

الباب الثاني

دراسات امبريقية في السلوك الجمالى

الفصل الأول: الجانب الجمالى فى الرسالة الإعلامية

الفصل الثانى: التذوق الفنى عند الأطفال

obeikandi.com

تتمهيد

سنقدم في هذا الفصل دراستين عن التذوق الفني من وجهة نظر تجريبية: والدراستان أجريتا على أفراد مصريين، باستخدام أدوات مصرية. ولم يكن من الممكن أن تستمد معظم أفكارنا وأدواتنا من أجنبي، كما لم يكن من المستساغ الاعتماد على نتائج الآخرين في تفسير سلوكنا في البيئة العربية.. من هذا المنطلق، تم إجراء هاتين الدراستين، واللتين نأمل في أن تلحقها دراسات أخرى..

والدراسة الأولى منها عن الجانب الجمالي في الرسالة الإعلامية باستخدام أشكال (صور) فنية كاريكاتورية لفنانين مصريين، وقد حاولنا المقارنة بين أثر هذه الأشكال الفنية والأفكار أو (الأخبار) التي تعبر عنها لدى عدد من المتلقين (طلاب دراسات عليا ودارسى علم نفس (مستوى الليسانس).. وقد جاءت النتيجة، مؤكدة لقيمة وأهمية البعد الجمالي في التأثير على المتلقى مقارنة بالأبعاد الأخرى في الرسالة، عقلية ووجدانية واجتماعية.

أما الدراسة الأخرى، فهي دراسة عن التذوق الفني عند الأطفال باستخدام مقياس للتذوق الفني، صممه وطبقناه على مجموعة من الأطفال المصريين. وقد اتضح وجود عوامل أو أبعاد للتذوق الفني، تم الكشف عنها لأول مرة في دراسات التذوق الفني، من أهمها عامل العيون أو تفضيل العيون، وعامل الخط العربي، بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل تفضيل اللامعقول وتفضيل المعقد على البسيط ... الخ مما وجدنا له صدى في الدراسات العالمية.

obeikandi.com

الفصل الأول

الجانب الجمالي في الرسالة الإعلامية

دراسة نفسية في أثر الصورة على فاعلية الاستجابة

مقدمة:

يتفق معظم الدارسين على أن الاتصال Communication يهدف إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التالية:

١ - توفير المعلومات.

٢ - تيسير التعاون.

٣ - تحقيق الذات. (Cronkhite, 1976,p.26)

ولكى تتحقق هذه الأهداف كلها أو بعضها، فإن هناك شروطاً ينبغي توفيرها. ومن بين هذه الشروط، ما يخص المرسل، ومنها ما يخص المستقبل، ومنها ما يخص الرسالة، مما يمكن أن نعر عليه في معظم الكتب المهتمة بعملية الاتصال (Miller; 1967; Argyle 1972; Cronkhite 1976; Laver & Hurcheson, 1972).

واهتمامنا الأساسي في هذه الدراسة، هو الكشف عما يمكن أن يوجد من تفاعل أو علاقة بين الرسالة ومن يتلقاها.

ووضوح الرسالة هو من أبرز الخصائص التي يوصى بها المتخصصون، إذا أريد لها أن تحقق هدفها، ولكن هذه الخاصية وجدت من يزعم أنها إذا تحققت في الرسالة، فإنها لن تؤدي إلى أفضل النتائج تحت ظل ظروف معينة. بمعنى أن الوضوح، وإن كان أمراً مطلوباً، إلا أن الملاحظة المباشرة تدلنا على أن الإنسان في كثير من الحالات يسعى إلى معايشة حالة من عدم الوضوح من خلال عملية اتصالية يقوم بها، كما يذكر كرونكايت ومن ذلك

على سبيل المثال، مشاهدة الأفلام الملتغزة، والدخول في مراهنات غير مضمونة النتيجة، والاشتراك في جدل حول قضية معقدة وذات جوانب مبهمه. صحيح أن كل لأطراف تتنافس أو تتصارع أو تتعاون من أجل حل الغموض، ولكن عملية الاتصال في حد ذاتها تمر بالفعل خلال ارتقائها بمناطق غامضة، وقد تنتهي العملية ويجد المرء نفسه لم يبرح المنطقة التي كان فيها عند بداية العملية الاتصالية.

من ناحية أخرى، قامت دراسات تحاول أن تكشف عن طبيعة العلاقة بين عدم اليقين وازدياد درجة التفضيل لموضوع من موضوعات الاتصال، ومن بين من اهتموا بهذا الجانب بيرلين (Berlyne, 1974, p. 160) الذي يشير إلى أن العلاقة بين عدم اليقين وازدياد درجة التفضيل لموضوع من موضوعات الاتصال علاقة مستقيمة، أى أنه كلما ازداد الشك أو عدم اليقين إزاء مادة الرسالة، ازدادت درجة التشويق والاستارة والتفضيل لمحتوى ومضمون هذه الرسالة.

