للمشاركة، ولم يحسم ما نسبته 17% من المبحوثين قرارهم بشأن إمكانية المشاركة مستقبلاً في نقاش علني بشأن الأداء الحكومي.



ثالثاً: نتائج الدراسة التحليلية

جدول رقم (1)

ترتيب القضايا المرتبطة بأداء حكومة الوفاق الوطني في الصحف اليمنية والجمهور

الجمهور	الأولويات			الأولى			الصحة			الثورة			الأهمية القضايا
	ت	%	و	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
2	18	186	8	8	3,1	3	5	5,9	2	5	9,6	21	أعمال التخريب
1	27,4	283	1	1	30,5	29	1	32,4	11	3	15	33	الانفلات الأمني
4	10,5	108	3	2	24,2	23	5	5,9	2	2	17,7	39	الفساد
3	16,8	173	5	9	2,1	2	-	-	-	4	11,8	26	الوضع الاقتصادي
5	7	72	2	7	4,2	4	-	-	-	1	18,1	40	الخدمات العامة
11	1,5	16	10	5	6,3	6	6	2,9	1	9	3,1	7	تثبيت المتعاقدين ومطالب الموظفين
7	5,8	60	6	-	-	-	3	11,8	4	12	0,5	1	الصراع مع الحوثي
8	3,1	32	8	6	5,2	5	6	2,9	1	6	9,1	20	امتحانات الثانوية
10	1,6	17	9	7	4,2	4	4	8,8	3	8	3,6	8	معتقلو شباب الثورة

6	6,1	63	4	-	-	-	4	8,8	3	7	4,5	10	هيكله الجيش والأمن
9	2	21	7	4	7,4	7	2	17,6	6	11	1,4	3	الوفاق السياسي
-	-	-	5	3	8,4	8	-	-	-	10	2,7	6	المغتربون بالسعودية
-	-	-	8	7	4,2	4	-	-	-	11	1,4	3	علاج جرحى الثورة
-	-	-	7	-	-	-	6	2,9	1	11	1,4	3	صنعا القدمية
1031			95			34			220			المجموع	

أظهرت نتائج الاختبارات الإحصائية باستخدام معامل سبيرمان للارتباطات الرتبية Spearman Correlation Coefficient في الجدول رقم (1) عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أولويات الصحف الثلاث (عينة الدراسة) مما يعكس تباين أولويات الاهتمام الصحفي بالقضايا المرتبطة بأداء الحكومة خلافاً لما تفترضه النظرية. وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق، يلاحظ تصدر قضية الخدمات العامة قائمة الأولويات في صحيفة الثورة، إذ جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 18,1٪، تليها قضية الفساد في المرتبة الثانية بنسبة 17,7٪، والانفلات الأمني في المرتبة الثالثة بنسبة 15٪، والأوضاع الاقتصادية في المرتبة الرابعة بنسبة 11,8٪، فيما جاءت قضية التخريب في المرتبة الخامسة بنسبة 9,6٪، لتتوالى على الترتيب قضايا امتحانات الثانوية، وهيكله الجيش والأمن، واعتقال شباب الثورة، وتثبيت المتعاقدين ومطالب الموظفين، وترحيل المغتربين اليمنيين من السعودية، وأخيراً قضايا الوفاق السياسي، وعلاج جرحى الثورة، وتحذيرات اليونسكو بشطب مدينة صنعاء من قائمة التراث العالمي.

في حين تصدرت قضية الانفلات الأمني المرتبة الأولى في صحيفة الصحة وبنسبة 32,4٪، تليها قضية الوفاق السياسي ثانياً بنسبة 17,6٪، وقضية الصراع مع الحوثي ثالثاً بنسبة 11,8٪، وجاءت قضيتا المعتقلين من شباب الثورة وهيكله الجيش والأمن في المرتبة الرابعة وبنسبة 8,8٪ لكل منهما، وكذا قضيتا التخريب والفساد في المرتبة الخامسة بنسبة 5,9٪ لكل منهما، فيما حلت قضايا تثبيت المتعاقدين ومطالب الموظفين وامتحانات الثانوية ومدينة صنعاء القدمية في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 2,9٪ لكل منهم، وخلت قائمة أولويات الصحة من تناول قضايا الأوضاع الاقتصادية والخدمات العامة وترحيل المغتربين وعلاج جرحى الثورة. بالمقابل، يلاحظ أن قضية

الانفلات الأمني تصدرت قائمة الأولويات الصحفية في صحيفة الأولى بنسبة 30,5٪، تليها قضايا الفساد ثانيا بنسبة 24,2٪، وترحيل المغتربين ثالثا بنسبة 8,4٪، والوفاق السياسي رابعا بنسبة 7,4٪، وتثبيت المتعاقدين ومطالب الموظفين خامسا بنسبة 6,3٪، وأعقبها على الترتيب قضايا الامتحانات والخدمات العامة ومعتقلي الثورة وعلاج الجرحى وأعمال التخريب وتدهور الوضع الاقتصادي، فيما خلت قائمة الأولويات من تناول قضايا الصراع مع الحوثي وهيكله الجيش والأمن وتحذيرات اليونسكو بشأن مدينة صنعاء القديمة.

وبالنسبة للعلاقة بين ترتيب القضايا المرتبطة بأداء الحكومة وفقا لأهميتها النسبية لدى كلا من الجمهور والصحف اليمنية، يظهر اختبار معامل سبيرمان عدم وجود أي علاقة ارتباط دالة إحصائية بينهما، مما يعني فشل الصحف (عينة الدراسة) مجتمعة في ترتيب أولويات الجمهور بشأن القضايا المتعلقة بأداء الحكومة. وباستعراض قائمتي أولويات الاهتمام لدى كلا من الجمهور والصحف مجتمعة يتبين وجود تباين واضح في ترتيب أولويات القضايا لكل منهما، إذ يلاحظ تصدر قضية الانفلات الأمني قائمة أولويات الجمهور، حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي يمثل ما نسبته 27,4٪ من مجموع الأوزان النسبية، تليها قضية التخريب ثانيا بما نسبته 18٪، وجاءت ثالثا قضية الأوضاع الاقتصادية بما نسبته 16,8٪، وحلت رابعا قضية الفساد بما نسبته 10,5٪، ثم جاءت قضية سوء الخدمات العامة خامسا بما نسبته 7٪، فيما تفاوتت أوزان بقية القضايا بالترتيب، هيكله الجيش والأمن، والصراع مع جماعة الحوثي، وامتحانات الثانوية، والوفاق السياسي، وأخيرا قضية معتقلي الثورة، فيما خلت قائمة أولويات الجمهور من أي إشارة لقضايا ترحيل المغتربين اليمنيين من السعودية، وعلاج جرحى الثورة، وتحذيرات اليونسكو بشأن مدينة صنعاء القديمة.

وبالنظر إلى قائمة الأولويات المركبة للصحف (عينة الدراسة) مجتمعة¹⁷، يلاحظ اتفاقها مع أولويات الجمهور في تصدر قضية الانفلات الأمني المرتبة الأولى فقط واختلافها في ترتيب بقية القضايا، حيث جاءت قضية الخدمات العامة في المرتبة الثانية، والفساد ثالثا، وهيكله الجيش رابعا، فيما جاء تدهور الأوضاع الاقتصادية وترحيل المغتربين اليمنيين من السعودية خامسا، والصراع مع جماعة الحوثي سادسا، يليها على الترتيب كلاً من قضيتي الوفاق السياسي وتحذيرات اليونسكو بشأن صنعاء القديمة، وقضايا التخريب وامتحانات الثانوية ومعالجة جرحى الثورة، وقضية معتقلي الثورة، وأخيرا تثبيت المتعاقدين ومطالب الموظفين. أما بالنسبة لترتيب أولويات القضايا على المستوى الفردي لكل صحيفة، فقد أظهر اختبار معامل سبيرمان عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين

أياً من أولويات تلك الصحف وأولويات الجمهور. ويمكن تفسير ذلك في ضوء عدد من العوامل، أبرزها طبيعة القضية وارتباطها باحتياجات الجمهور، وتأثير الاتجاه السياسي للصحيفة ودرجة مصداقيتها وموثوقيتها لدى الجمهور، بالإضافة إلى تأثير متغير الانتماء السياسي للأفراد.

جدول رقم (2)

توزيع اتجاهات الصحف نحو أداء حكومة الوفاق الوطني

المجموع		الأولى		الصحوة		الثورة		الصحيفة الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
41,3	144	69,5	66	41,2	14	29,1	64	سلبي
15,8	55	14,7	14	32,4	11	13,6	30	محايد
43	150	15,8	15	26,5	9	57,3	126	ايجابي
100	349	100	95	100	34	100	220	المجموع
0,000		المعنوية		4		61,810		قيمة كا ²
0,000		المعنوية				0,388		قيمة معامل التوافق

تشير نتائج اختبار الاستقلالية (كا²) Chi-Square Test في الجدول رقم (2) إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الصحف (عينة الدراسة) وفقاً للاتجاه السائد نحو أداء الحكومة، مما يعني أن المتغيرين غير مستقلين، حيث كانت قيمة كا² 61,810 دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0,000، ويظهر معامل التوافق Contingency Coefficient لقياس اتجاه العلاقة وشدها أن العلاقة بين المتغيرين متوسطة الشدة، حيث بلغت قيمة المعامل 0,388 عند مستوى المعنوية 0,000. وتدل هذه العلاقة على وجود تماثل نسبي بين اتجاهات الصحف نحو أداء الحكومة رغم تباين مراتب أولوياتها الصحفية، مما يعبر عن الاتجاه السائد في الصحف على نحو يتماشى مع افتراض نظرية دوامة الصمت بشأن وجود اتجاه متسق بين وسائل الإعلام تجاه القضايا المختلفة.

ويلاحظ من بيانات الجدول أن أكثر من نصف الموضوعات المنشورة في صحيفة الثورة عن أداء الحكومة اتسمت بالطابع الايجابي، وشكلت ما نسبته 57,3%، يليها الموضوعات ذات الطابع السلبي بما نسبته 29,1%، فيما اتسمت ما نسبته 13,6% من الموضوعات المنشورة في الصحيفة بالطابع المحايد. بالمقابل، يلاحظ وجود أكثر من ثلثي الموضوعات المنشورة في صحيفة الأولى عن أداء الحكومة تتسم بالطابع السلبي، حيث شكلت ما نسبته 69,5%، فيما جاءت الموضوعات الايجابية بما نسبته 15,8%، والموضوعات المحايدة بما نسبته 14,7%، مما يعكس

غلبة الاتجاه السلبي على نحو مسيطر في صحيفة الأولى، خلافاً لصحيفة الصحة التي تبدو النسب متقاربة في تمثيل الاتجاهات الثلاثة، وإن كان الاتجاه السلبي يبدو متفوقاً بفارق ضئيل، حيث جاءت الموضوعات ذات الاتجاه السلبي بما نسبته 41,2%، والموضوعات المحايدة بما نسبته 32,4%، والموضوعات الايجابية بما نسبته 26,5%. ومما سبق يمكن القول أن هناك اتجاهاً سلبياً سائداً نحو أداء الحكومة في صحيفتي الأولى والصحة، واختلافه بالنسبة لصحيفة الثورة التي غلب عليها الاتجاه الايجابي، ويمكن تفسير هذه النتيجة بالنظر إلى نمط الملكية الرسمية للصحيفة التي تجعل منها منبرا إعلامياً لدعم توجهات الحكومة وسياساتها الرسمية.

رابعاً: مدى وجود علاقة ارتباط بين إدراك الجمهور للاتجاه السائد في الصحافة اليمنية نحو أداء حكومة الوفاق واتجاهاتهم نحوها.

جدول رقم (3)

العلاقة بين اتجاه المبحوثين نحو أداء الحكومة وإدراكهم للاتجاه السائد في الصحف

المعنوية	درجة الحرية	قيمة كا ²	المجموع		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه الجمهور المدرك		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
0,974	2	0,053	76,4	81	77,3	34	76,3	29	75	18	مؤيدة	صحيفة الثورة	
			23,6	25	22,7	10	23,7	9	25	6	محايدة		
			-	-	-	-	-	-	-	-	-		معارضة
			100	106	100	44	100	38	100	24	المجموع		
0,110	4	7,548	66	70	75	33	52,6	20	70,8	17	مؤيدة	صحيفة الصحة	
			21,7	23	11,4	5	34,2	13	20,8	5	محايدة		
			12,3	13	13,6	6	13,2	5	8,3	2	معارضة		
			100	106	100	44	100	38	100	24	المجموع		
0,174	4	6,365	6,6	7	11,4	5	5,3	2	-	-	مؤيدة	صحيفة الأولى	
			34,9	37	31,8	14	26,3	10	54,2	13	محايدة		
			58,5	62	56,8	25	68,4	26	45,8	11	معارضة		
			100	106	100	44	100	38	100	24	المجموع		

تشير نتائج اختبار (كا²) في الجدول رقم (3) إلى عدم وجود علاقة بين إدراك الجمهور للاتجاه السائد في الصحف (عينة الدراسة) واتجاهه نحو أداء الحكومة، فإدراك المبحوثين للاتجاه السائد في كلٍ من صحيفتي الثورة والصحة على أنه مؤيد أو إدراكهم للاتجاه السائد في صحيفة الأولى على أنه معارض لم يؤثر على اتجاههم نحو أداء الحكومة. ففي حين بلغت نسبة المعارضين لأداء الحكومة ما نسبته 41,9% من المبحوثين فإن من وصفوا الاتجاه السائد في

صحيفة الثورة بالاتجاه المؤيد لأداء الحكومة منهم بلغ نسبة 76,4% مقابل الاتجاه المحايد بما نسبته 23,6%، ولم يصف أياً من المبحوثين اتجاه صحيفة الثورة بالاتجاه المعارض لأداء الحكومة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بالنظر لإدراك الجمهور لاتجاه الصحيفة وطبيعتها ملكيتها الرسمية.

أما بالنسبة للاتجاه السائد المدرك في صحيفتي: الصحة والأولى نحو أداء الحكومة، فقد تباينت النتائج، حيث يعتقد ما نسبته 66% من المبحوثين أن اتجاه صحيفة الصحة مؤيد لأداء الحكومة، مقابل ما نسبته 21,7% للاتجاه المحايد، وما نسبته 12,3% للاتجاه المعارض. فيما يعتقد ما نسبته 58,5% من المبحوثين أن اتجاه صحيفة الأولى معارض لأداء الحكومة، وما نسبته 34,9% للاتجاه المحايد، وما نسبته 6,6% للاتجاه المؤيد. والملاحظ أن المبحوثين وإن استطاعوا إدراك اتجاهات الصحف (عينة الدراسة) نحو أداء الحكومة إلى حد كبير، لكن ذلك الإدراك لم يثبت ارتباطه إحصائياً باتجاهات الجمهور نحوها، مثلما لم يرتبط تعرضهم للصحف بعلاقة باتجاهاتهم نحو أداء الحكومة أو حتى بإدراكهم لاتجاهات الصحف نحوها. وبذلك تختلف هذه النتيجة مع افتراض نيومان الذي يؤكد على أن الأفراد سيتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتفق والأفكار التي تقدمها وسائل الإعلام.

خامساً: مدى وجود علاقة ارتباط بين إدراك الجمهور للاتجاه السائد في المجتمع نحو أداء الحكومة واتجاهاتهم نحوها.

جدول رقم (4)

العلاقة بين اتجاه الجمهور نحو أداء الحكومة وإدراكه للاتجاه السائد في المجتمع

المجموع		غير موافق		محايد		موافق		الاتجاه السائد
100	24	16,7	4	12,5	3	70,8	17	اتجاه الجمهور مؤيد
100	38	18,4	7	31,6	12	50	19	محايد
100	44	70,5	31	25	11	4,5	2	معارض
100	106	58,5	62	24,5	26	35,9	38	المجموع
		المعنوية 0,000		درجة الحرية 4				قيمة كا ² 42,592
		المعنوية 0,000						قيمة التوافق 0,535

تظهر نتائج اختبار (كا²) في الجدول رقم (4) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين إدراك الأفراد (المبحوثين) للاتجاه السائد في المجتمع نحو أداء حكومة الوفاق الوطني واتجاهاتهم نحوها، حيث بلغت قيمة كا² 42,592 وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 4 ومستوى المعنوية 0,000، وبلغت قيمة معامل التوافق لقياس قوة العلاقة بين المتغيرين 0.535 عند مستوى المعنوية 0,000 ما يشير إلى قوة العلاقة بينهما. ويلاحظ من بيانات الجدول السابق أن ثلثي المبحوثين المعارضين لأداء الحكومة بنسبة 70,5% يعتقدون أن معظم الناس لا يؤيدون أداء الحكومة. بالمقابل، تشير النتائج أيضاً إلى أن ما نسبته 70,8% ممن يؤيدون أداء الحكومة يعتقدون أن معظم الناس في الوقت الحاضر أكثر تأييداً للحكومة، مما يعكس تأثير النظام المعرفي والإدراكي للفرد عن عالمه وقضاياه على رؤيته لما يحيط به وما يدور حوله. وهذه النتيجة تتفق مع نظرية دوامة الصمت فيما يتعلق بمحاولة الأفراد إتباع رأي الأغلبية سعياً للتوحد معهم، وتقادي العزلة الاجتماعية نتيجة تعارض ما قد يعتقدونه مع اتجاه الرأي السائد في المجتمع 18.

سادساً: مدى وجود علاقة ارتباط بين إدراك المبحوثين للاتجاه السائد في الجماعة المرجعية عبر الاتصال الشخصي نحو أداء الحكومة واتجاهاتهم نحوها.

جدول رقم (5)

العلاقة بين اتجاه الجمهور نحو أداء الحكومة وإدراكه للاتجاه السائد في الجماعة المرجعية

الاتجاه السائد		موافق		محايد		غير موافق		المجموع
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
17	70,8	3	12,5	4	16,7	24	100	مويد
23	60,5	9	23,7	6	15,8	38	100	محايد
41	93,2	2	4,5	1	2,3	44	100	معارض
81	76,4	14	13,2	11	10,4	106	100	المجموع
قيمة كا ² 13,411		درجة الحرية 4		المعنوية 0,009				
قيمة التوافق 0,335				المعنوية 0,009				

تشير نتائج اختبار (كا²) في الجدول رقم (5) إلى وجود علاقة ارتباط بين اتجاهات المبحوثين (عينة الدراسة) نحو أداء الحكومة وإدراكهم للاتجاه السائد في الجماعة المرجعية عبر اتصالاتهم الشخصية بالآخرين، حيث بلغت قيمة كا² 13,411، وكانت دالة إحصائياً عند مستوى

المعنوية 0,009، كما يظهر معامل التوافق أن العلاقة متوسطة الشدة، حيث بلغت قيمة المعامل 0,335 عند مستوى المعنوية 0,009

يلاحظ من الجدول السابق أن ما نسبته 93,2% من المبحوثين المعارضين لأداء الحكومة أدركوا من خلال الاتصال الشخصي أن آراء الأشخاص الذين يشاركونهم النقاش بشأن أداء الحكومة كانت معارضة؛ لاعتقادهم بعجزها عن أداء مهامها، وهذه النتيجة تتفق مع ما تشير إليه نظرية دوامة الصمت من أن الأفراد يميلون إلى إدراك آراء الآخرين وفقاً لأرائهم الشخصية. لكن اللافت للانتباه أن 70,8% من المبحوثين المؤيدين لأداء الحكومة أدركوا أيضاً عبر اتصالاتهم الشخصية أن الاتجاه السائد لدى جماعة الأصدقاء والزملاء كان معارضاً للحكومة، مما يعبر عن استمرار النقاشات الشخصية في محيط الأسرة والأصدقاء للقضايا الخلافية رغم تباين الآراء بشأنها.

سابعاً: المتغيرات المؤثرة على استعداد أفراد الجمهور للتعبير العلني عن آرائهم تجاه أداء الحكومة.

1- العلاقة بين متغير الخوف والاستعداد للتعبير العلني على الآراء

جدول رقم (6)

العلاقة بين متغير الخوف العام والاستعداد للتعبير العلني على الآراء

الاستعداد للتعبير العلني	الخوف من التقييمات السلبية	الخوف من العزلة الاجتماعية	الرقابة الذاتية	
				الرقابة الذاتية
			0,027 - 0,390	الخوف من العزلة الاجتماعية
		0,376 ** 0,000	0,171 * 0,040	الخوف من التقييمات السلبية
	0,185 - * 0,029	0,066 - 0,251	0,138 - 0,079	الاستعداد للتعبير العلني
** العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,01				
* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05				

تظهر نتائج الاختبارات الإحصائية لمعامل بيرسون للارتباط الخطي Pearson Correlation Coefficient في الجدول رقم (6) وجود علاقة عكسية دالة إحصائياً بين استعداد

المبحوثين للتعبير العلني عن آرائهم وخوفهم من التقييمات السلبية، حيث جاءت قيمة المعامل - 0,185 دالة عند مستوى 0,05، فكلما زاد خوف المبحوث من التقييمات السلبية تراجع مستوى استعداده للتعبير العلني عن آرائه. كما يلاحظ وجود علاقة طردية بين الرقابة الذاتية للفرد وخوفه من التقييمات السلبية، حيث جاءت قيمة المعامل 0,171 دالة عند مستوى 0,05، مما يشير إلى أن الرقابة الذاتية للفرد تتأثر سلبا وإيجابا بمستوى خوف الفرد من التقييمات السلبية للآخرين لآرائه.

وبالمثل، توجد علاقة ايجابية متوسطة الشدة دالة إحصائيا بين خوف الفرد من العزلة الاجتماعية وخوفه من التقييمات السلبية لآرائه، حيث جاءت قيمة المعامل 0,376 دالة إحصائيا عند مستوى 0,01، مما يشير إلى أن الفرد يتحاشى التقييمات السلبية لآرائه خشية التعرض للعزلة الاجتماعية. ويتضح مما سبق، أن خوف الفرد مما سيصدره الناس من أحكام تقييمية له يدفعه إلى فرض طوق من الرقابة الذاتية على نفسه وآرائه خشية التعارض والتناقض مع رأي الأغلبية في المجتمع وبالتالي الوقوع في عزلة وقطيعة من مجتمعه. وهذه النتيجة تتماشى مع ما افترضته نيومان بشأن خوف الأفراد من العزلة يدفعهم لمحاولة تقييم مناخ الرأي بحثا عن مؤشرات للرأي السائد في المجتمع.

2- العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين واستعدادهم للتعبير العلني

أ- النوع الاجتماعي

جدول رقم (7)

العلاقة بين متغير النوع الاجتماعي واستعداد الأفراد للتعبير العلني

النوع		ذكر		أنثى		المجموع	
الاستعداد	ك	%	ك	%	ك		
محتمل	52	63,4	14	58,3	66	62,3	
لا أعلم	12	14,6	6	25	18	17	
غير محتمل	18	22	4	16,7	22	20,8	
المجموع	82	100	24	100	106	100	
قيمة كا ²	1,502	درجة الحرية 4				المعنوية	0,472
قيمة التوافق	0,118					المعنوية	0,472

تشير نتائج اختبار (كا²) في الجدول رقم (7) إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين واستعدادهم لإبداء آرائهم بشأن أداء الحكومة، وهذه النتيجة تأتي

خلافًا لافتراضات نيومان التي أشارت إلى أن الذكور يميلون أكثر للتعبير العلني والمشاركة في النقاشات العامة مقارنة بالإناث.

ويلاحظ من الجدول السابق تقارب نسبي المبحوثين الذكور والإناث الذين أبدوا استعدادهم للمشاركة في نقاشات عامة لإبداء آرائهم نحو أداء الحكومة، ويمكن تفسير ذلك بحضور المرأة اليمنية في الحياة السياسية بشكل فاعل ومشاركتها ليس في النقاشات العامة فحسب وإنما في إحداث التغيير السياسي، وكان دورها حاضراً وبقوة في ثورة الربيع اليمني 2011.

ب- متغير العمر

جدول رقم (8)

العلاقة بين متغير العمر واستعداد الأفراد للتعبير العلني عن آرائهم

المجموع		46 فأكثر		36 - 45		26 - 35		15 - 25		السن الاستعداد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
62,3	66	50	1	73	27	63,6	28	43,5	10	محتمل
17	18	-	-	10,8	4	18,2	8	26,1	6	لا أعلم
20,8	22	50	1	16,2	6	18,2	8	30,4	7	غير محتمل
100	106	100	2	100	37	100	44	100	23	المجموع
0,286 المعنوية		درجة الحرية 4				9,959 قيمة كا ²				
0,286 المعنوية		قيمة التوافق 0,293								

تبين نتائج اختبار (كا²) في الجدول رقم (8) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير العمر (السن) للمبحوثين واستعدادهم للتعبير العلني بشأن قضية أداء الحكومة، وهو ما يتعارض مع افتراضات نيومان التي تشير إلى أن صغار السن يميلون إلى المشاركة في النقاشات العامة بشأن القضايا أكثر من غيرهم. وتظهر بيانات الجدول السابق العكس تماماً، حيث تزيد نسبة من أبدوا استعدادهم للتعبير العلني عن آرائهم بشأن أداء الحكومة كلما تقدم العمر، كما تقل بالمقابل نسبة الذين لا يتوقعون مشاركتهم مستقبلاً بتقدم العمر أيضاً.

ج- المستوى التعليمي

جدول رقم (9)

العلاقة بين متغير المستوى التعليمي للمبحوثين واستعدادهم للتعبير العلني عن آرائهم

المجموع		دراسات عليا		جامعي		ثانوية		أساسي فأقل		السن الاستعداد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
62,3	66	71,4	15	73	27	63,6	28	57,1	4	محتمل
17	18	9,5	2	10,8	4	18,2	8	-	-	لا أعلم
20,8	22	19,1	4	16,2	6	18,2	8	42,9	3	غير محتمل
100	106	100	21	100	37	100	44	100	7	المجموع
0,590		المعنوية		4		درجة الحرية		8,402		قيمة كا ²
0,590		المعنوية						0,271		قيمة التوافق

تدل نتائج الاختبار (كا²) في الجدول رقم (9) على عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي للمبحوثين واستعدادهم للتعبير العلني بشأن أداء الحكومة، مما يعني اختلاف هذه النتيجة أيضاً مع افتراضات نظرية دوامة الصمت التي تشير إلى أن الأفراد ذوي المستوى التعليمي العالي سيكونون أكثر استعداداً لإبداء آرائهم والتعبير عنها بعلانية قياساً بغيرهم. وتظهر البيانات السابقة تقارباً ملحوظاً بين نسب الأفراد المتوقع مشاركتهم في نقاشات عامة بشأن الأداء الحكومي وفقاً لمستوياتهم التعليمية، مع ملاحظة أن النسب تزيد بتقدم المستوى التعليمي، ولكن ذلك يبقى في حدود التفاوت الطفيف دون إثبات أي علاقة ارتباطية بين المتغيرين.

د- المستوى الاقتصادي الاجتماعي

جدول رقم (10)

العلاقة بين متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي والاستعداد للتعبير العلني

المجموع		مرتفع		متوسط		منخفض		السن الاستعداد		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
62,3	66	69,2	9	66,7	46	45,8	11	محتمل		
17	18	7,7	1	15,9	11	25	6	لا أعلم		
20,8	22	23,1	3	17,4	12	29,2	7	غير محتمل		
100	106	100	13	100	69	100	24	المجموع		
0,380		المعنوية		4		درجة الحرية		4,198		قيمة كا ²
0,380		المعنوية						0,195		قيمة التوافق

تشير نتائج اختبار (كا²) في الجدول رقم (10) إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين واستعدادهم للتعبير العلني بشأن أداء الحكومة، وهو ما يختلف مع ما افترضته نيومان بشأن ميل الأفراد ذوي المستويات الاقتصادية الاجتماعية الوسطى والعليا للحوار والمشاركة في نقاشات علنية أكثر من غيرهم. ومع ذلك يمكن ملاحظة تقارب نسبي ذوي المستويات المتوسطة والعليا وتفوقها على نسبة ذوي المستوى المنخفض ممن يتوقعون مشاركتهم مستقبلا في نقاشات عامة، لكن يلاحظ بالمقابل تقارب نسبي المبحوثين الذين لا يتوقعون مشاركتهم مستقبلا من ذوي المستويات المرتفعة مع ذوي المستويات المنخفضة. وإجمالاً فإن نتائج الاختبارات الإحصائية لم تقدم دعماً علمياً يثبت صحة هذا الفرض طبقاً للنظرية.

ثامناً: العلاقة بين متغيرات الرأي والاستعداد للتعبير العلني نحو أداء الحكومة

جدول رقم (11)

العلاقة بين متغيرات الرأي والاستعداد لإبداء الرأي والتعبير العلني

الاتجاه الرأي الشخصي	الاتجاه الرأي الجماعية المرجعية	الرأي السائد في الجماعة المرجعية	الرأي السائد في المجتمع	الرأي السائد المتوقع مستقبلاً	التعرض للصحف	الاتجاه الرأي الشخصي
						اتجاه الرأي الشخصي
						الرأي السائد في الجماعة المرجعية
						الرأي السائد في المجتمع
						الرأي السائد المتوقع مستقبلاً
						التعرض للصحف
						الاتجاه الرأي الشخصي

** العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,01

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,05

يظهر اختبار معامل بيرسون في الجدول رقم (11) وجود علاقات ارتباط دالة إحصائية، إذ أن الرأي الشخصي للمبحوثين بشأن مدى تأييدهم لأداء الحكومة قد ارتبط إيجابا بإدراكهم للرأي السائد لدى الأغلبية في المجتمع، حيث جاءت قيمة المعامل 0,576 دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0,000، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط ايجابية متوسطة القوة بين المتغيرين، فكلما أدرك الفرد أن الرأي السائد في المجتمع هو التأييد للحكومة كان رأي الفرد مؤيد كذلك والعكس صحيح. كما ارتبط رأي الفرد كذلك بمدى إدراكه للرأي المتوقع مستقبلا عن أداء الحكومة، حيث جاءت قيمة المعامل 0,379 دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0,000، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط ايجابية متوسطة القوة بين المتغيرين.

بالمقابل، يلاحظ ارتباط الاستعداد للحديث العلني عن أداء الحكومة بإدراك المبحوثين لاتجاه الرأي السائد في الجماعة المرجعية متوافقا مع اتجاهاتهم الشخصية، حيث بلغت قيمة المعامل 0,264 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0,006، ومع إدراكهم للرأي السائد في المجتمع، حيث بلغت قيمة المعامل -0,206 وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة ارتباط عكسية دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0,035، فكلما أدرك الفرد أن رأي الأغلبية في المجتمع معارض لأداء الحكومة كلما أبدى استعدادا للمشاركة في النقاشات العلنية بهذا الشأن. كذلك ارتبط استعدادهم للتعبير العلني بعلاقة طردية مع مدى تعرضهم للصحف، حيث جاءت قيمة المعامل 0,251 دالة عند مستوى 0,01، فكلما زاد مستوى تعرض الأفراد للصحف ارتفع مستوى استعدادهم للتعبير العلني عن الرأي، ويمكن فهم هذه العلاقة في إطار دور الصحافة في تزويد الجمهور بالمعلومات التي يحتاج لمعرفة عن القضية ليتمكن في ضوءها من تقييم الموقف العام من القضية.

الخلاصة:

تثبت نتائج الدراسة أن استعداد الفرد لإبداء الرأي والنقاش العلني بشأن أداء الحكومة ارتبط إيجابا بإدراكه للاتجاه السائد عبر الاتصال الشخصي الذي يقول بعجز الحكومة، كما ارتبط سلبا بإدراكه للاتجاه السائد في المجتمع الذي يرى أن أغلبية المجتمع مؤيدة للحكومة، وكذلك ارتبط باتجاهات المبحوثين المعارضة لأداء الحكومة. مما يعني أن الأفراد الذين أبدوا استعدادهم للنقاش العلني بشأن أداء الحكومة باعتبارهم يمثلون رأي الأغلبية في المجتمع هم أشخاص يعارضون أداء الحكومة، وأدركوا من خلال اتصالاتهم الشخصية أن معظم من يتحدثون معهم يعتقدون بعجز

الحكومة وإخفاقها في إدارة شؤون البلاد، ويعتقدون أن أغلبية المجتمع تتفق معهم في معارضة أداء الحكومة.

بالمقابل، يتضح أن اتجاهات المؤيدين لأداء الحكومة ارتبطت إيجاباً بإدراكهم للاتجاه السائد في المجتمع على أنه مؤيد للحكومة، وكذلك بإدراكهم للاتجاه السائد المتوقع مستقبلاً بزيادة شعبية الحكومة، كما ارتبط سلباً بإدراكهم من خلال الاتصال الشخصي بأن معظم من يتحدثون معهم يعتقدون بعجز الحكومة، مما يعني تأثر اتجاهاتهم المؤيدة للحكومة بإدراكهم للاتجاه السائد في المجتمع وفي الجماعة المرجعية على أنه مؤيد للحكومة، ولم يثبت إحصائياً أن الرأي الشخصي للأفراد المؤيدين لأداء الحكومة ارتبط إيجاباً بالرغبة في إبداء الرأي والتعبير العلني عنه، مما يشير إلى تشكل دوامة الصمت في صف المؤيدين لأداء الحكومة، باعتبارهم ينتمون لرأي الأقلية.

وفي هذا السياق، يمكن التأكيد أيضاً على أن رغبة الأفراد واستعدادهم للتعبير العلني بشأن الأداء الحكومي لم يثبت تأثرها بإدراكهم للرأي السائد في الصحف اليمنية، وإنما تأثرت بعاملين أساسيين، هما: الاتجاه السائد المدرك في الجماعات المرجعية عبر الاتصال الشخصي، والمدرك في المجتمع أيضاً. وتؤكد هذه النتيجة أهمية الاتصالات الشخصية بين أفراد المجتمع وقوة تأثيرها على تشكيل اتجاهاتهم وأحكامهم بشأن القضايا وعلى حركة الرأي العام، حيث تكون عمليات التأثير من خلال الجماعة أكثر قوة من غيرها من المؤثرات 19.

المراجع:

- 1 - دنيس ماكويل وسفن ويندل: نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، تعريب: حمزة أحمد بيت المال (الرياض: الفرزدق للطباعة والنشر، 1418) ص 174.
- 2 - دنيس ماكويل: الإعلام وتأثيراته .. دراسات في بناء النظرية الإعلامية، تعريب: عثمان العربي (الرياض: دار الشبل، 1992) ص 192.
- 3 - Elisabeth Noelle-Neumann, The Spiral of Silence.. A Theory of Public Opinion, **Journal of Communication**, Vol. 24, No. 2, 1974, p. 44
- 4 - دنيس ماكويل وسفن ويندل: مرجع سابق، ص ص 175 - 176.
- 5 - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص ص 356 - 357.
- 6 - علاء عبد المجيد يوسف الشامي، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006)
- 7 - شيماء ذو الفقار حامد، دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2000)
- 8 - عادل عبد الغفار، أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2000)

9 - Kim, Sei-Hill. "Spiral of Silence and Genetically Modified (GM) Foods in South Korea" **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012, Available on http://citation.allacademic.com/meta/p553268_index.html, Date of search in April 18, 2013.

¹⁰ - Liu, Xudong. and Fahmy, Shahira. "Testing the Spiral of Silence in the Virtual World: Monitoring Opinion-Climate Online and Individuals' Willingness to Express Personal Opinions in Online Versus Offline Settings" **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Marriott, Chicago, IL, May 20, 2009, Available on http://citation.allacademic.com/meta/p297660_index.html, Date of search in April 18, 2013.

11 - Spencer, Anthony. and Croucher, Stephen. "Spiral of Silence and the Terrorist Group ETA: An Analysis of Perceptions in France in Spain" **Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention**, TBA, Chicago, IL, Nov 15, 2007, Available on http://citation.allacademic.com/meta/p195268_index.html, Date of search in April 18, 2013.

12 - Brown, William. and Welch, Shyla. "Post-September 11th Perceptions of Islam and the Spiral of Silence" **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004, Available on http://citation.allacademic.com/meta/p112976_index.html, Date of search in April 18, 2013.

* - اعتادت صحيفة الأولى إصدار عدد مزدوج ليومي الخميس والجمعة كل أسبوع خلال فترة الدراسة.

¹³ - Hayes, A. F., Glynn, C. J., & Shanahan, J. Willingness to self-censor: A construct and measurement tool for public opinion research, **International Journal of Public Opinion Research**, No. 17, 2005, pp. 298 - 323.

¹⁴ - Hayes, A. F., Matthes, J., Hively, M. H., & Eveland, W. P. Jr. In search of the climate of opinion: A new (and novel) test of spiral of silence theory. **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Chicago, IL. 2008.

¹⁵ - Watson, D., & Friend, R. 'Measurement of social evaluative anxiety', **Journal of Consulting and Clinical Psychology**, No. 33, 1969, pp. 448 - 458.

¹⁶ - جرى حساب المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوث من خلال معادلة حسابية، يتم فيها جمع قيم ستة متغيرات ديموغرافية مع بعض، هي: الحالة التعليمية، الحالة الوظيفية، حالة السكن، نوع المسكن، الدخل الشهري، الإعالمة الشهرية، امتلاك سيارة، حيث وضعت قيم ترتيبية لفئات كل متغير منها، ثم يقسم المجموع الكلي على ثلاثة ليعكس الناتج المستوى الاقتصادي الاجتماعي لكل مبحوث.

** - أسماء الإخوة المحكمون على النحو الآتي:

- الدكتور/ عبد الرحمن الشامي - أستاذ الاتصال المشارك، وعميد كلية الإعلام بجامعة صنعاء.
 - الدكتور/ يوسف الفيكاوي - أستاذ الإعلام المشارك، ورئيس قسم الإعلام بجامعة الكويت.
 - الدكتور/ عبد الباسط الحطامي - أستاذ الإعلام المساعد بجامعة صنعاء وعمان.
 - الدكتور/ يوسف سلمان - أستاذ الإعلام المساعد، ورئيس قسم الإعلام بجامعة العلوم والتكنولوجيا بصنعاء.
 - الدكتور/ محمد القعاري - أستاذ الصحافة المساعد، ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام بجامعة صنعاء.
- ¹⁷ - جرى ترتيب الأولويات المركبة للصحف اليمنية اعتماداً على حساب متوسط ترتيب الصحف الثلاث (عينة الدراسة)

¹⁸ - محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص 356.

¹⁹ - محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص 18.

