

### مقدمة :

الإنسان في العالم العربي الآن لا يعيش معزلاً عما يدور في العالم المعاصر حتى لو أراد ذلك - وهو أمر في حكم المستحيل - فإن طرقات العصر على باهه لن تدع له مجالاً للإقلاات أو اللامبالاة، وطرقات العصر هذه ليست إلا ماتطرحة عليه وسائل الاتصال والاعلام كل صباح ومساء.

لقد أصبح إنسان العصر الحديث محاصراً في كل لحظة وفي كل مكان وليس أمامه خيار، بل هو مجبر على أن يتعامل مع ماتقدمه له تلك التقنيات الحديثة من منتجات هذا العصر الذي يعيش فيه .

وعلى الرغم من أن الإنسان في كل لحظة يحياها وفي كل مكان يوجد فيه لا يقلت من تأثير رسالة أو أكثر من الرسائل الاتصالية والإعلامية، إلا أن قليلاً من الاهتمام قد وجه للكشف عن العلاقة بين التعرض لتأثير الإعلامي (الاتصالي) ، من ناحية والسلوك الإنساني من ناحية أخرى. وكلمة الاتصال Communication هي من المفردات القليلة التي تستخدم بمعنى متعددة عند مختلف الناس، فهي تعني عند البعض صورة لتحدث يتوجه بخطابه إلى متلقى منه على بعد، وهي تشير أحياناً إلى النقاش الحى في لقاء بين زملاء، كما أنها تشير أحياناً إلى تبادل النظرات المعبرة بين شخصين. كذلك فإن هناك من يقرن كلمة (الاتصال) أساساً بوسائل الاتصال الجماهيرى Mass Media كالجرائد والتلفزيون والكتب والمجلات والراديو أو أجهزة التسجيل بمختلف أنواعها، فيديو وسينما وكاسيت .... الخ. ثم هناك من يربط عملية الاتصال باستخدامات المعقول .

وكما هو ملاحظ - مما يشير إليه روبين - أن كلمة الاتصال تتسع لتشمل كل المواقف والأدوات التي تكون مستولة عن توصيل منبه معين (معلومة) إلى المتلقى، الذي هو بدوره يقوم بعملية إفراس تنبيهى كاستجابة لما يتلقاه من معلومات سواء كانت الاستجابة عبارة عن رد إيجابى أو سلبى أو استفهام أو مجرد إشارة إلى أن الرسالة قد وصلت .

ويعرف والتر وماركسى (٣٣ : ٥١) أن مقدرة الإنسان على أن يتواصل Communicate هي مقدرة عميقة وفريدة مثلها مثل ذكاء الإنسان عندما تقارنه بما هو متوفر فى الأجناس الأخرى. والحظ الفاصل فى تطور الاتصال - على ما يذكر ويلسون Wilson, 1975. 177 - يفصل بين الإنسان وحوالى ١٠ مليون جنس من الكائنات الأخرى . وعلى سبيل المثال فإن تطور اللغة عند الإنسان يمثل حفزة ضخمة فى التطور إذا ما قورنت لغة الإنسان باللغات الأخرى التى تستخدمها باقى الكائنات ويكفى دلالة على أهمية الارتقاء اللغوى عند الإنسان أن الإنسان باستخدامه اللغة أصبح كائناً له تاريخ معمر وله ذاكرة على درجة عالية من التعقيد وخصوية الاستخدام. وقضى عن الذكر أن اللغة الإنسانية وإن كانت هي إحدى أشكال (أو قنوات الاتصال) إلا أنها فيما يبدو مازالت حتى الآن من أبرز القنوات (هذا بالإضافة إلى أن الاستعداد اللغوى هو أحد المكونات الرئيسية للذكاء الإنسان) .

والذى يعنينا فى السياق الحالى هو أنه على الرغم من أن العملية الاتصالية تتسع لتشمل للمتلقى وكل ما يتعرض له من مواقف تنبيهية وما يتم فى داخله وخارجه متأثراً أو متعلقاً بما يتلقاه، إلا أن الباحثين قد اتفقوا على أن يصنفوا عمليات الاتصال وأساليبه إلى فئات مستقلة بعضها عن البعض الآخر : اتصال مباشر واتصال غير مباشر، إتصال لفظى واتصال غير لفظى، اتصال فردى واتصال جماعى ... الخ، هذا بالإضافة إلى تقسيم السياق الاتصالى إلى عناصر هي المرسل والمتلقى والرسالة والقناة الحاملة للرسالة، وتقسيم الرسالة إلى أبعاد هي البعد المعرفى والبعد الوجدانى والبعد الجمالى والبعد الثقافى والاجتماعى. وكل هذه التصنيفات والتقسيمات تهدف أساساً إلى تحقيق قدر معقول من الدقة فى معالجة الظاهرة الاتصالية، مع التأكيد على أن الأشكال

المختلفة للاتصال (وما يتعلق بها من وسائل وقنوات وعمليات) تتبادل التأثير فيما بينها بشكل مستمر، بما يجعلنا - في كثير من الأحيان - عاجزين عن تقدير الأثر المنفرد لكل وحدة اتصالية على السلوك الإنساني (٥) وهذا مايقودنا إلى الحديث عن أن التفاعل المفترض بين مصادر للمعلومات ومايفرزه من آثار على المثلى، هذا التفاعل يجعل من الضروري تناول الظاهرة الاتصالية من خلال المنهج المتعدد الروافد Interdisciplinary approach هذا المنهج الذي يتم من خلال تكامل جهود المتخصصين في الفروع العلمية المختلفة التي لها علاقة بصيغة الاتصال، كعلم النفس وعلم الاجتماع والاثروبولوجي والسياسة والاقتصاد .... الخ .