على حين يرى آخرون، أن العلاقة بين عدم اليقين وإصدار حكم تفضيلي، علاقة منحنية، بمعنى أنه كلما ازدادت الرسالة غموضاً، بما يؤدي إليه ذلك من تشكك أو عدم يقين، زادت درجة التفضيل حتى مستوى معين، ثم تبدأ العلاقة بعد هذا المستوى في التدهور. (الشيخ، ١٩٧٨ ص ٥٠-).

وهناك دراسة شيقة، نشرها تيرنس مور عن خبرة شخصية اتصالية، تمثلت في إقامته لفترة من الوقت بين جماعة من الناس لا يعرف لغتهم ولا يفهمون لغته. وقد حاول الباحث أن يحلل هذه العلاقة الاتصالية الصعبة، وتوصل من هذا التحليل إلى وجود خصائص لمثل هذا النوع من الاتصال نوجزها فيما يلي:

- ١ - الترميز أى وضع الرسالة من قبَل المصدر في شكل رموز معينة.
- ٢ - محاولة المستقبل للفهم.
- ٣ - التفاعل النفسى بين المتلقى وموقف فك الرمز.
- ٤ - التعبير أى الاستجابة برموز أخرى (بداية جملة اتصال جديدة).

وقد كشف التقرير، عن أن تلك العملية الاتصالية، كانت تمضى على النحو التالى:

- ١ - عزل الكلمات التي يمكن التعرف عليها.
- ٢ - استدعاء معاني الكلمة واكتساب المفردات.
- ٣ - ترتيب معاني الكلمات في جمل ذات معنى.
- ٤ - إيجاد مصطلحات تحدد بشكل مناسب، المفاهيم والعلاقات المتعلقة بموضوع الاتصال، من خلال ما يمكن أن نطلق عليه قطار الفكر. (Moore, 1978)

وفي كل مستوى من هذه المستويات، كان الباحث يلاحظ المشاعر المترتبة على نجاحه أو فشله، فقد كان على سبيل المثال يحاول أن يخمن معاني الكلمات المجهولة له، وكان يصاب بحالات من الإحباط، أو حالات من الانفعال، ذات خصائص متداخله. وبجمل ما تشير إليه هذه الدراسة، هو أن طبيعة الرسالة، فضلاً عن خصائص من يتلقاها، تلعب دوراً أساسياً في تشكيل، ليس فحسب الاستجابات المباشرة للفرد، ولكن أيضاً فيما يتبقى ويتراكم في البناء النفسي لهذا المتلقي.

وربما كان من الممكن الاستدلال على ذلك، مما توصل إليه باحثون متعددون، في مجال العلاقة بين التوتر النفسي وتحمل الغموض والتشتت النفسي من ناحية، ومستوى حضارية المجتمع من ناحية أخرى، بما يتضمنه ذلك من توفر وسائل الرفاهية، والمواصلات والاتصالات وشيوع أفكار متعددة ذات خصائص متباينة ودرجات متفاوتة من الاتساق والتناقض، أو بين الوضوح والغموض أو البساطة أو التركيب أو الكثافة والتدرة.

فقد اتضح على سبيل المثال في دراسة نجاتي، أنه كلما ازدادت درجة المدنية، ازدادت درجة التوتر لدى الشباب (١٩٦٣). وفي دراسة سويف (١٩٦٨) تم الكشف عن أن مواطني مصر أعلى من حيث درجة التوتر النفسي من مواطني كل من سوريا والأردن. وفي دراسة برنجلمان أتضح أن مواطني ألمانيا أعلى توتراً من المواطنين الإنجليز. وفي دراسة أجريناها على ثلاث مجموعات من المواطنين المصريين، مجموعة ريفية ومجموعة شبه حضرية ومجموعة حضرية، تم الكشف عن وجود تدرج متصل من التوتر النفسي، يمتد من أعلى درجات التوتر لدى الحضريين وينتهي بأقل درجات التوتر عند الريفيين. ونتائج هذه الدراسات تشير بوجه عام إلى أن المجتمع الذي يتمتع بدرجة أعلى من

التحضر (والاتصال دالة أساسية في هذه الدرجة)، يكون أفراده أكثر ميلاً إلى إصدار استجابات أكثر توتراً وأعلى تطرفاً (سويف ١٩٦٨، نجاتي ١٩٦٣، حنورة ١٩٦٨، (Bregelman, 1956, ١٩٧٦).