استخدامات الطفل الأردني لبرامج القنوات الفضائية العربية المتخصصة والاشباعات المحققة "دراسة مسحية"

د. علي عبد الله الغزو .. كلية الآداب واللغات/ جامعة جدارا /الأردن

د. رسمية محمد الشقران .. كلية الآداب واللغات/ جامعة جدارا /الأردن

مقدمة:

تتعدد وتتنوع الهيئات والوسائل والمواد والبرامج التي تستهدف الطفل بمضامينها ذات الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية ؛ وتداخلت عمليات التأثير الناجمة عن الاستهداف بتجزر ثورة المعلومات وشيوع وسائل ووسائط متعددة حملت في طياتها الكثير من الأنماط الفكرية والثقافية بأساليب وطرق عرض وتقديم غير مألوفة ، وأرخت البيئة التقنية المعاصرة بتأثيراتها على جميع مناحي الطفل ، وغدت القنوات الفضائية العامة والمتخصصة تحدد نوعية معارفه ومهاراته واتجاهاته وحتى سلوكياته بغض النظر عن النوعية وكيفية التلقي ومدى كثافة المتابعة وحتى الاستغراق في المشاهدة.

وعكس التلفزيون المعاصر أجزاءً محددة من عالمين الأول افتراضي ومصطنع والثاني حياتي معاش واقعاً، بالتالي فإنه قدم ثقافة انتقائية خاصة، وغدت الأطر الثقافية التلفزيونية واحدة من أهم الثقافات التي تبلورت وتكونت عبر كل العصور الفائتة رغم كل التحفظات على طبيعتها ومرتكزاتها وآليات تشكلها، فالثقافة التلفزيونية هي ثقافة إطارين متكاملين ثقافة إطار النص ودلالاته وثقافة إطار الصورة ودلالاتها⁽¹⁾.

ولعل ظهور القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالأطفال واعتماد الكثير من هذه القنوات طبقاً للكثير من الدراسات السابقة على الإنتاج غير العربي لتغطية ساعات البث الطويلة لتزيد من حجم التأثير وربما التباين في سمات المتلقي طبقاً للمحتوى وتبعاً للعديد من المتغيرات التي ترتبط بالطفل وبيئته وظروف التعرض لهذه المواد والبرامج وعلى مدار الساعة.

ومفهوم الطفولة والتي يعتبرها الكثيرون: بأنها المرحلة التي يمر بها الكائن البشري من الميلاد وحتى سن الثانية عشرة تقريباً وتتميز بأنها تتسم بالمرونة والقبالية، وهي مرحلة للتربية والتعليم ، وفيها يكتسب الطفل العادات والمهارات والاتجاهات العقلية والاجتماعية والحسية، إلا أنه ينبغي هنا أن نشير إلى أن حياة الإنسان عبارة عن سلسلة حلقات متصلة متداخلة، وان النمو عملية مستمرة، ولا تقسم الحياة إلى مراحل إلا لتبسيط الدراسة، لهذا يصعب تمييز نهاية كل مرحلة عن بداية المرحلة التي تليها كما أن لكل مرحلة سماتها الخاصة بها، وتتأثر بما سبقها من مراحل، كما تؤثر فيما بعدها من مراحل أخرى⁽²⁾؛ لذا ينبغي أن يكون لدى الأطفال حرية التعبير عن مشاعرهم وأهمية عدم كبتها عند الضرورة⁽³⁾.

وينظر إليها البعض الآخر على أنها"تشتمل بالتحديد على أولئك الأطفال الذين لم يتجاوزوا السادسة عشرة من أعمارهم، والذين تنتهياً لهم أن يلعبوا ويغنوا، ويستمعوا إلى الموسيقى والبرامج، ويشاهدوا السينما والتلفزيون، ويقرأوا الكتب والمجلات، وتجمعهم المدارس والأندية والساحات ، والمكتبات والمعسكرات"⁽⁴⁾.

وكان فرويد أول من أكد أهمية السنوات الأولى من عمر الإنسان واعتبرها مرحلة تكوينية أساسية بالغة التأثير في السنوات اللاحقة، من حيث ما يعيشه الطفل من خبرات مؤلمة أو سارة، والتي لا يمكن أن تمحى إلا لتخزن في اللاشعور⁽⁵⁾.

كما تعددت التقسيمات التي قدمت لمراحل الطفولة تبعاً لمتغيرات عدة رغم تأكيد معظم الباحثين على عدم وجود انفصال بين هذه المراحل وعلى وجود تداخل وتتابع فيما بينها، ومن بين التقسيمات التي قدمت لمراحل الطفولة مثل (6): مرحلة الواقعية والخيال المحدود - مرحلة الخيال المنطلق - مرحلة البطولة - المرحلة المثالية. وفي ذات الإطار يقسم باحث آخر مراحل النمو النفسي عند الأطفال إلى أربعة مراحل أيضاً، وهي: مرحلة الواقعية والخيال المحدود - مرحلة الخيال الحر - مرحلة المغامرة والبطولة - مرحلة المراهقة؛ وقد حدد نفس الباحث "الوضوح" و"القوة" و"الجمال" ونضيف "الدقة" كعناصر لازمة في الأسلوب الذي ينبغي أن تصاغ به قصص الأطفال بكل أشكالها؛ كذلك قسم مراحل النمو اللغوي عند الطفل إلى مراحل عدة هي: مرحلة ما قبل الكتابة، مرحلة الكتابة الأولى، مرحلة الكتابة المتوسطة، مرحلة الكتابة المتقدمة، مرحلة الفهم الناضج (7).

وكذلك ما يرتبط ببحث العلوم أو تبسيطها إذ يرى بعض العلماء أن أنماط العلوم سبعة تُشكل المفاهيم العلمية الأساسية للأطفال، وهي (8): الزمان - المكان - التعبير - التكيف - التنوع - الترابط - الطاقة.

مشكلة الدراسة وأهمية البحث:

تتعدد الدراسات التي اهتمت ببحث مضامين وسائل الاتصال والإعلام على الأطفال وبمراحلهم العمرية المبكرة والمتوسطة والمتأخرة نظراً لحجم التأثير المرتبط بكثافة المتابعة والاستخدام ولقابلية الأطفال واستعدادهم لاستيعاب كل ما يقدم لانخفاض مستوى الخبرة والمعارف والمهارات مقارنة بالمرحلة العمرية اللاحقة إلى جانب رغبة القائمين على وسائل الإعلام المرئية بدفع مختلف أفراد الأسرة لمتابعة برامجها باعتبار الأطفال حسان سبق في عملية الاستقطاب الجماهيري.

وتوزع عملية التنشئة الاجتماعية للأطفال على مجموعة من العوامل ذات الطابع الاجتماعي: وهم من حيث الترتيب الأسرة التي تكسب الطفل المبادئ الأساسية الخاصة بالتربية والسلوك، ثم المدرسة التي تهتم بتعليم الطفل مجموعة من المعارف والمهارات وتعزز بعض قواعد التعامل، ثم جميع وسائل الإعلام وخصوصاً التليفزيون والانترنت⁽⁹⁾.

وتتلخص مشكلة الدراسة بتحديد أكثر القنوات الفضائية العربية المتخصصة وبرامجها المفضلة وكثافة الاستخدام ودوافعه والأشباع المحققة ونوعية المهارات والقيم ودرجات التأثير المعرفية والقيمية والأخلاقية والدراسية والسلوكية الناجمة عن معدلات استخدام الطفل الأردني لهذه البرامج وتقييم الأهل لسمات القيم التي تعكسها برامج الأطفال على أبنائهم.

وتتبع أهمية الدراسة من اعتبارات تتعلق بإحاطة هذه الدراسة بمختلف المتغيرات التي تتقاطع مع عملية استخدام الطفل الأردني لبرامجه المفضلة والمقدمة من خلال القنوات الفضائية العربية المتخصصة إلى جانب تركيزها على طبيعة التغيرات التي طرأت على معدلات المشاهدة في ظل ثورة الاتصال الرقمي ولاعتمادها على مرحلة الطفولة المتأخرة (9-12 سنة) باعتبارها الأكثر قدرة على التحديد ولكون الدراسة تنجز وسط المنافسة التي تشهدها وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الاتصال الرقمي ولتركيزها على الأطفال من المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة ولمجيئها وسط الكثير من الآراء التي تقلل من تأثيرات الإعلام المرئي (TV) مقارنة بالإعلام الإلكتروني.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف أبرزها:

- 1- التعرف على القنوات الفضائية العربية المتخصصة وبرامجها المفضلة ومعدل المتابعة اليومي لدى الطفل الأردني.
- 2- التعرف على أسباب تفضيل مشاهدة برامج الأطفال في القنوات المتخصصة مع أوقات الاستخدام والدوافع النفسية والطبعية والاشباع المحققة لدى الطفل الأردني.
- 3- اكتشاف المواهب ودرجة مساهمة برامج الأطفال في عملية تربية الطفل الأردني ،ونوعية السلوكيات المكتسبة من متابعة برامج الأطفال ودرجة تعزيزها للقيم الدينية ودرجة توحيد الطفل مع العالم الافتراضي الذي تعكسه بعض برامج الأطفال ومدى التقليد الناجم عن المشاهدة.
- 4- التعرف على نوعية القيم التي تعكسها برامج الأطفال ودرجة توافق صورة الوالدين والأخوة في برامج الأطفال وصورتهم لدى الأسر.
- 5- التعرف على طبيعة تأثير برامج الأطفال على علاقة الطفل بمحيطه الاجتماعي وتحصيله الدراسي ودرجة إنماء هذه البرامج للمهارات المختلفة ودرجة تعزيزها لمفهوم التماسك الأسري وللآداب والأخلاق العامة لدى الطفل الأردني.
- 6- التعرف على تقييم ذوي الطفل للقيم العامة التي تعكسها برامج القنوات المتخصصة بالأطفال.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما القنوات الفضائية العربية المتخصصة وبرامجها ومعدلات استخدامها اليومية لدى الطفل الأردني؟

- 2- ما الأسباب الكامنة وراء تفضيل مشاهدة برامج الأطفال في القنوات المتخصصة وأوقات الاستخدام ودوافعه وطبيعة الاشباعات المحققة لدى اطفال الأردني؟
- 3- ما طبيعة المواهب ودرجة مساهمة برامج الأطفال في العملية التربوية ونوعية السلوكيات المكتسبة ودرجة تعزيز برامج الأطفال للقيم الدينية ودرجة تأثيرها على اكتساب الطفل لسلوكيات العنف ودرجة توحده مع العالم الافتراضي الذي تعكسه بعض برامج الأطفال ومدى التقليد الناجم عن معدلات مشاهدة الطفل الأردني ؟
- 4- ما نوعية القيم التي تعكسها برامج الأطفال ودرجة توافق صورة الوالدين والأخوة في برامج الأطفال وصورتهم لدى أسرهم؟
- 5- كيف تؤثر برامج الأطفال على علاقة الطفل بمحيطه الاجتماعي وتحصيله الدراسي؟
- 6- كيف تسهم برامج الأطفال في إنماء المهارات المختلفة وما درجة تعزيزها لمفهوم التماسك الأسري وللآداب والأخلاق العامة لدى الطفل الأردني؟
- 7- كيف يقيم ذوو الطفل للقيم العامة التي تعكسها برامج القنوات المتخصصة بالأطفال لدى أطفالهم؟.

الدراسات السابقة:

- دراسة فاطمة عبد الصمد دشتي حول " أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت "عام 2005م: (10)
- هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وبين المهارات الاجتماعية؛ وتكونت عينة الدراسة من (200) طفل، ودلت النتائج عن عدم وجود اختلاف على مستوى المهارات الاجتماعية بالنسبة للأبعاد: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والضبط الانفعالي، والتعبير الاجتماعي،

والحساسية الاجتماعية، والضبط الاجتماعي، والدرجة الكلية للمهارات الاجتماعية باختلاف نوع البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال.

- دراسة علي سعد آل هطيله حول ،"تأثير برامج القنوات الفضائية على اكتساب السلوك الجانح لدى الأحداث (عادات المشاهدة وأنماطها) ، عام 2005م: (11)

سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير برامج القنوات الفضائية على اكتساب السلوك الجانح لدى الأحداث والكشف عن التباين بين الأحداث والأسوياء في أنماط المشاهدة؛ وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عدد ساعات مشاهدة برامج القنوات الفضائية حيث اتضح أن الأحداث الجانحين يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً مقابل (6%) لساعة واحدة يومياً لصالح الأحداث والأسوياء.

- دراسة امانى تفاحة ولارا حسين حول "مواد وبرامج الأطفال في القنوات الفضائية عام 2007م: (12)

أكدت الباحثتان أن للعنف المتلفز تأثيرات كبيرة على شخصية الطفل ومستقبله وان الطفل المشاهد للتلفاز دون رقابة أو انتقائية يصبح أقل إحساساً بالآلام الآخرين ومعاناتهم وأكثر رهبة وخشية للمجتمع المحيط به وأشد ميلاً إلى ممارسة السلوك العدوانى ويزيد استعداداه لارتكاب التصرفات المؤذية ، وأشارت الدراسة إلى أن حجم برامج الأطفال تراوح بين 600-900 ساعة سنوياً في القناة الأردنية والفضائية خلال عامي 2000و2001م.

-دراسة سعيد النادى سعد محمد عن "دور بعض قنوات الأطفال الفضائية المتخصصة في إكساب الأطفال المعلومات الدينية " ،دراسة تطبيقية ، عام 2007م: (13)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به قنوات الأطفال الفضائية المتخصصة في إكساب الأطفال أنواع المعلومات الدينية باستخدام منهج المسح وبلغ

عدد مفردات العينة (432) مفردة ،ودلت النتائج على استحواذ برامج الأطفال الدينية على الترتيب الأول واستحوذت قناة Space-toon المرتبة الأولى ثم قناة Mpc3 في المرتبة الثانية.

- دراسة نايف الشبول حول "أثر الدراما الفضائية في ظاهرة العنف عند الأطفال" عام 2010م:⁽¹⁴⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات في ظاهرة العنف لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا في مدارس مديرية تربية إربد الأولى ،مجتمع الدراسة طلبة وطالبات المرحلة الأساسية العليا في مديرية تربية إربد للفصل الدراسي الأول 2005-2006 ،تم اختيار عينة طبقية عنقودية عشوائية (526) طالباً وطالبة، أظهرت نتائج الدراسة أن هناك عوامل تؤثر في طلبة المرحلة الأساسية العليا لدى تعاملهم مع برامج العنف وظهور السلوك العدواني عندهم، هناك متغيرات عديدة تؤثر في سلوك الطفل وما سيؤول إليه أهمهما سلوك الوالدين وتوجيهاتهما والتسهيلات المقدمة للطفل.

- دراسة الفهداوي عبد الرحمن عودة خليفة حول "برامج الأطفال في الفضائيات العربية المتخصصة وإسهامها في تثقيف الطفل السوداني" عام 2013م:⁽¹⁵⁾

سعت الدراسة إلى معرفة طبيعة الدور الذي يمكن أن تسهم به قنوات الأطفال في اكتساب الأطفال المعارف وطبقت الدراسة على (410) مفردة من الذكور والإناث في ولاية الخرطوم ، ودلت النتائج على استحواذ قناة الجزيرة للأطفال على المرتبة الأولى ثم MBC3، وطالبت الدراسة بضرورة تفعيل دور المدرسة والأسرة في الرقابة على ما يشاهده الأطفال.

- دراسة العابد عبد الصمد حول: " تأثير الأفلام الكرتونية في القنوات الفضائية على سلوك الأطفال. مدينة تقرت أنموذجاً، عام 2014م: (16)

هدفت الدراسة التعرف على الأدوار التي تؤديها الأفلام الكرتونية في التأثير على شخصية الطفل ودورها في تنمية شخصيته، وسحبت عينة الدراسة من مدارس مدينة تقرت وبواقع (600) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى كثافة استخدام الأطفال لأفلام الكرتون أيام العطل، وتأثير هذه البرامج على سلوكيات الأطفال في تعاملاتهم مع محيطهم الاجتماعي.

- دراسة هيرش بغداد ليلي آمال حول " الطفل والتلفاز الآثار الإيجابية والسلبية "دراسة ميدانية لمدارس مدينة وهران ،عام 2015م: (17)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية للتلفاز على الطفل، وسحبت عينة الدراسة من مدينة وهران بواقع (267)؛ ودلت نتائج الدراسة على كثرة الآثار ذات الطابع السلبي الناجمة عن مشاهدة الأطفال للتلفاز.

واطلع الباحثان على دراسة علا عبد الرحمن حول أثر برامج الأطفال التلفزيونية على النمو اللغوي والمعرفي لأطفال ما قبل المدرسة⁽¹⁸⁾، ودراسة إيمان عيد شبل رضوان بخصوص دور برامج الأطفال في القناة السادسة في تكوين المفاهيم الدينية والاجتماعية لدى الطفل⁽¹⁹⁾، ودراسة وليد محمد عمشة التي تناولت استخدام التقنيات المعاصرة في إنتاج برامج الخيال العلمي في قنوات الأطفال العربية المتخصصة ودورها في الإنماء الثقافي للطفل⁽²⁰⁾، ودراسة هدى حسن أحمد عبد المالك التي تناولت برامج الأطفال بالتلفزيون المصري وعلاقتها بإكساب أطفال ما قبل المدرسة بعض المهارات العقلية⁽²¹⁾.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على مزيج مركب من نظريات التأثير الانتقائي تتمثل بنظرية الاستخدامات والاشباعات والإنماء الثقافي Cultivation والفجوة المعرفية كخلفية معرفية اعتمدها الباحثان لتقييم متغيرات الاستمارة وفهم طبيعة العوامل التي تتداخل أثناء وبعد مشاهدة الأطفال لبرامجهم المفضلة بالإضافة إلى مناقشة وتحليل نتائج الدراسة المسحية.

فنظرية الاستخدامات والاشباعات (Uses Gratification theory) والتي ترى بأن المتلقي يبتقي المحتوى الإعلامي الملائم وفقاً لدوافعه النفسية والطقوسية وصولاً إلى تحقيق اشباع ذات طبيعة محددة. (22)

وأما نظرية الإنماء الثقافي (Cultivation theory) فإنها تشير إلى أن مداومة التعرض لبرامج التلفزيون وكثافته تؤدي إلى التماثل بين الصورة التي تعكسها مضامين البرامج والعالم الواقعي الذي يعيشه الفرد. (23)

بينما تركز نظرية الفجوة المعرفية (Knowledge gap theory) على فكرة الاختلاف القائم بين الأفراد والجماعات بخصوص المعرفة ومدى التعرض لوسائل الإعلام في ايجاد هذا الاختلاف وبالتالي ترتبط نظرية الفجوة المعرفية بالعديد من المتغيرات التي ترتبط بالأفراد والمجتمع ومدى استخدام الوسائل وخلفية المنتجين والمستقبلين معاً بالإضافة إلى بيئة التعرض. (24)

الإجراءات المنهجية:

1- نوعية الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتشخيص ظاهرة يغلب عليها سمة التغيير من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة

داخلها كما هي في الواقع⁽²⁵⁾؛ وتستخدم منهج المسح بالعينة وهو ما يلائم طبيعة الظاهرة محل البحث كما هي في الواقع ويعبر عنها كمياً بناءً على المعطيات الرقمية المستخرجة ويتم تناولها كيفياً من خلال التحليل والتفسير العلمي البحث، فالمنهج السبيل الأمثل للوصول إلى الحقيقة وهو مجموعة القواعد والإجراءات والأساليب المقننة والنافعة⁽²⁶⁾.

2- مجتمع الدراسة:

يتضمن المجتمع الأساسي للدراسة من تلاميذ المدارس الأردنية الحكومية والخاصة من سن 9 - 12 سنة (الطفولة المتأخرة).

3- عينة الدراسة:

اعتمد الباحثان على العينة العمدية من خلال تبني الأسلوب العشوائي مع مراعاة التوزيع المتساوي لمتغيرات الجنس ونوع المدرسة والفئة العمرية ؛ وتضمنت العينة (450) مفردة تم سحبها بالتساوي من المدارس الحكومية والخاصة من محافظات شمال الأردن وبواقع (225) من الذكور ومثلها من الإناث.

4- أسلوب وطريقة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الاستمارة كأسلوب لجمع البيانات وبما يحقق أهداف البحث ويجب عن تساؤلاته وقسمت الاستمارة إلى أربعة أقسام الأول: الأسئلة العامة والثاني: خاص بالأطفال عينة الدراسة والثالث: خاص بالمعلمين وذوي الأطفال والرابع: المتغيرات الديموغرافية، كما تم عرض الاستمارة على عدد من الزملاء المحكمين وأجرينا بعض التعديلات على ضوء الملاحظات المتفق عليها بين المحكمين، وتم توزيع الاستمارة بعد ذلك على عينة فرعية قوامها (50) استمارة بنسبة (11.11) كاختبار قبلي Pretesting لإزالة أي لبس في عملية الفهم والاستيعاب لدى الأطفال عينة الدراسة وتم إجراء بعض التعديلات الطفيفة على متغيراتها، ولضمان دقة إجابة

المبحوثين تم الاعتماد على المقابلة المباشرة كطريقة لجمع البيانات Data Collection.

5- الأساليب والمعاملات الإحصائية:

بعد توزيع الاستمارة على عينة الدراسة تم مراجعتها من حيث دقة ملء البيانات ثم تكويدها وإدخالها من خلال البرنامج الإحصائي Spss ليصار إلى معالجة البيانات واستخراج النتائج.

الدراسة المسحية :

أولاً- المتغيرات الديموغرافية :

1-متغير النوع :

الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع

النوع	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	225	%50
انثى	225	%50
المجموع	450	%100

2-متغير الفئة العمرية :

الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرارات	النسبة المئوية
من 9- 10 سنوات	150	%33.3
من 10- 11 سنوات	150	%33.3
من 11- 12 سنوات	150	%33.4
المجموع	450	%100

3-متغير نوع المدرسة :

الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير نوع المدرسة

نوع المدرسة	التكرار	النسبة المئوية
مدرسة خاصة	225	%50
مدرسة عامة	225	%50
المجموع	450	%100

4-متغير المواهب التي يتميز بها الطفل:

الجدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير موهبة الطفل المميزة

الموهبة	التكرار	النسبة المئوية
الرسم والأشغال	124	27.6%

التعبير	26	8%
الفصاحة والخطابة	33	7.3%
الرياضة	15	3.3%
الغناء	101	22.4%
الرقص	63	14%
التمثيل	73	16.3%
الموسيقا	5	1.1%
المجموع	450	100%

5- متغير المستوى التعليمي للطفل :

الجدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير المستوى التعليمي للطفل طبقاً لإدارة المدرسة

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
منخفض	44	9.8%
متوسط	203	45.3%
مرتفع	202	44.9%
المجموع	450	100%

6- متغير عدد أفراد الأسرة :

الجدول رقم (6) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير عدد أفراد الأسرة

عدد أفراد الأسرة	التكرارات	النسبة المئوية
ثلاثة أفراد	31	6.9%
أربعة أفراد	111	24.7%
خمسة أفراد	93	20.7%
ستة أفراد	115	25.5%
سبعة أفراد فأكثر	100	22.2%
المجموع	450	100%

7- متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي لأسرة الطفل :

الجدول رقم (7) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

المستوى الاقتصادي الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
منخفض	48	10.7%
متوسط	264	58.6%
مرتفع	138	30.7%
المجموع	450	100%

بناءً على المؤشرات السابقة الواردة في الجداول ذات الأرقام من (1 إلى 7) يلاحظ المعطيات الآتية:

- اعتمدت الدراسة على أسلوب التوزيع المتساوي لعينة الدراسة طبقاً لمتغيرات النوع والفئة العمرية ونوع المدرسة.

- تنوعت مواهب أطفال عينة الدراسة بين الرسم والأشغال والغناء والتمثيل والرقص وتراوح المستوى التعليمي لأطفال العينة بين المتوسط والمرتفع وكذلك المستوى الاقتصادي الاجتماعي وتعزى هذه النتائج إلى التوزيع المتساوي لعينة الدراسة بخصوص نوعية المدرسة التي يرتادها الأطفال.

- كما تراوح عدد أفراد أسرة الطفل بين أربعة أفراد وستة أفراد وسبعة أفراد فأكثر وبنسب (24.7% و 25.5% و 22.2%) على التوالي.

ثانياً - القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالأطفال الأكثر متابعة :

الجدول رقم (8) توزيع عينة الدراسة طبقاً للقناة الفضائية العربية المتخصصة بالأطفال الأكثر

متابعة

النسبة المئوية	التكرارات	القناة
17.1%	77	قناة الجزيرة للأطفال
25.8%	116	قناة سبب تون
3.8%	17	قناة طيور الجنة (1)
13.6%	61	قناة MBC3
2.7%	12	كراميش
13.1%	59	براعم
0.4%	2	NOON TV
0.4%	2	قناة BABY طيور
0.4%	2	قناة آرتينز
4%	18	قناة أجيال
7.3%	33	قناة CN ARABIC
11.3%	51	قناة كوكي
100%	450	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى استحواذ قناة سبب تون على المرتبة الأولى بين القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالأطفال متابعة بنسبة (25.8%)، تلتها قناة

الجزيرة للأطفال (ج) بنسبة (17.1%)، وبالترتيب الثالث جاءت قناة MBC3 بنسبة (13.6%).

وترد نتائج معطيات الجدول الفأنت إلى اعتبارات عدة أهمها:

1- تنوع برامج هذه القنوات والتي تحاكي مختلف المراحل العمرية للطفل وخصوصاً أطفال المرحلة المتأخرة (9-12 سنة).

2- اعتماد نسبة كبيرة من برامج هذه القنوات على إثارة الخيال لدى الطفل وتقديمها مجموعة من أفلام الحركة والخيال والرسوم المتحركة وبعض الفواصل ذات الطابع التربوي.

3- اعتماد بعض هذه القنوات على إعادة خريطة برامجها خلال فترات مختلفة من النهار.

4- اعتماد بعض هذه القنوات على إنتاج بعض برامجها من خلال شركات إنتاج محلية.

ثالثاً- مدى متابعة الطفل لبرامج القنوات الفضائية العربية المتخصصة يوميا :

الجدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى المتابعة اليومية

النسبة المئوية	التكرارات	مدى المتابعة
18%	81	من ساعة إلى أقل من ساعتين
47.8%	215	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
34.2%	154	ثلاث ساعات فأكثر
100%	450	المجموع

تدل بيانات الجدول رقم (9) على استحواذ توقيت المتابعة (من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات) على الترتيب الأول كمعدل لمدى المتابعة اليومية لبرامج القنوات العربية المتخصصة بنسبة (47.8%)، تلتها فئة (ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة (34.2%)، بينما جاءت فئة المتابعة من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة (18%)؛ وتعزى نتائج الجدول الفأنت إلى استمرار التلفزيون بصورة عامة والقنوات المتخصصة بصورة خاصة على مرتبة الصدارة بين وسائل الاتصال والإعلام من معدلات المتابعة اليومية وكمنفذ للترفيه والمعرفة وقضاء وقت الفراغ للأطفال في مجتمعاتنا رغم بروز ظاهرة منافسة شبكات التواصل التفاعلي.

رابعاً - أكثر البرامج متابعة :

الجدول رقم (10) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأكثر البرامج متابعة

النسبة المئوية	التكرارات	البرنامج
9.8%	44	توم وجيري
3.3%	15	صاحب الظل الطويل
4.4%	20	سالي
8.7%	39	الرجل العنكبوت
5.8%	26	القنص
2%	9	ستروبري شورت كيك
2.2%	10	فتيات القوة
4.4%	20	فلة (بياض الثلج)
8.7%	39	السنافر
4%	18	سلاحف النينجا
7.6%	34	الشبح
8.4%	38	قصص الإنسان في القرآن
11.3%	51	سبونج بوب
2.4%	11	قرية بارك
13.3%	60	كونان
3.6%	16	زورو
100%	450	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم (10) أن برنامج (كونان) جاء بالترتيب الأول من حيث متابعة العينة بنسبة (13.3%)، وجاء برنامج (سبونج بوب) بنسبة (11.3%) بالترتيب الثاني، تلاه برنامج (توم وجيري) بنسبة (9.8%) بالترتيب الثالث فيما تقاربت نسب استخدام الأطفال للبرامج الأخرى؛ وتعزى نتائج الجدول الفئات إلى شمولية متابعة الأطفال واستخدامها لمختلف البرامج التي تتسم بالحركة والإثارة والغرابة والتنوع على مستوى تكوين الإطارات من الغموض إلى الوضوح يضاف إلى ذلك عدم برمجة نسبة من أطفال عينة الدراسة لأوقات متابعتهم لبرامجهم المفضلة، ولاعتماد معظم القنوات المتخصصة بالأطفال على نظام الإعادات والذي يتيح للأطفال بغض النظر عن فئتهم العمرية متابعة مختلف البرامج، بالإضافة إلى تحكم الأطفال الأصغر داخل

الأسر بالقنوات وبرامجها على السواء باعتبارهم حسان السبق المستهدفين من قبل إدارة البرامج في هذه القنوات.

خامساً- أسباب تفضيل مشاهدة برامج القنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة بالأطفال :

الجدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب تفضيل مشاهدة برامج القنوات العربية

المتخصصة

النسبة المئوية	التكرارات	السبب
24.7%	111	لأنها تقدم برامج مغامرات
13.10%	59	لأنني أفهم لغتها
13.8%	62	لأن برامجها ممتعة ومسلية
14.2%	64	أن البرامج التي أهتم بها تعرض في أوقات فراغي
15.8%	71	لأن أشكال برامجها ومضامين أغانيها جميلة وتستهويني
11.3%	51	لأنها تقدم معلومات لا أسمع بها في المنزل أو المدرسة
2.9%	13	لأن معظم أو بعض أفراد أسرتي يركزون عليها ويشاهدونها معي
3.3%	15	لأنني استفيد في مشاهدتها في تعاملتي مع إخوتي وأصدقائي ومعلميني
0.9%	4	لأنها تعرفني على حقوقي وواجباتي في المنزل والشارع والمدرسة
100%	450	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (11) إلى استحواذ سبب (أنها تقدم برامج مغامرات) على الترتيب الأول من حيث أسباب تفضيل المشاهدة بنسبة (24.7%) ، ثم جاء سبب (لأن أشكال برامجها ومضامين أغانيها جميلة وتستهويني) بالترتيب الثاني بنسبة (15.8%)، ثم تلاها سبب (أن البرامج التي أهتم بها تعرض في أوقات فراغي) بنسبة (14.2%)، وتتفق نتائج هذا الجدول مع نتائج الكثير من الدراسات السابقة وتتفق مع ما ذهبنا إليه في تحليلنا لنتائج الجدول الفائت ، ولعل المثير في نتائج الجدول أيضاً عدم ارتباط برامج القنوات العربية المتخصصة بتعريف الطفل بحقوقه وواجباته في المنزل والشارع والمدرسة وعدم إفادتها في إقامة علاقات على مستوى التعامل مع الإخوة والأصدقاء والمعلمين إلى جانب تعزيزها للنزعة الفردية للطفل من خلال عدم

اكثرائه بما يركز عليه الأهل وأفراد أسرته من برامج وما تقدم مبني على الانخفاض الحاد لنسب الأسباب الثلاث الأخيرة.

سادساً- أوقات استخدام الطفل للبرامج :

الجدول رقم (12) توزيع عينة الدراسة طبقاً لأوقات استخدام الطفل للبرامج

النسبة المئوية	التكرارات	وقت الاستخدام
0.9%	4	الفترة الصباحية
37.6%	169	ما بعد الظهر
45.3%	204	المساء
15.3%	69	السهرة
0.9%	4	آخر الليل
100%	450	المجموع

تدل معطيات الجدول رقم (12) إلى مجيء وقت المساء طبقاً لأوقات استخدام الطفل للبرامج بالترتيب الأول بنسبة (45.3%)، ثم وقت ما بعد الظهر بنسبة (37.6%)، تلاها توقيت السهرة بنسبة (15.3%) ؛ وتعزى هذه النتائج إلى وقت فراغ أطفال عينة الدراسة وما بعد ذهابهم إلى مدارسهم من جهة ولانشغال بقية أفراد الأسرة خلال هذه الفترات ما بين الأعمال المنزلية أو الاستراحة أو القيام ببعض المهام والواجبات الأخرى مما يتيح المجال للأطفال عينة الدراسة لمتابعة برامجهم خلال هذه الفترات وبالتحديد في المساء وما بعد الظهيرة.

سابعاً- الدوافع النفسية لاستخدام الطفل للبرامج :

الجدول رقم (13) توزيع عينة الدراسة طبقاً للدوافع النفسية لاستخدام الطفل للبرامج

النسبة المئوية	التكرارات	الدوافع النفسية
28.2%	127	إنماء خيال الطفل
30.5%	137	لاكتساب العادات والسلوكيات الحسنة
32.2%	145	للإرشاد وتوجيه النصائح
2%	9	للتوعية والتوجيه
7.1%	32	للتربية والتعليم
100%	450	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم(13) إلى استحواذ دافع (للإرشاد وتوجيه النصائح) على الترتيب الأول بين الدوافع النفعية بنسبة(32.2%)، ثم جاء الدافع (لاكتساب العادات والسلوكيات الحسنة) الترتيب الثاني بنسبة (30.5%) ، ثم الدافع الخاص (بانماء خيال الطفل) بنسبة (28.2%) ؛ وترد نتائج الجدول الفأنت لاعتبارات تتعلق بسمات المرحلة العمرية لعينة الدراسة (الطفولة المتأخرة من 9 إلى 12 سنة) فهذه المرحلة قادرة على تحديد طبيعة دوافع المشاهدة بغض النظر عن مدى حقيقتها الفعلية بالإضافة إلى مشاركة الأهل في ملء بيانات الاستمارة ولطبيعة برامج بعض القنوات المتابعة والتي تسعى إلى إثارة خيال الطفل من جهة وتقدم الكثير من المشاهد أو الفواصل بين البرامج الكثير من الإرشادات والنصائح والتي تحت الطفل على ضرورة أن يتمثل الطفل بالسلوكيات الحسنة ويسعى إلى تبني واكتساب العادات الإيجابية.

ثامناً- الدوافع الطقوسية لاستخدام الطفل لهذه البرامج :

الجدول رقم (14) توزيع عينة الدراسة طبقا للدوافع الطقوسية لاستخدام الطفل للبرامج

النسبة المئوية	التكرارات	الدوافع الطقوسية
24%	108	1-لقضاء وقت الفراغ
26.9%	121	2-من قبل الاعتياد
49.1%	221	3-للتسلية والترفيه
100%	450	المجموع

تبين معطيات الجدول رقم (14) مجيء فئة استخدام الأطفال لبرامجهم للتسلية والترفيه على الترتيب الأول بنسبة (49.1%) ثم من قبيل الاعتياد على نسبة (26.9%) ولقضاء وقت الفراغ على ما نسبته (24%)؛ وتعزى نتائج الجدول الفأنت إلى سمات شريحة الأطفال وما تتميز به هذه المرحلة العمرية من نشاط وسرعة الحركة والبحث عن منافذ للتسلية والترفيه ولقضاء وقت الفراغ ولعل ما تتيحه برامج الأطفال من مشاهد وعروض تتسم بالحيوية والحركة والألوان إضافة إلى الخيال

بأنواعه والصراع بجميع أشكاله وصوره جميعها متغيرات تدفع الأطفال لمتابعة برامجهم وعلى أكثر من قناة.

تاسعاً - طبيعة الاشباعات المحققة للطفل نتيجة متابعة البرامج :

الجدول رقم (15) توزيع عينة الدراسة طبقاً للاشباعات المحققة للطفل نتيجة متابعته للبرامج

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة الاشباعات
20.4%	92	زيادة المعرفة
26.7%	120	تأكيد الذات
10.2%	46	مراقبة البيئة
3.3%	15	اكتسابه السلوكيات الحسنة
39.4%	177	الشعور بالراحة والسعادة
100%	450	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى أن أبرز الاشباعات المحققة للأطفال عينة الدراسة نتيجة متابعتهم لبرامج الأطفال من خلال القنوات الفضائية العربية المتخصصة الشعور بالراحة والسعادة وبنسبة (39.4%) ثم تأكيد الذات بنسبة (26.7%) فزيادة المعرفة بنسبة (20.4%) وتتوافق هذه النتائج مع طبيعة البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة فبعضها يسهم في تحقيق الشعور بالراحة والسعادة وبعضها يعزز النزعة الذاتية لدى الطفل والبعض الآخر يقدم من خلال مشاهدته الكثير من المعارف التي يفتقدها الطفل في مدرسته وبيئته التي يعيشها إلى جانب تميزها بالتكثيف والجاذبية من حيث طرق عرضها وتقديمها.

عاشراً - المواهب التي تعززها برامج الأطفال:

الجدول رقم (16) توزيع عينة الدراسة طبقاً للمواهب التي تعززها برامج الأطفال

المواهب	الترتيب الاول		الترتيب الثاني		الترتيب الثالث		لم تذكر		المجموع	ك
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الغناء	82	18.2%	66	14.7%	107	23.8%	195	43.3%	450	100%
الفصاحة والخطابة	92	20.4%	35	7.8%	35	7.8%	288	64%	450	100%
الأشغال اليدوية	28	6.2%	43	9.6%	28	6.2%	351	78%	450	100%
الرسم	54	12%	85	18.9%	54	12%	257	57.1%	450	100%
الرياضية	22	4.9%	21	4.7%	38	8.4%	369	82%	450	100%

%100	450	%74.7	336	%8.4	38	%8.7	39	%8.2	37	السباحة
%100	450	%74.4	335	%8.7	39	%8.4	38	%8.4	38	الرقص
%100	450	%66.9	301	%12.7	57	%14.9	67	%5.6	25	التمثيل
%100	450	%82.4	371	%5.6	25	%5.8	26	%6.2	28	الابتكارات
%100	450	%77.1	347	%6.4	29	%6.7	30	%9.8	44	النقد

تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى استحواذ موهبة الفصاحة والخطابة على نسبة (20.4%) كترتيب أول، تلتها موهبة الغناء بنسبة (18.2%) ثم موهبة الرسم بنسبة (12%)، وفي الترتيب الثاني جاءت موهبة الرسم أولاً بنسبة (18.9%) تلتها موهبة التمثيل بنسبة (14.9%) ثم موهبة الغناء بنسبة (14.7%)، وكترتيب ثالث جاء أولاً موهبة الغناء بنسبة (23.8%) تلاها التمثيل بنسبة (12.7%) ثم موهبة الرسم بنسبة (12%).

وترد نتائج الجدول الفائق لاعتبارات تتعلق بكثافة متابعة الأطفال عينة الدراسة لنوعية محددة من البرامج التي تسهم بشكل ملحوظ في عملية إنماء وتحفيز بعض المواهب لدى الأطفال كالصراحة والخطابة والغناء والرسم والتمثيل إذ باتت الكثير من القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالأطفال تركز في بعض برامجها أو من خلال اهتمامها ببعض المشاهد التي تقدمها على هذه النوعية من المواهب الأمر الذي يلاقي القبول والاستحسان لدى الأطفال والأهل على السواء، وينبغي الإشارة هنا إلى أن بذرة هذه المواهب موجودة أصلاً لدى الأطفال وإنما يحدث شكل من أشكال التوافق بين استعداد الطفل وما تعرضه القنوات من أساليب وطرق اكتساب الطفل لمهارات هذه المواهب.

