

دور الوسائطية عبر الشبكة الم علماتية في ترويج وتسويق الأغنية التونسية وتأثيرها على الذائقة الفنية



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

مریم المديوب

المعهد العالي للموسيقى بصفاقس، *LARIDIAME*

جامعة صفاقس، تونس.

نشر إلكترونيًا بتاريخ: ٢٨ مارس ٢٠٢٥م

Our study in the field of musical sociology, based on statistical techniques, indicates that rap music has dominated the audiovisual media scene since the 2011 revolution. Platforms such as TikTok, Facebook, and YouTube have witnessed a significant and increasing demand, providing content at a low cost, leading to a decline in the use of traditional media and the role of national and religious songs. The younger generation has been notably influenced by foreign musical trends coming from all directions, characterized by simple poetic and melodic structures free from any complex musical or literary techniques.

Online media has played a significant role in shaping the artistic taste in this

Abstract

The use of online media has become one of the most prominent tools for promoting and marketing songs to various segments of society. As a result, we observe the widespread presence of music content on digital platforms and social media, influencing youth and public opinion in Tunisia and the Arab world, particularly after the Arab Spring revolution, which affected many Arab countries. Consequently, older themes such as romance, emotions, religion, and songs glorifying the regime have been overshadowed by songs that celebrate the sovereignty of the working and marginalized classes, alongside the emergence of new topics.

خلال مواقع الاستماع عبر الإنترنت ومنصات البث، ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت الأغنية التونسية قادرة على الوصول إلى جمهور عالمي، مما يساهم في زيادة الوعي الثقافي ويساهم في تعزيز الهوية التونسية في الساحة الفنية العالمية.

إلا أن الوسائطية الرقمية لا تقتصر على ترويج الأغنية التونسية فقط بل قد تساهم في تنوع الذائقة الفنية، حيث كانت ذائقة الجمهور في الماضي محدودة إلى حد كبير بالنمط الموسيقي المحلي أو التقليدي، ولكن بفضل الانفتاح الرقمي، أصبح الجمهور قادراً على التعرف على أنواع موسيقية مختلفة من ثقافات متنوعة، مما يؤدي إلى تفاعل موسيقي غني ومتنوع. هذا التفاعل بين الأنماط الموسيقية المختلفة يعزز من إثراء الذائقة الفنية للجمهور ويزيد من تقبلهم للأغاني وللفنانين الذين قد يكونون بعيدين عن أفقهم التقليدي. وفي هذا السياق، تأتي هذه المقالة لتستعرض دور الشبكة المعلوماتية في ترويج وتسويق الأغنية التونسية، مع التركيز على تأثير هذه الوسائط في الذائقة الفنية للمستمعين والمشاهدين.

يرتكز بحثنا هذا على جزئين: -

١- الإطار النظري: بسط الإجراءات ومنهجية البحث وتشخيص طريقة الدراسة الإحصائية اعتماداً على الاستبيان والتحليل العاملي.

٢- الإطار التطبيقي: عرض دراسة حول الذائقة الفنية للمجتمع التونسي من خلال عينة من الأغاني في فترة ما بعد الثورة. وتحليلها باستغلال تقنية الاحصاء.

direction. Therefore, there is a pressing need to apply solutions that help preserve the musical cultural identity and heritage, to prevent the rise of a consumer-driven artistic taste governed by current auditory trends. This rapid evolution of artistic media and musical discourse, combined with the influx of various musical styles from all sides, calls for careful management to preserve cultural integrity.

Keywords: Online Media, Tunisian Music, Artistic Taste, Music Promotion.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الرقمية، الموسيقى التونسية، الذائقة الفنية، الترويج الموسيقي.

* المقدمة

في عصر التحولات الرقمية والتقدم التكنولوجي، أصبحت الشبكة المعلوماتية أحد الأعمدة الأساسية التي تقوم عليها العديد من الصناعات الثقافية والفنية، بما في ذلك صناعة الموسيقى، حيث غيرت الوسائطية الرقمية بشكل جذري الطرق التي يتم بها إنتاج وتوزيع وترويج الأعمال الفنية، وخاصة الموسيقى. من بين تلك الأعمال تبرز الأغنية التونسية كعنصر ثقافي هام يعكس الهوية الوطنية والإبداع الفني للشعب التونسي.

قد يكون المجال الموسيقي التونسي قد واجه العديد من التحديات في الماضي من حيث الوصول إلى جمهور واسع خارج حدود تونس، ومع ظهور الشبكة المعلوماتية، تحولت هذه التحديات إلى فرص ذهبية في مجال تسويق الأغنية التونسية على منصات رقمية عالمية. فمن

* الإطار النظري

الوسائطية عبر الإنترنت تشير إلى استخدام تقنيات الإعلام الرقمي في نشر وتوزيع المحتوى الثقافي والفني، بما في ذلك الموسيقى والفيديوهات والصور والنصوص. هذه الوسائط تشمل منصات الاستماع عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديوهات، وغيرها من الأدوات التي توفر الوصول إلى المحتوى الفني بشكل غير تقليدي ومرن. فبدلاً من الاعتماد على القنوات التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون، أصبح الجمهور يستطيع الوصول إلى الفن من أي مصدر وفي أي وقت، مما أحدث تحولاً كبيراً في كيفية استهلاك الفن وتفاعل الجمهور معه.

وهكذا تُعدّ الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية من أبرز الآليات لتسويق وترويج الأغاني لدى فئات عديدة من المجتمع، وتبعاً لذلك نلاحظ حضور خطاب الأغاني بكثافة في المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في الشباب والشارع التونسي والعربي عموماً، على غرار ما وقع اثر ثورة الربيع العربي التي شملت عديد البلدان العربية، وبذلك أُهمّلت المواضيع القديمة وبرزت عديد المواضيع المستحدثة أصبح لها إقبال كبير ومتصاعد ومتوفرة في السوق بأقل التكاليف جعلت الجيل الصاعد يتأثر بتيارات موسيقية وافدة على المجتمع من كل اتجاه ذات البناء الشعري واللحني الخالي من أي تعقيد موسيقي أو أدبي.

١- ماهية الوسائطية الرقمية: في عصرنا الحالي نعيش التحول الرقمي والذي يمتاز بطفرة تكنولوجية كبيرة جعلت المجتمع الإنساني مجتمعاً شبكياً بامتياز بفضل فضاء التدفقات، ويعرف التحول الرقمي بذلك التغيير الحاصل في المجال الإلكتروني الذي يتجاوز كل ما هو شفوي ومكتوب

إلى كل ما هو سمعي بصري من خلال الانفتاح على مجموعة من الوسائل التقنية التكنولوجية الحديثة التي تسمح بانتقال الرصيد الفني بشكل سريع وفي أوساط متنوعة ومختلفة بصفة مباشرة وآنية. وفي هذا الإطار يمكننا أن نجد في مجال التكنولوجيات الحديثة كل ما هو شفاهي ومكتوب ومطبوع وبالتالي نقل المادة الفنية بسهولة وعلى مجال واسع وشكل سريع في النقل والتخزين، فأصبح العالم اليوم يعيش على وقع الافتراضي في أغلب مجالات حياته عبر الوسائط الإلكترونية المتعددة.