وسوف يقتصر تعرضنا في هذه الدراسة للعلاقة بين علم النفس والاعلام وهو أحد القطاعات الهامة في الظاهرة الاتصالية يركز على عملية نقل معلومات بشكل هادف من مصدر معين إلى متلقي محدد باستخدام وسائل معينة لنقل وجهة نظر موضوعية (أو هيكلية) يفترض من صانع الرسالة إلى متلقيها (٦ : ٢٣) ، وربما يكون من المناسب الإشارة بشكل موجز إلى العلاقة بين علم النفس والاعلام .

### علم النفس والاعلام :

الاعلام - كما قدمنا - نشاط إنساني له هدف يقوم به فرد (أو جماعة) من المفترض أن يسعى لتحقيق الهدف من خلال رسالة معينة مستخدماً قناة (أو أكثر) تحمل رسالة إلى متلقي (مستهدف) ومجال اهتمام علم النفس هو الفرد، سواء كفرد مستقل ذي نشاط فردي، أو كفرد له هويته الاجتماعية .

وحيث أن الفرد هو المستهدف بالعملية الإعلامية (سواء كفرد مستقل أو كعضو في جماعة أو مجتمع) فلقد بات واضحاً العلاقة التلازمية بين الاعلام وعلم النفس، وهذه العلاقة ذات أوجه متنوعة فقد لتشمل كل عناصر العملية الإعلامية، بداية من صانع الرسالة وبخاصته العقلية والشخصية وسلوكه أثناء عملية الإبداع التي يقوم بها من أجل إنجاز مادة إعلامية (عنقودية) ، ١٩٧٧، ١٩٧٩ ، ١٩٨٠ ، ١٩٨٦) ومروراً بخصائص الرسالة الإعلامية (١٠) وانطلاقاً إلى

القناة الحاملة للرسالة، سواء كانت قناة مصنوعة أو كانت كائناً بشرياً أو ما يصدر عنه من نشاط، وانتهاءً بالتلقى المستهدف بالمعملية الإعلامية من حيث كونه شخصاً له خصائص وسمات وارتباطات معينة توضع في الاعتبار عند صنع وتوجيه الرسالة أو كصاحب شخصية معينة ونشاط يمارسه أثناء التلقى والمعالجة والرد على الرسالة الموجهة إليه (٥) .

وعند ربط مجال اهتمام الاعلام بمجال اهتمام علم النفس، تلاحظ أن الفرد (صانع الرسالة) والفرد المستهدف والرسالة (كمنبه) هي موضوعات مشتركة بين المجالين. ومن المجالات النفسية التي استثمرت، أو دارت حول الاتصال، بحوث الشخصية والتعلم، وديناميات الجماعة والتفاعل الاجتماعي والزأى العام. وربما كانت بحوث الاتجاهات (وهي إحدى موضوعات علم النفس الاجتماعي الهامة) من أهم ما يبرز علاقة الاعلام بعلم النفس. وقد كان الجهد الذي قدم في هذا السياق كبيراً ومثوفاً. (٥ : ٤٤٩ - ٤٦٣) .

وهناك دراسات أخرى أجريت للكشف عن العلاقة بين خصائص الشخصية ودينامياتها وما تتعرض له من تأثير إعلامي، فقد اتضح أن السلوك العدواني عند الأطفال تزداد حدته ونطاقه من خلال التعرض للمواد الإعلامية العنيفة التي تعرض من خلال السينما والتلفزيون وشرائط الفيديو (٤ : ٩٩ - ١٢٤) .

كذلك أظهرت بعض الدراسات أن الاستعدادات العقلية تتأثر بدرجات متفاوتة من خلال التعرض لتأثير وسائل الاتصال المختلفة بل وقد ظهر أن هناك تأثيراً متبادلاً بين الأساليب المختلفة، حيث قد ظهر على سبيل المثال أن مشاهدة التلفزيون تزيد بصفة عامة من الذين يقرأون الصحف والمجلات والكتب الثقافية وشاهدون الفيديو ... الخ . (١٧ : ٣٩٩ - ٤٢٠) .

وإذا ما كانت هناك دراسات أشارت إلى إيجابية التأثير البعض وسائل الاتصال) على السمات الشخصية والقدرات العقلية عند الأطفال، فإن هناك ما يشير أيضاً إلى نوع من الأثر السلبي الذي يفرزه التعرض للمواد الإعلامية. من ذلك ماقت الإشارة إليه من قبل عن تزايد السلوك العنيف والاضطراب في الشخصية لدى الأطفال (٤ : ٩٩ - ١٢٤) كما أن التعصب

(من خلال بناء المهارات عنصرية) يمكن أن ينمو بفعل التعزيز Reinforcement الذى تقاربه عملية التنشئة الاجتماعية والتي تتضمن ماتقدمه المواد الإعلامية التى يتعرض لها الأطفال (والراشدون أيضاً)، ذكوراً كانوا أو إناثاً. كذلك فقد اتضح وجود علاقة بين التعرض لبعض هذه الوسائل (التلفزيون خصوصاً) ودرجة التوافق النفسى عند الأطفال (١٩) .

## الاعلام والإبداع :

قليلة هى الدراسات التى اهتمت بمفحص العلاقة بين التعرض لأساليب الاتصال الجماهيرية والقدرات الإبداعية. ومعظم ماهر متوفر من أفكار إما يعتمد على آراء انطباعية أو تأملات نظرية، وفى حدود علمنا فإن الاهتمام بهذا الجانب العربى محدود للغاية، وكان أكثر الاهتمام موجهاً إما إلى الكشف عن العلاقة بين التعرض للمواد الإعلامية والتحصيل الدراسى (عند الأطفال طبعاً) أو التعرض لها وتأثير الذكاء بهذا التعرض (١٥ : ٤٩ - ٧٠) .

