



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

قيود إنتاج القصص المصورة وتفضيلات نشرها لدى المصورين دراسة على القائم بالاتصال

د. عيد رحيل

مدرس بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

الملخص:

تقف القصة المصورة في الصحافة المصرية موقفًا محيرًا، ففي الوقت الذي يعول الكثيرون عليها في مشوار المنافسة القوية التي تدخلها الصحافة المطبوعة بأقل الإمكانيات، وتعتمد عليها الوسائل الإلكترونية والرقمية أيضًا في ظل الطوفان البصري الذي نشهده حاليًا، نجد أن ظهورها للجمهور يواجه الكثير والكثير من القيود التي تُعرقل وتُعوق عمليات الإنتاج والنشر، بل والمكافأة أيضًا. وتأتي هذه الدراسة كمحاولة للكشف عن هذه القيود ورصد تأثيرها كمًا وكيفًا على معدلات إنتاج القصص المصورة، والتي تم تصنيفها وفقًا لنظرية القيود التي تم الاعتماد عليها إلى خمسة أنواع، قيود السوق، والقيود الإدارية، والقيود السلوكية، وقيود لوجيستية، وقيود النشر، وبتطبيق الدراسة على عينة من المصورين بلغ عددهم (109 مفردات) ظهر تأثير مختلف لكل من تلك القيود مرتبة وفقًا لمعامل بيرسون، كالتالي: التكنولوجيا الحديثة (الموبايل - الدرونز)، الحرية الفنية، التنافس المهني، متابعة قصص الآخرين، العائد المادي من النشر البديل، الحرية الإدارية، إمكانيات الإنتاج، السياسة التحريرية، الاستقلال الصحفي، وسيط النشر. وأثبتت الدراسة تأثير سنوات الخبرة على معدل إنتاج القصص المصورة، في حين لم يثبت تأثير كل من النوع أو السن، كما أظهرت أن الدور المؤسسي في هذا الفن الصحفي لم يكن بالشكل المنوط به.

الكلمات المفتاحية: القصص المصورة - التصوير الصحفي - نظرية القيود

مُقدِّمة:

تحتل الصورة في الصحافة المطبوعة مكانة خاصة جدًا، كونها العنصر الأهم والأكثر تأثيرًا في الشكل النهائي في مجال يفتقر إلى الكثير من عناصر الجذب والعديد من المغريات البصرية التي تدفع القارئ لاستقطاع جزء من دخله ووقته لاقتناء صحيفة وقراءتها.

بكلمات أبسط، نحن أمام أكثر وسائل الإعلام (فقراء) من الناحية البصرية، فلا صوت، ولا صورة متحركة، ولا مؤثرات موسيقية أو بصرية، بل ولا ألوان في كثير من الأحيان، نظرًا للتكلفة المرتفعة للطباعة الملونة، فقط الصورة هي التي تحمل العبء الأكبر والدور الأهم في عملية التصميم. ولذلك أكدت جميع دراسات الإخراج أن المصمم دائمًا ما يبدأ عمله بما لديه من صور فوتوغرافية.

وقد تضاعفت هذه الأهمية خلال السنوات الأخيرة التي تراجعت فيها مُعدلات توزيع الصحف بشكل واضح، وأصبحت المنافسة للرجوع لمكانتها السابقة (مرئية) بشكل كبير، وليس هناك في الصحافة من يقوم بهذا الدور سوى الصور.

لكن أي نوع من الصور؟

يشهد التاريخ الصحفي على الدور الفعال الذي تلعبه الصورة الفوتوغرافية، وأن بعضها كان له تأثير حاسم على الرأي العام، بل وتغيير مجرى التاريخ، مثل صورة الفتاة التي كانت تجري هاربة من قرية ترانج بانج الفيتنامية بعد ضربها بقنابل النابالم عام 1972 والتقطها المصور الفيتنامي نيك أوت (روسكيس، 1999)، وفي حرب فيتنام أيضًا لعبت صورة المصور الحربي (إيدي آدمز) دورًا كبيرًا في تغيير مسار الحرب، وكانت لرئيس شرطة فيتنام الجنوبية وهو يصوب مسدسه تجاه رأس أسير قبل إعدامه (أميرة عز الدين، 2024)، وهناك أيضًا صورة الجسم العاري لجندي أمريكي وهو يجر في شوارع موجداديشيو، والتي حولت الرأي العام الأمريكي ضد وجود القوات الأمريكية في الصومال (روسكيس، 1999). كما كان الباحث شاهدًا على تأثير صورة (ست البنات) التي تم الاعتداء عليها في ميدان التحرير وتسببت في توجيه الرأي العام وقتها بشكل كبير.

ورغم تلك الأهمية، فالدراسات تشير إلى منطق آخر في التعامل مع المضمون المصور، فصفحات الصحف العربية مليئة بالصور الفوتوغرافية الشخصية والموضوعية، ولكن معظم تلك الصور لا يُحقق الغرض من نشرها، بل إن البعض لا يستحق المساحة الغالية التي احتلتها على صفحات الصحيفة، فبعضها يُنشر فقط لملء مساحات متبقية، وبعضها لتزيين الصفحة، وبعضها يُنشر على مساحات صغيرة جدًا لا تحقق الحد الأدنى من الوضوح (سعيد الغريب، 2015).

وما يزيد الأمر تعقيدًا أن التكاليف الدورية للمصورين في الصحف تندرج في تصوير الأخبار ثم الموضوعات الرياضية، وهو رغم أهميته لكنه ينقل حداثًا سبق أن رآه الناس على الهواء مباشرة بنسبة كبيرة (أميرة عز الدين، 2024)، لنجد أنفسنا أمام مضامين مصورة لا تحمل من القوة ما يقنع الجمهور بأهمية تلقي الصحيفة.

هنا تظهر أهمية القصص المصورة، تلك التي تنتقل حدثاً أو موضوعاً أو قضية في مجموعة من الصور يغلب عليها الطابع الفني، وينتقل فيها المصور من مناطق وأدوار (الوظيفة) إلى درجات أعلى من (الجمال)، مما قد يُسهّم بشكل ما في جذب القارئ للصحيفة مرة أخرى.

تزداد أهمية القصص المصورة لدى المصورين أنفسهم، كونها وسيلتهم لتقديم قصص وأفكار ومُستوى في لا يجدونه في (أوردات) العمل الدورية، سواء في مؤتمر أو حوار أو ندوة أو مباراة كرة قدم أو حادثة، وما إلى ذلك.

ومن خلال الكثير من تعاملات الباحث مع العديد من المصورين، فقد أكدوا أن القصص المصورة التي يقدمونها هي جزء أصيل من تفكيرهم وخطتهم في العمل، ليس فقط لإنتاج صورة بمستوى فني وصحفي مختلف، وإنما أيضاً بهدف التنافس بما ينتجونه في المحافل والمسابقات الداخلية والخارجية، فعلى سبيل المثال تعقد شعبة المصورين المصريين مسابقتها السنوية، وأحد فروعها الأساسية (القصة المصورة).

ورغم تلك الأهمية الكبيرة للقصص المصورة، سواء للصحيفة أو المصور ذاته، فإن عملية إنتاج قصة ليست على الدرجة نفسها من السهولة التي يتطلبها تصوير حدث ما، وهناك الكثير من القيود والأمور التي يجب أخذها في الاعتبار لتقديم قصة فعالة وناجحة، بعضها يخص المؤسسة، وبعضها يتعلق بالمصور، وبعضها يتحدد بطبيعة وسمات العمل الصحفي وموقع المصور في الهرم الوظيفي للصحيفة.

هذه العوامل المتحركة في إنتاج القصص الصحفية يمكن النظر إليها في ضوء نظرية القيود، وهي تلك الفلسفة الإدارية التي تحاول رصد كل ما يؤثر على سير عملية الإنتاج، سواء كانت إدارية أو سياسية أو لوجيستية، أو حتى كانت متعلقة بالسوق.

وفي هذا السياق، فإن هذه الدراسة تستقي أهميتها من عدد من المراكز نوجزها في النقاط التالية:

- أهمية الصورة في الصحافة بشكل عام تحريراً وإخراجياً في الظروف العادية للعمل الصحفي.
- يستلزم الوضع الذي تعيشه الصحافة الآن من منافسة شديدة وتراجع لأرقام التوزيع المزيد من المنافسة البصرية التي تقودها بطبيعة الحال الصورة الصحفية.
- لكي تمارس الصورة دورها وتصبح قادرة على المنافسة يجب أن تخرج من نطاق الوظيفة والصور الشخصية والإخبارية إلى درجات أعلى من الجمال.
- أحد أهم الحلول للمنافسة يتمثل في القصص المصورة التي يتطلب إنتاجها الكثير من العوامل، يرتبط بعضها بالصحيفة، وبعضها بالمصور ذاته.

الدراسات السابقة:

قسم الباحث التّراث البحتي المُتعلق بموضوع الدّراسة إلى محورين، يتناول الأول **المصوّرين الصحفيين**، كقائمين بالاتصال في موضوع الدّراسة، بينما تتناول دراسات المحور الثاني **القصص الصحفيّة المصوّرة**، كطريقة للإخبار والاتصال الصحفيّ.

المحور الأول: المصوّرون الصحفيّون:

في دراسات هذا المحور تبلورت ظروف وسياقات عمل المصوّرين الصحفيّين التي تلعب دورًا محوريًا في المنتج النهائي الذي يُقدّمونه. وفي هذا السياق أشارت جميع دراسات المحور إلى أهميّة المصوّر الصحفي كونه الضلع الآخر في الرسالة الاتصاليّة، فما من مضمون مكتوب ناجح إلا ومعه مضمون مصوّر فعال، غير أن أوضاع المصوّرين في العمل الصحفي عادة ما تواجه بعض الأمور التي تؤثر على أدائهم، وذلك على النحو التالي:

1 - السلامة الجسديّة والنفسية:

على عكس المحرر، لا بد أن يوجد المصوّر في موقع الحدث للتغطية، وفي كثير من الأوقات يمكن أن يكون ذلك في مناطق صراع تحتوي على قدر كبير من الخطورة، وهو ما قد يدفع البعض للابتعاد عن تصوير الأحداث التي تضمن عنفًا واشتباكات (سهى عبدالرحمن، 2021).

أما في حال نزولهم للميدان فإن مصوّرِي المناطق الساخنة يتعرّضون لمستويات متوسطة من الهشاشة النفسيّة، نتيجة ما يشاهدون من أحداث قاسية، وخوف مستمر، وخطر على الحياة، وقلق، وعدد ساعات متواصل قد يمتد إلى أيام، وأحيانًا إلى أسابيع وأشهر دون راحة أو رؤية ذويهم (مي حسين، 2024)، ولا يقتصر الأمر على ذلك، بل يعاني المصوّرون من معوقات اجتماعيّة، تتمثل في اعتداء الجمهور أو المسلحين عليهم بمواقع الأحداث، وعدم الثقة فيهم والاعتقاد بأنهم يعملون لصالح جهات مُعيّنة (عبدالله حنادر، 2019) و(أحمد عادل، 2016)، خصوصًا أنه أثناء ذلك كله لا توجد توعية أو تدريب على سبل التعامل مع ما يُعرّض سلامتهم للخطر، مع الأخذ في الاعتبار غياب الغطاء التشريعيّ الذي يوفر لهم الحماية (سهى عبدالرحمن، 2021).

ولا يتوقف الأمر عند حط المضايقات وإنما يمتد إلى الاعتداء من قبل الأمن، بل إن نسبة 31٪ تتعرّض للملاحقات أيضًا، خصوصًا في الثورات والوقفات الاحتجاجيّة، وكثيرًا ما يتعرض المصوّر لإتلاف وتكسير معداته وأبسط الأضرار هي حذف ما قام بتصويره (فتحي إبراهيم، 2020).

بالإضافة إلى ذلك، فإن المصوّر يمكن أن يتعرّض لاحقًا لمساءلة قانونيّة، وفي حوادث الحرائق والكوارث تتعرّض حياتهم للخطر، وحتى في الأحداث العاديّة كالمؤتمرات قد لا يستطيعون التقاط كادرات بسهولة (رحاب أنور، 2018). ولكنّ المصوّرين أنفسهم يرون أن الأمر مختلف في تغطية

الأحداث بالخارج، حيث هناك تعاون من الجهات الأمنية، وتخصيص أماكن للمصورين تكفل لهم السلامة والسماح لهم بالتصوير (سهى عبدالرحمن، 2021).

ونتيجة لذلك فقد أوصت الدراسات بأهمية الأخذ بكل إجراءات السلامة المهنية والتدريب المستمر عليها، وعدم المخاطرة في الميدان أو التدخل في الأحداث، وهو ما يستدعي دوراً أكبر وفعالاً من المؤسسات الأكاديمية والمهنية، بدءاً من المناهج الدراسية حتى التدريب وتوفير مستلزمات السلامة المهنية وإصدار وتجديد التراخيص (ماجد سالم، 2018).

2 - الرضا الوظيفي:

ترصد الدراسات حالة من التناقض في ما يخص الرضا الوظيفي للمصورين، فمن ناحية ظهرت حالة من الرضا بينهم في ما يخص كونهم (مصورين). وقد أوضح (أحمد عادل، 2016) أن 40% راضون جداً عن مهنتهم، خصوصاً في ضوء استخدام تكنولوجيا التصوير الرقمي. وأشارت (رحاب محمد، 2018) إلى أنه رغم الضغوط فإن هناك ارتفاعاً في مستوى الشعور بالرضا، ولم يظهر أي فرد من العينة (غير راضٍ)، بل إن 60.8% راضون إلى حد ما و39.2% راضون جداً. ويمكن تفسير ذلك بأن المصور شغوف بمهنته ومؤمن بأهميتها ويتعامل بوصفه فناً موهوباً وصحفيًا له رسالة (أميرة عزالدين، 2024).

لكن من ناحية أخرى، أظهرت الدراسات درجات مُنخفضة من الرضا الوظيفي في ما يتعلق بأوضاع المهنة ذاتها، وعلى رأسها العائد المادي، فقد جاءت النسبة الأكبر 68% في فئة الدخل في إحدى الدراسات ما بين 2000 - 5000 جنيه، وأن ذلك غير كافٍ لاحتياجات المصور (سهى عبدالرحمن، 2021)، خصوصاً أن معدات التصوير أصبحت عبئاً إضافياً، لأن المؤسسات لا تقوم بتمويل وشراء المعدات التي يحتاجها المصورون، مما يضطرهم للعمل في تصوير الأفراح والمناسبات لتغطية الفارق (فتحى إبراهيم، 2020)، ويرى (Haynes، 2016) أن مُصورى الرياضة أفضل حالاً في هذه النقطة، وأن دخلهم أعلى من بقية زملائهم، ولذلك فهم أكثر تفاؤلاً.

3 - النوع:

تشير دراسات هذا المحور إلى سيطرة واضحة للذكور في مجال التصوير، ففي جريدة الشروق المصرية كان هناك 4 مصورات فقط في القسم (رحاب محمد، 2016)، وفي جريدة الوطن وموقع مصرأوي كانت مفردات العينة جميعها من الذكور (فتحى إبراهيم، 2020)، وبلغت النسبة في دراسة (سهى عبدالرحمن، 2021) 67% للذكور و33% للإناث، بينما أظهرت دراسة (أميرة عزالدين، 2024) أن الذكور مثلاً 89.6%، بينما كانت نسبة الإناث 10.4% فقط، وفي الصحافة الجزائرية كانت السيطرة واضحة للمصورين الذكور بنسبة 80% (عبدالله حنادر، 2019).

وقد فسرت الدراسات هذا الموقف بصعوبة المهنة وإمكانية تعرض المصورين للاعتداء، وأن العمل يتطلب البقاء لساعات طويلة في الشارع وميادين الأحداث، وقد يضطر المصور للمبيت أكثر من ليلة في الشارع، بالإضافة إلى أنه يمكن أن يتعرض لمناظر بشعة، مثل حالات الحروب والإبادة الجماعية، وأنها مهنة بطبيعتها محفوفة بالمخاطر، وهذا لا يتناسب مع طبيعة دور المرأة في المجتمعات الشرقية على وجه التحديد.

حتى في الصحافة الرياضية كان النوع أحد أهم أسباب اختلاف حدة الشعور بتحديات المهنة، خصوصاً أنه بالفعل هناك فجوة (جندرية) بين العاملين في التصوير الرياضي (Haynes، 2016) أما تأثير ذلك فيتضح في ما يمكن وصفه بالنظرة الذكورية للأحداث (Hadland، 2018)، ففي مسح على 545 مصورة صحيفة من 71 دولة، أكدت المبحوثات سيطرة الذكور في مجال التصوير بما يعني أن المنظور الذكري هو الذي يُسيطر على نقل أخبار العالم بصرياً، خصوصاً في مناطق آسيا والشرق الأوسط. ورأت المبحوثات أن هذا التمثيل غير المتكافئ من المرجح أن يستمر في المستقبل، بما يؤكد غياب السرد البصري للقضايا العالمية بالرؤية الأنثوية.

وتشير المصورات الكولومبيات إلى أنهن لا يجب عليهن فقط التعامل مع مخاطر المهنة، وإنما أيضاً النظرة (النوعية) التي تتضمن نقص ثقة الرؤساء، وممارسات التمييز في غرف الأخبار، بل وموقف الزملاء أيضاً (Valenzuela، 2022) وفي غانا تواجه المصورات مجموعة متنوعة من التحديات مثل التحيز والتمييز وقلة التمثيل والتحرش وصعوبة التوازن بين العمل والحياة الخاصة، ويظهر تأثير ذلك على المستوى الشخصي في الشعور بالإحباط والاكتئاب وانخفاض الثقة، وعلى المستوى المهني تقل فرص النمو المهني، أما على مستوى المؤسسات فهذا يؤدي إلى فقدان المنظمات الإعلامية لمواهب نسائية وقدرات متنوعة (Woolley، 2024).

4 - تكنولوجيا التصوير الرقمي:

تشير النتائج إلى أن نسبة 76.7% من المبحوثين من المصورين الصحفيين في تسع صحف مصرية يستخدمون تكنولوجيا التصوير الرقمي دائماً، في حين أوضح 43.3% أنهم يستخدمونها منذ 10 سنوات فأكثر، وكانت كاميرات التصوير الرقمية وملحقاتها كالعديد من الأبعاد من أكثر أنواع تكنولوجيا التصوير التي يستخدمها المبحوثون 91.7%، وأظهرت الدراسات أن من أهم أوجه الاستفادة من التكنولوجيا، كانت معالجة الصور بمتوسط 2.83. كما أوضح 90% من المبحوثين أن توظيفهم لتكنولوجيا التصوير الرقمي بمثابة مكسب لمهنتهم، التي تجعلهم محترفين وتؤثر بشكل إيجابي على ممارستهم للمهنة وأداء المهام من خلال إنجاز الأعمال المطلوبة بسهولة ويسر وسرعة فائقة، وكذا تقليل مراحل إنتاج الصورة واختصار الوقت وتعزيز حجم التغطية المصورة للأحداث، كما أن التكنولوجيا زادت حرفيتهم في التقاط اللقطات المميزة والأعلى جودة للموضوعات والأحداث والأشخاص، ورغم كل تلك الإيجابيات فإن للتكنولوجيا تأثيرات سلبية، أهمها أنها أدت إلى زيادة أعباء العمل وعدم توافر الوقت الكافي لأدائها وتزايد التغيير والتلاعب في محتوى الصور. (أحمد عبدالفتاح، 2016)

وأظهرت دراسة (رحاب محمد أنور، 2018) اتفاق كل المبحوثين (100%) على أن تقنيات التصوير الرقمي خلقت جيلاً من المصورين بعيدين عن الحرفية والإبداع والإمكانيات والمهارات التي يتطلبها التصوير، فبضغطة زر واحدة يستطيع المصور تحقيق كل ما يريده. كما ذكر 51.9% من المبحوثين أن التكنولوجيا أثرت إلى حد ما على أخلاقيات التصوير الصحفي في العالم على وجه العموم، إلا أن جميع الخبراء الذين أجريت معهم المقابلات المتعمقة أكدوا عدم قبول فكرة تدخل المصور لتغيير الصورة أو محاولة تجميلها بشكل يغير معالمها، فهناك حدود لتدخل المصور، وهناك مجموعة من القواعد الأخلاقية المتعارف عليها بين جموع المصورين الصحفيين المصريين، والتي يلتزم بها الجميع، ولا يقبل بأي حال من الأحوال عدم تطبيقها أو خرقها.

5 - تعارض المهني والأخلاقي:

من أكثر ما يواجهه المصور الصحفي التعارض الذي بين عمله ومسؤوليته الأخلاقية تجاه ما يقوم بتصويره، وقد حددت دراسة (MOLONEY، 2024) في إطار استكشاف الدوافع الأخلاقية في التصوير الصحفي، ثلاثة أنواع من المواقف التي يواجه فيها المصورون معضلات أخلاقية بين المواطنة والمهنية، وقد أعطى معظم المشاركين الأولوية بشكل ظرفي لاحتياجات ومشاعر الشخص المتضرر، بما يتماشى مع التطور الأخلاقي لما بعد التقليدية، وفضلوا التصرف كمواطنين معنيين، بدلاً من التصرف كمحترفين ملتزمين فقط.

وفي إطار استكشاف النهج الأخلاقي الذي يتبعه المصورون في اتخاذ قراراتهم بشأن الصور التي ينشرونها، والتي تتضمن العنف والصدمة والموت، وكيف يتعاملون مع التوازن بين الحق في الإعلام وواجب الحماية، تشير نتائج دراسة (Miller & Dahmen، 2020) إلى أن المصورين يطورون إحساساً قوياً بالمسؤولية تجاه موضوعاتهم، وأنهم يسعون جاهدين لضمان أن يتم استخدام صورههم بطريقة تحترم كرامة الضحايا وتخدم الصالح العام.

بالإضافة إلى ما سبق، تجدر الإشارة إلى مجموعة من العوامل الأخرى التي تؤثر على أوضاع المصورين في العمل الصحفي:

- **العوامل الذاتية** وأهمها معرفة المبحوثين باستخدام الكاميرات الحديثة والعدسات الاحترافية كعامل أول، ثم سنوات الخبرة، ثم الدورات التدريبية، وجميعها لم يتأثر بنمط الملكية (رحاب محمد أنور، 2018)

- **الدورات التدريبية**: رغم حرص المصورين على تطوير مهاراتهم من خلال الدورات التدريبية، إلا أن النسبة الأكبر تتكفل بتلك الدورات على نفقتهم الخاصة، كما أن معظمها ينعقد في مؤسسات خارجية وليست داخل مؤسساتهم، مع قلة الفرص لدورات خارج مصر. (سهى عبدالرحمن، 2021).

- المصور المواطن: ذكرت نسبة 93.7% من عينة إحدى الدراسات أن كاميرات الهواتف ووسائل التواصل الاجتماعي نافست دور المصور الصحفي، وأقر 36.7% من أفراد العينة أنه مع منافسة كاميرات الهواتف ووسائل التواصل الاجتماعي أصبحت هذه المهنة مهنة من لا مهنة له (رحاب أنور، 2018).

- العوامل الداخلية للمؤسسات: أوضحت النتائج أن تأثير تلك العوامل على الأداء المهني للمصورين، لا سيما علاقات العمل والتعاون بين المصورين القدامى والجُدد، وعوامل الثواب والعقاب، في حين تراجع دور السياسة التحريرية وضغوط الرؤساء إلى مراتب متأخرة، وبيّنت النتائج أيضاً عدم وجود علاقة بين نمط ملكية الصحف التي ينتهي إليها المصورون الصحفيون ومُعدلات تأثير العوامل الداخلة على أدائهم المهني (رحاب أنور، 2018).

ويلاحظ الباحث على دراسات هذا المحور ما يلي:

- ركزت الدراسات على المصور الصحفي بكونه عاملاً مساعداً للرسالة الصحفية الأساسية التي يُقدمها المحرر، ولم تعط الاهتمام الكافي للمصور كصاحب رسالة ومضمون صحفي أصيل يعمل على أن يصل إلى القراء من خلال كادرته المصورة.

- ويرتبط بما سبق أن المصورين عادة ما يعاملون كصحفيين (درجة ثانية)، هم بالأساس يتبعون المحرر أينما وجد الحدث الذي يكتب عنه.

- المصور الصحفي وفقاً للدراسات ليس صاحب القرار النهائي في ما ينشر مما قدّمه للصحيفة، هو فقط يقوم بالتصوير، أما اختيار عدد الصور والكادرات والمساحة، فكل ذلك لا يُسمح له بالتدخل فيه.

- إذا كانت التكنولوجيا الحديثة قد أثرت على العمل الصحفي سلبيًا وإيجابيًا، فقد يقف المصور في مقدمة المهن التي تعاني من التطور التكنولوجي، ليس في شق إنتاج الصورة الصحفية، بل في الفرصة التي أصبحت متاحة للجميع كمصورين، كل من يحمل هاتفًا ذكيًا ويملك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يمارس عمل المصور، لكنه في حالات كثيرة لا يستطيع الكتابة باحترافية.

المحور الثاني: القصص المصورة وعملية (الإخبار) البصري:

يتجاوز التصوير الصحفي فكرة نقل الأحداث بصرياً، فهو ينقل سردية حول حدث إخباري عاجل، وقد غير تمثيل حكايات الحرب والوقائع العنيفة من خلال الصور الطريقة التي ينظر بها الناس إلى الماضي تمامًا، وكذلك الطريقة التي يُفسّرون بها الأحداث والأخبار (Shabbi، 2021).

وتوضح (ابتهال جاسم رشيد، 2020) أن حرية المصور في تكوين صورته يختلف وفقاً لنوع الصورة ذاتها، فهناك الصورة الخبرية التي تمثل حدثاً وقع في مكان وزمن معينين، وتتسم

بمساحتها الكبيرة، سواء في الصفحة الأولى أو في الصفحات الداخلية، في حين تتميز صور التحقيقات بامتلاك المصور الوقت الكافي لالتقاط الصور، وهناك الصور الشخصية والصور الإعلانية، وأخيرَ الصور الجمالية التي لا تتضمن أي أبعاد تستخدم في الوحدات التحريرية وإنما لإحداث لمسات جمالية.

بالإضافة إلى هذه الأنواع هناك أيضًا القصص المصورة، التي تقوم على السرد البصري كأهم وظائفها، وهي رسالة بصرية لها وحدة موضوعية تروي للآخرين حياة الشعوب وتسرد الحقائق الثقافية أو التغطيات الخبرية. وتوضح الدراسات أن فن القصة الصحفية المصورة ظهر بشكل خاص وكقالب صحفي له محدّداته وخصائصه بعد ثورة 2011، وأخذ في التطور حتى وقتنا هذا من خلال التركيز على هذا الاتجاه، ليناسب طبيعة الجمهور الذي أصبح يُفضّل التناول البصري للمواد الخبرية عن التناول من خلال النصوص المكتوبة (شاهنده عاطف، 2022).

وتوضح دراسات هذا المحور تراجع هذا النوع من التغطيات المصورة، سواء الصور الجمالية أو القصص المصورة لصالح أنماط أخرى تُعلي من الجانب الوظيفي في المضمون المصور، وفي مقدمة ذلك الصور الإخبارية والصور الشخصية.

فقد أكدت (ابتهال جاسم رشيد، 2020) قلة استخدام الصور الموضوعية والتوسع في استخدام الصور الإخبارية والشخصية والإعلانية في الصفحة الأولى من جريدة الصباح العراقية، وذلك خلال عام 2018. وفي التغطية المصورة للإرهاب بالصحف الإلكترونية المصرية جاءت الصورة الإخبارية في المرتبة الأولى، تلتها صور الموضوعات، ثم الصور ذات الطابع الإنساني، ثم الصور الشخصية، ثم بنسبة ضئيلة في المرتبة الأخيرة الإنفوجراف (سالي إبراهيم محمد، 2021). ولم يختلف الأمر كثيرًا مع قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، فقد تصدرت الصورة الشخصية المعالجة المصورة، ثم الصور الموضوعية التي تعبر عن الأحداث الآنية والمستجدات المتعلقة بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة وتساعد في توضيح مضمونها (سلام أحمد عبده، 2021).

وفي معالجة مأساة الطفل ريان المصورة في المواقع الإخبارية العربية والأجنبية تصدرت الصور الموضوعية بنسبة 54.3%، وتليها الصور الشخصية بنسبة 23.6%، وأخيرًا جاءت الصور الإخبارية مع التعليق المصاحب لها بفارق ضئيل بنسبة 22.1% (إبراهيم فرج، 2023). وهو الترتيب نفسه الذي ظهر في التغطية المصورة للتنمية في مصر في موقعي أفريقيا بيزنس وجلوبال فاينانس (إكرام محمود، 2020). كما استحوذت الصور الموضوعية أيضًا على النسبة الأكبر (83.8%) من معالجة أزمة كشمير في المواقع الصحفية العربية والأجنبية (حنان عبدالله، 2022).

وتشير الدراسات إلى أن عملية الإخبار البصري عادة ما يتم تأطيرها بأساليب مختلفة، ففي التغطية المصورة لقضايا الإرهاب جاء الإطار الأمني أو القانوني في المرتبة الأولى، ثم الإطار التقني أو المادي، ثم إطار الدعم، ثم إطار الخسائر، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية، ثم إطار المؤامرة (سالي إبراهيم، 2021). وتصدر الإطار الأمني أيضًا تغطية أزمة كشمير بنسبة 73.5% (حنان عبدالله، 2022).