الحادي عشر - درجة مساهمة برامج الأطفال في عملية تربيتهم

الجدول رقم (17) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة مساهمة برامج الأطفال في عملية تربيتهم

النسبة المئوية	التكرارات	درجة المساهمة
%35.1	158	بدرجة منخفضة
%48.9	220	بدرجة متوسطة
%16	72	بدرجة مرتفعة
%100	450	المجموع

تدل معطيات الجدول رقم (17) إلى استحواد الدرجة المتوسطة لمساهمة برامج الأطفال في عملية تربيتهم بنسبة (48.9%)، تلاها بدرجة منخفضة بنسبة (35.1%) ثم بدرجة مرتفعة بنسبة (16%)؛ وترد نتائج معطيات الجدول الفأنت لأسباب تتعلق بمشاركة برامج التلفزيون في تربية وتنشئة الطفل من خلال الساعات التي يقضيها أمام برامجها إلى جانب اكساب هذه البرامج مفردات وعبارات محددة والتي تسهم بدورها في تشكيل اتجاهات الطفل ومواقفه حيال العديد من الأمور والأشياء المحيطة، بالإضافة إلى اعتماد معظم القنوات المتخصصة على نظام الإعادات (التكرار) فتراكم المشاهدة وتتابعها تسهم إلى حد ما في عملية تنشئة الأطفال وتربيتهم، وينبغي الإشارة هنا إلى مشاركة التفاز للأهل والإخوة والمدرسة والبيئة الاجتماعية المحيطة من الزملاء والأقارب والنوادي والأنشطة اللامنهجية وشبكات التواصل في عملية تنشئة الطفل وتربيته وهذا ما يفسر نتائج درجة المساهمة الواردة في بيانات الجدول الفأنت.

الثاني عشر - نوعية السلوكيات المكتسبة من متابعة برامج الأطفال

الجدول رقم (18) توزيع عينة الدراسة طبقاً لنوعية السلوكيات المكتسبة من متابعة برامجهم

النسبة المئوية	التكرارات	نوعية السلوكيات المكتسبة
35.3%	159	سلبية
48%	216	مختلطة
16.7%	75	إيجابية
100%	450	المجموع

أشارت معطيات الجدول رقم (18) إلى استحواد نوعية السلوكيات المكتسبة المختلطة أولاً بنسبة (48%) تلاها السلوكيات السلبية بنسبة (35.3%) ثم الإيجابية بنسبة (16.7%)؛ وترد نتائج الجدول إلى اعتبارات تتمثل بعدم القدرة لدى الأطفال والأهل على تحديد نوعية السلوكيات المكتسبة من متابعة برامج الأطفال لتداخل المؤسسات والمتغيرات في عملية اكساب الأطفال للسلوكيات المختلفة غير أن نسبة ملحوظة ترى سلبية السلوكيات المكتسبة والناجمة غالباً عن مشاهدة الأطفال لبعض البرامج ذات الطابع العنيف والتي تحض على الصراع والقتال والشر بغض النظر عن

البطل والمنتصر في نهاية العمل، ولعل هذا الاكتساب يعود إلى عاملين هما: عدم تحديد ما يجب أن يشاهده الطفل من قبل الأهل ولعدم وجود الوقت الكافي لدى الأهل لمناقشة أبنائهم بما شاهدوه أو لعدم توافر الخبرة والمعرفة الكافية لدى الأهل بما ينبغي أن يشاهده الطفل وما لا يشاهده من برامج.

الثالث عشر - درجة تعزيز برامج الأطفال للقيم الدينية لدى الطفل :

جدول رقم (19) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة تعزيز برامج الأطفال للقيم الدينية لدى الطفل

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التعزيز
36.4%	164	منخفضة
56.9%	256	متوسطة
6.7%	3	مرتفعة
100%	450	المجموع

دلت مؤشرات الجدول رقم (19) على أن درجة التعزيز المتوسطة لبرامج الأطفال حيال القيم الدينية وبنسبة (56.9%) فيما جاءت درجة التعزيز المنخفضة بنسبة (36.4%) وترد هذه المعطيات إلى نوعية القنوات التي تتابعها عينة الدراسة والتي تسعى إلى اكساب الطفل قيم دينية معتدلة بالإضافة إلى مرجعية القائمين على إنتاج هذه النوعية من برامج الأطفال المقدمة من خلال هذه القنوات والمنتجة أو المدبجة بواسطة بعض الشركات العربية.

الرابع عشر - درجة تأثير برامج الأطفال على اكتساب الطفل لسلوكيات العنف

الجدول رقم (20) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة تأثير برامج الأطفال على اكتساب الطفل

لسلوكيات العنف

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التأثير
35.1%	158	منخفضة
33.3%	150	متوسطة
31.6%	142	مرتفعة
100%	450	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (20) إلى وجود تأثير لبرامج الأطفال على اكتساب الطفل لسلوكيات العنف بدرجة متوسطة ومرتفعة معاً إلى نسبته (64.9%) مما يدل بوضوح

إلى زيادة البرامج الموجهة للأطفال وتحمل طابعاً عنيفاً من حيث مشاهدتها الصورية والصوتية والتي تؤدي بالضرورة إلى اكتساب الطفل لسلوكيات العنف ويعزى هذا الاكتساب إلى عامل آخر يتمثل في غياب رقابة الأهل على ما ينبغي أن يشاهده الطفل بالإضافة إلى توافق طبيعة المشاهد العنيفة ورغبات الطفل وخصائصه واتسام مرحلته العمرية بحب التجريب والتقليد بغض النظر عن الصوب من عدمه.

الخامس عشر- درجة توحيد الطفل مع العالم الافتراضي الذي تعكسه بعض برامج الأطفال

الجدول رقم (21) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة توحيد الطفل مع العالم الافتراضي

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التوحيد
16.9%	76	منخفضة
33.1%	149	متوسطة
50%	225	مرتفعة
100%	450	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (21) إلى توحيد الطفل مع العالم الافتراضي الذي تعكسه بعض برامج الأطفال بدرجة مرتفعة ومتوسطة وصلت معاً إلى نسبة (83.1%) الأمر الذي يؤكد الملاحظات الشخصية بخصوص انفصال الطفل عن وقائع بيئته الاجتماعية التي يعيشها نتيجة مشاهداته للكثير من برامج المفضلة ذات الطابع التخيلي الجامح الأمر الذي يزيد من الفجوة بين آماله وأحلامه غير المحدودة وسمات الواقع الراهن والمستقبلي، ويتعلق ذلك بما اتاحته تقنيات التصميم ثلاثية الأبعاد من إمكانات غير مسبوقة لمنتجي الكثير من برامج الأطفال قوامها خيال المصمم ورؤيته للأشياء بعيداً عن صورتها الحقيقية الماثلة للعيان.

السادس عشر-المشاهد المفضلة في برامج الأطفال والتي يرغب الطفل بتقليدها:

الجدول رقم (22)توزيع عينة الدراسة طبقاً للمشاهد المفضلة لدى الطفل ويرغب أو يقوم بتقليدها

النسبة المئوية	التكرارات	المشاهد المفضلة
25.1%	113	التحري
30.4%	137	التجارب العلمية

المشاهد الرياضية الواقعية	96	%21.3
المشاهد الرياضية التخيلية	52	%11.6
تعلم الرياضيات برامج الكمبيوتر	52	%11.6
المجموع	450	%100

تبين معطيات الجدول رقم (22) إلى تنوع المشاهد المفضلة في برامج الأطفال والتي يرغب الطفل بتقليدها واستحوذت التجارب العلمية على المرتبة الأولى بنسبة (30.4%) ثم التحري بالمرتبة الثانية بنسبة (25.1%) فالمشاهد الرياضية بنسبة (21.3%) وترد هذه النتائج إلى طبيعة برامج الأطفال الأكثر تفضيلاً لدى الأطفال عينة الدراسة طبقاً لنتائج جدول سابق.

السابع عشر - من يتحدث ويتناقش معهم الطفل مشاهدة برامج الأطفال:

الجدول رقم (23) توزيع عينة الدراسة طبقاً لمن يتحدث ويتناقش معهم الطفل بعد مشاهدته لبرامج

الأطفال

النسبة المئوية	التكرارات	أتناقش مع
%0.7	3	لا أتناقش مع أحد
%6.7	30	الأب
%24	108	الأم
%9.1	41	الاثنتان معاً
%38.2	172	الإخوة والأخوات
%20.7	93	الأصدقاء
%0.7	3	المعلم
%100	450	المجموع

بينت نتائج الجدول رقم (23) على أن الأطفال عينة الدراسة يتناقشون مع الإخوة والأخوات بعد مشاهدتهم لبرامجهم المفضلة وبنسبة (38.2%) ثم مع الأم بنسبة (24%) فالأصدقاء بنسبة (20.7%) وتعزى هذه المعطيات إلى المشاهدة بالمشاركة بين الإخوة والأخوات والأم وحتى الأصدقاء إلى جانب العطف والحنان لدى الأم ولوقت الفراغ المتاح أمامها بالإضافة إلى عامل الاهتمام والأولويات المشتركة بين معظم هذه الأطراف ولتقارب المعارف والاتجاهات وحتى السلوكيات بين الأطفال بعضهم مع البعض الآخر.

الثامن عشر - نوعية القيم الإيجابية التي تعكسها برامج الأطفال:

الجدول رقم (24) توزيع عينة الدراسة طبقاً لنوعية القيم الإيجابية التي تعكسها برامج الأطفال

النسبة المئوية	التكرارات	القيم الإيجابية
19.3%	87	الخير والحق
9.3%	42	العدل
44.9%	202	الجمال
19.3%	87	المحبة
7.1%	32	التسامح والسلام
100%	450	المجموع

تدل بيانات الجدول رقم (24) على استحواذ قيم الجمال على أعلى نسبة بين القيم الإيجابية التي تعكسها برامج الأطفال وبنسبة (44.9%) ثم قيم الخير والحق والمحبة لكل منها (19.3%) وترد هذه النتائج إلى عاملين يتمثلان بنوعية البرامج المشاهدة وتكرار مشاهدة البرامج التي تعزز وتسهم في إنماء هذه النوعية من القيم بالذات.

التاسع عشر - نوعية القيم السلبية التي تعكسها برامج الأطفال:

الجدول رقم (25) توزيع عينة الدراسة طبقاً للقيم السلبية التي تعكسها برامج الأطفال

النسبة المئوية	التكرارات	القيم السلبية
13.1%	59	الشر والحدق
36.4%	164	الكذب والخداع
0.4%	2	التكبر
49.6%	223	الأنانية
0.4%	2	الكرهية
100%	450	المجموع

تدل بيانات الجدول رقم (25) إلى استحواذ القيم ذات الطابع السلبي والمتمثلة بالأنانية على نسبة (49.6%) كما تعكسها برامج الأطفال ثم الكذب والخداع بنسبة (36.4%) وترد هذه النتائج إلى بعض مشاهد برامج الأطفال المنتجة بحرفية عالية ونتيجة كثافة المشاهدة ولسمات وتربية ونشأة بعض أطفال عينة الدراسة.

العشرون - درجة توافق صورة الوالدين في برامج الأطفال وصورتها لدى أسرة الطفل:

الجدول رقم(26) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة توافق صورة الوالدين في برامج الأطفال وصورتها لدى الأسرة

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التوافق
21.8%	98	غير متوافقة على الإطلاق
12.7%	57	غير متوافقة
22.4%	101	أحياناً
31.1%	140	متوافقة
12%	54	متوافقة تماماً
100%	450	المجموع

دلت معطيات الجدول رقم (26) إلى نتيجة مفادها تنوع درجة توافق صورة الوالدين في برامج الأطفال وصورتها لدى أسرة الطفل بين التوافق بنسبة (31.1%) والتوافق أحياناً بنسبة (22.4%) وعدم التوافق على الإطلاق بنسبة (21.8%) وتعزى نتائج هذا الجدول إلى صورة الوالدين المقدمة من خلال مختلف برامج الأطفال المفضلة من جهة والاختلاف أو التوافق مع سلوكيات الوالدين الحقيقية مع أطفالهم داخل أسر أطفال عينة الدراسة.

الحادي والعشرون -درجة توافق صورة الإخوة في برامج الأطفال وصورة الإخوة في أسرة الطفل:

الجدول رقم (27)توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة توافق صورة الإخوة في برامج الأطفال وصورتهم لدى الأسرة

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التوافق
31.3%	141	غير متوافقة على الإطلاق
8%	36	غير متوافقة
33.1%	149	أحياناً
26.9%	121	متوافقة
0.7%	3	متوافقة تماماً
100%	450	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (27) إلى الاختلاف من حيث درجة التوافق من عدمه بين صورة الإخوة في برامج الأطفال وصورتهم لدى أسرة الطفل فنسبة درجة التوافق أحياناً وصلت إلى (33.1%) وغير المتوافقة على الإطلاق بنسبة (31.3%) والمتوافقة بنسبة (26.9%) وتعزى هذه النتائج إلى خصال أطفال عينة الدراسة وعلاقتهم البينية مع إخوتهم داخل أسرهم من جهة وسمات صورة الإخوة كما تعكسها معظم برامج الأطفال المشاهدة والتباين بين صورة الإخوة من برنامج إلى آخر.

الثاني والعشرون - طبيعة تأثير برامج الأطفال على علاقة الطفل بمحيطه الاجتماعي:

الجدول رقم (28) توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة تأثير برامج الأطفال على علاقة الطفل بمحيطه

الاجتماعي

النسبة لمئوية	التكرارات	طبيعة التأثير
14.4%	65	سلبية جداً
42.4%	191	سلبية
23.3%	105	محايدة
16.7%	75	إيجابية
3.1%	14	إيجابية جداً
100%	450	المجموع

أوضحت معطيات الجدول رقم (28) استحواذ طبيعة التأثير السلبي لبرامج الأطفال على علاقة الطفل بمحيطه الاجتماعي وبنسبة (42.4%) فيما جاءت طبيعة التأثير المحايدة بالمرتبة الثانية بنسبة (23.3%) ثم الإيجابية بنسبة (16.7%)؛ وترد نتائج هذا الجدول إلى الفجوة والتباين بين الصورة التي تعكسها برامج الأطفال والواقع الاقتصادي الاجتماعي التعليمي الثقافي المعاش حقيقةً لدى أطفال عينة الدراسة.

الثالث والعشرون - طبيعة العلاقة بين متابعة الطفل لبرامجه وتحصيله الدراسي:

الجدول رقم (29) توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة العلاقة بين متابعة الطفل لبرامجه وتحصيله

الدراسي

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة العلاقة
5.1%	23	سلبية جداً
54.5%	245	سلبية
36.9%	166	محايدة
2.7%	12	إيجابية
0.9%	4	إيجابية جداً
100%	450	المجموع

دللت مؤشرات الجدول رقم (29) على التأثير السلبي لمتابعة الطفل لبرامجه وتحصيله الدراسي بنسبة (54.5%) والتأثير المحايد بنسبة (36.9%) وتعزى هذه النتائج إلى كثافة متابعة برامج الأطفال لدى عينة الدراسة وعدم تنظيم عدد ساعات المشاهدة والذي يؤثر سلباً على التحصيل الدراسي للطفل بسبب تخصيصه الكثير من الوقت أمام مشاهدته لبرامج التلفزيون من جهة ولإضاعته الكثير من الوقت على الكثير من الأنشطة المختلفة بعيداً عن قيامه بواجباته المدرسية.

الرابع والعشرون - درجة إنماء برامج الأطفال للمهارات المختلفة لدى الطفل :

الجدول رقم (30) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة إنماء برامج الأطفال للمهارات المختلفة لدى

الطفل

النسبة المئوية	التكرارات	درجة الإنماء
0.4%	2	منخفضة جداً
24.4%	110	منخفضة
39.8%	179	محايدة
32%	144	مرتفعة
3.3%	15	مرتفعة جداً
100%	450	المجموع

تبين مؤشرات الجدول رقم (30) على أن درجة إنماء برامج الأطفال للمهارات المختلفة لدى أطفال عينة الدراسة كانت محايدة بنسبة (39.8%) والدرجة المرتفعة بنسبة (32%) والدرجة المنخفضة بنسبة (24.4%) وتعد هذه المعطيات منطقية

على ضوء نوعية المهارات المبينة في جدول سابق، فوجود بعض البرامج وكذلك الفواصل فيما بينها ولدى معظم القنوات المتخصصة يسهم بشكل أو بآخر في إنماء بعض المهارات لدى أطفال عينة الدراسة وخصوصاً أولئك الأطفال الذين يمتلكون اللبنة الأولى ولديهم الشغف والرغبة في اكتساب بعض المهارات كالغناء والرسم والخطابة وغيرها من المهارات.

الخامس والعشرون - درجة تعزيز برامج الأطفال لمفهوم التماسك الأسري لدى الطفل :

الجدول رقم (31) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة تعزيز برامج الأطفال لمفهوم التماسك الأسري

لدى الطفل

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التعزيز
7.1%	32	منخفضة جداً
19.3%	87	منخفضة
19.1%	86	محايدة
50.4%	227	مرتفعة
4%	18	مرتفعة جداً
100%	450	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (31) إلى ارتفاع درجة تعزيز برامج الأطفال لمفهوم التماسك الأسري لدى الطفل وبنسبة (50.4%) ودرجة التعزيز المنخفضة بنسبة (19.3%) والمحايدة بنسبة (19.1%) وتعزى هذه النتائج إلى طبيعة شخوص برامج الأطفال ذاتها من حيث ترابط العلاقة كحبكة بين الكوادر البشرية التي تعكس مفهوم التماسك بين مكونات الأسرة كالإخوة والوالدين الأمر الذي يعزز ويبرر ظهور درجة التعزيز المرتفعة كنسبة.

السادس والعشرون - درجة تعزيز برامج الأطفال للآداب والأخلاق العامة لدى الطفل :

الجدول رقم (32) توزيع عينة الدراسة طبقاً لدرجة تعزيز برامج الأطفال للآداب والأخلاق العامة لدى الطفل

النسبة المئوية	التكرارات	درجة التعزيز
7.6%	34	منخفضة جداً
32.4%	146	منخفضة
39.1%	176	محايدة
19.8%	89	مرتفعة
1.1%	5	مرتفعة جداً
100%	450	المجموع

تدل بيانات الجدول رقم (32) إلى التباين من حيث درجة تعزيز برامج الأطفال للآداب والأخلاق العامة لدى الطفل فالدرجة المحايدة بنسبة (39.1%) والدرجة المنخفضة بنسبة (32.4%) والدرجة المرتفعة بنسبة (19.8%) وترد نتائج هذا الجدول إلى التباين بين البرامج من حيث نوعية القيم التي تعكسها فهناك برامج تعكس قيم ذات طابع إيجابي والبعض الآخر يعكس قيم ذات طابع سلبي طبقاً لرأي عينة الدراسة وهذا ما بينته بعض نتائج الجداول السابقة ونتائج الجدول اللاحق.

السابع والعشرون - تقييم ذوي الطفل للقيم التي تعكسها برامج القنوات المتخصصة:

الجدول رقم (33) توزيع عينة الدراسة طبقاً لتقييم ذوي الطفل للقيم التي تعكسها برامج القنوات

المتخصصة

النسبة المئوية	التكرارات	القيم
0.9%	4	سلبية جداً
31.1%	140	سلبية
42.4%	191	محايدة
24.7%	111	إيجابية
0.9%	4	إيجابية جداً
100%	450	المجموع

بينت معطيات الجدول رقم (33) تقييم ذوي أطفال عينة الدراسة لنوعية القيم

التي تعكسها برامج القنوات المتخصصة لدى أبنائهم حيث اتسمت هذه القيم بالحياد

وبنسبة (42.4%) وبالسلبية بنسبة (32.1%) والإيجابية بنسبة (24.7%) وترد هذه النتائج إلى اعتبارات تتعلق بمدى مشاركة ذوي الطفل بمشاهدة برامج الأطفال ولمستواهم التعليمي والثقافي ولنوعية البرامج والقنوات المتخصصة التي يتعرض لها أطفال عينة الدراسة ولوجود منافذ أخرى باتت تؤدي الكثير من الأدوار في إنماء نوعية من القيم لدى الأطفال ولارتباط نوعية القيم بمدى كثافة تعرض أطفال عينة الدراسة لبرامجهم المفضلة من خلال قنواتهم المتخصصة.

نتائج الدراسة:

- دلت النتائج على استحواد قناة سببس تون على المرتبة الأولى بين القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالأطفال متابعة بنسبة (25.8%)، تلتها قناة الجزيرة للأطفال (ج) بنسبة (17.1%)، ثم قناة MBC3 بنسبة (13.6%).

- استحواد توقيت المتابعة (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) على الترتيب الأول كمعدل لمدى المتابعة اليومية لبرامج القنوات العربية المتخصصة بنسبة (47.8%)، ثم فئة (ثلاث ساعات) بنسبة (34.2%)، بينما جاءت فئة المتابعة من ساعة إلى ساعتين بنسبة (18%).

- بينت النتائج مجيء برنامج (كونان) بالترتيب الأول من حيث متابعة العينة بنسبة (13.3%)، ثم برنامج (سبونج بوب) بنسبة (11.3%) بالترتيب الثاني، تلاه برنامج (توم وجيري) بنسبة (9.8%) بالترتيب الثالث فيما تقاربت نسب استخدام الأطفال للبرامج الأخرى.

- أظهرت النتائج استحواد سبب (أنها تقدم برامج مغامرات) على الترتيب الأول من حيث أسباب تفضيل مشاهدة البرامج بنسبة (24.7%)، ثم جاء سبب (لأن أشكال

برامجها ومضامين أغانيها جميلة وتستهويني) بالترتيب الثاني بنسبة (15.8%)، ثم تلاها سبب (أن البرامج التي أهتم بها تعرض في أوقات فراغي) بنسبة (14.2%).

- أظهرت النتائج مجيء وقت المساء طبقاً لأوقات استخدام الطفل للبرامج بالترتيب الأول بنسبة (45.3%)، ثم وقت ما بعد الظهر بنسبة (37.6%)، تلاها توقيت السهرة بنسبة (15.3%).

- دلت النتائج استحواد دافع (للإرشاد وتوجيه النصائح) على الترتيب الأول بين الدوافع النفعية بنسبة (32.2%)، ثم جاء الدافع (لاكتساب العادات والسلوكيات الحسنة) بالترتيب الثاني بنسبة (30.5%)، ثم الدافع الخاص (بانماء خيال الطفل) بنسبة (28.2%)؛ وبخصوص الدوافع الطقوسية أظهرت النتائج مجيء فئة استخدام الأطفال لبرامجهم للتسلية والترفيه على الترتيب الأول بنسبة (49.1%) ثم من قبيل الاعتياد على نسبة (26.9%) ولقضاء وقت الفراغ على ما نسبته (24%).

- أظهرت النتائج أن أبرز الاشباع المحققة للأطفال عينة الدراسة نتيجة متابعتهم لبرامج الأطفال من خلال القنوات الفضائية العربية المتخصصة الشعور بالراحة والسعادة وبنسبة (39.4%) ثم تأكيد الذات بنسبة (26.7%) فزيادة المعرفة بنسبة (20.4%).

- بينت النتائج كمواهب تعززها برامج الأطفال على استحواد موهبة الفصاحة والخطابة على نسبة (20.4%) كترتيب أول، تلتها موهبة الغناء بنسبة (18.2%) ثم موهبة الرسم بنسبة (12%)، وفي الترتيب الثاني جاءت موهبة الرسم أولاً بنسبة (18.9%) تلتها موهبة التمثيل بنسبة (14.9%) ثم موهبة الغناء بنسبة (14.7%)، وكترتيب ثالث جاء أولاً موهبة الغناء بنسبة (23.8%) تلاها التمثيل بنسبة (12.7%) ثم موهبة الرسم بنسبة (12%).

- بينت النتائج على استحواذ نوعية السلوكيات المكتسبة المختلطة أولاً بنسبة (48%) تلاها السلوكيات السلبية بنسبة (35.3%) ثم الإيجابية بنسبة (16.7%) كسلوكيات مكتسبة من متابعة عينة الدراسة لبرامج الأطفال المفضلة؛ ودلت النتائج على أن درجة التعزيز المتوسطة لبرامج الأطفال حيال القيم الدينية وبنسبة (56.9%) فيما جاءت درجة التعزيز المنخفضة بنسبة (36.4%)؛ وأظهرت النتائج وجود تأثير لبرامج الأطفال على اكتساب الطفل لسلوكيات العنف بدرجة متوسطة ومرتفعة معاً إلى نسبته (64.9%) ؛ وإلى توحيد الطفل مع العالم الافتراضي الذي تعكسه بعض برامج الأطفال بدرجة مرتفعة ومتوسطة وصلت معاً إلى نسبته (83.1%).

- أظهرت النتائج تنوع المشاهد المفضلة في برامج الأطفال والتي يرغب الطفل بتقليدها واستحوذت التجارب العلمية على المرتبة الأولى بنسبة (30.4%) ثم التحري بالمرتبة الثانية بنسبة (25.1%) فالمشاهد الرياضية بنسبة (21.3%).

- بينت النتائج استحواذ قيم الجمال على أعلى نسبة بين القيم الإيجابية التي تعكسها برامج الأطفال وبنسبة (44.9%) ثم قيم الخير والحق والمحبة لكل منها (19.3%)؛ فيما أظهرت النتائج على استحواذ القيم ذات الطابع السلبي والمتمثلة بالأنانية على نسبة (49.6%) كما تعكسها برامج الأطفال ثم الكذب والخداع بنسبة (36.4%).

- دلت النتائج على تنوع درجة توافق صورة الوالدين في برامج الأطفال وصورتها لدى أسرة الطفل بين التوافق بنسبة (31.1%) والتوافق أحياناً بنسبة (22.4%) وعدم التوافق على الإطلاق بنسبة (21.8%)؛ فيما أظهرت النتائج إلى الاختلاف من حيث درجة التوافق من عدمه بين صورة الإخوة في برامج الأطفال وصورتهم لدى أسرة الطفل فنسبة درجة التوافق أحياناً وصلت إلى (33.1%) وغير المتوافقة على الإطلاق بنسبة (31.3%) والمتوافقة بنسبة (26.9%).

- أظهرت النتائج استحواذ طبيعة التأثير السلبي لبرامج الأطفال على علاقة الطفل بمحيطه الاجتماعي وبنسبة (42.4%) فيما جاءت طبيعة التأثير المحايدة بالمرتبة الثانية بنسبة (23.3%) ثم الإيجابية بنسبة (16.7%)؛ كما دلت النتائج على التأثير السلبي لمتابعة الطفل لبرامجه وتحصيله الدراسي بنسبة (54.5%) والتأثير المحايد بنسبة (36.9%)؛ فيما بينت النتائج على أن درجة إنماء برامج الأطفال للمهارات المختلفة لدى أطفال عينة الدراسة كانت محايدة بنسبة (39.8%) والدرجة المرتفعة بنسبة (32%) والدرجة المنخفضة بنسبة (24.4%).

- بينت النتائج ارتفاع درجة تعزيز برامج الأطفال لمفهوم التماسك الأسري لدى الطفل وبنسبة (50.4%) ودرجة التعزيز المنخفضة بنسبة (19.3%) والمحايدة بنسبة (19.1%)؛ كما أظهرت النتائج إلى التباين من حيث درجة تعزيز برامج الأطفال للآداب والأخلاق العامة لدى الطفل فالدرجة المحايدة بنسبة (39.1%) والدرجة المنخفضة بنسبة (32.4%) والدرجة المرتفعة بنسبة (19.8%)؛ كما اتسمت القيم التي تعكسها برامج الأطفال لدى الطفل بالحياد وبنسبة (42.4%) وبالسلبية بنسبة (32.1%) والإيجابية بنسبة (24.7%) طبقاً لرأي الأهل.

الهوامش:

- (1) . وليد محمد عمشه، أحمد علي العنانية، " إنتاج البرامج في الشبكات الإذاعية والتلفزيونية "، كتاب محكم علمياً، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، عام 2017م، ص(148-149).
- (2) . ابراهيم محمود وآخرون. "ثقافة الطفل واقع وآفاق"، (دمشق: دار الفكر)، عام 1997م، ص(156).
- (3) . ميخائيل إبراهيم أسعد، مشكلات الطفولة والمراهقة، منشورات دار الآفاق الجديدة، ط2، بيروت، عام 1991م، ص (12).
- (4) . هادي نعمان الهيتي. "أدب الأطفال: فلسفته، فنونه، وسائطه". (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب)، بدون عام النشر، ص(12).
- (5) . فتحية كركوش، علم نفس الطفل، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، عام 2010م، ص 47.

- (6) . فؤاد أبو حطب.آمال صادق."نمو الإنسان: من مرحلة الجنين إلى مرحلة المسنين"،(القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية)،ط(3)،عام1995م،ص(18).
- (7) حسان فلاح أوغلي."أدب الطفولة..واقع وتطلعات"، (جريدة البيان:دبي)، الاثنين23صفر 1423هـ الموافق 6 مايو 2002 م ،عن موقع الانترنت:
-<http://www.albayan.co.ae/albayan/2002/05/6/mnw/2.htm.20/2/2004/>,pp.(1-6).
- (8) عبد الله أبو هيف. "التمية الثقافية للطفل العربي" ، دراسة من منشورات اتحاد الكتاب العرب بدمشق، عام 2001 ، عن موقع الانترنت:
-<http://www.awu-dam.org/book/01/study01/ch2/book01-sd012.htm>, 10/10/2003,p.(6).
- (9) - Martine Segalen, Sociologie de la Famille , Armand , Colin, 2006, p.(87).
- (10) فاطمة عبد الصمد دشتي، "أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت" ،مجلة رسالة الخليج العدد العربي (103)،2005م .
- (11) علي سعد علي آل هطيله ، " تأثير برامج القنوات الفضائية على اكتساب السلوك الجانح لدى الأحداث (عادات المشاهدة وأنماطها)" دراسة مسحية على نزلاء دار الملاحظة الاجتماعية بمنطقة عسير جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا - قسم العلوم الاجتماعية ،تخصص التأهيل والرعاية الاجتماعية، رسالة ماجستير ،عام 2005م.
- (12) أماني فقاحة ولارا حسين ، "مواد وبرامج الأطفال في القنوات الفضائية" ، المجلس الوطني لشؤون الأسرة في الأردن ،عام 2007م.
- (13) سعيد النادي سعد محمد، "دور بعض قنوات الأطفال الفضائية المتخصصة في إكساب الأطفال المعلومات الدينية" ،دراسة تطبيقية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة عين شمس ،معهد الدراسات العليا للطفولة والإعلام وثقافة الطفل ،عام 2007م
- (14) نايف الشبول ، "أثر الدراما الفضائية في ظاهرة العنف عند الأطفال" ،المجلة الأردنية للفنون ، المجلد (3) ،العدد (1) ،2010م ،ص(37-48).
- (15) الفهداوي عبد الرحمن عودة خليفة، "برامج الأطفال في الفضائيات العربية المتخصصة وإسهامها في تثقيف الطفل السوداني" ،رسالة دكتوراه ،الخرطوم ،عام 2013م.
- (16) العابد عبد الصمد، تأثير الأفلام الكرتونية في القنوات الفضائية على سلوك الأطفال. مدينة تقرت أنموذجاً، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة الوادي: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، عام 2014م.
- (17) هيرش بغداد ليلي آمال ، "الطفل والتلفاز الأثار الإيجابية والسلبية" دراسة ميدانية لمدارس مدينة وهران ، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية - قسم علم الاجتماع ،جامعة وهران - الجزائر،2015م.
- (18) علا عبد الرحمن، أثر برامج الأطفال التليفزيونية على النمو اللغوي والمعرفي لأطفال ما قبل المدرسة ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2000م)
- (19) إيمان عيد شبل رضوان، دور برامج الأطفال في القناة السادسة في تكوين المفاهيم الدينية والاجتماعية لدى الطفل من 9 - 12 سنة ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2004م) .

- (20) . وليد محمد عمشة، استخدام التقنيات المعاصرة في إنتاج برامج الخيال العلمي في قنوات الأطفال العربية المتخصصة ودورها في الإنماء الثقافي للطفل، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2005) .
- (21) . هدى حسن أحمد عبد المالك، برامج الأطفال بالتلفزيون المصري وعلاقتها بإكساب أطفال ما قبل المدرسة بعض المهارات العقلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2005م).
- (22) . (Royburn, J. & Palmgreen, P .(1984) " Merging Uses and Gratifications" Sage Publication, PP.537-562.
- (23)-Miller ,K.(2005)Communication theories : Perspective, processes, and contexts. New York: McGraw-Hill .pp(281).
- (24) . حسن مكاي، ليلي السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة" ، ط4، (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية ،2004) ،ص341.
- (25) . أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، (الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية) ،عام 2003م ، ص (286-287).
- (26) . مروان عبد المجيد إبراهيم ،أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، (عمان : مؤسسة الوراق) ، عام 2000م ، ص (60).

المتحول في أعمال الفنان التشكيلي حكيم العاقل

د. منير سعيد محمد الحميري.. كلية الفنون الجميلة/ جامعة الحديدة / اليمن

مشكلة البحث

لقد شهد العالم تحولات وتغيرات في جميع المجالات في القرن العشرين بشكل عام، وخلال النصف الأخير من القرن العشرين بشكل خاص، فالتقدم الصناعي والإختراعات واكتشاف الخامات الجديدة كانت لها أثر كبير في تغيير حياة الإنسان وأدواته، وفي مجال الفن التشكيلي ظهرت إتجاهات حديثة مواكبة لتلك النهضة الصناعية والتقدم التكنولوجي، كالميديا وفن البوب آرت والفن المفاهيمي، والبرامجيات في مجال فن الصورة المتحركة والثابتة، وغيرها من الإتجاهات والأساليب والأحداث الفنية بشكل عام والتشكيلية بشكل خاص.

فالفن التشكيلي أصبح ذو تقنيات وأساليب معاصرة متعددة ومتنوعة تم توظيفها للتعبير عن مواضيع ومضامين النصوص البصرية، سواء كانت هذه النصوص قائمة على الفكر بعيدا عن جماليات الشكل أو القواعد التنظيمية لعناصر الشكل، أو تلك التي استخدمت معايير جمالية في تنظيم الأشكال بعيدا عن الإلتزام للمعايير التنظيمية للمدارس والإتجاهات ما قبل فنون القرن العشرين، حتى أصبحت بعض القراءات النقدية لمثل هكذا نصوص تستخدم مصطلح (تركيب خاص) يطلق على بعض البناء الشكلي للنص البصري، لما يحمل من تعدد في الأنظمة التركيبية ضمن الصياغة والتكوين.

ونظراً للحراك التشكيلي الحاصل في الحركة التشكيلية اليمينية المعاصرة وماشهدته من تحولات على صعيد بنية الشكل والتقنية والمضمون. وخاصة بعد عودة بعض الفنانين من الدراسة بالخارج في مجال الفن التشكيلي فترة الثمانينات والتسعينات، مصطحبين معهم تجارب وأساليب مختلفة.

لذا وفي ضوء المبررات السابقة يجد الباحث أن من الضروري البحث في الحركة الفنية التشكيلية اليمينية، محددًا أعمال الفنان حكيم العاقل نموذجًا، مسببًا الإختيار للفنان حكيم العاقل لما له من حضور واضح وقوي، من خلال إنتاجه الفني على مستوى الساحة التشكيلية اليمينية في مجال الرسم والكتابات النقدية، فضلًا عن معارضه الشخصية التي لا تكاد تتوقف على المحلي والخارج.

تتمحور الدراسة بتسليط الضوء على الأعمال الفنية لدى الفنان حكيم العاقل، وقرائتها وفق قصدية الدراسة المتحددة بـ (المتحول)، والكشف عن التحولات البنائية على صعيد الشكل والتقنية، وتوضيح ماهية التحول في الأنظمة البنائية للتكوين.

ولكون مفهوم التحول يرتبط بمفاهيم التغيير والتجدد والتطور الذي يسهم بالمحصلة في إغناء العملية الإبداعية في العمل الفني.

تكمّن مشكلة البحث بالتساؤلات التالية:

- ما هو المتحول في الأعمال الفنية التشكيلية للفنان حكيم العاقل عبر مراحلها الفنية؟
- وهل ينحصر المتحول على بنيه واحده فقط تتحدد من بين البنى الأخرى للعمل الفني؟

حدود البحث:

- **المكانية:** دراسة الأعمال الفنية من النصوص البصرية للفنان التشكيلي حكيم العاقل.
- **الزمانية:** تتحدد الحدود الزمانية للدراسة بالمراحل الفنية للفنان حكيم العاقل منذ بداية التسعينات حتى 2018م.

أهمية البحث والحاجة إليه:

- التعرف على ماهية المتحول كمفهوم مؤثر في تحولات البنى الفنية، ونوع هذا التحول والبنى الحاصل فيها ذلك التحول، الأمر الذي سوف يرفد الدارسين في مجال الفن التشكيلي بشكل عام، والمحترف التشكيلي اليمني بشكل خاص، جانباً مهماً يتتبع مفهوم التحول في المنجزات الفنية وآليات تحقيقه والمفاهيم التي تشغل في موازاته.
- تزويد المهتمين والباحثين في مجال الفن التشكيلي اليمني، بدراسة بحثية حول المتحول في أعمال الفنان التشكيلي حكيم العاقل، وتاصيل تجربة يمنية رائدة ومميزة في التصوير اليمني المعاصر، باعتباره واحد من أهم المتميزين في المحترف التشكيلي اليمني.

هدف البحث:

الكشف عن المتحول في أعمال الفنان التشكيلي حكيم العاقل من خلال :-

1. البنية الشكلية.
2. البنية اللونية.
3. أنظمة التركيب.

تحديد وتعريف مصطلحات البحث :

التحول:

لغة: جاء في اللسان "تحوّل عن الشيء: زال عنه إلى غيره، حال الشيء نفسه يحوّل حوّلًا بمعنيين: يكون تغيّرًا ويكون تحوّلًا، يقال: حوّلوا عنها تحوّلًا وحوّلًا، والتحوّل مصدر حقيقي من حوّلت" (1).

كما جاء في تعريف آخر: (الانتقل من موضع إلى موضع آخر) (2). ثم يأتي في تعريف آخر بأنه تغيير يلحق الأشخاص أو الأشياء، وهو قسمان التحول في الجوهر، وتحول في الأعراض. فالتحول في الجوهر حدوث صورة جوهرية جديدة تعقب الصورة الجوهرية القديمة، والتحول في الأعراض تغيير في الكم (كزيادة إبعاد الجسم النامي)، أو في الكيف (كتسخين الماء)، أو في الفعل (كانتقال الشخص من موقع إلى آخر) (3).