أما موضوع الإبداع فليست لدينا معلومات عن دراسات أجريت للكشف عن العلاقة بينه وبين التعرض لوسائل الاتصال المختلفة (الجماهيرية منها على سبيل التحديد) فى العالم العربى .  
والمقصود بالإبداع فى السياق الحالى هو ذلك النشاط النفسى الذى يتبدى فى إفراز استجابات على درجة كبيرة من الأصالة (الجودة) والمرونة (التنوع) والطلاقة (الوفرة) سواء باستخدام المقاييس النسبية أو فى مواقف السلوك التلقائى أثناء اللعب أو غيره من المواقف الهادفة (المزيد من التفاصيل يمكن الرجوع إلى (٣٠) .

وقد تم توجيه جهد مكثف لهذا الجانب من السلوك الإنسانى منذ خمسينات هذا القرن بعد أن لفت ج . ب . جيلفورد ، الانتظار إلى أهميته فى خطابه الرئاسى أمام جمعية علم النفس الأمريكية سنة ١٩٥٠ والذى نشره بعد ذلك بعنوان Creativity أو الإبداع، وأشار فيه إلى أنه يفترض وجود قدرات فى البناء العقلى ذات طبيعة مختلفة عن القدرات التى كانت معروفة بأنها تكون قدرات الذكاء العام، وقد رأى جيلفورد أن أهم ما يميز هذه القدرات هو أنها تنمو منحنى تفرعياً تنوعياً Diverging فى التفكير على حين أن قدرات الذكاء التقليدية تنمو منحنى تفرعياً.

والقدرة الإبداعية هي المسترلة عما يساعد على حل المشكلات وعلى قيادة التفكير فى إلهاء التجديد المناسب لمقتضى الحال وما يخدم أهداف الفرد والمجاعة بأعلى كفاءة وبأقل جهد وبأقل تكاليف .

ويرى أى . بول . تورانس أن سر تفوق اليابان (وهى أمة ذات ١١٥ مليون مبدع) هو أن الشعب اليابانى حكومة وأفراداً يحرصون على تنمية السلوك الإبداعى عند كل فرد منذ بداية الميلاد وعلى مدى رحلة العمر بما يساعد على تلك القفزة التكنولوجية والاقتصادية الهائلة (١٦ : ٩ - ٣٤) والتي سبقت فيها كل بلدان العالم بما فيها الولايات المتحدة الأمريكية التى أخضعتها سنة ١٩٤٥ . أما عن إمكانية تنمية القدرات الإبداعية، بحيث يصبح الفرد أكثر إبداعاً فهذا ما أصبح أمراً مؤكداً ، بصرف النظر عن تأكيد البعض على أن الإبداع كاستعدادات يرتد إلى محددات وراثية، ولكن كما يقول جيلفورد فإن هناك مساحة متاحة للنمر ما بين الإستعداد (كطاقة) والقدرة (بعد أن يتدرب الاستعداد) ، ويرى جيلفورد أيضاً أنه من النادر أن يصل أى شخص (لأسباب متنوعة) إلى تحقيق أقصى طاقة إبداعية لديه، ولذا فإن عملية تنمية الإمكانات الإبداعية عند الفرد أمر ممكن .

ومصطلح الإبداع يتضمن الإشارة إلى الأصالة والتجديد والاختراع والابتكار والخيال .. الخ حيث أن معناه اللغوى (فى اللغة العربية) يتضمن فكرة الجلق أو إيجاد الشىء على صورة غير مسبوقة، وذلك فإنه يمكن استخدامه كعنوان عام يشار به إلى الأنشطة المتقدمة . (١ : ٢٢٩) . وقد أشار تورانس فى دراسة حديثة له (٣٢) إلى أن الأطفال الذين تلقوا تدريباً أو خبرة من نوع ما أصبحوا أكثر إبداعاً من أولئك الذين لم يتعرضوا لنفس الخبرة، خاصة وقد اتضح أن نوع التدريب ينتج أثره حسب الجانب من المخ الموجه إليه التدريب، فإذا ماتم تقديم خبرات مكثفة تنمى الخيال والحدس والتفكير الشمولى والفنى والجماليات والموسيقى والسلوك الحركى فإننا بذلك ندعم نشاط الجانب الأيمن من المخ المستول عن الإبداع، أما إذا كان التدريب موجهاً خصيصاً للمنطق والرياضيات والتفكير التقريرى فإننا نكزن بذلك ندعم نشاط الجانب الأيسر من المخ، والمطلوب

بالتطوع هو تنمية الجانبين بنفس النسبة، لأن تهريرا بدون منطق عبث لا طائل من ورائه ومنطق بدون حدث أو خيال، جمود وتوقع وعدم تجديد، وينتهي تورانس إلى أن الحاجة ماسة الآن وضرورية إلى تحرير أساليب التعليم من الصيغ التقليدية والاتجاه نحو المستقبل من أجل تنمية السلوك الإبداعي عند الأطفال بدلاً من الاكتصار على تنمية التفكير التقريري الذي لا يقدم جديداً (٣٢) مقارنةً بمجتمعه (المتخلف) في أكثر من دراسة، بالمجتمع الياباني المتقدم .