وربما كان هناك تفسير آخر لهذه النتائج، مؤداه، أن زيادة درجة الحضرية، يقابلها ازدياد مستوى النشاط والدافعية لدى الأفراد، بما يرتبط بذلك من مستوى مرتفع من التوتر.

وأياً كان التفسير المقدم، فهناك علاقة واضحة بين كمية وأنواع المعلومات المطروحة وحالة الدافعية وارتفاع مستوى النشاط وعدم اليقين والشك والتوتر والأحكام التفضيلية لدى الأفراد.

والعملية الإبداعية المصاحبة لصنع الرسالة، عبارة عن جهد مركب يبذله المبدع (صانع الرسالة)، لاقتحام عالم مليء بالغموض والأسرار. وقد كشفنا في عدد من الدراسات دارت حول عملية الإبداع الفني، عن الطبيعة المركبة لتلك العملية والتي من أبرز خصائصها تلك الحالة من الاستكشاف المتتالي بما يصاحبه من تناوب للوضوح والغموض على المجال الوجداني والمعرفي والجمالي للمبدع (سويف ١٩٧٠ ص ٢١٥ - ٣٠٦، حنورة ١٩٧٩ ص ٢٣٤ - ٢٣٥ و ١٩٨٠ ص ٢٢٣).

يؤكد ذلك ما يقرره تشيلد (Child, 1969)، من أن الأسلوب الذي يستخدمه الفنان لعرض موضوعه، ذو أثر كبير في تشكيل طبيعة الخبرة التي تتحقق لدى المتلقى. ويشير هذا الباحث، إلى رأى أرتهيم، الذي يذهب فيه إلى أن العمل الفني يعكس الفهم الخاص للعالم. كما هو متحقق لدى الفنان (صانع الرسالة). والموضوع الإدراكي، يجعل المتلقى قادراً على أن يجرب بنفسه مثل هذا الفهم الذي يحمله الفنان - صانع الرسالة - للعالم.

من كل ما سبق، يمكن لنا أن نتصور أن الرسالة، والرسالة الإعلامية على وجه الخصوص، تحمل بين طياتها، وتملك ضمن خصائصها، ما يمكن أن يؤثر إلى درجة كبيرة في استجابات الأفراد.

يوضح ذلك أكثر، ما يشير إليه سويف، من أن العمل الفني رسالة موجهة من الأنا

إلى الآخر بقصد استعادة «النحن». (سويف ١٩٧٠ ص ١٢٥-).

ولكن هذا كله، يفسر لنا الأبعاد الكبرى ولا يقترب كثيراً من خصائص نوعية المنبهات المعروضة على الإنسان وطريقة عرضها. ألا يمكن أن يكون اختلاف طبيعة المنبهات وطريقة بثها وأساليب تلقيها، مما يترتب عليه آثار في جانب أو آخر من جوانب العملية الاتصالية؟

يجيب على هذا السؤال، دراسة أجراها وولفوك (Wolfolk, 1976)، ناقش فيها بعمق، طريقة تقديم وعرض المعلومات في عملية الاتصال، فقد قارن بين ما أسماه الأسلوب التأكيدى التقليدى في العرض، وأسلوب اللامعقول: الأسلوب التأكيدى يعرض المنبهات عرضاً متتالياً فيه اتساق ووضوح ومباشرة وتأكيد، وأسلوب اللامعقول يعرض المنبهات عرضاً شاداً غير متسق لا يستجيب مباشرة للمنبهات أو الرسائل الأسبق منه.

- وقد توصل هذا الباحث، إلى أن أسلوب اللامعقول Absurd في العرض، كان أكثر تشويقاً وأكثر فاعلية، من حيث إنه يستفز قدرات الإنسان ويستثير فضوله، ويشد انتباهه، ويحد من سلطان التعادى أو القصور الذاقى والتلقى المسترخى للمعلومات، على حين أن الأسلوب التأكيدى المباشر، كثيراً ما يحمل معه الملل والشعور بالاكتهاء وعدم الرغبة في الاستكشاف.

ومن المفروغ منه، أن لا معقولية العرض، تتعلق في جانب أساسى منها، بالطريقة التى تتسلسل بها العناصر والمكونات، والتى تتشكل بصورة غير معتادة لدى من يتلقاها. من كل ما سبق، يمكن أن نخلص إلى الأفكار التالية:

- أن عملية الاتصال تعتمد ليس فحسب على مضمون المنبهات أو على وسيلة البث أو على خصائص المتلقى، بل هى عملية ذات طبيعة تركيبية ارتقائية متشعبة أيضاً.
- أن الحاجة إلى الوضوح، كخاصية مميزة للعمل المعروض ومميزة للنشاط المبذول، ليست في جميع الأحوال بذات الفاعلية الأكبر في العائد المأمول من العملية الاتصالية، بل

ربما كان عدم اليقين والغموض وخصوصية عناصر الرسالة، مما ينتج أثراً أعمق وأبقى.
- أن الخصائص الإبداعية في العملية الاتصالية، تمتد فتشمل الرسالة وصانعيها
بمتلقيها والقناة الحاملة لها.

