

مجلة الدراسات الإعلامية

مجلة دولية محكمة

تصدر من ألمانيا - برلين عن "المركز الديمقراطي العربي"

تعنى بنشر الدراسات والبحوث في ميدان علوم الاعلام والاتصال.

Nationales ISSN-Zentrum für Deutschland

ISSN (Online) 2512-3203

المركز الديمقراطي العربي

Berlin 10315 Gensinger Str: 112

Tel: 0049-Code Germany

030- 54884375

030- 91499898

030- 86450098

mobiltelefon : 00491742783717

(العدد الثالث)

JUIN 2018

يونيو 2018

رئيس المركز الديمقراطي العربي

أ.عمار شرعان

رئيس التحرير

د. شيماء الهواري

نائب مدير التحرير

د. فاطمة الزهراء عبيدي

الهيئة العلمية الاستشارية

أ.د هويدا مصطفى - جامعة القاهرة- كلية الإعلام

د. شيماء الهواري، دكتورة في القانون العام والعلوم السياسية متخصصة في الاعلام السياسي جامعة الحسن الثاني المغرب.

أ. د فاطمة الزهراء عبيدي - أستاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر

أ. د نصر الدين الشيخ - أستاذ مساعد بقسم اللغة العربية -جامعة حائل- المملكة العربية السعودية.

أ. د نداء مطشر - الجامعة المستنصرية - كلية العلوم السياسية

أ. د فوزية عبو _ استاذة بجامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة_ الجزائر

أ. د مجذوب نوال: دكتولة متخصص في القانون الجنائي للأعمال، أستاذة مساعدة بالمركز الجامعي مغنية تلمسان (الجزائر)

أ. د جعفر يايوش: دكتوراه في اللسانيات، أستاذ محاضر درجة أ، أستاذ دائم منذ 1999 -

2018 المؤسسة، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم -الجزائر-

عائشة محمد أحمد محمد الجميل: معلم خبير حاسب لي ومدربة بالأكاديمية المهنية للمعلم المهنية

باحث علوم سياسية حاصلة على الدكتوراة 2015.

أ.د اكرم فرج الربيعي - باحث وأكاديمي

أ.د سعد الحاج بن جخل - أستاذ محاضر- جامعة ابن خلدون، الجزائر

فهرس المحتويات

التدخل الإعلامي في العمل القضائي وما ينجم عنه من خرق لقرينة البراءة المكفولة للمتهم في ظل القانون الجزائري.....	5
د. مجدوب نوال.....	5
العلاقات العامة 2.0 وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات - منظور حديث -	28
أ. د عائشة قرة.....	28
إشكالية الهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد ثنائية الإنفتاح والإختراق ..	64
بلبليلية فتيحة نور الهدى.....	64
التكنولوجيات الحديثة وتأثيرها على الطفل الجزائري.....	84
بوقرة أمال.....	84
دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات السلامة المرورية.....	106
د. سعيد النادي سعد محمد عمارة.....	106
دور الموارد الثقافية في سياسات صناعة الانتساب في السينما المغربية.....	134
الدكتور أكثيري بوجمعة.....	134
وسائل الاتصال الرقمية: أدوات للعولمة في خلق الشعور بالاغتراب النفسي.....	163
سهام قنيفي.....	163
الأطر الخبرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية.....	190
إسماعيل عبد الرازق الشرنوبي.....	190

226	إعلام الحركات الاجتماعية في ظل القمع
226	أسامة عبد القادر علي حسن الرشيد
258	البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية
258	دراسة تحليلية مقارنة بين برنامج "حوار الساعة" بالقناة الثالثة و" هنا الجزائر " بالشروق نيوز"
258	حسيني وليد
296	البروباجندا الإعلامية وصناعة الواقع
296	ياسين عتنا
317	الصحافة المكتوبة وقيم الشباب الجزائري: قراءة في التأثيرات
317	أ.وهيبة بشريف
335	قضايا المرأة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي
335	أ. هاجر لعروسي
354	تطبيق نظرية الأجندة setting في بناء نشرة الأخبار في الإذاعة الجزائرية
354	الصابي فاطمة
392	دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية
392	سناء يوسف شاهين

التدخل الإعلامي في العمل القضائي وما ينجم عنه من خرق لقرينة
البراءة المكفولة للمتهم في ظل القانون الجزائري.

Media interference in the judicial work and the resulting violation of the presumption of innocence guaranteed to the accused under Algerian law.

د. مجدوب نوال

أستاذة مساعدة صنف - بمعهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي مغنية - تلمسان.

- عضو باحث بمخبر حقوق الإنسان والحريات الأساسية بجامعة ابوبكر بلقايد تلمسان.

الملخص :

إن حرية التعبير عن الرأي وممارسة العمل الإعلامي مفادها أن يخول للإعلامي واسع الحرية من أجل القيام بالعمل الإعلامي بكل حرية، ومن أجل ذلك دستر المؤسس الدستوري الجزائري حرية التعبير.

غير أنه ومن أجل أخلفة الرسالة الإعلامية وجد المشرع الجزائري في مادة الإعلام نفسه مضطرا لتبيان جملة من السلوكيات التي يلتزم بها الإعلامي والتي تسمى بأخلاقية المهنة الإعلامية، ومن ثم تهدف هذه الدراسة لتبيان معالم التدخل الإعلامي في العمل القضائي، ومدى مساسه بقرينة البراءة المكفولة دستورا للمتهم، ومن أجل ذلك كان لزاما أن يتم تحديد المقصود بالعمل الإعلامي، وكذلك قرينة البراءة، ليتسنى بعدها تبيان مدى تدخل العمل الإعلامي في العمل القضائي، وخرجت الدراسة بنتيجة مفادها أن العمل الإعلامي تحول إلى تطفل يعرقل العمل القضائي ويخرق قرينة البراءة، أين

أصبح الإعلامي يلعب دور القاضي الجنائي من خلال إطلاع الجمهور عن العقوبة المستحقة للمتهم، وكذلك نشر صور المتهم خلال مرحلة التحقيق وقبل الإدانة، ونشر أقوال الشهود، وكل ما يتعلق بالتحقيق، بل وأكثر نشر وقائع لقضايا تتسم بالسرية.

الكلمات المفتاحية : العمل الإعلامي – العمل القضائي – المتهم – قرينة البراءة

– النشر.

Summary :

The freedom of expression and the exercise of public information means that media outlets are entitled to freedom of expression and freedom of expression.

However, in order to create the media message, the Algerian legislator found in the media material that he is obliged to demonstrate a number of behaviors that the media is committed to, which is called the ethics of the media profession. This study aims at identifying the parameters of media intervention in judicial work, The study concluded that media work turned into an intrusion that impeded judicial action and violated the presumption of innocence. Innocence , Where the media player plays the role of the criminal judge by informing the public about the punishment owed to the accused, publishing photographs of the accused during the investigation stage and before the conviction, publishing witness statements, and everything related to the investigation.

Key words: media work - judicial work - accused - presumption of innocence - publication.

مقدمة:

إن العلاقة بين الإعلام والقضاء هي علاقة شبه تكاملية، فمن جهة يمكن للإعلام نشر معلومات محايدة تتعلق بنشاط المحاكم، فتسهم في شفافية أداء القضاء دون التأثير على مجرياته، وهو ما يدعو إلى توفير ما يسمى بالإعلام القضائي الذي يجب أن يتسم بالمعرفة الواسعة والإلمام بالمعلومات القانونية والقضائية، مع إمكانية مساهمته في الكشف عن الانحرافات.

ومن جهة أخرى فإن القضاء يرد عن الصحافة والإعلام كل عدوان عليها، وكل نيل لحقوقها أو حرمتها، فلا يتأتى لأحد أيا كان هواه أو مبتغاه، أو لأية جهة أيا كان شأنها أن تتدخل في العمل الإعلامي، بما يوهن عزائم ممتننيه، عن طريق الاعتداء أو التهريب أو الإرغام.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في كونها تنصب عن ظاهرة فرضت نفسها وبحدة بالميدان العملي، أين أصبح الإعلام يلعب دور القاضي الجنائي من خلال التدخل في عمل القضاء، وامتدت حرية الإعلام بصورة سلبية، متجاهلة دستورية كل من قرينة البراءة، و ضمانات المتهم، من خلال التطفل على العمل القضائي.

أهداف الدراسة:

تتجلى أهداف الدراسة في ما يلي:

- تبيان معالم التنافر بين كل من العمل الإعلامي والعمل القضائي عند خرق الإعلامي لقرينة البراءة المخولة للمتهم كضمانة.
- تبيان صور التدخل الإعلامي في العمل القضائي، وضرب قرينة البراءة عرض الحائط ممن لدن رجل الإعلام.
- تبيان سلبيات التدخل الإعلامي في عمل القضاء وأثره على كل من المتهم والقضاء.

- الوقوف على موقف المشرع الجزائري من التدخل السلبي للإعلام في عمل القضاء.

إشكالية الدراسة :

تتجلى الإشكالية التي تدور حولها الدراسة الحالة كالتالي :

إلى أي مدى يصل نطاق التدخل الإعلامي في العمل القضائي؟، وهل ساهم هذا التدخل في خرق قرينة البراءة التي كفلها الدستور الجزائري للمتهم؟

خطة الدراسة :

ستتم معالجة الموضوع وفق الخطة التالية :

- المحور الأول : مفهوم حرية الإعلام.
- المحور الثاني : مفهوم قرينة البراءة.
- المحور الثالث : نطاق التدخل الإعلامي في العمل القضائي خرقا لقرينة البراءة

المحور الأول : مفهوم حرية التعبير

أعطني حرية الكلام التي تتماثل وإمكانياتي التي صرت أملكها"، إن التعبير بالكلمة هو سمة من سمات البشر امتاز بها عن غيره من المخلوقات لذلك صار من السهل على الإنسان التعبير والإعراب عن أفكاره ومبادئه ومعتقداته الخاصة، ونشرها عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة وعبر الاتصالات المتطورة والحديثة.

و يقصد بالحرية الاعتراف للفرد بالقدرة والمكنة على التصرف في نطاق محدد بما لا يضر بمصالح الآخرين أو يمس أمن النظام العام.

وعلى امتداد تاريخ البشرية كان مفهوم الحرية قضية ذات قيمة عظمى في حياة الفرد أو الجماعة، فقد كان الفرد وما زال يعتبرها مطلب أساسي وهام يتوجب الحصول عليه، مادام أن الحرية مفهوم مرتبط بالنشاط الإنساني ككل.

فالحرية إذن تزداد قيمة وتربو مكانة بمجرد اقترانها بالصحافة والإعلام نظرا للمكانة التي تتبوؤها الصحافة كأحدى دعائم التعبير عن الرأي.

ولقد ظل موضوع حرية الإعلام من أهم القضايا الإعلامية وأكثرها إصرارا على الأذهان، للنظر ومراجعة فكرة تأطير هذه الحرية، وبالنتيجة إعطاءها بعدا وصدى ايجابيا يمكنها من خلاله المضي قدما ومقاومة كل عقبة قد تعترضها من جراء قساوة الظروف التي تعيق رسالة الإعلامي.

لذا فقد نالت هذه الحرية اهتمام الباحثين في مجال الإعلام وكذا رجال القانون لتبقى هذه النقطة هي الحجر الأساس لالتقاء دربين من دروب العلوم الإنسانية وهما دائرتي الإعلام والقانون.

وعرفانا بالأهمية التي تمثلها حرية الإعلام ووطنيا وعالميا، فقد أولاهما الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1948 في مادته التاسع عشر وأكدت عليها المادة 19 من الاتفاقية الدولية للحقوق المدنية والسياسية الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة لعام 1966.

كما اهتمت جل الدساتير العالمية ومنها الدستور الجزائري بحرية الصحافة المكتوبة وحرية الإعلام عموما، باعتبارها جزءا من حرية التعبير الذي يعد حق دستوري مقدس ومخول لكل فرد.

إلا أن حرية الرأي والتعبير عموما ومن ثم حرية الصحافة خصوصا تحتاج لرسم النطاق الذي تمارس فيه هذه المهنة وذلك بموجب ترسانة قانونية تحدد لها حدودها

بهدف تحقيق غرضها، وخلق توازن عادل بين كفالة حرية الصحافة المكتوبة وحماية النظام العام.¹

و على هذا الأساس يمكن القول أن الإعلام عموما والصحافة خصوصا حظيت من رعاية التشريعات عموما، والمشرع الجزائري خصوصا، أين قدس المشرع الدستوري حرية الإعلام وحظر كل اعتداء على هذه الحرية، وفي ذات الوقت لم يترك للإعلامي واسع الحرية من أجل الاعتداء على صلاحيات مخولة لهيئات خاصة، أو التدخل في أعمال قضائية أو المساس بالمبادئ القانونية والدستورية، ومن أهم المبادئ التي طالها التطفل الإعلامي هي قرينة البراءة المخولة والمكفولة للمتهم، والتي تتطلب اعتبار المتهم بريء إلى أن تثبت إدانته بحكم قضائي، أين ضرب هذا المبدأ عرض الحائط من لدن الإعلامي مما يتطلب معه بالضرورة الوقوف على مفهوم قرينة البراءة.

المحور الثاني : مفهوم قرينة البراءة المخولة للمتهم

إن مبدأ قرينة البراءة يجد منبعا ومصدره في الدستور، ويهدف لحماية الحرية الفردية، فهو عبارة عن ضمانات وكفالة دستورية للمتهم، إذ يعد بريء في نظر القانون إلى أن تثبت إدانته، بمحاكمة عادلة وقانونية في ظل تخويله الحق في الدفاع عن نفسه.

و بذلك لا يمكن خرق هذا المبدأ الدستوري من خلال افتراض الإدانة في أي شخص، ويعود مصدر هذا المبدأ إلى التشريعات القديمة، ومن ذلك تشريع حمو رابي وغيره من التشريعات التي كفلت حقوق المتهم.²

¹ - مجدوب نوال، الصحافة المكتوبة بين الحرية و التقييد مقال منشور بمجلة الحقوق و الحريات، الصادرة

عن مخبر حقوق الإنسان و الحريات الأساسية، جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان العدد. 03، 2015- الصفحة 15.

² - هلاي عبد الله أحمد، المركز القانوني للمتهم في مرحلة التحقيق الابتدائي، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية،

2006. الصفحة 25.

فقرينة البراءة وباعتبارها مبدأ دستوري مقدس يتوجب تطبيقه والعمل به كإجراء، بالإضافة إلى مبدأ شرعية التجريم والعقاب، والذي يعد هو الآخر ضماناً للمتهم، إذ لا يمكن تكييف فعل معين على أنه فعل مجرم، أو يطبق عليه جرم ما لم يجرمه القانون بنص صريح.

و بذلك يمكن القول أن كل من مبدأ شرعية التجريم وقرينة البراءة مبدأان كل منهما يكمل الآخر، ويساهمان معا في بناء ما يصطلح عليه بالشرعية الجنائية، للحد الذي معه دمجت بعض التشريعات المقارنة كلا المبدأين في نص واحد، ومن ذلك ما نص عليه التشريع اليمني بموجب المادة 47 من قانون العقوبات، والتي تنص على أن " المسؤولية الجنائية شخصية ولا جريمة ولا عقوبة إلا بناء على نص شرعي أو قانوني، وكل متهم بريء حتى تثبت إدانته بموجب حكم قضائي ".

و بذلك تعرف قرينة البراءة على أنها الصلة الضرورية الموجودة بين القانون والوقائع، والتي يتم عن طريقها استخلاص واقعة مجهولة بناء على ثبوت واقعة معلومة¹، ويقصد بها كذلك أن يعامل الشخص على أنه بريء حتى تثبت إدانته بموجب حكم قضائي، وذلك بغض النظر عن جسامة التهمة المنسوبة إليه.²

أما بخصوص نطاق امتداد قرينة البراءة من حيث الزمان، يمكن القول أنه إذا نسب للمتهم أو المحكوم عليه تهم أخرى لا يمكن القول بحتمية ارتكابه للتهمة الجديدة المنسوبة إليه، من منطلق أن سبق الحكم عليه، إذ هناك نوع من الاستقلالية بين التهم، كما أن قرينة البراءة تتطلب اعتباره بريء إلى أن تثبت إدانته.³

1 - محمود محمود، شرح قانون الإجراءات الجزائية، مطبعة الكتاب الجامعي، القاهرة، 1998، الصفحة 12.

2- محمد عبد اللطيف، قرينة البراءة و قانون الكسب غير المشروع، مجلة بحوث الشرطة، القاهرة، العدد .

27، 2005. الصفحة 184.

3 - عبد الرزاق الموفي، حق الإنسان في افتراض براءته - دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية

، جامعة المنوفية، العدد 23، 2003 .

و بذلك فقرينة البراءة ملزمة للقاضي الجنائي، ويترتب على استبعادها بطلان الحكم القضائي، وجوازية الطعن فيه، فهو مبدأ مدسّتر ومكرس لخدمة المتهم بالمادة الجنائية وغير مخول للمدين بالمادة المدنية، إذ يختلف المبدأ بين كل من القانون الجنائي والمدني.

فعندما يتعلق الأمر بالمادة المدنية فإنه يقع على عاتق الدائن إثبات إخلال المدين بالوفاء بالتزامه، وذلك خلافا لما هو ساري عليه الأمر في المادة الجنائية إذ من المستعسر تطبيقه، و لا يمكن تصور إثبات المجني عليه تعرضه للفعل المجرم من لدن الجاني أو المشتبه فيه، كما أنه وفي المقابل لا يمكن تصور أن يطلب من المذنب أو المشتبه فيه إثبات ارتكاب الجريمة.

و بذلك يمكن تحديد مصوبات مبدأ قرينة براءة المتهم، حتى تثبت إدانته بحكم قضائي نهائي في مايلي :

- إن من شأن افتراض الفعل المجرم في حق المتهم من شأنه تقييد حريته الفردية، وكذلك التحكم في حريات الأفراد والتعسف في حقهم، باعتبار أن القضاء مؤسسة دستورية مركزها قوي، مقارنة مع المتهم الذي يعد الطرف الضعيف، ومن ثم يحتاج إلى دعامة قانونية.

- إن من شأن مبدأ قرينة البراءة تفادي الخطأ القضائي والمساس بحقوق الأبرياء، أو خطأ الضبطية القضائية خلال التحري والاستدلال، وتأسيسا على ذلك يتوجب على القاضي الجنائي استبعاد أي دليل مشكوك في مصداقيته، حتى لا يمس بقرينة البراءة.

- كما تتجلى مصوبات قرينة البراءة في كون المبدأ ما هو إلا تحديد للقواعد الأخلاقية، والتي تمنع التعسف في حق الضعيف، كون هذا الأخير يعجز عن الدفاع عن حقوقه، مما يدفع للتسليم بحقيقة اقترافه للسلوك المجرم.

- تعد قرينة براءة المتهم ضمانا للمتهم في حالة اتهامه بهتانا بجرم لم يقترفه أصلا، مما يولد له آثار سلبية وحتمية، قد لا يمحو أثرها مر السنين، وإشارة أصابع الاتهام له دوما على أنه متهم.

ناهيك عن مخاطر ما يسمى بالاقتناع، إذ ألزم المشرع العقابي أن لا تقرر الإدانة إلا بعد طرح الأدلة الكافية أمام قاضي الحكم، وبعد مناقشتها وفي حضور الخصوم، لأن الجزاء الجنائي إذا طبق على البريء سيكون أخطر من ترك المتهم دون عقاب، وبذلك يترك للمتهم المجال لإثبات براءته، عن طريق استعمال حقه في الدفاع عملا بمبدأ أو قرينة البراءة¹.

و لو أن الفقه الجنائي اختلف حول التكييف القانوني لهذه القرينة، إذ ذهب الفريق الأول إلى اعتبارها من المبادئ التي يقوم عليها التشريع الجنائي وضمانة للمتهم، في حين اعتبرها الفريق الثاني من الحقوق اللصيقة بالشخصية وبالإنسان، والثابتة له منذ الميلاد وطوال حياته، في حين ذهب الاتجاه الأخير لا اعتبارها مجرد حيلة قانونية².

ففي نظر الفريق الأول إن قرينة البراءة لا تعدو كونها قرينة بسيطة تجد منبعها في القانون لا القضاء، ولا يستخلصها القاضي أثناء النظر في الدعوى، وهي قرينة تجد مصدرها بالدستور.

و باعتبارها قرينة بسيطة، فإنه بوجود أدلة الإثبات المقدمة من طرف النيابة العامة، وغيرها من الإجراءات المنتجة من لدن القاضي الجنائي للوصول لإحقاق الحقوق، كطرف إيجابي في الإثبات لا ينهي قرينة البراءة كونها تستمر ولا تنتهي إلى غاية صدور حكم الإدانة.

1- عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجديدة - دراسة وصفية، مجلة العلوم العلوم الاجتماعية و الإنسانية العدد 27، الصادر بديسمبر 2016 .

2- هلالى عبد الله أحمد، الإتهام في مرحلة التحقيق الابتدائي و عدائه لمن وضع موضع اتهام، دار النهضة 2006 العربية، 2006، الصفحة 60.

في حين اعتبر فريق آخر أن قرينة البراءة حق لصيق بالشخصية ثابت لكل شخص باعتباره إنسان، وبمجرد الميلاد إلى غاية الوفاة، في حين ذهب الموقف الثالث إلى اعتبار قرينة البراءة مجرد حيلة قانونية في مجال الإجراءات الجنائية، من خلال وضع المشرع الجنائي قناع البراءة على المتهم، بغض النظر عن الوقائع من أجل الوصول لنتيجة معينة، ولو أنه قول مردود عليه، لأن الحيل القانونية تكون خلال عملية سن القواعد القانونية، لا خلال تطبيق القانون، أو خلال التقاضي، كما أن قرينة البراءة لا تمثل قناعا للمتهم بل قد تمثل مسلك للبريء حتى لا يكون مدان بهتاناً، ويتمكن من الدفاع عن نفسه، ولا سيما وأن قرينة البراءة هي ترجمة لمبدأ دستوري.

كما خول القانون للمتهم الحق في الإطلاع على ملف التحقيق عن طريق محاميه، هذا الأخير الذي يعطيه الصورة الحقيقية حول وضعه القانوني، مع إحاطته للمتهم بتفاصيل ونتائج الخبرة المنجزة، وله حضور التحقيق.

بل وأكثر من ذلك اعتبر القانون أن محضر سماع المتهم الذي يجريه القاضي في ظل غياب المحام باطل لعدم الاستدعاء قانوناً.

و بذلك فقرينة البراءة لها علاقة بسرية التحقيق، فكلاهما ضمانات للآخر، ولا سيما إن تعلق الأمر بالسرية فهي تخدم إلى حد بعيد قرينة البراءة، ومن شأن ذلك الحفاظ على كرامة المتهم، ومنع التأثير على القضاء وحسن سير التحقيق.

و من أجل الوصول للمعلومة القضائية قد يخول الإعلامي نفسه صلاحية التدخل في العمل القضائي، مما يسبب مضار للمتهم، ويشكل خرقاً لقرينة البراءة المشار إليها آنفاً، مما يتطلب معه تحديد معالم التدخل السلبي للإعلام في العمل القضائي من منطلق أن تدخل الإعلام في العمل القضائي قد يكون إيجابياً في بعض الحالات.

المحور الثالث : التأثير السلبي للأعلام على قرينة البراءة

إذا كان للإعلامي الحق في ممارسة العمل الإعلامي بكل حرية وطلاقة، كما سبق الإشارة، فإنه قد تلتقي حرية الإعلام مع قرينة البراءة إلتقاء سلبي، مما يجعل الحرية تزيد عن حدها وتقلب إلى مؤثر سلبي على العمل القضائي، أين يضرب مبدأ قرينة البراءة عرض الحائط، دون مراعاة دستوريته، وبالنتيجة لذلك يتم المساس والاعتداء على حقوق المتهم وخرق الضمانات المخولة له.

إذ ورغم أن للإعلام دورا إيجابيا في العمل القضائي كونه يخدم العدالة، ويدعمها من خلال توسيع معطيات بعض القضايا، والتي قد لا تصل إلى الهيئات القضائية إلا عن طريق الإعلام، بالإضافة إلى نشر أو بث معلومات حول شهود محتملين أو أوصافهم، أو نشر إعلانات قضائية.

إلا أنه قد يقوم الإعلامي بإتيان سلوكيات سلبية تهز بكيان العدالة، وتمس بقرينة البراءة عن طريق نشر صور أو معلومات غير صحيحة عن أشخاص تمت إحالتهم للتحقيق، مستبعدا لما يصطح عليه بسرية التحقيق، وما ينجر عنه من مساس بكرامة الأشخاص والطمس بشرفهم وكرامتهم، والأسوء من ذلك أن تصدر بحق الأشخاص محل التشهير الإعلامي العشوائي البراءة -، أو أمر بالا وجه للمتابعة.

و من صور التطفل الإعلامي على عمل القضاء إما نشر وقائع حول التحقيق رغم سرية، بالإضافة إلى نشر صور المتهم قبل محاكمته إلى الجمهور¹.

بالإضافة إلى التعليق بإبداء الرأي في الدعوى عن طريق إبداء الرأي الصحيح حول مركز المتهم، مما يؤثر على أدلة الإثبات والاستفادة من حقه في الدفاع عن نفسه،

- خالد مصطفى فهمي، حرية الرأي و التعبير، دار الفكر العربي، الإسكندرية، 2009، الصفحة 155. 1

أو تقديمه للمحاكمة بعد التعليقات الإعلامية، مما قد يؤدي لإحراجه واضطرابه، ناهيك عن تأثير القاضي بشهادة الشهود في حد ذاتهم بعد التعليقات التي نشرت بخصوصهم.

وبذلك يمكن القول أن نشر الإعلامي لأية معلومة في البيئة الإعلامية التقليدية أو الرقمية، حول التحقيق القضائي بخصوص قضية معروضة على القضاء، هو عبارة عن تدخل في العمل القضائي، وهو اعتداء على حسن سير العدالة والتحقيق، مما ينجر عنه نشر بيانات حول المتهم تعود سلبا عليه، ولا سيما في حالة براءته.

ومن ثم فالعمل الإعلامي قد يهز بمبدأ دستوري عن طريق مجموعة من السطور غير الموضوعية والعشوائية كتبها الإعلامي بهدف استقطاب الرأي العام بمعلومات واهية، وإشباع فضوله بتفاصيل القضية المعروضة على القضاء.

بل وأكثر من ذلك قد يخول الإعلامي لنفسه صلاحية القاضي الجنائي، عن طريق اقتراح وإقرار العقوبة الواجبة التطبيق، وهو ما لوحظ في معالجة الإعلام الجزائري لقضايا الاغتصاب، واختطاف الأطفال، ومن الأمثلة التي يمكن الاستشهاد بها في هذا السياق، بخصوص قضية اختطاف الطفلة نهال البالغة من العمر أربع سنوات، أين لوحظ من خلال عرض القضية ببرنامج على إحدى القنوات الجزائرية، أن منشط الحصة أو البرنامج في حد ذاته ندد بأحقية عقوبة الإعدام في حق المتهم باختطاف الطفلة نهال¹.

فإذا كانت حجة التطفل الإعلامي في العمل القضائي هو النزعة الذاتية، واستعطاف قضايا الاغتصاب والخطف والتحرش الجنسي، فإنه من الأجدر على الأقل عند عرض مثل هذه القضايا على الرأي العام، أن تحلل الظاهرة من لدن متخصصين

¹ - مجدوب نوال، ضوابط أخلة الرسالة في كل من الإعلام التقليدي و الإعلام الرقمي في ضوء قانون الإعلام الجزائري، مداخلة مقدمة في إطار فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول الرسالة الإعلامية، كلية العلوم الإنسانية، شعبة الإعلام، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، يوم 03 ماي 2018.

فعليين، عبر المباشر، لا مجرد الاستقصاء من لدن مختصون بصورة عشوائية وعبر الهاتف.

و بذلك فإن الاعتداء الإعلامي على قرينة براءة المتهم، قد تكون إما مباشرة من خلال نشر معلومات، أو حيثيات تنسب التهمة للمتهم، رغم كونه قيد التحقيق، كما قد يكون غير مباشر عند نشر صورة المتهم، والإشارة إلى نوع القضية المتهم بها.

و للتطفل الإعلامي على العمل القضائي أو سرية التحقيق عدة صور، فقد ينشر الإعلامي شهادة الشهود، أو معلومات حول نتائج الخبرة، وأقوال المشتبه فيه، أو غيرها من المعلومات التي تتمتع بطابع السرية القضائية، ويستوي أن ينشر معلومة واحدة، أو عدة معلومات متسمة بطابع السر القضائي¹.

و الإشكال المطروح هو أنه رغم دسترة قرينة البراءة ورسم معالمها، إلا أنه وفي المقابل لم ينص المشرع العقابي على الجزاءات الواجبة التطبيق على الشخص الذي خرق قرينة البراءة، فإذا كان من شأن خرق القاضي الجنائي لقرينة البراءة بطلان الإجراءات القضائية، وتعريض الحكم القضائي للطعن فيه، فإنه وبالمقابل لم يحدد القانون القواعد الواجبة التطبيق على الإعلامي عن خرق والاعتداء على قرينة البراءة، ما عدا ما نصت المواد 44 و45 و48 من القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام².

إذ تنص المادة 48 من قانون الإعلام على أنه " يجب على مسير أي نشرية أو دورية، أو أي جهاز إعلامي سمعي بصري، أن ينشر أو يبث، حسب الحالة والشروط المنصوص عليها مجاناً أي رد يبلغه إليه الشخص الطبيعي أو المعنوي، بخصوص

1 - موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد، تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام و المجتمع، الكتاب الأول، 2011، الصفحة 18.

2 - القانون العضوي رقم 05/12، المؤرخ بتاريخ 18 صفر 1433، الموافق ل 12 يناير 2012، المتعلق بالإعلام.

نشر وقائع غير صحيحة، أو مزاعم غير صحيحة من شأنها أن تلحق به ضرر معنوي أو مادي"، ولو أن إجراء الرد والتصحيح في حقيقة الأمر لا يعد جزاء، إذ أن الفكرة تكون قد تغلغلت لدى الرأي العام، وحتى لو تم التصحيح فإن المتهم يتضرر معنويا، لاسيما إذا حكم عليه بالبراءة.

و إذا كان من الممكن تبني إجراء التصحيح كجزء يطبق على التطفل الإعلامي على العمل القضائي، فإنه وبالمقابل لم ينص المشرع الجزائري على أحكام خاصة في حالة رفض النشرية تصحيح المعلومات الواهية حول العمل القضائي، أو التحقيق بخصوص القضية، لاسيما وأن إجراء التصحيح يتسم بالمجانبة.

مما يتطلب معه وبإلحاح أن تتضمن المنظومة القانونية على أحكام خاصة تطبق في حالة خرق قرينة البراءة، كما فعل المشرع الفرنسي بموجب المادة 04 من قانون الإجراءات الجزائية، والتي تنص على أنه " عندما يكون الشخص موضوع إحدى الإجراءات التالية : الوضع تحت النظر، الوضع تحت المراقبة القضائية، أو تكليف بالحضور أمام المحكمة، تحريك الدعوى العمومية من طرف وكيل الجمهورية، أو شكوى مصحوبة بإدعاء مدني، قبل كل إدانة ويقدم للجمهور على أنه مدان من أجل أفعال لا تزال موضوع بحث أو تحري قضائي، فإنه على القاضي وعلى سبيل الاستعجال إصدار أوامر بتصحيح الخبر "

و هو ما تكمله العقوبة المالية المنصوص عليها بموجب المادة 92 من القانون المتعلق بحرية الصحافة، المؤرخ في 15 جوان 2000، والتي تقضي بعقوبة الغرامة المقدرة بـ 100000 فرنك فرنسي، على كل إعلامي يبث صورة شخص تتسم بالوضوح الكافي في التعريف بصاحبها خلال عملية التحقيق، وإظهار الكباشات على يدخ من أجل إيهام الجمهور أو الرأي العام أنه محبوس وتأكيد الشبهة، ضاربا عرض الحائط قرينة البراءة.

وبذلك يمكن القول أنه لقيام جريمة مساس الإعلامي بسرية التحقيق، يتطلب توافر الشروط التالية :

1- إسناد محتوى الفعل المعاقب عليه :

و مفاد ذلك أن يقوم الإعلامي بإسناد الفعل المجرم محل التحقيق، رغم أنه لم يثبت ارتكابه من لدن المتهم، ومن أشكال الإسناد الذي قد يقوم به الإعلامي والمستنتجة من قانون العقوبات الجزائري، تتم الإشارة إلى ما نصت عليه المادة 296 من قانون العقوبات الجزائري، والتي نصت على أنه " يعد قذفا كل إدعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف واعتبار الأشخاص أو الهيئة، و يعاقب على نشر هذا الادعاء، أو ذلك الإسناد مباشرة أو بطريق إعادة النشر حتى ولو تم ذلك على وجه التشكيك، أو إذا قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم، وكان من الممكن تحديدهما من عبارات الحديث أو التهديد أو الكتابة أو المنشورات أو اللافتات، أو الإعلانات موضوع الجريمة"¹.

و بذلك فجل التشريعات تكيف التطفل والتدخل الإعلامي على العمل القضائي على أنه من قبيل جنحة القذف، أو التأثير على أحكام القضاء، أو إفشاء سر التحقيق. و لو أن الجدير بالذكر في هذا السياق هو أن المشرع أجاز لكل من تضرر من جناية أو جنحة أو مخالفة، أن يطالب بالحق المدني في الجلسة نفسها.

2- إشهار الفعل المعاقب عليه :

إذ يعد الإشهار الصورة الثانية المتطلبية لقيام الركن المادي لجريمة الإعلام، ويلعب النشر دورا هاما كمقوم للركن المادي من منطلق أن الأذى والضرر مرتبط أساسا بالعلنية، ولاشك أن العلنية وإعلام الجمهور يكون عن طريق النشر، والطبع،

¹- الأمر 155/66، المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل و المتمم .

والعرض للبيع في أماكن، وبموجب خطاب معروض للجمهور أو صور أو كل وسائل اتصال سمعية بصرية أو إلكترونية.¹

3- الشروط المتعلقة بالشخص المعتدى عليه من لدن الإعلامي :

إذا كانت أهمية قرينة البراءة تتجلى في درء الاتهام والشبهة على الشخص محل المتابعة الجزائية، وهي مقترنة بمرحلة الاشتباه والبحث والاثام والتحقيق ومن ثم المحاكمة العلنية، فإن زيارة شخص لمقر الشرطة من أجل الإدلاء بشهادته بمناسبة التحقيق الابتدائي لا ترقى إلى وصفها بالشبهة، ماعدا تلك الحالات التي تتخذ فيها الضبطية القضائية إحدى الإجراءات المتجسدة في مايلي:

- الوضع تحت النظر.
- التوقيف تحت النظر.
- التكليف بالحضور أمام المحكمة.
- شكوى مصحوبة بادعاء مدني أمام السيد قاضي التحقيق.
- تحريك الدعوى من طرف وكيل الجمهورية².

و بذلك لا يكفي أن تكون الدعوى محل تحقيق قضائي للحديث عن قرينة البراءة، بل يتوجب أن يتعلق الأمر بواحدة من الإجراءات المذكورة سابقا، فإذا كان المتهم معلوم في كل من الوضع والتوقيف تحت النظر، وكذلك التكليف أمام المحكمة، فإنه عندما يتعلق الأمر بتحريك الدعوى العمومية من لدن وكيل الجمهورية، أو الشكوى المصحوبة بإدعاء مدني أمام السيد قاضي التحقيق قد يكون المتهم معلوم وقد يكون

1- محمود عبد الرؤوف كامل، نجيب الحصادي، مقدمة في علم الاتصال و الاتصال بالناس، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة، 2014، الصفحة 19.

2 - الأمر 155/66، المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل و المتمم .

مجهول، فإذا كان المتهم معلوم فلا شك أنه بحاجة للحماية القانونية عن طريق قرينة البراءة، أما إذا كان المتهم مجهول فلا حاجة لقرينة البراءة في ظل غياب الشخص محل الإدانة، وعلى هذا يمكن القول أن قرينة البراءة لا تقوم فقط في مرحلة التحقيق، بل تمتد إلى غاية المحاكمة والإدانة.

و بذلك تتجلى معالم الحماية الجنائية للمتهم من التدخل الإعلامي في تكييف الاعتداء على قرينة البراءة المكفولة دستورا للمتهم من قبيل الجرائم التالية :

- جريمة التأثير على أحكام القضاة: إذ يخرج عن أخلاقية العمل الإعلامي تخويل الإعلامي لنفسه صلاحية القاضي الجنائي، وسلطة نشر معلومات التحقيق حول قضية معروضة على القضاء كهيئة دستورية، من خلال عرض البريء للرأي العام على أنه متهم، وعرض المتهم على أنه بريء.

و حدد المشرع الجزائري بموجب نص المادة 147 العقوبة الواجبة التطبيق في حالة التأثير على أحكام القضاء من خلال نشر واقعة معروضة للقضاء، مما يجعل القاضي في ضغط دائم، ويجعل موقفه محل تقدير من قبل الرأي العام، كما قد يفقد القاضي الأدلة المعتمد عليها، مع إمكانية فقدان الشهود في حد ذاتهم.

- كما قد يكيف التدخل الإعلامي في عمل القضاء، وخرق قرينة البراءة من قبيل جنحة إفشاء سر التحقيق، إذ حظر القانون نشر مضمون التحقيق إلى أشخاص لا يحق لهم الإطلاع عليه، لأنه بوصول المعلومة إلى أشخاص غير معنيين بها ستزول السرية، وسيكون هناك اعتداء على الحياة الخاصة للأشخاص.

و بذلك فصور الركن المادي لجريمة الإعلامي الناجمة عن إفشاء سر التحقيق، تتجلى في نشر الأخبار التي تكون موضوع تحقيق قائم، أو نشر محضر استجواب المتهم، أو محضر المعاينة، أو شهادة الشهود أو شهادة الخبرة، سواء كان النشر كلي أو جزئي.

في حين أن الركن المعنوي يتجلى في اتجاه إرادة الجاني لنشر المعلومة، رغم علمه أن القانون حظر المشرع تداولها، وذلك بنية إشباع فضول الرأي العام.

الخاتمة :

يلعب الإعلام بشقيه التقليدي والرقمي دورا لا يستهان به في تنوير إرادة الجمهور المتلقي، إذ أن الدولة أو النظام السياسي عبارة عن علبة سوداء كما اصطاح دافيد إيستون، ولا يمكن للجمهور معرفة ما يجري داخل هذه العلبة السوداء إلا عن طريق وصول إليه، وهذا إن دل على شيء فهو يدل على أن الرسالة الإعلامية ساهمت إلى حد بعيد في تبصير العقول كونها تخاطب العقول لا الغرائز.

و إذا كان العمل الإعلامي والمتجسد أساسا في الرسالة التي يوجهها الإعلامي بغض النظر عن كونه صحفي في مادة مسموعة أو مكتوبة أو سمعية أو بصرية أو إلكترونية إلى جمهور المتلقين، قائم على أساس مبادئ من شأنها أخلقته، فإنه وبمفهوم المخالفة ترجم الواقع أن خرق تلك المبادئ أفقد المهنة نبهها، وجعل النشاط الإعلامي ولاسيما في القطاع الخاص لا يعدو كونه عمل تجاري غير مشروع قائم على هاجس ما يصطلح عليه بـ "السبق الصحفي".

أين أصبح الإعلامي يتسلق المعلومة من مصادر عشوائية، بل والأغرب من ذلك هو اعتماد الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة، رغم علمه أن الفقه الإعلامي الحديث استبعد مواقع التواصل الاجتماعي من وسائل الإعلام الرقمي كونها غير مصداقية لحد بعيد.

و من ثم تتجلى أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة، أن ما يصطلح عليه بحرية التعبير عن الرأي والإعلام تحول إلى ما يعرف بالتطفل الإعلامي على العمل القضائي، أين أصبح الإعلامي يتدخل في عمل القضاء ويمس باستقلالية القضاء، من خلال نشر وقائع غير حقيقية حول قضية معروضة على الجهات القضائية، ولاسيما عندما يتعلق الأمر بقضايا الاغتصاب والتحرش الجنسي وخاصة اختطاف الأطفال، وذلك لعلمه بفضول الرأي العام للمستجدات، ومن هنا لا يكلف الإعلامي نفسه

بأخلاقيات المهنة، لأن عدم التقيد بها سيمنحه من المحافظة على وظيفة الإعلام، وعدم المبالاة بنبل المهنة وفقدانها.

إذ يفرق الإعلامي ولاسيما التابع لفتوات خاصة بين المهنة والوظيفة، وفي سبيل السبق الصحفي والتميز، لا بأس أن يضحى بالمهنة في نظره لأن قواعد المهنة تقيد.

و بذلك صار الإعلامي بدور القاضي الجنائي، يقرر الجزاء الواجب التطبيق ويقترح عقوبة الإعدام في حق المتهم، متناسيا ما يصطلح عليه بقرينة البراءة، ومن معالم التشهير بالمتهم نشر صورته بالكباشات حتى يوحى للرأي العام أن حرته سلبت وهو في الحقيقية لا يزال قيد التحقيق.

مما يجعل القاضي تحت ضغط وإكراه، ويخلق نوع من التأثير من طرف الرأي العام، وقد يضيع معه شهود القضية، وتمويه مجرى القضية عموما.

التوصيات والاقتراحات :

و بناء على النتائج السابقة وصلت الدراسة الحالة إلى جملة من التوصيات التي قد تساهم في أخلة العمل الإعلامي في شقه المرتبط بعدم التدخل في العمل القضائي تلخص كالتالي:

- يتوجب أن يمارس الإعلامي حرته عندما تنتهي حرية الآخرين، من خلال احترام حقوق وحرية الأفراد، عن طريق عدم المساس بكرامتهم من خلال نشر رسائل إعلامية تتضمن تفاصيل جرائم الاغتصاب والتحرش.

- يتوجب على الإعلامي أن يحترم قدسية ما يصطلح عليه بقرينة البراءة للمتهم، من خلال عدم التدخل في أعمال القضاء، وعدم التطفل على القضايا التي قد تكون فيها الجلسات سرية خلافا لمبدأ علنية الجلسات أو القضاء عموما.

- يتوجب أن تكون رسالة الإعلامي نزيهة وخالية من العشوائية والتضليل، إذ يمنع عليه أن ينشر للجمهور وقائع وحيثيات غير صحيحة حول التحقيق أو الخبرة، لأن فضول الرأي العام متى تم إثباعه بالمعلومة الواهية، سيفقد الجمهور الثقة بتلك القنوات الإعلامية.

- يتوجب على الإعلامي التخلي عن هاجس " السبق الصحفي " هام" و"عاجل " لأنها دوافع قد تفقد المهنة قدسيتها وتحولها لوظيفة.

و بذلك يمكن القول أنه أن الأوان من أجل أخلقة العمل الإعلامي، و تحديد الجزاء الواجب التطبيق على الإعلامي من جراء تدخله بالعمل القضائي، ومساسه بقرينة البراءة ضاربا عرض الحائط هذا المبدأ الدستوري، بهدف إرضاء فضول الرأي العام بمعلومات واهية، والسعي للوصول إلى ما يسمى بالسبق الصحفي على حساب مصداقية الرسالة الإعلامية.

- كما يتوجب على المشرع الجزائري وعلى سبيل الإلحاح أن يقرر جزاءا صريحا يطبق على كل شخص خرق قرينة البراءة المقررة للمتهم.

المراجع المعتمدة :

القوانين :

- القانون العضوي رقم 05/12، المؤرخ بتاريخ 18 صفر 1433، الموافق ل 12 يناير
- 2012، المتعلق بالإعلام.
- الأمر 155/66، المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، المعدل والمتمم.
- الأمر 155/66، المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم.

المؤلفات :

- خالد مصطفى فهمي، حرية الرأي والتعبير، دار الفكر العربي، الإسكندرية، 2009.
- عبد الرزاق الموفي، حق الإنسان في إفتراض براءته – دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والإقتصادية، جامعة المنوفية، العدد. 23، 2003.
- محمود محمود، شرح قانون الإجراءات الجزائية، مطبعة الكتاب الجامعي، القاهرة، 1998،
- محمود عبد الرؤوف كامل، نجيب أحمادي، مقدمة في علم الاتصال والاتصال بالناس، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة، 2014.
- موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الكتاب الأول، 2011.

- هلاي عبد الله أحمد، الاتهام في مرحلة التحقيق الابتدائي وعدالته لمن وضع موضع اتهام، دار النهضة العربية، 2006.
- هلاي عبد الله أحمد، المركز القانوني للمتهم في مرحلة التحقيق الابتدائي، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، 2006.

المقالات المنشورة بالمجلات العلمية :

- عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجديدة – دراسة وصفية-، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد. 27، الصادر بديسمبر 2016.
- مجدوب نوال، الصحافة المكتوبة بين الحرية والتقييد مقال منشور بمجلة الحقوق والحريات، الصادرة عن مخبر حقوق الإنسان والحريات الأساسية، جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان العدد. 03، 2015.
- مجدوب نوال، ضوابط أخلقة الرسالة في كل من الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في ضوء قانون الإعلام الجزائري، مداخلة مقدمة في إطار فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول الرسالة الإعلامية، كلية العلوم الإنسانية، شعبة الإعلام، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، يوم 03 ماي 2018.
- محمد عبد اللطيف، قرينة البراءة وقانون الكسب غير المشروع، مجلة بحوث الشرطة، القاهرة، العدد. 27، 2005.

العلاقات العامة 2.0 وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات - منظور حديث -

اعداد:

أ. د عائشة قرّة

باحثة دكتوراه ل.م.د

جامعة محمد لمين دباغين سطيّف 2/ الجزائر

guerraicha@gmail.com

الملخص:

ميزة ظهور الأجيال الجديدة لم تعد حكرًا على الأجهزة الإلكترونية والبرامج، بل امتدت لتشمل مختلف العلوم الإدارية والاتصالية ومن بينها العلاقات العامة، حيث يرى الخبراء في مجال العلاقات العامة أنه أصبح من الضروري أن يلجأ ممارسو العلاقات العامة إلى المستوى الثاني 2.0، ويستخدموا مختلف أدوات الجيل الثاني للويب في أنشطهم ووظائفهم، لإضفاء ميزة الحوار المباشر مع الجماهير حتى تصبح العلاقات العامة أكثر ديناميكية، وعليه جاءت هذه الورقة العلمية لتوضح ماهية العلاقات العامة 2.0 وعرض تأثيراتها في تحسين الأداء الاتصالي لمختلف المؤسسات، وعرض أهم مقومات وأدوات العلاقات العامة 2.0.

الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة 2.0، الويب 2.0، المؤسسات، الأداء

الإتصالي.

Abstract :

The emergence of new generations is not confined only to electronic devices and programs, but extends to various administrative and communication sciences, specifically public relations. Public relations is experts avowed that it is necessary for public relations practitioners to resort to the second level of web 2.0, In order to provide direct dialogue with the public to becomes more dynamic. So, this paper aims to present what's a public relations 2.0, and presenting its effects in improving the communicative performance of various institutions and show Public relations 2.0 tools.

Keywords: Public relations 2.0, web 2.0, institutions, communicative performance.

مقدمة:

تأثرت المجتمعات بالتطور الدائم في وسائل الاتصال وخاصة التي تعتمد على الإنترنت كمنصة لعملها مما أوجب على ممارس العلاقات العامة التأقلم مع المفاهيم الجديدة التي أوجدها الويب 2.0، فبينما في السابق كانت الشركات والمؤسسات الاقتصادية توجه رسائلها إلى الجمهور، صارت الآن مطالبة بالحوار مع الجمهور، لأن الويب 2.0 عموماً والشبكات الاجتماعية خصوصاً خلقت عالماً جديدة من نوعها، حيث لم يعد من الممكن فقط ضمان التأثير في الجمهور من خلال خبر منشور في الصحف أو عرضه على شاشة التلفزيون، بل بدأت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت بأنواعها في خلق ثقافة جديدة تماماً، ما حتم ممارس العلاقات العامة على مواكبة ذلك، وخاصة أن نمو عدد المشتركين في مواقع الشبكات الاجتماعية في تزايد وتطور.

إشكالية الدراسة:

عرفت البشرية اليوم نقلة نوعية في كل نواحي الحياة وتخلصت بفضل ثورة المعلومات من كل الأساليب التقليدية وأصبحت تستخدم كل أنواع التكنولوجيا الحديثة في كافة ميادين الحياة وقد سهلت لهم التواصل مع بعضهم دون حاجز أو مانع وبأقل تكلفة وجهد وبأعلى سرعة ودقة.

وقد امتدت فروع التكنولوجيا الحديثة لتمس كل مجالات العمل وخاصة الإدارات العمومية التي كانت قبل وقت قريب تعتمد على التقنيات التقليدية المتمثلة في الاعلام الآلي وأتمت المهام الإدارية كالفوترة والمحاسبة، لكن مع ظهور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات أصبح عمل الإدارة أسهل وأكثر فعالية ويرجع هذا لقدرتها على معالجة كم هائل من المعلومات وتقديمها للمسؤولين بأسرع وقت وأكثر دقة لاتخاذ القرارات المناسبة.

ظهر في السنوات الأخيرة تقنيات أضافت تطوراً كبيراً في مجال الاتصالات والمعلومات والذي عرف بالجيل الثاني وقد امتازت بالتفاعلية المباشرة والفورية وأضفت ميزة الشفافية والديناميكية، حيث مست تقنية الجيل الثاني كل المجالات

والنشاطات ومنها مجال العلاقات العامة، طورت من أساليبها وتقنياتها وسهلت تواصلها ب جماهيرها وسهلت عمل القائمين عليها. وعليه فقد أصبح استعمال تقنيات الجيل الثاني والتكنولوجيا الحديثة حتمية لا مفر منها في نشاط العلاقات العامة، لما لها من ايجابيات عديدة سهلت من أداءها وتحقيق أهدافها ورصد آراء ومدخلات فئات الجمهور والعملاء ومتابعة المعلومات الأخبار الخاصة بالمنظمة، والتواصل والتفاعل مع الجمهور والعملاء، وإرسال النشرات الاخبارية إلى مواقع الأعمال وإرسال المواد الإعلامية مباشرة بواسطة الرسائل الإخبارية والمجلات وبقية وسائل الإعلام وإقامة التظاهرات والاحتفالات، الأيام العلمية.

وتعتبر خدمة الجيل الثاني العديد من الخدمات التفاعلية والحوارية التي تستفيد منها المؤسسات في التواصل وبناء العلاقات مع الجمهور فإلى جانب المواقع الإلكترونية، ومحركات البحث والبريد الإلكتروني ظهرت وسائل الإعلام الاجتماعي كالمدونات والمنديات ومواقع الشبكات الاجتماعية وتم تطوير آليات التفاعل وأساليب الحوار بين المنظمات وجماهيرها عبر هذه الوسائل التي تتيح لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، بناء على ماسبق منه طرح التساؤل الرئيسي الذي يمثل فحوى الدراسة : ماهية العلاقات العامة 2.0 ؟ وما دورها في التأثير وتحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات ؟

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى محاولة إثراء البحوث العلمية في موضوع العلاقات العامة الحديثة وخاصة أن هذا الموضوع يعتبر من مواضيع الساعة، ويمكن حصر الأهداف في النقاط التالية:

- ✓ معرفة ماهية استخدام العلاقات العامة 2.0.
- ✓ معرفة أدوات العلاقات العامة 2.0 التي يركز عليها أكثر نشاط

العلاقات العامة.

✓ معرفة التسهيلات والتغيرات التي أضافتها تقنية العلاقات العامة
2.0 في تفعيل الأداء الاتصالي.

✓ تأكيد دور الجيل الثاني للعلاقات العامة في تحسين الأداء.

أهمية الدراسة:

إن هدفنا من هذه الدراسة ليس ناتج من فراغ، بل عن دوافع وأسباب جعلتنا نركز على هذا الموضوع دون غيره من المواضيع لما له من أهمية كبيرة في وقتنا الراهن، فبظهور الجيل الثاني للويب وظهور التفاعلية والتشاركية والتطور التكنولوجي الذي مس كل القطاعات وكل الأنشطة الإدارية ونشاط العلاقات العامة على وجه الخصوص ارتأينا أن نقدم نظرة عن العلاقات العامة 2.0.

منهج الدراسة:

المنهج في اللغة العربية مصطلح مرادف لكلمتي النهج والمنهاج اللتان تعنيان الطريق الواضح والتي تعبر عن الخطوات الفكرية، أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة Méthode منهج هي المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما. وفي البحث العملي فإن المنهج كما عرفه موريس انجر " هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة."

إن محاولة دراسة ماهية العلاقات العامة 2.0 يحتم على الباحث بالضرورة التقيد بإجراءات منهجية محددة، والمتمثلة في منهج المسح الوصفي الذي يعمل على جمع الحقائق حول الموضوع.

الدراسات السابقة :

دراسة "يوسف عثمان محمد": فاعلية مواقع الانترنت في العلاقات العامة - دراسة وصفية تحليلية لعدد من المواقع الالكترونية السودانية -¹.

تمحورت الدراسة حول معرفة التسهيلات التي تقدمها التقنية الحديثة لإدارة العلاقات العامة في تنفيذ وظائفها، إضافة إلى معرفة مدى احتواء المواقع الالكترونية بمتطلبات الجمهور واحتياجاته، وتمثل سؤال الإشكالية في : ما مدى فاعلية المواقع على الشبكة العنكبوتية في أداء مهام العلاقات العامة المختلفة؟ تضمنت الدراسة ثلاث فرضيات وهي:

✓ يتم أداء أهداف ووظائف العلاقات العامة بواسطة الموقع الإلكتروني بصورة فاعلة.

✓ مواقع المؤسسات على الانترنت تفي بمتطلبات المؤسسة الاتصالية واحتياجات الجمهور.

✓ تستفيد المؤسسات من تقنيات الانترنت في تسهيل وزيادة التفاعل مع جماهيرها.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، قام الباحث بالاعتماد على المسح بالعينة لمواقع الكترونية مختارة لتحليلها ودراستها لعدد من المؤسسات السودانية في الخرطوم، وامتدت الدراسة من جانفي 2011 إلى ديسمبر 2013، تم الإعتماد على ثلاث أدوات تمثلت في المقابلة مع أساتذة الإعلام والمختصين لجمع البيانات الأولية، أيضا اعتمد على الملاحظة، أما الأداة الرئيسية كانت تحليل مضمون المواقع الالكترونية لدراسة فعالية توظيفها لخلق علاقات عامة مرضية.

من أهم نتائج الدراسة :

¹ يوسف عثمان محمد : فاعلية مواقع الانترنت في العلاقات العامة - دراسة وصفية تحليلية لعدد من المواقع الالكترونية السودانية -، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراء في علوم الاعلام و الاتصال تخصص علاقات عامة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، 2011-2013.

- المواقع الالكترونية في السودان لا تفي بالمتطلبات الاتصالية ولا احتياجات الجمهور.
- لا يهتم القائمون على المواقع الالكترونية برفع الصدى للجمهور ولا بإتاحة حرية التعبير لهم، وأغلب المواقع لا تهتم بالتحديث بصورة منتظمة في مواقعها.
- لا يتم تشجيع الجمهور على الزيادة والتكرار لزيارة الموقع، ولا توجد فيه أي قيم مضافة التي تشجع على زيارة الموقع عدة مرات.
- المواقع ذات الطبيعة الاعلامية تمثل أكثر المواقع زيارة على مستوى دولة السودان كلها.
- قلة أشكال الإعلانات وهذا أمر غير محبذ في مواقع الانترنت ما يضفي صفة الجمود عليها.

5-2/ دراسة "هدى عثمان عبد الله حمد" : بعنوان دور وسائل الاتصال الحديثة في فاعلية العلاقات العامة -دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس-¹.

تناولت الدراسة كيفية استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ برامج العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس وهي هيئة علمية رقابية وقائية على المسوغات الدستورية ويتمثل نشاطها في وصف القياس والجودة لحماية المستهلك وهي تابعة للدولة، ومن أهم ما هدفت إليه الدراسة هو التعرف إلى أي مدى تستفيد هذه الهيئة من وسائل الاتصال الحديثة في عملها، والكشف عن المشاكل التي تواجهها إدارة العلاقات العامة في اللحق بالركب التكنولوجي.

¹هدى عثمان عبد الله حمد : دور وسائل الاتصال الحديثة في فاعلية العلاقات العامة – دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الهيئة السودانية للمواصفات و المقاييس – رسالة مقدمة لنيل الدكتوراه في العلاقات العامة و الإعلان، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، 2010-2014.

- نتائج الدراسة :

- ضعف الهيكل الإداري لجهاز العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس.
- ضعف الميزانية المخصصة لعمل العلاقات العامة بالمؤسسة ذات الصلة بالهيئة.
- يتم الاعتماد على الوسائل البسيطة التقليدية في إرسال الرسائل الإعلامية.
- عدم توفر الاحتياجات التقنية والبشرية اللازمة لعمل العلاقات العامة بالقدر المطلوب.
- كبح جهود العلاقات العامة في أعمال محدودة وعدم التأهيل الكامل للكوادر العاملة بالعلاقات العامة.

MIRJANA Tankosic ,PAVLE Ivetic ,VUK " de Etude5-3/

: Features of interactive Public Relations : Using "Vucurevic web 2.0 to establish a two-way communication with the consumers ¹.

تهدف هذه الورقة العلمية إلى الكشف عن العلاقات العامة الحديثة ومدى فعاليتها وتأثيرها على الجمهور في ظل الويب 2.0، وتوضيح فعالية العمل وفق نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه والمباشر باستعمال أدوات التواصل الاجتماعي ومقارنتها بالعلاقات العامة التقليدي، تطرقت الورقة إلى توضيح معالم فعالية العلاقات العامة 2.0 ودورها في تطوير المؤسسات، كشفت الدراسة أيضا عن أدوات العلاقات العامة 2.0

¹ MIRJANA Tankosic ,PAVLE Ivetic ,VUK Vucurevic : Features of interactive Public Relations : Using web 2.0 to establish a two-way communication with the consumers , International Journal of Economics and Management Systems, vol 1 , p 290, 2016.

ودورها في تدعيم الاتصال ثنائي الاتجاه السيمتري واللاسيمتري مع الجمهور حسب نموذج هانت وجرونج.

في ختام الورقة العلمية قام الباحثون بمقارنة العلاقات العامة التقليدية بالعلاقات العامة 2.0، من أهم ما توصلوا إليه أنه يتوجب على ممارسي العلاقات العامة مواكبة التغيرات والتطورات التكنولوجية حتى تستمر المؤسسات وتحافظ على جماهيرها، وتحتاج أيضا إلى تطوير منهجية عملها بما يتوافق مع خصوصيات العلاقات العامة 2.0، كون أن العلاقات العامة 2.0 أصبحت حتمية لما لها من مميزات تضمن نجاح ممارسي العلاقات العامة في تأدية أعمالهم.

المبحث الأول: دراسة في مفهوم العلاقات العامة 2.0

استعمل هذا المصطلح بعد التسعينيات على يد Brian Solies "برايان سوليس" الذي توقع أن تنتقل مجالات العلاقات العامة من الاستخدام الكلاسيكي إلى الاستخدام التفاعلي بواسطة أدوات الجيل الثاني للويب المتمثلة في التطبيقات المستحدثة والبرمجيات ومواقع التواصل الاجتماعي، وتبقى أهدافها ثابتة على الرغم من تطور الوسائل، كذلك يرجع فضل ظهوره إلى Dell Goterie "دال غوتري" و Tim Orelli "تيم اورلي" اللذين كانا صاحبا فكرة التفاعلية عن طريق الانترنت بين المؤسسة وجمهورها.

وقد توسع هذا المصطلح شيئا فشيئا، ليشمل كل الممارسات الاتصالية الالكترونية التي تربط القائم بالعلاقات العامة وجمهور المؤسسة، والعمل وفق نموذج الحوار الالكتروني للتواصل مع الجماهير وقد انتقل بالعلاقات العامة من إطارها التقليدي القائم عموما على الأخبار الصحفية والإعلانات والمؤتمرات الصحفية إلى منحى أكثر تطورا وتأثيرا من خلال استخدام أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها. في عام 2007 أطلقت "دريدج" في مدونتها مصطلح العلاقات العامة 2.0 وكانت تعني به دور

مواقع التواصل الاجتماعي في أداء نشاط العلاقات العامة، والتي أضافت عليها ميزة التفاعلية والحوار مع الجماهير بشكل مباشر وفعال وقربت الطرفين أكثر فأكثر¹.
وعليه فإن العلاقات العامة 2.0 فتحت لممارسي العلاقات العامة فرص جديدة للنهوض بالمؤسسة وتحسين صورتها لدى الجماهير، وقد غيرت أدوات الويب 2.0 من استراتيجيات العلاقات العامة الكلاسيكية، وطورت نمط التواصل مع الجماهير وفتحت لممارس العلاقات العامة طرق كثيرة ومتنوعة، للتفاعل مع الجمهور ومشاركتهم اهتماماتهم وأرائهم واقتراحاتهم.

المطلب الأول: خصائص وسمات جمهور العلاقات العامة 2.0 للمؤسسات:

حدد الفكر الإعلامي الحديث مميزات وخصائص لجمهور العلاقات العامة 2.0 بعد الأخذ بعين الاعتبار تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتتمثل في الحجم الواسع لشكل الجماهير وتميزهم بميزة التشتت حيث يتواجد عناصر الجماهير في أماكن متباعدة ومتشعبة، وأضفت عليه الانترنت صفة التواجد الكلي في كل مكان وفي وقت واحد، إلى جانب عدم التجانس بين أفراد الجمهور حيث يوجد هناك اختلاف في احتياجاتهم واهتماماتهم ومصالحهم، وحتى سلوكهم الاتصالي، كما يمتاز بالمجهولية وعدم التعارف فأفراد الجماهير مجهولون لدى بعضهم البعض، ولدى القائم بالاتصال تحديداً، بالإضافة إلى اختلاف المصالح والاهتمامات بين أفراد الجمهور الواحد وفي درجات الإدراك ومدى التأثير وكل هذا يرجع إلى التمايز الاجتماعي واختلاف أساليب التربية والتعليم والثقافة العامة من شخص لأخر، ما يلزم العلاقات العامة التنوع في أساليب الاتصال والتواصل معهم.

من أهم سمات جمهور العلاقات العامة 2.0 في المؤسسات التفاعلية، وتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، واللاتزامنية في إمكانية إرسال وتبادل المعلومات وكسر حاجز الوقت فرغم تواجد جمهور العلاقات العامة 2.0 في أماكن مختلفة

¹ Deirdre Breakenridge : social media and public relations , eight new practices for the PR professional , 1st ed, 2012 , p2.

ومتباعدة لكن هناك إمكانية التعرض لنفس الرسالة عبر وسائل تكنولوجية حديثة¹، كما يمتاز بأنه جمهور شبابي حيث أثبتت العديد من الدراسات المتخصصة أن الجمهور الإلكتروني غالباً من فئة الشباب وجمهور نخبوي يتميز بإمكانيات استعمال المعلوماتية والحاسوب وإجادة أبجديات الانترنت أي أنه جمهور له سلطة وحرية في إبداء رأيه وفرض احتياجاته على المؤسسة لتقبلها لاحقاً².

المطلب الثاني : أليات قياس فعالية العلاقات العامة 2.0 للمؤسسات :

يمثل القياس أهم الوظائف التي يقوم بها ممارس العلاقات العامة، التي يثبت بموجبها مدى نجاح برنامجه وعمله، وهو اتباع أساليب محددة لتقرير مدى نجاح برامج العلاقات العامة والتحري عن نواحي القصور وتشخيص الأخطاء وإيجاد السبل والإخفاقات، يتم من خلال معايير يتم استخدامها للحكم على البرامج وبيان مدى تحقيقها لأهدافها من خلال مايلي :

- استخدام موجز ويب RSS لتبادل الرسائل مع الجمهور حيث يعتبر تقنية متطورة في تزويد الجمهور بالأخبار الانية والجديدة.
- التغطية الإعلامية أي عدد المرات التي يظهر فيها اسم المؤسسة في وسائل الإعلام وخاصة الوسائل الإلكترونية، حيث أن تحليل كثافة الجمهور الإعلامي لاسم المؤسسة يسمح لممارس العلاقات العامة تكوين صورة شاملة عن مدى وصول أخبار المؤسسة إلى الجمهور المستهدف، ومدى نجاحها في تحقيق الأهداف المرجوة تحقيقها.

¹ شريفة رحمة الله سليمان : دور الاتصال و العلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية -دراسة حالة على حكومة دبي-، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية، أبوظبي، الامارات العربية المتحدة، 2009، ص 31.

² لامية صابر، غزالي محمد : دراسات في الإعلام الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي في النشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2015، ص24.

- المشاركة بالتعليقات في المدونات والمنتديات التي لها علاقة بالمؤسسة، ووضع موقع المؤسسة في التوقيع.
- إدراج موقع المؤسسة في مواقع اخرى والقيام بعملية تبادل الروابط .links exchanges
- تموضع موقع المؤسسة في الصفحات الاولى لمحركات البحث مثل غوغل , ياهو. ..
- عدد الزوار للموقع الخاص بالمؤسسة يوميا، ومعرفة الابواب التي تم تصفحها أكثر، وعدد الرسائل الواردة في البريد الالكتروني الخاص بالمؤسسة.
- عدد المتابعين Funs في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، التويتر، الانستغرام. ..
- عدد المعجبين في كل تغريدة، أو صورة تم وضعها من قبل ممارس العلاقات العامة، وعدد التعليقات على المدونة ومدى تفاعلهم مع ما تم نشره.
- عدد المشاهدات على موقع اليوتوب ومدى إعجاب الجماهير بما تم نشره.
- قياس الشعور العام تجاه المؤسسة ونسبة الرضا عن أنشطة العلاقات العامة من خلال الاستبيان الالكتروني¹.
- معرفة أهم مشاهير الإعلام الاجتماعي الذين يتفاعلون مع حملات ممارس العلاقات العامة ومدى استفادته من نفوذهم على شبكات التواصل للوصول للجمهور المستهدف.
- مؤخرا أطلقت Meltwater Pulse خدمتها الجديدة Meltwater وهي خدمة التقارير المقدمة للعاملين في مجال الاتصالات والعلاقات العامة الراغبين في تعزيز جهودهم الخاصة برصد وسائل الإعلام من خلال الحصول عل تحليل معمق للنتائج.

¹ <https://www.meltwater.com/ae/blog/> مقياس لنجاح حملات-الاتصالات-والعلاقات-5

تم الاطلاع عليه يوم 2017/01/07، 16:30.

- اللجوء إلى المؤسسات المسئولة عن قياس شعبية المؤسسة مثل :
Google Alerte, Réputation Matrix , Social Mention
.. ..,Réputation Defender
- قياس مدى ثراء المحتوى وتوفر المواقع على المعلومات اللازمة
للتعريف بالمؤسسة.
- استخدام الأدوات التقنية المساعدة وهناك كثير من الأدوات والتطبيقات
التقنية التي تساعد على مراقبة السمعة الإلكترونية ومن أبرزها Google
.Alerts, Hootsuite, Social Mention, IFTTT

لذلك من المهم أن يتابع ممارس العلاقات العامة و يقيم رسائلها الاتصالية ومدى تأثيرها عليهم، ومعرفة إذا ما حققت تفاعل الجماهير المستهدفة، أحيانا تنفق أموالا وتبذل مجهودا كبيرا لكن كل هذا لا يجدي إذا لم تتبعه بتقييم وقياس تفاعل الجماهير مع ما تقدمه¹.

المطلب الثالث: استراتيجيات العمل في العلاقات العامة 2.0:

تمارس أنشطة العلاقات العامة 2.0 وفقا لاستراتيجيات معينة، ويتم تحديدها بعد تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (SWOT) التي تواجه ممارس العلاقات العامة، ولهذه الاستراتيجيات ايجابيات كثيرة للقيام بأنشطة العلاقات العامة 2.0 على أكمل وجه، منها تقليل حجم التهديدات والتغلب على العوائق واستثمار الفرص المتاحة.

حسب ماجاء به كتاب Publicitor أن الاستراتيجية هي خطوات ومراحل يتخذها ممارس العلاقات العامة بغرض تحقيق أهداف معينة ومخطط لها مسبقا، وتبني

¹ فهمي محمد العدوي : مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2011، ص 132.

استراتيجية فعالة مبنية على أساس برنامج علمي واضح وقابل للتحقيق أساس نجاح المؤسسة وتمتين علاقاتها بجمهورها الداخلي والخارجي، وتحسين صورتها وترسيخها، فبعد ظهور تكنولوجيا الاتصال والإعلام أصبح التواصل مع الجماهير يتم بطريقة مباشرة وانية، وعليه فقد اقترح David Barbée و Ronnie Hobbenstein خمس استراتيجيات تمكن ممارس العلاقات العامة من الاستفادة من أدوات الويب 2.0 وتتمثل في المراحل التالية¹:

أ. **تبني نظرة مبتكرة لأدوات الإعلام الجديد:** وذلك بإدراك دور قيادة تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة في تطوير أداء أنشطة العلاقات العامة، والعمل بتطبيقات الانترنت ودمجها في ممارسة عمله، لذا يجب على ممارس العلاقات العامة أن تكون له القدرة على الابتكار ومواكبة العصر في تنفيذ أهداف العلاقات العامة بما يتوافق مع الأدوات الحديثة لإيصال رسائل المؤسسة، لكن هناك العديد من العوائق التي تمنع ممارس العلاقات العامة من استخدام أدوات الويب 2.0، أهمها الجوانب الاقتصادية والبشرية وحسب ما أثبتت الدراسات أن العامل البشري هو أهم جانب في تبني والعمل وفق التكنولوجيات الحديثة، وهناك عوامل تؤثر على الاستجابة للمبتكرات الجديدة أوجزها الباحثان في أربع عوامل وهي :

- يقيم التقدم التكنولوجي بين مدى انسجام التقنيات والبرمجيات وعمل ممارس العلاقات العامة.

- أخذ تكلفة المعدات والتطبيقات والبرمجيات بعين الاعتبار كونها جد مكلفة وثمنها باهض، وهناك طريقتان لتقليص التكاليف تتمثل الأولى في البحث عن تراخيص بين المؤسسات المنتجة لها والمؤسسات المستهلكة لهذه المبتكرات لتقاسم

¹ David E Barbee and Ronnie B Hobbenstein : Alternative Multimedia : A tool for Governement transformation , Information Resources Management Journal , p11.

التكاليف، أما الحل الثاني يتمثل في تسديد تكلفة التطورات مدى الحياة وتخصيص مبلغ من الميزانية الكلية لهذا الباب.

- خلق مشاكل لاختبار مدى فعالية وقدرة هذه المبتكرات على تطوير المؤسسة.
- معرفة مواقف الجمهور وآراءهم تجاه استراتيجيات التواصل الجديدة معهم والأخذ باقتراحاتهم بعين الاعتبار.

ب. تشكيل رؤية واضحة عن وسائطها التفاعلية : رؤية تكنولوجيا الاتصال والإعلام يجب أن تكون واضحة لدى رجل العلاقات العامة، يجب أن يكون ملماً بكل تقنياتها وأدواتها وجوانبها التفاعلية، وتكون له احترافية في استعمالها لأداء وظائف العلاقات العامة 2.0. كذلك على ممارس العلاقات العامة أن يعمل على الانتساب في المجموعات الرسمية وغير الرسمية حتى يفهم جمهور العالم الافتراضي وتكون له القدرة على التواصل معهم واستمالتهم تجاه المؤسسة، كما يجب على ممارسي العلاقات العامة إدماج أدوات الاتصال الحديثة في انجاز أعمالهم وأنشطتهم حتى يتمكنوا من الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور والتأثير فيهم بأقل جهد ووقت، فلا يمكن إغفال الدور الريادي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، في تحقيق تطوير نوعي على مستوى المؤسسات، وتقديم بديل للنماذج القائمة في صورتها التقليدية، حيث تعد التقنية الحديثة آلية للتغيير التنظيمي إذ بإمكانها تغيير طريقة عمل الأفراد داخل مؤسسات وعلى رسالة، أو هدف المنظمة من خلال تغيير الظروف، وإزالة المشكلات التي تواجهها.

ج. تحويل الرؤية إلى تطبيق ناجح : في هذه المرحلة تكون لرجل العلاقات العامة القدرة على تطبيق كل خطوات العلاقات العامة بشكل مواكب للعصر، وتكون له القدرة أيضاً على حل المشاكل والأزمات بالأساليب والأدوات الحديثة بعيداً عن الطرق التقليدية، أيضاً تصبح له القدرة على التفاعل مع الجمهور والتأثير فيهم من خلال أدوات التواصل الاجتماعي وتكون رسائله أكثر ملائمة، فتصبح الأدوات والتقنيات الحديثة جزءاً من عمل ممارس العلاقات العامة، يعتمد عليها في جمع المعلومات ونشرها بصفة مستمرة وتعريف الجمهور بالمؤسسة وشعارها من خلال أدوات الاتصال

الحديثة. ومن أهم العمليات التي يقوم بها ممارس العلاقات العامة ليتأكد من نجاح عمله وفق التطورات أن يقوم بقياس الأداء والتأثير الذي نتج جراء استخدامه الأدوات المبتكرة للتواصل مع الجماهير¹.

د. **ترويج الرؤية داخل المؤسسة:** يقصد بها أنه على الجميع الانخراط في استعمال الأدوات الحديثة وتشجيعهم على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، حتى تتطور المؤسسة وتنجح في اللحاق بالركب، وتتمكن من التصدي للأزمات بطريقة حديثة، ويتجلى عنها تنمية التعاون بين إدارات المؤسسة تمتين العلاقات بينهم أكثر.

هـ. **اتباع طريقة منظمة للإنجاز:** وذلك بالإعتماد على استراتيجيات جديدة لتوظيف وسائل التكنولوجيا الجديدة بطريقة ممنهجة وعلمية ومدروسة، تتمثل في تحديد الأهداف المراد الوصول إليها، ثم شرح ووصف الحدود ووضع درجة الفعالية مسبقاً، الى جانب وضع حلول بديلة مسبقاً في حال عدم نجاح المخطط الأول، وتحديد الميزانية، والحرص على رجع الصدى وتفاعل الجماهير.

المبحث الثاني: الأدوات الخاصة بالعلاقات العامة 2.0:

تعددت الأدوات والتقنيات التي تقوم عليها العلاقات العامة 2.0 وتتمثل فيمايلي :

المطلب الأول: الموقع الإلكتروني

تعرف بأنها "عبارة عن مجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض كما يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات web

¹ وائل سرحان : المؤتمر السابع للعلاقات العامة رؤية و مستقبل، BAESystems، السعودية، 6 ديسمبر 2016.

browser يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية الصفحات موجودة فيما يسمى بالخادم"¹.

ويعد موقع الانترنت لكل شركة أو منظمة عبارة عن أداة علاقات عامة باعتباره الواجهة الأساسية للشركة وتمثيله للناطق الرسمي باسمها باحتوائه على المعلومات والتصريحات الموثوقة، ويحوي أيضا على معلومات عن المؤسسة ويصمم الموقع من قبل مختصين وخبراء تقنيين، حيث يحتوي على كل ما يمثل هوية المؤسسة مثل الشعار، اللون الخاص بها، الشكل الذي تتميز به وتوظيف كل العناصر البصرية والسيميولوجية الدالة على هوية المؤسسة، حيث يوفر كل المعلومات والتصريحات والإعلانات الخاصة بالمؤسسة، كما يجب أن يحتوي الموقع مساحات للتعليق الإلكتروني وفتح فضاء للتفاعل مع الجمهور ومراسلة المؤسسة لتوصيل اهتماماتهم وأراهم، وجمع معلومات كافية حول المؤسسة وخدماتها، كما يجب ان يتضمن موقع المؤسسة روابط لمساعدة المتصفح على نشر الأخبار أو مناقشتها أو تقاسمها عبر مواقع التواصل الاجتماعي. يتأتى عن استخدام الانترنت كأداة للعلاقات العامة عدة مزايا أهمها التكلفة المنخفضة مقارنة بالوسائل الورقية المطبوعة وأيضا يعتبر دليلا على حداثة المؤسسة، سهولة وسرعة الوصول إلى الجمهور سواء الحالي أو المتوقع من خلال محركات البحث أو من خلال مواقع خاصة على الانترنت، عملها الأساسي هو العلاقات العامة حيث تقوم باستلام الأخبار من الشركة وتتولى عملية توزيعها من خلال علاقاتها مع محركات البحث ومواقع البوابات.

¹ زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتيوي: القوائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، قسم الصحافة و الإعلام غزة، 2006، ص23 .

المطلب الثاني: البريد الإلكتروني

ويعتبر البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شعبية في الإنترنت، ويعد السبب الأول للاشتراك فيها لدى عدد كبير من مستخدميها، لقد أصبح من أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسات للاتصال بعملائها من خلال إرسال الرسائل الإلكترونية في المناسبات المختلفة إلى عملائها الحاليين، للحفاظ عليهم كعملاء دائمين، ويمكن تبادل البريد الإلكتروني دون التعرض لتكلفة الاتصال الهاتفي لمدة طويلة، ولذلك يبقى البريد الإلكتروني حلاً بديلاً ملائماً من الناحية الاقتصادية.

ويعد البريد الإلكتروني أفضل بديل عصري للرسائل البريدية الورقية ولأجهزة الفاكس فهو يمكن رجل العلاقات العامة من توزيع استطلاعات للرأي العام وسبر آراء جماهير المؤسسة حول مواضيع تخصها. يتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها تكلفة منخفضة للإرسال بالإضافة إلى السرعة ويستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم، أيضاً تحقق خدمة البريد الإلكتروني زيادة في معدل الاستجابة للإعلان مقدارها من 6% إلى 9% من النتائج المحققة باستخدام التسويق المباشر فأكثر من نصف مستخدمي البريد الإلكتروني يستجيبون للإعلان بالبريد الإلكتروني ويقوم حوالي نصف هؤلاء بشراء المنتجات والخدمات المعروضة في الإعلان.

يحتوي البريد الإلكتروني على خدمة القوائم البريدية *the mailing list* كآلية هامة وسهلة لتعميم الرسائل الإلكترونية على جماهير المؤسسة المشتركين مسبقاً في خدمات المؤسسة الإلكترونية، الذين تصلهم رسائل إخبارية تمكنهم من التعرف على الأخبار والمعلومات الجديدة عن المؤسسة وخدماتها، كما ترسل هذه الرسائل الإخبارية

إلى الجمهور المحتمل ليطلب منه الاشتراك في التسجيل في خدمة الرسائل الإلكترونية لتصلهم دورياً وبانتظام معلومات عن المؤسسة ونشاطاتها وخدماتها¹.

المطلب الثالث: الشبكات الاجتماعية

تعرف على أنها : "فيها يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفيًا أو دينيًا أو حتى علميًا"²، تؤدي مواقف التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في نقل الأخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة لذلك أصبح لها أهمية كبرى لإدارات العلاقات العامة في المؤسسات مما جعل العلاقات العامة مجبرة على استخدامها، وقد تعددت أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- **الفايسبوك facebook**: جاء في تصريح اختصاصي وسائل الإعلام الاجتماعية في المراكز الفيدرالية للسيطرة على الأمراض والوقاية منها (CDC) "أن الشعبية الواسعة للفايسبوك والوقت الذي يمضيه الناس في جعلانه قناة مثالية بالنسبة لنا لنشر الرسائل المتعلقة بالصحة " فالفايسبوك مثل بحيرة أقيت فيها بحجر فأحدث موجات طال مداها فشخص واحد يمرر معلومات إلى آخر وتتسع حلقة البث من شخص لآخر في النهاية تخلق مجتمعا من الأشخاص يتمحور حول موضوع ما، وحسب ما صرح به مدرب فيسبوك في المجلس الفيدرالي أن الناس يتطلعون إلى التواصل مع المصادر الموثوقة للمعلومات حتى يمكنهم التفاعل مع المواضيع، فإذا كانت تنشر محتوى مثير للاهتمام وتعمل على اطلاعهم وتنقيفهم والتواصل معهم فإنهم سيتبادلون تلك المعلومات مع غيرهم ثم يعودون بالمساهمة البناءة، وهذا ما يخلق حلقة

¹ عبد الحميد بن سعيد الخياط : العلاقات العامة الرقمية – مفهومها، ادوارها، تحدياتها، ورقة علمية مقدمة الى "الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة و الاعلان -العلاقات العامة الرقمية "مدينة الملك عبد العزيز للعلوم و التقنية الرياض، 8 افريل 2015.

²عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان-الأردن، 2013، ص 100.

إيجابية من ردود الفعل¹. ويستعمل رجال العلاقات العامة الفايسبوك لنشر كل المستجدات التي تطرأ على المؤسسة وإعلام الجماهير بكل الأخبار حول المؤسسة، كذلك يستعمل لاستقبال انشغالاتهم وآراءهم، وزرع الإنطباع الجيد حول المؤسسة في أذهان المتابعين.

ب- المدونات blogs : تعددت تعاريف المدونات الإلكترونية اصطلاحاً فهناك من يعرفها على أنها تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، تظهر عليه تدوينات (ملاحظات) مؤرخة، ومرتببة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد، يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن نظاماً آلياً لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، بحيث يستطيع القارئ الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تصبح متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

وتعد موقعا على الانترنت سهل الإنشاء والتحديث، يسمح لمؤلفه القيام بالنشر في أي موضوع لحظة بلحظة، وهي صحيفة مصغرة يحررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، وتتألف من منشورات متنوعة أو محددة باختصاص معين وتحتوي على مقالات وأبحاث، تكون في معظم الأحيان مرتببة زمنياً بشكل معكوس أي المداخلة الحديثة تأتي في رأس صفحة المدونة تليها باقي المدونات حسب الأقدمية التاريخية، يستخدمها رجال العلاقات العامة كأداة حيوية للحوار حيث تمكنهم من توصيل أفكارهم وآراءهم مباشرة إلى الجمهور بشفافية، ويمكن توصيل محتوى المدونات عن طريق البريد الإلكتروني أو خدمة توزيع المحتوى المبسط (RSS) التي يتم جمعها في موجز بريدي، ثم توضع على مواقع الانترنت وينشرها آخرون على مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية، وتمكن المدونات رجل العلاقات العامة من إجراء حوار تفاعلي ثنائي الاتجاه ومعرفة احتياجات الجمهور وإبلاغهم، وهناك بعض الإرشادات يتبعها رجل العلاقات العامة عند استخدامه للمدونات نذكر منها²:

¹ مكتب صحفي مسؤول في العصر الرقمي، دان ماركان -ماري تي تشنكو، سلسلة كتيبات، وزارة الخارجية الأمريكية، مكتب برامج الإعلام الخارجي، ص 56 .

² جمال الزرن : المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة، تونس، 2003، ص 22.

- حتى لا تفقد جمهورك أكتب مرتين أو ثلاث في الأسبوع.
- قم بالتحديث المتكرر وبانتظام وبكل منسق، وتأكد من كتابة اسمك حتى يعرفك الجمهور أكثر.
- قم بالتخطيط للمواضيع التي ستنشرها وارفع من مستوى أداءك.
- استخدم لعناوين البارزة لجلب اهتمام القراء وامنحهم أقصى قدر من المعلومات بأقل عدد من الكلمات.
- اكتب بأسلوب حوارى، وقم بترويج مدونتك وضع روابط لها في كل محركات البحث.

ج- التويتر twitter: وسيلة للتدوين مختصر لا يتجاوز 140 كلمة، يسمح بقراءة المعلومات متسارعة التيرة على الانترنت أو إرسالها على شكل رسالة نصية على جهاز الجوال، ما يسمح بتداول المعلومات وتوزيعها بكثافة على نطاق واسع ويعتبر التويتر أكثر انتشارا من غيره من الأدوات الأخرى، ويكون أكثر فعالية في الإتصالات المتعلقة بالحالات المستعجلة وحالات الطوارئ، وذلك بإرسال معلومات عن الموارد المتاحة عند حدوث الازمات، أو الحصول على المعلومات حول الأشخاص الذين يحتاجون إلى المساعدة وقد أقر مكتب ولاية ماستشوستس للشؤون الإدارية والمالية في خدمة المعلومات المنشورة على الانترنت حول استخدام التويتر أن: "عدم المشاركة والانخراط على موقع التويتر في بعض الأحيان يؤدي إلى إطالة فترة الأزمة لأن المشكل هو مايجري تداوله وإعادة إرساله"¹. بالنسبة لعمل رجل العلاقات العامة سهل من وصوله إلى الجمهور ومعرفة ميولاتهم وآراءهم وذلك باستخدام #الهاشتاج الذي يسهل عليه توجيه الجمهور إلى أي منحي يريد. ويمثل "تويتر" شبكة معلوماتية آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف" ماذا يحدث الآن" ، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال ماذا يحدث الآن what's happening now ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور. يعد موقع تويتتر من

¹Alfred Hermida: Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism, Journalism Practice, 2010 , 3pp. 297-308.

بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي يجب على ممارس العلاقات العامة أن يستخدمها، حيث يسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت، يعتبر "تويتر" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى، فقد أصبح "تويتر" جزءاً من نظم وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع "تويتر" في ذكرى تأسيسه الخامسة فإن هناك أكثر من 500 مليون مستخدم في هذا الموقع.

د- موقع لينكدان **linkedin**: هو موقع اجتماعي مختص بالعمل والتجارة يضم العديد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات، يعتبر شبكة اجتماعية مهنية يسمح للمهنيين بإنشاء علاقات في المجال العلمي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية، ورغم بداياته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من بين أهم المواقع الاجتماعية المهنية.

يعرفه موقع تكنوبيديا على أنه " موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملية وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم"¹. ومن بين خصائص موقع لينكدان:

- ✓ يمكن للمستخدمين وضع صور ومشاهدة الملفات الشخصية والصور الخاصة.
- ✓ يمكن للمستخدمين التعرف على عدد الأشخاص الذين يبحثون عنهم .
- ✓ يمكن لأصحاب العمل وضع قائمة وظائف البحث عن مرشحين محتملين.

¹ <https://www.techopedia.com/definition/26940/linkedin-li>

✓ يسمح بتضمين عدد من التطبيقات وكذا عرض الكتب التي يمكن شرائها عبر الأنترنت.

✓ خاصية إنشاء أو تشكيل فريق من المهنيين والدخول في نقاشات حول الوظائف.

✓ الحصول على توصيات واقتراحات أونلاين من قبل خبراء من نفس التخصص.

✓ التعرف على مدراء وخبراء في مجال التخصص.

✓ الاشتراك في مجموعات والمشاركات في النقاشات الهامة التي تفيد رجل العلاقات العامة في عمله.

ه- **يوتيوب YouTube** : بدأ موقع يوتيوب في الظهور على شبكة الانترنت في

15 من شهر فيفري لعام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة بايپال "Paypal" ويعد من أشهر المواقع الالكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، ويفيد موقع اليوتوب رجل العلاقات العامة في تسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الاعضاء وحفظ المقاطع المفضلة، كما يتمكن المشاهد ومن إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة تعليقات لتقييم الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات، وإضافة التعليقات المصاحبة، لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم في الموقع.

و- **الأنستغرام Instagram** :برنامج مجاني يعمل على الهواتف الذكية، يقوم

على مشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي كالتويتر، الفايسبوك، فليكر... يتميز بخاصية الهاشتاغ # لتبين أن المناسبة ذات قيمة وممكن الاصدقاء من المشاركة، وله خاصية اخرى هي امكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها

عن طريق أدوات مختلفة، حظي الانستغرام مؤخرا بشعبية كبرى وأصبح منافس قوي لمواقع التواصل الأخرى.

يساعد الانستغرام ممارس العلاقات العامة في التقرب أكثر من الجماهير وذلك بمشاركة الصور والفيديوهات القصيرة والسماح لهم بالتعبير بحرية وتقديم الاقتراحات عن طريق التعليقات عن المنشورات، كذلك يمكنه من لفت الانتباه للخدمات التي تقدمها المؤسسة من خلال الإعلانات التي يوفرها التطبيق، لذا يجب على ممارس العلاقات العامة أن يضع وصلات للأنستغرام على الموقع الإلكتروني أو على مواقع التواصل الاجتماعي حتى يجمع أكبر قدر ممكن من المتابعين كي يحقق فعالية أكبر¹.

