

فاعلية تطبيقات انطولوجيا الإعلام بوسائله المرئية والالكترونية في نظر الشباب الجامعي - دراسة لعينة من طلبة جامعة بغداد

م.د. فاتن علي الداغستاني

جامعة بغداد - كلية التربية ابن رشد للعلوم

الإنسانية/ اعلام/ صحافة اذاعية وتلفزيونية

Fatin.ali@ircoedu.uobaghdad.edu.iq

(مُلخَصُ البَحْث)

يدرس هذا البحث توظيف مصطلح الأنطولوجيا في التطبيقات الإعلامية لوسائل الإعلام المرئية والإلكترونية عبر رسائلها وبرامجها الإعلامية المقدمة إلى جمهورها، وقد أختارت الدراسة فئة الشباب الجامعي المرحلة الدراسية الرابعة لمرحلة البكالوريوس، لكونها الفئة القادرة على معرفة تطبيقات هذا المفهوم الذي يتصل بالوجود والواقع، ودرس هذا البحث فاعلية تطبيقات هذا المصطلح من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي بالاستعانة بالتراث النظري للتحريير الإعلامي، وقد توصل البحث إلى جملة من الاستنتاجات أبرزها نجاح وسائل الإعلام إلى حد ما في توظيف هذا المصطلح في تطبيقات الإعلام.

الكلمات المفتاحية : الفاعلية - أنطولوجيا الإعلام - وسائل الإعلام المرئية والإلكترونية
المقدمة:

دخل مصطلح الأنطولوجيا من أوسع أبوابه في مجال الإعلام و حقله، بعد ان كان مقصوراً في بداية نشأته في علوم أخرى محددة، ولما كان يعني علم الوجود فإن ارتباطه بالإعلام أصبح وثيقاً؛ لأن الفنون الإعلامية وصفت بالنشر الواقعي العملي الذي له وجود، وإثباتات، وشواهد، وبراهين حين إثبات الواقعة. ومن هنا جاء هذا البحث بإطاره المنهجي والنظري والتطبيقي ليسلط الضوء في تطبيقات هذا المصطلح من وجهة نظر الشباب الجامعي في مجال الرسائل، والبرامج الإعلامية، ومدى علاقتها بالواقع والوجود، وكيفية توظيف تقنيات الإقناع في إثبات هذا الوجود، وهو ما توصل إليه هذا البحث في استنتاجاته المبنية على الدلالات الرقمية.

الإطار المنهجي :**أولاً : مشكلة البحث وأهميته:**

تتبع أهمية البحث من أهمية موضوعه لكونه يستعير مفهوماً شائعاً في العلوم الأخرى، ومقاربة تطبيقاته في حقل الإعلام ووسائله ألا وهو الأنطولوجيا التي تعني الوجود؛ ولذا تكمن مشكلة البحث في محاولة التعرف على تطبيقات هذا المفهوم في نظر الشباب الجامعي، وقد اعتمدت الدراسة في تحديد مشكلة البحث على صيغة التساؤلات، على النحو الآتي:

- ١- ما التطبيقات التي اعتمدتها وسائل الإعلام وأثرت في المبحوثين لتعزيز مفاهيم الوجود والواقع والموضوعية؟
- ٢- هل نجحت وسائل الإعلام في نظر المبحوثين في تعزيز مفهوم أنطولوجيا الإعلام؟
- ٣- ما أبرز طرائق تعزيز الواقع والوجود في نظر المبحوثين؟
- ٤- ما البرامج الإعلامية التي اعتمدت تطبيقات أنطولوجيا الإعلام وما نسب توزيعها؟

ثانياً: اهداف البحث:

تتخصر أهداف البحث في الوقوف على أثر تطبيقات أنطولوجيا الإعلام في الشباب الجامعي وتحديد هذه التطبيقات ومدى نجاحها في تعزيز مفهوم الواقع والوجود وتشخيص البرامج التي اعتمدت هذه التطبيقات.

ثالثاً: منهج البحث و نوعه :

اعتمد البحث على المنهج المسحي بطريقة اختيار العينة بشقيه الوصفي، والتحليلي؛ لأنه أنسب أنواع المناهج التي يمكن بها تحقيق أهداف البحث، أما نوع الدراسة فإنها تنتمي إلى البحوث الوصفية؛ لأنها تصف ظاهرة البحث المتمثلة بفاعلية تطبيقات أنطولوجيا الإعلام على الشباب الجامعي.

رابعاً: اداة البحث:

استعملت الدراسة أداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات بوساطة الاستبانة أو صحيفة الاستقصاء، وقد تكونت من محورين رئيسين: الأول المعلومات الديموغرافية الخاصة بالمبحوثين، والآخر تطبيقات أنطولوجيا الإعلام ومستوى فاعليتها في نظر المبحوثين.

خامساً : مجتمع البحث وعينته :

يتمثل مجتمع البحث في طلبة كلية الآداب في جامعة بغداد بأقسامها الدراسية كافة والبالغة ثمانية اقسام، والمرحلة الرابعة - الدراسة الصباحية؛ إذ بلغ حجم مجتمع البحث (٧٤٨) طالباً، أما عينة البحث فقد اختارت الدراسة عينة من طلبة المرحلة الرابعة بأقسامها المتنوعة، و بلغ حجمها (٨٨) طالباً.