أهداف الدراسة الحالية

تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن أثر الصورة الإبداعية المدركة والمنبئة من خلال رسالة إعلامية، على طبيعة الاستجابة لدى المتلقي، ومقارنة هذا الأثر بالأثر الناتج عن نفس الرسالة إذا وجهت من خلال قول وليس من خلال صورة.

وقد تحدد هذا الهدف، انطلاقاً من عدة مبررات، لعل في الاستعراض النظري السابق، ما يعرض بعضها، خاصة فيما يتعلق بطبيعة الرسالة، وما ينتج عنها من آثار.

ويمكن افتراض أن (القول أو الكلام)، وإن توفرت له بعض الخصائص الإبداعية، إلا أنه في سياق الرسالة الإعلامية يكون أكثر مباشرة ووضوحاً من الصورة التي يمكن أن تكون أكثر خصوصية وامتداداً في دلالاتها ورموزها، خاصة إذا كانت الصورة رسماً كاريكاتورياً.

ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف، تم وضع فرض صفرى عام مؤداه: أن الرسالة الإعلامية المعروضة من خلال صورة كاريكاتورية، لا تختلف فيما تنتجه من استجابات لدى متلقيها عن الرسالة الإعلامية المعروضة من خلال كلام يشير إلى نفس ما تشير إليه الصورة.

والاستجابة التي رؤى أنها يمكن أن تتعلق بالصورة أو الكلام، عبارة عن استجابة عامة إجمالية، تتكون من الأبعاد التالية:

(١) بعد معرفي، وتقصد به المضمون العقلي للرسالة بما تحتويه من معارف ومعلومات، وما يستثيره هذا المضمون لدى المتلقي من نشاط عقلي وقضايا فكرية... إلخ.

(ب) بعد وجداني، ونقصد به البطانة الانفعالية التي تحتويها الرسالة وما تثيره لدى المتلقى من انفعالات واتجاهات وعواطف... إلخ.

(ج) بعد جمالي، ونقصد به الجوانب التشكيلية والإيقاعية المكونة للرسالة، وما تستثيره لدى المتلقى من خبرة جمالية سارة كانت أو مكثرة... إلخ.

(د) بعد اجتماعي، والمقصود به المتعلقات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية التي تثير إليها الرسالة، وما يشعه ذلك من آثار لدى المتلقى.

(هـ) بعد يتعلق بالتكامل أو الوحدة بين تلك العناصر والأبعاد الجزئية. (حنورة ١٩٧٩ ص ٢٣٦ وما بعدها، ١٩٨٠ ص ٢٢٣ وما بعدها).

المنهج

للكشف عن صحة الفرض السابق، رؤى إجراء دراسة امبريقية استكشافية، باستخدام أداة ملائمة وعينة مناسبة، وقد اتبعت الإجراءات التالية لتحقيق ذلك:

١ - الأداة:

تكونت الأداة من ستة أقوال وست صور كاريكاتورية، تم الحصول عليها من بين حوالي خمسين قول وصورة أخرى نشرت خلال شهر مارس سنة ١٩٨٠ بالجرائد اليومية المصرية الصباحية الثلاث (الأهرام والأخبار والجمهورية) وقد روعي في انتقاء الأقوال والصور الست، عدة اعتبارات من أهمها:

- ١ - أن يكون موضوعها مما يشغل اهتمام غالبية القراء.
- ٢ - أن يكون موضوع كل منها مازال مطروحاً ومتداولاً.
- ٣ - أن يتوفر في الصورة والقول المنشور معها خصائص إبداعية كالأصالة والتفرد والعمق والملاءمة لمقتضى الحال... إلخ.

وقد اشترك مع الباحث في عملية الاختيار، ثلاثة باحثين آخرين ممن لهم اهتمام بالفن والسلوك الإنساني والمسائل العامة.

تم بعد ذلك فصل الكلام المعروض مع الصور (مع إدخال تعديل طفيف لكي يصلح للعمل كمنبهات مستقلة) وبذلك أصبح لدينا:

أولاً: ستة صور بالكلام المنشور معها.

ثانياً: ستة أقوال مكافئة فيما تشير إليه أو فيها تعنيه الصور الست.