ز- المنتديات Forum: منتدى أو ملتقى الانترنت قد يكون جزءا من موقع متكامل أو المحتوى الوحيد للموقع، وهي مواقع تجمع الأشخاص من ذوي الاهتمامات المشتركة ليتبادلوا الأفكار والنقاش عن طريق إنشاء موضوع من قبل أحد أعضاء المنتدى، ومن ثم يقوم باقي الأعضاء بعمل مشاركات وردود وتعليقات داخل الموضوع للنقاش.

المدونات متاحة للمستخدم أن يكتب ما يريد بمجرد الاشتراك الذي لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة السر الخاصة، ثم يصبح عضوا في المجموعة، وتتيح للزوار فرصة كبيرة للمحادثة حول المواضيع المطروحة، وتعتبر المدونات من أبسط المواقع حيث لا تشترط من مؤسسها كفاءة ولا خبرة فنية إعلامية ولا صحفية، لكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الأعضاء والزوار. وهي مفيدة لممارس العلاقات العامة حيث تمكنه من إنشاء مدونة خاصة بمجال العلاقات العامة تمكنه من تبادل الخبرات والمعلومات حول العمل للقيام به على أكمل وجه مع الخبراء والمختصين في نفس المجال.

¹ <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/انتستغرام> تم الاطلاع عليه يوم 12 جانفي 2017 على الساعة

المطلب الرابع: تطبيقات الهاتف الذكي

ابتكر مبرمجوا تكنولوجيا التسيير المؤسساتي مؤخرا برمجيات لإدارة عمليات العلاقات العامة كي تسهل وتيسر عمل ممارس العلاقات العامة، حيث أصبحت تقوم مقام ممارس العلاقات العامة بدءا من تحديد الأهداف وصولا إلى تنفيذ الأنشطة، كتنظيم الفعاليات وقياس مدى نجاح الاستراتيجيات المتبعة، مراجعة النشاطات الفاعلة وغير الفاعلة، مكنت هذه البرمجيات ممارس العلاقات العامة من الخروج عن التقليد غير الدقيق في العمل، خاصة في كتابة البيانات الصحفية، المقالات، تنظيم الندوات بثتى أنواعها، إرسال الرسائل الاخبارية بالتالي اختصرت الزمن والتكلفة المادية والخاصة الجهد، لأن أهم ما يميز التطبيقات والبرمجيات هو السرعة والدقة في الأداء، وكبر المساحة الرقمية تمكن من إدارة الآلاف من العمليات التسييرية وتخزين عدد لا حصر له من الملفات سواء صوت، فيديو تمكن من حفظها، تعديلها واسترجاعها وقت الحاجة، ومن أهم وأشهر التطبيقات مايلي:

1 / LogMein : برنامج يمكن مستعمله من التحكم في الكمبيوتر والاتصال به من أي مكان، حيث يتوفر على ميزة إمكانية نسخ الملفات من جهاز الكمبيوتر من بعد أو التعديل فيها، أو نقلها من جهاز الحاسوب إلى أي جهاز آخر، للتطبيق نسختان هما LogMeinFree و LogMeinBo، يعمل هذا التطبيق على نظام , Mac , Android , IOS Windows¹. يتيح هذا البرنامج لممارس العلاقات العامة استخدام شبكة خاصة VPN عبر الانترنت، من خلالها يتحصل على عنوان IP، وبهذا العنوان يتمكن من إنشاء شبكة خاصة لها اسم وكلمة مرور، كما يمكنه من إرسال هذه البيانات إلى أي شخص آخر في أي مكان لينظم إلى الشبكة التي قام بخلقها، من أهم مميزاته أن كل الاتصالات التي تتم فيه تكون مشفرة وتكون كل البيانات محمية وفي أمان، ولا يستدعي

¹ <https://www.google.dz/amp/> ايمن-النعيمي /NetworkSet/مدونة

تم الاطلاع عليه يوم 12 فيفري 2017، على الساعة 08:30

من مستعمليه ضبط أي اعدادات سوى إدخال اسم الشبكة وكلمة المرور، وهناك برنامجان يشبهان هذا التطبيق هما¹:

-TeamViewer: من أكثر البرامج استخداما في العالم، لسهولة التعامل معه وتحميله على الجهاز إضافة إلى أنه مجاني ولا يحتاج إلى رخص يتيح هذا البرنامج لمستعمليه إجراء محادثات كتابية أو صوتية، والتحكم بدقة العرض اعتمادا على سرعة الانترنت، ما يميزه أكثر أنه امن ومشفر، يمكن تحميله على الاجهزة الذكية واللوحية التي تعمل بنظام IOS و Android، فبمجرد تحميله وتشغيل البرنامج يتولد لمستعمله رقم خاص به عادة مايتألف من تسع أرقام يكون بمثابة العنوان الذي يمكن مستخدمه من الدخول إلى البيانات.

-Windows Remote Desktop Connection: أحد الأدوات المعروفة التي تأتي مدمجة مع أنظمة مايكروسوفت وخاصة بها فقط، تمكن عدة أجهزة من مشاركة الملفات والطابعة والتحكم الكامل بالجهاز، لا يحتاج إلى أي برامج ليفعل فكل مايتطلب من مستعمله تفعيل الأداة على الويندوز من خلال الدخول إلى خصائص جهاز الكمبيوتر وتفعيل الجهاز. أحد البرامج المفضلة لدى ممارسي العلاقات العامة يستخدمونه للتواصل مع الجمهور الداخلي مع العلم أن هناك إمكانية لاستخدامه للاتصال بأي جهاز خارج الشبكة الداخلية من خلال استخدام خدمة DynDNS أو أي خدمة اخرى مشابهة لكن في أغلب الأحيان يحتاج إلى خدمة Forward على الروترات التي تصل مع الانترنت للسماح للشخص خارج الشبكة بالدخول عن بعد.

2/ whatsapp: برنامج للتراسل الفوري مجاني وأكثر البرامج انتشارا على مستوى العالم، تأسس عام 2009 من قبل الأمريكي "بريان اوكتون" و"لاكراي جان كوم"، كلاهما كان يعمل في شركة الياهو، الواتساب تطبيق متعدد المنصات على الهواتف الذكية، يمكن من ارسال الصور والفيديوهات والرسائل المكتوبة والصوتية،

¹<http://www.7asouby.com/2014/02/use-logmein-hamachi-to-access-your-filesanywhere-html?m=1> تم الاطلاع عليه يوم 12 فيفري 2017، على الساعة 21:30.

بعد الانتشار المذهل الذي شهده التطبيق قامت شركة الفايستوك بشراء عام 19 فيفري 2014، بما يقارب 19 مليار دولار امريكي¹.

من أهم الخدمات التي يقدمها البرنامج لممارس العلاقات العامة معرفة الأخبار، من خلال إنشاء مجموعة دردشة تحوي ما يقارب 10 أشخاص، كذلك يسمح له باسترجاع أي شيء مخزن على التطبيق وتنزيله على أي جهاز، له ميزة تقريب المسافات بين ممارس العلاقات العامة ورجال الصحافة المستخدمين لهذا التطبيق لمعرفة الاخبار وبنها وإيصالها لهم في أسرع وقت.

3/ Evernote : اشتهر هذا التطبيق بتسجيل الملاحظات المتنوعة، سواء كانت هذه الملاحظات عبارات سريعة يريد مستعمله تدوينها، أو ملاحظات صوتية أو صور أو حتى كتابة نصوص، هذا التطبيق متواجد على عدة منصات منها Android, Windows, Iphone، يعتبر بمثابة مفكرة الكترونية لحفظ المعلومات وتدوين كافة الملاحظات التي يخاف مستعمله من فقدها، يساعد على أرشفة وتدوين كل الملاحظات والمراجعات الهامة والعودة لها لاحقاً. لهذا التطبيق أهمية لممارس العلاقات العامة حيث يمكنه من التركيز في مهامه وإنجازها في مساحة عمل مرتبة، وإنشاء قوائم مراجعة ومكان للاحتفاظ بالملفات PDF والصور²، وأيضا يمكن ممارس العلاقات العامة من مناقشة الملاحظات وتبادل الاراء مع الزملاء من داخل التطبيق دون الحاجة للخروج من المكتب، أيضا يمكنه من التحضير للاجتماعات وتنظيم الاتصالات والفواتير دون الحاجة للاتصال بالانترنت، ويمتاز أيضا بإضافة رمز سري للملاحظات ما يضمن عليها طابعا أمنيا.

¹ <http://www.mawdoo3.com/whatsapp-ما-هو-تطبيق>

تم الاطلاع عليه يوم 20 فيفري 2017، على الساعة 17:20.

² <https://www.myandroiddownloads.com/how-to-use-evernote-program/>.

تم الاطلاع عليه يوم 5 فيفري 2017، على الساعة 09:45.

3/ GoToMeeting : تقنية حديثة اختصرت كل المسافات البعيدة وقلصت من الوقت والجهد وهو برنامج تفاعلي لتقديم خدمات اجتماعية إلكترونية والتعليم الإلكتروني ويفيد في عمل دورات تعليمية، تدريبية وحتى محاضرات أونلاين، يمكن استخدامه بواسطة الحاسوب أو الهواتف الذكية. يسعى هذا التطبيق إلى تعزيز العمل والتعاون بين الموظفين من خلال النفاذ الآمن إلى البيانات الموجودة في جهاز الحاسوب من أي مكان، مما يمكن من توسيع أفاق وسطح المكتب الافتراضي، ما يفضي على العمل المرنة والسرعة التي تمكن ممارس العلاقات العامة من النجاح في عمله، يعتبر من التطبيقات التي قضت على التحديات والعوائق التي واجهت ممارس العلاقات العامة أثناء التنقل إلى أماكن أخرى خارج الشركة، يمتاز بتسريع عملية الانتقال بشكل سلس وبيئة عمل متحررة حيث تصبح الإنتاجية متاحة في أي وقت وأي مكان¹، لهذا التطبيق القدرة على جمع حوالي 25 شخصا خلال المحادثة مع خيار استخدام الكاميرا مع المايكروفون كما يمكن المستخدمين من تسجيل الاجتماعات ومشاركتهم مع الآخرين إذا تعذر عليهم الحضور إلى الاجتماع.

4/ TODOist : تطبيق يجمع بين البساطة وسهولة الاستخدام والقوة، يهدف إلى تنظيم المهام والمشاريع وهو أفضل تطبيق لإدارة الوقت يسهل عرض المهام وتصنيفها بسهولة مع توفير إمكانية نقلها بين الأيام أو تأجيلها بسهولة، يستخدمه رجل العلاقات العامة كمذكرة لتدوين مواعيده وملاحظاته كونه مرتبط بهاتفه الذكي فهو يصاحبه أينما ذهب يحمل ميزة التنبيه للوقت المناسب لإشعار ممارس العلاقات العامة، اختزل هذا التطبيق الورق والمواعيد المسجلة على الدفاتر.

5/ Muck Rack : هو مورد كبير للعثور على الصحفيين ومكانهم، والموضوعات التي يغطونها، والأشياء التي تقاسمت أو بالتغريد حول الانترنت، وتوفر

¹<https://ar.itp.net/mobile/602886-سيتركس-مستمر-ون-في-ابتكار-اتنا-لدعم-شركائنا>

تم الاطلاع عليه يوم 10 جانفي 2017، على الساعة 21:05.

الأداة خيارات للبحث عن وسائل الإعلام ومحررين المجلة والمدونين، والمنشورات الرقمية، كما يمكن ممارسة العلاقات العامة من بناء قوائم لوسائل الإعلام، وإنشاء ورصد رسائل البريد الإلكتروني لوسائل الإعلام.

Meltwater/6 : هي أداة لمراقبة العلاقات العامة والإعلام الاجتماعي تسمح للمديرين برصد التفاعل في وسائل الاعلام الاجتماعي والمحتوى، ورصد المنافسين في المجال والقصص الناشئة، وقياس نتائج جهودهم.

Mention /7 : يمكن ممارسة العلاقات العامة من إدخال اسم الشركة أو اسم المسئول التنفيذي، وغيرها من المعلومات التي ترغب في مراقبتها وكذلك المواقع التي يريد مراقبتها، وبعد ذلك الحصول على إشعارات الجوال أو رسائل البريد الإلكتروني عندما يقوم شخص ما بذكر العلامة التجارية. وبالإضافة إلى ذلك، تمكنه هذه الأداة من إدارة حسابات وسائل الاعلام الاجتماعي الخاصة به من خلال لوحة التحكم.

Coverage Book/8 : تجعل هذه الأداة من السهل جمع ما يذكر في وسائل الإعلام والجهود المدفوعة كالإعلانات، ويمكنه تحميل التغطيات أو إدخال رابط المواقع ثم تقوم الأداة بالتقاط الشاشة، وتظهر لوحة التحكم الرئيسية الربط بين وجهات نظر والمشاركات، والروابط الناتجة عن جهود العلاقات العامة، كما تمكنه أيضا من معرفة المقالات الفردية وتأثيرها.

cision/9 : هي واحدة من أهم الأدوات في العلاقات العامة، إذا تحتوي على قاعدة بيانات لأكثر من 1.6 مليون من الصحفيين والمؤثرين وجهات الاتصال، وتوفر منصة النشر المتقدم، وميزات التتبع والتحليل للتأكد من عدم نسيان أي ذكر أو فشل في الجهود. وتمكن الأداة أيضا من توسيع حملات انتشار المحتوى من خلال الموقع بحيث يتمكن المحررون من معرفة المحتوى الموصى به في المواقع.

Brand24/10 : تتيح له هذه الأداة تتبع ما ينشر ومعرفة مشاعر الآخرين على الانترنت لفهم الكيفية التي يتم بها التحدث عن علامة المؤسسة التجارية على الانترنت،

كما تمكنه من مشاركة التنبيهات مع أعضاء الفريق الآخرين، وتسمح الأداة بمراقبة المشاعر وآراء المنافسين للحصول على عرض أكثر واقعية لكيفية عرض العلامة التجارية.

Anewstip/11 : هو محرك بحث للعثور على الصحفيين والأشخاص النافذين وسائل الإعلام، يمكنه من تحديد الصحفيين من خلال الموضوعات واللغة، ومدى نفوذهم من خلال معرفة عدد التغريدات أو عدد المرات التي ذكر فيها الشخص، وبهذه المعلومات يمكن إنشاء قوائم لوسائل الإعلام ومعرفة مواقع التي تقدم خدمات البيع ومتابعة التواصل والاستجابة لها، وهو موقع مفيد أيضا لرصد التغريدات والمقالات التي نشرت بحيث يمكنه من معرفة الاتجاهات للوصول إلى الصحفيين المهتمين في الموضوع.

Brandwatch/12 : هو أداة مراقبة لوسائل الإعلام الاجتماعي التي يمكن استخدامها لتتبع حملات العلاقات العامة. وتمكنه من مراقبة المواضيع ذات الصلة، وأفضل المواقع التي تذكر الشركة. ويمكن أن تكون أداة مفيدة للغاية في حالة الأزمات أو إذا كان بحاجة إلى لمراقبة تحركات المنافسين. ويمكن أيضا أن تستخدم لتتبع الأخبار العاجلة.

Critical Mention/13 : هي أداة مراقبة لوسائل الإعلام حيث تمكن من البحث في التلفاز والإذاعة والأخبار على شبكة الإنترنت، ووسائل الاعلام الاجتماعي لتعقب ذكر العلامة التجارية الخاصة بالمؤسسة، واتجاهات الموضوعات ذات الصلة بها، وتقدم هذه الخدمة إمكانية قص وتبادل تغطية البث وتحليل الجمهور. والاشتراك في الموقع يعمل على بشكل يومي لدعم وإدارة الحسابات.

Marketwired /14 : هي خدمة توزيع النشرات الصحفية حيث بواسطتها يستطيع بناء وسائل الاعلام وقوائم المؤثرين، وإرسال آخر الأخبار للجمهور المستهدف

وتتبع الأداء، ولدى الخدمة ميزة حيث يمكنه إنشاء غرفة الأخبار على الانترنت لتخزين كل شيء عن العلامة التجارية.

BlogDash/15: توفر هذه الأداة لأقسام العلاقات العامة قاعدة من البيانات عن المدونين والمؤثرين من مختلف الفئات. وتسمح الأداة بتحديد أهداف الحملة، وإنشاء القوائم للوصول إلى المدونين.

خاتمة :

نتج عن العلاقات العامة 2.0 وتبني التقنيات الجديدة ايجابيات كثيرة سهلت عمل ممارس العلاقات العامة، واختصرت عليه الجهد والوقت والتكلفة، كما قضت على هامش الخطأ، وزادت من قدرات ممارس العلاقات العامة واحترافية في أداءه للمهام الموكلة له، وقد ساهمت أدوات العلاقات العامة 2.0 في الوصول إلى قواعد البيانات والحصول على كل المعلومات، والاتصال والتواصل مع مختلف الفئات بسرعة قصوى، من جهة أخرى إن تطور العلاقات العامة من النمط التقليدي إلى الرقمي أو الالكتروني لم يغير من مبادئها ولا من أهدافها، بل ساهمت هذه الآليات الالكترونية في توفير التغذية العكسية بين المؤسسة وجمهورها، وأضفت على العلاقات العامة قيمة وميزة ومكانة هامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة.

وعليه اليوم وفي عصرنا الحالي أصبحت العلاقات العامة 2.0 حتمية واجبة على كل ممارس للعلاقات العامة في أي مؤسسة أن يتبنى النظرة المبتكرة ويعمل على مواكبة كل التغييرات التي تطرأ على هذا المجال والعمل على اللحاق بالركب التكنولوجي.

وعليه نوصي بعد هذه الدراسة إلى:

- تنبيه القائمين بالعلاقات العامة إلى ضرورة العمل بالتقنيات الحديثة وأدوات الويب 2.0 لتسهيل العمل وإنجاز الأنشطة والمهام الإدارية المختلفة بطريقة سهلة سريعة.
- زيادة الاهتمام باستخدام كافة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديث لمواكبة التطورات التي أدخلت حديثاً على شبكة الإنترنت.
- العمل على اقتناء برمجيات العلاقات العامة 2.0 والعمل بواسطتها لتسهيل عمل العلاقات العامة في الجامعة وزيادة الدقة والقضاء على هامش الخطأ.

-محاولة التوجه إلى وسائل التواصل الاجتماعي لبناء العلاقات مع الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي.

قائمة المراجع :

- جمال الزرن(2003) : المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة، تونس.
- زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتيوي (2006) :القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، قسم الصحافة والإعلام، غزة.
- شريفة رحمة الله سليمان (2009): دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الالكترونية -دراسة حالة على حكومة دبي-، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي، الامارات العربية المتحدة.
- عباس مصطفى صادق(2013) :الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان-الأردن.
- عبد العزيز بن سعيد الخياط (2015): ورقة علمية مقدمة إلى " الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان - العلاقات العامة الرقمية"، الرياض، المملكة العربية السعودية، 8-9 افريل.
- فهمي محمد العدوي (2011) :مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- لامية صابر، غزالي محمد(2015): دراسات في الإعلام الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي في النشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- مكتب صحفي مسؤول في العصر الرقمي، دان ماركان -ماري تي تشنكو، سلسلة كتيبات، وزارة الخارجية الامريكية،مكتب برامج الإعلام الخارجي.
- وائل سرحان (2016): المؤتمر السابع للعلاقات العامة رؤية ومستقبل، BAESystems،السعودية،6 ديسمبر.

- رجاء وحيد الدويدري (2000): البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا، ص 20.
- هدى عثمان عبد الله حمد: دور وسائل الاتصال الحديثة في فاعلية العلاقات العامة – دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس – رسالة مقدمة لنيل الدكتوراه في العلاقات العامة والإعلان، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2010-2014.
- يوسف عثمان محمد: فاعلية مواقع الانترنت في العلاقات العامة - دراسة وصفية تحليلية لعدد من المواقع الالكترونية السودانية -، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2011-2013.
- Deirdre Breakenridge : social media and public relations , eight new practices for the PR professional , 1st ed, 2012.
- David E Barbee and Ronnie B Hobbenstein : Alternative Multimedia :A tool for Governement transformation , Information Resources Management Journal.
- Alfred Hermida: Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism, Journalism Practice, 2010, 3pp. 297-308.
- [مقاييس-لنجاح-حملات-الاتصالات-والعلاقات-](https://www.meltwater.com/ae/blog/-مقاييس-لنجاح-حملات-الاتصالات-والعلاقات-)
- <http://fr.scribd.com/document/77002202/net4pr07blogspot>
- <https://www.techopedia.com/definition/26940/linkedin-li>
- [انتسغرام](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/انتسغرام)
- [مدونة NetworkSet/ايمن-النعمي/](https://www.google.dz/amp/مدونة/NetworkSet/ايمن-النعمي/)

- <http://www.7asouby.com/2014/02/use-logmein-hamachi-to-access-your-filesanywhere-html?m=1>.
- [ما-هو-تطبيق-whatsapp](http://www.mawdoo3.com/whatsapp)
- <https://www.myandroiddownloads.com/how-to-use-evernote-program/>.
- [سيتر كس-مستمرون-في-ابتكار اتنا-لدعم--602886](https://ar.itp.net./mobile/602886)
[شركائنا](#)
- <https://androidAppcom.ToDoistonPlayboard>
- <https://www.linkedin.com/pulse-naif-althayt> .
- <https://blog.hubspot.com/agency/prtools#sm.000v74xel196oe82sdz120b142rca>
- <https://blog.hubspot.com/agency/prtools#sm.000v74xel196oe82sdz120b142rca>

إشكالية الهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد ثنائية الإنفتاح

والإختراق

The problem of cultural identity in the new media is two-way openness and penetration.

اعداد:

بلبلدية فتحة نور الهدى

باحثة دكتوراه-وسائل الإعلام، إتصال ومجتمع

أستاذة مؤقتة بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

benblidia-hd@hotmail.com

ملخص:

تعتبر مسألة الهوية الثقافية في علاقتها بالإعلام الجديد مسألة مركزية، حيث جدد هذا الأخير بوسائله المختلفة التفكير في مسائل الهوية الثقافية، خاصة هوية الشباب الذي أكدت عليه الإحصائيات باستمرار أنهم الفئة الأكثر إستخداما. فهو يمثل ظاهرة إتصالية أحدثت تغييرات كبيرة على مستوى علوم الإعلام والإتصال سواء في مفاهيمه أو خصائصه أو مدلولاته. إضافة إلى ذلك تحولات إجتماعية سريعة أثرت على الكيان الإجتماعي والثقافي خاصة فئة الشباب، وأصبح الشريك الفعال والحقيقي لمؤسسات التنشئة الإجتماعية التقليدية في تشكيل ثقافة الشباب.

الكلمات الدالة : الإعلام الجديد، الثقافة، الهوية الثقافية، الشباب.

: Abstract

The issue of cultural identity in relation to the new media is a central issue. The latter renewed his various ways of thinking about issues of cultural identity, especially the identity of young people, which statistics have consistently confirmed as the most used category. It represents a communication phenomenon that has caused great changes in the level of information and communication sciences, whether in its concepts, characteristics or meanings. In addition, rapid social transformations affected the social and cultural entity, especially the youth, and became the active and real partner of traditional socialization institutions in shaping youth culture.

Key words: New media, culture, cultural identity, youth

مقدمة:

من أبرز التحوّلات المهمة التي عرفتها البشرية في العقد الأخير ظهور الإعلام الجديد، وما يحمله من خصائص ومميزات لم تعرف من قبل عن الإعلام التقليدي؛ حملت في طياتها تغييرات جوهرية مست البنى الإجتماعية ونتجت عنها وتغييرات ثقافية كان من الصعب في السابق إختراقها أو تغييرها؛ حيث إستقبلت كثير من المجتمعات بفعل هذا الإعلام الجديد قيما ثقافية بعضها مخالف لقيمها الثقافية المحلية. ولكن طبيعة العصر والوسيلة المستخدمة، فككت وتلك الرقابة الإجتماعية، ولم تعد تلك التراتيب الإجتماعية أو النصوص القانونية تتحكم في عمليات العبور أو الإختراق، لما يملكه الإعلام الجديد من قوة تأثير عام وبالخصوص على فئة الشباب كونها فئة حساسة في المجتمع. ولهذا توجد مبررات حماية هذه الفئة من أخطار عولمة الثقافة، لأن كل الدلالات التي ظهر بها الإعلام الجديد تسعى إلى إعادة تشكيل ثقافة هذه الفئة حسب أجدته الظاهرة والخفية، وهنا تبرز قيمة هذه الورقة البحثية في محاولة تحديد ومناقشة ظاهرة تشكيل ثقافة الشباب من خلال الإعلام الجديد.

الإشكالية :

إن أكبر التغييرات التي حدثت في تاريخ البشرية تعود إلى وسائل الإتصال، فقد كان إختراع آلة الطباعة مثلا نقلة نوعية في تاريخ المجتمعات الإنسانية، ثم ما أنفكت هذه التغييرات تتوالى عبر ما يستجد من الإبتكارات والتطورات في مجال وسائل الإتصال والإعلام. حتى برزت موجة جديدة مما يسمى بالإعلام الجديد أو الإعلام الإجتماعي الذي يتميز عن سابقة من حيث التقنيات والأشكال والإستخدامات، وكذا السرعة الفائقة في تحقيق كل ما هو مرغوب. إن كل ما هو جديد فهو مرغوب كما يقال، وفئة الشباب هي الأكثر إنجذابا نحو الجديد والأكثر إندفاعا إلى التغيير. والأكثر إقبالا على هذا النمط المستجد من الإعلام وأكثر إستهلاكا لمنتجاته المادية والرمزية. بإعتبار أن الشباب يعيش مرحلة البناء والهدم : أي مرحلة التشكيل وإعادة تشكيل

القيمي والثقافي. وعليه ومن خلال ماسبق التطرق إليه تسعى هذه الورقة البحثية إلى إبراز كيف يساهم الإعلام الجديد في تشكيل الهوية الثقافية للشباب؟

تحديد المفاهيم :

1 الإعلام الجديد : الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات Information Explosion، وظاهرة الإتصالات عن بعد Telecommunication، وله خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل Interactivity¹.

2 الثقافة : ويشق هذا المصطلح من كلمة Cultura اللاتينية المشتقة بدورها من فعل Colere وهو ينطوي على " أعلى مستوى من التعبير عن الإنسانية، ولطالما كان ينافس مصطلح الحضارة الذي في معناه الكلاسيكي وبالإحالة إلى تحسين المواقف وتلطيف السلوكيات يتناقض مع مصطلح الهمجية. ينطوي مصطلح الثقافة على عدة دلالات متعددة وينطبق على الأعمال الميدانية كما على الإنجازات التقنية، وعلى القدرات الفكرية كما على التمرين الجسدي، وعلى علم الأحياء، كما على الآداب والإنسانيات"².

3 الهوية الثقافية : يعرفها محمد عابد الجابري بأنها كيان يسير، يتطور، وليست معطى جاهزا ونهائيا. هي تسير وتتطور، إما في اتجاه الإنكماش وإما في اتجاه الانتشار، وهي تغتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، وإنتصاراتهم وتطلعاتهم، وأيضا بإحتكاكها سلبا وإيجابا مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغاير من نوع ما. وعلى العموم، تتحرك الهوية الثقافية على ثلاثة دوائر متداخلة ذات مركز واحد:

¹: سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، المجلد 26-العدد الأول + الثاني، مجلة، جامعة دمشق، 2010، 442.

²: جيل فيريول: معجم مصطلحات علم الاجتماع، ترجمة محمد الأسعد، ط1، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2011، 66.

(فالفرد داخل الجماعة الواحدة، والجماعات داخل الأمة، والشيء نفسه يقال بالنسبة للأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى).¹

4 الشباب: هم فئة من البشر لهم تكوينهم البيولوجي والسيكولوجي المختلف عن تكوين الشرائح العمرية الأخرى " ولهم اوضاعهم الإجتماعية ومواقفهم المختلفة عن نظائرهم من الشرائح العمرية الأخرى، الأمر الذي يدفع إلى ظهور مجموعة من القيم أو المعايير التي تتوافق مع إحتياجات هذه الشريحة"² أما في المعجم اللغوي الإنجليزي compact oxford فإن لفظ الشباب يقابله كل من اللفظين. Young youth وتطلق على المرحلة العمرية التي تمتد من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد.³

علاقة الإعلام الجديد بتشكيل الهوية الثقافية " الأهمية والوظائف "

① **أهمية الإعلام الجديد:** تعتبر وسائل الإعلام والإتصال عبر العصور محورا أساسيا إزاء القضايا الإجتماعية والثقافية " نتيجة ما تميزه من سرعة الشيوخ، ومع تطور طرائق الإتصال وظهور وسائل الإعلام الجماهيرية أصبحت من أقوى وسائط نقل الأفكار، وأشد عوامل التأثير في السلوك الإنساني "⁴. وتكمن أهمية الإعلام الجديد فيما يلي :

أ. أهمية قيمية: لقد تغيرت الوسيلة وتغيرت معها الأهداف والغايات، ما من وسيلة إعلامية جديدة اليوم إلا وتحمل في خلفياتها قيمة ثقافية وإجتماعية تعزز غايات مصدر إنطلاقها لتعبر بها الفضاءات المفتوحة لأنها تحمل قيما ثقافية تعبر عن حاجيات فئات

1: سامية عزيز، عمر حداوي: دور المجتمع المدني في المحافظة على الهوية الثقافية في ظل العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2011، 707

2: المنجي الزايدي: ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مجلة عالم الفكر، الكويت، 2006، 203.

3: English Dictionary .compact exford.p112

6: مبارك محمد مجذوب: تأثير الإعلام الجديد في الشباب ثقافيا ومعرفيا، ورقة مقدمة لمؤتمر مكة المكرمة السادس عشر، الشباب المسلم والإعلام الجديد، مكة المكرمة، 16-17 سبتمبر، 2015، 04.

إجتماعية مختلفة. إن الرسائل الإعلامية المتداولة اليوم أصبحت مفخخة بتلك القيم الخفية أو الملونة بألوان الطيف التي تغري الجمهور وتبدو أنها موضوعية في جوهرها ولكن حقيقتها غير ذلك. فالقيمة تشكل إحدى المدخلات الأساسية لوسائل الإتصال الجماهيرية، ومن ثم تتحول هذه الوسائل إلى قنوات تتحرك في إطارها القيم بدل أن تكون عاملا في إبعاد هذه القيم ودفع الإنسان إلى تقديس لذاته وهواه.¹ وبما أن القيم الثقافية والاجتماعية هي مصدر قوة وتميز لأي شعب من الشعوب كما تعتبر رأسماله الحقيقي وفي إثبات وجوده من ناحية البناء الوظيفي والاجتماعي. "إن رأسمال القيمي يرتبط بتطور الحضاري وليس بإنحطاطه، فمكانه القيم مؤثر على مستوى الحضارة في أي مجتمع"²

ب. أهمية معرفية: إن الإعلام الجديد بكل وسائله الإتصالية يسعى إلى تزويد الجمهور بكل المعارف والمعلومات سواء كانت مستحدثة أو قديمة، ومما زاد من قوته في هذا الجانب أنه أصبح الرافد الحقيقي للمعلومة. فهذه الأخيرة أضحت اليوم تدور في سياق وسائل الإتصال المتطورة التي غيرت العالم وجعلته قرية صغيرة كما عبر عنها "ماكلومان" بل جعلت منه شاشات ذكية تزوده بالمعلومة تارة وتغير من أفكاره وسلوكه تارة أخرى.

② وظائف الإعلام الجديد: تعددت وتنوعت وظائف الإعلام مع تعدد مخرجاته نتيجة لتطورات تكنولوجية معلوماتية التي عرفتها البشرية إذ لم تعد وظائف الإعلام تقتصر على تلك التوجهات القديمة بل تفننت في الوسائل والتقنيات والإستخدامات، مما غيرت وجه العالم مع هذه الموجة من المعرفة، وبذلك برزت في واقع الناس وظائف

: عزي عبد الرحمن: قراءة إستيمولوجية في تكنولوجيا الإتصال، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 25، 2004¹

: عزي عبد الرحمن: الرأسمال الرمزي الجديد: قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات في المنطقة العربية، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، 123.

متعددة لوسائل الإعلام والاتصال نحو المجتمع يمكن إبرازها في أهم الوظائف الرئيسية:

أ. وظيفة تفاعلية: استطاعت الجماهير أن تستفيد من الخدمات الإعلامية الجديدة التي لاتخضع إلى سلطة الترتيب التي تأسست عليها العملية الإعلامية. " لقد كانت لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة تأثير كبير في عملية الاتصال وظهور مفاهيم جديدة مثل تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، ومفهوم مابعد التفاعلية والتي تنطوي جميعها على جملة التطورات الاتصالية الحادثة والقائمة في المجالات الإعلامية، وتوضح مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديد على عملية الاتصال ذاتها"¹

فمع ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجديدة، وإقترابها من الجمهور من حيث الإستعمال والتحكم في تقنياتها المتطورة، ودورها الفعال في تحقيق رغباته. "إزداد اللجوء إليها كأداة للتعبئة كما تعد أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم، خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد، وبداية تشكل عالم جديد، وتتأثر هذه الإتجاهات بدرجة إنتشار تقنيات الاتصال الجديدة في المجتمعات وبطبيعة أنظمتها السياسية."²

ويقوم الإعلام الجديد على فرضية المشاركة الفعالة للجمهور، بحيث تغيرت معطيات الإعلام التقليدي بتوجيه الرسائل من طرف المهيمن فقط. بل أصبحت العملية الإعلامية الاتصالية أشمل من ذلك حيث يسودها التفاعل بين الطرفين. أصبحت الرسالة يشارك فيها المستقبل والمرسل على حد سواء « ولقد استطاعت الوسائط الاتصالية الجديدة أن ندرك أن ديمقراطية الاتصال ليست مسألة فنية تترك في أيدي المديرين الإعلاميين، وإنما هي مسألة أشمل من ذلك تستلزم مشاركة كاملة من جانب

¹: نديم منصور: سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، بيروت، 2014، 57.

²: محمد بن هلال: الإعلام الجديد ورهان تطور الممارسة السياسية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 34، 2012، 26.

السواد الأعظم من الناس لإسهامهم في صنع السياسات الإعلامية والإتصالية على مختلف المستويات.¹

ب. وظيفة نقل المعلومة : تسعى وسائل الإعلام والإتصال الجديدة على تثقيف الجمهور من خلال العمليات الإتصالية التي تقوم بها من خلال ما يقدم للجمهور من أفكار ومعلومات ومعارف في أشكال تقنية متعددة لم تعرفها الوسائل التقليدية من قبل، بحيث أصبح بإمكان أي فرد أن يتقن نفسه في أي علم من العلوم أو المعارف الخاصة التي لا تكن من مهام إلى المختصين، وهذا نتيجة للإنفجار المعرفي الذي أحدثته وسائل الإعلام والإتصال الحديثة إذ من خلال لمسة لجهاز بإمكانك إحضار معارف البشرية لقرون طويلة بين يديك في لحظة قصيرة، هذه المعارف المتزايدة كان من نتائجها الإيجابية إنتشار المعلومة أو إنتقال المعرفة من المركز إلى الأطراف، ومن المعلم إلى المتعلم ولو بشكل محدود، حيث تعمل هذه المعارف المنقولة والمنتشرة على المحافظة على ثقافة المجتمع، وتساعد على تطبيع أفرادهم وتنشئتهم على المبادئ القيمة التي تسود في المجتمع كما يسعى إلى تثقيف وتطبيع الناس على عادات الأمة وتقاليدها وانماط سلوكها. إن للتثقيف أثرا كبيرا في تشكيل الإتجاهات النفسية، والرأي العام، ولهذا يركز الإعلام الجديد كل إهتمامه على حين يقدم المادة الثقافية، على إعادة بناء القيم والعادات، بما يتفق وإحتياجات المجتمع.²

إن المعلومات التي نحصل عليها تعمل على توجيه السلوك وتغيير الكثير من المواقف أو الآراء والأفكار وذلك من خلال ما نتعرض إليه من مخزون من المعلومات الكثيفة التي يطلع عليها مستخدم وسائل الإعلام والإتصال الجديدة، إن ما تميزت به وسائل الإعلام والإتصال الجديدة هي سرعة نقل المعلومة وبأوجه وأشكال متعددة ومختلفة تجمل الرأي والرأي الآخر، وتمكن الجمهور من المعلومة في أي مكان وفي أي زمان.

¹: نديم منصور، مرجع سابق، 61.

: فاطمة حسين عواد: الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 34، 2010. ²

ج. وظيفة التكوين والتدريب : لم يعد يخفى أن الكثير من الأنشطة التكوينية أو التدريبية على مستوى الأفراد أو المؤسسات الرسمية أو الغير رسمية أصبحت تستخدم هذه الوسائل في تكوين وتدريب أفرادها وإطاراتها سواء بالطريقة التقليدية أو عن طريق العالم الافتراضي من اجل رفع كفاءة الفرد أو العامل، فالعمليات التكوينية هذه في مجال تنمية الموارد البشرية إستفادت بشكل كبير من فوائد الإعلام الجديد من حيث الوقت ونقل المعلومة. ..إلخ، وإن الهدف من العملية التربوية والتنقيفية اليوم هي محاولة تنمية الفكر وتقوية ملكة النقد عند الفرد، وتكوين الشخصية الإنسانية على الكثير من القيم الإنسانية والمعرفية. إذ لم تعد طرق التعليم التقليدية تسير مرحلة الانفجار المعرفي والتقني مما سمح لتقنيات الإعلام والاتصال أن تصبح ضرورة تستخدم في التعليم الرسمي والغير رسمي، وفي المؤتمرات والملتقيات والندوات والأنشطة العلمية والتربوية والتكوينية بشكل فعال لا يمكن تجاوزها. ويعتقد الكثير من الباحثين أن هذه الوظيفة أضحت من ضرورات الحياة التي لا يمكن الإستغناء عنها أو تجاهلها من أجل مسايرة التغيرات الإجتماعية والثقافية المرتبطة بالإعلام الجديد.

د. وظيفة التسلسة والترفيه : تسعى وسائل الاتصال والإعلام إلى إدخال البهجة والسرور والامتناع إلى المستقبل نفسه من خلال ما تقدمه من منتوج إعلامي يسعى إلى استمالة الفرد وإمتاعه بما يرغب فيه، وتحقيق الحاجات النفسية والعقلية من خلال الاستخدامات المتنوعة. حيث تنوعت هذه المضامين الثقافية المتاحة لتلبية رغبات الجمهور وأذواقه المختلفة، لذا نرى مع كل يوم جديد سلعة ثقافية جديدة تغزو السوق الثقافية التي تروج لها وسائل الإعلام والاتصال بحيث تهدف إلى الترفيه عن الجمهور ثم ربطه بهذه القنوات الإعلامية ليصبح أسيرا في يدها تتحكم فيه كما تشاء. وتعتبر هذه الوظيفة ذات أثر نفسي، وتهدف للتنفيس عن المتاعب والألم، وساهم الإعلام الجديد في ملئ أوقات الفراغ بالبرامج الترفيهية مثل المسرحيات والروايات الفكاهية والمسلسلات وحتى الموسيقى¹. إذ يعمل الإعلام الجديد بتقنياته التكنولوجية على

1: فاطمة حسين عواد، مرجع نفسه، 35.

ممارسة نوع من السحر الذي يترك الجمهور مسحورا، ويبحث من وراء هذا السحر الرقمي على المتعة والترفيه بحيث ينقله إلى عالم إفتراضي آخر يعيش لحظات مع الأحلام تؤدي به للإسترخاء والإبتعاد الزماني والمكاني عن واقعه المادي، هذا الإنتقال السحري إلى عالم الخيال الإفتراضي له نكهة الإستمتاع ولو مؤقتا مع شهوات العقل والنفس.

③مكانة الشباب : تكمن مكانة الشباب في كونه العمود الفقري للمجتمع، إذ يعتبر الشباب ذلك الرابط الإجتماعي الذي يجمع بين التنشئة الاجتماعية الأولى والإنتقال إلى العالم الواسع من التغيرات القيمية، والتي تسعى إلى التحكم فيه، وتوجيهه نحو مخارج قد تتوافق مع قيمه الثقافية الاصلية وقد تتناقض وتتنافر. وإذا كانت المجتمعات في القديم واليوم تعتبر فئة الشباب هو الرأس مال الحقيقي للمجتمع إذ هو الثروة بمعناها المادي والقيمي التي لا تفنى بل تتغير ثم تتجدد. لا يمكن لحركة التغيير في المجتمع ألا تمر عن طريق هذه الفئة فهي معبر استراتيجي في عملية التجديد والتغيير الثقافي والحضاري إن الشباب هم من يصنعون التاريخ ولهذا لم تغفل المجتمعات في يوم ما عن فئة الشباب بل كانت محض إهتمام متزايد على مر الحضارات، وتكمن أهمية الشباب في جملة من المميزات التي تعطيه حق الإهتمام والأولية، ويمكن تحديد ذلك في العناصر التالية:

أ.مكانة ديمغرافية :

إن أهمية الشباب تؤكدتها تلك الإحصائيات والتي تبين أن نسبة الشباب هي الفئة الأكبر في المجتمع وهي في تزايد مستمر، وإن قلت نوعا ما في بعض البلدان " حيث بينت بعض الدراسات أن هناك بليون شخص بين 15-24 سنة في العالم. و18% من سكان العالم من فئة الشباب، و30% من سكان العالم تحت سن 15 سنة، و85% من فئة الشباب يعيشون في الدول النامية، منهم 21% من سكان الشرق الاوسط وشمال إفريقيا من الفئة العمرية من 15-24 سنة، و37% تحت عمر 15 سنة، ويشكل الشباب 47% من مجموع العاطلين عن العمل في العالم، كما تشكل بطالة الشباب في

المنطقة العربية 25.6% مقابل 14.4% في العالم. ولأول مرة في التاريخ يكون نصف البشر في العالم من الفئة العمرية 16-31 سنة، ومنهم 25% مازالو في مراحل التعليم المختلفة بين 21-25 سنة.¹

إن أهمية الشباب الديموغرافية لا تتوقف عند عمليات إحصائية لبعض النسب بين الزيادة والنقصان، وإنما تتعداها إلى أمور أخرى مرتبطة بحياة هذه الفئة الاجتماعية المهمة، والمتمثلة في التعليم والعمل والترفيه والمشاركة المجتمعية

ولويات الشباب "ويشير تقرير التنمية البشرية العربية إلى أولويات الشباب وهي العمل بنسبة 45%، والتعليم بنسبة 23%، والبيئة بنسبة 12%، وتوزيع الدخل والثروة بنسبة 8%، ومن ثمة المشاركة السياسية 5%، Farعاية الصحية والفقير بنسبة 4% لكل منهما".²

إن الأهمية الإحصائية تعطي مدى إهتمام المجتمع بهذه الفئة بما يجب أن يقدمه المجتمع لهذه الفئة العمرية النشطة من خلال تهيئة استراتيجية من حيث حمايته وتوجيهه وتعليمه، وتثقيفه وخلق مناصب التوظيف الاجتماعي في المستقبل، بمعنى آخر قراءة إستشرافية لهذه القوة البشرية الفعالة، لا القراءة

السلبية للإحصاء من أجل التباهي وتسجيل الأرقام القياسية على سجلات الحكومات والمنظمات.

ب.مكانة إجتماعية :

وتكمن أهمية الشباب الاجتماعية من خلال المشاركة الفعالة له داخل الأنساق الاجتماعية، والدور الذي يجب يؤديه من خلال حدود المساحة المسموح بها إجتماعيا، وتبرز هذه الديناميكية من خلال سعي الحركات الاجتماعية إلى إحتضانه وتوجيهه

1: ليلة علي: المجتمع المدني، قضايا المواطنة وحقوق الإنسان، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2007،34.

2: محمد شطاح: فضاءات الشباب في الفضاءات العربية، ط1، دراسة نقدية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013،176.

حسب رغبتها وأفكارها وتوجهاتها ليكون العنصر الفعال إجتماعيا حين تسند له تلك الوظائف الاجتماعية في المستقبل ليكون جاهزا كما صنعتها المؤسسات الاجتماعية " أن المجتمعات تتجه نحو الإهتمام بشكل أكبر لمرحلة الشباب وإعطائها خاصة على المستويين الاجتماعي والإنساني، لأنها مرحلة الطاقة الدافقة والعقلية المبدعة والإرادة المغيرة، فالشباب يجمع القوة بمعانيها الشاملة والمتنوعة التي تغطي جوانب الحياة جميعا، لما يتصفون به من صفات لا يشاركون فيها غيرهم، وتشير المعطيات الإحصائية إلى الأهمية الكبيرة للشريحة الاجتماعية التي تمثلها الفئة الشابة في بلدان العالم، يقول " غوته" إن مستقبل الأمم مرهون بطاقات عناصرها الفتية.¹ إن طاقة الشباب تتميز في هذه المرحلة بالحيوية والعنفوان في مساهمة ركب التغيرات الاجتماعية داخل إطاره الاجتماعي والثقافي حيث يمثل الشباب في كل أمة يدها القوية في عملية البناء والتغيير، لما يحمله من طاقة وحيوية ونشاط، ويعتبر همزة الوصل التي تربط بين الحاضر والمستقبل "ويعتبر الشباب وقوداً لحركات التغيير في كل المجتمعات، لما يتمتعون به من حماسة القلب، وذكاء العقل، وحب المغامرة والتجديد، والتطلع دائماً إلى كل جديد، والثورة على التبعية والتقاليد، إلا ما كان ديناً قوياً، أو تراثاً صحيحاً.² "وبرغم الجهود التي تبذلها الدول لحماية هذه الفئة فإن التغيرات الثقافية السريعة النابعة من عدة مصادر كالثقافات المتعددة ووسائل الإعلام الجديدة "غيرت من شخصية الشباب وتوازنهم، وولدت الكثير من التناقضات التي يعيشون ويتفاعلون معها بصورة يومية، وقضت فيها على تأثير العوامل المكونة للشخصية وهي التنشئة الاجتماعية الوالدية لتحل محلها التنشئة النابعة من البدائل، مما أنتج الصراع القيمي بين الشباب والسلوكيات والتصرفات النابعة من الثقافات الأخرى المتداخلة مع ثقافة

1: جميل صليب: مشكلات الشباب العربي، مجلة العربي، بيروت، العدد39، 1973، 173.

2 نافذ سليمان الجعب: تربية الشباب على ثقافة التغيير، مؤتمر الدولي 17، نوفمبر، جامعة الأقصى، غزة، 2012، 17.

المجتمع، كذلك تأثرت المكانة الحالية للشباب التي عن طريقها يؤسس الشباب علاقتهم بالمجتمع.¹

ولقد أصبحت المبررات الإجتماعية ذات أهمية قصوى في حماية الشباب من تلك التأثيرات المتعددة والمتزايدة والتي فتح الإعلام الجديد أبوابه لدخولها دون رقيب ولا حسيب مما زاد من أهمية حماية الشباب وذلك من برامج ثقافية واجتماعية تتمثل في " طيرهم وإدماجهم في مسارات الحياة الإجتماعية والوطنية والإنتاجية النشطة والمشاركة. إنهم يشكلون العبء الذي تضيق به السلطات ذرعاً، وتخشاه أيما خشية، في الوقت نفسه ذي تقتصر فيه أيما تقصير في وضع الإستراتيجية الكفيلة في حين توظيف طاقاتهم الإنتاجية، ودفعهم إلى البذل والعطاء.²

ج. مكانة ثقافية

إن فئة الشباب من كثر الفئات تأثراً بتلك التغيرات الثقافية التي تحدث في وسطهم الإجتماعي، حيث يمر الشباب بعدة مراحل تسبب لهم تصدعات من خلال الموروث الثقافي الذي نشؤوا عليه، والغريب الجديد الذي غزاهم في هذه المرحلة الحرجة "حيث يقفون حائرين بين جذب طرفين قويين وهما القيم التقليدية من ناحية، والحداثة والعصرنة من ناحية ثانية. وإن أهم سمات مرحلة الشباب أنها مرحلة البحث عن الهوية، فالشباب يبغون في تساؤل مستمر عن ماهية دورهم في المجتمع، ويرى الباحثون أن البحث عن الهوية له تأثير على سلوك الشباب، وهذا ما يسمى بأزمة الهوية"³. إن قيمة الشباب تنبع من نوع وإيجابية القيم لديهم، ومدى ممارسة هذه القيم من عدمه يقول "بيرل Pearl" " إذا أردنا أن يكون هناك قيمة للشباب فإنه يجب

18 زايد الحارثي وآخرون: شباب مجلس التعاون لدول الخليج العربية قضاياهم وسبل رعايته، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، المجلد 29، العدد 203، 2011، 58.

19 مصطفى حجازي: الإعلام الإجتماعي وتأثيراته على الناشئة في مجلس التعاون الخليجي، مجلة سلسلة الدراسات الإجتماعية، مجلس وزراء الشؤون الإجتماعية لدول الخليج، المنامة، العدد 63، 203، 2011.

20 عبيد سعود المطيري: العولمة وأثرها على الثقافة السياسية لدى طلبة جامعة الكويت، رسالة ماجستير، كلية الآداب جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 20، 2013.

تأهيلهم ليكونوا مشاركين في المجتمع وليسوا مستقبلين فيه فقط، وهذه النقطة الجوهرية لإضفاء قيمة لدى الشباب. كما أن الإسهام الايجابي للشباب تجاه وطنه ومجتمعه يكون من خلال ممارسته لقيم المواطنة الكاملة¹.

إن مرحلة الشباب تعتبر من أهم المراحل العمرية التي تغرس فيها القيم الثقافية للمجتمع، إن جيل الكبار ينقل هذا الموروث الثقافي إلى جيل الشباب الذي يكون في مرحلة الإستعداد لبناء شخصيته، ومعرفة ثقافته، ولهذا فإن أهمية الشباب ثقافيا لها حساسية كبيرة من طرف المجتمع، لذا تسعى كل المجتمعات من أجل بناء وتحسين هذه الفئة جديد وحمائتها من القادم الجديد، لأنها مرحلة حساسة حيث تعتبر مرحلة بداية الإستقلال عن الأسرة، فهي مرحلة العمل والزواج والتكاثر والإنتاج، حيث تبدأ أجسامهم وعقولهم في الإكتمال وتبدأ ميولاتهم وإهتماماتهم واستعداداتهم في البروز والتنمية، والمجتمع يعتمد كثيرا على الشباب باعتبارهم عماد الحاضر وأنفسهم وحماية أسرهم ومجتمعهم، والدفاع عن أوطانهم وأمنهم².

إن الشباب في هذه المرحلة يسعى إلى بناء شخصيته فهو يبحث عن كل شيء يمكنه من الاستقلال بشخصيته وظهوره متميزا عن غيره، فهو يطمح إلى الكثير من التغيير ولو على حساب موروثه الثقافي والاجتماعي " وهذا يعني أن عملية التغيير والتقدم لديهم لا تقف عند حد في أي مجموعة إجتماعية تسعى للتغيير السياسي أو الإجتماعي يجب أن تضع في سلم أولوياتها إستقطاب طاقات الشباب، وتوظيف هذه الطاقات بإتجاه أهدافها المحددة، فنجد أن الدول المتقدمة تعتمد على إسهام فئة الشباب من خلال إستثمار قيمة المشاركة وروح المواطنة القوية لديهم، فكان لهم الدور في تطوير أوطانهم³.

④ معايير تشكيل ثقافة الشباب :

¹ عبد الله بن سعيد آل العبود: قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامهم في تعزيز الأمن الوقائي، ط1، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2011، 177.

² زايد الحارثي، مرجع سابق، 2013، 06.

³ عبد الله بن سعيد آل العبود، مرجع سابق، 2011، 186.

من خلال عملية التنشئة الإجتماعية يتم نقل القيم والمعايير من جيل إلى جيل، ومن مجتمع إلى مجتمع آخر، وكذلك من خلال عملية الإحتكاك والتفاعل بين الثقافات، مما يخلق واقعا تترسخ من خلاله هذه القيم الثقافية. ووسائل الإعلام الجديدة هي من بين الوسائل الفعالة التي أصبحت مساهم وشريك حقيقي في نقل الثقافة داخل المجتمعات، ولها أهمية في عملية التشكيل، والتغير القيمي والثقافي. لكونها صبحت الرافد الحقيقي لدى الشباب اليوم ولهم إرتباط وثيق بها، ومن صعب التخلي عنها أو تجاوزها، وهذا يرجع إلى جملة من الضرورات تعبر عن حاجيات الشباب لا تمر إلا عن طريق هذه الاخيرة. "ومن المنظور الوظيفي يعتقد السوسيولوجيون أن ثقافة الشباب لها دور وظيفي، وأن ظهورها كان رد فعل على مجموع التغيرات التي مست الحياة الاجتماعية، والتي أفرزت مجموعة من المشكلات. يمكن القول إن ثقافة الشباب هي مظهر من مظاهر مواجهة المشكلات المصاحبة للتغير الاجتماعي.

الوظيفة التي تمارسها ثقافة الشباب إذاً هي تخفيف شدة التوتر الملازمة لعملية الإنتقال العمري من الطفولة إلى البلوغ.¹

وفي إطار ثقافة الشباب، تنوعت الاستجابات الثقافية لهذه الفئة تبعاً لدرجة تنوع احتياجاتهم، فلكل حاجة إستجابة وفقاً لمعايير أو قيم سلوكية محددة. ويستخدم هؤلاء هذه الأنماط الثقافية في تطوير وصياغة مجموعة المعايير التي تمنح لهم قوة إكتساب المهارات والخبرات والتجارب الإجتماعية، التي يتعذر اكتسابها من خلال المعايير الثقافية العامة المنقولة إليهم من جيل الآباء أو الكبار من أعضاء المجتمع عموماً. "ومع إنتشار إستعمال وسائل الإتصال الحديثة في مختلف بلدان العالم، إزداد اللجوء إليها كأداة للتعبئة، كما أصبحت أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم،

1: عبد العاطي السيد: صراع الأجيال دراسة في ثقافة الشباب، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 40، 1990.

خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد، وبداية تشكل عالم جديد هو عالم الشبكة الإلكترونية.¹

وتحولت وسائل الإعلام مع لتغيرات التكنولوجية إلى أوجه من أوجه الحرية الإجتماعية وحقا من حقوق الأفراد والجماعات في المشاركة في العمليات الإتصالية أخذًا وعطاء. مما أنجر عنها بروز ملامح ثقافية جديدة تباعا لما تمارسه فئة الشباب في واقعهم الإجتماعي « فالمجتمع الذي يولي أهمية كبيرة لقيمة معينة تظهر في العادة في ثقافة شبابه إلى حد كبير. وتختلف ثقافات الشباب في المجتمع الواحد تبعا للبيئة الاجتماعية، وتلعب وسائل الاتصال الجماهيرية، وجماعات الأقران والمدارس دورا مهما في تشكيل ثقافتهم، وحتى لو توفرت للشباب في مجتمع واحد ظروف مشابهة، فلا يمكن للشباب أن يتعرض لكل المؤثرات الثقافية في ثقافة مجتمعه، بل يتعرض لجزء منها، كما أنه لا يستطيع أن يستوعب إلا جانبا من هذه الثقافة.² ومن أهم الخصائص الثقافية المتشكلة والتي يمكن ملاحظتها في الواقع الإجتماعي للشباب المتفاعل مع الإعلام الجديد ووسائطه المختلفة، والتي يمكن إعتبارها نتائج بحثية، تؤكد ملاحظتنا وتصورنا لواقع شباب الإعلام الجديد، ويمكن تحديد أهم خصائص ثقافة الشباب المتشكلة بفعل تفاعله وانغماسه في وسائط الإعلام الجديد.

25: بن هلال محمد: الإعلام الجديد ورهان تطور الممارسة السياسية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 26، 2012، 34.

26: هادي نعمان الهيتي: تأثير وسائل الإعلام على الشباب، ندوة الشباب والمشكلات المعاصرة في المجتمع العربي الخليجي، بغداد، 11، 1985.

خاتمة :

إن مرحلة الشباب هي مرحلة هامة تتأثر باتجاهات العصر والثقافة السائدة والمحيط به، وخاصة الإعلام الجديد الذي أصبح جزءا لا يتجزأ من حياة الشباب، وذلك لما أثبتته كثير من الدراسات وشواهد الواقع الإجتماعي، ولا خلاف أن هذا التعرض له تأثيرات على قيم وسلوك هؤلاء، مما يؤدي إلى تشكيل ثقافة قد تتوافق وثقافة المجتمع السائدة وقد تتعارض وتتنافر معها. إذا فالتحديات التي تواجه المجتمعات اليوم لخطورة الظاهرة، ورهانات الواجب العمل بها تحتاج إلى وعي حضاري وجهد معرفي وثقافي صحيح، من أجل تحويل الفعل السلبي للإعلام الجديد إلى إستثمار إيجابي في صالح فئة الشباب بالخصوص، ثم يجب ربطه بثقافته الأصلية، وإعطائه الصبغة الأخلاقية فالرسالة الإتصالية يجب أن تحافظ على فئة الشباب من كل ماهو دخيل وغريب عليهم يسعى إلى تفكيك وخلخلة التراتيب الإجتماعية. فتشكيل الهوية الثقافية للشباب اليوم بفعل الإعلام الجديد أضحت واضحة نتيجة للنتائج المسجلة في الميدان، فهو ظاهرة لها ما لها من الأبعاد الثقافية والحضارية، والعمل على محاولة إستيعابها هي دلالات على الحضور الزماني مع التغيرات العالمية.

قائمة المراجع :

- جميل صليب(1973)، مشكلات الشباب العربي، مجلة العربي، بيروت، العدد173.
- جيل فيريول(2011)، معجم مصطلحات علم الاجتماع، ترجمة محمد الأسعد، ط1، دار مكتبة الهلال، بيروت.
- زايدالحارثي وآخرون(2013)، شباب مجلس التعاون لدول الخليج العربية قضاياهم وسبل رعايته، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، المجلد29، العدد58.
- سامية عزيز، عمر حداوي(2011)، دور المجتمع المدني في المحافظة على الهوية الثقافية في ظل العولمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (عدد خاص حول الملتقى الدولي الأول المتعلق بالهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري).
- سميرة شيخاني(2010)، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، المجلد26-العدد الأول+الثاني، مجلة جامعة دمشق.
- السيد عبد العاطي السيد(1990)، صراع الأجيال، دراسة في ثقافة الشباب، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- عبد الله بن السعيد آل العبود(2011)، قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامات في تعزيز الأمن الوقائي، ط1، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- عبيد سعود المطيري(2013)، العولمة وأثرها على الثقافة السياسية لدى طلبة جامعة الكويت، رسالة ماجستير، كلية الآداب جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

- عزي عبد الرحمن(2004)، قراءة إبستمولوجية في تكنولوجيا الإتصال، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- عزي عبد الرحمن(2013)، الرأسمال الرمزي الجديد: قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضاءات في المنطقة العربية، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- فاطمة حسين عواد(2010)، الإعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- ليلة علي(2007)، المجتمع المدني، قضايا المواطنة وحقوق الإنسان، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- مبارك محمد مجذوب(2015)، تأثير الإعلام الجديد في الشباب ثقافيا ومعرفيا، ورقة مقدمة لمؤتمر مكة المكرمة السادس عشر، الشباب المسلم والإعلام الجديد، مكة المكرمة، 16-17 سبتمبر.
- محمد بن هلال (2012)، الإعلام الجديد ورهان تطور الممارسة السياسية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد34.
- محمد شطاح (2013)، فضاءات الشباب في الفضاءات العربية، دراسة نقدية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- مصطفى حجازي(2011)، الإعلام الاجتماعي وتأثيراته على الناشئة في مجلس التعاون الخليجي، مجلة سلسلة الدراسات الاجتماعية، مجلس وزراء الشؤون الاجتماعية لدول الخليج، المنامة، العدد63.
- المنجي الزايد(2006)، ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مجلة عالم الفكر، الكويت.

- نافذ سليمان الجعب(2012)، تربية الشباب على ثقافة التغيير، مؤتمر الدولي 17، نوفمبر، جامعة الأقصى، غزة.
- نديم منصوري (2014)، سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، بيروت.
- هادي نعمان الهيتي(1985)، تأثير وسائل الإعلام على الشباب، ندوة الشباب والمشكلات المعاصرة في المجتمع العربي الخليجي، بغداد.
- English Dictionary. compact exford

التكنولوجيات الحديثة وتأثيرها على الطفل الجزائري

اعداد:

بوقرة أمال

طالبة دكتوراه السنة الثانية

جامعة الجزائر 2

bouguerraamoula@gmail.com

ملخص:

إن الحديث عن الطفل والإنترنت مهم جدا بإعتبارهما متغيري الدراسة، بحيث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي، وقمنا بوصف ماهية الطفل وماهية الإنترنت، ولهذا حللنا العلاقة بين الطفل والإنترنت من خلال الإستعمال والتأثير. وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: إن استعمال الإنترنت يؤثر على التحصيل الدراسي للطفل خاصة اذا كان الطفل يداوم يوميا على مقاهي الإنترنت في المساء وهو الوقت المعتاد للقيام بالواجبات المدرسية.

Abstract :

The discussion of children and the Internet is very important as the variables of the study, so we followed the analytical descriptive approach, and we describe what the child and what the Internet, so we analyzed the relationship between the child and the Internet through use and impact. The study reached the following

main findings: The use of the Internet affects the academic achievement Especially if the child is on a daily basis at the Internet cafes in the evening, which is the usual time to do homework.

الكلمات المفتاحية: يشمل البحث على أهم كلمات مفتاحية التي تعتبر متغيرات الدراسة وهي : **الطفل – الأنترنت – التأثير**

مقدمة :

إن التطور التكنولوجي الذي شهده العالم اليوم في مجال وسائط الإعلام والاتصال أفرز مفاهيم وسلوكات جديدة، إنعكست على نمط الاتصال وحتى على استعمال هذه الوسائل عند مختلف أفراد المجتمع. فكان الاتصال الرقمي أحد المفاهيم التي رافقت الثورة الرقمية كأخر أشكال الاتصال الإنساني الذي معه تغيرت أنماط وعادات استعمال الوسائل الاتصالية، فتغير مفهوم الزمان والمكان وحتى العلاقات الاجتماعية من ابرز هذه الوسائل الإعلامية الأنترنت، التي أصبحت بمختلف خدماتها تشبع حاجات أفراد مجتمع المعلومات بما يتوافق ودوافع كل فئة.

ولعل اهم فئة من تلك الفئات هي الطفل الذي اصبح الجزء الهام من ذلك الكل اذ يتأثر بكل التغيرات التي طبعت عصر المعلومات فحتى مؤسسات التنشئة الاجتماعية تغيرت من جماعات أولية إلى ثانوية من حيث المهام فأصبحت لوسائل الإعلام الرقمية خاصة زمام مهام التربية والتنشئة. فأصبح لهذا الطفل أو جيل المستقبل لغة وثقافة ارتبطت بالوسائط الرقمية خاصة الانترنت التي فتحت له أبواب ليشبع حاجاته مع ما يتوافق ودوافعه اليومية. لهذا أردنا التعمق في حيثيات هذا الموضوع ألا وهو : الطفل والانترنت للإلمام بكل جوانبه.

الإشكالية البحثية:

أصبحت اليوم الانترنت تقدم للطفل معارف ومعلومات وخبرات وسلوكيات لم يكن يكسبها من قبل إذ يستطيع الحصول عليها بسهولة من خلال البرامج الترفيهية والتعليمية والتثقيفية. وللانترنت القدرة على اسر انتباه مستعملها وتشجعه على الإنسجام مع الآخرين لساعات طويلة، غير أن هذا الإستعمال المفرط للانترنت من طرف الطفل خاصة بدون مراقبة قد تنعكس بذلك الإيجابيات إلى سلبيات من خلال دخوله إلى مواقع تمس قيمه ومعتقداته واخلاقه.

وعليه رأينا أنه من الضروري أن نتناول في هذا البحث التداخل اللغوي بين الفصحى والعامية في الصحف الجزائرية، بأبعاده الثقافية والاجتماعية وإنعكاساته على القارئ، ومن هذا المنطلق وبغرض المعالجة والإحاطة بمتغيري الموضوع "الطفل" و" الإنترنت " نطرح الإشكالية التالية :

ماهي أنماط وعادات استعمال الطفل الجزائري لشبكة الانترنت، وما دوافع استخدامه لهذه الوسيلة وماهي الإشباكات التي يحققها له هذا الإستعمال ؟

بما أن مشكلة البحث تتمحور حول الطفل الجزائري واستخدامه للانترنت نتجت التساؤلات التالية:

- 1- ماهي عادات وأنماط إستعمال الطفل الجزائري للانترنت؟
- 2- ماهي الدوافع إستعمال الطفل الجزائري لشبكة الإنترنت وما هي الحاجات التي تلبّيها هذه الوسيلة عند الطفل؟
- 3- ما دور الأسرة في رقابة الطفل المستخدم للإنترنت وما مدى تأثر الطفل بهذه الوسيلة؟

من خلال هذه الدراسة سنحاول الكشف عن عادات وأنماط إستعمال الطفل الجزائري لشبكة الأنترنت من خلال خطة منهجية تضمنت مقدمة تناولنا فيها إشكالية البحث إلى جانب التساؤلات وأهمية البحث وأسباب إختياره والمنهج المتبع فيه..

منهج الدراسة:

أما المنهج الذي سنتبعه في هذا البحث لكي نصل إلى النتائج المرجوة هو **المنهج الوصفي التحليلي** لأن البحث متعلق بوصف عادات إستعمال الطفل الجزائري لشبكة الانترنت وتأثيراتها عليه بالإضافة للمنهج التحليلي الذي سنستعمله في معرفة الدوافع والحاجات المشبعة لهذا الإستعمال من الناحية الكمية والكيفية وأثره على بناء مرحلة الطفولة خاصة مع التغيرات السوسيوثقافي للمجتمع في مقابل التطور السريع

لتكنولوجيات الإعلام والاتصال. ومن هنا نجد أن المنهجين يدخلان في شكل إنسجامي يخدم كل منها الآخر.

1- الطفل :

فالطفولة هي مرحلة التي يمر بها الكائن البشري من الميلاد إلى سن الثالثة عشر تقريبا، و تتميز مرحلة الطفولة بأنها تتسم بالمرونة والقابلية للتعلم وهي مرحلة التربوية والتعليم وفيها يكتسب الطفل العادات والمهارات والاتجاهات العقلية والاجتماعية والحسية.¹

تعتبر الطفولة أحد اطوار حياة الفرد وقد قسم علماء النفس مرحلة الطفولة إلى عدة أطوار ويميز كل طور بخصائص سيكولوجية وسلوكية معينة.

-مرحلة الطفولة المبكرة أقل من 3 سنوات.

-مرحلة الطفولة المتوسطة من 6 إلى 8 سنوات.

-مرحلة الطفولة المتأخرة من 9 إلى 14 سنة.

غير اننا ركزنا في هذا البحث على مرحلة واحدة من مراحل نمو الطفل، الا وهي مرحلة الطفولة المتأخرة من 9 إلى 14 سنة وذلك راجع للتغيرات التي يعرفها الطفل خلال هذه المرحلة، خاصة النمو العقلي والاجتماعي.

2- التأثير :

إن التأثير في المفهوم الواسع للكلمة يمكن تعريفه مثل أي شكل من قبل أ المؤثر يمارس بطريقة فعالة على ب المتأثر² وقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه

1 - أحمد زكي صالح (1972)، علم النفس التربوي، ط1، مكتبة النهضة، القاهرة، مصر، ص117.

2 - هالة منصور (2000)، الإتصال الفعال، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، ص122.

السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير إبتداء من الإهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للإتجاهات إلى حدوث تغيير عن الإتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك غني.¹ بمعنى كل فعل ينتج عن تعرض الطفل لوسيلة الأنترنترنت بحيث تعمل على التغيير في سلوكاته وعاداته.

محاور الدراسة :

سنركز في محور الطفل والأنترنترنت وهو موضوع البحث على ثلاث محاور فرعية مهمة وشاملة له وهي : ماهية الطفل - ماهية الأنترنترنت - علاقة الطفل بالأنترنترنت ومجال استعماله لها.

المحور الأول: ماهية الطفل

سنتناول في هذا المحور مفهوم الطفل وخصائصه النفسية والإجتماعية.

1-1 مفهوم الطفل :

الحياة الإنسانية مجموعة من الحلقات العمرية أولها وأكثرها أهمية مرحلة الطفولة، ويعرف الطفل بأنه الصغير من كل مولود ذكرًا كان أو أنثى لم يصل بعد إلى مرحلة الحلم.²

من الناحية القانونية فان حسب الإتفاقية الدولية لحقوق الطفل في مادته الأولى : الطفل كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشر، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه.³

2-1 الطفل والتنشئة الإجتماعية :

1 - محمد منير حجاب(2004)، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص360.

2 - صالح دياب هندي(1998)، أثر الإعلام على الطفل، ط3، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، ص33.

3 - المرصد الوطني لحقوق الإنسان(1997)، الإتفاقية الدولية لحقوق الطفل، مؤسسة بالخنشير، الطفولة في الجزائر، ص03.

التنشئة الإجتماعية بمعناها العام تشير إلى نقل الخصوصية الثقافية للمجتمع من جيل إلى جيل، أو هي "العملية التي يكتسب الأفراد بواسطتها المعرفة والإمكانات التي تجعلهم بصورة عامة أعضاء قادرين في مجتمعهم.¹

3-1 مؤسسات التنشئة الإجتماعية :

هناك العديد من المؤسسات التنشئة الإجتماعية لكن رغم هذا التعدد إلا انها تهدف جميعا إلى تشكيل معايير الفرد ومهاراته ونمط سلوكه ليصبح عضوا فعالا ومنسجما داخل مجتمعه، من ابرز هذه المؤسسات الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام ومؤسسات أخرى..

1-3-1 الأسرة :

إن الأسرة من أهم مؤسسات التنشئة الإجتماعية لما لها من تأثير في حياة الطفل خاصة في السنين الأولى من عمره، فهي تنتقل إلى الطفل القيم والمعايير والتقاليد المجتمع.

وتعتبر الأسرة نواة المجتمع الأساسي، ويأتي هذا المصطلح ويتم ذكره بكثرة في العديد من التعريفات التي يضعها ويصيغها العلماء والمختصين في مجال علم النفس التربوي والاجتماعي، كونها تشكل اللبنة الأساسية لبناء الأمم والشعوب وتعتبر خطوة أولى وأساسية لذلك، حيث أن المشروع الأسري الناجح يعتبر بمثابة عمود فقري لبناء حياة سليمة على كافة الأصعدة والجوانب المجتمعية.

إن متابعة وسائل الإعلام من قبل الأبناء بعيداً عن أي رقابة، قد يؤدي إلى تغيير في القيم العائلية، التي كانت سائدة في مجتمعنا، وبالتالي قد يذهب الأولاد إلى العقوق.

- إن ابتعاد الأهل عن مراقبة الأبناء قد يؤدي إلى تواصل الأولاد مع جهات موجودة على الشبكة العنكبوتية، فيتورطون في مشاكل جنسية. خصوصاً الفتيات

1 - علي الزعل (1982)، التنشئة الإجتماعية بعد الطفولة، ط1، دار الفكر للنشر و التوزيع، عمان، ص09.

الصغار، كما يحصل مع بعض الإناث خصوصاً في المرحلتين الإعدادية والثانوية. وهذا ما يجلب المشاكل للأهل.¹

1-3-2 المدرسة:

تعتبر المدرسة ثاني مؤسسة هامة للتنشئة الإجتماعية بعد الاسرة، فالطفل يخرج من مجتمع الأسرة المتجانس إلى المجتمع الكبير الاقل تجانسا ففيها يتعلم أخلاق المجتمع وقيمه ويتربى عليها. والمدرسة هي المؤسسة الإجتماعية التي توكل اليها مهمة التربية الحسية والأخلاقية والفكرية للأطفال، وهي المؤسسة التي يعهد اليها دور التنشئة الإجتماعية للأفراد وفق مناهج يحددها المجتمع.²

وفي عصرنا الحاضر الذي عرف تغيرات كثيرة وسريعة من خلال التطور والتقدم الذي تشهده وسائل الإتصال والإعلام وظهور الكمبيوتر وشبكة الأنترنت بمختلف برامجها وأنظمتها والتي اصبحت تزامم الأسرة والمدرسة في التنشئة الإجتماعية وتساهم بطريقة او اخرى في بناء المجتمع.

1-3-3 وسائل الإعلام:

لابد من معرفة أهداف الإعلام قبل معرفة كيفية تأثير وسائله على الطفل وهي:
-نشر الأخبار والحقائق دون تزيف او تحريف.
-تقديم وعرض المعلومات.

-تزويد الناس بالمعلومات التي تساعدهم في اتخاذ القرارات المناسبة لوظائفهم وظروفهم.³

ولهذه الوسائل تأثيرا سواءا مباشرا او غير مباشر على مراحل نمو الطفل وهي :

1 - خضر نور الدين(2016)، دور الإعلام في دعم الاسرة، مقال الكتروني، العدد173،الوحدة الإسلامية،ص173.

2 - عبد الباقي داود(1999)، المدرسة المغربية و المنتجو القيمي، العدد10، سلسلة التكوين التربوي، المغرب،ص28.

3 - نعيمة واكد(2011)، مبادئ في علم الإتصال، طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر،ص93.

1- النمو الفكري :

فقد خلصت عدة دراسات علمية عن الطفل خاصة منها النفسية، على أن الطفل يمر بعدة مراحل لنموه تشتمل الفكرة العقل والجسم وكل مرحلة لها طابعها وانعكاساتها على الجانب النفسي والإجتماعي للطفل.

و النمو هو سلسلة متتابعة ومتناسكة من تغيرات تهدف إلى غاية واحدة وهي أكمال النضج ومدى استمراره وبدء انحداره، فالنمو بهذا المعنى لا يحدث فجأة ولا يحدث عشوائيا بل يتطور بانتظام خطوة اثر خطوة وسيتقر في تطوره هذا عن صفقات عامة تحدد ميدان أبحاثه.¹

ويمكن تلخيص مفهوم النمو أنه مجموعة من التغيرات المستمرة المطردة التي تتجه نحو هدف نهائي وهو اكتمال النضج. ولقد اختلفت العديد من الدراسات حول النمو الفكري للطفل باختلاف آراء العلماء سواء السلوكيون أو الإجتماعيون في تحديد الدعامة التي يستند عليها تصنيف مراحل النمو خاصة فيما يخص متغير الذكاء. فمستوى الذكاء يعكس الحاجات التي يستعملها الطفل من وسائل الإعلام وخاصة إذا ما تعلق بتكنولوجيات وسائل الإعلام.²

2- النمو العقلي:

تتسم هذه المرحلة بوضوح كل القوى العقلية من تذكر وتفكير وانتباه وتخيل. الخ، في هذه المرحلة وهي مرحلة الطفولة المتأخرة وهي من سن 9 سنوات إلى 14 سنة. ففي هذه المرحلة يكون الطفل قد قطع شوطا لا بأس به في المدرسة وتكون

1 - سهير كامل أحمد (2002)، سيكولوجية نمو الطفل، دراسات نظرية وتطبيقات عملية ، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، ص06.

2 - JEAN PIAGET .la naissance de l intelligence chez l enfant.de lac haut et neistlea.lausane.paris.1977.p34.

مهاراته اللغوية، القرائية والكتابية قد تبلورت، ويبدأ خياله بالهبوط إلى عالم الواقع، فيتجه للبحث في بيئته وواقعه ومحيطه الذي يعيش فيه.¹

يتميز طفل هذه المرحلة بحب الإستطلاع وكثرة الأسئلة والإسراع للحصول على الإجابات. ويؤدي ذلك إلى حصوله على معلومات متنوعة وعديدة هذا ما يجعله أكثر تعرضا وإستعمالا للإنترنت بإعتبارها وسيلة يستطيع الطفل تلبي حاجياته من المعرفة مع ما ينعكس مع تطوره العقلي. كما أن الطفل في هذه المرحلة قادر على التفكير المنطقي وربط الأسباب بالنتائج.²

وعلى العموم هذه المرحلة تتميز بتطور مستوى النضوج العقلي والإدراك التجريدي للعمليات المختلفة، مما يساعد الطفل على فهم محتوى رسائل وسائل الإعلام والتفاعل مع محتوياتها التجريدية.

3- النمو الإنفعالي :

أهم ما يميز طفل هذه المرحلة بأنه قليل المشكلات والإنفعالية إذا ما قرناها مع الفترة التي قلبها والتي بعدها. ولكن المشكلات تحدد لنا أهم خصائص الطفل في هذه المرحلة من ميل إلى الكشف والمعرفة والتجول والمخاطرة، تكوين صداقات والإهتمام بالعلم الخارجي من أشياء وأشخاص إهتماما لم يسبق له عنده مثيل.³

هذا ما يجعل من شبكة الإنترنت أكثر الوسائل التي تساعد لإشباع حاجاته من الإكتشاف بالنظر لما تزخر به هذه الأخيرة من مواقع وخدمات وخصائص تتوافق مع نموه الإنفعالي واكتساب صداقات جديدة.

4- النمو الإجتماعي :

1 - عبد الفتاح أبو معال(1990)، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن،ص124.

2 - سهير كامل أحمد (2002)، سيكولوجية نمو الطفل، دراسات نظرية وتطبيقات عملية ، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر،ص112-113.

3- سهير كامل أحمد (2002)،مرجع سبق ذكره، ص115.

يكتسب الطفل خلال هذه المرحلة رصيذا لغويا يساعده على التحرير من مركزية الذات ويبدأ إحساسه بأراء الغير ويزيد فهما لرغبات الآخرين ولأدوارهم بالنسبة لدوره، و في إكتساب السلوك الإجتماعي الذي يساعده على الإندماج في الجماعة فتقل أنانيته.¹

ويميل أطفال هذه المرحلة إلى التشبث بالرأي في محاولة فرض آرائهم على الكبار وكلها محاولات لإختبار الذات وتأكيدا وتأكيد الإستقلال. وتؤثر وسائل الإعلام خلال هذا الطور في بناء السلوك الإجتماعي عند الأطفال فشخصيات التلفاز من الممكن ان تكون نماذج يقلدها الطفل وتؤثر في سلوكه ومن هنا يجب التركيز على الشخصيات المؤثرة ايجابيا على سلوكه.

5- النمو اللغوي:

تمتاز مظاهر النمو اللغوي في هذه المرحلة بما يلي:

- تنمو مفردات هذه المرحلة.
- يتأثر نمو اللغوي عند اطفال هذه المرحلة بعوامل منها مما يعود للطفل نفسه ومنها ما يعود للبيئة والوسط الذي يعيش فيه.
- يميل الطفل للقراءة اكثر من الكتابة ويستفيد الطفل من القراءة أكثر من المفردات وخاصة القصص.

ولوسائل الإعلام دورا مهما في اكتساب اللغة عند الطفل، فقد خلصت عدة دراسات خاصة على علاقة الطفل بالتلفزيون أجريت في انجلترا وكندا وامريكا، أن الأطفال الذين شاهدوا التلفزيون قيل دخولهم إلى المدرسة يبذون حياتهم المدرسية بمحصول لغوي يزيد على محصول زملائهم الذين حرموا من مشاهدة التلفزيون زيادة تصل إلى ما يساوي فرق محصول سنة دراسية.²

1- سهير كامل أحمد (2002)، مرجع سبق ذكره، ص114.

2- أنس بدري حبيب(1922)، تأثير التلفزيون على الطفل، مكتبة الأنوار، دمشق، سوريا، ص64.

المحور الثاني : ماهية الانترنت :

وتعد "الإنترنت" أهم وسيلة إعلامية على الإطلاق في الوقت الراهن، وذلك لعالميتها، وسهولة استخدامها، إضافة إلى غزارة المعلومات وتنوع مصادرها.

1- مفهوم الانترنت:

الانترنت تعتبر خزانة عالمية للفكر الانساني والنشاطات الإنسانية في مجال التصوير والبحوث والدراسات والأفكار والتجارب والأخبار والمعلومات المتعلقة بالطفولة والمرأة والشباب والبيئة وحقوق الإنسان عامة وأسواق المال والحكومات الالكترونية والمنديات والمدونات الحقوقية منها وغير الحقوقية.

بعيدا عن المعلومات النمطية المعروفة عن الانترنت ونشأتها في أواخر القرن الماضي نستطيع القول أن الانترنت هي الكيان الأكثر انتشارا بعد التلفزيون تعمل على إتاحة الفرصة ليس فقط للحكومات والشركات والمنظمات ولكن للإفراد لكتابة والتجوال في محيط لا نهائي من المعلومات التي تستقطب اهتمام الفرد وتقدم الانترنت في المجمل خدمات تفاعلية من جانب تبادل الرسائل الالكترونية والمحادثات الصوتية ومقاطع الفيديو التي تعطي للباحث على معلومة معينة كل ما يتعلق بها¹.

مع تطور البرمجيات والشبكات، ظهرت شبكة الإنترنت في نهاية الستينيات من القرن الماضي، إذ أن مطلبا بين روسيا وأمريكا ظهر عسكريا تساؤل في البنتا غون فحواه ماذا يحدث إذا أطلق الاتحاد السوفيتي صواريخه على أمريكا فانقطعت الاتصالات داخلها، فكيف يمكن تحريك الوحدات العسكرية الأمريكية في حال انقطاع خطوط الاتصال، وبعد عدة سنوات من العمل ظهرت شبكة الإنترنت كإجابة على هذا السؤال، انقسمت الشبكة بين المجتمع العسكري الأمريكي مجتمع العلمي هناك، ليتولى الجزء المدني منها مجموعة من الجامعات، وأخذت في التطور حتى ظهرت شبكة

1 - نبيل احمد الخضر(2008-03-06)، الانترنت وحقوق الطفل، مقال، موقع اللجنة العربية لحقوق الإنسان على شبكة الانترنت.

الإنترنت للعالم أجمع، وانتشرت عقب ظهور تقنية النص الفائق Hypertext وهي الثورة الحقيقية في الأنترنت إذ مكنت هذه التقنية العالم من الاتصال بسهولة عبر هذه الشبكة، وتبادل المعلومات وإنشاء المواقع.¹

والحقيقة أنه يمكن تمييز تاريخ الأنترنت من خلال ثلاث مراحل، حيث تتجسد المرحلة الأولى في ارتباط شبكة الأنترنت بالتجمعات الصناعية العسكرية الكبرى في الولايات المتحدة، أما المرحلة الثانية تميزت بتحول لشبكة إلى وسيلة اتصال أكاديمية سرية ووسعت مجالها لتصل إلى المعاهد وهذا بهدف تمكينها من تبادل المعلومات والملفات، أما المرحلة الثالثة فتميزت بفتح الشبكة على الجمهور العريض.²

2- الخدمات التي توفرها الأنترنت :

تقدم الأنترنت الكثير من الخدمات، فهي توفر كما هائلا من المعلومات وتساعد في عمليات الاتصال للمؤسسات والأشخاص، وتقوم هذه الشبكة بتقديم الخدمات للأفراد ولإدارات عبر الشبكات التالية:³

- الشبكة العنكبوتية :

وهي شبكة تقوم على أساس ربط الحواسيب الموجودة لدى الأفراد والمنظمات مؤسسات الأعمال على شبكة الأنترنت بهدف تخزين كميات كبيرة من المعلومات والبيانات اللازمة، وكذلك تسهيل عمليات الاتصال وتقديم الخدمات .

لوحة الإعلانات الإلكترونية:

1- عبد الهادي زين(2006)، محركات البحث على الإنترنت. دار إبيس، القاهرة، ص22.

2 - مليكة هارون(2004-2005)، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال - دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة خلال صيف 2004 - رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، ص120.

3 - موسى اللوزي، (2001) التنمية الإدارية - المفاهيم، الأسس، التطبيقات - دار وائل للنشر، عمان، ص200.

هي مواقع يتم حجزها وإنشاؤها على شبكة الانترنت بهدف نشر المعلومات المتعلقة ببعض المواضيع، وغالبا ما تكون مفتوحة ومتوافرة لكل الأفراد وأحيانا أخرى تكون مقتصرة على أفراد أو جماعات.

-الدرشة الجماعية:

هي الدردشة على المباشر وهي أحد خدمات المحادثة، ولكنها أكثر مرونة لأنها تمكن لمستخدميها التحدث مباشرة مع مجموعة من الأشخاص من خلال غرف الحوار ويتم عبرها تبادل الرسائل أنيا والدخول في نقاش مباشر مع مجموعة من الأشخاص.

chat " de salon " : الائتثار عن بعد: أسلوب يستخدم ضمن تكنولوجيا العمل، حيث يكون العمل على شكل مناقشات جماعية تكون بين ثلاثة أو أربعة أشخاص، وهو اتصال يتضمن الصوت والصورة .

-جلب وإحضار المعلومات:

وتستخدم هذه التقنية لإحضار معلومات مكتوبة في جهاز آخر، الأمر الذي يسهل ويختصر المسافة بين المناطق البعيدة.

-البريد الإلكتروني:

يعتبر البريد الإلكتروني الشكل الأكثر شيوعا واستخداما لهذه التكنولوجيا، وكما هو معلوم فإن الهدف من تكنولوجي الرسائل الإلكترونية هو السماح بنقل كل أنواع الإشارات بكفاءة عالية بين مستخدمي شبكة المعلومات المشتركين فيها. ويتمثل الوضع الحالي للرسائل الإلكترونية في نقل. ومرور الأشكال الثابتة والمتحركة والفيديو، بالإضافة إلى الصوتيات والرسومات والنصوص.¹

إن الانترنت برغم ما تقدمه من خدمات جليلة للعالم إلا أنها تعتبر أداة من أدوات العنف الموجة ضد المرأة أو ضد الطفل وهناك الكثيرون ممن يعتقدون بأن

1 - الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك،(05-02-2010)، تقنيات الاتصال، قسم الإعلام والاتصال، عن موقع الجامعة0. www.Academy-AO.org، ص05.

الانترنت من أهم الأدوات التي ساهمت في استغلال الطفولة وخصوصا في مجال التصوير الإباحي.

3- الطفل والألعاب الإلكترونية على الشبكة: يعد اللعب من النشاطات الأساسية

بالنسبة للطفل، وله أهمية كمفهوم عام إذا يعد من العوامل التي تؤثر في التنشئة الإجتماعية وضرورية لنمو الطفل من الناحية العقلية والنفسية والإجتماعية.

و اللعب عرف تطورا كبيرا واقترن تطوره مع تضر المجتمع ومختلف دعائمه توافق مع التطور التقني والمادي والتكنولوجي، من اللعب بمواد بسيطة كالخشب والحجارة إلى ألعاب الفيديو وألعاب الحاسوب وصولا إلى الألعاب عبر الشبكة.

وهناك عدة أنواع من الألعاب التفاعلية التي تدخل تحت دائرة الألعاب الإلكترونية وهذا من حيث جهاز الإستعمال.¹

من أهم الألعاب الإلكترونية هي: ألعاب الحركة، ألعاب الذكاء، ألعاب المغامرات، ألعاب تقليدية.. الخ.

إلى جانب نجاح الألعاب الإلكترونية نجاحا هائلا خلال العقد الأخير مما جعل مبيعات الألعاب تصل إلى 10 مليارات دولار في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2003 متفوقة بذلك على العوائد السنوية لكل من الإنتاج السينمائي والموسيقي، وبلغ حجم سوف الألعاب الحاسوبية غالبا في نفس العام ما يزيد عن 30 مليار دولار.

وللألعاب الإلكترونية عموما والألعاب عبر الشبكة خصوصا جوانب ايجابية إلى جاني أخرى سلبية بالرغم ما ذهب إليه الكثيرون أن الجانب السلبي في استعمال اللعب على الشبكة أكثر من إيجابياتها.²

1 - أمال شرشور، الطفل و الانترنت (2008-2009)، دراسة العادات و أنماط استعمال الطفل الجزائري للأنترنت، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، ص134.

2 - أمال شرشور، الطفل و الانترنت (2008-2009)، ص135.