وفي معالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة سيطرت أطر المُعانة، والتّحدي، واهتمامات الدولة، والتوعية والتثقيف، والاهتمامات الإنسانية، والمشاركة، والمساعدات المادية على التغطية (سلام أحمد، 2021). في حين كان الإطار المسيطر في تقديم صورة مأساة الطفل ريان هو الاهتمامات الإنسانية (إبراهيم فرج، 2023)، وهو الإطار نفسه المستحوذ على قضية اللاجئين في الصحف العربية الدولية (نسرین حسام الدين، 2017).

وفي تغطية المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الدولية للأزمة السورية، سيطر إطار المسؤولية في موقع كل من قناة العربية وقناة الحرة، وبالتحديد مسؤولية نظام بشار الأسد وحكومته، بينما ركز موقع قناة روسيا اليوم على الإطار العسكريّ والمواجهات بين الجيش السوريّ وعناصر تنظيم داعش والحملة العسكرية التي قامت بها روسيا للتخلص من عناصر تنظيم داعش، أما موقع قناة TRT التركية، فسيطرت عليها الإطار السياسيّ، كل هذه الأطر تتفق مع سياسات الدول المسيطرة أو المالكة لتلك المواقع (ميرال مصطفى، 2018).

وتصدّر إطار التظاهر التغطية المصوّرة للاحتجاجات المتعلقة بالنزاعات الإقليمية والدولية في موقعي الـ BBC News والأهرام ويكلي Al-Ahram Weekly بنسبة 48.5%، يليه إطار العنف والإرهاب بنسبة 11.8%، ثم إطار الصراع بنسبة 7.5%. (هبة عبدالرازق، 2023) أما تأطير صورة معاناة الفلسطينيين خلال أزمة طوفان الأقصى فقد سيطرت عليها الأطر الإنسانية (مروة محمد، 2024)، في حين سيطرت أطر الموت، ثم الإنقاذ، على التغطية المصوّرة لأزمة غرق مركب رشيد وأطر الإرهاب، ثم الجناة في حادث تفجير الكنيسة البطرسية (رالا أحمد، 2017).

وفي إطار دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر بالمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية توصلت دراسة (وهاء فروت، 2017) إلى أن الصور حملت أبعاداً سياسية واقتصادية واجتماعية وأحياناً إنسانية، وركزت التغطية الإعلامية المصوّرة لموقعي BBC عربي والجزيرة على الأطر الإعلامية السلبية كالأخفاق الاقتصادي والفقر والمعاناة وأحياناً الغضب، بينما ركز موقعاً CBC إكسترا والنيل للأخبار على الأطر الإيجابية كالأطر الإصلاحية وإطار المسؤولية الاجتماعية.

قدّمت القصص الصحفية المصوّرة مجموعة من الوظائف تتجاوز فكرة الإخبار حتى في أحداث الحروب والاحتجاجات، فالصوت البصري يلعب دوراً مهماً في نقل العواطف والأبعاد النفسية للأحداث، كما أنّ السعي وراء الجماليات والرمزية القوية قد يؤدي أحياناً إلى تجاهل التفاصيل التاريخية والموضوعية، حتى لو كانت التغطية لأحداث مثل الاحتجاجات (Solaroli, 2023).

وبالمنطق نفسه، وفي إطار التمثيل البصري للصحافة لحرب فيتنام عام 1967 لم تكن جميع الصور تقدم سرداً واضحاً للحرب، فالكثير منها كان عبارة عن لقطات بسيطة للجنود وهم يؤدون مهامهم اليومية. وأسهمت صور في تغيير الطريقة التي ننظر بها إلى المعاناة والصراع، فبدلاً من

التركيز على الجانب البطولي والتضحية، بدأت تظهر نزعة نحو السخرية والتشكيك في الأسباب والأهداف الكامنة وراء الحروب. وساعدت دراسة على فهم كيفية تطور تغطية الحروب وتأثيرها على الرأي العام. كما تساعدنا على فهم التحولات التي طرأت على الثقافة البصرية وكيفية تفاعل الجمهور مع الصور. ونتيجة للتحول من مجرد توثيق الأحداث إلى أداة للتعبير عن المشاعر والتساؤلات حول الحرب والعنف، فقد أسهمت الصور في تشكيل الرأي العام حول الحرب وأثرت على الطريقة التي ننظر بها إلى الحروب والصراعات في العصر الحديث (Wade, 2015).

وفي إطار الاستخدامات التكتيكية لوسائل الإعلام البصرية في صناعة جمهورية الصين (1914-1905)، أظهرت دراسة (Floriani, 2023) أن التصوير الفوتوغرافي تم استخدامه في الفتوحات الاستعمارية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وقد مكن الجهات الفاعلة في شرق آسيا وأصبح أحد الأساليب التي سمحت لهم بمعارضة هياكل القوة غير المتكافئة. وفي مطلع القرن العشرين، رأت الحركات الثورية الصينية الصحافة التصويرية كأحدى الأدوات التي ستستخدم خطتهم لتحويل الأمة الصينية من إمبراطورية إلى جمهورية.

ولم يتوقف تأثير التغطيات المصورة عند المستوى الذهني بل تجاوز دورها إلى مراحل سلوكية، وقد ظهر ذلك في الممارسة اليومية للرياضة، حيث يتم إنشاء الرموز وتشكيلها من خلال الصور المنشورة في الصحافة، ومن وجهة نظر تعليمية، كانت فرصة للعمل على تعليم لغة الجسد والتربية البدنية، وكانت الجماليات والتقنية ومنطق المحتوى جوانب ثلاثة لا يمكن فصلها تمامًا في التمثيل الفوتوغرافي للرياضة. أضيف إلى ذلك القضايا الاجتماعية التي تناقشها التغطيات، والتي تم تصميمها من منظور نقدي، وتنادي بقيم مثل التنافسية أو تحفيز الرؤية (MARFIL-CARMONA, 2018).

وأوضح التحليل البصري لصور أخبار الصفحة الأولى في تسعة بلدان غربية أن الصحافة التصويرية للهجرة تؤدي إلى نوعين من التفاعلات السياسية مع المهاجرين الوافدين، **(التأثير على المهاجرين)**، حيث يتعرض المهاجرون بشكل أساسي للتأثير ضمن المواجهات الإجرائية لمؤسسات الحدود، و**(التأثير من قبل المهاجرين)**، حيث يؤثر المهاجرون على الآخرين ضمن مواجهات وجودية يمكن أن تؤثر بشكل محتمل على الحساسيات العاطفية والنشطة لدى الناس (Chouliaraki & Stolic, 2019).

واستطاعت الصورة البرازيلية نير بنديكتو، من خلال صورها، أن تربط الحركات الاجتماعية المختلفة في البرازيل، وأن تُشكل رؤية خاصة بالاحتجاجات السياسية والاجتماعية في تاريخ البلاد، وأسهمت صورها، خاصة تلك التي وثقت إضرابات العمال، في بناء ثقافة بصرية لمقاومة الديكتاتورية (Zerwes, 2023).

كما لعبت التغطية المصورة في وسائل الإعلام دور كلب الحراسة في قضايا العشوائيات، فهي تُراقب وتشجب المظالم وانتهاكات حقوق الإنسان ومحاربة تجار المخدرات وضباط الشرطة والأشخاص الذين يعيشون داخل وخارج العشوائيات (Baroni, 2015).

ونظرًا لأهمية التغطيات المصورة تؤكد دراسة (Geigenberger، 2020) أنه لا يجب تصنيف الصورة البصرية فقط من خلال عناوينها، ولكن أيضًا من خلال الظروف التاريخية والسياسية والاجتماعية المحيطة بها. على سبيل المثال يجب الحذر عند استخدام صحافة الحرب المصورة التي تم تقييمها لأغراض الدعاية، ولذلك يجب الأخذ في الاعتبار ليس فقط ما هو واضح، ولكن أيضًا تجارب الصحفيين، وأفعالهم، والقيم المهنية، وأسباب النشر، واستقبال الصور من قبل الجمهور، والتأثيرات الخارجية. وأشارت دراسة (Shabbi، 2021) إلى أننا في حاجة إلى مزيد من الابتكار في تغطية الأحداث الإخبارية، وتطوير معايير أخلاقية واضحة للتصوير الصحفي.

ويرصد الباحث على دراسات هذا المحور أنه رغم أهمية القصص المصورة وعملية الإخبار البصري إلا أنها خضعت للمعايير الصحفية وافتقدت إلى كثير من الجوانب الفنية، وذلك على النحو التالي:

- تنوعت أطر نشر المواد المصورة بالصحف، لكن لم يظهر الإطار الفني كميّار ودافع للنشر، فلا مانع من وجود صورة أو قصة مصورة لأنها تتميز بتكوين فني عالٍ، أو أنها ترصد الظاهرة بكادرات يغلب عليها الطابع الفني.

- في رحلة التعرف على تأثيرات القصص المصورة غاب التأثير الجمالي، فلم توضح الدراسات كيف أثر المضمون المصور على المتلقي في الجوانب الشعورية والجمالية لديه، فمن الوارد أن يشعر القارئ بمشاعر إيجابية لمجرد أنه رأى صورة فنية حتى لو كانت لا تحمل مضمونًا صحفيًا.

مشكلة الدراسة:

يُمكن صياغة المشكلة البحثية للدراسة في ضوء خمس كلمات مفتاحية رصدها الباحث، وأشارت إليها الأدبيات السابقة، وهي **الأهمية والوضع الاستثنائي والجمالية المصورة وتنوع وسائل النشر والقيود**:

تشير الأهمية إلى الدور الذي تلعبه الصورة في العملية الصحفية.

- ويرصد الوضع الاستثنائي تراجع الصحيفة المطبوعة (جرائد ومجلات) في ترتيب تلقى واستهلاك وسائل الإعلام.

- وتؤكد الجمالية المصورة سيطرة الصور الشخصية والموضوعية التي تفتقر إلى الجمال والتكوين الفني على صفحات الصحف العربية، ويصاحب ذلك تراجع كبير للقصة المصورة.

- ويشير تنوع وسائل النشر إلى أن الإنتاج المصور أصبح له الكثير من المنافذ الإعلامية بجانب الصحيفة الورقية.

- أما القيود فهي كل ما يؤثر على المصور لتجاوز كل ذلك وإنتاج قصة صحفية مصورة، سواء كانت تلك القيود متعلقة بالصحيفة أو المصور ذاته.

ولذلك فمشكلة الدراسة تتلخص في:

رصد وتحليل عملية إنتاج القصص المصورة في الصحافة المصرية ومدى تأثرها كمًا وكيفًا بالعديد من القيود، وعلاقة ذلك بتفضيلات النشر لدى المصورين أنفسهم.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في: الكشف عن مُعدّلات إنتاج القصص الصحفية المصورة في الصحافة المصرية، ومدى تأثر ذلك بقيود العمل الصحفي وتفضيلات المصورين لنشر قصصهم.

ويسعى الباحث لتحقيق هذا الهدف من خلال عدد من الأهداف الفرعية هي:

1. الكشف عن مُعدّل إنتاج المصورين للقصص المصورة.
2. رصد تأثير متابعة القصص المصورة التي يقدمها الآخرون على مُعدّل إنتاج المصورين.
3. الكشف عن كيفية تأثير إمكانيات الإنتاج على تقديم قصص مصورة.
4. رصد أوجه تأثير السياسة التحريرية على إنتاج القصص المصورة.
5. رصد العلاقة بين تفضيلات المصورين لوسيط النشر ومُعدّل إنتاج القصص المصورة.
6. الكشف عن تأثير الحرية الإدارية على إنتاج القصص المصورة.
7. الكشف عن تأثير الحرية الفنية على إنتاج القصص المصورة.
8. رصد العلاقة بين التنافس المهني وإنتاج القصص المصورة.
9. التعرف على درجة تأثير الاستقلال الصحفي للمصور على مُعدّل إنتاجه للقصص المصورة.
10. رصد حدود تأثير التكنولوجيا الحديثة على إنتاج القصص المصورة.
11. الكشف عن تأثير العائد المادي على إنتاج القصص المصورة.
12. رصد العلاقة بين العوامل الديموغرافية ومُعدّل إنتاج القصص المصورة.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مُعدّل إنتاج القصص المصورة في الصحافة المصرية؟
2. كيف يُؤثر الانفتاح على متابعة القصص المصورة للآخرين على مُعدّل الإنتاج؟

3. ما حدود تأثير إمكانيات الإنتاج على تقديم قصص مصورة؟
4. كيف تُحدد السياسة التحريرية مُعدلات إنتاج القصص المصورة؟
5. كيف تؤثر تفضيلات المصورين لنشر أعمالهم على مُعدل إنتاجهم للقصص المصورة؟
6. ما حدود تأثير الحرية الإدارية على مُعدل إنتاج القصص المصورة؟
7. ما حدود تأثير الحرية الفنية على مُعدل إنتاج القصص المصورة؟
8. كيف يُؤثر التنافس المهني على إنتاج القصص المصورة؟
9. كيف يتأثر إنتاج القصص المصورة بدرجة الاستقلال المهني للمصور؟
10. ما حدود تأثير التكنولوجيا الحديثة على مُعدل إنتاج القصص المصورة؟
11. كيف يؤثر العائد المادي على إنتاجية المصور للقصص المصورة؟
12. كيف تتأثر عملية إنتاج القصص المصورة بالعوامل الديموغرافية؟

فُروض الدراسة:

1. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين الانفتاح على متابعة المصورين لقصص الآخرين ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
2. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين إمكانيات الإنتاج ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
3. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين السياسة التحريرية ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
4. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين تفضيلات النشر في وسيط معين ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
5. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين الحرية الإدارية ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
6. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين الحرية الفنية ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
7. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين التنافس المهني ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
8. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين الاستقلال الصحفي للمصور ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
9. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين انتشار التكنولوجيا الحديثة ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
10. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين تعدد مسارات العائد المادي ومُعدل إنتاج القصص المصورة.
11. تُوجد علاقة دالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية ومُعدل إنتاج القصص المصورة.

الإطار النظري للدراسة: نظرية القيود (Theory Of Constraints (ToC

هي فلسفة إدارية تُساعد المؤسسات على تحديد ومعالجة القيود التي تعيق زيادة الأرباح من خلال تعظيم الطاقة، والمقصود بالقيود هنا تلك التي تُؤثر بشكل كبير على سير العملية الإنتاجية. وقد كان لـ

TOC تأثير كبير على تحسين الإنتاجية في مجالات التصنيع والأنظمة، ويمكن تطبيقها في معظم أنواع الأعمال تقريباً (Ghina Hamidah & Hastuti Hastuti 2025). ويُعد مفهوم القيد Constraint أساسياً لفهم TOC وتطبيقاتها، ويعرف Cox بأنه: (العامل الذي يُحدّد في النهاية أداء نظام أو منظمة. وهو العامل الذي إذا تمكنت المنظمة من زيادته، أي استغلاله بشكل أكبر أو إخضاع العمليات الأخرى له بشكل أكثر فاعلية فإن ذلك سيؤدي إلى تحقيق مزيد من الأهداف (Lucas Martins Ikeziri, et. al 2018).

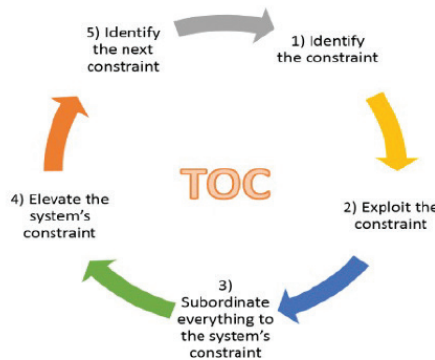
تطوّرت نظرية القيود على يد إيلياهو إم. جولدرات في ثمانينات القرن الماضي، وقدمها في كتابه (الهدف) (The Goal)، وقُورنت بفلسفات إدارية أخرى، خصوصاً في معالجتها لثلاثة محاور رئيسية في المؤسسات: القياس، والسلوك، والأهداف (AZIZUL AMRI 2025).

جوهر هذه النظرية أنها نهج يهدف إلى تحسين العمليات من خلال التركيز على أضعف الحلقات في السلسلة بهدف تحسين أداء الأنظمة، وينبغي على الشركات، سواء كانت تعمل في قطاع الإنتاج أو الخدمات، أن تولي اهتماماً أكبر لفهم هيكلها الداخلي من حيث العمليات، لكي تتمكن من الاستمرار في ظل المنافسة العالمية. وفي هذا السياق، تُمثّل TOC منهجية مهمة في هيكلة المشكلات وحلها، وهي تُحدث تغييراً في طريقة تفكير المديرين (Zeynep Tuğçe Şimşit, et. al 2014).

وتعتمد TOC على الفرضية القائلة بأنه في أي نظام معقّد -سواء كان في التصنيع، أو الخدمات اللوجيستية، أو الصناعات الخدمية- يوجد دائماً قيد واحد على الأقل أو عنق زجاجة هو الذي يُحدّد الأداء الكلي للنظام، وتعمل TOC على تحديد هذا القيد والعمل على تحسين أدائه، مما يؤدي إلى تحسينات عامة في النظام بأكمله.

وخلال الـ 25 سنة الماضية، تطوّرت TOC من مجرد برنامج متخصص في جدولة العمليات إلى أن أصبحت فلسفة إدارية معترفاً بها على نطاق واسع. ورغم هذا النمو، لا تزال هناك تحديات في سبيل تحقيق قبول أوسع.

وتمر TOC بخمس مراحل لتحقيق الأهداف وتحسين الأداء، وتُركز هذه المراحل كدورة مستمرة، كما هو موضح بالشكل التالي:



شكل رقم 1: مراحل نظرية القيود

تُعرف هذه الخطوات باسم عملية التحسين المستمر (POOGI)، وتضم:

1. تحديد القيد Identify the Constraint.
 2. استغلال القيد Exploit the Constraint.
 3. إخضاع كل شيء آخر للقيد Subordinate Everything Else to the Constraint.
 4. رفع القيد Elevate the Constraint.
 5. العودة إلى الخطوة 1 إذا تم كسر القيد، تكرار العملية Repeat the Process.
- ويجدر بالذكر أن نظرية القيود صُممت كأداة لإدارة القيود، وليست مرادفًا للقضاء المستمر عليها.

أنواع القيود Types of Constraints

صنّف الباحثون القيود إلى داخلية وخارجية، وتضم بشكل عام الآتي:

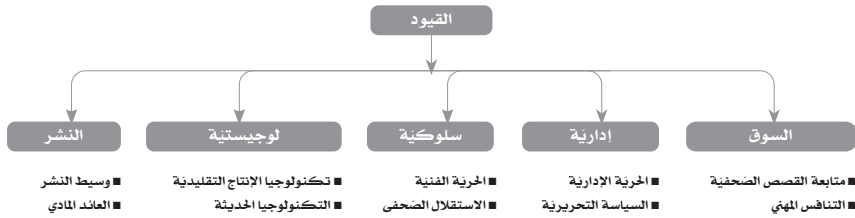
قيود السوق Market constraints: وهي من القيود الخارجية ولها الكثير من الأسباب، ولكن بشكل عام معالجتها تعتمد على السياسة الإدارية.

- **قيود الطاقة Capacity constraints:** تحدث مثل هذه القيود نتيجة لعدم كفاية الموارد ومحدوديتها لتلبية الطلب في الوقت.
- **قيود سياسية Politic constraints:** تحدث عادة في أقسام التسويق والمحاسبة والمالية.
- **قيود المواد الأولية Raw material constraint:** وتحدث نتيجة لنقص المواد الأولية في عملية الإنتاج.
- **القيود اللوجيستية Logistics constraints:** قد يكون سببها نظام التخطيط أو الرقابة في الشركة.
- **القيود السلوكية Behavioral constraints:** ليست هي السبب الرئيسي للمشكلات في المؤسسة، ولكن من الصعب القضاء عليها، وتُعد عوائق لتحسين عملية الإنتاج.
- **القيود الإدارية Administrative constraints:** تحدث نتيجة للقرارات السلبية للمديرين، ومن الصعب التخلص منها (مها كامل جواد 2021).

ويتم تطبيق نظرية القيود في الدراسة من مستوى متقدم، فهي لا تدرس تلك القيود في عملية الإنتاج التقليدية والأساسية، وإنما في المنفذ الذي يسلكه المصورون للهروب من تلك العملية.

فالقصاص المصوّرة هي سبيل المخرجين لتقديم أعمال يتخطون بها (أوردات) العمل اليومية التي يتحرك فيها مؤثر المهنية ناحية الوظيفة بشكل واضح، ويسعون إلى عمل بصري تزداد فيه مساحة الجمال والفن. بهذا المنطق يُفترض أن يكون تأثير القيود بدرجة أخف، لكنه على العكس يمكن أن مُضاعفًا.

ويختبر الباحث عددًا من القيود التي تؤثر في إنتاج القصاص المصوّرة مقسّمة إلى:



شكل رقم 2: تصنيف القيود على إنتاج القصاص المصوّرة

الإطار الإجرائي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتهي الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية التحليلية، وتسعى إلى الكشف عن مُعدل إنتاج القصاص المصوّرة بين المصوّرين عينة الدراسة، ورصد وتحليل القيود المهنية والفنية التي تواجه المصوّرين الصحفيين أثناء إنتاج القصاص المصوّرة، بالإضافة إلى رصد توجهاتهم وتفضيلاتهم المتعلقة بآليات نشر هذه القصاص على المنصات المختلفة، وتحليل العلاقة بين كل من تلك القيود ومُعدل إنتاج القصاص.

مناهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهجين بشكل أساسي:

- **منهج المسح:** يُستخدم في مرحلة رصد موقف المصوّرين الصحفيين من القصاص المصوّرة كشكل صحفي يقفون في مقدمة الصفوف لإنتاجها، بدءًا من درجة إقبالهم أو عزوفهم عن متابعة القصاص التي أنتجها آخرون، ومرويًا برصد تأثير كل قيد من القيود المحددة في إنتاج كل مصوّر، بما يتضمّن ذلك من مسح لتفضيلاتهم للنشر.
- **أسلوب المقارنة المنهجية:** ويأتي استخدامه على أكثر من مستوى:
 - **الأول:** مقارنة معدلات إنتاج القصاص المصوّرة بين المصوّرين عينة الدراسة (مرتفع - متوسط - ضعيف).

الثاني: مقارنة العوامل الأكثر تأثيرًا على مُعدلات إنتاج القصاص من بين القيود المحددة.

الثالث: مقارنة الوسائل الأكثر تفضيلاً لنشر القصاص المصوّرة من وجهة نظر المصوّرين.

أدوات جمع البيانات:

الإستبيان: يُستخدم لجمع المعلومات من المصورين الصحفيين حول مُعدّلات إنتاجهم للقصص وكيفية تعاملهم مع كل من القيود المحدّدة لتفضيلات النشر لديهم.

الملاحظة: ويستخدمها الباحث كأداة مساعدة في الدّراسة لمتابعة ما يُنشر من قصص مصوّرة في وسائل الإعلام المصريّة بما يساهم في رسم خريطة أوليّة عما ينشر وكيف ينشر، وبما يساعد في تفسير النتائج أيضًا.

عينّة الدّراسة:

قام الباحث بتطبيق الدّراسة على عينّة من المصورين الصحفيين في المؤسسات الصحفيّة المصريّة بكافة فئاتها من حيث دوريّة الصدور ونمط الملكيّة ونوع الإصدار (صحيفة - مجلة)، في محاولة للوصول إلى نقطة يمكن أن يكون تعميم النتائج فيها أقرب إلى الواقعيّة، وجاءت خصائص عينّة الدّراسة، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (1) خصائص عينّة الدّراسة

خصائص العينّة			لث	%
النوع	ذكر	99		
		10		
السن	من 20 إلى 30 سنة	17		
		44		
		32		
		16		
		10		
سنوات الخبرة	من 5 إلى 10 سنوات	15		
		34		
		20		
		30		
		14		
المؤسسة	المصري اليوم	9		
		5		
		4		
		2		
		18		
		2		
		4		
		2		
		6		
		2		
		2		
		2		
		2		
		20		
		33.9%		

ويرصد الباحث من خلال الجدول السابق عددًا من الملاحظات:

ما زالت السيطرة واضحة للذكور في مجال التصوير، وبلغت نسبتهم 90.8%، في مقابل 9.2% فقط للإناث، ليؤكد ذلك ما توصلت إليه الكثير من الدراسات السابقة بأن مجال التصوير سيظل مهنة ذكورية بشكل كبير، كما كان لفترات طويلة.

- يُظهر الجدول أن السن المسيطرة على العينة كانت من 30 إلى 50 سنة، بينما ظهرت فئة السن من 20 إلى 30 بنسبة قليلة نسبياً (15.6%)، وهو ما قد يشير إلى عزوف الشباب وحديثي التخرج عن العمل في مجال التصوير.

- تتأكد النقطة السابقة بأن النسب الأكبر لسنوات الخبرة بين المصورين عينة الدراسة كانت بين 10 وأكثر من 20 سنة (ثلاث فئات)، بينما النسب الأقل كانت لحديثي الالتحاق بالمهنة (أقل من 5 سنوات ومن 5 لأقل من 10 سنوات). هذه النتيجة قد تمثل جرس إنذار في مستقبل مهنة التصوير، وقد يكون من المهم أن تلتفت المؤسسات الأكاديمية المنوط بها تدريس مقررات التصوير إلى ذلك لمعالجة المشكلة من جذورها.

- يشير الجدول إلى نتيجة لافتة جداً وهي ظاهرة المصور الحر، وبلغت نسبته في الدراسة (33.9%)، وهي الأعلى في فئة الانتماء المهني لعينة الدراسة، ويفسر الباحث هذه النسبة بأحد الأمور التالية:

- قد يكون أفراد هذه النسبة لا يزالون غير مُعينين في مؤسساتهم، وبالتالي يتعاملون على أنهم غير منتمين لها إدارياً.

• أو أنهم معينون بالفعل، لكنهم في حالة (إجازة بدون راتب).

• أو أنهم استقالوا من مؤسساتهم وأصبح كل منهم (مصور حر) أو (صحفي حر) بقرار من نقابة الصحفيين.

والباحث أميل إلى التفسير الثاني، لكن أيًا ما كانت الأسباب، فمن المؤكد أن هذه النسبة سيكون لها تأثير كبير في نتائج الدراسة.

نتائج الدراسة:

تسعى الدراسة للكشف عن القيود التي تؤثر في مُعدل إنتاج القصص المصورة كمًا وكيفًا، ويعرض الباحث النتائج بداية من الكشف عن مُعدلات الإنتاج، ثم مناقشة تأثير كل نمط من القيود على هذا المُعدل.

مُعدل إنتاج القصص المصورة

تسعى الدراسة هنا إلى الكشف عن كثافة إنتاج القصص المصورة، وحدد الباحث ثلاثة مُعدلات توضح مدى إقبال المصورين أو عزوفهم عن تقديم قصص بشكل دوري:

- مُعدل مرتفع (قصة كل أسبوع - كل شهر).
- مُعدل متوسط (قصة كل 3 أشهر - كل 6 أشهر).
- مُعدل منخفض (قصة كل سنة - أكثر من سنة) ويُضاف إليهم من لم يُقدّم أى قصص مصورة حتى الآن في مشواره المهني.

ويوضح الجدول التالي مُعدلات إنتاج المصورين عيّنة الدراسة للقصص المصورة.

جدول رقم (2) مُعدل إنتاج القصص المصورة

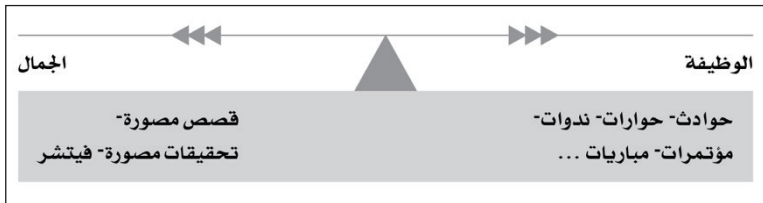
مُعدل الإنتاج	ك	%	مُعدل الإنتاج	ك	%
قصة كل أسبوع	20	18.4%	مُعدل مرتفع	57	52.2%
قصة كل شهر	37	33.9%			
قصة 3 أشهر	18	16.5%	مُعدل متوسط	28	25.7%
قصة كل 6 أشهر	10	9.2%			
قصة كل سنة	6	5.5%	مُعدل منخفض	24	22.1%
أحتاج أكثر من سنة لإنتاج قصة واحدة	10	9.2%			
لم أقدم قصصًا مصورة حتى الآن	8	7.3%			
الإجمالي	109	100%		109	100%

تُظهر نتائج الجدول السابق مؤشرات إيجابية في ما يخص إقبال المصورين على تقديم قصص صحفية مصورة، فالغالبية العظمى منهم حريصة على ذلك ما بين مُعدل مرتفع (كل أسبوع وكل شهر) بنسبة 52.2%، ومُعدل متوسط (كل 3 أشهر وكل 6 أشهر) ونسبتهم 25.7%، أى أن أقل من ربع العيّنة فقط كان مُعدل إنتاجهم للقصص المصورة منخفضًا.