يقصد بالميديولوجيا (mediology) أو علم الوسائط الإعلامية تلك النظرية التي تعنى بالوسائط التقنية والآلية والمؤسسية التي يشغلها الفعل الثقافي. وقد ظهر المصطلح أول مرة سنة ١٩٧٩م، مع الفرنسي ريجيس دوبراي (Régis Debray) في كتابه السلطة الثقافية في فرنسا. ويعتبر كتابه الثاني الذي ظهر سنة ١٩٩١م أول كتاب يعرف بالدرس الوسائطي، بيد أن هذا الكتاب يعتمد على مجموعة من الخلفيات المعرفية التي تحيل على كتابات كل من: فيكتور هيجو (Victor Hugo) و والتر بنجامين (Walter Benjamin)، وبول فاليري (Paul Valéry).

ومن هنا فالميديولوجيا هي عبارة عن نظرية علمية تجمع بين الثقافة والتقنية وتحيل الكلمة على علم الوسائط وبالتالي يهتم هذا العلم بمختلف الوسائط التي تعنى بنقل الرسائل من ذات إلى أخرى أو من ذات إلى آلة أو من آلة إلى أخرى ويتقاطع علم الميديولوجيا مع مجالات بحث عديدة كالفلسفة والسياسة واللسانيات والآداب والفنون. فدخلت الموسيقى كغيرها من مجالات الفن تحت طائلة علم

الميدولوجيا باعتبارها تحمل العديد من الرسائل التعبيرية والأفكار الإنسانية ، فخضعت بدورها لأحكام الوسائط الميدولوجية.

ومن هنا تأتي مشروعية البحوث للنظر إلى الفكر الإنساني من زوايا مستجدّة تجعلنا نتبنّى حقيقة تطبيق الميدولوجيا كمنهج لدراسة فن الموسيقى من خلال دراسة وسائط الإبداع والنقل من بينها وسائط التواصل الاجتماعي.

إنّ الحديث عن التحولات الالكترونية لا يمكن أن يكون بمعزل عن الحديث حول العولمة الثقافية والتي "أثّرت على المشهد الثقافي من خلال اعتمادها على شبكات الاتصال الحديثة ومنصّات التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أبرز فضاء التدفّقات السمة للمجتمع الشبكي حيث بوأت كل ممارسة ثقافية محلية لتكون عالمية في نفس الوقت. فهذه العمليات السيريرية التي نزعّت المعنى عن الزمن والمكان ودمجت بين العالم الواقعي والافتراضي هي نفسها التي قامت بالاختراق المتبادل بين المحلي والكوني. وقد أفرز هذا الفعل ما نصلّح عليه اليوم ب"المحلية الكونية" (Glocalization) أي إضفاء الطابع الكوني على ما هو محلي".

ومن منطلق آخر يشهد العالم اليوم تحولات رهبة على مستوى الذكاء الاصطناعي ما أنتج الوضع الكوني مفهومًا جديدًا للعولمة والسلطة والذكاء وأثّر على قيمنا المجتمعية في ظل سياق عولمي لا يترك لنا خيارًا عدى الانخراط فيه، فننطلق من الكوني فينا نحو المحلي والخصوصي، فخصوصيتنا لم تصمد أمام زحف التحولات العالمية المتعدّدة الأبعاد والأشكال ما لم تنطلق من قيم كونية

تمحو الحدود وتصهر التزعات والانتماءات الضيقة في المشترك الإنساني إنّها باختصار ما يُسمّى اليوم في سوسيولوجيا العولمة " Glocalism " .

وعموماً نقول بأنّ الوسائطية الرقمية أدت إلى ظهور نماذج جديدة من الفنون الموسيقية، حيث تُمثل الأغاني اليوم جزءاً من ثقافة الشباب وتوجهاتهم. بعد ثورة الربيع العربي التي شكلت نقطة تحول في العالم العربي بدأت الأغاني تعكس واقع الشعب واهتماماته بدلاً من الانشغال بالمواضيع التقليدية مثل الرومانسية والعاطفية والدينية.

٢- أيّ تأثير للوسائط الالكترونية على الموسيقى؟

تلعب الوسائط الالكترونية وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي دوراً حيوياً في صناعة الموسيقى المعاصرة حيث أصبحت منصّات أساسية لاكتشاف الفنانين والترويج للأعمال الموسيقية وبناء قاعدة جماهيرية. مثال ذلك ما نجده على صفحات "التيك توك" (TikTok) و"الانستغرام" (Instagram) من فيديوهات مؤثرة في اكتشاف الأغاني والفنانين الجدد. فالفيديو الموسيقي القصير يمكن أن ينتشر بسرعة مما يساهم في زيادة عدد المستمعين ومبيعات الأغنية.

إنّ معظم الفنانين المعاصرين وحتى ممّن هم من الجيل القديم يستغلّون مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل المباشر مع جماهيرهم من خلال البث المباشر والمنشورات والتعليقات، ويبدو أنّ هذا النوع من التواصل يخلق رابطة قوية بين الفنان والمعجبين، مما يعزز سبل الدعم كما أنّ مواقع التواصل تتيح للفنانين وشركات التسجيل إمكانية الوصول إلى تحليلات تفصيلية حول تفاعل الجمهور مع أغانيهم وما يقدّمونه من موسيقى، من ذلك عدد

المشاهدات، والإعجابات، والمشاركات، والتعليقات. كل هذه البيانات من شأنها أن تقدم لنا فكرة حول وزن وتوقع الإنتاج الغنائي للفنان في السوق الإلكتروني العالمي.

باختصار نقول إنّ مواقع التواصل الاجتماعي ليست فقط أدوات للترويج والتسويق، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الصناعة الموسيقية الحديثة وذلك من خلال الجمع بين التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي، فهذه المنصات توفر فرصاً غير مسبقة للفنانين للوصول إلى جمهور عالمي وبناء مسيرة مهنية ناجحة تتماشى وروح العصر الحالي.

لا يمكن للموسيقي أن يكون مساهراً لروح العصر ما لم يكن قريباً من صورة التحولات الرقمية الجارية في عالم اليوم، وهذا راجع إلى ارتباط الموسيقى تصوراً وإبداعاً وإنتاجاً وتلقياً بوسائط رقمية غاية في التعقيد والدقة والفعالية، خاصة ما يتعلق منها بالحواسيب وشبكة الإنترنت. لذلك لا يمكن تصور أبسط مواكبة لهذا الواقع الجديد من دون مواكبة معرفية تنهض على امتلاك حد أدنى من المعرفة المعلوماتية.