إن استخدام الأنترنت بهدف اللعب يلبي حاجات الطفل كما أن استعمال اللعب الإلكتروني له إيجابيات كإكتساب مهارات عديدة التركيز، الملاحظة الدقيقة، قوة الحدس وغيرها لكنه في نفس الوقت يخلق العديد من السلبيات كالعنف، الإعاقة على مستوى الرقبة والظهر، الصداع والإجهاد العينين، القلق والتوتر كل تلك الآثار الصحية والنفسية لها هي عوارض استعمال الأنترنت، وعلى الأسرة مسؤولية توجيه الطفل ومراقبته للحد منها.

المحور الثالث : علاقة الطفل بالأنترنت ومجال استعماله لها.

سنطرق في هذا المحور لعلاقة الطفل بالانترنت ومجال استعماله لها من خلال توضيح أولا علاقة الطفل بوسائل الإعلام وثانيا تبيان الجوانب السلبية والإيجابية من استعماله لها.

1- علاقة الطفل بوسائل الإعلام:

لقد أصبحت وسائل الإعلام جزء من محيط الطفل فلا يمكنه أن يعيش بمعزل عن هذه الوسائل، وهناك عوامل عدة تتضافر لتسهل توفر وسائل الإعلام للطفل منها التحول الإقتصادي والاجتماعي للمجتمعات، و ظهور ما يسمى بمجتمع المعلومات الذي أصبح الإعلام تلعب دورا بارزا فيه.

هناك العديد من الدراسات التي حاولت تفسير علاقة وسائل الإعلام والطفل وتأثيرها عليه، كدراسة "ولبر شرام" في الولايات المتحدة سنة 1968 حول تجربة المشاهدة والتعرض لوسائل الإعلام التي خلصت أن لها إيجابيات مهمة ساعدت على بلورة جانب معين من عالم الطفل، كما لها سلبيات أثرت على الطفل ونموه وحياته النفسية والاجتماعية.¹

¹- صالح دياب هندي(1998)، أثر الإعلام على الطفل، ط3، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، ص50-51.

هناك دراسات أكدت على الأثر السلبي على صحة الطفل، نجد منها التأثير على نمو الدماغ ونضجه والجهاز العصبي والعضلي وعلى نشاطه الطبيعي كاللعب والرياضة أو سلوكه العدائي، حيث يعتبر البقاء لفترات طويلة أمام التلفزيون من أهم أسباب ارتفاع نسبة السمنة لدى الأطفال.¹

وحتى أمام جهاز الحاسوب ويتأثر بعض أعضاء الجسم مثل العينين والقلب، إذ تعرض العين لشحنات كهربائية مختلفة بالإضافة إلى التركيز والإستغراق الذي تمارسه على العينان.²

اما من الناحية النفسية والاجتماعية فنجد السلوك العدواني، مثلا تقليد السلوكيات المرضية كالتدخين والإنحراف الجنسي واضطراب الهوية الإجتماعية.

إلى جانب ظهور الإدمان على وسائل الإعلام وحتى في سن مبكر، خاصة مع تعقد المجتمعات وظهور عادات وسلوكيات داخل المجتمع حولت فيه الأدوار واختلقت فيه انماط العيش.

1-4-1 الجوانب الإيجابية من استعمال الطفل للإنترنت :

تعد الأنترنت وسيلة إتصال العصر وليس فقط وسيلة إتصال وإنما بوابة للتفاعل والتعلم والترفيه والتثقيف، ولا يمكن تغييب الطفل ليواكب هذا التطور التكنولوجي، فهي حتمية لابد منها وعلى الطفل اليوم الإستفادة من فوائدها والتركيز على جوانبها الإيجابية. ويمكن تلخيص إيجابيات وفوائد الإنترنت للطفل في النقاط التالية:

- يشبع حاجاته ويحقق رغباته.
- يكون صدقات ومعارف جدد.
- يقضي على شعوره بالعزلة والإنطواء على الذات.
- يتعرف على عادات وتقاليد ثقافات شعوب أخرى.¹

1- جميل عطية(2000)، التلفزيون و الصحة النفسية للطفل، عالم الكتب، القاهرة،ص25.

2 - أنس بدري حبيب(1922)، تأثير التلفزيون على الطفل، مكتبة الأنوار، دمشق، سوريا، ص58.

- يثير في ذاته الإبداع والإبتكار.
- ينمي مواهبهم ومهارتهم المختلفة وفي كل المجالات.
- إكتساب الوقت في البحث عن المعلومات إلى جانب الترفيه الإيجابي من خلال الألعاب التربوية.²

1-4-2 الجوانب السلبية من استعمال الطفل للإنترنت:

رغم الفوائد الجمة للإنترنت في المجال التربوي للأطفال، إلا ان لهذه الشبكة محاذير ومخاطر وعيوب منها:

- إضاعة الوقت المفيد اللازم للدراسة أو الراحة.
- عدم دقة وصحة المعلومات المقدمة للأطفال في الكثير من الأحيان مما يؤثر سلبا عليهم.
- الإدمان على الإنترنت وميلهم إلى العزلة نتيجة إنشغالهم المستمر بالإنترنت.
- قد يتواصل الطفل مع أفراد ليس من سنه أو جنسه مما يؤثر على الطفل.³

نتائج الدراسة:

- 1- أن الطفل الجزائري تعلم الإنترنت من داخل أسرته بالدرجة الأولى، فالأسرة كانت المدرسة الأولى له ليتعرف على الإنترنت ويتعلمها ومنه نستنتج أن الأسرة في المجتمع تؤدي دورها في تعليم وتوجيه أطفالنا مع ما يتوافق وتطور العصر.

1 - نجوى فوزي صالح، يوسف خليل مطر (2010-2011)، وسائل إعلام الطفل بين النظرية و التطبيق، ط2، نسخة الكترونية، مكتبة الطالب الجامعي، ص157.

2 - باسم علي حوامدة و أخرون (2006)، وسائل الإعلام و الطفولة، ط1، دار جرير للنشر و التوزيع، الأردن، ص199.

3 - نجوى فوزي صالح، يوسف خليل مطر (2010-2011)، ص158-159.

- 2- أما دوافع استعمال الطفل الجزائري للإنترنت فهو الترفيه واللعب وأحيانا التثقيف والتعلم والبحث عن المعلومات والتعرف على عادات وتقاليد وثقافات شعوب أخرى بالإضافة لإشباع حاجياته التي يكون من ورائها دافع معين كالإتصال الإلكتروني لمراسلة أصدقائهم او بدافع خلق علاقات جديدة
- 3- إن مكان إستعمال الطفل الجزائري للإنترنت هي مقاهي الأنترنترنت وغيابها في المؤسسات التربوية في حين هناك نسبة من الأطفال يملكون جهاز مرتبطا بشبكة الإنترنت من منازلهم أغلبهم من المستوى المعيشي الميسور.
- 4- استعمال الأنترنترنت يعد عاملا هاما يؤثر على التحصيل الدراسي للطفل خاصة اذا كان الطفل يداوم يوميا على مقاهي الأنترنترنت في المساء وهو الوقت المعتاد للقيام بالواجبات المدرسية.
- 5- إمكانية مشاهدة الطفل عند استعماله للإنترنت مواقع إباحية إما بإرادته بسبب حب الإطلاع والفضول أو بالصدفة وكذا مواقع العنف فهذا سيؤثر سلبا عليه من الناحية الأخلاقية والنفسية وهذا يعود لغياب دور الوالدين في مراقبة محتوى تصفح طفلهم للإنترنت.
- وفي الأخير نتساءل في ظل هذا الزخم في وسائل التكنولوجيا الحديثة الخاصة بثقافة الطفل عن مكانة المطبوع ومستقبل كتب الأطفال وقصصهم ومدى التعلق الطفل بهذه الوسائل المطبوعة أمام شبكة الأنترنترنت.

قائمة المراجع:

الكتب باللغتين العربية والأجنبية:

- أحمد زكي صالح (1972)، علم النفس التربوي، ط1، مكتبة النهضة، القاهرة، مصر.
- المرصد الوطني لحقوق الإنسان (1997)، الإتفاقية الدولية لحقوق الطفل، مؤسسة بالخنشير، الطفولة في الجزائر.
- أنس بدري حبيب (1922)، تأثير التلفزيون على الطفل، مكتبة الأنوار، دمشق، سوريا.
- باسم علي حوامدة وآخرون (2006)، وسائل الإعلام والطفولة، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن.
- جميل عطية (2000)، التلفزيون والصحة النفسية للطفل، عالم الكتب، القاهرة.
- سهير كامل أحمد (2002)، سيكولوجية نمو الطفل، دراسات نظرية وتطبيقات عملية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر.
- صالح دياب هندي (1998)، أثر الإعلام على الطفل، ط3، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان.
- عبد الفتاح أبو معال (1990)، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.
- عبد الهادي زين (2006)، محركات البحث على الإنترنت. دار إبييس، القاهرة.
- علي الزعل (1982)، التنشئة الإجتماعية بعد الطفولة، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.
- محمد منير حجاب (2004)، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

- موسى اللوزي، (2001) التنمية الإدارية – المفاهيم، الأسس، التطبيقات – دار وائل للنشر، عمان.
- نجوى فوزي صالح، يوسف خليل مطر (2010-2011)، وسائل إعلام الطفل بين النظرية والتطبيق، ط2، نسخة الكترونية، مكتبة الطالب الجامعي.
- نعيمة واكد (2011)، مبادئ في علم الإتصال، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر.
- هالة منصور (2000)، الإتصال الفعال، المكتبة الجامعية، الإسكندرية.
- JEAN PIAGET. *la naissance de l intelligence chez l enfant.* de lac haut et neistlea.lausane.paris.1977.

المذكرات والرسائل الجامعية:

- امال شرشور، *الطفل والانترنت (2008-2009)*، دراسة العادات وأنماط استعمال الطفل الجزائري للانترنت، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- مليكة هارون (2004-2005)، *الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال* – دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة خلال صيف 2004 – رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر.

المقالات والمجلات والمواقع الإلكترونية :

- الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، (05-02-2010)، *تقنيات الاتصال*، قسم الإعلام والاتصال، عن موقع الجامعة 0.org.Academy-AO.www.
- خضر نور الدين (2016)، *دور الإعلام في دعم الاسرة*، مقال الكتروني، العدد 173، الوحدة الإسلامية.

- عبد الباقي داود(1999)، المدرسة المغربية والمنتوج القيمي، العدد10، سلسلة التكوين التربوي، المغرب.
- نبيل احمد الخضر(2008-03-06)، الانترنت وحقوق الطفل، مقال، موقع اللجنة العربية لحقوق الإنسان على شبكة الانترنت.

دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات
السلامة المرورية
-دراسة ميدانية-

The role of Jordan Television in providing university
youth with traffic safety information

-A field study-

اعداد:

د. سعيد النادي سعد محمد عمارة

أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة اليرموك

مدرس الإذاعة والتلفزيون معهد الاسكندرية العالي للإعلام

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة كثافة مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج والنشرات الخاصة بالسلامة المرورية في التلفزيون الأردني، واستخدمه الدراسة منهج المسح الإعلامي بالعينة الميدانية وتم التطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من الجامعات الحكومية والخاصة بالمملكة الأردنية الهاشمية في فبراير 2017 وتم استخدام استمارة استبيان لقياس هدف الدراسة وتوصلت الدراسة على مجموعة من النتائج منها: توجد علاقة دالة إحصائيًا بين درجة كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي. يوجد

علاقة دالة إحصائياً بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

Summary :

The study was conducted using a sample of 400 individuals from the public and private universities in the Hashemite Kingdom of Jordan in February 2017. A survey questionnaire was used to measure the study objective and the study reached. A number of results were found: There is a statistically significant relationship between the degree of intensity of watching programs and traffic bulletins in Jordanian TV and the level of traffic safety information among university youth. There is a statistically significant relationship between dependence on television as a source of traffic safety information and the level of traffic safety information among university youth .

مقدمة:

إن وسائل الإعلام تقوم بدور التوعية بناء على ما تمتلكه من خصائص ومميزات، وقبل كل ذلك وانطلاقاً من دور المواطن وتنمية إحساسه بالمسؤولية وربطها بالدور الذي يمكن أن يقوم به كل فرد في معالجة الأوضاع والسلوكيات الغير مرغوبة بتوليد وإنتاج وتبادل وتوزيع كل المعلومات الصحيحة من أجل خلق الوعي بين رجل المرور وقائد المركبة والشخصيات ذات العلاقة بتنظيم السير، (علي فريحات، 2004) فإن التلفزيون مسؤول عن عرض معلومات الوقاية والسلامة المرورية وقد خضع لأساليب نظرية وتطبيقية مبرمجة ومنظمة بحسب الإمكانيات المتوفرة في البلدان المختلفة من أجل إعداد وسائل اتصالية لتدعم بعضها بعضاً، (جاسم خليل ميرزا، 2008) وفقاً للقواعد العلمية القادرة على تحقيق نتائج مرجوة على أرض الواقع لإقناع المتلقين باتخاذ أساليب جديدة في ممارسة قيادة المركبة بإتباع القواعد المنظمة في تنظيم حركة السير الهادفة إلى مساعدة الجميع بما يكفل تجنب الكوارث المرورية ويبسط الأمان في المجتمع. (أحمد مطهر عقبات، 2007)

تكتسب معلومات الوقاية والسلامة المرورية أهمية كبيرة في تفعيل الدور الحضاري في استخدام وسائل المواصلات العامة والخاصة بالقدر الذي يعكس أهمية وجودها في التواصل وتمكين الإنسان من عبور المسافات بسلامة وأمان، (راضي عبد المعطي السيد، 2009) ومن هنا يأتي أهمية دور الشباب وبالأخص الأردني في تقييم دور وسائل الإعلام وبالأخص التلفزيون بما يحمله من برامج ومضامين تساعد على عرض المعلومات المعنية بالوقاية والسلامة المرورية، والتي تهدف في المقام الأول لخدمة المجتمع الذي يعيش فيه، وأيضاً الشباب الجامعي باعتبارهم جزء من نسيج هذا المجتمع. (محمد طلال، 2004).

ومن هنا كان للتلفزيون الأردني دور في عرض هذه المعلومات بالشكل الذي يخلق عند الشباب الجامعي نوع من الوعي بالقضية المرورية لما اكتسبه من معلومات تتعلق بالسلامة المرورية من خلال برمجه ونشراته المتخصصة في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

يستطيع التلفزيون نقل جميع الفعاليات المرورية كمادة جاهزة للبحث من المعارض والمسارح والندوات والمؤتمرات، إلى جانب ما يقدمه من برامج وفلاشات، تحتاج على الدوام إلى تنظيم دورات تدريبية لأفراد وطاقم الإنتاج المتخصصين لاقتباس أساليب جديدة في الأداء تجسد أهمية هذه الوسيلة الإعلامية الرائدة، بتنوع طرق الإنتاج والتقديم الوثائقي والدرامي واستخدام أمثلة للوسائط السمعية بصرية المتاحة ومن ضمنها خدمات الكمبيوتر والإنترنت.

وتتبع مشكلة الدراسة من مشاكل الحوادث المرورية والكوارث الإنسانية الناتجة عن سوء نقص معلومات السلامة المرورية وتجاهل التزام السائق وقائدي المركبات بواجباته المهنية والأخلاقية والإنسانية وعدم احترام قواعد السلامة على الطرقات. وأيضا غياب الشباب الجامعي بالاستفادة بالإعلام كوسيلة من وسائل التوعية والإمداد بالمعلومات؛ ولهذا كان لابد من البحث عن الإجابات على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات السلامة المرورية؟

أهمية الدراسة:

جاءت الدراسة لمناقشة مستوى معلومات السلامة المرورية بكافة تفصيلاتها والمعروضة على التلفزيون الأردني وإعطاء هذه المعلومات للشباب الجامعي الأردني لكونهم الأمل والمستقبل حيث احتوى مقياس معلومات السلامة المرورية على عدة محاور متعلقة منها: (حركة المرور، وهندسة المرور، والإشارات والتحذيرات، والتكدس المروري، والتوعية المرورية).

أهداف الدراسة:

معرفة كثافة مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج والنشرات الخاصة بالسلامة المرورية
في التلفزيون الأردني

التعرف على مصادر معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي الأردني

التعرف على معلومات السلامة المرورية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها في
التلفزيون الأردني

معرفة دوافع مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج والنشرات الخاصة بالسلامة المرورية
في التلفزيون الأردني

تساؤلات الدراسة:

ما كثافة مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج والنشرات الخاصة بالسلامة المرورية في
التلفزيون الأردني؟

ما مصادر معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي الأردني؟

ما معلومات السلامة المرورية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها في التلفزيون
الأردني؟

ما دوافع مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج والنشرات الخاصة بالسلامة المرورية في
التلفزيون الأردني؟

فروض الدراسة:

توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في
التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

يوجد علاقة دالة إحصائيًا بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

هو ما يقوم به التلفزيون من اجل تزويد الشباب الجامعي بمعلومات السلامة المرورية.

التلفزيون الأردني:

هو ذلك الجهاز الإعلامي الرسمي والخاص الذي يبيت من المملكة الأردنية الهاشمية والمقصود من بثه هو الشعب الأردني.

الشباب الجامعي

هم الشباب في المرحلة الجامعية في المملكة الأردنية الهاشمية في الجامعات الحكومية والخاصة بمختلف تخصصاتهم العلمية والإنسانية.

معلومات السلامة المرورية

هي تلك المعلومات التي تتعلق بالسلامة المرورية من حيث (حركة المرور، وهندسة المرور، والإشارات والتحذيرات، والتكدس المروري، والتوعية المرورية). والتي يكتسبها الشباب من خلال مشاهدتهم للتلفزيون

الدراسات السابقة

دراسة عبد العزيز بن محمد البريدع الشمري 2013: (عبد العزيز بن محمد البريدع الشمري، 2013)

بعنوان: دور الإعلام في التوعية المرورية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك، هدفت الدراسة إلى تقويم دور الإعلام في التوعية المرورية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك، وتشكل مجتمع الدراسة من طلاب المرحلة الثانوية الذكور في مدينة تبوك وتم اختيار عينة باستخدام المعادلات الإحصائية المحددة للحد الأدنى المناسب لحجم العينة بلغ حجمها (384) طالباً. منهج الدراسة وأدواتها : استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المدخل المسحي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات وكانت أهم النتائج كالاتي أن السلوكيات التي تعبر عن ارتفاع مستوى الوعي المروري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك هي : الحذر من المنحنيات الخطيرة أثناء السير، واحترام مدلولات الإشارات الضوئية وعدم تجاوزها، وتجنب تجاوز السيارات عبر الأنفاق والكباري والمنحنيات الخطيرة. أن المجالات التي يركز عليها الإعلام بدرجة مرتفعة لتوعية طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك هي: الوقوف في المكان الصحيح، واحترام الإشارات واللوحات المرورية، والتقيد بإشارات المرور الضوئية. أن وسائل الإعلام المهمة التي تسهم في التوعية المرورية بدرجة مرتفعة هي : الإنترنت، وخطب الجمعة، والتلفاز. أن مساهمات الإعلام في الحد من الحوادث المرورية بدرجة مرتفعة هي : توضيح آثار الحوادث المرورية والخسائر المترتبة عليها، وإظهار نوعية الإصابات التي لحقت بالمصابين من جراء مخالفة أنظمة وتعليمات المرور، والحد من معدلات الحوادث الناتجة عن قطع إشارات المرور. لدى مفردات مجتمع الدراسة رؤية متشابهة نحو دور الإعلام في التوعية المرورية مهما اختلفت أعمارهم.

دراسة بن عباس فتيحة 2012: (بن عباس فتيحة، 2012)

بعنوان: دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، وهدفت الدراسة إلي معرفة أساليب الوقاية التي يستخدمها الإعلام للوقاية من حوادث الطرق واستخدمت الدراسة منهج المسح بعينة متاحة من السائقين بشكل قصدي منتظم لإبراز

وإجلاء بعض المظاهر والمسببات في حوادث المرور على أن المعلومات المقدمة تم جمعها وطرحها بحسب تطور حوادث المرور بالمقارنة بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية وتوصل إلى مجموعة من النتائج منها: تواجه دراسة وقياس تأثير الإعلام على سلوك الإنسان صعوبات مختلفة ومتعددة، حيث يدخل في قياس هذا التأثير عوامل ومتغيرات متباينة، منها ما هو اجتماعي أو ثقافي أو اقتصادي، وغيرها من العوامل التي لا يجب إغفالها عند قياس هذا التأثير، وتحديد الأدوار التي يمكن أن يقوم بها كل عامل، وقد اختلفت الآراء حول تأثير وسائل الإعلام في السلوك الانحرافي أو الإجرامي، فهناك من الآراء ما يؤكد على وجود تأثير إيجابي لهذه الوسائل في الوقاية والتوعية مشيراً إلى أن الأسباب الحقيقية لجرائم الطرق تتشكل من خلال عوامل أخرى مثل دور الأسرة، الظروف العامة، والمؤسسات التعليمية وغيرها.

دراسة محمد بن سعيد الغامدي، وسعيد بن فالح الغامدي 2010: (محمد بن سعيد الغامدي، & سعيد بن فالح الغامدي، 2010)

بعنوان: الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير دراسة استطلاعية بمحافظة جدة، تهدف هذه الدراسة لمعرفة معنى الثقافة المرورية وأهميتها في دعم نظام المرور وعلاقتها بحوادث المرور وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، معتمدة على مجموعة من الأدوات في جمع المادة العلمية ومن أهمها الاستبانة، وقد بلغ حجم العينة 900 سائق تم اختيارهم وفق أسلوب العينة العمدية وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة من أهمها أن السائقين لا يقومون بفحص المركبة بشكل منتظم، كما أن نسبة عالية يشغلون أنفسهم بأشياء مختلفة أثناء القيادة كالتدخين أو استخدام الهاتف النقال وغيره، كما وجدت الدراسة أن من لا يستخدم حزام الأمان أثناء القيادة تمثل شريحة ليست قليلة، وأخيراً نجد أن هناك نسب متفاوتة بين أفراد العينة لا يدركون معرفة إشارات المرور المنظمة لحركة السير كل هذه العوامل الثقافية وغيرها والمؤثرة في حوادث المرور وجدت أنها مرتبطة بعمر ومستوى تعليم السائق .

دراسة صفوت العالم 1999: (صفوت العالم، 1999)

بعنوان: " الإعلام المروري في مصر ودول الخليج العربي " تناول فيها مفهوم العلاقات العامة وطبيعة العمل المروري وقدم لإستراتيجيات العلاقات العامة في مجال المرور كما تعرض للصورة الذهنية لرجل المرور من خلال بعض الدراسات والأبحاث، وقدم تحليلا وافيا لأهم خصائص الرسالة الإعلامية في مجال المرور وكيفية استخدام إستمالات التخويف والإستمالات المنطقية والإقناعية في الرسالة المرورية، كما تعرض لأهم أسباب الحوادث المرورية ودور التخطيط الإعلامي لمواجهتها، وقدم دراسة حالة للإعلام الخليجي من خلال دراسة البرنامج التلفزيوني "قف".

التعليق على الدراسات السابقة:

إن جميع الدراسات استخدمت منهج المسح الإعلامي بالعيينة سواء كانت العينة من الطلاب أو من السائقين أو تناولت حوادث السير في بعض البلدان العربية الأكثر شهرة في مجال حوادث السير وتركزت الدراسات على المملكة العربية السعودية، وتوصلت الدراسة إلى أهمية الجانب الإعلامي في الوقاية من حوادث الطرق التي تعد النقطة الأساسية التي تمحورت عليها الدراسات، وقد استفاد الباحث من كل هذه الدراسات في بناء هيكل الدراسة الميدانية والجمهور المستهدف وابطضا قياس ذلك على التجربة الأردنية التي تعد تجربة مختلفة في هذا المجال.

تم جعل هذا الدراسة هي نقطة الانطلاق والبداية للدراسة الحالية لتقيس معلومات الشباب الجامعي عن السلامة المرورية من خلال معرفتهم بها وقياس مصادر هذه المعلومات وتبيان مكانة التلفزيون من بين هذه الوسائل المختلفة.

حدود الدراسة:

الحدود الزمنية

تم تحديد شهر فبراير 2017 لإجراء الدراسة الميدانية.

الحدود المكانية

الجامعات المختارة في عمان وإربد الجامعة الأردنية والبتراء في عمان
وجامعة اليرموك وجدارة في اربد.

الحدود الموضوعية

وتحدد الحدود الموضوعية للدراسة في دور التلفزيون الأردني في إمداد
الشباب الجامعي بمعلومات السلامة المرورية.

نوع ومنهج الدراسة

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي
بالعينة الميدانية على عينة من الشباب الجامعي الأردني بهدف معرفة المعلومات التي
أمدهم بها التلفزيون الأردني بخصوص السلامة المرورية.

مجتمع الدراسة

جميع مفردات الشباب الجامعي الأردني في الجامعات الحكومية والخاصة
بمختلف تخصصاتهم العلمية والإنسانية.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة عمدية من الشباب الجامعي المتابعون للبرامج والنشرات
المرورية بالتلفزيون الأردني قوامها (400) مفردة بواقع (100) مفردة من كل
جامعة من الجامعات عينة الدراسة وهي الأردنية، واليرموك، والبتراء، وجدارا تم
سحبها باستخدام الأسلوب المتساوي.

أداة جمع البيانات

تم استخدام استمارة استبيان من إعداد الباحث لقياس دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات السلامة المرورية ومزودة بمقياس لقياس معلومات السلامة المرورية

الصدق والثبات:

عرض الاستمارة على عدد من الخبراء والمحكمين المتخصصين في مجال الدراسة**، وقام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفقوا عليها وأصبحت الاستمارة جاهزة للتطبيق.

وتم إجراء اختبار ثبات للنتائج بالاشتراك مع باحث زميل*** على عينة قدرها (10%) من مجتمع الدراسة بواقع (40) مفردة، وبلغ قيمة معامل الثبات (92,2%) وذلك لتحديد نسبة ثبات الاستمارة الميدانية، حيث شرح الباحث الاستمارة وطريقة تفرغها للزميل الباحث وتعد النسبة التي تم التوصل إليها مناسبة حيث تعد نسبة (92,2%) نسبة مقبولة في مقارنة وثبات النتائج.

الأساليب الإحصائية

تم استخدام حزمة (SPSS) في تحليل البيانات الإحصائية وتم الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية، والوزن المرجح للرتب، والمتوسطات والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين أحادي الاتجاه، وأيضا اختبار (T-TEST).

النظرية المستخدمة في الدراسة

* أسماء السادة المحكمين مرتبة هجائيا

- أ.د. عربي عبد العزيز الطوخي. أستاذ الإعلام بجامعة حلون وعميد معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
- أ.د. محمد هاشم السلعوس. أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة اليرموك.
- د. وائل مخيمر عبد النبي. مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.
- د. محمد محمد على عمارة. أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة اليرموك

نظرية الغرس الثقافي

من المعروف أن نظرية الغرس لا تستخدم النموذج الخطي البسيط الذي يعتمد على فكرة وجود منبه واستجابة، (George Gerbner, and others, 1984). ففي دراسة العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام والجمهور نجد تقدم التعرض التراكمي على المدى البعيد، للتعرض لنظام متكرر وثابت من الرسائل، حيث يعتمد تحليل الغرس على قياس الأثر التدريجي بدلا من التغير الفجائي. Nancy Signorelli & (Michael Morgan, 1990).

ويكشف هذا التحليل عن المقارنات والارتباطات بين الأفراد كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة للتلفزيون في إطار تجانس نسبي وتتم المقارنة بين الإجابات التي أدلى بها المبحوثين والصور الرمزية الشائعة في عالم التلفزيون. Byron (Reeves, 1978) وكشفت الدراسات أن كثيفي المشاهدة من جماعات نوعية مختلفة يستنبطون معاني مشتركة بنسبة أكبر من قليلي المشاهدة، Heath Rebert, (and Bryant Jennings, 1992).

ومن هنا يتضح أن بحوث الغرس تستهدف قياس نتائج التعرض التراكمي لوسائل الاتصال، وخاصة التلفزيون بوصفة وسيلة تنفرد بقابلية الرسائل للتكرار والتجانس. (James w Potter, 1988) ونموذج الغرس يتكون من أربع مراحل أساسية هي مشاهدة التلفزيون ثم عن طريق التعلم يحدث اكتساب للمعلومة ثم عن طريق البناء يتم بناء الواقع الاجتماعي ثم يتضح بعد ذلك أو يتغير السلوك. (James w Potter, 1986)

ومن كل ما سبق استفاد الباحث من نظرية الغرس في بناء فرض الدراسة الرئيسي الخاص بكثافة المشاهدة ومستوى معلومات السلامة المرورية، وهي مرحلة أولى من النظرية حيث من المفترض بعد ذلك أن يتغير السلوك بناء على هذه المعلومات.

Alan M Rubin, , Wliazbeth M perse, and Donalds Taylor,
(1988).

نتائج الدراسة الميدانية:

نعرض في هذا الجزء النتائج التي انتهت إليها الدراسة الميدانية والتي استهدفت التعرف علي دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات السلامة المرورية بالجامعات الحكومية والخاصة بمحافظة عمان وإربد التي سبق تحديدها في عينة الدراسة. حيث بلغ حجم العينة الميدانية (400 مفردة) وقد استخدم الباحث استمارة استبيان بالمقاييس المباشرة مع المبحوثين بالجامعات، وقد توصل الباحث إلى استنتاج عدد من النتائج التي استهدفتها الدراسة الحالية، تتخللها تحليل لأهم النتائج الواردة وفيما يلي عرض لأهم هذه النتائج.

النتائج الخاصة بالجداول التكرارية التي توضح نتائج الدراسة الميدانية:

الوقت الذي يستغرقه الشباب الجامعي في مشاهدة القنوات النشرات والبرامج المرورية

جدول رقم (1) يوضح التوزيع التكراري والنسبي للوقت الذي يستغرقه أطفال العينة في مشاهدة القنوات الفضائية

النسبة المئوية	التكرارات	ساعات المشاهدة الأسبوعية للبرامج والنشرات المرورية
25.25	101	أقل من ساعتين أقل من ساعة
47.25	189	أقل من ساعتين
17.75	71	من ساعتين إلى أربع ساعات
9.75	39	من أربع ساعات فأكثر
100	400	الإجمالي

تدل بيانات الجدول السابق أن (25.25%) من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية أقل من ساعة، و(47.25%) يشاهدونها أقل من ساعتين، و(17.75%) يشاهدونها من ساعتين إلى أربع ساعات، و(9.75%) يشاهدونها من أربع ساعات فأكثر، وقد يرجع ذلك إلى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة التلفزيون في المقام الأول وأيضا متابعة البرامج والنشرات المرورية وخاصة في التلفزيون الأردني.

دوافع المشاهدة للبرامج والنشرات المرورية

جدول رقم (2) يوضح ترتيب دوافع المشاهدة للبرامج والنشرات المرورية

المتوسط المرجح للرتب	5ت	4ت	3ت	2ت	1ت	دوافع المشاهدة للبرامج والنشرات المرورية
2.21	22	23	38	90	201	لأنها تقدم معلومات عن التكديس المروري
3.28	20	35	34	75	92	لأنها توعي السائقين
3.36	31	54	82	95	39	لأنها تقدم شرح مختصر ومفيد لقوانين المرور
4.07	50	72	71	55	20	لأن أشكال برامجها ومضامينها متميزة
4.40	65	52	61	35	19	لأنها تناسب أوقات فراغي

تدل بيانات الجدول السابق إلى أن دافع لأنها تقدم معلومات عن التكديس المروري احتل الترتيب الأول بمتوسط مرجح (2.21)، في حين احتل دافع لأنها توعي السائقين الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره (3.28)، ثم احتل دافع لأنها تقدم شرح مختصر ومفيد لقوانين المرور الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره (3.36)، ثم احتل دافع لأن أشكال برامجها ومضامينها متميزة الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدرة (4.07)، ثم احتل دافع لأنها تناسب أوقات فراغي الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره (4.40).

مصادر الحصول علي معلومات السلامة المروري

جدول رقم (3) يوضح ترتيب مصادر الحصول علي معلومات السلامة المرورية

المتوسط المرجح للرتب	ت 9	ت 8	ت 7	ت 6	ت 5	ت 4	ت 3	ت 2	ت 1	مصادر الحصول على معلومات السلامة المرورية
3.43	1 4	1 8	1 4	29	37	3 7	3 9	4 0	12 0	التلفزيون
3.48	7	7	1 8	30	44	5 6	6 2	7 0	70	الإذاعة
3.59	1 3	1 5	2 0	15	32	7 3	6 9	8 3	56	الكتيبات والملصقات
3.81	1 2	1 3	2 3	26	32	3 9	6 3	6 4	45	سائقي المركبات
4.04	1 1	2 1	2 8	25	44	5 3	5 2	5 5	47	الصحف
4.41	4 2	2 3	2 5	39	37	3 5	4 5	4 5	71	الأسرة

5.43	2 9	4 8	4 5	43	55	3 7	3 7	3 0	12	حملات التوعية بالجامعات
5.68	3 3	3 8	4 5	52	35	4 0	2 9	1 8	8	المقررات الدراسية
6.13	4 3	5 3	5 1	37	33	2 4	2 7	2 0	1	الأصدقاء

تدل بيانات الجدول السابق إلي أن التلفزيون احتل الترتيب الأول بمتوسط مرجح قدره (3.43)، في حين احتلت الإذاعة الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره (3.48)، واحتلت الكتيبات والملصقات الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره (3.59)، ثم احتل سائقي المركبات الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدره (3.81)، ثم احتلت الصحف الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره (4.04)، ثم احتلت الأسرة الترتيب السادس بمتوسط مرجح قدره (4.41)، ثم احتلت حملات التوعية الجامعية الترتيب السابع بمتوسط مرجح قدره (5.43)، ثم احتلت المقررات الدراسية الترتيب الثامن بمتوسط مرجح قدره (5.68)، وأخيرا احتل الأصدقاء الترتيب التاسع بمتوسط مرجح قدره (6.13).

وهذا يؤكد أهمية الدراسة في أنها تناولت البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني لإمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول السلامة المرورية.

درجات مقياس المعلومات الدينية:

جدول رقم (4) يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لمحاور مقياس المعلومات الدينية.

معلومات السلامة المرورية	التكرارات	المتوسط	الانحراف
حركة المرور	400	7.4954	1.91586
هندسة المرور		6.8333	1.81000
إشارات وتحذيرات		7.8935	2.03171
تكس مروري		7.8356	2.01233
توعية مرورية		7.9190	2.07636
الدرجة الكلية		37.9769	7.90456

علما بأن عدد الأفراد (ن) = 400

من خلال بيانات الجدول السابق تبين أن التوعية المرورية احتلت المرتبة الأولى في درجات مقياس المعلومات الدينية بمتوسط حسابي بلغ (7.919) وانحراف معياري يقدر بـ(2.07636)، واحتلت الإشارات والتحذيرات المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (7.8935)، وانحراف معياري يقدر بـ (2.0171)، بينما احتل التكس المروري المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (7.8356)، وانحراف معياري يقدر بـ(2.01233)، في حين احتلت حركة المرور المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ

(7.4954)، وانحراف معياري يقدر بـ (1.91586)، وأخيرا احتلت هندسة المرور المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (6.8333)، وانحراف معياري يقدر بـ (1.81000) أما بالنسبة للدرجة الكلية للمقياس فبلغ المتوسط الحسابي لها (37.9769)، في حين قدر لها الانحراف المعياري بـ (7.90456).

نتائج اختبار صحة الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائية بين درجة كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

ولاختبار صحة الفرض الأول استخدم الباحث تحليل التباين one way

anova المبين في الجداول رقم (5)، (6)

جدول رقم (5) يوضح العلاقة بين كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي

كثافة المشاهدة	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
كثيف	39	7.6231	1.97297
متوسط	258	8.0201	1.97704
قليل	101	7.9196	2.02598

ومن خلال الجدول السابق يمكن معرفة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي. وللتحديد الدقيق لدلالة العلاقة يمكن النظر إلى الجدول الآتي:

جدول رقم (6) يوضح تحليل التباين لبيان دلالة العلاقة بين كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	396.252	1	396.252	6.949	دال
داخل المجموعات (الخطأ)	20527.328	398	57.020		
الإجمالي	20923.580	399			

تظهر بيانات الجدول السابق ومن خلال استخدام اختبار one way anova وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في

التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي. حيث كانت قيمة "ف" (6.949) عند درجة حرية (1,399,389) ومستوي دلالة (0.009).

وهذا يؤكد الدور الكبير كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي، وذلك لصالح المشاهدة المتوسطة باعتبارها الأكثر في المتوسط (8.0201).

ومن هنا يمكن قبول الفرض الأول القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين درجة كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

الفرض الثاني: يوجد علاقة دالة إحصائية بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

ولاختبار صحة الفرض الأول استخدم الباحث تحليل التباين one way anova المبين في الجداول رقم (7)، (8)

جدول رقم (7) يوضح العلاقة بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الاعتماد على التلفزيون
1.92814	7.6414	286	يعتمد
1.81456	7.2151	114	لا يعتمد

ومن خلال الجدول السابق يمكن معرفة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياري للاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي. وللتحديد الدقيق لدلالة العلاقة يمكن النظر إلى الجدول الآتي:

جدول رقم (8) يوضح تحليل التباين لبيان دلالة العلاقة بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي

الدالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
دال	4100	14.295	1	14.295	بين المجموعات
		3.487	398	1098.392	داخل المجموعات (الخطأ)
			399	1112.688	الإجمالي

تظهر بيانات الجدول السابق ومن خلال استخدام اختبار one way anova وجود علاقة دالة إحصائية بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي، حيث كانت قيمة "ف" (4.100) عند درجة حرية (1,389,399) ومستوى دلالة (0.044).

وهذا يؤكد الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي، وذلك لصالح المعتمدين على التلفزيون باعتباره الأكثر في المتوسط (7.6414).

ومن هنا يمكن قبول الفرض الثاني القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

ولاختبار صحة هذا الفرض قام الباحث باستخدام اختبار (T.Test) لبيان دلالة الفروق بين شباب الجامعة ذو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، والمرتفع في درجات معلومات السلامة المرورية.

جدول رقم (9) يوضح اختبار (T.Test) لبيان دلالة الفروق بين شباب الجامعة ذو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، والمرتفع في درجات معلومات السلامة المرورية

المصدر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الفرق	الخطأ المعياري للفرق	قيمة "ت"	درجة الحرية	الدلالة
المستوي المرتفع	24	38.7493	7.92082	3.45759	.90187	3.834	429	دالة
المستوي المنخفض	6	35.2917	7.31389					

أظهر استخدام اختبار (T.Test) وجود فروق دالة إحصائية بين شباب الجامعة ذو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، والمرتفع في درجات معلومات السلامة المرورية المقدمة في برامج ونشرات التلفزيون الأردني المرورية لصالح الأطفال ذو شباب الجامعة ذو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع حيث كانت قيمة "ت" دالة عند درجة حرية (429).

ومن هنا يمكن قبول الفرض الثالث القائل توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوي الاقتصادي الاجتماعي ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب الجامعي.

خاتمة الدراسة

نظرا لأهمية قناعة الناس بالقواعد والتعليمات يسعى إلى تنفيذ وإنتاج برامج ونشرات مرورية بهدف التوعية المرورية وأيضا إعطاء معلومات حول السلامة المرورية ضمن برامجه وبالتعاون أحيانا مع إدارات العلاقات بوزارات الداخلية والأجهزة المختصة الأخرى، التي تدرج من ضمن مهامها تكثيف الوعي المروري لدى الجمهور.

وهذا ظهر جليا من خلال الدراسة الحالية التي أوضحت لنا أهمية الدور الذي يلعبه التلفزيون وخاصة الأردني في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول السلامة المرورية.

وأيضا تم تقسيم معلومات السلامة المرورية من خلال الدراسة على خمس أقسام رئيسية وهي (حركة المرور، هندسة المرور، إشارات وتحذيرات، تكديس مروري، توعية مرورية).

تبين أيضا من الدراسة أن لكثافة المشاهدة للبرامج والنشرات المرورية بالتلفزيون الأردني دور كبير في مستوى المعلومات المحصلة لدى الشباب الجامعي ومن هنا نؤكد على أن نظرية الغرس الثقافي كانت الأكثر مناسبة للدراسة الحالية.

التوصيات والمقترحات

بعد إجراء الدراسة الحالية تبين للباحث انه بالإمكان الاستفادة من متابعة الشباب الجامعي للتلفزيون وذلك من خلال توصية القائمين على التلفزيون الأردني بضرورة زيادة الجرعة المرورية المقدمة على الشاشة وذلك بهدف تحقيق السلامة المرورية على الطرق في الأردن.

تفعيل دور الإعلام بزيادة الوعي المروري لدى فئة الشباب تحديدا وبكافة الوسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي لكونها الفئة المستهدفة والأكثر تأثرا بالحوادث المرورية وبالتنسيق مع كافة شركاء العملية المرورية.

تأكد من مصدر المعلومة وبكل دقة ومصداقية من جهة موثوقة ذات اختصاص قبل عرضها من قبل على وسائل الإعلام وطرحها بشكل موضوعي بهدف معالجة الأخطاء سواء المقصودة أو غير المقصودة وبأسلوب علمي ومنهجي.

وعموماً فإن دور وسائل الإعلام بكافة أشكالها وخاصة التلفزيون في نشر معلومات السلامة المرورية بهدف التوعية المرورية بتكامل وتعاون الجهات المختصة الأخرى والسائقين وعابري الطرق والمجتمع كاملاً لتحقيق الأهداف المرجوة في تعميق الوعي المروري حفاظاً على سلامة الجميع.

قائمة المصادر والمراجع

- علي فريحات، (2004)، دور الإعلام الرقابي والتوعوي في السلامة المرورية، ورقة عمل مقدمة إلى نقابة الصحفيين، المملكة الأردنية الهاشمية.
- جاسم خليل ميرزا، (2008)، العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الإعلام: الأسس والمبادئ، الدورة التدريبية تكامل الأجهزة بين الأجهزة المرورية والأجهزة الإعلامية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- أحمد مطهر عقبات، (2007)، دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية، الندوة العلمية واقع الحملات التوعوية المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- راضي عبد المعطي السيد، (2009)، الآثار الاقتصادية لحوادث المرور، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- محمد طلال، (2004)، الممارسات الإذاعية والتلفزيونية ومسألة التوثيق الإعلامي، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، الجمهورية التونسية.
- عبد العزيز بن محمد البريدع الشمري، (2013)، دور الإعلام في التوعية المرورية من وجهة نظر طلاب المرحلة الثانوية بمدينة تبوك، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- بن عباس فتيحة، (2012)، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة

وصفية استطلاعية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3.

• محمد بن سعيد الغامدي، & سعيد بن فالح الغامدي، (2010)، الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير دراسة استطلاعية بمحافظة جدة، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.

• صفوت العالم، (1999) الإعلام المروري في مصر ودول الخليج العربي، دار الثقافة العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

- George Gerbner, and others, (1984), "political correlates of television wiewing", public opinion quarterly, vol 48, spring.
- Nancy Signorelli & Michael Morgan, (1990), Cultivation A nalysis : New Directions in media effect research, Sage publication, California, USA.
- Byron Reeves, (1978), "perceived television Reality as a predicator of children's social Behavior", Journalism Quartery, Vol 55.
- Heath Rebert & Bryant Jennings, (1992), Human communication theory and research concepts context and challenges, Lawrence Erlbaum Associates publishers, New Jersey, USA.
- James w Potter, (1988), "How do adolescents of television reality change over time", journalism Quarterly, vol. 69, No.2.

- James w Potter, (1986), "perceived reality and the cultivation hypothesis", journal of Broad casting, vol.30, No.2.
- Alan M Rubin, , Wliazbeth M perse, and Donalds Taylor, (1988), "A methodological Examination of cultivation, communication research, vol.15, No.2, April.

دور المواريث الثقافية في سياسات صناعة الانتساب في السينما المغربية

The role of the cultural inheritance in the policies of establishing an identity for Moroccan movies

إعداد:

الدكتور أكتيري بوجمعة

كلية الآداب والعلوم الانسانية ابن طفيل، القنيطرة- المغرب

boujmaa.aktiri@gmail.com

الملخص

تتناول هذه الدراسة بالتحليل أهمية ودور السينما في صناعة فلسفة انتسابية، تعبر عن محيطها الثقافي. وذلك من خلال اشتغالها على المواريث الثقافية المغربية، وتوظيفاتها الفكرية والجمالية والعلاماتية داخل المتن الفيلموغرافي المغربي. الأمر الذي من شأنه أن يعطي لهذه السينما بعدها الهوياتي، ويربطها بتاريخها وسياقاتها الثقافية والاجتماعية ويميزها على مستوى التجربة عربيا وعالميا دون أن تنسلخ عن الأبعاد الإنسانية المشتركة. وترى الدراسة أن طبيعة الاشتغال على المواريث الثقافية (المادية واللامادية) كفيل بصناعة سينما ذات فلسفة انتسابية مغربية، تسهم في تطوير استراتيجيات التغيير لديها ثقافيا واجتماعيا وسياسيا واقتصاديا.

الكلمات المفتاحية: فلسفة الانتساب، المواريث الثقافية المادية، الامتدادات، السينما المغربية، الصورة السينمائية.

Abstract

This study analyzes the importance and role of cinema in the creation of an associative philosophy that expresses its cultural environment. Through its work on the Moroccan cultural heritage and its intellectual, aesthetic and symbolic functions within the Moroccan filmography. Which would give the cinema then identity, linking it with its history and cultural and social contexts and distinguish them at the level of experience Arab and world without shedding the common human dimensions. The study considers that the nature of the work on cultural heritage (material and non-fiction) is conducive to the creation of a cinema with a Moroccan associative philosophy, which contributes to the development of strategies of change that are culturally, socially, politically and economically.

إشكالية البحث:

قضية توظيف المواريث الثقافية المغربية والاشتغال عليها سينمائيا في عصرنا الراهن، والاستفادة منها على مختلف المستويات غدت ضرورة ملحة، خاصة إذا ما نحن أردنا أن نحافظ على إنتاج بصري ينقل خصوصياتنا الثقافية، وما تتضمنه ثناياها من خلفيات اجتماعية وسيكولوجية واثنية...إلخ. هذا في ظل السباق الدولي المحموم حول عرض لكل طرف قوة حضارته، مستغلين بذلك الامكانيات التي أتاحتها التقنية الحديثة من سينما وما شابه. وبالتالي فما على التجربة السينمائية المغربية خاصة، والعربية عامة سوى العمل على استثمار هذه التقنية وبلورتها بشكل فعال في خدمة رؤى واستراتيجيات التغيير على مختلف الميادين الحيوية (اقتصادية، اجتماعية، سياسية...)، غير أن هذا رهين بصناعة فلسفة انتسابية قادرة على خوض هذه التحديات المستقبلية، من هنا تتحدد مشكلة هذه الدراسة والمتمثلة في كيف يمكن أن يغدو الاشتغال على المواريث الثقافية المغربية كفيلا بصناعة فلسفة انتسابية تسهم في قيادة خطط التغيير واستراتيجياته ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا وسياسيا؟

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث وأفاقه في قدرة آلية السينما الموظفة للمواريث الثقافية المادية واللامادية في الآتي:

خدمة استراتيجيات التنمية على مختلف المستويات المطروقة بلغة الصورة السينمائية.

لعب أدوار طلائعية في تقديم تصورات وتمثلات عن المجتمعات المنتجة لها ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا وسياسيا.

الترويج والتسويق للمواريث الثقافية بصريا بلغة السينما، وصناعة فلسفة انتسابية، تنطلق امتداداتها الابداعية والفكرية من عمق الذاكرة الجماعية.

تقديم بدائل ابداعية لمجال السينما بالمغرب، واطاحة امكانية التفكير من داخل المقومات الثقافية للمغرب.

منهجية البحث:

ترتكز الدراسة في منهجها على الأنثروبولوجيا البصرية، باعتبارها كفيلة بدراسة نشاط ثقافي غزير المعطيات المرئية؛ شأن السينما باعتبارها تضم جملة من التصورات والتمثلات والأشكال والأنساق الثقافية، من عادات وتقاليد ومواريث مادية ولامادية... إلخ. وسنحاول من حيث طبيعة المنهجية المعتمدة تفسير وتحليل المعطيات الاجتماعية وصفيا وامتداداتها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية من خلال المعلومات المرئية المقدمة سينمائيا. باعتبار أن الأنثروبولوجيا البصرية من موضوعاتها المركزية؛ دراسة أي نشاط ثقافي من سينما وفنون في تفاعلها مع العلوم الإنسانية.

مدخل:

السينما فن مركب، ووسيلة مشبعة بالفكر البشري؛ باعتبارها من صنع هذا البشر، وتجسيدا صريحا لأفعاله وتصوراته وسلوكياته الحياتية. كما أنها تُعدّ وثيقة بصرية لاستراتيجياته وطموحاته المستقبلية. فهي بهذا المعنى، تشكيل مُفعم بالحيوية يستخدم أساليب وتقنيات أخاذة، قادرة على الجمع بين جملة من العناصر الجمالية والصناعية والتجارية والاتصالية التي تعمل على خدمة توجهات تزواج بين الإظهار والإضمار، فيما يتعلق بمقاصدها المنقولة بصريا عبر عدسة كاميراها. موضحة بذلك،

انتسابها الروحي والمادي والفكري والعاطفي والأخلاقي والتصوراتي، لمحيطها الثقافي في بعده المحلي والكوني.

1. أهمية المواريث الموظفة سينمائيا في صناعة فلسفة الانتساب وتفعيل

استراتيجيات التحصين والتطوير

أضحت الصورة بشكل عام، والصورة السينمائية بوجه خاص تلعب أدوارا طلائعية في تشكيل وعي الفرد بذاته وبالعالم، وذلك باكتساحها مختلف مناحي الوجود الإنساني. وذلك باتخاذها موقعا مركزيا في مسارات التحولات العالمية على مختلف الميادين الحيوية سواء منها: الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية أو السياسية...إلخ. فالصورة السينمائية -اليوم- وسيط فعال ضمن آليات التأثير الحديثة وجزء لا يتجزأ من ثقافة الترفيه والتسويق والترويج لرؤى وقيم المجتمعات المعاصرة. ونظرا للمركزية التي غدت تحتلها الصورة السينمائية في الفضاء العام والخاص، وفي المعيش اليومي للأفراد والمجتمعات، فقد بات من الصعب الاستغناء عنها لما تُؤفره من إمكانات واسعة للتواصل والترفيه والمتعة¹ والسيطرة. وأيضا لصناعة فلسفة انتسابية تحصن من المكتسبات الوطنية لمُبدعيها بما تشمله من مواريث مادية ولامادية، بإمكانها إن وظفت بالشكل السليم، قيادة ودعم خطط التغيير والتطوير على مختلف المستويات.

1.1 الممارسة السينمائية الموظفة للمواريث الثقافية: استراتيجية لتوضيح

الانتساب المغربي وتحصينه

1 - محمد البوعيادي، السينما المغربية- أسئلة التأويل وبناء المعنى، (2015)، ص.36.

إن مسألة القول بضرورة التحسين لمكتسباتنا الحضارية الثقافية المتوارثة (مادية/ ولامادية) وفق استراتيجية بصرية تكون السينما بوابتها لا تُلغى كوننا لا نروم الانفتاح على العالم كما قد يُفهم خطأ؛ باعتبار أن هذا الانفتاح لم يعد خيارا مطروحا، فنحن منفتحون على العالم شئنا أم أبينا، حتى وإن كانت خطاباتنا الثقافية والتعليمية والإعلامية لا تزال متوجسة من الآثار السلبية لهذا الانفتاح. وهذا في رأينا تشكيلك ضمنى في هذه المكتسبات الحضارية العريقة المتوارثة عبر سنين طوال، سواء في شقها المادي أو اللامادي. ولعل هذا ما يدعونا اليوم إلى أن نعيد النظر في كفاءات وآليات الرؤية خاصتنا؛ خصوصا فيما يتعلق بطبيعة اشتغالنا على هذه المواريث الوطنية سينمائيا. هذا إلى جانب أن نستحضر ضمن طبيعة هذا الاشتغال المراد التذليل به عن انتساب هذه السينما؛ وفق رؤية عمادها الثقافة والخصوصية المغربيتين، واضعين ضمن أجندتنا فكرة أن الهوية باعتبارها خزانا للخصوصية الثقافية والتصوراتية لأي مجتمع من المجتمعات، ليست نسقا مغلقا معزولا، بل حصيلة تراكمات تاريخية قائمة على التغيير والتطور والاختلاف والتنوع والامتداد. بما مفاده أن الهوية، ليست جامدة ولا تركزن لزمان دون غيره، فهي متنقلة ممتدة من حيث طبيعة تطلعات من يكسبونها صيغة الهوية. وبالتالي، لا خوف من فُوبيا الانفتاح على الأقل بصريا؛ فهناك مجتمعات أكثر انغماسا في الانفتاح حسب ما توضحه لنا مخرجاتها الفلمية كاليابان وكوريا الجنوبية وتركيا والهند ومجتمعات شرق آسيا... وغيرها. ومع ذلك لم تتأثر خصوصيات هذه المجتمعات المذكورة، بل زادت هجا وإشعاعا؛ نظرا لكونها بادرت إلى التفاعل مع هذا الانفتاح المحتوم بما يتوافق وثوابتها الثقافية والوطنية ورؤيتها للعالم، فتقدمت بذلك بعد أن طورت في مواريتها.

فقوة السينما تكمن في حجم الصلاحيات التي تمدها للمخرج المبدع، خصوصا عندما يعي هذا المخرج قيمة أن يُفكر بها ويُمارس إبداعه من داخل خصوصياته الثقافية والحضارية المبتوثة في مواريتها وسلوكياته وطقوسه ورموزه... إلخ. وذلك بما لا يتناقض ومفاهيم من قبيل: المشترك الإنساني الذي يحويه إبداعه الفلمي المؤطر بحوامل تراثية ذات خصوصيات ثقافية، يحضر فيها هذا المشترك بمختلف تجلياته

الثقافية والحضارية والقيمية التي تربط بين المجتمعات البشرية، وتجعلها في حالة تفاعل مستمر. وهذا ما تحيل عليه اليوم، الصورة المقدمة عن أمريكا سينمائيا. ما يؤكد ما مفاده أن الصورة السينمائية، بمقدورها أن تغدو مصدرا من مصادر التفوق للبلد المنتج لها انطلاقا من تعزيز ثقافته ومواريثه التي لا تنقطع عن المشترك الإنساني، بقدر ما تثمنه من خلال مخرجاتها الفلمية المبنية على الثقة في النفس والثقافة والهوية الناجمة عن ذكاء وحرفية وبصيرة مبدعيها وحسهم الوطني الكوني المنفتح والمتفاعل مع مختلف التحديات المستقبلية، من دون خوف أو فزع أو نزوع إلى الجمود.

وعليه، يمكننا القول مما تقدم أن التفكير بالسينما في قضية صناعة فلسفة الانتساب عبر آليات توظيف المواريث الثقافية في المتن الفلمي المغربي، من شأنه تحصين المكتسبات الحضارية المغربية المتوارثة عبر أجيال، إضافة إلى التعميق من قيمتها الفنية والجمالية بصريا لدى المتلقين، بما يثمن ويحصن من مرجعيتها الهوياتية والفكرية. وهو أمر لا يمكن أن يقوم به إلا مخرج قارئ وكاتب مطلع على تاريخ الفنون في كليتها¹، وباحث متخصص في الدراسات الثقافية...إلخ.

1.2 توضيح الانتساب وتفعيله سينمائيا استراتيجية لقيادة خطط التطوير

والتغيير

إن العصر الذي نعيشه، يستقيم نعته بعصر الصورة، وهذا ما يجعلنا نعيش تحديا حقيقيا يتمثل في تسابق الجميع نحو حيازة وامتلاك واستثمار إمكاناتها، بغية عرض خصوصياته الثقافية والحضارية...إلخ. بديهي إذن، أن تشهد الصورة هذا الزخم في قيادة دواليب هذا العصر، فكما يقال فلكل عصر أدواته، وما لم نتسلح بأدوات هذا العصر ونستوعب ما يتيح به فكر تقدمي تطوري فسنظل في آخر الركب. لذلك، نرى بضرورة استثمار الصورة السينمائية والاستفادة من مقوماتها التقنية والجمالية التي من شأنها في حالة تعامل مع السينمائي القارئ والمفكر والأركيولوجي والفيلسوف بعقلية

1 - محمد شويكة، التفكير في السينما- التفكير بالسينما، (2015)، ص.189.

تساعد المتلقىين، أولا على التعرف على ذواتهم الحضارية، وثانيا على الانفتاح على باقى الثقافات الكونىة. وهذا ما تخوله لهم طبعة المعالجة التى تبنها المخرج السىمائى رفقة باقى طاقم الفلم فى تأطير الموارىث المادىة واللامادىة: (معمار، منسوجات، اكسسوارات، أمثال شعبىة، أغاز، حكايات...) داخل شاشة العرض. الأمر الذى يخول لمشاهدى الفلم إمكانية إدراك الجواهر المؤسسة لهذه الموارىث المستثمرة داخل الإطار الفلمى، والوقوف على أبعادها وحدودها والقواسم التى تشتركها مع باقى الثقافات البشرىة.

فالسىما بهذا المعنى، أى تلك التى تستثمر هذه الموارىث بمقدورها فى حالة وجود رؤية وتصور اىجابى أن تجدد من تمثلات الذات المغربىة بمختلف تشكيلاتها، وأن تحقق انسجامها الدائم مع حركة التاريخ، مع إلهامها بصريا بكفىيات التعاطى المرن مع قضايا كصناعة انتساب بصرى أو خصوصىة بصرىة عبر الصورة السىمائىة. باعتبار أن الفكر الإخراجى المبني على الثبات والجمود التصوراتى فى المعالجة الفلمىة، لا يمكن أن ينمى لنا رؤية سىمائىة مغربىة طموحة تنطلق من الذات نحو الآخر لوجود قصور معرفى فى فهم معنى صناعة الانتساب/ الخصوصية المفضىة إلى قىادة خطط التغير والتطوير بصريا. وهنا نستطىع أن نؤكد أن الانشغال بالخصوصىة دون فهم عمىق يسقط فى الجمود واللاتحول والتفوق المؤدى للصراعات والتناحرات والتناقضات الثقافىة والفكرىة، مما يجعل البحث عن التميز عبر الخصوصية بصريا تفريط فى المشترك الإنسانى الذى تنطق به رموز هذه الموارىث المستثمرة سىمائىا.

وفى هذا السىاق، يمكننا نلمس كىف تغدو الصورة السىمائىة التى تستثمر موارىثها بثقة ورؤية ثقافىة منفتحة؛ تستند فى صياغة أسلوبها وصناعتها على سماتها الممىزة ذات الأبعاد الإنسانىة شأن التجربة السىمائىة الهندىة والإىرانىة والىابانىة... الخ؛ هذه الأخيرة (التجربة الىابانىة) التى استطاعت أن تستثمر موارىثها الشعبىة وتُخذ بصمتها فى عالم السىما من خلال ما عكسته من ارتباط صرىح

بتراتها، وبينتها دون أن تسقط طبعا في فخ الانعزال والتفوق. وهذا ما جسدهته تجربة أحد مخرجيها الكبار "أكيرا كورساوا"، الذي لم ينطلق للعالمية إلا بعدما انطلق من ثقافته ومواريثه الشعبية المادية واللامادية شأن فلميه: رجال السموراي السبعة عام (1954) وفيلم حقل الخوخ عام (1990).

ولعل هذا ما سيساعد على قيادة خط التطور والتقدم بمعناه الإنساني المؤسس على معرفة الذات وتعريفها للآخر وفق منظورية إخراجية، ترنو إلى كشف القواسم المشتركة التي يحوزها الموروث المستثمر في السينما المقدمة له، ما يفتح أفق تنمية هذه المواريث وازدهارها على مختلف المستويات سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياسية...إلخ. إضافة إلى بناء توجه يركز على الإنسان باعتباره استراتيجية متينة لحفظ الأمن الوطني.

بهذا الأسلوب، يصبح للسينما صيغتها الحديثة في التغيير والتطوير غير طرح مختلف القضايا والإشكالات الوطنية بشكل جمالي فني مؤثر يضمن وعي متطور.

2. المواريث الثقافية في الممارسة السينمائية بالمغرب القضايا والرهانات:

تتميز كل تجربة سينمائية بأسلوبها وبطريقتها الخاصة في توظيف اللغة السينمائية، سواء من حيث الأشكال والتعبير والأفكار والأساليب والممارسات والرؤى؛ شأن مجموعة من التجارب العالمية التي بلغت شأوا في تعزيز صورتها الذاتية، خصوصا وأن الصورة السينمائية وسيلة من وسائل الهيمنة على العالم، وبدونها يصبح من الصعب أن نمتلك مفاتيح فهم "حضارة الصورة" ونبدو أشباحا لا هوية ولا صوت ولا قضية. فالسينما إذا أمعنا في تاريخها، نستشف أن المؤثرين في مساراتها أصحاب رؤى عميقة تحكمهم خلفيات صلبة تنطلق من معرفة واسعة بتاريخ الفكر والفن الإنسانيين. لذلك، أثروا بشكل عميق في التحولات السينمائية الكبرى ممارسة وتنظيرا، بل إننا حين نشاهد أفلامهم، ونقرأ كتاباتهم أو حواراتهم، نكتشف انسجام الرؤية التي ينافحون ويدافعون عنها من داخل إبداعاتهم السينمائية. ما يُعطي

لتجربة بلدانهم الحاضنة لهذا الإبداع نسبا وسمة توضح تميزها عن باقي التجارب العالمية الأخرى؛ سواء من خلال استنثار طبيعة مواريتهم المادية واللامادية وما تحمله في طياتها من تصورات وتمثلات وبنيات رمزية وتخيلية كفيلة بدعم سينماهم لقضاياهم الوطنية وإعطائها حركية أكبر، وشرارة فكرية تنزع نحو صناعة شخصية سينمائية متبصرة تهفو إلى الانفتاح والكونية لا الانغلاق والتقوقع. وعلى العموم فإننا سنتناول في هذا المبحث بعض أهم القضايا ورهاناتها التي يمكن أن تُعُضد فلسفة الانتساب بصريا وتوضحها في ارتباطها بالممارسة السينمائية بالمغرب.

1.2 السينما الموظفة للمواريث: بين معادلة التعبئة السياسية وصناعة

الانتساب السينمائي

إن قوة الوثيقة السمعية البصرية، تتجلى في مدى قدرتها على توجيه سلوك الإنسان وتغيير اتجاهاته وميولاته، وبناء تفاصيل ذاكرته؛ ففوة السينما باتت تتعدى نطاق السيطرة عليها أو على قوة تأثيراتها¹. يتضح من خلال هذا القول، أن السينما آلية من آليات النفاذ والاختراق والاستقطاب للثقافات والمجتمعات. وأيضا آلية للترويج والتسويق للمنطلقات والأيديولوجيات والأنظمة السياسية بأسلوب يعتمد على الإقناع، ويرتكز على إغراق الشعوب في تخيلات وتصورات جديدة². ولعل هذا ما تفسره المعطيات التاريخية المتعلقة بنشأة السينما العالمية، خصوصا في البلدان العربية والإسلامية، التي كانت مرتبطة ارتباطا وثيقا في مراحلها الأولى بالسلطات الاستعمارية، هذه الأخيرة التي كانت تستخدم وسيط السينما كأداة دعائية لترويج مخططاتها السياسية وأفكارها الاستعمارية. وذلك من أجل تغيير وجهة نظر الشعوب المستعمرة للدولة المُستعمرة وجيوشها؛ فعلى سبيل المثال: السلطات الاستعمارية

1 - محمد حمدي الحجاز، أفلام العنف والسلوك العدواني، (1999)، ص.48.

2 - Jaques Gautrand, L'empire des écrans, (2002), p.11.

الفرنسية*(1) بشمال أفريقيا (خصوصا المغرب، تونس، الجزائر) كان من بين رهاناتها الكبرى الصورة السينمائية، نظرا لما لها من دور كبير من الناحية السيكولوجية. من دور إيجابي على تثبيت تواجدها، وتلميع صورتها الشخصية وأساليبها الحياتية. ويتضح هذا جليا في تصريح "Colonel Boissieu"، الذي أشار إلى أهمية واستراتيجية السينما توغرافية في مخططاتها التوسعية؛ إذ قال: يجب مراعاة المواضيع المختارة وديكوراتها، فالصور يجب أن تُوَظَر بشكل دقيق وحاسم، كما يجب فصل كل الصور التي تكشف عن عنف العمليات العسكرية كالقصف المدفعي أو الجوي...، وتجنب صور تهديم وتدمير المباني والأحياء الفقيرة². والهدف من انتقاء الصور وتوجيه عدسة الكاميرا لالتقاط بعض المشاهد والتنحي عن مشاهد أخرى، هو إخفاء الوجه الحقيقي للحرب، وفق ما يُسميه النظام الاستعماري بعمليات استنابات الأمن.

وفق هذا المنظور، تتأكد لنا قوة وفائدة السينما في استراتيجية الدول الطامحة إلى بسط سيطرتها وهيمنتها ونفوذها على عقول المُشاهدين؛ وذلك بإنتاج وإعادة إنتاج تصورات وتمثلات ومزاعم تخدم قضاياها ومصالحها الذاتية (داخليا وخارجيا). انطلاقا من تصدير مواريتها الفكرية وما تحمله من أبعاد رمزية وتخيلية قصدها وجودها الرمزي وتزكيته رمزيا في أذهان المشاهدين. وتجدر الإشارة هنا، إلى أن هذه المطامح المتحدث عنها أعلاه قد تعززت (باختلاف مقاصدها ونتائجها) بانفتاح الصناعة السينمائية على التلفزيون البلازمي واستخدام القنوات الفضائية وتلفزيونات الأقمار الصناعية... إلخ. فبحسب تعبير ماروك فيرو "Maroc Ferro": قوة الفن السابع تضاعفت بفضل التلفزيون، إذ أصبح للسينما اليد الطولى في تسيير أمور

¹ - Nadia El Kanz, L'odyssée des des cinémathèques « La Cinémathèques Algérienne », (2003),p.72.

² - Sébastien Denis, Le Cinéma et la guerre d'Alérie «La propagande a l' écran 1945-1962 », (2009),p.33.

العالم¹. فى أمريكا على سبىل المآل لا الحصر، يقوم التلفزىون بأىصال وجمهاآ نظرها حول جموعة من القضاىا الحساسة (الإرهاب، الهجرة، التذآل العسكرى، الانفآاح الجنسى...) لقسم واسع من الناس عن طرىق الأفلام السىمائىة التى بىبآها التلفزىون². وذلك بغىة تشكىل ذهنىآهم والحجر على أفكارهم، وجزو خصوصىآهم، وتلمىع سلوكىآها لدهم، وإن كانت مُنافىة للقانون الدولى. ومن أمآلة ذلك أفلامها السىمائىة المصورة بالمغرب، والتى تستفز فى غالبىآها شعور المتفرآ المغربى والعربى، مآلا: "Charlie's War, Spy Game, Body of Lies, Blach Hawk, Down, Redention, In the Valley of Elah, Kingdom of Heaven" وتصوره على أنه إنسان همجى متعطش للدماء، والجنس، كما تضعه آارج آط الحضارة، من آلال تركىز مآاهدها ومقاطعها على موارىث شعبىة عبارة عن فضاءات آلفىة ودىكورات آربة وسآة...إآ. وذلك بغىة بناء فكر آرائى ومآاهد عجائبىة حول المغرب والمآاربة فى مآآىل هذا المتلقى؛ ما جمعل المغرب والمآاربة فى تصوراتهم وتمآلاتهم عبارة عن آفنة من اللصوص والآاضبىن والمشعودىن والآارجىن عن القانون وآط الحضارة. آىر أن المؤسف آقا، هو أن جمآد هذا التصور الكولونىالى إلى مآرجىن سىمائىىن "مآاربة" (بآجة الواقع الذى لا يسكن آىر آذهانهم) ضاربىن مسىرة حضارة عرىة بمكوناتها وروافدها وموارىآها...إآ.

هذا ما يؤكذ بالملموس، أن هناك من لا يزال يصآاد فى الماء العكر، وبرىد تثبىت فكرة المغرب آىر المتآضر والهمجى، والمغرب التابع لإعلامىا، آصوصا فى السمعى البصرى (وبالآآص فى مجال السىما). بكلمات أآق، هناك آلفىات سىاسىة تنقش مقاصدها فى هذه الإنتاجات الفلمىة آصوصا منها تلك التى تصور بآآل أرض المغرب، والتى تنفآح على موضوعات وتفاصىل، تستشعر من آلالها الرؤىة

¹ - François Garçon, Des nocés anciennes, cinéma et histoire, autre de Maroc Feroo,(1993), p.11.

² - Marc Poitier, La Vie politique aux Etats Unies,(1997), p.11.

الاختزالية الغير موضوعية التي يتبناها الآخر عن المغرب والمغاربة؛ وذلك في شبه اصرار على استراتيجية التضييل التي رضعها أبا عن جد من أثناء الكولونيالية وامتداداتها. ويصر أيضا هذا الآخر من خلال إنتاجاته الفلمية، نموذج (Babel) على تكريس خضوع العقول وتدجين الإرادة والأرواح المغربية، وتعرية ثقافتها واستهجان مواريتها واستئصال كل ما هو أصيل بدعوة التخلف، لا الاختلاف. وحتى لا نكون مجحفين في حق الآخر أكثر مما ينبغي، علينا أن نعترف بمسؤوليتنا كمغاربة (مخرجين سينمائيين، مسؤولين حكوميين، مدنيين، أكاديميين...)، عن هذه الصورة غير السوية التي يحملها الآخر عن حضارتنا وثقافتنا بمختلف تقسيماتها وبنياتها.

وتبعا لذلك، فمن المفترض منا -اليوم- أن نتخلص من مآزق الماضي وتمثلاته، التي صنعتها فينا شاشات الآخر. وأن نتخلص أيضا، من نظريات وأساليب التعالي عن اليوم بما يفيض من مواريث مادية ولا مادية ثرة لفائدة اليوم الغربي. فما أوجنا -اليوم- إلى أن نعيد ترتيب أولوياتنا، ونشتغل على ذواتنا بغية المصالحة معها في إطار محلي وطني كوني. وما اشتغالنا على توظيف المواريث الثقافية المغربية سينمائيا، إلا لإيماننا بأهميتها في التعبئة السياسية وشحن النفوس، والتدليل على قدراتها في إعطاء تصور مُغاير، مخالف لما آلفه عنا الآخر بصريا. إضافة إلى محاولة الرقي بهذه المواريث إلى موضوع للتفكير والتعبير والإقناع (بمفهومه الأوسع) بأننا مُختلفون. وأيضا بشحن الحس الإنساني بأننا ماضون إلى التغيير، ماضون إلى التحرر من كل ما من شأنه أن يثبط عزائمنا، ويحفظنا في ماضٍ سحيق. انطلاقا من خصوصياتنا المغربية الطافحة بالرموز والدلالات والإشارات، التي تفتح لهذه المواريث الثقافية المؤطرة بصريا في الممارسة السينمائية بالمغرب آفاقا جديدة تتخطى سلطة اليوم، وسلطة الأفكار والقواعد المتوارثة التي عمدت في غياب رؤية سينمائية إلى تغريب الإنسان المغربي وتدجين إرادته، وتشويه ذاكرته التاريخية، وقضاياه وخصوصياته الوطنية، الكفيلة بصنع سينما مغربية تنتصر في مضامينها المجسدة عبر استثمار المواريث لفلسفة الانتساب.

وعليه فرؤيتنا للسياسة في ارتباطها بالمواريث الموظفة سينما، هي رؤية تخول لنا إصلاح ما يمكن إصلاحه في الوعي والوجود الاجتماعي، عبر آلية السينما؛ وذلك عبر استثمار واع للمواريث، بغية صناعة فلسفة انتسابية تغير تلك الرؤى المفبركة بصريا المقدمة عن المغرب العجائبي بصريا، وهذا مطمح مشروع مادامت السينما آلية من آليات التواصل التي تضمن لكل نظام السياسي الترويج لتوجهاته وتصوراته وتمثلاته الثقافية باعتبارها رؤية للعالم.

2.2 السياسات العمومية في الممارسة السينمائية كوجه من وجوه الانتساب

المغربي:

تعالج بعض الأفلام السينمائية مجموعة من الظواهر والقضايا التي تملك أهمية كبرى داخل المجتمع، وهي سمة تمنح هذه الفيلموغرافيا خصوصية فنية تجعلها في عمق الوجود الاجتماعي. سيما وأن المجتمعات المعاصرة في حاجة إلى مثل هذه الآليات لتفعيل نقاشات عمومية فعالة بلغة الصورة، عن تيمات وقضايا شائكة تشغل المواطنين داخل مجتمعهم. كما هو شأن مجموعة من القضايا والظواهر والاجتماعية التي خلقت نقاشا وتفاعلا بين السينما والواقع، السينما والمجتمع، داخل المجتمع المغربي. وتجلت أبرز معالمها سينمائيا في القضايا المتناولة في فترة التسعينيات، والتي تسلط الضوء على مظاهر شائكة من حياة عموم المغاربة؛ كما هو الحال بالنسبة للأفلام التي تناولت فترات صراعية من التاريخ السياسي المغربي، والتي أجمع المتتبعون على نعتها بـ"سنوات الجمر والرصاص"؛ أي الفترة التي شهد فيها المغرب انتهاكات جسيمة في مجال حقوق الإنسان. وقد عملت العشرات من الأفلام المغربية على تناول هذه المرحلة العصبية من تاريخ المغرب*(2)، عن طريق سرد تفاصيل حياة النفي والاعتقال، ومحن الاضطهاد والقمع...، بطرقها الخاصة. كانت بدايتها بالفيلم المطول لسعد الشرايبي "يوميات من حياة عادية" والذي تعرض فيه لعلاقة صديقين شنتهما الاعتقال السياسي، بعدما تعرض أحدهم له، ويرصد حالة الاغتراب

اللى سىعانىها بعد خروجها من السجن، والصدمات اللى ىتلقاها من صدىقه القدىم، والمجتمع ككل.

وفى نفس السىاق، تناول عبد القادر القطع فى فىلمه "وجه لوجه" قصة مهندس شاب، ىبحث فى قضية اختطاف غامضة التفاصيل، تعرض إىها أبوه المهندس المتخصص فى بناء السدود. ىنضاف إى هذىن فىلمىن، فىلم "درب مولاى الشرفى" لحسن بنجلون، و"ذاكرة معتقلة" لجلالى فرحاتى، وفىلم "جوهرة بنت الحبس" لسعد الشراىبى؛ إنها أفلام متفاوتة القصة والبناء والمعالجة، تجسد تفاصيلها مرارة الحرمان من الحرىة والعدل، والمساواة، وىطش المؤسسة القمعىة...، كما تجسد قُدرتها على فتح نقاشات داخل المجتمع، بلغة جدىة، تنتصر إى لغة الحوار، كما تنتصر إى ثقافة الاعتراف، والنزوع إى فتح جروح بدون حرج ولا عقد؛ وذلك بهدف المصالحة استنادا إى إقرار الإنصاف وجبر الضرر. فهذه الأفلام قد استطاعت -إى حد ما- أن تجعل من قضية "سنوات الجمر والرصاص" قضية رأى عام، بعدما شجعت ضحاىا هذه الانتهاكات، إى التحرك فى إطار جمعىات مدنىة تُطالب بحق إنصافهم وجبر ضررهم؛ خاصة وأن الطرفىة الدولىة تستدعى من المغرب أن يقوم بمثل هذه الخطوة، بعد مصادقته على مجموعة من الموائىق والمعاهدات اللى تلزمه بضرورة أن ىُعيد الاعتبار لهؤلاء الضحاىا، إن أراد أن ىبدأ صفحة جدىة فى مجال حقوق الإنسان. الأمر الذى أفرز ظهور هىئة الإنصاف والمصالحة اللى تهدف إى المصالحة بىن ضحاىا الانتهاكات والنظام السىاسى عن طرىق تقديم اعتذار رسمى من الدولة المغربىة لهؤلاء الضحاىا "سنوات الجمر والرصاص"، ومحاولة تعوىضهم ما أمكن مادىا ومعنوىا.

ولم تكف السىنما المغربىة -فقط- بإثارة قضية انتهاكات حقوق الإنسان بالمغرب، بل عالجت جملة من القضايا والظواهر الأخرى، مثل: (الهجرة، البطالة، المرأة، الطفولة، الإرهاب...); ولعل أبرزها تلك المتعلقة بقضية الطفولة، اللى أشارت إىها مجموعة من الأفلام الروائىة الطوىلة اللى قاربت موضوعة الطفل عبر

رؤى جمالية مختلفة، نذكر منها: فيلم " شاطئ الأطفال الضائعين" لمخرجه الجيلالي فرحاتي سنة (1991)، وفيلم "الطفولة المغتصبة" لحكيم نوري (1993)، وفيلم "علي زوا" لنبيل عيوش (2000)، وفيلم "ماجد" لنسيم عباس (2012)... وهلم جرا. فقد أعطت هذه الأفلام دور البطولة للطفل والطفولة في أحداثها، شأن فيلم "علي زوا" لنبيل عيوش الذي لم يبرز الطفل كبطل فقط، بل جعل الأطفال المرشدين يملؤون الشاشة، وهو بمثابة رد مناسب على عملية الإقصاء والتهميش التي تحياها الطفولة في المغرب¹. وعلى نفس المنوال سار نسيم عباس في فيلمه "ماجد" بحيث ركز على هذا الإقصاء -ضمنيا- الذي تحياه الطفولة في المجتمع المغربي؛ وهذا ما يفسر لماذا أعطى المخرج الطفل ماجد كل مساحة الفيلم ودور البطل الحقيقي، وجعل من الكبار شخصيات عابرة².

بمعنى آخر، فهذه الأفلام تحاول التأسيس لتقليد جديد في حقل المجتمع المدني، يسعى إلى مساءلة الدولة في هذا المجال، ومدى الالتزام بالمواثيق الدولية المصادق عليها من لدن الدولة المغربية. فالسينما بهذا المعنى، تمارس آلية من آليات الضغط الاجتماعي على الدولة لإعادة النظر في سياستها العمومية تجاه مجموعة من القضايا التي تنتسب للمجتمع.

ومن ثمة يمكننا القول، بأن الفيلم هو كتابة بالصور، وصوره محملة بالأنظمة الرمزية والدلالية، التي يمكنها أن تفتح أبواب قضايا وإشكالات (ثقافية، اقتصادية، اجتماعية، سياسية، إنسانية...) لفها الصمت والتهميش طويلا، بشكل عميق وفعال يوقظ الضمير الجمعي، ويدعم فلسفة الانتساب للمغرب لدى المتلقي بما يعيد إنتاج تأملاته نحو الذات والعالم بشكل فني وجمالي وأخلاقي ملئه الثقة والتحرر.

1 - مصطفى السنوي، أبحاث في السينما المغربية، (2001)، ص.72. ومؤلف جماعي، صورة المهمش في السينما، الوظائف والخصوصيات، (2008)، ص.15.

2 - محمد شويكة، أطروحات وتجارب حول السينما المغربية، (2008)، ص.19.

3.2 صنع قرارات السىاسة الخارجىة المغربىة سىمائىا وانعكاساتها على الخصوصىة:

تكتسى السىما أهمىة قصوى فى السىاسة الخارجىة للدول¹، نظرا لقدرتها الكبرى فى رسم السىاسة العامة لدبلماسىتها، من خلال ما تطرحه من أثر واضح على السلوك العام للدولة، عند صىاغة قراراتها المنظمة لعلاقتها مع الدول الأخرى. وهذا بدىهى فى ظل الثورة التكنولوجىة التى غىرت المفاهىم التقلدىة فى صناعة قرارات السىاسة الخارجىة عالمىا؛ وخىر مثال على ذلك الاهتمام الحكومى لدول الشمال فى تطوير مستواها الدبلماسى على المستوى السمعى البصرى (خاصة السىما) بما ىخدم سىاستها الخارجىة، وذلك وفق إطار أىدىولوجى مشوق ىسمح بتمرىر جمىع قىمها ومواقفها السلوكىة بشكل سلس ىؤثر على قدرة الممانعة العقلىة والنفسىة للمتلقى المفترض. ولعل هذا ما تؤكده الإحصائىات التى تشير إلى امتلاك الدول الصناعىة المتقدمة حوالى (97%) من قىمة المنتجات الخاضعة لاتفاقیات الحمایة الفكرىة، وهى إحدى البروتوكولات الملحقة بمنظمة التجارة العالمىة. وذلك ىبرز بوضوح قوة الفجوة الكبرىة بین القدرة والقوة بین الدول التى جعلت من بعض متحكم بالأفكار والأخر متلقى أو محكوم². وهذا ما ساعد على استىخدم الدبلماسىة السىمائىة فى صنع قرارات السىاسة الخارجىة لمجموعة من الدول، من خلال استغلال آلىاتها التعبوىة والتوجىهىة ذات الصبغة التأثرىة، من أجل حمایة مصالحها وتحصىن مکتسباتها، وتبرىر سىاساتها.

وهنا، لا بد من الإشارة إلى الكىفىة التى استغلت بها إسرائيل حادثة "الهولوكوست-Holocuste؛ أو ما ىعرف بالإبادة الجماعىة لليهود على أىدى النازىین الألمان خلال الحرب العالمىة الثانىة فى معسكرات الاعتقال التى أقیمت فى

1 - كارل دوتش، تحلیل العلاقات الدولىة، (1982)، ص.125. وودودة بدران، تخطىط السىاسة الخارجىة، دراسة نظرىة تحلیلىة، (1982)، ص.27.

2 - محمد فاضل نعمة، الدبلماسىة الثقافىة ودورها فى تعزىز قرارات السىاسة الخارجىة، (2008).

ألمانيا وبولندا. كسلاح إيديولوجي، عبر توظيف دبلوماسية الصورة السينمائية، لدعم إسرائيل وتبرير سياساتها عالمياً¹. وعثرت إسرائيل على فرصة ذهبية في صناعة الأفلام على سبيل المثال لا الحصر: (الفيلم الأمريكي: قائمة شندلر "Schindler's List" لمخرجه ستيفن سبيلبيرغ، والفيلم البريطاني: سيحل الليل "Nigh Will Fall" أندريه سنجر... وغيرها)، لتلعب دوراً دبلوماسياً في الدعاية لمزاعمها وادعاءاتها عن المحرقة النازية، وأفران الغاز والإبادة الجماعية. واعتمدت على السينما كوسيلة في عملية غسل العقول وكسب قلوب العالم وجر الرأي العام العالمي لتحقيق الدعم الكبير لإسرائيل، ونصرة قضية مشروعهم الاستيطاني في فلسطين. إضافة إلى تقديم الإنسان الإسرائيلي على أنه مسالم مغلوب على أمره، وأنه لا يريد سوى العيش بسلام كباقي بشر هذه المعمورة. وعلى نفس النهج سارت أمريكا لتبرير تدخلها في أفغانستان والعراق، بدعوة الحرب على الإرهاب لدعم مقولاتها ومزاعمها... وهلم جرا*(3).

من هذه الزاوية، يتبين ما لدبلوماسية الصورة السينمائية، من بعد استراتيجي في صنع قرار السياسة الخارجية وتعزيز مكانتها عالمياً. وبعودتنا إلى الممارسة السينمائية بالمغرب، وما تطرحه من مواضيع فلمية، نلاحظ ذلك الغياب غير المفهوم لدبلوماسية الصورة السينمائية وأدوارها واستراتيجياتها التي من شأنها أن تخدم القضايا الوطنية للمغرب والمغاربة؛ اللهم بعض الاستثناءات المحتشمة والتي لم تكن -للأسف- مغربية، والتي تناولت فلمياً قضية الصحراء، وتمثلت في فيلم: مسلوب "Stolen" من إخراج الأسترالية فيوليتا آيالا "Violeta Ayala" والأسترالي دان فالشاو "Dan Falhao"، الذي اعتُبر شهادة صادمة حول ممارسة الرق داخل مخيمات تندوف جنوب الجزائر.

بما يفسر قيمة الصورة السينمائية كقناة من قنوات الدبلوماسية، الرامية إلى تعبئة الشعب وإشراكه لتأييد ومباركة بعض قراراتها الخارجية. وذلك لإضفاء نوع من

1 - نورمان فنكلستين، صناعة الهولوكوست- تأملات في استغلال المعاناة اليهودية، (2001)، ص.21.

الديمقراطية، حول بعض القضايا التي تمس سيادة الدولة. وبالتالي، فمن غير اللائق أن نعيش ونتنفس في قرن التطورات التكنولوجية المتلاحقة، دون أن يكون لسينمانا المغربية أدنى قضية تُناقح عنها أمام المنتظم العالم. وهذا في رأينا يدعونا إلى أن نتحرك صوب تفعيل استراتيجية سينمائية وطنية، تعمل على تعزيز قدرات المغرب في سياسته الخارجية، تجاه قضاياها المصيرية (شأن ملف الصحراء)، واتجاه مكتسباته التاريخية والثقافية والحضارية. ما يعني بأن رهان تفعيل دبلوماسية سينمائية، ذات رؤى مؤثرة في صياغة قرارات المغرب الخارجية، رهين بمدى تعبير هذه السينما عن أصالتنا وعراقتنا، وبمدى قدرتنا على التواصل والحوار، والاعتزاز بالذات. وهذا بطبيعة الحال، مؤسس على توظيفنا لمواريتنا الثقافية، وما يصحبه من خلفيات رمزية دلالية تشهد على شخصية الإنسان المغربي.

بعبارة أخرى، فأي قضية من القضايا تريد أن تكون مؤثرة ناجحة في رسائلها وخلفيتها، لا بد لها من أن تكون في تفاصيلها متماسكة شكلا ومضمونا. ولعل هذا، ما يجب أن تسعى إليه السينما في المغرب، إن أرادت ألا تخلق فصلا بين الإنسان والفضاء، أو بين الأجساد والأمكنة. فالتوافق والانسجام في البناء الفلمي على مستوى الشكل والمضمون (قصته، ديكوراتها، ممثليه، مخرجه...)، من شأنه أن يضيء تلك جوانب المتوهجة من الشخصية المغربية، وعن نزعتها الإنسانية الميالة إلى حل قضاياها الترايبية سلميا، بشكل منفتح بعيد عن التعصب والعزلة والانطواء على النفس*(4)1. غير أن هذا رهين بمدى كفاءة السينمائيين المغاربة، ومدى تطلعهم إلى صنع سينما مغربية ذات أسلوب خاص بها، يحمي ويحصن موروثها الثقافي ويحافظ عليه من الاختراق المفضي إلى الاستيلاء والاغتراب. ويعمل -أيضا- على تطويره وتصديره بشكل إشعاعي يعضد من فلسفة انتسابه لأرض المغرب. الأمر الذي سيحول دبلوماسية الصورة السينمائية إلى عامل من عوامل قوة السياسة الخارجية المغربية،

1 - خطب الملك الراحل الحسن الثاني، (1994)، ص.466.

وسندا قويا للدبلماسىة الرسمىة. إلا أن الممارسة تفرض تدخل فاعلىن غير رسمىين فى صنع هذه السىاسة، وهذا ما دعت إىه مجموعة من الخطب الملكىة، كما هو الحال فى خطاب الملك محمد السادس الافتتاحى للبرلمان المغربى فى دورته التشرىعىة، بتاريخ 11 أكتوبر 2013، والذى طالب فىه نواب البرلمان وباقى الفاعلىين: إعلامىين وأحزاب ومجالس منتخبة، بالتحرك وعدم انتظار -فقط- المبادرات الملكىة فى حل الملفات المصىرىة للوطن.