وتشير هذه النتيجة بشكل مبدئي إلى أن المصورين استطاعوا التغلب على القيود التي تحول بينهم وبين تقديم الفن الصحفي الذي يُظهرون فيه إمكانياتهم الفنية بعيدًا عن (التصوير الوظيفي) الذي تغلب عليه القيم الصحفية أكثر من الجمالية.

لكن هنا يجب الإشارة إلى أن التصوير الوظيفي (فعاليات - مؤتمرات - حوارات صحفية - ندوات - حوادث - وما إلى ذلك) لا يقتصر إلى الجوانب الفنية، لكن الأمر يتعلق بميزان الوظيفة والجمال، الذي يتحرك ناحية أيٍّ من الاختيارين وفقاً لطبيعة الموضوع الذي يُغطيه المصور، فرغم فرضية وجود كل من الوظيفة والجمال في أي صورة يلتقطها المصور، لكنه يعتمد إلى تغليب أيٍّ منهما وفقاً للهدف الأهم المرجو من الحدث. الأمر لا تعارض فيه، فالمصور دوماً ما يستهدف تقديم أعلى ما لديه في كلا الجانبين، ولو استطاع تحقيق ذلك فقد وصل إلى درجة عالية جداً في مشواره المهني، وقد ظهر في الصحف المصرية كثير من الصور الحديثة الإخبارية التي حملت قدراً كبيراً أيضاً من القيم الفنية والجمالية، غير أننا بشكل واقعي لا نستطيع تحميل المصور هذا الأمر، خاصة في ظل تغليب قيمة (السّعة) في النشر في المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يقف حائلاً دون دراسة وتأمّل موقع ومسرح عملية التصوير لاستكشاف الزوايا التي تحقق درجة جمالية مرتفعة أيضاً.

ويوضّح الشكل التالي موقف المصور من ميزان (الوظيفة - الجمال) الذي يشير إلى كيفية التعامل مع الأحداث المتنوعة التي يغطيها بصرياً.



شكل رقم 3: ميزان (الوظيفة - الجمال) الذي يحكم عمل المصورين

ويعرض الباحث في ما يلي قيود إنتاج القصص المصورة في خمسة محاور يتناول كل منها واحداً من أنماط القيود التي تتبناها الدراسة، وعلاقتها بمعدل إنتاج المصورين للقصص المصورة.

المحور الأول: قيود السوق:

يعني هذا المحور بدرجة تأثر المصورين وإنتاجهم بمتغيرات وقيود تتعلق بالسوق التي يعملون بها، والتي تشمل في هذه الدراسة الانفتاح على متابعة القصص الصحفية، والتنافس المهني.

قيود الانفتاح على متابعة القصص المصورة:

يسعى الباحث هنا عن الكشف عن تأثير عامل مهم في المدخلات البصرية لكل مصور صحفي، وهو متابعة أعمال الآخرين، خصوصاً في منطقة القصص المصورة، ذلك أن كل ما نراه يتم تخزينه في الذاكرة البصرية سواء بشكل إيجابي أو سلبي، ومن المتوقع أن يمارس تأثيراً في قادم الأعمال. أما

اعتبار ذلك قيدًا فناع من أنه بالقطع يحتاج إلى وقت ومجهود يخصصه المصوّر من يومه للمتابعة، وقد يكون ذلك غير متاح للجميع. كما أن المتابعة قد تخلق تأثيرات غير مرغوبة، ولا تتماشى مع سياسة المؤسسة أو حتى الثقافة البصريّة للمجتمع الذي يعمل فيه المصوّر. وتشير نتائج الدّراسة إلى اهتمام كبير جدًا من مصوّرِي عيّنة الدّراسة في متابعة القصص الصحفيّة المصوّرة المقدّمة من قبل آخرين، كما هو موضّح بالجدول التالي:

جدول رقم (3): متابعة القصص المصوّرة التي يتم إنتاجها من قبل الآخرين

معدل المتابعة	ك	%
دائمًا	40	36.7%
أحيانًا	67	61.5%
نادرًا	2	1.8%
الإجمالي	109	100%

يُظهر الجدول الاهتمام الكبير من عيّنة الدّراسة بمتابعة قصص الآخرين ما بين من يفعلون ذلك دائمًا (36.7%)، أو أحيانًا (61.5%)، ويُترجم ذلك في مدخلات بصريّة كبيرة لدى المصوّرِين من المتوقع أن تمارس تأثيرها في قصصهم التي سينتجونها مستقبلاً، خصوصًا مع التنوع في ما يتابعونه، والذي يوضّحه الجدول التالي:

جدول رقم (4): نوعيّة القصص التي يفضل المصوّرُون متابعتها (ن=109)

القصص	ك	%
قصص لمصوّرِين مصريّين	91	83.5%
قصص لمصوّرِين أجانب	73	67%
قصص لمصوّرِين هواة	33	30.3%

رغم أن الجدول يشير إلى سيطرة لمتابعة القصص التي قدّمها مصوّرُون مصريّون (83.5%)، ثم قصص الأجانب (67%)، فإنّ النسبة اللافتة هي قصص المصوّرِين الهواة رغم أنها الأقل (30.3%)، خاصة إذا ما ربطناها بسنوات الخبرة لعيّنة الدّراسة التي تتركز ما بين 10 سنوات وأكثر من 20 سنة وبلغت نسبتها 77% (من 10 إلى أقل من 15 سنة 31.2% - من 15 إلى أقل من 20 سنة 18.3% - أكثر من 20 سنة 27.5%). قد يكون الدافع هنا هو أن المصوّرِين الهواة لا يزالون خارج كل دوائر القيود، هم أحرار تمامًا في ما يُقدّمونه لا يحكمهم سوى أنفسهم ورؤيتهم الخاصة بما قد يعني إنتاجًا مُميّزًا ومختلفًا غير متأثر بقيود المهنة والعاملين بها.

اللافت أيضًا في الجدول هو قدرة المصوّرين على متابعة أعمال المصوّرين الأجانب والهواة بنسب كبيرة، وهو ما قد يتماشى مع تغيير خريطة الإعلام خلال السنوات الأخيرة في الصحافة ما بين إعلام تقليدي (صحف مطبوعة)، وإلكتروني (المواقع)، ورقمي (التواصل الاجتماعي والتطبيقات)، وهو ما يتّضح خلال الجدول التالي:

جدول رقم (5): الوسيلة المفضلة لمتابعة قصص الآخرين (ن=109)

الوسيلة	ك	%
الصحف المطبوعة	32	29.4%
المواقع الإلكترونية	65	59.6%
فيس بوك	76	69.7%
إنستجرام	52	47.7%
أخرى	6	5.5%

تتماشى نتائج الجدول مع الوضع الراهن للصحافة، حيث التراجع الكبير للنسخة المطبوعة والسيطرة الواضحة لمنصات التواصل الاجتماعي، للدرجة التي جعلت الصحف المطبوعة تحتل النسبة الأقل (29.4%) في ترتيب الوسائل التي يتابع من خلالها المصوّر قصص الآخرين. منطقية هذه النتيجة تأتي من عدة أسباب:

- **محدودية النشر المطبوع**، ففي الوقت الذي وصل فيه الكثير من الصحف إلى ٨ صفحات تتيح منصات التواصل الاجتماعيّ مساحات أكبر للنشر، ولذلك فالأولوية في الصحف المطبوعة أصبحت للمادة المكتوبة، حتى في حالة نشر قصة مصوّرة فإن ذلك يحدث في أقل مساحة بأقل عدد من الصور، حفاظًا على المساحة.
- **محدودية اقتناء المطبوع**، حيث أصبح من الصعب على المصوّر شراء الصحف المطبوعة نتيجة ارتفاع أسعارها، بل أصبح من الصعب الاطلاع عليها في ظل قلة النسخ المجانية التي تصل إلى المؤسسات.
- **محدودية النشر الأصيل**، ففي الصحف لم يعد من المضمون أن تنشر الصور بنفس أبعادها، وألا تتعرض للقطع وفقًا للمساحة، بالإضافة إلى عدم ضمان النشر الملون توفيرًا للنفقات، كل ذلك يعطي الأسبقية لوسائل التواصل الاجتماعيّ ثم المواقع الإلكترونية.
- **محدودية الوقت والمكان**، فلكي يُتابع المصوّر الصحف المطبوعة عليه إما البحث عنها في نقاط التوزيع التي أصبحت محدودة بشكل واضح، أو الوجود في مقر الجريدة لمتابعة النسخ المجانية. لكنه في المقابل يستطيع من خلال هاتفه المتابعة في أي مكان وفي أي وقت، وقد يؤكد الجدول التالي ذلك:

- جدول رقم (6) :مدى تخصيص وقت لمتابعة القصص المصوّرة

الوقت المخصص	ك	%
ليست مرتبطة بوقت معين	76	69.7%
مرة كل أسبوع	6	5.5%
يوميًا	27	24.8%
الإجمالي	109	100%

يُظهر الجدول أنَّ النسبة الأكبر لا تُخصص وقتًا بعينه لمتابعة قصص الآخرين، ويتناسب ذلك مع وسيلة التعرّض التي يعتمدون عليها بشكل أكبر، والتي تتصدّرها وسائل التواصل الاجتماعيّ والمواقع الإلكترونية.

أما لماذا يتابع المصوّرون قصصًا لآخرين؟ فالجدول التالي يوضّح أسبابهم التي ينشُدونها جراء التعرّض للقصص المصوّرة بأي وسيلة يفضّلونها.

جدول رقم (7) : تأثير متابعة قصص الآخرين على إنتاج القصص المصوّرة (ن=109)

الموقف		موافق جدًا	موافق	محايد	معارض	معارض جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	تمدني بكادرات فنية وتكوينات بصرية متنوعة	77	28	4	-	-	4.67	93.4%
	%	70.6%	25.7%	3.7%	-	-		
ك	تمدني بمزيد من الأفكار لقصص يمكن تنفيذها	68	37	4	-	-	4.59	91.7%
	%	62.4%	33.9%	3.7%	-	-		
ك	الاستمتاع الشخصي	79	26	4	-	-	4.69	93.8%
	%	72.5%	23.8%	3.7%	-	-		
ك	فرصة لتبادل الخبرات مع مصوّرين آخرين	77	26	6	-	-	4.65	93%
	%	70.6%	23.9%	5.5%	-	-		
ك	الاحتفاظ بكادرات معينة ومحاولة تطبيقها في قصص خاصة بي	47	20	34	6	2	3.95	79.1%
	%	43.1%	18.3%	31.3%	5.5%	1.8%		
ك	التعرّف على الأدوات المستخدمة وآخر التطورات بها	61	32	12	2	2	4.36	87.2%
	%	56%	29.4%	11%	1.8%	1.8%		
ك	تخلق حالة من الحماس والشغف لتنفيذ قصص جديدة مميزة	77	28	4	-	-	4.67	93.4%
	%	70.6%	25.7%	3.7%	-	-		
ك	فرصة للتعرف على المصوّرين من مختلف الثقافات	79	26	4	-	-	4.69	93.8%
	%	72.5%	23.8%	3.7%	-	-		
ك	تطور من أدائي التحريري بإمكانية إنتاج موضوعات خاصة بي	59	38	10	2	-	4.41	88.3%
	%	54.1%	34.9%	9.2%	1.8%	-		
ك	تزيد من درجة الغيرة المهنية والمنافسة بين وبين بقية المصوّرين	51	30	16	10	2	4.08	81.7%
	%	46.8%	27.5%	14.7%	9.2%	1.8%		

يُظهر الجدول تأثيرات متنوعة لمتابعة القصص المصورة على مُصوِّري العينة، تتصدّرها التأثيرات الشخصية المتمثلة في الاستمتاع الشخصي، وأن ذلك يُمثل فرصة للتعرف على مختلف الثقافات (93.8%)، ثم تأتي بعد ذلك تأثيرات على مُستوى المعرفة، فمتابعة القصص تمد المصور بكادرات فنية وتكوينات بصرية متنوعة (93.4%)، وتخلق حالة من الحماس والشغف لتنفيذ قصص جديدة (93.4%)، وتمثل فرصة لتبادل الخبرات (93%)، وتمدّه بأفكار لقصص جديدة يمكن تنفيذها (91.7%). كل هذه التأثيرات تمس مرحلة التفكير وتغذية الذاكرة البصرية، بينما تتراجع التأثيرات المتعلقة بمرحلة الإنتاج ذاتها، فنجد مثلاً أن أقل ما ورد في الجدول يتعلق بالاحتفاظ بكادرات معينة ومحاولة تطبيقها في قصص خاصة بالمصور (79.1%)، وزيادة الغيرة المهنية والتنافس (81.7%)، والتعزف على الأدوات المستخدمة في الإنتاج (87.2%). ويفسر الباحث ذلك بأن المصورين قد تكون لديهم رغبة في دفع الاتهام عنهم بالتقليد والنقل من مصوِّرين آخرين.

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والانفتاح على متابعة قصص المصورين الآخرين، ويوضّح الجدول التالي وجود هذه العلاقة من عدمها:

جدول رقم (8) معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والانفتاح على متابعة قصص مصورة

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.251
	** دال عند مُستوى معنوية 0.01

توضح بيانات الجدول رقم (8) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية (المصورين) وبين انفتاحهم على متابعة هذا النمط من المحتوى. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل من المُستوى المرجعي المُعتمد 0.01، مما يشير إلى أن هذه العلاقة ليست عشوائية أو ناتجة عن الصدفة، وإنما تعبر عن نمط عام يعكس وجود ترابط حقيقي بين المتغيرين في مجتمع الدراسة. ودلالة هذه النتيجة الإحصائية تُعطي مصداقية قوية للفرز، وتُعزّز موثوقية البيانات التي تم جمعها، بما يسمح بالاستناد إليها في بناء الاستنتاجات النظرية والتوصيات المهنية.

أما من حيث شدّة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت النتائج أن معامل ارتباط بيرسون بلغ 0.251، وهى قيمة موجبة تشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين تتسم بالاتجاه الإيجابي، وإن كانت شدتها ضعيفة. ويفيد هذا بأن الزيادة في مُعدّل إنتاج القائمين بالاتصال للقصص المصورة ترتبط بقدر من الزيادة في درجة انفتاحهم على متابعتها، والعكس صحيح. ورغم أن هذه العلاقة لا ترقى إلى مُستوى

القوة العالية أو المتوسطة، فإن إيجابيتها تمنحها دلالة تفسيرية مهمة، خاصة في سياق بيئة مهنية تتطلب التفاعل المستمر مع أنماط جديدة من المحتوى. وتُظهر هذه النتيجة أن الانخراط في عملية الإنتاج يُعزّز بدرجة ما الاستعداد الذهني والمهني للمتابعة والتفاعل مع المحتوى ذاته، وهو ما يشير إلى طابع دائري للعلاقة بين الفعل الإعلامي والتلقي المهني داخل المؤسسة الصحفية.

ومن هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار الفرض القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والانفتاح على متابعة قصص مصورة قد انتهى إلى ثبوت صحته.

تحمل هذه النتيجة دلالات تفسيرية عميقة في سياق فهم سلوكيات القائمين بالاتصال، إذ يمكن القول إن إنتاج القصص المصورة لا يتم بمعزل عن التفاعل الشخصي والمهني مع هذا النوع من المحتوى. فكلما زاد اندماج الصحفيين أو المحررين في عملية الإنتاج، أصبحوا أكثر وعياً بالأبعاد الجمالية والوظيفية لهذا النمط السرد، وبالتالي أكثر استعداداً للمتابعة والانفتاح عليه كوسيط إعلامي حديث. كما أن هذه العلاقة قد تعكس تطوراً في التوجهات المهنية نحو دعم التنوع البصري والتفاعلي في المنتج الصحفي، خصوصاً مع تزايد حضور الوسائط البصرية في البيئات الرقمية التي تعمل فيها المؤسسات الصحفية المعاصرة.

قيود التنافس المهني:

تُعنى الدراسة بالكشف عن تأثير التنافس المهني على مُعدّل إنتاج القصص المصورة، ويتمثل التنافس هنا في المسابقات المتخصصة في الصورة الصحفية بمستوياتها المختلفة، محلياً وعربياً ودولياً. ورغم أهمية هذه المسابقات للمصورين مادياً ومعنوياً، فإنها تتطلب وقتاً إضافياً وميزانية خاصة لتنفيذ القصص، وشروطاً خاصة للنشر، بل وأحياناً تحتاج إلى موافقة المؤسسة ذاتها في الاشتراك، ويوضح الجدول التالي مدى حرص المصورين، عينة الدراسة، على الاشتراك في تلك المسابقات:

جدول رقم (9): حرص المبحوثين على الاشتراك في مسابقات التصوير

مدي الحرص	ن	%
دائماً	55	50.5%
أحياناً	38	34.8%
لا أشارك	16	14.7%
الإجمالي	109	100%

رغم أن النسب الأكبر حريصة على المشاركة في المسابقات ما بين دائماً (50.5%) وأحياناً (34.8%)، فإن نسبة من لا يشاركون في المسابقات لافتة للنظر وبلغت (14.7%). هذه النسبة

رغم أنها الأقل، لكنها تمثل قطاعاً لا يُستهان به أيضاً، خاصة إذا أخذنا في الاعتبار تنوع المسابقات في هذا المجال وسهولة الاشتراك فيها أيضاً. وهذا يؤكد أن التنافس من خلال مسابقات التصوير إنما يواجه قيوداً رغم مردوده الإيجابي.

وقد حرص المصورون على التنافس المهني في ثلاثة مُستويات يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (10): مُستوى المسابقات التي يُفضل المصورون المشاركة فيها (ن=109)

مُستوى المسابقات	ك	%
المُستوى المحلي	57	52.3%
المُستوى العربي	18	16.5%
المُستوى الدولي	38	34.9%

يُظهر الجدول تصدّر المسابقات المحليّة اختيارات المصورين للتنافس المهني بنسبة 52.3%، ثم جاءت المشاركات على المُستوى الدولي بنسبة 34.9%، ولعل ارتفاع نسبة المشاركات الدوليّة يعود إلى سهولة التواصل وسهولة الاشتراك في المسابقات بعد أن كان ذلك الأمر صعباً ومكلفاً في سنوات سابقة. كما أنّ نسبة الاشتراك في المسابقات على المُستوى العربي التي بلغت 16.5% كآخر اختيار قد يكون مردها قلة المسابقات من الأساس في هذا التخصص.

وأياً ما كان المُستوى الذي يتنافس فيه المصورون فقد تنوعت اختياراتهم في الفروع التي يشاركون بها في المسابقات، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (11): الفرع المفضل للمشاركة في المسابقات (ن=109)

الفرع المفضل	ك	%
الصورة الخبريّة	45	41.3%
الصورة الرياضيّة	54	49.5%
القصة المصورة	72	66.1%
الحياة اليوميّة	74	67.9%
الصورة السياحيّة	34	31.2%
أخرى	8	7.3%

تؤكد نتائج الجدول السابق أهمية فكرة الدراسة، فالمصورون يتعاملون مع القصص المصورة بأنها سبيلهم للهروب من ضغوط تكاليفات العمل اليوميّة، ولذلك فقد تصدّرت الاختيارات للمشاركة في المسابقات فرع الحياة اليوميّة (69.7%) ثم القصص المصورة (66.1%)، وكلاهما يتضمن حرّية

المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

كبيرة للمصور في تحديد ما يقدمه، فحتى صور الحياة اليومية ما هي إلا قصة مصورة قليلة الكادرات تحكي جانباً معيناً من مناحي الحياة دون الحاجة إلى نص مُصاحِب، وهذه الكادرات يُمكن أن تختزل في صورة واحدة أيضاً، وتُسمى في الصحافة عادة بـ (الصورة الحرة). ولعل ما يؤكد تلك الحرية هو دائرة المستشارين، ومن يُؤخذ برأيهم قبل تنفيذ القصة المصورة، والتي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (12): دائرة المستشارين قبل تقديم القصة في المسابقة (ن=109)

المستشارون	ك	%
زملائي في القسم	45	41.3%
مديري المباشر	34	31.2%
رئيس التحرير	8	7.3%
الأصدقاء	48	44%
العائلة	16	14.7%
زملائي من المحررين	14	12.8%
لا استشير أحداً	28	25.7%

يوضح الجدول وجوداً واضحاً للعلاقات غير الرسمية في التأثير على قرار مهني من الدرجة الأولى، فأتثناء تفكير المصورين في إنتاج قصص مصورة تُنشر في مؤسساتهم ويشاركون بها في المسابقات يأتي الأصدقاء في المرتبة الأولى التي يُؤخذ برأيها بنسبة 44%، ويأتي ذلك متفوقاً على المصورين زملاء القسم (41.3%) والمدير المباشر (31.2%). كما تظهر العائلة كراي مؤثر في أفكار القصص بنسبة 14.7% مُتقدمة في ذلك على الزملاء المحررين (12.8%) ورئيس التحرير (7.3%)، بما يؤكد الرغبة الكبيرة للخروج من الدوائر الرسمية التي ستؤثر على درجة حريتهم في إنتاج القصص.

لكن تظل النتيجة اللافتة في هذا الجدول هي عدم استشارة أي شخص قبل تنفيذ القصة المصورة أو قرار الاشتراك بها في المسابقة، وبلغت النسبة 25.7%، وهي نسبة كبيرة تعكس الرغبة في تقديم منتج به أكبر قدر من الذاتية.

ويبدو أن تأثير المسابقات غير مرتبط بتحقيق الفوز من عدمه، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (13): الفوز في مسابقات من قبل (ن=109)

تحقيق الفوز	ك	%
نعم	76	69.7%
لا	33	30.3%
الإجمالي	109	100%

يشير الجدول السابق إلى أن ما يقرب من ثلث العينة لم يحظَ بجوائز خلال مشاركاته في مسابقات التصوير، ولا يرى الباحث تعارضاً في ذلك مع النسبة الكبيرة الحريصة على الاشتراك الدائم والموضحة في الجدول رقم ٩، فالمشاركة هنا قد تكون مدفوعة بأحد سببين:

- مبدأ (دائماً هناك فرصة للفوز) .. فالمصور قد يكون حريصاً على التنافس المستمر ولديه يقين أن الفوز سيأتي يوماً ما.

- مبدأ (منصات العرض) .. فالمسابقات تظل في النهاية مسرحاً لعرض الأعمال على نطاق واسع، سواء من خلال الوسائل التقليدية في صالات العرض والمعارض وكتالوجات الصور، أو من خلال الوسائل الحديثة كالمواقع ومنصات التواصل الاجتماعي، بما يُمثل فرصة كبيرة لكل مصور لعرض أعماله بشكل يُحقّق انتشاراً على الأقل بين أبناء المهنة.

أما عن تأثير التنافس المهني والمسابقات في إنتاج القصص المصورة فيوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (14): تأثير المسابقات على إنتاج القصص المصورة (ن=109)

البيانات	الموقف	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
المسابقات فرصة للتعرف على الجديد في عالم التصوير	ك	73	28	4	4	-	4.56	91.2%
	%	67%	25.6%	3.7%	3.7%	-		
يمكن أن أحصل على أفكار جديدة لقصص من متابعة المسابقات	ك	61	38	6	4	-	4.43	88.6%
	%	56%	34.8%	5.5%	3.7%	-		
العائد المادي هو أهم أسباب المشاركة في المسابقات	ك	25	26	22	28	8	3.29	65.9%
	%	22.9%	23.9%	20.2%	25.7%	7.3%		
أحد أسباب المشاركة هو المكانة الاجتماعية في مجتمع التصوير	ك	47	24	30	6	2	3.99	79.8%
	%	43.2%	22%	27.5%	5.5%	1.8%		
تُسهل مؤسستي كل إجراءات المشاركة في المسابقات	ك	31	22	38	10	8	3.53	70.6%
	%	28.4%	20.2%	34.9%	9.2%	7.3%		
المسابقات فرصة لمشاهدة كادرات وزوايا تصوير مختلفة	ك	65	40	2	2	-	4.54	90.8%
	%	59.7%	36.7%	1.8%	1.8%	-		
فوزي في المسابقات يحفزني لتقديم قصص جديدة باستمرار	ك	65	30	12	2	-	4.45	89%
	%	59.5%	27.5%	11%	1.8%	-		
أعمل على التعاون مع مصورين سبق لهم الفوز في مسابقات	ك	35	26	32	12	4	3.70	73.9%
	%	32.1%	23.8%	29.4%	11%	3.7%		
يمكن أن أختار كادرات أخرى وإضافية لما نشرته المؤسسة في النسخة التي أقدمها لمسابقة	ك	45	44	16	4	-	4.19	83.9%
	%	41.2%	40.4%	14.7%	3.7%	-		
عادة ما يتم تقديري من مؤسستي في حالة الفوز في المسابقات	ك	35	36	30	4	4	3.86	77.2%
	%	32.1%	33%	27.5%	3.7%	3.7%		

يوضح الجدول السابق عددًا من الأمور، بعضها منطقي وبعضها يراه الباحث بعيدًا عن المنطق، وذلك على النحو التالي:

تتصدر التأثيرات الفنية اختيارات مصوري العينة، فهم يشتركون في المسابقات، لأنها فرصة للتعرف على الجديد في عالم التصوير من خلال متابعة الأعمال المنافسة (91.2%)، وفرصة لمشاهدة كادرات وزوايا تصوير مختلفة (90.8%)، وإمكانية الحصول على أفكار جديدة لقصص من خلال متابعة المسابقات (88.6%).

- يبدو أن فكرة العمل الفردي بدأت في التغيير، فقد أقرت نسبة غير قليلة بأنها تعمل على التعاون مع مصورين سبق لهم الفوز في المسابقات (73.9%)، وقد يكون ذلك مرده الرغبة في اكتساب خبرات، أو لمعرفة ما يتطلبه الفوز. وأيًا ما كانت الأسباب فإنها قد تؤدي في النهاية إلى ظاهرة القصة المصورة الجماعية التي يشترك فيها أكثر من مصور.

- من النتائج اللافتة في الجدول أن التنافس المهني من خلال المسابقات كان له تأثير، كونه يُعزز المكانة الاجتماعية للمصور في مجتمع التصوير بنسبة 70.6%، وهي نسبة قليلة وتوقع الباحث أن تكون أعلى من ذلك. وبالمثل تزدل العائد المادي اختيارات العينة بنسبة 65.9%، بينما كانت التوقعات أن يكون في الصدارة، في ظل حالة عدم الرضا الوظيفي الخاص بالرواتب المشار إليها سابقًا.

- يُظهر الجدول أن دور المؤسسات الصحفية في التنافس المهني ليس بالإيجابية الكافية، ولم تُعبر الاختيارات عن حالة الدعم الكبير لمصورها، ففي حالة ما قبل الاشتراك جاء دورها في تسهيل إجراءات المشاركة بنسبة 70.6%، وحتى في حالة الفوز كانت نسبة تقديرها لمن فازوا 77.2% وكلتاهما نسبة قليلة، مقارنة بالاختيارات الباقية بما يدق جرس إنذار بضرورة الدعم والتقدير المؤسسي للمصورين لزيادة التنافس المهني.

- أحد أهم تأثيرات التنافس المهني أن الفوز يُحفز المصورين لتقديم قصص جديدة باستمرار (89%)، وهو ما يُعد مؤشرًا إيجابيًا تجاه تقديم الجديد بمستوى أعلى فنيًا.

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والتنافس المهني، ويوضح الجدول التالي وجود هذه العلاقة:

جدول رقم (15): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والتنافس المهني

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.297
	** دال عند مُستوى معنوية 0.01

تُظهر بيانات هذا الجدول رقم (15) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة من قِبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية ومُستوى التنافس المهني بينهم. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل من المُستوى المرجعي المعتمد 0.01، مما يؤكد أن هذه العلاقة ليست ناتجة عن الصدفة أو التوزيع العشوائي للبيانات، بل تعكس نمطًا حقيقيًا من الترابط بين المتغيرين ضمن مُجتمع الدّراسة.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت النتائج أن معامل الارتباط (بيرسون) بلغ 0.297، وهى قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية ذات شدة متوسطة بين التنافس المهني ومُعدّل إنتاج القصص المصوّرة. وهذا يعني أن زيادة مُستوى التنافس بين القائمين بالاتصال تترافق مع زيادة ملموسة في إنتاجهم للقصص المصوّرة. وتُعطي هذه النتيجة دلالة تفسيرية مهمة في سياق البيانات المهنية الصحفية، حيث يعمل التنافس كحافز ودافع يُعزّز مُستوى الإنتاجية والإبداع في استخدام أنماط سردية مبتكرة، مثل القصص المصوّرة.

ومن هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار الفرض القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة والتنافس المهني قد انتهى إلى ثبوت صحته، مما يُعزّز موثوقية البيانات ويؤكد أهمية التنافس المهني كعامل مرتبط بإنتاج القصص المصوّرة. ويُفسّر هذا الترابط بأن التنافس المهني قد يُشكل بيئة محفّزة تدفع الصحفيين والمحرّرين إلى الابتكار والتجديد، لا سيما في ظل الطلب المتزايد على تقديم محتوى جذاب بصريًا يتفاعل معه الجمهور. كما أن وجود منافسة صحية بين الزملاء قد يُشجّع على تبني تقنيات وأساليب جديدة في التغطية الصحفية، بما فيها استخدام القصص المصوّرة كأداة فاعلة لتعزيز جاذبية المادة الإعلامية. بناءً على ذلك، تؤكد هذه النتيجة الدور الاستراتيجي للتنافس المهني كعامل مؤثّر في تطوير وتنفيذ الإنتاج الإعلامي البصري داخل المؤسسات الصحفية الحديثة.