سادساً : تحديد المفاهيم والمصطلحات:**١-الفاعلية:**

أختلف الباحثون في تعريف الفاعلية، وتحرير مصطلحها نظراً لعوامل مختلفة منها الفلسفة التي تنطلق منها التعريفات، وكذلك المرحلة الزمنية المواكبة لمفهوم الفاعلية، فالفاعلية يستعاض بها بدلاً من اسم فاعل النشاط، مثل: مدى فاعلية برنامج تدريبي على أطفال منشأة تعليمية؛ فهي النجاح في تحقيق الأهداف، وعادةً تتصل بالكفاية. إذ قالوا الكفاية: فعل الأشياء بطريقة صحيحة، والفاعلية: فعل الشيء الصحيح (ثابت، ٢٠١٦)؛ وتعني القدرة على أداء الأعمال الصحيحة، أي تحديد الأعمال الصحيحة حتى تتمكن المؤسسة من أدائها، وقد تُعرف بأنها الإنتاج، وتعني كذلك أنّ فاعلية أي فرد تُحدد بكمية الإنتاج التي يستطيع تحقيقها، ويرى بعض الباحثين أنّ الفاعلية هي القدرة على إنتاج أكبر كمية باستعمال أقل الموارد، أو أنّها مدى الإنجاز الذي يُمكن تحقيقه من الأهداف الموضوعة لأي مؤسسة (الفاعلية، ٢٠١٩).

٢ - الأنطولوجيا :

وهي أحد مباحث الفلسفة، فهي العلم الذي يدرس الوجود بذاته، الوجود بما هو موجود، ويُعنى بالأمور العامة التي لا تختص بقسم من أقسام الوجود، الواجب والجوهر والعرض، بل تعمّ على جميع الموجودات من حيث هي كذلك (البيطار، ٢٠١٦)؛ وعليه فإن أنطولوجيا الإعلام تعني تطبيقات الواقع والوجود والموضوعية في البرامج والرسائل الإعلامية.

سابعاً : الصدق والثبات:**١ - اختبار صدق الاستبانة:**

تحققت الباحثة من صدق المحتوى والصدق الظاهري في استبانة الاستبانة، إذ يعتمد صدق المحتوى على مهارات الباحث في اختيار الأدوات التي تتفق و طبيعة القياس ووظيفته، وتحكيم حس الباحث ومشاهداته في تقرير ملائمة الأدوات لوظيفة القياس، فضلاً عن إجراءات التحكيم الخارجي في اثناء العملية المنهجية (الحميد،

٢٠٠٨، صفحة ٢٢٦)، ويقوم هذا النوع من الصدق على فكرة مدى مناسبة المقياس، لما يقيس، ولمن يطبق عليه، ويمكن ملاحظة مثل هذا الصدق في وضوح البنود، ومدى علاقتها بالقدرة، أو السمة، أو البعد الذي يقيسه المقياس، وغالباً ما يقرر ذلك مجموعة من المختصين بالمجال الذي ينتمي إليه هذا المقياس أو ذاك (الرحمن، ١٩٩٨م، صفحة ١٨٦)؛ ولغرض قياس مستوى الصدق الظاهري، وصدق المحتوى في استمارة تحليل المحتوى، فقد عرضت الباحثة الاستثمار على مجموعة من المحكمين^(١)، وأجمع المحكمون على أن الأداة تقيس ما وضعت من أجله، إذ أجرى ثلاثة محكمين تعديلات في بعض الصياغات، وأضاف واحد منهم قضايا فرعية، فيما لم يجر المحكم الآخر أي تعديلات، وقد بلغت قيمة معامل اتساق كيندال^(*) (ظاهر، ٢٠١١/١٢/٥) بين آراء المحكمين (٠,٨٥) وهي قيمة مرتفعة تعبر عن قوة هذا الاتساق.

٢ - اختبار الاستثمار (الثبات):

اعتمدت الباحثة في تقدير مستوى ثبات نتائج التحليل لإجابات المبحوثين بشأن فاعلية تطبيقات انطولوجيا الإعلام في وسائل الإعلام المرئية على طريقة الاختبار - وإعادة الاختبار retest - test ، إذ أجرت الباحثة بإجراء الاختبار الأول على ١٠% من الحجم الأصلي للعينة في المدة الخاضعة للدراسة، وقد بلغت العينة التي خضعت للاختبار (٩) مبحوثين من أصل (٨٨) مبحوثاً، وأعادت إجراء الاختبار على العدد نفسه من المبحوثين باستعمال آليات التحليل والترميز نفسها بعد مرور (٣٠) يوماً؛ وبعد مقارنة النتائج التي توصلت إليها الباحثة في الاختبار الثاني بنتائج الاختبار الأول للتحقق من قدر الثبات، تبين أن درجة الثبات بلغت نسبتها (٨٨%)، وتحقق هذه النسبة درجة عالية من الثبات والاستقرار في النتائج التي أفرزتها استمارة الاستبانة .

$$\begin{aligned} \text{معامل الثبات} &= \frac{2 \times \text{عدد الحالات المتفق عليها في الاختبارين}}{2 \times \text{عدد الحالات الأصلية}} \times 100 \\ &= \frac{8 \times 2}{9 \times 2} = 88\% \end{aligned}$$

(١) المحكمون مرتبين على وفق اللقب العلمي: أ.د. ايمان محمد ابراهيم، كلية التربية ابن رشد في جامعة بغداد، أ.م.د. اكرم فرج الربيعي، كلية المستقبل الجامعة، أ.م.د. بتول عبد العزيز العاني، كلية الإعلام في الجامعة العراقية.

(*) يستعمل معامل توافق (كندال) لقياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المقاييس حتى يتسنى استبعاد العبارات ذات الصدق المنخفض، و ثم وضع استمارة تحليل المحتوى في شكلها النهائي، كما يصلح معامل (كندال) لقياس الارتباط بين العينات الصغيرة التي يقل حجم العينة فيها عن (١٠) مفردات.