وإذا ما كان هذا هو ما يدعوا إليه باحث غربي في مجتمع مشهود له بالتقدم الكبير (هو المجتمع الأمريكي) مقارنةً بهذا المجتمع المتخلف (من وجهة نظره) بالمجتمع الياباني المتقدم (وذلك في أكثر من دراسة) فماذا يمكن أن نقول نحن في مجتمعنا العربي، وعوامل إعاقته التفكير الإبداعي فيه كثيرة ومتنوعة (١٦ : ٩ - ٣٤) ولكن كيف ينمو التفكير الإبداعي ؟ .

التفكير الإبداعي عبارة عن سلوكه يصدر عن الفرد تشترك في إصداره أجهزة نفسية متعددة منها ماهر معرفي وجداني وما هو جمالي (بالإضافة إلى العوامل العضوية) وما هو راجع إلى أصل ثقافي اجتماعي، تلك الأجهزة التي تعمل في إطار وحدة السلوك وتكامله بدرجات متفاوتة من الفاعلية، فإذا كانت في أقصى درجات الفاعلية كنا بإزاء الأساس النفسي الفعال المستول عن ذروة الإلهام الإبداعي .

وهذه الذروة يمكن أن تتحقق لدى الإنسان من خلال طرق متنوعة مقصودة أو غير مقصودة : ربما عن طريق الخبرة التلقائية المتاحة للفرد في بيئته (وهذه هي محور اهتمام دراستنا الحالية) أو من خلال تدريب مبرمج يخضع له الفرد في ظل ظروف مخطط لها (٩ ، ١٠ ، ١٤) ، (٣٢) .

**التعرض للاتصال الجماهيري Mass Media وهو القدرات الإبداعية :**

نتعرض في التقرير الحالي للمقارنة بين درجة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري والأداء

على بعض مقاييس الإبداع عند تلاميذ المدارس الابتدائية في مدينة القاهرة .

وقد اتضح أن برامج التدريب سواء للفرد كفرد أو للفرد من خلال وجوده في أو تفاعله مع جماعة، له أثره في تنمية القدرات الإبداعية سواء في الأداء الإبداعي للفرد كفرد أو في النتائج الكلية لأداء الأفراد المكونين للجماعة، ولكن بصفة عامة فإن الخبرة التي يتعرض لها الفرد من خلال تنمية قدرته على التخيل والتفكير المتحرر من القيود (٢٤) تؤدي مع مرور الوقت إلى تحسين الأداء الإبداعي عند الفرد .

والآن ماهو دور وسائل الاتصال الجماهيرية في تنمية (أو إعاقته) السلوك الإبداعي عند الأفراد وخاصة الأطفال حتى سن الثانية عشر .

الواقع أن الدراسات التي اهتمت بهذا الجانب نادرة ، وفي حدود معلوماتنا فإنه لم تتوفر لنا دراسات امبريقية أجريت في العالم العربي تشير إلى هذا البعد ومعظم الإشارات الموجودة في التراث عبارة عن آراء انطباعية أو تأملات شخصية أو استنتاجات اجتهادية للباحثين مع عدد محدود من الدراسات الأمبريقية .

ويعرض التقرير الحالي لجانب من نتائج دراسة أشمل عن الاتصال والإبداع، وسوف ينصب اهتمامنا على التأثير العام للتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية ونمو القدرات الإبداعية عند الأطفال ما بين ٦ ، ١٢ سنة . (١٣) .



## المنهج :

### (أ) العينة :

سحبت العينة من مدارس المرحلة الابتدائية بمدينة القاهرة بحيث يكثر موزعين على جميع أحياء مدينة القاهرة وبأعمار تراوحت ما بين ٦ ، ١٢ سنة ثم تم بعد التطبيق تقسيم العينة إحصائياً إلى مجموعات فرعية حسب العمر وكثافة التلقى والجنس .  
وقد تم الحرص على أن تكون العينة ممثلة للمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة في مدينة القاهرة، وذلك اعتماداً على موقع كل مدرسة وانتماء تلاميذها إلى الأحياء السكنية المختلفة .

### (ب) الأدوات :

#### ١ - استبيان التعرض لوسائل الاتصال :

تم استخدام استبيان عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وجهت أسئلته إلى التلاميذ وقد مرت صياغة الأسئلة بمراحل متعددة من خلال لجنة علمية استفادت من نتائج الدراسات المتعددة التي أجريت عن الاتصال الجماهيري في العالم العربي وفي الخارج .  
وقد تم حساب الثبات لبثوده من خلال إعادة التطبيق وكانت نسب الإتفاق لجميع البنود دالة ومقبولة لأهداف البحث. وقد تم استخلاص ستة مقاييس فرعية يضم كل مقياس منها عدة بنود خاصة بالتعرض لإحدى وسائل الاتصال (الصحف والكتب والسينما والإذاعة والكاسيت والتلفزيون والمسرح) . ومن مجموعة الدرجات الخاصة بالوسائل الستة تستخلص درجة عامة عن أثر التعرض تأثير وسائل الاتصال الجماهيري (وهو المقياس الذي تم الاعتماد عليه في الدراسة الحالية) لتقسيم العينة الكلية إلى ثلاث مجموعات : مجموعة من كثيفي التعرض للاتصال الجماهيري ومجموعة متوسطة التعرض ومجموعة من ضعيفي التعرض) . وقد تم حساب صدق المقاييس من خلال المحكمين ومن خلال التحليل العاملي، وقد جاء الصدق مرضياً وملائماً لأهداف الدراسة (١٣) .