المحور الثاني: القيود الإدارية:

يُعنى هذا المحور بدرجة تأثّر المصوّرين وإنتاجهم بالقيود الإدارية التي يُمكن أن تُساهم بالسلب أو الإيجاب في مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة، ويشمل في هذه الدّراسة الحرية الإدارية، والسياسة التحريرية.

الحرية الإدارية:

لاحظ الباحث من خلال خبرته العملية أنّ أكثر ما يُعيق عمل الصحفي هو تقييده إداريًا بنظام حضور وانصراف وتأخيرات وأموريات، أو تحميله بأعباء وأعمال إدارية داخل المؤسسة، فالصحفي يرى أن عمله في الشارع، وأن المعيار والفيصل في العمل هو المنتج النهائي. ويتبنّى المصوّرون بطبيعة الحال هذه النظرية بدرجة أكبر من المحرّرين، كون النسبة الأكبر من عملهم بالفعل خارج نطاق المؤسسة، وبالتالي فمن المتوقع أن يتأثر إنتاجهم للقصص المصوّرة بدرجة الحرية الإدارية الممنوحة لهم، والتي تبدأ من مجرد وجود بصمة للحضور والانصراف كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (16): الإلزام ببصمة حضور وانصراف يوميًا (ن=109)

الإجراء	ن	%
بصمة حضور وبصمة انصراف	47	43.1%
بصمة واحدة في أي وقت من اليوم	16	14.7%
ليس هناك بصمة حضور أو انصراف	46	42.2%
الإجمالي	109	100%

يُظهر الجدول أن النسب متقاربة جدًا ما بين الإلزام الإداري في الحضور والانصراف (43.1%) والحرية الإدارية الكاملة في هذا السياق، حيث لا بصمة للحضور أو الانصراف (42.2%)، وهو ما يشير إلى أنه ليست هناك سياسة واضحة وثابتة للتعامل مع المصورين في الصحف المصرية، خصوصًا أن هناك نسبة لا يمكن إغفالها تجمع بين السياستين، وهي وجود بصمة واحدة للمصور في أي وقت من اليوم كإجراء إداري يثبت الإلزام ويمنح الكثير من الحرية في أداء المهام. وكجزء أصيل من تنظيم العمل الإداري يوضح الجدول التالي مدى انتظام اجتماع قسم التصوير في المؤسسات الصحفية:

جدول رقم (17): مدى وجود اجتماع دوري لقسم التصوير (ن=109)

دورية الاجتماع	ن	%
مرتين يوميًا	4	3.7%
يوميًا	26	23.9%
أسبوعيًا	14	12.8%
على فترات متباعدة	65	59.6%
الإجمالي	109	100%

يتضح من الجدول السابق عدم انتظام انعقاد قسم التصوير، حيث يلتقي المصورون في اجتماع على فترات متباعدة (59.6%)، في حين يلتقون مرة يوميًا بنسبة (23.9%)، وهي نسبة قليلة إذا أخذنا في الاعتبار أن هذا هو الوضع الطبيعي لمتابعة العمل، حتى في الإصدارات الأسبوعية التي تملك منافذ ومنصات إلكترونية تعمل على مدار الساعة، لذلك فإن الاجتماع مرة أسبوعيًا، والذي ظهر بنسبة (12.8%) لا يُعد كافيًا في الوقت الراهن. بالإضافة لذلك فإن نسبة (3.7%) من العينة أشارت إلى أنهم يجتمعون مرتين يوميًا صباحًا ومساءً. وقد تتماشى هذه النسب مع ما سبق ذكره في أن ما يقرب من 60% من العينة لا يستشيرون زملاءهم في القسم في ما يُقدّمونه من قصص، بينما ما يزيد على ثلثي العينة لا تستشير الرئيس المباشر، وذلك ببساطة لأنهم لا يلتقون بشكل دائم. وإذا ما التقوا فإن الجدول التالي يوضح الطرق التي يُعقد بها اجتماع قسم التصوير:

جدول رقم (18): طريقة عقد الاجتماع (ن=109)

طرق الاجتماع	ك	%
الحضور في مقر المؤسسة	75	68.8%
عبر وسائل التواصل الاجتماعي	36	33%
أخرى	16	14.7%

أول ما يشير إليه هذا الجدول هو أنه ليست هناك طريقة واحدة لعقد الاجتماع في المؤسسات الصحفية، واختيار أكثر من طريقة يؤكد ذلك، حيث تجاوزت تكرارات الإجابة (127 تكرارًا) حجم العينة (109 مفردات). كما يؤكد أن الشكل التقليدي للاجتماع لا يزال مُسيطرًا، حيث يُعقد في مقر المؤسسة بنسبة (68.8%)، بينما يُعقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 33%، ويشمل ذلك مجموعات Whatsapp و Messenger بشكل أساسي. وشملت نسبة الـ 16% المتبقية كل أشكال التكاليفات والمناقشات غير المرتبطة بالزّد والمناقشة الفورية، مثل الرسائل الصوتية بتكاليفات العمل على مجموعات العمل، والرسائل المكتوبة أيضًا، كما تضمنت الرسائل الشخصية الموجهة من رئيس القسم للمصور، كل ذلك يتم التعامل معه كشكل من أشكال الاجتماع.

الجانب الإداري الآخر الذي يُمكن أن يؤثر في إنتاج القصص المصورة هو المسؤوليات والأدوار الإدارية التي يمارسها المصورون، والتي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (19): وجود مسؤوليات إدارية تتطلب الوجود في المؤسسة باستمرار (ن=109)

المسؤولية الإدارية	ك	%
نعم	40	36.7%
لا	69	63.3%
الإجمالي	109	100%

يُظهر الجدول أن النسبة الأكبر من مصوري العينة (63.3%) ليست لديهم أدوار إدارية تتطلب وجودهم في مقر المؤسسة باستمرار، في مقابل (36.7%) كان لهم بعض الأدوار. هاتان النسبتان تُنبئان بقدر كبير من الحرية الإدارية إذا ما وُضعت بجانب الحرية الممنوحة في (بصمّي الحضور والانصراف)، فنحن أمام فرصة كبيرة لإنتاج قصص مصورة لا تتأثر بالأعباء الإدارية.

وفي ما يخص القصة المصورة فإنه في ظل هذا الاختلاف الإداري فالجدول التالي يوضح سبل المصورين لإيجاد وقت لتصوير قصصهم المصورة.

جدول رقم (20) : الوقت المخصص لتصوير القصة (ن=109)

وقت التصوير	ك	%
في أيام راحتي الأسبوعية	25	22.9%
بعد ساعات العمل الرسمية	10	9.2%
في ساعات العمل العادية من خلال مأمورية	74	67.9%
الإجمالي	109	100%

يوضح الجدول أن النسبة الأكبر من المصورين يصورون قصصهم خلال مواعيد العمل الرسمية من خلال مأمورية عمل (67.9%)، وهذه النسبة توضح أمرين: الأول هو وجود قيود إدارية على المصورين تُحد من حريتهم في التحرك لإتمام تصوير القصص، أما الثاني فيوضح أن المؤسسات أيضاً لديها انفتاح على تسهيل مهام المصورين في هذا الصدد بمنحهم إذنًا أو مأمورية. لكن الجدول أيضاً يبين أن الصورة ليست إيجابية بشكل كامل، فما يقرب من ثلث العينة (32.1%) تصور قصصها خارج مواعيد العمل الرسمية، إما في أيام الراحة الأسبوعية (22.9%) أو بعد ساعات العمل الرسمية (9.2%)، بما يُعد مؤشراً بأن القصص المصورة ليست على قائمة الأولويات لدى المؤسسات الصحفية.

أما عن تأثيرات الجوانب الإدارية على إنتاج القصص المصوّرة فيُوضّحها جدول إجابات المبحوثين التالي:

جدول رقم (21): تأثير الجوانب الإدارية على إنتاج القصص المصوّرة (ن=109)

العبارة	الموقف	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
إجراءات الحضور والانصراف اليومية تُحد من مُعدل إنتاج القصص المصوّرة	ك	73	16	14	6	-	4.43	88.6%
	%	67%	14.7%	12.8%	5.5%	-		
هناك سهولة في الحصول على إجازات طويلة لتصوير القصة	ك	22	24	30	19	14	3.19	63.9%
	%	20.2%	22%	27.5%	17.5%	12.8%		
إجراءات الحصول على مأمورية تؤثر سلباً على إنتاج القصص	ك	25	38	28	18	-	3.64	72.8%
	%	22.9%	34.9%	25.7%	16.5%	-		
الالتزام بكشف الإنتاج لا يجعل هناك وقتاً كافياً لتصوير قصص نوعية	ك	39	38	8	14	10	3.75	75%
	%	35.8%	34.9%	7.3%	12.8%	9.2%		
عقد الاجتماع الدوري لقسم التصوير عبر واتس آب أو فيس بوك يوفر الكثير من الوقت ويسمح بتصوير قصص	ك	36	55	11	2	4	4.08	81.7%
	%	33.3%	50.9%	10.2%	1.9%	3.7%		
مديري في العمل له اهتمام كبير بالقصص المصوّرة	ك	41	38	12	12	6	3.88	77.6%
	%	37.6%	34.9%	11%	11%	5.5%		
أوردرات التصوير اليومية لا تعطينا فرصة لتصوير قصص	ك	39	22	28	16	4	3.70	73.9%
	%	35.8%	20.2%	25.6%	14.7%	3.7%		
مهام تصوير الفيديو وشيفت الاستوديو تُحد من إنتاج القصص	ك	49	26	18	10	6	3.94	78.7%
	%	45%	23.8%	16.5%	9.2%	5.5%		
يقوم المدير بتسهيل كل الإجراءات في حالة تصوير قصة	ك	29	24	46	8	2	3.64	72.8%
	%	26.6%	22%	42.3%	7.3%	1.8%		
هناك حالة من التعاون بين الزملاء في القيام بأدوار أثناء تصوير القصة	ك	27	34	37	6	4	3.69	73.7%
	%	25%	31.5%	34.2%	5.6%	3.7%		

ويلاحظ الباحث من الجدول السابق الآتي:

- هناك رغبة واضحة وكبيرة من المصوّرين في حرية إدارية كاملة تُعفيهم من (بصمة حضور أو انصراف) في المؤسسة، فقد تصدر اختيار أن إجراءات الحضور والانصراف اليومية تُحد من مُعدل إنتاج القصص المصوّرة، الإجابات بنسبة (88.6%)، وكان الأعلى بين كل الاختيارات في فئة موافق جداً (67%)، بل إنه الأقل في فئات المعارضة ما بين معارض (5.5%) ومعارض جداً، وهذه الفئة لم توجد في اختياراتهم.

يؤكد ذلك أيضًا أن اختيارهم الثاني كان أن عقد الاجتماع الدوري لقسم التصوير عبر وسائل التواصل الاجتماعي يوفر الكثير من الوقت، بما يسمح بتصوير قصص، وذلك بنسبة (81.7%)، ويشير هذا ضمناً إلى الرغبة في مزيد من الحرية الإدارية.

- يشير الجدول أيضًا إلى مشكلة في التعامل المؤسسي تؤدي في النهاية إلى تأثير سلبي على إنتاج القصص المصورة، فأقل وزن نسبي ضمن الاختيارات كان من نصيب أن هناك سهولة في الحصول على إجازات طويلة لتصوير قصة (63.9%)، بما يشير إلى الصعوبة الكبيرة التي يواجهها المصورون إذا ما احتاجوا إلى وقت أكبر لإنجاز المهمة، بل إن ذلك الاختيار حصد أكبر نسبة معارضة، وبلغت (30.3%)، ما بين معارض (17.5%) ومعارض جدًا (12.8%).

يتأكد ذلك مع نسبة الموافقة بأن المدير يقوم بتسهيل كل الإجراءات في حالة تصوير قصة، والتي بلغت (48.6%) فقط ما بين موافق جدًا (26.6%)، وموافق (22%). أضف إلى ذلك إقرار عينة الدراسة بأن إجراءات الحصول على مأمورية تؤثر سلباً على إنتاج القصص المصورة بالفعل بنسبة (72.8%).

- يوضح الجدول أن الكثير من مهام العمل الدورية تمارس تأثيراً سلبياً على معدل إنتاج القصص المصورة، فالالتزام بكشف الإنتاج لا يسمح بوقت كافٍ لتصوير القصة (75%)، وكذلك تكاليفات العمل (أوردرات التصوير) اليومية (73.9%)، ومهام تصوير الفيديو و(شيفت الاستوديو) أيضاً (78.7%).

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل إنتاج القصص المصورة والحرية الإدارية، ويوضح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (22): معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل إنتاج القصص المصورة والحرية الإدارية

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.213	0.000
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

توضح بيانات هذا الجدول رقم (22) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل إنتاج القصص المصورة ومستوى الحرية الإدارية المتاحة لهم داخل بيئة العمل. فقد بلغ مستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل من المستوى المرجعي المعتمد 0.01، مما يعني أن هذه العلاقة تُعد ذات دلالة قوية ولا يمكن نسبها إلى مجرد الصدفة أو العشوائية في توزيع البيانات. وتشير هذه النتيجة إلى أن للحرية الإدارية تأثيراً حقيقياً يمكن قياسه وتفسيره في سياق دراسة ديناميكيات إنتاج المحتوى الصحفي البصري.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت نتائج التحليل أن معامل ارتباط بيرسون بلغ 0.213، وهي قيمة موجبة تُعبر عن وجود علاقة طردية ضعيفة بين المتغيرين. وبفيد هذا بأن زيادة مستوى الحرية الإدارية التي يتمتع بها القائمون بالاتصال في مؤسساتهم الصحفية تقترن -وإن كان بشكل محدود- بزيادة في معدلات إنتاج القصص المصورة. ورغم أن قوة العلاقة ليست مرتفعة، فإنَّ

اتجاهها الإيجابي يكتسب دلالة تفسيرية في سياق المهام التحريرية التي تتطلب قدرًا من الاستقلالية لاتخاذ قرارات تتعلق بتوظيف أدوات السرد البصري.

ومن هذه النتيجة يُمكن القول إن اختبار الفرض القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والحرية الإدارية قد انتهى إلى ثبوت صحته.

وتوحي هذه النتيجة بأن منح القائمين بالاتصال مساحة من الحرية الإدارية -سواء قيود الحضور والانصراف أو تسهيل المأموريات أو عقد الاجتماع الدوري وغيرها- يُسهم في تعزيز المبادرات الفردية نحو تبني أنماط إعلامية جديدة كالقصص المصورة، والتي تتطلب عادة قرارات ابتكارية في معالجتها. كما أن وجود هذه الحرية قد يعكس ثقافة مؤسسية داعمة للتجريب والتحول نحو الأشكال البصرية، مما يُحفز الصحفيين على التفاعل بشكل أكثر إيجابية مع أدوات السرد الحديثة. ويمكن تفسير هذا الارتباط في ضوء أدبيات التنظيم الإعلامي التي تؤكد أن الهياكل الإدارية المرنة، وغير المركزية، تتيح فرصًا أكبر للإبداع والتحول المهني، وهو ما ينعكس بطبيعة الحال على نوعية الإنتاج الصحفي وكميته. لذا، فإن هذه النتيجة تدعم الدعوات إلى إعادة النظر في الأنماط الإدارية داخل المؤسسات الصحفية بما يُعزز استقلالية القرار التحريري ويدعم التجديد في أساليب العمل الإعلامي.

قيود السياسة التحريرية:

قد تكون السياسة التحريرية أهم العوامل المؤثرة في الإنتاج الصحفي بشكل عام، وإذا كان المنتج المكتوب الذي يُقدّمه المحرّر قابلاً للتعديل حتى يُصبح مناسباً للسياسة التحريرية، سواء بإعادة الصياغة أو إضافة معلومات أو حذف أخرى أو صياغة عناوين وغيرها من العمليات، فإن المنتج البصري لا يحتمل تلك الإجراءات، وبالتالي فإن إمام المصور بالسياسة التحريرية أمر لا جدال فيه، لأن قصته لو لم تتفق مع سياسة المؤسسة فمصيورها الرّفْض، أو في أسوأ الأحوال إعادة تصويرها من البداية، بما يعني مجهودًا ووقتًا وتكلفة أخرى. والجدول التالي يوضح مدى إمام المصورين عينة الدراسة بالسياسة التحريرية لمؤسساتهم.

جدول رقم (23): درجة العلم بملامح السياسة التحريرية للمؤسسة (ن=109)

درجة العلم	ك	%
إلى حد كبير	83	76.2%
إلى حد ما	24	22%
لا	2	1.8%
الإجمالي	109	100%

يُشير الجدول السابق إلى أن عينة الدراسة على دراية بسياسات مؤسساتهم بنسبة تكاد تكون تامة ما بين معرفتها إلى حد كبير (76.2%) وإلى حد ما (22%)، فيما بقيت نسبة قليلة جدًا

(1.8%) لا يعرفون تلك السياسات. هذه النسب تُبين إيجابية حالة المصورين في هذا السياق، وتنبئ بقصص مصوّرة تتماشى مع سياسة المؤسسة، والجدول التالي يُبين ما إذا كان كل ما يقدّم من قصص تم نشرها، أم أن بعضها خالف سياسة المؤسسة وتمّ رفضه؟

جدول رقم (24): مدى رفض المؤسسة قصصاً من قبل (ن=109)

مرات الرفض	ك	%
نعم	31	28.4%
لا	78	71.6%
الإجمالي	109	100%

يوضّح الجدول أنّ النسبة الأكبر من عينة الدراسة لم يُرفض لها قصص من قبل (71.6%) بما يعني أنّها متوافقة مع سياسة المؤسسات، لكنها تظل في الوقت نفسه نسبة بعيدة عن إدراك المصورين لتلك السياسات، والتي بلغت (98.2%)، خاصة أنّ نسبة (28.4%) التي عانت من رفض القصص ليست قليلة على الإطلاق وتستحق التأمل. ويُفسّر الباحث ذلك بأمرين: الأول هو روح التمرد الموجودة لدى المصورين، خصوصاً أنهم يتعاملون مع أنفسهم بوصفهم (فنانين)، والفنان دائماً أميل إلى كسر القواعد. أما الأمر الثاني فهو نسبة (المصور الحر) التي تصدرت الانتماء المهني في توصيف العينة، والتي قد تعني تعامل المصور الواحد مع أكثر من مؤسسة بأكثر من سياسة تحريرية.

وفي حالة رفض القصة إذا ما تعارضت مع سياسة المؤسسة فإن الجدول التالي يوضّح تصرف المصور في ذلك الموقف.

جدول رقم (25): رد الفعل عند رفض المؤسسة نشر القصة (ن=109)

رد الفعل	ك	%
أنسى القصة تماماً	14	12.8%
أبيعها لمكان آخر	32	29.4%
أنشرها على صفحتي الشخصية	42	38.5%
أحاول إقناع رؤسائي بالنشر	34	31.2%
أخرى	12	11%

الأمر الجلي في هذا الجدول هو اعتزاز المصورين بقصصهم التي أنتجوها، حتى لو تعارضت مع سياسات مؤسساتهم، فقد ظهر أن الاختيار الأخير هو نسيان القصة تماماً (12.8%)، بينما جاءت

بقية الاختيارات لتؤكد إصرارهم على ظهور القصة للنور، سواء بنشرها على حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي (38.5%)، أو محاولة إقناع الرؤساء والمديرين بالنشر (31.2%)، أو بيعها لمكان آخر يُمكن أن تتماشى القصة المصوّرة مع سياسته (29.4%). حتى في الاختيارات الأخرى التي بلغت نسبته (11%) فقد أكدت الرغبة في النشر وفيها ذكر المصوّرون إجراءات مثل إعادة تصوير بعض الكادرات، ومحاولة الفهم من المديرين أسباب الرفض، والتدخل ببعض المعالجات بما يجعلها مناسبة، بل وإعادة تقديم الصور بعد إحداث قطع Cropping يجعل المعنى متماشياً مع السياسة.

وفي محاولاتهم لفهم السياسة التحريرية للمؤسسات فإن المصوّرين يرون أن هؤلاء هم الأشخاص الأكثر قدرة على إيضاها.

جدول رقم (26): الشخص الأكثر قدرة على إيضاح السياسة التحريرية (ن=109)

الشخص الأكثر قدرة	ك	%
رئيس التحرير	49	45%
رئيس قسم التصوير	74	67.9%
المدير الفني	43	39.4%
زملائي في القسم	28	25.7%
زملائي من المحررين	14	12.8%
أخرى تذكر	10	9.2%

بحكم التعامل المباشر والكثيف، فقد تصدر رئيس قسم التصوير اختيارات المصوّرين للكشف عن ملامح السياسة التحريرية (67.9%)، ثم بنسبة متقاربة جاء رئيس التحرير (45%) والمدير الفني (39.4%)، غير أن ما يجمعهم جميعاً هو أنهم في مواقع المسؤولية، بما يعكس رغبة المصوّرين في معرفة السياسة بشكل صحيح ودقيق ومؤكّد. ثم تأتي بعد ذلك علاقات الزمالة غير المرتبطة بالمسؤولية، زملاء القسم (25.7%)، والمحررين (12.8%). ولم تكتف عينة الدراسة باستشارة الآخرين، بل حاول بعضهم التعرف على السياسة بأنفسهم، وجاءت جميعها في اختيار أخرى تذكر بنسبة (9.2%)، سواء عن طريق الملاحظة والمتابعة أو بالتجربة والخطأ وتقديم أعمال ورفضها.

أما عن كيفية تأثير السياسة التحريرية على مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة فيتضح من خلال الجدول التالي.

جدول رقم (27): الموقف من تأثير السياسات التحريرية على إنتاج القصص المصوّرة (ن=109)

العبارة	الموقف		موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%							
تؤثر السياسة التحريرية في نوعية ومضامين القصص	ك	49	36	22	2	-	-	4.21	84.2%
	%	45%	33%	20.2%	1.8%	-	-		
تخصص المؤسسة مساحات ثابتة للنشر في وسائلها المختلفة	ك	23	32	40	12	2	2	3.57	71.4%
	%	21.1%	29.4%	36.7%	11%	1.8%	1.8%		
تلعب الصورة دورًا كبيرًا في السياسة البصرية للمؤسسة	ك	41	50	16	2	-	-	4.19	83.9%
	%	37.6%	45.9%	14.7%	1.8%	-	-		
تؤثر السياسة التحريرية على عدد الصور المتاحة للنشر في كل قصة	ك	25	58	20	6	-	-	3.94	78.7%
	%	22.9%	53.3%	18.3%	5.5%	-	-		
هناك مواعيد ثابتة لنشر القصص المصوّرة	ك	11	12	52	26	8	8	2.93	58.5%
	%	10.1%	11%	47.7%	23.9%	7.3%	7.3%		
عادة ما أكون حريصًا على أن أعكس سياسة المؤسسة في القصة	ك	21	42	30	12	4	4	3.59	71.7%
	%	19.3%	38.5%	27.5%	11%	3.7%	3.7%		
الاهتمام بالقصص المصوّرة يتأثر بتغيير القيادات في المؤسسة	ك	27	40	28	12	2	2	3.72	74.3%
	%	24.8%	36.7%	25.7%	11%	1.8%	1.8%		
قد تُحد السياسة التحريرية من حرية المصور في إنتاج قصص مصوّرة	ك	31	46	28	4	-	-	3.95	79.1%
	%	28.4%	42.2%	25.7%	3.7%	-	-		
القصة الصحفية رسالة تتماشى مع سياسة المؤسسة وليست مجرد كادرات فنية	ك	19	44	24	14	8	8	3.48	69.5%
	%	17.4%	40.5%	22%	12.8%	7.3%	7.3%		
تفرض السياسة التحريرية أحيانًا الالتزام بزوايا تصوير معينة وتجنب أخرى	ك	19	24	32	22	12	12	3.15	62.9%
	%	17.4%	22%	29.4%	20.2%	11%	11%		

يتضح من الجدول السابق أن التأثيرات الأهم للسياسة التحريرية تظهر في الجوانب الاستراتيجية طويلة المدى، فهي تؤثر في نوعية ومضامين القصص (84.2%)، كما أنها تُحدّد إذا ما كان للصورة دور كبير في السياسة البصرية للمؤسسة (83.9%)، كما أنها تُحد من حرية المصور في إنتاج قصص مصوّرة (79.1%)، ويُضاف إليها بنسبة كبيرة أيضًا أن الاهتمام بالقصص المصوّرة يتأثر بتغيير قيادات المؤسسة (74.3%). كما تمارس السياسة التحريرية تأثيرات في العمل الدوري من حيث التأثير على عدد الصور المتاحة للنشر في كل قصة (78.7%)، ورغم تخصيص مساحات ثابتة للنشر في الوسائط المختلفة (71.4%) فإن ذلك لم يرتبط دائمًا بمواعيد ثابتة للنشر

(58.5%)، بما يعني أنه رغم وجود أبواب ومساحات ثابتة للقصص المصورة فإن الاهتمام بالتحديث لا يتم بالنسبة نفسها.

النمط الثالث من التأثيرات يتعلق بالجوانب الفنية، ولم يُسجل نسبًا مرتفعة كسابقه، فاختيار القصة الصحفية بوصفها رسالة تتماشى مع السياسة التحريرية وليست مجرد كادرات فنية جاء بنسبة (69.5%)، وبنسبة متقاربة جاء التأثير الخاص بزوايا التصوير (62.9%). والملاحظ في هذا الجدول هو التقارب الشديد بين نسبة عدم رفض قصص من قبل المؤسسة (71.6%) المذكورة سابقًا واختيار حرص المصور على أن يعكس سياسة المؤسسة في قصته (71.7%)، بما يعني أنه حال معرفة المصور بسياسة مؤسسته فإن ما ينتجه سيحظى بفرصة قبول ونشر كبيرة.

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والسياسة التحريرية للمؤسسة، ويوضح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (28): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والسياسة التحريرية

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.001	**0.186
	** دال عند مُستوى معنوية 0.01

تُظهر بيانات هذا الجدول رقم (28) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والسياسة التحريرية المُتبعة داخل هذه المؤسسات. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.001، وهو أقل من المُستوى المرجعي المُعتمد 0.01، ممّا يدل على أنّ العلاقة بين المتغيرين ليست عشوائية، وإنما تعكس نمطًا منهجيًا قائمًا في الواقع المهني الذي ينتهي إليه مجتمع الدراسة. وتشير هذه النتيجة إلى أن السياسة التحريرية للمؤسسة تلعب دورًا واضحًا ومؤثرًا في تشكيل ملامح التفاعل المهني مع هذا النوع من المحتوى السرد البصري.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أنّ قيمة معامل ارتباط بيرسون بلغت 0.186، وهي قيمة موجبة تُعبّر عن وجود علاقة طردية ضعيفة بين المتغيرين، مما يعني أنّ تبني سياسة تحريرية أكثر انفتاحًا ودعمًا لأساليب السرد البصري يرتبط بزيادة -وإن كانت طفيفة- في مُعدّل إنتاج القصص المصورة داخل المؤسسة. ورغم أن هذه العلاقة ليست قوية من حيث شدتها، فإن اتجاهها الإيجابي يكتسب أهمية تفسيرية، خصوصًا في ظل طبيعة العلاقة بين السياسة التحريرية والممارسة المهنية. إذ تعكس هذه النتيجة أن توجهات الإدارة التحريرية، وما تفرضه من قيود أو تتيحه من مرونة، تُسهم في تعزيز أو تقييد استخدام أدوات القصّ البصري الحديث، وهو ما يُفسّر تباين الإنتاج بين مؤسسة وأخرى.

ومن هذه النتيجة يُمكن القول إن اختبار الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والسياسة التحريرية قد انتهى إلى ثبوت صحته.

وتعني هذه النتيجة أن السياسة التحريرية لا تُعدّ مجرد إطار تنظيمي أو ضابط لسير العمل التحريري، بل هي في الوقت ذاته محدّد نوعي لنوعية وأشكال المحتوى الذي يُنتج داخل المؤسسة. فكلما كانت السياسة التحريرية مُفتحة على التّجريب وتوسيع نطاق الأدوات السردية، زادت فرص القائمين بالاتصال في إنتاج قصص مصوّرة ذات طابع إبداعيٍّ ومهنيٍّ. كما يُمكن تفسير هذه العلاقة في ضوء الثقافة المؤسسية، التي تُؤثّر بدورها على مدى تشجيع الابتكار الإعلامي، وعلى القيم التي تُعطى للوسائط البصرية في مقابل الأشكال التقليدية من التّغطية. ومن هنا، فإن هذه النتيجة تُشير إلى أنّ تطوير السياسات التحريرية باتجاه أكثر دعمًا لأدوات السرد البصري يُمكن أن يُشكّل مدخلًا لتحسين جودة وتنوع المحتوى الإعلامي المعاصر.

المحور الثالث: القيود السلوكية:

يُعنى هذا المحور بالتأثيرات التي تنتج عن سلوكيات المصوّر ذاته وتلعب دورًا في تحديد قصته المصورة، وتُترجم في هذه الدراسة في الحرية الفنية، والاستقلال الصحفي.