وقد تم إعداد التعليمات المناسبة والتي يطلب فيها من المفحوصين الاستجابة لكل من الأقوال والصور، كل منها على حدة من حيث الزوايا التالية:

١ - البعد المعرفي.

٢ - البعد الوجداني.

٣ - البعد الجمالي.

٤ - البعد الاجتماعي.

٥ - الوحدة والتكامل والتماسك.

وذلك بتقييمها وتقييم أثرها، بدرجة تتراوح ما بين صفر، ٩ لكل بعد من هذه الأبعاد. وبذلك يتكون لدينا لكل مفحوص ٥ درجات لكل صورة و ٥ درجات لكل قول وقد تم حساب معامل ثبات لكل بعد من أبعاد الصور والأقوال، عن طريق القسمة النصفية، ويعرض الجدول رقم (١) لمعاملات ثبات كل بعد من هذه الأبعاد مضافاً إليها معامل ثبات كلي لكل من الصور والأقوال. (Garret, 1971, p.343).

جدول رقم (١) معاملات الثبات للصور والأقوال محسوبة بطريقة القسمة النصفية (البنود ١، ٢، ٣ في مقابل البنود ٤، ٥، ٦) لكل بعد من الأبعاد الخمسة والمقياس العام المكون من مجموعها:

جدول رقم (١)

| القياس | | الأقوال | | الصور |
|-----------------|--|-------------|--------------|-------------|
| | | م. الثبات** | م. الارتباط* | م. الثبات** |
| المقياس العام | | ٠,٩١ | ٠,٨٣ | ٠,٥٣ |
| البعد المعرفي | | ٠,٨٨ | ٠,٧٩ | ٠,٦٤ |
| البعد الوجداني | | ٠,٩٧ | ٠,٦٥ | ٠,٥٩ |
| البعد الجمالي | | ٠,٧٦ | ٠,٦٢ | ٠,٨١ |
| البعد الاجتماعي | | ٠,٦٦ | ٠,٤٩ | ٠,٤٧ |
| الوحدة والتماسك | | ٠,٨٦ | ٠,٧٥ | ٠,٧٩ |

* بين نصفى البنود الستة. (ن = ٣٠)

** بعد تصحيح الطول. تم حساب معامل الارتباط بطريقة بيرسون، كما تم حساب معامل الثبات بمعادلة تصحيح الطول (سبيرمان براون).

٢ - المفحوصون:

تم اختيار ٣٠ شخصاً للعمل كمفحوصين، وكانوا جميعاً من دارسى علم النفس بجامعة القاهرة (السنة الثالثة والرابعة ودبلوم علم النفس التطبيقي وماجستير علم النفس) وكانت أعمارهم تتراوح ما بين ٢١ سنة و ٢٥ سنة، وكان من بينهم ١٦ ذكراً و ١٤ أنثى.

٣ - التطبيق:

تم التطبيق على المفحوصين خلال الفترة الواقعة ما بين ١٢ و ١٥ أبريل سنة ١٩٨٠ في جامعات تراوح حجمها ما بين ٥ أفراد و ١٢ فرداً.

النتائج

يعرض الجدول (٢) النتائج التي أمكن الحصول عليها من تحليل استجابات أفراد

العينة:

جدول رقم (٢)

| مستوى دلالة الفروق بين المتوسطات | النسبة المرجحة* | الارتباط بين الأقوال (١) والصور (٢) | (٢) الصور | | (١) الأقوال | | المقاييس |
|--|--------------------|---|----------------------|---------|----------------------|---------|-----------------|
| | | | الانحراف المعياري | المتوسط | الانحراف المعياري | المتوسط | |
| بعد ٠.٠٥ | ٢,٩٨ | ٠,٥١ | ٥٤,٨٤ | ١٣٥,٣٥ | ٤٣,٨٩ | ١٠٥,٧ | المقياس العام |
| أقل من ٠.٠٥ | ١,١٢ | ٠,٦٩ | ١٠,٨١ | ٢٦,٦٥ | ١٣,٢٣ | ٢٣,٦٥ | البعد المعرف |
| أقل من ٠.٠٥ | ١,١٩ | ٠,٦٣ | ١٥,٦٤ | ٢٣,٦ | ١٨,٠٧ | ٢١ | البعد الوجداني |
| بعد ٠.٠١ | ٤,٣٣ | ٠,٥٢ | ١٣,١٣ | ٢٨,١٠ | ١٠,٩٩ | ١٨,٦٥ | البعد الجمالي |
| أقل من ٠.٠٥ | ١,٥٩ | ٠,٢٣ | ١١,٧٦ | ٣٠ | ١٤,٥٥ | ٢٥,١ | البعد الاجتماعي |
| بعد ٠.٠١ | ٤,١٥ | ٠,٣٩٧ | ١١,٧٤ | ٣٢,٢ | ١٣,٠٢ | ٢٣,٦٥ | الوحدة والتكامل |