وعلىه، يمكننا القول بأن السىاسة الخارجىة، ومن تم الدبلماسىة لا تحدها السىنما، لكن فى عصر المعلوماتىة لا يمكن إعدادها بدونها، فالسىنما التى لا تسندها رؤىة سىنمائىة قوىة وكفؤة ومؤهلة، تنطلق من الموارىث الثقافىة مألها الفشل والانتكاسة. لذا فإن مسألة تطوير دبلماسىة صورة سىنمائىة، يلعب فىها توظف الموارىث الدور الأساس، أضحت ضرورة لا غنى عنها فى مغرب الألفية الثالثة، إن أراد -طبعًا- الدفاع عن قضاياه الوطنىة فى مختلف المحافل الدولىة.

4.2 الموارىث فى الممارسة السىنمائىة المغربىة خدمة للقضايا الوطنىة وتأكيد

الانتساب

السىنما فن مركب، يجمع الكثر من العناصر: الجمالىة والصناعىة والتجارىة والاتصالىة...إلخ، تشكل فى النهاىة إبداعا له غايات كثرىة فى معظم الأحيان؛ تكون مضمرة بىن الصور، والكلمات...أو مُندسة فى تفاصيل الأفضىة، ورموز الديكورات وثنايا الأمثال والحكايات لِتُكوّن رؤىة المتلقى بالتعود، على التثبث بثقافته وموروثه ومختلف تصوراته، أو قد تبعده عنها إلى ثقافة مُضادة أخرى، تمتلك أساليب تقنىة وتعبرىة وتخىلىة ذات مقاييس جمالىة ودرامىة جذابة فى التلقى الفلمى. فالى أى حد تستطىع الموارىث الثقافىة الموظف فى الممارسة السىنمائىة من خدمة قضاي المغرب الوطنىة داخلىا وخارجىا، وبالتالى صناعة فلسفة انتسابىة مغربىة؟

ىعد هذا السؤال من بىن مئآت الأسئلة التى تحتاج إلى إعادة النظر فىها، وبلورتها بشكل فعال داخل المجتمع المغربى. فالسىما ولىدة المجتمع الذى ىنتجها؛ فهى تعىد إنتاجه على الشاشة فىمترج فىها الواقعى بالخىالى، وتتعمق الأسئلة التى تؤرقه فىها بشكل درامى. فكىف تكون السىما مغربىة، وقضاىاها لىست كذاك؟ كىف يعقل أن تكون سىمات العالم تدافع عن طُروحاتها وتصوراتها، فى حىن أن المغرب لا زال مكتوف الأىدى تجاه قضاىاه؟

إن الفىلم تمثل للعالم، ىتطور من خلال درجة وعى المجتمع وتطوره التكنولوى وانفتاحه القىمى والأخلاقى... إلخ، ومدى تسامحه أو تشدده وطموحه السىاسى. فىكفى أن تفتحص مآلف الأفلام السىمائىة العالمىة، وكذا مآلف الوثائق السمعىة البصرىة الأخرى، حتى تتبىن الخلفىات والبنىات التى ىرتكز عىلها المجتمع البات لهذا المنتج الفىلمى؛ فالصور المآتالىة للفىلم تُسعفنا من الاقتراب من سىاقاتاها الاجتماعىة، وأهدافاها السىاسىة وطموحاتاها الاقصادىة. وذاك ما ىسهم فى رسم ملامح المجتمع المنتج للأحداث والصور معا.

فالسىما إذن، لم تعد مجرد فرجة محاىدة، بل منظومة إىدىولوىة مآكاملة تتداخل فى صناعتها وتسوىقها منظومات ومىكانىزمات مآشابكة الخىوط؛ بعبارة أخرى، إن السىما -الىوم- تدخل فى صمىم الحوامل المُصدرة للتوجهات الكبرى للدول، ورافدا من روافدها الثقافىة والسىاسىة والاقتصادىة...، ونافذة تطل من خلالها الشعوب الأخرى على درجة تقدم مجتمعاها ومنظومات عىشها¹.

فى هذا الإطار، تتوضح ضرورة وأهمىة توظىف الموارىث الثقافىة المغربىة، لما تزخر به من طاقات تاريخىة وثقافىة وحضارىة وتعبرىة مهمة، تصلح لتعزىز سىاسة المغرب الخارجىة فى خدمة قضاىاه الوطنىة؛ خاصة تلك المتعلقة بقضىة الصحراء، وقضىة مدىنتى سبة وملىلىة المآلتىن. ففتح العمل الفلمى على إمكانية توظىف

1 - محمد شوىكة، السىما المغربىة: تخرىر الذاكرة... تخرىر العىن، (2014)، ص. 130-131.

فضاءات وتقاليد وعادات وطقوس، وما يصحبها من ملابس، وأفرشة (زرابى، أغطىة، ستائر...)، واكسسوارات، وأدوات زىنة (حلى، أوشام...)، معمار (مساجد، منازل، حمامات، حصون...)، أفضىة (صحارى، بحار، جبال، سهول...) يعطى لهذه القضاىا انتسابها المغربى. وفى نفس الوقت يعطىها طابعا سىاسىا إىدىولوجىا فى بعض أوجهها؛ من حىث ما تطرحه من رؤى ومواقف مُشفرة (بلغة الصورة المتحركة). وذلك بغرض ترسىخ القىم الوطنىة المبنىة على عراقة تارىخ وثقافة وحضارة المغرب، وبالتالى تفعىلها فى إطار المنتظم الدولى. وهذا مئال من أمئلة رفض الوصاىة بمختلف تجلىاتها سىاسىا واقتصادىا واجتماعىا وثقافىا...، كما فعلت فرنسا عندما أحست بظورة الثقافة الأمريكىة على خصوصىاتها داخلىا وخارجىا، وىلخص وزىر الثقافة والعدل الفرنسىين السابق "جاك توبون" الوضع بقوله: يجب اتخاذ كل الإجراءات الكفىلة لحماية الثقافة الفرنسىة من التأثير الأمريكى¹. بتعبىر آخر، إن فرنسا فى شىخ مسؤولىها متخوفة من مد التأثير الثقافى الأمريكى، ومحاولته طمس الهوية الفرنسىة. نفس الشىء ىنطبق على انجلترا وإىطالىا وأمرىكا...، ودفاعهم باستماتة عن قضاىاهم التى يؤمنون بها (سىاسىة، ثقافىة، وطنىة...) فى أفلامهم السىنمائىة، المصممة بإحكام، لاقتحام الإنسان اقتحاماً، ىستسلم معها لإغواء الصورة السىنمائىة وخطاباتها التى لا تترك لعقله مجالاً للتأمل.

ولا ىخفى الدور الذى لعبته أفلام هولىوود فى تعمىم النموذج الأمريكى الإنسانى (الإنسان الأبىض، المتفوق، المسالم، الخارق...)، وفى صىاغة اتجاهات الرأى العام العالمى² تجاه أموره السىاسىة (قضىة الهنود الحمر، والسود، والحرب على الإرهاب...)؛ وذلك بغىة كسب القلوب والحروب. هذا فى رأىنا، يعد دافعا للدولة المغربىة من أجل تبنى استراتىجىة سىنمائىة تعدد إلى توظىف موروثها الشعبى المادى فى بنائها الفلمى، بعناىة فائقة، تسهم فى إغناء دلالاتها الأىقونىة، بشكل ىذكى

1 - حسن بنشلىخة، السىما المغربىة والعولمة، (2014)، ص.102.

2 - فرانسىس بال، المىدىا، (2008)، ص.27.

الخصوصيات الرمزية والعلاماتية للمغرب والمغاربة على أفضية لا يزال النزاع قائم فيها شأن ملف الصحراء، وملف مدينتي سبة ومليلية. وبالتالي تعمل على تحويله، من التعقيم والعزلة، إلى موقع الحدث بصيغ تنويرية لها آثار حسنة على وجدان المتلقي.

خاتمة:

الاستنتاج الأساسي الذي يمكن الخروج به من خلال هذه الورقة البحثية، هو أن الصورة السينمائية تمتلك قدرة تأثير جبارة -تتراوح بين الإيجاب والسلب- على المجتمعات والثقافات، بشكل تعجز فيه -هذه الأخيرة- عن الانفلات من سحر جاذبية ممارساتها الجمالية والفنية. ولعل ما يزيد من خطورتها -خصوصا على الدول المستهلكة- حربائيتها في التعامل مع مختلف القضايا والإشكالات والرهانات بشكل سلس وفعال. فالسينما بهذه الشاكلة تغدو تيمة ولادة قادرة على قبول جميع التمفصلات: السينما والتواصل، السينما والسلطة، السينما والاقتصاد، السينما والثقافة، السينما والسياسة، السينما والخصوصية، السينما والهوية...؛ وهذا راجع لإمكاناتها في التعبير بشكل إبداعي فني بناء، طافح بالمعنى. وما دعواتنا التي تكررت طيلة صفحات هذه الورقة البحثية بشأن أهمية توظيف المواريث الثقافية بأبعادها الفكرية والرمزية...، في الممارسة السينمائية بالمغرب، إلا للتأكيد والبرهنة أن لهذه السينما في علاقتها بالمواريث الثقافية التي تعد بمثابة مشترك كوني يستحسن استثماره بثقة وفعالية لإيجابيات ذلك الهوية في ما يتعلق بتوضيح الانتساب والثقافية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية...، تبعات وتبعاته الإيجابية على مختلف المناحي سواء كانت ثقافية أو اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية...، وما المقارنات التي وضعناها بين العديد من سينمات العالم، في ما يخص إيجابيات على الضمير الجمعي للمجتمعات في ما يخص أنماط عيشها وسلوكياتها وقناعات وتصوراتها وتمثلاتها...، إلا قناعة منا، بمدى أهمية هذه الآلية (السينما) في بناء أوجه حضارة مرئية مغربية جاذبة وعاكسة لمقومات المغرب الحضارية والثقافية، هذا إن حسن استثمارها بصريا بالشكل المطلوب.

وعليه، فإن قضية توضيح الانتساب عبر السينما الموظفة للمواريث الثقافية المغربية رهينة بتوفر المبدع السينمائي على شروط فكرية وثقافية وفنية ومادية...، ورؤى أصيلة بصيغ استشرافية للمستقبل، قادرة على التعبير عن القيم الفكرية

والجمالية والاجتماعية والأخلاقية والكونية...، التي تملأ حشايا هذه المواريث وهو ما لن يتأتى -طبعاً- بدون ثقة ووعي عميقين بضرورة تبني استراتيجية سينمائية ناهضة، قاعدتها المواريث وآلياتها السينما، بمقومات حضارية وخصوصيات محلية تميزها عن غيرها من السينمات دون أن تعزلها عن الركب الحضاري العالمي. وبالتالي تصبح إضافة من إضافات التراث الإنساني المشترك، ورافداً من روافد التواصل بين باقي الثقافات العالمية.

الهوامش:

*** (1)-** لقد اهتمت السلطات الفرنسية بالسينما منذ نشأتها، وجعلتها بوقاً دعائياً، يحمي مصالحها، ويسعى لتثبيت وترسيخ فكرة مهمتها الحضارية الإنسانية التي تقوم بها فرنسا بشمال إفريقيا. وهذا ما أكده العقيد مارشان "Marchand" في قوله: "لا توجد إلا طريقة واحدة لنزع سلاح الإنسان البدائي، هي إضحائه، فإضحاك الإنسان البدائي؛ يعني جعله ينسى الوجود الأجنبي في أرضه، وإضحائه في العمق، هو تصغيره وجعله في حالة نقص.

*** (2)-** نشير، أن هذه المواضيع الفلمية، لم تكن ممكنة في السابق، إذ لم يجرؤ أحد على ملامسة جوانبها، إلا بعد أن أعطتها الدولة المغربية الضوء الأخضر في معالجتها، ونيتها الصريحة في طي صفحة الماضي وإنشاء هيئة الإنصاف والمصالحة، وتصفية تركة الماضي الأليم، بالتعبير عن هذه المرحلة السوداء، من خلال الحوارات، والقصة والمذكرات والسينما التي تحاول أن تقربنا من معاناة الضحايا وذويهم خلال ما يسمى بسنوات الرصاص. باستثناء سعد الشرايبي الذي حاول في فيلمه "يوميات من حياة عادية" سنة (1983)، أن يشير إلى الاعتقال السياسي، بكثير من الجرأة من خلال تعريته لواقع الاعتقال السياسي بالمغرب، بعد خروجه من السجن.

*** (3)-** تعتبر السىنما من بىن أهم الوسائل الإعلامىة والدعائىة انتشارا وتأثىرا بعد التلفزىون، لذلك عملت أمرىكا على استىخدامها بشكل فعال وناجع لتبرىر غاىاتها، خاصة بعد هجمات 11 سبتمبر 2001، بىث بدأت استودىوهات هولىوود فى إىاء أفلامها القدىمة، وفى إعداد أفلام جدىة عن الصورة النمطىة التى تدىن العرب والمسلمىن، وتصفهم بالبربرىة والدموىة، إضافة إلى الرىط بشكل مباشر بىن الإسلام والإرهاب. ومن بىن أهم وأبرز الأفلام التى أنتجت فى هذا الصدد نذكر: فىلم قرار إدارى (Exécutive Décision)، وفىلم أكاذىب حقىقىة (True Lies)، وفىلم يوم الاستقلال (Independance Day)، وفىلم محاكمة إرهابى (Terroriste on trial)، وفىلم رحلة الرعب (Voyage of Terror)، وفىلم طائرة السىد الرىس (Air Force One)، وفىلم الحصار (The Siege)...وهلم جرا.

*** (4)-** فىقول الملك الراحل الحسن الثانى: " من أجل ما للمغرب من مؤهلات وما له من موقع جغرافى، وما له من تقالىد تاريخىة، فإن بلادنا كانت وما تزال بلادا منفتحة على العالم تكره العزلة، وتأبى الانطواء على النفس، وهكذا أدركنا منذ الزمن البعىد ما يمكن أن يعوود على المغرب من عوائد بفضل تعاون دولى واسع يحترم (...). سىادتنا واختىاراتنا الإسلامىة وحرىة قراراتنا المطلقة (...).

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- 1- حسن بنشليخة، السينما المغربية والعولمة، (2014)، الطبعة الأولى، المطبعة والوراقة الوطنية.
- 2- فرنسيس بال، الميديا، (2008)، تر: فؤاد شاهين، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجديد المتحدة.
- 3- كارل دوتش، تحليل العلاقات الدولية، (1982)، الطبعة الأولى، مكتبة الأنكلو مصرية.
- 4- محمد البوعيادي، السينما المغربية- أسئلة التأويل وبناء المعنى، (2015)، الطبعة الأولى، منشورات سيلكي اخوين، طنجة.
- 5- محمد حمدي الحجاز، أفلام العنف والسلوك العدوانى، (1999)، مجلة الثقافة النفسية، العدد 38، فبراير، بيروت، ص.48
- 6- محمد شويكة، أطروحات وتجارب حول السينما المغربية، (2008)، الطبعة الأولى، منشورات دار التوحيدى، الرباط، ص.19.
- 7- محمد شويكة، التفكير في السينما- التفكير بالسينما، (2015)، الطبعة الأولى، شركة النشر والتوزيع المدارس، الدار البيضاء، ص.189.
- 8- محمد شويكة، السينما المغربية: تحرير الذاكرة... تحرير العين، (2014)، الطبعة الأولى، منشورات سيلكي أخوين، طنجة.
- 9- مصطفى المسناوي، أبحاث في السينما المغربية، (2001)، منشورات الزمن، سلسلة كتاب الجيب، الرباط.

10- مؤلف جماعي، صورة المهمش في السينما، الوظائف والخصوصيات،(2008)، الطبعة الأولى، منشورات نادي ايموزار للسينما، مطبعة انفوبرانت، فاس، ص.15.

11- نورمان فنكلستين، صناعة الهولوكوست- تأملات في استغلال المعاناة اليهودية، (2001)، تر: سماح إدريس، دار الآداب، بيروت.

12- ودودة بدران، تخطيط السياسة الخارجية، دراسة نظرية تحليلية، (1982)، مجلة السياسة الدولية، العدد: 29، ص.27.

13- خطب الملك الراحل الحسن الثاني، (1994)، المجلد السابع، الطبعة الثانية، مطبعة الأنباء، الرباط، ص.466.

14- محمد فاضل نعمة، الدبلوماسية الثقافية ودورها في تعزيز قرارات السياسة الخارجية، (2008)، مجلة الحوار المتمدن الإلكترونية، العدد 2466، تم استرجاعه في: 15.11.2008، الساعة: 03:47، متاح على الرابط:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=153363>

15- خطاب الملك محمد السادس لافتتاح الدورة التشريعية للبرلمان، بتاريخ 11 أكتوبر 2013. أنظر، البوابة الوطنية عبر الرابط: (<http://www.maroc.ma>)، تاريخ زيارة الموقع: 15.08.2016، الساعة: 19:22.

المراجع الأجنبية

16- Jaques Gautrand.(2002). L'empire des écrans, éditions le pr' au chercs.

- 17- Nadia El Kanz.(2003). L'odyssée des des cinémathèques « La Cinémathèques Algérienne », édition ANEP.
- 18- Sébastien Denis.(2009). Le Cinéma et la guerre d'Alérie «La propagande a l' écran 1945-1962 », éditions nouveau monde.
- 19- François Garçon.(1993). Des noces anciennes, cinéma et histoire, autre de Maroc Feroo, Paris, Cinéma Action, N°166, 1993.
- 20- Marc Poitier.(1997). La Vie politique aux Etats Unies edition Politique inter.

وسائل الاتصال الرقمية: أدوات للعولمة في خلق الشعور بالاغتراب النفسي

Digital communication: tools of globalization to create the psychological alienation

سهام قنيفي

طالبة دكتوراه سنة 3 بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الجامعة: جامعة محمد خيضر - بسكرة (الجزائر).

guenifi@outlook.sa

ملخص:

أسقطت وسائل الاتصال الرقمي كل الحدود الزمانية والمكانية ومكنت العالم من الانصهار في بوتقة واحدة، تعيش فيه المجتمعات المختلفة من خلال نمط موحد أنتجسد العولمة الثقافية في أبعاد معانيها وأصعب أشكالها وتجلياتها، حيث زالت معها كل الخصوصيات المحلية والاختلافات الجوهرية بين الشعوب، وأفرزت تلك الوسائل الرقمية آثارا سلبية جمة رغم ما حقته من انجازات للبشرية، فلقد برزت أشكالا وسلوكيات جديدة لعل أهمها هو ما يعرف بالاغتراب النفسي وما نتج عنه من انعزال اجتماعي وثقافي عن المجتمعات المحلية، وكذا ظهور جملة من الاضطرابات النفسية كالاكتئاب والقلق والتوتر والانسحاب وضعف المشاركة الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاتصال الرقمية، الاغتراب النفسي، العولمة الثقافية.

Abstract:

Digital means of communication have dropped all the temporal and spatial boundaries and enabled the world to merge in a single crucible to reflect the cultural awakening in its most remote and most difficult forms. All the local characteristics and the fundamental differences between peoples have disappeared with these digital means. Despite their achievement for mankind, it has produced many negative effects, it has appeared new behaviors perhaps the most important is what is known as psychological alienation and wish produced social and cultural isolation from local communities, as well as psychological disorders such as depression, anxiety, tension, withdrawal and lack of participation.

Key words: digital communication means, Psychological aliénation, cultural globalisation.

مقدمة:

تعرف التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الجديدة منذ عدة سنوات حركة كبيرة في مستوى طفراتها التقنية إذ تبذل هذه الطفرات كل الفضاءات التي يتحرك ضمنها الفرد المعاصر، والتي أفرزت اشكالات عديدة خاصة على مستوى إعادة تشكيل القيم والمعايير التي توجه رؤية وسلوكيات المجتمعات المعاصرة، حيث أن مادحي الثورة الرقمية مقتنعين بأن البشرية تعيش أعظم مرحلة تاريخية.¹

وجاءت الثورة الرقمية الاتصالية التي أفرزتها وسائل الاتصال الحديثة على رأسها الانترنت لتقرب بين أطراف العالم وتجمعه في شكل قرية صغيرة جدا، لا بل أكثر من ذلك، فهو يشبه بناية كبيرة، خاصة منها تلك الرقمية التي شكلت صيحة للشباب وغير الشباب في توليفة متناغمة تفاعل معها كل العالم. وأصبحت هذه الوسائل أدوات في يد العولمة، التي امتدت جذورها وتمكنت من كل المجتمعات، وجعلت العالم يسير وفق نموذج واحد ومنهج موحد في كل المجالات، مما أفقد المجتمعات خصوصياتها الثقافية والدينية... الخ. وعليه تأتي هذه الورقة لتدرس وتوصف آثار استخدام تلك الوسائل الاتصالية الحديثة على بروز وتفشي مظاهر ومؤشرات الاغتراب النفسي بين الأفراد خاصة الشباب منهم.

ويشكل الاغتراب النفسي ظاهرة قديمة جدا في المجتمعات البشرية، إلا أنها ظاهرة متجددة دوما ولا زالت تشكل جدلا واسعا، وتفرض نفسها مع كل تغير أو تحول في المجتمعات المعاصرة. والاغتراب النفسي في جوهر مفهومه أن يعيش الإنسان تجربة يشعر فيها أنه غريبا عن ذاته ولا يمكنه معرفتها أو فهمها، وهذا الاحساس الداخلي يترجم

¹ الصادق راجح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الامارات العربية المتحدة، 2004، ص60.

إلى أبعد من ذاته ليتجسد في ابتعاده عن المحيطين به والمجتمع بكل ما يحمله من أنساق معرفية ومعنوية ومادية. ويعد هذا النوع من الاغتراب هو أساس كل اغتراب، فما إن أحس الفرد باغتراب ذاتي، حتى تجسدت فيه كل أنواع الاغتراب الأخرى، الاجتماعي والثقافي والسياسي وحتى الديني، فهو البذرة الأولى، وتتعدد وتتوغل مظاهره، غير أن العزلة الاجتماعية والعجز واللامعيارية السلوك والاكنتاب والانسحاب الاجتماعي واللاهفية ومركزية الذات والقلق من أهم مؤشرات.

ورغم قصر عمر الثورة الرقمية إلا أنها تمكنت من أحداث تغيرات جذرية في المجتمعات والأفراد وثقافتهم المحلية وما تحمله من خصوصيات دينية وحضارية، لاسيما على مستوى المشاعر والسلوكيات لدى الأفراد، أين كشفت الدراسات عن مدى عمق التأثيرات التي طالت ها الجانب في الأفراد نتيجة تغلغل استخدام وسائل التواصل الرقمية في الحياة اليومية واستعمالها بشكل مكثف.

وعليه، سوف نتناول الموضوع في محاولة للكشف والوصف والتحليل. من خلال طرح الإشكال التالي: **كيف ساهمت وسائل الاتصال الرقمية في تمكين العوامة الثقافية، وماهي تجليات ومظاهر الاغتراب النفسي الناتج عن استخدام تلك الوسائل.**

وتتبع أهمية الموضوع من أهمية تقنيات الاتصال الرقمية في مجتمعاتنا المعاصرة، حيث أضحت قوة ناعمة قادرة على تغييرنا بدون أن نشعر، وبالفعل، لقد أحدثت تحولات كبيرة في أنماط عيش المجتمعات، فوضعت الأفراد امام تحديث كبيرة، لا سيما على مستوى فئة الشباب التي انقادت وراء كل ما هو رقمي. ويعتبر الاغتراب أحد أهم المشكلات التي يعاني منها الشباب خاصة في الوطن العربي، ليشكل ظاهرة متجددة بظهور الوسائل الرقمية لكن هذه المرة أكثر حدة من قبل، وهو ما استدعى الدراسة والبحث من طرف الباحثين في شتى العلوم الاجتماعية والنفسية بغية الكشف عن الأسباب ومحاولة إيجاد الحلول أو على الأقل الاقتراب منها.

وسنتناول في هذه الورقة بالتفصيل مفهوم الاغتراب النفسي وعلاقته بتكنولوجيات الاتصال الرقمية، اضافة إلى تحديد اطار عام للعوامة الثقافية كعملية جزئية من بين

عمليات أكبر وكيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية بغية التمكّن والذيوّع والانتشار على مستوى عالٍ، وفي الأخير نقوم بتوصيف أهم مظاهر الاغتراب النفسي التي كانت نتاجاً لاستخدام تقنيات الاتصال الرقمية كلية أو تلك التي ساهمت في تعزيزها وتكريسها أكثر.

1. الاغتراب النفسي (الذاتي):

يتكون مفهوم الذات من كل ما ندركه عن أنفسنا ويتم تنظيم مكوناته من المشاعر والمعتقدات التي تشكل في مجموعها إجابة عن تساؤلات من نوع: من نكون؟ كيف نبدو أمام الآخرين؟ وكيف ينبغي أن نتصرف، وإلى من ننتمي. والعنصر المهم في تشكيل مفهوم الذات، هو الطريقة التي تتحقق بها عملية تنظيم تلك المشاعر والمعتقدات المتناثرة في إطار وحدة متكاملة.¹ ويعد من أصعب حالات الاغتراب تعريفاً، ويمكن القول بأنه ادراك الفرد بأنه أصبح بعيداً عن الاتصال بذاته.² وهو انتقال الصراع بين الذات والموضوع (الأخر) من المسرح الخارجي إلى النفس الإنسانية، وهو اضطراب في العلاقة التي تهدف إلى التوفيق بين مطالب الفرد وحاجاته ورغباته، وبين الواقع وأبعاده من ناحية أخرى وهو نوع الخبرة التي يخبر المرء فيها نفسه كغريب، فالشخص المغترب هو شخص فقد اتصاله بنفسه وبالآخرين، وهي خبرة تنشأ نتيجة للمواقف التي يعيشها الفرد مع نفسه ومع الآخرين ولا تتصف بالتواصل والرضى، ومن ثم يصاحبها الكثير من الأعراض التي تتمثل في العزلة والانعزال والتمرد والرفض والانسحاب والخضوع، أي أن الاغتراب عن الذات هو شعور الفرد بأن ذاته ليست واقعية أو تحويل طاقات الفرد وشعوره بعيداً عن ذاته الواقعية.³ وذكرت (فاطمة السويدي، 1998) أن الاغتراب في تعريفه العام أنه الانفصال وعدم الانتماء، كما أنه وعي الفرد بالصراع القائم بين ذاته

¹ فريد بوتعني: الاغتراب كمتغير وسيط بين تقدير الذات والتغير القيمي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2013.

ص ص 87،88

² صلاح الدين الجماعي: الاغتراب النفسي الاجتماعي، ط1، دار زهران للنشر، عمان، 2010، ص 64.

³ عبد اللطيف خليفة: دراسات في سيكولوجية الاغتراب، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2003، ص 82.

والبيئة المحيطة له وبصورة تتجسد في الشعور بعدم الانتماء والسخط والقلق.¹ وعليه، فإن الاغتراب مفهوم مضاد لمفهوم الانتماء، حيث يمثل هذا الأخير شعور فردي بالثقة، حيث يملأ النفس شعور بأن الإنسان ليس وحيدا وليس ضعيفا ولا يسير منفردا في عالم يجهره، بل يملك السند وأنه (الفرد) جزء من جماعته، يمكن أن تدافع عنه ضد المجهول سواء كان هذا المجهول قوة معادية أو ظروفا قاهرة أو أي شيء آخر. فالانتماء يوفر للإنسان الاستقرار النفسي والطمأنينة التي تجعله لا يشعر بالقلق أو الخوف وتعطيه بالتالي القناعة، وهذا كله يساعد على جعل تفكيره يتجه إلى الأمام ويعمل بشكل ملتزم بمبادئ جماعته وقناعاتها، الأمر الذي يساعده على أن يكون إنسانا منتجا - سواء في مجال الإنتاج الفكري أو المادي- أو عضوا فعالا يسهم في بناء الكيان الذي هو جزء منه.² ولهذا الاغتراب النفسي أسباب تتمثل في الكبت السياسي وعدم الاهتمام بالشباب والانفتاح الاقتصادي الذي أدى إلى وجود أقلية غنية جدا، وبطرق في الغالب تكون غير مشروعة، وعملية التنشئة غير المتوازنة وغياب الدين الجوهري لا المظهر وغياب القدوة والمثل الأعلى للشباب وعدم الاهتمام بالثقافة الإسلامية سواء في الإعلام أو منهج التعليم وجعلها دائما على الهامش، إضافة إلى الأفكار الواردة من الخارج أيضا وهي الصورة الحديثة للاستعمار، الذي يروج أفكارا تدعو إلى السلبية والانهازامية والانسحاب من المجتمع من عوامل تطرف الشباب، بالإضافة إلى العامل النفسي المتمثل في سمات الشخصية بجانب الظروف البيئية، فكل هذه العوامل مجتمعة تعد وراء بروز مظاهر الاغتراب.³ أي أنه يرجع إلى العديد من العوامل الاجتماعية والسياسية والنفسية المتكاثفة مع بعض، غير أنه أجمع الباحثون على أنّ التطور التكنولوجي في بما في ذلك تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة. وقد تسببت وسائل الإعلام الحديثة الساحة الثقافية، حتى جاز للبعض أن يطلق على الثقافة في الوقت

1 صالح بنت محمد: (2012): الاغتراب النفسي والقلق العام لدى عينة من طالبات جامعة أم القرى، رسالة ماجستير، قسم علم النفس، جامعة أم القرى، 2012، ص 15.

2 حسن منصور: الانتماء والاغتراب (دراسة تحليلية)، دار جرش للنشر، (د،ب)، 1989، ص 18-21

3 علجية دوداح: الانتحار والميول الانتحارية وعلاقتها بالاغتراب لدى عينة من الطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2011، 02، ص 425.

الحاضر ثقافة الميديا وثقافة التكنولوجيا والوسائط المتعددة.¹ ومن الملاحظ في عصرنا الحاضر أنّ ثمة نوعا من العبودية التي يقوم بها الشباب لما تقدمه وسائل الاتصال الحديثة والرقمية من قنوات فضائية ومواقع على الانترنت وأجهزة الموبايل النقالة من برامج ومحتويات تحمل - في الأغلب- أفكارا غريبة، كما أصبح يقلد كل ما يشاهده عبرها من سلوكيات وعادات وتقاليد، سواء كانت مفيدة أم مضرة بالنسبة له، وذلك تحت شعار الموضة والانفتاح على الآخر، ومواكبة تطورات العصر التي لا تمت للثقافة العربية بصلة.² وعلى الرغم من شيوع الاغتراب النفسي، فإنه من الصعب تخصيص نوع مستقل نطلق عليه الاغتراب النفسي، وذلك نظرا لتداخل الجانب النفسي للاغتراب، وارتباطه بجميع أبعاد الاغتراب الأخرى كالثقافي والسياسي... الخ.³

2. العولمة الثقافية ووسائل الاتصال الرقمية:

إنّ العولمة هي جعل الشيء عالمي الانتشار في مداه أو تطبيقه وتكون العولمة عملية اقتصادية في المقام الأول، ثم سياسية ويتبع ذلك الجوانب الاجتماعية والثقافية.⁴ وعليه هي ظاهرة متعددة الأبعاد... فهي سياسية وأيديولوجية واقتصادية وثقافية، والواقع يشير إلى إمكانية عولمة كثير من الأشياء كالسلع والخدمات والأموال والبشر والمعلومات والتأثيرات البيئية، وكذلك يمكن عولمة الأشياء المجردة كالأفكار والأعراف والممارسات السلوكية والأنماط الثقافية.⁵

¹ محمد محيي عبد الأمير: العلاقة بين تلفزيون الواقع وظاهرة الاغتراب الثقافي (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير منشورة، جامعة بيروت العربية، 2015، ص 95.

² المرجع نفسه، ص 92.

³ عبد اللطيف خليفة : مرجع سابق، ص 80.

⁴ أمنة بلقاسمي ياسين، محمد بوزيان: العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، الجزائر، 2012، ص 8.

⁵ ناصري محمد الشريف: الاغتراب وعلاقته بكل من الاتجاهات نحو العولمة والهوية الثقافية لدى طلبة التربية البدنية والرياضية، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر-3، الجزائر، 2016، ص 19.

وتعتبر القوة التكنولوجية التي تتمثل في ثورتين، الثورة الأولى ثورة وسائل النقل والمواصلات، أما الثانية فهي ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي شاع استخدامها فأصبح كل العالم يدور حولها¹ ولقد حققت تكنولوجيات الإعلام والاتصال التغيير الأكبر في العالم، فلقد مكنت العولمة في أقصى درجاتها فلم تعد الحواجز المكانية موجودة بين أطراف العالم. لذلك وبفضل الثورة الرقمية أصبحت المعلومات متاحة لكل فرد في العالم، لا تقيده في الوصول إليها الحدود الجغرافية، أو الظروف السياسية أو الاقتصادية، إذ أتاحت الشبكة العالمية المجال أمام كل الناس، للحصول على المعلومات ونشر وتوزيع المعلومات التي يريدون بثها وتعريف العالم بها. ومع استمرارية الاختراع والابتكار والتطور ونمو الاقتصاديات الغربية العملاقة، عاد تيار العلاقات العالمية المعقدة بالاشتداد والانقلاب والتسارع ليكتسح العالم بأسره، فقد أزلت حالة غياب الاستقطاب الدولي الحواجز التجارية والسياسية، والعقائدية، واستطاعت شبكات الاتصالات ومحطاتها الأرضية والفضائية أن تضع العالم في مشهد واحد مباشر أمام الجميع واستطاعت الإنترنت الإنجاز الأعظم للثورة الرقمية أن تحطم كل حدود الجغرافيا أو التاريخ أو السياسة أو السيادة، فالحدود التي هي إطار ووعاء الدولة وسيادتها تبدو عاجزة أو هي عاجزة فعلا عن الوقوف في وجه الإنترنت، وأطباق البث والالتقاط، فقد قضت ثورة الاتصال الرقمي على أهمية المكان، وأصبح كل مكان هو المكان طالما أنه يحقق الغاية من وجود الشركة أو المؤسسة والسلطة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو غير ذلك، تفقد قدرتها التقليدية السابقة على الإمساك بخيوط الحركة في المجتمع، مع تعدد مصادر التأثير والمعلومات وسهولة الحصول عليها، وكان الإعلام التفاعلي ثمرة الاتصال الرقمي التي أحدثت ثورة في واقع العلاقات بين الغرب والشرق وبين الدول المتقدمة والنامية، وتحديدا بعدما يسرت تكنولوجيا الاتصال

¹ نصر الدين السيد: العولمة ما لها وما عليها، ط1، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2012، ص 21.

الرقمي إيصال كل ما من شأنه التأثير على الشعوب لإدخالها في قالب واحد ما دام حجم الاختلاف وعدم التوازن قائمين.¹

وانطلاقاً من أن العولمة هي "عملية تفاعل متزايد بين شعوب بلدان العالم"² فلقد أوجدت العولمة الاجتماعية تفاعلات اجتماعية عالمية متزايدة بين الشعوب والمجتمعات جعلت اهتمام الأفراد فيها ينتقل من ثقافتهم المحلية إلى العالمية بكل ما فيها من إيجابيات وسلبيات، وأحدثت في خضم ذلك أشكالاً جوهرية بين تقاليد وثقافات الشعوب الأصلية وبين الثقافات الدخيلة في إطار الحداثة والعصرنة. والثقافة كجزء من المجتمع مستها العولمة أيضاً، وهي في أبسط معانيها، بطاقة هوية كل بلد وكل مجتمع، تحمل نسفاً مركباً من التراث والتاريخ واللغة والمعتقدات والتقاليد والقيم، والتي بها تتمايز المجتمعات، ونظام العولمة هذا يسعى إلى وضع نظام عالمي موحد ونموذجي لا يقبل التمايزات ولا الخصوصيات، عكس ما تتميز به الهوية الثقافية من خصائص التفرد والتعدد.³ غير أن النموذج السائد في العالم كان تبعاً للنظام الاقتصادي الأقوى في العالم أي الولايات المتحدة الأمريكية، وبالتالي فإن العولمة يختصرها البعض في "الأمركة"، أي جعل كل شيء على الطراز الأمريكي.

وترتبط العولمة الثقافية ارتباطاً وثيقاً بوسائل الإعلام التي يرى الباحثون أنها وسائل في خدمة الثقافة الغربية نتيجة سيطرة التكتلات الإعلامية الغربية؛ حيث أن إحدى أهم المقاربات التي تفسر العلاقة بين العولمة والثقافة هي مقاربة الامبريالية الثقافية، والتي تقوم على وجود هيمنة ثقافية للأمم القوية على الأمم الضعيفة من خلال السعي إلى فرض معتقداتها وقيمها وأنماط سلوكها وطرقها في الحياة...، والنتيجة الطبيعية للامبريالية الثقافية هي ظهور ثقافة كوكبية متجانسة تسودها مكونات الثقافة

1 عبد الكريم الدبيسي، زهير ياسين: دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت، 2012، ص 8.

2 جيفري برجستراند وآخرون، العولمة في القرن الحادي والعشرين ما مدى ترابطية العالم؟، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات، 2009، ص 60

3 آمنة ياسين بلقاسمي، محمد بوزيان: مرجع سابق، ص 45، 46.

الغربية، وعليه، يعتبر أصحاب هذه المقاربة أن سيطرة التكتلات الإعلامية الغربية على الفضاء الإعلام الكوكبي أو ما يعرف بـ " الامبريالية الإعلامية" وهي أحد شواهد الامبريالية الثقافية وأداة من أدواتها.¹ إنَّ أهم ما يراه هذا الاتجاه أن هذه العلاقة تحكمها خمسة أنواع من التدفقات، من بينها التدفقات التكنولوجية التي تعني الانتشار غير المسبوق في سرعته لكل أنواع التكنولوجيا ميكانيكية أو معلوماتية، والتدفقات الإعلامية التي تعني انتشار المعلومات بكل صورها عبر مختلف الوسائل الإعلامية، إضافة إلى شيوع وتوفر إنتاجها ونشرها على كل المستويات.² وإذا ما دمجتا الميدان الإعلامي بالتكنولوجي فإن هذه المقاربة تتضح أكثر من خلال الانتشار المهول لوسائل الاتصال الرقمية القادمة من العالم المتقدم في محتواها وفلسفتها، التي جعلت من العالم بناية صغيرة، وهو ما أتاح انتشار سرعة انتشار المعلومة والمنتجات الثقافية النمطية الغربية، ما فتح المجال واسعا أمام تجلي مظاهر العولمة الثقافية على نحو أسرع من ذي قبل وأكثر فعالية.

وفي ظل " العولمة " أو " الكونية " التي اتسعت رقعة تأثيرها عقب الانفجار المعلوماتي (اختراع الكمبيوتر/ إطلاق شبكة الإنترنت) والتي قربت كثيرا أطراف العالم المتناثرة، بل وجعلته في شكل قرية صغيرة، أصبحت الهوية الثقافية للمجتمعات تواجه سيلا جارفا من الخصوصيات الثقافية الجديدة والدخيلة عليها، خاصة مع امتلاك الثقافة الغربية - والتي تمارس الغزو الثقافي - أساليب وتقنيات الهيمنة، ما جعل بعض الشعوب والبلدان السائرة في طريق النمو تنبهر بها، ودفع بها للمحاكاة والتقليد والعيش في التبعية الثقافية.³ أي أن السيطرة أصبحت للتكنولوجيا ومن يسيطر عليها، والذي أصبح بإمكانها بث الثقافة التي تريد حتى أصبحت صناعة ممنهجة لغسل الأدمغة؛ أي أن الحديث أصبح عن عولمة ثقافية تعني تعميم نموذج ثقافي واحد على المجتمعات الأخرى، باستهداف مفاهيمها الحضارية وقيمها الثقافية، وهذا ما أشار إليه " برهان

1 نصر الدين السيد: مرجع سابق، ص ص 55،56.

2 المرجع نفسه، ص 58.

3 آمنة ياسين بلقاسمي، محمد مزيان: مرجع سابق، ص 42.

غليون" في ندوة عقدت بالقاهرة عام (1997) تحت عنوان "مستقبل الثقافة العربية" أن العولمة الثقافية تقوم بتعميم أزمة الهوية، حيث تتضاءل مع تزايد الثقافات الأقوى في فضاء مفتوح على الثقافة الوطنية، حيث تسعى العولمة الثقافية إلى نحر الهوية المحلية عبر الاستلاب والتهجين وفرض نسق واحد من القيم، فأصبحت الهوية الثقافية مهددة في ظل التراكم الكمي الهائل والنوعي المبرمج لثقافة العولمة. ¹ وحولت هذه الأخيرة كوكب الأرض إلى ساحة تواصل بين سكانه، تواصل لا تعوقه حدود سياسية أو عرقية أو ثقافية، وهو تواصل عززه "الفضاء الافتراضي الكوكبي" بمكوناته المختلفة من قنوات بث فضائي وشبكة الانترنت، وهو ما سهل انتشار وشيوع المكونات الظاهرة للثقافة سواء كانت على هيئة أنماط سلوكية أو على هيئة منتجات ثقافية أيا كان شكلها أدبية أو فنية أو علمية أو تكنولوجية... من مجتمعات المنشأ إلى المجتمعات المنقلبة، ولا يقتصر هذا الانتشار على المكونات الظاهرة للثقافة، بل يمتد ليشمل -وإن كان بدرجة أقل- بعضا من المكونات غير الظاهرة للثقافة أي مكونات كل من منضومتي "القيم" و"الرؤية الكلية".²

إن انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أحدث تغييرا جوهريا في البنى الأساسية للفكر الإنساني، فقد أثرت هذه الشبكات على سلوكيات الشباب وقيمهم واتجاهاتهم وأفكارهم، وجعلتهم مرتبطين بثقافات أخرى وافدة بالدرجة الأولى، كما أدخلت تعديلات على طرق حياتهم وكيفية تعاطيهم مع محيطهم الاجتماعي، والقرب الذي خلقته تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فتح الطريق أمام إمكانية توظيف وسائل الإعلام في عملية تغيير القيم وطبيعة المعلومات، بما يعني تهديد مفهوم السيادة الثقافية (Dominance Cultural)، وقد طرح منظرو العولمة مسألة أهمية توظيف هذه التكنولوجيا الاتصالية، ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي في إطار ما يسمى بـ "سياسة التقريب"...، فمن المفترض أن العولمة هي محاولة للتقريب بين المجتمعات

¹ حديد يوسف، براهمة نصيرة: تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 2014، 17، ص ص 266، 265.

² نصر الدين السيد: مرجع سابق، ص 66.

بنيويا، من خلال مجموعة من المؤسسات، والآليات العولمية بما يؤدي إلى خلق نوع من الخبرات المتقاربة أو المشتركة بين البشر. كما يؤكد المنظرون على فكرة العالمية أو الكونية، والتي يعبر عنها في إطار مقولة "المواطنة العالمية"، وهي إحياء لفكرة طوباوية ظهرت في القرن التاسع عشر، دارت حول فكرة مجتمع سياسي عالمي واحد، وبالتالي فهم يطالبون بوجود خطاب ثقافي يحل محل الخطابات الثقافية المحلية المتنوعة، وهم يرفضون أصلاً فكرة التنوع ووجود أشكال حادة من الهويات المتجذرة داخل مجتمعات معيّنة.¹ فالتلاقي الحضاري الذي ولّده انتقال المعلومة عبر الانترنت قد رسخ قيم وثقافة البلد المصدر للمعلومة والتكنولوجيا في آن واحد، وينشأ عن هذه الحتمية التكنولوجية حالة ما يسمى بـ "الصدمة الإلكترونية" التي سرعان ما تتحول بالبلدان المستوردة من الانبهار بالواقع الافتراضي إلى الاصطدام بالواقع الحقيقي للبلد المصدر.² فالعولمة الثقافية التي تقوم على تسييد الثقافة الرأسمالية لتصبح الثقافة العليا، وترسم حدوداً أخرى مختلفة عن الحدود الوطنية، مستغلة في ذلك حدود الفضاء السيبراني، والذي يعتبر وطن جديد لا ينتمي إلى الجغرافيا ولا إلى التاريخ، هو وطن بدون حدود، بدون ذاكرة، إنه وطن تبنيه شبكات الاتصال الإلكترونية.¹ إضافة إلى توحيد وتنميط الأذواق وخلق إجماع زائف على استهلاك سلع وخدمات، لا الفرد ولا المجتمع في حاجة لها، والإنسان وفق هذا المنطق مجرد كائن مادي ورقم اقتصادي محدود الخانات في حساب الأرباح والخسائر، يتحول هذا الكائن وبإيحاءاتهم إلى مستهلك مع إهمال متطلباته الإبداعية والثقافية والروحية، وهذا ما حدث فعلاً لكثير من الشعوب، وعلى رأسها المجتمعات العربية...، ليتحطم كل ما هو إنساني لصالح ما هو استهلاكي، فنجد الإنسان المعاصر ينشأ في أجواء الاستهلاك أكثر مما ينشأ في أجواء

1 عواج سامية: غير مؤرخ، مواقع التواصل الاجتماعي ورهانات الاستخدام الرشيد، مقال منشور، الجزائر، (د،ت)، ص 4.

جمال محمد أحمد: الإعلام والتوجهات الدولية الراهنة، ط1، دار غيداء، عمان، 2015، ص 63.

الثقافة والإبداع² وهو ما يحوّل قيم الإنسان الرمزية إلى قيم مادية بحتة، وهو ما يطلق عليه "تشويؤ" الإنسان.

إن هذه الأزمة تحمل في طياتها بذور الصراع والنزاعات الداخلية والخارجية، فالحرب هي التعبير الأوضح عن غياب التفاهم والتواصل والاتساق الذي لا يقوم إلا بالثقافة وبفضل ما تمده من جسور لا مرئية بين الذوات الفردية، بل بقدر ما تنشيء الذاتية نفسها بوصفها تعبيراً مفرداً عن الهوية الجمعية . وما يميز الوضع الثقافي العربي الراهن هو الحرب الثقافية بالمعنى الحرفي للكلمة فالحرب الثقافية الداخلية التي تشق المجتمع بين معسكرين أيديولوجيين، إسلامي وعلماني، وحرب ثقافية خارجية تضع العالم العربي وجهاً لوجه أمام حملة تشويه وتدمير منتظمة لرمزية الثقافة والهوية العربية والإسلامية، في سياق ما سمي بحرب الحضارات أو الصدام بين الثقافات، والتي تهدف إلى تشكيك الفرد بثقافته وقدرة مجتمعاته على البقاء والاستمرار من دون تغيير هويتها والانسلاخ عن جلدتها³ وبالنسبة للعالم الإسلامي يؤدي انتشار الأفكار الجديدة التافهة في المجتمعات، إلى نشوء الأجيال الجديدة على درب التيه الذي يفقدهم الثقافة الأصلية، ولكنه لا يعوضهم عنها بشخصية جديدة بشكل كامل، فابن الشرق أو المسلم إجمالاً، لا يمكنه أن يصبح غربي الطابع في ثقافته (الفكرية والمادية)، وفي نفس الوقت فإنه لا يبقى على ثقافته الأصلية تحت ضغط التيارات الثقافية الغربية. وهذا التيه والازدواجية أو الانفصام الثقافي- إذا جاز هذا التعبير- يتم في غيبة التوجيه الأسري والمدرسي والاجتماعي السليم، الذي يعمق ويقوّي انتماء الفرد إلى ثقافة مجتمعه الأصلية، وفي نفس الوقت يقوي لديه ملكة النقد الإيجابي القادر على المقارنة

¹ إيمان نوي، البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية)، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، جامعة بسكرة، 2016، ص 246.

² المرجع نفسه: ص 246.

³ برهان غليون: العولمة وأثرها على المجتمعات العربية، ورقة مقدمة إلى اجتماع خبراء اللجنة الاقتصادية والاجتماعية حول تأثير العولمة على الوضع الاجتماعي، 2005، ص 25.

والاختيار، ولا يتركه بدون حصانة فكرية وخلقية على درب التيه والاغتراب. ولقد أثبتت بعض الدراسات أن مثل هذه الوسائل عززت من اختراق العولمة لثقافتنا ومكنتها إلى أبعد الحدود. ففي دراسة لـ (محمد سعيد ووجدي شفيق، 2003)، أثبتوا أن المواقع العربية على الإنترنت لا تلبي احتياجات المستخدمين للشبكة، مما يدفعه إلى الدخول إلى المواقع الأجنبية، وبالتالي يعزز من الغزو الثقافي.¹

وربما أزمة الهوية لا تتجلى في عالمنا الثالث التابع لتكنولوجيا إلى العالم المتقدم فقط، وإنما هي اشكالية مطروحة على مستوى عالمي، فحتى الدول المتقدمة يعاني مجتمعها اليوم من فقدان الانتماء والهوية الوطنية. وحول هذا كشفت نتائج الأبحاث العلمية التي طبقت على أعضاء المجتمع الافتراضي في المجتمعات الغربية في دول متعددة، والتي أثبتت أن زيادة الانخراط في المجتمع الافتراضي يؤدي إلى تضائل نزعة الفرد للاهتمام بواقعه والاتجاه نحو نزعة الانتماء للفكرة أو الاهتمام المشترك الذي ينتمي إليه في مجتمعه الافتراضي، وذلك كونه يتعرف على مجتمعات وثقافات مختلفة لأماكن أخرى من العالم ليصبح مواطنًا عالميًا التوجه. وبالمقابل كشفت دراسة على المدونين المصريين أن اتصال وتفاعل أعضاء المجتمع الافتراضي المصري يتأثر بقوة بالواقع الذي يعيشونه في مجتمعاتهم التقليدية، وأن نتائج هذه الدراسة المصرية قد جاءت مختلفة تمامًا عن نوع التأثير الذي يحدثه الانخراط في المجتمع الافتراضي في المجتمعات الغربية على الهوية الذاتية والقومية. فدعمت الدراسات الغربية اتجاه أن يصبح عضو المجتمع الافتراضي مواطنًا عالميًا، أما الدراسة المصرية جاءت لتدعم أن انخراط المصريين في المجتمع الافتراضي قد أدى إلى تدعيم اتجاههم نحو الهوية الذاتية والقومية، وهو يستهدف من انخراطه في المجتمع الافتراضي البحث عن حلول تخرجه من واقعه المتدني إلى آفاق أفضل،² وبالتالي

¹ رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت ورقة مقدمة إلى ابحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص 168.

² ولاء مسعد خزام: المجتمع الافتراضي والهوية، مؤتمر الاسكندرية الثاني للثقافة الرقمية حول الثقافة الرقمية وتشكيل المستقبل، وزارة الثقافة، الاسكندرية، 2011، ص ص 42، 43.

فموضوع الهوية يطرح اشكالا عالميا فلا تقتصر على مجتمعاتنا العربية والإسلامية فقط، وإنما تتعداه إلى العالم أجمع فنتيجة للتطورات السريعة خاصة منها التكنولوجية جعلت من العالم كله لا يعرف الراحة ولا يستطيع مواكبة كل هذا الزخم الكبير والسريع من التطور، فالإنسان أصبح تائها في عالم لا يعرفه، غير أن الاشكالية تتفاقم لدينا كمجتمعات مستهلكة ومتلقية للوسائل والثقافات الوافدة.

وعليه، فوسائل الاتصال الرقمية أو ثورة الاتصال الرقمي أحد أهم التحولات الأنية التي غيرت أنماط الحياة، وبالتالي واقع الشباب ونفسياتهم وسلوكياتهم وقيمهم وأنماط عيشتهم، وعليه حملت هذه الوسائل معها بذور فقدان الهوية لدى الشباب سواء كانت هوية ذاتية أو جمعية - وإن كانتا لا تنفصلان عن بعضهما- من خلال الانفتاح اللامحدود على العالم الخارجي في ظل الواقع المرير الذي يعيشه شبابنا اليوم وانعدام شروط الحياة الكريمة، بداية من الشروط السياسية والاقتصادية... الخ، لترمي بهم إلى مشاعر الاغتراب عن الذات وعن المجتمع الذي يعيشون فيه، محاولين الهروب منه ومحاكاة ذوات وثقافات أخرى غريبة عنهم أو تجدهم في رحلة البحث عن هويتهم الضالة.

وتوجد العديد من الاتجاهات التي ينظر من خلالها إلى العولمة، الاتجاه الأول الرافض للعولمة وينقسم هذا الموقف بدوره الى قسمين: الرفض الإيجابي بالاستناد إلى الإرث الحضاري والثقافي المعتمد على مرتكزات علمية واقتصادية وسياسية ولوجستية ذات مستوى متقدم، أما القسم الثاني، فهو الرفض السلبي المعلن. أما الاتجاه الثاني فيتمثل في التقبل الكامل لطروحات العولمة الثقافية لحد الإنبهار بما تطرحه من آراء وأفكار دون تحفظات بإعتبارها لغة العصر، والسعي الحثيث من أجل تبني ثقافة العولمة بكل جوانبها السلبية والإيجابية لإعتقاد الأشخاص القائمين عليها بأنها محاولة جادة من أجل اللحاق بالركب. وهو أيضا ينقسم إلى قسمين: الأول هو التقبل عن وعي وذلك بالاستناد إلى تكامل البنية التحتية للبلد. أما القسم الثاني فهو التقبل في غياب الوعي الجماهيري لحقيقة ما يجري على الساحة نتيجة غياب السلطة. أما الاتجاه الثالث "الوسطي" وهو الموقف الرامي إلى الأخذ بجوانب العولمة الإيجابية وتوظيفها

للسالء العام من أجل الإسءافاءة من ءورهاءا الأءنوءوءوءة والمعلوماءوءة مع المءافظاءة على ءراءا وءضارة البلاء وهوءءه الأءافوءة، وهءا الموءقف لا بوءاء إلا من ءلال ءطء مءروسة بشءل علموء رصوء وءوءوءء الجهور السوءساءة والإءءصاءوءة والإءءماءوءة من أجل ءلق بوءةء ءءءافء فوءا مءءءلء ءوءراءا الفءوءوءة والعلموءة¹ ولءلك وءب ءبوء الموءقف الوسوءوء فلاء نعءبر العولمة سءرا ءالصا ولا ءوءرا ءالصا فبءقر، ما أءاءء العولمة من افاق واسعة من أجل ءوءوءر المءءماءءة الانسائوءة بءقر ما نمءء الأءافاءا والأفءكار والأءواق وقضء على الأءاموز البشوءوء فوء ءلة الهوءمنة. وأشار "عبء العوزر بن عءمان الأوءوءر" أنه وءب أن نأءء موءقا إوءابوءا ازاء العولمة بءءلب منا أن نءءرء فوء المءءءرك الأءافوء العالوءوء، ءءى نفهم ما وءوءرء ءولنا، وءءى لا نبوءء ءنفرء على العالم بءءور ووءءءم، ونءن قاءءون نءءب ءظوظنا².

3. وسائل الاتصال الرقمية ءكروس للاءءراب النفسو:

لقد أءء الأنماء الجءوءة للاءءصال فوء عسر العولمة إلى ءانب المزاوءا بروض العءوء من صعوباء الأءوءف الإءءماءوء مع ءلك المءءرءاءا، فلقد ءزاءءء المءءكلاء النفسوة والإءءماءوءة والأءافوءة فوء الوءن العربوء، وانءقلء مءءماءءنا إلى مسءوءى آءر من الأءءوءاء كالهوءوءة والفلق والإءءءاب والاءءراب. ونءكر أهم هءه الافراءاء السلبوءة ذاء العلاءة بمظاهر الاءءراب النفسو فوء ما وءوء:

أ. الأءول إلى العالوءة:

1 أحمد العبوءوء: ءءافة العولمة بوءن الاءءراب والانءلاءا، مءا ءعلى: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.as>، ءاروء الزوءراء: 2018./3/22

2 آمنة بلقاسموء بياسوء، مءمء بوزوءان: مرءء سابق، ص56.

2 باءوس لونسوء، عن سؤال الهوءوء فوء ظل الشبءاء الإءءماءوءة الإلكءرونوءة"، مءا ءعلى: http://moslimonline.com/print_pal.php?id=، ءاروء الزوءراء: 2018/3/20.

إن ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من الدخول بشخصيات افتراضية تدفع الفرد إلى تقمص ذات أو ذوات مثالية أو "عالمية" كما سماها الباحث "سعد البازعي" وهي هوية تجمع بين الثقافة المحلية من لغة ودين وموروث ثقافي وشعبي وثقافة أجنبية بكل مكوناتها، وهذا ما يبذل في الأخير هوية الفرد الأصلية من خلال انتمائه للمجتمع الأصلي، مما يطرح في مرحلة ثانية تساؤلاً عن مدى شرعية انتمائه لهذا المجتمع التقليدي، ولعل ما توصلت إليه دراسة حديثة حول "أثر الانترنت على هوية الشباب الجزائري" أن (36%) من أفراد العينة يرون أن الانترنت جعلتهم يرتبطون بالعالم الخارجي أكثر من المحلي لدليل على القول السابق.¹

ومن بين الجوانب السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي هو ابتعادها عن القيمة، وذلك من خلال تحييد القيم وأبعادها كعوامل مؤثرة، بتغييبها في المحتويات الاتصالية، خاصة الترفيهية منها، فلا تنقيد بنظام القيم بل تركز على ما يريده الجمهور، وما يطلبه مما أدى إلى انتشار محتويات العنف والجنس...إلخ، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي وبطريقة غير مقصودة تعمل على تضيق المحيط، ما يجعلها تلعب دوراً سلبياً في المجتمعات ذات العادات والتقاليد الغنية، وبالتالي غنى التفاعل الاجتماعي كذلك، بحيث تبعدهم عن بعضهم، فتجعل المجتمعات متشابهة تتميز بقلّة الروابط الثقافية والعزلة الاجتماعية. إضافة إلى أنّها تعمل على توسيع "العالمي" على حساب "المحلي" فتتجه كلّها نحو العولمة أو ما يسمى بالقرية العالمية، على نحو يكون الاهتمام بما يجري خارجياً من ثقافات وافدة على حساب الواقع المحلي، بحيث تركزت بفعل ذلك السلوكيات المنحرفة والابتعاد عن القضايا المحلية المرتبطة بالواقع، وكذا تقلص الزمن الاجتماعي المخصص للعلاقات الاجتماعية، كما تؤدي هذه المواقع إلى إضعاف الاتصال الاجتماعي، من خلال العمل على تقليص الزمن الاجتماعي وممارسة التفكير الاجتماعي، على اعتبار أن الزمن الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل، يكون على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر، وهو الأمر الذي يؤدي مع مرور

أمال عميرات: نشر المضمين الإعلامية عبر الإعلام البديل، مجلة الاذاعات العربية، العدد1، تونس، 2016، ص 1.29.

الوقت بالفرد أن يألف هذا النمط من التواصل، فيصبح انعزاليا وبيتعد عن المسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين، مما لا يعطي مجالا لأي نوع من الاتصال الشخصي، وهو ما يقود إلى نتيجة سلبية أخرى هي الادمان على الوسيلة.¹

ب. الوحدة النفسية :

تنتم البيانات المتوافرة بشأن العلاقة بين الشعور بالوحدة والشبكات الاجتماعية بكونها معقدة على نحو مذهل، فتظهر الأبحاث أن الأشخاص الذين يخرطون في نشاط facebook عن طريق مراسلة الأصدقاء والنشر على صفحاتهم يذكرون مستويات أدنى من الشعور بالوحدة من أولئك الذين يشاركون في المقام الأول عن طريق المتابعة لصفحات الأصدقاء، وكذلك فإن الأشخاص الذين يبلغون عن الشعور بالوحدة يكونون على ما يبدو مرتبطين عاطفيا بقوة أكبر بالموقع، مما يشير إلى أن الأكثر شعورا بالعزلة هم من يستخدمون هذا الموقع، للتعويض عن عدم وجود علاقات خارج اطار الإنترنت، وفي الوقت نفسه من يمتلكون شبكات صحية من العلاقات الواقعية الراسخة بالفعل، يلجأون إلى استخدام الموقع ببساطة كشيء إضافي من اللطيف امتلاكه.² وفي هذا التوجه، توصلت دراسة قام بها فريق بحثي بجامعة " كارنيجي ميللون"، إذ قدّم الباحثون أجهزة كمبيوتر مجانية واتصال مجاني بالإنترنت، لمجموعة من الأسر التي تعيش في مدينة "بتسبرج"، وقاموا بإجراء اختبارات نفسية على المشاركين قبل بدء التجربة، ثم أعادوا الاختبار على مجموعة بعد مرور عام، ثم على مجموعة أخرى بعد مرور عامين، كما قاموا بمراقبة استخدام المشاركين للإنترنت والكمبيوتر خلال فترة الدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة التجريبية إلى عدد من النتائج المهمة، مثل أن استخدام الكبير للإنترنت ارتبط بانخفاض التواصل مع أفراد الأسرة وانخفاض التواصل الاجتماعي خارج الأسرة، وزيادة الشعور بالاكتئاب والوحدة. (3وفي نفس المنحى أكد (2003, moody)، أنه كلما ازداد استخدام

¹ سوزان غرينفيلد: تغير العقل (كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا)، تر: ايهاب عبد الرحيم، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2017، ص 120.

² حسني محمد نصر: مرجع سابق، ص 35.

الانترنت، قلّ شعور الفرد بالوحدة الاجتماعية وازداد شعوره بالوحدة العاطفية.¹ إنّ الشعور بالوحدة العاطفية أو الاجتماعية يحم في طياته بذور الاغتراب النفسي، حيث تعتبر الوحدة بكل أنواعها أحد أهم مؤشرات، كما أن هذا الشعور يخلق مشاعر أخرى كالاكتئاب والعجز واليأس.

ج. الاكتئاب والانسحاب الاجتماعي:

ظهر الاهتمام بالاكتئاب كأحد إفرازات إدمان الإنترنت، حيث يستند هذا الاتجاه على فكرة أن الاستخدام الكثيف للإنترنت يؤدي إلى تبديد الوقت الذي من الممكن للفرد أن يقضيه مع الأسرة والأصدقاء، وهو ما يؤدي إلى الانسحاب الاجتماعي (social withdrawal)، ويقلل بالتالي من أنماط مهمة للدعم الاجتماعي ويؤدي للإصابة بالاكتئاب، ويتعارض هذا الاتجاه مع الاتجاه النظري، الذي يقول أن الانترنت وشبكات الكمبيوتر تقدم وسائل جديدة لبناء مجتمعات قوية. وفي دراسة (2013) توصل باحثون في جامعة "اكسفورد" بعد أن أجرو تحليلاً شاملاً لـ (14) دراسة مختلفة، تبحث طريقة استخدام الشباب للإنترنت، وأشاروا إلى أن عدداً من الدراسات توصلت إلى وجود صلة بين استخدام الانترنت وإلحاق الضرر بالذات والانتحار،² كما أجرى باحثون من كلية الطب في جامعة "بيتسبرغ" دراسة حول آثار إدمان الشبكات الاجتماعية على المستخدمين، وتوصلوا إلى أن مقدار الوقت الذي يقضيه المستخدمون على الشبكات الاجتماعية، يتناسب طردياً مع احتمالات إصابتهم بالاكتئاب، حيث أظهرت النتائج أن أكثر من ربع المشاركين في حالة اكتئاب شديدة، وبالتالي هناك علاقة وثيقة بين تلك الشبكات وكآبة هؤلاء الأشخاص، لاسيما أنهم كانوا الأكثر زيارة لتلك الشبكات.³ وتعكف مراكز أبحاث عديدة مؤخراً على البحث في ظاهرة جديدة أطلق عليها " اكتئاب الفيس

¹ رضا عبد الواحد: مرجع سابق، ص 170.

² حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة (دراسة تحليلية)، بحث مقدّم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، الرياض، 2015، ص35.

³ أميت شودري: مواقع التواصل الاجتماعي تسبب الاكتئاب، مجلة فوربس الإلكترونية، متاح <http://www.forbesmiddleeast.com/news>، تاريخ الزيارة: 2018/3/22.

بوك" الذي تلا مجموع المستحدثات النفسية للعالم الافتراضي كالإدمان والمهلوسات الافتراضية، وبات العالم الافتراضي هو البيت والمأوى هو الصديق والأسرة وهو منصة التعليم واللعب، هو الفرد والمجتمع.¹

التوتر والقلق:

إنه في ظل اندماج المستخدم مع وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الاعتماد عليها، ينتابه الشعور المستمر بصعوبة الاستغناء عنها، ومن ثم السعي للحصول على الاشباع الشخصي والعاطفي...، ما قد يؤدي إلى اضطرابات في السلوك والجفاء في الواقع وقد لا يستجيب لمتطلبات بناء الأسرة، ومن ثم تزداد الأمراض النفسية ما بين الاغتراب والانطوائية والقلق النفسي.² وأكد المركز الوطني لأبحاث الشباب في جامعة "الملك سعود" أن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تداعيات نفسية واجتماعية متعددة، منها زيادة القلق والاكتئاب والرغبة في الانعزال وعدم القدرة على التواصل الواقعي مع الآخرين، خصوصا إذا كان مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يحرص على متابعة الأحداث الجارية، التي تغلب عليها الصراعات والاضطرابات، وجعل الفرد غير قادر على الاستقلال في تفكيره وقراراته، فهو دائم المحاولة لمعرفة آراء وتعليقات المشاركين، مما يؤثر على تشكيل شخصيته واضطرابها.³

هـ. العزلة الثقافية:

في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصال وما نتج عنها من خصائص جديدة للبيئة الاتصالية الجديدة، انتشرت ثقافة جديدة بدأت ملامحها تتسرب داخل المجتمعات، التي لا يزال انخراطها ضمن النظام الرقمي بطيئا وأحيانا لا دلالة له،

1 فاطمة همال: انفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيس بوك، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، الرباط، 2016، ص 12.

2 جمال السند: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحديات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2013، ص ص 71، 70.

3 محمد عبد المنعم، الرشيد الطاهر، زينب غريب: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، (د،ت)، ص 278.

ذلك أن تكنولوجيا المعلومات ليست مجرد وسائل يسخرها الإنسان لتطوير بيئته الثقافية والاقتصادية وتحقيق متطلبات عصره، ولعل الرأي السائد قد يعتبرها حيادية غارقة برمتها في محيط المكونات المادية، أن تكنولوجيا المعلومات كغيرها من الابتكارات التقنية السابقة مدمجة بالقيم التي تغير من التفكير والسلوك فهي تصنع الفرد أكثر مما يصنعها.¹ وقد نتج عن استخدام الشباب لهذه التقنيات الاتصالية وترسخ استخدامها في عاداتهم اليومية، ميلاد ثقافة جديدة يسميها البعض الثقافة الرقمية والبعض الآخر يسميها الثقافة الإلكترونية في حين يسميها فريق ثالث بثقافة الشاشة.² إن الابتعاد الثقافي والاجتماعي للفرد هو تجسيد لفكرة الاعتراب النفسي في داخله فالشخص الذي لا يعي ارادة ذاته، فإنه حتما سوف لن يعي ما يدور من حوله لذلك سيتطلع إلى أبعد من مجتمعه، وقد يتبنى ثقافة جديدة خارجة عن نطاق المجتمع الذي يعيش فيه، في محاولة منه البحث عن ذاته الضائعة وإيجاد هويته التي يصبو إلى تحقيقها.

¹ عبد الله الحيدري: الإعلام الجديد النظام والفضى، دار سحر للنشر والتوزيع، تونس، 2011، ص44

² عبد الوهاب بوخنوفة: المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 127.

الخاتمة:

فتحت وسائل الاتصال الرقمية آفاقا واسعة، فلقد قربت العالم وأوصلت المعلومة وفكت العزلة ونشرت الفكر والمعرفة ودعمت الحوار بين الشعوب والثقافات، وفتحت آفاق التعايش والتفاهم بينها. ووجدت العولمة في هذه الوسائل الفعالية المنشودة لتواصل مسيرتها التي بدأت مع ظهور الفضائيات وانتشار الإنترنت، فوظفت في عملية الاختراق الثقافي حتى أصبح العالم كله يحمل ثقافة واحدة زالت معها كل الخصوصيات المحلية، وأضحى الأفراد يسيرون ضمن موجة موحدة هي موجة العولمة. هذا الانفتاح الكبير على العالم والاستخدام المكثف لتلك الوسائل الرقمية، أين أضحت ضرورة في حياة كل منا وكشفت عن الجانب الآخر من العالم الذي أبهر مجتمعاتنا بكل ما يحمله من مكونات مادية وثقافية سواء كانت تتناسب مع خصوصياتنا أم لا فساد السخط على الأوضاع المزرية والمشكلات التي تتخبط فيها مجتمعاتنا وكذا تعويض ما ينقصه في واقعه. وبالتالي أفرزت خاصة على مستوى مجتمعاتنا العربية ما يعرف بالاغتراب النفسي الذي يعتبر نواة كل اغتراب آخر كالاقتصادي والثقافي، الذي تجددت دلالاته وكثر انتشاره مع بروز تلك الوسائل الرقمية فتعددت مظاهره بين القلق والعزلة والاكتئاب والانسحاب الاجتماعي والانطواء وفقدان الهوية وقلة الانتماء... وغيرها، ليتحول الشخص في الأخير في اهتمامه من نطاقه المحلي إلى الاهتمام العالمي، وتبني الثقافات الوافدة هروبا من نفسه ومن مجتمعه.

ومن هذا الواقع، وجب وضع خطط استراتيجية بغية التقليل من مظاهر الاغتراب خاصة لدى فئة الشباب من خلال توفير متطلباتهم والاهتمام بمشاكلهم وكذا توفير فرص العيش الكريم، ويعتبر الوعي أهم عامل يساهم في التقليل من تأثيرات الوسائل الرقمية وما تحمله من محتويات وافدة وفي نفس الوقت التصدي للأفكار المعولمة والإيمان بثقافتنا ومجتمعاتنا المحلية والحفاظ على وحدتها وتماسكها.

المراجع :

أ. الكتب:

- 1- الجماعي صلاح الدين أحمد (2010): الاغتراب النفسي الاجتماعي، ط1، دار زهران للنشر، عمان.
- 2- جمال محمد أحمد (2015): الإعلام والتوجهات الدولية الراهنة، ط1، دار غيداء، عمان.
- 3- جيفري برجستراند، سكوت باير، باتريك ماكلوخين (2009)، العولمة في القرن الحادي والعشرين ما مدى ترابطية العالم؟، ط1، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات.
- 4- الحيدري عبد الله (2011): الإعلام الجديد النظام والفوضى، دار سحر للنشر والتوزيع، تونس.
- 5- خليفة عبد اللطيف (2003): دراسات في سيكولوجية الاغتراب، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.
- 6- رايح الصادق (2004): الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الامارات العربية المتحدة.
- 7- السند جمال (2013): وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحديات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- 8- السيد نصر الدين (2012): العولمة ما لها وما عليها، ط1، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة.
- 9- غرينفيلد سوزان (2017): تغير العقل (كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا)، تر: ايهاب عبد الرحيم، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.

10- منصور حسن (1989): الانتماء والاعتراب (دراسة تحليلية)، دار جرش للنشر، (د،ب).

الرسائل والمقالات:

11- بلقاسمي آمنة ياسين، بوزيان محمد (2012): العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، الجزائر.

12- بن العقيلي عادل (2004): الاعتراب وعلاقته بالأمن النفسي، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة نايف للعلوم الأمنية.

13- بوتعني فريد (2013): الاعتراب كمتغير وسيط بين تقدير الذات والتغير القيمي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس، جامعة الحاج لخضر - باتنة.

14- بوخنوفة عبد الوهاب (2006): المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

15- حديد يوسف، براهمة نصيرة (2014): تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 17.

16- حسني محمد نصر (2015): اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة (دراسة تحليلية)، بحث مقدّم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، الرياض.

17- صالحه بنت محمد (2012): الاعتراب النفسي والقلق العام لدى عينة من طالبات جامعة أم القرى، رسالة ماجستير، قسم علم النفس، جامعة أم القرى.

18- عبد الكريم الدبيسي، زهير ياسين (2012): دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت.

- 19- عبد الواحد رضا أمين(2009): استخدامات الشباب لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت ورقة مقدمة الى ابحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد، منشورات جامعة البحرين.
- 20- علجية دوداح (2011): الانتحار والميول الانتحارية وعلاقتها بالاغتراب لدى عينة من الطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 02.
- 21- عميرات أمال(2016): نشر المضامين الإعلامية عبر الإعلام البديل، مجلة الاذاعات العربية، العدد1، تونس.
- 22- عواج سامية(غير مؤرخ): مواقع التواصل الاجتماعي ورهانات الاستخدام الرشيد، مقال منشور، الجزائر.
- 23- غليون برهان(2005): العولمة وأثرها على المجتمعات العربية، ورقة مقدمة إلى اجتماع خبراء اللجنة الاقتصادية والاجتماعية حول تأثير العولمة على الوضع الاجتماعي.
- 24- محمد عبد المنعم، الطاهر الرشيد، غريب زينب(غير مؤرخ): أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل.
- 25- محمد محي عبد الأمير(2015): العلاقة بين تلفزيون الواقع وظاهرة الاغتراب الثقافي (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير منشورة، جامعة بيروت العربية.
- 26- ناصري محمد الشريف (2016): الاغتراب وعلاقته بكل من الاتجاهات نحو العولمة والهوية الثقافية لدى طلبة التربية البدنية والرياضية، أطروحة دكتوراه، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر-3، الجزائر.
- 27- نوي إيمان(2016): البيئة الرقمية وعلاقتها بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية)، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، جامعة بسكرة.

28- همال فاطمة(2016): انصامية حقيقة الإسم والهوية للشباب الجزائري عبر الفيس بوك، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، الرباط.

29- ولاء مسعد خزام(2011): المجتمع الافتراضي والهوية، مؤتمر الاسكندرية الثاني للثقافة الرقمية حول الثقافة الرقمية وتشكيل المستقبل، وزارة الثقافة، الاسكندرية.

ب. المواقع الإلكترونية:

- أحمد العبيدي: ثقافة العولمة بين الاغتراب والانفلات، متاح على <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp>:
- أميت شودري: مواقع التواصل الاجتماعي تسبب الاكتئاب، مجلة فوربس الإلكترونية، متاح على:

<http://www.forbesmiddleeast.com/news/read/articleid/104>

- باديس لونيس: عن سؤال " الهوية في ظل الشبكات الاجتماعية الإلكترونية"، متاح على http://moslimonline.com/print_pal.php?id=3822:

الأطر الخبرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية

دراسة تحليلية على مواقع RT ، CNN ، BBC

News frames of the Rohingya crisis in the websites directed to the Arabic audience: Analytical study on the following websites (TR, CNN, BBC)

إعداد:

إسماعيل عبد الرزاق الشرنوبي

باحث دكتوراه/ مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام

جامعة الأزهر

ismail_r2000@yahoo.com

ملخص:

سعت الدراسة إلى رصد الأطر الخبرية المقدمة في المواقع الأجنبية الموجهة بالعربية تجاه أزمة الروهينجا من خلال الكشف عن الأطروحات والموضوعات المقدمة عن الأزمة في هذه المواقع، إلى جانب التعرف على الأطر التي وظفتها المواقع الإلكترونية محل الدراسة في تغطيتها الخبرية لهذه الأزمة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك من خلال مسح عينة من المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية (RT، CNN، BBC) لأزمة الروهينجا في الفترة من 25 أغسطس إلى 25 سبتمبر 2017م بالإضافة إلى المنهج المقارن، وذلك للمقارنة بين أوجه الشبه

والاختلاف بين المواقع محل الدراسة في الأطر الخبرية التي وظفتها المواقع – محل الدراسة – في تغطيتها لأزمة الروهينجا، وقد انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: أشارت النتائج إلى أن جاء إطار "الرفض" في مقدمة الأطر التي وظفتها المواقع الثلاث – محل الدراسة – خلال تغطيتها لأزمة الروهينجا، بينما جاء إطار "الاهتمامات الانسانية" في المرتبة الثانية؛ في حين جاء إطار "الصراع" في المرتبة الثالثة.

Summary:

The study sought to monitor the news frames presented in foreign websites which directed to the Arabic audience towards the Rohingya crisis by analyzing the topics and articles that addressed.

the crisis in this websites, in addition to identifying the news frames used by these websites during the coverage of the crisis.

This study belongs to the descriptive studies that aim to portray, analyze and evaluate the characteristics of a particular group, or specific position that is not easily to be specified. The methodology of the study has relied on the media survey curriculum on its both descriptive and analytical aspects through analyzing sample of foreign websites directed to Arabic audience (RT, CNN and BBC) to the Rohingya crisis in the duration starting from 25th of August till 25th of September 2017, also the study used the comparative curriculum to compare between the similarities and differences of the news coverage for the websites to the crisis.

the most significant result of the study:

The "rejection" frame has ranked first among the news frames used in the coverage of the crisis by these websites, while the frame of "humanitarian concerns" came in second place, and the "conflict" frame ranked third.

تمهيد:

تكتسب وسائل الإعلام أهمية متزايدة في ظل الثورة التكنولوجية التي يشهدها العالم، سواء من حيث الأساليب الاتصالية الجديدة التي أفرزتها ثورة الاتصال والمعلومات، أو من خلال الكم الضخم من الأخبار والمعلومات التي أتاحتها هذه الثورة؛ ومن ثم تؤدي وسائل الإعلام الإلكترونية بكونها أحد وسائل الإعلام الجديدة دوراً مهماً وحيوياً خلال تغطيتها للصراعات والأزمات (داخلية، وخارجية)، وتعد أزمة أقلية الروهينجا في ميانمار أحد أبرز الأزمات التي شهدت ردود فعل دولية وإقليمية؛ نظراً لما شهده إقليم راخين الذي تقطنه الأقلية المسلمة في ميانمار من أعمال عنف تسببت في سقوط القتلى والجرحى، وقد شهدت هذه الأزمة تغطية إعلامية متباينة من كافة وسائل الإعلام، سواء على المستوى الإقليمي أو الدولي.

وتعد المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية أحد أبرز وسائل الاتصال التي تؤدي دوراً مهماً في تغطية الصراعات والأزمات، سواء على المستوى الإقليمي أو المستوى الدولي؛ وذلك نظراً لانتمائها إلى وسيلة إعلامية يمتد نفوذها ليس إلى الدولة التي تصدر فيها فحسب وإنما إلى مناطق وأقاليم متباينة.

ومن ثم سعت الدراسة إلى رصد الأطر الخيرية المقدمة في المواقع الأجنبية الموجهة بالعربية تجاه أزمة الروهينجا، من خلال الكشف عن الأطروحات والموضوعات المقدمة عن الأزمة في هذه المواقع، إلى جانب التعرف على الأطر التي وظفتها المواقع الإلكترونية محل الدراسة في تغطيتها الخيرية لهذه الأزمة، بالإضافة إلى التعرف على توظيف هذه المواقع الإلكترونية - محل الدراسة - للمصادر الصحفية، والتعرف على توظيف المواقع الإلكترونية للقوى الفاعلة وطبيعة التصورات المقدمة عن مختلف القوى الفاعلة المنتمية لأطراف الأزمة، بالإضافة إلى الكشف عن أبرز الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع والسياق الذي وردت فيه.

مشكلة الدراسة:

من خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة، وانطلاقاً من أهمية المواقع الإلكترونية بصفة عامة والمواقع الأجنبية الموجهة بالعربية كوسيلة إعلامية لها دور كبير في تشكيل اتجاهات الرأي العام والتأثير عليه، خاصة فيما يتعلق بالأزمات "داخلية - خارجية"، بالإضافة إلى الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تغطية أحداث الصراعات والأزمات، تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل أطر التغطية الخبرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية محل الدراسة، من خلال رصد الأطر التي وظفتها هذه المواقع في تغطيتها للأزمة، وتحليل خصائص وأنماط حضور المصادر الصحفية المختلفة داخل التغطية الصحفية المتعلقة بالأزمة، وتحليل آليات توظيف ما تقدمه هذه المصادر من معلومات وتصريحات، بالإضافة إلى الكشف عن توظيف هذه المواقع للقوى الفاعلة في الأزمة وطبيعة التصورات المقدمة عن مختلف القوى الفاعلة المنتمية لأطراف الأزمة، والكشف عن الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع في تغطيتها الخبرية والسياق الذي وردت فيه تجاه الأزمة.

الدراسات السابقة:

تكتسب الدراسات السابقة أهمية خاصة؛ حيث تسهم هذه الدراسات - إلى حد معين - في تحديد معالم المشكلة البحثية المراد إلقاء الضوء عليها، ومن خلال اطلاع الباحث على عدد من الدراسات استطاع أن يحدد الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث وهي كالاتي:

دراسة Naveen Mishra (2011) ⁽¹⁾ والتي سعت إلى رصد أطر معالجة الصحف الهندية للحركة الناكسالية المتطرفة، وذلك من خلال تحليل مضمون 570 مادة صحفية في أربع صحف وطنية خلال عام 2009م، وقد أظهرت النتائج تصدر المصادر الحكومية المصادر التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة تلتها القوات المسلحة، ثم الجماعات الباكستانية، كما تصدرت موضوعات القبائل المتورطة في

(1) Mishra, Naveen, (2011), "Power to Define: Framing of Naxalites in the Indian Media," Global Media Journal: Mediterranean Edition, Vol. 6 Issue 2, P.P. 23-35.

أعمال العنف مقدمة الموضوعات التي مثلت تعاطفًا مع أعمال العنف التي تقوم بها الحركة الناكسالية.

في حين سعت دراسة شارع البقمي (2011)⁽¹⁾ إلى رصد وتقييم معالجة الصحف العربية للأزمة مع الحوثيين بالتطبيق على عينة من الصحف العربية، واعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب، بالإضافة إلى منهج المسح الشامل لكل الفنون التحريرية والمصورة في صحف (المستقبل اللبنانية، والقبس الكويتية، والأهرام المصرية، والوطن السودانية، والشعب الجزائرية)، كما استعانت الدراسة بالمنهج المقارن، وأظهرت النتائج تصدر التغطية التفسيرية في تغطية الصحف العربية لأزمة الحوثيين، كما كشفت تعدد مصادر المعلومات في الخطاب الصحفي خلال تغطيتها لأزمة الحوثيين، وتركيز صحف الدراسة على أطر القضايا والأسباب وتجاهل أطر الحلول والتقييم الأخلاقي للأزمة.

بينما استهدفت دراسة Sumana Chattopadhyay (2012)⁽²⁾ التعرف على أطر معالجة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الأمريكية واليابانية لأحداث الكوارث الخاصة بأحداث تسونامي، التي وقعت في اليابان 2012م، وذلك بالتطبيق على تحليل مضمون 32 قصة إخبارية من مواقع الدراسة، وبالاعتماد على أداة تحليل المضمون، وقد أوضحت النتائج تصدر أطر الخسائر الأطر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة، تلتها أطر الأسباب فالمسؤولية ثم الحلول.

(1) شارع البقمي، (2011)، "أطر إنتاج الخطاب الخبري في وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية بالتطبيق على أزمة الحوثيين"، دراسة منشورة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الرابع- كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(3) Chattopadhyay, Sumana, (2013) "Framing 3/11 Online: A Comparative Analysis of the News Coverage of the 2012 Japan Disaster by CNN.com and Asahi.com," China Media Report Overseas. Vol. 9 Issue 1, P.P.38-48

في حين سعت دراسة (Muhammad, Yasser & Peter, Brett) (2013)¹ إلى التعرف على أطر معالجة الصحف الباكستانية لأحداث العنف التي وقعت في مدينة كراتشي في 29 ديسمبر 2009، وقد قام الباحث بتحليل عينة من المواد الصحفية قوامها 64 موضوعًا صحفيًا في الفترة من 29 ديسمبر 2009 إلى 30 يناير 2010م، وأظهرت نتائج الدراسة أن الأطر الصحفية المستخدمة في الصحف الباكستانية حول أسباب العنف الطائفي تركزت في ضعف الحكومة، والعملية العسكرية التي قامت بها القوات الباكستانية، والمجموعة العرقية.

بينما استهدفت دراسة حسني سيد صادق (2014)⁽²⁾ التعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية التي تقدمها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والأجنبية الموجهة للمنطقة العربية لقضايا الصراعات العربية الداخلية واتجاهات النخبة نحوها، وذلك بالتطبيق على أربع مواقع إلكترونية، تمثلت في موقع الجزيرة نت، وموقع قناة النيل للأخبار، وموقع قناة العالم الإيرانية، وموقع قناة الحرة الأمريكية، بالإضافة إلى عينة من النخبة قوامها 150 مفردة من النخبة الإعلامية والأكاديمية والسياسية، وأظهرت نتائج الدراسة تصدر أطر الحلول الأطر التي اعتمدت عليها المواقع في معالجتها الأزمة السورية، أعقبتها أطر المسؤولية.

فيما سعت دراسة Jesper Falkheimer & Eva-Karin Olsson (2015)⁽³⁾ إلى التعرف على أطر معالجة الصحف النرويجية قضايا الهجمات الإرهابية في مدينة أوسلو وجزيرة أوتوبا، وذلك بتحليل مضمون 924 مادة إخبارية خلال

(4) Muhammad, Yaar, Brett, Peter, (2013) "The Misdeeds and Follies of Morally Bankrupt Elite'? Framing Rioting and Ethnic Violence in Karachi – A Case Study," Global Media Journal: Pakistan Edition, Vol. 6, Issue2, Dec, P.P.158-179.

(2) حسني سيد صادق، (2014)، "أطر المعالجة الإعلامية للصراعات العربية الداخلية كما تعكسها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والإجنبية الموجهة للمنطقة العربية واتجاهات النخبة نحوها"، دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.

(3) Falkheimer, Jesper & Olsson, Eva-Karin. (2015) "Depoliticizing Terror: The news framing of the terrorist attacks in Norway," Media, War & Conflict, Vol. 8, Issue.1, P.P, 70-85.

أسبوعين، وقد كشفت نتائج الدراسة أن التغطية الإخبارية ركزت على الأشخاص المشاركين في الحدث دون التطرق إلى الأسباب الخاصة به والعواقب السياسية المترتبة على ذلك.

بينما استهدفت دراسة دينا وحيد عتيق (2016)⁽¹⁾ رصد وتحليل أطر الأزمات السياسية العربية التي تتناولها النشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة على عينة من النشرات الإخبارية على قنوات (BBC, FR24, RT)، بالإضافة إلى عينة ميدانية من الجمهور المصري قوامها 400 مفردة، وقد اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، وأظهرت النتائج اعتماد القنوات الثلاث على التقارير الإخبارية في تغطيتها للأزمات العربية، كما كشفت النتائج بروز إطار الصراع كأبرز الأطر التي قدمت من خلالها الأزمات السياسية العربية في القنوات محل الدراسة، يليه إطار المسؤولية، في حين جاء إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الثالثة.

في حين سعت دراسة أندريا جوزمان (2016)⁽²⁾ إلى تتبع أطر الخطاب الخبري المقدم في وسائل الإعلام الأمريكية تجاه المشاركين في الثورة المصرية 2011 في موقعي CNN & Fox News، وذلك في الفترة من 25 يناير حتى تنحي الرئيس مبارك في 11 فبراير 2011، وقد كشفت النتائج توظيف الموقعين للأطر المطبقة سابقاً للمسلمين والشرق الأوسط، كما أظهرت توظيف المواقع الإخبارية محل الدراسة بعض الكلمات المحورية في توصيفها للمتظاهرين وحكومة مبارك، بالإضافة إلى الإخوان المسلمين مثل عدو/ صديق، عاطفي.