قيود الحرية الفنية:

تناقش الدراسة هنا حدود الحرية الممنوحة للمصوّر في إنتاج قصته من الناحية الفنية، بدءًا من اختيار الفكرة وتطويرها وحتى نشرها، ويفترض الباحث أنّه باختلاف تلك المساحة لا بد أن تتأثّر عملية إنتاج القصص المصورة كمًّا وكيفًا.

تبدأ حرية المصوّر في قصته بالفكرة، ويوضّح الجدول التالي كيفية الحصول عليها.

جدول رقم (29): طرق الوصول إلى فكرة القصة المصورة (ن=109)

طرق الوصول	ن	%
أقترحها دائمًا	50	45.9%
تكون تكليفًا من القسم	2	1.8%
كلتا الطريقتين	57	52.3%
الإجمالي	109	100%

يشير الجدول السابق إلى مساحة كبيرة من الحرية في اختيار فكرة القصة المصورة، فهناك ما يقرب من نصف العيّنة (45.9%) يقترحونها بأنفسهم، بينما لم تتجاوز طريقة التكليف من القسم نسبة (1.8%)، واعتمدت النسبة الأكبر من العيّنة على كلتا الطريقتين (52.3%)، بما يعني ضمناً أيضًا أن المصوّر لا يزال

يقترح أفكار قصصه. هذه الحرية الظاهرة تتطلب متابعة مستمرة للأحداث والظواهر التي يمكن ترجمتها في سرد بصريّ مصوّر، أو بمعنى آخر تتطلب حسّاً صحفياً مرتفعاً بما ينفي نظرية (مصور الاستوديو) التي تشير إلى أن دور المصور ثانوي ويقتصر في جانبه الأكبر على تنفيذ تعليمات المحرر صاحب الموضوع. وإذا كانت لدى المصور هذه الحرية في اختيار فكرة قصته، فالجدول التالي يوضح مصير القصة المصورة بعد تنفيذها.

جدول رقم (30): كفاءة نشر القصة (ن=109)

كفاءة النشر	ن	%
كما تمت بتصويرها بالضبط	58	53.2%
نادراً ما يتم طلب تعديلات عليها	45	41.3%
كثيراً ما تتعرض للتعديل	6	5.5%
الإجمالي	109	100%

إذا كانت للمصور حرية كبيرة في اختيار فكرته فإنّ للمؤسسة القرار الكامل في نشر القصة بالطريقة التي تراها مناسبة، ويوضح الجدول السابق أن الغالبية العظمى من القصص المصورة نُشرت كما صُورت (94.5%)، ما بين أن القصة نُشرت كما نفذها المصور بالضبط (53.2%)، أو أنه نادراً ما تُطلب عليها تعديلات (41.3%)، في حين كانت النسبة الأقل معرّضة للتعديل كثيراً (5.5%). هذه النتيجة إنما تشير إلى حالة كبيرة من الاتساق على المستوى الفني بين المصور ومؤسسته، سواء على مستوى التفكير أو التنفيذ، حتى في حالة إذا ما طلب منهم تعديلات فنية على قصصهم فإنّ موقفهم كما يوضحه الجدول التالي.

جدول رقم (31): رد الفعل إذا ما طلب تعديل في القصة (ن=109)

رد الفعل	ن	%
أرفض نشر القصة للحفاظ على الفكرة كما أريدها	16	14.7%
أقوم بالتعديلات ثم أنشرها للاستفادة من مميزات النشر	93	85.3%
الإجمالي	109	100%

تماشياً مع حالة الاتساق في القرار الفني يوضح الجدول السابق أنّ النسبة الأكبر من المصورين (85.3%) يقومون بالتعديلات الفنية إذا ما طلبت على قصصهم لكي تصبح ملائمة فنياً من وجهة نظر المؤسسة، فيما رفضت نسبة (14.7%) من العينة أيّ تدخل فني في ما قدّموه، إما نشرها كما هي أو لا تُنشر. هذا التدخل من قبل المؤسسة يمكن أن يتجاوز فكرة التعديل والتطوير إلى مرحلة الرفض، ليس لأسباب تتعلق بالسياسة التحريرية، وإنما لأسباب فنية بالكامل، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (32): مدى رفض المؤسسة نشر قصة من قبل لأسباب فنية (ن=109)

مدى الرفض	ك	%
نعم	14	12.8 %
لا	95	87.2 %
الإجمالي	109	100%

يؤكد الجدول السابق وجود هامش كبير من الحرية الفنية الممنوحة للمصورين في ما يُقدّمونه من قصص مصوّرة، فقد ذكرت النسبة الأكبر (87.2%) أنه لم يُرفض لها قصص من قبل لأسباب فنية، بينما تعرّضت النسبة المتبقية (12.8%) لذلك، ورغم أنها نسبة قليلة لكنها ذات دلالة في أن هناك قراراً فنياً مؤثراً على نشر القصص المصوّرة، حتى لو كانت غير متعارضة مع سياسة المؤسسة، وعادة ما يكون هذا القرار في يد رئيس قسم التصوير أو المدير الفني أو من لهم سلطة فنية في المؤسسة، ولهذا السبب فإن رد فعل المصورين إذا ما تعرّضوا لهذا الموقف، سواء حدث بالفعل أو مستقبلاً كان أقل حدة من الرفض لأسباب تحريرية، ويوضح الجدول التالي ذلك.

جدول رقم (33): رد الفعل في هذا الموقف (ن=109)

رد الفعل	ك	%
أقوم بتطوير الفكرة وأقنعها مرة أخرى	109	100%
أغير زوايا التصوير والكادرات	45	41.2 %
الإعلاء من القيمة الصحفية عن الفنية	56	51.3 %
أتخلّى عن فكرة النشر للحفاظ على القصة كما هي	12	11 %

حرص الباحث على توجيه هذا السؤال للعينة بالكامل، وليس من تعرّضوا لرفض قصص لوجهة نظر فنية، وذلك في محاولة لنظرة أوسع لتعامل المصورين مع التعارض في الرأي الفني إذا ما حدث، ويؤكد الجدول السابق الرغبة الكبيرة في تطوير القصة فنياً، فالعينة بالكامل بنسبة 100% لديها النية في تطوير الفكرة وتقديمها مرة أخرى، ثم بنسبة (51.3%) سيقومون بالإعلاء من القيمة الصحفية في القصة، بينما ستقوم نسبة (41.2%) بتغيير زوايا التصوير والكادرات، وقررت النسبة الأقل (11%) التخلي عن فكرة النشر للحفاظ على القصة كما هي. ومن مناقشات الباحث مع الكثير من المصورين يُمكن تفسير هذه النتيجة وهذه المرونة الفنية في أن كل ما يُقترح من تعديلات يصب في النهاية في مصلحة المصور، لأن وجهات النظر الجديدة يمكن أن تُضيف الكثير إلى القصة، وبالتالي فهو يسمع ويُنفذ ما يقتنع به لتصبح قصته في مستوى أعلى.

أما عن تأثير الحرية الفنية على مُعدل إنتاج القصص المصوّرة فيوضحه الجدول التالي.

جدول رقم (34): الموقف من تأثير الحرية الفنية على إنتاج القصص المصورة (ن=109)

العبارات	الموقف	موافق جدًا	موافق	محايد	معارض	معارض جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
عادة ما أكون أكثر إبداعًا في الأفكار التي أقترحها	ك	77	20	10	2	-	4.58	91.6%
	%	70.7%	18.3%	9.2%	1.8%	-		
القصص المصورة فرصة لتقديم صورة مختلفة أكثر من تكاليفات العمل العادية	ك	85	18	4	2	-	4.71	94.1%
	%	78%	16.5%	3.7%	1.8%	-		
تصوير القصة الضخفية يكون للاستمتاع الشخصي أولاً	ك	67	34	8	-	-	4.54	90.8%
	%	61.5%	31.2%	7.3%	-	-		
أحرص في القصة المصورة أن يغلب عليها الطابع الفني أكثر من الضحفي	ك	55	34	16	4	-	4.28	85.7%
	%	50.5%	31.1%	14.7%	3.7%	-		
أحرص عادة على وضع بعض الرموز والمعاني في القصة	ك	55	34	20	-	-	4.32	86.4%
	%	50.5%	31.2%	18.3%	-	-		
لدي حرية كاملة في اختيار زوايا التصوير	ك	77	30	2	-	-	4.69	93.8%
	%	70.7%	27.5%	1.8%	-	-		
الإضاءة من العوامل المهمة في تصوير القصة والتي يصعب تطبيقها في الأوردات العادية	ك	71	28	10	-	-	4.56	91.2%
	%	65.1%	25.7%	9.2%	-	-		
لدي مساحة واسعة في تكوين مشاهد Set Up لإتمام القصة وإيصال الفكرة	ك	53	30	16	10	-	4.16	83.1%
	%	48.6%	27.5%	14.7%	9.2%	-		
على عكس المعتاد يمكن أن أقدم قصتي بالكامل بالأبيض والأسود	ك	45	26	24	12	2	3.92	78.3%
	%	41.3%	23.9%	22%	11%	1.8%		
في القصص المصورة يُمكن أن أُجرب أشياء جديدة، مثل التشويش وال Blur وكثير من الفلاتر	ك	51	20	22	16	-	3.97	79.4%
	%	46.8%	18.3%	20.2%	14.7%	-		

يُبين الجدول السابق أكثر من نقطة:

- النقطة الأولى هي دفاع المصورين، عينة الدراسة، عن الحرية الفنية، فهذا الجدول هو الأقل في الدراسة في ظهور اختيار (معارض جدًا)، ولولا الاختيارات التي تتضمن (تجريب) لكان الأقل أيضًا في فئة (معارض).

- النقطة الثانية هي أن الحرية الفنية تُعدّ ضمانة كبيرة لقصص مبدعة، فكل الاختيارات التي تُعطي المصور حرية في تنفيذ قصته سجّلت نسبيًا أعلى من 90%، فقد جاءت القصص المصورة كفرصة لتقديم صورة مختلفة أكثر من (الأوردات) العادية (94.1%)، وأن المصور لديه الحرية

الكاملة في اختيار زوايا التصوير (93.8%)، وعادة ما يكون مُبدعاً في الأفكار التي يقترحها بنفسه (91.6%)، ولديه الحرية الكاملة في توظيف الإضاءة التي تُعد العوامل المهمة في تصوير القصة ويصعب تطبيقها في (الأودرات) العادية (91.2%)، وأن تصوير القصة الصحفية يكون للاستمتاع الشخصي أولاً (90.8%).

- النقطة الثالثة هي أنه رغم الحرية الكبيرة إلا أن التحفظ والخوف من التجريب واضح في الجدول، فنجد الاختيارات التي تتضمن ذلك قد سجلت نسباً أقل، فالحرص عادة على وضع بعض الرموز والمعاني في القصة جاءت نسبته (85.7%)، وأن المصور لديه مساحة واسعة في تكوين مشاهد Set Up لإتمام القصة وإيصال الفكرة (83.1%)، كما سجل اختيار أنه في القصص المصورة يمكن تجريب أشياء جديدة مثل التشويش وال Blur وكثير من الفلاتر (79.4%)، في حين تذييل الإجابات أنه على عكس المعتاد يُمكن أن يُقدّم المصور قصته بالكامل بالأبيض والأسود (78.3%). فرغم أن كل تلك الاختيارات تضمنت مساحة كبيرة من الحرية فقد ظهر على مصوري العينة بعض التحفظ عليها، وقد يكون ذلك نابغاً من فكرة الخوف من التجريب، أو من منطلق المسؤولية الصحفية بأنه في النهاية يُقدّم عملاً لا بد أن يحتوي على قيمة صحفية، لا أن يكون تجريبياً أو رمزياً بشكل كامل.

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والحرية الفنية، ويوضح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (35): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والحرية الفنية

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.307	0.000
** دال عند مُستوى معنوية 0.01	

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (53) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية ومُستوى الحرية الفنية الذي يتمتعون به في بيئة العمل. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل بكثير من المُستوى المرجعي المعتمد 10.0، وهو ما يؤكد أن العلاقة بين المتغيرين ليست ناتجة عن الصدفة أو التوزيع العشوائي للبيانات، وإنما تُعبر عن ارتباط حقيقي يُمكن الوثوق به في تعميم النتائج واستنباط الدلالات.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد كشفت نتائج التحليل أن معامل ارتباط بيرسون بلغ 703.0، وهي قيمة موجبة تُشير إلى وجود علاقة طردية تتسم بالشدة الضعيفة بين المتغيرين. وهذه القيمة تعني أن ازدياد الحرية الفنية لدى القائمين بالاتصال يرتبط بشكل ملموس بزيادة مُعدل

إنتاجهم للقصص المصورة. وتُعد هذه النتيجة ذات دلالة خاصة، لأنها تعكس أن المتغير التفسيري (الحرية الفنية) له تأثير أقوى نسبياً، مقارنة ببعض المتغيرات الأخرى التي سبق اختبارها، مما يشير إلى أهميته في فهم سلوك الإنتاج البصري داخل المؤسسة الصحفية.

ومن هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار الفرض السادس القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والحرية الفنية قد انتهى إلى ثبوت صحته.

وتُبرز هذه النتيجة الدور المحوري الذي تلعبه الحرية الفنية في تمكين القائمين بالاتصال من تبني أنماط جديدة من السرد الإعلامي كالقصص المصورة، حيث يتطلب هذا النمط درجة عالية من الإبداع والتصميم البصري واتخاذ قرارات فنية تتعلق بتوزيع الصور، وتوظيف اللون، وتكامل النصوص مع العناصر البصرية. ويُحتمل أن الحرية الفنية تُتيح للصحفيين التحرر من القوالب التقليدية، وتُشجعهم على التجريب وتقديم محتوى أكثر جذباً وتفاعلاً. كما توضّح النتيجة أن إتاحة المجال أمام القائمين بالاتصال لاستخدام مهاراتهم الفنية تنعكس إيجاباً على مخرجاتهم المهنية، وتُسهم في تعزيز قدرتهم على إنتاج محتوى بصري عالي الجودة. وهذا يدعم توجهات المؤسسات الصحفية الراغبة في مواكبة التحولات الرقمية نحو صحافة الوسائط المُتعددة من خلال تمكين طواقمها الصحفية بفرص إبداعية أوسع.

قيود الاستقلال الصحفي:

تُمثل القصة المصورة جانباً مهماً في حياة المصور، فهي المتنفس الوحيد بالنسبة له ليصبح صحفياً مُستقلاً له إنتاجه الخاص. بشكل عملي عادة ما يكون عمل المصور مُكفلاً لعمل المحرر، فهو يُترجم الأخبار والحوارات والندوات والحوادث والتحقيقات التي ينتجها زميله المحرر، وعند المفاضلة بين المنتج المكتوب والمصور إذا ما اقتضت الضرورة يكون القرار لصالح النص المكتوب، وهو ما يخلق شعوراً لدى المصورين أحياناً بأنهم صحفيون (درجة ثانية)، وبالتالي يسعى لأن يثبت استقلاله الصحفي من خلال قصصه الخاصة.

لكن الإشكالية الأخرى أنه حتى في حالة القصة المصورة يُمكن أن يستعين بالمحرر أيضاً من مُنطلق أنه أكثر متابعة للأحداث، وبالتالي أكثر قدرة على تقديم أفكار مناسبة وحدثية، كما أنه في العادة يمتلك شبكة علاقات رسمية إذا ما تطلب التصوير ذلك، أضف إلى ذلك أنه من المفترض أن تكون لديه قدرات التعامل في الشارع بشكل أكبر، سواء من خلال الاتفاق مع المصادر أو حل المشكلات التي يمكن أن يواجهها المصور. لكن يظل التعاون الأهم ناتجاً من القدرات التحريرية الأعلى التي تدفع المصور إلى التعاون مع المحرر، لكتابة النص المصاحب للقصة، حتى لو لم يشترك في إنتاجها من البداية، وبوضع اسمه مصاحباً لاسم المصور ليُصبح شريكاً في إنتاج القصة، ويوضّح الجدول التالي مدى تعاون المصورين مع المحررين في إنتاج القصص المصورة.

جدول رقم (37): مدى التعاون مع المحررين في القصص المصورة

مدى التعاون	ك	%
دائمًا	14	12.8%
أحيانًا	21	19.3%
أنفذا بمفردي دائمًا	74	67.9%
الإجمالي	109	100%

يؤكد الجدول السابق رغبة المصور في الاستقلال الصحفي، فالنسبة الأكبر (67.9%) أكدت أنها تُنفذ قصصها بمفردها دائمًا حتى تصبح القصة كاملة منسوبة إلى المصور فقط دون غيره. غير أن الجدول يُظهر أيضًا أن هناك مساحة كبيرة للتعاون مع المحررين، فما يقرب من ثلث العينة لا تزال تتبنى هذا التعاون بنسبة (32.1%) ما بين دائمًا (12.8%) وأحيانًا (19.3%)، بما يعني أن المحرر لا تزال له أهمية في إنتاج القصص المصورة، ويوضح الجانب التالي جوانب تلك الأهمية وفقًا لرؤية المصورين.

جدول رقم (38): المرحلة التي يمكن فيها التعاون مع محرر (ن=109)

المرحلة	ك	%
الحصول على الفكرة	12	11%
معرفة أماكن التصوير	23	21.1%
كتابة النص المصاحب للقصة	59	54.1%
التحدث مع المصادر التي أقوم بتصويرها	34	31.2%
تحديد محاور القصة	8	7.3%

يوضح الجدول أن التعاون مع المُحرّر عادة ما يكون في المهارات التي لا يُتقنها المصور بشكل كبير بحكم التخصص، فنجد أن التعاون الأكبر كان في مرحلة كتابة النص المصاحب للقصة المصورة (54.1%)، ثم التحدث مع المصادر المراد تصويرها (31.2%)، ثم معرفة أماكن التصوير المناسبة لتنفيذ القصة (21.1%). لكن عندما تعلق الأمر بالجوانب الفنية شديدة الصلة بصلب القصة جاءت النسب أقل بكثير، فنجد أن التعاون في الحصول على الفكرة جاء بنسبة (11%)، وتحديد محاور القصة (7.3%) فقط، بما يعكس مرة أخرى اعتزاز المصور بما يُنتجه وميله إلى الاستقلال الصحفي، وما يؤكد ذلك أنه حتى في حالة الاشتراك مع محرر في قصة مصورة فإنه لا يشارك بشكل مؤكد في تنفيذها كما هو موضح في الجدول التالي.

جدول رقم (39): مدى حضور المحرر أثناء التصوير في حالة مشاركته (ن=109)

مدى الحضور	ك	%
دائمًا	15	13.8%
أحيانًا	76	69.7%
لا	18	16.5%
الإجمالي	109	100%

يُبين الجدول أن وجود المحرر أثناء تصوير القصة بشكل دائم هو الاختيار الأقل لعينة الدراسة (13.8%)، ويسبقه في ذلك الاختيار الخاص برفض وجوده أثناء التصوير (16.5%)، حتى النسبة الأكبر لوجوده في التصوير أحيانًا (69.7%) لا تؤكد وجوده أيضًا، فأحيانًا يكون موجودًا وأحيانًا يكون غائبًا، وتفسير الباحث لذلك يعود بنا إلى رغبة المصور في أن تكون له شخصيته المستقلة في عمله، وأن يُنجز قصته منفردًا حتى لو شاركه فيه آخر. ولأنه عمل مشترك فقد يحدث اختلاف في وجهات النظر، وقتها يتصرف المصور كما في الجدول التالي.

جدول رقم (40): التصرف عند الاختلاف مع المحرر (ن=109)

التصرف	ك	%
أحاول أن أقنعه بوجهة نظري	61	56%
أصور كادرات تخدم موضوعه وأخرى تتفق مع تصوري	42	38.5%
أرفض استكمال القصة	8	7.3%
أستعين برأي رؤسائي في الموضوع	36	33%
نحتكم لمبدأ فن صاحب الفكرة	16	14.7%

في حالة التعاون يسعى المصور إلى الحلول الوسط، فنجد أنه يحاول إقناع المحرر بوجهة نظره (56%)، ويصور كادرات تتفق مع رؤية المحرر، وأخرى تتفق مع رؤيته هو (38.5%)، ثم الاستعانة برأي الرؤساء والمديرين لحسم الموضوع (33%)، والاحتكام لمبدأ صاحب الفكرة من البداية ومن اقترحها (14.7%)، ويظل خيار رفض استكمال القصة في حالة الخلاف هو الأخير وبنسبة قليلة جدًا (7.3%).

أما عن تأثير الاستقلال الصحفي على مُعدّلات إنتاج القصة الصحفية فيوضحها الجدول التالي.

جدول رقم (41): الموقف من تأثير الاستقلال الصحفي على إنتاج القصص المصورة (ن=109)

العبارة	الموقف	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
تقديم قصة بمفردتي يعطيني إحساساً بأنني صحفي لا يقل عن المحرر	ك	67	24	10	4	4	4.34	86.8%
	%	61.4%	22%	9.2%	3.7%	3.7%		
أحب أن أرى توقيعي وصورتي على الموضوع بمفردتي	ك	57	20	22	6	4	4.10	82%
	%	52.3%	18.3%	20.2%	5.5%	3.7%		
التعاون مع المحررين يُمكن أن يمدني بأفكار لأنه أكثر متابعة للأحداث	ك	25	34	34	10	6	3.57	71.4%
	%	22.9%	31.2%	31.2%	9.2%	5.5%		
التعاون مع المحرر قد يُحد من حريتي في تصوير القصة	ك	19	28	36	24	2	3.35	67%
	%	17.4%	25.8%	33%	22%	1.8%		
المحرر عادة يُسهّل الإجراءات في الشارع	ك	23	30	40	10	6	3.50	69.9%
	%	21.1%	27.5%	36.7%	9.2%	5.5%		
عادة ما تُحسب القصة للمحرر أولاً ثم المصور	ك	25	28	24	22	10	3.33	66.6%
	%	22.9%	25.7%	22%	20.2%	9.2%		
لا أفضل التقديم في مسابقات بقبصص مُشتركة مع محرر	ك	19	22	42	20	6	3.26	65.1%
	%	17.4%	20.3%	38.5%	18.3%	5.5%		
عادة ما يكون التعاون مع المحرر بشكل شخصي وليس بتكليف من الجريدة	ك	29	24	42	10	4	3.59	71.7%
	%	26.6%	22%	38.5%	9.2%	3.7%		
كتابة النصّ المصاحب للقصة يمثل عبئاً إضافياً	ك	17	20	28	26	18	2.93	58.5%
	%	15.6%	18.3%	25.7%	23.9%	16.5%		
أنا أكثر دراية بالتفاصيل التحريرية لقصتي من المحرر	ك	41	38	20	8	2	3.99	79.8%
	%	37.7%	34.9%	18.3%	7.3%	1.8%		

يؤكد الجدول السابق الرغبة الكبيرة في الاستقلال الصحفي للمصور، ففي مقدمة الاختيارات جاء أن تقديم الصحفي قصة بمفرده يعطيه إحساساً بأنه صحفي لا يقل عن المحرر (86.8%)، ثم إنه يحب أن يرى توقيعه وصورته على الموضوع بمفرده (82%)، ووفقاً لذلك فالمصور يريد أن يقول إنه صحفي مستقل وليس مجرد تابع لتعليمات وموضوعات المحررين. وما يؤكد هذا الاعتزاز بالنفس أنه دائماً أكثر دراية من المحرر بالتفاصيل التحريرية لقصته (79.8%).

يشير الجدول أيضًا إلى أدوار يمكن أن يُنجزها المحرر في القصص المصورة، لكن الملاحظ أنها سجلت نسبًا أقل، وكأن المصورين عيّنة الدراسة يريدون عدم المبالغة في ما يُقدّمه المحرر. فالتعاون مع المحررين يُمكن أن يمد المصور بأفكار للقصص المصورة، لأنه أكثر متابعة للأحداث سجل موافقة بنسبة (71.4%)، وأنه يسهل من الإجراءات في الشارع (69.9%).

على الجانب الآخر، فإن التعاون مع المحرر في إنتاج قصة مصورة له بعض الجوانب السلبية، ويشير الجدول إلى تقارب النسب في الاختيارات التي تلامس ذلك المعنى، فالتعاون مع محرر يُحد من حرية المصور في تصوير قصته (67%)، ونتيجة هذا التعاون فإن القصة عادة ما تُنسب إلى المحرر أولاً ثم المصور (66.6%)، ولذلك فالمصور لا يُفضل الاشتراك في المسابقات بقصص مشتركة مع مُحررين (65.1%).

أما النسبة الغريبة في هذا الجدول فهي الخاصة بالنص التحريري المصاحب للقصة، فرغم أن الجدول رقم 38 يشير إلى أن هذا المجال هو المساحة الأكبر للتعاون مع المحررين، نجد المصورين في هذا الجدول يدفعون عن أنفسهم بأن النص يُمثل عبئًا إضافيًا عليهم (58.5%)، ورغم أنه من الوهلة الأولى يتضح أن النسبتين متضاربتان فإن الباحث يرى عكس ذلك، فمن ناحية يمكن أن تكون النسبة التي تعاون مع المحرر لهذا السبب هي ذاتها التي تراه عبئًا إضافيًا، من ناحية أخرى حتى في حالة عدم اعتباره عبئًا فقد يكون التوجّه هو (تخفيف الأحمال)، للتركيز على المهمة الأساسية، وهي التصوير. خاصة أن المصور غير مُجبر على التعاون مع محررين، وأن ذلك عادة ما يتم بشكل شخصي وليس كتكليف من المؤسسة (79.8%).

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والاستقلال الصحفي، ويوضّح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (42): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والاستقلال الصحفي

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.020	*0.169
* دال عند مُستوى معنوية 0.05	

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (42) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة من قِبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية ومُستوى الاستقلال الصحفي الذي يتمتعون به في ممارسة عملهم. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.020، وهو أقل من المُستوى المرجعي المعتمد 0.05، مما يشير إلى أنّ هذه العلاقة ليست عشوائية أو ناتجة عن الصدفة، بل تُعبّر عن وجود ترابط حقيقي بين المتغيرين ضمن مجتمع الدراسة.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت النتائج أنَّ معامل ارتباط بيرسون بلغ 0.169، وهى قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية ذات شدة ضعيفة بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والاستقلال الصحفي. وهذا يعني أن زيادة مُستوى الاستقلال الصحفي ترافقها زيادة محدودة في مُعدّل إنتاج القصص المصورة، والعكس صحيح. ورغم أن هذه العلاقة لا تُظهر قوة ارتباطية كبيرة، إلا أن اتجاهها الإيجابي يمنحها أهمية تفسيرية، لا سيما في السياق المهني، حيث يُشكل الاستقلال الصحفي عنصراً أساسياً في تمكين الصحفيين من اتخاذ قراراتهم المهنية بحرية أكبر، بما يشمل اختيار وتطوير أنماط سردية مبتكرة كقصص مصورة.

ومن هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار الفرض القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والاستقلال الصحفي قد انتهى إلى ثبوت صحته.

وتعكس هذه النتيجة أن الاستقلال الصحفي يُمكن أن يُسهم، ولو بدرجة محدودة، في تحفيز الإنتاج الإعلامي المتجدد، إذ يُتيح للصحفيين مزيداً من الحرية في صياغة المحتوى والتجريب بأساليب جديدة دون قيود مفروضة من جهات خارجية أو إدارية. وهذا يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في الصحافة التي تُركز على تمكين الصحفيين من ممارسة مهامهم المهنية بكفاءة وحرية أكبر لتعزيز جودة المنتج الإعلامي وتنوعه. لذلك، تُبرز هذه النتيجة أهمية دعم سياسات وتعزيز آليات الاستقلال الصحفي داخل المؤسسات لضمان تطوير إنتاج القصص المصورة وأشكال الإعلام البصري الأخرى.

المحور الرابع: القيود اللوجيستية:

يُعنى هذا المحور بالتأثيرات التي تنتج عن مدى توافر الدعم اللوجيستي للمصور لإنتاج قصصه المصورة، خصوصاً في عمليات التجهيز والإعداد، فإنتاج القصة المصورة يختلف كثيراً عن تكاليفات العمل اليومية في ما تتطلبه من معدات سواء كاميرات أو إضاءة أو تكنولوجيا حديثة، مثل طائرات الدرونز وغيرها، لأن المصور هنا لا يُقدّم صورة خبرية، بل يُقدّم مضموناً به قدر كبير من التشكيل الفني الذي يتأثر بشكل واضح بما لديه من إمكانيات، وتُناقش الدراسة هنا كدعم لوجيستي كلاً من إمكانيات الإنتاج التقليدية، ثم التكنولوجيا الحديثة، وتأثير كل منهما على مُعدّل إنتاج القصص المصورة.