* حسب النسبة المرجحة باستخدام الفروق بين المتوسطات والخطأ المعياري ودرجة الارتباط (بيرسون) وفقاً للمعادلة التي أوردتها جاريت: (Garret, 1971, P. 226)

مناقشة النتائج

تكشف النتائج المعروضة في الجدول رقم (٢) عن أن الفرض الصفري لم يثبت، وهو ما يشير إليه الفرق بين المتوسطين في المقياس العام، إذ وجد أن قيمة النسبة المرجحة بين المتوسطين المترابطين (باستخدام الفروق بين المتوسطات والارتباط بين القياسين والخطأ المعياري)، دالة أي أنها ليست نتيجة للصدفة، وإن دل هذا على شيء، فإنما يدل على أن الصورة الكاركاتيرية عموماً أكثر فعالية من حيث ما يمكن أن تنتج من منبهات مركبة ورموز موحية في أكثر من اتجاه وقيمة جمالية ينتج أثرها لدى من يتلقاها، كما أنها تشير إلى بعد اجتماعي يتمثل في المشكلة المطروحة والتي تحاول أن تعبر عنها فضلاً عن بروز التكامل والوحدة بين عناصر الصورة.

والتفسير الذي يمكن أن يقدم في هذا المجال، هو أن الصورة ليست إشارة بسيطة مباشرة، كما أنها تحمل من العناصر المركبة ما يمكن أن يستثير أكثر من استجابة لدى الإنسان، على خلاف الأمر مع القول المصاحب للصورة وحده وهو ما برز من صغر حجم متوسطات الاستجابات التي أفرزتها الأقوال وحدها.

فإذا انتقلنا من هذه الصورة المركبة إلى الأبعاد الفرعية التي طلبنا من المفحوصين الاستجابة لها كل على حده، وجدنا ما يلي:

- ١ - لم تكشف متوسطات الأبعاد المعرفية والوجدانية والاجتماعية عن فروق ضخمة، وإن كان الاتجاه العام للفروق بين المتوسطات والدرجات مما لا يؤيد الفرض الأساسي الصفري، وهو ما يؤكد فاعلية الصورة فيما تنتجه من استجابات عامة.
- ٢ - كشفت درجات الوحدة والتكامل ودرجات البعد الجمالي عن أكبر الفروق بين المتوسطات، وهو ما يؤيد ما سبقت الإشارة إليه، من أن استجابات التفضيل وعدم اليقين إزاء المنبهات ذات الطبيعة المركبة والمفضية إلى التشويق، مما يمكن أن يلعب دوراً بارزاً في تشكيل استجابات الناس للرسائل الاتصالية المعروضة عليهم.

والنتائج بهذه الحدود، تلتقى مع ما أشارت إليه دراسات كل من ولفولك (Wolfolk, 1976) وتيرنس مور (Moore, 1977) معاً من حيث الأثر النوعي الذي يمكن أن ينتج عن الشكل غير التقليدي للمنبهات المعروضة في عملية الاتصال، كما أنه يلتقى مع ما يشير إليه تشيلد وأرنهيم، من حيث إن طبيعة الرسالة الفنية، وبالتالي، الأثر الناتج عنها، لا يتحددان من مجرد رغبة وميل صانع الرسالة فقط، ولكن أيضاً وبشكل أكثر فاعلية، من خلال ما يوجد عند المتلقى نفسه من استعداد عقلي وتفضيل جمالي وبطانة وجدانية وحس اجتماعي... الخ، مما يلعب دوره في طريقة تلقي الرسالة والتعامل معها والاستجابة لها (Child, 1969) وهو ما يلتقى أيضاً مع دراسات برلين وغيره من علماء الجماليات التجريبية التي سبقت الإشارة إليها. وإذا كانت النتائج قد أكدت عدم صحة الفرض الصفري للدراسة الذي يرى أن الصورة ليست بذات أثر أكبر من أثر القول المكافئ لها، فإنه من الضروري أن نضع في اعتبارنا خصيصتين أساسيتين على الأقل هما:

- ١ - أن الصورة المعروضة (كرسالة)، قد تضمنت القول أيضاً، ومن ثم، فقد يثور تساؤل حول ما إذا كانت الصورة وحدها يمكن أن تنتج أثراً أكبر من أثر القول منفرداً وما إذا كان مزج الصورة بالقول يؤتي أثره بأكبر مما يصدر عن الصورة أو القول كل على انفراد؟ الواقع أنه تساؤل له ما يبرره، ويستحق أن نفرده له دراسة مستقلة.