التعليق على الدراسات السابقة

(1) دينا وحيد عتيق، (2016)، "أطر معالجة الأزمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية واتجاهات الجمهور نحوها"، دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(8) L. Guzman, Andrea, (2016), "Evolution of News Frames During the 2011 Egyptian Revolution: Critical Discourse," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 93, No. 1, P.P. 80 –98

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة بصفة عامة، أمكن للباحث رصد مايلي:

تناولت الدراسات السابقة معالجة وسائل الإعلام (صحافة – مواقع إلكترونية- تليفزيون) لأحداث عنف، جماعات متطرفة، كوارث طبيعية، أزمات سياسية، ثورات؛ في حين يتناول الباحث في هذه الدراسة أزمة لها أبعاد متعددة سواء ذلك البعد المتمثل في الصراع الداخلي بين الحكومة البورمية والروهينجا، أو البعد الطائفي للأقلية المسلمة، أو ذلك البعد الدولي الذي شهدته تلك الأزمة على مستوى الإعلام الدولي، إضافة إلى أن الدراسات السابقة التي تناولت الأزمات تنوعت ما بين أزمات إقليمية فقط، وأزمات دولية سواء في الصحف أو المواقع الإلكترونية بصفة عامة، أو مواقع الكترونية موجهة بالعربية؛ في حين يجمع الباحث في هذه الدراسة بين المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية وأزمة دولية وهي أزمة الروهينجا، كما رصد الباحث ندرة الدراسات التي تناولت الأطر الخيرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال النقاط التالية:

- الدور الحيوي والهام الذي تؤديه المواقع الإلكترونية بصفة عامة والمواقع الموجهة بالعربية بصفة خاصة في تغطية الأزمات على كافة أشكالها" داخلية، خارجية" معتمدة على توظيف كافة الأشكال التفاعلية الحديثة في إنتاج وتحرير النصوص الخيرية.
- تضطلع هذه الدراسة بعملية الكشف المحتوى غير الصريح للتغطية الخيرية وذلك من أجل دراستها كخطاب له توجهات محددة تسعى من خلاله إلى الكشف عن الآليات التي تم توظيفها في إنتاجه.
- تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها ترصد الأطر الخيرية التي وظفت في تغطية الأزمة من مواقع إلكترونية ذات مرجعيات أيديولوجية وتوجهات فكرية مختلفة تحكم عمليات إنتاج الخطاب الخيري.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في كشف الأطر الخيرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف تتمثل في:

- 1- التعرف على الأطروحات البارزة في التغطية الخيرية تجاه أزمة الروهينجا في المواقع محل الدراسة.
- 2- رصد الأطر التي وظفتها المواقع تجاه الأزمة.
- 3- الكشف عن الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع في تغطيتها للأزمة والسياق الذي وردت فيه.
- 4- رصد وتحليل خصائص القوى الفاعلة في مجال توصيفها لمسارات الأحداث ومواقف الأطراف المختلفة منها في المواقع.
- 5- التعرف على مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع في تغطيتها للأزمة، ونمط حضورها داخل التغطية الخيرية.

المفاهيم الإجرائية:

المواقع الأجنبية الموجهة بالعربية: ويقصد بها المواقع الإلكترونية التابعة لفضائيات أجنبية وتصدر باللغة العربية.

أزمة الروهينجا: وهي أزمة الأقلية المسلمة في دولة ميانمار.

تساؤلات الدراسة:

تشتمل هذه الدراسة على عدد من التساؤلات التي تجيب على أهداف الدراسة، وتتمثل في الآتي:

1- ما الأطروحات البارزة في التغطية الخيرية تجاه أزمة الروهينجا في المواقع محل الدراسة؟

2- كيف وظفت المواقع - محل الدراسة - الأطر تجاه تغطيتها للأزمة؟

3- ما الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع في تغطيتها للأزمة والسياق الذي وردت فيه؟

4- ما خصائص القوى الفاعلة في مجال توصيفها لمسارات الأحداث ومواقف الأطراف المختلفة منها في المواقع محل الدراسة؟

5- كيف وظفت المواقع مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع في تغطيتها للأزمة؟

6- ما الفنون الخيرية التي وظفتها المواقع - محل الدراسة - في تغطيتها للأزمة؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies تلك التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص "الأطر الخيرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية... دراسة تحليلية"؛ وذلك بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها والاستفادة بها.

مناهج الدراسة:

نظرًا لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية، اعتمد الباحث على المنهجين الآتيين:

أولاً: منهج المسح Survey: قام الباحث في هذه الدراسة بإجراء المسح على عينة من المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية، معتمداً على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي؛ بهدف سبر أغوار بيانات الدراسة والإجابة بدقة وموضوعية عن تساؤلات البحث.

ثانياً: المنهج المقارن: قام الباحث بتوظيفه في هذه الدراسة؛ للمقارنة بين أوجه الشبه والاختلاف بين المواقع محل الدراسة في الأطر الخيرية التي وظفتها في تغطيتها لأزمة الروهينجا.

ثالثاً: منهج دراسة الحالة: وقد قام الباحث بتوظيف هذا المنهج على حالة مسلمي الروهينجا، وأطر تغطية المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية لهذه الأزمة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تعتمد الدراسة على المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية كمجال للبحث؛ للتعرف على الأطر الخيرية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية، بالتطبيق على عينة من هذه المواقع.

عينة المواقع: قام الباحث باختيار عينة من المواقع الإلكترونية، مع الأخذ في الاعتبار أن تكون ممثلة لمختلف أنماط المواقع الإلكترونية بسياساتها التحريرية المتباينة واختلاف البيئة الصادرة عنها، وهو ما يعكس ثراء وتنوعاً في التوجهات الفكرية والمرجعيات الأيديولوجية التي تحكم عملية النشر، وتتمثل عينة الدراسة التحليلية في المواقع الإلكترونية الأجنبية الموجهة بالعربية على اختلاف اتجاهاتها الأيديولوجية، وسياساتها التحريرية؛ ولذلك تم اختيار عينة الدراسة على النحو الآتي:

- موقع BBC العربي التابع لفضائية البي بي سي البريطانية.
- موقع CNN العربي التابع لفضائية السي إن إن الأمريكية.
- موقع RT العربي التابع لفضائية روسيا اليوم الروسية.

أسباب اختيار المواقع الإلكترونية السابقة كعينة للدراسة :

- وقع اختيار الباحث على هذه المواقع الإلكترونية سألقة الذكر طبقاً لترتيب هذه المواقع على موقع إيكسا؛ حيث احتلت موقع "BBC" الترتيب رقم "105" عالمياً والترتيب رقم "76" ضمن الترتيب المحلي، بينما احتلت موقع "CNN" الترتيب رقم "102" عالمياً، والترتيب رقم "24" ضمن الترتيب المحلي؛

في حين احتلت موقع "RT" الروسي الترتيب رقم "374" عالمياً، والترتيب رقم "92" ضمن الترتيب المحلي لأكثر المواقع زيارة على اليكسا. (•)

تحديد المجال الزمني للدراسة: تم اختيار العينة الزمنية للدراسة لمدة شهر، وذلك من 25 أغسطس 2017م حتى 25 سبتمبر 2017م.

ويرجع اختيار الباحث لهذه الفترة إلى ما يأتي:

■ شهدت هذه الفترة بداية الأزمة وتصاعدها تدريجياً حتى ذروتها، وذلك عندما هاجم مسلحون نقاطاً للشرطة في 25 أغسطس 2017م تسبب في سقوط قتلى وجرحى وما أعقب ذلك من أعمال حرق، وفرار المدنيين من أفراد الروهينجا على الحدود مع بنجلاديش؛ وذلك للوقوف على الأطر الخيرية التي وظفتها المواقع الإلكترونية - محل الدراسة- على اختلاف اتجاهاتها الأيديولوجية تجاه تغطيتها الخيرية لهذه الأزمة.

■ شهدت الفترة التي أعقبت نهاية المجال الزمني للدراسة عملية تهدئة للأوضاع في ميانمار؛ نظراً للمواقف الدولية تجاه الأزمة، وتدخل الكثير من الدول لتهدئة الوضع؛ ومن ثم شهدت هذه الفترة تغطية إعلامية محدودة جداً بعكس الفترة الزمنية التي شهدتها الدراسة.

أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة التي اعتمدها الباحث عليها في:

أداة تحليل المضمون: وذلك لقياس متغيرات الدراسة في ضوء نظرية الأطر الخيرية، المتمثلة في الأطروحات البارزة في الخطاب الخيري تجاه أزمة الروهينجا في المواقع محل الدراسة، والقوى الفاعلة المؤثرة في بناء التغطية الخيرية، والكلمات المحورية التي وردت في التغطية الخيرية والسياق الذي وردت فيه تلك الكلمات، ونمط

حضور المصادر الصحفية داخل التغطية الخيرية في المواقع الإلكترونية محل الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

صدق المقياس:

لتحقيق عنصر الصدق في هذه الدراسة قام الباحث بتصميم استمارة تحليل المضمون، وتحديد فئاتها بدقة ووضوح بما يضمن عدم وجود أي تداخل بين فئاتها، ثم وضع التعريفات الإجرائية الخاصة بكل فئة من فئات التحليل الواردة في الاستمارة، ثم عرضها على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام⁽¹⁾، وقد استفاد الباحث من ملاحظتهم الدقيقة والموضوعية في تعديل بعض فئات التحليل، وحذف بعضها وإضافة بعض فئات التحليل الجديدة للاستمارة.

اختبار ثبات المقياس: لحساب درجة الثبات في هذه الدراسة، استخدم الباحث طريقة "الثبات عن طريق الاتفاق"، من خلال اختيار باحث لإعادة تحليل مضمون عينة فرعية من عينة الدراسة؛ حيث أجرى الباحث اختبار الثبات مع أحد الباحثين⁽²⁾ لمعرفة ثبات التحليل بينهما على المستوى الكلي للمقياس؛ حيث استخدم معامل "هولستي" للتعرف على مدى الاتفاق والاختلاف في تطابق التحليل بين الباحث والباحث الآخر وكانت نسبة الثبات حوالي 90,0، وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس بين المحللين.

التحليل الإحصائي للبيانات:

(1) أسماء الأساتذة المحكمين:

أ.د/ عبدالعزيز السيد عبدالعزيز، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

أ.د/ أحمد أحمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد ووكيل كلية الإعلام جامعة الأزهر.

أ.د/ أسامة عبدالرحيم، أستاذ الصحافة المساعد بكلية التربية النوعية بالمنصورة.

د/ سامح محمد عبدالغني، المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

(2) تم إجراء اختبار الثبات مع الباحث:

د/ مصطفى شكري علوان، المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (SPSS v. 19) حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وعلى هذا قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو الآتي:

أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل: الجداول والتوزيعات التكرارية:

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة فتمثلت في: - اختبار كا² (Chi Square)

- معامل التوافق (Contingency)

وحدات تحليل المضمون:

اعتمد الباحث على استخدام الجداول التكرارية التي تمكن من معرفة النسب والأرقام التي توضح طبيعة تناول المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية لأزمة الروهينجا من خلال تحليل كافة الفنون الخبرية.

النظرية المرتبطة بالدراسة:

نظرية الأطر الخبرية:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية تحليل الأطر الإخبارية Framing Theory of News؛ إذ تعد إحدى النظريات المهمة التي تسمح للباحث بقياس المحتوى غير الصريح للتعطية الخبرية للقضايا المثارة خلال فترة زمنية معينة، وقد أشار "إنتمان Entman" لمفهوم الإطار بأنه الفكرة المحورية التي تتضمن انتقاء Selection جوانب معينة من الحقيقة المدركة دون غيرها وجعلها أكثر بروزاً Salient في النص الإعلامي؛ حيث يتم من خلاله تحديد المشكلة أو القضية وتفسير

أسباب حدوثها، والتقييم الأخلاقي أو المعنوي لأبعادها المختلفة، ثم طرح حلول وتوصيات ومعالجة بشأنها.(1)

وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرًا من الاتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى(2).

وقد حدد روبرت إنتمان أربع وظائف مهمة للأطر الإعلامية تتمثل في الآتي:

- تعرف الأطر المشكلات وتحدد ماهية العامل السببي الذي يمارس تأثيره، وحجم المكاسب والخسائر، ويقاس ذلك عادة من خلال القيم الثقافية العامة.
 - تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي أحدثت المشكلة.
 - توضح الأطر التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل المسببة وتأثيراتها.
 - تقترح الأطر سبل العلاج؛ حيث تحدد كيفية معالجة المشكلات كما تتنبأ بتأثيراتها المحتملة.(3)
- وتتأثر الأطر بالأيديولوجية والاتجاهات السياسية والتوجه السياسي للوسيلة الإعلامية ذاتها، وكذلك المصادر الخارجية، مثل الفاعلين السياسيين، والسلطات، وجماعات الضغط، والنخب، وغيرها من المصادر.(4)

(11) M. Entman, Robert. (1992), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, P.P. 51-58.

(12) William, Gamson. A., (1989) "News as framing: Comments on Graber." *American Behavioral Scientist*, Vol. 33, No. 2, P.P. 157- 161.

(13) M, Entman, Robert. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Op. Cit. P. 52.

(14) Ibid, P.55.

ويستفيد الباحث من هذه النظرية في التعرف على كيفية بناء الأطر الخيرية التي قدمت في المواقع الإلكترونية محل الدراسة حول أزمة الروهينجا، وكيفية توظيف العناصر المختلفة داخل النص الصحفي.

نتائج الدراسة التحليلية:

جدول (1) يوضح الأطروحات التي برزت في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع الأطروحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
9,9	15	8.2	7	22.7	5	6.8	3	المطالبة بتقديم المساعدات للاجئين
12,6	19	15.3	13	13.6	3	6.8	3	المطالبة بوقف العنف
2,6	4	3.5	3	0	0	2.3	1	تقديم مبادرات لحل الأزمة
7,9	12	8.2	7	0	0	11.4	5	الانتقادات الموجهة لمسلمي الروهينجا
41,7	63	47.1	40	36.4	8	34.1	15	ردود الفعل الدولية والإقليمية بشأن الأزمة
13.9	21	11.8	10	13.6	3	18.2	8	التعريف بالأزمة وتاريخها
11.3	17	5.9	5	13.6	3	20.5	9	الانتقادات الموجهة إلى حكومة ميانمار
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

معامل التوافق = 0,318 درجة الحرية = 12 مستوى المعنوية = 0.148 كا² = 17,042

يوضح الجدول السابق ما يأتي:

أوضحت نتائج الجدول السابق أن أطروحة دود الفعل الدولية والإقليمية بشأن الأزمة جاءت في مقدمة أطروحات المواقع خلال تغطيتهم للأزمة بنسبة 41.1%، وهي ذات الأطروحة التي تصدرت في كل موقع من مواقع الدراسة على حدة، ويعد تقدم هذه الأطروحة نتيجة منطقية نظراً لطبيعية الأزمة، والنتائج التي ترتبت عليها من أعمال قتل وتشريد لآلاف المدنيين المسلمين من الروهينجا، أما أطروحة التعريف بالأزمة وتاريخها فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 13.9% على مستوى المواقع؛ في حين اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث جاءت في المرتبة الثانية أطروحة الانتقادات الموجهة إلى حكومة ميانمار، في حين جاءت أطروحة المطالبة بتقديم مساعدات للاجئين في نفس المرتبة في موقع CNN؛ بينما جاءت أطروحة المطالبة بوقف العنف في المرتبة الثانية في موقع RT؛ أما أطروحة المطالبة بوقف العنف فقد

جاءت في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 12.6%، بينما اختلفت هذه النتيجة في مواقع الدراسة الثلاثة حيث حلت أطروحة التعريف بالأزمة وتاريخها في المرتبة الثالثة، وتشير هذه الفروق في الأطروحات المقدمة بكل موقع إلى دور السياسية التحريرية في تقديم الأطروحات وتأطير الأزمات وفقاً للأيدولوجية التي يتبناها؛ في حين اتفقت المواقع الثلاثة في مجيء أطروحة تقديم مبادرات لحل الأزمة في المرتبة الأخيرة، وهذا يشير إلى الدور السلبي لهذه المواقع في تغطية الأزمات والصراعات، إلى جانب غياب المسؤولية الاجتماعية لها خلال تغطيتها للأزمة.

ويشير اختبار كا² إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأطروحات المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث قيمة كا²(17,042)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.148).

جدول (2) يوضح نوع الإطار المستخدم في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نوع الإطار
23.2	35	14.1	12	27.3	6	38.6	17	عام
73.5	111	84.7	72	72.7	16	52.3	23	خاص
3.3	5	1.2	1	0	0	9.1	4	الاثنين معاً
100	151	100	85	100	22	100	44	الإجمالي

كا²=18,194 مستوى المعنوية=0.001. درجة الحرية = 4. معامل التوافق = 0.

يوضح الجدول السابق ما يأتي:

جاء الإطار الخاص في مقدمة الأطر التي اعتمدت عليها المواقع في تغطيتها الخيرية للأزمة بنسبة 73.5%، وهي ذات النتيجة التي تصدرها كل موقع من مواقع الدراسة، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأزمة التي شهدت زخماً في التغطية نتيجة التطور الذي شهدته خلال أيام قليلة من الهجوم المسلح على قوات الشرطة، وما تلاها من أحداث متعلقة بإقليم راخين الذي يقطنه المسلمون من أعمال قتل وتشريد وتهجير أتاحت للمواقع وضع أطر محددة متعلقة بالأزمة التي يشهدها هذا الإقليم، بينما جاء الإطار العام في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 23.2%، أما إطار العام

والخاص معاً فقد جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة على مستوى المواقع بنسبة 3.3%، وهي ذات النتيجة التي جاءت في كل موقع من مواقع الدراسة مع وجود فروق بين المواقع الثلاثة في استخدامهم للإطار العام والخاص معاً، فقد أشارت النتائج إلى أن موقع CNN لم يستخدم إطار العام والخاص معاً على عكس الموقعين الآخرين اللذين استخدموا هذا الإطار ولو بنسبة ضئيلة.

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأطروحات المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث قيمة كا² (18,194)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.001).

جدول (3) يوضح الإطار المستخدم في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الإطار المستخدم
13.2	20	12.9	11	18.2	4	11.4	5	إطار الصراع
9.3	14	4.7	4	18.2	4	13.6	6	إطار المسئولية
4.0	6	1.2	1	4.5	1	9.1	4	إطار الأسباب
18.5	28	25.9	22	13.6	3	6.8	3	إطار الرفض
13.2	20	20.0	17	4.5	1	4.5	2	إطار التدخل والوساطة
15.2	23	16.5	14	22.7	5	9.1	4	إطار الاهتمامات الإنسانية
1.3	2	2.4	2	0	0	0	0	إطار تقديم الحلول
4.0	6	3.5	3	9.1	2	2.3	1	الإطار الحقوقي
4.0	6	1.2	1	4.5	1	9.1	4	إطار القتل والتعذيب
0.7	1	0	0	0	0	2.3	1	إطار التدمير
4.0	6	5.9	5	0	0	2.3	1	إطار التأييد
11.9	18	4.7	4	4.5	1	29.5	13	أكثر من إطار
0.7	1	1.2	1	0	0	0	0	أخرى
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

معامل التوافق = 0,513 درجة الحرية = 24 مستوى المعنوية = 0.000 كا² = 53.842

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

احتل إطار الرفض مقدمة الأطر التي وظفتها المواقع خلال تغطيتهم للأزمة بنسبة 18.5%، وتعد نتيجة طبيعية تتناسب مع طبيعة الأزمة التي شهدت ردود أفعال

دولية، وتتناسب مع نتيجة الأطروحات والموضوعات البارزة في التغطية الخيرية التي جاءت في مقدمة الأطروحات المقدمة والتي شهدت رفضاً لما يحدث مع مسلمي الروهينجا، بينما جاءت فئة أكثر من إطار في مقدمة الأطر التي وظفها موقع BBC، فيما جاء إطار الاهتمامات الانسانية في مقدمة الأطر التي وظفها موقع CNN؛ في حين كشفت النتائج أن إطار الرفض جاء في مقدمة الأطر التي وظفها موقع RT؛ أما إطار "الاهتمامات الإنسانية" فقد حل في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 15.2%، بينما اختلفت هذه النتيجة في موقعي BBC، CNN حيث جاء في المرتبة الثانية إطار المسؤولية، على عكس موقع RT حيث حل بالمرتبة الثانية إطار التدخل والوساطة؛ أما إطار الصراع فقد جاء في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 13.2%، وهي النتيجة ذاتها في موقعي BBC، CNN حيث جاء إطار الصراع في المرتبة الثالثة، بينما جاء إطار الاهتمامات الانسانية في نفس المرتبة في موقع RT، وباستعراض النتائج السابقة ومقارنتها بين المواقع الثلاثة محل الدراسة يمكن القول أن طبيعة الأزمة هي التي فرضت هذه الأطر بإطار الرفض يتناسب مع أعمال العنف التي شهدتها الإقليم، وكذلك الأمر بالنسبة لإطار الاهتمامات الإنسانية الذي يتناسب مع أعمال التهجير المتدفقة إلى بنجلاديش، أما استخدام أكثر من إطار فيتناسب مع الأحداث التي شهدتها الأزمة ما بين أعمال العنف والحالات الإنسانية التي شهدها إقليم راخين، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة دينا وحيد عتيق من حيث تصدر إطار الصراع والمسؤولية كأبرز الأطر التي قدمت من خلالها الأزمات السياسية العربية ودراسة شارع البقمي والتي كشفت وتركيز صحف الدراسة على أطر القضايا والأسباب وتجاهل أطر الحلول والتقييم الأخلاقي للأزمة؛ في حين اختلفت هذه النتائج مع دراسة حسني سيد صادق والتي انتهت إلى تصدر اطر الحلول مقدمة الأطر التي اعتمدت عليها المواقع في معالجتها للأزمة السورية.

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأطر المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث كانت قيمة كا² (53,842)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000).

جدول (4) يوضح اتجاه الإطار المستخدم في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع اتجاه الإطار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
60.3	91	67.1	57	54.5	12	50.0	22	إيجابي
29.8	45	18.8	16	45.5	10	43.2	19	محايد
9.9	15	14.1	12	0	0	6.8	3	سلبي
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

معامل التوافق = 0,287 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0,09 كا² = 13,452

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاء الاتجاه الإيجابي في مقدمة اتجاهات الأطر المستخدمة في التغطية الخيرية من المواقع تجاه الأزمة بنسبة 60.3%، بينما حل الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية بنسبة 29.8% وهي النتيجة ذاتها التي جاءت في المرتبة الثانية في كل موقع من مواقع الدراسة؛ أما الاتجاه السلبي فقد حل في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 9.9% .

يشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه الأطر المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة حيث بلغت قيمة كا² (13,452)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0,09).

جدول (5) يوضح الكلمات المحورية المستخدمة في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع نوع الإطار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7.3	11	8.2	7	4.5	1	6.8	3	التطهير العرقي
47.7	72	49.4	42	40.9	9	47.7	21	العنف
4.6	7	4.7	4	0	0	6.8	3	الاضطهاد
2.0	3	0	0	0	0	6.8	3	الاشتباك
6.6	10	4.7	4	9.1	2	9.1	4	المأساة
8.6	13	4.7	4	13.6	3	13.6	6	الحرق
4.6	7	7.1	6	0	0	2.3	1	الإبادة الصامتة
2.6	4	3.5	3	0	0	2.3	1	حل الأزمة
9.3	14	9.4	8	27.3	6	0	0	اللاجئين
1.3	2	2.4	2	0	0	0	0	الإرهاب

العنف الطائفي	0	0	0	0	2	2.4	2	1.3
أخرى	1	2.3	0	0	0	0	1	0.7
لا يوجد	1	2.3	1	4.5	3	3.5	5	3.3
الإجمالي	44	100	22	100	85	100	151	100

درجة الحرية = 24 معامل التوافق = 0,434 مستوى المعنوية = 0,07 $\chi^2 = 34,945$

يوضح الجدول السابق ما يأتي:

أظهرت نتائج الدراسة تصدر كلمة العنف مقدمة الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع خلال تغطيتهم للأزمة بنسبة 47.7%، وهي النتيجة ذاتها التي تصدرتها المواقع كلاً على حدة، ويمكن القول إن تصدر كلمة العنف الكلمات المحورية يتفق مع الأحداث التي شهدتها إقليم راخين من أعمال عنف، أما كلمة اللاجئين فقد جاءت في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 9.3% وهي ذات الكلمة التي جاءت في نفس المرتبة في موقعي CNN، RT؛ في حين اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث جاءت كلمة الحرق في المرتبة الثانية، ويرجع ذلك إلى تصاعد أعمال العنف التي شهدتها الأزمة من قتل ومصابين؛ أما كلمة الحرق فقد جاءت في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 8.6%؛ وهي النتيجة ذاتها التي ظهرت في موقع CNN؛ في حين اختلفت هذه النتيجة على مستوى موقع BBC حيث جاءت كلمة المأساة في المرتبة الثالثة، بينما جاءت كلمة التطهير العرقي في نفس المرتبة في موقع RT، ويمكن القول أن اختلاف المواقع في توظيف الكلمات خلال تغطيتهم للأزمة يرجع إلى طبيعة السياسة التحريرية لكل موقع من هذه المواقع.

ويشير اختبار χ^2 إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه الأطر المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث بلغت قيمة $\chi^2(34,945)$ ، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,07).

جدول (6) يوضح اتجاه سياق الكلمات المستخدمة في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع اتجاه السياق
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
11.3	17	16.5	14	0	0	6.8	3	مؤيد

38.4	58	34.1	29	45.5	10	43.2	19	محايد
50.3	76	49.4	42	54.5	12	50.0	22	معارض
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

معامل التوافق = 0,201 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0,175 كا² = 6,344

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

تصدر الاتجاه المعارض مقدمة اتجاهات سياق الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع خلال تغطيتهم للأزمة بنسبة 50.3%، وهي ذات النتيجة التي تصدرت في كل موقع من مواقع الدراسة؛ أما الاتجاه المحايد فقد جاء في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 38.4%؛ أما الاتجاه المؤيد فقد جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 11.3%، ويتفق نتيجة هذا الجدول مع نتيجة الجدول رقم (4) والذي أظهر تصدر الاتجاه الإيجابي مقدمة اتجاهات الأطر المستخدمة من المواقع محل الدراسة خلال تغطيتهم للأزمة.

ويشير اختبار كا² إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الأطر المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث بلغت قيمة كا²(6,344)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,175).

جدول (7) يوضح القوى الفاعلة في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الموقع القوى الفاعلة	BBC		CNN		RT		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
حكومة ميانمار	0	0	1	4.5	4	3.3	5	3.3
زعيمة ميانمار	7	15.9	2	9.1	4	4.7	13	8.6
مسلمو الروهينجا	0	0	1	4.5	1	1.2	2	1.3
معارضو الروهينجا	1	2.3	0	0	1	1.2	2	1.3
قوات الجيش	2	4.5	0	0	3	3.5	5	3.3
منظمات حقوقية	2	4.5	1	4.5	8	9.4	11	7.3
منظمات دولية	5	11.4	3	13.6	9	10.6	17	11.3
دول عربية وإسلامية	6	13.6	3	13.6	22	25.9	31	20.5
دول أجنبية	5	11.3	3	13.6	13	15.3	21	14.0
شخصيات عامة	2	4.5	4	18.2	11	12.9	17	11.3

15.8	24	9.4	8	9.1	2	27.3	12	أكثر من قوى فاعلة
5.9	9	1.2	1	9.1	2	13.6	6	بدون
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

معامل التوافق = 0,468 درجة الحرية = 22 مستوى المعنوية = 0,06 $\chi^2 = 42.245$

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

كشفت نتائج الدراسة أن الدول العربية والإسلامية جاءت في مقدمة القوى الفاعلة التي وُظفت في تغطية المواقع خلال تغطيتهم للأزمة بنسبة 20.5%، وهي النتيجة ذاتها التي ظهرت في مقدمة القوى الفاعلة في موقع RT، ويرجع ذلك إلى أن الطرف الرئيسي في الأزمة يمثل المسلمون الذين يواجهون العنف؛ ومن ثم كانت ردود أفعال الدول العربية والإسلامية بشأن ما يحدث لمسلمي الروهينجا في مقدمة الردود، بينما اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث تقدمت فئة أكثر من قوى فاعلة وتتفق هذه النتيجة مع الجدول رقم (4) حيث تصدرت فئة أكثر من إطار مقدمة الأطر وهو ما يشير إلى أهمية وخطورة هذه الأزمة والتي شهدت زخماً في التغطية الإعلامية لها من هذا الموقع بالإضافة إلى ردود الأفعال العالمية حول ما يحدث لأقلية الروهينجا؛ في حين جاءت الشخصيات العامة في مقدمة القوى الفاعلة التي اعتمد عليها موقع CNN، أما فئة أكثر من قوى فاعلة فقد جاءت في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 15.8%، وقد اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث جاءت في نفس المرتبة فئة زعيمة ميانمار، بينما جاءت الدول العربية والإسلامية في المرتبة الثانية في موقع CNN، فيما جاءت الدول الأجنبية في نفس المرتبة في موقع RT؛ وهي الفئة التي حلت في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 14.0%، وقد اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث جاءت في المرتبة الثالثة الدول العربية والإسلامية، بينما جاءت في نفس المرتبة الدول الأجنبية في موقع CNN؛ فيما جاءت المنظمات الدولية في المرتبة الثالثة في موقع RT، وباستعراض النتائج السابقة يمكن القول أن التفاوت بين مواقع الدراسة في توظيف القوى الفاعلة فيما بينهم يوضح خطورة هذه الأزمة ومدى ما أحدثته من ردود فعل سواء على المستوى الإقليمي أو حتى على المستوى الدولي من خلال توظيف القوى الفاعلة متمثلة في الدول الأجنبية، والمنظمات الدولية.

ويشير اختبار كا² إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاه الأطر المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث بلغت قيمة كا² (42,245)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,06).

جدول (8) يوضح سمات القوى الفاعلة في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع سمات القوى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
51.7	78	65.9	56	45.5	10	27.3	12	إيجابية
17.2	26	14.1	12	9.1	2	27.3	12	سلبية
25.2	38	18.8	16	36.4	8	31.8	14	غير واضحة
6.0	9	1.2	1	9.1	2	13.6	6	بدون
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

كا² = 23,664 مستوى المعنوية = 0.001 درجة الحرية = 6 معامل التوافق = 0.368.

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاءت السمة "الإيجابية" في مقدمة سمات القوى الفاعلة التي وُظفت في التغطية الخيرية للأزمة في المواقع بنسبة 51.7%، وهي ذات السمة التي تقدمت في موقعي RT، CNN، ويرجع ذلك إلى الآثار التي خلفتها هذه الأزمة من أعمال أثار التعاطف الدولي مع الروهينجا، بينما تصدرت سمة غير واضحة موقع BBC؛ في حين حلت نفس السمة في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 25.2%، وهي ذاتها التي جاءت في موقعي RT، CNN؛ في حين اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث جاءت السمة الإيجابية في المرتبة الثانية؛ أما السمة السلبية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 17.2%، وهي ذات السمة التي حلت في المرتبة الثالثة في كل موقع على حدة، وأخيرًا "بدون" في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 6.0%.

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في سمات القوى الفاعلة المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث بلغت قيمة كا² (23,664)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0,001).

جدول (9) يوضح الدور المنسوب للفاعل في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع الدور المنسوب للفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.3	5	0	0	0	0	11.4	5	متسبب في الأزمة
0.7	1	1.2	1	0	0	0	0	ممارس للعنف
35.8	54	41.2	35	31.8	7	27.3	12	متخذ إجراءات نحو الأزمة
5.3	8	5.9	5	0	0	6.8	3	التبرير لما يحدث لمسلمي الروهينجا
31.8	48	35.3	30	40.9	9	20.5	9	الرفض لما يحدث لمسلمي الروهينجا
3.3	5	5.9	5	0	0	0	0	المؤيد لما يحدث لمسلمي الروهينجا
5.3	8	0	0	9.1	2	13.6	6	مسئول عن وقف الأزمة
8.6	13	9.4	8	9.1	2	6.8	3	غير مؤثر في الأزمة
6.0	9	1.2	1	9.1	2	13.6	6	بدون
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

مستوى المعنوية = 0,000 درجة الحرية = 16 معامل التوافق = 0,482 $\chi^2 = 45.665$

يوضح الجدول السابق ما يأتي:

أشارت نتائج هذا الجدول إلى تصدر فئة متخذ إجراءات نحو الأزمة مقدمة الأدوار المنسوبة للقوى الفاعلة التي وظفتها المواقع خلال تغطيتهم الخيرية للأزمة بنسبة 35.8%، وهي ذات الفئة التي تصدرت موقعي BBC، RT ويرجع ذلك إلى التطورات التي شهدتها أزمة الروهينجا من تصاعد العنف المسلح ضد أقلية الروهينجا، والذي أسفر عن سقوط قتلى، بالإضافة إلى الأعداد الكثيرة من المصابين، وأوضاع اللاجئين الصعبة، وكل هذه الأمور فرضت اتخاذ إجراءات نحو الأزمة؛ في حين أظهرت النتائج تقدم فئة الرفض لما يحدث لمسلمي الروهينجا في موقع CNN، وهي نفس الفئة التي جاءت في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 31.8% وهي ذات الفئة التي أظهرها موقعي BBC، RT؛ في حين أشارت النتائج إلى أن فئة متخذ إجراءات نحو الأزمة جاءت في نفس المرتبة في موقع CNN؛ أما فئة غير مؤثر في الأزمة فقد حلت في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 8.6% وهي النتيجة ذاتها التي كشفتها النتائج في كل موقع على حدة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الجدول (8) الذي يشير إلى تصدر الدول العربية والإسلامية القوى الفاعلة الواردة في موقعي BBC، RT، ودور هذه الدول في اتخاذ إجراءات نحو الأزمة، على العكس من

تصدر الشخصيات العامة القوى الفاعلة في موقع BBC ودور هذه الشخصيات في إبداء الرافض لما يحدث لمسلمي الروهينجا.

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدور المنسوب للقوى الفاعلة المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث بلغت قيمة كا²(45,665)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,000).

جدول (10) يوضح سمات الدور المنسوب للفاعل في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع سمات الدور
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
52.3	79	67.1	57	45.5	10	27.3	12	إيجابي
16.6	25	12.9	11	9.1	2	27.3	12	سلبي
25.1	38	21.1	18	36.4	8	27.3	12	غير محددة
5.9	9	1.2	1	9.1	2	13.6	6	لا يوجد
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

مستوى المعنوية = 0,000 درجة الحرية = 6 معامل التوافق = 0,393 كا² = 27,654

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاءت السمة الإيجابية في مقدمة سمات الدور المنسوب للقوى الفاعلة التي وُظفت في التغطية الخيرية للأزمة في المواقع بنسبة 52.3%، وهي السمة ذاتها التي تصدرها كل موقع على حدة، بينما جاءت سمة غير واضحة في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 25.1%، أما السمة السلبية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 16.6%؛ وأخيراً حلت فئة بدون في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 5.9%، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الجداول رقم "4"، "8".

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في سمات الدور المنسوب للقوى الفاعلة المقدمة في المواقع الثلاثة محل الدراسة تجاه الأزمة؛ حيث بلغت قيمة كا²(27,654)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,000).

جدول (11) يوضح مصدر المعلومة في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع مصدر المعلومة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.6	16	10.6	9	4.5	1	13.6	6	رسمية
2.6	4	1.2	1	9.1	2	2.3	1	مسلمو الروهينجا
14.6	22	7.1	6	40.9	9	15.9	7	منظمات رسمية
12.6	19	12.9	11	13.6	3	11.4	5	منظمات مجتمع مدني
15.9	24	23.5	20	9.1	2	4.5	2	حكومات عربية وإسلامية
2.6	4	4.7	4	0	0	0	0	حكومات أجنبية
6.6	10	5.9	5	4.5	1	9.1	4	شخصيات عربية
5.3	8	9.4	8	0	0	0	0	شخصيات أجنبية
21.9	33	14.1	12	9.1	2	43.2	19	أكثر من مصدر
7.3	11	10.6	9	9.1	2	0	0	بدون مصدر
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

كا²=54,174

درجة الحرية = 18 معامل التوافق = 0,514 مستوى المعنوية = 0,000

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

كشفت نتائج هذا الجدول أن فئة أكثر من مصدر جاءت في مقدمة مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع خلال تغطيتهم للأزمة بنسبة 21.9%، وهي النتيجة ذاتها التي أظهرتها نتيجة موقع BBC، وتتفق هذه النتيجة مع جدول رقم "3"، "7"؛ في حين جاء مصدر المنظمات الرسمية في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها موقع CNN، بينما احتل مصدر الحكومات العربية والإسلامية مقدمة المصادر في موقع RT، ويرجع ذلك إلى أن هذه الأزمة لها أهمية خاصة لدى الحكومات العربية والإسلامية التي تسعى إلى تصدر المشهد في تغطيتها للأزمة، وتتفق هذه النتيجة مع جدول رقم "7"؛ أما مصدر الحكومات العربية والإسلامية فقد جاء في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 15.9%؛ في حين اختلفت النتائج على مستوى موقع BBC حيث حل في نفس المرتبة مصدر المنظمات الرسمية، بينما كشفت النتائج حلول منظمات المجتمع المدني في المرتبة الثانية في موقع CNN، على عكس موقع RT حيث أظهرت النتائج حلول فئة أكثر من مصدر في نفس المرتبة، أما مصدر المنظمات الرسمية فقد جاء في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 14.6%،

وذلك على عكس موقع BBC حيث أشارت النتائج أن المصادر الرسمية جاءت في نفس المرتبة، بينما كشفت النتائج أن فئة أكثر من مصدر جاءت في المرتبة الثالثة في موقع CNN؛ في حين حل مصدر منظمات المجتمع المدني في المرتبة الثالثة في موقع RT ، ويمكن القول أن الفروق بين مواقع الدراسة في توظيفها للأزمة يتناسب مع طبيعة الأزمة التي شهدت ردود أفعال من جهات ومؤسسات رسمية أو تلك المنظمات المهمة بحقوق الانسان أو منظمات المجتمع المدني نظراً لما خلفته هذه الأزمة من أعمال تهجير وأوضاع شهدتها مخيمات اللاجئين جعلت أنظار المنظمات الدولية ومنظمات المجتمع المدني تتجه صوب هذه الأزمة، ومن ثم كان تفوق أحد المصادر على الآخر في كل موقع يرجع إلى رؤية القائمين بالاتصال في توظيف المصادر التي تتناسب كلياً مع السياسة التحريرية للموقع في تأطيره للأزمة.

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع الثلاثة محل الدراسة في مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها خلال تغطيتها لأزمة الروهينجا؛ حيث بلغت قيمة كا²(54,174)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0,000).

جدول (12) يوضح نمط حضور المصادر في التغطية الخيرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع نمط حضور المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.6	16	10.6	9	4.5	1	13.6	6	مصادر ميانمارية منفردة
2.6	4	2.4	2	4.5	1	2.3	1	مصادر روهينجية منفردة
0.7	1	0	0	0	0	2.3	1	عدد أكبر من المصادر الميانمارية
2.6	4	1.2	1	4.5	1	4.5	2	توازن بين المصادر الميانمارية والروهينجية
17.9	27	24.7	21	18.2	4	4.5	2	مصادر عربية منفردة
3.3	5	2.4	2	0	0	6.8	3	عدد أكبر من المصادر العربية
35.1	53	36.5	31	50.0	11	25.0	11	مصادر أجنبية منفردة
4.6	7	5.9	5	9.1	2	0	0	عدد أكبر من المصادر الأجنبية
21.9	33	15.3	13	9.1	2	40.9	18	أكثر من نوع
0.7	1	1.2	1	0	0	0	0	لا يوجد
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

كا²=32,091

معامل التوافق = 0,419 مستوى المعنوية = 0,021

درجة الحرية = 18

يشير الجدول السابق إلى ما يأتي:

جاءت المصادر الأجنبية المنفردة في مقدمة المصادر حضوراً في تغطية المواقع للأزمة بنسبة 35.1%، وهي النتيجة التي اتفق معها موقعي CNN، RT، في حين اختلف موقع BBC في تصدر فئة أكثر من نوع مقدمة المصادر حضوراً في التغطية، وهذه النتيجة تتفق مع جدول رقم "11" سواءً من حيث تصدر فئة أكثر من مصدر مقدمة المصادر في موقع BBC أو من خلال تصدر المصادر الأجنبية نمط حضور المصادر؛ حيث كشفت نتائج جدول رقم "11" أن مصادر المنظمات الدولية ومنظمات المجتمع المدني جاءت في مقدمة المصادر وهو ما يتفق مع نتيجة هذا الجدول؛ أما فئة أكثر من نوع فقد جاءت في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 21.9%؛ بينما اختلفت هذه النتيجة في موقع BBC حيث كشفت النتائج حضور المصادر الأجنبية المنفردة في المرتبة الثانية، على عكس موقعي CNN، RT حيث أظهرت النتائج أن حضور المصادر العربية المنفردة جاء في نفس المرتبة، وهو ما يعكس سياسة كل موقع في توظيف وحضور نمط المصادر الذي يتماشى مع انتقاء وتأطير الأزمة بما يتناسب مع القائمين على أبعاد الأزمة سواء كان على المستوى الإقليمي أو الدولي؛ في حين جاء في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع المصادر العربية منفردة بنسبة 17.9%، وهي النتيجة التي اتفق معها موقع CNN، على عكس موقع BBC حيث جاء في المرتبة الثالثة المصادر الميانمارية المنفردة، وجاءت فئة أكثر من نوع في المرتبة الثالثة في موقع RT، ويرجع تصدر حضور المصادر العربية والاسلامية مقدمة المصادر حضوراً في مواقع الدراسة إلى ردود الفعل العربية والاسلامية حول أزمة الروهينجا وما أحدثت من موجة غضب لدى دول العالم العربي والاسلامي ظهر جلياً وواضحاً في حضور هذه المصادر خلال تغطية هذه المواقع للأزمة.

ويشير اختبار كا² إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع الثلاثة محل الدراسة في نمط حضور مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها خلال تغطيتهم لأزمة

الروهينجا؛ حيث بلغت قيمة كا² (32,091)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0,021).

جدول (13) يوضح الفنون الخبرية المستخدمة في التغطية الخبرية تجاه الأزمة

الإجمالي		RT		CNN		BBC		الموقع الفنون الخبرية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
9.9	15	3.5	3	40.9	9	6.8	3	خبر قصير
67.5	102	89.4	76	40.9	9	38.6	17	خبر مركب
21.9	33	7.1	6	18.2	4	52.3	23	تقرير إخباري
0.7	1	0	0	0	0	2.3	1	قصة خبرية
100	151	100	85	100	22	100	44	المجموع

معامل التوافق = 0,559 درجة الحرية = 6 مستوى المعنوية = 0,000 كا² = 68,670

يوضح الجدول السابق ما يأتي:

جاء الخبر المركب في مقدمة الفنون الخبرية التي اعتمدت عليها المواقع خلال للأزمة بنسبة 67.5%، وهي النتيجة ذاتها التي تصدرها موقعي CNN، RT؛ في حين تصدر التقرير الإخباري مقدمة الفنون الخبرية في موقع BBC؛ وهي الفئة ذاتها التي حلت في المرتبة الثانية على مستوى المواقع بنسبة 21.9%، وهي النتيجة ذاتها التي أظهرها موقع RT؛ بينما جاء الخبر القصير في المرتبة الثانية في موقع CNN، على عكس موقع BBC حيث جاء في نفس المرتبة الخبر المركب؛ أما الخبر القصير فقد حل في المرتبة الثالثة على مستوى المواقع بنسبة 9.9%، وهي النتيجة ذاتها التي اتفق معها موقعي RT، BBC، بينما اختلف موقع CNN حيث أظهرت النتائج أن التقرير الإخباري حل في المرتبة الثالثة؛ أما فيما يخص القصة الخبرية فقد حلت في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 0,7%، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة دينا وحيد عتيق والتي أظهرت اعتماد القنوات الثلاث (BBC, FR24, RT) على التقارير الإخبارية في تغطيتها للأزمات العربية.

ويشير اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المواقع الثلاثة محل الدراسة في الفنون الخيرية المستخدمة خلال تغطيتهم لأزمة الروهينجا؛ حيث بلغت قيمة كا² (68,670)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0,000).

مناقشة نتائج الدراسة:

1. كشفت نتائج الدراسة تصدر أطروحتي ردود الفعل الدولي والإقليمي بشأن الأزمة، والمطالبة بتقديم مساعدات للاجئين مقدمة الأطروحات التي وظفها موقعي BBC، CNN، بينما أظهرت النتائج بروز أطروحة المطالبة بوقف العنف إلى جانب ردود الفعل الدولي والإقليمي بشأن الأزمة في مقدمة الأطروحات التي وظفها موقع RT، وتعد هذه نتيجة منطقية نظراً لطبيعية الأزمة، والنتائج التي ترتبت عليها من أعمال قتل وتشريد للآلاف من المدنيين المسلمين من الروهينجا.

2. أظهرت نتائج الدراسة أن أطر الاهتمامات الانسانية والمسئولية جاءت في مقدمة الأطر التي وظفها موقعي BBC، CNN، بينما تصدر أطر الرفض مقدمة الأطر التي وظفها موقع RT خلال تغطية أزمة الروهينجا، ويرجع تصدر هذه الأطر إلى ماشهدته الأزمة من تصاعد وتيرة العنف وأسفر عن مشاهد انسانية توضح حجم المعاناة التي يعانها مسلمي الروهينجا، وكذلك الأمر بالنسبة لإطار الاهتمامات الإنسانية الذي يتناسب مع أعمال التهجير المتدفقة إلى بنجلاديش بالإضافة إلى المعاناة التي يقاسيها هؤلاء المهجرون من سلطات بنجلاديش على الحدود، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة دينا وحيد عتيق من حيث تصدر إطار الصراع والمسئولية كأبرز الأطر التي قدمت من خلالها الأزمات السياسية العربية، ودراسة شارع البقمي والتي كشفت وتركيز صحف الدراسة على أطر القضايا والأسباب وتجاهل أطر الحلول والتقييم الأخلاقي للأزمة؛ في حين اختلفت هذه النتائج مع دراسة حسني سيد صادق والتي انتهت إلى تصدر اطر الحلول مقدمة الأطر التي اعتمدت عليها المواقع في معالجتها للأزمة السورية.

3. أظهرت نتائج الدراسة تصدر كلمات العنف واللاجئين والحرق مقدمة الكلمات المحورية التي وظفتها المواقع الثلاثة خلال تغطيتهم الخبرية لأزمة الروهينجا، ويمكن القول أن توظيف المواقع لهذه الكلمات خلال تغطيتهم للأزمة يكشف حجم المأساة والاضطهاد العرقي التي تعرضت له أقلية الروهينجا المسلمة من السلطات البورمية.

مقترحات الدراسة:

هناك العديد من البحوث التي يثيرها هذه البحث، والتي يمكن أن تكون مجالاً للبحث في المستقبل، منها:

1. أطر التغطية الصحفية المصورة لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية.
2. الأطر الدلالية للصورة الصحفية لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية.
3. تغطية ملفات الفيديو لأزمة الروهينجا في المواقع الإلكترونية وعلاقتها بالمضمون المقدم.
4. أساليب تحرير المواد الخبرية في المواقع الإلكترونية الموجهة بالعربية تجاه أزمة الروهينجا.

المراجع:

- Mishra, Naveen, (2011), "Power to Define: Framing of Naxalites in the Indian Media," *Global Media Journal: Mediterranean Edition*, Vol. 6 Issue 2, P.P. 23-35.
- Chattopadhyay, Sumana, (2013) "Framing 3/11 Online: A Comparative Analysis of the News Coverage of the 2012 Japan Disaster by CNN.com and Asahi.com," *China Media Report Overseas*. Vol. 9 Issue 1, P.P.38-48

• شارع البقمي، (2011)، "أطر إنتاج الخطاب الخيري في وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية بالتطبيق على أزمة الحوثيين"، دراسة منشورة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الرابع- كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- Muhammad, Yaar, Brett, Peter, (2013) "The Misdeeds and Follies of Morally Bankrupt Elite'? Framing Rioting and Ethnic Violence in Karachi – A Case Study," *Global Media Journal: Pakistan Edition*, Vol. 6, Issue2, Dec, P.P.158-179.

• حسني سيد صادق،(2014)، "أطر المعالجة الإعلامية للصراعات العربية الداخلية كما تعكسها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والإجنبية الموجهة للمنطقة العربية واتجاهات النخبة نحوها"، دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.

- Falkheimer, Jesper & Olsson, Eva-Karin. (2015) "Depoliticizing Terror: The news framing of the terrorist

attacks in Norway," *Media, War & Conflict*, Vol. 8, Issue.1, P.P, 70-85.

- دينا وحيد عتيق، (2016)، "أطر معالجة الأزمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية واتجاهات الجمهور نحوها"، دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- L. Guzman, Andrea, (2016), "Evolution of News Frames During the 2011 Egyptian Revolution: Critical Discourse," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 93, No. 1, P.P. 80 –98
- M. Entman, Robert. (1992), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, P.P. 51-58.
- William, Gamson. A., (1989) "News as framing: Comments on Graber." *American Behavioral Scientist*, Vol. 33, No. 2, P.P. 157- 161.
- M, Entman, Robert. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Op. Cit. P. 52.
- Ibid, P.55.

• أسماء الأساتذة المحكمين:

1-أ.د/ عبدالعزيز السيد عبدالعزيز، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

2-أ.د/ أحمد أحمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد ووكيل كلية الإعلام

جامعة الأزهر.

3- أ.د/ أسامة عبدالرحيم، أستاذ الصحافة المساعد بكلية التربية النوعية بالمنصورة.

4-د/ سامح محمد عبدالغني، المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

(*) تم إجراء اختبار الثبات مع الباحث:

د/ مصطفى شكري علوان، المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

إعلام الحركات الاجتماعية في ظل القمع
دراسة مقارنة بين إعلام جماعة الإخوان المسلمين في مصر وإعلام
حركة "الخدمة" في تركيا

Media of social movements under Repression

A comparative study between The Muslim Brothers in
Egypt and the "Hizmet" movement in Turkey

اعداد:

أسامة عبد القادر علي حسن الرشدي

ماجستير الإعلام والدراسات الثقافية - معهد الدوحة للدراسات العليا

Rashidy8000@hotmail.com

ملخص:

تتناول الورقة الخطاب الإعلامي لجماعة الإخوان المسلمين في مصر، وجماعة "الخدمة" التي أسسها رجل الدين التركي "فتح الله غولن"، وذلك باستخدام منهج تحليل الخطاب المقارن، انطلاقاً من فرضية مفادها أن الحركتين تعيشان في الوقت الحالي ظروفًا مشابهة، وتتعرضان إلى نفس المواقف والإجراءات من النظام السياسي في كل من مصر وتركيا.

The paper discusses the media discourse of The Muslim Brothers in Egypt and the "Hizmet" movement founded by Comparative the Turkish preacher Fathullah Gulen, using discourse analysis methodology, based on the assumption that the two movements are currently living in similar circumstances and are exposed to the same positions and . procedures of the political regimes in Egypt and Turkey

الكلمات المفتاحية: مصر- تركيا- جماعة الإخوان المسلمين- حركة الخدمة- فتح الله غولن- أردوغان.

مقدمة:

تعيش جماعة الإخوان المسلمين في مصر، وجماعة "الخدمة" التركية ظروفًا مشابهة في الوقت الحاضر، إذ تواجه كل منهما عداء النظام السياسي في بلديهما، وإن اختلفت الأسباب والدوافع وراء تلك الظروف في كل بلد. وتحاول الورقة الإجابة على سؤال رئيسي هو: ما هي مظاهر تشابه الخطاب السياسي والإعلامي لجماعة الإخوان المسلمين مع جماعة "الخدمة"؟ وما هي العوامل التي أثرت على هذا التشابه؟ وكيف يمكن قراءة التحولات التي تصيب الحركات الاجتماعية في ظل تعرضها لقمع الأنظمة؟

تكمن إشكالية البحث الرئيسية في التعرف على سلوك الحركات الاجتماعية في ظل تعرضها لأجواء من القمع والاضطهاد، وكيف يمكن أن تنعكس تلك الأجواء على خطابها الإعلامي وعلى رؤيتها للسلطة التي تواجهها والمجتمع الذي تعمل داخله.

أولاً: التعريف بالجماعتين

جماعة الإخوان:

تعتبر جماعة الإخوان المسلمين إحدى أهم الحركات الاجتماعية الإسلامية المعاصرة في العالم الإسلامي، وقد ظهرت إلى الوجود عام 1828، كرد فعل على إعلان سقوط الخلافة الإسلامية في تركيا، وتبنت النهج الإصلاحية في خط الموروث الإسلامي التقليدي والأفكار السياسية الغربية الحديثة.

وطوال ما يقرب من 80 عاماً، كانت الجماعة هي الفاعل الأبرز في المجال السياسي والاجتماعي في مصر والبلاد العربية والإسلامية، وكان لها وجودها القوي في المؤسسات المحلية والتشريعية، فضلاً عن العمل المجتمعي المتمثل في الجمعيات الخيرية والتنمية، حتى استطاعت أخيراً الوصول بأحد أعضائها إلى منصب الرئاسة في مصر، لكن لم يدم الأمر أكثر من عام واحد، حتى حدث انقلاب عسكري من

الجيش، أدى إلى مقتل واعتقال عشرات الآلاف منهم، فضلا عن مصادرة أموالهم وحظرهم من العمل السياسي.

جماعة الخدمة:

أسست جماعة "الخدمة" على يد الداعية "فتح الله غولن" في سبعينيات القرن العشرين، ومنذ ذلك الحين، انتشرت الجماعة في المجتمع التركي عبر مئات المؤسسات التي يمتلكها أفراد الجماعة، كما انتشرت مدارسها وجامعاتها ومؤسساتها الإعلامية والاقتصادية في عشرات البلدان حول العالم.

كانت الجماعة على علاقة تحالف وثيق مع حزب العدالة والتنمية منذ تأسيسه، وكان البعض يعزي سبب النجاح الذي حققه الحزب في الانتخابات البرلمانية والرئاسية إلى مساندة الجماعة له، وإلى اختراقها مؤسسات "الدولة العميقة" التركية، الممثلة في الجيش والشرطة والقضاء، وهو ما ساهم في تحييد تلك المؤسسات وإقصاءها من الحياة السياسية وضمان عدم تحركها لحظر حزب العدالة والتنمية¹ خاصة مع حملة محاكمات قادها الحزب بالتعاون مع الجماعة عامي 2007 و2008 فيما يعرف بقضية "أرغنون" أو المطرقة، وأدت إلى الحكم على 330 من ضباط الجيش². وتوسعت الحركة في تلك السنوات وبدأت في اكتساب سمعة دولية مرموقة وحازت اهتمام الباحثين الأتراك والأجانب.

لكن ومنذ عام 2013، بدأ الخلاف بين الجانبين بصورة عنيفة، بعد أن قررت الحكومة التركية إغلاق عدد من مدارس حركة الخدمة التي تدرس مناهج أخرى غير

¹ إلهان تنير، "الصدافة تنقلب عداوة شديدة"، صدى، 14 يناير 2015.

<http://carnegieendowment.org/sada/?fa=57720&lang=ar>

² أحمد الهاشمي، الداعية الغامض: تعرف على «فتح الله كولن» وجماعته، إضاءات، 18 يوليو 2016.

[/https://www.ida2at.com/mysterious-preacher-open-gulen-and-his-group](https://www.ida2at.com/mysterious-preacher-open-gulen-and-his-group)

تلك التي تعتمدها وزارة التعليم، وهو القرار الذي تبعه الكشف عن تورط عدد من الوزراء وقيادات حزب العدالة والتنمية في قضايا فساد، وهو ما اعتبره بعض المراقبين ردا من حركة "الخدمة" على قرار الحكومة بإغلاق مدارسها، عبر تحريك رجالها في مؤسسة الشرطة والقضاء،¹ ليدخل الطرفان حربا مفتوحة منذ ذلك الحين، وأطلق أردوغان على حركة "الخدمة" لقب "الكيان الموازي" في إشارة إلى توغل الحركة في مؤسسات الدولة عبر رجالها.

ثانيا: بين الإخوان والخدمة:

تنوعت المقاربات التي تقارن بين جماعة الإخوان المسلمين وغيرها من الحركات الإسلامية، خاصة في تركيا. فبعد صعود حزب العدالة والتنمية التركي إلى سدة الحكم في تركيا منذ عام 2002، انطلقت عدة مقاربات تقارن بين تجربة جماعة الإخوان في مصر وبين تجربة حزب العدالة والتنمية، وانتشر مصطلح "التجربة التركية" في الحديث عن تجربة الحزب باعتباره ينتمي إلى حركات الإسلام السياسي، وانقسمت الإسهامات النظرية والبحثية ما بين ترجيح تطور جماعة الإخوان ونضجها لتنتج تجربة مثل التجربة التركية، وما بين استبعاد ذلك والحديث عن اختلافات جذرية بين التجريبتين تحول دون تحقيق ذلك، والمفارقة أن محمد مرسي، أول رئيس منتخب لمصر، كان ينتمي إلى الفريق الثاني، إذ كتب مقالا نشره موقع جماعة الإخوان، يهاجم فيها التجربة التركية ويصفها بالعلمانية وغير المناسبة للمجتمع المصري، ويحذر من الانبهار بالتجربة أو اتخاذها كنموذج للحكم، لكن وبعد وصوله إلى حكم البلاد عقب الانتخابات الرئاسية 2012، اتجه مرسي إلى التعاون بأقصى ما يستطيع مع الحكومة التركية.

أيضا حاول إسلاميون عديدون استلهم تجربة العدالة والتنمية في الممارسة السياسية، حتى إن سياسيا مثل "عبد المنعم أبو الفتوح" أحد قيادات الإخوان الذين فصلوا من

¹ إلهان تنير، مصدر سابق.

الجماعة بعد الثورة، كان يريد تصوير نفسه باعتباره "أردوغان" المصري، بينما كان يريد تصوير جماعة الإخوان باعتبارها المقابل المصري لتجربة "نجم الدين أربكان" التي خرج عليها أردوغان وأسس حزب العدالة والتنمية الذي استطاع تحقيق النجاح، بينما فشل أربكان في الاستمرار وانفض عنه أنصاره ولم يستطع تحقيق أي نجاح بعد انفصال أردوغان عنه.

مقابل المقارنة بين جماعة الإخوان وكل من تجربة نجم الدين أربكان وتجربة أردوغان (العدالة والتنمية) ظهرت منذ سنوات ما قبل الثورة مقاربة جديدة، هي الأقرب للدقة، تقارن بين تجربة جماعة الإخوان وتجربة جماعة الخدمة، باعتبارهما أقرب ما يكون إلى بعضهما من أي حركات أخرى، وبالفعل عقد مؤتمر موسع عام 2009 لاستلهم خبرات جماعة الخدمة ومناقشة كيفية استفادة الحركات الاجتماعية في مصر -ومن بينها الإخوان- من دروس الحركة وممارساتها المجتمعية التي استطاعت تحقيق النجاح فيها.¹

على الرغم من أن جماعة الإخوان المسلمين في مصر، وحركة "فتح الله غولن" التركية يمكن تصنيفهما باعتبارهما "حركات اجتماعية" إلا أن هناك العديد من أوجه الاختلاف بين الحركتين.

تكمن أوجه التشابه بين الحركتين في أن كليهما تصنفان باعتبارهما حركات إسلامية، بمعنى أنهما تستلهمان الدين الإسلامي وتعاليمه في صياغة مبادئهما وبرامجهما في العمل داخل المجتمع، كما أن الحركتين تنتميان إلى عالم الإسلام "السني" وهما في ذلك تختلفان عن حركات اجتماعية أخرى تنتمي إلى مذاهب إسلامية أخرى.

¹ مستقبل الإصلاح في العالم الإسلامي: خبرات مقارنة مع فتح الله كولن التركية، جامعة الدول العربية، 19-21 أكتوبر 2009، دار النيل للطباعة والنشر، 2011.

ويمكن تعريف جماعة الإخوان وجماعة الخدمة كحركتين اجتماعيتين، إذ أنهما "نشاط سياسي يستلهم الدين الإسلامي، أو نشاط سياسي وحشد شعبي باسم الإسلام"¹ أو حركة فكرة وسياسية معاصرة تسعى إلى جعل المجتمع والسياسة يتوافقان مع الإسلام²، بهدف "السعي لجعل الإسلام حاكما على كافة مجالات الحياة من الإيمان والفكر إلى السياسة والإدارة والقانون، والبحث عن حل لمشكلة تخلف الدول الإسلامية مقارنة بالغرب عن طريق الوحدة والتضامن بين المسلمين"³

كما تشترك جماعة الإخوان المسلمين في مصر وجماعة الخدمة في تركيا في كونهما تعتمدان بشكل أساسي على نظرية "تعبئة الموارد"، وهي تعني إلزام أعضاء الجماعتين باستقطاع جزء من دخلهم الشهري للجماعة، وعن طريق تلك الأموال يتم الإنفاق على أنشطة الجماعة المختلفة، وكذلك تخصيص الوقت والجهد التطوعي لخدمة الجماعة في كافة المجالات.⁴

تركز الحركتان على الطبيعة الشاملة بالإسلام، وتعتمدان على "التداخل بين الدين والسياسة"، وهي خاصية ليست مرتبطة بالدين لإسلامي فقط، بل هي خاصة بمختلف الأديان، مثلما نجده في الأحزاب المسيحية الديمقراطية في أوروبا، والأحزاب اليهودية في إسرائيل والأحزاب الهندوسية القومية. وتشترك جميع تلك الكيانات في أنها "تتبنى أيولوجيا تركز على الدين وتحرك الدعم على أساس الهوية الدينية للمواطنين

¹ Mohammed Ayoob, The many faces of political Islam: religion and politics in the Muslim world (Singapore: NUS press, 2008), 6.

² محمد عفان، الوهابية والإخوان: الصراع حول مفهوم الدولة وشرعية السلطة (بيروت، جسر للترجمة والنشر، 2016) 67.

³ Yasin Aktay, "The ends of Islamism: rethinking the meaning of Islam and Political" insight turkey, vol.15, no.1 (2013), 114.

⁴ هيلين روز ايوب، حركة كولن: تحليل سوسيولوجي لحركة مدنية جذورها الإسلام المعتدل، ترجمة مروة يوسف (بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات، 2015)، 34-35-36.

مستخدمة المؤسسات والشبكات الدينية السابقة لها".¹ كما نجد أيضا الكنيسة الكاثوليكية ممثلة في "الفاتيكان" تمارس أدوارا سياسية واجتماعية متعددة، والدور الذي أدته السانغا البوذية (تجمع الرهبان البوذيين) في تحديد الهوية القومية لسريلانكا، كل ذلك يؤكد وجود ارتباط وثيق بين الأديان والسياسة.²

ويعد قيام مصطفى كمال أتاتورك بإلغاء الخلافة الإسلامية عام 1924 حدثا مفصليا ومؤسسا، إذ أدى إلى ردة فعل تمثلت في نشأة الحركات الإسلامية بمختلف أنواعها، ومنها جماعة الإخوان المسلمين، وجماعة "النور" لمؤسسها بديع الزمان سعيد النورسي، وهي البذرة الأولى التي أدت إلى إنشاء جماعة "الخدمة" بعد ذلك. وقد ساهمت عدة عوامل في إنشاء وازدهار الحركات الإسلامية السياسية والاجتماعية إضافة إلى عامل إلغاء الخلافة، أهمها الاستعمار الأجنبي، وتأثير الحداثة التي جاءت مرتبطة بالاستعمار، ولذلك حاولت الحركات الإسلامية مقاومة الحداثة ورفض قيمها، لكنها في نفس الوقت استعانت بآلياتها المادية من المؤسسات السياسية والاجتماعية والأفكار والرموز السياسية الغربية مثل الأحزاب والبرلمان.³ ولذلك فإن هذه الحركات يراها بعض الباحثين "ظاهرة حداثية ناتجة عن الحداثة بقدر ما هي ردة فعل لها".⁴ كما أن جماعتي الإخوان والخدمة تقبلان العمل من خلال الأنظمة القائمة

¹ Manfred Brocker and Mirjam Kunkler, "religious parties: revisiting the inclusion-moderation hypothesis-introduction," party politics, vol. 19, no. 2 (March 2013), 172 - 175.

² Mohammed Ayoob, the many faces of political Islam: religion and politics in the Muslim world, p.14.

³ William Shepard, "Islam and ideology: towards a typology," International Journal of Middle East studies: vol 19, no.3, August 1987. 315.

⁴ Mohammed Ayoob, the many faces of political islam: religion and politics in the muslim world, p. 34.

وترفضان العنف بكل أشكاله، وهم في هذا يختلفون عن حركات إسلامية أخرى تتبنى العنف من أجل إحداث التغيير.¹

تولي الحركتان كذلك أهمية كبيرة للتنظيم على حساب أي عوامل أخرى، كما تهتمان كثيرا بدرجة الالتزام التنظيمي لأفرادها، وقد قامت جماعة الإخوان على سبيل المثال بفصل الآلاف من أعضائها على مدار السنوات الماضية، وخاصة بعد ثورة يناير، لأسباب متنوعة متعلقة بعدم الالتزام التنظيمي بقرارات الجماعة وخياراتها السياسية، وذلك من أجل ضمان تحرك الجماعة ككتلة واحدة لا تقبل الخلاف، وانتشرت عن أفراد الجماعة صورة المطيعين للجماعة طاعة عمياء، حتى وصفوا من جانب خصومهم بأنهم "خرفان". أما جماعة الخدمة فقد حققت نجاحا لافتا في إلزام أعضائها بتقديم الوقت والجهد لصالح خدمة الجماعة.

وتفسر عالمة الاجتماع الأمريكية روزا بيث كانتر² الأسباب التي تدفع أعضاء الحركات إلى الالتزام والحفاظ على تماسك المجموعات، وهي شعور الأفراد أن مصلحتهم الذاتية لا يمكن أن تتميز عن المجموعة. فالشخص المرتبط بعلاقة أو جماعة يراها تعبيراً عن نفسه أو أنها تكمل الأجزاء الأساسية فيه بحيث تكون أهداف الجماعة مغذية لإحساسه بنفسه، والشخص الملتزم يكون لديه إحساس بالانتماء والشعور أن الجماعة امتداد له وأنه امتداد للجماعة. فالحركة الاجتماعية يمكن أن تستوعب حياة الشخص بالكامل بحيث لا يستطيع الاستغناء عنها مع الوقت، ففي أحيان كثيرة، توفر له الجماعة التي ينتمي إليها العمل الذي يتكسب منه، وتساعدته ماليا ومعنويا في تحقيق ذاته على عدة مستويات، وقد يتطور الأمر ليتزوج من عضو آخر في الجماعة، وبالتالي تصبح حياته كلها تدور حول الجماعة، وهو ما حدث بنسبة كبيرة داخل جماعة الإخوان وجماعة "الخدمة".

¹ محمد عفان، مصدر سابق، 76.

² هيلين روز ايبو، حركة كولن، مصدر سابق.

أما الاختلافات بين الحركتين فيمكن تحديدها فيما يلي:

أولاً: تشترك جماعة الإخوان المسلمين مع السياسة بصورة مباشرة بجانب عملها المجتمعي، إذ لم تتوقف الجماعة عن المشاركة في كافة الاستحقاقات الانتخابية خلال العقود الماضية، وقامت بإنشاء أول حزب سياسي لها بعد ثورة يناير 2011، وأطلقت عليه اسم حزب "الحرية والعدالة" وكان بمثابة الذراع السياسي للجماعة التي مكنتها من الفوز في 5 استحقاقات انتخابية متتالية (الاستفتاء على تعديل الدستور في مارس 2011- انتخابات مجلس الشعب- انتخابات مجلس الشورى- انتخابات الرئاسة- الاستفتاء على الدستور المصري 2012- 2013). وذلك قبل الانقلاب العسكري الذي أدى إلى حظر الحزب. فيما لا تشترك حركة "الخدمة" مع السياسة على الإطلاق، وتفضل عليها العمل المجتمعي، والذي يشمل مجالات إنشاء وإدارة المدارس والجامعات، وتأسيس الصحف والقنوات الفضائية والبنوك والمؤسسات الخيرية والإغاثية، وغيرها من مجالات العمل الاجتماعي.

ثانياً: في الوقت الذي تعرضت فيه جماعة الإخوان وممثلها في منصب الرئيس "محمد مرسي" إلى انقلاب عسكري أطاح بهم من الحكم في 3 يوليو تموز 2013، فإن جماعة "الخدمة" متهمة بأنها هي التي حاولت تدبير محاولة الانقلاب العسكري الفاشلة في 15 يوليو تموز 2016، عبر اتهامها بأنها تغلغت في أوساط الجيش والشرطة والقضاء.

ثالثاً: تمتلئ أدبيات جماعة الإخوان المسلمين بالحديث عن السياسة وعن شكل السلطة وتوزيعها وطبيعة العلاقة المفترضة بين الدولة والمجتمع، وضرورة أن يكون الحكم "إسلامياً"، وعن المراحل التي يجب أن تقطعها الجماعة والمجتمعات الإسلامية حتى يتم الوصول إلى الدولة الإسلامية المنشودة، عبر مراحل (الفرد المسلم- الأسرة

المسلمة- المجتمع المسلم- الدولة المسلمة- أستاذية العالم).¹ أما حركة غولن فتقدم نفسها باعتبارها لا علاقة لها بالسياسة ولا بالممارسة السياسية اليومية أو العمل السياسي المباشر، ويصف فتح الله غولن جماعته بأنها "فوق السياسة" كما تردد الجماعة شعار "أعوذ بالله من الشيطان الرجيم والسياسة"²، وتركز على التربية وإعداد الكوادر في شتى المجالات.³

لكن هذا الاختلاف يبدو في الظاهر فقط، لكن الحقيقة أن خطاب جماعة غولن يخفي اهتماما كبيرا بالسياسة وإن كانت بوسائل أخرى مختلفة عن تلك التي تنتهجها جماعة الإخوان المسلمين، فجماعة الخدمة تحرص على اجتذاب أتباعها منذ التحاقهم بمدارسها، وتنتهج العمل طويل المدى عبر اختراق مؤسسات الدولة (الجيش- الشرطة- القضاء- المخابرات) لتكوين طبقة حاكمة تدين لها بالولاء بعد ذلك. وقد تم الكشف عن عدد من الأدلة التي تظهر رغبة الحركة في تنفيذ ذلك المخطط، منها تسجيل مصور أذاعته قناة "ATB" التلفزيونية عام 1999 لإحدى خطب غولن أعلن فيه عن رغبته في اختراق مؤسسات الدولة تمهيدا لإقامة نظام إسلامي.⁴ ولكن بطريقة غير مباشرة مثلما تحاول جماعة الإخوان وحركات الإسلام السياسي الأخرى القيام به، بل من خلال "أنشطة التربية والتنشيط و"تربية جيل من المثقفين والكفاءات للتغلغل

1 أحمد بان، "صعود وسقوط المشروع السياسي لجماعة الإخوان المسلمين (1-2)", المركز العربي للبحوث والدراسات، 28 مايو 2014.

<http://www.acrseg.org/6891>

2 سعيد الحاج، "حركة "الخدمة" بتركيا.. جماعة فوق السياسة"، الجزيرة نت، 14 يناير 2014.

<http://bit.ly/2iRxlyN>

3 "كولن وتجديد الفقه السياسي" (3)، زمان عربي، 4 ديسمبر 2016.

<http://bit.ly/2iNpWhm>

4 محمد الطاهر، "فتح الله غولن وأساليب القوة الناعمة!"، روسيا اليوم، 18 يوليو 2016.

<http://bit.ly/2jxLhP>

"من هو فتح الله غولن المتهم بأنه العقل المدبر لانقلاب تركيا؟"، آخر تحديث في 19 يوليو 2016.

http://www.bbc.com/arabic/middleeast/2016/07/160719_turkey_gulen_profile

في أجهزة الدولة وبالتالي التأثير بشكل غير مباشر على القرار السياسي¹. كما تم تسريب أحد المقاطع الصوتية لغولن وهو يدعو أنصاره لـ"شراء ذمم القضاة والمحامين" لتحقيق هذه الأهداف².

هذه الطريقة من العمل جعلت من جماعة الخدمة تشترك مع جماعة الإخوان في أن كليهما ينتهجان العمل السري المغلق، لكن إذا كان العمل السري مبررا في حالة جماعة الإخوان نتيجة حظرها على مدار ما يقرب من 70 عاما من جميع أنظمة الحكم المصرية قبل ثورة يناير، إلا أنه لم يكن مبررا في حالة غولن، فالحركة لم تكن محظورة طوال سنوات عديدة، وقد أيد غولن الانقلاب العسكري في تركيا عام 1980³ وهو ما أدى إلى إتاحة المجال أمام حركته للعمل بحرية لسنوات، وحتى عندما لاحقته تهم قضائية عام 1999، توقفت تلك الملاحقة منذ عام 2003 بعد أن تمت تبرئته من التهم الموجهة له، لكنه مع ذلك فضل الاستقرار في الولايات المتحدة منذ ذلك الوقت وعدم العودة إلى تركيا حتى حدث الصدام الأخير مع حكومة أردوغان.

ثالثا: الصدام بين الجماعة والدولة:

على الرغم من اختلاف الأسباب والدوافع التي أدت إلى الوضع الذي تعيشه جماعة الإخوان في مصر وجماعة "غولن" في تركيا، إلا أن الجماعتين تتعرضان حاليا لنفس الإجراءات من جانب الحكومتين المصرية والتركية، فقد بدأت الحكومتان حملة مستمرة ومتواصلة لاستئصال أي تواجد للجماعتين في بلديهما، عبر القبض على كل

1 "عصا أردوغان تطال مؤسسات "غولن" في العالم العربي"، آخر تحديث في 21 يوليو 2016.

<http://bit.ly/2iSnZAg>

2 سعيد الحاج، مصدر سابق.

<http://bit.ly/2iRxlYn>

3 "فتح الله غولن.. مفكر وداعية لاحقته السياسة"، آخر تحديث في 10 يناير 2014.

<http://bit.ly/2iRkEUB>

من يشتهه انتماؤه للجماعة، وشملت قائمة المعتقلين في البلدين الآلاف من الأطباء والمهندسين وأساتذة الجامعات والمعلمين وحتى العمال والفلاحين والحرفيين والتجار، إضافة إلى ضباط في الجيش والشرطة وأعضاء في مؤسسة القضاء بتهمة الانتماء للجماعة، كما شملت تلك الإجراءات إغلاق المؤسسات التابعة للإخوان وجماعة غولن، بما فيها المدارس والجامعات والمستشفيات والشركات بأنواعها، والاستيلاء على أموال تلك المؤسسات ووضعها تحت رقابة الدولة. وأخيرا إعلان الحكومة المصرية جماعة الإخوان "تنظيما إرهابيا" وكذلك الأمر في تركيا بعد الإعلان عن جماعة "الخدمة" تنظيما إرهابيا. ليس هذا فحسب، بل امتدت جهود الحكومتين إلى محاصرة الجماعتين في الخارج، عبر مطالبة الحكومات الأجنبية بتسليم أعضاء الجماعتين بحجة أنهم مطلوبون في قضايا أمام المحاكم في كل من مصر وتركيا، بالإضافة إلى مطالبة الدول الأجنبية بإعلان الجماعتين "إرهابيتين" وإغلاق أي مؤسسات للجماعتين في تلك الدول، وهو ما تم فعلا من جانب السعودية والإمارات التي أعلنت الإخوان جماعة إرهابية، وكذلك قيام عدد من الحكومات بإغلاق كافة المؤسسات التابعة لحركة غولن على أراضيها، مثلما قامت به السودان والمغرب وأذربيجان والأردن وغيرها من الدول.

وفي الوقت الذي تتهم فيه جماعة الخدمة في تركيا باختراق مؤسسات الدولة بشكل سري عبر أعضائها الذين يدينون بالولاء للجماعة أكثر من ولاءهم للوطن، فإن جماعة الإخوان المسلمين تعرضت إلى نفس الاتهامات من جانب معارضتهم أثناء تواجدهم في سدة الحكم، وهو ما أطلقت عليه وسائل الإعلام المصرية لقب "الأخونة" واحتوت تلك الاتهامات على مبالغاة إعلامية، من قبيل الحديث عن وجود 13 ألف من أعضاء الجماعة داخل مؤسسات الدولة.

أيضا فإن الانقلاب العسكري في مصر، ومحاولة الانقلاب في تركيا، قد نتج عنهما عملية "شيطنة" الجماعتين بشكل كبير، نتج عنها اصطفاة معظم وسائل الإعلام في البلدين ضد الجماعتين للهجوم عليها واتهامها بكل الاتهامات الممكنة، خاصة بعد

إغلاق كافة وسائل الإعلام التابعة للجماعتين وأي وسيلة إعلامية قد يثار شك في تعاطفها مع الجماعتين أو معارضتهما لإجراءات الحكومتين المصرية والتركية. حتى إن وسائل إعلام تركية كانت معروفة بمعارضتها الشديدة لأردوغان في تركيا، وقفت في صف الحكومة في اتهاماتها ضد جماعة غولن، واقتصر الحديث عن الجماعة عن جوانبها السلبية.¹ وفي مصر، أصدرت وسائل الإعلام بيانا عقب دعوة السيسي المصريين للنزول في ميدان التحرير لتفويضه ضد "الإرهاب المحتمل" أعلنت فيه عن تأييدها لتلك الدعوة واصطفافها مع الجيش لمواجهة الإخوان ومعارضتي الانقلاب، وفي كثير من الأحيان تصدر جميع الصحف المصرية تحمل نفس العنوان على صفحتها الأولى.

وقد تحولت الجماعتين مع مرور الوقت إلى "فزاعة" تستخدمهما حكومتى مصر وتركيا، عبر اتهامهما بالوقوف وراء أي انتكاسات قد تشهدها البلدين في كافة المجالات، انطلاقا من خطاب يتبنى نظرية المؤامرة، ففي مصر تتهم السلطات الجماعة بالوقوف وراء كافة الأحداث التي تشهدها البلاد، بدءا من التفجيرات والهجمات على قوات الجيش والشرطة، مرورا بالمظاهرات المعارضة للنظام، والأزمة الاقتصادية التي تعاني منها البلاد، وحتى حوادث مثل تسريب امتحانات الثانوية العامة وإغراق مدينة الإسكندرية بالمياه عقب موجة من السيول تعرضت لها المدينة عام 2015. وفي تركيا أيضا تتهم الحكومة جماعة "غولن" بالوقوف وراء العديد من الأحداث، مثل مظاهرات ميدان تقسيم أواخر 2013 احتجاجا على إزالة حديقة "جيزي بارك"،² وانخفاض قيمة العملة التركية أمام الدولار، وكذلك حادث مقتل السفير التركي في أنقرة، وحتى دعم جماعات الأكراد التي تحاربها الدولة التركية.

¹ "من كسب المعركة الإعلامية بعد الانقلاب الفاشل: أردوغان أم غولن؟"، آخر تحديث في 22 أغسطس 2016.

<http://bit.ly/2i7CBNB>

² فاضل الربيعي، "مَنْ يخرّب حديقة أردوغان؟"، الجزيرة نت، 9 يونيو 2013.

<http://bit.ly/2i6DsMC>

ردا على خسارتهما المعركة الإعلامية داخل بلديهما، لجأت جماعة الإخوان المسلمين وجماعة غولن إلى استراتيجيتين أساسيتين: الأولى هي التوجه نحو الإعلام العالمي لشرح وجهة نظرهما تجاه تطورات الأحداث، والثانية إنشاء عدد من وسائل الإعلام والمؤسسات خارج مصر وتركيا لضمان استمرار الجماعة وإدارتها وشن هجمات على النظامين المصري والتركي.

فقد تحرك فتح الله غولن وظهر بكثافة في وسائل الإعلام الدولية، وكتب مقالات وأجرى حوارات في صحف وقنوات تلفزيونية عالمية، ليشرح وجهة نظره تجاه محاولة الانقلاب في تركيا، والتي أدانها في البداية ثم اتهم أردوغان صراحة بتدبير تلك المحاولة للتخلص من خصومه، مطالبا بلجنة تحقيق دولية حول أحداث محاولة الانقلاب. وقد نجح غولن بالفعل في استمالة عدد من وسائل الإعلام العالمية التي تتخذ موقفا سلبيا من الإجراءات الأخيرة في تركيا وتتهم أردوغان بالديكتاتورية، إذ ركزت وسائل الإعلام على غولن باعتباره رجل دين يدعو للحوار بين الأديان ودافعت عنه ضد اتهامات أردوغان بالوقوف وراء محاولة الانقلاب.¹ أما جماعة الإخوان، فقد توجهوا أيضا للإعلام العالمي، لكنهم لم يحققوا نجاحا ملحوظا في ذلك، لأن وسائل الإعلام العالمية كانت تعتبر بالفعل ما حدث في مصر بأنه انقلاب، كما تركز على انتهاكات حقوق الإنسان في مصر منذ ذلك الحين، لكن الإخوان لم يكن لهم دور كبير في ذلك.

أما الاستراتيجية الثانية، فقد استضافت تركيا الآلاف من أعضاء وقيادات جماعة الإخوان المسلمين، وترفض تسليمهم إلى السلطات المصرية، وسمحت لهم بإنشاء عدد من وسائل الإعلام المتخصصة في الهجوم على النظام المصري الحالي، وهي وسائل إعلام تشمل مواقع إلكترونية وقنوات فضائية عديدة، أبرزها قنوات: وطن- مكملين- الشرق- الثورة. في حين رفض النظام المصري الحالي الهجوم على جماعة الخدمة،

¹ "من كسب المعركة الإعلامية بعد الانقلاب الفاشل: أردوغان أم غولن؟"، آخر تحديث في 22 أغسطس 2016.

<http://bit.ly/2i7CBNB>

ودافعت وسائل الإعلام المؤيدة للنظام عن الجماعة، ودعا عدد من الإعلاميين إلى استضافة فتح الله غولن إذا قامت الولايات المتحدة بترحيله من هناك حيث يقيم. وبالفعل تستضيف مصر عددا كبيرا من مؤسسات جماعة غولن، أبرزها موقع "زمان عربي" الإلكتروني، إحدى أهم الوسائل الإعلامية التابعة لجماعة الخدمة، بالإضافة إلى مؤسسة "دار النيل للنشر" والتي تضم 40 دار نشر متخصصة أخرى، وتتولى طبع كتب غولن داخل مصر، كما تصدر مجلة "حراء" التي تحتوي على مقالات تشرح فكر "غولن". فضلا عن عدد كبير من المدارس والمؤسسات المتنوعة تحت حماية السلطات المصرية.¹ فيما يبدو وكأنه رد من نظام السيسي على سماح الحكومة التركية لإعلام جماعة الإخوان المسلمين بالعمل من داخل تركيا.

وقد استغل الخطاب الإعلامي المؤيد للنظام المصري محاولة الانقلاب في تركيا في اتجاهين: الاتجاه الأول هو دعم الانقلاب في بدايته قبل أن يعلن عن فشله، وتمت مقارنة الانقلاب التركي بالانقلاب المصري ولكن من وجهة نظر إيجابية، لكن بعد فشل الانقلاب تحول الخطاب الإعلامي المؤيد للنظام المصري إما إلى مقارنة جماعة الخدمة بجماعة الإخوان باعتبارهما جماعتين سريتين كانتا تسعيان إلى خلق دولة موازية للسيطرة على الدولة، وإما إلى دعم جماعة الخدمة في مواجهة اتهامات أردوغان الذي اتهموه بالديكتاتورية.

رابعاً: إعلام جماعة الإخوان المسلمين

على مدار تاريخها لم تتمكن جماعة الإخوان المسلمين من امتلاك أدوات إعلامية فاعلة ومؤثرة، إذ اقتصرت تلك الأدوات على عدد من الصحف والمجلات، بالإضافة إلى موقع إلكتروني رسمي يعبر عن مواقف الجماعة، وهي أدوات لم يكن يقرأها سوى أعضاء الجماعة فحسب، وعجزت عن اجتذاب شرائح أخرى داخل المجتمع

¹ "المصري اليوم ترصد إمبراطورية خصم «أردوغان» التاريخي بمصر مدارس دولية وشركات تجارية ومراكز دعوية تحت الحماية المصرية"، آخر تحديث في 8 مارس 2016.

<http://www.almasryalyoum.com/news/details/906539>

على عكس أدواتها الاجتماعية الأخرى. وكانت الجماعة تفضل استخدام أسلوب "الاتصال الشخصي" عن طريق عقد المؤتمرات الجماهيرية والفعاليات المتنوعة الأخرى داخل الأحياء والقرى، وكانت ترى أنه لا يجب أن تسعى هي إلى الإعلام بل يجب أن يسعى الإعلام إليها. وعلى الرغم من انتشار الفضائيات الدينية في أواخر عهد مبارك وتحققها معدلات مشاهدة عالية، إلا أنها ظلت محظورة على جماعة الإخوان، إذ اقتصر خطاب تلك الفضائيات على الجانب الديني البحت، كما أنها كانت تميل بصورة كبيرة إلى التيار السلفي ورموزه على حساب الإخوان، وبالطبع كان لنظام مبارك دور في هذا الحظر، وبالتأكيد اشترطت السلطات المصرية على تلك الفضائيات عدم استضافة شخصيات تنتمي لجماعة الإخوان.

بعد ثورة يناير أنشأت جماعة الإخوان حزبا سياسيا، وأسست صحيفة ومواقع إلكترونية معبرا عن الحزب، إلا أنه لحق بالأدوات السابقة من حيث عدم تحقيقه أي مردود حتى أغلقت الصحيفة وبقي الموقع الإلكتروني الذي أصبح يتم تحديثه من خارج مصر. لكن الفضائيات الدينية شهدت تواجدا كبيرا لرموز وقيادات جماعة الإخوان المسلمين على شاشاتها، وأصبحت تلك الفضائيات المنابر الأولى للجماعة والرئيس المعزول محمد مرسي، حتى حدث الانقلاب وأغلقت جميع تلك الفضائيات بعد دقائق من إعلان عبد الفتاح السيسي عزل مرسي، وعادت بعض تلك الفضائيات إلى الظهور ليقصر خطابها على الجانب الديني فقط، ما يمثل عودة لنفس المعادلة التي كانت تعمل من خلالها في عهد مبارك.

في ظل هذه الظروف، أنشأت جماعة الإخوان فضائية "وطن" المعبرة عن لسان حال الجماعة في تركيا، كما تأسست في نفس البلد عدد آخر من القنوات الفضائية المنتمية إلى الإخوان، والتي تعبر عن معارضتها الجذرية للنظام الحالي في مصر، وتشارك جميعها في أنها تسمى ما حدث في 3 يوليو تموز 2013 بأنه "انقلاب عسكري".

خامسا: إعلام جماعة "الخدمة"

كانت حركة الخدمة تتمتع بتواجد قوي في مجال الإعلام، وكانت صحيفة "زمان" تعتبر إحدى أكبر الصحف التابعة للحركة هي الأوسع انتشارا بين الصحف التركية، إذ أسست عام 1986، وكانت توزع ما بين 850 ألف إلى مليون نسخة يوميا، فضلا عن نسخ أخرى بعدة لغات منها الإنجليزية والعربية، ومجموعة إعلامية تتضمن وكالة أخبار ومجلة أسبوعية، وبلغ دخل المجموعة عام 2007 250 مليون دولار من الاشتراكات والإعلانات.¹

بالإضافة إلى مجموعة "سامانيولو" التي تضم 6 قنوات تلفزيونية تغطي 150 دولة باللغات التركية والإنجليزية والألمانية والأزيرية،² ومئات المحطات التلفزيونية والإذاعية والصحف والمجلات، أبرزها وكالة جيهان للأخبار، وقيمت بعض التقديرات أن الحركة تمتلك ما بين 15 إلى 25 في المائة من وسائل الإعلام التركية.³

تعرضت وسائل الإعلام التابعة لجماعة غولن إلى العديد من الإجراءات الحكومية بحقها، بدءا من محاكمة صحفيين يعملون في تلك المؤسسات، مرورا بمداومة قوات الشرطة لمقار عدد من وسائل الإعلام التابعة للحركة، وأخيرا وقف وإغلاق بعض المؤسسات الأخرى، مثل وقف تقديم الخدمة عن قنوات مجموعة "سامانيولو" الإعلامية بالإضافة إلى قناتي "بوغون تي في" و"كنال ترك" المقربتين من غولن ومحطات أخرى. كما صدرت قرارات بتعيين أوصياء رسميين على شركة "إيبياك كوزا" القابضة والمالكة لـ22 وسيلة إعلامية معارضة للحزب الحاكم.⁴

¹ هيلين روز ايبو، حركة كولن، مصدر سابق، 194-195.

² سعيد الحاج، مصدر سابق.

<http://bit.ly/2iRxlyN>

³ إلهان تنير، مصدر سابق.

⁴ "الأخ الأكبر" أردوغان: السيطرة والاستيلاء على وسائل الإعلام التركية"، آخر تحديث في 13 نوفمبر 2015.