الإطار النظري : الأنطولوجيا: المفهوم والمطابقة والأنواع:

تعرف الأنطولوجيا بأنها طريقة لتمثيل المفاهيم من حولنا والربط بينها بعلاقات ذات معنى، مما يساعد على فهم أوسع للمفاهيم المختلفة. (ينظر: مقدمة في بناء الأنطولوجيا باستعمال برنامج بورتجي، ٢٠١٩)

وتعد الأنطولوجيا العلم الذي يكون موضوعه الوجود المحض، أو الموجود المشخص وماهيته، أو الموجود من حيث هو موجود، أو الموجود في ذاته مستقلاً عن أحواله وظواهره (الحفني، ٢٠٠٠، صفحة ١٢٤).

فالتفكير الأنطولوجي يعد أحد أقدم أنواع التفكير الإنساني، بل يمكن القول بأنه القاعدة الأساسية التي يقوم عليها الفكر المثالي بالكامل بوصفها مؤسسة فكرية وفلسفية، نمت بشكل كوني واتسعت بشكل تعجز عنه الطوبوغرافيا (topography) الواصفة بوصفها علماً (هتشنسون، ٢٠٠٧، صفحة ٢٩٨).

وصار موضوع الأنطولوجيا في مسيرة الفكر الفلسفي محط أنظار الفلاسفة في مجالات متعددة على حد سواء (العشري، د.ت، صفحة ٥٣٤)، ومنها المجال الإعلامي وتطورات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، إذ ارتبط مفهومه بالعقلانية وهو أحد مبادئ الحداثة (الشيخ، ٢٠٠٧، الصفحات ٦٢-٦٥).

ولم نشاهد التأريخ إلا وهو يتأثر بالمظاهر العقلانية التي تميزه من جهة تكون وجهه الأنطولوجي، وسمته التي ارتكزت على ذاته في وجودها المحض (النّجار، ٢٠٠٤، الصفحات ١٣-٢٣)؛ "لأن معرفة السبب الحقيقي في وجود ظاهرة ما معناه الوصول إلى تفسيرها على أكمل وجه يقبله العقل" (قاسم، ١٩٦٧، صفحة ٢١٩).

وهناك أثر محدد سلفاً يعطي للأنطولوجيا امتداداً تاريخياً يشكل فيه الإنسان بوصفه (جسداً) ضرورته الجذلية، تلك التي احتيج فيها إلى البحث عن جوهر أنطولوجيته حتى شكلت في تبادل الأمكنة والأزمنة نقطة ارتكاز تجري، وتتناقل من جيل إلى جيل، عبر تدفق سيال، فلم يكن المكان إزاءها سوى امتداد عرضاني، ولم يستطع الزّمان إلا أن يكون طولانياً باستقبال مستمر، حتى أصبحت تراتبية الامتداد التاريخي لأنطولوجيا الوجود من جهة والجسد من جهة أخرى، تمر عبر صيغة من التّوالي تختزل الزّمكان إلى لحظات متكررة لا يكون فيها (المقابل) و(المابعد) سوى اصطلاحات مفاهيمية (زيون، ٢٠١٢، الصفحات ٨-١٢).

وكأن عملية إعادة الإنتاج الأنطولوجي هي التي تعطي ذلك الامتداد التاريخي لبحث (الإنسان: الجسد) عن علقته، وماهية وجوده، فليس من حد فاصل بين

(المقابل: المابعد) مادامت الزمكانية متصلة بأنطولوجيتها التي ذاب فيها توصيف المقولات (العشر الأرسطية)، باستثناء مقولة الجوهر، على الرغم من كونها قاعدة تلك المقولات، إلا أنها منفصلة عنها، بل وخارجة منها، لتشكل مقولة الجوهر (النامي الحساس المتحرك بالإرادة) مفهوماً في المعاصرة التي تبدو أنها غير منفكة عن "الجدة" بأي حال من الأحوال (زيون، ٢٠١٢).

وبذلك ارتبطت الأنطولوجيا بمظاهر الحداثة وتجلياتها، ومنها المظهران التاريخي والتقني؛ ذلك أن الأنطولوجيا تعتمد على تنسيق المعرفة المعلوماتية وتصميمها، والمظهر التقني للحداثة يعتمد على المعرفة العلمية والتكنولوجيا (عماد، ٢٠٠٦، صفحة ٢١٨).

وعليه تمثل الأنطولوجيا تمثيلاً منظماً رسمياً (شكلياً) للمعرفة النسبية في مجال معين، وهذا ضروري؛ لأنه وعلى عكس البشر، لا يمكن الاعتماد بشكل مباشر على معرفة الخلفية البشرية بشأن الاستعمال الصحيح للمصطلح، غير أن ما يمكن أن تفعله الأنطولوجيا هو تعلم المعنى الدلالي للمصطلح من طريق الروابط بين المفاهيم في نظامها؛ إذ توجد أنطولوجيات قوية في مجالات محددة، ومن الأمثلة على ذلك أنطولوجيا الأعمال للقطاع المالي، فضلاً عن آخر أيضاً، من مثل الأنطولوجيات للرعاية الصحية أو الجغرافيا أو المهن (ويب، تضاهي، ينظر إلى: الأنطولوجيا والتصنيف - توقف عن مقارنة الأشياء التي لا، ٢٠١٩).

و لا بد من الإشارة إلى أن جزءاً مهماً آخر من الذكاء الصناعي هو المنطق الدلالي، فضلاً عن تحديد المعاملات الاحتمالية المحتملة، وتحديد نوايا المستعملين استناداً إلى سجل المتصفح الخاص بهم، وتقديم توصيات المنتج، يمكن للذكاء الصناعي أيضاً القيام بما يأتي: تنفيذ المهام التي تتطلب تفسيراً واضحاً يستند إلى المعرفة العامة والمحددة، كفهم المقالات الخبرية، وإعداد الطعام أو شراء سيارة، و ثم تتطلب مثل هذه المهام معلومات ليست جزءاً من البيانات المدخلة، ولكن بها حاجة إلى دمجها ديناميكياً في المعرفة، إذ لا يمكن تحقيق هذا النوع من التفكير الآلي إلا بالأنطولوجيات، وطريقة نمذجة معرفتهم (Lefkowitz، Larry، ٢٠١٨-٢٠١٩).