وعرفه معلوف بأنه : "تحول. حوله : أزاله. نقله من موضع إلى آخر. تحول الرجل: انتقل من مكان إلى آخر، وتحول عنه : انصرف عنه إلى غيره" (4).

اصطلاحاً:

يعرف المتحول على انه "شكل من أشكال التعبير عن رابطة ضرورية بين عناصر نظرية منطقية أو علمية بوجه عام" (5). وفي تعريف آخر بأنه "هو احد القوانين الرئيسية للجدل، وهذا القانون الموضوعي الكلي يقرر أن التغيرات الكمية تؤدي بالضرورة إلى تغيرات كيفية، وإلى تحول من كيف قديم إلى كيف جديد" (6)

التحول إجرائياً:

هو التغيرات الحاصلة في العلاقات البنائية والمفاهيم المحمولة عليها وصولاً إلى نظام شكلي جديد في أعمال الفنان حكيم العاقل.

النظام System :

إصطلاحاً: عرف محمد قطب النظام بأنه "يمثل في الكون "الدقة والتناسب والتوازن والترابط وخفة الحركة رغم ثقل الأوزان"⁽⁷⁾. وقال (رسكن) النظام والتنظيم هو "وضع اش ياء عديدة معا، بحيث تكون في النهاية شيئاً واحداً"⁽⁸⁾. بينما وصف (ارنهايم) النظام "بانه عملية تدخل في مجالات كثيرة لتكون عدة مواد او جزئيات تتضمن نظاما ثانوية وتجمع في نظام واحد وتحقق حالة التجانس الكامل"⁽⁹⁾.

النظام إجرائياً: هو الفاعل الناتج عن العلاقات البنائية في الوسيط البصري، والذي يحكم بسياق يحقق حالة التجانس الكامل، وينبني عليه الإتجاه أو الأسلوب للأنظمة التركيبية على سطح العمل.

الإطار النظري

التحول (المفهوم والأساسيات):

تختلف نوعية التحولات باختلاف الحقل المعرفي وميدان الدراسات، فما كان يقصد بـ (التحول) أو (التغير) في العلم والفلسفة قديماً ليس هو نفسه مايعنيه بهذه الكلمات، في العصر الحديث والمعاصر، كل من العالم البيولوجي والعالم الفيزيائي والعالم الكيميائي والعالم الرياضي والعالم الأنثروبولوجي والباحث الاجتماعي والناقد الفني، وغيرها من دراسات، أن لكل واحد من هؤلاء تصوراً للتحول يختلف قليلاً أو كثيراً عن تصور الآخر، وهذا راجع إلى طبيعة التحولات التي تسري على الموضوع الذي يتعامل معه⁽¹⁰⁾.

ومما يجعل لمفهوم التحول فعله الهام في حقل الانجاز المعرفي إن ما من شيء مستقر على وجه الأرض، المجتمعات والأخلاق والسياسة والفن هي كلها في تحول وصيرورة مستمرة، وحيث نجد أن اصطلاح (التحول) ينطلق من معنى " الانتقال من

حالة إلى حالة أخرى أو من صورة إلى صورة حيث يذهب المفهوم إلى مذهب يسلم بأن عناصر الأشياء غير ثابتة، بل يمكنها التحول بعضها إلى البعض، مما لا يسمح بالرجوع من الشكل المتحصل إلى الشكل القديم⁽¹¹⁾.

هنا يتضح أن الإصطلاح يعني الشكل أكثر منه للمضمون والمظاهر الباطنية، إذ أن التحول مفهوماً يعني " صراع الأجزاء لتمزق علاقاتها في بنية الكل لتؤسس علاقات جديدة ونظام جديد يكون فيه التحول واضحاً وجلياً عند وعي الظاهر من بنية التحول"⁽¹²⁾

ولكي نوضح أكثر في هذا الصدد فإن الباحث يرى بأن التحول هو تغير وانتقال في الشكل والمضمون، بمعنى نحو مفهوم تغير الصورة بعمق المفهوم، ويكون في النص متمثل بتغيرات التركيب والتنظيم للأشكال ومضمونها بقصد الانتقال والتغير للفكر بأدوات جديدة وتقنيات مختلفة، وهذا ما يؤيده البياتي في قوله بأن التحول هو "الاساس الذي تنبثق منه آلية الاختلاف والتنوع في صدد التحول في ظاهر الاشياء نحو الصورة الجوهرية المفهومية في الذهن بحيث يكشف هذا الوجود المتحول عن امكانات مفهومية مكثفة لم تعرف من قبل تجدد نشاطها بالتأويل"⁽¹³⁾.

والتحول عند غادامير هي لا تعني اننا نقدم شيئاً ما الى الوجود كما كان موجوداً من قبل بل هو حول نوع من الوجود المتحول تشير فيه عملية التحول التي قد تحول فيها بحيث يكشف هذا الوجود المتحول عن الامكانات المكثفة للحياة التي لم نراها من قبل⁽¹⁴⁾.

وفي الفن هو "التغير الذي يصيب اجزاء المنظومة الفنية مثل اللوحة او المنحوتة او الانية الفخارية فيخرج بها عن النسق المؤلف للأسلوب وهو في مستوى معين الى مستوى جديد استطاع الفنان من خلاله ان يضيف الى من سبقه"⁽¹⁵⁾.

إن لوحة التصوير الحديثة بتحولها الشكلي والأسلوبي هي نتاج عقلي للفنان وإحساسه كنظام متداخل في بنيته الداخلية، وبالتالي لا يمكن أن تحدث الانتقالات بالمعقولات لوحدها ولا بالمحسوسات وحدها فحسب، فالمتحول تتعدد أشكاله في متغيرات كيفية وكمية يمكنها أن تشكل المتحول الجديد الذي تتداخل فيه الأشكال من عدة أوجه، لأنه شكل أو هيئة جديدة لذا فإنه لا يتكرر بنفسه، وإنما بفاعله أي الفنان وفق نظام معرفي خارج عن الشكل يعود للفنان، وبالتالي فإن هذا المتحول هو انحراف أو انزياح عن الأصل وهذا يفضي إلى إشكال، لأنه ليس كل انحراف يكون بالضرورة نمواً وتطوراً تديماً، فقد يكون ارتدادياً إلى السابق أو انتكاسياً إلى أسوأ منه فضلاً عن أن الخطأ هو انحراف أيضاً، فالمشكلة تتجلى في تداخل المؤثرات الرئيسية في نظام الفكر أولاً ثم بالمادة وتقنياتها ثانياً، وذلك بالانزياح عن الشكل الواقعي أولاً أو بالانفصال عنه إلى متحول جديد يحاول أن يعلنه الفنان بكيفيات عدة تتمظهر في إحداث القطيعة مع الأصل أو بصراع وتضاد بين الشكلين القديم والمحدث وتداخلهما، وأن يظهر المتحول كاستمرار تعاقبي في متتابعات شكلية حاضرة في أسلوبية الفنان بكونها انعكاساً لمؤثرات سيكولوجية وسوسولوجية نظراً لارتباط الفنان بالأسلوب، ومن أهم الصعوبات التي تواجه دارسي الموضوعات القائمة على الحركة والتغير والتبدل والتحول هي إيجاد بدايات الحوادث ونهاياتها بشكل قطعي ثابت، ذلك لأن المتحولات الشكلية والأسلوبية في فن التصوير لم تكن وليدة لحظة ثابتة أو قرار فني وجمالي محدد فالتحديث في الفن قائم على التحديث الفعلي في حركة متغيرة لا تتوقف فمنذ بداية القرن العشرين أخذت الأعمال الفنية الحداثية بالظهور ولم تتبلور ملامحها التحولية حتى منتصف القرن على وجه التقريب، ثم استمرت مع الزمن ومع حركة التحول العالمية وتداخلاتها⁽¹⁶⁾.

البنية الشكلية:

تتمظهر البنية الشكلية للنص البصري بنظام تموضع الأشكال التعيينية في النص، القائم على مفردات ووحدات بمجموعها يتمظهر النص البصري بموضوعه ومضمونه، ولتوضيح مفهوم البنية الشكلية يجب توضيح مفهوم البنية والقصد منها، ثم الشكل وتمظهراته.

البنية structuralism:

كل تركيب على مستوى الشكل مكون من عناصر أو وحدات متماسكة يتوقف كل منها على ما عداها ولا يمكنه أن يكون ما هو إلا بفضل علاقته بما عداه، والبنية نظام تحويلي يشتمل على قوانين ويغتني عبر لعبة تحولاته نفسها من دون أن تتجاوز هذه التحولات حدوده أو تلجأ إلى عناصر خارجية، والبنية في التصوير هي تعالق بين الوحدات في التكوين للوحة⁽¹⁷⁾.

وهي نظام وأنساق ينطوي على إستقلال ذاتي يشكل كلا موحد، هي صورة الشئ وهيكله، ووحدته المادية أو التصميم الكلي الذي يربط الأجزاء ويفسر تكوين الشئ، والمهم الوصول إلى إدراك العلاقات المادية الظاهرية التي تحقق الترابط بين عناصر المجموعة الواحدة⁽¹⁸⁾.

إذا فالبنية منظومة من العلاقات الرابطة لعناصر الشكل الفني، كما تهدف قصدية هذه الدراسة إجرائياً في أعمال الفنان التشكيلي حكيم العاقل، ضمن نسق معين.

الشكل Shape:

يعرف الشكل بأنه " هو مجموعة الروابط الداخلية او القالب الذي يؤسسه ذلك العمل في تمام كيانه ، وهو الشئ الذي يستطيع ان يضم هذه الكثرة في وحدة الشكل وان تدخل أجزائها في موضوع الفن تكون جسدا منتظما"⁽¹⁹⁾.

وفي تعريف آخر للشكل على انه " تنظيم عناصر الوسيط المادي التي يتضمنها العمل الفني ، وتحقيق الارتباط المتبادل بينهما ، فهو يدل على الطريقة التي تتخذ منها العناصر موضعها في العمل ، كل بالنسبة للأخر ، وبالطريقة التي تؤثر بها كل منها بالآخر "(21).

إذا فالشكل هو تلك العلاقات التنظيمية والأنساق والتعيينات الشكلية المتموضعة داخل العمل الفني، والشكل يطلق على البناء الكلي للنص البصري (العمل الفني)، ويمكن أن يطلق على الفردى الجزئي ضمن النص البصري.

البنية اللونية:

يأتي المفهوم للبنية اللونية متجانسا بالوظيفة مع مفهوم البنية الشكلية، بإختلاف التنظيمات والعلاقات التركيبية الخاصة بتمظهر البناء اللوني، فالبنية اللونية هي تلك الصبغة المتمظهره للأشكال الجزئية والمكونة لتمظهر الكلي للشكل (العمل الفني)، فهي تتبع قواعدها ونظرياتها وأسسها في تنظيمها وتنسيقها داخل النص البصري وفق الأسلوب والإتجاه والمكونات البصرية للعمل الفني.

اللون:

هو العنصر الاساسي من عناصر العمل الفني لدى الفنان واكثره تعبيراً لما يحمله من معان وازاحات ورموز ودلالات مباشرة وغير مباشرة.

إن اللون خبرة موروثه تدوم في عقولنا وهذه الخبرة قد تكون هاجعة في الذاكرة حتى يحين موعد استذكارها واسترجاعها لتأخذ تنوعاتها في العمل الفني، وقد يكون اللون انتقائي بالنسبة للفنان وقد يغلب لون على مرحلة من اعماله وتسمها لونها كالمرحلة الزرقاء بالنسبة لبيكاسو والتي استمرت ثلاث سنوات تقريبا ثم تلتها المرحلة الوردية

،وبعض الفنانين لا يسرفون في الاس تخدام لدرجة ان اعمالهم تكون من البساطة حتى الشفافية⁽²²⁾.

عرفه حمودة على انه " ذلك التأثير الفسيولوجي الناتج على شبكية العين سواء كان ناتجا عن المادة الصباغية الملونة او عن الضوء الملون"⁽²³⁾. كما عرفه كل من فردريك مالينز وجورج اكس تون انه "وصف الاحساس الذي يتسلمه الدماغ عندما تثار شبكية العين بفعل اطوال موجية معينة للضوء"⁽²⁴⁾. ويقول عنه هيغل "اللون هو ما يؤلف عنصرالرسم ا لاول"⁽²⁵⁾.

تمتلك الالوان تاثيرات عملية ونفسية ومردودات جمالية، ولهذا جاءت اهمية الالوان بوصفها العنصر الاكثر جاذبية في العمل الفني.

البنية اللونية (الماهية والإشتغال) :

ان تحديد ماهية اللون يعود الى طول الموجات الضوئية التي تصدر عنه او قصرها والتي تلعب في ادراكها ايضا العامل الذاتي للرائي وهذا ما يحدد صفة اللون،لانه توجد في عين الانسان في الش بكية وهما نوعان الخلايا العصبية والخلايا المخروطية ولكل منهما استخدامه الخاص به،فيتم استخدام الخلايا العصبية حين يكون مستوى اضاءة اللون منخفض ولذلك يتعذر علينا ادراك اللون على حقيقته حسب نسبة الاعتام الموجودة.اما الخلايا العصبية فتس تخدم في الاضاءة المرتفعة،وليس من المشترك ان يعرف الفنان ميكانيكة رؤية اللون وانما يقوده حدسه الى وضع الوانه في اللوحة بشكلها الصحيح، ولهذا من المفترض ان يضع الفنان في اعتباره حين يخطط للوحته الوانه المرتبطة سيكولوجيا بموضوعها ليكون تأ ثير اللون فيها انعكاسا يحمل قيما تشكيلية وجمالية اذ انه بدون الالوان لا يوجد عمل تشكيلي⁽²⁶⁾.

لابد ان يكون للعمل الفني وحدته المادية التي تجعل منه امرا حس يا بالتماسك والانسجام من جهة، ويكون له مدلوله الذي يشير الى موضوع خاص من جهة اخرى، وان يعبر "عن حقيقة روحية من جهة ثالثة،اي انه لا بد ان يمتلك بنية مكانية تعد بمثابة المظهر الحسي الذي يتحلى من خلاله الموضوع الجمالي وبنية زمانية تعبر عن حركته ومدلوله الروحي لحياة الانسان عبر الفنان"⁽²⁷⁾. إن العمل الفني يصبح دائما بمثابة صورة معينة على مادة مناسبة، ولا يعرف الفنان المبدع عادة الشئ الذي سوف يبدعه قبل ان يخرج هذا الشئ من بين يديه، وذلك الى درجة انه هو نفسه قد يكون اول من تصييه الدهشه حين يرى الصورة بعد ان يكون قد سيطر على المادة وشبهها وجسدها، واصبحت شكلا ملموسا بشئ له وزن واطار وحجم.

الإجراء التطبيقي

مجتمع البحث :

يتميز الفنان حكيم العاقل بكثرة الإنتاج وإقامة المعارض والمشاركات الداخلية والخارجية، يتضح ذلك من الكتيبات المصورة وأدلة المعارض والمؤلفات التصويرية التي حصل الباحث عليها من الفنان نفسه، ومن زيارة صفحات الفنان في مواقع التواصل الإجتماعي ومواقع الأنترنت، لهذا تم تصنيف الأعمال بحسب ثلاث مراحل كالآتي:

- المرحلة الأولى إبتداء من 1990م حتى 2000م.
- المرحلة الثانية إبتداء من 2000م حتى 2010م.
- المرحلة الثالثة إبتداء من 2010م حتى 2018م.

ومن هذه المراحل تم إختيار 60 ستون عملا تتوافق مع قصدية الدراسة وبواقع 20 عشرون عملا لكل مرحلة، وفق المبررات الآتية بما يضمن تحقيق هدف البحث من تناولها:

1. تتمتع الأعمال المختارة بالمقومات العامة التي من خلالها يمكن تلمس المتحول في أعمال الفنان حكيم العاقل.
 2. تتنوع الأعمال المختارة باختلاف المراحل وتحولاتها وفق مسيرة الفنان.
- عينة البحث:**

تم اختيار عينة البحث اختياراً عشوائياً من الأعمال الفنية للفنان (حكيم العاقل) حسب الثلاث المراحل الزمنية، والبالغ عددها (6) أعمال فنية تتوافر فيها قصدية الدراسة، بواقع 10% لمجتمع البحث.

منهج البحث:

أعتمد الباحث على منهجين المنهج الوصفي التحليلي والمنهج السيميائي وفق منظومة تحليلية تحقق غرض الوصول لأهداف الدراسة.

منظومة التحليل:

المسح البصري/ تحليل بنيات النص البصري/ تحليل أنظمة التركيب/ قراءة المرجعيات للتعينات المتموضعة والمتمظهرة للنص البصري (*).

Article I . تحليل العينات

تعريف بالفنان حكيم العاقل:

• من مواليد مدينة تعز الجمهورية اليمنية 11 - 4 - 1965م. • 1976م التحق في الدراسة لدى الفنان هاشم علي. • 1987 - 1994م ماجستير فنون - تخصص جداريات من أكاديمية الدولة - موسكو بدرجة امتياز مع مرتبة الشرف بالإضافة إلى تاريخ ونظريات الفن. • 1990م عضو الهيئة الإدارية لرابطة طلاب اليمن - موسكو. • 1996م عضو الرابطة الدولية للفنون " أياب ". • 1996م ممثل الرابطة الدولية للفنون التشكيلية " أياب " في اليمن. • 1996م رئيس اللجنة التحضيرية للمؤتمر

الإقليمي لإتحاد الفنانين التشكيليين الدوليين. • 1997م رئيس اللجنة التحضيرية لنقابة الفنانين التشكيليين اليمنيين. • 1997م نقيب الفنانين التشكيليين اليمنيين. • 2009م وكيل وزارة الثقافة لقطاع الفنون التشكيلية حتى الآن.

يعتبر الفنان التشكيلي حكيم العاقل واحداً من أبرز التشكيليين في اليمن والذي ترك وما زال بصمات واضحة في الارتقاء بالفن التشكيلي اليمني. وفي رحلته التشكيلية التي بدأت قبل ثلاثون عاماً حقق العاقل ذاته الفنية في لوحات تثير في الإنسان مكامن التأمل وذلك برفدها بالتأهيل المنهجي المدروس.

أعمال الفنان حكيم العاقل رحلة للمتلقي في أعماق فنان يتأمل ذاته لا كوجود منفصل بل كذرة سابعة في فضاء العالم، قال عنه الناقد العراقي أ. د. حاتم الصكر: " يكون حكيم العاقل قد دخل بالفن التشكيلي اليمني المعاصر إلى مناطق التأمل الذهني الذي لا يغدو فيها البصر وسيطاً ناقلاً فحسب بل فاعلاً ومتفاعلاً مع اشد لحظات كينونة الإنسان وصورته حساسية وجرماً ودقة" (28).

أشار إليه عميد قسم الرسم في معهد سوريكوف ومسئول الجداريات " يفغيني فيلايفتش " الذي كتب في كتالوج صدر عن السفارة اليمنية أثناء دراسة الفنان هناك حيث قال : " أعتقد أنه عما قريب ومع الوقت سيصبح فناناً محترفاً ومشهوراً ليس في وطنه فحسب ، بل وفي الخارج ، ومن خلال دراسته للفن في معهد سوريكوف واضح أنه أدرك هدفه الحقيقي من الفن ، موهبته الفنية واضحة بجلاء إذ أنه فنان موهوب بالفطرة مجتهد يحب عمله يمتلك الشعور المرهف باللون والفراغ علاوة على ذلك فنان مرتبط ارتباطاً وثيقاً بفنون بلاده " (29).

تحليل عينات المرحلة الأولى إبتداء من 1990م حتى 2000م

نموذج (1)

تعريف العمل: أسم العمل: من سلسلة إنشاقات ذهنية. تقنية العمل: زيت على قماش. قياس العمل: 120سم / 70سم. سنة الإنجاز: 1992م.



خطاطة (1-ب)



خطاطة (1-أ)



شكل (1)

المسح البصري:

يتأسس العمل على تراسل ثلاث مفردات (صبي + فتاة + طائر)/ومحيط بيئي

(شفرات) شكل (1).

البنية الشكلية:

ينبني العمل على تراسل ثلاث مفردات بنسق التعالق الدال (صبي + فتاة + طائر)، تهيمن على سطح العمل بجاذبية الحجم والحركة والتموضع، فضلا عن المحمولات الأخرى لدى الفتاة والصبي خطاطة (1-أ)، والتي تنوء هي الأخرى بإشتغال النسق الدال بينهما، المتحدد بالأتني:

- كرة بيضاء يحملها الصبي: تشبه بتكوينها القمر أو اللؤلؤة = قمر بوصفها

المرجعي في الواقع.

- كرة سوداء صغيرة : ليس لها وصف مرجعي محدد يفرض نفسه كما هو الحال مع الكرة البيضاء بيد الصبي، لكن هناك تضاييف بتموضع الكرطان بالإسقاط على الدلالة.

- فعل الملبس للمفردتين (أنثى + ذكر)، يفصح تمظهر (الفتاة + الصبي) بمظهر الزي التقليدي اليمني للفتاة الصغيرة للمناطق الوسطى (مدينة إب وتعز)، بتعيين غطاء الرأس والفتان الذاتي يحملان تفاصيل الشكل الواقعي (مرجع إجتماعي).

يتعين الطائر في الجزء العلوي للمفردتين (فتاة + صبي) فيعمل على التشابك معها وفق النسق الدال، بمعنى أن:

يتمظهر شكل الفتاة والصبي بحركة اليدين الداله، فالصبي بحركة الإنزال أو الرفع للكره مغمض العينين، والفتاة بحركة التقديم والغطاء شاخصة البصر، ويأتي الطائر أعلى منهما فاتح جناحيه خطاطة (1-ب).

من هذا التراسل للنسق ما بين الفتاة والصبي والطائر، عزز إشتغال النص على أهميتهما والدفع بالتعبير بسيميائية العلامة ومرجعها، بالإشتراك مع الشفرات المحيطة والتموضعة كخلفية فاعلة في النص، فتحيديدا لما تفصح به نتمس البراءة والطفولة للفتاة والصبي من تمظهرهم بالزي المقصود لهذه الفئة العمرية كعلامة داله، وحركة الصبي بإنزال او رفع القمر وحركة الفتاة بالغطاء لكرة سوداء مفتوحة التأويل ما بين الليل وأخرى، والطائر بجناحيه تعبيرا للحرية والإنطلاقة .

وما يهمنا هنا هو النظام الشكلي الذي أجتهد الفنان في توازنات الكتل فيه إلا أن للقيم الجمالية الحسوسة دور في رفضها الخروج عن قواعده دون مبرر على سطح

العمل، فحركة الأشكال جاءت على حساب توازنها عندما تم إخفاء يد الفتاة الممتدة خارج العمل، مما شكل قلق للتوازن.

البنية اللونية:

بنية العمل اللونية تأسست بسيادة الزيتوني بتدرجاته والتركواز بتدرجاته كسيادة مهيمنة، فضلا عن البنية ببعض درجاته يلامس بعض من الأشكال كالوجوه والأيدي وتأكيدات منه في الخلفية.

تتمظهر البنية اللونية بعيدا عن الإلتزام بقيمة الظل والضوء وبعيدا عن بيئة الأشكال الواقعية في طبيعة الشمس والظل والضوء، وإنعدام الألوان الحارة والمشرقة، وإنما يطغى على نمط الصياغة اللونية الأجواء الأسطورية والخيال، تمثلت واقعيتهما بالأشكال وبعض ملامس ألوانها، وتمثلت تعبيريتها بالتأكيد على الخلفية بالمساحات والملامس اللونية ذات القصد بالوحدة والتعائش أولا ثم التعبير ثانيا. وما يهمننا هنا بأن تنظيم البنية اللونية توحى ب بدايات البحث في لفلة الألوان قياسا بالمراحل الفنية للفنان التي تلي هذا العمل.

أنظمة التركيب:

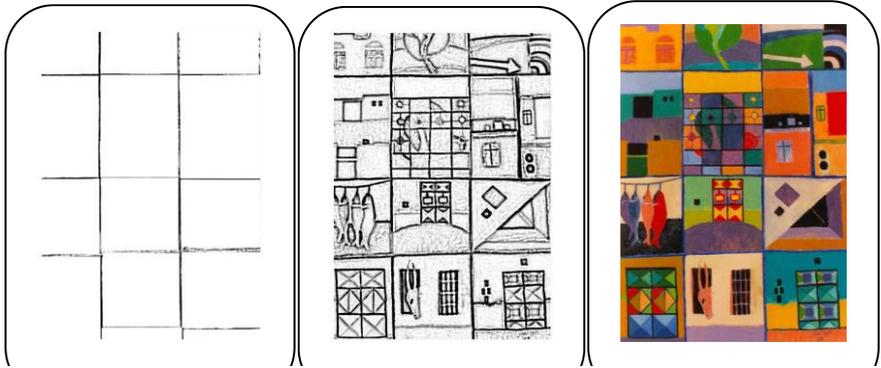
ليس هناك نظام محدد أعتمد عليه الفنان في تركيب بنى العمل، فقد أستخدم الفنان قاعدة الأسلوب السريالي بخاصية ماوراء الواقعي تنظيم وتركيب المفردات وإشتغالها مع الخلفية، وأستخدم التعبيرية في حركة الأشكال ومحمولاتها.

في هذه المرحلة للفنان وجد الباحث نسبه كبيرة من الأعمال توحى بأن الفنان كان فيها متأثرا بتجارب غربية، كأسلوب الفنان بالأنظمة التركيبية وإنطولوجية حكيم العاقل.

خلاصة القول: إذا ليس هناك أسلوب واضح يحتسب كإتجاه خاص، وليس هناك نظام قائم على إكتمال مرجعيته، وإنما هناك هجين ظاهر بفعل التجريب والبحث عن الخاص الخالص المستند على معايير المعاصرة وحرية الإبداع، مع هذا هناك وميض يؤشر لنا بذاتية الفنان التي سنجدها في المراحل القادمة لهذه المرحلة، وهذه المؤشرات تتمثل بأسلوبي تجسيد الملابس للمفترتين (الفتاة + الصبي).

نموذج (2)

تعريف العمل: أسم العمل: من سلسلة المدينة. تقنية العمل: زيت على قماش. قياس العمل: 100سم / 60سم. سنة الإنجاز: 1997م.



خطاطة (2-ب)

خطاطة (2-أ)

شكل (2)

المسح البصري:

يتأسس العمل على تقسيمات هندسية تجسد المربع والمستطيل، تتمظهر بثلاثة حقول عمودية وأربعة حقول أفقية، كما تنوء هذه التقسيمات بمحمولات دلالية بمختلف أشكالها وأقسامها شكل (2).

البنية الشكلية:

تحدد البنية الشكلية بوحدة كبرى تشمل سطح العمل كاملا خطاطة (2-أ)، تعمل هذه الوحدة على نسق وأحد ينقسم بدوره إلى عدة أنساق دلالية لمحمولاته، بحيث تم

تقسيم العمل كوحدة كبرى إلى حقول عمودية وأفقية خطاطة (2-ب). يتضح لنا في هذا العمل أن الفنان أفرغ فيه ثقافة شعبية بمفرداتها المتعايشة بالواقع، فقد عمل على أرشفة حقلية لهذه الثقافة تكونت من ثلاثة حقول عمودية وأربعة حقول أفقية، كونت مجملها 12 عمل فني مكتملة بحد ذاتها بمفرداتها وصياغتها الإنشائية شكل (2). ولأن متسع هذه الدراسة لا تسمح بالإسهاب لكان بالإمكان تناول كل قسم من الأقسام الأثنى عشر كنص بصري متكامل في شكله ومعناه، وما يهنا هنا هو البنية الشكلية للخطاب البصري وكيفية تموضعة ووصفه كما سلف الذكر. بحيث يتمظهر الشكل بنمط الحقول محققا توازن شكلي وجمالي.

البنية اللونية:

برغم تعدد المكونات اللونية في العمل وتنوعها بحسب متطلبات الشكل لكل قسم في العمل، إلا أن العمل يتناسق لونها ويتجانس بتركيباته اللونية المنفصلة بأقسامه، حتى تحقق الإنسجام العام للعمل الفني، ولأنه وحدة كبرى تتفاعل بأنساقها ودلالاتها، كان التوازن اللوني موفق وبحرفية.

إن مجموعة الإستقرار والسكون اللوني تمثلت بمجموعة (الأزرق بدرجاته وقيمه الضوئية + الأخضر وبدرجاته وقيمه اللونية + البنفسجيات) + الأسود كتأكيد الإستقرار والثبات.

كما تأتي مجموعة الضوء والوضوح وقوة الحضور بالحركة المحسوسة للشكل متمثلة بمجموعة الألوان الحارة ك(الوردي + البرتقالي بقيمه الضوئية + الأصفر + الأوكر + البسج + الأخضر المصفر) + الأبيض كضوء وتأكيد الوضوح.

أنظمة التركيب:

يتمظهر النظام العام لتركيب بنيات العمل بالتجريدية الهندسية، كنظام تركيبى فقط، لكن أضفى له الفنان الموضوعية بشكل إبداعي محترف بنظام الشكل وتوازنه ونظام اللون وانسجامه بتضاد وتباين وبتناسقه كمساحة وتوزيع.

خلاصة القول:

يحسب هنا التركيب كحالة من حالات التحول ولصالح الفنان وقدرته على التعامل الشكلي واللوني، وتفصح مكونات العمل بالأسلوب الخاص سائدا على الهندسية التجريدية، ويتمظهر بمؤشرات لبداية مرحلة للفنان تختلف عن ما سبق، وذلك بإختياره النظام الهندسي في صياغة العمل كحاضن لما سيرويه من أشكال إبداعية يجود بها الخزين وتبلورها الإمكانيات الذهنية لدى الفنان

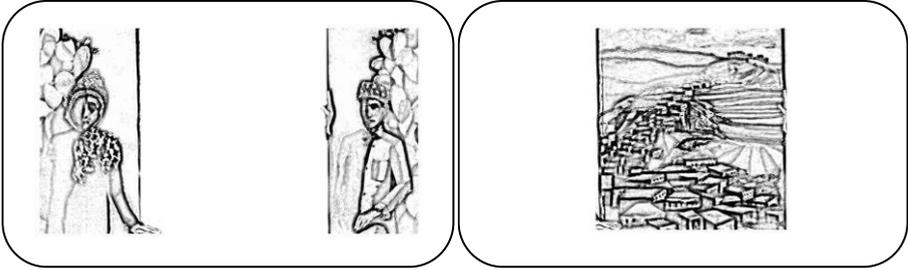
تحليل عينات المرحلة الثانية إبتداء من 2000م حتى 2010م

نموذج (3)

تعريف العمل: أسم العمل: من سلسلة إستحضار المكان. تقنيات العمل: زيت على قماش. قياس العمل: 90. سنة الإنجاز: 2004م.



شكل (3)



خطاطة (3-ب)

خطاطة (3-أ)

المسح البصري:

يتأسس العمل على إشغال محمولات التقسيم الهندسي بثلاثة أقسام عمودية، يتجسد القسم الأول بمنتصف العمل بشكل عمودي وبمحمولات (لاندسكيب - مرجع بيئي)، وتمائل القسمين على جانبي العمل من الجهة اليمنى واليسرى وبمحمولات (أشخاص - مرجع إجتماعي) شكل (3).

البنية الشكلية:

بنية الشكل تمثلت بمحمولات التقسيمات الثلاث:

- قسم التمركز خطاطة (3-أ): يتموضع في منتصف العمل ويمتد الى النهاية العليا للعمل والى النهاية السفلى للعمل، متوسط القسمين الجانبيين، تتجسد محمولاته بمنظر طبيعي لقرية ريفية جبلية (مرجع بيئي)، تتحه التعيينات لهذا القسم بالأفصاح نحو طبيعة اليمن وريفها المتفرد بالمدرجات الجبلية ونمط سكن الإنسان فيها، حيث تعلق المساكن للقرى الريفية قمم الجبال.

يتضح هنا الهيمنة لهذا القسم المتمركز بسبب التموضع الهام وشغله مساحة مضاعفة بالمقارنه مع القسمين الجانبيين، لهذا ينزاح القسمين الجانبيين نحو قسدية المركز وما يريد الأفصاح به عن طريق الخطاب البصري ككل.

- القسمين الجانبيين خطاطة (3-ب): يتموضعان على جانبي العمل بشكل سيمتري التكوين، يتمظهران بمفردات شكل إنسان ونبات الصبار، فعلى الجانب اليمين من العمل تجسد شكل الرجل بزية التقليدي اليمني للمناطق الوسطى (مدينة إب وتعز)، وكذا القسم على يسار العمل يتجسد الزي التقليدي للمرأة الخاص بفترة عمرية مبكره لها (مرجع إجتماعي).

البنية اللونية:

تتمظهر البنية اللونية للعمل بشقين:

الأول: إنطباعية الألوان في محاكات الطبيعة والمنازل، والمتموضعة في قسم التمرکز بتمظهر قرى ريفية تعلو سفوح الجبال، ومدرجات جبلية خضراء تميز الطبيعة اليمنية، فالبرتقالي وتدرجاته للقيمة الضوئية المتجسد بسطوح المنازل يذكرنا بإنطباعية بول سيزان، والأخضر الزرعي وتدرجاته بالمدرجات الجبلية والبنّي المحمرللتربة والأزرق والتريكواز في كساء الجبال. الثاني: التعبيرية التي تلامس القسمين الجانبيين، والمتمثلة بصياغة المفردتين للرجل والمرأة، بإشتغال البرتقالي والأزرق، فضلا عن اللون الأحمر وإشتغالاته التعبيرية للقسمين بتمظهر سيمتري.

إن التحولات اللونية في هذا العمل تظهر مدى التطور والنمو بالقدرات اللونية للفنان عن المرحلة الأولى، وأثبت جانب المتحول الإيجابي في أعمال الفنان حكيم العاقل.

الأنظمة التركيبية:

إن التركيبات البنائية المحددة للاتجاه والأسلوب تتمحور بتمثلات الإنطباعية والتعبيرية، والخاص في تجميع بنيات العمل في وحدة شكلية ولونية، ونقصد هنا بالوحدة الشكلية التعايش الشكلي للوحدات والمردات (ضمن عناصر العمل الفني)،

والتعاشيش القائم نتيجة لقدرة الفنان في التعامل مع آلية الإستلهام للأشكال وتمدها كصوره ذهنية مع العملية الإبداعية، ومن ثم صياغتها كشكل فني وفق أنظمة تركيبية معاصرة.

خلاصة القول: بأن التحولات في النظام التركيبي لهذا العمل ترنو للتقدم والتطور التقني والفكري في أعمال الفنان حكيم العاقل، وخلال تغيرات نظام الصياغة والتركيب كأسلوب وإتجاه، وتغيرات البنية اللونية، والبنية الشكلية كعناصر عمل، بأن المتحول يشمل النظام العام للتركيب، والبنىات التفصيلية أيضا وصولا إلى الفكرة. نجد أن الفنان في هذه المرحلة طغى النظام الهندسي على بنية العمل كتقسيم تأسيسي لمحمولات ذات نظام مختلف كالأنطباعي والتعبيري، وأصبح لديه القدره على الإشتغال في فكرة واحدة، منتجا منها نصوص بصرية تتوالد من بعضها ضمن فكرة واحدة، وهذه ميزه يطمح لتحقيقها كثير من الفنانين.

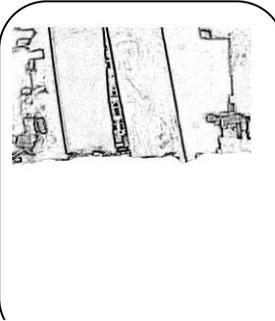
نموذج (4)

تعريف العمل: أسم العمل: من سلسلة إستحضار المكان. تقنية العمل: زيت على قماش. قياس العمل:؟. سنة الإنجاز:

2008م.



خطاطة (4-ب)



خطاطة (4-أ)



شكل (4)

المسح البصري:

تحدد الأشكال البصرية بتمظهرها وتموضعها كوحدة كبرى محملة بعلامات وشفرات (مساحات وسطوح لونية + مفرات معمارية + زهور) شكل (4).

البنية الشكلية:

يتأسس العمل من قسمين علوي وسفلي يلتقيان عند منتصف العمل تقريبا كما يلي:

القسم العلوي:

مجموعة من السطوح اللونية بأشكال هندسية مستطيله عمودية، تحتضن مفرات معمارية (تجريد) تتوسط هذه المجموعة وتنزلق إلى الخلف لتصبح طبقة خلفية للسطوح اللونية، بحيث يظهر منها جزء بسيط يوحي بأنه أختفى بباقي أجزاءه بتموضع السطوح أمامه كستار خطاطة (4-أ).

إن الإنزلاق الحاصل لجزء المفردات المعمارية - هنا تصبح العمارة مرجع بيئي لأنها لاتحمل صفة إنتماء وهوية واضحة - وقصدية التغييب لها بموضعها المتواري ضمن التجريد والتلخيص الهندسية المتقدمة، يصبح حضور وهيمنه دلالية، فالإخفاء والغياب بمفهوم تتبع الأثر الفني دلاليا يصبح حضور وبقوة، وبهذه الإحالة الدلالية تتقدم علامة المفردات لتكون علامة مفتاحية للنص، وتحتكم باقي الإشارات والعلامات والشفرات إلى ما تفصح به المفتاحية.

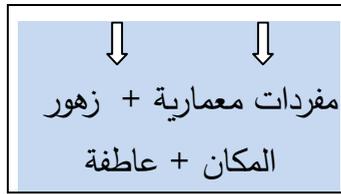
بحيث تصبح باقي العلامات والإشارات والشفرات ثانوية شارحة للمفتاحية.

القسم السفلي:

مساحات لونية تمثل قاعدة تستقر عليها وتتوزع بالتجاور بحيث تشمل ثلث المساحة للقسم السفلي المحاذية من خط الإنتماء مع القسم العلوي خطاطة (4-ب).

يلاحظ أن هذا القسم وبتراكيباته الشكلية يتمظهر على هيئة إنبثاق من أسفل الجزء العلوي، وذلك بفعل التكوين القائم على سطح منحنى بمساحات لونية مختلفة وبمحمولات تتشكل وفق تشريح وإتجاه القاعدة، يتحدد محمولات هذا الجزء بالتجريد لشكل الزهره المتكرر بالتجاور العشوائي.

وبما أن المتاحة كما ذكر أعلاه تتحدد بالمفردات المعمارية، إذا تصبح علامة الزهرة شارحة فيصبح التأويل وفق مرجعياتها في البيئة الأول (الواقع) وإشغال نسقها في البيئة الثانية (العمل) خطاطة (4-ج).