## ٢ - مقاييس الإبداع والتفكير :

تم استخدام أربعة عشر مقياساً للإبداع والتفكير، مأخوذة من أربعة مقاييس عامة هي مقياس عناوين القصص لجيلفورد ويضم ثلاثة مقاييس فرعية للأصالة والطلاقة (العناوين الريدئة) والطلاقة العامة ومقياس المتربات لجيلفورد ويضم مقياسين للأصالة والطلاقة ومقياس الدوائر لتورانس ويضم ثلاثة مقاييس فرعية للأصالة والطلاقة والمرونة ومقياس الخطوط لتورانس أيضاً ويضم ثلاثة مقاييس فرعية للأصالة والطاقة والمرونة ومقياس من ابتكار الباحث الحالي ويضم ثلاثة مقاييس للأصالة والطلاقة والمرونة .

وجميع المقاييس (باستثناء المقياس الأخير) تم استخدامها في دراسات عربية سابقة وتم الكشف عن صدقها وثباتها. وفي الدراسة الحالية تم حساب ثباتها بطريقة إعادة التطبيق (ووسائل أخرى) انظر جدول الثبات) كما تم حساب صدقها العاملي (١٣) . وقد جاءت معاملات الثبات والصدق مرضية (أنظر الجدول رقم ١) .

## (ج) جمع البيانات :

تم جمع البيانات من تلاميذ المدارس في قصولهم بطريقة التطبيق الجمعي للأطفال الكبار (من سن ٩ فما فوق) . هذا بالنسبة لمقاييس الإبداع، أما بالنسبة لبيانات الاستبيان فقد تم التطبيق بطريقة فردية، وهو الأمر الذي تم أيضاً بالنسبة لجميع المقاييس للأطفال الذين دون سن التاسعة من العمر وذلك من خلال باحثين ميدانيين مدربين تحت إشراف لجنة علمية نيط بها متابعة العمل الميداني . وقد استغرق جمع البيانات مدة عامين من أواخر ١٩٨٢ حتى أواخر ١٩٨٤ وتبع ذلك عمليات تجهيز البيانات وتحليلها إحصائياً خلال عامي ١٩٨٤ و ١٩٨٥ .

وسوف نهتم في التقرير الحالي بالإشارة إلى درجة التعرض الكلي لوسائل الاتصال الجماهيري ومجموعة ونمو القدرات الإبداعية لدى ثلاث مجموعات، مجموعة ضعيفة ومجموعة متوسطة ومجموعة كثيفة التلقى وذلك بعد تقسيم العينة الكلية إلى ثلاث مجموعات وفقاً لكثافة متعرض له أفراد كل مجموعة من تأثير إعلامي .

جدول رقم (١)  
معاملات الثبات  
الخاصة بالمقاييس المستخدمة في الدراسة

الاختبار	إعادة التطبيق	الصدق الذاتي	تجزئة تصفية		الصدق الذاتي
			قبل تصحيح الطول	بعد التصحيح	
<b>الدوائر</b>					
١	الطلاقة	٠,٨١	٠,٩٠	٠,٠٠	٠,٠٠
٢	المرونة	٠,٧٣	٠,٨٥	٠,٠٠	٠,٠٠
٣	الأصالة	٠,٧٤	٠,٨٦	٠,٠٠	٠,٠٠
<b>المخطوط المتراصة</b>					
٤	الطلاقة	٠,٧٤	٠,٨٦	٠,٠٠	٠,٠٠
٥	المرونة	٠,٧٦	٠,٨٧	٠,٠٠	٠,٠٠
٦	الأصالة	٠,٨٣	٠,٩١	٠,٠٠	٠,٠٠
<b>مناوين القصص</b>					
٧	ماهرة	٠,٦٠	٠,٧٧	٠,٦٨	٠,٩٠
٨	غير ماهرة	٠,٧٠	٠,٨٤	٠,٧٤	٠,٩٢
٩	طلاقة عامة	٠,٧٨	٠,٨٨	٠,٠٠	٠,٠٠
<b>التحويل</b>					
١٠	المرونة	٠,٤٧	٠,٦٩	٠,٥٣	٠,٨٣
١١	الأصالة	٠,٧٢	٠,٨٥	٠,٥٥	٠,٨٤
١٢	الطلاقة	٠,٥٥	٧٤,٠	٠,٦٧	٠,٨٩
<b>المترجمات</b>					
١٣	البعيدة	٠,٨٤	٠,٩٣	٠,٠٠	٠,٠٠
١٤	القريبة	٠,٦٠	٠,٧٧	٠,٠٠	٠,٠٠

\* حسب الصدق الذاتي بحساب  
الجزء التريين لقيمة معامل الثبات.

## النتائج :

يتمضمّن الجدول رقم (٢) نتائج التحليل الإحصائي لأربعة عشر مقياساً من مقاييس القنويات الإبداعية عند المجموعات الثلاثة التي سبقت الإشارة إليها (ضعيفة ومتوسطة التلقى ومرتفعة التلقى) .

وقد تمت المقارنة بين المجموعات الثلاثة باستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد واستخلصت قيم (ف) وحيثما كانت قيمة (ف) دالة تم إجراء مقارنات بين المتوسطات لاستخلاص قيمة (ت) بين كل مجموعتين (١ - ٢ ، ١ - ٣ ، ٢ - ٣) .

وقد تمخضت نتائج التحليلات عن قيم (ف) ذات دلالة إحصائية على عدد ٧ مقاييس من بين الأربعة عشر مقياساً وجاءت الفروق على النحو التالي :

- ١ - مقياس الأصالة والطلاقة العامة من اختبار عناوين القصص لجيلفورد .
- ٢ - مقياس الطلاقة والأصالة من اختبار بناء الصور الخيالية للمباحث الحالي .
- ٣ - مقياس الطلاقة والأصالة من اختبار المخرجات لجيلفورد .
- ٤ - مقياس الأصالة من اختبار الخطوط المتوازنة لتورانس .