تبعاً لهذا التطور في تكنولوجيا الاتصال الرقمي تبرز أهمية القيام بدراسات لتسليط الضوء على مدى أهمية دور الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية في ترويج وتسويق الأغنية التونسية وتأثيرها في الذائقة الفنية وبالتالي ضرورة تطبيق الحلول الكفيلة للحفاظ على الهوية والتراث الثقافي الموسيقي للحد من نشأة ذائقة فنية من جمهور مستهلك تحكمها معايير من المحيط السمعي للعصر الحالي وقد يتأثر بعدد الأنماط الموسيقية الوافدة من كل الجهات تزامناً مع نسق سريع في تطوّر الوسائط الفنية والخطاب الموسيقي.

* الأهداف الرئيسية للمقالة

تتمثل الأهداف الرئيسية لهذه المقالة في تحليل دور الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية في تسويق الأغنية التونسية وتأثيرها على الذائقة الفنية للجمهور التونسي والعالمي. نسعى من خلال دراسة هذا الموضوع إلى تحقيق الأهداف التالية: -

أ- تحليل دور الشبكة المعلوماتية في تسويق الأغنية التونسية: -

١- استكشاف كيف ساعدت الوسائط الرقمية على ترويج الأغنية التونسية عبر الإنترنت ومنصات البث
٢- فهم دور الأدوات الرقمية الحديثة في فتح أسواق جديدة للأغنية التونسية، سواء داخل البلاد أو على الصعيد الدولي.
ب- دراسة تأثير الوسائط الرقمية على ذائقة الجمهور الفنية: -

١- تحليل كيفية تأثير الوسائطية عبر الإنترنت في تفضيلات المستمعين التونسيين للأنماط الموسيقية المختلفة.
٢- فهم مدى تأثير تفاعل الجمهور مع الأغاني التونسية من خلال منصات الإنترنت في تطور الذائقة الفنية لديهم.
٣- دراسة كيفية تغيير الذائقة الفنية للجمهور التونسي نتيجة الانفتاح على أنواع موسيقية عالمية مقارنة بالأغاني المحلية.

ت- فحص التحديات والفرص التي تتيحها الوسائطية للأغنية التونسية: -

١- دراسة الفرص التي تتيحها الشبكة المعلوماتية لتطوير المشهد الموسيقي التونسي بما في ذلك زيادة الوصول إلى جمهور عالمي وتوسيع القاعدة الجماهيرية.

ث- تقييم التأثير على مستقبل الموسيقى التونسية في عصر الإنترنت: -

١- استشراف كيفية تأثير الوسائط الرقمية في مستقبل الأغنية التونسية.

٢- تحليل دور الوسائط الرقمية في بناء الهوية الفنية التونسية وتوثيق ثقافتها عبر الإنترنت.

من خلال تحقيق هذه الأهداف ستمكن المقالة من تقديم رؤية شاملة حول تأثير الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية على تسويق الأغنية التونسية وفتح المجال لفهم أعمق حول كيفية تطور الذائقة الفنية للجمهور في ظل هذه التطورات التكنولوجية.

* المصادر ومنهجية للمقالة

أ- المصادر: لإعداد المقالة، تم الاستناد إلى مجموعة من المصادر العلمية والبيانات الأولية التي ساعدت في تحليل دور الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية في تسويق الأغنية التونسية وتأثيرها في الذائقة الفنية. تشمل هذه المصادر: -

* المراجع العلمية والأكاديمية

١- مقالات ودراسات أكاديمية تناولت تأثير الوسائط الرقمية على صناعة الموسيقى والفن وكذلك الدراسات المتعلقة بتطور وسائل الإعلام وتأثير الإنترنت على الذائقة الفنية للجمهور.

٢- أبحاث تناولت تأثير منصات البث الموسيقي على ترويج الأعمال الفنية وكيف ساعدت هذه المنصات في نشر الأغاني العربية والعالمية.

* التقارير والإحصائيات الصناعية

١- تقارير من مؤسسات معروفة في صناعة الموسيقى التي تقدم بيانات وتحليلات حول صناعة الموسيقى الرقمية وكيفية تطورها في السنوات الأخيرة.

٢- إحصائيات من منصات الاستماع عبر الإنترنت التي تبرز الأنماط الموسيقية الأكثر استماعاً في تونس وكذلك على مستوى العالم.

* الدراسات السابقة حول التسويق الرقمي للموسيقى

١- دراسات تناولت كيفية استخدام الفنانين للإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لأعمالهم بالإضافة إلى دراسة تأثير هذه الوسائل على القيم الفنية للجمهور.

ب- المنهجية: اعتمدت المقالة على منهج الدراسة الميدانية التحليلية التي تستند إلى البيانات التي تم جمعها من خلال استمارة إلكترونية ودراسة إحصائية لتحديد تأثير الوسائطية الرقمية في تسويق الأغنية التونسية وتغيير الذائقة الفنية للجمهور. تتضمن منهجية البحث الخطوات التالية:

* تصميم الاستمارة الإلكترونية

تم إعداد استمارة إلكترونية لجمع بيانات من الجمهور التونسي حول تفضيلاته الموسيقية وسلوكياته الاستهلاكية للمحتوى الموسيقي عبر الإنترنت، وهي بذلك أداة رئيسية في جمع البيانات من عينة واسعة من المستمعين التونسيين مما وفر صورة دقيقة وشاملة حول تفاعلاتهم مع الأغنية التونسية عبر الوسائط الرقمية. هذا وتم التركيز في البحث على تفاعل الأجيال الشابة بشكل خاص، حيث يُعتبر هذا الجيل الأكثر استخداماً للإنترنت ومنصات البث الموسيقي.

شملت الاستثمارة عدة محاور، منها: -

١- التفاعل مع الأغنية التونسية عبر الإنترنت : مدى استخدام المستمعين لمنصات مثل "يوتيوب" و"سبوتيفاي" للاستماع إلى الأغاني التونسية.

٢- التأثير في الذائقة الفنية : ما إذا كانت الوسائط الرقمية قد ساهمت في تغيير ذائقة المستمعين التونسيين أو إضافة عناصر جديدة إلى تفضيلاتهم الموسيقية.

٣- تسويق الأغنية التونسية : آراء المستمعين حول فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية في تسويق الأغاني التونسية.

* التحليل الإحصائي

إثر جمع البيانات من الاستثمارة الإلكترونية تم تحليل الإجابات باستخدام أساليب التحليل الإحصائي المناسبة مثل: -

١- التحليل الوصفي لحساب المتوسطات لتوزيع المتغيرات.

٢- التحليل البياني باستخدام نسب مئوية ومخططات بيانية بالاعتماد على تحليل المتغيرات بشكل منفصل.