خطاطة (4-ج)

البنية اللونية:

يتضح في العمل مدى فعل المتحول التقدمي والتطوري في البنية اللونية عن ما سبق، فإشغال الأزرق (غامق + فاتح) مع البرتقالي (مصفر + محمر) يعطينا وضوح وحضور وقوة للنص البصري، وتجسيد ناضج للبنية اللونية قائم توزيع ذكي ومدروس يوحي بتراكم الخبرة والغوص في جماليات اللون وتموضعاته.

الأنظمة التركيبية:

يستمر النظام العام لهذه المرحلة من مراحل الفنان الفنية، بحيث يتحدد أسلوب التجريدية الهندسية في تصميم تهيئة الحامل كسطح للبنىات الشكلية واللونية، ويشارك

هذا النظام بدرجة ثانوية التجريدية الموضوعية، فقد أصبح المتحول ظاهرا وواضحا من تكرار المتغير لما كان عليه في المرحلة الأولى.

خلاصة القول: صحيح بأن هذا النظام ظهر في نهاية المرحلة الأولى، لكنه نضج واتضح بشكل متمكن وحرفية في المرحلة الثانية، ويتضح لنا من هذه المتسلسلة التحليلية لأعمال الفنان بمراحلها السابقة والحالية، بأن المتحول يتجه إتجاه إيجابي نتيجة قدرة الفنان على سيطرته بسيرورة الفكرة المشتغل عليها النصوص البصرية حتى العرض بمعرض عنوانه فكرة توحد المنتج الفني.

تحليل عينات المرحلة الثالثة إبتداء من 2010م حتى 2018م نموذج (5)

تعريف العمل: أسم العمل: من سلسلة غراميات عين الطائر. تقنيات العمل: أكريليك على قماش. قياس العمل: 160×120. سنة الإنجاز: 2014م.



خطاطة (5-أ)

شكل (5)

المسح البصري:

يتأسس العمل على فعل تضاييف مفرتين (رجل + امرأة) // ومحيط بيئي شكل (5).

البنية الشكلية:

ينبني العمل على مفرتين (تضاييف)، تتمثل برجل ومراة بمنظور عين الطائر متموضعان على بساط يشبه السرير من ظله الذي يوضح إرتفاعه، وضعية الرجل الجلوس والمراة في وضعية الإسترخاء على ظهرها ملامسه برأسها صدرالرجل خطاطة (5-أ).

البناء الشكلي لايتضمن علامات شكلية أخرى بجانب الشككين المحددين مع السرير، مما يجعل البناء الشكلي ينزاح نحو إشتغال وحدة كبرى بالتعالق والتضاييف، بحيث تعمل الكتلة في إتجاه واحد بسيميائية الوضعية وبالإحالة كعلامة تفصح عن قصدية التسمية(غراميات).

البنية اللونية:

يسود العمل إشتغال الأخضر كقاعدة لمحمولات النص البصري، الذي يتمظهر بفعل المفردتين والسرير، بحيث يأتي السرير ببنية اللون الأخضر الزرعي مؤكدا السيادة للأخضر كون الأخضر الزرعي ضمن عائلة الأخضر ومشتقاته شكل (5).

يبقى أن نشير إلى البنية اللونية للرجل والمراة كبنية لونية بنسق دال وبتموضع هيمنة، بمعنى قوة الحضور والوضوح بدفع من (الأزرق الفاتح مع الأبيض + الأحمر بقيمته الضوئية)، فهذه البنية اللونية تراسل تعبيرات الألوان كالأزرق المصاحب للرجل والمتفق إتفاق جمعي بإحتسابه (للرجل) كتعبير وليس تخصيص، والأحمر المصاحب للمراة والمقترن أيضا بالإتفاق الجمعي لدى الكثي من المجتمعات من الألوان المناسبه للمراة كتعبير عاطفي وليس تخصيص، من هذا يتضح أن البنية اللونية بدورها تتوافق مع قصدية التسمية (غراميات).

الأنظمة التركيبية:

يحدد هنا النظام التركيبي للبنيات بالتعبيرية بأسلوب خاص يحمل أعراض التعبيرية ولا يشير إليها، وكأن الفنان يستخدم العملية الأبداعية بالتجريد والتلخيص حتى مع الأساليب والاتجاهات المنظمة للبنيات، ويتمكن بحسب له كأبداع في الأشكال والألوان وبتكوين خاص يفصح عن وجودية الفنان (الأنطولوجية) بكل تفاصيل النص البصري.

خلاصة القول: في هذا النص يظهر لنا مدى القدرة والإحترافية في البنية اللونية وأثر المتحول الإيجابي كتطور في التعامل مع الألوان وصياغتها والتعبير بها كفعل أساسي للخطاب البصري في بناء شكلي مختصر.

نموذج (6)

تعريف العمل: أسم العمل:من سلسلة تعويذة الأرض. تقنية العمل: أكرليك على قماش. قياس العمل: 120سم × 100سم. سنة الإنجاز: 2018م.



خطاطة (6-أ)

شكل (6)

المسح البصري:

يتأسس العمل على مفتردين بتموضع الهيمنة (إمرأة + الطبي)، ومحيط بيئي (طبيعة) شكل (6).

البنية الشكلية:

ينبني العمل على تمظهر وحدتين بتموضع الهيمنة (إمرأة + الطبي) خطأ (6- أ)، بالتراسل الدلالي للمرأة والوعل بنسق التعالق، يفصح عن الهيمنة الشكلية كتمظهر وتموضع، يلاحق المحيط البيئي - المتمثل بالأشكال المؤشيرية للمدرجات الجبلية - قصدية المهيمنة.

بحيث تتحدد علاقة المرأة بالطبي بالإحالة إلى المرجع في الواقع، وهو ما يفسره الشعراء بالقصائد والمتعارف عند العرب بأن هذا التلازم في الوصف يعبر عن الجمال الفائق للمرأة، ويحدد المحيط بتمظهره بأشكال مؤشيرية تحمل أعراض الشكل ولا تشير إليه، والتي تؤثر إلى جمال الطبيعة بالمدرجات الجبلية المكسوة بالخضرة.

إن مجمل هذه العلاقات ما بين (المرأة والطبي + المدرجات) تؤكد الجمال للأرض والإنسان بقياس المرأة كالطبي والأرض كالمدرجات، بحيث تمحور البناء الشكلي على هيمنة المرأة والطبي والمحيط بمحمولاته المؤشيرية.

البنية اللونية:

تتمظهر البنية اللونية بالتعبيرات الرمزية للبرتقالي بدرجاته كالفاتح المشرق والغامق حتى البنيات تصبغ مكونات المحيط فضلا عن لمسات الأخضر بقيمته الضوئية المشرقة على تأشير المدرجات، مع الأوكر والأسود في صياغة الطبي وبعض التأكيدات التوازنية من الأسود في المرأة والمحيط.

يبقى بنية الحضور والوضوح والهيمنة، والتي تمثلت بالأبيض والأحمر مجسدان الملابس للمرأة، بتأسيس الأبيض للملبس ونقش الأحمر عليه بشكل التجريد للورد.

تتوازن البنية اللونية في النص البصري بإشتغال مساحة البرتقالي المشرق وحضور الأبيض وإستقرار الأسود، بتمظهر ما بين الواقع التعبيري والخيال.

الأنظمة التركيبية:

تتعدد أنظمة التركيب للون والشكل، لمنظومة البنيات المتمثلة ببنية الخلفية كمحيط، وبنية الشكلين للمرأة والطبي.

فالمراة والطبي بنظام الأشكال الواقعية التعبيرية كتركيب شكلي وتجسيد لوني، والمحيط الشارح بنظام تركيبى سرىالى، يمتزج بمكوناته الشكلية المؤشرية وبنيتها اللونية مع نظام التركيب للمرأة والطبي بالوحدة اللونية وتراسلات الأسود والأبيض، مشكلا نظام تركيبى خاص يستند على أكثر من أسلوب أو إتجاه.

خلاصة القول: أن المتحول هنا أكثر إشتغالا على البنية الشكلية وصياغتها في بناء كلي للخطاب البصري، فالواقعية التعبيرية والخيال السرىالى تمازجا في البناء الكلي وكنظام عام بتمظهر النص البصري وصياغته.

نتائج البحث:

من خلال تحليل العينات وبالمهاد النظري للبحث خلص الباحث بالنتائج التالية:

1- من خلال المراحل الثلاث المتمثلة بالفترة منذ بداية التسعينات حتى 2018م، وجد الباحث أن هناك تحولات وتغيرات تطويرية تقدمية في النص البصري شملت الشكل والمضمون.

2- ليس هناك تحول جزئي في بنية واحدة محددة، وإنما كان المتحول في إشتغال

على بنيات الشكل شاملا النص البصري شكلا ومضمون، بحيث ظهر جليا في ما يأتي:

- **البنية الشكلية:** تم تحول الشكل كجزء والشكل ككل وبأنظمتها التركيبية عبر الثلاث المراحل، من التكوين للمفردات بحسب حاجة السطح بقيم جمالية وفنية وبأسلوب المعاصرة وبالتنظيم العشوائي في المرحلة الأولى (التسعينات)، أما المرحلة الثانية المحددة بفترة (2000م حتى 2010م)، تم التقسيم الهندسي للشكل، بحيث يتمظهر الشكل على تقسيمات هندسية تتواءم هي الأخرى بمحمولات شكلية دلالية، تنوعت فيه أنظمة التركيب في اتجاهها وأسلوبها، أما في المرحلة الثالثة بفترة (2010م حتى 2018م) تمحورة نجربة الفنان بالتنظيم الشكلي لمنظور عين الطائر.

- **البنية اللونية:** كان ظاهر وبوضوح إشتغال المتحول على البنية اللونية، فقد تغيرت جذريا في المرحلة الثانية والثالثة عن المرحلة الأولى، فقد تحولت الألوان من سيادة (البارده) إلى الألوان الحارة والمشرقة ذات الحضور والضوء، وبتمكن عالي وتوظيف تعبيرى مدروس كما نلاحظ في نماذج المرحلة الثانية والثالثة من نموذج (3) إلى نموذج (6).

- **أنظمة التركيب:** بإعتبارها الأسلوب والإتجاه والقواعد المنظمة للكلي فقد اختلفت وتعددت في كل مرحلة، فالمرحلة الأولى أستخدم الفنان قاعدة الأسلوب السريالي بخاصية ماوراء الواقع في تنظيم وتركيب المفردات وإشتغالاتها مع الخلفية، وأستخدم التعبيرية في حركة الأشكال ومحمولاتها، فضلا عن التقسيمات الهندسية التي ظهرت في أواخر المرحلة، وفي المرحلة الثانية ساد النظام الهندسي على بنية العمل كتقسيم تأسيسي لمحمولات ذات أنظمة مختلفة كالأنطباعية والتعبيرية والرمزية والتجريد الهندسي ثم الخيال

الممزوج بالواقع بنظام تركيبى سرىالى.

3- من خلال تتبع مسيرة الفنان الفنية، نجد أن الفكرة تستقر في ذهنه متوالدة سلسلة من الأعمال لفترة من الزمن بما يعطيها مقومات مرحلة فنية تمتد الى خمس سنوات أقل أو أكثر تقريبا، حتى تشبع هذه الفكرة بكمية إنتاج فني لعدة معارض تقام (كمعرض الفكرة)، وهذا ما أكده الفنان نفسه في أحد اللقاءات من الباحث له.

4- إن فعل التحول من الفكرة أو المرحلة يشملها تغيرات وتحولات وأدوات جديدة تناسب الفكرة الجديدة كما نلاحظ ذلك من خلال تحليل عينات البحث المتمثلة بالنماذج الستة للمراحل الثلاث.

5- وأخير نادرا ما يعود في صياغة النصوص البصرية الى الأنظمة التركيبية والبنيات بمراحله الفنية القديمة، وإن حصل فليس بشكل كلي.

التوصيات:

يوصي الباحث بدراسة منفصلة تعني باللون في أعمال الفنان حكيم العاقل، كي يستفيد ويؤرشف كل مهتم في دراسة واقع الفن التشكيلي العربي بشكل عام والفن التشكيلي اليمني بشكل خاص.

الهوامش:

(*) - النسق Context: يرجع التركيز على مفهوم النسق إلى تحول بؤرة اهتمام التحليل البنوي عن مفهوم (الذات) أو الوعي الفردي كمصدر للمعنى إلى أنظمة الشفرات النسقية التي تتراوح فيها الذات عن المركز وعلى نحو لا تغدو الذات معه أي فاعلية في تشكيل النسق الذي تنتمي إليه بل تغدو مجرد أداة أو وسيط من وسائطه ولذلك يرتبط مفهوم النسق ارتباطا وثيقاً بمفهوم (الذات المزاحة عن المركز) وفي التصوير تتكون اللوحة من مجموعة أنساق بنائية كالنسق اللوني والنسق الخطي والنسق التركيبي والنسق الضوئي وتتمظهر هذه الأنساق في اللوحة بوصفها أنساقاً علامية يرتبط بعضها ببعض بعلاقات ظاهرية وباطنية .

- النسق الدال Significant – Context : يعرف النسق السيموطيقي بكونه " لعبة دلالات " لعبة نمط من الدلائل أو عدة أنماط , مضاعفة بنسق من القواعد التي تتحكم في تأليفها في اللحظة التي يعد فيها نصاً سيموطيقياً ويغرف من اعتبار التواصل التواصل منقسماً إلى عدة قطاعات تواصلية ويسمى كل قطاع تواصلية (نسق دلالي) وهو مجموعة جدلية مكونة من أنواع سننية ومن وسائل تتحقق في الواقع بين مرسلين ومتلقين في ظروف ملائمة وتحتوي هذه الأنساق في طيها على قواعد استعمالها الخاص . إن النسق الدال هو مجموعة من الدلائل تتسج فيما بينها مجموعة من العلاقات الإختلافية والتعارضية حتى تقوم بتأدية وظائف دلالية متميزة بين مرسل ومتلقي , ولتأدية هذا الدور المتحور حول نقل الرسالة لابد أن تخضع هذه الرسالة لقوانين وقواعد تركيبية تأليفية على وفق شروط خاصة .

- النص البصري Artwork : ليس نسقاً مغلقاً من الرموز والإشارات والدلالات وإنما هو خطاب مثبت ومفتوح لا تتفك عنه حركة القراءة والنقد والتواصل الفكري وتداول المفاهيم ورؤوس أموال معرفية بين المتلقي والفنان , هذا النشاط الفكري دفع فلاسفة فن التأويل إلى دراسة ظاهرة فهم المعنى الذي يحتويه النص ومعرفة ما إذا كان هذا المعنى يعبر فعلاً عن مقاصد وأهداف الفنان ولذلك فهم المعنى ينحصر فقط في إعادة تركيب ذهني لجملة المقاصد والأهداف .

- 1) ابن منظور : لسان العرب ، ج ، 2، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والأبناء والنشر، ص432.
- 2) الرازي ، محمد بن أبي بكر عبد القادر : مختار الصحاح ، دار الرسالة ، الكويت، 1982م، ص163.
- 3) صليبا ، جميل : المعجم الفلسفي ، ج ، 1، دار الكتاب اللبناني ، بيروت، 1982م، ص259.
- 4) معلوف ، لويس : المنجد في اللغة والأدب والعلوم ، ط ، 19، المطبعة الكاثوليكية ، بيروت، 1966م، ص398.
- 5) عباس ، روية عبد المنعم : القيم الجمالية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1987م، ص135.
- 6) المرجع نفسه، ص117.
- 7) غادة عبد العزيز الحوطي: التوازن معيار جمالي، ط 2 ، جدة، بلا، ص24.
- 8) موريس، ابو ناصر، الالفية والنقد الادبي في النظرية والممارسة ، دار النهار للنشر، بيروت، 1979 م. ص145.
- 9). Arnhiem, Rudolf, the dynamics of University, of California, 1997. No:162.
- 10) تراث أمين عباس: المتحول في أعمال الخزاف سعد شاكر، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 4 / العدد 2 ، ص 440.
- 11) أندريه لالاندر: الموسوعة الفلسفية ، ج3 ، تعريب : خليل أحمد خليل ، منشورات عويدات ، بيروت ، باريس ، 2001م ، ص 1480.
- 12) نجم عبد حيدر: محاضرات الفيت على طلبة الدراسات العليا – دكتوراه فنون تشكيلية ، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2001م، نقلا عن: د. تراث أمين عباس: المتحول في أعمال الخزاف سعد شاكر، مرجع سابق.
- 13) صاحب جاسم، البياتي ، اشكالية تحول المفهوم في التشكيل العالمي المعاصر ، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، 2014م، ص9.
- 14) ندى عايد يوسف، مرجعيات الشكل في التشكيل ما بعد الحداثة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 2008م، ص268.
- 15) شاكر حسن ال سعيد، مقالات في التنظير والنقد الفني، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1994م، ص31.

- 16) جلال نديم صالح: التحولات الشكلية والأسلوبية في فن التصوير السوري الحديث، جريدة البعث، الثلاثاء، 2013/1/8م، لمزيد من المعلومات:
- <http://www.moc.gov.sy/index.php/archive/downloads/vedios/turath/images/themes/default/archive/downloads/vedios/turath/1?d=30&id=15271>
- 17) زكريا إبراهيم : مشكلة البنية ، دار مصر للطباعة ، القاهرة ، بدون تاريخ ، ص 40 .
- 18) زكريا إبراهيم: مشكمة البنية ، مكتبة مصر ، 1990م، ص28.
- 19) برتليمي جان: بحث في علم الجمال، ترجمة: أنور عبد العزيز ، نظمي لوقا، دار النهضة ،القاهرة، 1970م، ص412.
- 20) جيروم، ستولنتيز: النقد الفني دراسة فلسفية وجمالية ، ترجمة: فؤاد زكريا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1970م، ص 340.
- 21) هربرت ريد : معنى الفن، ترجمة: تسامي خشبة ، دارالكتاب العربي، فرع الساحل، القاهرة ، د.ت.
- 22) عادل، الألويسي: «روائع الفن الاسلامي، عالم الكتب، القاهرة، 2003 .
- 23) يحي حمودة: نظرية اللون، دار المعارف، القاهرة، 1981 .
- 24) شوكت الربيعي :فائق حسن، الدار العربية، بغداد، 1982 .
- 25) هربرت ريد: الفن والمجتمع، ترجمة: فارس متري ظاهر، دار القلم، بيروت، 1975م .
- 26) مالميز فردريك: الرسم كيف نتذوقه؟، ن، ت: هادي الطائي، دار الشؤون الثقافية ، 1993 م.
- 27) <http://www.mayonews.net/showdetails.php?id=451>
- 28) جلال نديم صالح: التحولات الشكلية والأسلوبية في فن التصوير السوري الحديث، جريدة البعث، الثلاثاء، 2013/1/8م، لمزيد من المعلومات:
- <http://www.moc.gov.sy/index.php/archive/downloads/vedios/turath/images/themes/default/archive/downloads/vedios/turath/1?d=30&id=15271>
- 29). Arnhiem, Rudolf, the dynamics of University, of California, 1997. No:162.

استخدام القائم بالاتصال في ليبيا للصحافة الالكترونية كمصدر للأخبار. دراسة ميدانية

أ. عمّار ميلاد نصر.. كلية الآداب / جامعة سرت

الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

بما أن التكنولوجيا دخلت في معالجة ونشر الكلمة الصحفية في العديد من الوسائل الإعلامية، عليه يسعى الباحث إلى معرفة استخدام القائم بالاتصال في ليبيا للصحافة الالكترونية كمصدر للأخبار؛ وهنا يقدم الباحث فرض لاختباره، وذلك في الصياغة الآتية: (الصحافة الالكترونية أكثر وسائل الاتصال استعمالا عند القائم بالاتصال في المكاتب و المؤسسات الإعلامية بمدينة سرت)، بالإضافة إلى التساؤل الرئيس وهو(ما ميول الصحفي نحو الصحافة الرقمية؟) .

أهمية البحث:

بما الصحافة سلطة رابعة من خلال مهنية القائم بالاتصال، فان الباحث يرى ضرورة تسليط البحث بالاستبيان على الصحافة الالكترونية من اجل تقييمها والمحافظة عليها في ظل التحولات التكنولوجية المستمرة قياسا بالصحافة الورقية.

أهداف البحث:

- 1- رصد علاقة القائم بالاتصال بالصحافة الالكترونية كمصدر للأخبار.
- 2- التعرف على تصور القائمين بالاتصال لدور الصحافة الالكترونية، وتصورهم للمهنية المتبعة في المعالجة الإخبارية.

3- التعرف على مدى رضا القائم بالاتصال بواقع المؤسسات الصحفية الالكترونية.
تساؤلات البحث وفرضه:

الفرض: (الصحافة الالكترونية أكثر وسائل الاتصال استعمالا عند القائم بالاتصال في المكاتب و المؤسسات الإعلامية بمدينة سرت)
التساؤلات:

- هل الصحافة الالكترونية مصدر أساس للأخبار بالنسبة للقائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية بليبيا؟
- هل تتمتع الصحافة الرقمية بالجودة؟ وما ميول الصحفي نحو الصحافة الرقمية؟
- هل لحرية الكتابة دور في صناعة الكلمة الالكترونية الرقمية؟

الدراسات السابقة:

1- دراسة بعنوان (الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المصرية - دراسة ميدانية) (1):

هدفت الدراسة إلى الوقوف على إعداد وتأهيل مهارات القائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المصرية والتعرف على أثر استخدام التكنولوجيا على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية، بالإضافة إلى رصد دور والمسؤوليات المنوطة بالقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية في إطار ممارسة المهنة الصحفية، واللقاء الضوء على الضغوطات والمشاكل التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية. واستخدمت الدراسة أسلوب المسح الإعلامي والمقارنة بين إجابات الباحثين وعلاقة ذلك بأدائهم المهني. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- 84.6 % من عينة الدراسة متفرغون للمهنة الصحفية .

2- تبين أن ما نسبته 50 % يواجهون صعوبات .

3- اغلب عينة الدراسة يهتمون بالخدمات الالكترونية الفورية أثناء مهمة عملهم .
4- 67.3% من عينة الدراسة يهتمون بالضوابط القانونية والأخلاقية أثناء تأديت مهامهم .

2- دراسة بعنوان (استخدام الصحافة الالكترونية وانعكاسها على الصحف الورقية في الأردن) (2) :

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الصحفي الإعلامي للصحافة الالكترونية ودوافع تعرضهم لها، والتعرف على مزاياها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وعينة تقدر 250 مفردة من 500 مفردة من المجتمع الأصلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- أن الصحفي يستخدم الصحافة الالكترونية يوميا وذلك أكثر من 5 سنوات .
- 2- أن الصحافة الالكترونية احتلت المرتبة الأولى أفضل وسيلة في الحصول على الأخبار .
- 3- تبين من الدراسة أن دوافع استخدام عينة الدراسة للصحافة الالكترونية كانت دوافع نفعية لغرض المعرفة .

دراسة بعنوان (معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت - دراسة تطبيقية) (3) :

سعت الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الآتي (ما هي المعوقات التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية العراقية)، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الوصفية، وذلك باعتمادها على المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- أغلب المبحوثين لا يعانون من معوقات اللغة الأجنبية أثناء تعاملهم مع الصحافة الالكترونية وذلك لان اللغة العربية متاحة في الوسائط الالكترونية.

- تبين من نتائج الدراسة نقص التدريب للتفاعل مع الانترنت في قراءة الصحف الالكترونية .
- 1- تبين من إجابات المبحوثين عدم توفر الإمكانيات الاقتصادية .
 - 2- تبين أن سبب عدم قراءة الصحف هو أن المبحوثين لا يهتمون بالصحف الالكترونية.

دراسة بعنوان (القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة) دراسة تحليلية ميدانية لصحيفة الشروق والخبر اليومية) (4) :

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في الحسابان في عملية انتقاء ونشر الأخبار؛ كشفت الدراسة التحليلية عن تبني صحيفتي الخبر والشروق اليومية لمصفوفة بالقيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في الحسابان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، والتي ما هي في النهاية إلا نتاج للعديد من العوامل، سواء كانت داخلية أو خارجية، والتي ساهمت في إبراز بعض الأخبار وحجب البعض الآخر؛ وصياغة هذه القيم كانت نابعة من طريقة تنشئة الصحفي، وتقاليد الصحيفة وسياستها، والقوانين والتشريعات التي تنظم المهنة والتي لا تخرج عن السياسة العامة للبلاد الذي تنشط أو تعمل فيه هذه الصحف.

دراسة بعنوان: (كود القيم الخبرية المتفق عليها بين الصحفيين) (5) :

استهدفت الدراسة التعرف على كود القيم الخبرية المتفق عليها بين الصحفيين، حيث قام الباحث بتحليل مضمون 900 قصة خبرية نشرت في جريدتين، واحدة محلية والأخرى توزع على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك بغرض رصد المعايير التي تتحكم في اختيار وانتقاء الأخبار؛ وتوصلت الدراسة إلى إمكانية تصنيف الأخبار باستخدام قيم مثل الصراع والشهرة، ووجد الباحث أن القيم التي يستخدمها الصحفيون هي: التوقيت، الشهرة، وكثيرا ما يتم التركيز على الصراع والأخبار

السلبية، وتوصلت الدراسة إلى وجود نظام كودي من القيم الخبرية متفق عليه بين الصحفيين.

منهج البحث:

إن منهج الباحث في أي دراسة يتحدد من خلال طبيعة الدراسة ومعالجتها، ويعرف المنهج بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من قواعد تهيمن على سير العقل⁽⁶⁾، وبما أن هذه الدراسة تعتبر من الدراسات الوصفية، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي لوصف الظواهر، والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات والبيانات، وتحليلها، وتفسيرها⁽⁷⁾.

عينة البحث:

تعد خطوة اختيار عينة من المراحل المهمة في البحث، ويجب أن تتسجم مع أهدافه، وتجب على تساؤلاته⁽⁸⁾، لهذا قاوم الباحث بإجراء البحث الميداني، بتطبيق أسلوب عينة عشوائية، على عينة قدرها (20) مفردة من القائمين بالاتصال في المؤسسات والمكاتب الإعلامية بمدينة سرت الليبية.

أداة جمع البيانات:

هي (استمارة الاستبيان). وتم تحكيمها من قبل مجموعة من أساتذة الإعلام بليبيا. ⁽⁹⁾

نظرية الدراسة: (نظرية القائم بالاتصال):

تعد النظرية الإعلامية إحدى الوسائل المهمة التي تساعد الباحث على تحقيق المعرفة العلمية الصحيحة لفهم، أو وصف، أو تفسير طبيعة عمل وسائل الإعلام، وبما أن هذه الدراسة تستهدف القائم بالاتصال فإن النظرية المرتبطة بهذا الموضوع ستكون: نظرية القائم بالاتصال "نظرية حارس البوابة الإعلامية"؛ وبالتالي فإن القائم بالاتصال (حارس البوابة) قادر على التلاعب بهذه الصور والأفكار إذا أراد ذلك،

وذلك بالابتعاد عن الحقيقة والموضوعية⁽¹⁰⁾؛ كما يزداد تأثير حارس البوابة في الرسالة الإعلامية بناءً على ما يحمله من توجهات⁽¹¹⁾. ولا شك فإن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على حارس البوابة وهي:

- القيم والمبادئ الثقافية، والاجتماعية، والدينية والسياسة الصحفية والقوانين الإعلامية.
- عامل الزمن وحدود مساحة النشر ومصدر المعلومات والمتمثلة في الوكالات العالمية، والصحف المحلية والتي تجعل المرسل يهتم بالحدث أو يهمله.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوين" في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة الإعلامية"⁽¹²⁾، فحارس البوابة يسيطر على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة (ومن خلال وجوده ودوره في هذا المكان) سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال البوابة⁽¹³⁾ (. ويتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات، والتوجيهات الخارجية التي تصدر عن مشرعين، أو مسئولين عن العمل أو المهنة من قوانين، وتشريعات، ونظم تضمن ضبط العملية الإعلامية⁽¹⁴⁾. ومن خلال هذا العرض للنظرية المرتبطة بالدراسة فقد اعتمد الباحث عليها؛ وذلك بما يتماشى مع تحديد مصادر وطرق وأساليب القضايا والأحداث التي يقوم عليها القائم بالاتصال للتعامل معها ونشرها بالإضافة إلى معرفة ميوله الشخصي نحو الصحافة الرقمية (الالكترونية) واعتماده على المنظومة المهنية لبيئة الصحافة.

عرض وتحليل بيانات استمارة الاستبيان

❖ أساليب تحليل البيانات الإحصائية المستخدمة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على الأسلوب الكمي والكيفي، حيث استخدم الأول في التعبير عن النتائج بصورة إحصائية من خلال تفرغ البيانات من استمارة الاستبيان، أما استخدم الأسلوب الكيفي فتمثل في التعليق على المعلومات والبيانات،

التي تم تحليلها ومعالجتها باستخدام برنامج إحصائي بسيط لاحتساب النسب المئوية في جداول توزيع التكرارية ، والتي تتم من خلال الآتي:

$$\text{المعادلة هي: } \frac{\text{المجموع الجزئي}}{\text{المجموع الكلي}} \times 100 = \text{....\%}$$

الجدول رقم (1) يوضح نوع مهنة عينة البحث.

نوع المهنة	التكرار	النسبة المئوية
محرر	7	35%
كاتب	صفر	صفر%
مصور	5	25%
معد	2	10%
مقدم	1	5%
مونتاج	3	15%
مهندس صوت	1	5%
مخرج	1	5%
المجموع	20	100%

يتضح من الجدول ان مهنة المحرر هي الأكثر ممارسة للقائم بالاتصال في المؤسسات والمراكز والمكاتب الإعلامية بمدينة سرت بنسبة بلغت 35%، يليها المصور بنسبة بلغت 25%، وهذا التقارب بين المحرر والمصور أمر طبيعي لان العمل الإعلامي يركز أساسه على المحرر والصورة، أما باقي المهام فقد جاءت بنسب ضئيلة ومقاربة وهذا دليل على ان العمل الإعلامي في المؤسسات والمكاتب الإعلامية بمدينة سرت محصور على التغطية الإعلامية فقط، وعدم الاهتمام بإنتاج مواد اتصالية إلا في الحالات القسوة الضرورة الملحة، وهذا ربما راجع إلى قلة الإمكانيات التقنية والمعدات والكوادر الفنية المساعدات على ذلك.

الجدول رقم(2) يوضح بداية التعامل مع الصحف الالكترونية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
منتديات حوارية	10	50%
مقالات الكترونية	6	30%
أطروحات ورؤى بسيطة	2	10%
صحف الإلكترونية	2	10%
المجموع	20	100%

اغلب عينة البحث أشارت في هذا الجدول إلى ان المنتديات الحوارية هي الأكثر تعاملًا في بدايتها مع الصحافة الالكترونية والتي جاءت بنسبة بلغت 50% ، وهذا ربما قد تكون المنتديات الحوارية شجعت على انتشار الصحافة الالكترونية.

الجدول رقم(3) يوضح ما مدى اعتماد عينة البحث على الصحافة الالكترونية كمصدر

للمعلومات

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	4	20%
أحيانا	16	80%
نادرا	0	0%
المجموع	20	100%

الجدول يوضح ان عينة البحث تهتم وتعتمد على الصحافة الالكترونية كمصدر للمعلومات والحقائق والإخبار وذلك وفق ما توصل إليه مؤشر دائما وأحيانا، وذلك لان مؤشر نادرا جاءت نسبته 0%، وهذا دليل على اعتماد عينة البحث بالصحافة الالكترونية كمصدر للمعلومات.

الجدول رقم(4) يوضح مدى ثقة عينة البحث فيما تقدمه الصحافة الالكترونية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	1	5%
أحيانا	17	85%
نادرا	2	10%
المجموع	20	100%

يتبين من الجدول ان عينة البحث تثق أحيانا فيما تقدمه الصحافة الالكترونية والتي بلغ نسبتها من إجمالي العينة 85%، وهي نسبة عالية وإيجابية بالنسبة لمعيار الثقة، بغض النظر عن مؤشر دائما الذي أجاب عليه شخص، وهذه النسب تدل على ان للصحافة الالكترونية وفق عينة البحث تتميز في بعض الحالات بالجودة لأنه يثق أحيانا في ما تقدمه من أخبار.

الجدول رقم(5) هل تتعامل مع الصحافة الالكترونية أكثر من تعاملك مع الورقية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	90%
لا	2	10%
المجموع	20	100%

يستنتج من الجدول ان عينة البحث من القائمين بالاتصال في المؤسسات والمكاتب الإعلامية تتعامل مع الصحافة الالكترونية أكثر من تعاملها مع الصحافة الورقية بنسبة بلغت 90% من إجابات عينة البحث، وهي نتيجة ذات مفارقة توضيحية بالنسبة للصحافة الالكترونية ومكانتها عند القائم بالاتصال، وهذا ينعكس على دور المؤسسات الإعلامية في ضبط المهنة ومتابعة أخلاقياتها، خاصة ان الصحافة الالكترونية سهلة الاستخدام.

الجدول رقم(6) هل الصحافة الالكترونية وسيلة اتصالية طغت على الوسائل الأخرى.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
100%	20	نعم
0%	0	لا
100%	20	المجموع

يتبين من بيانات الجدول أن الصحافة الالكترونية وسيلة اتصالية سائدة وطاغية على الوسائل الاتصالية الأخرى، وذلك من خلال إجابات عينة البحث من القائمين بالاتصال في المكاتب الإعلامية، وذلك بنسبة بلغت 100%، وهذا المؤشر دليل على صحت بيانات الجدول السابق الذي بين أن القائم بالاتصال يتعامل مع الصحافة الالكترونية أكثر من تعامله مع الصحافة الورقية.

الجدول رقم(7) هل تتعامل مع الصحافة الالكترونية على أساس أنها.

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
35%	7	مصدر رئيسي للأخبار والمعلومات
65%	13	مصدر ثانوي للأخبار والمعلومات
100%	20	المجموع

إجابة اغلب عينة البحث بان التعامل مع الصحافة الالكترونية كمصدر للمعلومات على أنها مصدر ثانوي بنسبة بلغت 65%، وهذا دليل على حرص بعض عينة البحث بالتقصي للحقائق من أكثر من مصدر او وسيلة ، فهي قد تدرك بان الصحافة الالكترونية أكثر استعمالا وانتشار، إلا أنها في نفس الوقت تعي بأنه لا يمكن ان تكون مصدرها الرئيسي للأخبار والمعلومات، وذلك ربما بسبب تعدد الصفحات الالكترونية الوهمية غير المعروفة المصدر والجهة التابعة لها.

الجدول رقم(8) ما مدى تأثير فنون الصحافة الالكترونية على أسلوبك الكتابي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	1	5%
أحيانا	13	65%
نادرا	6	30%
المجموع	20	100%

يتبين من بيانات الجدول ان فنون الصحافة الالكترونية أترث أحيانا على القائم بالاتصال في أسلوبه الكتابي وذلك بنسبة بلغت 65%، وهذا ربما راجع إلى عملية التصفح والقراءة و المتابعة المستمرة للمواقع والصفحات والصحف الالكترونية التي تخاطب الجمهور بالأسلوب يتماشى مع اللحظة أو الفورية (عاجل) في مقابل اختلافها عن الصحافة الورقية التي تختلف في طريقة كتابتها لأنها لا تتعامل بأسلوب العاجل.

الجدول رقم(9) هل تغيرت اتجاهاتك بعد تعاملك مع الصحافة الالكترونية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	6	30%
لا	14	70%
المجموع	20	100%

لم تتغير اتجاهات عينة البحث بعد تعاملها مع الصحافة الالكترونية، وذلك من خلال بيانات التي طرحها الجدول رقم (9)، بنسبة بلغت 70% من إجابات أفراد العينة، وهي نتيجة واضحة تدل على ان عينة البحث تعي وتدرك وتحلل ما تقدمه الصحافة الالكترونية من بيانات ومعلومات ووقائع وأحداث سواء كانت عاجلة او مستمرة .

الجدول رقم(10) هل شكلك الصحافة الالكترونية ظاهرة إعلامية جديدة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	85%
لا	3	15%
المجموع	20	100%

هنا نقف على إجابة منطقية وواقعية ومتماشية مع العصر، وهي ان الصحافة الالكترونية أضحت ظاهرة إعلامية جديدة في القرن الواحد والعشرين، وهذا ما أكدته لنا إجابة الجدول رقم(10)، وذلك بنسبة بلغت 85% من إجابات عينة البحث، وهذا دليل بان القائم بالاتصال راضي على دور الصحافة الالكترونية في المؤسسات الإعلامية.

الجدول رقم(11) ما مدى اتساع الحريات الصحفية أثناء ممارسة الصحافة الالكترونية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كبير	7	35%
بشكل متوسط	9	45%
بشكل ضعيف	4	20%
لا توجد	صفر	صفر%
المجموع	20	100%

الحريات الصحفية في الصحافة الالكترونية ظاهرة جديدة بل وغير مفهوم الرقابة على المنشورات، لان الحرية في الصحافة الالكترونية أكثر رواجاً من الصحافة الورقية التي تخضع لرقابة صارمة وممتدة في بعض الحالات، وبما ان الصحافة الالكترونية لها خاصية ووسائط متعددة وتسهل في التعامل بين القائم بالاتصال والجمهور فإنها بهذه الطريقة اتاحة الفرصة في حرية التعبير، وهذا ما أشارت إليه بيانات هذا الجدول التي توصلت إلى ان بنسبة 45% توجد حرية بكل متوسط وما نسبته 35% من إجابات أفراد العينة ان الحرية توجد بشكل كبير وهي نسب عالية مقارنة بمؤشر الضعيف الذي تحصل على نسبة بلغت 20%.

الجدول رقم(12) ما درجة تفاعل مع ما تطرحه الصحافة الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
20%	4	بدرجة عالية
80%	16	بدرجة متوسطة
صفر%	صفر	لا أتفاعل
100%	20	المجموع

الجدول رقم(12) يوضح درجة تفاعل القائم بالاتصال مع الصحافة الالكترونية، حيث استبان منه بان عينة البحث اجابة بنسبة 80% لمؤشر (متوسط)، وذلك ربما يدل على ان عينة البحث تتعامل مع الصحافة الالكترونية كمصدر للأخبار والاطلاع على آخر المستجدات فقط دون ان تتفاعل بشكل كبير، وهذا ايضا راجع لطبيعة عمل العينة لأنها في موقف يقدم الحقائق لا التفاعل معها خاصة في ظل عولمة البيانات والحقائق والمعلومات التي تحتاج إلى التركيز وعدم الخوض في نقاشات وتفاعلات مجهولة المصدر في بعض الحالات.

الجدول رقم(13) هل للصحافة الالكترونية أهمية بالغة في معالجة قضايا المجتمع

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
70%	14	نعم
30%	6	لا
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم(13) ان عينة البحث اجابة بنسبة 70% لمؤشر نعم، ليدل على ان للصحافة الالكترونية أهمية بالغة في معالجة قضايا المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية...إلخ؛ وهي نسبة واضحة تبين أهمية دور الصحافة الالكترونية بالنسبة للقائم بالاتصال، وهذا دليل آخر على أنها تعتبر مصدر للأخبار في جمع الأوقات لأنها تهتم بقضايا المجتمع المتقلبة وفق طبيعة أوعيتها الفكرية.