والملاحظ على هذا المستوى من النتائج مايلي :

أ - أن أداء الأطفال كان حساساً بالنسبة للمقاييس التي تتطلب استجابات لفظية حيث أن المقاييس اللفظية الثمانية وجدت فروق في ستة منها بين ذوى التعرض المنخفض للمواد الإحصائية وذوى التعرض المرتفع .

ب - وعلى العكس من ذلك ظهر أن المقاييس الأدائية الستة المستخدمة (والتي لا تتطلب استجابات لفظية) لم تتطلب إبداع رسوم جديدة (أصيلة) ومتنوعة ووافرة ظهر أن خمسة منها لم تتحقق عليها فروق بين مرتفعي ومنخفضي التلقى ومقياس واحد فيها هو الذى أفرز فروقاً لها دلالة إحصائية .

وتعليقنا على هذه النتيجة هو أن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرى تنشط التفكير والخيال وما يتصل بذلك من نشاط لغوى، وهذا أمر ينبغي أن ينظر إليه نظرة متسائلة، هل هذا أمر فى صالح الإبداع أم ضده .

إن النتيجة التى أمامنا تشير إلى أن من يتعرضون أكثر لوسائل الاتصال الجماهيرية يتفوقون فى المجال اللفظى وتسمية الصور واشتقاق صور (خيالية) ليس بالرسم ولكن على مستوى التفكير والتسمية اللفظية فحسب .

وعلى أية حال فإن نتائج الدراسة تكشف عن اتجاه واضح ومضطرر يشير إلى أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرى ترتبط بها زيادة فى الأداء الإبداعي .

والسؤال الآن ... هل يمكن أن يكون العمر مؤشراً مهماً فى فحوصات الإبداعية بصرف النظر عن التعرض لوسائل الاتصال ؟ هذا طبعاً وارد ، وقد تم إجراء التحليلات الإحصائية التفصيلية وأعد تقرير مفصل آخر، وبهتأ فى هذا السياق الإشارة إلى ما يلى :

- أ - أن هناك ترابطاً قوياً بين متغيرات الاتصال الجماهيرى وهو ما أفرد عاملاً له هويته المستقلة استوعب كل متغيرات الاتصال وهو ما يؤكد ماقت الإشارة إليه من قبل من أن أساليب الاتصال الجماهيرية بينهما نوع من التفاعل والتأثير المتبادل، (١٧ : ٣٩٩ - ٤٢٠) .
- ب - أن هناك ارتقاء فى الأداء الإبداعي يرتبط بتقدم العمر وأيضاً يرتبط بدرجة التعرض للتأثير الاتصالي العام، وهو ما كشف عنه تحليل التباين فى اتجاهين، وإن كان قد ظهر أن اضطراد الارتقاء فى الإبداع مع العمر أكثر بروزاً وحسماً، أما بالنسبة للتعرض للتأثير الاتصالي فإنه لم توجد فروق حاسمة كبيرة بين المستوى المتوسط والمستوى الكثيف من التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية (١٣) .

وعموماً فإن نتائج الدراسة تشير بوضوح إلى أن ازدياد التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية يرتبط بزيادة القدرة على الإبداع، وإن كانت الصورة ليست من البساطة بحيث نجعلنا نعتبر أن هذا

الاستنتاج مطلقاً من أى قيد ولكن - كما ذكرنا - فإن متغيرات العمر والجنس ونوعية المقاييس المدخلة ونوعية التحصيل الدراسى تلعب أدواراً واضحة فى نحو تلك القدرات .

وعين نربط بين هذا الاستنتاج وماقدمناه بين يدي هذه الدراسة فإننا نكون بصدد علاقة وثيقة بين الإعلام والسلوك الإبداعى. وهو مايدعونا إلى أن نقوم بأكثر من دراسة وفقاً للنحو متعدد الروافد، وفى أكثر من اتجاه من أجل مزيد من الترشيد لعملية نحو القدرات الإبداعية عند الأطفال مستثمرين ثورة الاتصال بدلاً من أن ندع أطفالنا يدمرون طاقاتهم أيضاً من خلال الخضوع السلبى لتأثير هذا الصلاق .

وإذا ماكانت الدراسة الحالية قد قدمت معلومات عن علاقة من نوع ما بين التعرض لتأثير الاتصال الجماهيرى والابداع عند الأطفال، فإن الأمر الأهم هو أن نحول هذه المعلومات وغيرها إلى صيغة مناسبة تساهم فى التنشئة الرشيدة عقلياً وخلقياً لأبنائنا، أن العلم نشاط ثمين ولكنه ليس من القوة بحيث يولد المبادئ الإخلاقية، (٣ : ٥٣ - ٧٣). وعلى عاتق علماء السلوك تقع مهمة ضخمة فى إرساء البرامج التى تتيح بناء هذه المبادئ من خلال قنوات الاتصال المتاحة وعلى أفضل وجه ممكن .