٣- التحليل العاملي لتحديد أهم العوامل المؤثرة في تغيير الذائقة الفنية باحتساب معاملات الارتباط بين المتغيرات على أساس العلاقة بين هذه المتغيرات وليس على أساس المعاملة المنفصلة لكل متغير. من أهم أهداف التحليل العاملي نذكر ما يلي: -

١- تلخيص المتغيرات في عدد أقل من العوامل الرئيسية التي يمكن أن تفسر الظاهرة.

٢- إبراز مجموعة العناصر الكامنة التي يصعب الكشف عنها والتي يمكن أن يكون لها دور في تفسير العالقات بين عدد كبير من المتغيرات.

٣- الحصول على مجموعة جديدة من المتغيرات (العوامل) وبعدها أقل لتحل جزئيا أو كليا محل المجموعة الأصلية من المتغيرات.

٤- التعرف على المتغيرات التي لها دلالة إحصائية هامة والتي تتطلب مزيدا من عمليات التحليل الأخرى.

٥- خفض العلاقات المعقدة بين مجموعة من المتغيرات إلى صورة خطية بسيطة نسبيا، كما أنها تكشف عن العلاقات الغير المتوقعة.

* المقابلات الشخصية

تمت هذه المقابلات الشخصية مع بعض الفنانين التونسيين ومسؤولين في صناعة الموسيقى لدعم النتائج الإحصائية بالأبعاد العملية والتطبيقية المتعلقة بتسويق الأغنية التونسية عبر الوسائط الرقمية.

وهكذا تم دمج البيانات التي وفرتها الاستثمارة الإلكترونية والدراسة الإحصائية مع الأبحاث والدراسات السابقة والمقابلات الشخصية لتقديم تحليل شامل حول دور الوسائطية في ترويج الأغنية التونسية وتأثيرها على الذائقة الفنية.

* التوصيات

تبعاً لنتائج الدراسة، نقدم توصيات منها: -

١- السّعي إلى إنتاج أغان هادفة للشباب وبثّها عبر وسائط إعلامية متطورة.

٢- الحرص على حسن استغلال ثورة تكنولوجيا الاتصال بحسن توظيفها لمقارعة ما يمسّ حياتنا الثقافية والدينية والاجتماعية

٣- العمل على تفعيل قانون حقوق الملكية الفكرية لضمان استمرارية العملية الإبداعية عبر الوسائط الرقمية الحديثة.

* لمحة عن تاريخ الأغنية التونسية وتطورها

تُعتبر الأغنية التونسية جزءاً من التراث الثقافي والفني الغني الذي يعكس تاريخ وحضارة تونس وقد مرت الأغنية التونسية بتطورات ملحوظة على مر السنين متأثرة بالتغيرات الاجتماعية والسياسية والثقافية وكذلك بالتحويلات في المجال الفني والموسيقي العالمي.

١- البدايات والتأسيس: بدأت الأغنية التونسية في العصور القديمة تتأثر بالموسيقى العربية الكلاسيكية والتقاليد الفلكلورية المحلية، ومع بداية القرن العشرين بدأ تأثير الموسيقى الأوروبية خاصة الفرنسية والإيطالية يظهر في الأغنية التونسية. كانت الأغاني تُؤدى بشكل فردي من قبل المغنين الكلاسيكيين وتُغنى باللهجة التونسية أو العربية الفصحى، وكان يعتمد فيها على الآلات التقليدية مثل العود والقيثارة.

٢- المرحلة الذهبية للأغنية التونسية: شهدت الأغنية التونسية فترة ازدهار كبيرة في منتصف القرن العشرين، حيث ظهرت أسماء لامعة مثل "صليحة"، "علي الرياحي"، و"الطاهر غرسة"، الذين ساهموا في تشكيل الهوية الموسيقية التونسية الحديثة. توسعت الأغنية التونسية في هذا العصر لتشمل مزيجاً من التأثيرات العربية، الفارسية، والتركية، وهكذا أصبحت الأغاني التونسية تتميز بالتركيب الموسيقي المعقد وصوت المغني الذي يعكس تطور الأسلوب الغنائي المحلي.

٣- التأثيرات الحديثة والانتقال إلى الأنماط المعاصرة: بحلول السبعينات والثمانينات، ظهرت أجيال جديدة من الفنانين التونسيين الذين بدؤوا في دمج الموسيقى التونسية مع الأنماط الغربية مثل الروك، البوب، والجاز، وهو ما أضاف بعداً

جديداً للأغنية التونسية، كما بدأ بعض الفنانين بتوظيف الآلات الموسيقية الحديثة ما أحدث تحولاً في الصوت التونسي التقليدي.

* واقع دور وأهمية الوسائط الالكترونية على الأغنية التونسية انتاجا ورواجا

في عصر التحولات الرقمية ومواكبة له أصبح المؤلف الموسيقي في حاجة ماسة إلى اكتساب كفايات عالية لاعتماد الوسائط الرقمية وبرمجياتها الفعالة والمتطورة باستمرار. حيث أصبح بإمكان كل موسيقي محترف أو هاو اليوم أن ينشئ استديوها مصغراً في مكتبه، بفضل توافر الحواسيب ومختلف الأجهزة الصوتية والمرئية... من شأنه أن ييسر له عمليات التأليف والتوزيع والتسجيل والمعالجة الرقمية، فضلاً عن إمكانيات هائلة لتوظيف المؤثرات.

يستفيد الموسيقي من كل هذا بفضل العديد من البرمجيات لكتابة الألحان وتأليف الانسجيمات وقراءة النوتة وترجمة الجمل الموسيقية الواردة إلى الحاسوب من آلة موسيقية رقمية، كالبیان الرقمي الذي عرف أجيالاً جديدة، من بينها تلك التي تدعم السيكاك والإيقاعات الشرقية... علاوة على ما تتيحه شبكة الويب من مساحات غير محدودة لتقاسم الملفات وتنسيق العمل بين الموسيقيين عن بعد والقيام بالدعاية والإعلان للمنتوج الموسيقي وتسويقه.

خلاصة القول إن التطور الحاصل في مستوى تأليف الأغنية التونسية باعتماد أساليب تقنية جديدة على جميع المستويات تواكب التطور الحاصل في المشهد الاعلامي الرقمي أدى إلى ظهور أنماط غنائية معينة على حساب أنماط غنائية أخرى وإننا نرى بأن هذا الأمر طبيعي جداً باعتبار أن عديد العوامل أدت إلى حصول مثل هذا التفاضل

في مستوى أنماط الأغاني المروّجة في المشهد الموسيقي التونسي عموماً. وحتى نتحصل على معلومات دقيقة تؤدّي بنا إلى بلوغ أعلى مراتب الموضوعيّة في طرحنا هذا، اعتمدنا على نتائج دراسة إحصائيّة كنّا قد أجريناها في خضم أعدادنا لأطروحة الدكتوراه حول تقصّي الذائقة الفنيّة في المجتمع التونسي.