وغالباً ما يخلط بين الأنطولوجيا والتصنيف، وبصرف النظر عن حقيقة أن كليهما ينتميان إلى مجالات الذكاء الصناعي، والويب الدلالي ونظام الهندسة، لا يوجد في الواقع الكثير ما من شأنه أن يميزها بوصفها مرادفات أو تصنيفات مثل شبكة المعلومات المهنية، والمهارات، والكفاءات والمؤهلات والمهن الأوروبية، أي

ببساطة لا يمكن مقارنتها بالأنطولوجيات، فهي توفر طريقة أكثر بساطة لتصنيف الأشياء، إذ إن لها هيكلًا هرميًا ولا تستعمل سوى علاقات الوالد والطفل دون أي روابط إضافية أكثر تطوراً، ومن ناحية أخرى، فإن الأنطولوجيات هي شكل أكثر تعقيداً من التصنيف، وبالحديث مجازاً: فإن التصنيف يساوي شجرة في حين تقترب الأنطولوجيا من الغابة (ويجب، ينظر إلى: الأنطولوجيا والتصنيف - توقف عن مقارنة الأشياء التي لا تضاهي، ٢٠١٩).

وبعبارة أخرى، تمثل التصنيفات تصنيفاً من الموضوعات مع علاقات، بينما تسمح الأنطولوجيات باتصالات أكثر تعقيداً (Tunkelang, ٢٠١٧).

وتعد تقنية مطابقة الأنطولوجيا تقنية أساسية في كثير من المجالات، مثل دمج الأنطولوجيات في المجالات ذات القواعد شديدة التعقيد (والتفاعلات المعقدة بين القواعد)، لا يوجد بديل للأنطولوجيات. يظهر هذا، على سبيل المثال، حينما تفكر في دمج نطاقات متباينة، لنفترض أن هناك أنطولوجيتين منفصلتين، أنطولوجيا طقس، وأنطولوجيا جغرافية، حين التفكير في مخاطر التنقل أو التأمين، لإنشاء أنطولوجيا ثالثة تدمج وتعزز من الاثنتين الأخريين، وهو اقتراح يمكن التحكم فيه (Winant, ٢٠١٤).

وعليه اعتمد النظام الدلالي على تمثيل صريح ومفهوم من المفاهيم والعلاقات والقواعد من أجل تطوير معرفة المجال المرغوب فيه؛ إذ من المستحيل الاعتماد فقط على المبرمجين لبناء مثل هذا النظام القائم على التعلم الآلي، إذ تنقصهم المعرفة اللازمة لتحديد العلاقات بين المفاهيم في المجالات المحددة؛ ولذلك، يجب تعلم معرفة المجال من الخبراء ذوي الخلفيات المختلفة (مثل قانون الملكية الفكرية، وديناميات الموائع، وإصلاح السيارات، وجراحة القلب المفتوح، أو النظم التعليمية والمهنية)؛ وهي عملية ضرورية لإنشاء تمثيل شامل للمعرفة.

وظهر مفهوم الأنطولوجيا في الفلسفة بمعنى علم الوجود، ولكن منذ التسعينات أصبحت الأنطولوجيا من أهم مجالات البحث العلمي في المعلوماتية الحديثة، إذ أصبح لها مفهوم ما تحديداً تفصيلياً ظاهرياً لتصميم مجال معين، وهذا التفصيل يضع لكل مفهوم معنى ومصطلحاً ولفظاً في المجال، وتوضع المفاهيم في نموذج بياني من المصطلحات والعلاقات التركيبية والمعينية، فحينما يتعلق الأمر بالمطابقة، على سبيل المثال مطابقة السيرة الذاتية مع الوظائف الشاغرة، لا توجد طريقة أفضل من استعمال الأنطولوجيا في كثير من الأحيان؛ ويتم لهذا القيام بمطابقة بسيطة تعتمد على الكلمات الرئيسية أو طرائق التعلم الآلي الضبابية؛ مما

يعني أن كثيراً من أوجه التشابه لا يمكن اكتشافها ولا يمكن مطابقتها، مثل صيغ الكلمات الرئيسية والمرادفات والعبارات البديلة عند التطابق، ومن المهم مقارنة الدلالة (المعنى الضمني) لعنصرين بدلاً من الصياغة، وهو المكان الذي تؤدي فيه الأنطولوجيات دورها، فالأنطولوجيات توفر نمذجة دلالية يمكن أن تكشف عن المعاني الأساسية وأوجه التشابه في السير الذاتية وتوصيف الوظائف (ويب، ويكيبيديا، ٢٠١٩).

وقد أصبحت للأنطولوجيا مع ظهور الإنترنت والويب الدلالي، أهمية كبرى في مجال هندسة المعرفة؛ إذ إنها تساعد مستعمليها على إثراء النظام بمعاني ومفاهيم المصطلحات، وأثبتت أيضاً مردوديتها في ميادين متعددة مثلاً الذكاء الصناعي، والطب، وهندسة البرمجيات.. إلخ؛ ومن ثم أصبح البحث مكثفاً في مجال الأنطولوجيات مذ التسعينيات بمراكز البحوث الإعلامية، نظراً لأهميتها في مجال تصميم الأنظمة.

وتنقسم الأنطولوجيا على ما يأتي: (ويب، ويكيبيديا، ٢٠١٩)

• نظرية الموضوعانية (Objectivism) .

• نظرية الذاتية (Subjectivism) .

• نظرية الواقعية .