[/https://nakedbana2.wordpress.com/2015/11/13/turkish-media-freedom](https://nakedbana2.wordpress.com/2015/11/13/turkish-media-freedom)

وفي مارس آذار 2016 اقتحمت الشرطة التركية المقر الرئيسي لصحيفة زمان التركية في مدينة إسطنبول، وتقرر وضع الصحيفة تحت وصاية الحكومة التركية، وطردت رئيس تحريرها، وتحولت الصحيفة منذ ذلك الوقت إلى تأييد أردوغان، إلى أن قررت الحكومة إغلاقها بشكل نهائي في مايو أيار 2016 التركية ضمن حملة لإغلاق عدد من وسائل الإعلام المعارضة من بينها "فيزا" ووكالة "جيهان". لكن النسخة العربية من الصحيفة ما زالت تصدر على شكل موقع إلكتروني بعنوان "زمان عربي" وما زال مواليا حتى الآن لفتح الله غولن، وتحولت النسخة التركية إلى موقع جديد بعنوان "تركيا اليوم". وقد تسارعت وتيرة إغلاق المؤسسات الإعلامية التركية عقب محاولة الانقلاب الفاشلة، ليلبلغ عددها 140 مؤسسة و29 دار نشر، وهو ما ترك أكثر من 2500 صحفيا بلا عمل، وفقا لمنظمة "هيومن رايتس ووتش".¹

لكن ومنذ محاولة الانقلاب العسكري في 15 يوليو تموز 2016، اتخذ الصرع بين الحكومة التركية وجماعة غولن منحى أكثر جذرية، فتم إغلاق كافة وسائل الإعلام المقربة بأي شكل من فتح الله غولن، وشمل ذلك الإجراء 24 مؤسسة إعلامية، أبرزها وكالة "جيهان" للأنباء، بالإضافة إلى سحب البطاقات الصحفية من نحو 34 صحفيا يعتبرون مقربين من غولن.²

سادسا: عينة الدراسة

تركز عينة الدراسة على دراسة مجموعة من الأدوات الإعلامية التي تنتمي إلى جماعة الإخوان وجماعة غولن خارج كل من مصر وتركيا. فمن ناحية جماعة الإخوان، تتكون عينة الدراسة من:

¹ "هيومن رايتس" تتهم تركيا بـ"إسكات" الإعلام المستقل"، آخر تحديث في 15 ديسمبر 2016.

<http://www.elwatannews.com/news/details/1684536>

² "إلغاء تراخيص مؤسسات إعلامية تركية تابعة لغولن"، آخر تحديث في 20 يوليو 2016.

<http://bit.ly/2iX2pgo>

قناة وطن.

موقع "الحرية والعدالة".

موقع "إخوان أونلاين".

أما إعلام جماعة الخدمة، فتركز الدراسة على كل من:

موقع صحيفة "زمان" التركية الناطقة باللغة العربية.

موقع "نسمات".

مجلة حراء.

مجموعة كتب صادرة عن دار النيل للطباعة، وهي دار نشر تابعة لجماعة الخدمة.

هذا مع ملاحظة أن وجود نسخ عربية من الأدوات الإعلامية لجماعة غولن قد يؤدي إلى حدوث اختلاف في نوعية الجمهور التي توجه له الرسالة، فهي بالأساس موجهة إلى القارئ العربي، أي إلى الخارج، بهدف صناعة رأي عام متعاطف مع غولن في الأوساط العربية، وهو هدف يختلف عن إعلام جماعة الإخوان الذي يبيت من تركيا والذي تتناوله الدراسة، إذ أن هدفه بالأساس هو جمهور الداخل في مصر، لكن معظم المواد التي تبث على المواقع الإعلامية لجماعة غولن إنما هي في الأصل مواد تم نشرها وبثها في النسخة التركية لتلك الأدوات وتمت ترجمتها إلى اللغة العربية، وهو ما يحل جزءا كبيرا من تلك الإشكالية.

سابعاً: النتائج

أولاً: رؤية "الحدث المؤسس"

من أهم جوانب خطاب جماعة الإخوان وجماعة "الخدمة" هي نظرة كل منهما إلى الحدث الرئيسي المؤسس لأزمتهما الحالية، ونقصد بهما مظاهرات 30 يونيو 2013

والتي تسببت في الانقلاب على الإخوان، ومحاولة الانقلاب الأخيرة في تركيا، والتي إن لم تكن بداية الصدام بين الجماعة والدولة التركية، إلا أنها كانت حدثا فاصلا تعرضت الجماعة بعده إلى بطش غير مسبوق لا يقارن بمستوى المواجهة قبله.

نجد أن الجماعتين تشتركان في "مسرحة" الحداثيين، أي رؤيتهما كمسرحية أو تمثيلية مدبرة من جانب الدولة. فقد اتهمت جماعة الخدمة أردوغان بتدبير محاولة الانقلاب بهدف التخلص من معارضيه والتحكم الكامل في الجيش، وهو خطاب استخدمه فتح الله غولن نفسه في حوارات إعلامية قام بها خلال الأشهر الماضية،¹ وتستخدمها وسائل الإعلام التابعة له كثيرا.

لا يختلف الأمر في خطاب جماعة الإخوان تجاه مظاهرات 30 يونيو، إذ لم تر فيها إلا مخططا من الجيش للإطاحة بها، عبر حشد مجموعات من البلطجية والمسيحيين وجنود من الجيش والشرطة للإيحاء بوجود ثورة شعبية ضدهم، وما أكد تلك الرؤية المسرحية للحدث، هو استعانة الجيش بالمرح "خالد يوسف" لتصوير المظاهرات عبر طائرات الهليكوبتر، وهو أمر رأى فيه الإخوان إمعانا في إتقان المشهد المعد له مسبقا.

ثانيا: خطاب المؤامرة

جانب آخر اشترك فيه إعلام الجماعتين، وهو اتهام النظامين التركي والمصري بتخطيط المؤامرات. وينتشر هذا النوع من خطاب المؤامرة بشدة عند حدوث أحداث كبرى مثل تفجيرات أو هجمات مسلحة. فيتهم إعلام الإخوان النظام المصري بالمسؤولية عن التفجيرات التي تقع ضد مؤسسات الدولة المختلفة، وكذلك الهجمات على قوات الجيش والشرطة في سيناء وغيرها من المدن المصرية، مفسرين ذلك بأنه محاولة من النظام لإشغال الرأي العام بموضوعات أخرى عن الأزمات الاقتصادية

¹ "كولن: أردوغان وأتباعه نفذوا "تمثيلية الانقلاب" بهدف إخضاع الجيش"، آخر تحديث في 21 يوليو 2016.

التي يعاني منها المصريون، وكذلك توحيد الشعب والحصول على تأييده في معاركه ضد المعارضة.

نجد هذا الخطاب أيضا في إعلام جماعة الخدمة، الذي يتهم أردوغان دائما بالتنسيق مع تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) وإقامة علاقات وثيقة معها وإمدادها بالأسلحة والذخائر والمعدات.

والتشابه هنا في هذه الحالة يمتد أيضا إلى النظامين، فالنظام المصري يتهم الإخوان بالمسؤولية عن أعمال العنف رغم أن تنظيم الدولة يعلن دائما مسؤوليته عنها، كما أن النظام التركي يتهم جماعة الخدمة بالمسؤولية كذلك عن حوادث عنف عديدة.

ثالثا: إنكار الواقع

تظهر تلك الاستراتيجية في خطاب الإخوان والخدمة في المبالغة الشديدة في الحديث عن مظاهر المعارضة ضد النظام في مصر وتركيا، وكذلك المبالغة في الحديث عن سوء الأحوال الاقتصادية في البلدين، وعن فشل النظامين في تحقيق سعادة ورخاء شعبيهما.

طوال ما يقرب من 3 أعوام ونصف، خرجت مظاهرات معارضة للانقلاب في مصر، لكنها مع الوقت بدأت تتضاءل حتى انعدمت بصورة شبه كاملة، ومع ذلك، تصر القنوات الفضائية التابعة لجماعة الإخوان على الحديث عن "مظاهرات حاشدة" تخرج ضد النظام أيام الجمعة من كل أسبوع، حتى أصبح أي تحرك من بضعة أشخاص في إحدى الأزقة بإحدى القرى يتم التعامل معه باعتباره مظاهرة ضخمة، عبر تصوير المظاهرة من منتصفها حتى لا يظهر حجمها الكامل والحقيقي، وقد ظهر ذلك بوضوح في تغطية قنوات الإخوان ومواقعهم لمظاهرات 11 نوفمبر 2016، والتي لم يخرج فيها سوى بضع مئات في كامل البلاد، ورغم ذلك خرجت بيانات جماعة الإخوان الرسمية لتتحدث عن مظاهرات غفيرة نزلت إلى الشوارع، وهو ما تكرر في كافة دعوات التظاهر السابقة حتى الآن.

كذلك الأمر في إعلام الخدمة، الذي يركز على تنامي معارضة أردوغان في الداخل التركي، وتصوير الشعبية التي يتمتع بها باعتبارها مصنوعة وزائفة وغير حقيقية، رغم أن ذلك يعتبر أمرا مبالغاً به إلى حد بعيد، خاصة مع فشل محاولة الانقلاب واصطفاف أحزاب المعارضة الرئيسية ضدها والتقارب الذي حدث بين الحزب الحاكم وباقي الأحزاب والشخصيات المعارضة في تركيا.

الجانب الآخر من إنكار الواقع يتمثل في تضخيم الحديث عن الأزمات الاقتصادية في مصر وتركيا، وتصوير البلدين بأنهما على حافة الإفلاس، رغم الفارق الضخم بين البلدين في الظروف والإمكانيات الاقتصادية.

رابعاً: انعدام التأثير

مع استمرار تواجد وسائل الإعلام التابعة للإخوان والخدمة خارج مصر وتركيا، بدأ تأثير الخطاب الإعلامي للجماعتين يخفت ويتضاءل حتى انعدم تأثيره على الأحداث في البلدين. فالغياب عن التواجد الفعلي داخل البلاد يؤثر مع مرور الوقت على الفاعلية، إذ أخلت الساحة لتملأها وسائل الإعلام المؤيدة أو التي تحمل خطاباً معارضاً بصورة بسيطة لا تمتد إلى معارضة النظام بشكل كامل. وهو ما دفع وسائل الإعلام التابعة للجماعتين إلى تخصيص جانب من خطابهما للهجوم على الإعلام المصري والتركي واتهام وسائل الإعلام في البلدين بنفاق النظام وخدمته على حساب المصداقية والموضوعية والمهنية.

خامساً: الاعتماد على المصادر الأجنبية

أدى الانقلاب العسكري في مصر ومحاولة الانقلاب في تركيا إلى الزج بأعداد كبيرة من المنتمين لجماعتي الإخوان والخدمة في السجون في مصر وتركيا، وهو ما أدى إلى انتقادات واسعة في وسائل الإعلام الأجنبية وفي التقارير الصادرة عن منظمات حقوق الإنسان العالمية.

على سبيل المثال، احتلت مصر المرتبة 161 من أصل 180 بلدا في مؤشر حرية الصحافة على مستوى العالم الذي أصدرته منظمة مراسلون بلا حدود لعام 2018، نتيجة ملاحقة الصحفيين وسجن العشرات منهم، إذ يقبع أكثر من 30 صحفيا مصريا داخل السجون بتهم قالت المنظمة إنها غامضة. فيما احتلت تركيا المرتبة قم 157، بفارق 4 مراكز فقط عن مصر، إذ أشارت المنظمة إلى تزايد العداء للصحفيين الذين يواجهون تهمة تتعلق بالإرهاب¹، وبالفعل فهناك العشرات من الصحفيين في تركيا ومصر بتهمة الانتماء للإخوان أو الخدمة. كما تتخذ وسائل الإعلام العالمية موقفا نقديا ضد نظامي الحكم في مصر وتركيا، وتنشر بصورة دورية مقالات وتعليقات تتهمهما بممارسة القمع والديكتاتورية.

هذه المواد وغيرها من تلك التي تركز على انتهاكات حقوق الإنسان في البلدين تشكل مصدرا رئيسا للأخبار² التي تنشرها وسائل الإعلام التابعة لجماعتي الإخوان والخدمة، إذ تعطي لتلك الوسائل بعض المصدقية في انتقاداتها للنظامين الحاكمين في مصر وتركيا، باعتبارها مصادر مستقلة ومحيدة وموضوعية، وتساهم في إقناع جمهورها بالخطاب الذي تبثه، وبالتالي يعتمد إعلام جماعة الإخوان المسلمين وجماعة الخدمة بشكل كبير على المقالات والتعليقات والبيانات التي تصدر في وسائل الإعلام الأجنبية ومنظمات حقوق الإنسان.

سادسا: التحول إلى أداة

فرض وجود إعلام جماعتي الإخوان والخدمة في بلدان خارجية تحمل كل منهما عداء للآخر إلى تحولهما إلى جزء من أجندة النظامين المصري والتركي، فيما يخص دفاع

¹مؤشر حرية الصحافة.. اعرف ترتيب بلدك، الحرة، 25 أبريل 2018.

<https://www.alhurra.com/a/reporters-without-borders/433639.html>

² عمر محمد، "مراسلون بلا حدود": وضع الصحافة في مصر خطير جدًا، بوابة الحرية والعدالة، 25 أبريل 2018.

<https://goo.gl/tYZmJh>

جماعة الإخوان عن النظام التركي والهجوم على خصومه، وكذلك دفاع جماعة الخدمة عن النظام المصري.

يحمل خطاب جماعة الإخوان دفاعا مستميتا عن النظام التركي، وتبريرا لكل قراراته وأفعاله، حتى لو كانت تلك القرارات من قبيل إعادة العلاقات مع إسرائيل أو إرسال طائرات للمساهمة في إطفاء حرائق الغابات فيها، وهي قضايا طالما زاید إعلام الإخوان فيها على النظام المصري واتهمه بالخيانة والعمالة لإسرائيل بسبب نفس الإجراءات، ولم يكن خطاب جماعة الإخوان مضطرا إلى الاشتباك مع تلك القضايا التركية، إذ كان يكتفي بالصمت والتركيز على قضيته المصرية وتجاهل تفاعلات الداخل التركي أو سياسة تركيا الخارجية حتى لا تضع الجماعة نفسها في حرج أو تصدر شهادات غير محايدة بسبب وجود الجماعة على الأراضي التركية، لكنها بدلا من ذلك اختارت القيام بالعكس. وهو نفس الخيار الذي اتخذته جماعة الخدمة المتواجدة في مصر وإن كان بدرجة أقل، إذ توسع وجودها في عهد السيسي، وتمتعت بعلاقات جيدة مع الرموز الدينية في مصر الممثلة في رجال الأزهر، بينهم شيخ الأزهر والمفتي السابق علي جمعة الذي يشغل عضوية مجلس أمناء مدارس الجماعة في مصر، وصرح أحد أعضاء الجماعة في مصر بأن السلطات المصرية تدرك أنهم مناهضون لأردوغان، ولذلك تتركهم يعملون بحرية.¹ وأرسل فتح الله غولن رسالة إلى علي جمعة بعد أنباء عن محاولة اغتيال تعرض لها، اعتبر فيها أن محاولة استهدافه هي محاولة لاستهداف الإسلام ذاته.

امتد التحالف بين جماعة الخدمة والنظام المصري إلى تحالف إعلامي، فقد نشر الإعلام المصري عددا من الأخبار الكاذبة اعتمادا على الأخبار التي ينشرها موقع زمان عربي التابع لجماعة الخدمة، وكان أبرز تلك الأخبار الادعاء بأن قاتل السفير الروسي ينتمي إلى جبهة فتح الشام التي تقاتل النظام السوري، وأن القاتل سافر إلى

¹ المصري اليوم، مصدر سابق.

سوريا للقتال في صفوف الجبهة بعلم النظام التركي، كما نشرت وسائل الإعلام المصرية نقلا عن موقع "زمان عربي" بيانا مكذوبا منسوباً إلى جبهة فتح الشام تعلن فيه مسؤوليتها عن قتل السفير الروسي، كما ادعت صحيفة زمان عربي أن القاتل عمل سابقاً حارساً شخصياً لأردوغان في فترات مختلفة. كما نشرت الصحيفة -ونقلت عنها وسائل الإعلام المصرية- وثيقة زعمت أنها تخص وزير الداخلية التركي الأسبق وأنها تطلب من إحدى البلديات دعم مقاتلي جبهة النصرة (قبل تغيير اسمها إلى جبهة فتح الشام) وكل تلك الأخبار هي أخبار كاذبة ورغم ذلك نقلتها وسائل الإعلام المصرية ونشرتها بكثافة، مما يوضح التحالف الوثيق بين إعلام جماعة الخدمة والإعلام المصري.

مقابل الدفاع عن سياسات الأنظمة التي تستضيف الجماعتين، نجد هجوماً على خصومهما، فلم تكتف الإخوان بالهجوم على النظام المصري -خصمها وخصم النظام التركي- بل هاجمت دول أخرى حليفة للنظام المصري مثل الإمارات، وأيضاً قامت جماعة الخدمة بالهجوم على دول حليفة للنظام التركي مثل قطر، إذ اتهمها إعلام الجماعة بمساندة أردوغان في إجراءاته الديكتاتورية، واتهمت قناة الجزيرة بصناعة شعبية زائفة لأردوغان. والمحصلة أن إعلام الجماعتين وخطابهما تحول مع مرور الوقت إلى أداة في يد دول أخرى.

خلاصة

تتشرك جماعة الإخوان تشترك مع جماعة الخدمة في كونها حركتين اجتماعيتين تستلهمان مبادئ الإسلام في خطابهما وحركتهما، بينما تختلفان في وسائل العمل السياسي، بين العمل السياسي المباشر في حالة الإخوان، وبين التركيز على التعليم والإعلام والاقتصاد واختراق مؤسسات الدولة بشكل تدريجي في حالة جماعة الخدمة.

اختلفت الظروف التي أدت إلى صدام جماعة الإخوان في مصر مع الدولة عن تلك التي أدت إلى مواجهة جماعة الخدمة مع النظام في تركيا، ورغم اختلاف ظروف المواجهة إلا أن مصير الجماعتين كان متشابها على المستوى الداخلي والخارجي، بعد دخولهما في صراع صفري ضد الدولة انتهى بهزيمتهما.

ثمة العديد من الاختلافات حول تقييم أثر القمع الذي تتعرض له الحركات الاجتماعية على سلوكها وخطابها، فهناك من يؤكد أن القمع يزيد من تكلفة العمل الجماعي داخل التنظيم والحركة بحيث يصل به لأن يكون غير محتمل أو غير مقبول من جانب أعضاء تلك الحركات، بينما يرى البعض الآخر أن القمع يشجع أكثر على الحركة ويزيد من فرص الحشد والتعبئة، فيما يعتبر طرف ثالث أن القمع يمكن أن يكون سببا في تولد التمرد أو إطفائه على حد سواء.¹ ويمكن القول إن القمع الذي تعرضت له جماعة الإخوان وجماعة الخدمة قد أدى إلى نتائج مركبة، لكن أبرزها هنا هو الانحسار الجماهيري وتآكل تواجدهما على الأرض، بالإضافة إلى ضبابية أفكارهما وخطابهما السياسي والإعلامي، وعدم تحقيقه أي اختراق لصالح الجماعتين.

لم ينجح الخطاب الإعلامي للجماعتين في إحداث أي فارق أو تأثير في المعادلة السياسية الداخلية والخارجية، وتحولتا مع الوقت إلى ورقة وأداة استغللتها الدول

¹ Quintan Wiktorowicz (Editor), Islamic Activism: A Social Movement Theory Approach, Chapter 1 From Marginalization to Massacres: A Political Process Explanation of GIA Violence in Algeria / Mohammed M. Hafez (Indiana: Indiana University Press, 2004).

المساندة لهما ضد نظام الحكم في كل من مصر وتركيا. وأثبت أداء الجماعتين ومواجهتهما للنظامين المصري والتركي عدم فاعلية نظرية "تعبئة الموارد" في إحداث التغيير الاجتماعي المنشود، فقد تمتعت الجماعتان بموارد مالية وبشرية هائلة تفوق أي موارد لدى الأحزاب السياسية والحركات الاجتماعية الأخرى، ومع ذلك فقد خسرتا المواجهة مع الدولة لدى اندلاع الصدام معها، رغم أنهما قاما بحشد مواردتهما للحد الأقصى، والسبب الرئيسي الذي أدى إلى هزيمة الجماعتين هو فشل خطابهما في اجتذاب شرائح واسعة من الشعب ضد النظام، وظهر كل جماعة باعتبارها تواجه النظام بمفردها، بل وأحيانا تم تصوير كل جماعة باعتبارها تواجه الشعب بكامله. واكتفت الجماعتان بخطاب مظلومية قليل التأثير نابع عن اليأس بعد الخسارة الكبيرة في المعركة الصفرية التي دخلوها، وانعكس هذا اليأس في أحيان كثيرة في خطاب يهاجم الشعب مباشرة ويتهمه بالجبن والتخاذل عن نصره "الحق" المتمثل في تحركات الجماعتين المعارضة للنظامين.

كما أن الالتزام التنظيمي للحركتين قد أدى إلى النظر إليهما باعتبارهما كيانات مغلقة وسرية وغير مؤهلة لتقديم خطاب يصلح للالتقاء حوله، وقد أدى هذا الفشل إلى تأثير الالتزام التنظيمي نفسه، فقد انقسمت جماعة الإخوان إلى جماعتين تدعي كل منهما أنها الأحق بقيادة التنظيم، ويتبادل الفريقان الاتهامات بشأن تحديد المسؤول عن الهزيمة الحالية، كما أن العديد من أعضاء جماعة الخدمة قد أعلنوا انشقاقهم عنها بعدما رأوه من تحفز ضدها في تركيا. هذه العزلة والانغلاق الذي أصاب الجماعتين لن يؤدي إلا إلى تعميق فشلهما في الخروج من أزمتها، وما لم تتبع الجماعتان خطابا تصالحيا وتوافقيا مع قوى سياسية واجتماعية أخرى ستظلان في نفس الدائرة المفرغة.

قائمة المراجع

بان، أحمد (2014، 28 مايو) صعود وسقوط المشروع السياسي لجماعة الإخوان المسلمين (1-2)، المركز العربي للبحوث والدراسات، القاهرة، مصر.

<http://www.acrseg.org/6891>

تنير، إلهان (2015، 14 يناير)، الصداقة تتقلب عداوة شديدة، صدى.

<http://carnegieendowment.org/sada/?fa=57720&lang=ar>

التهامي، عمرو (2016، 8 مارس)، المصري اليوم ترصد إمبراطورية خصم «أردوغان» التاريخي بمصر مدارس دولية وشركات تجارية ومراكز دعوية تحت الحماية المصرية، المصري اليوم.

<http://www.almasryalyoum.com/news/details/906539>

الجزيرة نت (2016، 20 يوليو)، إلغاء تراخيص مؤسسات إعلامية تركية تابعة لغولن.

<http://bit.ly/2iX2pgo>

الجزيرة نت (2014، 10 يناير)، فتح الله غولن.. مفكر وداعية لاحقته السياسة.

<http://bit.ly/2iRkEUB>

الحاج، سعيد (2014، 14 يناير)، حركة "الخدمة" بتركيا.. جماعة فوق السياسة، الجزيرة نت.

<http://bit.ly/2iRxlyN>

حمورة، جو (2015، 13 نوفمبر)، الأخ الأكبر "أردوغان: السيطرة والاستيلاء على وسائل الإعلام التركية، نقد بنّاء.

<https://nakedbana2.wordpress.com/2015/11/13/turkish-media-freedom>

دويتشه فيله (2016، 21 يوليو)، عصا أردوغان تطال مؤسسات "غولن" في العالم العربي.

<http://bit.ly/2iSnZAq>

الربيعي، فاضل (2013، 9 يونيو)، مَنْ يخرّب "حديقة أردوغان؟"، الجزيرة نت.

<http://bit.ly/2j6DsMC>

روز، هيلين. (2015)، حركة كولن: تحليل سوسيولوجي لحركة مدنية جذورها الإسلام المعتدل، ترجمة مروة يوسف، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، لبنان.

زمان عربي (2016، 4 ديسمبر)، كولن وتجديد الفقه السياسي (3).

<http://bit.ly/2iNpWhm>

الطاهر، محمد (2016، 18 يوليو)، فتح الله غولن وأساليب القوة الناعمة، روسيا اليوم.

<http://bit.ly/2jKxLhP>

عبد الرازق، سعيد (2016، 22 أغسطس)، من كسب المعركة الإعلامية بعد الانقلاب الفاشل: أردوغان أم غولن؟"، الشرق الأوسط.

<http://bit.ly/2i7CBNB>

عفان، محمد. (2016)، الوهابية والإخوان: الصراع حول مفهوم الدولة وشرعية السلطة، جسور للترجمة والنشر، بيروت، لبنان.

فرانس برس (2016، 15 ديسمبر)، هيومن رايتس "تتهم تركيا بـ"إسكات" الإعلام المستقل.

<http://www.elwatannews.com/news/details/1684536>

متولي، محمد (2016، 21 يوليو)، كولن: أردوغان وأتباعه نفذوا "تمثيلية الانقلاب" بهدف إخضاع الجيش، الوطن.

<http://www.elwatannews.com/news/details/1271675>

الهاشمي، أحمد (2016، 18 يوليو). الداعية الغامض: تعرف على «فتح الله كولن» وجماعته، إضاءات.

<https://www.ida2at.com/mysterious-preacher-open-gulen-and-his-group/>

Ayoob, Mohammed (2008). the many faces of political Islam: religion and politics in the Muslim world, NUS press, Singapore.

Aktay, Yasin (2013). The ends of Islamism: rethinking the meaning of Islam and Political. Insight turkey (15), Turkey.

Brocker, Manfred and Mirjam, Kunkler (2013). Religious parties: revisiting the inclusion-moderation hypothesis-introduction, party politics (19), London.

Shepard, William (August 1987). Islam and ideology: towards a typology, International Journal of Middle East studies (19), United Kingdom.

Wiktorowicz, Quintan (Editor) (2004). Islamic Activism: A Social Movement Theory Approach, Indiana University Press, USA.

البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية

دراسة تحليلية مقارنة بين برنامج "حوار الساعة" بالقناة الثالثة و " هنا الجزائر " بالشروق نيوز"

Dialogue programs in the Algerian satellite channels
Comparative analytical study between the program
"Dialogue Hour" channel

اعداد:

حسيني وليد

طالب دكتوراه (02)

جامعة الجزائر 03

walidhocini092gmail.com

الملخص:

تمحورت دراستنا حول معالجة البرامج الحوارية في القناة الجزائرية الثالثة العمومية (حوار الساعة) والشروق نيوز الخاصة (هنا الجزائر) القضايا والأحداث المطروحة على الساحة الوطنية، وقصد التعرف على واقع هذه الاخيرة اقتضت عينة قصدية بحوالي 13 حصة لكل برنامج وفق منهج تحليل المحتوى لتفكيك المادة الإعلامية وذلك عن طريق استمارة تحليل المحتوى (فئة رئيسية - فئة فرعية) لمعرفة حدود وأبعاد البرامج الحوارية اليومية. وقد خلصت الدراسة الى اهم نتيجة أن برنامج حوار الساعة عالج عددا من المواضيع أظهرت توجهه الفعلي بالترويج

لسياسة الحكومة القائمة من خلال الوقوف على برامج شخصياتها، رغم ما استدعته الحاجة للنظر في بعض القضايا والأحداث التي عرفت الساحة الوطنية. أما برنامج هنا الجزائر فقد طرح مجموعة من القضايا والأحداث مواكبا أنيتها بمساحة واسعة من الجراءة والتعبير الحر رغم حساسيتها بطريقة بالغ في إثارة سلبياتها أعطت للبرنامج لونا معارضا، مصحوبة بتمرد المقدم على مجموعة من المهارات والقواعد الأساسية التي تفرضها البرامج الحوارية

الكلمات المفتاحية : البرامج الحوارية – القنوات الفضائية – المعالجة التلفزيونية – قواعد الحوار الإعلامي.

Abstract

Our study focused on addressing the dialogue programs in the third Algerian public channel (Dialog Hour) and Al-Shorouq News special (here in Algeria) issues and events on the national scene, In order to identify the reality of the latter required a sample of about 13 shares per program according to the methodology of content analysis to deconstruct the media material through the content analysis form (main category - subcategory) to know the limits and dimensions of daily dialogue programs. The study concluded the most important result that the program of the dialogue hours dealt with a number of topics showed the actual direction of the promotion of the existing government policy by standing on the programs of characters, Despite the need to consider some of the issues and events of the national arenaAs for the program here Algeria has put forward a range of issues and events in the face of a wide area of boldness and free expression,

despite its sensitivity in a very negative way gave the program a color of opposition, Accompanied by a rebellion against a set of skills and basic rules imposed by talk-shows.

Keywords: Dialogues - Satellite Channels - TV Processing -
Rules of Media Dialogue.

مقدمة:

يعتبر التلفزيون احدى وسائل الاعلام الجماهيرية الذي يعمل وفق شبكة برمجية مختلفة بين السياسية والثقافية والاجتماعية والترفيهية والإخبارية التي تحقق المشاركة الجماهيرية، نجد على رأسها البرامج الحوارية التي أصبحت جزء أساسي من طقوس الحياة اليومية للكثير من المشاهدين، كأحد آليات التي تستخدم لإعلام الجمهور وأخبارهم بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية، بناء على ما تقدمه من تقارير وأخبار للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث وإدارة المواقف داخل المجتمع، تهدف من خلاله إلى إحداث تحولات تتعارض أحيانا وتتفق أحيانا أخرى ناتجة عن تأثيرات هذا النوع من البرامج في بنائها للتصورات وتشكيل وعي الجمهور بالقضايا التي تهم الرأي العام .

والملاحظ على المشهد الإعلامي الجزائري الذي ظلت تحكمه الرؤية الحكومية لعقود من الزمن، قدم فيه مخرجات وفق ما يقتضيه حارس البوابة الذي ميزته الانتقائية المباشرة في عرض ومعالجة المواضيع وبتبها، مستحوذا على خيارات المشاهد دون بديل يسمح له بالاطلاع على واقع الاحداث والقضايا، وبين سياسة ملئ الفراغ واثبات الذات دخلت القنوات الفضائية الخاصة المحررة قبل أربع سنوات السباق لجذب الانتباه ورفع أسهم المشاهدة لديها من خلال نوعية المواضيع التي كانت من الطابوهات عكست بها واقع الحياة التي تنكر لها الإعلام العمومي الذي دخل في مواجهة منافسة مع الإعلام الخاص الذي تحرر من الهيمنة والرقابة المفروضة عليه تدريجيا .

ولعل ما يبرز توجه القناة واحترافية نشاطها الإعلامي هي البرامج الحوارية التي تغذي الجمهور بالمعلومات ذات العلاقة بالقضايا التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية...الخ، هذه الأخيرة التي تتيح فرصة تبادل وجهات النظر، والتعرف أكثر على مضامين أي موضوع أو قضية أو مشكلة تثير تساؤلات ذات الصلة بالحياة العامة، من خلال طرح القضية في برنامج وتقديمها لشخصيات متخصصة أو لها علاقة بالموضوع المطروح بغض النظر عن

مكان تواجدها في بعض الأحيان، يوازيه دور معد البرنامج الذي يشكل بوصلته الحقيقية من خلال الحوار والمحادثة والمقابلة التي تعتبر الدعامة الأساسية لهذا النوع من البرامج.

وللوقوف على طريقة معالجة البرامج الحوارية للمواضيع المطروحة ، نطرح الإشكالية :

كيف يعالج برنامج " حوار الساعة" بالقناة الثالثة وبرنامج " هنا الجزائر" بقناة الشروق القضايا والاحداث المطروحة في الساحة الوطنية ؟

- ماهي طبيعة المواضيع التي يتناولها برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر؟ وما مدى اهميتها؟.

-كيف يدير مقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر المواضيع المطروحة للنقاش؟

- ماهي نوعية الاسئلة المطروحة للنقاش ؟ وما خصائصها ؟

- ما مدى التزام مقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر بالقواعد الأساسية للحوار الإعلامي ؟

- ماهي صور التفاعل اللفظي والغير اللفظي لمقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر ؟

- كيف تظهر تدخلات مقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر ؟

- ماهي نوعية الاجابات التي يدلي بها ضيوف برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر؟

- ماهي وضعيات تفاعل الأطراف الفاعلة مع مقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر؟

اهمية الموضوع :

لقد حقق الحوار في القنوات الفضائية تقدماً كبيراً مقارنة بالأشكال الصحفية وذلك لما يملكه من خاصية أساسية وجوهرية وهي الإدراك البصري، فمصدر المعلومات عند المشاهدين ليس الحوار الصوتي بل الإقناع والأداء والتلوين والإشارات والحركات وإيماءات المتحدث، كما أن التلفزيون يخاطب كل أفراد المجتمع من مثقفين ومتعلمين وغير متعلمين وعلى اختلاف مستوياتهم. ونظراً لتزايد أهمية الدور الذي تقدمه وسائل الإعلام وخاصة المرئية منها في التعبير عن قضايا جمهور المشاهدين، ساهمت تلك الوسائل في تشكيل ثقافته بما تعكسه من قضايا الحياة اليومية للمجتمع. كما أن القنوات الفضائية الحكومية أصبحت تواجه منافسة حقيقية نتيجة لتعدد القنوات الفضائية الخاصة وسعيها لجذب الجمهور وتلبية احتياجاته بتحررها من الرقابة والسيطرة الحكومية المفروضة عليها بشكل تدريجي (1).

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة لتحقيق عدة أهداف منها :

* التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة، والجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج.

(1) - راضي رشيد حسن، عثمان محمد ذويب، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، مجلة كلية التربية، العدد العاشر، ص404

* التعرف على حدود وأبعاد البرامج الحوارية اليومية ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية ومتوازنة في عرضها للحقائق والمعلومات والآراء المختلفة المتعلقة بالأحداث الجارية، مقرونة بالفاعلين على مستوى هذه البرامج.

* التعرف على أساليب عرض كل من القنوات الحكومية والخاصة للموضوعات والقضايا المختلفة والقوالب الفنية المستخدمة.

تحديد المفاهيم :

1 - المعالجة الإعلامية :

أ - اصطلاحا: هي عملية كشف ماديات واتجاهات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة (1).

ب- إجرائيا : هي الطريقة التي تتم بها معالجة موضوع أو قضية ما إعلاميا

2 - البرامج التلفزيونية :

أ - اصطلاحا : البرنامج عبارة عن فكرة تعالج وتجسد تلفزيونيا، باستخدامه كوسيلة تؤثر لها إمكانيات الرسائل الإعلامية وتعتمد على الصورة سواء كانت مباشرة او مسجلة على أفلام وشرائط، تتخذ قالب واضح ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة وتتطور البرامج باستمرار حيث يلاحظ ألوان جديدة وإشكال برامجية لجذب المشاهدين والتأثير فيه (2).

ب- البرنامج التلفزيوني :رسالة من المرسل إلى المستقبل عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت)، تريد أن تحقق أهداف محددة عبر معلومات عقلية

(1) - وهيب استبرق فؤاد، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2009، ص10.

(2) - محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ص115.

تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق مختلفة تبث الإمتاع والترويح فيه (3).

هـ- **التعريف الإجرائي:** بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة

3- البرامج الحوارية التلفزيونية :

أ- **اصطلاحا :** محادثة بين طرفين أو أكثر تتضمن تبادل للأراء والأفكار والمشاعر وتستهدف تحقيق أكبر قدر من التفاهم بين الأطراف المشاركة فيه لتحقيق أهداف معينة(4).

ب- **البرامج الحوارية :** هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو مجموعة أشخاص يتحدث إلى المشاهدين مباشرة في موضوع معين سواء كان سياسي اقتصادي اجتماعي.... ويتوقف نجاح البرنامج إلى المقدم وحسن العرض للمشاهدين ونوعية اللغة(5).

د- **التعريف الإجرائي :** هي برامج تتخذ أشكال مختلفة منها المناظرات والندوات والمناقشات والمقابلات، تبث على الهواء مباشرة وتهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية - اقتصادية - اجتماعية - نقابية - مهنية - دينية -....) باستضافة المسؤولين والمتخصصين والجمهور.

نوع البحث :

يندرج هذا البحث تحت فئة البحوث الوصفية التي تسعى إلى تصوير وتقديم وتحليل مجموعة الظواهر، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق

(3) -فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني، كتاباته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، بغداد، 2007، صص 91-99.

(4) -نواف العدوان، بعض المصطلحات الإعلامية، دراسات أولية، مجلة اتحاد الدول العربية، العدد3، بغداد، 1988، صص 40.

(5) -راضى رشيد حسن، عثمان محمد ذويب، مرجع سبق ذكره، صص 405.

الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو موقف معين أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها بغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً، وذلك لان الدرسان الوصفية لا تتضمن بالضرورة الظاهرة أو مجموعة من الظواهر.

المنهج المتبع في الدراسة :

ارتأينا في دراستنا استخدام منهج المسح الذي عرفه عرف الباحث "محمد زيان عمر " المهج المسحي بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون التدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية (1).

أداة جمع البيانات :

بما أن الإشكالية المطروحة تتطلب دراسة مسحية ارتأينا أن تكون أداة البحث العلمي المستخدمة هي : تحليل المضمون للوقوف على مضمون البرامج الحوارية (هنا الجزائر – حوار الساعة) وكيف تعالج المواضيع والقضايا المطروحة، وحصول تقديمها للمشاهد في إطار العمل الإعلامي الناجح.

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة حصص برنامج حوار الساعة التي تبث أسبوعياً وبرنامج هنا الجزائر التي تبث يومياً لمناقشة جملة من القضايا والأحداث التي تميز الساحة الوطنية، وكون هذه البرامج تعالج المواضيع بنفس الطريقة أي تشابه جميع الحصص لزم اللجوء إلى العينة وتعميم النتائج على بقية مجتمع البحث دون الاعتماد على جميع حصص برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر

عينة الدراسة :

لاختيار نوع العينة لا بد من الرجوع أولاً إلى طبيعة مشكلة الدراسة، فقد تتطلب هذه الأخيرة نوعاً معيناً من المعاينة دون الأخرى، وتتطلب داخل النوع صنفاً من

(1) - عاطف عبدلي واخرون، المرأة العربية ووسائل الاعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009، ص41.

المعاينة يكون أكثر ملائمة، ولقد اقتضت منا طبيعة الموضوع اللجوء إلى العمل بأسلوب العينة القصدية كنوع من أنواع العينة الغير احتمالية كون برنامج حوار الساعة أسبوعي وبرنامج هنا الجزائر يومي هذا الأخير الذي يقتضي اخذ عينته على حساب البرنامج الأسبوعي حتى تكون الدراسة متكافئة زمنية .

وقد تم ضبط عينة الدراسة زمنيا من تاريخ 23-12-2015 إلى غاية 13-03-2016 أي بإجمالي 13 حصة أجريت عليها الدراسة، وهي عينة يرى الباحث انها كحد ادنى يمكن ان تجرى عليها الدراسة وتكون نتائجها قابلة للتعميم.

- الجانب النظري :

1/ الحوار، اسسه واهميته

الحوار نشاط لغوي اجتماعي وسلوك تعاوني بين الأفراد يتضمن اندماج مجموعة من الأفراد في حديث حول موضوع معين، تجسده محادثة تتضمن تبادل للآراء والأفكار والمشاعر وتستهدف تحقيق اكبر قدر من الفهم والتفاهم بين الأطراف المشاركة فيه لتحقيق أهداف معينة يسعى المشاركون من خلالها إلى الحوار. وتحقيق اكبر قدر من الفهم عن طريق مراجعة الكلام، وهو أسلوب قائم على إبداء الرأي بصراحة وموضوعية وتفاعل وإيجابية بين أطرافه⁽¹⁾.

ومن هنا تتضح أهمية الحوار في إرساء قواعد الإلقاء الحسن المتميز وذلك لإيصال الأفكار والآراء للمخاطبين. باعتباره مظهر من مظاهر الاتصال الذي يشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر، تعمل كمنبه لسلوك⁽²⁾. ويقوم الحوار على أسس:

(1) -ريم احمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص53.

(2) -منى ابراهيم اللبودي، الحوار فنياته واستراتيجياته، ط1، مكتبة وهبة، القاهرة، 2005، ص08.

الديمقراطية، التخلي عن النرجسية، توافر العقلية الناضجة، الاستئناس بذوي الخبرة، التساؤل، الجدل المحمود.

2/ الحوار ومهنة الاعلامي.

يمارس الإعلامي مهنة خطيرة قوامها وأساسها فن الحوار 'فإعلامي مهما كانت معلوماته في أصول اللغة وفقهها ومهما كان يمتلك من مخزون أدبي واجتماعي وعلمي وسياسي ومن اشراقة في الوجه وشخصية جذابة وثقة في النفس فان هذه الخصائص والقدرات سوف تضيع وتذهب هباء ما لم يمتلك أولا القدرة على الحوار الناجح بمعنى أن الإعلامي تكون وسيلته وعماده الأول في مهنته الصوت والحوار، فالحوار يمثل جانبا أساسيا من العمل الإعلامي فهو قاسم مشترك في جميع وسائل الإعلام ومجالاته، حيث يعد صلب التعبير اللغوي في الإذاعة والتلفزيون والصحافة.

ويقصد بالحوار الإعلامي ما يدور بين الإعلامي أو أكثر مع ضيف أو أكثر بشأن قضية من القضايا أو موضوع يحتل مساحة ما في الذهن الفرد أو الجماعة أو الأمة أو العالم وذلك في أي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري. ويقوم على اسس:

-المحاور: وهو قائد الحوار ومنظمه. قد يكون صحفيا أو مذيعا بالإذاعة والتلفزيون.

-الضيوف: وهو الذي يشارك في الحوار ويختلف باختلاف ثقافته أو مهنته وجنسه وعمره.

- موضوع الحوار: وهو المضمون أو مجموعة الأفكار والمعاني التي يتم التحوار حولها .

- وسيلة الحوار: ويتم من خلالها نقل الحوار وحمله إلى الجمهور المتلقي إحدى وسائل الاتصال الجماهيري المعروفة

- **الجمهور المتلقي:** وهو الفئات المختلفة من الأفراد الذين توجه إليهم الرسالة الحوارية بهدف زيادة معلوماتهم عن الحوار أو تدعيمها أو تغييرها أو خلق آراء جديدة أو امتناعهم من خلال الحوارات الترفيهية⁽¹⁾.

3/ أنواع الحوار الاعلامي وقوالبه:

- **الحوار الفردي:** وهو ما يجيب فيه شخص واحد فقط عن الأسئلة المحاور حول موضوع معين.

- **المناقشة الجماعية:** وهي شكل من أشكال الحوار تنظم إشراك مجموعة من الأفراد لتداول الحديث حول موضوع معين أو التوصل إلى حل مشكلة مطروحة، وذلك من خلال التفكير الجماعي فيما بينهم .

- **الندوة:** هي مناقشة متكاملة بين مجموعة من المتخصصين يتراوح عددهم من فردين إلى خمسة أفراد، وجمهور متلقي لهم وذلك في موضوع ما، ويجب ألا يزيد عدد المحاورين في الندوة عن خمسة أفراد.

- **المائدة المستديرة:** يشترك في هذا الحوار ثلاثة أو أربع مشتركين بالإضافة إلى المحاور والذي يسمى المنسق ويجلسون جميعا في شكل نصف دائرة يتوسطهم المحاور⁽²⁾.

- **المناظرة:** هي شكل من أشكال الحوار ذات الطابع العقلي الاقناعي، فهي عبارة عن تبادل للآراء بين فريقين يتنازلان موضوعا واحدا لاتجاهين مختلفين⁽³⁾

4/ البرامج الحوارية التلفزيونية

تعرف حسن الغزاوي أن البرامج الحوارية اليومية هي البرامج التي تتخذ أشكال مختلفة من مقابلات وندوات ومناقشات، وتستهدف إلقاء الضوء على القضايا المهمة

(1) -حسين مكاي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 1982، ص01.

(2) -محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للاعلاميين والتربويين والدعاة، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص83.

(3) -ريم احمد عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 31-32.

للمجتمع وتتنوع هذه القضايا بين سياسية اقتصادية واجتماعية... الخ، وتستضيف المسؤولين والمتخصصين والجمهور وتتيح له فرص المشاركة اما بالحضور داخل الاستديو أو عن طريق لقاءات الخارجية او الاتصالات الهاتفية او البريد لطرح الاستفسارات⁽¹⁾. (امال حسين الغزاوي، 1992، ص69).

4/ خائصها البرامج الحوارية التلفزيونية الحالية، الإثارة، ارتفاع نسبة المشاهدة، التفاعل مع المشاهد، البرامج الحوارية كسلعة أو منتج وذلك من خلال المعلنين والمنتجين، المصادقية وحرية التعبير⁽²⁾. (علي عبد المعطي محمود الحلاله، 2010، ص64).

حدد الباحث سعد لبيب مجموعة من الوظائف:

وظيفة الإعلام والإخبار : وتعني أن الحوار يقدم كل ماهر جديد من معلومات وأخبار عن أحداث مهمة في مختلف الميادين.

وظيفة الشرح والتفسير : وتعني شرح وتفسير كل ما يجري من أحداث يومية في جوانب الحياة المختلفة

وظيفة التعليم : وتعني تقديم معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات جديدة للمشاهدين

وظيفة التثقيف : وتعني تثقيف المشاهدين عن طريق الحوار مع قادة الفكر والأدباء والفنانين ووظيفة خدمة المجتمع التي تعني توعية وتنمية المشاهدين في مجال تخصصهم عن طريق الحوار مع المتخصصين في مجالات كافة.

الجانب التطبيقي :

- تحديد وحدات وفئات التحليل :

(1) -امال حسين الغزاوي، دور البرامج الحوارية وإعلانات التلفزيوني ترتيب قضايا الطفولة لدى الراي العام، رسالة ماجستير، جامعة عين الشمس، جمهورية مصر العربية، 1992، ص69.

(2) -علي عبد المعطي الحلاله، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية الاردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، 2010، ص64.

تمثل عملية تحديد فئات المضمون أهم خطوة يجب أن يوليها الباحث اهتماما كبيرا، نظرا لما كشفت عنه بعض الدراسات التي أجريت في مجال تحليل المضمون، والتي وضحت منها أن الإعداد الجيد لفئات التحليل يؤدي إلى التوصل إلى نتائج عملية وبحثية متميزة.

هناك خمس وحدات أساسية للتحليل حددها بيرسلون:

وحدة الكلمة، وحدة الموضوع، وحدة الشخصية، وحدة طبيعة المادة الإعلامية، وحدة قياس المساحة والزمن. واعتمدت في هذه الدراسة على الوحدات التالية:

- 1- وحدة الفكرة : وهي الأكثر شيوعا في تحليل المحتوى، لان تناولها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداما في الكشف عما يقوله المحتوى
- 9- وحدة الشخصية : تسهل وضع توصيف للشخصيات التي يتناولها الكتاب في أعمالهم أو الأفكار المرتبطة بها، وكذا وصف وتحديد الصورة الذهنية عن الأفراد والمجتمعات²¹.

- فئات التحليل:

هي وضع مجموعة من الفئات قصد الوقوف على آلية معالجة المواضيع في البرامج الحوارية (برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر (وعموما هذه المرحلة تهدف حسب محمد عبد الحميد إلى تقسيم المحتوى في عينة الدراسة إلى أجزاء ذات خصائص وسمات مشتركة بناء على معايير للتصنيف التي يتم صياغتها مسبقا وهذه الأجزاء يطلق عليها الفئات.

فئات التحليل الخاصة ببرنامج حوار الساعة وهنا الجزائر:

- فئة طبيعة المواضيع:

*سياسي: والتي له علاقة بنشاط الاحزاب والجمعيات والقوانين والدساتير والشخصيات السياسية باختلافها.

*اقتصادي: ويقصد به كل اوجه النشاطات ذات صلة بالاقتصاد من زراعة وتجارة وخدمات.

*ثقافي : ويخص الامور الفنية من تمثيل ومسرح وتاليف...الخ.

*ديني : ويقصد بها المواضيع التي تتعلق بشؤون الحياة الدينية وشعائرها كالفتوى، الحج، الزكاة...الخ

*مختلط: يقصد بها معالجة الموضوع الواحد لجملة من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية..الخ.

فئات ادارة النقاش:

1- فئة مقدمة البرنامج:

- مقدمة تقريرية: هي التي تعتمد في عرض معلوماتها على السرد والأخبار تطرح الإشكالية بصيغة تقريرية مفتوحة.

- مقدمة استفهامية: هي التي تعتمد على طرح محاور الموضوع بجملة من الأسئلة بصيغة استفهامية.

- مقدمة تعليلية : هي التي توظف الأدلة والبراهين لتدعيم الموقف المطروح.

- مقدمة بورتري: تستخدم للتعريف بشخصية معينة وعرضها للجمهور.

2- فئة طرح الأسئلة:

- طرح سؤال واحد للأطراف بنفس الصيغة

- طرح السؤال نفسه بصيغة أخرى

- طرح سؤال خاص بكل ضيف

- طرح سؤال بصيغة كيف تعلق ؟

- طرح أكثر من سؤال

- صياغة إجابة احدهم إلى سؤال للأخر
- سؤال حول نص مقتبس او مقال أو صورالخ
- استنباط سؤال من كلام احد الأطراف
- طرح سؤال ويطلب التعليق على نفس الضيف.

3- فئة أنواع الأسئلة:

- الأسئلة المباشرة: هي الأسئلة الواضحة والمختصرة بصيغة استفهامية.
- الأسئلة الغير مباشرة : هي الأسئلة التي تطرح بصيغة تقريرية كالإشكاليات الفلسفية.
- الأسئلة المفتوحة : هي الأسئلة التي يحتمل الإجابة عليها من أي زاوية وتقوم على الشرح والتفسير.
- الأسئلة المغلقة : هي الأسئلة التي تطرح للحصول على إجابة محددة ومعينة.

4- فئة التفاعل اللفظي والغير اللفظي للمقدم:

- يعلق على كل فكرة
- يستعمل اللزمات الكلامية : نعم، ممتاز، صحيح...الخ.
- يضيف فكرة لكلام الضيف
- يلخص الآراء
- يعلق على الطرف الأول ويسال الطرف الثاني.
- يحلل ويفسر ويشرح ويعطي رأيه
- يعلق بالضحك بشكل مبالغ فيه – يثني على الضيف – يذكر الأسماء

5- تدخلات المقدم:

- يستفسر حول نقطة ما.

- قطع كلام الضيف مباشرة دون سابق إنذار.
- توقيف الضيف عن الإجابة لبلوغ فكرته.
- توقيف التفاعل والنقاش بين الأطراف.
- يختم الحصة مباشرة دون مهارات للإنهاء الحوار.
- خروج فاصل أثناء الحصة.
- تكرار السؤال أو إعادة صياغته.
- يطلب من الضيف السرعة في الكلام.
- يعطي خبر جديد إنني.

فئات اثرء الضيوف المواضيع المطروحة للنقاش

1- فئة أنواع الإجابات:

- إجابة واضحة: أي إجابة عن نص السؤال مباشرة.
- إجابة غير وظيفية : أي إجابة بعيدة عن مضمون السؤال وإثارة نقاط أخرى.
- إجابة مراوغة: أي طرح سؤال موازي لنص السؤال والإجابة عليه.
- التعليق عوض الإجابة عن السؤال : أي الضيف يعلق على الطرف الآخر دون الإجابة عن نص السؤال.

2- التفاعل بين الضيوف والمقدم:

- تفاعل المقدم واحد الضيوف.
- تفاعل الضيوف مع بعضهما البعض دون المقدم.
- تفاعل دائري (المقدم مع الضيوف).

نتائج سؤال: ماهي طبيعة المواضيع التي يتناولها برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر؟ وما مدى أهميتها؟.

الجدول رقم 01: يوضح طبيعة المواضيع التي تناولها برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر ونوعه

المواضيع	حوار الساعة		هنا الجزائر	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
سياسي	75%	09	46.66%	07
اقتصادي	16.66%	02	00%	00
امني	00%	00	13.33%	02
ثقافي	00%	00	13.33%	02
ديني	8.33%	01	00%	00
مختلط	00%	00	26.66%	04
المجموع	100%	12	100%	15

يمثل الجدول السابق نتائج الدراسة المتعلقة بفئة المواضيع التي يتناولها برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر، حيث تصدرت المواضيع السياسية في برنامج حوار الساعة بنسبة 75% خص بها موضوع تعديل الدستور الذي رافقه البرنامج من طرحه كمشروع تمهيدي إلى إقراره دستورا يضاف إلى التعددية طيلة تسع حصص، في حين جاءت المواضيع الاقتصادية بثاني مرتبة أي بنسبة 16.6% وقف فيها على مستجدات

قطاع السياحة في الجزائر مع رصد سياسة الدولة في وارداتها من مادة الحبوب في ظل رهانات القطاع الزراعي تليها المواضيع الدينية في آخر مرتبة بنسبة 8.3% مناقشا موسم الحج لسنة 2015 كمرحلة تقييمية

أما بالنسبة لبرنامج **هنا الجزائر** نلاحظ تعدد المواضيع التي تناولها البرنامج فكانت المواضيع السياسية في نفس مرتبة البرنامج الأخر بنسبة قاربت 46.6% تم الإشارة فيها إلى جملة من المواضيع من تعديلات الدستور إلى سيطرة لغة التخويف على خطابات الساسة في الجزائر، الراحل حسين ايت احمد مواقف وخصومات... الخ تليها المواضيع المختلطة بنسبة 26.6% طرحت أكثر من موضوع فيها من الاقتصادية إلى السياسية والتربوية في الحصة الواحدة، لتكون المواضيع الأمنية والثقافية في نفس المرتبة بنسبة 13.3% تم الإشارة فيها حرب الجنرالات في الجزائر بين الجنرال خالد نزار وبتشين إلى سيطرة داعش على ليبيا وصولا إلى المواضيع الثقافية كاسترجاع الممثل عز الدين مجوبي في ذكراه مقرونة مع كتابات الراحل الصحفي المصري حسين هيكل الذي صادق رؤساء العالم.

نتائج سؤال : كيف يتم إدارة نقاش برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

للإجابة عن السؤال اقتضى طرح فئتين:

- فئة أنواع أسئلة برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

- فئة صياغات أسئلة برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر.

الجدول رقم 02 : يوضح أنواع أسئلة برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

هنا الجزائر		حوار الساعة		الأسئلة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
25.31	60	34.68	111	الأسئلة المباشرة
%		%		

22.78 %	54	15.31	49	الأسئلة الغير مباشرة
48.10 %	114	50%	160	الأسئلة المفتوحة
3.79%	09	1.87 %	06	الأسئلة المغلقة
100%	237	100 %	320	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن برنامج حوار الساعة صدارة الأسئلة المباشرة بنسبة 34.68% بصيغة استفهامية واضحة التي تستدعي التصريح بإجابة شاملة مختصرة دالة فيها نوع من التحديد لمسار الإجابة، وهي نوعية لجا إليها المقدم كثيرا لضبط موقف الأحزاب تجاه التعديلات الدستورية محاولا تقريب مسافة الإجابة، في حين جاءت الأسئلة الغير مباشرة بنسبة 15.31% بصيغة تقريرية ظهر فيها أسلوب المقدم الذي كان يردفها بالشرح للإمام بزوايا السؤال طالبا تفسير موثق لرأي الضيف، لكن الذي بدى على هذا النوع وكان المقدم يحاول توجيهه وتحديد مسار إجابة الضيف التي كان يستغرق وقت في طرحها (إيحائية)، لتتقاسم الأسئلة المباشرة والغير المباشرة نسبة 40.07% كأسئلة مفتوحة لتوفير حرية أكبر ومجال واسع للضيف تسمح له بالإجابة من أي زاوية توفر له المعلومة دون محاصرة مواقفه وتفصيل أفكاره وهو الأمر العكسي الذي فرضته الأسئلة المغلقة التي كانت بنسبة 1.87% للحصول على معلومات دقيقة ومحددة كالأرقام والإحصائيات عادة من كبار الشخصيات في الدولة.

للإشارة أن معظم الأسئلة كانت بين أسئلة رأي وتفسير تخللتها أسئلة تقييمية، بطريقة ظهرت معدة سلفا لم يحيد المقدم عنها رغم ما اقتضته حالات إلى التمرد،

فوجدناه يتحرى الحذر يكتنفه صعوبة في التعبير مع الحوارات الأحادية التي كان ضيوفها عادة شخصيات وزارية، مدراء عامون... الخ العكس منه مع الشخصيات الحزبية أو النواب التي بدى فيها بكل أريحية.

بالنسبة لبرنامج **هنا الجزائر** جاء استخدام الأسئلة على نحو برنامج حوار الساعة فكانت هناك تقارب بين الأسئلة المباشرة التي كانت بنسبة **25.31%** وهي الأسئلة التي هدف فيها المقدم للحصول إجابة معينة من الضيف لتقديم معلومات وحقائق متنوعة خاصة مع الضيف ذات صلة وثيقة بالموضوع لتكون تصريحاته حصرية، مع الأسئلة الغير مباشرة بنسبة **22.78%** التي كان المقدم يطرح وجهة نظره كإجابة أولية مسترسلا فيها بطريقة تغذيها طابع الدخول في مؤامرة بين الضيوف بنية الاستفزاز ظهرت جليا في موضوع الراحل ايت احمد مواقف وخصومات سعيا منه لنبش بعض المحطات التاريخية من سيرته أو كتلك التي يحتاج فيها إلى شرح وتفسير للوقوف على الخلفية الحقيقية كموضوع حرب الجنرالات (خالد نزار والجنرال بتشين) وتغيرات الدياراس، استعمل فيها صياغة الأسئلة المفتوحة لكلى النوعين بنسبة **48.10%** ليكون مجال الإدلاء مفتوح دون تقييد للمعلومات الذي فرضته الأسئلة المغلقة بصورة عكسية بنسبة **3.79%** التي تقتضي إجابة محددة عادة ما يكون اختبار لصحتها من الضيف.

الجدول رقم 03: صياغات طرح أسئلة برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر.

هنا الجزائر		حوار الساعة		صياغات طرح الأسئلة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1.78%	02	25%	32	سؤال بصياغة واحدة
7.14%	08	25%	32	سؤال نفسه لكن بصياغة

مختلفة				
سؤال خاص بالضيف	49	38.28 %	61	54.46 %
سؤال : كيف تعلق	00	%00	08	%7.14
طرح اكثر من سؤال	27	21.09 %	16	14.28 %
سؤال مقتبس	00	%00	15	13.39 %
استنباط سؤال	06	%4.68	03	%2.67
سؤال وتعليق	02	%1.58	00	%00
المجموع	128	%100	112	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن برنامج حوار الساعة ركز على الأسئلة الخاصة بكل طرف بنسبة **38.28%** بناء على الانتماء السياسي والتوجه الحزبي لكل ضيف إزاء نقاط معينة لتعديل الدستور الجديد تليها طرح سؤال بنفس الصياغة وأخرى بصياغة مختلفة بنسبة متعادلة **25%** أي نجد الأسئلة بنفس الصيغة طرحت على كامل الأطراف وهي أسئلة محورية لها أبعاد غاية في الأهمية كدسترة اللغة الامازيغية باعتبارها جزء من الثوابت الوطنية التي تكررت على مدار عدة حصص، غير أن الأسئلة بصياغة مختلفة كانت حسب المواقف التي عبر عنها كل تيار سياسي ما تجاه بعض النقاط من الدستور، في حين طرح أكثر من سؤال في آن واحد بنسبة **21.09%**

وهي الأسئلة التي تتكامل مع بعضها للحصول على إجابة شاملة بتفاصيلها كمثل ماهي مواصفات الحكومة الجديدة؟ مواصفات الوزير الأول؟ وهل ستشاركون في تشكيلتها؟ لكن مايعاب على هذا النوع كانت الإجابة على احد الأسئلة في غالب الأحيان دون تنبيه من المقدم الذي استلزم عليه طرحها منفصلة، لنجد في الأخير الأسئلة المستتبطة بنسبة 4.68% وهو الأمر الذي أكد على أن المقدم يركز على أسئلته المعدة سالفا التي طبعتها الجدية والانضباط وهو الأمر الذي يضيف نوع من الملل والرتابة لدى المشاهد كون هذا الأخير تخطى عن طرح استفهاماته، ليخير الضيف في النهاية بين السؤال والتعليق الذي كان بنسبة 1.53% ليفسح المجال للضيف لرد على الخصم والتعبير عن موقفه تجاه ما قاله .

بالنسبة لبرنامج هنا الجزائر نلاحظ استخدام الأسئلة الخاصة بكل طرف بنسبة 54.46% التي تفرض تقسيم الموضوع بين الأطراف باستطلاع آرائهم التي ستسمح للمضي قدما بالموضوع يخدمه التنوع القائم على التحليل والتفسير متحاشيا تكرارها الذي يبقي النقاش حبيس فكرة واحدة، في حين طرح أكثر من سؤال جاء بنسبة 14.28% وهو نفس خطأ البرنامج الآخر لكن المقدم هنا حاول استدراج الضيف بطريقة إيحائية يحدد فيها مسار الإجابة من وجهة نظره ، كما إن البرنامج انفرد عن الآخر بطرح الأسئلة المقتبسة من المقالات، تصريحات... الخ بنسبة 13.39% وذلك للوقوف علي خلفيتها والأبعاد التي تنطوي عليها عادة تكون غامضة المعنى وكذا وضع المعني في قلب السؤال بعيدا عن صياغة المقدم التي يكون فيها نوع من التحيز، غير أن طرح سؤال واحد لكن بصياغة مختلفة مع الأطراف كان بنسبة 7.14% وهو ما تعلق بمعرفة موقف كل طرف حول محاور معينة مراعيًا انتماهم الفكري والثقافي والسياسي إضافة إلى تفادي تكرار إجابة الضيوف من صفة محلل سياسي للوصول إلى قراءة متنوعة وهي نفس النسبة لسؤال كيف تعلق لفسح المجال للأطراف الرد على بعضها البعض في حالات يرى فيها نوع من الحساسية للاستعراض مستوى وجهة نظر الأطراف .

للإشارة أن جل أنواع الأسئلة وصياغاتها كانت تستهلك وقت الذي سعى فيه المقدم إلى الشرح والتحليل مبدئياً وجهة نظره في الكثير من الأحيان بطريقة وظف السخرية والاستهزاء محاولاً استفزاز الضيف واضعاً إياه أمام كم هائل من المواقف والتصورات والقراءات والمعلومات لدفع هذا الأخير لتصريح .

نتائج سؤال : ما مدى التزام مقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر بالقواعد الأساسية للحوار الإعلامي ؟

الإجابة على السؤال اقتضى طرح ثلاث فئات :

- فئة التفاعل اللفظي والغير لفظي .

- فئة التدخلات .

الجدول رقم 04 : يوضح التفاعل اللفظي والغير لفظي لمقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

هنا الجزائر		حوار الساعة		التفاعل اللفظي والغير لفظي
النسبة	التكرار	النسبة	تكرار	
22.64	96	5.83%	64	يعلق على كل فكرة
29.48	125	61.44	673	اللازمات : نعم، ممتاز، جميل، بالضبط
20.04	85	22.42	246	يضيف فكرة
2.59%	11	0.27	03	يلخص الآراء
4%	17	00%	00	يعلق على

طرف ويسال آخر آنيا				
يحلل ويفسر	70	%00	00	16.50 %
يعبر بالضحك	04	%00	00	%0.94
يثني على الضيف	11	%6.74	74	%2.59
يذكر الأسماء	05	%3.37	37	%1.17
المجموع	424	%100	1097	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن مقدم برنامج حوار الساعة يعتمد على الكلمات المفتاحية واللازمات (نعم) بنسبة **61.44%** وهذا لمد جسور التواصل والتفاهم مع كل الأطراف فيها من المساعدة للإثارة دوافع الضيف في طرح أفكاره، مبالغا في استعمالها مع الشخصيات الحكومية لوضع هذا الأخير في راحة تامة، في حين جاء إضافة جمل لكلام المتحدث بنسبة **22.42%** كنوع من التشجيع والتدعيم لطرح الضيف وتوجيه مسار كلامه نحو نقاط معينة فيها من المحاباة والتودد لتيار سياسي التي ظهر فيها منحاز للأطرف الموالية، على العكس منه مع الخصم التي أخذت معنى التصحيح يدعوهم إلى تبني موقفه، كما حرص مقدم البرنامج على الاستعانة بذكر أسماء ضيوفه بنسبة **6.74%** لكسر حاجز المسافة والتقرب من الضيوف أكثر حتى لا يكون الحوار مقيدا بطريقة بوليسية قد تجعل الضيف متحفظ على الإدلاء بالكثير من المعطيات، كما نجد التعليق على كل فكرة قليل بنسبة **5.83%** الذي أكد على حرص المقدم على الاستثمار في الوقت لصالح الشخصيات الحزبية لتمكينها من التعبير عن كينونة أفكار مواقفها تجاه تعديل الدستور، يليها الثناء على الضيف بنسبة **3.37%** التي

وسع فيها فجوة الاحترام لكسب ثقة الضيف بأسلوب اقر فيه على بلاغة ما قيل، غير إن عدم اعتماده عن تلخيص الآراء الذي كان بنسبة 0.27% إلا في حالات أراد تأكيد وجهة نظر صاحبها للحصول على موقف الطرف الآخر لمعرفة جوهر الاختلاف بينهما أمام المشاهد .

أما بالنسبة لهذا الجزائر فنلاحظ إن نسبة استعمال الكلمات المفتاحية واللازمات (جميل، ممتاز، نعم) 29.48% تمثل 1/2 من نسبة برنامج حوار الساعة أي صاحب استعمالها مع ضيوف من ذوي تيارات سياسية متعارضة لرفع معنوياتها لمزيد من الجرأة في تقديم معلوماتها بالتحليل صوب بعض النقاط المشبوهة كحقيقة دسترة المجلس الأعلى للشباب، المادة 51 لمزدوجي الجنسية من تقلد مناصب في الدولة وتغيرات الدياراس في ظل الظروف الراهنة.... الخ في حين جاء تعليقه على كل فكرة بنسبة 22.64% وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالبرنامج الآخر يقيم فيها كلام الضيف تراه يجسد موقفه بالاسترسال فيه نوع من السخرية والاستفزاز وصف بالارتجالية بلهجة شعبية كمثل وصفه نواب البرلمان بخضرة فوق طعام، يرد على الضيف: اخجل واستحي على ماقلته ضد الراحل حسين ايت احمد، تليها إضافة الأفكار لكلام الضيف بنسبة 20.04% لتغليب موقف طرف عن آخر مستدرجا إياه إلى منطقة المشاحنات لدحض النقيض بالبديل، غير إن المقدم نجده لم يتأخر في طرح أفكاره ومواقفه بنسبة 16.5% تراه منظرًا للموضوع بكثير من الاستيضاحات كطرف رئيس منافس للضيوف في الوقت اي 40% من الوقت البرنامج المتحدث فيها المقدم لم يدع الضيف يمرر مواقفه التي عوضها بثقافته حول الموضوع مغيبا فرص الإجابة العادلة بين الأطراف زيادة على هذا طرح نتائج وتصورات بحكم سابق عن أوانه بدل أن تكون مخرجات في النهاية، كما خصت نسبة 4% يعلق على طرف ويسال آخر في إن واحد لضمان تتابع الأفكار وهو الأمر الذي يدخل الأطراف في نزاع من صاحب الرد من صاحب الرد دون احترام يوحى بقيمة الفكرة المصرح بها، لتكون نسبة 2.59% تلخيص الآراء عند تضارب مواقف الأطراف وتشابك أفكارها يلزمه تلخيص الفكرة

للمشاهد ليبقى الثناء على الضيوف وذكر أسماء **2.59%** و **1.17%** وهي نسبة قليلة كون عموم الضيوف شخصيات عادية .

يمكن القول إن شخصية المقدم ظهرت ملامحها لتمرده على عديد المهارات والمعايير من لغة ذات لهجة شعبية بصوت مرتفع غابت فيها الانتقائية وضبط النفس في التفاعل مع الأطراف في غالب الأحيان مبالغاً في تفاعله الذي ضيع فيها الوقت بتعاليقه الساخرة افتقرت للباقة الغير مبررة متناسياً وجوده في منبر إعلامي، زيادة على هذا هستيريا ضحكه بطريقة عشوائية **0.94%** عديد المرات.

الجدول رقم 05 : يوضح تدخلات مقدمي برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

هنا الجزائر		حوار الساعة		تدخلات المقدم
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
31.92 %	53	14.65 %	23	ليستفسر
18.97 %	26	00 %	00	لقطع كلام الضيف مباشرة دون إنذار
10.24 %	17	7 %	11	يبدأ الضيف الحديث دون تدخل المقدم
6.02 %	10	44.58 %	70	لتوقيف الضيف عن

				الكلام لبلوغ فكرته
%6.02	10	14.01 %	22	لتوقيف النقاش بين الأطراف
%1.20	02	%1.27	02	للإنهاء الحصة مباشرة دون مهارات
%3.01	10	%00	00	للخروج إلى فاصل
%1.20	02	%00	00	للإعطاء أخبار أنية
%3.01	05	12.73 %	20	لتكرار السؤال
%1.20	02	5.73	09	لطلب السرعة في الكلام
%100	166	%100	157	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن تدخل مقدم حوار الساعة ركز فيها عن توقيف الضيف عن الإجابة بنسبة 44.58% في حدود ما يسمح به الوقت الذي تراوح ما بين 4-7د لكل طرف للتعبير عن موقفه حرصا منه لتكافئ فرص الإجابة بين الشخصيات الحزبية التي كانت تسعى لمزيد من الوقت محاولة الاسترسال وهو الأمر الذي حتم

عليه التدخل موقفا إياه عند حاجز الوقت، يليها طرح استفساراته بنسبة **14.65%** بالتوضيح أو ذكر أمثلة أو سؤال أثناء الإجابة والتي بالغ فيها مع أطراف المعارضة في حين جاء تدخله لتوقيف النقاش بين الأطراف بنسبة **14.01%** لتمكين الضيف صاحب الكلمة من توضيح موقفه والتعبير عنه في حدود مجاله الزمني الذي حاولت بعض الأطراف الرد عليه، كما عمد إلى تكرار الأسئلة بنسبة **12.73%** وهي التي خصت الأسئلة المحورية كدسترة اللغة الامازيغية دون سواها من الأسئلة الأخرى رغم إجاباتها التي كانت بعيدة دون تدخل يذكر لتصحيح مسارها، كما نلاحظ إن المقدم امتنع في حالات من التدخل أي بنسبة **7%** وهو الأمر الذي خول بعض الأطراف مباشرة الكلام دون إشارة منه والتي تماشى مع دورها في الإجابة التي حرص المقدم على تكريسها، تليها تدخله طالبا السرعة في الكلام بنسبة **5.73%** الذي اقترن مع الشخصيات البطيئة في التحدث خاصة إذا طرح عليها أكثر من سؤال الأمر الذي يتطلب مزيدا من الوقت وهو الذي تنافى مع سمة البرنامج، في حين نجد أن المقدم كان مضطرا إلى ختام الحصة بطريقة مباشرة غابت فيها مهارات إنهاء البرنامج لفقدانه السيطرة على الأطراف وتوقيفها عن الملامات الكلامية التي لم يعتاد عليها لحساسية موضوع التعديلات الدستورية الذي جمع بين تيارات سياسية ربطتها علاقة تنافر أي بنسبة **1.27%**.

أما بالنسبة لبرنامج هنا الجزائر ركز تدخل المقدم على الاستفسار بنسبة **38.68%** وهي نسبة ثلاث أضعاف البرنامج الأخر بالغ فيها رغم الكثير من التفاصيل التي لم تستدعي ذلك بتفسير وجهة نظره، أدت بالنقاش إلى مسار بعيد عن محاور الموضوع شعر فيها الضيف بتضييق والإحراج وصعوبة في تجسيد أفكاره، وكثيرة هي الشخصيات لم تقوى عن المنافسة، تليها قطع كلام الضيف مباشرة وتوقيفه عن الإجابة بنسبة **26.27%** بطريقة كانت تبتز فيها الجمل والكلمات عن صياغاتها دون وضوح موقف الضيف بطريقة عشوائية بالتحول المباشر بين الأطراف فسمح فيها المجال للتحدث بعشوائية من خلال فرض آرائهم في إن واحد يتعسر على المشاهد فهم فحوى ما يدور غابت فيه تكافؤ فرص الإجابة بين الأطراف دون مجال زمني

مقسم. في حين كان تدخله لتوقيف النقاش بين الأطراف بنسبة 7.29% التي كانت فيها مشادات كلامية بنبرة خطاب شديدة تعلوها أصوات صاخبة كان يزكيها المقدم في اغلب الأحيان وهي نفس النسبة موقفا النقاش للخروج إلى فواصل لعرض تقرير أو صور وتصريحات لتكون نسبة 3.64% خصت تدخل المقدم لتكرار الأسئلة التي يرى فيها نوع من المراوغة وتهرب الضيف عن الإجابة لتكون نسبة 1.45% مشتركة بين تدخله طالبا الضيف السرعة في الكلام وهي الشخصيات التي كانت متمسكة بوقتها لتبرير أفكارها، مع تقديم أخبار أنية أثناء النقاش لتوخي السبق الصحفي كون البرنامج لايسمح للخروج إلى موجز، ليتفق برنامج هنا الجزائر مع حوار الساعة في ختم الحصة مباشرة دون مهارات إنهاء الحوار لفقدان السيطرة على توقيف الأطراف عن الكلام.

نتائج سؤال : إلى أي يخدم ضيوف برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر

الموضوع محل النقاش

للإجابة على السؤال اقتضى طرح فئتين :

- فئة أنواع إجابات ضيوف برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

- فئة تفاعل الأطراف الحاضرة مع بعضها البعض .

الجدول رقم 06 : يوضح أنواع إجابات ضيوف برنامج حوار الساعة وهنا

الجزائر .

هنا الجزائر		حوار الساعة		أنواع الإجابات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
28.91%	48	35.84%	57	إجابة واضحة
37.95%	63	28.30%	45	إجابة غير وظيفية

إجابة مراوغة	07	%4.40	10	%6.02
يعلق عوض الإجابة	60	37.73 %	45	27.10 %
المجموع	159	%100	166	%100

نلاحظ من خلال الجدول بالنسبة لحوار الساعة صدارة التعليق بنسبة %37.73 وهي نوعية من الإجابة التي حاولت فيها أطراف الأحزاب السياسية الرد على بعضها من خلال دحض الشائعات والإشارة إلى المشاكل التي يعانها كل طرف بإثبات نقاط القوة وتبرير نقاط الضعف، تليها الإجابات الواضحة بنسبة %35.84 وهي التي أجاب فيها الضيوف على الأسئلة الواضحة والمختصرة خاصة تلك النوعية من الأسئلة المحورية التي تدخل المقدم بتكرار طرحها كدسترة اللغة الأمازيغية.... الخ في حين جاءت الإجابات الغير وظيفية بنسبة %28.30 وذلك لسعي كل طرف تمرير خطاباته والوقوف على مكاسب انتماءه السياسي للإقناع الرأي العام ساردا مسيرة حزبه النضالية زيادة على عدد الأسئلة التي كانت تطرح جملة واحدة، كما إن هذه النوعية من الإجابة ظلت لصيقة مع كبار الشخصيات الحكومية التي كانت فيها من السطحية دون تشخيص فعلي للواقع بطريقة تشرح فيها أعمالها اليومية وفق رزنامتها، لتكون إجابة المراوغة بنسبة %4.4 من خلال استعمال طريقة فنية في التجاوز بطرح سؤال نحو القضايا التي تلفت نظرا للمشاهد كاستقلالية القضاء على ضوء الدستور الجديد اعتمد فيها على طريقة في التحليل .

يمكن القول إن نسبة كبيرة من أنواع الإجابات كانت بعيدة عن مضمون السؤال رغم الوقت الذي منح للأطراف بشكل متساوي وبمساحة زمنية كفيلة لإجابة واضحة دون تدخل المقدم الذي لم يسجل له أي تدخل لتصحيح مسار الإجابة نحو مضمون السؤال المطروح إلا في حالات اضطر إلى تكرار بعض الأسئلة. أما عن نوعية

استمالات الإقناع فمنهم من عمد إلى أسلوب خطابي بليغ في التعبير كالتيارات الإسلامية التي انغمست في التذكير بالمشاكل التي تتخبط فيها السياسة الحالية، ومنهم من اعتمد على النقد والتحليل بإسقاطات على الواقع مرفقة بطرح البديل وهي التي كانت نادرة ومنهم من اعتمد على طريقة المقارنة بذكر الايجابيات والوقوف على سلبيات الآخر وفيهم من راح شارحا للمكاسب المحققة وتضخيمها عموما تبقى الاستمالات على صلة وثيقة بالأدلة والبراهين

أما بالنسبة لبرنامج هنا الجزائر احتلت الإجابات الغير وظيفية نسبة 37.95% وهي نسبة ساهم المقدم فيها بتغيير مسار إجابة الضيوف من خلال تدخلاته العشوائية وطرح أفكار الضيوف عنها في لحظتها من جهة وضعف العرض والاستطراد السلبي بطرح أحكام سايرت جميع كلامهم بقيم مطلقة يحكمها الانطباع الشخصي، زادت حالات الانفعال السلبي ومقاطعات الأطراف لبعضها البعض لانزلاقها في أنواع الشخصنة تليها الإجابات الواضحة بنسبة 28.95% وهي إجابات خصت شخصيات كانت لديها جراءة في طرح تحليلاتها وآراءها السياسية كالأطراف التي كانت تتكلم تحت موقف واحد كوفاة حسين ايت احمد، حرب الجنرالات... الخ وفيه من الشخصيات التي كانت صريحة إلى حد بعيد كنائب السببسييفيك الطاهر ميسوم في حين جاءت التعاليق بنسبة 27.10% وهذه النوعية سايرت التيارات السياسية المتعارضة التي غلب عليها التطرف فكانت ترى إن الرد على الخصم في قوله سيضعف من طرحه لدى المشاهد من خلال التركيز على طرح جوهر الاختلاف، لتكون نسبة 6.02% إجابة مراوغة من خلال إثارة نقاط أخرى لعدم القدرة على الإجابة بمصطلحات والتعبيرات الخاصة بمجال القضية التي يتكلمون فيها ظهرت مع المنخرطين الجدد في الأحزاب السياسية .

الجدول رقم 07 : يوضح اتجاهات تفاعل الأطراف الحاضرة في برنامج حوار الساعة وهنا الجزائر .

موضوعات	حوار الساعة	هنا الجزائر
---------	-------------	-------------

تفاعل الأطراف	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المقدم واحد الضيوف	20	17.39 %	169	52 %
الضيوف فقط	85	73.91 %	138	42.46 %
جميع الأطراف	10	8.69 %	18	5.53 %
المجموع	115	100 %	325	100 %

نلاحظ من خلال الجدول بالنسبة لحوار الساعة احتل تفاعل الضيوف مع بعضها المرتبة الأولى بنسبة 73.91% مرده وجود أطراف من تيارات سياسية متعارضة فكريا وتوجها ممثلة في الأحزاب السياسية التي استدعاها موضوع التعديلات الدستورية كان فيها من التفاعل الايجابي اخذ رد إلى السلبى لوجود بعض التعاليق الاستفزازية التهكمية لكن تبقى ذات زمن قصير، يليها تفاعل بين المقدم واحد الأطراف بنسبة 17.39% فيها من التدخلات التي تمحورت على الوقت أو استفساراته وهي نسبة قليلة نوهت إلى سعي المقدم إلى إعطاء المجال الواسع للضيف وتمكينه من التعبير عن آرائه خاصة مع الحوارات الفردية التي طبعها المرح لكسر روتين الجدية ليكون آخرها تفاعل الأطراف جميعها أي تفاعل دائري الذي جاء بنسبة 8.69% الذي جمع بين الأطراف من ضيوف ومقدم خاصة فيما تعلق بالوقت الذي حرص فيه على عدم المقاطعة مستدرجا بعضهم إلى نوع من الملاسنة فيها نوع من المرح إضافة إلى توثيق بعض الأفكار التي هي محل نزاع الأطراف.

أما بالنسبة لهذا الجزائر جاء تفاعل المقدم والضيف بنسبة كبيرة بلغت 52% أين نجد المقدم يتفاعل في كل أربع كلمات مبرزاً رأيه بالشرح والتحليل مستحوذ على الوقت بالكثير من التعليقات التي افتقرت إلى الجدية ساهم فيها إلى حد بعيد بتغيير

مسار الإجابة، يليها تفاعل الضيوف بنسبة 42.46% فيها من التفاعل الإيجابي اذ رد وهي الشخصيات التي كانت تناقش تحت موقف واحد أي تكامل في الرؤى عكس الشخصيات التي طغت عليها طابع الخصومة من خلال المشادات الكلامية التي غذاها استفزاز بعضهم البعض أوقعت بهم في ملاسنات كلامية بتبادل الاتهامات، التخوين، العمل بأجندة خارجية... الخ في حين جاءت نسبة 5.53% تفاعل الأطراف جميعها بطريقة يستدرج فيها المقدم ضيوفه إلى منطقة المشاحنة عاملا على تركيتها بمساحة اكبر من التعبير والحرية بمزيد من الجراءة.

- مناقشة النتائج :

أولا- خلصت النتائج أن مقدم برنامج حوار الساعة له من الخصائص التي تسمح له بإدارة هذه النوعية من البرامج وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى عامل الخبرة في الممارسة الإعلامية إضافة إلى الضوابط التي يفرضها المنبر الإعلامي العمومي أبرزت شخصيته، لها من الثقة بالنفس بلغة مفهومة استخدمها بنبرة صوتية اختفى فيها الصراخ تناسقت مع انتباهه وتركيزه للضيف اثنا الإجابة أكدها بلغة الجسد من إشارات وإيماءات منحت صفة الهدوء والرزانة لشخصه انعكست سلبا في بعض الأحيان لشعور المشاهد بالملل نتيجة المبالغة في الصمت ظهر ذلك جليا في الحوارات الفردية، حرص على أن تكون تدخلاته مبررة اثنا النقاش لتمكين الضيوف من التعبير عن مواقفهم لكن ما يعاب عليه انه غاب في العديد من المرات على طرح استفهامات المشاهد، إضافة إلى انحياز لطرف دون الآخر، إضافة إلى ان المنبر الاعلامي الحكومي يفرض مزيدا من الالتزام بالقواعد العامة في ادارة النقاشات مهما كانت طبيعتها .

أما مقدم برنامج هنا الجزائر فنوعية التفاعل اللفظي والغير لفظي تراجعت مقارنة بالبرنامج الآخر أفصحت عن شخصيته التي ظهرت ملامحها كتمرده على عديد المهارات والمعايير من لغة ذات لهجة شعبية بصوت مرتفع غابت فيها الانتقائية وضبط النفس في التفاعل مع الأطراف في غالب الأحيان مبالغا في تفاعله الذي ضيع

فيه الوقت بتعاليقه الساخرة افتقرت للباقة الغير مبررة متناسيا وجوده في منبر إعلامي، زيادة على هذا هستيريا ضحكه بطريقة عشوائي، وتدخلاته المبالغ فيها فارضا نفسه كطرف رئيس مع الضيوف استحوذ على ما نسبته 40 % من الوقت الإجمالي، لتمرير مواقفه وأرائه وتوجهاته .

ثانيا- بناء على النتائج المتوصل إليها التي أظهرت حرص ضيوف برنامج حوار الساعة على شرح مواقفهم والتعبير عنها تجاه المواضيع المطروحة، خاصة موضوع التعديلات الدستورية الذي لم يتقيدو فيه بالإجابة عن مضمون الأسئلة في اغلب الأحيان وهو الأمر الذي أكدت عليه نوعية الإجابات، وبالتالي لم يتم تفكيك الموضوع وتغذيته بالمعلومات اللازمة التي تجيب في النهاية عن إشكالية الموضوع المطروحة واللجوء إلى التعريف بالانتماء السياسي والمكاسب المحققة على العكس منه الشخصيات الحكومية التي راحت تسترسل في شرح برنامج أعمالها اليومية .

أما برنامج **هنا الجزائر** فرغم أهمية الكثير من المواضيع التي طرحها إلا إن طريقة إدارة الحوار من طرف المقدم وتدخلاته العشوائية الغير مبررة وعدم تمكين الضيوف من الإجابة لاستحواذه على الوقت وشرح مواقفه والعمل على تحليلها حال دون إعطاء إجابات عن مضمون الأسئلة التي تشكل في النهاية إجابة للموضوع، إضافة إلى طريقة التفاعل الذي سمح بهامش اكبر من الحرية في التعبير اخرج الموضوع عن سياقاته خاصة اثناء المشادات الكلامية التي تعود عليها البرنامج.

ثالثا- بالنسبة لبرنامج **حوار الساعة** لم يعتمد على الأشكال الصحفية والعناصر الطبوغرافية بشكل كبير بل اقتصر الأمر على العناوين الإخبارية وبعض المقالات في بعض الحصص، كون البرنامج يسعى إلى استثمار الوقت لصالح الضيف تمكينه من التحدث أكثر خدمة للموضوع وان احتاجت بعض المواضيع ذلك .

أما برنامج **هنا الجزائر** فكان فيه استعمال متعدد ومتنوع أعطى للبرنامج شكل المجلة التلفزيونية، لكن ما يقال عليها غياب الانتقائية للصور التي كانت تعرض

متكررة طوال الحصة، إضافة إلى الوقت الذي كانت تأخذه الفواصل كأبرز التصريحات التي أخذت وقت من زمن الحصة الإجمالي .

رابعاً- يعتمد برنامج حوار الساعة في ادارة النقاش على اللغة العربية في الحديث لطبيعة القناة من جهة وهو الامر الذي يفرض عليها قدر كبير من المستوى العالي من الالتزام بلغة تعكس المنبر الإعلامي .

على العكس منه ما جاء في برنامج هنا الجزائر اين ركز على اللغة العامية للمجال الواسع من حرية الراي والتعبير التي تميز بها البرنامج خاصة في حضرة ضيوف من ذوي حساسية كبيرة .

خاتمة :

بعد تسليط الضوء على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية بين الملكية العامة والخاصة باعتبارها احد الأشكال البرمجية التي لها تأثير كبير على الجمهور من خلال ما تقدمه من مضامين إعلامية، جعلت منها أداة فاعلة في تشكيل الرأي العام تجاه مختلف القضايا والأحداث التي تفرزها الساحة الوطنية، وأمام هذه الدراسة التي أبرزت واقع هذه البرامج في معالجتها للمواضيع المطروحة وكيفية إدارة الحوار الذي يعتبر حجر زاويتها، بتوجيه مسارها عن طريق بوصلتها الحقيقية ممثلة في المقدم الذي لعب دور كبير بمجموعة من المهارات المتواضعة التي بينت مستوى الاحترافية من عدمها والتزامات العمل الإعلامي الناجح الذي أفضى إلى ضرورة التحلي بمجموعة أساسية متكاملة من قواعد إدارة الحوار الإعلامي التي تتطلبها هذه النوعية من البرامج دون سواها من البرامج الأخرى، التي تسمح بالتنازل عن بعض القواعد دون اثر بالغ في الوقت الذي تتطلب فيه البرامج الحوارية مزيدا من الخبرة والكفاءة اللازمتين من إعداد وتقديم لها .

قائمة المراجع :

- احمد عبد العظيم ريم، (2012)، الحوار الإعلامي برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان.
- استبرق فؤاد وهيب،(2009)، المعالجة الإعلامية للاحتلال الامريكي، مذكرة لنيل شهادة الماجيستار، قسم الاعلام، جامعة الشرق الاوسط
- اللبودي ابراهيم منى، (2005)، الحوار فنياته واستراتيجياتها، مكتبة وهبة، القاهرة .
- العدوان نواف، (1988)، بعض المصطلحات الاعلامية، دراسة اولية، اتحاد اذاعة الدول العربية، العدد3.