الجدول رقم(14) ماهي الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية في ليبيا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
10%	2	صعوبة التمويل المادي
10%	2	غياب التخطيط
10%	2	قلة الصحفي الالكتروني
صفر%	صفر	عدم وجود عائد مادي
30%	6	غياب الأنظمة واللوائح القانونية
5%	1	ضعف شبكة الاتصالات
35%	7	كل ما سبق ذكره
100%	20	المجموع

استنتج الجدول رقم(14) ان عينة البحث أدركت بان الصعوبات التي طرحها الجدول جميعها او اغلبها تواجه أو تؤثر على الصحافة الالكترونية بنسبة 35% من إجابة أفراد العينة، وإذا أراد الباحث قياس ذلك فان من المنظور النظري تعتبر هذه الصعوبات في مجملها واقعية وحساسة ولا تخلوا وحدة عن الأخرى واغلبها سلسلة متكاملة ولكن في بعض الحالات، خاصة في ظل الظروف التي تمر بها ليبيا وبالأخص مدينة سرت التي لم تستقر بعد في وضعها الإعلامي كمصدر للأخبار والمعلومات بالنسبة للصحافة الالكترونية بسبب الفوضى الأمنية .

الجدول رقم (15) هل أنت مع تأسيس اتحاد ليبي للصحافة الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
90%	18	نعم
10%	2	لا
100%	20	المجموع

تبين من هذا الجدول أن جل القائمين بالاتصال في مدينة سرت من أفراد عينة البحث يؤيدون إقامة اتحاد ليبي للصحافة الالكترونية، وهذا ربما من اجل الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية والمالية للأعضاء، والدخول كطرف لفض أي نزاع بين الأعضاء وأي أطراف أخرى؛ وأيضا ربما لمواكبة التطورات التكنولوجية عالميا

وللمساهمة الفعالة في ترسيخ مبادئ احترام الآخرين ، وقد يكون من أجل دعم دور الصحافة الإلكترونية والاعتراف بها، ودعم الحريات الصحفية.

نتائج البحث:

1. تحقق صدق الفرض الذي قدمه الباحث بان الصحافة الالكترونية أكثر وسائل الاتصال استعمالا عند القائم بالاتصال في المكاتب والمؤسسات الإعلامية بمدينة سرت الليبية.
2. الصحافة الالكترونية تعتبر مصدر مهم للأخبار وأيضا ذات جودة وحرية في التعبير بالنسبة لعينة البحث.
3. 100% من إجابة أفراد العينة يرون بان الصحافة الالكترونية طغت على وسائل الاتصال الأخرى.
4. للصحافة الالكترونية أهمية بالغة في معالجة قضايا المجتمع بالنسبة لإجابة عينة البحث.
5. القائم بالاتصال في المؤسسات والمكاتب الإعلامية بمدينة سرت راضي عن دور الصحافة الالكترونية ويتفاعل أحيانا مع ما تقدمه.
6. 85% من أفراد العينة يتقنون أحيانا في ما تقدمه الصحافة الالكترونية .
7. 90% من أفراد العينة يتعاملون مع الصحافة الالكترونية أكثر من تعاملهم مع الصحافة الورقية.

توصيات البحث:

- 1- ضرورة متابعة وتقييم ما تقدمه الصحافة الالكترونية، وأيضا ضرورة دعم وتشجيع ظهور وسائل الإعلام التقليدية للمحافظة على مهنة الإعلام والصحافة بشكل خاص.

- 2- يجب استحداث موثيق شرف المهنة الإعلامية وكذلك يجب إقامة مجالس للصحافة من، اجل مناقشة القضايا المنهجية والمهنية التي تعيق سير عمل القائم بالاتصال وفق العملية الاتصالية المتعارف عليها في المؤسسات الإعلامية والصحفية.
- 3- ضرورة انضمام أصحاب الصفحات الالكترونية إلى نقابة الصحفيين حتى يكون عملهم صحفي مهني بدرجة عالية .
- 4- يجب تأهيل وتدريب القائم بالاتصال كي يدرك مفهوم أساليب الاتصال، بحيث لا يقع في المحذور، خاصة وان أساليب الاتصال تعاني من إشكالية المصطلح، وهذا ما جعل القائم بالاتصال وأيضا الأكاديميين لا يدركون الفرق بين الإعلام والحرب النفسية وبين الإعلان والدعاية.
- 5- نقترح إقامة ندوات وورش عمل تساهم في متابعة وتطوير نظام عمل القائم بالاتصال.

الهوامش:

- 1) اميمة محمد محمد عمران، الاداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المصرية - دراسة ميدانية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الاداب - قسم الاعلام - جامعة اسيوط بعنوان: الاعلام وقضايا الاصلاح في المجتمعات العربية"، 2009.
- 2) عبيد شفيق الرحباني، استخدام الصحافة الالكترونية وانعكاسها على الصحف الورقية في الاردن، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، الاردن ، 2009.
- 3) سعد سليمان عبدالله، معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت - دراسة تطبيقية على طلبة قسم الاعلام في كلية الاداب جامعة تكريت، مجلة اداب الفراهندي، العدد الخاص بمؤتمر الاداب الرابع العدد3، 2010.
- 4) فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفة الشروق والخبر اليومية ، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الاتصال و الاعلام، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، قسم علوم الاعلام والاتصال(2011-2012).
- 5) Dennis Corrigan (*Value Coding Consensus in Front Pages News*), Journalism Quarterly, vol.67,N°4, ,(1994) , pp.622-653

- (6) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، دار الفجر للنشر والتوزيع، مطابع الدار الهندية 2003، ص2372.
- (7) السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي، مفهومة وإجراءاته ومناهجه، ط1، (بنغازي، ليبيا، منشورات جامعة قاريونس) 1994، ص211 .
- (8) المرجع السابق، ص211.
- (9) المحكمين هم:
- الدكتور محمد على محمود الفقهي ، أستاذ الإعلام بجامعة سرت ليبيا.
- الدكتور عبد الله محمد عبد الله اطيبة أستاذ الإعلام بجامعة سرت ليبيا.
- (10) عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط 3 (الكتابي للنشر والتوزيع، 1998، ص90.
- (11) أحمد فريح الحارثي، المعالجة الصحفية للنزاع الغربي الإيراني، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (طرابلس، ليبيا، جامعة الفاتح، كلية الفنون و الإعلام، 2009، ص33.
- (12) مكي حسين إبراهيم ، محمد بركات عبد العزيز ، المدخل إلى علم الاتصال، ط1، (الكويت، منشورات ذات السلاسل،). 1995، ص64.
- (13) المرجع السابق، ص64.
- (14) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، (القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص115-116)

اقتصاديات الاعلام مفهومها مبادئها نظرياتها

دراسة نظرية

د. ابراهيم علي عمر .. كلية الفنون والإعلام/ جامعة طرابلس

المقدمة

ثمة حاجة للخوض في هذا الحقل المعرفي الجديد الذي أصبح ما يقارب على عقدين من الزمن حقلا معرفيا مستقلا ألا هو حقل اقتصاديات الإعلام والذي بات حافلا بالبحوث والدراسات كما تشير اغلب المراجع المتخصصة. و أصبح الإمام به أمرا لامناص منه للمتخصص والباحث في مجال الإعلام و ذلك لفهم كيفية عمل مؤسساته المختلفة وتداخل العلاقة بين المنتجات الإعلامية والأسواق والمنافسة وآلية عمل ونشوء الشركات و الاحتكارات الكبرى . انه حقل معرفي ينظر من زاوية مختلفة للمؤسسات والمنتجات الإعلامية ويستخدم لغة ومفردات علوم الاقتصاد لتحليل تداخل العلاقات بين المؤسسات والشركات الإعلامية وأسواق المنتجات الإعلامية المختلفة .

لقد تضاعفت مؤخرا الحاجة لتناول هذا الحقل المعرفي - حقل اقتصاديات الإعلام- بالبحث والدراسة وذلك لجملة من العوامل لعل أهمها جميعا هو انه مع تطور وسائل الإعلام اصبح المتلقي منغمسا في الكثير في جوانب وتطبيقات هذا الحقل العلمي بدرجات متفاوتة بوعي منه او بدونه . فالمستخدم للانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لا بد انه تسأل عن كيفية تمويل هذه المواقع ومن ينفق عليها وكيف وأين تذهب عائدات الإعلانات التي تقابلها هنا او هناك في مواقع الانترنت مثلا او في باقي وسائل الإعلام الأخرى. ان تلك الأسئلة التي قد تبدو ساذجة هي

من ضمن اهتمامات وقضايا هذا الحقل المعرفي والإجابة عنها تستدعي الماما كاف بجوانب هذا التخصص . لهذا فتناول اقتصاديات الإعلام وقضاياها المختلفة هي مواضيع تهتم الباحث والمتخصص كما تهتم أيضا الفرد او المستخدم العادي للإعلام والمستهلك لمنتجاته المختلفة .

لكن العقبة الكبرى تكمن في ان الإعلام ومنتجاته ووسائله المختلفة وفقا لمنظور هذا الحقل المعرفي يستخدم قواعد ومنطق وأدوات الاقتصاد وبالتالي فان فهم ودراسة هذه الجوانب لاتخلو من تحد كما أنها تجعل الطالب او القارئ العادي الذي لا يمتلك معلومات جيدة عن الاقتصاد يتهيب موضوعات اقتصاديات الإعلام اعتقادا منه بانها مليئة بالمعادلات والنظريات الاقتصادية والتي يستعصى فهمها واستيعابها او انها بمثابة الأغاز تبقى حكرا على المتخصصين في علم الاقتصاد. ورغم ان هذا الظن ليس خطأ بكيته الا انه قد يحفز المتخصصين بهذا الحقل المعرفي لبدل الجهد من اجل تبسيط أساسياته ومبادئه حتى يتمكن الطلاب والمهتمين والدارسين من فهمه واستيعابه . ولعل ذلك كان احد اهم الدوافع التي حفزتني على الاهتمام بهذا المجال إضافة إلى تنبهي الى وجود فجوة تتعلق بنقص الدراسات التي تواكب بحوث ودراسات اقتصاديات الإعلام وتتناول مستجداتها ،وهناك ايضا فجوة واضحة بين كم الناتج العلمي الغربي في هذا المجال وبين انتاجنا العربي . هذه الدراسة المتواضعة تسعى للتعريف ببعض اسس وقضايا اقتصاديات الاعلام.

الإطار المنهجي للدراسة

مشكلة الدراسة

نظرا لوجود تداخل كبير بين الاقتصاد وادواته ومفاهيمه وبين حقل الاعلام وادارة مؤسساته ومشاريعه فان اقتصاديات الاعلام تبدو حقلًا يحفل بكثير من المفاهيم والمواضيع التي لا تخلو من صعوبة بالنسبة لدارس الاعلام مما يتطلب دراسة تهتم

بهذا التداخل وتبسط المفاهيم الاقتصادية والمالية وتعمل على ربطها بحقل الاعلام ومجالاته المختلفة كي يسهل استخدامها وتطويرها بيسر ضمن مجال الدراسات الاعلامية . من هنا فان مشكلة الدراسة تكمن في تحديد هذا التداخل والوقوف على اهم الادوات والمفاهيم الاقتصادية التي يتم توظيفها في حقل اقتصاديات الاعلام .

أهمية الدراسة

هذه الدراسة هي محاولة لسد فراغ تعاني منه المكتبة العربية فيما يتعلق بمجال اقتصاديات الإعلام وتسعى للتعريف بهذا الحقل المعرفي وتبسيطه وتبين اسس ومبادئ هذا المجال المعرفي الحديث الذي لازالت المكتبة العربية تعاني شحا في الدراسات المتعلقة به.

ان مجال الاعلام وانشطته المختلفة وعلى الرغم من خصوصيته فقد بات اليوم مشروعا اقتصاديا الى حد كبير يخضع القوانين السوق والعرض والطلب خصوصا حين يتعلق الامر بالمنتج الاعلامي. وهذه الدراسة تسعى للتعريف باسس ومدخل هذا المجال المعرفي والتعريف باهم ادواته وتبسيط مصطلحاته . كما ان هذه الدراسة تسعى لسد تلك الفجوة الناجمة عن حجم ما الانتاج في جامعات الغرب حول مجال اقتصاديات الاعلام بتخصصاته وتفرعاته المختلفة وبين ما تمت ترجمته الى العربية. وتعد دراسة اقتصاديات الاعلام من المجالات المهمة للدارسين والباحثين والمتخصصين في الدراسات الاعلامية وبالتالي فان هذه الدراسة تحاول ان تضع مدخلا مبسطا لهذا المجال.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى تحقيق عدة اهداف وهي:

-التعريف بمجال اقتصاديات الاعلام ورسم حدوده واهتماماته.

-تبيين خصوصية المنتجات الاعلامية والتعرف على ملامحها الاقتصادية.

-التعرف على اسباب ودوافع توسع الشركات الاعلامية ونزعتها نحو العالمية.
-تحديد وتبسيط المصطلحات الاقتصادية والمالية التي يستخدمها هذا الحقل.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة على عدد من التساؤلات وهي:

- 1- ما المقصود باقتصاديات الاعلام وما علاقته بالاقتصاد؟
- 2- ماهي اهم النظريات المستخدمة في اقتصاديات الاعلام؟
- 3- ماهي اهم الظروف والمؤثرات التي ادت الى تزايد الاهتمام بهذا المجال.

منهج الدراسة

تنتمي الدراسة الى نمط الدراسات الوصفية من خلال سعيها الى تحديد اسس ومفاهيم اقتصاديات الاعلام وتطبيقاتها المختلفة في عدة حقول وظواهر اعلامية مختلفة.

أدوات جمع البيانات

استخدمت هذه الدراسة عددا من الادوات المتاحة لتحديد وتفسير الظاهرة موضوع الدراسة . فقد استخدمت المكتبة والابحاث العلمية والدراسات المتخصصة وكذلك وسيلة الانترنت . مما اتاح وفره جيدة في المواد التي ساعدت الباحث على الاحاطة بالاطروحات التي تناولت الظاهرة ويسرت امكانية تناول موضوع البحث.

الإطار النظري للدراسة

مفهوم اقتصاديات الإعلام

ليس خطأ ان يعتقد البعض ان اقتصاديات الإعلام هي التعامل مع الإعلام بمنطق وأدوات الاقتصاد اذ ان هذا الاتجاه كان سائدا لعقود حيث كان ينظر ببساطة الى اقتصاديات الإعلام على انها فرع من الاقتصاد. لكن الاهتمام المتزايد بهذا الحقل في العقود الأخيرة جعله حقلًا مميزًا ومستقلًا بذاته.

ان هذا الحقل المعرفي يشمل دراسة الإعلام والاتصال وتطبيق مبادئ وأسس اقتصاد في إدارة المنشأة الإعلامية.¹

ان ذلك يعني ببساطة اننا إنما نتعامل مع المنشأة firm او المؤسسة الإعلامية والمحتوى او المنتج الإعلامي كموضوعات اقتصادية خاضعة لمنطق ومبادئ ونظريات الاقتصاد.

وهذا يحتم علينا ان نتوقف عند الكثير من المفاهيم والاقتصادية أولها هو مفهوم الاقتصاد نفسه، والذي يعرف بأنه "دراسة كيف يمكن للمجتمعات ان تستخدم مواردها النادرة لانتاج سلعة قيمة وتوزيعها بين الناس".²

ويعرفه تايلور بأنه "ترتيبات اجتماعية تجيب عن ثلاثة أسئلة أساسية هي - ماذا ينتج 2 وكيف ينتج 3- لمن ينتج. لهذا فالإقتصاد هو دراسة الإنتاج والتوزيع والاستهلاك للسلع والخدمات".³

كما يعرف الاقتصاد بأنه "دراسة كيفية استخدام الناس الموارد الإنتاجية النادرة او المحدودة (الأرض، العمل، رأس المال، الأجهزة والآلات، والمعرفة الفنية) لإنتاج السلع المختلفة (كالمقحم، والملابس، والأدوية، والسيارات،...) وتوزيعها بين أفراد المجتمع لكي يستهلكوها"⁴.

والاقتصاد أيضا هو "دراسة كيفية قيام الناس والمجتمع بواسطة النقود او بدونها، باستخدام الموارد الإنتاجية النادرة والتي قد تكون لها استعمالات بديلة، لإنتاج السلع المختلفة وتوزيعها لغرض الاستهلاك في الحاضر والمستقبل، بين مختلف الأفراد والجماعات في المجتمع." ⁵

ولا تخلو هذه التعريفات من بعض الغموض لأنها احتوت على بعض المصطلحات والمفاهيم التي لا مناص من التوقف عندها وتوضيحها حتى تصبح هذه التعريفات أكثر وضوحا .

فقد وردت مصطلحات الموارد ومصطلح الندرة ومصطلح الاستعمالات البديلة. فالناس لهم حاجات ورغبات مختلفة ومتزايدة وان إشباع هذه الحاجات من ملابس ومقتنيات وأغذية هي كثيرة بحيث ان لكل فرد قائمة طويلة من هذه الأشياء والرغبات. ولا يمكن ان تكون هذه الأشياء والمنتجات متوفرة بلا حدود والا ما كنا نحتاج الى العمل والجهد وتحديد ميزانية لهذا او ذاك.

ونحن في سعي من اجل إشباع هذه الحاجات من خلال استغلالنا لموارد. هذه الموارد منها ما هو طبيعي مثل الشجر او البحر ومنها ما هو نتاج عمل وجهد بشري سواء كان عضلي او باستخدام الآلات او أحيانا نتاج فكري او ذهني او إبداعي مثلا.

السلع غير النادرة تسمى السلع الحرة مثل الهواء والشمس و البحر المتاحة لنا مجانا بفضل الله سبحانه وتعالى واغلب السلع الأخرى نحصل عليها بكلفة معينة. اما السلع الاقتصادية فهي " كل السلع التي يمكن الحصول عليها، لمجرد دفع ثمنها، اذا توفرت النقود اللازمة لذلك." ⁶

وهناك ايضا السلع الإنتاجية التي تستخدم في انتاج سلع اخرى وهناك والاستهلاكية التي تستهدف الاشباع المباشر للحاجات ومنها السلع المعمرة.⁷

ومن بين كل هذه التصنيفات والفئات الكثيرة لأنواع السلع فإننا في هذه الدراسة نهتم بنوعين من السلع وهي السلع العمومية public goods وهذه هي الفئة التي تقع ضمنها الصناعات والمنتجات الإعلامية والسلع الخاصة private goods والتي نشير إليها باعتبار انها الفئة التي تساعد على فهم الأولى .

ان السلع العمومية public goods تتميز بخاصية انها سلع غير تنافسية Non rivalry- بمعنى ان حصول شخص على السلعة لا يضعف قدرة او فرصة شخص اخر في الحصول على نفس السلعة. كما انها ايضا غير حصرية non-excludable بمعنى انه لا يمكن الحيلولة دون حصول الافراد عليها. اما السلع الخاصة private goods فانها على العكس من ذلك وتمتاز بخاصيتي التنافسية والحرية rival and exclude فقطعة البسكويت او الشكولاتة مثلا اذا ما استهلكها شخص فإنها لن تكون متاحة لشخص اخر كما انها مقتصرة على الافراد الذين سيدفعون ثمن الحصول عليها.⁸

وهناك ظاهرة تنجم عن خصائص السلع العمومية وهي ظاهرة تعرف بفشل السوق. وهي باختصار صعوبة اقتصار وتوجيه السلع العمومية لفئة معينة واستثناء ائربكان تقتصر على من يدفع اشتراك او قيمة هذه السلعة مثلا. فالسلع العمومية متاحة للجميع حتى لغير المستهدفين أساسا. وهؤلاء هم ما يطلق عليهم "الراكب المجاني" free riding وهو الذي لا يدفع مقابل الحصول على السلعة.⁹

ان الاقتصاد يقوم بوضع حلول مناسبة توازن بين الرغبات والمتطلبات اللامحدودة وبين الموارد المحدودة. باختصار الاقتصاد عليه ان يحدد مايجب إنتاجه وكيف يتم ذلك ولمن وماهي الوسيلة. ان عملية الإنتاج وتحويل الموارد الى منتجات تستهلك من قبلنا تختصر في مرحلتين : مرحلة تحويل الموارد واختيار التقنية المناسبة هو عملية تحويل مدخلات Inputs ومن تم تحويلها الى منتجات او خدمات للاستهلاك أي مخرجات outputs . ان مصطلح عناصر الانتاج او المدخلات يشير عادة الى الارض والعمل ورأس المال. Land, Labor, Capital هناك الأرض وما عليها وما فيها من موارد طبيعية مختلفة ومعادن وخامات الخ. والعمل وهي قوة وجهد الانسان اللازم لتحويل هذه الموارد الى منتجات. ثم رأس المال ويشير الى السلع التي تنتج من اجل إنتاج سلع ومنتجات أخرى مثل الآلات والأدوات الأجهزة المختلفة والمباني¹⁰

ان حاجتنا ورغباتنا لامتناهية من السلع والمنتجات وهي اكبر و اوسع من ماهو متاح من الموارد (الارض، والعمل، ورأس المال). ان علم الاقتصاد يتمحور حول هذه النقطة الندرة وعدم إمكانية إشباع كل رغباتنا من السلع ومسألة الموارد.

وبناء عليه فاننا بحاجة لان نختار ونتخذ قرار بشأن ما يجب ان نحصل عليه وما سنتنازل عنه باعتبار اننا لا نستطيع ان نحصل على كل شيء أحيانا حتى باعتبار ان الوقت محدود ولا يتسع لكل شيء . نحن بحاجة للاختيار بين مجموعة من الخيارات والبدائل .وهناك كلفة تترتب على كل خيار يتم اتخاذه باعتبار ان اللجوء الى هذا الخيار يعني التضحية بآخر. هذه المسألة تعرف في الاقتصاد بكلفة الفرصة البديلة.

الاقتصاد عليه ان يتعامل بشكل مناسب مع هذه المتطلبات والرغبات غير المتناهية واللامحدودة في مواجهة الموارد المحدودة. وهذا يقودنا الى مفهوم اخر مهم

يرد ضمن تعريفات الاقتصاد وهو مصطلح الكفاءة. ان مفهوم الكفاءة يعني عدم الهدر في استخدام الموارد واستغلالها بالشكل الكفوء لإشباع الحاجات والمتطلبات. وهي الإنتاج باستخدام كلفة منخفضة وموارد اقل عند انتاج السلع والخدمات لإشباع الحاجات ورغبات المستهلك. اننا نستطيع القول بان الاقتصاد يكون كفاءة " حين لا يستطيع انتاج كمية اكبر من سلع ما ، دون ان يقلل انتاجه من سلعة أخرى".¹¹

وبالعودة لموضوعنا الأساسي وهو اقتصاديات الإعلام فإنه حسب اتجاهات ودراسات هذا المجال فان اغلب المواضيع تقع ضمن اهتمامات الاقتصاد الجزئي مع وجود مواضيع من ضمن اهتمامات الاقتصاد الكلي ايضا. وهذا يؤكد انه في الاقتصاد ليس هناك قطيعة بل تكاملا بين الاقتصاد الجزئي Microeconomics والاقتصاد الكلي Macroeconomics.

ان مصطلح الاقتصاد الجزئي هو المجال الذي يدرس سلوك الكيانات الفردية مثل السوق او شركة او مؤسسة . او بشكل اكثر تبسيطا ، يركز على لاعبين محددين في الاقتصاد مثل السكان او العمال . اما الاقتصاد الكلي فهو يهتم بالأداء العام للاقتصاد ويدرس قضايا مثل البطالة او الركود الاقتصادي او يركز على نسبة زيادة التضخم في الأسعار وايضا نسبة نمو الإنتاج، والصادرات والواردات.¹²

ونزعم الان وبعد ان القينا نظرة على العناصر والمفاهيم الأساسية لمفهوم الاقتصاد يمكننا الاشارة الى بعض التعريفات المهمة لاقتصاديات الاعلام التي قد تصبح ايسر للفهم بعد توقفنا البسيط على المفهوم العام للاقتصاد .

اقتصاديات الاعلام تعرف بأنها " مصطلح يستخدم للإشارة لكل المناشط الاقتصادية والمالية للشركات التي تنتج وتبيع مخرجات لصالح مختلف الصناعات إعلامية".¹³

وتعرف ايضا بانها المجال الذي " يعنى بكيف تقوم الصناعات الإعلامية بتخصيص الموارد من اجل خلق محتوى معلوماتي او ترفيهي لإشباع حاجات الجمهور والمعلنين والمؤسسات الاجتماعية الأخرى".¹⁴

إذا اقتصاديات الإعلام تهتم بدراسة صناعة الإعلام والمنتجات الإعلامية المختلفة دراسة سلوك واستراتيجيات المؤسسات والشركات التي تدخل في عمليات المنافسة والتوسع من اجل تحقيق ربحية وكفاءة اقتصادية عالية.

اما Albarran فيرى بأن اقتصاديات الإعلام هي كيفية استخدام صناعة الإعلام للموارد النادرة بهدف إنتاج محتوى يتم توزيعه بين المستهلكين في المجتمع لإرضاء حاجات ورغبات متنوعة . ثم يتوسع في حدود اهتمام اقتصاديات الاعلام بحيث تشمل كيف تعمل المنشآت والصناعات الاعلامية على مستويات مختلفة من الأنشطة - دوليا ، وطنيا وعلى مستوى السكان والافراد - وذلك بالتزامن مع قوى أخرى كالعولمة والتشريعات والتقنية والجوانب الاجتماعية- من خلال استخدام النظريات والمفاهيم والمبادئ المنبثقة عن منظورا لاقتصاد الكلي والجزئي.¹⁵

النظريات والنماذج المستخدمة في دراسة اقتصاديات الإعلام

ان دراسة اقتصاديات الاعلام تستخدم اليوم العديد من النظريات والمقاربات النظرية والمنهجية لكننا هنا سنكتفي بالإشارة الى أهمها وذلك باعتبار انها الأكثر وأوسع استخداما وتتفق عليها معظم دراسات وأبحاث اقتصاديات الإعلام. وهذه المنطلقات هي منطلق الاقتصاد الكلي / والجزئي / ومنطلق الاقتصاد السياسي.¹⁶

الاقتصاد الكلي Macroeconomics

يتجه لاستخدام نظرة أوسع وأشمل ويدرس السياسات والتشريعات عادة على المستوى الوطني.

الاقتصاد الكلي ينظر للأداء العام للاقتصاد ويدرس قضايا مثل البطالة والتوظيف على المستوى الوطني والنمو الاقتصادي والسياسة المالية. ويدرس قضايا إعلامية مثل اثر السياسات والتشريعات في بنية السوق والصناعات الإعلامية. كذلك دخل والإنفاق الإعلاني على المستوى الوطني.

الاقتصاد السياسي Political economy

ان الكثير من بحوث الاقتصاد السياسي اهتمت بشكل خاص بتطور وسائل الإعلام والاتصال كسلع تنتج وتوزع بواسطة منظمات ربحية في مجتمع رأسمالي او بمعنى آخر النظرة الى الإعلام كنشاط اقتصادي.¹⁷

وتتبع أهم أطروحات هذا المنطلق من أدبيات النظرية الماركسية ضمن تحليل علاقات الإنتاج في المجتمع الرأسمالي.

وفقا لهذا المنطلق فان وسائل الإعلام أولا وأخيرا صناعة ومنظمات ربحية تنتج وتوزع سلع ، وبالتالي فإن محور نظرة الاقتصاد السياسي تركز وتهتم على دراسة الاتصال والإعلام كسلع تنتج بواسطة صناعات واستثمارات رأسمالية.¹⁸

الاقتصاد الجزئي Microeconomics

يركز اهتمامه على سلوك المنشآت الإعلامية بشكل منفرد او يدرس سوق معينة مثلا او تباين الأسعار .وهو تشبيها و بالمقارنة مع الاقتصاد الكلي الذي ينظر للخريطة الكلية للدولة فان الجزئي يدرس صورة مقربة لشارع او حيي او مجموعة سكنية.¹⁹

ان الاقتصاد الجزئي يهتم بعملية اتخاذ القرار للأفراد والمنشآت وأيضا الطلب والعرض والسعر لمتعلق بسلع او خدمات معينة. انه يتناول كيف تقوم وحدة اقتصادية (الاسرة او منشأة) باتخاذ القرار المتعلق بأنشطتها الاقتصادية.

اغلب الدراسات في حقل اقتصاديات الإعلام تعتمد على منهج الاقتصاد الجزئي لانه يركز على صناعة بعينها وأيضا على طبيعة السوق.

ولتفسير العلاقة بين الاقتصاد الجزئي والكلية فاننا نقول ان الاقتصاد الكلي يمثل البيئة والتي في سياقها يتم اتخاذ القرارات المتعلقة بالاقتصاد الجزئي.²⁰

نظرية المنظمة الصناعية Industrial Organization

ان مناقشة وتحليل الجوانب الاقتصادية المتعلقة بالمؤسسات الإعلامية وضغوطات السوق التي قد تؤدي الى لجوء هذه المؤسسات و الشركات الى إتباع سياسات معينة. وايضا تحليل دور المدراء التنفيذيين والملاك لهذ الشركات في إتباع سياسات معينة واختيار هيكلية معينة لشركاتهم والأنشطة التي تمارسها والأداء الناجم عنها.

كذلك أنماط الملكية هل هي قطاع خاص ام قطاع عام والتي تلعب دور اساسي في تحديد اهداف وأولويات هذه المؤسسات.

مثل هذه المسائل تتضح اكثر من خلال النظر الى المنشأة الإعلامية ككيان خاضع لنظرية المنظمة الصناعية.²¹

ان نظرية المنظمة الصناعية (IO) Industrial Organization وهي مجال من مجالات دراسات علم الاقتصاد الذي يبنى على مبادئ واسس نظرية الشركة Theory of the firm والتي ينصب اهتمامها على ان الشركة هدفها الأول تعظيم الأرباح.

نظرية المنظمة الصناعية IO يوفر اطار تحليلي اقتصادي و يجده الباحثون في مجال اقتصاديات الاعلام مفيدا في دراسة الشركات وعلاقتها بالسوق .

وتتناول نظرية المنظمة الصناعية IO industrial organization كيف تؤثر بنية السوق في القرارات الإستراتيجية للشركة. وهي نظرية ينصب تركيزها على السوق الذي تعمل فيه الشركة أكثر من اهتمامها بالشركة نفسها.

ان جوهر نظرية المنظمة الصناعية انعكس بشكل كبير في نموذج البنية - السلوك - الأداء واسع الاستخدام. Structure- conduct- performance SCP والذي يحل الصلة بين السوق الذي تعمل فيه الشركة والسلوك والأداء. ²²

وجوهر النموذج يقوم على انه إذا ما كانت بنية السوق Structure معروفة ومحددة فأنها تساعد في تفسير السلوك Conduct والأداء performance المحتمل للمؤسسات.

هذا النموذج طوره J.S.Bain في الخمسينيات كأداة لتحليل المنظمة الصناعية وكان محور تركيزه الأساسي على حواجز الدخول للسوق والأخطار المحيطة بالمنافسة. ²³

ويتعلق مفهوم Structure بنية السوق باربعة جوانب أساسية وهي: درجة تركيز الباعة، درجة تركيز المشتريين، درجة تميز المنتج، شروط الدخول للسوق.

ان الأداء performance يتحدد وفقا لبنية السوق واهم هذه الجوانب الكفاءة في الانتاج والتقنيات المتقدمة المستخدمة ونوعية المنتج ونسبة الأرباح.

ومؤشر الاداء في المنظمة الصناعية هو درجة انجاز الرفاه الاقتصادي economic welfare واشباع حاجات المستهلكين واستخدام عناصر الانتاج بكفاءة. ²⁴

وقد اهتمت بعض الدراسات بشكل خاص في تحليل الصلة بين البنية والسلوك او بين البنية والاداء بينما ركزت بعضها الاخر على بنية السوق الإعلامية نفسها.

المنافسة و درجة اعتماد وسائل الاعلام جزئيا او كليا على الاعلان كذلك درجة التركيز في السوق والتي تعتمد حسبما يرى الن البرن Alan Abarran على البحوث والمعلومات المستقاة من الباحثين او على استخدام مؤشر التركيز المعروف ب CR وباستخدام مؤشر هرفندال - هيرشمان المعروف اختصارا HHI - Hrfindahl- Hirschman Index وهي تحدد حصة اكبر الشركات في السوق.²⁵ من ناحية اخرى فأنو حواجز الدخول تعتبر احد العناصر المهمة في بنية السوق التي تدرسها نظرية المنظمة.²⁶

اما علاقة البنية بالاداء او السلوك فان هناك دراسات اتجهت مثلا لدراسة اثر بنية السوق وتنوع البرامج في التلفزيون وبالتالي الى أي مدى يحقق التنوع الأهداف الاجتماعية مثلا.ايضا هناك دراسات اعلامية استخدمت منهج المنظمة الصناعية لتحليل سلوك وسائل وشركات الاعلام في حالات الاندماج العمودي بين المنتجين والموزعين مثلا.²⁷

نظرية المنشأة Theory of the firm

لقد ادى الاهتمام المكثف لفهم افضل لالية السوق وكذلك تعديل وتطوير نموذج المؤسسة الصناعية IO في النهاية الى ظهور نظرية المنشأة Theory of the firm والتي تعد امتدا لنموذج المؤسسة الصناعية.

ان النقاشات المتعلقة بنظرية المنشأة ينبغي ان تنطلق من النيوكلاسيكية Neoclassical والتي تطورت عبر المائة سنة الأخيرة والتي ترى المنشأة على انها مجموعة من الخطط العملية للإنتاج.

والنيوكلاسيكية Neoclassical مفيدة في تحليل كيفية استجابة خيارات الإنتاج في المنشأة للتغيرات الخارجية في البيئة مثل ارتفاع الأجور او ضريبة المبيعات. كذلك لتحليل النتائج الإستراتيجية للتفاعل بين المنشآت في ظل ظروف المنافسة غير التامة مثلا. و تساعد ايضا على فهم العلاقة بين درجة تركيز الصناعة ومستويات المخرجات والأسعار²⁸.

وللنظرية النيوكلاسيكية Neoclassical theory بعض الثغرات ادت في النهاية الى ان تحاول نظرية اخرى تلافى اوجه هذا القصور وهي نظرية الأصيل والوكيل. وهي نظرية ايضا مستخدمة في اقتصاديات الاعلام.

ويرى احد ابرز الباحثين في مجال اقتصاديات الاعلام البرن Albarran ان نظرية المنشأة هي امتداد لنظرية المنظمة الصناعية IO بهدف المعرفة الأوسع لأشكال السوق التقليدية المعروفة وهي الاحتكار واحتكار القلة والمنافسة الاحتكارية و سوق المنافسة التامة. انظر الشكل ويرى بان الأسواق في اغلب دول العالم المتطورة تهيمن عليها نوعين من الاسواق وهي سوق احتكار القلة وسوق المنافسة الاحتكارية وان المنافسة التامة نادرا ماتوج في صناعة الاعلام با ستثناء مواقع الانترنت .

ويرى البرن ان سوق الاحتكار يرى بانه ايضا محدود ويقترصر على صناعات معينة حسب رأيه مثل صناعة الصحف و محطات الراديو الفضائية.²⁹ وقد يكون المثل الأفضل لهذا النوع من الأسواق هو قنوات تلفزيون الكوابل التي لاتتاح الا من بائع او مزود معين .

بائع واحد	من ثلاثة الى عشرة باعة	عدة باعة	باعة غير بلا حدود
(صحف)	(شبكات تلفزيونية)	(مجلات)	(مواقع الانترنت)
احتكار	احتكار القلة	منافسة احتكارية	منافسة تامة

الشكل (1) نظرية المنشأة - بنية السوق

المصدر: (2004) Albarran ص23

نظرية الأصيل والوكيل principal- Agent Theory

وقد تطورت هذه النظرية في الخمسين سنة الأخيرة تقريبا ومنذ البداية فقد سعت هذه النظرية الى تلافي نقاط الضعف في النظرية النيوكلاسيكية وهي تسعى للتركيز على العلاقة بين الاصيل او الملاك الذين يمثلون الطرف الاول وبين المدراء الذين يستأجرونهم او يتعاقدون معهم لإدارة المنشآت وتركز على تناقض المصالح الذي قد ينشأ بين هذين الطرفين.

وجوهر الفكرة هو ان المدراء هم من يقرر ويختار خطط الانتاج وعلى معرفة اكثر بتفاصيل العمل اليومي وعلى اضطلاع افضل معلوماتيا عن ربحية المنشآت وهو الامر الذي لا يتمتع به الملاك . وكذلك فان المدراء قد تكون لديهم اهداف أخرى في اذهانهم مثل تعظيم إرباحهم او دخلهم او منافعهم الشخصية او حتى السعي وراء مواقع افضل او السعي وراء مصالح سياسية مثلا. لهذا وفقا هذه النظرية فانه من المستحيل على الملاك ان يفرضوا خططهم الخاصة مباشرة في تعظيم الارباح. وسيسعى الملاك على محاولة التوفيق بين اهدافهم وبين خطط المدراء من خلال وضع المدراء في مخطط او برنامج غير محفزة. وتذهب النظرية انه حتى في ظل

وضع برامج او خطط مثالية فان المدراء سيلقون بوزنهم لصالح تحقيق منافعهم ومصالحهم الشخصية لهذا فان تضارب المصالح بين الطرفين يستمر.³⁰

خصائص السلع الإعلامية

ان للسلع الإعلامية مجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الصناعات والسلع وهذه الخصائص هي:

1- ان المنتجات الإعلامية تتسم بخاصية المنتج ثنائي السوق Dual-product market

وكأنما المقصود ان المنتج مزدوج السوق فالمنتج الاول هو المحتوى والجريدة او المقال او البرنامج التلفزيوني اما المنتج الثاني فهو الجمهور نفسه فالبرنامج او المسلسل او تلك الموضوعات التي يقبل عليها جمهور المشاهدين او القراء انما يمثل ذلك الجمهور كتلة او حدة قبالة للتسعير والبيع من قبل وسائل الاعلام للمعلنين. بمعنى آخر فان الجمهور الذي انجذب نحو المحتويات الاعلامية هو من يمثل الجانب الثاني للمنتج الإعلامي ويباع هو الآخر للمعلن.³¹

2- ان السلع الاعلامية سلع عمومية. ويجب ان نفرق من البداية بين ملامح السلع الخاصة private goods ولامح وصفات السلع العمومية public goods. فالسلع العمومية من خصائصها أنها لا تنتفد ولا تتناقص بالاستهلاك خلافا للسلع الخاصة.