وقد تناولت الدراسات الإعلامية في منهجيتها هذه التقسيمات الأساسية للأنطولوجيا، ووظفتها في اعداد البرامج الإعلامية وتحريرها وصياغتها وفنونها التحريرية في الخبر والتقرير والتحقيق والحديث الإعلامي، وحتى في وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي، فالرابط بين الأنطولوجيا والإعلام هو الاشتغال بالمعرفة والمعلوماتية، فالخبر والتقرير والتحقيق وبقية الفنون الإعلامية تقتضي وجود الموضوعية شرطاً أساسياً في بنائها، فالموضوعية كما أشار إليها (جان بول سارتر) في بحثه عن الكينونة والعدم في الأنطولوجيا ليست مفهوماً معرفياً بل أنطولوجياً ويعني كون الشيء موضوعاً للوعي أو لذات فاعله أي وجوداً في الواقع وليس في الخيال (سارتر، ٢٠٠٩، صفحة ٣٣٤).

و إن النص الإعلامي يجب أن يكون مبنياً على حضور الحدث، والفعل، وفاعله، وهو ما تشير إليه الأنطولوجيا في الإعلام، حينما تركز على الفهم الوجودي، فالقدرة على فهم الوجود تعد معلماً جوهرياً من معالم الحضور من حيث إدراكه لوجوده في عالمه (عناني، ٢٠١٧، صفحة ٢٨٢).

الدراسة الميدانية :

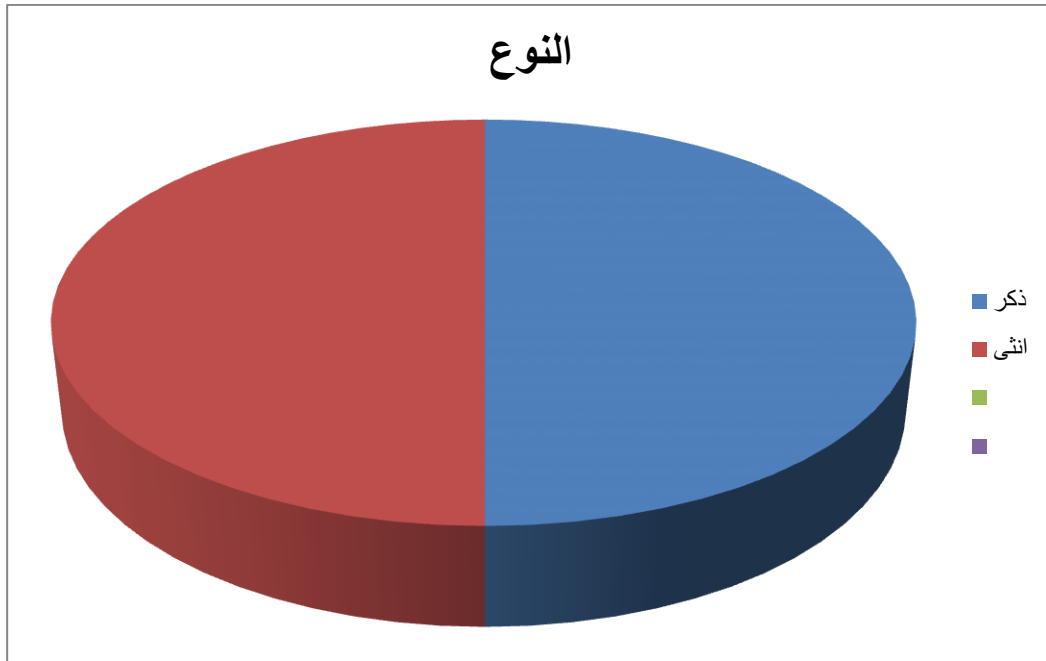
أجرت الباحثة مسحاً ميدانياً لآراء المبحوثين من طلبة المرحلة الرابعة في كلية الآداب بأقسامها الثمانية، بشأن فاعلية تطبيقات الأنطولوجيا في وسائل الإعلام، وقد أفرز المسح الميداني التحليلي ما يأتي:

أولاً: المعلومات الديموغرافية:

الجدول (١) توزيع المبحوثين على وفق النوع الاجتماعي

ت	النوع	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	ذكر	٤٤	٥٠	الاولى
٢	انثى	٤٤	٥٠	الاولى مكرر
	المجموع	٨٨	١٠٠	

الرسم البياني (١) النوع للمبحوثين



يظهر الجدول في أعلاه والرسم البياني المعبر عنه (التوزيع النسبي) للمبحوثين على وفق النوع الاجتماعي، إذ أظهر المسح الميداني التحليلي، أن المرتبة الأولى في تصنيف فئات النوع تقاسمتها فئتا ذكر وأنثى بنسبة ٥٠%؛ مما يعني وجود توازن في العدد يؤدي إلى الحصول على اجابات تعطي صورة واضحة، عن رأي النوعين في تطبيقات الواقع والوجود في البرامج الإعلامية في القنوات الفضائية، والتي تعبر عنها أنطولوجيا الإعلام.

الجدول (٢) المرحلة العمرية للمبحوثين

ت	المرحلة العمرية	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	١٨ - ٢١ سنة	٥٤	٦١,٤	الاولى
٢	٢٢ - ٢٥ سنة	٣٤	٣٨,٦	الثانية
	المجموع	٨٨	١٠٠	

أفرز المسح الميداني للمبحوثين إنحصار في الجدول (٢) أفراد العينة بين فئتين عمريتين، وهما فئة (١٨-٢١) سنة؛ والتي جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (٦١,٤%)، تليها بالمرتبة الثانية فئة (٢٢-٢٥) سنة بنسبة (٣٨,٦%)؛ ويعود ذلك إلى أن الفئة المستهدفة بالدراسة هي المرحلة الرابعة ولأحد عشر قسماً في الكلية، والتي شكلت نسبة (١٢,٥%) لكل قسم.