مستوى ضعيف N = 193 (1)		مستوى متوسط N = 294 (2)		مستوى مرتفع N = 193 (3)		قيم ت**	مستوى 1	مستوى 2	مستوى 3
التوسطات المتوسطة			التوسطات المتوسطة			١٨٧/٢ =	مستوى 1	مستوى 2	مستوى 3
المعيارية			المعيارية				مستوى 1	مستوى 2	مستوى 3
٢.٩٢	٢.٦٦	٢.٨٥	٢.١٠	٤.٤٤	٢.٤٣	٢.٤٤	٢.٤٤	٤.٩٢	١.٩٩
٣.٧٣	٣.٦٢	٣.٩٩	٤.٠٤	٤.١٧	٣.٥٠	٠.٦٨	٠.٦٨	-	-
٦.٦٠	٥.٧٩	٦.٦٧	٥.١٥	٨.٦٦	٥.٥٢	٠.٠٩	٠.٠٩	٢.٠٤	٢.٠٤
١٣.١٠	٩.٦٠	١٤.٨٩	٩.٦١	١٤.٦٢	٧.٦٦	٢.٤٣	٢.٤٣	١.٧٥	٠.٣٢
٩.٨٦	٧.٣٣	١١.٨٦	٧.١٦	١١.٦٤	٧.٢٠	٤.٠٦	٤.٠٦	٢.٥٨	٠.٠٨
٤٩٥.٧٥	٥٦٤.٤٨	٥٦٥.٣٦	٣٧٢.٠٠	٥٤٤.٦٨	٦١٣.٩٩	١.٢٠	-	-	-
٥.٤٢	٤.٨٠	٥.١٧	٤.٩٨	٨.٥١	٦.٩٤	١٥.٢٥	١٥.٢٥	٢.٥١	٢.٥١
٢.٩٦	٢.٣٣	٢.٧٧	٢.٢	٢.٨٢	٦.٧٩	٢.٢٠	٢.٢٠	١.٥٨	٢.٥٨
٤.٢٩	٣.٤٢	٤.٧٣	٤.٤١	٤.٥٢	٢.٦٠	٠.٤٢	٠.٤٢	-	-
١٤.٦٤	١١.٠٤	١٥.١٩	١٠.١١	١٦.٧٢	١١.٣٣	٢.٠٤	٢.٠٤	-	-
٣.٤٧	٢.٢٩	٢.٢٧	٢.٠٠	٢.٤٦	١.٨٤	٠.٦٠	٠.٦٠	-	-
٤.٧٤	٤.٨٤	٥.١١	٢.٢٠	٥.٠٨	٢.٩٢	٠.٦٦	٠.٦٦	-	-
١٤.٧٨	١٢.٠٦	١٨.٠٠	١٤.٠٩	١٨.١٠	١٢.٠٣	٤.٣٩	٤.٣٩	٢.٧٣	٠.٠٨
٣.٠٨	٤.٨٢	٣.٣٢	٢.٦١	٢.١٤	١.٥٤	٠.٢٠	٠.٢٠	-	-

- (أ) متاخرين الاتصال (جبلقرد) ماهره
- (ب) متاخرين الاتصال (جبلقرد) غير ماهره
- (ج) متاخرين الاتصال (جبلقرد) الجبرج
- (أ) بناء الصور الخيالية (خزوة) طلائع
- (ب) بناء الصور الخيالية (خزوة) مرونة
- (ج) بناء الصور الخيالية (خزوة) أسئلة
- المخرجات لجبلقرد
- (أ) الطلائع
- (ب) الأصالة
- الروايات (الروايات)
- (أ) الطلائع
- (ب) الأصالة
- (ج) الروايات
- المخرجات الكروانية لروايات
- (أ) الطلائع
- (ب) الأصالة
- (ج) الروايات

تم حساب مؤشر التالى لكل فئة باستخدام المتوسط درجة التالى + ١/٢ انحراف معيارى وذلك قسمت العينة الكلية إلى ثلاث مجموعات فرعية من حيث درجة كثافة التالى للنواهد الإعلامية.  
 \*\* تكون قيم هالة (فى هذه الدراسة) إذا كانت ٣.٠١، ٤.٦٣، عند ٥.٥، ١.٠، على التوالي، وتكون قيمة ت هالة إذا كانت ٢.٩٩ و ٤.٦ عند ٥.٥ و ١.٠ على التوالي.

كان محور الاهتمام في هذه الدراسة هو محاولة الوقوف على الأرضية المشتركة بين الاعلام وأحد فروع العلوم الاجتماعية، ألا وهو علم النفس، وذلك من خلال تحديد المفاهيم التي لها علاقة بالموضوعين، وقد رأينا أن أهم عامل هو الفرد الصانع للرسائل، والرسالة نفسها باعتبارها إنتاجاً بشرياً، والتلقى باعتباره مستهدفاً بالرسائل. ومن ثم فإن علم النفس والاعلام باعتباره أحد فروع الاتصال، كلاهما يهتم بالفرد وما يؤثر فيه وما يصدر عنه من منتجات، وكذلك بتلك الأدوات التي يستخدمها الإنسان عندما يكون مستهدفاً أو مستهدفاً لعملية الاتصال، ومن الجوانب المهمة التي رأينا أنها تحتاج إلى تضافر الجهود من أجل الكشف عن أبعادها هو تلك الآثار تتركها عملية الاتصال فيمن يتعرضون لها وخاصة الأطفال، خصوصاً فيما يمتد إلى محور سلوكهم (ألا وهو التفكير، والتفكير الإبداعي منه على وجه الخصوص).

وقد استعرضنا جانباً من دراسة موسعة كان هدفها كشف العلاقة بين التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية ونمو القدرات الإبداعية عند الأطفال، وقد استخدمت الدراسة عينة مكونة من ٦٩٠ طفلاً ما بين ٦، ١٢ سنة من أبناء القاهرة ممن يدرسون بالمدارس الابتدائية وتم تطبيق بطارية من المقاييس النفسية عليهم (من بينها ١٤ مقياساً للإبداع) بالإضافة إلى استبيان يستخرج منه مؤشر لدى التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية.

وقد كشفت التحليلات الإحصائية عن أن الأطفال كسيفي التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرية كانوا على درجة أعلى من الإبداع عند مقارنتهم بمجموعتين أخريين أقل تعرضاً (ولهم نفس خصائص المجموعة الأكتف تعرضاً).