قيود إمكانيات الإنتاج:

تُعد الإمكانيات أحد أكثر العوامل المؤثرة في إنتاج القصص المصورة، خصوصاً مع انتشار ظاهرة (المصور بمعداته) التي انتشرت خلال السنوات الأخيرة في كثير من الصحف، وتحديداً الصحف الخاصة محدودة الإمكانيات، بل وبعض المؤسسات الكبيرة أيضاً. وفقاً لذلك فإن كل مصور يعمل بمعداته الشخصية وليس بمعدات المؤسسة، ومع التطور المستمر في إمكانيات المعدات وأسعارها أيضاً أصبحت رغبة المصور هي اقتناء الأحدث لتقديم قصص بجودة أعلى، لكن يقف أمام ذلك

أسعارها التي تكون في معظم الأوقات أكبر من قدرات المصورين، بدءاً من الكاميرات والعدسات ووصولاً إلى كروت (ميموري) وحامل الكاميرا.

ويوضح الجدول التالي أي طريقة يعمل بها مصوّرو العيّنة في ما يخص إمكانيات الإنتاج.

جدول رقم (43): الكاميرا المستخدمة لممارسة العمل (ن=109)

الكاميرا المستخدمة	ك	%
كاميرا خاضة بي	71	65.1%
كاميرا خاضة بالمؤسسة	12	11%
كلا الخيارين	26	23.9%
الإجمالي	109	100%

يؤكد الجدول السابق ظاهرة (المصور بمعداته)، فالنسبة الأكبر من مصوّري العيّنة يعتمدون على الكاميرا الخاصة بهم لتصوير قصصهم (65.1%)، وإذا ما أضفنا إليها نسبة من يعتمدون على معداتهم بجانب معدات المؤسسة (23.9%) ستؤكد الفكرة، خصوصاً أنّ من يعتمدون على الكاميرات الخاصة بالمؤسسة فقط كانت نسبتهم (11%) فقط، وهو ما يدق جرس إنذار قوياً للمؤسسات الصحفية أثناء تجهيز أقسام التصوير والاستوديوهات بضرورة اقتناء كاميرات حديثة ومتطورة والأهم بأعداد تكفي أعضاء القسم.

ولا يتوقف الأمر عند الكاميرات، بل يمتد إلى كل ما يُمكن استخدامه من معدات لإنتاج القصة المصورة، والتي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (44): الأدوات التي لا يمكن الاستغناء عنها في تصوير القصص المصورة (ن=109)

الأدوات	ك	%
العدسات	97	89%
الحامل	24	22%
الإضاءة	56	51.4%
الفلش	44	40.4%
كروت ميموري إضافية	55	50.5%
بطارية إضافية	61	56%
أخرى	8	7.3%

بجانب الكاميرا يُشير الجدول السابق إلى المعدات والأدوات التي يعتمد عليها المصور لإنتاج قصته، وجاء في مقدمتها العدسات بنسبة كبيرة جداً (89%)، ثم بنسب متقاربة جاءت البطاريات

المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

الإضافيّة (56%) وذلك لأنّ القصة قد تستغرق ساعات طويلة وربما أياّمًا لتنفيذها، ثمّ الإضاءة (51.4%) وكروت (الميموري) الإضافيّة (50.5%)، بعد ذلك جاء الفلاش (40.4%) ثمّ حامل الكاميرا (22%).

ما يؤكّد أهميّة المعدات الإضافيّة رغم بساطة بعضها ما جاء في الاختيارات الأخرى، التي بلغت نسبته (7.3%)، وأشارت إلى جانبين أساسيين، أدوات تسهّل عملية التنقل (حقيبة مجهزة لحمل الأدوات - وسيلة مواصلات تكفي جميع الأدوات)، أما الجانب الثاني فهو تسهيل المهمة أثناء التصوير (لوجو صحافة على الحقيقية - لوجو المؤسسة على المعدات - كارتنيها معلقة في الرقبة). كل ذلك من شأنه التأكيد على أهميّة كل المعدات والأدوات مهما ظهرت بسيطة، وعلى المؤسسات أيضًا الانتباه إلى هذا الأمر، خصوصًا أنّ الجدول التالي يوضّح موقفًا سلبيًا في ذلك.

جدول رقم (45): مدى توفير المؤسسة هذه الأدوات (ن=109)

مدى التوفير	ن	%
توفرها جميعا	16	14.7%
توفر بعضها	49	45%
لا توفر أي منها	44	40.3%
الإجمالي	109	100%

يشير الجدول إلى أنّ الغالبية العظمى من العينة تُقر بأنّ المؤسسة لا توفّر جميع هذه المعدات (85.3%) ما بين أنّها لا توفّر أيًا منها (40.3%) أو أنّها توفر بعضها (45%)، في حين كانت النسبة الأقل واللافتة للنظر هي أنّ المؤسسة توفّر كل المعدات (14.7%)، وهي نسبة لا تضمن على الإطلاق أن يكون الإنتاج بالمستوى الذي يتمناه كل من المصور والمؤسسة، ولأنه لا يستطيع الاستغناء عن تلك الأدوات، فالمصور يتبع بعض الأساليب لتوفيرها، كما هو موضّح بالجدول التالي.

جدول رقم (46): كيفية التصرف في حالة عدم توافر معدات في المؤسسة (ن=109)

كيفية التصرف	ن	%
أقوم بتأجير معدات	49	45%
أستعير معدات من زميل	48	44%
أعمل بما لديّ من معدات خاصة	74	67.9%
ألقي فكرة تصوير القصة	6	5.5%

يشير الجدول السابق إلى أن كل مصوّر يُمكن أن يسلك أكثر من طريق لتوفير ما يحتاج من معدات إضافية، ويتصدّر ذلك أنه يبحث دائماً عن وجودها باختيارات بلغت (89%) ما بين أنه يقوم بتأجيرها (45%) أو استعارتها من زميل (44%). كما يؤكد أيضاً على رغبة المصوّرين الكبيرة في استكمال عملهم، حتى لو وقفت المعدات الإضافية حائلاً، فسيفعلون ذلك بما لديهم من معدات خاصة (67.9%)، ولم تتجاوز نسبة من يلغون فكرة القصة لهذا السبب (5.5%).

أما عن تأثير أدوات الإنتاج جميعها على إنتاج القصص المصوّرة فقد أورد المصوّرون في الجدول التالي.

جدول رقم (47): الموقف من تأثير الإمكانيات على إنتاج القصص المصوّرة (ن=109)

العبارة	الموقف	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
يؤثر توافرها أو عدم توافرها على الجودة الفنية للقصص المصوّرة إيجاباً وسلباً	ك	57	34	16	2	-	4.34	86.8%
	%	52.3%	31.2%	14.7%	1.8%	-		
تؤثر على درجة الحماس لإنتاج قصص جديدة	ك	41	46	16	6	-	4.12	82.4%
	%	37.6%	42.2%	14.7%	5.5%	-		
تؤثر على الوقت اللازم لإنتاج القصة	ك	55	34	18	2	-	4.30	86.1%
	%	50.5%	31.2%	16.5%	1.8%	-		
عدم توافرها يُحمل المصوّر تكاليف إضافية	ك	57	38	6	6	2	4.30	86.1%
	%	52.3%	34.9%	5.5%	5.5%	1.8%		
معدات المؤسسة عادة ما تكون حديثة وأعلى في الجودة	ك	21	18	48	12	10	3.26	65.1%
	%	19.3%	16.5%	44%	11%	9.2%		
مسؤولية استعارة معدات المؤسسة قد تكون عائقاً لإنتاج قصص مصوّرة	ك	29	36	22	20	2	3.64	72.8%
	%	26.7%	33%	20.2%	18.3%	1.8%		
لدينا بعض الإجراءات لاستعارة المعدات قد تؤثر سلباً	ك	25	28	40	12	4	3.53	70.6%
	%	22.9%	25.7%	36.7%	11%	3.7%		
صعوبة نقل المعدات وعدم توفير وسيلة للنقل قد يُعطل العمل	ك	33	26	32	16	2	3.66	73.2%
	%	30.3%	23.9%	29.3%	14.7%	1.8%		
يصعب استعارة المعدات لتصوير قصص في المحافظات البعيدة	ك	27	30	34	18	-	3.61	72.1%
	%	24.8%	27.5%	31.2%	16.5%	-		
يصعب الاحتفاظ بمعدات المؤسسة أكثر من يوم لإتمام القصة	ك	27	20	44	16	2	3.50	69.9%
	%	24.8%	18.3%	40.4%	14.7%	1.8%		

يوضح الجدول السابق ثلاثة أمور أساسية في ما يخص تأثير إنتاج القصص المصورة بمعدات الإنتاج، وذلك على النحو التالي:

- الأمر الأول هو تصدر التأثيرات الفنية بما لدى المصور والمؤسسة من معدات، فتوافرها أو عدمه يؤثر على الجودة الفنية للقصّة (86.8%)، وتؤثر أيضًا على الوقت اللازم لتنفيذها (86.1%)، كما أنها تمارس تأثيرًا على درجة الحماس لدى المصور لإنتاج قصص بشكل مستمر (82.4%). جميع هذه الاختيارات كانت الأكثر تسجيلًا في فئة (موافق جدًا)، والأقل في فئة (معارض) ولم تسجل أي اختيارات في فئة (معارض جدًا).

- الأمر الثاني هو ضرورة الدعم المادي للمصورين، فعدم توافر مثل هذه المعدات يُمثل عبئًا ماديًا إضافيًا عليهم يصعب على كثيرين تحمّله (86.1%).

- الأمر الثالث هو المتعلق بموقف المصورين من المعدات التي توفرها المؤسسة، فلم يظهر اتفاق كبير بأنها حديثة وأعلى في الجودة (65.1%)، كما أنه يصعب الاحتفاظ بها لأكثر من يوم لإنتاج قصة ما (69.9%)، ثم تأتي بنسب مُتقاربة الاختيارات الخاصة باستعارة المعدات، فهناك بعض الإجراءات الخاصة بذلك تؤثر سلبًا على تيسير العمل (70.6%)، بجانب أنه يصعب استخدامها في المحافظات البعيدة إذا ما اقتضت الضرورة (72.1%)، بالإضافة إلى أن مسؤولية استعارتها قد تؤثر على إقبال المصورين على ذلك (72.8%)، ثم تأتي صعوبة نقل المعدات وعدم توفير وسيلة نقل لتسهّلهم سلبًا في إنتاج القصص المصورة (73.2%).

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة وإمكانات الإنتاج، ويوضح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (48): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة وإمكانات الإنتاج

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.207
	** دال عند مُستوى معنوية 0.01

تكشف بيانات هذا الجدول رقم (48) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة من قِبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية وبين إمكانات الإنتاج المُتاحة لديهم. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل من المُستوى المرجعي المعتمد 0.01، مما يشير بوضوح إلى أنّ هذه العلاقة لم تأت نتيجة الصدفة الإحصائية، وإنما تُمثل نمطًا حقيقيًا في بيانات الدراسة. وتؤكد هذه النتيجة على وجود ارتباط جوهري بين متغيري الإنتاج والإمكانات، بما يمنح الفرض الثاني مصداقية علمية، ويُعزّز إمكانية الاعتماد على النتائج في بناء استنتاجات ذات طابع تطبيقي يمكن الاستفادة منها داخل المؤسسات الصحفية لتطوير أداء فرق العمل وتخطيط الموارد.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت النتائج أنَّ معامل ارتباط بيرسون بلغ 0.207، وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية ضعيفة بين مُعدّل الإنتاج وإمكانيات الإنتاج. ويعني هذا أن زيادة الإمكانيات المتوافرة داخل المؤسسة ترتبط بزيادة - وإن كانت محدودة- في مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة. ورغم أن شدة هذه العلاقة لا تصل إلى مُستوى القوة المتوسطة، فإنَّ اتجاهها الإيجابي يمنحها أهمية تفسيرية خاصة، إذ تشير إلى أن توافر الإمكانيات يُشكل عاملاً مُحفِّزاً نحو تعزيز الإنتاج، حتى إن كانت هناك عوامل أخرى قد تتداخل في تحديد حجم هذا الإنتاج القصصي.

ومن هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة وإمكانيات الإنتاج قد انتهى إلى ثبوت صحته.

ويُفسر هذا الارتباط في سياق مهنيّ بحث على أن الإمكانيات، كأحد أركان البيئة التنظيمية والمادية داخل المؤسسة الصحفية، تُمثل شرطاً أساسياً للإنتاج الفعال لهذا النوع من المحتوى البصري. فكلما توافرت الأدوات والبرمجيات والموارد البشرية المؤهلة، ارتفعت قدرة القائمين بالاتصال على إنتاج قصص مصوّرة ذات جودة سردية وبصرية، تتماشى مع متطلبات الجمهور المعاصر. كما أنَّ هذا الارتباط يعكس من زاوية أخرى أهمية الاستثمار في تطوير بنية الإنتاج داخل المؤسسات الصحفية، ليس فقط لزيادة الكم الإنتاجي، وإنما أيضاً لتحسين النوعية وتعزيز التنافسية في بيئة إعلامية تتسم بالديناميكية والتحول الرقمي المتسارع.

قيود التكنولوجيا الحديثة:

في بعض الأحيان يستخدم المصوّر أدوات أخرى لتصوير قصته، فبجانب الكاميرا انتشرت القصص المُنتجة بالهاتف المحمول أو طائرات الدرونز، ويرى الباحث أنَّ استخدام هذه التكنولوجيا البديلة والمتطورة عن الكاميرات بشكل ما لا بد أن يمارس تأثيراً على القصة النهائية، ويرصد الجدول التالي استخدام المصوّرين للهاتف المحمول في تصوير قصصهم.

جدول رقم (49): مدى تصوير قصص باستخدام الموبايل من قبل (ن=109)

مدى تصوير قصص	ك	%
نعم	70	64.2%
لا	39	35.8%
الإجمالي	109	100%

يوضّح الجدول أنَّ النسبة الأكبر من عيّنة الدراسة قد استخدمت الموبايل بالفعل في إنتاج قصص مصوّرة (64.2%)، في مقابل (35.8%) لم يخوضوا تلك التجربة. ولعل زيادة الاعتماد على

الموبايل في التصوير بشكل عام يرتبط بثلاثة أمور أساسية:

- الأول هو التطور الكبير والمستمر في تكنولوجيا الهواتف المحمولة، والذي نتجت عنه أجيال بإمكانيات تفوق أحياناً أنواع من الكاميرات.
 - الثاني هو أنه يوفر مزيداً من الأمان للمصور، خصوصاً في تصوير الشارع ومع الحاجة إلى تصاريح لاستخدام الكاميرات.
 - الثالث هو أن الهواتف المحمولة أسرع في إنجاز المهام، خصوصاً الطارئة وغير المخططة، فالمصور لا تلازمه الكاميرا طوال وقته ولا في أثناء سيره في الشوارع، حتى لو كانت بحودته، يظل تجهيز الموبايل لعملية التصوير أيضاً أسرع.
- واستكمالاً لفكرة التكنولوجيا البديلة، ومع انتشار طائرات الدرونز خلال السنوات الأخيرة، يشير الجدول التالي إلى استخدامها من قبل مصوري العينة في إنتاج قصصهم المصورة.

جدول رقم (50): مدى استخدام الدرونز في إنتاج قصص مصورة (ن=109)

مدى استخدام الدرونز	ك	%
نعم	20	18.3%
لا	89	81.7%
الإجمالي	109	100%

على عكس الموبايل جاء استخدام طائرات الدرونز في تصوير القصص، فالنسبة الأكبر من العينة (81.7%) لم يسبق لهم أن أنتجوا قصصاً مصورة باستخدام الدرونز، في مقابل (18.3%) خاضوا تلك التجربة. وفي الواقع تُعد هذه النتيجة منطقيّة، فاستخدام الدرونز يحكمه عدة أمور هي التكلفة المادية المرتفعة، والتدريب على استخدام تلك التكنولوجيا والأهم من ذلك الإجراءات والتصاريح الأمنية اللازمة لاستخدامه.

أما الأداة المفضلة للمصورين لإنتاج قصصهم فيوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (51): ترتيب الأدوات المفضلة لتصوير القصة (ن=109)

الترتيب الأدوات	الأول	الثاني	الثالث فأكثر	لم يختارها	الوزن بالنقاط	الوزن المرجح
ك الكاميرا	52	38	19	-	251	42.9%
	47.7%	34.9%	17.4%	-		
ك الموبايل	37	67	3	2	248	42.4%
	33.9%	61.5%	2.8%	1.8%		
ك الدرونز	17	12	11	69	86	14.7%
	15.6%	11%	10.1%	63.3%		

يوضح الجدول السابق عدة نقاط تمثل تغييراً واضحاً في خريطة أدوات التصوير، وذلك على النحو التالي:

- التقارب الكبير بين نسبي تفضيل الكاميرا (42.9%) والموبايل (42.4%) يشير إلى أن الهواتف المحمولة حازت لنفسها مكاناً واضحاً بالفعل في عملية الإنتاج المصور مدعومة بإمكانياتها الكبيرة وانخفاض أسعارها مقارنة بالكاميرات.

- تظل الكاميرا اختيار المصورين الأول، فهي الأعلى ظهوراً في المركز الأول (47.7%)، والأقل ظهوراً في عدم اختيارها بنسبة (صفر)، لكن من الأمور الغريبة أيضاً أنها الأكثر تسجيلاً في كونها الاختيار الثالث للمصورين (17.4%)، كما أن نسبة ظهورها كاختيار ثانٍ أيضاً لافتة (34.9%)، وذلك كله يؤكد أن البساط يُسحب شيئاً فشيئاً من تحت أقدام الكاميرات الفوتوغرافية.

- رغم التقارب مع الكاميرا يظل الموبايل هو الاختيار الثاني للمصورين، وسجل في ذلك النسبة الأعلى (61.5%)، وهو بذلك حتى إن كان يؤكد أولوية الكاميرا، فإنه أيضاً ينبئ بمكانته في قادم الأعوام.

- قد يبدو من الوهلة الأولى أن مستقبل طائرات الدرونز في إنتاج القصص المصورة غير مبشر بعد النسبة الأقل في اختيارات العينة (14.7%)، والنسبة الأعلى في عدم الاختيار (63.3%)، ورغم هذه النسب فإنها تشير إلى سنوات قد يزداد فيها الاعتماد على الدرونز. فهذه النسب مع ارتفاع أسعار الطائرات وضرورة الحصول على تراخيص لاستخدامها ومع ضرورة التدريب عليها أيضاً تصبح مرضية إلى حد كبير.

وأياً ما كانت تفضيلات المصورين فإنها محكومة ببعض الأسباب والظروف يوضحها الجدول التالي.

جدول رقم (52): مُحددات الأداة المناسبة للتصوير (ن=109)

المحددات	ن	%
طبيعية وموضوع القصة	79	72.5%
أماكن التصوير	79	72.5%
الإجراءات اللازمة للتصوير	64	58.7%
التعود على استخدام أداة معينة	32	29.4%
توافر المعدات ذاتها في المؤسسة	36	33%

يُبين الجدول أن القصة ذاتها هي المُحرك الأول لتفضيل أداة معينة عن الأخرى، سواء طبيعة وموضع القصة (72.5%)، أو أماكن التصوير (72.5%)، ثم تأتي بعد ذلك الإجراءات اللازمة لاستخدام أداة معينة أثناء التصوير (58.7%) وهو ما يعود بنا إلى الحديث عن مخاطر استخدام الكاميرا في الشارع، وتصاريح استخدام الدرونز أيضًا، خصوصًا في ما يتعلق بالقصص المصورة غير المرتبطة بحدث معين، ففي التغطيات المعروفة (انتخابات - امتحانات الثانوية العامة - المؤتمرات - الحوادث - إلخ) يمكن أن يكون هناك بعض التساهل، لكن في القصة المصورة عادة ما تكون الأمور أكثر صعوبة.

أما عن تأثيرات هذه التكنولوجيا الحديثة (الموبايل - الدرونز) على مُعدّلات إنتاج القصص المصوّرة فيرصدها الجدول التالي.

جدول رقم (53): الموقف من تأثير التكنولوجيا والموبايل على إنتاج القصص المصوّرة (ن=109)

العبارة	الموقف	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
لا تزال الكاميرا الأعلى جودة بين كل الأدوات	ك	91	12	2	2	2	4.72	94.5%
	%	83.6%	11%	1.8%	1.8%	1.8%		
الموبايل سهل من مهمة التصوير في الشارع	ك	59	42	8	-	-	4.47	89.4%
	%	54.2%	38.5%	7.3%	-	-		
الإجراءات اللازمة للتصوير بالدرونز والتكلفة هما العائق أمام استخدامه	ك	75	22	4	4	4	4.47	89.4%
	%	68.7%	20.2%	3.7%	3.7%	3.7%		
الموبايل كان سبباً في زيادة عدد القصص التي أنتجها	ك	39	28	24	6	12	3.70	73.9%
	%	35.8%	25.7%	22%	5.5%	11%		
من مميزات الموبايل أنه استوديو معالجة وليس فقط أداة تصوير	ك	51	32	18	2	6	4.10	82%
	%	46.8%	29.4%	16.5%	1.8%	5.5%		
يتيح الدرونز زوايا تصوير يصعب تنفيذها بالكاميرا	ك	65	32	8	-	4	4.41	88.3%
	%	59.6%	29.4%	7.3%	-	3.7%		
التكنولوجيا الحديثة جعلت الصور أكثر إبداعاً	ك	71	20	8	-	10	4.30	86.1%
	%	65.2%	18.3%	7.3%	-	9.2%		
خوف الناس من الكاميرات جعل استخدام الموبايل أفضل	ك	63	30	10	-	6	4.32	86.4%
	%	57.8%	27.5%	9.2%	-	5.5%		
استخدام الموبايل عادة ما يكون عندما يصعب استخدام الكاميرا	ك	57	42	2	4	4	4.32	86.4%
	%	52.3%	38.5%	1.8%	3.7%	3.7%		
تنوّف جودة القصة وإبداعها على المصور وليس الأدوات	ك	65	18	20	2	4	4.27	85.3%
	%	59.7%	16.5%	18.3%	1.8%	3.7%		

يوضّح الجدول السابق أن الكاميرا لا تزال تحتل المكانة الأولى لدى مصوّرِي العيئة، فهي الأعلى جودة بين كل الأدوات (94.5%)، خصوصاً أنّ بقيّة الأدوات تتميز في أمور أخرى غير فنيّة. فالموبايل مثلاً يُسهّل مهمة التصوير في الشارع (89.5%) وهذا الاختيار لم يسجّل أى تكرارات في فئات المعارضة، وخوف الناس من الكاميرات يجعل استخدامه أفضل (86.4%)، وأنه أيضاً عادة ما يستخدم عندما يصعب استخدام الكاميرا (86.4%). ونفسه فإن الاختيارات الأقل بالنسبة للموبايل كانت من نصيب الأمور الفنيّة، فقد أقر المصوِّرون أنه ستوديو معالجة وليس فقط أداة تصوير بنسبة (82%) ورغم أنها نسبة كبيرة لكنها تظل أقل من سابقتها، ثم تأتي النسبة الأقل في اختيارات الموبايل بأنه كان سبباً في زيادة عدد القصص ذاتها (73.9%).

وفيما يخص طائرات الدرونز فبالرغم من إنها تتيح زوايا تصوير يصعب التقاطها بالكاميرا (88.3%) وهذا الاختيار لم يسجل سوى (3.7%) في فئات المعارضة، فإن الإجراءات والتكلفة يقفان عائلاً لاستخدامها (89.4%).

ويوضح الجدول أيضاً إقرار عينة الدراسة بأن التكنولوجيا الحديثة جعلت الصور أكثر إبداعاً بنسبة (86.1%)، لكن الأمر الجيد هو إيمانهم بأنفسهم وأن جودة القصة والإبداع فيها يتوقف على المصور وليس الأدوات (85.3%)، وسجل هذا الاختيار واحدة من أقل نسب المعارضة (5.5%) ما بين معارض ومعارض جداً.

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة وتكنولوجيا الإنتاج الحديثة، ويوضح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (54): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة واستخدام التكنولوجيا

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.405	0.000
** دال عند مُستوى معنوية 0.01	

توضح بيانات هذا الجدول رقم (54) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية متوسطة بين مُعدل إنتاج القصص المصورة من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية ومُستوى استخدام التكنولوجيا في عملهم. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل بكثير من المُستوى المرجعي المعتمد 0.01، ما يؤكد أن هذه العلاقة ليست عشوائية أو ناتجة عن الصدفة، بل تمثل ترابطاً حقيقياً وموثوقاً بين المتغيرين في مجتمع الدراسة.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد أظهرت النتائج أن معامل الارتباط (بيرسون) بلغ 0.405، وهى قيمة موجبة تُشير إلى علاقة ارتباط إيجابية ذات شدة متوسطة إلى قوية بين استخدام التكنولوجيا ومُعدل إنتاج القصص المصورة. وهذا يعنى أن الزيادة في مُستوى استخدام التكنولوجيا ترتبط بزيادة ملحوظة في مُعدل إنتاج القصص المصورة، والعكس صحيح. تدل هذه النتيجة على أن التكنولوجيا تلعب دوراً محورياً في تمكين القائمين بالاتصال من تطوير المحتوى البصري وتعزيز إنتاجيته، حيث تُسهم في تسهيل العمليات الفنية والتقنية اللازمة لإنتاج القصص المصورة بجودة أعلى وكفاءة أكبر.

ومن هذه النتيجة يُمكن القول إن اختبار الفرض القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة واستخدام التكنولوجيا قد انتهى إلى ثبوت صحته.

ويُفسر هذا الترابط العميق بأن الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة يفتح آفاقًا جديدة أمام الصحفيين والمحررين لتجديد المحتوى الإعلامي وتوظيف الوسائط المُتعددة بطرق مبتكرة. كما أن التقدم التكنولوجي يُعزّز سرعة الإنتاج والدقة في عرض المعلومات، مما يرفع من جاذبية القصص المصوّرة لدى الجمهور ويزيد من تأثيرها الإعلامي. لذلك، تؤكد هذه النتيجة على أهمية الاستثمار في البنية التكنولوجية وتدريب القائمين بالاتصال على استخدامها بشكل فعال كوسيلة استراتيجية لتعزيز جودة وكفاءة إنتاج القصص المصوّرة في المؤسسات الصحفية.

المحور الخامس: قيود النشر:

يدرس هذا المحور تأثير القصة الصحفية بظروف ما بعد النشر، إلى أي مدى يُمكن أن تتحدد ملامح القصة الصحفية -أو وجودها من الأساس- بظروف نشرها، وبالتحديد الوسيط الذي تُنشر فيه، والعائد المادي من النشر.

قيود وسيط النشر:

نحن الآن نعيش عصر المؤسسات مُتعددة المنصات، فمعظم المؤسسات الصحفية -خصوصًا تلك التي لها أصل مطبوع- أصبحت تصل إلى جمهورها من خلال منصات مختلفة، جريدة مطبوعة، موقع إلكتروني، صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، نشرات بريدية، وتطبيقات على الهاتف المحمول. أضف إلى ذلك أن المصور أيضًا لديه قنوات نشر بعيدة عن منصات المؤسسة كحساباته وصفحاته الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، والصفحات المتخصصة أيضًا في نشر المضمون المصور، وأشهرها في مصر الآن صفحة *documentaries*.

هذا التنوع في مسارات المادة الصحفية يمارس تأثيرًا على إنتاج القصص المصورة، فكل مصوّر قد تكون لديه تصوّرات عن المنصة التي ستنشر فيها القصة كما هو موضّح بالجدول التالي.

جدول رقم (55): مدى التفكير في وسيط نشر القصة أثناء تصويرها (ن=109)

مدى التفكير	ك	%
دائمًا	49	45%
أحيانًا	38	34.8%
نادرًا	22	20.2%
الإجمالي	109	100%

يُشير الجدول إلى أن غالبية العينة لديها بالفعل تصوّرات عن المنصة التي يرغب في نشر القصة فيها قبل تنفيذها (79.8%) ما بين دائمًا (45%) وأحيانًا (34.8%)، في حين أن النسبة الأقل نادرًا ما فكرت في ذلك (20.2%).

ومن واقع تعاملات الباحث مع كثير من المصورين فهم بالفعل لديهم تفضيلات للنشر، ما بين القيمة التي تمنحها الجريدة المطبوعة، والانتشار الناتج عن النشر في الوسائل الإلكترونية والتواصل الاجتماعي، كلٌ لديه أسبابه وتفضيلاته كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (56): ترتيب وسائط النشر المفضلة لنشر القصة (ن=109)

الترتيب	الوسائط	الأول	الثاني	الثالث	لم يختارها	الوزن بالنقاط	الوزن المرجح
ك	الصحيفة المطبوعة	43	12	30	24	183	25.8%
%		39.5%	11%	27.5%	22%		
ك	الموقع الإلكتروني	16	39	38	16	164	23.2%
%		14.7%	35.8%	34.8%	14.7%		
ك	صفحات فيس بوك	30	30	31	18	181	25.5%
%		27.5%	27.5%	28.5%	16.5%		
ك	إنستجرام	8	6	71	24	107	15.2%
%		7.3%	5.5%	65.2%	22%		
ك	موقع إكس X	2	-	67	40	73	10.3%
%		1.8%	-	61.5%	36.7%		

يشير الجدول السابق إلى المكانة التي تحتلها الصحيفة المطبوعة بين مصوري العينة، حيث جاءت في المركز الأول في تفضيلاتهم للنشر بنسبة (25.8%)، تلتها منصة فيس بوك (25.5%)، ثم الموقع الإلكتروني (23.2%). ورغم هذا التقارب في النسب فإن تفاصيل الجدول توضح الفارق لصالح الصحيفة المطبوعة، فقد كانت الأكثر في اختيارها كتفضيل أول بنسبة (39.5%)، والأقل ظهورًا كتفضيل ثالث (27.5%).