الجدول (٣) الحالة الاجتماعية للمبحوثين

ت	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	اعزب	٧٩	٨٩,٨	الاولى
٢	متزوج	٩	١٠,٢	الثانية
	المجموع	٨٨	١٠٠	

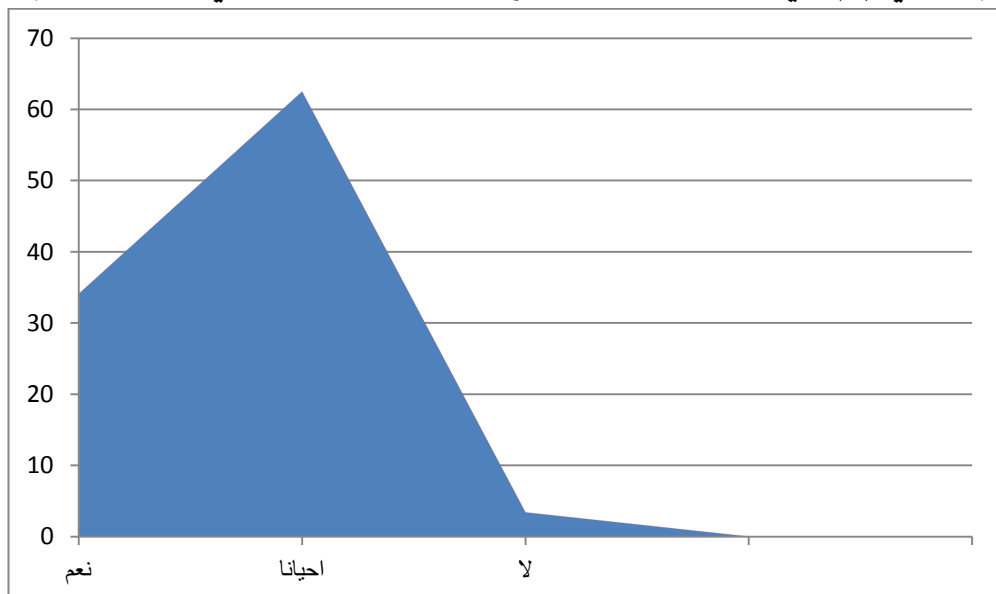
أظهر الجدول في أعلاه أن فئة (أعزب) تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (٨٩,٨%)، ويفارق كبير جداً عن فئة (متزوج) التي جاءت بالمرتبة الثانية، والأخيرة بنسبة (١٠,٢%).

ثانياً : رأي المبحوثين بتطبيقات الانطولوجيا في وسائل الإعلام:

الجدول (٤) مدى نجاح وسائل الإعلام المرئية والإلكترونية في تمثيل المفاهيم حولنا

ت	هل نجحت وسائل الإعلام في تمثيل المفاهيم من حولنا؟	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	أحياناً	٥٥	٦٢,٥	الاولى
٢	نعم	٣٠	٣٤,١	الثانية
٣	لا	٣	٣,٤	الثالثة
	المجموع	٨٨	١٠٠	

الرسم البياني (٢) رأي المبحوثين بمدى نجاح تطبيقات الانطولوجيا في وسائل الإعلام



كشف الجدول في أعلاه والرسم البياني المعبر عنه أن (٦٢,٥%) من المبحوثين، يرون أن وسائل الإعلام نجحت أحياناً في تمثيل المفاهيم من حولنا بطريقة إعلامية، في تقاريرها الحية والمباشرة، والمصورة، والخبرية والبرامج الإعلامية المتنوعة الأخرى، تليها بالترتيب الثاني فئة (نعم) التي ترى انها مثلت المفاهيم من حولنا بنسبة (٣٤,١%)، في حين حلت فئة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام لم تنجح في تمثيل المفاهيم من حولنا من فئة (لا) بالمرتبة الثالثة، والأخيرة بنسبة (٣,٤%)، مما يعني أن نسبة كبيرة من المبحوثين قد تأثروا بوسائل الإعلام؛ لأنهم يرونها تمثل المفاهيم من حولهم سواء دائماً أو أحياناً، وقد شكلوا نسبة (٩٦,٦%) معاً.

الجدول (٥) كيفية تمثيل المفاهيم في وسائل الإعلام

ت	كيفية تمثيل المفاهيم من حولنا	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	من طريق الاقناع بالمادة الإعلامية المقدمة وتضمينها	٤٥	٥٢,٩	الاولى
٢	من طريق ربط المفاهيم المعروضة بالمادة الإعلامية بعلاقات معينة	٢٥	٢٩,٤	الثانية
٣	من طريق تقديم مادة سهلة وواضحة وبعيدة عن الالتباس في المعنى	١٥	١٧,٦	الثالثة
	المجموع	٨٥	١٠٠	

أفرز المسح التحليلي الميداني في جدول (٥) طرائق تمثيل المفاهيم في نظر المبحوثين الذين أجابوا بـ(نعم)، وأحياناً عن ثلاث طرائق: الأولى من طريق الإقناع بالمادة الإعلامية المقدمة وتضمينها، وشكلت نسبة ٥٢,٩ %، وجاءت بالمرتبة الأولى، ثم فئة من طريق ربط المفاهيم المعروضة بالمادة الإعلامية بعلاقات معينة بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٩,٤%)، أما فئة من طريق تقديم مادة سهلة وواضحة وبعيدة عن الالتباس في المعنى فقد حلت بالمرتبة الثالثة، والأخيرة بنسبة (١٧,٦%).