* الإطار التطبيقي

* الدراسة الإحصائية

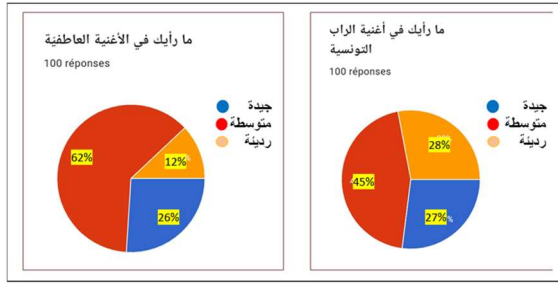
أ- تصميم الدراسة واختيار المتغيرات: كثيرة ومتعدّدة هي الأغاني التي أنتجت وظهرت على الساحة الفنيّة والوسائل السميّة البصرية إبّان الثورة وما بعدها، وهي على تعدّدها وكثرتها لم تلق جُلّها نفس الإقبال الجماهيري والشهرة بين عامّة الشعب التونسي وغيره، إذ نجد أنّ البعض منها ما ذاع صيتها لدى شرائح وفئات مختلفة من المجتمع ورسخت في أذهانهم إلى أن أصبحت من الأغاني الأكثر حفظاً لدى الصغير والكبير. وقد تمّ لحاجيات متابعة دور الوسائطية في ترويج وتسويق الأغنية التونسية وتأثيرها في الذائقة الفنيّة تصميم الدراسة باستغلال تقنية الاحصاء بناءً على استمارة بأحدث الطرق وهي إلكترونية موجهة بالأساس لعينة من المجتمع التونسي على اختلاف فئاتهم العمرية والاجتماعية والثقافية.

يتميز الاستبيان الإلكتروني عبر الإنترنت على الطرق الأخرى بأنه أسرع وأكثر دقة حيث أنه أصبح بمحرد إرسال رابط الاستبيان وإجابة المجيبين عليه امكانية جمع الإجابات تلقائياً مع متابعة معدلات الاستجابة واستخدام المخططات البيانية لمعالجة البيانات مباشرة بعد الاستجابة، في المقابل تتطلب هذه المراحل بالطرق الأخرى وقتاً طويلاً

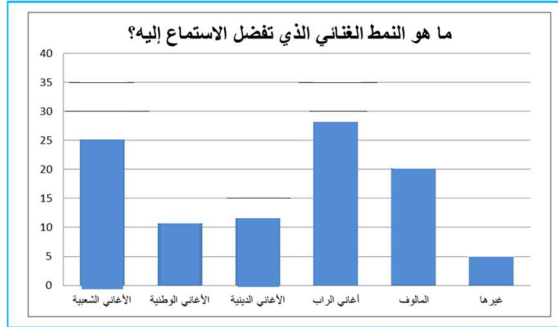
للحصول على تقييم بأقل دقة مقارنة بما توفره آليات الاستبيان الإلكتروني.

من حيث المتغيرات، وجهنا هذه الاستمارة إلى أفراد من مناطق مختلفة من البلاد التونسية بين الريف والمدينة مع اعتبار عامل الجنس و الفارق في العمر وفي المستوى العلمي، وبذلك شملت عينة من المجتمع التونسي في محاولة منا للتوصّل إلى إحصائيات تخصّ المسائل المتعلقة بالموسيقى من حيث مدى الإقبال عليها سماعاً و الميولات الموسيقية لدى الفرد وكذلك المصدر الذي يتوجّه إليه لسماع الموسيقى، وبذلك يمكن تحديد بنسبة كبيرة مكانة الموسيقى لدى الفرد ومدى حضورها في الحياة اليومية وكذلك لتساعدنا على معرفة أكثر المصادر إقبالا من المجتمع للاستماع إلى الموسيقى وعلى اكتشاف الذائقة الفنيّة وما تشوبها من تحولات واختلافات باختلاف الأفراد وتوجّهاتهم الفنيّة.

تشخص الصور الموالية عينة من الاستبيان الإلكتروني الذي تم نشره عبر الإنترنت



الرسم عدد ٢ والرسم عدد ٣ حول رأي المشاركين في الاستمارة
بخصوص جودة أغنية الراب والأغنية العاطفية



الرسم عدد ٤ يشخص النسب المئوية للأشكال الغنائية المفضلة انطلاقاً مما ورد في هذه الإحصائيات يمكننا استنتاج أن العينة المجتمعية التي اعتمدت في دراستنا مهمة بالفن الموسيقي حيث أن نسبة المستمعين للموسيقى يومياً تعادل ٧٥ بالمائة وهكذا يمكننا أن نعتبر أن الاستمارة تمثل إلى حد ما شريحة المجتمع المتابعة التطور الحاصل في الذائقة الفنية ودور الوسائطية في ذلك.

إلى الأغاني، وفي سؤالنا حول جودة أغاني الراب والأغاني العاطفية، تبين لنا أن ٢٥% من المشاركين يعتبرون أن هذه الأغاني جيدة ونسب عالية منهم بين ٤٠ و ٦٠ % يقدرونها متوسطة. وحول النمط الموسيقي الغنائي المفضل نلاحظ أن أغنية الراب والأغنية الشعبية يحتلان الصدارة من جملة أنماط أخرى تمّ طرحها في الاستمارة إذ قدرت نسبة تفضيل أغنية الراب بـ ٢٧% بينما وردت الأغنية الشعبية بنسبة قدرت بـ ٢٥% وهي في اعتقادنا

ب- التحليل الإحصائي :-

* نتائج التحليل الإحصائي التقليدي

بالاعتماد على مائة مشارك في الاستمارة توصلنا إلى استخراج إحصائيات مختلفة بحسب الأسئلة الموجهة للفرد من هذه العينة، ثم قمنا بترجمتها من خلال تحليل إحصائي تقليدي إلى نسب مئوية مشفوعة برسوم بيانية. فيما يلي تحليلها وربطها بموضوعنا.

الرسم عدد ١ يشخص نسب الاستماع للموسيقى

نسب متقاربة جداً الشيء الذي يُفسّر لنا طبيعة الذائقة الفنية التي يكتسبها المواطن التونسي.