وقد تمت مناقشة النتائج والتعليق عليها.



## المراجع

- ١ - ابن منظور (١٩٧٩) لسان العرب، دار المعارف ، القاهرة .
- ٢ - العبد ، عاطف (١٩٨٥) علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال ، تنمية المجتمع، السنة التاسعة ، ١ ، ص ص ٣٨ - ٤٦ .
- ٣ - النقيب ، خلدون حسن (١٩٨٥) الطفولة والتنشئة فى علم النفس الاجتماعى، بعض الاعتبارات النظرية، فى (مليكة ١٩٨٥ ، ص ص ٥٣ - ٧٣) .
- ٤ - تركسى ، مصطفى (١٩٨٤) وسائل الاعلام وأثرها فى شخصية الفرد ، عالم الفكر، ٤٢١٤ ، ٩٩ - ١٢٤ .
- ٥ - تسلى ، مارك (١٩٨٥) دراسات فى تغيير الاتجاهات فى تونس : فى (مليكة ١٩٨٥ ، ص ص ٤٤٩ - ٤٦٣) .
- ٦ - حسين ، سمير محمد (١٩٨٤) الإعلام والاتصال بالمجاهير والرأى العام، عالم الكتب، القاهرة .
- ٧ - حنورة ، مصرى (١٩٧٧) المخلق الفنى ، دار المعارف ، القاهرة .
- ٨ - \_\_\_\_\_ (١٩٧٨) الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الرواية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة .
- ٩ - \_\_\_\_\_ (١٩٨٠) الأسس النفسية للإبداع الفنى فى المسرحية، دار المعارف ، القاهرة .
- ١٠ - \_\_\_\_\_ (١٩٨٠ب) تنشيط الفكر الإبداعى والتصف الذنى، المجلة الاجتماعية للوصية ، ١٧ ، م و ٣ ، ١٤٩ - ١٦٤ .
- ١١ - \_\_\_\_\_ (١٩٨٥) سيكولوجية التذوق الفنى ، دار المعارف ، القاهرة .
- ١٢ - \_\_\_\_\_ (١٩٨٦) الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الشعر المسرحى، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة .

١٣ - حنورة ، مصرى وسالم ، نادبة (١٩٨٧) الاتصال الجماهيرى وإبداع الأطفال (تحت الطبع) .

١٤ - درويش ، زين العابدين (١٩٨٥) تنمية الإبداع ، دار المعارف ، القاهرة .

١٥ - رمزى ، ناهد (١٩٧٩) المفاضلة بين التلفزيون والوسائل الإعلامية الأخرى، مقارنة تجريبية بين أطفال مشاهدين وغير مشاهدين، المجلة الاجتماعية القومية، ١٦ ، ١ و ٣ ، ٤٩ ، ٧٠ .

١٦ - سليمان ، عبد الله محمود (١٩٨٥) عوامل الابتكار فى الثقافة الغربية المعاصرة ، مجلة العلوم الاجتماعية ، ١٣ ، ١ ، ٩ ، ٣٤ .

١٧ - سالم ، نادبة (١٩٨٥) الوضع الراهن لبحوث الإعلام ، فى (مليكة ، ١٩٨٥ ، ٣٩٩ - ٤٢٠) .

١٨ - شر ، ماريان (١٩٨٦) دهناميات الجماعة ، ترجمة مصرى حنورة وصحى الدين حسين ، دار المعارف ، القاهرة .

١٩ - عبد الله ، محمد حسن (١٩٨٦) مشاهدة التلفزيون وعلاقتها بالتوافق الشخصى والاجتماعى لدى بعض أطفال الريف المصرى، ماجستير علم نفس تحت إشراف أ.د . مصرى حنورة - كلية الآداب جامعة المنيا .

٢٠ - مليكة ، لويس كامل (١٩٨٥) قراءات فى علم النفس الاجتماعى فى الوطن العربى ٤ ، الهيئة العامة للكتاب ، القاهرة .

21 - Guilford, J. P. (1950), creativity, Amer psychol., 5, 444 - 454.

22 - \_\_\_\_\_ (1967), Factors that aid and Hinder Creativity, In Torrance et al Ed, (1967) pp 106 - 123 .

23 - \_\_\_\_\_ (1971) . The Nature of Human Intelligence McGraw Hill,

- 24 - Khatena, J. (1975) , *Creative Imagination Imagery*, Gifted child Quarter.  
(memoographed).
- 25 - Krechs ; Crutchfield R. & Ballachy, E. L. (1962) *Individual In Society*,  
McGraw hill .
- 26 - Osborn, A. (1962) , *Applied Imagination*, Scribner, New York .
- 27 - Ruben, B. R. Ed. (1984) *Communication and Human Behavior*, Macmillan  
publishing Co. New York .
- 28 - Stein, M. (1975) , *Stimulating Creativity (V : 1,2)* Academic press, New York.
- 29 - Taylor, D.W. et al., (1958), Does Group participation when using brain storming  
facilitate or inhibit creative thinking, *Adm. Sci. Quar.*, 3, 360 -  
368 .
- 30 - Torrance, E. P. (1967) Different predictors, criteria, and Routes to criteria, In :  
Gowan, J. C. and others : *Creativity Its Educational  
Implications*, John wiley, New York.
- 31 - Torrance, E. P. (1969) , *Guiding Creative Talent*, Printice Hall, New Delhi .
- 32 - Torrance E. P. (1981) Are children Becoming More Creative, *Jour, creat.*  
*Behav.*, 20, 1. PP. 1 - 13 .
- 33 - walter, G. & Marks, S. (1981) , *Experiential Learning and Change*, John  
wiley, New York .