٢ - أن النتائج قد أبرزت أن الأبعاد الثلاثة (المعرفي والاجتماعي والوجداني) في الرسالة، لم تفرق بشكل جوهري سواء (في القول وحده) أو في (الصورة + القول)، ولكن الفرق الرئيسي في الفاعلية، أتى من البعد الجمالي ومن الوحدة والتكامل بين الأبعاد الأربعة، الأمر الذى يجعلنا نتساءل عما إذا كان البعد الجمالي في الصورة أو في الرسالة عموماً، هو صاحب الفاعلية ذات الحجم الأكبر، وهو في الواقع ما نميل إليه إزاء المستوى الراهن من النتائج والمعرفة السيكولوجية المتوفرة، وإن كان الأمر ما زال بحاجة إلى مزيد من الاستقصاء.

والقضية التى يمكن أن تثيرها الدراسة الحالية، تتمثل فى أن مجالات الاتصال عموماً، والإعلام خصوصاً، والرسالة الإعلامية على وجه أخص ما زالت بحاجة إلى مزيد من الجهد يوجه إليها من خلال ما يمكن لنا أن نطلق عليه المنحى المتعدد الأبعاد لدراسة الظواهر الإنسانية. والدراسة الحالية بالنتائج التى انتهت إليها، ليست أكثر من خطوة على الطريق، ومن الضروري أن يكون واضحاً أن حدود انطباق نتائجها، لا ينبغي لها أن تتجاوز حدود العينة والأداة المستخدمة فيها، باعتبارها دراسة استكشافية استخدمت عينة ذات خصائص نوعية وأداة ذات صفات محدودة، وإن كان هذا لا يمنع من اعتبارها مؤشراً للاتجاهات التى يمكن أن يوجه إليها المزيد من الاهتمام.

ملخص

حاولت الدراسة الحالية، أن تكشف عن الفرق بين أثر الرسالة المصورة على الاستجابة لدى الأفراد، عند مقارنة ذلك بأثر الكلام غير المصور. ولتحقيق هذا الهدف، تم استخدام أداة مكونة من جزئين: الجزء الأول، عبارة عن ٦ صور كاريكاتورية نشرت بالصحف المصرية، والجزء الثاني عبارة عن الكلام الذى نشر مرافقاً لهذه الصور، واستخدم ٣٠ مفحوصاً من طلاب علم النفس، طلب منهم الاستجابة لهذين الجزئين من الأداة بتقييم الجوانب المعرفية والوجدانية والجمالية والاجتماعية والتكاملية في كل صورة وفي كل قول. وقد أبرزت التحليلات الإحصائية على وجه العموم، وجود فرق بين الاستجابة للصور والأقوال في الاتجاه الذى لا يؤيد الفرض الصفرى الذى قدمته هذه الدراسة، وبما يؤكد أن الصورة الكاريكاتورية والقول المصاحب لها، أكبر تأثيراً من القول (فقط)، من حيث ما ينتج عن كل منها من استجابات.

مراجع الفصل الأول

- الشيخ، عبدالسلام (١٩٧٨) بعض متغيرات الشخصية الشارطة لتفضيل متغيرات الفنون المرئية، دكتوراه علم نفس جامعة القاهرة.
- حنورة، مصرى (١٩٨٠) الأسس النفسية للإبداع الفنى فى المسرحية، دار المعارف، القاهرة
- _____ (١٩٧٩) الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الرواية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة.
- _____ (١٩٧٦) التوتر النفسى ومستوى الحضرية، دراسة قرئت بمؤتمر منظمة تطوير العلوم الاجتماعية، الخرطوم، فبراير ١٩٧٦.
- _____ (١٩٦٨) الريف والحضر فى المجتمع المصرى، الاجتماعية القومية، ٥، ٣، ٣٢٣.
- سويف، مصطفى (١٩٧٠) الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الشعر خاصة، دار المعارف، القاهرة.
- _____ (١٩٦٨) التطرف كأسلوب للاستجابة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة
- Argyle, Micheal (1972) *The psychology of Interpersonal Behavior*, penguin.
- Berlyne, D. E. (1974) *Studies in the New Experimental aesthetics*. John Wiely, Washington.
- Berngelmann, J. C. (1959) Differences in questionnaire respenses between

English and German nationals, *Acta psychol.* 160, 161-186.