وحيث أن هذا التحليل الإحصائي التقليدي باعتماده على بيانات فردية ونسب مئوية ومخططات بيانية يركز أساساً على تحليل المتغيرات بشكل منفصل دون النظر إلى العلاقة بينها، وبذلك يعطي نتائج إحصائية يمكن أن تكون مفيدة ولكنها لا توفر تفسيرات عميقة للعلاقات بين المتغيرات المتحركة في تأثير الوسائطية على الذائقة الفنية. وحيث أن هذه العلاقات غالباً معقدة ومتعددة الأبعاد بين مجموعة متنوعة من المتغيرات التي تتعلق بترويج الأغنية التونسية وتأثيرها على مسار الذائقة الفنية، تمت معالجة ثانية لبيانات الاستثمار الالكترونية بآليات التحليل العاملي

ب - التحليل الإحصائي العاملي (Factor analysis)

* خصائص التحليل العاملي

يتميز التحليل العاملي بقدرته على احتساب معاملات الارتباط بين المتغيرات على أساس العلاقة القائمة بينها وليس على أساس المعاملة المنفصلة لكل متغير، وهكذا يبرز هذا الأسلوب التحليلي عوامل (Factors) كأمثلة تابعة من داخل مجموعة من العلاقات بين المتغيرات التي تم الحصول عليها من المشاركين في الاستثمار، وبذلك تقدم رؤية شاملة وعميقة تساعد على معرفة دور الوسائطية في ترويج وتسويق الأغنية التونسية وتأثيرها في الذائقة الفنية. من أهم النتائج المرتقبة من هذا التحليل ضبط مدى تأثير الوسائط الالكترونية من خلال ترابط مؤشرات تابعة من الاستثمار نذكر منها.

١- نوعية الأنماط الموسيقية

٢- التفاعل الاجتماعي

٣- تصنيف المشاركين في الاستثمار حسب تفاعلهم مع الأغنية عبر الانترنت

٤- أثر الشريحة العمرية والمستوى الثقافي

٥- كيفية التعامل مع الوسائط الرقمية السمعية البصرية والطرق التقليدية

٦- الارتباط بين التفاعل عبر الإنترنت والتأثير على الذائقة الفنية

٧- التفاعل بين الأجيال والمحتوى الموسيقي

* نتائج التحليل العاملي

يتميز كما ذكرنا أسلوب الإحصاء العاملي بتلخيص في عدد أقل المتغيرات التي وفرتها الاستثمار الالكترونية للحصول على مجموعات أو عوامل (Factors) باحتساب معاملات الارتباط بين المتغيرات. يمكن تفسير العامل حسب المتغيرات التي ترتبط معه بشكل قوي، ويمكن فهم طبيعة العلاقات بين أهم العوامل (الأول والثاني) بالمعالجة عبر تقاطعهما عن طريق التدوير المتعامد (Orthogonal rotation)، لتحصل على رسوم تمثل تصنيفات مستقلة بدرجات مختلفة من الارتباط وقائمة على أسس نوعية للتصنيف حسب اختلافها والعلاقات الإيجابية أو السلبية بينها، وبذلك توفر هذه الرسوم مزيداً من الدقة يتم استخلاص دلالتها من الإطار النظري الأساسي والمنطق العلمي الذي انطلقنا منه بخصوص دور الوسائطية. نعرض في ما يلي رسوم التدوير المتعامد وتحليلها.

١- الرسم عدد ٥ : توزيع التصنيفات المستقلة للأنماط

الغنائية وارتباطها بالتغيرات الخاصة بالسن والجنس والمستوى التعليمي

عن دور الأغنية بصفقتها عنصرا من عناصر الثقافة يستجيب
لذائقة فنية ما دون غيرها بحسب معطيات مختلفة تحكمها
جملة من المعايير والقيم الجمالية. ويتضح ذلك من خلال
الكشف الدقيق لمحتوى الرسم عدد ٥ حيث نلاحظ أن
التنوع في التذوق الفني يتمثل أساسا في قطب متذوق
لموسيقى "الراب" يقابله قطب من فئة متمسكة بالأغنية
الدينية ويتوسطهما الفن الشعبي بجانب القطب الأول
وتقارب الاغنية الوطنية والأغنية التقليدية (المالوف) من
القطب الثاني.

٢- كما يكشف هذا الرسم إقبالا والتفافا حول نمط "الراب" ونمط الاغنية الشعبية لفئة من الشباب الذكور منهم والإناث والمتعلقة أساسا بالجنس والعمر والمستوى العلمي ويتجلى ذلك داخل التصنيفات المستقلة التي كشفها التحليل لما لهم بين السن الثاني عشر والثلاثين وجلهم من ذوي المستوى العلمي الثانوي والعالي تعلقوا بنمطي الراب والأغنية الشعبية لكونهما من بين الأنماط الغنائية الأكثر تأثيرا على ذائقة الفرد الشاب من المجتمع باعتبار قوة تأثير الكلمة على نفسيته وما تحمله من مضامين تعبر عن واقعه المعيشي كما هو

* الاستنتاج

163

وحيث تأتي هذه الدراسة في إطار البحث عن أهمية ودور الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية باعتبارها أحد أهم العوامل التي غيرت المشهد الموسيقي خصوصا مع الثورة الرقمية التي أصبحت أدوات رئيسية في تسويق وترويج الأغاني، نواكب من خلال الرسم عدد ٦ مدى تأثير هذه الوسائط على الأغنية التونسية، وما إذا كانت قد ساهمت في تغيير الأنماط الغنائية، وأثر ذلك على الذائقة الفنية لجيل الشباب.

٤- يشخص هذا الرسم موقع الأنماط الغنائية المعروضة بالرسم عدد ٥ مع درجات ارتباطها بالوسائط الرقمية الحديثة وبالوسائط التقليدية ومدة استغلال هذه الوسائل.

٥- نلاحظ من خلاله تموقع أغاني الراب والأغاني الشعبية بجانب وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة (SO3)، (SO4)، (SO4)، (SO5) و (SO6) وبذلك تصدرها المشهد الاعلامي السمعي والبصري عبر هذه الوسائط التي ساعدت إلى حد كبير في انتشارها عن طريق المواقع Tiktock, P.F., Musicaies :

Facebook, Youtube, والاستماع لها يوميا (M1) . في المقابل تعتمد فئة الأغنية الوطنية والمألوف الوسائط الحديثة وأحيانا جهاز الراديو (SO١) (M3) لمشاهدتها واستماعها ، بينما تكتفي فئة الاغنية الدينية بمشاهدتها أحيانا بواسطة التلفاز (SO٢) (M3). وهكذا نلاحظ التأثير الكبير الذي أحدثته وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة في الوسائل السمعية والبصرية التقليدية ومن ثم الإقبال يوميا (M1) على هذه التقنيات المتطورة والمتوفرة في السوق بأقل التكاليف مقابل تراجع سمع ودور الأغنية الوطنية والأغنية الدينية أمام تأثير الجيل الصاعد بتيارات موسيقية وافدة على المجتمع من كل اتجاه.