الجدول (٦) مدى ارتباط البرامج الإعلامية في وسائل الإعلام بالواقع والوجود

ت	هل ارتبطت البرامج الإعلامية بالواقع والوجود؟	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	نوعاً ما	٥٢	٥٩,١	الأولى
٢	نعم	٣٣	٣٧,٥	الثانية
٣	لا	٣	٣,٤	الثالثة
	المجموع	٨٨	١٠٠	

يتضح من الجدول في أعلاه ان البرامج الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام كانت ترتبط بالواقع في نظر المبحوثين سواء بدرجة مطلقة أم نوعاً ما، فقد جاءت فئة (نوعاً ما) بالمرتبة الأولى بنسبة (٥٩,١%)، ثم فئة (نعم) بالمرتبة الثانية بنسبة (٣٧,٥%)، تقابلهما بالترتيب الثالث وبالمرتبة الأخيرة فئة (لا) التي لا تجد ارتباط البرامج الإعلامية بالواقع، وشكلت نسبة (٣,٤%)، وهي نسبة تعدّ بسيطة إذا ما قورنت بالفئات التي سبقتها.

الجدول (٧) التقديرات التي استند إليها المبحوثون في ارتباط البرامج الإعلامية بالواقع

ت	تقديرات المبحوثين	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	لأنها تقدم أدلة وبراهين على وقوع الحدث	٤٠	٤٧,١	الأولى
٢	تقديم شواهد وإثباتات	٣٠	٣٥,٣	الثانية
٣	تقديم وصف دقيق للواقعة	١٥	١٧,٦	الثالثة
	المجموع	٨٥	١٠٠	

يكشف الجدول (٧) عن التقديرات التي أستخدم إليها المبحوثون في ارتباط البرامج الإعلامية في وسائل الإعلام بالواقع، وكانت ثلاثة تقديرات: الأولى تمثلت في تقديم أدلة وبراهين على وقوع الحدث، وجاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (٤٧,١%)، تليها بالمرتبة الثانية فئة تقديم شواهد وإثباتات بنسبة (٣٥,٣%)، بينما جاءت فئة تقديم وصف دقيق للواقعة بالمرتبة الأخيرة بنسبة (١٧,٦%).

الجدول (٨) هل عززت تطبيقات وسائل الإعلام مفهوم الوجود في برامجها

ت	هل عززت وسائل الإعلام مفهوم الوجود في تطبيقاتها؟	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	أحياناً	٥٩	٦٧	الأولى
٢	نعم	٢٥	٢٨,٤	الثانية
٣	لا	٤	٤,٥	الثالثة
	المجموع	٨٨	١٠٠	

جاءت إجابات الجدول (٨) متطابقة و الجداول السابقة إذ رأى (٦٧%) من المبحوثين أن وسائل الإعلام عززت أحياناً مفهوم الوجود في تطبيقاتها، الذي يعني أنطولوجيا الإعلام، وجاءت بالمرتبة الأولى، وبالسباق عينه، ولكن بصورة مطلقة كانت فئة (نعم) التي جاءت بالمرتبة الثانية في التوزيع النسبي، وبلغت (٢٨,٤%)، في حين جاءت فئة (لا) بالمرتبة الأخيرة بنسبة (٤,٥%).

الجدول (٩) طرائق تعزيز مفهوم الوجود في وسائل الإعلام

ت	طرائق تعزيز مفهوم الوجود	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	الربط بين التاريخ وشواهد في تقديم المادة الإعلامية	٤٥	٥٣,٦	الأولى
٢	العقلانية في التقديم	٢٢	٢٦,٢	الثانية
٣	حدثة المعلومات	١٧	٢٠,٢	الثالثة
	المجموع	٨٤	١٠٠	

أظهر الجدول (٩) أعلاه ثلاث طرائق رئيسة تتبعها وسائل الإعلام في تعزيز مفهوم الوجود المفسر لأنطولوجيا الإعلام، وهي من حيث توزيعها النسبي ومراتبها على النحو

الآتي: الربط بين التأريخ وشواهد في تقديم المادة الإعلامية، العقلانية في التقديم، حداثة المعلومات.

الجدول (١٠) البرامج الإعلامية التي اعتمدت تطبيقات أنطولوجيا الإعلام

ت	تصنيف التطبيقات على وفق البرامج الإعلامية	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	البرامج التي تقدم مشكلة اجتماعية مرحلية وتحاول معالجتها	٣٥	٣٩,٨	الاولى
٢	البرامج السياسية التي شهدتها المنطقة عامة	٢٥	٢٨,٤	الثانية
٣	البرامج القائمة على الصراع الفكري	٢٠	٢٢,٧	الثالثة
٤	البرامج الترفيهية	٨	٩,١	الرابعة
	المجموع	٨٨	١٠٠ %	

أظهر المسح الميداني التحليلي في الجدول (١٠) أن البرامج التي تقدم مشكلة اجتماعية مرحلية، تحاول معالجتها شكلت أعلى نسبة في تصنيف فئات البرامج التي تعتمد تطبيقات أنطولوجيا الإعلام، وجاءت بالمرتبة الاولى بنسبة (٣٩,٨%)، تليها فئة البرامج السياسية التي شهدتها المنطقة عامة بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٨,٤%)، ثم فئة البرامج القائمة على الصراع الفكري بالمرتبة الثالثة بنسبة (٢٢,٧%)، وأخيراً فئة البرامج الترفيهية التي حلت بالمرتبة الثالثة بنسبة (٩,١%)؛ مما يدل على أن تطبيقات أنطولوجيا الإعلام ممثلة في البرامج الإعلامية جميعها ولكن بنسب متباينة في التنفيذ.

الاستنتاجات:

- بعد التوصل إلى النتائج ذات الدلالة الرقمية في هذا البحث؛ فقد تحصّلت لنا جملة من الاستنتاجات العامة من الدراسة الميدانية، وعلى النحو الآتي:
- ١- استعمال وسائل الإعلام لتعبيرات وتطبيقات تدل على مفهوم أنطولوجيا الإعلام، من دون شيوع هذا المصطلح في الإعلام بصورة صريحة ومطلقة، وإنما استعيض عنه بمصطلحات آخر مثل: الواقع، والوجود، والموضوعي.
 - ٢- كشف البحث أن نسبة كبيرة من المبحوثين تؤيد العبارة التي مفادها أن وسائل الإعلام نجحت في تعزيز تطبيقات هذا المفهوم، بوساطة تمثيل المفاهيم من حولنا بثلاث طرائق رئيسة وهي: الإقناع، والربط بعلاقات محددة، والوضوح.