والمنتجات الاعلامية تصنف على انها سلع عمومية فهي لا تنتفد بالاستهلاك حيث ان اقبال فرد معين على مشاهدة فيلم او برنامج تلفزيوني لا يعني انه استنفذ بل يظل متاحا للآخرين لاستهلاكه ومشاهدته . اما السلع الخاصة مثل رغيف خبز مثلا او بسكويت فانه اذا ما استهلكه فرد معين لن يكون متاحا
لآخر.³²

3- المنتجات الإعلامية تتسم بالكلفة المرتفعة للنسخة الاولى وتنخفض الكلفة بشكل كبير كلما زادت الكمية المنتجة. لهذا فان انتاج كميات كبيرة (اقتصاديات الحجم) يقلل من الكلفة الوسطية ويمكن ان نلمس ذلك بوضوح اذا قسمنا الكلفة على عدد الوحدات المنتجة. وهذا من ناحية اخرى يعني ان الكمية البسيطة او المحدودة من المنتج الإعلامي تتسم بارتفاع في الكلفة. لهذا فان الشركات الإعلامية ستسعى بالضرورة الى انتاج كمية كبيرة والسعي لتوزيعها لضمان تخفيض التكاليف. اما من ناحية اقتصاديات المدى التي تقع حين يكون هناك امكانية منظورة لاشتراك منتج او اكثر بحيث يتم عملية انتاجهما وبيعهما معا . وتنخفض الكلفة اذا ماكانت هناك امكانية لبيع محتويات برنامج كانت قد انتجت بالأساس لبرنامج اخر . مثلا اذا تم انتاج مقابلة مع شخصية سياسية او رياضية وبعد ذلك تم تكييف محتويات المادة لتناسب الأخبار او تناسب شريط وثائقي او غيره. 33

4- السلع الإعلامية تتسم بانخفاض الكلفة الحدية باعتبار ان الكلفة تكمن في انتاج النسخة الأولى وايضا الكلفة تكمن في تأسيس الشركة او القناة او الوسيلة الإعلامية وانطلاقتها اما إضافة مشتركين جدد او مستهلكين جدد لهذه الخدمة فانه لا يكلف شيء. لهذا مفهوم الكلفة الحدية مهم هنا حيث انه يعني الكلفة التي يستلزمها انتاج وحدة اضافية واحدة. بمعنى انه اذا كان لدينا قناة اريد لها ان تستهدف 10 مشاهدين فاذا انضم لاحقا مشاهد آخر او اكثر لا يكلف الأمر شيء. كذلك الحال في الجريدة اذا ما استدعت الحاجة طباعة بدلا من 10 نسخ زادت نسخة اخرى او اكثر فان الامر عبارة زيادة نسخ اما السلع الخاصة في مجملها فتتسم بارتفاع الكلفة الحدية فزيادة سيارة على 10 سيارات منتجة يعني

عمليا ان السيارة الإضافية ستكون مرتفعة الكلفة بكثير (خاصة التصنيع اليدوي) لكن اجمالا هناك كلف للمواد الخام والنقل والعمل وغيرها وستحمل كل هذه كلفة على انتاج تلك السيارة الإضافية.بينما اضافة نسخة إضافية من جريدة لا يكلف شيء تقريبا. هذا يقود الى حقيقة مهمة ان الشركات الإعلامية تعي ان انضمام مستهلك جديد لا يكاد يكلف شيء وبالتالي كلما أمكن للشركات ان تضيف مستهلك جديد فان ذلك يعني إرباح إضافية .

5-ان السلع الإعلامية لها اهمية ثقافية وحضارية تفوق أي قدر او كلفة مادية فالمجتمعات تنظر للمنتج الإعلامي على انه يعزز الهوية او الروح الوطنية او يرفع من المستوى التعليمي او الثقافي للجمهور.وبالتالي فان قيمته تفوق أي قيمة مادية.ناهيك عن ان المواد الإعلامية باتت اليوم جزء من تاريخ الشعوب والمجتمعات فقيمة ارشيف للصحيفة ومؤسسة إعلامية اخرى لايقدر بثمن لأي مجتمع .

أسباب توسع الشركات الإعلامية

ان نتساءل عن سبب توسع المنشآت والمؤسسات الإعلامية وسعيها للتحول للعالمية قد يبدو تساؤلا ساذجا لكن الأمر ليس بهذه البساطة والسؤال جوهرى لامناص من التوقف عنده.

لماذا تسعى الشركات الإعلامية للتحول الى شركات عالمية بدلا من الاكتفاء بالسوق المحلية؟

ان هذه النزعة بين الشركات الإعلامية ليست قرارا طوعيا بل تقف وراءه إستراتيجية أملتها جملة من الاعتبارات والمتغيرات التي أدت في النهاية الى انطلاق الشركات الإعلامية نحو العالمية.

ان الشركات الإعلامية كان لزاما عليها ان تستوعب وان تتكيف مع جملة من الظروف لان إهمال التفاعل مع تلك المتغيرات يقود الى عواقب وخيمة تتمثل في الفشل او تراجع القيمة السوقية او الانهيار التام للشركة الإعلامية.³⁴

ان التوسع يأتي نتيجة ان الحدود التقليدية التي كانت تسيج السوق الإعلامية قد أصبحت تتلاشى . وان الأسواق الوطنية ثم فتحها بما بات يعرف بالعولمة. ان الحدود الوطنية لم تعد مقفلة والعولمة أصبحت تحول كل الأسواق الى سوق واحدة.

" ان ثورة الاتصالات..... أدت إلى تدويل المنافسة في كل الصناعات تقريبا. ان الأسواق الوطنية لم تعد بعد اليوم محمية لصالح المنتجين المحليين من خلال الكلفة المرتفعة للنقل والاتصالات او من خلال جهل الشركات الأجنبية... المنافسة العالمية اليوم منافسة محمومة والشركات يجب ان تكون سريعة في الاستيعاب - وفهم تغيرات السوق - ... من اجل ان تبقى" .³⁵

إذا هناك جملة من الظروف والمؤثرات هي من حتم على المنشآت والمؤسسات الاعلامية الاستجابة عبر وضع استراتيجيات وأولويات كان أهمها هو التوسع والاتجاه نحو العالمية.

هذه الاستراتيجيات ضرورية للإبقاء على حياتها واستمرارها في النمو. هذه العوامل أطرها Picard في أربعة أنواع رئيسية هي:

المؤثرات البيئية وتمثل التغيرات الواسعة في طبيعة المجتمع وبنية كافة الأنشطة. المؤثرات المتعلقة بالسياسات الاعلامية وتمثل التغيرات في كيفية النظر لوسائل الاعلام وكيفية توجيهها وادارتها في المجتمع. المؤثرات المتعلقة بالسوق وتهتم بمعرفة العوامل التي تحدث التغيير في اسواق الشركات الاعلامية.

أخيرا المؤثرات المتعلقة بالشركات نفسها وتهتم بدراسة تلك العوامل داخل الشركات نفسها والتي تملئ عليها التغيير.³⁶

لقد شهدت وسائل الاعلام والصناعات الإعلامية المختلفة على الصعيد العالمي نوعا من الاستقرار عبر عدة عقود مما جعل وسائل الاعلام تتعايش مع بيئة اتسمت بدرجة من الثبات وهذا انعكس على تفكير القائمين على وسائل الاعلام بشكل عام ولازال اغلبها يسعى للتخلص من هذا الارث. فالبيئة اليوم تستدعي تغييرا في التفكير ايضا وضرورة تبني استراتيجيات اكثر فاعلية للتعامل مع جملة من المؤثرات والظروف المختلفة.

"ان صناعة الصحافة والمجلات قد وجدت منذ ثلاثة قرون وصناعة السينما وصناعة الراديو منذ مايقارب من قرن وصناعة التلفزيون مايقارب من نصف قرن. وبسبب مجموعة من السياسات الحكومية والمتعلقة بالخيارات المتاحة والظروف التشغيلية فان هذه الصناعات واسواقها قد عاشت فترة اتسمت بالاستقرار النسبي وتطلب القليل من التفكير الاستراتيجي طوال فترة حياتها. نتيجة لذلك معرفة مدراء الإعلام بالتفكير الاستراتيجي وعملياته محدودة ومعظم الشركات الإعلامية ليس لديها قسم إستراتيجية او أنشطة منظمة لذكاء الأعمال Business Intelligence".³⁷

ان التمعن في الرأي السابق الذي اتى به بيكارد حول تأثير نمط التفكير والإدارة التي سادت لفترة طويلة اتسمت فيها الصناعات الإعلامية بالثبات والاستقرار قد يفيد في الإجابة عن سؤالنا السابق حول أسباب توسع الشركات الإعلامية الذي بتنا نعرف ان توسعها مرده بالأساس لتحول يتعلق بالتفكير واستجابة لجملة من المؤثرات. ويمكننا ان نجمل العوامل التي أدت الى توسع الشركات الإعلامية وانطلاقها عالميا في مجموعة من الاسباب.

العوامل التقنية

لاشك التقنية عامل مهم في منظومة الإعلام و في كل مراحل صناعة وتوزيع وعرض المحتوى. وقد أصبحت تقنية الانترنت اليوم متاحة في كل بقعة من العالم وهذا احدث تحول حقيقي في تداول المعلومات حيث بات بالإمكان لمحتويات الاعلام والمعلومات بلوغ أي نقطة ببساطة.وقد اسهمت التقنية الرقمية Digital Technology في احدث ثورة في امكانية نقل المحتويات الإعلامية اذ انه بات بالإمكان نقل المحتوى بسرعة ومرونة اكبر من تلك التي كانت يتيحها تقنية النظام التماثلي Analogue اذ بات الآن بالإمكان نقل الصورة والصوت والنص المكتوب بجودة عالية وعبر منصات مختلفة.³⁸

كما ان النظام الرقمي اوالدجتل انعكس ايضا على حجم ونوعية الأجهزة المستخدمة وسعتها التخزينية الهائلة.هذا التحول التقني ادى الى تهافت الشركات الإعلامية للاستفادة من إمكانية صناعة وتوزيع المحتويات الذي بات متاحا عبر تقنية الانترنت وتطور ليصبح بإمكان كل فرد حول العالم استقبال واستهلاك المحتويات الإعلامية من نصوص او موسيقى او افلام الخ عبر جهاز هاتفه الخاص. نتج عن ذلك خلق سوق استهلاكية هائلة ودون أي حدود او عوائق تذكر.هذا التحول لا يقارن بتلك الأسواق المحلية او الوطنية التي كانت تعمل فيها الشركات الإعلامية فيما مضى.التحول الآخر هو تقنية الأقمار الصناعية التي انطلقت في بدايات الخمسينيات لكنها في التسعينيات شهدت تحولا كبيرا حيث أصبح اقتناء الصحن اللاقط للفضائيات في متناول الأفراد وأصبح ارخص ثمنا وقل حجما وانتشرت القنوات الفضائية بشكل هائل ليصبح هناك سوق هائلة لشركات انتاج البرامج التلفزيونية.

ففي امريكا على سبيل المثال استطاعت شركات التلفزيون السلكي او الكوابل ان تزيد من خيارات القنوات المتاحة للمشتركين من خلال استقبال عدد كبير من القنوات

الفضائية وبهذا تعاضمت أرباحها وعززت من موقعها التنافسي في أسواق الخدمات والبرامج التلفزيونية.³⁹

وقد شهدت حقبة التسعينيات أيضا ظهور تقنية Broadband وهي تقنية انعكس ظهورها أيضا على الشركات الإعلامية في أكثر من جانب . فهي أولا تقدم سرعة هائلة في خدمة الانترنت وأيضا بإمكانها تقديم خدمة هاتفية وتلفزيونية في شكل حزمة واحدة . لهذا فشركات تقديم خدمة Broadband إنما تقدم خدمات كانت فيما مضى منفصلة تماما وفي أسواق مختلفة والشركات كانت ذات طبيعة مختلفة لكنها التقنية الحديثة التي قلصت هذه الفوارق. وهذا يظهر لنا حقيقة عملية هي ان أنشطة الشركات الإعلامية أصبحت تتنوع وبإمكانها العمل في أكثر من سوق مما يفسر لنا دوافع تحالف واندماج الشركات ذات الطبيعة المختلفة.

العوامل التشريعية

لاشك ان التشريعات تنعكس بشكل مباشر على أداء الأسواق والمنافسة في كل الصناعات والأنشطة الاقتصادية . وان التشريعات العامة المنظمة للأنشطة الاقتصادية في أي بلد تشمل تنظيم وتحديد الضرائب وقوانين العمل ونسب الفائدة والسياسية المالية كلها تؤثر في الأنشطة والصناعات الاقتصادية الإعلامية.⁴⁰

وقد تأثرت الصناعات الإعلامية خاصة في الدول الكبرى وأمريكا وبريطانيا بشكل خاص بحقبة الثمانينيات التي عرفت بالحقبة الريغانية - التاتشرية * والتي اتسمت بتبني نهج تحرير الأسواق ورفع الكثير من القيود التي كانت تحد من الاحتكار.

وقد أدت تلك السياسة الى تخفيض او إلغاء الكثير من التشريعات التي كانت تحدد عدد الأنشطة والوسائل الإعلامية التي يمكن تملكها وأيضا إلغاء القيود القانونية التي

كانت تحول دون منافسة شركات من قطاعات وتخصصات أخرى في اسواق الأنشطة الإعلامية وهكذا بات بالإمكان لشركات مثل شركات خدمات هواتف من المنافسة في تقديم خدمة تلفزيون الكوابل. والعكس ايضا.

لقد مهدت هذه التشريعات الطريق لموجة من التحالفات والتكتلات والتوسع بالنسبة للشركات الإعلامية وعلى سبيل المثال في أعقاب هذا التحول فان 75 محطة راديو قد اندمجت في شركة واحدة لتقدم خدمات إذاعية في أمريكا. ⁴¹

العوامل المرتبطة بالعولمة

رغم ان بعض الصناعات الإعلامية قد عملت وفق منطق العولمة حتى قبل ان يعرف العالم هذه الظاهرة كما هو الحال في منتجات البرامج التلفزيونية وصناعة الأفلام في هوليوود الا ان العولمة كظاهرة أزلت الكثير من الحواجز بين الدول وحولت العالم الى سوق عالمي كبير لايعترف بالحدود.

لقد أثرت العولمة في الاسواق الاعلامية بشكل مباشر من خلال اتساع دائرة المنافسة وتوسع الاسوق فالشركات الاعلامية لم تعد تعمل في الاسواق المحلية او الوطنية المحدود بل تعمل وتستهدف أسواق دولية ضخمة. ⁴²

العولمة تشير الى عملية النمو المتسارع في الارتباط المعقد بين المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد على الصعيد العالمي. انها عملية اجتماعية تشمل انضغاط في الوقت والمسافة.

العولمة ظاهرة وجدت منذ قرن من الزمن تقريبا نتيجة للتجارة والتبادل بين الدول. لكنها أصبحت أكثر قوة بشكل خاص في العقود الثلاثة الأخيرة. ⁴³

وتعتبر التجارة العالمية احد الأركان الأساسية للعولمة ومنشئ الظاهرة بالأساس وقد اسهمت العديد من المؤسسات والمنظمات والهيكل الدولية المتخصصة في التجارة الدولية بفاعلية في تدعيم وتعزيز التبادل التجاري العالمي وتهيئة الظروف الملائمة لذلك مما اسهم في خلق ما يمكننا أن نسميه أرضية العولمة.⁴⁴

لقد اسهم في تسارع ظاهرة العولمة وجود العديد من المؤسسات الدولية و المجموعات الاقتصادية المتخصصة التي تدعم بحكم توجهها وبنيتها الاقتصاد الدولي والاتجاه نحو خلق تكتلات وأسواق كبرى تستفيد من منظومة تشريعات وبنيات تحتية تدعمها الدول الأعضاء كما هو الحال في الاتحاد الأوربي EU ومنظمة التعاون الاقتصادي لدول اسيا والمحيط الهادي APEC . هذه الأسواق الضخمة جعلت الشركات والصناعات الإعلامية تتجه لسياسات التوسع والتحالف والاندماج .

لقد ظهر بالتالي اقتصاد يتخطى حدود الدول وهو ما اطلق عليه Doyle مصطلح اقتصاد بلا حدود Borderless Economy. وأصبح هناك نزعة ومنافسة في تلك الأسواق العالمية.⁴⁵

لقد ادى تمازج وتوحد الأسواق على الصعيد الدولي والتي كانت سابقا تعتبر مجرد أسواق وطنية كليا تأخذ شكل الوحدات او الجزر. وعلى سبيل المثال الاتحاد الأوربي واتفاقية التجارة الحرة بين دول أمريكا الشمالية المعروفة بالنافتا NAFTA وغيرها أدت مثل هذه التكتلات الى تسارع ظاهرة تحول الصناعات الإعلامية الى العالمية. طوال حقبة التسعينيات سعى صناع السياسة في أمريكا وأوربا لتطوير مبادرات تدعم وتعزز "مجتمع المعلومات العالمي" وقد أثمرت تلك الجهود من خلال ما يمكن ان نلمسه في نمو البنية التحتية للتوزيع الإعلامي على الصعيد الدولي والعابر للحدود ونقصد بشكل خاص شبكة الانترنت.⁴⁶

ويمكن ان نشير الى بعض الملامح الأساسية للعولمة الإعلامية فهي تشمل ظهور واستمرار هيمنة حفنة من الشركات الإعلامية الكبرى على الصناعات الإعلامية على الصعيد العالمي.. وتزايد رفع القيود التشريعية في البيئة التي تعمل فيها هذه الشركات الإعلامية. والتدفق غير المتكافئ للمعلومات والاتصالات داخل النظام العالمي ومستويات مختلفة بالنسبة للأفراد في الوصول للمعلومات .⁴⁷

ان صناعة الإعلام العالمي تقع تحت سيطرة عدد صغير من التكتلات الإعلامية العالمية القوية التي تمتلك وتسيطر على عدد متنوع من أشكال الاعلام التقليدية والجديدة . مثل ديزني ،تايم ورنر ،فايكوم ،بيرتلسمان وغيرها.⁴⁸

وبالمقارنة بواقع الشركات في العقود السابقة للعولمة فان الأسواق المحلية لا تمثل الا شرائح صغيرة وحصص بسيطة لا تقارن بالأسواق العالمية الضخمة التي باتت متاحة للتكتلات الإعلامية الكبرى .

ان النتيجة الطبيعية لهكذا واقع هو ان الشركات ستتجه حتما للأسواق العالمية وستسعى بكل قوة لإيجاد موقع يضمن لها حصة من هذه الأسواق الضخمة التي اتاحتها العولمة عبر البحث عن استراتيجيات مناسبة.

سلسلة التموين العمودي

عمل الاقتصاديون على استخدام مبدأ بسيط وهو تفكيك مراحل أي صناعة واختصارها في مراحل تشمل الأنشطة الأساسية الى ثلاثة مراحل أساسية . هذه المراحل إنما تمر بها كل عملية إنتاج مهما اختلفت طبيعتها.

الهدف من عملية التفكيك هذه هو دراسة كل مرحلة بشكل أكثر عمقا والإلمام بكافة التفاصيل والتداخلات والمؤثرات في كل مرحلة من هذه المراحل الثلاثة.

المرحلة الأولى تبدأ بالإنتاج ثم مرحلة التجهيز ثم التوزيع.

ان صلب مفهوم سلسلة التموين العمودي يقوم على ان أنشطة أي صناعة يتم ترتيبها في سلسلة تبدأ من مرحلة الإنتاج وتنتج نحو اخر مرحلة وهي التوزيع او وصول المنتج الى وجهته الأخيرة واستهلاكه تلك الوجهة كانت أساسا هي الهدف من إنتاجه.

وباتخاذنا صناعة الأثاث كنموذج مبسط لتفكيك مراحل صناعة وإنتاج كرسي او طاولة فأننا نلاحظ ان المرحلة الاولى مرحلة الإنتاج تشمل الخشب الخام ثم مرحلة التجهيز والتشكيل والنجارة ليأخذ المنتج شكل الكرسي او الطاولة ثم أخيرا توزيع وإيصال هذا الكرسي لنا نحن كمستهلكين لنستعمله. انظر الشكل (1).

اما بالنسبة للصناعات الإعلامية فقد تزداد تعقيدات وتفصيل كل مرحلة من المراحل الثلاثة. فعملية الإنتاج في الاعلام تشمل كتابة او تحرير المقالات ولمواضيع وجمع الاخبار وصياغتها او اعداد السيناريو للمسلسل او الفلم. كل هذه العمليات تدخل في مرحلة الإنتاج ثم يتم تشكيل هذه المواد وتهذيبها وتعديلها ووضعها في قالب ما "مسلسل او نشرة أخبار. او جريدة او مجلة " وتأخذ شكلها النهائي. ثم أخير التوزيع ويعني إيصال هذه المحتويات الى المستهلكين .

نلاحظ ان لكل وسيلة أحيانا شكل او صيغة تختلف عن الأخرى فتوزيع الجريدة المطبوعة غير الالكترونية كما قد تكون هناك امكانية وصول المحتوى للجميع مجانا او يكون مشفر كما هو الحال في أنواع الخدمة التلفزيونية .

ان مراحل سلسلة التموين العمودي هي بنفس القدر من التأثير والأهمية بالنسبة لاي صناعة.

بناء على هذه الحقيقة فان تحكم طرف واحد او شركة واحدة واستئثارها واحتكارها لاي مرحلة يعني وضع الشركات الأخرى في موقف صعب وإضعاف قدرتهم التنافسية مما يعني ان الشركات ستسعى بكل الوسائل للحيلولة دون الوقوع في هذا الوضع الحرج. ويعني ايضا ان الشركات ستسعى بكل إمكانياتها لتأمين مراحل سلسلة التموين العمودي وهذا ما يفسر لنا إقدام الشركات على اتباع استراتيجيات مختلفة من التوسع العمودي بالذات كالاندماج والاستحواذ لتأمين إحدى هذه المراحل في سلسلة التموين العمودي والتي سنأتي لاحقا لشرحها تفصيلا ضمن سياسة الاندماج والاستحواذ .

اقتصاديات الحجم Economics of scale

ان مفهوم وفورات الحجم والمدى هو احد الملامح المهمة التي تميز الصناعات الإعلامية وسترد الاشارة اليه كثيرا طوال دراستنا لاقتصاديات الإعلام لذا فانه لزاما علينا ان نتوقف عند هذين المفهومين المهمين اقتصاديات او وفورات الحجم واقتصاديات المدى او النطاق.

ويمكن تبسيط مفهوم اقتصاديات الحجم بالقول أنها تقع حين تنخفض الكلفة الوسطية لانتاج سلعة او خدمة مع تزايد الإنتاج. او حين يصاحب تزايد عدد الوحدات المنتجة انخفاض في كلفة كل وحدة واحدة.⁴⁹

ان المثال النموذجي الذي يمكن ان نضعه في أذهاننا هنا في الصناعات الإعلامية هو طباعة الجرائد او المجلات حيث انه لو فرضنا ان الكلفة الكلية لطباعة 100 نسخة مثلا هو 1000 دينار هذا يعني ان كلفة النسخة الواحدة هو عشرة دنانير. ستكون طباعة 10 آلاف او 100 ألف نسخة أفضل لان كلفة النسخة الواحدة ستتنخفض.

وتقع اقتصاديات الحجم في أي صناعة عندما تكون الكلفة الحدية اقل من الكلفة الوسطية.

وقد سبق لنا ان ميزنا بين المفهومين. ان ذلك باختصار شديد يعني ان اقتصاديات الحجم تقع حين تتجه الكلفة الحدية - والتي تعني كلفة انتاج وحدة إضافية واحدة - نحو التناقص مع تزايد كمية المخرجات او الإنتاج.⁵⁰

ان تحقيق اقتصاديات الحجم قد يكون نتيجة لعوامل تقنية التي قد ينتج عنها تزايد في الانتاجية وتقسيم للعمل والتخصص.

ان المنشآت الكبرى التي تستفيد من وفورات او اقتصاديات الحجم بفضل الاعتماد على الميكنة والعمل الآلي خاصة في التجميع وكذلك من خلال التخصص وتقسيم العمل. يمكن ان نلمس الفرق بوضوح بمجرد التفكير في إنتاج يدوي للسيارات او الإنتاج والتجميع الآلي الذي يجعل هناك فرقا هائلا في الأسعار.⁵¹

اما في الصناعات الاعلامية فان اقتصاديات الحجم انما تقع بفضل خاصية السلعة العمومية Public Goods التي تميز المنتج الاعلامي .

ان الكلفة الحدية في المنتج الإعلامي تعني كلفة تزويد المنتج او الخدمة الإعلامية لمستهلك اضافي واحد. بينما الكلفة الوسطية تكون عبارة عن الكلف التي يتضمنها تقديم خدمة او منتج مقسمة على عدد الجمهور. او مجموع أولئك الذين يستقبلون او يشاهدون تلك الخدمة او البرنامج.

ان طبيعة المنتجات الإعلامية تجعل بالتالي الكلفة الحدية منخفضة واقل من الكلفة الوسطية بل أحيانا تكون الكلفة الحدية تساوي صفر أي ان كلفة تزويد الخدمة او المنتج لمستهلك اضافي لا تكلف شيء على الإطلاق.

ويتزايد عدد المستهلكين للمنتجات الإعلامية عدد قراء جريدة او مجلة يجعل بالتالي هناك توزيع او طبع اكبر او حجم توزيع اكبر فان الكلفة الوسطية للمنتج تنخفض وهذه مسألة تعد من البديهيات التي يرددها الصحفيين في أي مجلة او جريدة والعاملين في قطاع الطباعة بشكل عام.

اما القاعدة الاقتصادية فنقول انه اذا ما انخفضت الكلفة الوسطية مع تزايد حجم الاستهلاك لمخرجات او منتجات الشركة فان اقتصاديات الحجم قد تحققت مما سيتم ترجمته بالتالي في شكل تحقيق أرباح كبيرة.⁵²

اقتصاديات المدى او النطاق Economics of Scope

اذا كانت اقتصاديات الحجم تتعلق بزيادة الكمية فان اقتصاديات المدى او النطاق تتعلق بتنوع السلع والمنتجات.

اقتصاديات المدى او النطاق تقع عندما يمكن لشركة واحدة ان تنتج سلعتين او نوعين من الخدمة او اكثر بكلفة كلية اقل من كلفة إنتاجهما منفصلتين.⁵³

فاذا كانت شركة ما تنتج سلعتين هما (س) والسلعة (ص) بكلفة كلية قدرها 10 دنانير وشركة أخرى تنتج السلعة (س) بكلفة 7 دنانير وشركة ثالثة تنتج السلعة (ص) بكلفة وقدرها 8 دنانير فانه بإمكاننا القول ان اقتصاديات المدى متاحة للشركة الأولى عند إنتاجها للسلعتين معا باعتبار ان الكلفة الكلية هي اقل من 15 دينار كلفة مجموعة إنتاج السلعتين منفصلتين.

ان اقتصاديات المدى هي احد أوجه تحقيق الكفاءة وذلك بتزايد استهلاك منتجات او مخرجات الشركة. لكن هنا تتم عملية تحقيق الكفاءة من خلال تنوع منتجات او مخرجات output الشركة.⁵⁴

ان اقتصاديات المدى او النطاق تقع حين يكون هناك تخفيض للكلفة وجدوى من إمكانية إنتاج وبيع منتجين او أكثر معا بشكل أفضل من إنتاجهما وبيعهما منفصلين.

كذلك اذا تبين إمكانية خفض الكلفة من خلال إنتاج شكل من أشكال المخرجات المخصص لغرض منتج معين ويمكن إعادة استخدامه لإنتاج منتج آخر. او يمكن ان يتم إنتاجه لصالح سوق معينة ويمكن اعادة تشكيله وتعديله ليناسب آخر .

هنا يمكن ان نرى ذلك في إنتاج مقابلة تلفزيونية مطولة مع شخصية سياسية والتي تم إجراؤها من ضمن عمل وثائقي يمكن هنا إعادة استخدامها لتناسب نشرة الإخبار في القناة التلفزيونية او في الإذاعة المسموعة كما ان نفس المحتوى يمكن إعادة تشكيله وصياغته وتحريره ليناسب أنواع مختلفة من الجمهور او المستهلكين وهذا يخلق اقتصاديات المدى.⁵⁵

خلاصة

لقد حاولنا في هذا الجانب ان نبين مفهوم اقتصاديات الإعلام وانطلقنا من تعريف مفهوم الاقتصاد عموما وسلطنا الضوء على بعض الجوانب الأساسية على بعض المفاهيم الأخرى التي تضمنها مجال الاقتصاد عموما مثل الموارد والندرة والكفاءة وتناول هذا الجزء ايضا خصائص السلع الإعلامية وملامحها المميزة والتعرف على العوامل والظروف المتاحة التي تدفع الشركات الإعلامية للتوسع.

ان نظرة متعمقة لما تناوله هذا الجانب من الدراسة يفضي الى هناك علاقة بين خصائص السلع والمنتجات الإعلامية والتي تميزها عن غيرها من المنتجات وبين البيئة المتاحة التي باتت في متناول الشركات والمؤسسات الإعلامية.

اهم هذه الميزات هي ان الشركات الإعلامية اذا استطاعت ان تحقق اقتصاديات الحجم وتوزع بشكل كبير او اذا ما استطاعت ان تحقق اقتصاديات المدى وتحقق تنوعا في المنتجات فأنها بالتالي تحقق الكفاءة وأرباح كبيرة. هذه الخاصية أصبحت متاحة للشركات الإعلامية نتيجة مجموعة من الظروف كالتقنية والعولمة وإلغاء القيود التشريعية المكبلة.

ليصبح السؤال الجوهرى بالتالي ليس لماذا تتوسع الشركات الإعلامية بل لماذا لا تتوسع؟

هذه الظروف التي أصبحت تمثل بيئة ملائمة للتوسع وتحفيز الشركات لاتخاذ مجموعة من الاستراتيجيات لاستثمار ما أتاحتها هذه الظروف والبيئة للشركات الإعلامية وقد تمثلت اهم هذه الاستراتيجيات في التكتل عبر إستراتيجية الاندماج والاستحواذ .

الهوامش:

1-Alexander,A. et al (2004), Media Economics Theory &Practice, Lawrence Erlbaum Associates, New jersey . p 4

2- سامويلسون و نوردهاوس- الاقتصاد ، تر هشام عبدالله ، دار الأهلية للنشر والتوزيع ، عمان. ط 2-2006م. ص30

3-Taylor, J. B.,& Weerapana.A. (2009) principles of microeconomics (6th ed.). Boston: Houghton Mifflin company. P40

4- عزيز محمد وابوسنينة محمد عبدالجليل ، مبادئ الاقتصاد، منشورات جامعة قاربيونس، بنغازي . 2002م.ص18-19

5- عزيز محمد وابوسنينة محمد عبدالجليل ، المرجع السابق ، ص 19

6- المرجع نفسه ص 24

7- المرجع نفسه ص 24-25

8- -Kotchen,M.(2014)Public Goods. In Environmental & Natural Resource Economics: An Encyclopedia, T. Haab & J. Whitehead, Eds., pp.271-273. Santa Barbara :Greenwood.p71

9- -Kotchen, ibd, p71-72

10-- Arnold, R.A. (2014) Economics. (11th ed) Mason : South-Western cengage learning p. 2

11- سامويلسون و نوردهاوس، مرجع سابق ص31

12- Taylor, ibd, P44

13- Alexander, 2004, ibd , p5)

14- Doyle, G (2002) Media Ownership: the economics & politics of convergence and concentration in the UK and European Media. London: Sage, p5.

15- -Albarran, A.B (2010) The media economy, New York: Routledge. Taylor & Francis, p3.

16- - **Albarran, A. B. (2004). Media economics.** In: **Downing, J. D. H., McQuail, D., Schlesinger, P., Wartella, E. The Sage handbook of media studies.** Thousands Oaks: **Sage.** p295.

17- -Wasko ,J (2014) the study of political economy of the media in the twenty-first century. International Journal of media & Cultural politics. V10 n 3, pp261,262.

18- Wasko, ibd, p260.

19- Taylor & weerapana, 2007, ibd, p32.

20- El Gazzar, N, (July 7-9, 2009) The Role of Advertising in the Economics of Media A Case Study on a Sample of Egyptian Private Satellite Television Channels, presented at 15th International Annual Conference on Communication and Reform Issues in Arab Societies: Reality and Challenges, Cairo., p11.

21- Picard, R (2009), Media firms structure , operations and performance. London :Routledge.. pp1-3

22- -Raibl.M (2013) Industrial organization theory and its contribution to decision – making in purchasing. B.S. Thesis, University of Twente, Netherlands P2

23- Raibl, ibd, P3.

24- ibd, p3

25-**Albarran**, A. B. (2015). **Media economics** in Donsbach ,W (Ed)

The concise encyclopedia of communication(pp347-349). Blackwell publishing .Oxford.p348.

26- -Wirth,M.O & Bloch,H(1995) Industrial Organization Theory and Media Industry Analysis. The journal of media economics , 8(2),15-26, .pp19,20

27- Wirth,M.O & Bloch,H. ibd, p,21

28- Hart, O. (1989) "An Economist's Perspective on the Theory of the Firm" Columbia Law Review, pp. 1757-1774, Vol. 89, No. 7 Contractual Freedom in Corporate Law (Nov. 1989), ,pp1757,1758)

29- **Albarran**, A. B. (2004,ibd,p23.

30- Hart,2008,ibd,pp1759

31- Doyle,2002,ibd, p12

32- Doyle,2002,ibd, p12

33 - (Doyle,2002,ibd, pp13-14

-Siegert, et al (2013). Economic bases of communication. In: Cobley, Paul; Schulz, Peter. Theories and Models of Communication. Berlin: de Gruyter Mouton, (123-146).p126

34- Picard,2004, ,ibd,p1

35- Lipsey&Chrystal,1995,in Doyle, G (2002) Media Ownership: the economics &politics of convergence and concentration in the UK and European Media. London: Sage ,p258

36- Picard,2004,ibd, p1

37- Picard,2004,ibd, pp1,2

38- Albarran,2010,ibd,p86

39- ibd, p89

40- ibd, pp63,64

41- Albrarran, 2004,ibd, p298

42- Albrarran, 2010,ibd, pp62,63

43- Albarran, 2010, ibd,p100

44- ibd, p101

45- Doyle,2002,ibd, ip2

46- Doyle 2002,ibd, p2

47-Devereux,E (2007) Understanding the media, 2nd edition ,London: Sage,pp51-52

48- Devereux,ibd,pp52 .

49- Sterling, et la (2006) shaping American Telecommunication.LEA,p93

50 - Doyle,200,p 14)

-Waldman. D & Jensen, E. (2013). industrial organization :Theory and Practice 4th edition. Boston, Pearson.p39 .

51- Low.I (2000)The economics of information technology and the media ,Singapore University Press,p60

52- Doyle,2000,ibd,p 14

53- Sterling,2006,ibd, p94

54- ibd ,p94

55- Doyle ,2000,ibd, p p14-15

الصورة الذهنية للسياحة لدى مسؤولي بلديات طرابلس وتأثيرها على التخطيط المستقبلي دراسة ميدانية

أ. رمزي محمد أبوكثيف .. كلية الفنون والإعلام/جامعة طرابلس
أ. احمد الطيف الكردي .. قسم الإعلام الإسلامي، الجامعة الأسمرية

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الصورة الذهنية للسياحة لدى أعضاء المجالس البلدية في مدينة طرابلس وتحديد المؤثرات الاتصالية المكونة للصورة الذهنية عن السياحة وأهميتها، وكذلك الكشف عن نسبة ظهور البرامج والأنشطة السياحية ضمن مخططات البلدية، واعتمد الباحثان على منهج المسح من خلال استمارة الاستبيان لجمع بيانات البحث، وقد تمثل مجتمع البحث في أعضاء المجلس البلدي في بلديات طرابلس وهي (أبوسليم، تاجوراء، حي الأندلس، طرابلس المركز، سوق الجمعة، عين زارة) والبالغ عددهم 31 مبحوثاً، وكان من أهم النتائج التي توصل إليها البحث إن مانسبته 68% من أفراد مجتمع الدراسة لا يتعاملون مع الهيئة العامة للسياحة، وفيما يتعلق بتذكر بشعار الهيئة العامة للسياحة فإن ما نسبته 74% من المبحوثين لا يتذكرون شعار الهيئة، بينما 26% من الذين يتذكرون شعار الهيئة العامة للسياحة منهم 62% يحملون صورة ذهنية إيجابية تجاه هذا الشعار، ويرى 53% من المبحوثين أن للسياحة تأثيراً سلبياً غير مقبول على واقع المجتمع من ناحية عاداته وتقاليده، وفيما يتعلق بنوع السلبيات الناجمة عن السياحة فقد سجلت فنناً التغيير في مفاهيم المجتمع نحو الحرية الشخصية وانتشار مظاهر سيئة نسبة 86.6%، وإن ما نسبته 55.5% من المبحوثين الذين يناقشون موضوعات تطوير

السياحة يرون أن أكثر المواضيع نقاشاً هو عرض المشاريع السياحية المقترحة ، وإن 61% من المبحوثين يرون عدم إمكانية تحول السياحة إلى مصدر دخل رئيسي للبلدية.

الكلمات المفتاحية:

الصورة الذهنية – السياحة – البلدية – أعضاء المجلس البلدي.

مقدمة:

بعد أن أصبحت السياحة في العالم اليوم ذات أهمية كبرى لما تمثله من إسهام في تطور الاقتصاد، وما توفره من فرص عمل واستثمارات في مجالات كثيرة كالمواصلات والخدمات، بات من الضروري أن تهتم المجتمعات المحلية بدور السياحة وتوظيفها واستغلالها بشكل إيجابي سواء من الناحية الاقتصادية أو من الناحية الثقافية والتراثية والإعلامية..

وبالرغم من وجود الكثير من المعالم السياحية داخل مدينة طرابلس إلا أن هناك تأخر في تنفيذ بنية سياحية متطورة، مما يعني الضعف في عملية التخطيط للسياحة. وفي الواقع هناك العديد من المؤثرات في هذا الضعف خاصة من الناحية الأمنية إلا أن مؤثرات عدة أخرى تبدو متحركة في الحد من تطور السياحة أو بروزها واستخدامها كعنصر اقتصادي مهم، ويمثل مدى استعداد مسؤولي البلديات للتخطيط أو تنفيذ الأفكار المتصلة بالسياحة جزءاً من المؤثرات التي قد تحد من إمكانية انطلاقها، حيث يصنع التخوف من تأثير وافد من مجتمعات أخرى، أو تغيير في بنية المجتمع الفكرية والدينية حاجزاً يصددها، ومع أن هذا غير مثبت من الناحية العملية إلا أنه مثبت نظرياً. حيث لا يبدو واضحاً من الناحية العملية تأثير هذا على مخططي ومتخذي القرار على مستوى الإدارات المحلية من ناحية الصورة الذهنية المتكونة لديهم حول السياحة كنشاط اقتصادي، وكمؤثر اجتماعي، وحول مدى تأثير

ذلك في قدراتهم على اتخاذ قرارات بتثنية أو تطوير قطاع سياحي ضمن إدارتهم (بلدياتهم) ومن هنا تهدف الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية المتكونة لدي مسؤولي بلديات مدينة طرابلس وتأثير ذلك على الخطط المستقبلية لقطاع السياحة داخل هذه البلديات.