٦- لقد أفرّت نتائج التحليل العاملي بوجود تنوع في التدوق الفني بالمجتمع التونسي وبأن فئة الكهول متمسكة بالأغاني الوطنية والدينية حفاظا على التراث الثقافي الموسيقي وفي نظرها تراجع لمستوى الأغنية عامة بعد الثورة، وتبعا لنفس النتائج التي كشفت إقبال الشباب على أغاني الراب والأغاني الشعبية ذات البناء الشعري واللحن الخالي من أي تعقيد موسيقي أو أدبي ، فإنّ هذا يحيلنا للقول بأنّ الشباب الذي يقبل على مثل هذه الأنماط يمثّل جيلا ذا ثقافة موسيقية محدودة، خاصة وأن التحليل العاملي أشار بأن هذه الفئة تعتبر هذه النوعية من الأنماط الموسيقية قفزة في ارتفاع مستوى الأغنية ببلادنا (N1) خلافا لرأي فئة الكهول (N2)، وهكذا نلاحظ أثر مخلفات الثقافة الموسيقية المحدودة وقد ساهم في نشأة ذائقة فنية من جمهور مستهلك تحكمها معايير من المحيط السمعي للعصر الحالي الذي استتبع بعدد الأنماط الموسيقية الغربية الوافدة من كل حذب وصوب تزامنا مع نسق سريع في تطوّر التكنولوجيات الحديثة والانفتاح اللا محدود على العولمة الفكرية والثقافية والفنية والمقتربة بتعدد الوسائط المختلفة.

٧- وحيث أن نمط الراب يتميز بقدرته على التعبير عن القضايا الاجتماعية بطرق مباشرة وواقعية، مما يجعله جذابا لجيل الشباب الذي يسعى إلى التعبير عن قضايا وآرائه ، وعلى عكس الأغاني التقليدية، يقدم الراب نصوصا تلامس هموم المجتمع وتطلعاته، مما يساعد على تعزيز مكانته في الساحة الفنية ، أتت الوسائطية عبر الشبكة المعلوماتية الحديثة لتوفر لهذا الجيل منصات رقمية ساعدت على انتشار نمطه، وعلى دعم تفاعل الفنانين معه لتعكس شعبية الراب تحولا في ذائقة الشباب، حيث أصبحوا يميلون نحو

الموسيقى التي تعبر عن واقعهم بشكل أكثر دقة ووضوح. وفي المقابل، أدى هذا التوجه إلى تراجع بعض الأنماط الموسيقية التقليدية، مثل الأغاني الوطنية والدينية، مما يثير تساؤلات حول مستقبل هذه الأنماط في ظل المنافسة مع الأنماط الحديثة.

٨- أفرت نتائج التحليل العاملي بأن الأغاني الوطنية والكلاسيكية اقتحمت باحتشام الشبكة المعلوماتية والمنصات الرقمية الحديثة، إلا أن المحاولات الجارية بإعادة إحياء العديد من الأغاني التي تعود لعقود سابقة لبثها بطابع عصري بعد صياغتها بطرق تتناسب مع التوجهات الحديثة أثبتت نجاحها في السوق الفنية لتساهم في جذب جمهور جديد. نعتقد أن هذا التجديد ليس مجرد تغيير في الشكل، بل سيعكس أيضاً الحاجة إلى الحفاظ على التراث الثقافي في مواجهة العولمة والتغيرات السريعة التي يشهدها المشهد الموسيقي.

* الخاتمة

تمثل الأغنية في تونس كسائر بلدان العالم أنموذجاً لمادة ثقافية تحمل في بنيتها الأدبية والموسيقية هوية ثقافية ذات مقومات وخصوصيات فنية مميزة لها. وفي هذا الاتجاه يمكننا القول أن هيكليّة البنية الإيقاعية واللحنية للأغنية وما تحتويه من عناصر فنية تُشكّل في حدّ ذاتها خطاباً موسيقياً يحمل مضامين ومعايير ودلالات فيعكس خصوصيات وسميات فنية تكون متأثرة أساساً من البيئة التي تنتمي إليها كلّ العناصر المنتجة للأغنية. وبالتالي يمكن اتخاذ هذه السمات الفنية معياراً أمثل لمعرفة وتحديد ملامح هوية ثقافية وفنية تعكس فكراً اجتماعياً وثقافياً وفنياً للمجتمع.

إنّ الأغنية في تونس شأنها شأن باقي الدول العربية من حيث إبداعها وإنتاجها، حيث شهدت العديد من التحوّلات على مستوى صياغتها شعرياً وموسيقياً وإخراجها للمتلقّي، فهي كقالب فنيّ مرتبط بالتغيرات والتحوّلات الفكرية والسياسية والاقتصادية فيتأثر برواسب تلك التحوّلات وينساق وراءها ويتكيّف مع الذائقة الفنية للمجتمع المتغيرة على الدوام. مرور الزمن، وعليه فإنّ الأغنية في تونس بشكل أو بآخر ليس لها خيار سوى أن تجري التطوّر الحاصل في مستوى الصورة والتسجيل والتوزيع الموسيقي، إلّا أنّ هذا لا يجب أن يكون على حساب القيمة الفنية لها ذلك أنّ مسألة الانفتاح على هذا التطوّر يجب أن يكون مردوده إيجابياً على العملية الإبداعية ككلّ، وفي المقابل يجب أن تكون الأغنية الوطنية والدينية متواجدة في وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة "اليوتيوب" على قدر المستوى مع أغاني الراب والأغاني الشعبية حتّى تصلا إلى فئة الشباب ويقع تقرّيبهما إليه وبالتالي إحداث توازن بين مختلف الأنماط الغنائية على مستوى الحضور في المشهد السمعي البصري.

وأمام التطوّر الرهيب الحاصل في مجال التكنولوجيات الحديثة وما يمكن أن تؤوّل إليه وضعيّة الأغنية التونسية مستقبلاً، فإننا نرى بضرورة ما يلي: -

١- الحرص على حسن استغلال ثورة تكنولوجيا الاتصال والقدرة على استخدام الوسائل الحديثة في إنتاج أفكار ومواد جديدة تتماشى وطبيعة ثقافتنا المحليّة والمنفتحة على ثقافة الآخر دون المساس من جوهرها.

٢- السعي إلى إنتاج أغان هادفة وبثّها عبر وسائط إعلامية متطوّرة والتي يجب أن نسعى لامتلاكها والتمكّن منها

وحسن توظيفها لمقارعة ما يمسّ حياتنا الثقافية والدينية والاجتماعية، مع الحرص على تفعيل قانون حقوق الملكية الفكرية لضمان استمرارية العملية الإبداعية في هذا المجال.

٣- الحرص كلّ الحرص على تتمين التطوّر الحاصل في التكنولوجيات الحديثة وحسن استغلال الوسائط المتعدّدة لضمان صناعة وترويج الأغنية بطريقة تستجيب والذائقة الفنيّة السائدة في مجتمعنا مع ضرورة المحافظة على أساسيات في المعايير الجماليّة والقيم والحضاريّة عند إبداع الأغنية.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

عبد الحميد، (شاكِر)، (٢٠٠١) التفضيل الجمالي - دراسة في سيكولوجيّة التذوّق الفني _، سلسلة عالم المعرفة، ع.٢٦٧، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب

أبو زيد أحمد، (١٩٨٥) الظاهرة الإبداعية، عالم الفكر، الكويت، مج.١٥، ع.٤

أحمد عيسى حسن (١٩٧٩)، الإبداع في الفن والعلم، سلسلة عالم المعرفة، ع.٢٤، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،

الجرجاني علي بن محمد شريف (١٩٨٥)، كتاب التعريفات، طبعة جديدة، بيروت، مكتبة لبنان، ساحة رياض الصلح،

العلمي، الخمار (٢٠١٩) المنظومة التربوية من اختلالات القيم، فعاليات موسم أصيلة الثقافي الدولي، طنجة الأدبيّة..