٤- اعتمدت وسائل الإعلام على ثلاث طرائق رئيسة في تعزيز مفهوم الوجود المفسّر لأنطولوجيا الإعلام، وقد كانت من حيث توزيعها النسبي ومراتبها على النحو الآتي: الربط بين التأريخ وشواهد في تقديم المادة الإعلامية، العقلانية في التقديم، حداثة المعلومات.

يُنظر: مقدمة في بناء الأنطولوجيا باستعمال برنامج بورتجي. (٤، ٢٠١٩). تم الاسترداد من
www.Slideshare.net
Daniel Tunkelang. (٢٠١٧). Taxonomies and Ontologies. تم الاسترداد من
URL:[https://queryunderstanding.com/taxonomies-and-ontologies-](https://queryunderstanding.com/taxonomies-and-ontologies-[8e4812a79cb2])
[\[8e4812a79cb2\]](https://queryunderstanding.com/taxonomies-and-ontologies-[8e4812a79cb2]) [2019.02.01]

Semantic Reasoning: The (Almost) Forgotten Half of AI Reasoning-ai
URL: <https://aibusiness.com/semantic-reasoning-ai> .تم الاسترداد من

What are the advantages of semantic reasoning (over machine learning)? (2019.02.01). Nathan Winant .URL:<https://www.quora.com>

احمد جمعة زبون. (٢٠١٢). الجسد والانطولوجيا - مفهوم وتساؤلات. الحوار المتمدن، العدد: ٣٩٣٥

بكري علاء الدين، وسوسن البيطار. (٢٨ ٩، ٢٠١٦). ماذا يعني مفهوم الانطولوجيا. تم الاسترداد من <https://maktaba-amma.com/?p=5813>
تعريف الفاعلية. (٢ ٥، ٢٠١٩). موقع موضوع اكبر موقع عربي في العالم. تم الاسترداد من <https://mawdoo3.com>

جان بول سارتر. (٢٠٠٩). الكينونة والعدم – بحث في الانطولوجيا الفنومينولوجية. (نقولا متيني، المترجمون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة.

جميل موسى النجار. (٢٠٠٤). دراسات في فلسفة التأريخ النقدية (المجلد ط١). بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة.

سعد عبد الرحمن. (١٩٩٨م). القياس النفسي، النظرية والتطبيق (المجلد ط٣). القاهرة: دار الفكر العربي.

سعيد بن محمد ال ثابت. (٢٣ ١٠، ٢٠١٦). مفهوم الفاعلية. (بحث منشور على موقع اللوكة،
المنهج) تسم الاســــــــــــــم تردد مـــــــــــــــــــــن
<https://www.alukah.net/social/0/108668/#ixzz5psKHv2GQ>

عبد الغني عماد. (٢٠٠٦). سوسيولوجيا الثقافة، المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

عبد المنعم الحفني. (٢٠٠٠). المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة (المجلد ط٣). القاهرة: مكتبة مدبولي.

فؤاد كامل، وجلال العشري. (د.ت). الموسوعة الفلسفية المختصرة. بيروت ، لبنان: دار القلم.
 كامل أبو ظاهر. (٢٠١١/١٢/٥). الارتباط والانحدار لمساق (كمبيوتر تحليل إحصائي). غزة :
 الجامعة الإسلامية، كلية الآداب.

محمد الشيخ (٢٠٠٧). رهانات الحداثة. بيروت، لبنان: دار الهادي للطباعة والنشر.

محمد عبد الحميد. (٢٠٠٨). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. بيروت: دار مكتبة الهلال.

محمد عناني. (٢٠١٧). مصطلحات الفلسفة الوجودية عند مارتين هايدجر - معجم ودراسة (المجلد ١). القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

محمود قاسم. (١٩٦٧). المنطق الحديث ومناهج البحث (المجلد ٥). مصر: دار المعارف.

موقع ويب. (٨ مايو، ٢٠١٩). تضاهي، ينظر إلى: الانطولوجيا والتصنيف – توقف عن مقارنة الاشياء التي لا. تم الاسترداد من <https://janzz.technology/category>.
 موقع ويب. (٦، ٥، ٢٠١٩). ويكيبيديا. تم الاسترداد من الموسوعة الحرة.
 موقع ويب. (٨، ٥، ٢٠١٩). ينظر إلى: الانطولوجيا والتصنيف – توقف عن مقارنة الاشياء التي لا تضاهي. تم الاسترداد من <https://janzz.technology/category>.
 هتشنسون. (٢٠٠٧). معجم الأفكار والإعلام (المجلد ط١). (خليل راشد الجيوسي، المترجمون) بيروت، لبنان: دار الفارابي.

Interaction of Ontological Applications in Electronic and Visual Medias in View of The University Youths – Study of Sample of Baghdad University Students

Dr. Fatin Ali Al-Daghistani

University of Baghdad/ College of Education Ibn Rushd for Humanitarian Sciences

Media / Radio and Television Press

Fatin.ali@ircoedu.uobaghdad.edu.iq

Abstract:

The current study aims to functionalize Interaction of Ontological Applications in electronic and visual medias via its messages and media programs submitted to the republics. The researcher has chosen to study the university students / 4th stage since they are represented as a sample capable for knowing to apply this concept. The current study studies interaction of applying this term from the view of the university youths with assistance of the theoretical heritage of media. The research has concluded with a set of conclusions, most importantly, the success of medias to functionalize this term in the media applications.

Keywords : Effectiveness - Media ontology - Visual and electronic media