- Ghild, Irvin (1969) Esthetics, *The Hand Book of social psychology*, U. S. second Edition ed. by Lindz, & Aronson. Addison Wesley menlo park, California. P.853.
- Cronkhite, Gary(1976) *Communication and Awareness*. Cummings Publishing, California.
- Garret, Henry (1971) *Statistics in psychology and education*, Vakils, Fiffer and Simons, Bombay.
- Millere, Geoge (1976) *The psychology of communication*, penguin
- Moore, Terrence,(1977) An experimental language handicap, *Bulletin of the British psychological society*, 30, 107-110
- Woolfolk, Robert (1976) Absurd communication as an adjunct to assertion training, *Psychotherapy*, 13, 2, 1,

محلقة بأداة الدراسة

تعليمات

فيما يلي عدد من الأقوال والصور المطلوب منك هو تقييم (أ) هذه الأقوال، (ب) وهذه الصور، كل منها على حدة، من حيث مستوى الإبداع وطاقة التأثير وكونها جيدة وطريفة ومستوعبة وملانمة، ومؤثرة ومثيرة للإقناع أو التساؤل أو حب الاستطلاع والمعرفة.

وسيتم التقييم بالنسبة للزوايا أو الجوانب الخمس التالية لكل قول أو صورة على حدة.

الجانب الأول: متعلق بالخصائص العقلية المعرفية التي يمكن أن تفسح عنها أو تشير إليها الأقوال أو الصور، بما في ذلك الفهم والإدراك والإلهام والأصالة والتفرد والشمول والملاءمة... الخ.

الجانب الثاني: هو الجانب الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تمسه الأقوال أو الصور أو يمكن أن تكون متعلقة به بشكل أو بآخر.

الجانب الثالث: وهو الجانب الوجداني العاطفي الدافعي الذي ترمز له أو تعبر عنه أو تحركه الأقوال أو الصور.

الجانب الرابع: وهو الجانب الجمالي ويشار به إلى البعد التشكيلي والصياغة والجازبية والتنسيق والاتساق بين أجزاء الأقوال أو الصور، كما يتضمن الخبرات السارة أو المكدرة والانجذاب والتفضيل.. الخ.

الجانب الخامس: ويخص الوحدة والتكامل والتماسك بما يؤدي إلى توافر الرؤيا

الإبداعية الثاقبة والخبرة النفسية العميقة المترتبة على معايشة خصائص الأقوال أو الصور.

وطريقة التقييم، هي أن تمنح لكل قول أو كل صورة على حدة، خمس درجات: لكل جانب منها درجة تتراوح ما بين (صفر) ويعبر عن أصغر درجة، و(٩) وتعبر عن أعلى درجة ممكنة.

لا تترك قولاً أو شكلاً بدون أن تقيم جوانبه أو زواياه الخمسة على النحو الموضح في ورقة التقييم.

أولاً: الأقوال

الموضوع الأول:

(١) «مطلوب حملة نظافة لمدينة الأقصر»

(ب) تعليق: من مواطن لمستول بالدولة: مش يمكن لو كنسناها يا بيه نكتشف تحتها مزيد من الآثار

الموضوع الثاني:

(١) اسرائيل غاضبة لاشترك أمريكا في التصويت على المستوطنات.

(ب) تعليق من مواطن اسرائيلي مؤيد للسلام لحكومته - طبعاً أمريكا لازم «تصوت» على المستوطنات: أمال تزغرط؟

الموضوع الثالث:

(١) «بحث مراحل تنفيذ تليفونات القاهرة في فيينا»

(ب) تعليق: بقى رايحين لحد فيينا عشان يبحثوا تليفونات القاهرة؟

- زى ما أحنا بنروح العباسية.. عشان نكلم باب الشعرية؟

الموضوع الرابع:

(أ) «أزمة البن»

(ب) تعليق: أحد المعزين في مآتم يقول للقهوجي «وحياة والدك تجيب لي تلقيمة بن في ورقة وحشوفك»

الموضوع الخامس:

(أ) «شاب صغير السن أحيل للمعاش يستفسر من موظف المعاشات عن السبب؟

(ب) رد الموظف: «أوعى تتصور أنى أصدقك أنت وأكذب السجلات.. أنت بلغت سن المعاش».

الموضوع السادس:

(أ) الرهائن الأمريكيين في إيران:

(ب) موظف بالبتاجون الأمريكى لرئيسه: «مواطن من شيكاغو يقترح أنه يخطف الحمينى ونساوم به على رهائن السفارة».

ثانيا: الصور

□ ص ١١ ١٩٨٠/٣/١٩



□ ص ٩ ١٩٨٠/٣/٤



م. م. م. م.

• بحث مراحل تنفيذ تطبيقات القاهرة في ليبيا •



بقي راجين لهدد ليبيا • بشأن يبهنوا تطبيقات القاهرة ؟
زي ما اهننا بنروح العباسية • بشأن نكلم باب الثميرية ؟

(ازمة البن)





□ ص ٩ رقم ١٣/٣/١٩٨٠ □