حافظ نجم أحمد والعواق محمد ماهر ومحمد كامل عمارة أسامة ومحمد حسن صبري (١٩٨٨)، دليل

الباحث، الرياض، المملكة العربية السعودية، دار المريخ للنشر،

عبد المعطي عبد الباسط، (١٩٩١) اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة، ع.٤٤، الكويت،

جودة، محفوظ، (٢٠٠٨) التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام spss، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان،

رانية عثمان الشارقة (١٩٩٩) "برنامج التحليل الإحصائي" مكتبة الراتب العلمية عمان الاردن،

ريتشارد، جونسن، ودين، وشرن، (١٩٩٧) التحليل الإحصائي للمتغيرات المتعددة من الوجهة التطبيقية، ترجمة عبد المرزي حامد عزام، دار المريخ للنشر، الرياض،

سرحان، الدكتور احمد عبادة (١٩٨٢) "طرق التحليل الإحصائي" مصر، دار المعارف.

عاشور، سمير كامل، وسالم سامية أبو فتوح (٢٠٠٥)، العرض والتحليل باستخدام WINspss، ج.٢، الاحصاء التطبيقي المتقدم، القاهرة،

جورج ديكي (١٩٧٤) *الفن والجمالية: تحليل مؤسسي* إيثاكا، نيويورك: جامعة كورنيل

ريجيس ديري (١٩٧٩) *السلطة الفكرية في فرنسا*، رامسي

ريجيس ديري (١٩٩١) *دورة في الميديولوجيا العامة*، مكتبة الأفكار، ٣٩٥ صفحة

- Abu Zaid Ahmed, (1985) The Creative Phenomenon, World of Thought, Kuwait, Vol. 15, No. 4.
- Ahmed Issa Hassan (1979), Creativity in Art and Science, World of Knowledge Series, No. 24, Kuwait, National Council for Culture, Arts, and Letters.
- Al-Jurjani Ali bin Muhammad Sharif (1985), The Book of Definitions, New Edition, Beirut, Lebanon Library, Riyadh Al-Solh Square.
- Al-Alami, Al-Khammar (2019), The Educational System from the Imbalances of Values, Activities of the Asilah International Cultural Season, Tangier Literary.
- Hafez Najim Ahmed, Al-Awak Muhammad Maher, Muhammad Kamal Amara Osama, and Muhammad Hassan Sabry (1988), Researcher's Guide, Riyadh, Saudi Arabia, Dar Al-Mareekh Publishing.
- Abdel Muti Abdel Basit, (1991) Theoretical Trends in Sociology, World of Knowledge Series, No. 44, Kuwait.
- Joudah, Mahfouz, (2008) Advanced Statistical Analysis Using
- باجيه، ج. (٢٠٠٢). *التحليل العاملي المتعدد المطبق على المتغيرات النوعية والبيانات المختلطة*. *مجلة الإحصاء التطبيقي* ص ٥-37
- لو ديان، س. وباجيه، ج. (٢٠٠٢). *التحليل العاملي المتعدد الهرمي*. *مجلة الإحصاء التطبيقي* ص 47-٧٣
- أباسكال-فرنانديز، إ.، لاندالوسي-كلو، م.إي.، غارسيا-لاوي، إ. (٢٠٠٣). *التحليل العاملي المتعدد للجدول المختلطة: اقتراح لتحليل المتغيرات المترية الإشكالية*. أعمال اجتماع CARME 2003. برشلونة، يونيو ٢٠٠٣.
- باجيه، ج. (٢٠٠٤). *التحليل العاملي للبيانات المختلطة*. *مجلة الإحصاء التطبيقي*
- سيلفيا، ب. ج. (٢٠٠٩). *النظر إلى الفن: الجاذبية البصرية للصور الفنية*. *مجلة علم النفس التجريبي*
- جامعة أكسفورد (٢٠١٩) *تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الذوق الفني*
- لويس غابريساك (٢٠٢٤) *قياس وتناسق الأذواق: تحليل للأذواق الموسيقية*، *المجلة الفرنسية للأساليب البصرية*
- ثانياً- المراجع الأجنبية
- Abdel Hamid, (Shaker), (2001) Aesthetic Preference: A Study in the Psychology of Artistic Taste, World of Knowledge Series, No. 267, Kuwait, National Council for Culture, Arts, and Letters.

- Mixed Data*. *Revue de statistique appliquée* L (4), 5-37
- Le Dien S. and Pagès J. (2002). *Hierarchical Multiple Factor Analysis*. *Revue de statistique appliquée* LI (2), 47-73
- Abascal-Fernandez E., Landaluce-Cluo M.I., Garcia-Laube I. (2003). *Multiple Factor Analysis of Mixed Tables: A Proposal for Analyzing Problematic Metric Variables*. Proceeding of the CARME 2003 Meeting. Barcelona, June 2003.
- Pagès J. (2004). Factorial Analysis of Mixed Data. *Revue de statistique appliquée*
- Silvia, P. J. (2009). Looking at Art: The Visual Appeal of Artistic Images. *Journal of Experimental Psychology*
- University of Oxford (2019) *The Influence of Social Media on Artistic Taste
- Louis Gabrysiak (2024) Measurement and Consistency of Tastes: An Analysis of Musical Tastes. *Revue française des méthodes visuelles*
- SPSS, Dar Wael Publishing and Distribution, Amman.
- Rania Othman Sharjah (1999) Statistical Analysis Program, Al-Ratib Scientific Library, Amman, Jordan.
- Richard, Johnson, Dean, and Schern (1997), Statistical Analysis of Multiple Variables from an Applied Perspective, translated by Abdel Mordi Hamed Azam, Dar Al-Mareekh Publishing, Riyadh.
- Sarhan, Dr. Ahmed Abada (1982) Methods of Statistical Analysis, Egypt, Dar Al-Ma'arif.
- Ashour, Samir Kamel, and Salem Samia Abu Fattouh (2005), Presentation and Analysis Using WINspss, Vol. 2: Advanced Applied Statistics, Cairo.
- George Dickie (1974) *Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis* Ithaca, N.Y.: Cornell University
- Régis Debray (1979) *The Intellectual Power in France*, Ramsay
- Régis Debray (1991) *Course in General Mediology*. Bibliothèque des Idées, 395 p.
- Pagès J. (2002). *Multiple Factor Analysis Applied to Qualitative Variables and