- حسن الغزاوي امال، (1992)، دور البرامج الحوارية وإعلانات التلفزيوني ترتيب قضايا الطفولة لدى الراي العام، رسالة ماجيستار، جامعة عين الشمس، جمهورية مصر العربية .
- محمد منير حجاب،(2000)،مهارات الاتصال للاعلاميين والتربويين والدعاة، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة .
- معوض محمد، (د.ت)، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة .
- مكايي حسين، حسين ليلي،(1982)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
- ناجي فاروق محمود،(2007)، البرنامج التلفزيوني، كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد .
- عبد الفتاح طه، (1975)، الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون، مكتبة الشباب، القاهرة .
- عبد المعطي علي، الحلاطه محمود، (2010)، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية الاردنية، رسالة ماجيستار، جامعة الشرق الاوسط .
- عبدلي عاطف وآخرون،(2008)، المرأة العربية ووسائل الإعلام، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة.
- رشيد حسن راضي، زويب عثمان محمد، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، مجلة كلية التربية، العدد الأول.

البروباجندا الإعلامية وصناعة الواقع

(بحو فهم سوسولوجي للإعلام في المجتمع المعاصر)

The media prapaganda and the reality manufacturing

(Understanding the mass media sociologically in a modern society)

اعداد:

ياسين عتنا

أستاذ الفلسفة وباحث في علم الاجتماع

المملكة المغربية

الملخص:

تروم هذه الورقة العلمية تسليط الضوء على وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة، وكيف تقوم التقنية فيه على تشييد حياة الأفراد، من خلال ترسيخ جملة من الصور الإعلامية والرموز التي يصعب حصرها. كما عملت هذه البروباجندا الإعلامية على صناعة واقع اجتماعي واقتصادي وسياسي وثقافي خاص بها معلنة إياه أنه الواقع الأصلي.

وقد تم بناء هذا البحث على مجموعة من الدراسات السوسولوجية التي تتميز بالجودة والدقة المعرفية، ويشهد لها بسمو العكب في الحقل السوسولوجي عامة وسوسولوجيا الإعلام خاصة. وأقصد هنا السوسولوجيان الأمريكيان: أفروم نعوم

تشومسكي* Avram Noam Chomsky وهربرت شيلير Herbert Schiller، بالإضافة إلى السوسيولوجي الفرنسي جون بودريار Jean Baudrillard .

حاولنا أن نؤكد في هذه الورقة العلمية استنادا لهذه الدراسات ومجموعة أخرى من التحليلات السوسيولوجية الأخرى التكميلية أننا اليوم أمام سيطرة لوسائل الإعلام على جل تجليات الحياة اليومية، كما تم تأطيرنا فكريا وفعليا من طرف فئة مختصة في فن الدعاية والتسويق وصناعة الأفكار. جعلتنا نؤمن بأن حريتنا تكمن في الاستهلاك، وقيمتنا في امتلاك التقنية والرموز، والحياة السعيدة هي حياة لحظية تتأسس على التسلية والترفيه.

الكلمات المفتاحية : الإعلام، الصناعة، الواقع، صناعة الواقع.

summary:

This study seeks to highlight the mass media in modern societies, and how the technology builds the individuals' life through fixing difficult enumerated media images and symbols. the media propaganda also works on producing a private social, economic, political and cultural reality, pretending that it's the original one .

This research relies on many sociological studies which are characterized by knowledgable quality and accurency of their owners ; such as the American sociologists: Noam Chomsky and

*يمكن القول أن أفرورم نعوم تشومسكي ليس سوسيولوجيا، وأنه لغوي (تخصص اللسانيات). لكن تحليله لوسائل الاعلام نجد فيه مادة سوسيولوجية وفيرة جدا. نفس الأمر الذي نجده عند كارل ماركس، حيث انه وفق تخصصه يمكن تصنيفه في علم الاقتصاد أو الفلسفة أو السياسة، لكن يتم تصنيفه في علم الاجتماع بناء على تحليله العلمي للظواهر.

Herbert Schiller besides the French sociologist John Baudrillard ; who are famous and referential in sociology as well as in sociology of media in particular.

I based my study on different studies and sociological analyses in attempting to prove that the Mass Media are dominating our lives and our daily activities, as i have been intellectually supervised by a group of specialists who are devoted in the advertising art, marketing and the ideas manufacturing.

The media leads us to believe that our freedom lies in the consumption, our value expresses by owning the technology and symblos. whereas the happy life is only an instantaneous life established by entertainment.

Key-words: media, manufacturing, reality, the reality manufacturing.

التقديم :

ما من شك اليوم، أن هذا العالم الذي تعتريه التقنية في كل مناحيه، أصبح يكتسب قيمته من الآليات التواصلية التي يمتلكها، وأعني هنا بالآليات جل الأجهزة والتقنيات المحدثه في الأدوات التكنولوجية، التي بها نستطيع تشييد المجتمع وصناعته. إذا أن المجتمعات المعاصرة تجد قيمتها في امتلاكها للدعامات التقنية، وتبجيل الصورة الإعلامية، وكذا الترويج للخبر الإعلامي على أبعاد الحدود. كما أكدت مدرسة فرانكفورت في مجموعة من الدراسات على أننا اليوم أمام صناعة ثقافية تقوم على التسلية والترفيه الذي تروج له وسائل الإعلام من تلفاز وسينما وصحف.

الأمر الذي يجعلنا كمهتمين بتحليل المجتمع من زاوية سوسيولوجية أن نحاول تععيد هذه الواقعة الاجتماعية التي يصطلح عليها بوسائل الاعلام، لكونها تحتوى شرط الإكراه وتمارس القهر على الأفراد في حياتهم اليومية، سواء تعلق الأمر بتأثير في سلوكهم أو تمثلاتهم الاجتماعية إزاء الأمور، بالإضافة إلى شرط الكثافة، الذي يمكن رصده من خلال هذه الترسانة الهائلة لوسائل الاعلام المتواجدة في الحياة اليومية للأفراد، من خلال بوتقتها ومحاصرتها بثلة من الدراسات والتحليلات السوسيولوجية التي تكشف هذه الديناميات الاجتماعية للإعلام، وكيفية سيطرتها على المنظومة الفكرية للأفراد، وفق طرح الإشكال التالي:

- كيف استطاع الإعلام المعاصر بكافة تقنياته المحدثه تشييد وصناعة واقع اجتماعي للأفراد بعيداً كل البعد عن واقعهم الاجتماعي الأصلي/الأول؟ وما هي الاستراتيجيات الإعلامية التي يعتمد عليها؟
- الفرضيات المعتمدة في الورقة

نفترض من خلال هذه الورقة ثلاث فرضيات أساسية:

– نفترض أن المنظومة الإعلامية المعاصرة تخلق مجموعة من الأساطير

بغية السيطرة على أفكار معتنقيها.

- نفترض أن الديمقراطية التي تتبناها وسائل الإعلام وتروج لها، هي ديمقراطية شكلية/صورية تخدم مصالحها الأيديولوجية (رجال الأعمال)
- نفترض أن تزايد الاستعمال التقني لرمز ووسائل الاعلام، أدى إلى موت الواقع الحقيقي/المادي ورموزه، وبزوغ واقع زائف/غير واقعي.

● الهدف من الورقة

- تسليط الضوء على استراتيجيات الإلهاء التي تقوم عليها وسائل الاعلام، بالإضافة إلى الكشف على تقنيات تقليب الواقع والفكر الإنساني، وترسيخ جملة من الرموز والدلالات غير واقعية/وهمية.

● المنهج المعتمد في الورقة

نعتمد في هذا البحث على منهج تحليلي نقدي ذات صبغة نظرية، مرتكزين على جملة من الدراسات السوسيولوجية التي تعد ذات أهمية بمكان في حقل سوسيولوجيا الإعلام. ومن أجل مقارنة هذا الإشكال السوسيولوجي بنوع من الموضوعية المنهجية سنعتمد في ورقتنا هذه على أربعة مستويات أساسية:

المستوى الأول: سنركز فيه على البعد الإبستمولوجي لكل من مفهوم الإعلام وصناعة الواقع، من أجل إزالة أي التباس وغموض ينتابها. وبه يمكن أن نقدم تعريفات تفيد توضيح المفهوم و فقط، وليس عرض معجمي مفصل لها.

المستوى الثاني: سنعتمد فيه على تحليل الأساطير الإعلامية التي أبرزها السوسيولوجي الأمريكي هربرت شيللر Herbert Schiller من خلاله دراسته: المتلاعبون بالعقول¹.

المستوى الثالث: سنخصصه لتحليل الدور الإعلامي في صناعة الفكر الإنساني مع تسليط الضوء على كيفية التحكم فيه من خلال رجال الأعمال والفئة المختصة،

¹هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، مارس 1999.

بالاستناد لدراسة الفيلسوف والسوسيولوجي الأمريكي نعوم تشومسكي Noam Chomsky الموسومة بـ: **السيطرة على الإعلام**¹.

المستوى الرابع: نحاول تسليط الضوء على الدرس السوسيولوجي الذي قدمه جون بودريار Jean Baudrillard من خلال تأكيده على أطروحة موت الواقع/فوق واقع الذي كان نتيجة حتمية للتلاعب بالإشارات والرموز في عالم الإعلام والصورة.

أ. المدخل الإبستمولوجي

• مفهوم الإعلام

إن مفهوم الإعلام من المفاهيم التي انصب نحوها التفكير بشكل غزير، وتعد حوله التعاريف والتأويلات، لكن يمكن تعريفه وفقاً للمفكر أوتوجروت أنه ذلك التعبير الموضوعي عن العقلية والروح الجمهوري وميولاتهم واتجاهاتهم تجاه قضية ما². كما يشير سمير حسن في نفس المصعب الفكري إلى تعريفه بأنه كافة أوجه وأشكال النشاط الاتصالي التي غايتها تبليغ الجمهور بالمعلومات والحقائق حول قضايا ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحيز، مبتغية بذلك خلق معرفة ووعي وإدراك وإحاطة شاملة حول موضوع ما لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية تنير بها الرأي العام³.

استناداً لنظرية وضع الأجندة (Agenda- Setting Theory) في قراءتها للإعلام، تؤكد على أنه هو الوسيلة التواصلية التي تحدد القضايا المهمة وفق ترتيبها⁴، ومن داخل هذه المتن النظري يؤكد المفكر Stephen Batrosون أن الإعلام هو

¹ نعوم تشومسكي، بالسيطرة على الإعلام: الإنجازات الهائلة للبروباجندا، تعريب اميمة عبد اللطيف، دار النشر مكتبة الشروق الدولية- القاهرة، الطبعة الأولى.

² حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام-كلية الإعلام- القاهرة، 2017، ص9.

³ نفس المرجع، ص 9.

⁴ أنظر في هذا الصدد: نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015.

"العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث يصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكيف إدراكه وفقا لأهمية المنسوب لقضايا تلك الوسيلة وموضوعيتها، وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة"¹.

يمكن النظر لهذه التعددية في المضامين الإعلامية وفق الإملاءات التي تحددها، فحنما نتحدث عن الإعلام الحكومي فإنه يخدم ويروج للصورة الإعلامية الخاصة بالسلطة الحاكمة دون تسليط الضوء على سلبياتها ونقاط ضعفه، في حين يعمل نمط الإعلام السياسي على إظهار التوجه السياسي الخاص بحزب أو تنظيم ما، والإعلام الديني يركز على التبشير والتبليغ الديني الخاص بطائفة أو جماعة ما، أما الإعلام التجاري فهو معروف بمنطق السوق الذي يتأسس على عرض السلع المحلية والمستوردة، والإعلام الاجتماعي يستند في مادته الإعلامية على مجمل البرامج التربوية والصحية والعلمية التي غايتها خدمة الفرد والمجتمع على حد سواء، كما يمكن الإشارة إلى ما يصطلح عليه بالإعلام المستقل الذي يخدم الرؤية الإنسانية للجمعيات والمنظمات غير حكومية، والتي لا تكون لها تبعات دينية أو سياسية أو عرقية².

• مفهوم صناعة الواقع

يقوم هذا المفهوم التركيبي على مفهومين أساسيين، أولهما مفهوم الصناعة وثانيهما مفهوم الواقع. فالأول يحيل في المعجم الفلسفي لجميل صليبا على أنه لفظ يطلق على الملكة التي يقدر بها استعمال المصنوعات على وجه البصيرة لتحصيل غرض من الأغراض بحسب الإمكان، أما اصطلاحيا فتفيد مجموعة من المعاني؛ أهمهما أنها مجموع الطرق المحدودة التي تنبع من غير روية لتحصيل بعض الأغراض، أو أنها

¹ منال المزاهر، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1، 2003، ص 332.

² أنظر في هذا الصدد: رعد الدخيلي، مخاطر الإعلام المعولم، موقع كتابات، بتاريخ 12 كانون الأول 2013.

(<https://kitab.com/2013/12/11/>مخاطر-الإعلام-المعولم/)

الخطوات المنظمة المبنية على المعرفة العلمية، وقد تكون الصناعة هنا مادية (كالمنتجات الصناعية) أو معنوية (كالأخلاق، الأفكار...) ¹. أما مفهوم الواقع، فيمكن تحديده على أنه الحاصل، والواقعي هو المنسوب إلى الواقع، ويرادفه الوجودي والحقيقي، والعقلي ويقابله الخيالي والوهمي ².

إن المغزى الإجمالي وراء استعمال هذا المفهوم التركيبي "صناعة الواقع" هو تبيان الكيفية التي بها يصنع الواقع المعاصر مثله مثل أي منتج صناعي آخر، موضحين من خلاله الأغراض وراء هذه الصناعة، وكذا الخطوات والطرق المبنية لتحصيل هذه الأغراض. به تكون وسائل الإعلام اليوم هي المشتل المعاصر لصناعة الواقع مادياً من حيث السلوكات اليومية وكيفية العيش، ومعنوياً من ناحية الأفكار والأخلاق التي تروج لها. وبه يمكن القول إن الواقع بمعناه الكلاسيكي قد بدأ ينهار بالفعل، لأن الحقيقة التي كانت تستقى من وجوده، أصبحت تستمد من وسائل الإعلام، لأن أفراد المجتمع اليوم أصبحوا يبنون تصوراتهم من خلال ما يقرأ ويسمع ويرى في هذه الوسائل ³.

ب. التضييل الإعلامي وصناعة الأساطير (هربرت شيللر Herbert

(Schiller

يرتكز الإعلام من منظور عالم الاجتماع الأمريكي هربرت شيللر Herbert Schiller على جملة من الدعامات التي تعد أساس قيام الحياة الاجتماعية (نموذج تحليلي للمجتمع الأمريكي)؛ هذه الدعامات في اعتقاده أساطير مصطنعة تؤثت المشهد الإعلامي وتكسبه مضموناً مخالفاً تماماً لواقعه وحقيقته. الأمر الذي يفيد التضييل

¹ جميل صليبا، المعجم الفلسفي (الجزء الأول)، دار الكتاب اللبناني، بيروت-لبنان، 1982، ص 734-735-736.

² نفس المرجع (الجزء الثاني)، ص 552.

³ محمد علي فرح، صناعة الواقع الاعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مركز نماء للأبحاث والدراسات، مطابع الشبانان الدولية، الطبعة 1، بيروت، 2014، ص 99.

الإعلامي للواقع وقلبه؛ من خلال ترسيخ هذه الأساطير التي أجملها في خمس أساطير على الشاكلة التالية:

1. **أسطورة الفردية والاختيار الشخصي؛** وهي أكبر أسطورة استطاع الإعلام المعاصر باعتباره مكمل لمنطق السوق في الحياة الاجتماعية للأفراد أن يرسخها في أذهان الأفراد، إذ لم نقل هي أساس قيام وجودهم الفردي. إن صياغة تصور الحرية في عبارات تنسم بالنزعة الفردية والملكية الخاصة ما هي إلا استمرار لروح الليبرالية للاقتصاد من جهة، ومن جهة أخرى التركيز على الرفاهية والسعادة الفردية كتتويج للفردانية كقيمة اجتماعية تعزز مبدأ الاستقلالية. إذ ما يمكن قوله عن هذه الأسطورة، إنها ساهمت في الازدهار الاقتصادي الإنتاجي المؤسسي، الذي أصبح يحقق معدلات إنتاجية ضخمة، تساعد بشكل مباشر في ترسيخ فكرة الدعاية النفعية المتعلقة بالفردية والاختيار الشخصي والتراكم الخاص. وبه تكون أسطورة الاختيار الشخصي والحرية الفردية أحسن مناخ مواتٍ لفكرة المشروع الخاص. ولإكساب المشروعية الاجتماعية والثقافية لهذا النظام الاجتماعي ثم "إضفاء طابع عقلاني (عليه)، وإلى التبشير بمستقبل عظيم، وإما إلى تحويل الأنظار عن نقاط ضعفه المتفاقمة"¹. في هذا المستوى يؤكد هاربرت ماركوز Herbert Marcuse أن الواقع الاجتماعي الذي تبنيه المجتمعات الرأسمالية يختلف تماماً مع ما تروج له، فنمط الحرية التي تؤكد عليه هو العبودية، والمساواة التي تجسدها هي اللامساواة المفروضة فرضاً².

2. **أسطورة الحياد** التي تفيد أن المؤسسات الإعلامية يجب أن تتمسك بحبل الحياد من أجل أن يتسنى لها تضليل الشعب المتبع لها وجعله مؤمناً بها وتمسكاً بحيادها في تحليلها للواقع الاجتماعي والمضمون الذي تعرضه. وبه يقول هيربرت شيللر Herbert Schiller " لكي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفاعلية

¹ هيربرت شيللر (نفس المرجع)، ص 16.

² محمد علي فرح (نفس المرجع)، ص 155.

أكبر. لا بد من إخفاء شواهد وجوده. أي أن التضليل يكون ناجحاً عندما يشعر المضللون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية. بإيجاز شديد نقول: إن التضليل الإعلامي يقتضي واقعا زائفاً هو الإنكار المستمر لوجوده أصلاً¹. إن وسائل الإعلام هي ذلك الإبن المطيع للمسيطر والوسيط المعاصر بين السيد والعبد، إلا أنها متشعبة بروح الرفاهية التي تعبر عن بنية فوقية قائمة على قاعدة المجتمع المضطهدة².

إن الحكومة والإعلام والتعليم والعلم، مؤسسات اجتماعية وجب أن يعتقد الشعب اعتقاداً جازماً أنها الركيزة المرجعية لأسطورة الحياد. كما يجب التأكيد على موضوعيتها ونزاهتها، وأنها خالية من أي أيديولوجية في جميع المناسبات. إن الناظر للحقل الاجتماعي بأعين تحليلية سيكتشف أن هالة الحياد والموضوعية " يتم اللجوء إليهما لوصف الأداء الوظيفي للأنشطة المحملة بقيم وأغراض محددة، والتي تقدم الدعم للنظام المؤسسي السائد. ومن العناصر التي لا غنى عنها للحفاظ اليومي على نظام السيطرة. تلك الأسطورة التي تحظى برعاية فائقة والتي تقول بأنه لا سيطرة لأي مجموعات أو آراء خاصة على عمليات صنع القرارات المهمة في البلاد"³.

3. أسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة؛ وهي أسطورة تتماشى والأسطورة الأولى بشكل كبير، حيث يتم تعزيزها - الملكية الفردية- كواقع اجتماعي لامناص منه، معتمدين في هذا على جملة من النظريات النفسية والاجتماعية مفادها أن الصراع الذي نلمحه في حياتنا ما هو إلا صراع فردي بالأساس، وليس صراع طبقي، لكون العدوان جزءاً لا يتجزأ من الطبيعة الإنسانية. وعلى هذا الأساس يتم إدراج وعرض مادة إعلامية على شكل برامج عنيفة، تؤكد أن العنف أصيل في الإنسان و"يحاولون بذلك أن يقدموا للناس ما يحبونه، ثم يخبروننا، وهم يهزون

¹ هيربرت شيللر(نفس المرجع)، ص 16.

² محمد علي فرح(نفس المرجع)، ص 155.

³ هيربرت شيللر(نفس المرجع)، ص 18.

أكتافهم بلا مبالاة، أن الطبيعة الإنسانية تتطلب-للأسف الشديد- ثماني عشرة ساعة يوميا من الإيذاء والقتل"¹. إن الطبيعة الإنسانية من منظور مظلي الإعلام تتأسس بشكل كبير على الثبات والاستقرار، ولا يسمح للفكر الإنساني بالتطور، أو بالأحرى للأطروحات الفكرية التي تؤكد على أن الطبيعة الإنسانية قابلة للتغيير في الظهور والانتشار.

4. أسطورة غياب الصراع الاجتماعي التي تؤكد على أن المجتمع منسجم ومنتظم ومتضامن، وتوجيه العقول نحو هذا الأمر الذي تسعى من خلاله حجب فكرة المجتمع الطبقي والاستغلال الجماهيري. تحاول القنوات الإعلامية من وجهة تنفيذ أطروحة الصراع الطبقي ودعم أطروحة الصراع الفردي الذي يخدم الأسطورة الرابعة، مع التأكيد بأن هذا العنف/الصراع لا يرتبط بالفئة الاجتماعية للفرد. هذه الأسطورة التي لا تحبذ الاعتراف بعمق الصراع الاجتماعي كنظام اجتماعي قائم، وأساسي لتفسير الصراعات الفردية. عملت الأجهزة الإعلامية بصناعة ثقافة تحجبها، تتمثل في تكوين معرفة سطحية لدى الأفراد وألوان متعددة من الترفيه والفكاهة. تمت شرعنة هذا الأسلوب من خلال إسناده لدراسات في علم النفس الجماهيري، التي تعتقد أن القضايا الاجتماعية تثير القلق في نفوس المشاهدين، وبه يتم الحرص من طرف رعاة البرامج على مبدأ السلامة النفسية، من أجل الحفاظ على أكبر عدد ممكن واستبعاد أي مادة إعلامية خلافية².

5. أسطورة التعددية الإعلامية التي تغدي وهم حرية الاختيار، لكون هذين المفهومين يمثلان ركائز أساسية لتوجيه العقول. فرغم التصريح بالاختيار في التدفق الإعلامي الهائل للقنوات الإعلامية، فإن مضمون المادة الإعلامية يعكس رؤية المصالح المادية والإيديولوجية لأصاحب الملكية. وبه يقول هربرت شيللر إن " الآثار المقيدة للاحتكار ليست في حاجة إلى التفسير، كذلك تحدي احتكارات وسائل الاتصال من إمكان الاختيار فيما يتعلق بالمادة الإعلامية أينما تعمل. فهي

¹ نفس المرجع، ص 19-20.

² هربرت شيللر(نفس المرجع)، ص 24

تقدم رؤية واحدة للواقع. هي رؤيتها الخاصة. ويندرج تحت هذه الفئة معظم الصحف، والمجلات، والأفلام التي تنتجها مجموعة الشركات الكبرى المالكة لوسائل الاتصال. سواء على مستوى الولايات والمدن، أو على المستوى القومي¹. إن ما يمكن التصريح به في هذا البعد هو أن التنوع والتعدد الإعلامي الذي تتبجح به البروجاندا الإعلامية ما هو إلا وهم شائع بين المشاهدين وليس له أي واقع ملموس، لذلك يظل تجريداً غير ملموس. وعليه تكون الأنشطة الإعلامية استمراراً لبعضها البعض ومحافظة لجوهرها الذي يمكن اختصارها في التوجيه الثقافي للمشاهد ومراكمة الأرباح الناتجة عن عدد المشاهدات،

خلاصة لهذا الدرس السوسيولوجي النقدي الذي قدمه هربرت شيللر Herbert Schiller حول المنظومة الإعلامية الأمريكية، التي تعمل بكل جهد لصناعة واقع اجتماعي بعيد كل البعد عن الواقع الاجتماعي المعاش، من خلال دعمه وشرعنته بمجموعة من الأساطير الإعلامية التي تجعل الأفراد يتمسكون به إلى حد الموت. فإن الوعي الإعلامي الذي تصنعه هذه الأجهزة الأيديولوجية يعد ذو هدف استراتيجي، نجد بدايتها في تقنية "التجزئية **Fragmentation**" التي تعمل على وجوب تجزئة الخبر الإعلامي من جهة، وتجزئة الواقع الاجتماعي ولإنكار التام للترابط الحتمي بين الظواهر الاجتماعية من جهة أخرى، مروراً بتقنية "فورية المتابعة الإعلامية **Immediacy of Information**" باعتبارها امتداداً للأولى وتساعد على التضليل الإعلامي، من خلال السرعة في البث وكذا الزوال، وعدم العمل بنية ثابتة للمادة الإعلامية.

أعتمد هربرت شيللر Herbert Schiller على هذه التقنيات من أجل توضيح العملية التي في صلبها يتم تضليل الوعي الاجتماعي الواقعي وصناعة عقل إعلامي بديل أو اسمه بـ "السلبية" هذه الصفة التي تكون هي الهدف النهائي المنشود لسياسة توجيه العقول.

¹ نفس المرجع، ص 26.

ت. البروباجندا الإعلامية وصناعة الديمقراطية (نعوم تشومسكي

(Noam Chomsky

يعد الإعلام ذو أهمية بمكان في تشييد القيم والمعايير الذوقية والفكرية ورؤية الأفراد للعالم، كما يعمل على صناعة الدوكسات والعقائد، وكذا توجيه وتحديد طرق ومسارات الحشود وال جماهير. هذا الدور الريادي في تطبيع الأفراد وحشورهم بجملة من الأفكار الأيديولوجية التي تعكس مصالح إرادة سياسية وتحقيقها إثر إملاءات قوى عظمى مالكة للمجتمع، كان في صلب اهتمامات المفكر الأمريكي نعوم تشومسكي Noam Chomsky. هذا ما عبر عنه في مجموعة من الأعلام أهمها كتاب " السيطرة على الإعلام Power Of Media".

من خلال هذا المرجع العلمي يؤكد لنا نعوم تشومسكي Noam Chomsky كيف تقوم أجهزة الإعلام على بسط سيطرتها وفرض سلطانها على المجتمع وأفراده، من خلال استراتيجيات الإلهاء التي تقوم بها، وكذا تشييد المجتمع إعلامياً، وخلق فضاء خاص بها، لذا أوسمها نعوم تشومسكي "الإنجازات الهائلة للبروباجندا". مركزاً في هذا المستوى على الكيفية التي يعمل بها الإعلام الأمريكي على تحويل أفكار واختيارات شعبه إزاء الأمور، مورداً في هذا المستوى جماعة كريل؛ وهي جماعة مكونة من مجموعة من العلماء النفسانيين والاجتماعيين (من قبيل جون ديوي، هيربرت سبنسر وآخرون)، قاموا بتحويل رأي الشعب الأمريكي بالاستناد إلى البروباجندا الإعلامية، من شعب مناهض لفكرة الحرب إلى شعب مهووس بها في مدة لا تتجاوز ستة أشهر، في مرحلة حكم الرئيس الأمريكي "وودرو ويلسن" الذي كان شعار حملته الانتخابية "سلام بدون نصر".

استناداً إلى ما جاء أعلاه، خرج نعوم تشومسكي Noam Chomsky بمفهوم جديد يصطلح عليه "ديمقراطية المشاهد". يؤكد من خلاله أن صناعة الإجماع على قرار أو رأي اجتماعي هو رهين الاستراتيجيات المبذولة من طرف البروباجندا الإعلامية لتوجيه الجمهور نحوه وإقناعه به والتأكيد عليه حتى لو لم يرغب الجمهور

في ذلك. يدافع نعوم تشومسكي Noam Chomsky على هذا التحليل السوسيولوجي من خلال استشهاده بالنظرية "الديمقراطية التقدمية" التي تعود للمفكر والتر ليبمان¹، التي تفيد أن المجتمع في عمقه ينقسم إلى طبقتين؛ طبقة نخبوية متخصصة مالكة للفعل وقائمة به، وطبقة كبيرة تكتفي بفعل المشاهدة، ويطلق عليها اسم القطيع الحائر والضال. ويكمن دور هذه الأخيرة في إتباع أفراد الطبقة الأولى. وبصيغة أخرى أكثر تحديدا فإنه يجب على النخبة المتخصصة أن تصنع نتائج التصويت والانتخابات والتحكم بها، وعدم تركها للعامين، ومن أجل نجاعة هذه العملية يجب التحكم بشكل كامل في وسائل الإعلام وفي مادتها الإعلامية، للسيطرة على طرق تفكيرهم وتوجهاتهم في عملية التصويت والانتخابات²

في حالة حدوث "الانحراف الديمقراطي" الذي يعبر عنه بالاحتجاجات والإضرابات، تلجأ البروجاندا الإعلامية حسب نعوم تشومسكي إلى خلق "العقل العام"؛ الذي هو مجموع المصالح العامة. هذا الأخير ما هو إلا تعبير مجازي عن المصالح المشتركة لرجال الأعمال. من خلال هذه العملية التشويهية للواقع يتم بتر أي تجمع شعبي يدافع فيه الأفراد عن حقوقهم، من خلال تحويل هذا الدفاع من الحق في مطالب مشروعة وأساسية إلى الحق في الاستهلاك فقط.

هذا الترويض الأيديولوجي للإعلام، الذي يجعله في خدمة مصلحة فئة معينة على حساب فئة أخرى، هو الذي يجعله ذو سلطة اجتماعية وسياسية وفكرية وتعليمية. لهذا يقول نعوم تشومسكي Noam Chomsky إنه "حينما تسيطر على الميديا وتعكس المؤسسات التعليمية والأكاديمية آراء النخبة، يمكن حينئذ أن تمرر رسائل³. ومنه تُسمح لك الفرصة في تزييف الواقع وتعتيم الشعب وتوجيه الرأي العام نحو ما تشاء

¹ صحفي وكاتب ومفكر أمريكي، حصل على "جائزة بوليتنز" في الصحافة على أعماله الصحفية التي امتدت لحوالي أربعين عاما، وقيل عنه أنه أعظم مفكري القرن العشرين.

² محمد علي فرح(نفس المرجع)، ص 97.

³ نعوم تشومسكي(نفس المرجع)، ص20.

الإرادة الخاصة لأصحاب رجال الأعمال باسم المصلحة العامة/العقل العام. به تكون "فصورة العالم التي تقدم إلى عامة الجمهور أبعد ما تكون عن الحقيقة، وحقيقة الأمر عادة ما يتم دفنها تحت طبقة وراء طبقة من الأكاذيب"¹.

ما يمكن استنتاجه كمضمون معرفي لهذا الدرس السوسيولوجي لنعوم تشومسكي Noam Chomsky، أن جل الشعارات التي يتم ترديدها حول الديمقراطية، ما هي في نهاية المطاف إلا ديمقراطية محفوفة بمصالح فئة نخبوية مختصة في توجيه وصناعة الإجماع. وأن الديمقراطية التي تروج لها البروباندا الإعلامية الأمريكية ما هي إلا ديمقراطية للمشاهد، التي يوضع موضع الإنسان السلبي، المسلوب في فكره والموجه إعلامياً، لكونها تتقن فن التلاعب بالعقول وتزييف الواقع.

ث. أطروحة موت الواقع (جوب بودريار Jean Baudrillard)

عرف العالم مجموعة من التغيرات مع المراحل التالية من الرأسمالية، ولفهم البنية الاستهلاكية اليوم لا ينبغي تحليل المنتج أي السلع، لكن وجب علينا فهم وتحليل الإشارات الناتجة عن المنتج بعينه. لأن الرغبة في الاستهلاك اليوم لا تتم من خلال الرغبة في المنتج بقدر ما تتأسس على امتلاك الإشارات الناتجة عنه. أي لا يكمن النظر للمنتج من خلال قيمته الاستعمالية بل التركيز على قيمته التبادلية الرمزية، لأنها تنبني على ترسانة من المعاني والرموز والإشارات. إننا في عصر تغطي فيه الإشارة والمعاني على السطح وظاهرة للعيان ولا تتطلب منا السبر في أغوارها رغبة في الحقيقة، لأنها بكل بساطة لا توجد². لكون الصورة التي يتم إنتاجها في هذه المجتمعات حسب جون بودريار تمر بثلاث مراحل أساسية؛ أولها أنها انعكاس لحقيقة ما، ثم بعد ذلك تحجب وتشوه حقيقة عميقة، وفي المرحلة الثالثة، تحجب غياب الحقيقة العميقة، وفي الأخير تكون بلا علاقة مع أي حقيقة كانت، إنها اصطناعها الخالص

¹ نفس المرجع، ص 20.

² دفيد انغليز، جون هيوسون، مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، ترجمة لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة الأولى، 2013، ص 216-217-218-219.

المحض بها¹. وعليه فإن الرموز تحولت من وظيفة حجب شيء ما إلى عدم حجبها لأي شيء، لكون هذا الأخير لا يوجد.

إن المجتمع المعاصر حسب تعبير جون بودريار Jean Baudrillard أصبح يمتاز بـ "موت الواقع" الذي هو نتيجة مجموعة من أنظمة الإشارات المتحولة وغير مستقرة لصورة زائفة "simulacra" التي تعيد صنع الواقع بـ "واقعية مفرطة" «Hyperreal» يتضمن رموزاً للأشياء التي يبدو أنها تحاكيها بشكل موضوعي، أي تشير إليها. لكن بما أن الأشياء الحقيقية لم تعد موجودة، أصبحت الإشارات هي من تصنع الواقع. وبعبارة أخرى بدلاً من أن ينتج لنا الواقع صوراً تمثله، أصبحت الصورة اليوم هي من تنتج الواقع، وهذا يتأسس على الطبيعة الثقافية للإعلام المعاصر الغير منطقية التي أطلق لها العنان حتى أصبح يصعب التنبؤ بها². إن الإنسان المعاصر كائن حبيس مشاهد القنوات الإعلامية (التلفزيون) التي تثبت على مدار الساعة سيلاً من المعلومات، حتى أصبح يحس هذا الكائن بـ "الدوار" وكأنه يحدق في هاوية لا نهاية لها، وهذا التضاعف من الرسائل جعلها تفقد معانيها، وبعبارة أخرى إن عالم "الحياة الاجتماعية" يتلاشى لصالح تلاعب وهمي بالإشارات³.

يفسر محمد علي فرح أطروحة جون بودريار Jean Baudrillard من خلال مقارنته ما بين الواقع وما فوق واقع الذي يصنعه الإعلام، وفق مجموعة من الأمثلة، حيث يقول إن الديمقراطية في الواقع هي حكم الأقلية يفرضون فيه على الأغلبية قوانينهم، ويسيطرون على كافة أجهزة الدولة، في حين الديمقراطية في فوق واقعي، هي حكم الشعب لنفسه بنفسه، أما المنظم-المدرسة- في الواقع هو جهاز أيديولوجي يشكل وعي الطلاب على تقبل المجتمع كما هو، لكن التعليم المنظم-المدرسة- في فوق

¹ جون بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مراجعة سعود المولي، المنظمة العربية للترجمة، الطبعة الأولى، بيروت، 2008، ص 52.

² ديفيد انغليز، جون هيبسون(نفس المرجع)، ص 219-220.

³ نفس المرجع، ص 220-221-222-223.

واقعي هي المؤسسة المقدسة في المجتمع، وفي عدم وجودها ينهار ويسود الجهل، الفلسطينيون في الواقع، وطن اغتصبت أرضه وشعبه، لكن الفلسطينيون في فوق واقع، إرهابيون يريدون منه اليهود من حقهم الشرعي في بناء مستوطناتهم¹.

خلاصات (من تعدد الرؤى إلى الفكرة الواحدة)

مما لا يختلف فيه البيان، أن الأهمية المتزايدة للوجود الإعلامي في حياة الأفراد، ما هي إلا أهمية تعكس مدى تشبثهم به، لكونه أصبح يمثل النشدان الجماعي والفردى على حد سواء، هذا راجع بالضرورة لتلك الهائلة المستعملة في المادة الإعلامية التي تروج إلى جملة من الأساطير كما حددها هربرت شيللر Herbert Schiller. بالإضافة إلى أن الإعلام قد سيطرة وبشكل كبير على جل تمثالاتنا وأفكارنا اليومية، وقد أصبحت شعاراته أساس قيمنا. بهذا الشكل أصبح لا غنى عنه في الاعتراف بوجودنا، وكما أكد نعوم تشومسكي Noam Chomsky فإننا اليوم أمام تبشيرات إعلامية لا تقبل النظر إليها على أنها أخطاء، ولا تقبل المساومة، وهذا ناتج عن كثرة معتنقيها.

أما من منظور نظرية وضع الأجندة فإن جل الأحداث التي يتم عرضها في المنصة الإعلامية يتم قولبتها وفق الأهمية وتناسبها والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، بهدف صناعة إقناع جماعي حول فكرة ما، بما يتماشى والتوجيهات الأيديولوجية للوسيلة الإعلامية². ونعني هنا بالأيديولوجية للوسيلة الإعلامية، جل الإملاءات الفكرية التي تحددها الفئة المتخصصة ورجال الأعمال باعتبارهما الفئة المالكة للمجتمع والإعلام على حد سواء. الأمر الذي أكده عالم الاجتماع الإيطالي فريفيديو باريتو Vilfredo Pareto في نظريته الصراعية للمجتمع، مؤكدا من خلالها أن النخبة ترغب في الاستمرار في مواقفها ومواقعها القيادية والزعامة المجتمعة على رجل وساق إلى أطول مدة ممكنة، وعدم ترك الفرصة للعوام في المشاركة في هذه

¹ محمد علي فرح(نفس المرجع)، ص 205.

² أنظر في هذا الصدد: نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015.

القوة والمسؤولية¹. وبه تكون القنوات الإعلامية صراف أيديولوجي لها ولأفكارها بغية شرعنة هيمنتها على الفئة المغلوبة.

في حين قدم المفكر الماركسي هاربرت ماركوز Herbert Marcuse بدوره قراءة نقدية للمجتمع الرأسمالي الذي أوسمه بالمجتمع ذو البعد الواحد، لكونه صنع لنا إنساناً ذو بعد واحد، سمح في الحرية وتشبث بوهم الحرية التي يستمدّها من بعده الاستهلاكي فقط، لأن هذا المجتمع يجمع الحرية في الاستهلاك فقط، وفي هذا المستوى يلعب الإعلام دوراً ريادياً، حيث يقوم بصناعة حاجات وهمية للإنسان ويجعلها ذات أهمية وشأن، كما يقوم تزييف الحاجات المادية والفكرية للإنسان لكي لا يفكر في مشروعية الثورة على الطبقة المسيطرة على المجتمع².

إن الواقع الذي كان بموجبه الإنسان يميز بين الكاذب والصادق، الواقع والخيالي، الحقيقي والزائف، قد انهار في المرحلة المعاصرة³ لأننا أمام سيلان هائل من الصور الإعلامية التي تشييد واقعا وتحدد رؤيتنا للعالم، وهذا ما أكده السوسيولوجي الفرنسي جون بودريار Jean Baudrillard، حيث يكشف لنا بدوره كيف استطاعت أيقونات الإعلام اليوم أن تشييد مجتمعا على رؤيتها، مجتمعا استهلاكيًا يؤمن بالمظهر والسطحية والسرعة، وحياة السعادة في استهلاك المنتجات والترفيه والتسلية. كما تسعى لصناعة المجتمع وفقا لرموزها أي صناعة وواقع مفرط في واقعيته/فوق واقعي.

استنادا إلى ما جاء أعلاه، يكفينا الخروج بثلاث استنتاجات أساسية :

- المنظومة الإعلامية المعاصرة استطاعت أن تخلق مجموعة من الأساطير الفكرية والثقافية والاجتماعية، أهمها أسطورة

¹ أحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة: دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2010، ص132.

² محمد علي فرح(نفس المرجع)، ص 130-131.

³ نفس المرجع، 100.

الحياة الفردية والاستقلالية والحرية. هذه الأساطير جعلت من الفرد يتحول من كائن اجتماعي يؤمن بالقيم والأخلاق والمسؤولية إلى كائن فردي تطغى على صفة المصلحة الشخصية والفرديّة السلبية.

- إن وسائل الإعلام قناة أيديولوجية في يد الطبقة الحاكمة، تقوم بتوجيه الفكر الجماهيري وفق الأجندة الاقتصادية والسياسية الخاصة بها. وبه يكون الخيار الديمقراطي الذي تروج له هذه الوسائل، أكبر وهم وتزييف للواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي لدى الشعوب.

- بفضل تزايد الاستعمال التقني لوسائل الإعلام، ارتفعت وثيرة استهلاك الرموز والدلالات الناتجة عنه، إلى درجة يعد استهلاكها مكملاً اجتماعياً ووجهة في أعين الآخرين. هذا ما ساهم في إنشاء مجتمع يؤمن بالرموز والصورة الافتراضية المأخوذ عن استهلاك منتج ما، مقابل موت الواقع الحقيقي/المادي.

التوصيات

- محاولة التفكير في نسق إعلامي تحرري على حد تعبير الدكتور محمود السعدي، غايته فتح نقاش عمومي على كافة مصراعيه، يتأسس على الاعتراف والتفاوض والاختلاف، وكذا الرؤية النقدية للقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

المراجع المعتمدة :

- أحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة: دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2010.
- جميل صليبا، المعجم الفلسفي (الجزء الأول والثاني)، دار الكتاب اللبناني، بيروت-لبنان، 1982.
- جون بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مراجعة سعود المولي، المنظمة العربية للترجمة، الطبعة الأولى، بيروت، 2008.
- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام-كلية الإعلام- القاهرة، 2017.
- دفيد انغليز، جون هيوسون، مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، ترجمة لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة الأولى، 2013.
- رعد الدخيلي، مخاطر الإعلام المعولم، موقع كتابات، بتاريخ 12 كانون الأول 2013. (<https://kitab.com/2013/12/11/مخاطر-الإعلام-المعولم/>)
- محمد علي فرح، صناعة الواقع الاعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مركز نماء للأبحاث والدراسات، مطابع الشبانات الدولية، الطبعة 1، بيروت، 2014
- منال المزاهر، نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1
- نسرین حسونة، نظريات الإعلام والإتصال، شبكة الألوكة، 2015.
- نعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام: الإنجازات الهائلة للبروباجندا، تعريب اميمة عبد اللطيف، دار النشر مكتبة الشروق الدولية- القاهرة، الطبعة الأولى.

- هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، مارس 1999.

الصحافة المكتوبة وقيم الشباب الجزائري: قراءة في التأثيرات

The written press and the values of Algerian Youth:

Reading In Effects

اعداد:

أ.وهيبة بشريف

طالبة دكتوراه وأستاذة مؤقتة، جامعة باتنة - 1، الجزائر

wahiba2500@hotmail.fr

ملخص:

برز موضوع تأثير المضامين الإعلامية على المجتمع، بعد فترة الثلاثينيات، عندما بدأ الجدل بين الباحثين حول تأثير وسائل الإعلام على الأفراد، الذي مازال يشهد تضارب الآراء والاتجاهات حوله، حيث برز موضوع تأثير وسيلة الإعلام المقروءة على الشباب، هذا الأخير الذي يعتبر مستقبل الأمة، وهدفها لتحقيق الازدهار والرفي، فلا بدّ إذن من الاعتناء بهذه الشريحة، ومما سبق طرح الاشكالية التالية: ما هو تأثير المضامين الصحفية على قيم الشباب الجزائري؟

وتوصلت هذه الورقة البحثية إلى مجموعة من النتائج مفادها أن المضامين الصحفية تؤثر على الشباب الجزائري حسب خصائصهم الديموغرافية، فكلما كانت أعمار الأفراد أكبر سناً، كلما قل اعتقادهم بأن المضامين الصحفية تساهم في تثبيت قيمهم، وتساهم المنتجات الصحفية في تغيير قيم الشباب التالية: "الالتزام بالوقت"، "الارتباط بالسلطة"، "الغاية تبرر الوسيلة".

الكلمات المفتاحية: الصحافة المكتوبة، القيم، الشباب، التأثير.

Abstract

The topic of the impact of media content has emerged on the society, after the 1930s, when the controversy between researchers on the influence of the media on individuals, who still see the conflicting views and trends around it, emerged the impact means media on young people, the latter which is the future of the nation, and its purpose is to achieve prosperity and sophistication, it is therefore necessary to take care of this chip, it is already pose the following problem: What is the impact of the Content press releases on the values of the Algerian Youth?

This paper reached a set of conclusions that press contents affect the Algerian youth, according to demographic characteristics, the greater the reconstruction of older individuals, the less belief that the Content Press Releases contribute to the installation of their values and contribute to the press products in changing the values of young people: "The commitment of time," he said, "The Authority", "the end justifies the means."

Keywords: the written press, the values, the youth, the impact.

مقدمة:

لقد اشتغل الباحثين والعلماء في مجالات المختلفة، خاصة مجال علوم الإعلام والاتصال، بدور وسائل الإعلام في المجتمع، وتأثير مضامينها الإعلامية على الأفراد المستخدمين لها، وتجلّى هذا في فترة الثلاثينيات، عندما بدأ الجدل بين الباحثين حول تأثير وسائل الإعلام على الأفراد، الذي مازال يشهد تضارب الآراء والاتجاهات حوله، حيث برز موضوع تأثير وسيلة الإعلام المقروءة على الشباب، هذا الأخير الذي يعتبر مستقبل الأمة، التي تتوقف عليه التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومما سبق، يتبادر إلينا طرح الإشكالية التالية:

ما هو تأثير المضامين الصحفية على قيم الشباب الجزائري؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:

- ماهي العلاقة بين الشباب الجزائري والصحف المكتوبة؟

- هل تساهم الصحف المكتوبة في تثبيت القيم لدى الشباب؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نعتمد على المحاور الآتية:

- المحور الأول: المدخل المفاهيمي

المحور الثاني: الصحف المكتوبة كمؤسسة لتنشئة الشباب.

المحور الثالث: الإعلام المكتوب والشباب: العلاقة المتبادلة.

المحور الرابع: قيم الشباب وتأثره بالمحتويات الصحفية.

- أولاً: مدخل مفاهيمي

1- الصحافة المكتوبة:

وردت الصحيفة في المعجم الوسيط على أنها "اضمامة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة، وجمعها صحف وصحائف، والصحفي من يأخذ العلم من الصحيفة لا عن أستاذ".

أما في قاموس أوكسفورد تستخدم كلمة صحافة بمعنى **press**، وهي "شيء مرتبط بالطبع ونشر الأخبار والمعلومات، وتعني أيضا **journal** يقصد بها الصحيفة و **JOURNALISM** بمعنى الصحافة و **journaliste** بمعنى الصحفي فكلمة صحافة تشمل إذن الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه". (محمد منير حجاب، 2010، ص 13،14)

2- القيم:

اختلفت القيم من مجتمع إلى آخر، وحتى من منطقة إلى أخرى، لذلك تعددت تعريفات القيمة، فقد عرفت على أنها معايير ومحددات موجبة ومحركة لتصرفات الأفراد والجماعات، تباينت الآراء حول مفهوم القيم لدى كثير من العلماء وفق لمناهجهم وحقولهم الدراسية عند تناولهم لتعريف القيم، فكل يعرف المفهوم بناء على حقله الدراسي، وكذلك يرجع التعدد في تعريف القيم نظرا لكون أن القيمة تختلف من مجتمع لآخر، وهي تعبر عن النسق الثقافي والاجتماعي لذلك المجتمع، وقد وردت كلمة القيم في القرآن الكريم في قوله تعالى: {دِينًا قِيَمًا} (القران الكريم، سورة الأنعام، الآية 161)، وأيضا في قوله تعالى: {وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا} صدق الله العظيم. (القران الكريم، سورة النساء، الآية 5)

والقيم لغة كما وردت في كتاب "القيم في المسلسلات التلفازية" هي "جمع كلمة قيمة وهي مشتقة من الفعل الثلاثي قوم، وقومته بمعنى عدلته، وهو قويم أي مستقيم". (مسعود بن عبد الله المحيا، 1414هـ، ص 26،23)

- اصطلاحا:

رأى "عبد الرحمن عزي" أن القيمة "هي الارتقاء، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عمليا كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى". (عبد الرحمن عزي 2011، ص10)

وأيضاً يقصد الدكتور "عزي عبد الرحمن" بالقيمة على أنها "ما يسمو بالفرد ويرفعه من معانٍ مدركة أو مستنبطة من النص القرآني أو السيرة النبوية أو النصوص المرجعية التي أنتجتها الحضارة العربية الإسلامية، إضافة إلى تلك "النهضوية" الحديثة (بمفهوم القرية زمنياً).

فلا تكون قط من دون مرجعية وإنما تأتي في سياق تعاليم إلهية/دينية لتصبح وثيقة الصلة بالمعتقد، ويمكن فهم علاقة الأخير بالقيمة والإنسان في إطار الخلق، حيث يحدث الارتباط بين الخالق (الله)، الخلق (الإنسان)، والخلق (القيمة)". (سعاد عيسائي، منال كبور، 2012، ص20)

3- الشباب: les jeunes

لغة: كما ورد تعريف الشباب في لسان العرب لابن منظور تعني "الفتوة والفتاء، بمعنى الحيوية والقوة والديناميكية". (محمود قطام السرحان، 2001، ص53)

و الشباب في معجم الوسيط هو "من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة، والشباب هو الحداثة وشباب الشيء أوله". أما في المصباح المنير فالشباب يعني "النشاط والقوة والسرعة"، ويشير قاموس وبستر لمصطلح الشباب بأنه:

فترة من مراحل العمر المبكرة.

فترة العمر التي تكون بين مرحلتي الطفولة أو الحداثة والمراهقة.

فترة النمو المبكرة. (محمد سيد فهمي، 2009، ص85)

- اصطلاحاً:

أما علماء الاجتماع فيرون أن فترة الشباب تدل عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية، ولكي يؤدي دوراً أو أدواراً في بناء المجتمع، وتنتهي

فترة الشباب عندما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية ويبدأ في أداء أدواره في المجتمع أي أن الشخصية الإنسانية تظل شابة طالما أنها لم تعد لأداء أدوارها الاجتماعية بعد. (مسعد عويد، 1979، ص 33، 32)

4- التأثير:

باللغة الفرنسية يسمى **INFLUENCE** وهو "تغيّر في اتجاهات الشخص أو سلوكه والذي يرجع أصلا إلى شخص آخر أو مجموعة أخرى، تأثير: إبقاء الأثر في الشيء". (مدحت عبد الرزاق الحجازي، 1971، ص 80)

والتأثير هو "عنصر أساسي من عناصر الاتصال، وهو المحصلة النهائية لعملية الاتصال ويتم تغيير السلوك الإنساني أو تعديله نحو الأفضل أو نحو الأسوأ". (عيسى الشماس، 2005، ص 17)

ثانيا: الصحف المكتوبة كمؤسسة لتنشئة الشباب

يرى كل من "بيرلمان" و"كوزلي" عملية التنشئة على أنها "عملية بموجبها يعتنق أو يتقمص الناس قواعد أو قوانين السلوك السائدة في مجتمعهم واحترام لقواعده"، أو هي العملية التي يتكيف ويتوافق الفرد من خلالها مع بيئته الاجتماعية ويصبح عضوا معترفا به متعاوناً، كما أنها تساعد على تمتع الفرد بالشعور بالقبول والانتماء. (تهاني محمد عثمان، عزة محمد سليمان، إد، س، ص 33)

كما أن التنشئة الاجتماعية يتم بمقتضاها تلقين المرء مجموعة من القيم والمعايير الاجتماعية المستقرة في ضمير المجتمع بما يضمن بقاءها واستمرارها عبر الزمن، وهكذا يمكن تعريفها على أنها "تعليم الفرد لمعايير اجتماعية عن طريق مختلف مؤسسات المجتمع تساعده على أن يتعايش سلوكيا معه"، ومن خلالها يكتسب الفرد تدريجيا هويته الشخصية التي تسمح له بالتعبير عن ذاته وقضاء مطالبه بالطريقة التي تناسبه. (بطرس حلاق، 2007، ص 97)

تساهم عليّة التنشئة الاجتماعية في التوفيق بين دوافع الفرد ورغباته ومطالب واهتمامات الآخرين المحيطين به، وبذلك يتحول الفرد من طفل متمركز على ذاته ومعتد على غيره، هدفه إشباع حاجات الأولية، إلى فرد ناضج يتحمل المسؤولية الاجتماعية ويدركها ويلتزم بالقيم والمعايير الاجتماعية السائدة، فيضبط انفعالاته ويتحكم في إشباع حاجاته ويقوم بإنشاء علاقات اجتماعية سليمة مع غيره.

وتتشارك المؤسسات الإعلامية في تنشئة الشباب، مع باقي المؤسسات الأخرى،

من بينها:

1- الأسرة:

هي الجماعة الأولى التي ينتمي إليها الطفل ويعيش فيها مع أفرادها في سنته الأولى، ويقع تحت تأثيرها ويستمتع إلى توجيهات أفرادها ونصحهم، والأسرة هي المعمل النفسي الذي ينال الطفل فيه أول قسط من التربية وينعم فيها بالحب والطمأنينة، ويصاحبه أثرها طوال حياته، وللأسرة مسؤولية كبرى دورها في تقرير النماذج السلوكية التي يبدو عليها الطفل في كبره، فلا شك أن شخصية الإنسان وفكرته عن هذا العالم، وتقاليده وعادات ومعايير السلوك هي نتاج لما تلقاه الطفل في أسرته منذ ميلاده، وهي التي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية وتشرف على النمو الاجتماعي للطفل وتكوين شخصيته وتوجيه سلوكه ومن الأسرة يستقي الطفل ما يسود من ثقافة ومن قيم وعادات.

(محمد شفيق، 1999، ص ص 75، 76، 77)

كما يجب على الآباء والأمهات أن يتدرجون مع أولادهم في التعليم، وأن يغرسوا فيهم القيم النبيلة، وأن يتعاملوا مع أولادهم بالعدل، وأن يعلموهم الصدق والأمانة في كل شيء، وهذه أمور الأسرة، وهي المسئولة عنها وتقوم بتلقينها للأطفال منذ نعومة أظافرهم لتهيأ لهم المناخ الصالح والجو الملائم، وبذلك تستطيع إقامة توازن في أنفسهم عند بلوغ النضج وظهور أمارات الشباب، وبهذه التربية تبدأ شخصية الطفل تكبر ويبدأ حتى يصير شاباً. (منصور الرفاعي عبيد، 2001، ص ص 22، 23)

2- المدرسة:

هي البيئة الثانية للطفل، وفيها يقضي جزءا كبيرا من حياته يتلقى فيها صنوف التربية وألوان من العلم والمعرفة، فهي عامل جوهري في تكوين شخصية الفرد وتقرير اتجاهاته وسلوكه وعلاقته بالمجتمع الأكبر وهي المؤسسة الاجتماعية الرسمية التي تقوم بوظيفة التربية ونقل الثقافة المتطورة وعندما يبدأ الطفل تعليمه في المدرسة يكون قد قطع شوطا لا بأس به من التنشئة الاجتماعية في الأسرة، فهو يدخل المدرسة مزودا بالكثير من المعايير الاجتماعية في شكل منظم، ويتعلم أدوارا اجتماعية جديدة حين يلحق بحقوقه وواجباته وأساليب انفعالاته والتوفيق بين حاجاته وحاجات الآخرين، كما يتعلم التعاون والانضباط في السلوك، وفي المدرسة يتعامل مع مدرسين كقيادات جديدة ونماذج مثالية فيزداد علما وثقافة وتنمو شخصيته من كافة النواحي. (محمد شفيق، 1999، ص 79)

ويقف في مقدمة أهداف المدرسة "العلم والتعليم" فهما يوسعان أفق العام للطالب ويولدان لديه قدرة على امتلاك ثقافة حقيقية تتسجم مع ضرورات الاجتماعية بالإضافة إلى اكتساب المهارات والقدرات الخاصة، وتزرع في نفس الطالب طموحا كبيرا نحو اغتراف المعرفة وتسير لديه الطريق إلى المعرفة والتثقيف بها. (نجم الدين السهروروي، 1971، ص 35)

3- وسائل الإعلام:

تؤثر وسائل الإعلام المختلفة، منها الصحافة المكتوبة، بما تنشره وما تقده من معلومات وحقائق وأخبار ووقائع وأفكار وأراء على التنشئة الاجتماعية باعتبارها ناقلة لأنواع مختلفة من الثقافة، فهي تنشر المعلومات المتنوعة عن كافة المجالات التي تتناسب مختلف الأعمار كما أنها تشبع الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى المعلومات والتسلية والترفيه والأخبار والمعارف ودعم الاتجاهات النفسية وتعزيز القيم. (محمد شفيق، 1999، ص 82)

على الرغم من الاعتقاد بأن وسائل الإعلام تمثل أداة مهمة من أهم أدوات التنشئة الاجتماعية، توجد نزعة فكرية أخرى تقول إن وسائل الإعلام تمارس عملية تشويش على عملية التنشئة وتعيق حركتها وهو ما يعرف بظاهرة اللاتنشئة فوسائل الإعلام في إطار هذا المنظور تؤدي إلى تفكيك الحياة الاجتماعية للعائلة وينظر بذلك لوسائل الإعلام بوصفها أدوات معادية للثقافة، ولكن وسائل الإعلام لا تمارس دورها بشكل مستقل عن باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى، وبالتالي فإن التأثير السلبي الذي يمكن أن تمارسه على الثقافة مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالأسرة والمدرسة. (ماجد الزيود، 2005، ص56)

ويرى "راو" (Rao) أن وسائل الإعلام عاملاً ميسراً للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية في الحياة، ويقول: "شرام" إن وسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي مثل الثورات الفكرية، الاجتماعية، والسياسية".

ولأن بناء الأسرة ووظائفها معرضة للتغير والتقلب من جديد بفعل تأثير وسائل الإعلام المرئية، فتتغير العلامات وقد تتقلص وتهمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة تجاه بعضهم وتصبح لكل فرد نزعه خاصة به، الأمر الذي يدفع إلى تغيير مشاكل الأسرة من أسرة مترابطة فيما سكن إلى أسرة مغتربة فاقدة لأوصالها، وترابطاتها. (موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، 2010، ص ص 149، 148)

- ثالثاً: الإعلام المكتوب والشباب: العلاقة المتبادلة

يعتبر الشباب من بين أهم جمهور الصحافة المكتوبة، حيث تقوم الصحف بتأثير على الجمهور، وذلك بفرض منظورات متعددة لإقناع القراء، فمثلاً تستخدم لغة الأرقام في وصف الظاهرة الاجتماعية، وتستخدم الموضوعية في تقدير أهمية الحدث، ويتم إقناع القارئ وتفسيره للأحداث من خلال حساب الأشياء مثل الوقت، الأحداث، كما أنها توضح الصحف الاقتصادية في تقاريرها معدلات التضخم ومعدل الفائدة، فالأرقام

يمكن أن تكون هامة عندما توضح فقط أهمية مغزى معان خاصة، لكن في الواقع غالباً ما تكون هذه الأرقام مضللة، أو تقود إلى نهايات زائفة. (محمد نصر مهنا، 2007، ص143)

ولا يقتصر تأثير صحافة الحكومة على ما تقدمه من منظورات متعددة لإقناع قرائها، بل تمتد يد الحكومات للتحكم فيها، فهي ترغب في إدارة مضمون ما تقدمه الصحف من أخبار، وتلجأ إلى ممارسة ضغوط مختلفة في تهديد ووعيد الصحفيين، ومنه فإن وسائل الإعلام تنتهج عادة أساليب متعددة ومنها ما تستخدمه الحكومات في تزيف جماهيرها، بما تتبعه من تضليل إعلامي، حيث تستخدم التعطيم في المعلومات وحبها عن الجماهير، أو قد تستخدم التهويل والإنكار، وتستغل حكومات شعوب العالم الثالث أبنائها دائماً في هذه العملية نظراً لانتشار الأمية من جانب وعدم توافر مصادر المعلومات الكافية للمقارنة، أما الأساليب الأخرى المستخدمة في تزيف الوعي بفعل المصادر الخارجية، فتأتي متمثلة في عمليات التبعية الثقافية والإعلامية واستغلال الدول المتقدمة للدول النامية في عمليات التكنولوجيا. (محمد نصر مهنا، 2007، ص143)

وتعتبر الصحافة واحدة من أهم الأدوات التي تنقل لنا صورة المجتمع المحلي والمجتمع الدولي صباح كل يوم.

كما أنها تعتبر أداة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها وبدون الصحافة فإننا نفتقد واحدة من أهم مصادر المعلومات، إذا أنها تلعب دور حلقة الوصل بين العالم الخارجي والفرد، وبعض الشباب يرى أن تأثير الصحف أقوى من تأثير القنابل.

وللصحافة دور كبير في تكوين الرأي العام، كما أنها تؤثر في كل الأحداث الاجتماعية والسياسية التي تحدث في المجتمع سواء كان ذلك عن طريق المقالات أو الأعمدة الثابتة أو الرسوم الكاريكاتير أو الصور التي تنقل كل ما يجري في العالم بكفاءة كبيرة، أو إذا أرادت صحيفة أن تكون جذابة للجماهير فإن هناك عدة اعتبارات يجب الأخذ بها وهي:

- تحري الصدق في كل ما تنشره الصحيفة.

- تفسير الأنباء والتعليق عليها.

- تقوية الروح المعنوية للشعب.

- الابتعاد عن ترويح الإشاعات.

- البعد عن الأمور التافهة. (طارق كمال، 2005، ص ص 151، 152)

إن للصحافة تأثير على القارئ وذلك بكلمتها المكتوبة، فالقارئ يقوم بالجزء الأكبر من ناحية فهم الرموز والإيحاءات الأخرى مثل الألوان والأشكال ودلالات الصياغة.

وكلمات الصحيفة تجعل القراء يستشعرون أنهم هم المخاطبين وحدهم بالرسالة وتستخدم الكلمات المطبوعة حاسة من حواس الإنسان، ولذا كما يقول العالم "مارشال ماكلوهان" (Marshall McLuhan) إلا تحتاج إلى قدر كبير من الجهد عند التعرض، وتقدم للقارئ عددا من المثيرات المركزة لأنها تتعامل مع حاسة واحدة، ويمكن الرجوع إليها عند الحاجة وهذه الميزة التي تتسم بها الكلمة المطبوعة تسمى خاصية الاسترجاع. كما أن الصحف تقدم الأخبار والآراء مع جو الحرية التي تتمتع بها خاصة في ظل ارتفاع مستوى التعليم والوعي الثقافي، هذا يجعل الصحف أجدر بتناول القضايا الجادة وأقدر على توجيه الرأي العام، خاصة في تلك القضايا التي تحتاج إلى مناقشات ومعلومات وحجج وبراهين ومواد طويلة تحتاج إلى مجهود ذهني للفهم.

كما توفر الصحافة ما يعرف باسم "السيطرة على ظروف القراءة"، فالقارئ يختار مطبوعة في الوقت والمكان الذي يناسبه، وهو يختار كما يقول "جون ميرل" (John Merrill) على مستويين:

مستوى اختيار الوسيلة (يختار الجريدة التي يراها) ومستوى اختيار الرسالة باختيار الموضوع الذي يراه، ويتبقى ما يتمشى مع مدركاته ويعزز معتقداته، وتساعد

العناوين على فرصة انتقاء المعلومات التي يجد فيها متعة أو فائدة. (رضا عكاشة، د، س، ص ص 18، 19)

أكد المتحدثون في ندوة «تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الخليجي» أن الإعلام الرياضي يعد أحد أدوات التأثير المباشر على الشباب أفرادا وجماعات ومن مختلف الانتماءات والمستويات وله وجهان، أحدهما إيجابي وفاعل ومؤثر والآخر سلبي وضار، ولكل طابع خصائصه ومميزاته، فالدور الإيجابي يتجسد في أنه رسالة مهمة تقود الشباب إلى حيث الطموح.

بينما يتمثل الدور السلبي في التأثير المباشر على الخصائص والسمات النفسية والمزاجية والفسولوجية لكل مرحلة من مراحل الشباب التي يتم مخاطبتها، كما أن هناك وجها آخر من التأثير السلبي للإعلام الرياضي بشتى صورته ويتمثل في عجز الإعلام الرياضي عن نقل التراث الرياضي بكافة صورته من جيل إلى جيل وما يتضمن ذلك من نقل للمعرفة والمفاهيم والعلوم الرياضية بما ينمي ثقافتهم وقدراتهم ويوسع آفاقهم الرياضية.

http://www.alwatan.com/viewnews.aspx?n=CD29CB70-1603C56&d=20141017_h_9F_C4_61DD-41CB-9FDD-DB0
)08:40 , 03-2015

رابعاً: قيم الشباب وتأثرها بالمحتويات الصحفية

كشفت دراسة "تأثيرات الصحافة المكتوبة على قيم وسلوكيات الشباب: دراسة ميدانية لدى أوساط الشباب الجزائري" (وهيبة بشريف، 2014، ص ص 283، 282)، التي اعتمدت على المنهج الوصفي والمسحي، وعلى العينة القصدية، وتمثلت اداة الدراسة في الاستمارة، التي أضفت إلى تأثيرات المضامين الصحفية على قيم الشباب، وتمثلت هذه التأثيرات في:

- تثبت المضامين الصحفية قيم العلم، الثقافة، التفكير والنقد، التنشئة الاجتماعية، الإحسان، حسن الحديث لدى الشباب.
- ليس هناك فرق شاسع بين الذكور والإناث في تثبيت قيمهم من طرف المضامين الصحفية على، إلا أن نسبة موافقة الإناث على تثبيت المضامين الصحفية لقيمة المسؤولية لهن، مقارنة بالذكور.
- يتأثر الشباب بالمضامين الصحفية حسب خصائصهم الديموغرافية، حيث أنه كلما كانت أعمار الأفراد أكبر سناً، كلما قل اعتقادهم بأن المضامين الصحفية تساهم في تثبيت قيمهم.
- تساهم الصحف اليومية في تغيير القيم التالية: "الالتزام بالوقت"، "الارتباط بالسلطة"، "الغاية تبرر الوسيلة".
- اختلفت نسبة الذكور والإناث في إجاباتهم بأن المضامين الصحفية تساهم في تغيير القيم، حيث بلغت نسبة قيمة "المساواة" 61,1%، عند الإناث، مقابل نسبة الذكور الذين أبدوا عدم موافقتهم عليها، بنسبة 50,8%، منه القيم التي أجابت الإناث عليها بمحايد هي: "العادات والتقاليد الدخيلة"، لكن أفراد العينة الذكور أبدوا حيادهم على أن الصحف اليومية ساهمت في تغيير قيم التالية: التضامن بنسبة 57,9%، الغاية تبرر الوسيلة بنسبة 53,1%.
- كلما كان سن الأفراد أكبر، كلما قل اعتقادهم بأن المضامين الصحفية تساهم على تغيير القيم، حيث أظهر المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 23-29، عدم موافقتهم على أن المضامين الصحفية تساهم في تغيير قيمهم، فبلغت نسبة قيمة "التضامن" 45,4%، وقيمة "الاحترام" 44,4%.
- بلغت نسبة موافقة أفراد العينة الذين لهم مستوى تعليم ثانوي 34,3% على قيام المضامين الصحفية بتغيير قيمة "الهدوء والصبر"، بذلك يتدخل المستوى التعليمي في تغيير المضامين الصحفية قيم الشباب. (وهيبة بشريف، 2014، ص272)

- إن أغلبية أفراد العينة يعتقدون بأن المضامين الصحفية المنشورة في الصحف اليومية، ساهمت في تثبيت قيمهم الآتية: العلم، الثقافة، التفكير والنقد، التنشئة الاجتماعية، الإحسان، حسن الحديث.

- اختلفت نسبة الذكور والإناث في إجاباتهم بأن المضامين الصحفية تساهم في تغيير القيم، حيث بلغت نسبة قيمة "المساواة" 61,1%، عند الإناث، مقابل نسبة الذكور الذين أبدوا عدم موافقتهم عليها، بنسبة 50,8%، منه القيم التي أجابت الإناث عليها بمحايد هي: "العادات والتقاليد الدخيلة"، لكن أفراد العينة الذكور أبدوا حيادهم على أن الصحف اليومية ساهمت في تغيير قيم التالية: التضامن بنسبة 57,9%، الغاية تبرر الوسيلة بنسبة 53,1%.

- تساهم الصحف اليومية في تغيير القيم التالية: "الالتزام بالوقت"، "الارتباط بالسلطة"، "الغاية تبرر الوسيلة".

- تغير المضامين الصحفية قيم المساواة بنسبة 42,6%، وقيمة الغاية تبرر الوسيلة بنسبة 42,5%.

- كلما كان سن الأفراد أكبر، كلما قل اعتقادهم بأن المضامين الصحفية تساعدهم على تغيير القيم، حيث أظهر المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 23-29، عدم موافقتهم على أن المضامين الصحفية تساهم في تغيير قيمهم، فبلغت نسبة قيمة "التضامن" 45,4%، وقيمة "الاحترام" 44,4%، ونسبة 44,8% لقيمة الهدوء والصبر، أما قيمة الالتزام بالوقت بلغت 44,6%.

يتدخل المستوى التعليمي في تأثير المضامين الصحفية على قيم الشباب، وذلك من خلال تغيير هذه القيم، أو عدم تغييرها، فقد بلغت نسبة موافقة أفراد العينة الذين لهم مستوى تعليم ثانوي، 34,3% لقيمة "الهدوء والصبر". (وهيبة بشريف، 2014،

ص272)

خاتمة:

ارتبطت ظاهرة تأثير الصحف اليومية على قيم الشباب، التي تعتبر من المواضيع المشتركة بين جل الباحثين، المهتمين بدراسة هذا المجال، كما تعتبر القيم والسلوكيات من المبادئ الأساسية، التي تعكف مؤسسات التنشئة الاجتماعية، على تعليمها وتلقينها لأفراد الأسرة.

كما تعتبر المؤسسات الإعلامية من بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية، التي تعمل على زرع القيم لدى فئات المجتمع، وكذا تثبيت بعض منها لدى أوساط الشباب، لذلك كان بعض الباحثين والمختصين يبدون استيائهم من تأثيرات السلبية التي يمكن أن تحدثها هذه الوسائل على الشباب وقيمه، ويعتبرونها مسؤولة عن الانحرافات التي تظهر في قيم الشباب، ومنه تؤثر المضامين الصحفية على قيم الشباب، حيث تقوم أحيانا بتثبيت هذه القيم، أحيانا أخرى تغييرها، لذلك لا بد أن تكون المضامين الصحفية أن تضع نصب عينيها وظيفتها في غرس القيم لدى شرائح المجتمع المختلفة، خاصة شريحة الشباب.

قائمة المصادر والمراجع:

- قائمة المصادر:

- القران الكريم.

- قائمة المراجع:

القواميس والموسوعات:

- الحجازي مدحت عبد الرزاق، 1971، معجم مصطلحات علم النفس: عربي انجليزي فرنسي ط1، دار الكتابة العلمية، بيروت.

- الكتب:

- الرفاعي عبيد منصور، 2001، الإسلام وقضايا الشباب، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- الزيود ماجد، 2005، الشباب والقيم في عالم المتغير، ط1، دار الشروق، عمان.
- السرحان محمود قظام، 2001، الإعلام الأمني والشباب، {د،ط}، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.
- السهروروي نجم الدين، 1971، ميادين رعاية الشباب، ط1، دار الزمان للطبع، بغداد.
- المحيا مساعد بن عبد الله، 1414هـ، القيم في المسلسلات التلفازية، {ط،1}، دار العاصمة للنشر والتوزيع، السعودية.
- تهاني محمد عثمان، عزة محمد سليمان، العنف لدى الشباب الجامعي، {د،ط} جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

- حجاب محمد منير، 2010، مدخل إلى الصحافة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- طارق كمال، 2005، سيكولوجية الشباب: تنمية الشباب اجتماعيا واقتصاديا، {د،ط}، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- شفيق محمد، 1999، السلوك الإنساني، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- عزي عبد الرحمن، 2011، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس.
- عكاشة رضا، {د،س}، تأثيرات وسائل الإعلام: من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، ط1، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر.
- فهمي محمد سيد، 2009، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
- مسعد عويد، 1979، القدوة في محيط النشء والشباب: دراسة علمية تربوية، {د،ط}، دار الفكر العربي، مصر.
- مهنا محمد نصر، 2007، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، ط2، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية.

- الدوريات:

- الشماس عيسى، 2005، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب: دراسة ميدانية على كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، ع 2، جامعة دمشق، دمشق.

• حلاق بطرس، 2007، تأثير البرامج التلفزيونية على التنشئة الاجتماعية: المجتمع السوري نموذجا، مجلة جامعة دمشق، م 23، ع 2، جامعة دمشق، دمشق.

• حلس موسى عبد الرحيم، 2010، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر، م 12، ع 2، غزة، فلسطين.

• عيساني سعاد، منال كبور، 2012، القيمة بين الواقع والخيال: مستويات التداخل وطبيعة العلاقة في الحتمية القيمية، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، ع 4، تونس.

- المذكرات والاطروحات الجامعية:

• بشريف وهيبة، 2014-2015، تأثير الصحافة المكتوب على قيم الشباب وسلوكياته: دراسة ميدانية لدى أوساط الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، شعبة علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مستغانم.

- المواقع الالكترونية:

- www.alwatan.com.

قضايا المرأة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

تحليل محتوى لحملة "كن رجل احترم المرأة" عبر صفحة UNPFA Algeria

إعداد:

أ. هاجر لعروسي

باحثة دكتوراه – دراسات الإذاعة والتلفزيون-
جامعة الجزائر 3/ كلية علوم الإعلام والاتصال

a_hadjer@hotmail.fr

ملخص:

تعتبر المرأة عنصر مهم وفعال في المجتمع، والمجتمع الذي يحترم المرأة ويؤمن بدورها في بنائه وتطوره يكون مجتمع متوازنا ومتحضرا، بعيدا عن المعتقدات السلبية والأعراف الخاطئة التي تمس بالمرأة وتحد أو تحصر دورها في مجال معين.

في المقابل شكّل موضوع قضايا المرأة ودورها في المجتمع اهتمام وسائل الإعلام، الدراسات الأكاديمية وحتى منظمات المجتمع المدني خاصة التي تعمل في مجال حماية حقوق المرأة والدفاع عنها.

ويعد الإعلام من الأدوات الفعالة في صناعة الأحداث والتغيير خاصة في عصر تكنولوجيا المعلومات، التي أفرزت العديد من المنابر والفضاءات من بينها الإعلام الجديد

ووسائله كمواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتبر اليوم من أبرز الوسائل والمنصات التي تستخدم في التخطيط، الإعلان وحتى حشد الجماهير لجعل الأحداث قضايا واسعة النطاق.

وما يؤكد ذلك تطور سوسيولوجية التقنية في الثمانينات من القرن الماضي، ومن هذا المنطلق ربطت العلاقة بين سوسيولوجية الابتكار وسوسيولوجية الفعل لدى مستخدمي وسائل الإعلام.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى البحث وتبيان دور الإعلام الجديد خاصة الفاييس بوك ومدى نجاعة استخداماته في الحملات الإعلامية والتوعوية والتحسيسية عامة ولقضايا المرأة خاصة، مع إبراز أهم القوالب والأشكال المستخدمة وطبيعة القضايا وكيفية معالجتها. ومن أجل الوصول إليها اعتمدنا على الأسلوب الوصفي باستخدام أداة تحليل المحتوى للحملة الإعلامية الذي نظمتها وزارة التضامن وقضايا المرأة في الجزائر الخاصة حملة "كن رجل احترم المرأة" والتي أسمتها 16 يوم من النشاط، في الفترة الممتدة من 20 نوفمبر إلى 5 ديسمبر من كل سنة.

وقد توصلنا إلى جملة نتائج أهمها: اعتماد حملة كن رجل احترم المرأة على عدة استمالات عقلية وعاطفية بالشعارات أو الإحصائيات، من خلال تتبع الحملة سعت إلى توسيع رقعتها في كل ولايات الجزائر واعتمادها على العينة العنقودية من خلال استهدافها الجمعيات، وذلك لتوفير الوقت والجهد لتصل لأكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الجديد، الفاييس بوك، قضايا المرأة، المناهضة، المناصرة، العنف ضد المرأة

Résumé:

Les femmes sont considérées comme un élément important et efficace de la communauté, cette dernière, qui respecte la femme croit de son rôle dans la reconstruction du pays et de son évolution est une société équilibrée, loin de convictions négatives et coutumes erronées affectant les femmes qui limitent leur rôle dans un domaine donné.

En revanche, la question des femmes et de leur rôle dans la société l'attention des médias et les études universitaires et d'organisations de la société civile travaillant dans le domaine de la protection des droits des femmes et les défendre.

Les medias sont considéré comme outil efficace dans les événements et de changement en particulier à l'ère des technologies de l'information, qui ont suscité de nombreuses instances, notamment les réseaux sociaux qui aujourd'hui parmi les moyens les plates-formes utilisées dans la planification, la Déclaration et la mobilisation du public pour que les événements des questions de vaste portée.

Et cela souligne l'évolution de la sociologie di technique pendant les années 80 siècle et c'est pourquoi on a tenté de lier la relation entre la sociologie de l'innovation et la sociologie fait auprès des utilisateurs des médias.

Cette étude vise à la recherche de montrer le rôle de new media particulièrement face book et son efficacité dans les campagnes d'information et de sensibilisation sur les droits de la femme et la violence envers les femmes, et mettre en lumière les stéréotypes et les formes utilisées et de la nature des problèmes et y remédier. Pour atteindre, nous avons adopté la formule descriptive en utilisant un outil d'analyse le contenu de la campagne d'information, organisée par le Ministère de la solidarité et de la femme en Algérie de campagne " soi un homme respecte les femmes" qui est nommé 16 jours d'activisme, au cours de la période allant du 20 novembre au 5 décembre de chaque année.

Nous sommes parvenus à des résultats comme: l'adoption de la campagne à plusieurs Subornations mentaux et sentimentales par des slogans ou statistiques, de suivre la campagne s'est efforcé d'élargir ces terres dans tous les mandats de l'Algérie et l'adoption de l'échantillon à dispersion de cibler des associations, afin de donner le temps et d'efforts pour atteindre le plus grand nombre possible de leurs destinataires

مقدمة إشكالية:

أفرزت تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومن بينها الإعلام الجديد علاقات اجتماعية جديدة على صعيد الموضوعات، وأصبح الاتصال قائم على التقنية، هذه الأخيرة أصبحت على شكل آلة أو أداة للاتصال أو منتج نهائي. وبالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح المعالم للإعلام الجديد بسبب ديناميكيته المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر.

إلا أنّ كثيرا من الأشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعدادا متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد "الانترنت" التي قامت بدمج الوسائل الاتصالية المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد.

ولا تتم هذه التكنولوجيات في فراغ اجتماعي بل هي تتقاطع أو تتداخل مع ممارسات قائمة وموجودة وأحيانا تتبناها وتعديلها وهي حالة بحثنا. وهذا ما يجعلنا نلاحظ تغير في السلوكيات أو العكس، ومن هنا جاءت مداخلتنا لنطرح موضوع دور الفيس بوك في المناهضة والمرافعة لقضايا المرأة.

من خلال الاعتماد على مقاربة سوسيولوجية الاستخدام في بحثنا، وباستخدام المنهج الوصفي وتحليل المحتوى كأسلوب بحث، سندرس كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي ونخص منها الفيس بوك في تدعيم حملات المناهضة والمناصرة لقضايا المرأة، من خلال دراسة تحليلية لصفحة UNFPA Algérie التابعة للأمم المتحدة من خلال حملة مناهضة العنف ضد المرأة بالتنسيق مع وزارة التضامن والأسرة وشؤون المرأة والتي أسمتها "sois un homme respecte la femme". وذلك من خلال تتبع حملة "كن رجل احترم المرأة" ودراستها دراسة تحليلية من خلال قراءة كل مراحلها كحملة إعلامية بمختلف مراحلها وأدواتها.

ولدراسة هذه الحملة نطرح التساؤل التالي:

كيف يتم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في حملات قضايا المرأة؟

مفاهيم الدراسة:

الإعلام الجديد: وفق قاموس ليستر أنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة، التصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

ويشير الإعلام الجديد كذلك إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية¹.

ويشير "دينيس مكويل" Denis McQuail أن مصطلح الإعلام الجديد كان يطلق منذ الستينات الميلادية على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون الكابل، والمصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصال حديثة².

الفايس بوك: هو شبكة اجتماعية، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في فيفري عام (2004)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفايس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقيه له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية

¹ رضا عبد الواحد أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتوب على شبكة الانترنت"، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص.516.

² شمس ضيات خلفاوي، "الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 15، جوان 2015، ص.294.

المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة. والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك. وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد"¹.

عام (2007)، حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من جويلية (2010) النصف مليار شخص، يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدردشات.

يتحدث: "Kirkpatrick .David" في كتابه "The Face book Effect" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على كل العالم وعلى الناس جميعاً².

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار، وهناك تقدير تشير إلى أن قيمته ارتفعت - ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة وخصوصاً ثورات (الربيع العربي) الآن - إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكي.

¹ محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً" رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، إشراف حسن السوداني، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص-ص.75-76.

² نفس المرجع، ص.78.

قضايا المرأة: حسب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 104/48 والذي اتخذته الجمعية العامة في جلستها 85 المعقودة في 20 ديسمبر 1993، للمرأة الحق في التمتع بكل حقوق الإنسان وحرياته الأساسية وفي حماية هذه الحقوق والحريات وذلك في الميادين السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والمدنية أو أي ميدان آخر. ومن هذه الحقوق:

- الحق في الحياة.
- الحق في المساواة
- الحق في الحرية والأمن الشخصي
- الحق في التمتع المتكافئ بحماية القانون
- الحق في عدم التعرض لأي شكل من أشكال التمييز.
- الحق في أعلى مستوى ممكن من الصحة البدنية والعقلية.
- الحق في شروط عمل منصفة ومواتية.
- الحق في أن تكون في مأمن من التعذيب أو المعاملة أو العقوبة القاسية أو اللاإنسانية أو المهينة.

المناهضة: تعرف الدول الأطراف كافة الالتزامات المختلفة للقضاء على التمييز في التعليم الصحة وفي الحياة الاقتصادية والثقافية وكذلك شمل حقوق المرأة الريفية¹.

المناصرة: وهي مقاربة واسعة وشاملة لفهم واقعة ما والوقاية منها، من خلال تشجيع العاملين من اختصاصات مختلفة على تحليل أسباب هذا العنف ونتائجه والفاعلين المرتكبين والمجتمع بأسره، ويستلزم فهم أسباب العنف وماهية أثره وشد انتباه وأفكار

اتفاقية السيداو، المواد 10-14.6. 1

الناشطين في حقوق الإنسان، والمحترفين في المجال القانوني والطبي والمنتجين الإعلاميين والصحفيين وصانعي السياسات والقادة الدينيين وعلماء الاجتماع.....¹

العنف ضد المرأة: ويقصد به كل سلوك عنيف مُتعمّد موجّه نحو المرأة، ويأخذ عدة أشكال سواء كانت معنويّة أو جسدية، كالتحرش، الاغتصاب، العنف المادي، الاستغلال...

ويمكن تحديد مؤشرات وأمثلته في: من التحرش الجنسي في نظام النقل العام في اليابان إلى التعدي الزوجي بالضرب في روسيا، من الاتجار لغايات الاستعباد الجنسي في بيوت الدعارة في تايلاند إلى أزقة الولايات المتحدة الأمريكية، من ختان الإناث في إثيوبيا إلى كي الثدي في الكامرون، من وأد البنات في الهند إلى التعقيم القسري للنساء في الصين، من زواج الطفلات في بنغلادش إلى جرائم الشرف في الأردن، الاغتصاب كسلاح للتطهير الصربي العرقي في البوسنة والهرسك. إن لائحة انتهاكات حقوق الإنسان بحق النساء والفتيات في العالم بعيدة كل البعد أن تكون حصرية أو شاملة.²

منطلقات فكرية لسوسيولوجية الاستخدام:

الفرق بين الاستخدام والاستعمال³:

الاستخدام usage: جاء اثر تطور العلاقة بين وسائل الإعلام الجماهيرية، الجمهور والوسائط الجديدة. يكون التوظيف هنا عن طريق المشاهدة، الاستماع أو التصفح.

الاستعمال utilisation: يتميز ببعد مادي وهو مفردة عامة، وهو توظيف وسيلة لقضاء حاجة، ويكون التوظيف يدويا.

⁶ منظمة التضامن النسائي للتعلم، الانتصارات على العنف: ضمان السلامة للنساء والفتيات، ماريلاند الولايات المتحدة الأمريكية، 2015، ص.128

² منظمة التضامن النسائي للتعلم، الانتصارات على العنف: ضمان السلامة للنساء والفتيات، ماريلاند الولايات المتحدة الأمريكية، 2015، ص.12.

³ فتحة معنوق، محاضرات في مقياس سوسيولوجية وسائل الإعلام "غير منشورة"، سنة أولى دكتوراه تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، بتاريخ 22 ديسمبر 2015، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.

إنّ سوسيولوجية الاستخدام لتكنولوجيات الاتصال والإعلام تشدد على الدور النشط للمستخدم، وتستند في ذلك إلى ما توصل إليه الباحث ميشال دو سيرتو، -هنا حدثت نوع من القطيعة مع النظرة السابقة لوسائل الاتصال الجماهيري-، التي كانت تنظر إلى المتلقي على أنّه سلبي.

وتلاحظ إحدى الباحثات الفرنسيات في دراسة الشاشة المروضة بيّنت أنّ الحاسوب الشخصي كان يستعمل بقصد التحرر، أو التطور الشخصي، أو من أجل تحقيق إنجاز عملي، هذه المقاربات البحثية توصف في فرنسا بسوسيولوجية الاستخدامات، بينما في الأدبيات الانجلوسكسونية فيطلق عليها دراسة تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الحياة اليومية، لكن كلّ هذه المقاربات ركزت على خاصية التملك الفردي للتكنولوجيا وبناء الهوية¹.

كما تتوجه بعض الدراسات إلى التركيز على مجموعات المستخدمين، وفي ما سبق ركز دارسوا تيار البناء الاجتماعي للتكنولوجيا، على مجموعات اجتماعية معينة، ولاحظوا أنّ كلّ مجموعة مهتمة بموضوع تقني تحدد المشكلات والحلول التي ترغب في اقتراحها، ويمكن أن تكون هذه المجموعات مشكلة من مصممين.

فوجد الاهتمامات الأولى في موضوع البحث اطلعت بها مؤسسات البحث العمومية، حيث فتحت المجال للباحثين في هذا الميدان الحيوي، وكان الهدف في البداية محاولة فهم ردود أفعال المجتمع حيال ظهور هذه المبتكرات الجديدة، والدراسات التي تمت في فرنسا تحديدا كانت تستند إلى دراسات الباحث ميشال دوسرتو، فقد أثارت اهتمام الباحثين مقالاته، ورأوا بأنّ هذه المقاربة يمكن أن تمكن الباحثين من تناول تكنولوجيات الإعلام والاتصال بطريقة مغايرة وملفتة للانتباه لما يقوم به المستخدم، الذي أصبح فاعلا.

¹ رضا عبد الواحد أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت"، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009

وترى الباحثة "جووي جوزي" أنّ هذه التكنولوجيا ليست محايدة، بل هناك تفاعل بين المكونات التقنية وأشكال الإنتاج الاجتماعي، وحاولت فحص البناء الاجتماعي انطلاقاً من ثلاث مقاربات:

المقاربة الأولى: قائمة على الاستهلاك.

المقاربة الثانية: قائمة على الاستقلالية.

المقاربة الثالثة: قائمة على التفاعل.

وتقوم سوسيولوجية الاستخدام على الفهم الشامل للموضوع، وترى بأن الجمهور لا يحل ككتلة أو حشد *masse* ولكن من خلال مفاهيم التمايز بين أعضائه وفهم القيم التي تحدد استخدامه.

وتهتم سوسيولوجية الاستخدام بالعوامل التفاعلية والوساطة، وتؤكد على أن للتكنولوجيا تأثير لكن ليس على حساب البعد الاجتماعي لان الأهم هو المعنى الذي يعطيه المستخدم للفعل.

مقاربة سوسيولوجية الاستخدام لمراحل التقنية¹:

حدد الباحث روجي سلفارستون أربع مراحل:

1- التملك: في حالة التملك لاحظ أنّ التقنية تبتعد عن عالم السلع، فالفرد هنا نجد أنّ لديه أو يكتسب من المعارف ما يجعله يتحكم في المادة التقنية، والاستخدام في هذه الحالة يخرج من دائرة السلعة.