وقد يبدو أن تفضيل الصحيفة المطبوعة غير منطقي في ظل انتشار الوسائل الرقمية في وقت يعاني فيه المطبوع من تراجع أعداد التوزيع وقلة أعداد النسخ المطبوعة منها من الأساس، لكن الباحث يرى عكس ذلك. فالمصور ينشد من وراء النشر المطبوع عدة أهداف:

- القيمة الصحفية، فلا يزال النشر في الصحيفة الورقية يحظى بمكانة كبيرة بين جموع العاملين في الوسط الصحفي.

- الأرشيف الصحفي، حيث إن الالتحاق بنقابة الصحفيين يستلزم وجود أرشيف منشور للمتقدم، ورغم أن الوضع تغير في السنوات الأخيرة للمحررين باعتماد الموضوعات المنشورة عبر المواقع الإلكترونية، إلا أن الوضع مختلف مع المصورين، حيث يُشترط أن يكون النشر (ورقيًا).

- الاشتراك في المسابقات، فالوضع ذاته مع الكثير من مسابقات الوسط الصحفي التي تشترط -أو تفضل- أن تنشر القصص المشاركة ورقياً.
- التوثيق، فالمصور لن يجد أفضل من الصحيفة المطبوعة لحفظ قصته لسنوات وعقود وربما قرون متعاقبة.

كل ذلك يجعل الصحيفة المطبوعة في صدارة تفضيلات المصورين لنشر قصصهم المصورة، ووفقاً لتفضيلاتهم يُمكن أن يطالبوا بالنشر في وسيطهم المنشود، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (57): مدى المطالبة بنشر القصة في وسيط معين (ن=109)

مدى المطالبة	ك	%
دائماً	10	9.2%
أحياناً	55	50.5%
لا	44	40.3%
الإجمالي	109	100%

يوضح الجدول أن أكثر من نصف العينة يطالبون بالفعل بنشر قصصهم في وسيط بعينه بنسبة تصل إلى (59.7%)، لكن تظل النسبة الأقل هي التي تطالب بذلك دائماً (9.2%)، بينما من يطلبون ذلك أحياناً وصلت نسبتهم إلى (50.5%)، وظلت نسبة كبيرة من العينة أيضاً مركزة على عملها فقط كمصورين تاركيين مهمة اختيار الوسيط لأصحاب القرار في المؤسسة (40.3%). ولأن النشر الآن لم يعد مقتصراً على منصات المؤسسة فعادة ما يلجأ المصور للنشر في منصات أخرى عادة ما تكون دون مقابل لأنها عادة ما تكون مشروعات فردية، ويوضح الجدول التالي موقف المصورين عينة الدراسة من ذلك.

جدول رقم (58): مدى الاهتمام بالنشر في الصفحات المتخصصة مثل documentaries

مدى الاهتمام	ك	%
دائماً	30	27.5%
أحياناً	52	47.7%
غير مهتم	27	24.8%
الإجمالي	109	100%

يتضح من الجدول حرص المصورين على النشر في تلك المنصات بنسبة وصلت إلى (75.2%) ما بين دائماً (27.5%) وأحياناً (47.7%)، ويفسر الباحث هذا الاهتمام بالنشر بالآتي:

- الرغبة في مزيد من الانتشار بعد النشر على منصات المؤسسة.

- (الوجاهة المهنية) بين مجتمع المصورين، فهو هنا سيعرض عمله ليس فقط للجمهور العام وإنما أيضاً لزملائه المتابعين للصفحة، والذين اعتادوا النشر خلالها أيضاً.
 - تمثل هذه المنصات منفذاً لنشر ما لا يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة، سواء في صورة أو أكثر، أو في حالة ما رفضت القصة كاملة من قبل المؤسسة، وقد شهد الباحث ذلك في أكثر من مناسبة مع أكثر من مصوّر.
- ليست هذه هي كل الأسباب، وليست هذه أيضاً كل المنصات الموازية، فقد يلجأ المصور لنشر قصته على حساباته الشخصية أيضاً ولديه في ذلك مزيد من الأسباب يوضحها الجدول التالي.

جدول رقم (59): مدى النشر على الصفحة الشخصية (ن=109)

مدى النشر	ك	%
إذا تأخر النشر في وسائط المؤسسة	8	7.3%
بعد النشر في المؤسسة حتى تكون الضور بالعلامة المائية	73	67%
أنشر كادرات إضافية لما نشرته المؤسسة	24	22%
في حالة ما تم نشرها في صفحة أبيض وأسود	22	20.2%
فور الانتهاء من التصوير وقبل النشر أو بالتزامن معه	6	5.5%
لا أنشر مطلقاً خارج وسائط المؤسسة	10	9.2%
أخرى	6	5.5%

تُشير نتائج الجدول إلى درجة كبيرة من الالتزام المؤسسي لدى المصورين، فالنسب الأعلى كانت أن النشر على الصفحات الشخصية عادة ما يكون بعد النشر في منصات المؤسسة حتى تكون الصور بالعلامة المائية (67%)، ثم نشر كادرات إضافية لما نشرته المؤسسة (22%)، ثم في حالة ما تم نشرها في صفحات بالأبيض والأسود (20.2%).

حتى مع النسب الأقل من ذلك أكدت ذلك الاتجاه، فالمصور لا ينشر مطلقاً خارج المؤسسة (9.2%)، أو ينشر إذا تأخرت المؤسسة في نشر قصته (7.3%). بينما أشارت أقل النسب إلى أن النشر يتم فور الانتهاء من تصوير القصة وقبل النشر أو بالتزامن معه (5.5%)، وبالنسبة نفسها جاءت الاختيارات الأخرى ودارت جميعها بأن المصور أيضاً مالك للقصة ويحق له النشر وقتما شاء وأينما شاء. غير أن الباحث يرى في تلك النتائج بعض المبالغة من المصورين، ربما من قبيل تحسين الصورة والظهور بمظهر (المحافظ على سياسة المؤسسة)، فقد كانت للباحث تجارب عدة عندما كان مشرقاً على أقسام التصوير كجزء من دوره كمدير فني في صحف التحرير والفجر والدستور، وجميعها كان بسبب تسرع المصورين في نشر قصصهم على منصات بديلة قبل حدوث ذلك على منصات المؤسسة.

أما عن تأثيرات وسيط النشر على القصص المصورة فيوضّحها الجدول التالي.

جدول رقم (60): الموقف من تأثير وسيط النشر على إنتاج القصص المصورة (ن=109)

البيانات	الموقف	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
النشر في الصحيفة الورقية يضيف قيمة لل قصة الصورة	ك	67	18	18	6	-	4.34	86.8%
	%	61.5%	16.5%	16.5%	5.5%	-		
النشر في الصحيفة الورقية يُحد من انتشار القصة	ك	13	22	34	30	10	2.98	59.6%
	%	11.9%	20.2%	31.2%	27.5%	9.2%		
النشر على السوشيال ميديا يُسهم في انتشار القصة بشكل كبير	ك	85	22	2	-	-	4.76	95.2%
	%	78%	20.2%	1.8%	-	-		
النشر على السوشيال ميديا يُسهل عملية سريقتها	ك	45	34	14	12	4	3.95	79.1%
	%	41.3%	31.2%	12.8%	11%	3.7%		
الألبومات المصورة على المواقع تُسهل وصول القراء إلى القصص	ك	59	38	12	-	-	4.43	88.6%
	%	54.1%	34.9%	11%	-	-		
النشر على المواقع والسوشيال ميديا يساعد في عرض الصور بنفس جودتها دون الخوف من مشكلات الطباعة	ك	49	26	26	8	-	4.06	81.3%
	%	45%	23.9%	23.9%	7.2%	-		
المواقع والسوشيال ميديا تنشر الصور بنفس أبعادها دون قطع أي تفاصيل	ك	43	32	28	6	-	4.03	80.6%
	%	39.4%	29.4%	25.7%	5.5%	-		
أفضل أن تنشر قصتي في كل وسائل المؤسسة	ك	75	30	4	-	-	4.65	93%
	%	68.8%	27.5%	3.7%	-	-		
وسيط النشر قد يؤثر على زوايا التصوير والتكوين الفني للكادر	ك	27	28	32	18	4	3.51	70.3%
	%	24.8%	25.7%	29.3%	16.5%	3.7%		
وسيط النشر يؤثر على اختيار موضوع ومضمون القصة	ك	23	32	42	8	4	3.57	71.4%
	%	21.1%	29.4%	38.5%	7.3%	3.7%		

أول ما يوضّحه الجدول السابق هو الرّغبة الواضحة من المصوّرين لنشر قصتهم في كل منصات المؤسسة (93%)، ولم يسجل هذا الخيار أي معارضة، سواء في فئة معارض أو معارض جداً. لكن اللافت أيضاً من النتائج هو ازدواجية (القيمة - الانتشار)، فجميع النسب المرتفعة توضّح أن النشر في الصحيفة الورقية يضيف قيمة للقصة المصورة (86.8%)، لكن نشر الألبومات المصورة على الموقع الإلكتروني يُسهل وصول القراء إلى القصة (88.6%)، كما أنّ النشر على السوشيال ميديا يُسهم في انتشار القصة بشكل كبير (95.2%) وكلا الاختيارين لم يسجلا أي تكرارات في فئتي المعارضة، بالإضافة إلى ذلك فإن نسبة غير قليلة من العينة (59.6%) أقرت بأنّ النشر المطبوع يُحد بالفعل من انتشار القصة.

يُشير الجدول أيضًا إلى أن التأثيرات الفنية لوسيط النّشر على القصة المصوّرة يُسجل نسبًا أعلى في مراحل ما بعد النشر، فظهور القصة على المواقع والسوشيال ميديا يساعد في عرض الصور بنفس جودتها دون الخوف من مشكلات الطباعة (81.3%)، وفيه تظهر الصور بنفس أبعادها دون قطع أي تفاصيل (80.6%). في الوقت نفسه كانت نسب التأثير في مرحلة ما قبل التصوير أقل، فتأثير وسيط النشر على اختيار موضوع ومضمون القصة سجّل نسبة (71.4%)، وتأثيره على زوايا التصوير والتكوين الفني للكادر ظهر بنسبة (70.3%).

هذه المزايا التي سجلتها اختيارات المصوّرين للنشر في المنصات الرقمية لم يمنع إقراهم ببعض الخطورة، فالنّشر على السوشيال ميديا يُسهل عملية سرقتها (79.1%).

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة ووسيط النّشر، ويوضّح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (61): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة ووسيط النشر

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.026	*0.154
	* دال عند مُستوى معنوية 0.05

توضّح بيانات هذا الجدول رقم (61) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية ووسيط النّشر الذي تُعرض من خلاله هذه القصص. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.026، وهو أقل من المُستوى المرجعي المعتمد 0.05، مما يشير إلى أنّ هذه العلاقة ليست وليدة المصادفة الإحصائية، بل تُعبّر عن نمط حقيقي في عينة الدراسة يُحتمل امتداده إلى مجتمعا الأُشمل.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد كشفت النتائج أنّ معامل ارتباط بيرسون بلغ 0.154، وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية ضعيفة بين المتغيرين. وهذا يعني أنه كلما اتجهت المؤسسات الصحفية إلى استخدام وسائل نشر تدعم الوسائط البصرية، مثل المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية، زاد -ولو بشكل محدود- مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة. ورغم أن العلاقة لا تُعد قوية من الناحية الإحصائية، فإن اتجاهها الإيجابي يعكس وجود ارتباط وظيفي، وإن كان محدود التأثير، بين الوسيط المستخدم في النّشر والنشاط التحريري المرتبط بإنتاج هذا النوع من المحتوى.

ومن هذه النتيجة يمكن القول إن اختبار هذا الفرض قد انتهى إلى ثبوت صحته، إذ تم التحقق من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدّل إنتاج القصص المصوّرة ووسيط النّشر. وتحمل هذه النتيجة دلالات تفسيرية ترتبط بالتغيرات البنيوية في البيئة الإعلامية

الحديثة، حيث أصبح الوسيط لا يؤثر فقط في شكل تقديم المادة الصحفية، بل في القرار التحريري نفسه المتعلق بنوعية المحتوى الذي يتم إنتاجه. إذ إن الوسائط الرقمية، بما توفره من مساحة بصرية وسرعة تفاعل وجمهور مُتعدد الحواس، تُشكل بيئة خصبة لإنتاج ونشر القصص المصورة، مقارنة بالوسائط الورقية أو التقليدية التي قد تفرض قيوداً على الشكل أو الطول أو اللون. ومن ثم، فإن تزايد الاعتماد على الوسائط الجديدة للنشر قد يكون حافزاً مؤسسياً ومهنياً لتوسيع استخدام أدوات السرد البصري وتعزيز حضور القصص المصورة في الخطاب الإعلامي المعاصر.

قيود العائد المادي:

تُعد القصة المصورة جزءاً أصيلاً من عمل المُصور الصحفي، ولذلك فهو لا يتقاضى أجراً أو مقابلاً مالياً إضافياً إذا ما قَدِم قصصاً مصورة وهو ما قد يؤثر بالسلب على مُعدل إنتاجه، أو أن يبحث عن مسار بديل يضمن له عائداً مادياً مقابل قصته المصورة، أي أن ينشر القصة نفسها التي صورها لمؤسسته في منصات أخرى، والجدول التالي يوضح موقف المُصورين في هذه النقطة.

جدول رقم (62): وجود وسائل أخرى لنشر القصة الصحفية (ن=109)

وجود وسائل أخرى	ك	%
نعم	75	68.8%
لا	34	31.2%
الإجمالي	109	100%

يُشير الجدول إلى أن أكثر من ثلثي العينة لديهم بالفعل وسائل أخرى للنشر خارج المؤسسة (68.8%)، وهذه النسبة وإن كانت تضمن مصادر دخل للمصورين إلا أنها تُعطي مؤشرات سلبية تجاه أصالة القصة المصورة، فما يُقدّمه المصور هنا سيظهر في مكان آخر، وربما يكون هذا المكان أكثر انتشاراً وأوسع في قاعدته الجماهيرية فتنسب القصة إليه أكثر من المؤسسة الأم، خصوصاً أن بعض هذه المسارات تُعد منصات منافسة، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (63): الوسائل الأخرى لنشر القصة الصحفية (ن=109)

الوسائل الأخرى	ك	%
وكالات صور مُتخصصة	62	56.9%
صحف ومؤسسات في الخارج	32	29.4%
صفحات سوشيال ميديا مُتخصصة	40	36.7%
مكتبات ومؤسسات مُتخصصة في أرشفة الصور	12	11%
أنشر في مؤسستي فقط	29	26.6%

يوضح الجدول أن النسبة الأقل من عينة الدراسة هي التي تنشر في مؤسساتها فقط (26.6%)، بينما تبنت النسبة الأكبر نهج النشر الموازي، سواء لوكالات متخصصة (56.9%)، أو صفحات سوشال ميديا متخصصة (36.7%)، أو صحف ومؤسسات في الخارج (29.4%)، أو مكاتب ومؤسسات متخصصة في أرشفة الصور (11%).

ورغم أن كل هذه الاختيارات تشير إلى مؤسسات خارج نطاق السوق الصحفية المصرية في معظم الأوقات، فإن ذلك لن يمنع تهديد أصالة القصة، خصوصاً أنه مع التقدم الذي نعيشه هذه الأيام أصبح من السهولة بمكان استقبال كل الوسائل والمنصات من كل أرجاء العالم. أما عن شكل التعاون بين المصورين وتلك المنصات فيوضحها الجدول التالي.

جدول رقم (64): كيفية التعامل مع أي من تلك المؤسسات (ن=109)

كيفية التعامل	ك	%
بشكل دائم	36	33%
أحياناً	56	51.4%
لا أتعامل معها مطلقاً	17	15.6%
الإجمالي	109	100%

اتساقاً مع ما سبق يشير الجدول إلى أن النسبة الأقل هي التي لا تتعامل مطلقاً مع منصات النشر الموازي (15.6%)، بينما الغالبية العظمى لديهم طرق للتعاون بشكل دائم (33%)، وأحياناً (51.4%)، ومع هاتين النسبتين يصبح في حكم المؤكد أننا سنرى القصة المصورة منشورة في منصة أخرى بعد بيعها في حالات كثيرة يوضحها الجدول التالي.

جدول رقم (65): حالات بيع القصة الصحفية (ن=109)

حالات البيع	ك	%
بالتزامن مع النشر في صحفي	24	22%
بعد النشر في صحفي	40	36.7%
قبل النشر في صحفي	-	-
إذا تم رفضها في صحفي	62	56.9%
لا أنشرها مطلقاً في أي مكان آخر	25	22.9%

النتيجة الأبرز في هذا الجدول هي اتفاق الجميع على عدم بيع القصة لمكان آخر قبل نشرها في المؤسسة، وهو مؤشر إيجابي يحافظ على حقوق المؤسسة وأصالة القصة نوعاً ما، خصوصاً

مع النسبة التي لا تُنشر في خارج مؤسساتها (22.9%). أما من يعتمدون على المنصات الخارجية كمصدر دخل إضافي من بيع قصصهم فيفعلون ذلك في حالة رفض القصة من قبل المؤسسة (56.9%)، أو بيعها بعد نشرها في المؤسسة (36.7%)، غير أن النسبة اللافتة أيضًا هي بيع القصة بالتزامن مع النشر في منصات المؤسسة وبلغت (22%)، ورغم أنها النسبة الأقل في حالات البيع، إلا أنها تظل نافذة كبيرة للتأثير سلبيًا في أصالة القصة.

أما عن أوجه تأثير العائد المادي الإضافي وبيع القصة الصحفية على مُعدّل إنتاج المصورين للقصص المصورة فيوضحه الجدول التالي.

جدول رقم (66): الموقف من تأثير العائد المادي على إنتاج القصص المصورة (ن=109)

البيانات	الموقف	موافق جدًا	موافق	محايد	معارض	معارض جدًا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
تكلفة إنتاج القصة الكبيرة تدفعني لتسويقها في أكثر من مكان	ك	51	28	26	4	-	4.16	83.1%
بيع القصة يُعد مصدر دخل مهمًا بالنسبة لي	ك	47	22	28	10	2	3.94	78.7%
أسعى من خلال أصدقائي للنشر في أماكن أخرى	ك	41	36	20	10	2	3.95	79.1%
أنشأت صفحة خاصة بي أنشر عليها قصصي كمصدر دخل إضافي	ك	23	22	29	20	14	3.19	63.7%
لا أتقاضى أجرًا إضافيًا لو نشرت القصة المصورة في صحيفتي	ك	47	46	11	4	-	4.26	85.2%
من خلال العائد المادي لنشر القصص في أماكن أخرى أستطيع تحديث معداتي	ك	43	42	17	6	-	4.13	82.6%
النشر في أماكن أخرى يدفعني للموضوعات الجماهيرية والشعبية	ك	39	42	23	4	-	4.07	81.5%
العائد المادي يشجعي على إنتاج قصص أكثر	ك	51	38	17	2	-	4.28	85.6%
يُمكن أن أنتج قصصًا خاصة للنشر في أماكن غير مؤسستي	ك	43	38	15	10	2	4.02	80.4%
يُحقق لي النشر في أماكن أخرى فرصة كبيرة للانتشار	ك	51	36	9	10	2	4.15	83%

يؤكد الجدول بشكل واضح ما افترضناه سابقًا بأن المصور لا يحصل على أي مقابل مادي إضافي من مؤسسته نظير القصة المصورة، وسجل ذلك ثاني أكبر نسبة في الإجابات (85.2%)، والأهم من ذلك أن تلك النسبة كانت من أقل الخيارات ظهورًا في فئتي المعارضة، (3.7%) فقط في فئة معارض، و(صفر) في فئة معارض جدًا. ولذلك فقد سجلت الإجابات نسبة مرتفعة في أن تكلفة إنتاج القصة عادة ما تكون كبيرة وتدفع المصور لتسويقها في أكثر من مكان (83.1%)، وأن بيع القصة يُعد مصدرًا مهمًا للدخل (78.7%).

ويشير الجدول إلى التأثير الواضح للمردود المادي من النشر البديل على القصص المصورة، فهو يشجع المصور على إنتاج قصص أكثر (85.6%)، من خلاله يستطيع المصور تحديث معداته (82.6%)، وعلى المستوى الفني يدفع هذا النشر الموازي المصور للموضوعات الجماهيرية والشعبية (81.5%)، ويمكن أن ينتج قصصاً خاصة للنشر في المنصات البديلة (80.4%).

وعلى المستوى النفسي يُحقق هذا النوع من النشر فرصة كبيرة للانتشار (83%)، ولذلك يسعى المصورون إليه من خلال الأصدقاء (79.1%).

النتيجة اللافتة هنا هي عدم إقبال المصورين على إنشاء منصاتهم الخاصة كمشاريع يمكن أن تُصبح مصدرًا إضافيًا للدخل (63.7%)، فرغم سهولة الموضوع في ظل انتشار منصات التواصل الاجتماعي، إلا أن المصورين غير مقبلين على ذلك.

وتختبر الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة العائد المادي من النشر البديل، ويوضح الجدول التالي هذه العلاقة:

جدول رقم (67): معنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والعائد المادي

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.218
	** دال عند مُستوى معنوية 0.01

توضح بيانات هذا الجدول رقم (67) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية، وبين العائد المادي الناتج عن هذا النمط من المحتوى. فقد بلغ مُستوى الدلالة الإحصائية 0.000، وهو أقل من المُستوى المرجعي المعتمد 0.01، مما يؤكد أن العلاقة المرصودة بين المتغيرين ليست وليدة الصدفة، بل تمثل نمطًا منتظمًا في مجتمع الدراسة. تعكس هذه النتيجة أهمية العامل الاقتصادي في تفسير سلوكيات الإنتاج الإعلامي، وتؤكد على أن الدوافع المادية تُشكل أحد المحددات الأساسية في تبني القائمين بالاتصال هذا النمط الصحفي.

أما من حيث شدة العلاقة واتجاهها، فقد بلغ معامل الارتباط (بيرسون) 0.218، وهي قيمة موجبة تشير إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مُعدل إنتاج القصص المصورة والعائد المادي، لكنها تُصنّف ضمن العلاقات ضعيفة الشدة. ورغم أن شدة العلاقة لا توصف بالقوة، فإن دلالتها تظل ذات أهمية تفسيرية، إذ تشير إلى أن زيادة العائد المادي ترتبط بدرجة ما بزيادة الإنتاج في هذا المجال، والعكس صحيح. هذا الارتباط الإيجابي، وإن كان ضعيفًا، إلا أنه يُعبر عن دافع مهني واقتصاديّ متنامٍ لدى القائمين بالاتصال.

ومن هذه النتيجة يُمكن القول إن اختبار صحة الفرض القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة والعائد المادي قد انتهى إلى ثبوت صحته.

وهو ما يُمكن تفسيره بأن القصص المصورة قد بدأت تأخذ مكانة مُتقدّمة في السّوق الإعلامية بوصفها منتجاً بصرياً قادراً على جذب جمهور أوسع، لا سيما في البيئات الرقمية التي تركز على التفاعل والتشويق البصري. وبالتالي، فإنّ المؤسسات الصحفية التي تُوفّر حوافز مادية أو تحقّق عوائد من هذا النوع من المحتوى تُسهم في تشجيع القائمين بالاتصال على تبنيه وتكثيف إنتاجه. كما أنّ هذه العلاقة تعكس بداية تحوّل في البنية الاقتصادية للمحتوى الإعلامي، بحيث لم يعد العائد المادي مرتبطاً فقط بالأشكال التقليدية للنشر، بل أصبح يشمل أنماطاً حديثة ذات طابع بصري وسردي متميز.

كل هذه القيود بمحاورها الخمسة يُمكن أن تختلف في درجة تأثيرها وفقاً لبعض السمات الديموغرافية للمصورين، مثل السن والنوع وسنوات الخبرة، والجدول التالي يوضح هذه الفرضية.

جدول رقم (68): معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في مُعدّل إنتاج القصص المصورة

خصائص العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	4.97	1.854	ت=	107	0.549
	أنثى	4.60	1.838			
السن	من 20 إلى 30 سنة	4.35	2.621	ف=	105	0.237
	من 30 إلى 40 سنة	4.82	1.660			
	من 40 إلى 50 سنة	5.44	1.480			
	أكثر من 50 سنة	4.88	1.962			
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	4.20	2.440	ف=	104	0.003
	من 5 إلى 10 سنوات	3.47	2.356			
	من 10 إلى 15 سنة	5.06	1.536			
	من 15 إلى 20 سنة	5.20	1.196			
	أكثر من 20 سنة	5.60	1.653			

تكشف بيانات الجدول رقم (68) عن نتيجة اختبار الفرض الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في مُعدّل إنتاج القصص المصورة. وقد أظهرت نتائج اختبار (ت) بالنسبة لمتغير النوع (ذكر/ أنثى) أن قيمة (ت) بلغت (0.601) بدرجة حرية (107) ومُستوى معنوية (0.549)، وهي قيمة تفوق المُستوى المرجعي 0.05، مما يشير لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مُعدّل إنتاج القصص المصورة. وبناءً على ذلك، يُمكن القول إن النوع لا يمثل متغيراً فارقاً مؤثراً في هذا السياق الإنتاجي.

أما في ما يتعلق بمتغير السن، فقد استخدم اختبار (ف) (ANOVA) لقياس الفروق بين الفئات العمرية المختلفة، وبلغت قيمة (ف) (1.433) بدرجات حرية (3 و105) ومستوى معنوية (0.237)، وهي أيضاً قيمة أعلى من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة في مُعدل إنتاج القصص المصورة. هذه النتيجة تشير إلى أنَّ الانخراط في إنتاج هذا النوع من المحتوى لا يخضع لتأثير مباشر لعامل السن في البيئة الصحفية المدروسة.

لكن الوضع يختلف جذرياً بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة، إذ توضح بيانات الجدول أنَّ اختبار (ف) أظهر قيمة بلغت (4.361) بدرجات حرية (4 و104)، ومستوى معنوية دقيق بلغ (0.003)، وهو أقل من المستوى المرجعي 0.01، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الخبرة المختلفة في مُعدل إنتاج القصص المصورة. من هذه النتيجة يُمكن القول إن اختبار صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة وفق الخصائص الديموغرافية قد أسفر عن صحة جزئية للفرض، حيث ثبتت الفروق في ضوء مُتغير الخبرة، بينما لم تثبت في ضوء مُتغيري النوع والسن.

وتُظهر المتوسطات الحسابية المرتبطة بفئات الخبرة أنَّ القائمين بالاتصال ذوي الخبرة الأقل من 10 سنوات (خصوصاً من 5 إلى 10 سنوات) سجلوا أدنى متوسط في إنتاج القصص المصورة (3.47)، مقابل متوسط أعلى بلغ (5.60) لدى من تجاوزت خبرتهم 20 سنة. هذا التفاوت يُشير إلى أنَّ تراكم الخبرة المهنية يُساهم بوضوح في تعزيز الإنتاجية في مجال القصص المصورة، ربما نتيجة لاكتساب مهارات تحريرية وبصرية مُتقدمة، أو لفهم أعمق لديناميكيات العمل التحريري والزواري داخل المؤسسة الصحفية.

وبناءً على ما سبق، فإنَّ الأثر الإيجابي لسنوات الخبرة يُعزز فرضية أنَّ إنتاج القصص المصورة لا يرتبط فقط بالكفاءة التقنية، بل أيضاً بالعمق المهني المتراكم، مما يستدعي في المستقبل اهتماماً أكبر بتأهيل الكوادر الصحفية الأقل خبرة، وتوفير فرص تدريب عملية تُساهم في رفع جاهزيتهم لهذا النوع من المحتوى السرد المتخصص.

ومن هذه النتيجة يُمكن القول إن اختبار صحة الفرض القائل بمعنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في مُعدل إنتاج القصص المصورة قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل جزئي في ما يخص مُتغير سنوات الخبرة.

خلاصة الدراسة:

تقف القصة المصورة في الصحافة المصرية موقفًا محيرًا، ففي الوقت الذي يُعول فيه الكثيرون عليها في مشوار المنافسة القويّة التي تدخلها الصحافة المطبوعة بأقلّ الإمكانيّات، وتعتمد عليها الوسائل الإلكترونيّة والرقميّة أيضًا للتنافس في ظل الطوفان البصري الذي نشهده حاليًا، نجد أن ظهورها للجمهور يواجه الكثير والكثير من القيود التي تُعرقل وتُعوّق عمليّات الإنتاج والنشر، بل والمكافأة أيضًا. وتأتي هذه الدراسة كمحاولة للكشف عن هذه القيود ورصد تأثيرها كمًا وكيفًا على مُعدّلات إنتاج القصص المصورة في الصحافة المصريّة، في محاولة لإعادة هذا الفن إلى سابق عهده، بل وفتح آفاق ومساحات جديدة يصبح له فيها أدوار أكبر في إعادة القراء للصحافة بكل أشكالها.