مشكلة الدراسة:

فيما يبدو نظرياً الجزم واضحاً بوجود التأثير المرتبط بالصورة الذهنية عند الأفراد متصلاً بكون قرارات الأفراد ترتبط بالصورة الذهنية الموجودة لديهم إلا أنه لا يبدو واضحاً من الناحية العملية تأثير هذا على مخططي ومتخذي القرار على مستوى الإدارات المحلية من ناحية تأثير الصورة الذهنية المتكونة لديهم حول السياحة كنشاط اقتصادي، في قدراتهم على اتخاذ قرارات بتثنية أو تطوير قطاع سياحي ضمن (بلدياتهم).

ولما سبق انحصرت مشكلة هذه الدراسة في تساؤل رئيسي هو: ما هي الصورة الذهنية المتكونة للسياحة وللنشاط السياحي عند أعضاء المجالس البلدية بمدينة طرابلس، وما تأثيرها في التخطيط واتخاذ القرارات المتعلقة بهذا النشاط.

أهمية الدراسة:

- 1- يستقي البحث أهميته من أهمية قطاع السياحة كأحد أهم الحلول البديلة للتطوير الاقتصادي وتنوع مصادر الدخل المحلي.
- 2- ضمن الحالة السياسية الحالية تظهر البلديات كجسم شرعي منتخب، يمثل لبنة أساسية في تكوين الحكم اللامركزي مما يجعل دراسة الصورة الذهنية والمؤثرات المتعلقة بتكوينها عند أعضاء المجالس البلدية ضرورة؛ لأن هذه الصورة بالتأكيد ستؤثر في رؤية وأعمال التخطيط المستقبلي للسياحة ضمن هذه البلديات.

3- يساهم هذا البحث في تقديم توصيات علمية حول التخطيط لتطوير قطاع السياحة داخل بلديات مدينة طرابلس، من شأنها أن تساعد في النهوض بهذا القطاع وتطويره بما يتلاءم مع خصوصية وقيم المجتمع الليبي.

أهداف الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على الصورة الذهنية للسياحة لدى أعضاء المجالس البلدية في مدينة طرابلس.

2- تحديد المؤثرات والرسائل الاتصالية المكونة للصورة الذهنية عن السياحة وأهميتها، ومدى تأثير التعرض لوسائل الإعلام في ذلك.

3- الكشف عن نسبة ظهور البرامج والأنشطة السياحية ضمن المخططات البلدية، أو ضمن الرؤية الذاتية لأفراد المجلس البلدي.

تساؤلات الدراسة:

1- ما هي الصورة الذهنية للسياحة المتكونة لدى أعضاء المجلس البلدية بمدينة طرابلس؟

2- ما وسائل الاتصال التي يحسن استخدامها أعضاء المجلس البلدية بمدينة طرابلس؟

3- ما المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في حصولهم على المعلومات والمعارف حول السياحة وتكوين صورتها الذهنية؟

4- ما البرامج والأنشطة السياحية المفضلة لدى أفراد مجتمع الدراسة؟

5- ما السلبيات والايجابيات المرتبطة بصورة السياحة عند المبحوثين؟

6- ما مدى وجود التخطيط لتطوير السياحة ضمن تصورات أعضاء المجالس البلدية؟

الدراسات السابقة:

من خلال مسح الباحثين للمكتبة الإعلامية الليبية لم يعثرنا على دراسات سابقة لها علاقة مباشرة بالدراسة الحالية، وبالتالي فقد اقتصر البحث على الدراسات التي هي متصلة بالصورة الذهنية حول موضوعات أخرى، وهي على النحو التالي:

1- دراسة الصورة الذهنية للأكاديمية الليبية لدى اعضاء هيئة التدريس والعاملين والدارسين بها (شني، 2017). وهي دراسة ميدانية هدفت إلى معرفة كفاءة كل مكون من مكونات الصورة الذهنية لدى المبحوثين، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب المسح للتعرف على الصورة الذهنية للأكاديمية الليبية لدى المبحوثين، وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان للحصول على المعلومات من المبحوثين خلال فترة الدراسة وتوصل إلى جملة من النتائج أهمها، إن الصورة الذهنية المرتبطة بشعار أكاديمية الدراسات العليا سلبية لدى أغلب عينات الدراسة، وإن غالبية المبحوثين يعتقدون أن قسم العلاقات العامة قد قام بدوره إلى حد ما في بناء صورة ذهنية إيجابية.

2- دراسة الصورة الذهنية للخدمات الصحية بالمستشفيات العامة لدى الليبيين ودور العلاقات العامة في تحسينها. (مفتاح، 2013). هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية المنطبعة لدى الليبيين عن الخدمات الصحية بالمستشفيات العامة، ومدى قيام العلاقات العامة بتحسين هذه الصورة، وذلك من خلال استخدام المنهج الوصفي، وقد اشتمل مجتمع الدراسة على الجمهور الداخلي المتمثل في العاملين بالعلاقات العامة داخل المستشفيات العامة بمدينة طرابلس، وكذلك عينة من الجمهور الخارجي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها، إن مستوى الصورة الذهنية المنطبعة في أذهان الجمهور الخارجي عن المستشفيات العامة جاءت متوسطة، وإن ضعف الخدمات

الصحية أدى إلى تسجيل صورة ذهنية سلبية عن هذه الخدمات لدى الجمهور الخارجي.

3- دراسة دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية الايجابية لرجل

الأمن عند المواطن. (كعيم، 2008). هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية عن رجل الأمن لدى المواطن قبل وبعد التعامل معه، والكشف عن الجوانب الايجابية والسلبية لهذه الصورة وكيفية تحسينها، لدى عينة الدراسة والبالغ عددها 510 مفردة، وقد استخدم الباحث في دراسته منهج المسح بالعينة من خلال أداة الاستبيان وتوصل إلى عدة نتائج أهمها إن الصورة الذهنية المنطبعة في أذهان الجمهور عن رجال الأمن هي صورة سلبية وخاصة بعد التعامل معهم، وقد ساهمت وسائل الإعلام في تجسيد الصورة الذهنية السلبية حول رجل الأمن.

مصطلحات الدراسة:

- الصورة الذهنية:

النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب، أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة، أو منظمة محلية، أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم. وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها. (محمود، 2008، صفحة 61)

- **السياحة:** ظاهرة من ظواهر العصر التي تتبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة. (لطيف، 1994، صفحة 10)
- **البلدية:** هي وحدة نظام الإدارة المحلية التنفيذي، والتي تهدف إلى تقديم الخدمات مباشرة إلى المواطنين وتختص البلدية بتنفيذ اللوائح البلدية وإنشاء وإدارة المرافق العامة المتعلقة بالتخطيط العمراني والتنظيم والشؤون الصحة والاجتماعية ومرافق المياه، والإنارة والوسائل المحلية للنقل والنظافة العامة والمقابر والملاجئ، وأماكن الترفيه، والأسواق العامة، والموافقة على إصدار التراخيص السياحية والاستثمارية، ومهام أخرى يحددها القانون. (قانون 59 للحكم المحلي لسنة 2012 المادة 25/24)
- **المجلس البلدي:** يتشكل المجلس البلدي من عدد من الأعضاء يجرى انتخابهم بالاقتراع السري العام المباشر على أن يكون من بينهم على الأقل عضو من النساء وعضو من ذوى الاحتياجات الخاصة من الثوار، ويتم اختيار عميد للمجلس البلدي من بين أعضائه بالاقتراع السري بين أعضاء المجلس البلدي. (قانون 59 للحكم المحلي لسنة 2012 المادة 26)
- ويختص المجلس البلدي بتنظيم خدمات البلدية، الإشراف على تنفيذ التشريعات المتعلقة بالبلدية، وإدارة أعمال البلدية وديوانها ومتابعة تنفيذ قراراتها، واقتراح اللوائح، متابعة مشروعات التنمية داخل البلدية. (قانون 59 للحكم المحلي لسنة 2012 المادة 27).

مجتمع الدراسة الميدانية:

إن طبيعة الدراسة تهدف إلى معرفة الصورة الذهنية للسياحة لدى المجالس البلدية بمدينة طرابلس، وتأثير ذلك على وضع الخطط والبرامج المستقبلية لقطاع السياحة داخل هذه البلديات، ولذا انحصر مجتمع الدراسة في أعضاء المجالس البلدية بمدينة طرابلس في فترة إعداد الدراسة خلال شهري فبراير ومارس سنة 2019 ولتنفيذ ذلك اعتمد الباحثان طريقة المسح الشامل لرؤساء وأعضاء المجلس البلدي لبلديات طرابلس، وهذه البلديات هي (طرابلس المركز، سوق الجمعة، تاجوراء، حي الأندلس، عين زارة، أبوسليم) وقد تم اختيار هذه البلديات للأسباب التالية:

1. تقع هذه البلديات داخل مدينة طرابلس العاصمة، والتي بها مقر الهيئة العامة للسياحة.
2. توفر الإمكانيات البشرية والتقنية داخل هذه البلديات لممارسة النشاط السياحي.
3. الاستقرار الإداري والأمني إلى حدٍ ما داخل هذه البلديات أثناء فترة إعداد هذا البحث.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مشكلة يغلب عليه صفة التحديد. (سمير، 1997، صفحة 97) و يرتبط البحث الوصفي " بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تطويره (حجاب، 2003، صفحة 78).

وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وإصدار تعميمات بشأنها، وفي إطار ذلك استخدم الباحثان المنهج المسحي باعتباره جهداً

علمياً للحصول على ومعلومات عن الصورة الذهنية عن السياحة المتكونة لدى المسؤولين في المجالس البلدية بمدينة طرابلس.

أدوات جمع البيانات.

يعد الاستبيان احد الأدوات الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية من العينة المختارة، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على و جهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم (حسين، بحوث الاعلام، 1999، صفحة 206). وهو يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق أو آراء في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من قبل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات (السيد، 2000، صفحة 303). وقد اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على استخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات التي تتطلبها الدراسة.

اختبارات الصدق والثبات.

أ- اختبار الصدق: صدق أداة جمع المعلومات هو قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية. (حسين، بحوث الاعلام، 1999، صفحة 242)

اختبار الصدق الظاهري وصدق المحتوى أو صدق المضمون.

ويستهدف التأكد من أن أداة جمع البيانات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات الخاصة بالمشكلة ومدى شمولها وتحديد لها لموضوع الدراسة والمواقف والجوانب التي تقيسها. (حسين، بحوث الاعلام، 1999). قام الباحثان بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين لاستشارتهم بغرض معرفة صدق محتواها، من حيث الملاءمة والصلاحية لجمع بيانات الدراسة وقدرته. وبناء على ما ورد من ملاحظات تم تعديل صياغة الاستمارة.

- ثبات الاستمارة

يقصد باختبار الثبات أداة جمع البيانات التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو في قياس نفس الظاهرات أو المتغيرات. (حسين، بحوث الاعلام، 1999، صفحة 309).

حيث قام الباحثان بإعادة تطبيق نفس الاستبيان بعد أسبوع على ستة مبحوثين من إجمالي أفراد مجتمع الدراسة الميدانية، وقد حسب ثبات صحيفة الاستبيان على أساس معادلة كوبر وجاءت نسبة ثبات استمارة استبيان المبحوثين 83 % وهي نسبة عالية من الاتفاق تؤكد أنها صالحة للتطبيق.

نتائج الدراسة الميدانية:

بعد الانتهاء من توزيع الاستمارات لأفراد مجتمع الدراسة قام الباحثان بتفريغ المعلومات والبيانات المتحصل عليها من عدد 35 استبيان وجهت لأعضاء المجالس البلدية ببلديات مدينة طرابلس. وقد تبين وجود عدد 4 استمارات غير مكتملة الإجابات ولا تصلح للقياس والتحليل وبذلك كان عدد إجمالي الاستمارات الصالحة للتحليل 31 استمارة.

الجدول رقم (1) يوضح وسائل الاتصال التي يُحسن استخدامها المبحوثون.

الترتيب	النسبة	التكرار	الوسائل
2	87%	27	حاسب آلي
3	74%	23	إنترنت
1	100%	31	هاتف
		31	جملة من سئلوا (سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)

من خلال نتائج الجدول رقم (1) يتضح أن جميع المبحوثين يستخدمون الهاتف كوسيلة اتصال وهي نتيجة متوقعة، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الحاسب الآلي، وبنسبة 87% يلي ذلك شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وبنسبة مقدارها 74%، وإجمالاً نستطيع القول إن المبحوثين يحسنون استخدام وسائل الاتصال المتاحة لديهم.

الجدول رقم (2) يوضح تعامل المبحوثين مع الهيئة العامة للسياحة.

النسبة	التكرار	التعامل مع الهيئة
32%	10	نعم
68%	21	لا
100	31	المجموع

بالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول رقم (2) نلاحظ أن حوالي ثلثي المبحوثين لا يتعاملون مع الهيئة العامة للسياحة، الأمر الذي يعكس قلة اهتمام المبحوثين بدور وأهمية قطاع السياحة، وبالدرجة الثانية يعكس قلة المحتوى أو البريد الصادر من الهيئة الموجه لأعضاء المجالس البلدية.

الجدول رقم (3) يوضح درجة تعامل المبحوثين مع الهيئة العامة للسياحة

النسبة	التكرار	درجة التعامل
00	00	بصفة دائمة
50%	05	اتعامل معها أحياناً
50%	05	اتعامل معها عند الحاجة
100%	10	المجموع

نلاحظ من خلال النتائج بالجدول رقم (3) أن تعامل المبحوثين مع الهيئة العامة للسياحة ليست بصفة دائمة، وإنما بدرجتي "أحياناً" و"عند الحاجة"، وربما يرجع السبب في ذلك إلى عدم وضوح الرؤية القانونية والإدارية في الصلة ما بين البلدية والهيئة العامة للسياحة، وعدم استكمال مكونات الهيكل التنظيمي للبلديات ليحتوي أقسام

خاصة بالسياحة أسوة بالتعليم والصحة ، وبينما يبقى هذا سبباً جوهرياً إلا ان الباحثين يعتقدان بأن السبب المتصل برؤية ونظرة أعضاء المجالس البلدية للسياحة ربما يكون سبباً أكثر بديهية لهذه النتائج .

الجدول رقم (4) يوضح مدى تذكر المبحوثين لشعار الهيئة العامة للسياحة.

النسبة	التكرار	مدى التذكر الشعار
26%	08	نعم
74%	23	لا
100%	31	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (4) إن أكثر من ثلثي المبحوثين لا يتذكرون شعار الهيئة، وهذه النتيجة تعكس قلة تعرضهم لأي محتوى صادر عن الهيئة سواء من خلال مراسلاتها أو مطبوعاتها أو صفحاتها ومواقعها الإلكترونية.

الجدول رقم (5) يوضح الصورة الذهنية لدى المبحوثين المرتبطة بشعار الهيئة العامة للسياحة.

النسبة	التكرار	الصورة الذهنية
62.5%	05	ايجابية
37.5%	03	سلبية
100%	8	المجموع

الجدول رقم (5) يبين لنا أن أكثر من نصف المبحوثين الذين يتذكرون شعار الهيئة العامة للسياحة يحملون صورة ذهنية إيجابية تجاه هذا الشعار .

الجدول رقم (6) يوضح مصادر التزويد بالمعرفة والمعلومات حول السياحة عند المبحوثين

الترتيب	النسبة	التكرار	المصادر
6	19.3	6	الاتصال الشخصي
3	41.9	13	اللوحات الإعلانية
1	54.8	17	المصنقات و المطويات

4	25.8	8	الكتيبات والنشرات
1م	54.8	17	المعارض والمهرجانات
2	45.1	14	الانترنت
5	22.5	7	القنوات الفضائية
7	9.6	3	الإذاعات
8	0	0	الصحف
(سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)		31	جملة من سئولا

من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (6) والمتعلق بمصادر التزود بالمعرفة والمعلومات حول السياحة، يتضح أن فئتي (الملصقات والمطويات) و(المعارض والمهرجانات) في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت 54.8%، مما يدل على أن المعارض والمهرجانات أنشطة واقعية نظمت خلال فترة الدراسة مما جعلها المصدر الأكثر قرباً للمبحوثين، وفي الواقع أن ارتفاع نسبة الاعتماد على وسيلة الملصقات والمطويات جاء كمصدر للمعلومات باعتبارها تسبق أو تتزامن مع تنظيم المهرجانات والمعارض، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة باعتبارها الوسيلة الأسهل استخداماً والأكثر انتشاراً بين المبحوثين وهي نتيجة تتوافق مع ما جاء في الجدول رقم(1)، بينما جاءت باقي الفئات بنسب متفاوتة في الانخفاض، وأهمل المبحوثين الصحافة التي ممن الممكن أن تكون ضمن المصادر الموثوقة في التعرف عن السياحة، وهي نتيجة متوقعة بسبب تذبذب صدور بعض الصحف المحلية وتوقف البعض الآخر عن الصدور.

الجدول رقم (7) يبين إجابات المبحوثين حول تقييمهم لأداء الهيئة العامة للسياحة.

النسبة	التكرار	تقييم المبحوثين
6.5%	2	جيد
38.7%	12	مقبول
54.8%	17	ضعيف
100%	31	المجموع

فيما يتعلق بتقييم المبحوثين لأداء الهيئة العامة للسياحة في الظروف الراهنة نجد أن أكثر من نصفهم يرى أنها ضعيفة الأداء، ويمكن أن نرجح ذلك إلى ما جاء في بيانات الجداول رقم (2) و(3) و(4) المتعلقة بوجود التعامل مع الهيئة وتقدير درجة هذا التعامل ومدى تذكر شعار الهيئة، حيث نتائج هذه الجداول تعكس أسباب ضعف تقدير المبحوثين لأداء الهيئة العامة للسياحة.

الجدول رقم (8) يوضح تأثير السياحة على واقع المجتمع من ناحية العادات والتقاليد.

النسبة	التكرار	وجود التأثير
74.1%	23	نعم
16.1%	5	أحيانا
9.6%	3	لا يوجد
100%	31	المجموع

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول رقم (8) يتضح أن غالبية المبحوثين يروا وجود تأثير للسياحة على العادات والتقاليد في المجتمعات المحلية.

الجدول رقم (9) يوضح إجابات المبحوثين حول نوع تأثير السياحة على المجتمع.

النسبة	التكرار	نوع التأثير
53.5	15	سلبي غير مقبول
46.4	13	تأثير عادي ضمن إطار التطور الاجتماعي
100%	28	المجموع

وفيما يتعلق بنوع التأثير على واقع المجتمع تبين من خلال الجدول رقم (9) أن أكثر من نصف المبحوثين يرى بأن للسياحة تأثير سلبي غير مقبول على واقع المجتمع من ناحية عاداته وتقاليده، بينما ما نسبته 46.4% من المبحوثين يرون أن تأثير السياحة على واقع المجتمع تأثير عادي ضمن التطور الاجتماعي. ومع أن النسبة تبقى متقاربة بين الفئتين إلا أن التخطيط أو التطوير السليم للسياحة يتطلب قناعات أكثر إيجابية عند أعضاء المجالس البلدية حول السياحة.

الجدول رقم (10) يوضح السلبيات المتولدة عن وجود النشاط السياحي داخل البلدية.

الترتيب	النسبة	التكرار	السلبيات
3	%26.6	04	مخالفة الدين و الشرع
1	%86.6	13	التغيير في مفاهيم المجتمع نحو الحرية الشخصية
1م	%86.6	13	انتشار المظاهر السيئة المتصلة بالذوق العام
2	%46.6	7	تغيير المفاهيم والعادات نحو حرية المرأة
15			جملة من سئلوا
(سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)			

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (10) أن أهم السلبيات الناتجة عن وجود النشاط السياحي داخل البلدية من وجهة نظر المبحوثين هو التغيير في مفاهيم المجتمع نحو حرية الشخصية وكذلك انتشار المظاهر السيئة المتصلة بالذوق العام، وقد سجلنا نسبة 86.6%. ويعتقد الباحثان إن هذه النتيجة سوف تعكس تخوفا سيترجم لرد فعل سلبي تجاه التفكير أو التخطيط لإقامة سياحة.

الجدول رقم (11) يوضح مدى وجود خطط لتطوير أو إنشاء مرافق سياحية داخل البلدية.

وجود الخطط	التكرار	النسبة
نعم	11	35.4%
لا	20	64.5%
المجموع	31	100%

النتائج الواردة في الجدول رقم (11) توضح أن أكثر من نصف المبحوثين لا توجد لديهم خطط لتطوير أو إنشاء مرافق سياحية داخل البلدية، وإن ما تظهره بعض ملاحظات المبحوثين حول هذا التخطيط في غالب الحال لم يتعدى سوى الإشارة في بعض الاجتماعات إلى تصورات أولية عن السياحة أو بعض المشاريع، ولم يتم اتخاذ خطوات جادة في هذا الأمر تتعلق بجمع البيانات أو إعداد الخرائط التفصيلية.

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول الإجراءات التي نفذتها البلدية تجاه المرافق السياحية والأثرية الواقعة داخل نطاقها.

الترتيب	النسبة	التكرار	الإجراءات التي نفذتها البلدية
3	35.5%	11	تزويدها بذوي الاختصاص والخبرة
1	52%	16	تسخيرها في تنظيم الأنشطة الإعلامية
2	48.5%	15	صيانتها وتطويرها
2م	48.5%	15	مشاركة القطاع الخاص في تطويرها
4	10%	3	إنشاء حدائق ومنتزهات
(سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)			جملة من سئلوا 31

من خلال الجدول رقم (12) والمتعلق بإجابات المبحوثين حول الإجراءات التي اتخذتها البلدية تجاه المرافق السياحية والأثرية الواقعة في نطاق البلدية، يتضح أن أهم هذه الإجراءات تمثلت في تسخيرها لتنظيم الأنشطة الإعلامية والثقافية، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه النتائج بالجدول رقم (6)، فيما انخفضت فئة تزويدها بذوي الخبرة والاختصاص والذين من الممكن الاستفادة منهم في تقديم الاقتراحات والأفكار

والبرامج التي تسهم في نهوض السياحة وتطورها داخل البلدية بما يتماشى مع خصوصية المجتمعات المحلية.

الجدول رقم (13) يوضح مدى وجود برامج وأنشطة سياحية داخل نطاق بلديات مدينة طرابلس

النسبة	التكرار	وجود برامج وأنشطة
45%	14	نعم
55%	17	لا
100%	31	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (13) يتضح أن هناك شبه تقارب في إجابات المبحوثين حول مدى وجود برامج وأنشطة سياحية داخل بلديات طرابلس.

الجدول رقم (14) يوضح طبيعة ونوعية الأنشطة والبرامج.

الترتيب	النسبة	التكرار	نوعية النشاط والبرنامج
1	100%	14	المهرجانات والمعارض والندوات
3	14.2%	2	إعداد الدراسات والأبحاث
4	7.1%	1	تدريب القوى العاملة في مجال السياحة
2	28.5%	4	عمليات الحصر والتوثيق
(سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)			جملة من سئلا
			14

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (14) أن كل البرامج والأنشطة السياحية التي تنظم داخل بلديات طرابلس هي عبارة عن مهرجانات ومعارض وندوات، مما يدل تركيز هذه البلديات على هذا النوع من الأنشطة والبرامج السياحية داخل البلدية، وربما السبب في ذلك يرجع إلى سهولة تنظيم وقلة تكلفة مثل هذه البرامج والأنشطة، فيما تفاوتت باقي الفئات وبنسب منخفضة لدى البلديات التي لديها برامج وأنشطة سياحية، باستثناء فئة تدريب القوى العاملة في مجال السياحة سجلت نسبة متدنية، ومن الممكن إرجاع ذلك إلى "جوانب قانونية وإدارية تتصل بنقل الاختصاصات وعدم وجود

التغطيات المالية اللازمة لإنجاز هذه البرامج المتقدمة في مجال السياحة (العيساوى)، (2019).

الجدول رقم (15) يوضح مدى إمكانية أن يشكل قطاع السياحة فرصة عمل للعاطلين بالبلدية.

النسبة	التكرار	قطاع السياحة يشكل فرصة عمل للعاطلين
32.3%	10	نعم إلى حد كبير
45.2%	14	نعم إلى حد ما
22.6%	7	لا يشكل
100%	31	المجموع

الجدول رقم (15) يبين لنا جل المبحوثين يرون أن قطاع السياحة داخل بلدياتهم من الممكن أن يتيح فرص عمل للعاطلين داخل البلدية، "هذه النتيجة تبدو انعكاس لرغبة مجالس البلديات في مدينة طرابلس في تطوير قطاع السياحة بالبلدية إذا أتاحت لها المتطلبات القانونية والمالية للقطاع (بيرام، 2019).

الجدول رقم (16) يوضح مدى مناقشة موضوعات تطوير السياحة ضمن خطط البلدية.

النسبة	التكرار	مناقشة موضوعات تطوير السياحة
58.0%	18	نعم
41.9%	13	لا
100%	31	المجموع

نتائج الجدول رقم (16) تشير إلى أن أكثر من نصف المبحوثين يناقشون تطوير السياحة داخل البلدية، وبنسبة بلغت 58%، مع أن هذه النسبة تبدو متوسطة إلا أن الواقع الذي يفسره الجدول التالي رقم (17) يوضح تفاصيل هذه المناقشات في تطوير السياحة، وسنلاحظ انخفاض قيم المناقشة لموضوعات مهمة.

الجدول رقم (17) يوضح الموضوعات التي يتم مناقشتها ضمن تطوير قطاع السياحة.

الترتيب	النسبة	التكرار	الموضوعات
3	%33.3	6	تنظيم عمل شركات السفر والسياحة داخل البلدية
2	%50	9	مراجعة القوانين والقرارات
4	%22.2	4	عرض ومناقشة البريد الوارد من الهيئة العامة للسياحة
1	%55.5	10	عرض المشاريع السياحية المقترحة بالمجلس
جملة من سئلا			18 (سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)

يتبين من خلال الجدول رقم (17) إن الموضوعات الأكثر مناقشة في تطوير السياحة لدى المبحوثين داخل البلدية، هي عرض المشاريع السياحية المقترحة، يلي ذلك مراجعة القوانين والقرارات، فيما تراجعت فئة عرض ومناقشة البريد الوارد من الهيئة العامة للسياحة مع أهميته في ربط الصلة ما بين الهيئة والبلدية وهي نتيجة متوقعة أشارت إليها النتائج بالجدول رقم (2).

الجدول رقم (18) يوضح إمكانية تحول السياحة إلى مصدر رئيسي للدخل بالبلدية

النسبة	التكرار	إمكانية تحول السياحة إلى مصدر
%35.4	11	نعم
%61.2	19	لا
%100	31	المجموع

النتائج الواردة بالجدول رقم (18) توضح أن نسبة الذين يرون أنه لا إمكانية لتحول السياحة إلى مصدر دخل للبلدية مرتفعة، وربما سبب ارتفاع هذه النسبة ما تعانيه ليبيا من عدم الاستقرار الأمني والسياسي في الوقت الحالي ما ينعكس على التوقعات المبحوثين باستقبال أو وجود سياح في المستقبل القريب، "ومع إن هذا يتعارض مع رؤية الهيئة العامة للسياحة بالتركيز في المرحلة الحالية على السياحة الداخلية وتطويرها واعتبارها مرحلة لنشر ثقافة السياحة وأهميتها في ليبيا، ومن المتوقع أن

يكون ارتفاع نسبة الرؤية بعدم إمكانية تحول السياحة إلى مصدر دخل مرتبط بانعدام الصلة أو تحجيمها إلى أدنى قدر ما بين الهيئة والمجالس البلدية" (فارينه، 2019).

الجدول رقم (19) يوضح تفضيل المبحوثين للنشاط السياحي الأكثر ملائمة للبلدية.

الترتيب	النسبة	التكرار	النشاط السياحي
2	48.3	15	السياحة البحرية
4	9.6	3	السياحة العلاجية
3	19.3	6	السياحة التعليمية
1	58	18	مهرجانات التسوق
م2	48.3	15	الأسواق الشعبية والتراثية
31 (سمح للمبحوثين اختيار أكثر من إجابة)			جملة من سئلا

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (19) إن أغلب المبحوثين يفضلون مهرجانات التسوق، كأشطة سياحية ملائمة لبلديات طرابلس، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه نتائج الجدول رقم (14)، وفي المرتبة الثانية جاءت السياحة البحرية وهي نتيجة متوقعة باعتبار أغلب بلديات طرابلس مطلة على شواطئ البحر المتوسط وهو ما يتيح لها إعداد وتنظيم خطط وبرامج سياحية تتماشى مع العادات والتقاليد داخل المجتمعات المحلية، وانخفضت نسبة تفضيل السياحة التعليمية وربما السبب يرجع إلى غياب مفهوم السياحة التعليمية لدى المبحوثين متأثراً بنقص التركيز عليها في أي برامج نفذتها أو اقترحتها الهيئة العامة للسياحة في السابق أو حالياً، فيما سجلت السياحة العلاجية نسبة متدنية وربما السبب في ذلك يرجع إلى تدني مستوى الخدمات الصحية وقلة المراكز الإستشفائية الطبيعية داخل مدينة طرابلس.

نتائج الدراسة:

1. 68% من أعضاء المجالس البلدية بمدينة طرابلس لا يتعاملون مع الهيئة العامة للسياحة.
2. إن ما نسبته 74% من المبحوثين لا يتذكرون شعار الهيئة، وأن 37.5% من الذين يتذكرون شعار الهيئة العامة للسياحية يحملون صورة ذهنية سلبية تجاه هذا الشعار.
3. جاءت فننا (الملصقات والمطويات) و(المعارض والمهرجانات) في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت 54.8%، كمصادر للتزود بالمعرفة والمعلومات حول السياحة، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الإنترنت، بينما جاءت باقي الفئات بنسب متفاوتة في الانخفاض، وأهم المبحوثين فئة الصحافة.
4. أكثر من نصف المبحوثين يرى بأن للسياحة تأثير سلبي غير مقبول على واقع المجتمع من ناحية عاداته وتقاليده، بينما ما نسبته 46.4% من المبحوثين يرون أن تأثير السياحة على واقع المجتمع تأثير عادي ضمن التطور الاجتماعي.
5. إن 26.4% من بين الذين يرون بأن للسياحة تأثير سلبي يعتقدون بأنها مخالفة للشرع والدين، وإن 86% يرونها بأنها تساهم في تغيير مفاهيم المجتمع نحو الحرية الشخصية وانتشار المظاهر السيئة، يضاف إلى هؤلاء 46% يرونها تغير وتفسد معايير المجتمع تجاه حرية المرأة.
6. إن أكثر من نصف المبحوثين لا توجد لديهم خطط لتطوير أو إنشاء مرافق سياحية داخل البلدية.
7. الموضوعات الأكثر مناقشة في تطوير السياحة لدى المبحوثين داخل البلدية، هي عرض المشاريع السياحية المقترحة، يلي ذلك مراجعة القوانين والقرارات، فيما تراجعت فئة عرض ومناقشة البريد الوارد من الهيئة العامة للسياحة.

8. كل البرامج والأنشطة السياحية التي تنظم داخل بلديات طرابلس هي عبارة عن مهرجانات ومعارض وندوات، فيما تفاوتت باقي الفئات وبنسب منخفضة لدى البلديات التي لديها برامج وأنشطة سياحية، باستثناء فئة تدريب القوى العاملة في مجال السياحة سجلت نسبة متدنية.
9. إن نسبة الذين يرون أنه لا إمكانية لتحول السياحة إلى مصدر دخل للبلدية مرتفعة بلغت 61.2%.
10. إن أغلب المبحوثين يفضلون مهرجانات التسوق، كأنشطة سياحية ملائمة لبلديات طرابلس، وفي المرتبة الثانية جاءت السياحة البحرية، بينما انخفضت نسبة تفضيل السياحة التعليمية وسجلت 19.3%، فيما سجلت السياحة العلاجية نسبة متدنية بلغت 9.6%.

التوصيات:

1. استحداث برنامج توعية وطني، بمستويات مختلفة للقيادات الإدارية العليا، لتصحيح إطار الصورة المرتبطة بالسياحة، وتوضيح المسارات القانونية والفنية المرتبطة بالسياحة.
2. استكمال البناء الإداري والقانوني الخاص بالسياحة، وتفعيل كامل لقانون البلديات ولأئحته التنفيذية.
3. تفعيل أداء الهيئة العامة للسياحة تجاه البلديات وخلق انسياب معلوماتي فني وقانوني، يسهم في الرفع من تقدير البلديات لأهمية السياحة كنشاط اقتصادي يمكن الاستفادة منه.
4. التركيز على تنفيذ الدراسات الاجتماعية المرتبطة بدراسة آثار السياحة المتوقعة، ونشر نتائجها للرأي العام.

5. دعم الإنتاج الوثائقي ونشره بالمجتمع وطرح السياحة كقيمة اقتصادية بديلة تسهم في رفع الدخل المحلي.
6. إنشاء نظام اتصال وطني يدعم النشاطات البحثية والتوثيقية المتصلة بالسياحة والآثار وغيرها، يتكون من المؤسسات الأكاديمية كأقسام الإعلام والسياحة والعلاقات العامة والمؤسسات العامة للسياحة والآثار وجهاز المدن التاريخية.
7. إنشاء جائزة وطنية للتميز في الأداء السياحي تستهدف القطاعين العام والخاص.

المراجع:

- حسين سمير . (1997). *تطبيقات في مناهج البحث* (المجلد ط2). القاهرة: عالم الكتب.
- حسين سمير . (1999). *بحوث الاعلام*. (المجلد 3) القاهرة: عالم الكتب.
- رياض بيزام. (10 3, 2019). مقابلة مع رياض بيزام وكيل بلدية سوق الجمعة. سوق الجمعة.
- عادل صالح كعيم. (2008). دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية الإيجابية لرجل الامن عند المواطن رسالة ماجستير غير منشورة قسم الاعلام الاكاديمية الليبية. طرابلس.
- عادل فارينة. (18 3, 2019). مقابلة مع عادل فارينة مدير البيئة العامة للسياحة ليبيا.
- عبدالوهاب العيساوى. (11 3, 2019). مقابلة مع مدير مكتب السياحة حى الاندلس. حى الاندلس.
- قانون 59 للحكم المحلي لسنة 2012 المادة 26.
- قانون 59 للحكم المحلي لسنة 2012 المادة 25/24.
- قانون 59 للحكم المحلي لسنة 2012 المادة 27.
- محمد حمزة شنبى. (2017). الصورة الذهنية للاكاديمية الليبية لدى اعضاء هيئة التدريس والعاملين والدارسين بها رسالة ماجستير غير منشورة قسم الاعلام. طرابلس.
- محمد عبدالمنعم مفتاح. (2013). الصورة الذهنية للخدمات الصحية بالمستشفيات العامتلى للليبيين ودور العلاقات العامة في تحسينها، رسالة ماجستير غير منشورة قسم الاعلام الاكاديمية الليبية . طرابلس.
- محمد منير حجاب. (2003). *اساليب البحوث الاعلامية والاجتماعية* (المجلد ط2). القاهرة: دار الفجر للنشر.
- مصطفى احمد السيد. (2000). *البحث الاعلامي مفهومه اجراءاته منهجه* (المجلد ط2). دبي: دار الفلاح.
- هدى سيد لطيف. (1994). *السياحة بين النظرية والتطبيق*. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- يوسف محمود. (2008). *ادارة وتخطيط العلاقات العامة*. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

عرض كتاب

تاريخ السينما والإذاعة في ليبيا

1911- 2015

عرض : د. دليلة مصباح حامد

أستاذ علم الاجتماع المساعد

بكلية الآداب جامعة سرت

صدر عن مجموعة أمجد الدولية للنشر والتوزيع بالمملكة الأردنية الهاشمية عام 2019 م الطبعة الأولى لكتاب : تاريخ السينما والإذاعة في ليبيا " 1911- 2015" من اعداد الدكتور : عبد الله محمد عبد الله أطيقة ، المحاضر ورئيس قسم الاعلام السابق بجامعة سرت ، تفضل بتقديمه مشكوراً : أ.د.عابدين الدردير الشريف ، استاذ الاعلام بالجامعات الليبية وعضو هيئة التدريس بقسم الصحافة بكلية الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة ، يقع هذا الكتاب في 92 صفحة من الحجم المتوسط.

فُسم هذا الكتاب الى فصلين : حيث تناول الفصل الاول تاريخ السينما في ليبيا من خلال مدخل تاريخي عن السينما الليبية ، تم التطرق لاتحاد الهواة العربي الليبي السينمائي ، تم الحديث عن شركات التوزيع والعرض بالقطاع الخاص في ليبيا ، تم تناول الفصل الاول المؤسسة العامة للخيالة(السينما) ورغم البدايات المتأخرة للسينما الليبية خصوصاً أن اول فلم روائي طويل كان **عندما يقسو القدر** عام 1973 إنتاج "علي الهلودي" الشركة الليبية للإنتاج السينمائي إخراج عبد الله الزروق ، عرض في دار عرض الزهراء بمدينة طرابلس وتوقف بسبب الضرائب المفروضة انذاك ، تم تناول الفصل الاول اهم الصعوبات التي تواجه السينما في ليبيا والتي عانت خلال سنوات طويلة لسلسلة من الاخفاقات والمشاكل المالية والإهمال للعاملين والاستيلاء على دور العرض .

في حين تناول الفصل الثاني تاريخ الاذاعة المسموعة (الراديو) في ليبيا ، حيث تناول تاريخ الاذاعة في ليبيا ، وتجربة الاذاعات المحلية (الاقليمية) في ليبيا ، بالإضافة الى تاريخ الاذاعات المسموعة في سبع مدن ليبية وهي : طرابلس وبنغازي وسرت وسبها والجفرة والمرج وبني وليد من خلال اجراء مقابلات شخصية مع القائمين بالاتصال في 34 إذاعة تبث برامجها عبر الموجة القصيرة (FM) ، جاء هذا الكتاب كامتداد لكتب تناولت وسائل الاعلام في ليبيا ولكن بطريقة منهجية موثقة تضيف نوع من المصداقية لما يتم كتابه حول هذه الوسائل ، نتمنى التوفيق للباحث ومزيداً من الجهد والعطاء العلمي .



Faculty of Arts and Media