اعتمدت الدراسة على نظريّة القيود، وهي نظريّة قادمة من علوم الإدارة، ووفقًا للنظريّة فقد قسّم الباحث قيود إنتاج القصة المصورة إلى خمسة محاور يندرج تحت كل واحد منها نمطان من القيود، وذلك على النحو التالي:

- **قيود السوق**، وتشمل كلاً من متابعة القصص المصورة التي أنتجها الآخرون، والتنافس المهني.
- **القيود الإداريّة**، وتشمل كلاً من الحرّيّة الإداريّة، والسياسة التحريريّة.
- **القيود السلوكيّة**، وتشمل قيود الحرّيّة الفنيّة، والاستقلال المهني.
- **القيود اللوجيستيّة**، وتشمل تكنولوجيا الإنتاج التقليديّة، والتكنولوجيا الحديثة.
- **قيود النشر**، وتشمل وسيط النشر أو المنصة التي تُنشر عليها القصة، والعائد المادي من بيع القصة.

وباستخدام استمارة استبيان تم تطبيقها على عيّنة من المصوّرين الصحفيين في مُختلف الإصدارات في السوق المصريّة توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

تميز مصوّرو العيّنة بمُعدّلات مرتفعة في ما يخصّ تقديم قصص مصوّرة، حيث حرصت أكثر من نصف العيّنة على تصوير قصة كل أسبوع أو كل شهر، بينما كان مُعدّل إنتاج ربع العيّنة تقريبًا مُتوسّطًا (قصة كل 3 أشهر أو 6 أشهر)، والربع الأخير كان مُعدّل إنتاجه منخفضًا (قصة كل سنة أو أكثر من سنة).

قيود السوق:

في قيود السوق ظهر حرص الغالبية العظمى على متابعة القصص المُصورة التي أنتجها آخرون، وفي الصدارة جاءت قصص المصريّين ثم الأجانب، مع ظهور لافت لمتابعة قصص الهواة. كما ظهرت وسائل التواصل الاجتماعيّ (فيس بوك وإنستجرام) كسُبل لمتابعة تلك القصص مُتقدمة في ذلك على الصّحف المطبوعة. وقد ظهر تأثير متابعة قصص الآخرين على المُستوى الشّخصيّ أولاً، ثم مرحلة المعرفة، وأخيرًا في مراحل تنفيذ القصة ذاتها. وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائيّة ما بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة ودرجة انفتاح المصوّرين على متابعة قصص الآخرين.

● يظهر التنافس المهني كأحد قيود السوق المؤثرة في إنتاج القصص المصورة من خلال الحرص على الاشتراك في المسابقات المتخصصة في الصورة، وأظهرت الدراسة أن النسبة الأكبر حريصة على المشاركة دائماً أو أحياناً رغم أن ما يقرب من ثلث العينة لم يحظ بأي جوائز من قبل، وتصدّرت المسابقات المحلية وجهات المصورين، تلتها مسابقات المستوى الدولي، كما أكدت الدراسة على تصدّر صور الحياة اليومية والقصص المصورة الفروع التي يشارك فيها مصورو العينة. وظهر من النتائج أن التأثيرات الفنية هي الأبرز للمشاركة في المسابقات، مع ميل للعمل الجماعي مع مصورين فازوا من قبل، غير أن النتيجة السلبية في هذا الإطار كانت الدور المنخفض للمؤسسات الصحفية في دعم مصوريها، سواء في مرحلة الاشتراك أو مرحلة التكريم بعد الفوز. وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية بين مُعدّل إنتاج القصص المصورة ومستوى التنافس المهني الذي يُمثل حافزاً للإبداع والتميّز، بل وكثافة الإنتاج أيضاً.

القيود الإدارية:

● أظهرت الدراسة نسباً متقاربة ما بين الالتزام الإداري بوجود بصمتي حضور وانصراف (43.1%) والحرية الإدارية بعدم وجود إلزام بالبصمة (42.2%)، كما ظهر أن اجتماع قسم التصوير عادة ما ينعقد على فترات مُتباعدة بنسبة كبيرة (59.6%)، ويتم في العادة في مقر المؤسسة، بينما يقوم مصورو العينة بتنفيذ قصصهم في أوقات العمل الرسمية بوجود إذن أو مأمورية عمل (67.9%)، فيما كانت البقية تقوم بذلك إما في أيام الراحة الأسبوعية، وإما بعد ساعات العمل الرسمية. وأظهرت الدراسة رغبة كبيرة من المصورين في حرية إدارية كاملة دون إلزام ببصمة حضور أو انصراف، كما أنّ رغبتهم كانت عقد الاجتماع الدوري عبر وسائل التواصل الاجتماعي توفيراً للوقت والمجهود. وأكدت الدراسة أن التعامل المؤسسي الإداري لا يساعد بشكل كبير في إنتاج قصص مصورة، فالمصورون يواجهون صعوبة في الحصول على إجازات، والمدير لا يقوم بتسهيل كل الإجراءات لتنفيذ القصة. وأثبتت الدراسة وجود علاقة ما بين إنتاج القصص المصورة والحرية الإدارية، بما يعني أنّ منح المصورين مزيداً من الحرية الإدارية يعني فرصة أكبر لمزيد من القصص المصورة.

● لعبت السياسة التحريرية دوراً واضحاً في مُعدّلات إنتاج القصص المصورة، وأظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من المصورين لديهم دراية كاملة بسياسات مؤسساتهم، ولذلك فقد جاءت نسبة رفض قصص قاموا بتصويرها قليلة نسبياً (28.4%)، وإذا ما حدث تعارض بين ما يقدمونه وبين السياسة التحريرية فهم يقومون بنشر القصة على صفحاتهم الشخصية، أو يحاولون إقناع رؤسائهم بالنشر، أو يبيعونها لمكان آخر. وظهر تأثير السياسة التحريرية على إنتاج القصص المصورة في الجوانب الاستراتيجية طويلة المدى، مثل نوعية ومضامين القصص، والاعتماد على الصورة كجزء أصيل في سياسة المؤسسة، ثم تظهر التأثيرات على العمل الدوري، كتخصيص مساحات ثابتة للقصص المصورة أو التأثير على عدد الصور في كل قصة منشورة، ثم أخيراً جاءت التأثيرات الفنية، مثل التكوينات الفنية في الكادرات وزوايا التصوير. وأثبتت الدراسة وجود علاقة طردية بين السياسة التحريرية ومُعدّل إنتاج القصص المصورة، فكلما كانت السياسة منفتحة على الاعتماد على المضمون المصور، كانت الفرصة أكبر لإنتاج قصص مصورة.

القيود السلوكية:

• ناقشت الدراسة الحرية الفنية كأحد مظاهر القيود السلوكية التي يمكن أن تؤثر على إنتاج القصص المصورة. وأوضحت أن غالبية المصورين يقترحون أفكار قصصهم بأنفسهم، وأن نسبة قليلة جدًا بلغت (1.8%) هي التي يتم تكليفها من قبل القسم، ولذلك فمن الناحية الفنية عادة ما تُنشر القصة كما نفذها المصور ونادرًا ما يُطلب إجراء تعديلات عليها، وحتى في حالة ما طلب أي تعديل في يقوم المصور بالتعديلات، حتى يستفيد من مزايا النشر، ولذلك كله فقد ذكرت النسبة الغالبة من العينة (87.2%) أنه لم يسبق أن رفضت لهم قصة لأسباب فنية. وأوضحت اختيارات المصورين حرصهم الكبير على الدفاع عن الحرية الفنية لأنها ضمانة كبيرة لتقديم قصص مصورة مبدعة ومختلفة عن تكاليفات العمل اليومية. غير أن هذه الحرية الفنية قُوبلت ببعض التحفظ من المصورين في ما يخص التجريب في تنفيذ القصة، حيث جاءت الاختيارات الأقل من نصيب إجراءات مثل وضع رموز في القصة، أو تقديمها بالأبيض والأسود، أو تنفيذ بعض التأثيرات والفلاتر. وباختبار الفرض الذي يربط ما بين الحرية الفنية ومعدل إنتاج القصص المصورة أثبتت الدراسة صحة ذلك، وأن العلاقة الطردية تربط المتغيرين، بما يعني أن كل زيادة في الحرية الفنية الممنوحة للمصورين تعني فرصة أكبر لقصص مصورة مميزة كمًا وكيفًا.

• تشير الدراسة إلى رغبة كبيرة من المصورين في الاستقلال الصحفي، وأن تكون القصص المصورة بوابته لتقديم موضوعات مصورة على غرار الموضوعات المكتوبة التي يُقدمها المحررون، ولذلك فالنسبة الغالبة من المصورين (67.9%) ينفذون قصصهم دون تعاون مع محررين، بينما كانت نسبة قليلة (12.8%) هي التي تتعاون بشكل دائم، وكانت أبرز مظاهر هذا التعاون في كتابة النص المصاحب للقصة، والتحدث مع المصادر، ومعرفة أماكن التصوير. ولمزيد من الاستقلال، فإنه حتى في حالات التعاون مع محررين في قصص مصورة فإنه في أوقات قليلة فقط لا تتجاوز (13.8%) يحضر المحرر تصوير وتنفيذ القصة. وتؤثر فكرة الاستقلال الصحفي للمصور في أنه بتقديم قصته منفردًا يشعر بأنه صحفي لا يقل في الأهمية أو المكانة عن زميله المحرر، وأنه يحب أن يرى اسمه وصورته منفردًا على القصة، لأنه في حالات التعاون عادة ما تُنسب القصة إلى المحرر أولاً، ثم المصور، مهما كان دور المحرر صغيرًا في القصة. وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية في ما بين الاستقلال الصحفي ومعدل إنتاج القصص، فكل زيادة هنا تتبعها زيادة هناك، والعكس أيضًا صحيح.

القيود اللوجيستية:

• أحد أهم قيود إنتاج القصص المصورة يتمثل في إمكانيات الإنتاج، وقد أثبتت الدراسة ظاهرة مسيطرة على المؤسسات الصحفية المصرية، وهي (المصور بمعداته)، وتعني أن أفراد القسم يستخدمون معداتهم الخاصة في مهام عملهم وأولها الكاميرا (65.1%)، بينما اعتمدت نسبة (11%) فقط على الكاميرا الخاصة بالمؤسسة، حتى في ما يخص الأدوات المساعدة، مثل العدسات والإضاءة والبطاريات وكروت الذاكرة وال فلاش، فقد ذكرت نسبة (40.3%) من العينة

أن المؤسسة لا تُوفر أيًا منها، بينما أكدت نسبة (45%) توفير بعضها فقط، مما يضطر المصورين إلى استعارتها من زملاء، أو تأجيرها من أماكن خارجية لإتمام القصة. وقد أشارت إجابات المصورين إلى أن تأثيرات معدات الإنتاج الفنية بالأساس من حيث تحديد الجودة الفنية للقصة، أو التأثير على الوقت اللازم لتنفيذها، وزيادة حماس المصور لتقديم قصص جديدة، خصوصًا أن تلك المعدات تمثل عبئًا ماديًا كبيرًا على كاهل المصورين. وأكدت الدراسة بالفعل طردية العلاقة ما بين إمكانيات الإنتاج ومعدل إنتاج القصص المصورة، فتوافرها بأعداد مناسبة وإمكانيات حديثة يضمن وجود قصص بأعداد كبيرة وجودة مرتفعة.

● في إطار تكنولوجيا الإنتاج، حيث ظهرت أدوات جديدة في مجال التصوير، من شأنها التأثير على ما يُقدّم من قصص مُصورة، وقد أظهرت الدراسة أن (64.2%) بالفعل قد استخدموا الهاتف المحمول في إنتاج قصص، بينما جاءت النسبة قليلة جدًا في ما يخص استخدام طائرات الدرونز (18.3%). ورغم وجود الكاميرا على رأس قائمة تفضيلات المصورين لتصوير قصصهم، فإنّ الموبايل قد بدأ بالفعل في احتلال مساحة كبيرة من خططهم في تنفيذ أعمالهم، أما ما يُحدّد الأداة المناسبة للتصوير فهي القصة، سواء الفكرة وطبيعة الموضوع، أو أماكن التصوير، فرغم أن الكاميرا لا تزال الأعلى في الجودة الفنية (94.5%) فإنّ الموبايل يُسهّل مهمة التصوير في الشارع (89.5%)، خصوصًا مع خوف الناس من الكاميرات (8.4%)، ورغم أن طائرات الدرونز تُتيح زوايا تصوير يصعب التقاطها بالكاميرا أو الموبايل (88.3%)، فإنّ التكلفة وإجراءات استخدامها تجعل الاعتماد عليها أصعب (89.4%). ولكن بشكل عام فإنّ هذه التكنولوجيا الحديثة جعلت الصور أكثر إبداعًا، حتى لو أقر المصورون بأنّ الأمر يتوقف على المصور أكثر من الأدوات. وقد أثبتت الدراسة طردية العلاقة بين تكنولوجيا التصوير الحديثة ومعدّلات إنتاج القصص المصورة، بما يُنبئ بمستقبل أفضل لهذا الفن إذا ما توافرت التكنولوجيا، وإذا ما تم التدريب على استخدامها أيضًا.

قيود النشر:

● بما أننا أصبحنا نعيش عصر المؤسسات مُتعدّدة المنصّات فإنّ المصور عادة ما تكون لديه تصوّرات عن الوسيط الذي ستُنشر فيه قصته قبل تنفيذها، سواء في الجريدة المطبوعة أو الموقع الإلكتروني أو منصات التواصل الاجتماعيّ أو تطبيق المؤسسة على الهاتف المحمول. ورصدت الدراسة أن الصحيفة المطبوعة لا تزال على رأس تفضيلات المصورين لنشر قصصهم المصورة، ثم بفارق بسيط جاءت صفحات فيس بوك، ثم الموقع الإلكتروني، ولا يجد المصورون مانعًا في المطالبة بنشر قصتهم في وسيط بعينه، فهم يفعلون ذلك دائمًا (9.2%) وأحيانًا (50.5%). وأظهرت الدراسة توجّه الغالبية العظمى من العينة للنشر في منصات مُتخصصة في النّشر المصور مثل صفحة documentaries على فيس بوك، ويحدث ذلك في الغالب بعد النّشر في المؤسسة، أو نشر كادرات إضافية لما نشرته المؤسسة، أو إذا ما تم نشرها في صفحات غير ملونة، وأقرت نسبة قليلة جدًا بأنها لا تنشر خارج مؤسستها (9.2%). ورغم الرغبة الواضحة

من المصورين لنشر قصصهم على كل منصات المؤسسة (93%) فإنهم في حالة الاختيار تظهر التفضيلات متأرجحة ما بين (القيمة) التي تمنحها الصحيفة المطبوعة، و(الانتشار) المتحقق من النشر الإلكتروني. وفي ما يخص تأثيرات وسيط النشر على القصص المصورة فقد تركزت بشكل أكبر في مراحل ما بعد النشر وليس أثناء تنفيذ القصة، وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية ما بين وسيط النشر وبين مُعدل إنتاج القصص المصورة بالفعل.

● أحد أهم قيود إنتاج القصص المصورة هو العائد المادي، خصوصاً أن تقديم قصص المؤسسة يُعد جزءاً من عمل المصور ولا يتقاضى عليه أجرًا إضافيًا، ولذلك فقد أكدت النسبة الأكبر من عينة الدراسة أن لديهم بالفعل وسائل أخرى لنشر قصصهم المصورة (68.8%)، على رأسها وكالات مُتخصصة في نشر الصور، وصفحات سوشيال ميديا، وصحف ومؤسسات بالخارج، ويتأرجح التعاون معها ما بين دائمًا (33%) وأحياناً (51.4%)، وعادة ما ينشر المصور فيها إذا ما رُفضت قصته في المؤسسة (56.9%) أو بعد النشر في المؤسسة (36.7%) أو بالتزامن معها (22%)، لكن الجميل في الأمر أنه لا يتم النشر أبداً قبل المؤسسة الأم. وأكدت إجابات المبحوثين أن بيع القصة الصحفية لمنصات أخرى يُشجعه على إنتاج قصص أكثر، ومن خلال المقابل المادي يستطيع تحديث معداته، ولذلك قد يتجه إلى القصص الجماهيرية والشعبية ويمكن أن يُنتج قصصاً خاصة للمنصات الموازية. وقد أثبتت الدراسة بالفعل طردية العلاقة ما بين مُعدل إنتاج القصص وبين وجود وسائل أخرى للنشر بجانب المؤسسة الأم، ورغم أهمية هذا النشر الموازي فإن الباحث يرى أنه يُمثل تهديداً واضحاً على أصالة القصة التي أنتجها المصور.

● ورصدت الدراسة أن تأثير كل من تلك القيود يختلف في درجته على مُعدل إنتاج القصص المصورة بين أفراد العينة، ويتضح ذلك من الجدول التالي وفقاً لمعامل بيرسون الذي ظهر مع اختبار الفروض، والمبني بالأساس على إجابات المبحوثين.

جدول رقم (69): ترتيب قيود الدراسة وفقاً لتأثيرها في إنتاج القصص المصورة.

المتغير	معامل بيرسون
التكنولوجيا الحديثة	0.405
الحرية الفنية	0.307
التنافس المهني	0.297
متابعة قصص الآخرين	0.251
العائد المادي من النشر البديل	0.218
الحرية الإدارية	0.213
إمكانيات الإنتاج	0.207
السياسة التحريرية	0.186
الاستقلال الصحفي	0.169
وسيط النشر	0.154

● وبشكل عام فقد أثبتت الدراسة عدم وجود تأثير لعوامل السن والنوع لعينة الدراسة على

مُعَدِّل إنتاج القصص المصوّرة، بينما ظهر تأثير لعامل سنوات الخبرة، فأصحاب الخبرة الأقل من 10 سنوات (خصوصًا من 5 إلى 10 سنوات) سجّلوا أدنى متوسط في إنتاج القصص المصوّرة (3.47)، مقابل متوسط أعلى بلغ (5.60) لدى من تجاوزت خبرتهم 20 سنة.

- إحدى أبرز نتائج الدراسة هي أنّ الدور المؤسسي في إنتاج القصص المصوّرة يحتاج إلى مراجعة، لأنّه لم يكن على المستوى المتوقع أو الذي ينبغي أن يكون عليه. ففي مواقع مُتفرّقة من الدراسة ظهر الدور الضعيف بل والمعوق أحيانًا لإنتاج قصص مصوّرة، ولم تُسجّل الاختيارات الخاصة بذلك نسبيًا مرتفعة كالبقية في وقت كان من المفترض أن تُسجّل النّسب الكاملة. على سبيل المثال فإنّ المؤسسة سهّلت للمصوّرين الاشتراك في المسابقات بنسبة (70.6%)، وفي حالة الفوز تقوم بتقدير المصوّر بنسبة (77.2%)، كما أنّ المعدات التي توفرها المؤسسة رأى المصوّرون أنّها حديثة وأعلى في الجودة مما لديهم بنسبة (65.1%)، كما أنّه يصعب استعارتها من الأساس لتنفيذ قصص (72.1%)، وأنّ إجراءات الاستعارة تُؤثر سلبيًا في عملية إنتاج القصص (70.6%)، كما أنّ إمكانية الاحتفاظ بها أكثر من يوم، إذا ما تطلب الأمر ذلك ضعيفة إلى حد ما (69.9%). أضف إلى ذلك أن المصوّرين رأوا أنّ هناك سهولة في الحصول على إجازات عمل طويلة لتنفيذ قصة بنسبة (63.9%) فقط، وأنّ المدير ذاته يُسهّل كل الإجراءات لتصوير القصة بنسبة (72.8%)، والأهم من ذلك كله أنّه ليس هناك اتفاق بأنّ المؤسسة تخصّص مواعيد ثابتة لنشر القصة المصوّرة كفن صحفي أصيل ومهم.

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية

أحمد عادل عبدالفتاح (2016)، تكنولوجيا التصوير الرقمي وعلاقتها بتطوير الممارسة المهنية: دراسة ميدانية على عينة من المصورين بالصحف المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 57.

أميرة عز الدين (2024)، العوامل المؤثرة على واقع التصوير الصحفي ومستقبله في المؤسسات الصحفية المصرية، دراسة ميدانية على المصورين الصحفيين في الصحف القومية والحزبية والخاصة، **دكتوراه**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2024.

إبراهيم محمد أبوالمجد فرج (2023)، أطر التغطية الصحفية المصورة للأطفال أثناء الأزمات في المواقع العربية والأجنبية: دراسة حالة لمأساة الطفل ريان، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 83.

إدجار روسكيس (1999)، الصحافة المصورة هل هي المرحلة الأخيرة؟، **مجلة رسالة اليونيسكو**، (52)، Pp 43-45، أكتوبر 1999.

إكرام محمود سيد (2020)، سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي لقضايا التنمية في مصر: دراسة سيميولوجية لعينة من الرسائل المصرية في موقعي مجلتي أفريقيا بيزنس جلوبال فاينانس، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 19.

ابتهاال جاسم رشيد (2020)، مضمون الصورة الصحفية في الصفحة الأولى (جريدة الصباح أنموذجاً)، **مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع**، كلية الإمارات للعلوم التربوية والنفسية، مجلد 52.

حسين محمد ربيع (2017)، سيميائية الصورة في الخطاب الصحفي للتنظيمات المتطرفة: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الرسائل البصرية لمجلة دابق وفقاً لمقاربة رولان بارت، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد 48.

حنان عبدالله عبدالصمد (2022)، الأطر المصورة لأزمة كشمير بالمواقع الصحفية العربية والأجنبية: دراسة تحليلية مقارنة لمواقع الشرق الأوسط والنيويورك تايمز والأهرام، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 21، عدد 2.

رالا أحمد محمد عبدالوهاب (2017)، التغطية الصحفية المصورة للأزمات في الصحافة المصرية: دراسة في التأطير المرئي لأزمي الهجرة غير الشرعية والإرهاب، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، عدد 2.

رحاب الداخلي محمد (2017)، دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية: دراسة تحليلية سيميولوجية على موقع صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد 47، عدد 47.

رحاب محمد أنور (2018)، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للمصورين الصحفيين: دراسة ميدانية على عينة من المصورين بالصحف المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 17، عدد 4.

المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

- سالي إبراهيم محمد (2021)، الأطر المرئية للأحداث الإرهابية في الصحف الإلكترونية المصرية، **مجلة القراءة والمعرفة**، كلية التربية، جامعة عين شمس، عدد 231.
- سعيد الغريب (2015)، نحو توظيف أمثل للمحتوى المُصوّر في الصحافة المعاصرة، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام جامعة القاهرة، عدد (3)، سبتمبر 2015، ص 6-1.
- سلام أحمد عبده (2021)، الأطر المُصوَّرة في المعالجة الصحفية لقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، **المجلة المصرية للدراسات المتخصصة**، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، عدد 32.
- سهى عبدالرحمن محمد (2021)، الممارسة المهنية والأخلاقية للمصور الصحفي أثناء تغطية أحداث الصراع بالصحف المصرية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 22، جزء 1.
- شاهنده عاطف عبدالسلام (2022)، التحليل السيميولوجي للقصص الصحفية المصورة للحياة اليومية في مصر: دراسة مقارنة بين موقع القاهرة 24 والمصري اليوم، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 24.
- عبدالله حنادر (2019)، سوسيولوجيا المُصوّر الصحفي في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من المصورين الصحفيين بقطاع الصحافة المكتوبة الجزائرية، **دكتوراه**، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر.
- فتحى إبراهيم إسماعيل (2020)، مُعوقات الممارسة المهنية للمصور الصحفي في الصحافة المصرية: دراسة ميدانية لصحيفة الوطن وموقع مصرأوي، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، عدد 30.
- ماجد سالم تريان (2018)، اتجاهات المصورين الصحفيين (الشباب) نحو إجراءات السلامة المهنية: دراسة مسحية، **مجلة الإعلام العربي والمجتمع**، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، مجلد 2018، عدد 26.
- مروة محمد علي محمد (2024)، التأطير البصري لصورة معاناة الفلسطينيين خلال أحداث الحرب على غزة بالصحافة الإلكترونية العربية والعالمية: دراسة مقارنة بين صحيفتي المصري اليوم والجاردان البريطانية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد 88.
- مها كامل جواد، عمر فلاح حسن (2021)، استعمال نظرية القيود كأداة لترشيح المخزون - دراسة حالة في شركة دياي العامة، **مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم**، عدد 50.
- مي حسن عمر (2024)، الهشاشة النفسية لدى عينة من الصحفيين والمصورين أثناء تغطية الأحداث الساخنة: أساليب مختلطة، **مجلة اللقاء للبحوث والدراسات**، عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة عمان الأهلية، مجلد 27، عدد 2.
- ميرال مصطفى عبدالفتاح (2018)، الأطر المُصوَّرة للأزمة السورية في المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الدولية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 17، عدد 2.
- نسرين حسام الدين (2017)، أطر التغطية الصحفية المصورة لقضايا اللاجئين والنازحات في الصحافة العربية الدولية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد 16، عدد 4.

هبة محمد شفيق عبدالرازق (2023)، الأطر المُصوّرة للاحتجاجات في النزاعات الإقليمية والدولية: دراسة تحليلية مقارنة في إطار نظرية الحركات الاجتماعية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*، مجلد 22، عدد 1.

وفاء عبدالخالق ثروت (2017)، دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر: دراسة تحليلية سيميولوجية للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*. عدد 59.

ثانيا: الأجنبية

Hadland.A & Barnett.C (2018)، THE GENDER CRISIS IN PROFESSIONAL PHOTOJOURNALISM Demise of the female gaze?، *Journalism Studies*، 19 (159).

Baroni.A (2015)، the Favelas through the Lenses of Photographers، *Journalism Practice*، 9(4).

Anzola.A (2022)، A qualitative analysis of the lived experiences of Colombian female photojournalist and their relationship with embodied visual activism in the context of feminist protests in Colombia، *MA Thesis*، Malmo University، Faculty of Culture and Society (KS)، School of Arts and Communication (K3).

AMRI.A (2025)، OPERATIONAL CAPACITY STUDY USING THEORY OF CONSTRAINT (TOC) OF THE LOAD OUT COAL HANDLING FACILITY (CHF) 3 AT PT. XYZ، *MA degree thesis*، Business Administration Program، INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG، P.19.

Woolley.B (2024)، ANALYZING THE PERSONAL AND ORGANIZATIONAL IMPACT OF THE GENDER-IMBALANCE IN GHANAIAAN PHOTOJOURNALISM، *MA*، Purdue University Graduate School.

Zerwes.E (2023)، The Photographs of Nair Benedicto and the Memory of Protest in Brazil IN: The Visual Memory of Protest، *Protest and Social Movements*، Vol 27، Amsterdam University Press (2023).

Hamidah.G & Hastuti.H (2025)، Penerapan Theory of Constraints (TOC) untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi dan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada UMKM Keripik Sari Asih)، *Indonesian Accounting Literacy Journal* Vol. 5، No. 2، p. 126.

Floriani.G (2023)، Photojournalism and the Revolution Tactical Uses of Visual Media in the Making of the Republic of China (1905-1914)، PHD، *the Philosophical Faculty*، Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg.

Miller.K & Dahmen.N (2020)، this is still their Lives): Photojournalists' Ethical Approach to Capturing and Publishing Graphic or Shocking Images، *Journal of Media Ethics* 35(89).

MOLONEY.K، et.al (2024)، Citizen or Professional: Exploring Heroic Moral Choice Motivations in Photojournalism، *Heroism Science: An Interdisciplinary Journal*، Vol. 9 No.1 (2024)

Geigenberger.L (2020)، (Seeing is believing... ?) An exploration of photojournalism in war reporting and its conceptualization within the scope of War and Peace Journalism، *MA Thesis*، Södertörn University، School of Social Sciences، Journalism.

- Chouliaraki.L & Stolic.T (2019)◦ Photojournalism as political encounter: western news photography in the 2015 migration (crisis)◦ **Visual Communication**◦ Vol. 18(3).
- Ikeziri.E◦ et.al (2018)◦ Theory of constraints: review and bibliometric analysis◦ **International Journal of Production Research**◦ September 2018◦ 57(12): 1-35.
- Solaroli.M (2023)◦ Photojournalism◦ the World Press Photo Awards◦ and the Visual Memory of Protest IN: Vol 27◦ Amsterdam University Press (2023).
- MARFIL-CARMONA.R◦ et.al (2018)◦ Photography and sport: Study of the didactic value of reference images in photojournalism◦ analysis of the winning photos of the World Press Photo in 2017◦ **Conference: Journal of Human Sport and Exercise** - 2018 - Spring Conferences of Sports Science◦ VOLUME 13.
- Haynes.R (2016)◦ THE STATE OF SPORT PHOTOJOURNALISM Concepts◦ practice and challenges◦ **Digital Journalism** 5(5).
- Shabbir.T.et.al (2021)◦ Scope of Photojournalism and its Impact on in Reducing Violence◦ **Journal of Media & Communication (JMC)**◦ vol. 2 (2).
- Patrick.W (2015)◦ The (living room war) in the escalation period: Romance◦ irony◦ and the narrative ambivalence of tragedy in Vietnam War era photojournalism◦ **Media◦ War & Conflict**◦ Vol. 8(3).
- Tuğçe.Z◦ et.al (2014)◦ Theory of Constraints: A Literature Review◦ **Procedia - Social and Behavioral Sciences**◦ 150◦ P.930.