¹فتحية معتوق، محاضرات في مقياس سوسيولوجية وسائل الإعلام "غير منشورة"، تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، سنة أولى دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة الجزائر3.

2- الموضوعية: مع الطابع الموضوعي يلاحظ الباحث أنّ التقنيات الجديدة تجد موضعاً مادياً في البيئة المألوفة (تصبح جزءاً من الديكور لها بعد رمزي في شكلها المادي).

3- الإدماج: في حالة الإدماج لاحظ أنّ الموضوع التقني يستخدم ويدمج في روتين أو نمط الحياة اليومية.

4- التحول: هذا التحول يشير إلى السيرورة التي يتخذها استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حيث يتم إقامة علاقات جديدة بين البيت والعالم الخارجي، فالمستخدم هنا يظهر للآخرين على أنه يستخدم هذه التقنيات الجديدة.

كما تلخصها الدكتورة فتحية معتوق في:

1- مقارنة الانتشار: تؤكد على كيفية انتشار التكنولوجيا وتبنيها وظهور نماذج سلوكية حولها، كيف تنتشر؟ كيف تتبنى؟

2- مقارنة الانتقاء: تعتقد أن ما هو جاهز للتبني قابل للانتشار، لكن التبني ليس عملية حيادية، والاستخدام يرتبط بالاستعداد، وتبرز هذه المقاربة الطابع السلبي للمستخدم الذي يقبل التكنولوجيا أو يرفضها.

3- مقارنة التملك: تدرس استخدام التقنية في الحياة الاجتماعية للأفراد ثم تؤكد على الظواهر الاجتماعية التي تنتج عن الاستخدام مثل ظواهر بناء الهوية.

الدراسة التحليلية:

1- التعريف بالحملة:

حملة مناهضة العنف ضد المرأة بالتنسيق مع وزارة التضامن والأسرة وشؤون المرأة والتي أسمتها " 16 يوم من النشاط تحت شعار كن رجل احترم المرأة sois un

"homme respecte la femme" وذلك في الفترة الممتدة من 20 نوفمبر إلى 05 ديسمبر من كل سنة. وذلك من خلال تتبع حملة "كن رجل احترم المرأة".

والحملة الإعلامية حسب دينيس ماكويل Denis McQuail تعرف بأنها:

جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت أو شراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل¹.
ومنه يمكننا القول أن: الحملة الإعلامية هي نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقييم، تقوم به مؤسسات أو مجموعة أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الاتصالية، وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهور كبير نسبيا.

نشاط اتصالي: حيث أن الحملة استهدفت المجتمع بصفة عامة بالإضافة إلى استهدافها منظمات المجتمع المدني خاصة الجمعيات وذلك لكونها تضم أعضاء باختلاف أعمارهم وجنسهم، وتوزعهم على عدة مناطق في التراب الجزائري لضمان أن تصل الحملة لأكبر عدد من الأفراد.

مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقييم: ويعني إن الحملة تتطلب إدارة من حيث وضع التصورات الخاصة بها بما يتصل بالأهداف والوسائل والرسائل والجمهور المستهدف، وتحقيق التنسيق بين العوامل المتاحة بما يكفل تنفيذ خطة الحملة بكفاءة وفعالية، مما يتطلب جهودا للمتابعة للتأكد من تنفيذ التصميم المقرر، ومعالجة الإخفاقات في خط سير الحملة، وبعد إنجاز الحملة يتطلب إعطاء أحكام بشأن مدى نجاحها في تحقيق أهدافها المنشودة. وهو ما ترجم من خلال متابعة أعمال الأطراف المستهدفة سواء في

¹ زكريا بن صغير، تصميم الحملات الإعلامية، سنة ثالثة اتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، دروس منشورة عبر الانترنت.

الميدان من خلال الشعارات أو مشاركات الأشخاص ونشرها عبر صفحة الحملة، أو نشر صور الجمعيات في حملات المناصرة والتي تنوعت بين شعارات، لقاءات تحسيسية، ندوات، موائد مستديرة أو ورشات.

تقوم به مؤسسات أو مجموعة أفراد: لذلك فالحملة الإعلامية يتم تنظيمها من قبل مؤسسات مثل الحكومات، أو المؤسسات الإعلامية، أو الجمعيات أو مجموعات تسعى إلى أهداف محددة مثل مجموعة تدعو للحفاظ على البيئة، أو التي يقوم بها بعض النجوم للحصول على تبرعات لمرضى الإيدز. وفي حملتنا نظمت الحملة من طرف مؤسسة حكومية وهي وزارة التضامن وشؤون المرأة والأسرة وبالتعاون مع منظمة غير حكومية عالمية وهي الأمم المتحدة فرع الجزائر.

ويتمد لفترة زمنية محددة: أي أن الحملة الإعلامية يجب أن تتحدد لها فترة زمنية تستغرقها، والحملة يشترط تكون قصيرة الأمد. وهو ما كانت عليه الحملة رغم امتدادها لليوم لكن بصور مختلفة، وكانت الحملة المسماة " 16 يوم من النشاط، وذلك في الفترة الممتدة من 20 نوفمبر إلى 05 ديسمبر 2015.

بهدف تحقيق أهداف معينة:

- هدفت إلى حشد الجماهير المختلفة نحو احترام المرأة وتقدير مكانتها والتي جاءت في فترة التعديل الدستوري وإعطاء المرأة نسبة في البرلمان والحقائب الوزارية.
- اعتبرت هذه الفترة نشطة في جميع أنحاء العالم ويعتبر هذا النشاط مجارة للأحداث ودور المجتمع المدني في الحفاظ على حقوق المرأة.
- باستخدام وسائل الاتصال المختلفة:** اعتمدت الحملة على مجموعة وسائل: الصور، الشعارات، الفيديوهات، اللقاءات، مجموعات العمل، لافتات، المقالات الصحفية، قمصان تحمل شعار الحملة.....
- سلسلة من الرسائل الإعلامية:

وهو محاولة إغراق الجمهور المستهدف في الحملة الإعلامية بوابل من الرسائل دون انقطاع طيلة فترة الحملة فلا يسمح للجمهور تنفس رسائل أخرى إلا فاجأته برسائل أخرى. وهو ما اعتمدته الحملة مثل: كن رجل احترم المرأة، نحميها مش نؤذيها، أنا راجل ومنقبش العنف ضد المرأة، إضافة إلى أحاديث نبوية وآيات قرآنية.

باعتداد أساليب استمالة مؤثرة: ويقصد بذلك أن القائم بتصميم الحملة يجب أن يعد مضامين رسائله باستخدام أساليب الإقناع المؤثرة في الجمهور المستهدف من أجل جذب انتباهه ودفعه إلى التفاعل مع الأنشطة والبرامج والاستجابة لها. مثل رأي الكبار في السن، رجال الدين، الطبقة العاملة والشباب.

بشأن موضوع محدد: لكل حملة إعلامية موضوع محدد تنظم على أساسه، وتختلف المواضيع باختلاف ما يريده مصمم الحملة، وكلما حدد موضوع الحملة كلما تمكن القائمون بها من تغطيته من مختلف جوانبه. وفي موضوعنا العنف ضد المرأة والذي لازم الحملة منذ البداية ولم تنحرف عن الموضوع.

يكون معه أو ضده: ونقصد بذلك أن الحملة الإعلامية ليس شرطاً أن تكون مؤيدة للموضوع الذي تتناوله، فإنها قد تكون مؤيدة ومساندة له وقد تكون معارضة له، وهي في كلتا الحالتين تتبنى موقفاً وتسعى إلى دفع الجمهور لتأييده، وتحديد موقفه تبعاً لما تهدف إليه. وهو ما يظهر جلياً في الحملة محل الدراسة والتي عبرت سواء مباشرة أو عن طريق الاستمالات أنها ترفض العنف ضد المرأة وهو ما بينته الشعارات، الأقوال المستخدمة وحتى المنشورات.

يستهدف جمهور كبير نسبياً: تتناول الحملات الإعلامية موضوعات مهمة وحيوية، تحظى باهتمام أكبر عدد من الجمهور وبذلك فهي على الدوام تكون موجهة إلى جمهور كبير نسبياً. وهو ما يترجم في موضوعنا في الموضوع ذاته والذي يتميز بحساسيته في أي وقت وأي مكان، إضافة إلى أنه يمس شريحة كبيرة في المجتمع أو ما يطلق عليها نصف المجتمع.

نتائج الدراسة:

- 1- اعتمدت حملة كن رجل احترم المرأة على عدة استمالات عقلية وعاطفية بالشعارات أو الإحصائيات.
- 2- تميزت الحملة باعتمادها اللون البرتقالي الذي يتميز بكونه يجذب النظر وجعلت منه علامة خاصة بها.
- 3- سعت الحملة إلى توسيع رقعتها واعتمادها على العينة العنقودية من خلال استهدافها الجمعيات التي توفر الوقت والجهد لتصل لأكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف.
- 4- لم تتوقف الحملة بعد نهاية الفترة المحددة بل مازلت تنشط من خلال المواصلة في حملات التحسيس أو متابعة المشاركين والمنظمين للحملة.
- 5- استهدفت الحملة كل أطراف المجتمع، واعتمدت على ترسيخ فكرتها وتوسيع رقعتها من خلال الاتصال بالجمعيات، لضمان مشاركة جميع أطراف المجتمع وحشد الجمهور. خاصة كون الجمعيات تجمع أعضاء من مختلف الأعمار والأجناس وهو ما يضمن وصول الحملة لأكبر عدد من الأفراد.
- 6- تم تحديد وتنظيم الحملة بما يتناسب مع أهدافها من خلال تسطير الوسائل والرسائل والجمهور المستهدف، حيث تم متابعة وتقييم الحملة سواء ميدانيا من خلال توثيق نشر الملصقات أو اللافتات الاشهارية أو مشاركة الأفراد عبر صفحة الحملة أو نشر صور نشاطات الجمعيات ضمن الحملة سواء كانت لقاءات وندوات وورشات.
- 7- تم تنظيم الحملة من طرف مؤسسة غير حكومية عالمية تشرف عليها الأمم المتحدة، ولإعطائها الصبغة الرسمية تم تنسيقها مع وزارة التضامن وقضايا المرأة في الجزائر.

- 8- تم امتداد الحملة على 16 يوم، كما أتمتها 16 يوم من النشاط في الفترة الممتدة من 20 نوفمبر إلى 5 ديسمبر 2015، وهي فترة تميزت بالعديد من الأنشطة عبر العالم بخصوص قضايا المرأة.
- 9- هدفت الحملة في مجملها إلى حشد الجماهير نحو احترام المرأة وتقدير مكانتها، وهي نشاط تزامن مع فترة التعديل الدستوري وإعطاء المرأة في الجزائر نسبة في التمثيل البرلماني وتقليدها لحقائب وزارية في الحكومة.
- 10- نوعت الحملة من استخدام الوسائل الاتصالية من خلال الصور الكاريكاتورية والفوتوغرافية والشعارات والفيديوهات واللقاءات ومجموعات العمل واللافتات والمقالات الصحفية وقمصان تحمل شعار الحملة.
- 11- اعتمدت الحملة على تقنية التكرار من خلال إغراق الجمهور المستهدف بوابل من الرسائل دون انقطاع طيلة فترة الحملة.
- 12- استخدمت الحملة عدة استمالات للتأثير والإقناع أو لجذب الانتباه لدفع الجمهور المستهدف إلى التفاعل وذلك من خلال الاستعانة برجال الدين وكبار السن والشباب.

قائمة المراجع:

- اتفاقية السيداو لحماية حقوق المرأة.
- شمس ضيات خلفاوي، "الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 15، جوان 2015.
- رضا عبد الواحد أمين، "استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتوب على شبكة الانترنت"، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009.
- زكرياء بن صغير، تصميم الحملات الإعلامية، سنة الثالثة اتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، دروس منشورة عبر الانترنت.
- فتحية معتوق، محاضرات في مقياس سوسيولوجية وسائل الإعلام "غير منشورة"، تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، سنة أولى دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة الجزائر 3.
- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، إشراف حسن السوداني، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.
- منظمة التضامن النسائي للتعليم، الانتصارات على العنف: ضمان السلامة للنساء والفتيات، ماريلاند الولايات المتحدة الأمريكية، 2015.

تطبيق نظرية الأجندة setting في بناء نشرة الأخبار في الإذاعة الجزائرية

APPLYING THE AGENDA SETTING THEORY IN ALGERIAN RADIO NEWS

اعداد:

الصابي فاطمة

طالبة دكتوراه سنة ثانية

صحافة مكتوبة وملتيميديا

مؤسسة الانتماء: جامعة الجزائر 3

sabifatima34@gmail.com

ملخص

تحاول هذه الدراسة أن تسلط الضوء على القائم بالاتصال بالإذاعة الجزائرية والكشف عن العوامل المتحكمة في صناعته للأخبار الإذاعية وترتيبها، إذ تخضع عملية إنتقاء وترتيب الأخبار لشروط ومعايير معينة، لذلك فإن نجاح النشرة الإخبارية يعتمد إلى حد كبير على بنائها، وبشكل عام ستسمح لنا الدراسة بالوقوف عن مدى تطبيق نظرية الأجندة سيتينغ ومدى إنعكاسها على دليل النشرة الإخبارية في المؤسسة الإعلامية الجزائرية.

Summary :

This study tries to shed the light on the contact person in algerian radio, and to thé influening factors among his radio news production and its order .this process based on specifics terms and criteria. That s why the success of the news letters depends a large extent on its publication. on general this study will allow us to discover the application of the agenda setting theory and its impact on the program of the newsletter in algerian media.

مقدمة

تعتبر وظيفة الإخبار من أهم الوظائف الإعلامية على الإطلاق سواء إذاعيا أو تلفزيونيا، باعتبارها مجالاً للتفاعل المباشر مع الجمهور عبر نشراتها وتحليلاتها وبرامجها المختلفة نظراً للأهمية التي تكتسبها هذه الوظيفة. إلا أن قطاع الإعلام المسموع والمرئي في الجزائر وعبر تطوراتها وخطواته الواسعة نحو الأمام في ظل واقعه التاريخي انسحب مباشرة لتلك التبعية والرقابة السياسية المباشرة المفروضة عليه، ومن ثم يصبح القائم بالاتصال في أخبار الإذاعة أو التلفزيون موجهاً من اللحظة الأولى في عمله تحت إرشادات وتوجيهات، أو بتعبير آخر "ضغوطات" ترتبط مباشرة بالسياسة السائدة. بحيث يمكن القول إنها تحد من مساحات الحرية المتاحة له. هذه الأخيرة تتضح بشكل مباشر في رسم السياسات وصياغة الاستراتيجيات وتقنيات العمل وإخضاعها لمفاهيم معينة، وتفسير كل ذلك يتشكل في الأداء الإعلامي للقائم بالاتصال في تقديمه للمادة الإخبارية. ومن خلال هذه الورقة سنجيب على بعض الأسئلة التي توضح لنا واقع الإعلام الإخباري في المؤسسات الإعلامية في الجزائر والتي تم صياغتها على النحو الآتي:

ماهي العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار الإذاعية؟

ومن الإشكالية الرئيسية تنفرع العديد من التساؤلات الفرعية؟

✓ ماهي مراكز التأثير في عملية صناعة الأخبار من وجهة نظر

القائم بالاتصال في الأخبار الإذاعية؟

✓ ما هي معايير الاهتمام الخبري لدى القائم بالاتصال؟

✓ -ما هي القيم الخبرية التي تكون من أولويات القائم بالاتصال في

النشرة الإخبارية الإذاعية؟

✓ -هل تركز على التسلسل الهرمي للأخبار والنسق الكامل للنشرة؟

✓ - ما هي العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال وانعكاساتها على دليل النشرة الإخبارية الإذاعية؟

1- أهمية الدراسة: تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، تحديدا من أهمية الوظيفة الإخبارية في وسائل الإعلام ويكمن الهدف من الدراسة في معرفة العلاقة التي تربط القائم بالاتصال والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية ومدى التأثير المتبادل لكل منهما وتقديم وجهة نظر علمية مبنية على دراسة دقيقة، بصفة عامة وللإذاعة بصفة خاصة أي تدخل فيه خريطة التوجه الإعلامي باعتبار أن النظام الإعلامي للجزائر قطاع غير قائم بذاته .

2- أسباب إختيار هذه الدراسة تعود لأمر عديدة أبرزها معرفة العوامل المتحكمة في الرسالة الإعلامية بصفة عامة والوظيفة الإخبارية بصفة خاصة كما يعود السبب لإختيار الإذاعة عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى على إنتشارها الواسع وتميزها بالآنية.

3- أهداف الدراسة:

- تحديد ما يتعلق بعملية التأثير والتأثر بين وسائل الإعلام مع الجمهور وتعد محاولة لفهم المعايير المستخدمة في اختيار الأخبار في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

4- منهج البحث :

- القيام بجرد آراء القائمين بالاتصال يستلزم استعمال المنهج المسحي لما لديه من إجراءات تسمح بذلك.

ويعرف بأنه أحد" الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم¹. وتتمثل الأداة التي سنتبعها لإجراء وإتمام دراستنا على استمارة استببانية باعتبارها الأنسب، ويعرف الاستبيان تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة². واعتمدنا في دراستنا العينة القصدية أو ما يطلق عليها "العمدية" باستخدام أسلوب الحصر الشامل بحيث تضم 17 فردا بإذاعة برج بوعريريج وزعت عليهم الاستمارة وتم استرجاعها كلها.

5- مفاهيم الدراسة

القائم بالاتصال: يعرف الدكتور إبراهيم مام القائم بالاتصال معبرا إياه بلفظ "الوسيط" في إطار حديثه عن القائم بالاتصال الجماهيري، فيقول " ان مهمة الصحفي أو الاتصالي، هو تمثيل الأمة والنيابة، والقيام بدور الوسيط أو الرجل الثالث بين الجماعات المتحاور³. المصطلح نفسه تتبناه المدرسة الفرنسية بدلا من القائم بالاتصال فهي ترى أن له دلالة محايدة بينما الصحفي- وفقا لاتجاهاته - يلعب دورا تفاوضيا بين المعلومة "المصدر" وبين الجمهور" المستقبل " في حين أن لفظ القائم بالاتصال لا يضيف أي جزئية من عمل الصحفي، والذي هو في حقيقته أكثر تعقيدا..

أجندة الأخبار: تعرف بأنها وقائع محدودة المساحة والوقت تعكس القضايا التي تشمل على تغطية إخبارية متراكمة لسلسلة من الأحداث المتصلة التي تقع في أوقات مختلفة وتندرج تحت فئات أكبر. وهي قائمة من الأحداث والقضايا والموضوعات التي

¹ أحمد بن مرسل، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، ص286

² محمد، شفيق، 1996، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، م ص112

³ إبراهيم مام، 1985، الاعلام الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 70

يتم ترتيبها وفقا لأهميتها، وتعتبر الأحداث وقائع محدودة المساحة¹. ويمكن أن نعرف أجندة الأخبار هي مجموعة من الأحداث والوقائع التي تترجم في أخبار يتم بناء أجندتها استنادا لأولوية القيم الإخبارية أو ترتيب هذه الأخبار حسب الهرم المقلوب، من الأهم إلى الأقل أهمية.

الإذاعة: المحطة الإذاعية هي مكان البث، والإذاعة هي نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي بصرف النظر عن استخدام الفن الإذاعي، لأنها تقوم على الإرسال ونقل الصوت عبر موجات لاسلكية لمتوسط الطول، قصيرة متناهية القصر، والتي تسمى بموجات الميكروفون السنتمترية².

العوامل المؤثرة على بناء أجندة الأخبار

سلطة السياسية: إن السلطة السياسية وبممارسة السلطة والحكم والقانون فإنها تفرض على المؤسسات الإعلامية في تمرير رسالتها، ونشر خطابها بما يتماشى أفكارها ونشر الأخبار التي تصنع قيمتها السلطة، بدل القيم المتعارف عليها فتصبح الوسيلة الإعلامية مجرد أداة تنساق وسياسة السلطة بما ينشر وما لا ينشر وذلك عن طريق:

أ- التشريع / ب- عن طريق التمويل / ج- عن طريق الرقابة وبالتالي فإن هذه القوانين تحدد قيمة القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية كما أن حرية التعبير تنتهي بمجرد استغلال السلطة لسلطتها وتوظيف العدالة لضرب كل من يتجرأ على انتقادها³.

1 شطاح حمزة، 2004، النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة، تخصص علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، ص5

2 مالك، شعباني، 2000، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علم الاجتماع والتنمية، جامعة قسنطينة، ص 71

3 جيهان أحمد رشتي، 1985، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، ص78

- سياسة المؤسسة الإعلامية: تمثل الوسيلة العالمية عنصرا من العناصر المحددة للقيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، حيث تتجلى السياسة الإعلامية لأي مؤسسة إعلامية في قيمتها الإخبارية.¹

- نوع الملكية والقيم الإخبارية: تتأثر الوسيلة بنوع الملكية، حيث تبقى هذه الوسيلة الإعلامية والقائمين بالاتصال فيها حاملين لأيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام، وهناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام، وملكية الخواص المستقلة.²

- القيم الإخبارية والأيديولوجية: لكل وسيلة إعلامية أهدافها التي تراعي قيمها الأيديولوجية، ولها طريقة في جمع ونشر أخبارها التي تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى، بتحكم الأيديولوجيات المختلفة، فالقيم الإخبارية بالنسبة لكل مؤسسة عبارة عن بنية قيمية وأيديولوجية وذهنية، وليست عبارة عن رصد أحداث وقعت أو عناصر إخبارية لا تعكس مضمون القيمة التي يحملها الخبر، ولكي يصبح الحدث في مستوى الخبر مذاعا أو منشورا عبر وسائل الإعلام، يجب أن يتضمن قيمة الأيديولوجية والفكرية، بأن تأثير الأيديولوجية يبرز في عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها.³

تم تقسيم الدراسة لإطارين إطار نظري يدرس بعمق مختلف المفاهيم التي تتضمنها الدراسة وإطار تطبيقي يعبر عن نتائج وتحليلات الدراسة المعالجة فجاء الباب الأول ليقدم مدخلا للدراسة من حيث التعريف بالموضوع وطرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها أسباب اختيار الموضوع وأهميته، تحديد للمفاهيم ثم تقديم

¹ المرجع نفسه، ص79

² عبد الفتاح، عبد النبي، سيبيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، (دون طبعة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1989م) ص 96

³ جيهان، أحمد رشتي، المرجع السابق، ص102

المتبني للدراسة وهي نظرية نظرية الأجندة setting أما الباب الثاني المعنون بالعوامل المؤثرة في الممارسة الإخبارية فتضمن العوامل

المؤثرة في بناء أجندة الأخبار والذي من خلاله اعطينا تعريفا للخبر الإذاعي ونشرة الأخبار الإذاعية بصفة خاصة وأهم خصائصها، و العوامل المتحكمة في ترتيب الأخبار كالقيم الإخبارية تطرقنا أيضا ل العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار ومن خلاله توسعنا في إعطاء مفهوم شامل للقائم بالاتصال وأهم الضغوط الداخلية الخارجية التي يتعرض لها اثناء تأدية مهامه، العوامل المؤثرة في رضا القائم بالاتصال عن عمله ودراسة العلاقة بين الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وبين أدائه الوظيفي، القائم بالاتصال والمهمة الإخبارية من حيث ارتباط القائم بالاتصال بمصدر الخبر وبالجمهور، أما الباب الثالث فجاء تحت عنوان الإعلام المسموع في الجزائر بحيث تم التطرق وبالتفصيل للإذاعة المحلية في الجزائر حيث اعطينا تعريف للإذاعة، انواع الإذاعات في الجزائر، تطوير الشبكة الوطنية للبث الإذاعي، سياسة الجزائر في ميدان الإعلام المسموع، طريقة عمل البث الإذاعي، تكنولوجيا الإذاعة الحديثة، ظهور وتطور الإذاعات المحلية في الجزائر، المنطلقات القانونية لتشغيل الإذاعات المحلية أسباب انشاء الإذاعة المحلية وخصائصها، تنظيم وتسيير الإذاعات المحلية في الجزائر، وسائل الجذب في الإذاعة المحلية إضافة إلى بطاقة فنية إذاعة برج بوعريريج المحلية.

I. الإطار التوطيقي:

محور البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول يمثل توزيع حجم العينة الكلية من حيث الجنس

المتغير	المستويات	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	12	70.58%
	انثى	05	29.41%
	الإجمالي	17	100%

من حيث الجنس:

إن العينة الكلية للدراسة الخاصة بإذاعة برج بوعريريج المحلية مكونة في غالبيتها الساحقة من الذكور بحيث تبلغ نسبتهم 70.58% في حين لا تتجاوز نسبة الإناث 29.41% وهي نسب تعكس التركيبة الجنسية لإذاعة برج بوعريريج.

جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

السن	أقل من 25 سنة	من 25-34	من 35-44	أكبر من 45	الإجمالي
العدد والنسبة	01	08	06	02	17
النسبة	5.88	47.05	35.29	11.76	100%

من حيث الفئة العمرية:

إن الفئة العمرية الواقعة بين (من 25-34) تحتل المرتبة الأولى بنسبة 47.05% من الحجم الكلي للعينة ثم تليها فئة من (35-44) سنة وذلك بنسبة 35.29% ومن هنا نلاحظ أن أغلبية المبحوثين بإذاعة برج بوعريريج المحلية هم من الفئات الشابة وهي خاصية جيدة ومناسبة حيث تتلاءم مع الدراسة وموضوعنا من عدة جوانب بحيث إن هذه الفئة تمثل جيل الانفتاح والتعددية الإعلامية، أيضا هو مؤشر جيد بوجود عناصر شابة قادرة على العمل وبذل الجهد بالاستعانة طبعاً من ذوي الخبر.

الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	من 5-10 سنوات	من 10-15	تفوق 15 سنة	الإجمالي
التكرار	01	14	02	01	17
النسبة	%5.88	%82.35	%11.76	%5.88	100%

جدول يمثل الخبرة المهنية لدى القائم بالاتصال في إذاعة برج بوعرييج

العبارات	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الضغط من السلطة	17	4.0588	1.24853
نقص الموارد والإمكانيات	17	2.9412	0.96635
الصراع على الترقية	17	2.8235	1.01460
لسياسة التحريرية	17	3.7647	1.20049
قانون النظام داخل المؤسسة	17	3.1765	1.28624
عامل الزمن	17	3.2353	0.90342
عدم توفر تكنولوجيا الاتصالات	17	3.1176	1.05370
مصادر الأخبار نقصها أو صعوبة التعامل معها	17	4.3529	.99632
القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة	17	4.2353	1.30045
العبارات	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الضغط من السلطة	17	4.0588	1.24853
نقص الموارد والإمكانيات	17	2.9412	0.96635
الصراع على الترقية	17	2.8235	1.01460
لسياسة التحريرية	17	3.7647	1.20049
قانون النظام داخل المؤسسة	17	3.1765	1.28624
عامل الزمن	17	3.2353	0.90342
عدم توفر تكنولوجيا الاتصالات	17	3.1176	1.05370

.99632	4.3529	17	مصادر الأخبار نقصها أو صعوبة التعامل معها
1.30045	4.2353	17	القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	العبارات
1.24853	4.0588	17	الضغط من السلطة
0.96635	2.9412	17	نقص الموارد والإمكانيات
1.01460	2.8235	17	الصراع على الترقية
1.20049	3.7647	17	لسياسة التحريرية
1.28624	3.1765	17	قانون النظام داخل المؤسسة
0.90342	3.2353	17	عامل الزمن
1.05370	3.1176	17	عدم توفر تكنولوجيا الاتصالات
.99632	4.3529	17	مصادر الأخبار نقصها أو صعوبة التعامل معها
1.30045	4.2353	17	القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة

▪ جدول يمثل درجة ضغط كل 4

▪ عبارة من العبارات الآتية على عمل القائم بالاتصال

- ظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الخبرة المهنية التي تتراوح ما بين (5-10) سنوات بالنسبة للقائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج بنسبة 82.35%، في حين سجلنا نسبة 11.76% بالنسبة لبعض الإعلاميين الذين تتراوح خبرتهم من (10-15) سنة، أما بالنسبة للخبرة التي تفوق خبرتهم أكبر من 15 سنة 5.88 %، وهي خاصية جيدة إذ تنعكس خبرة الصحفي على إدراكه لما هو مطلوب منه و بطريقة جيدة و سريعة، و لا يتطلب من ذوي الخبرة مجهودا كبيرا في فهم طبيعة العمل الإعلامي ، أثناء تأدية مهامه و التعامل معها .كما أن الاقدمية و تكسب الفرد الخبرة في سيرورة أداء العمل تعود بالفائدة على المؤسسة الإعلامية .

■ جدول يمثل درجة ضغط كل عبارة من العبارات الآتية على عمل القائم بالاتصال

■ صنف القائمون بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج الضغط من طرف السلطة على أنه قوي جدا بمتوسط حسابي (4.0588) وانحراف معياري (1.24853) أي بنسبة تقدر 52.90% تليها درجة الضغط القوي وذلك بنسبة 17.60% وهي نفس النسبة التي اختارها بعض القائلين بأن درجة الضغط من السلطة هي متوسطة أما درجة التأثير المحدود للسلطة فقد سجلنا بها تكرارا واحدا لكل منهما بنسبة تقدر 5.9%

■ كما اعتبر الصحفيون تأثير ضغط نقص المواد والإمكانات تأثيره متوسط وذلك بنسبة 47.1 بمتوسط حسابي 2.94. بينما يرى بعض بأن نقص الموارد والإمكانات، و تعد ضمن الضغوط القوية التي تؤثر على عملهم المهني حيث قدرت نسبة هؤلاء 29.4%، بينما تتوزع النسب الباقية بالتساوي لكل من درجة التأثير المحدود سجلنا بها 11.8% لفئة ضغط قوي جدا. ورأى القائمون بالاتصال في الإذاعة أن درجة ضغط الصراع حول الترقية يمارس تأثيرا محدودا، حيث سجل كل منهما نسبة 35.5% وهناك من يرى بان تأثيرها متوسط وبنسبة 17.6% بينما درجة القوي جدا ودرجة لها تأثير سجلنا بها تكرارا واحدا بنسبة 5.9%

■ وحسب إجاباتهم أيضا فإن قانون النظام داخل المؤسسة يمثل ضغطا له تأثير قوي جدا بنسبة 41.2%.

■ ويرى القائم بالاتصال بأن عامل الزمن من الضغوط القوية الممارسة على سير عمله بنسبة 35.3% وهي نفس الدرجة التي يصنفها البعض ضمن درجة التأثير المتوسط.

■ بالنسبة لعدم توفر تكنولوجيا الاتصالات يرى الصحفيون بأنها تؤثر وبشكل متوسط على عملهم، وذلك بنسبة تقدر ب 47.1% يليها درجة قوي جدا بنسبة 17.6%

■ يصنف القائمون بالاتصال ضغط مصادر الأخبار أو صعوبة التعامل معها ضمن الضغوط ذات الدرجة القوية وبنسبة ساحقة وصلت إلى 64.7% وبتكرار 11 عدد من مجموع عينة البحث .

■ كما اختار الصحفيون درجة تأثير ضغط القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة ضمن الضغوط ذات التأثير القوي جدا والتي تؤثر على أدائهم المهني بنسبة 70.6 % بتكرار 12 من الحجم الكلي للعينة.

1. جدول يمثل وجهة نظر القائم بالاتصال بين متطلبات العمل

الإعلامي وبين المؤسسة الإعلامية

الإجمالي	متطلبات المؤسسة أولا	توفيق بين الاثنين	تعترض عن العمل	تلتزم بأرائك ووجهة نظرك وتصر عليها	
17	03	13	00	01	لعدد
% 100	% 17.64	% 76.47	% 00	% 5.88	لنسبة

■ يوضح الجدول موقف الإعلاميين في حالة وجود تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي وبين المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها من وجهة نظرهم الذاتية حيث جاءت الإجابات كالآتي:

■ أجاب 76.47% من القائمين بالاتصال في إذاعة برج بوعرييرج المحلية أنهم يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي وبين المؤسسة الإعلامية في حال وجود تناقض بينهما، في حين عبر 17.64% من المبحوثين بأن متطلبات المؤسسة الإعلامية تعطي لها الأولوية، ورأى بعض الإعلاميين والذين بلغت نسبتهم 5.88% الالتزام بأرائهم والإصرار عليها في حال وجود تناقض بين

الطرفين، بينما لم نسجل ولا نسبة 00% عن الاعتذار عن أداء العمل. ومن هنا فان النتائج تشير الى أن معظم القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج المحلية يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها ووجهات نظرهم الذاتية وآرائهم في حال تناقض بينهما، هذا يفسر استعداد بعض الإعلاميين للتنازل عن بعض قناعتهم لصالح المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها وهو أمر عادي ومنطقي من باب عدم الاختلاف والاصطدام مع سياسة المؤسسة، ورأت فئة أخرى من القائمين بالاتصال أن متطلبات المؤسسة تؤخذ بعين الاعتبار ولها الأولوية وهذا جواب صريح ومنطقي للإعلاميين يتمشى والسياسة التحريرية للمؤسسة التي يعملون بها، في حين وافقت نسبة قليلة من المبحوثين على الالتزام بآرائهم ووجهة نظرهم، ويمكن إرجاع هذا ربما للخبرة والتجربة في الميدان الإعلامي، أو لأن المؤسسة الإعلامية لا يمكنها الاستغناء عنهم بسهولة.

جدول يمثل أولويات القائم بالاتصال في بناء أجندته الإخبارية

أخبار وسائل الإعلام	اهتمامات الناس	الأخبار الوطنية	أخبارالرئيس	إجمالي	
1	0	0	12	7	لعدد
0	2	3	70.58%	100	نسبة
0	11.76%	17.64%			

■ تأتي أولويات الأخبار المتعلقة برئيس الجمهورية لدى القائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة قدرت ب 70.58 %، تليها الأخبار الوطنية والتي سجلت بها نسبة 17.64 %، كما جاءت نسبة القائمين بأن اهتمامات الناس من أولويات الصحفي في بناء أجندته للأخبار 11.76 %.

كما سجلنا نسبة 00% لأخبار وسائل الإعلام

■ نستنتج من خلال النتائج أنه من المنطقي أن تأتي الأخبار المتعلقة برئيس الجمهورية في الصدارة باعتباره السلطة الأولى في الدولة، كما أن معظم الأخبار

التي يقدمها تتعلق مباشرة بالمواطن وبالشعب. أيضا تظهر من خلال النتائج عدم الاهتمام بأخبار وسائل الإعلام وهذا راجع لتجنب التقليد واتباع سياسة واضحة للمؤسسة الإعلامية

دول يمثل مراكز التأثير في عملية صناعة الأخبار حسب درجة أهميتها

الجمهور	وسائل الإعلام	لرأي العام	وكالات الأنباء	وزراء وشخصيات سياسية	رئيس الجمهورية	
7	0	0	02	0	15	تكرار
1	00	%0	%11	00	%88.23	%
%00	00	%0	.76	00		لنسبة

■ رئيس الجمهورية هو الأكثر تأثيرا في عملية صناعة الأخبار بنسبة قدرت 88.23% بين خيارات المراكز الأخرى بينما احتلت وكالة الأنباء المرتبة الثانية بنسبة قدرت ب 11.76% ولم تأخذ بعين الاعتبار كل من النقل عن وسائل الإعلام أو الجمهور أو الرأي العام وحتى بعض الشخصيات السياسية.

■ يتوافر لدى وسائل الإعلام عدد غير محدود من المصادر التي تزودها بالأخبار والتي تعتبرها مراكز تأثير في عملية صنع المادة الإعلامية، غير أن القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج لهم مراكز تأثير أخرى في صناعة الأخبار والتي يعتمدون عليها عمليا وهي الأخبار، والبيانات الرسمية الناطقة باسم أو على لسان رئيس الجمهورية باعتباره السلطة الأولى والأعلى في الدولة، تميزها بالصدق باعتبارها مادة مقدمة لكافة الجمهور، إضافة إلى رئيس الجمهورية فإن القائمين بالاتصال اختاروا وكالة الأنباء كمركز تأثير باعتبارها مصدر للمعلومات لكل وسائل الإعلام بحيث تقدم وبشكل مستمر

ومتدفق الأخبار ويستقبل الإعلاميون المعلومات وهم في مكاتبهم. و هو ما يساعد على التقليل من حجم الجهد المبذول في تقديم الأحداث, فضلا عن كون وكالة الأنباء تساعد على ملء فترات معينة بالأخبار التي تبثها، وخاصة أن وكالة الأنباء تعد السبّاقة في معرفة الأخبار على وجه الخصوص تصريحات بعض المسؤولين أما بالنسبة لعدم الاستناد لتلك المصادر فربما يعود إلى نقص المصادقية أو تجنب التقليد من الوسائل الأخرى.

جدول يوضح مساهمة القائم بالاتصال بالإذاعة في رسم سياسة المؤسسة

الإعلامية

المساهمة	نعم	لا	الاحتمالي
نعم	12	05	17
لا	%70.58	%29.41	%100

- تظهر نتائج الجدول مدى مساهمة القائمين بالاتصال في المؤسسة الإعلامية التي يزاولون بها عملهم في رسم السياسة التحريرية لمؤسستهم التي يتواجدون بها، حيث جاءت النتائج كالآتي:
- 70.5% يساهمون في رسم السياسة التحريرية لمؤسستهم الإعلامية التي يزاولون بها عملهم بحيث بلغت نسبة درجة المساهمة الى حد ما " 100 % أما الباقي والذين لا يشاركون في رسم السياسة التحريرية لمؤسستهم فبلغت نسبتهم 29.41% .
- من هنا نستنتج بأن القائمين بالاتصال بالمؤسسة الإذاعية لبرج بوعريريج مدفوعون إلى المساهمة في رسم سياسة وإيضاح السياسة التحريرية وفقا لاتجاهات وضوابط تدافع وتوضح الخط التحريري للمؤسسة، بينما البعض الآخر يتجرد من هذه المسؤولية معتبرا نفسه مجرد عامل في المؤسسة، لا علاقة له بالمؤسسة أو اتجاهاتها وأفكارها ويحترم نظامها وسيرورة عملها، وأن العلاقة التي تربطه بمؤسسته هي علاقة عمل فقط.

جدول يمثل متى يتم تجهيل القائم بالاتصال لمصادر معلوماته

النسبة	التكرارات	العبارات
% 17.64	0 3	لحماية المصدر
% 5.88	0 1	لبناء الثقة مع المصدر
% 00	0 0	حماية نفسك
% 52.94	0 9	لغياب مصدر معروف
% 11.76	0 2	خدمة المصلحة العامة
% 11.76	0 2	حماية المؤسسة الإعلامية
% 100	1 7	الإجمالي

■ تكشف قراءة المعطيات المتعلقة بالجدول رقم 12 والتي توضح ترتيب الصحفيين للأسباب التي تقف وراء تجهيل المصادر أن غياب مصدر غير معروف بنسبة 29.4% يلي ذلك حماية المصدر بنسبة 17.64% لتأتي في المرتبة الثالثة كل من خدمة المصلحة العامة وحماية المؤسسة الإعلامية بنسبة 11.76% أما فئة بناء الثقة مع المصدر فقد سجلنا بها نسبة 5.88% ، في حين

جاءت حماية الصحفي في حد ذاته . هي الأخيرة ولم يفضلها أي أحد من المبحوثين.

■ إن تجهيل المصادر يؤدي إلى عدم تصديق المعلومات والأخبار التي تبث وهنا يصبح نوعا من الإشاعات والأقويل انطلاقا من أنه كلما كان مصدر الخبر مهما ومعروفا كلما ازدادت ثقة المتلقي بالوسيلة الإعلامية ومن ثمة تصديقه، فضلا عن أن الخبر المجهول المصدر لا يفي بحق المتلقي في معرفة المعلومة كلها.

■ ما يلاحظ من خلال النتائج أن القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج لم يدافعوا عن ظاهرة تجهيل المصادر حيث سجلوا أكبر نسبة لتجهيل المصدر أو لغياب مصدر غير معروف وهنا تصبح الأخبار مشكوكا في مصداقيتها، معتبرين إياها بناء الثقة أو حماية المصادر أو مهما كانت المبررات في تجهيل المصادر، فهي لا تتوافق مع قيم المهنة الإعلامية والصحفية. بحيث تؤدي إلى فقدان المؤسسة الإعلامية لقيمتها ومصداقيتها من طرف الجمهور.

■ كما استنتجنا بأن القائم بالاتصال قد يعرض حياته للخطر من خلال عدم تجهيله للمصدر، إذا كان مهما في المعلومات حتى وإن كلفه ذلك حياته في سبيل تقديم المعلومة الصادقة للجمهور.

جدول يقيس معايير الاهتمام الخبيري لدى القائم بالاتصال في

المؤسسة الإعلامية

العبارات	العدد	النسبة
اهتمامات الجمهور	17	% 100

00	%	00	اهتمامات القائم بالاتصال
00	%	00	اهتمامات وسائل الإعلام
00	%	00	اهتمامات المؤسسة الإعلامية في حد ذاتها
100	%	17	الإجمالي

- تم اختيار كل المبحوثين فئة اهتمامات الجمهور بنسبة 100% كأول معيار خبري يترتب في أجندة اهتمامات القائم بالاتصال
 - سجل القائم بالاتصال في إذاعة برج بوعريريج المحلية نتيجة سلبية بنسبة 00% لكل من اهتماماته في حد ذاته أو اهتمامات المؤسسة أو اهتمامات وسائل الإعلام.
 - ومن هنا نستخلص أن القائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج يتجلى عمله في خدمة الجمهور بحيث يمثل أولى أولوياته في بناء أجندته للأخبار، من خلال تقديم كل المعلومات والأنباء التي يحتاجها، إضافة إلى خدمة الجمهور في حد ذاته في عملية نقل اهتماماته وانشغالاته وإيصالها إلى الجهات المعنية .
- جدول يقيس إتجاه القائم بالاتصال نحو العبارات الآتية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تكرار	العبارات
.951 001	4.1765	1 7	القوانين والتشريعات الخاصة بمهنة الصحافة في الجزائر لا تقدم قدرا كبيرا من الحرية في ممارسة العمل الإعلامي
.848 087	4.2941	1 7	تبالغ القوانين والتشريعات المنظمة لمهنة الصحافة الموضوعية في وضع مسؤوليات كبيرة على العاملين بقطاع الإعلام
.903 042	4.2353	1 7	هناك مواضيع وأخبار محظورة على الإعلامي تناولها يحق للجمهور معرفتها
.618 035	4.4118	1 7	تحدد التشريعات الخاصة بوضوح واجبات الإعلام نحو مؤسسته
.831 037	4.2353	1 7	القوانين المنظمة للمهنة لا تسمح بهامش مناسب من حرية التعبير عن رأي العامل في المؤسسة

■ وافق 58.8 % وبمتوسط حسابي 4.17 ونسبة 35.3% بشدة على أن

القوانين والتشريعات الخاصة أن بمهنة الصحافة في الجزائر لا تقدم قدرا كبيرا من الحرية في ممارسة العمل الإعلامي .

■ 47.1% هي نسبة الذين وافقوا بشدة على مبالغة هذه القوانين في وضع

مسؤوليات كبيرة على العاملين بقطاع الإعلام وبمتوسط حسابي 4.29 و سجلنا نسبة 41.2% يؤيدون هذه العبارة.

■ أجابت نسبة 47.1% من القائمين بالاتصال بدرجة موافق جدا وبشدة على عبارة أن هناك مواضيع محظورة يحق للجمهور معرفتها ونسبة 35.3% هي نسبة الموافقة على هذه العبارة. وسجلت هذه العبارة متوسط حسابي 4.23.

■ 47.1% هي نفس النسبة التي لوحظت لدرجتي موافق وبشدة وموافق على أن قانون الإعلام بالجزائر يحدد وبوضوح واجبات الإعلامي نحو مهنته ونحو مؤسسته واتجاه المادة الإخبارية. 88.2% هي نسبة تجمع بين الموافقين والموافقين بشدة على ان قانون الإعلام في الجزائر يحد من حرية الصحفي. ومنه نستنتج أن أبرز العوامل المتحكمة في مهنة الصحافة هي تلك التشريعات والقوانين التي سنتها الجهات المسؤولة والتي تعد حواجزاً وضغوطاً تحد من حرية الصحفي في نشر وبث بعض الأخبار والمواد الإعلامية المؤهلة للطرح للجمهور، هذه القوانين بمثابة جدار يقف في وجه حرية الإعلام والصحافة تحتاج إلى تعديل لأن ذلك ينعكس على عمل الإعلاميين ومن هنا يجب التفكير في قوانين وإجراءات لرفع مستوى حرية الرأي والتعبير ومن مستوى المهنة الإعلامية .

جدول يقيس اتجاه القائم بالاتصال مع المؤسسة ومع الإدارة

الانحراف المعياري	متوسط حسابي		العبارات
4850	4.117	7	1-تحرص الإدارة على تطبيق القوانين واللوائح التي توفر النظام والوضوح في العمل
1.363	3.117	7	2الخط التحريري للمؤسسة التي أعمل بها لا يتوافق وتوجهاتي الفكرية
1.543	3.588	7	3نظام الإشراف بالمؤسسة التي أعمل بها تمثل قيوداً على أدائي المهني

.5878	4.294	7	1	7	4-السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية التي أعمل بها واضحة ومفهومة
.4696	4.705	7	9	7	5-تحرص إدارة التحرير على عقد اجتماعات لتقديم الأخبار في اليوم الموالي
.6966	3.882	3	4	7	6-يسمح قسم التحرير للصحفيين بالمناقشة وتقديم مقترحات عند اتخاذ قرارات
1.131	3.176	11	5	7	7-يترك لي نظام المؤسسة حرية التصرف في العمل الذي أقوم به في إطار متفق عليه
1.300	3.235	45	3	7	8-تقييم الأداء في المؤسسة غير قادر على التمييز بين الكفاء وغير الكفاء
1.366	3.352	62	9	7	9-تقييم الأداء في المؤسسة التي أعمل بها تدخل فيها اعتبارات شخصية
1.277	1.366	64	62	7	10-لا تهتم الإدارة بتحليل شكاوي ومشكلات الإعلاميين
1.297	3.058	62	8	7	11-هناك نظام تتعرف من خلاله الإدارة على ردود أفعال الصحفيين تجاه من قرارات
1.172	4.000	60	0	7	12-تحديد ما يبث يتم بناءا على أسس موضوعية
1.197	2.941	42	2	7	13-تحرص المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها على تطوير المهنة الإعلامية لتحسين الأداء والمنافسة الإعلامية
.8702	3.588				14-لاتهتم المؤسسة التي أعمل بها بوجود

6	2	7	أنشطة مختلفة خاصة بالعاملين فيها
1.003	3.411		15-لا توفر المؤسسة التي عمل بها الفضاء اللازم الذي يليق بالمهنة الإعلامية والإعلاميين على حد سوى.
	67	8	7

- وافق 76.5% من القائمين بالاتصال على عبارة " تحرص الإدارة على تطبيق القوانين واللوائح التي توفر النظام والوضوح في العمل" وبمتوسط حسابي (4.11)
- نسبة 35.3% من الإعلاميين لإذاعة برج بوعريريج المحلية غير موافقين إطلاقا على أن الخط التحريري للمؤسسة الإذاعية لا يتوافق واتجاهاته الفكرية وبمتوسط حسابي 3.11
- أجاب 41.2% من مجموع المبحوثين الذين وافقوا وبشدة على أن نظام الإشراف بالمؤسسة يمثل قيودا على أدائهم المهني.
- أيد 58.8% و بمتوسط حسابي 4.29 من القائمين بالاتصال فكرة ان السياسة التحريرية لمؤسستهم واضحة ومفهومة.
- وافق وبشدة عدد من الإعلاميين حول حرص الإدارة والتحرير على عقد اجتماعات لتقديم الأخبار في اليوم الموالي وذلك بمتوسط حسابي 4.7. وبنسبة إجمالية تقدر ب 70.6% و بدرجة موافق بنسبة 29.4%
- أجاب 52.9% بدرجة موافق من القائمين بأن قسم التحرير يسمح بتقديم مقترحات واتخاذ قرارات ترتبط بعملهم وذلك بمتوسط حسابي 3.88
- 47.1% من الصحفيين "غير متأكدين" من أن نظام المؤسسة يترك لهم حرية التصرف في العمل الذي يقوم به في إطار متفق عليه .

- 29.4% من الموافقين و17.6% من المؤيدين وبشدة هذه العبارة "تقييم الأداء غير قادر على التمييز بين الكفاء وغير الكفاء في المؤسسة بينما تقدر نسبة 23.5% من غير المتأكدين من هذه العبارة.
- أيد 47.1% من مجموع حجم العينة عبارة تقييم الأداء تدخل فيه اعتبارات شخصية وهي نتيجة سلبية.
- بالنسبة لعدم اهتمام الإدارة بتحليل شكاوي الإعلاميين وبمطالبهم أجاب 41.2% بدرجة موافق، ووافق البعض بشدة بنسبة 23.5%
- أجابت نسبة من القائمين بالاتصال والتي تقدر 29.4% وبالتساوي بين الموافقين وغير المتأكدين من إجابته حول النظام الذي تتعرف من خلاله على ردود أفعال الصحفيين اتجاه ما تتخذه الإدارة من قرارات.
- بالنسبة للعبارة " ما يتم بثه يبني على أسس موضوعية " أجاب 47.1% من المبحوثين بموافق
- 41.2% هي نسبة الإعلاميين غير الموافقين على عبارة "تحرص المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها تعمل على تطوير المهنة الإعلامية وتحسين الأداء والمنافسة الصحفية "
- 76.5% من القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج وافقوا على عبارة "أن المؤسسة التي أعمل بها لا تهتم بوجود أنشطة مختلفة خاصة بالعاملين بها
- لا توفر المؤسسة التي أعمل بها الفضاء اللازم الذي يليق بالمهنة الإعلامية على حد سوى " 70% وافقوا على هذه العبارة.
- من خلال القراءة نستنتج الاتجاهات السلبية للقائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج تتمثل فيما يلي:

- نظام المؤسسة لا يترك لهم جانبا الحرية في تأدية مهامهم - تقييم الأداء تدخل فيه اعتبارات شخصية - الإدارة غير قادرة على التمييز بين الكفاء وغير الكفاء المؤسسة لا تحرص على تحسين الأداء الوظيفي للإعلاميين وتطوير المهنة الصحفية بشكل عام - المؤسسة لا توفر فضاءا يليق والعاملين بها - المؤسسة لا تهتم بوجود أنشطة للصحفيين العاملين بها. نظام الإشراف يمثل قيودا على أدائهم المهني.

الاتجاهات الإيجابية للقائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج تتمثل في:

- السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية واضحة ومفهومة -
- تحرص إدارة التحرير على عقد اجتماعات - السماح لقسم التحرير بتقديم مقترحات ترتبط بعملهم - ما يبث من أخبار يقوم على أسس موضوعية .

جدول يمثل درجة رضا القائم بالاتصال عن الترتيب البروتوكولي للنشرة

الإخبارية

النسبة	العدد	درجة الرضا
%	0	عالية
17.64	3	
%	0	منخفضة
00	0	
%	1	متوسطة
58.82	0	
%	0	لا رأي لي
41.17	7	
%	1	الإجمالي

100	7	
-----	---	--

■ تمثل النتائج الآتية مدى رضا القائم بالاتصال عن الترتيب البروتوكولي والسائد لأخبار النشرة الإخبارية في المؤسسة الإعلامية بحيث جاءت النتائج كالآتي:

النتائج كانت مختلفة ومتفاوتة إلا أن أغلبية القائمين بالاتصال يرون بأن درجة الرضا متوسطة للأخبار التي تبث وذلك بنسبة قدرت 58.82 % وعبر البعض من القائمين بالاتصال عن رأيهم بدرجة رضا عالية وذلك بنسبة % 17.64 أما نسبة الذين جاءت إجاباتهم "بلا رأي لي" فكانت النسبة مرتفعة والتي قدرت ب 41.17% في حين سجلنا نسبة 00% لدرجة رضا منخفضة.

■ نستنتج من خلال النتائج بأن معظم القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج غير راضين عن الأخبار التي تبث من حجرة الأخبار وغير مقتنعين بها، أي لا تمثل أولويات أجندة أخبارهم إذا ما أضفنا نسبة الذين لم يعبروا عن رأيهم حول مدى رضاهم واقتناعهم بما يقومون ببثه. وهنا يمكن القول بأن السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية هي المسؤولة عن كل بيث، إذا فالقائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج شخص مجرد في عمله يخضع لاعتبارات المؤسسة الإعلامية ولسياستها.

جدول يمثل الأخبار التي تجد طريقها إلى البث من وجهة نظر القائم

بالاتصال

النسبة %	التكرارات	العبارات
8% 2.35	14	ما يتفق مع سياسة الدولة
0% 0	00	ما يرتبط بنوعية الخبر

5% 88.	01	ما يرتبط بنوعية المصدر وشخصيته
0% 0	00	ما يحدث فرقة إعلامية
0% 0	00	ما لا يترك اثرا اجتماعيا
1% 1.76	02	ما لا يترك اثرا سياسيا
0% 0	00	مالا يتوفر في اجندة اهتمامات الجمهور
1% 00	17	الإجمالي

اتفقت إجابات الإعلاميين وإلى حد كبير في الإجابة عن السؤال رقم 24 المتعلق بنوعية الأخبار التي تجد طريقها للبت اذ اتجهت كل اراء القائمين بالاتصال أساسا إلى الأخبار التي تتفق مع سياسة الدولة و ذلك بنسبة تقدر 82.35%، ثم تليها الأخبار التي لا تترك أثرا سياسيا بنسبة

11.76% وتأتي في المرتبة الثالثة الأخبار المتعلقة بنوعية المصدر وشخصيته بنسبة 5.88%، في حين لم تسجل أي اختيارات بالنسبة للأخبار التي تتماشى والخط التحريري للمؤسسة في حد ذاتها، أو الأخبار التي لا تتوفر في أجندة اهتمامات الجمهور أو الأخبار التي لا تترك أثرا اجتماعيا. نستنتج من خلال هذه النتائج بأن القائمين بالاتصال ي المؤسسة الإذاعية ببرج بوعريريج يرون بأن الأخبار التي تجد طريقها للبت هي التي تتفق مع سياسة الدولة أي الأخبار التي تنشر محتكرة، أو هذا يعد

بمثابة انتقاد للسياسة الإخبارية السارية المفعول في مؤسستهم والتي تتنافى في بعض الأحيان وحرية المهنة الإعلامية ومن هنا نستطيع القول بأن القائم بالاتصال في المؤسسة الإذاعية محتم ومرغم ببث بعض الأخبار وحجب البعض منها التي قد تكون لها أولوية في البث وهنا نقول بأن درجة اقتناع القائم بالاتصال بما يبثه ضئيلة .

جدول يمثل النسبة المئوية للمسؤول عن ترتيب الأخبار في

المؤسسة الإذاعية

النسبة %	التكرارات	العبارات
7% 6.47	13	رئيس التحرير
2% 3.52	04	السياسة التحريرية
0% 0	00	الخبر في حد ذاته
0% 0	00	محرر الخبر
1% 00	17	الإجمالي

■ أجاب 76.47% من القائمين بالاتصال في إذاعة برج بوعرييرج أن رئيس التحرير يعد المسؤول الأول عن ترتيب قائمة الأخبار التي تبث من الإذاعة وتأتي سياسة المؤسسة الإعلامية في المرتبة الثانية بنسبة 23.52% أما المحرر الصحفي أو الخبر في حد ذاته ف سجلنا نسبة 00%.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن دور الصحفي محدود في إطار عوامل أخرى ذات أولوية بحيث ليس له أي دور في ترتيب قائمة أولويات الأخبار، وهنا يمكن القول بأن هناك أخبار تحجب من خلال غياب دور المحرر الذي من المفروض أن يكون المسؤول عن العملية الإخبارية نظرا للجهد الذي يبذله في جمع المادة وانتقائها. فضلا عن ذلك فإن هذه النتائج تظهر أيضا وجود اتفاق كبير بين القائمين بالاتصال في ترتيب الجهات المسؤولة لقائمة الأخبار.

جدول يمثل الجوانب التي يراعيها القائم بالاتصال عند تحريره

للأخبار

النسبة	التكرار	العبارات
00%	00	ما يدعم سياسة الدولة
17.64%	03	عدم التجريح
00%	00	ما يدعم سياسة المؤسسة الإذاعية
70.58%	12	الموضوعية
11.76%	02	ما يحمي قيم المجتمع

يبين الجدول أعلاه الجوانب التي يجب أن يراعيها القائم بالاتصال عند

تحرير الخبر:

- حيث جاءت الموضوعية على رأس الترتيب بنسبة 70.58% تليها في المرتبة الثانية سياسة عدم التجريح بنسبة تقدر 17.64% تليها ثالثا فئة ما يحمي قيم

المجتمع بنسبة قدرت 11.76% في حين لم نسجل أي اختيار لجانبي "ما يدعم سياسة الدولة" أو ما يدعم سياسة المؤسسة في حد ذاتها في عملية تحرير الأخبار. تشير هذه النتائج الى تأكيد القائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج على ضرورة مراعاة مبادئ وأخلاقيات العمل الإعلامي عند تحرير الأخبار ونشرها وأهم هذه القيم هي الموضوعية والتحلي بها كشرط أساسي لممارسة العمل الإعلامي والصحفي، والنقل الصحيح لما جاء في تقارير مصادر الأخبار. ونلاحظ انه قد سجلت نسبة ضئيلة من خلال الترتيب في فئة حماية قيم المجتمع وهي نقطة سلبية يسجلها القائم بالاتصال في حق القيم السائدة. بينما لم نلاحظ أي أهمية لعنصري تدعيم سياسة الدولة أو ما يدعم سياسة الدولة كجوانب يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار.

جدول يمثل مدى توافق القائم بالاتصال وعبارات القصور الإعلامي

في الجزائر

لا	ال	ن	العبارة
	ى	عم %	
	حدا		
3.	2.	8	تقديمها جزء من الحقيقة
3211	8824	8.2	
2.	2.	9	خضوعها التام والكلي للمتغير السياسي
4254	9412	4.1	
6	2.	8	روتينية الأخبار وسطحياتها
8599	7059	2.4	
5.	2.	8	عدم جدية تصريحات المسؤولين

2859	8235	8.2	
.4	2.	7	محاولته فرض الوصاية على الجمهور المتلقي
3724	7647	6.5	
.5	2.	8	تمحور أخبارها حول المصادر الرسمية
2859	8235	8.2	

- أجاب % 88.2 من الإعلاميين من إذاعة برج بوعريريج بنعم على أن الإعلام الجزائري يقدم جزء من الحقيقة من المواد الإخبارية المقدمة للجمهور، بينما أجاب البعض منهم بنسبة 11.8 % بأن ذلك صحيح إلى حد ما.
- عبر 94.1 % من المبحوثين بأن الإعلام الجزائري يخضع للمتغير السياسي ونفى البعض منهم ذلك بنسبة 5.9 %
- أجاب 82.4 % من القائمين بالاتصال على اتسام الإعلام الجزائري والأخبار التي تقدمها الصحافة الجزائرية بالسطحية والروتينية و 11.8 % أجابوا بنعم إلى حد ما بينما تنفي ذلك نسبة 5.9 %
- أجاب 76.5 % من القائمين بالاتصال في إذاعة برج بوعريريج على أن الإعلام الجزائري يحاول فرض الوصاية على الجمهور بينما نفى البعض منهم ذلك بنسبة 23 %
- أفادت نسبة 88.2 % على تمحور الأخبار حول المصادر الرسمية أما النسبة المتبقية فانقسمت بالتساوي بين "الى حد ما" و"لا"
- أيد 88.2 % من المبحوثين على " عبارة عدم جدية تصريحات المسؤولين " .

أوضحت النتائج بأن القائمين بالاتصال بالمؤسسة الإعلامية لإذاعة برج بوعريريج المحلية غير راضين عما يقدمه الإعلام الجزائري من أخبار، إذ ان السلطات المسؤولة تتعمد حجب وتضليل بعض الأخبار التي يمكن أن تغير مجرى الاحداث في المجتمع، بحيث يوجهون انتقادات حادة خاصة بالإعلام وعلى أعمالهم في حد ذاتها، ما يبين تبني وجهات نظر واحدة لعدم وضوح رسالتهم، وروتينية وسطحية المواد الإخبارية، التي تثبت فضلا عن الوصاية التي يمارسها الإعلام الجزائري في حق جمهوره. وبتضليلاته المعتادة التي تتجسد في التصريحات الغير جدية من طرف المسؤولين ومصادر الأخبار.

العبارة	موافق	الى حد ما	اعتراض
تمنع القناعة السياسية المحرر من أن موضوعيا في عمله موضوعيا في عمله	8 8.2	3. 8235	.52 859
تؤثر الاعتبارات المهنية على عمل الصحفي	4 7.1	3. 4118	.61 835
على الصحفي أن لا يستمر في العمل بمؤسسة حتى ولو كان يختلف مع سياستها	1 7.6	2. 7647	1.0 3256
ضعف الدخل المادي للإعلاميين ينعكس على أدائهم المهني	5 8.8	2. 6471	.93 148
المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي	4 7.1	3. 4118	.61 835

يوضح الجدول موقف القائم بالاتصال من بعض العبارات المتصلة بالمهنة

- وافق 88.2% على أن القناعة السياسية تمنع من ان يكون المحرر موضوعيا في عمله.
 - وأيد البعض منهم بنسبة 88.2% فكرة أن الاعتبارات المهنية تؤثر على عمل الصحفي.
 - أجاب 47.1% على درجة موافق إلى حد ما على عبارة "على الصحفي أن لا يستمر بالعمل في مؤسسته حتى لو كان يختلف مع سياستها، بينما اعترض البعض منهم على العبارة بنسبة 17.6%
 - وافق الى حد ما من القائمين بالاتصال على أن الدخل المادي يؤثر وينعكس على أدائهم المهني وذلك بنسبة 58.8%.
 - أيد 47.1% من نسبة المبحوثين على أن المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي.
- تشير النتائج السابقة إلى ان القناعة السياسية للصحفي تمنعه من ان يكون موضوعيا وغير متحيز مهما كانت الجهة التي ينتمي اليها أو يقتنع بها، بحيث تؤثر القناعة السياسية للقائم بالاتصال على موضوعيته في نقل الحقائق والمعلومات.
- وأيد بعض الصحفيون فكرة أنه على الصحفيين أن لا يستمروا بالعمل في المؤسسة ان كانوا يختلفون مع السياسة التحريرية، حيث تعد مزاوله مهنة الصحافة في مؤسسات إعلامية لا يتفق الصحفي مع سياستها بمثابة امتثال لآراء تختلف نسبيا أو كليا مع قناعاته وبهذا يضطر القائم بالاتصال الى الاستسلام للسياسة التحريرية التي تتعارض وتوجهاته وبهذا يكون مضطر لتقديم منتج غير مقتنع به.

كما وافق بعض الصحفيين على أن الدخل المادي ينعكس على أدائهم المهني بحيث يدفع ذلك الى العمل بجهات أخرى وذلك بنسبة 58.8% وهذا ينعكس بطبيعة الحال على الجدية والإتقان في العمل.

خاتمة

بعد تسليط الضوء على أهم العوامل المتحكمة في بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في المؤسسة العمومية والكشف عن أهم الضغوطات التي تقف أمام الإعلامي في عمله وفي حرية مهنته, فأهم نتيجة برزت في النهاية هي أن الصحفي الجزائري وبسبب ما يعانیه من صعوبات مهنية وقانونية تعرقل ممارسته الإعلامية, بالإضافة إلى القيود المفروضة من مؤسسته تؤدي إلى ضعف قدراته حتى في إنتاجه للمادة الإخبارية. إذن فطبيعة الممارسة الإعلامية والصحفية في الجزائر تبقى مرهونة بطبيعة النظام السائد والذي بدوره ينتج مجموعة من العوامل تضيق من حرية الإعلام والصحافة بكل أشكالها. كنموذج من مؤسسة إذاعة برج بوعريريج بينت الدراسة نتائج تتمثل في ما يلي:

- أن دور القائم بالاتصال في المؤسسات الجزائرية ضيق جدا في صناعة وإنتاج وبناء الرسالة الإعلامية وتشوبه كثير من المشاكل والنقائص والضغوطات في تأدية مهامه بما يؤثر سلبا على ممارسته الإعلامية.
- أوضح القائم بالاتصال في الأخبار الإذاعية أن مركز التأثير الأول في عملية صناعة الأخبار هو رئيس الجمهورية
- أن القائم بالاتصال يتبع نظام التسلسل الهرمي للنشرة رغم عدم اقتناعه بهذا.

- أهم العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال والتي تنعكس على دليل النشرة الإخبارية هي:

- ✓ أولا النظام القانوني والتشريعات الخاصة بمهنة الصحافة والإعلام السمعي بصري والتضييقات التي تحد من حرية الصحفي في معالجته للأخبار
- ✓ ثانيا محدودية مشاركة دور القائم بالاتصال في إعدادة لقائمة الأخبار وترتيبها

✓ ثالثا: مركزية القرار بالنسبة لرئيس التحرير في ترتيب الأخبار التي تم إعدادها من طرف الإعلاميين

التوصيات

- العمل على خلق حرية أكبر للإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية والتخلص من المركزية السائدة في إتخاذ القرار الخاصة بمهنته وعمله داخل غرفة الأخبار.

- خلق بيئة سليمة سياسيا وخاصة قانونيا بهدف تحقيق إعلام موضوعي يهتم بمختلف القضايا ومن مختلف الجوانب.

قائمة المراجع:

- إبراهيم، مام، الاعلام الإذاعي، (دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985)
- أحمد، بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، (الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2005)
- جيهان، أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية (دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985)
- شطاح، حمزة، النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، (رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة، تخصص علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2004)
- عبد الرحمان عواطف واخرون، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، (سلسلة دراسات صحفية، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1992)
- عبد الفتاح، عبد النبي، سيبولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، (دون طبعة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1989م)
- مالك، شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، (رسالة ماجستير في علم الاجتماع التتمية، جامعة قسنطينة، 2000م)
- محمد، شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، (المكتب الجامعي الحديث، 1996م).

دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية

The role of mobile journalism in the development of journalistic practice

اعداد:

سناء يوسف شاهين

باحثة- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

ملخص:

تهدف هذه الورقة إلى التعرف على دور صحافة المحمول في تطوير أداء الصحفيين لمهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها، كما تبرز إنعكاسات صحافة المحمول على أساليب التغطية الصحفية والتحول الذي أحدثته في مفهوم عُرف الأخبار والتغيرات التي لحقت بالأشكال الصحفية. وإستفادت الباحثة من الأدبيات التي تناولت صحافة المحمول حيث إستعانة بالمراجع العربية والأجنبية كما أجرت مقابلات من خبراء وصحفيين مهتمين بمجال صحافة المحمول.

وخرجت الورقة بنتائج أثبتت أن لصحافة المحمول دور إيجابي في تطوير أداء الصحفيين لمهامهم العملية، كما اظهرت بعض السلبيات، وفي ضوء النتائج أوصت الباحثة بعدد من التوصيات منها : ضرورة استخدام صحافة المحمول والإستفادة من مزاياها العديدة في تطوير الممارسة الصحفية. إعداد نظام أخلاقي يُتفق عليه، للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي وإنتشار الأخبار الكاذبة، كما أوصت بتعزيز قدرات الصحفيين وتأهيلهم عبر الدورات التدريبية في مجال صحافة المحمول وتمليكهم أجهزة ذكية متطورة ومزودة بخدمة الإنترنت

Abstract:

This paper Targeted to identify the role of mobile journalism in developing the journalists' performance of their profession and the skills required to achieve it. The paper also highlights the impact of the mobile journalism on the methods of press coverage and its transformation in the concept of news room.

The paper revealed that the mobile journalism played a positive role in the development of journalists' performance of all their practical tasks. There is also negative repercussions but showed limited. In light of the results, the researcher recommended a number of recommendations. Journalists should given mobile smartphones with Internet access. qualified them by Training to use mobile applications in the press coverage .

مقدمة

تعتبر وظيفة الإخبار من أهم الوظائف الإعلامية على الإطلاق سواء إذاعيا أو تلفزيونيا، باعتبارها مجالا للتفاعل المباشر مع الجمهور عبر نشراتها وتحليلاتها وبرامجها المختلفة نظرا للأهمية التي تكتسبها هذه الوظيفة. إلا أن قطاع الإعلام المسموع و المرئي في الجزائر و عبر تطوراتها و خطواته الواسعة نحو الأمام في ظل واقعه التاريخي انسحب مباشرة لتلك التبعية والرقابة السياسية المباشرة المفروضة عليه ، و من ثم يصبح القائم بالاتصال في أخبار الإذاعة أو التلفزيون موجها من اللحظة الأولى في عمله تحت إرشادات و توجيهات، أو بتعبير آخر "ضغوطات" ترتبط مباشرة بالسياسة السائدة. بحيث يمكن القول إنها تحد من مساحات الحرية المتاحة له. هذه الأخيرة تتضح بشكل مباشر في رسم السياسات و صياغة الاستراتيجيات و تقنيات العمل و إخضاعها لمفاهيم معينة ، و تفسير كل ذلك يتشكل في الأداء الإعلامي للقائم بالاتصال في تقديمه للمادة الإخبارية. ومن خلال هذه الورقة سنجيب على بعض الأسئلة التي توضح لنا واقع الإعلام الإخباري في المؤسسات الإعلامية في الجزائر و التي تم صياغتها على النحو الآتي:

ماهي العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار الإذاعية؟ ومن الإشكالية الرئيسية تنفرع العديد من التساؤلات الفرعية؟

✓ ما هي مراكز التأثير في عملية صناعة الأخبار من وجهة نظر القائم بالاتصال في الأخبار الإذاعية؟

✓ ما هي معايير الاهتمام الخبري لدى القائم بالاتصال؟

✓ ما هي القيم الخبرية التي تكون من أولويات القائم بالاتصال في النشرة الإخبارية الإذاعية؟

✓ هل تركز على التسلسل الهرمي للأخبار والنسق الكامل للنشرة؟

✓ ما هي العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال و انعكاساتها على دليل النشرة الإخبارية الإذاعية؟

4- أهمية الدراسة: تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، تحديداً من أهمية الوظيفة الإخبارية في وسائل الإعلام و يكمن الهدف من الدراسة في معرفة العلاقة التي تربط القائم بالاتصال والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية ومدى التأثير المتبادل لكل منهما وتقديم وجهة نظر علمية مبنية على دراسة دقيقة، بصفة عامة وللإذاعة بصفة خاصة أي تدخل فيه خريطة التوجه الإعلامي باعتبار أن النظام الإعلامي للجزائر قطاع غير قائم بذاته .

5- أسباب إختيار هذه الدراسة تعود لأمر عديدة أبرزها معرفة العوامل المتحكمة في الرسالة الإعلامية بصفة عامة و الوظيفة الإخبارية بصفة خاصة كما يعود السبب لإختيار الإذاعة عن غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى على إنتشارها الواسع و تميزها بالآنية.

6- أهداف الدراسة:

- تحديد ما يتعلق بعملية التأثير والتأثر بين وسائل الإعلام مع الجمهور وتعد محاولة لفهم المعايير المستخدمة في اختيار الأخبار في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

4- منهج البحث :

- القيام بجرد آراء القائمين بالاتصال يستلزم استعمال المنهج المسحي لما لديه من إجراءات تسمح بذلك.

ويعرف بأنه أحد " الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم¹. وتتمثل الأداة التي سنتبعها لإجراء وإتمام دراستنا على استمارة استبتيائية باعتبارها الأنسب، ويعرف الاستبتيان تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات

¹ أحمد بن مرسل، 2005، منهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، ص286

والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة.¹ و اعتمدنا في دراستنا العينة القصدية أو ما يطلق عليها "العمدية" باستخدام أسلوب الحصر الشامل بحيث تضم 17 فردا بإذاعة برج بوعريريج وزعت عليهم الاستمارة وتم استرجاعها كلها.

6- مفاهيم الدراسة

القائم بالاتصال: يعرف الدكتور إبراهيم مام القائم بالاتصال معبرا إياه بلفظ "الوسيط" في إطار حديثه عن القائم بالاتصال الجماهيري، فيقول " ان مهمة الصحفي أو الاتصالي، هو تمثيل الأمة والنيابة، والقيام بدور الوسيط أو الرجل الثالث بين الجماعات المتحاوره². المصطلح نفسه تتبناه المدرسة الفرنسية بدلا من القائم بالاتصال فهي ترى أن له دلالة محايدة بينما الصحفي- وفقا لاتجاهاته – يلعب دورا تفاوضيا بين المعلومة "المصدر" وبين الجمهور" المستقبل " في حين أن لفظ القائم بالاتصال لا يضيف أي جزئية من عمل الصحفي، والذي هو في حقيقته أكثر تعقيدا..

أجندة الأخبار: تعرف بأنها وقائع محدودة المساحة والوقت تعكس القضايا التي تشمل على تغطية إخبارية متراكمة لسلسلة من الأحداث المتصلة التي تقع في أوقات مختلفة وتندرج تحت فئات أكبر. و هي قائمة من الأحداث والقضايا والموضوعات التي يتم ترتيبها وفقا لأهميتها، وتعتبر الأحداث وقائع محدودة المساحة³. و يمكن أن نعرف أجندة الأخبار هي مجموعة من الأحداث والوقائع التي تترجم في أخبار يتم بناء أجندتها استنادا لألوية القيم الإخبارية أو ترتيب هذه الأخبار حسب الهرم المقلوب، من الأهم إلى الأقل أهمية.

محمد، شفيق، 1996، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث،

م

1 ص112

2 إبراهيم مام، 1985، الاعلام الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 70

3 شطاح حمزة، 2004، النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة، تخصص علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، ص5

الإذاعة: المحطة الإذاعية هي مكان البث، والإذاعة هي نشر عن طريق الاتصال اللاسلكي بصرف النظر عن استخدام الفن الإذاعي، لأنها تقوم على الإرسال ونقل الصوت عبر موجات لاسلكية لمتوسط الطول، قصيرة متناهية القصر، والتي تسمى بموجات الميكروفون السنتمترية.¹

العوامل المؤثرة على بناء أجندة الأخبار

سلطة السياسية: إن السلطة السياسية وبممارسة السلطة والحكم والقانون فإنها تفرض على المؤسسات الإعلامية في تمرير رسالتها، ونشر خطابها بما يتماشى أفكارها ونشر الأخبار التي تصنع قيمتها السلطة، بدل القيم المتعارف عليها فتصبح الوسيلة الإعلامية مجرد أداة تنساق و سياسة السلطة بما ينشر وما لا ينشر وذلك عن طريق: أ- التشريع / ب- عن طريق التمويل / ج- عن طريق الرقابة وبالتالي فإن هذه

القوانين تحدد قيمة القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية كما أن حرية التعبير تنتهي بمجرد استغلال السلطة لسلطتها وتوظيف العدالة لضرب كل من يتجرأ على انتقادها.²

¹ مالك، شعباني، 2000، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علم الاجتماع والتنمية، جامعة قسنطينة، ص 71

² جيهان أحمد رشتي، 1985، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 78

- سياسة المؤسسة الإعلامية: تمثل الوسيلة العالمية عنصرا من العناصر المحددة للقيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، حيث تتجلى السياسة الإعلامية لأي مؤسسة إعلامية في قيمتها الإخبارية.¹

- نوع الملكية والقيم الإخبارية: تتأثر الوسيلة بنوع الملكية ، حيث تبقى هذه الوسيلة الإعلامية و القائمين بالاتصال فيها حاملين لأيديولوجية و صورة من يسيطر على الإعلام ، و هناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام ، و ملكية الخواص المستقلة.²

- القيم الإخبارية والأيديولوجية: لكل وسيلة إعلامية أهدافها التي تراعي قيمها الإيديولوجية، ولها طريقة في جمع و نشر أخبارها التي تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى ، بتحكم الأيديولوجيات المختلفة ، فالقيم الإخبارية بالنسبة لكل مؤسسة عبارة عن بنية قيمية و أيديولوجية و ذهنية ، و ليست عبارة عن رصد أحداث وقعت أو عناصر إخبارية لا تعكس مضمون القيمة التي يحملها الخبر ، ولكي يصبح الحدث في مستوى الخبر مذاعا أو منشورا عبر وسائل الإعلام، يجب أن يتضمن قيمة الأيديولوجية والفكرية، بأن تأثير الأيديولوجية يبرز في عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها.³

تم تقسيم الدراسة لإطارين إطار نظري يدرس بعمق مختلف المفاهيم التي تتضمنها الدراسة وإطار تطبيقي يعبر عن نتائج وتحليلات الدراسة المعالجة فجاء الباب الأول ليقدم مدخلا للدراسة من حيث التعريف بالموضوع وطرح إشكالية الدراسة و تساؤلاتها أسباب اختيار الموضوع و أهميته ، تحديد للمفاهيم ثم تقديم المتبني للدراسة و هي نظرية نظرية الأجندة.setting أما الباب الثاني المعنون بالعوامل المؤثرة في الممارسة الإخبارية فتضمن العوامل

¹ المرجع نفسه، ص79

² عبد الفتاح، عبد النبي، سيبولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، (دون طبعة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1989م) ص 96

³ جيهان، أحمد رشتي، المرجع السابق، ص102

المؤثرة في بناء أجندة الأخبار و الذي من خلاله اعطينا تعريفا للخبر الإذاعي و نشرة الأخبار الإذاعية بصفة خاصة و أهم خصائصها ، و العوامل المتحكمة في ترتيب الأخبار كالقيم الإخبارية تطرقنا أيضا ل العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار و من خلاله توسعنا في إعطاء مفهوم شامل للقائم بالاتصال و أهم الضغوط الداخلية الخارجية التي يتعرض لها اثناء تأدية مهامه ، العوامل المؤثرة في رضا القائم بالاتصال عن عمله و دراسة العلاقة بين الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال و بين أدائه الوظيفي ، القائم بالاتصال و المهمة الإخبارية من حيث ارتباط القائم بالاتصال بمصدر الخبر و بالجمهور ، أما الباب الثالث ف جاء تحت عنوان الإعلام المسموع في الجزائر بحيث تم التطرق و بالتفصيل للإذاعة المحلية في الجزائر حيث اعطينا تعريف للإذاعة، انواع الإذاعات في الجزائر، تطوير الشبكة الوطنية للبث الإذاعي، سياسة الجزائر في ميدان الإعلام المسموع، طريقة عمل البث الإذاعي، تكنولوجيا الإذاعة الحديثة، ظهور و تطور الإذاعات المحلية في الجزائر، المنطلقات القانونية لتشغيل الإذاعات المحلية أسباب انشاء الإذاعة المحلية وخصائصها، تنظيم و تسيير الإذاعات المحلية في الجزائر، وسائل الجذب في الإذاعة المحلية إضافة إلى بطاقة فنية إذاعة برج بوعريريج المحلية.

II. الإطار التطبيقي:

محور البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول يمثل توزيع حجم العينة الكلية من حيث الجنس

المتغير	المستويات	العدد	النسبة %
---------	-----------	-------	----------

70.58%	12	ذكر	الجنس
29.41%	05	انثى	
100%	17	الإجمالي	

من حيث الجنس:

إن العينة الكلية للدراسة الخاصة بإذاعة برج بوعريريج المحلية مكونة في غالبيتها الساحقة من الذكور بحيث تبلغ نسبتهم 70.58% في حين لا تتجاوز نسبة الإناث 29.41% وهي نسب تعكس التركيبة الجنسية لإذاعة برج بوعريريج.

جدول يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

السن العدد والنسبة	أقل من 25 سنة	من 25-34	من 35-44 سنة	أكبر من 45	الإجمالي
العدد	01	08	06	02	17
النسبة	5.88	47.05	35.29	11.76	100%

■ من حيث الفئة العمرية:

إن الفئة العمرية الواقعة بين (من 25-34) تحتل المرتبة الأولى بنسبة 47.05% من الحجم الكلي للعينة ثم تليها فئة من (35-44) سنة وذلك بنسبة 35.29% ومن هنا نلاحظ أن أغلبية المبحوثين بإذاعة برج بوعريريج المحلية هم من الفئات الشابة وهي خاصة جيدة ومناسبة حيث تتلاءم مع الدراسة وموضوعنا من عدة جوانب بحيث إن هذه الفئة تمثل جيل الانفتاح والتعددية الإعلامية، أيضا هو مؤشر جيد بوجود عناصر شابة قادرة على العمل وبذل الجهد بالاستعانة طبعاً من ذوي الخبر.

جدول يمثل الخبرة المهنية لدى القائم بالاتصال في إذاعة برج بوعرييج

الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	من 5-10 سنوات	من 10-15 سنوات	تفوق 15 سنة	الإجمالي
التكرار	01	14	02	01	17
النسبة	%5.88	%82.35	%11.76	%5.88	100%

العبارات	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الضغط من السلطة	17	4.0588	1.24853
نقص الموارد والإمكانيات	17	2.9412	0.96635
الصراع على الترقية	17	2.8235	1.01460
لسياسة التحريرية	17	3.7647	1.20049
قانون النظام داخل المؤسسة	17	3.1765	1.28624
عامل الزمن	17	3.2353	0.90342
عدم توفر تكنولوجيا الاتصالات	17	3.1176	1.05370
مصادر الأخبار نقصها أو صعوبة التعامل معها	17	4.3529	.99632
القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة	17	4.2353	1.30045
العبارات	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري

1.24853	4.0588	17	الضغط من السلطة
0.96635	2.9412	17	نقص الموارد والإمكانيات
1.01460	2.8235	17	الصراع على الترقية
1.20049	3.7647	17	لسياسة التحريرية
1.28624	3.1765	17	قانون النظام داخل المؤسسة
0.90342	3.2353	17	عامل الزمن
1.05370	3.1176	17	عدم توفر تكنولوجيا الاتصالات
.99632	4.3529	17	مصادر الأخبار نقصها أو صعوبة التعامل معها
1.30045	4.2353	17	القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	العبارات
1.24853	4.0588	17	الضغط من السلطة
0.96635	2.9412	17	نقص الموارد والإمكانيات
1.01460	2.8235	17	الصراع على الترقية
1.20049	3.7647	17	لسياسة التحريرية
1.28624	3.1765	17	قانون النظام داخل المؤسسة
0.90342	3.2353	17	عامل الزمن
1.05370	3.1176	17	عدم توفر تكنولوجيا الاتصالات
.99632	4.3529	17	مصادر الأخبار نقصها أو صعوبة

			التعامل معها
1.30045	4.2353	17	القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة

- جدول يمثل درجة ضغط كل 4
- عبارة من العبارات الآتية على عمل القائم بالاتصال
- ظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة الخبرة المهنية التي تتراوح ما بين (5-10) سنوات بالنسبة للقائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج بنسبة 82.35%، في حين سجلنا نسبة 11.76% بالنسبة لبعض الإعلاميين الذين تتراوح خبرتهم من (10-15) سنة، أما بالنسبة للخبرة التي تفوق خبرتهم أكبر من 15 سنة % 5.88، وهي خاصية جيدة إذ تنعكس خبرة الصحفي على إدراكه لما هو مطلوب منه و بطريقة جيدة و سريعة، و لا يتطلب من ذوي الخبرة مجهودا كبيرا في فهم طبيعة العمل الإعلامي ، أثناء تأدية مهامه و التعامل معها .كما أن الإقديمية و تكسب الفرد الخبرة في سيرورة أداء العمل تعود بالفائدة على المؤسسة الإعلامية.
- صنف القائمون بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج الضغط من طرف السلطة على أنه قوي جدا بمتوسط حسابي (4.0588) وانحراف معياري

(1.24853) أي بنسبة تقدر 52.90% تليها درجة الضغط القوي وذلك بنسبة 17.60% وهي نفس النسبة التي اختارها بعض القائلين بأن درجة الضغط من السلطة هي متوسطة أما درجة التأثير المحدود للسلطة فقد سجلنا بها تكرارا واحدا لكل منهما بنسبة تقدر 5.9%

■ كما اعتبر الصحفيون تأثير ضغط نقص المواد و الإمكانات تأثيره متوسط و ذلك بنسبة 47.1 بمتوسط حسابي 2.94. بينما يرى بعض بأن نقص الموارد والامكانيات ، و تعد ضمن الضغوط القوية التي تؤثر على عملهم المهني حيث قدرت نسبة هؤلاء 29.4%، بينما تتوزع النسب الباقية بالتساوي لكل من درجة التأثير المحدود سجلنا بها 11.8 % لفئة ضغط قوي جدا. ورأى القائمون بالاتصال في الإذاعة أن درجة ضغط الصراع حول الترقية يمارس تأثيرا محدودا، حيث سجل كل منهما نسبة 35.5% وهناك من يرى بان تأثيرها متوسط وبنسبة 17.6% بينما درجة القوي جدا ودرجة لها تأثير سجلنا بها تكرارا واحدا بنسبة 5.9%

■ وحسب إجاباتهم أيضا فإن قانون النظام داخل المؤسسة يمثل ضغطا له تأثير قوي جدا بنسبة 41.2%.

■ ويرى القائم بالاتصال بأن عامل الزمن من الضغوط القوية الممارسة على سير عمله بنسبة 35.3% وهي نفس الدرجة التي يصنفها البعض ضمن درجة التأثير المتوسط.

■ بالنسبة لعدم توفر تكنولوجيا الاتصالات يرى الصحفيون بأنها تؤثر وبشكل متوسط على عملهم، وذلك بنسبة تقدر ب 47.1% يليها درجة قوي جدا بنسبة 17.6%

■ يصنف القائمون بالاتصال ضغط مصادر الأخبار أو صعوبة التعامل معها ضمن الضغوط ذات الدرجة القوية وبنسبة ساحقة وصلت إلى 64.7% وبتكرار 11 عدد من مجموع عينة البحث .

- كما اختار الصحفيون درجة تأثير ضغط القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة ضمن الضغوط ذات التأثير القوي جدا والتي تؤثر على أدائهم المهني بنسبة 70.6 % بتكرار 12 من الحجم الكلي للعيينة.

2. جدول يمثل وجهة نظر القائم بالاتصال بين متطلبات العمل الإعلامي وبين المؤسسة الإعلامية

الإجمالي	متطلبات المؤسسة أولاً	توفيق بين الاثنين	تعتذر عن العمل	تلتزم بأرائك ووجهة نظرك وتصرفها	
17	03	13	00	01	العدد
100%	%17.64	%76.47	%00	%5.88	النسبة

- يوضح الجدول موقف الإعلاميين في حالة وجود تناقض بين متطلبات العمل الإعلامي وبين المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها من وجهة نظرهم الذاتية حيث جاءت الإجابات كالآتي:

- أجاب 76.47% من القائمين بالاتصال في إذاعة برج بوعريريج المحلية أنهم يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي وبين المؤسسة الإعلامية في حال وجود تناقض بينهما، في حين عبر 17.64% من المبحوثين بأن متطلبات المؤسسة الإعلامية تعطي لها الأولوية، ورأى بعض الإعلاميين والذين بلغت نسبتهم 5.88% الالتزام بأرائهم والإصرار عليها في حال وجود تناقض بين الطرفين، بينما لم يسجل ولا نسبة 00% عن الاعتذار عن أداء العمل. ومن هنا فان النتائج تشير الى أن معظم القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج المحلية

يحاولون التوفيق بين متطلبات العمل الإعلامي في المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها ووجهات نظرهم الذاتية وآرائهم في حال تناقض بينهما، هذا يفسر استعداد بعض الإعلاميين للتنازل عن بعض قناعتهم لصالح المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها وهو أمر عادي ومنطقي من باب عدم الاختلاف والاصطدام مع سياسة المؤسسة، ورأت فئة أخرى من القائمين بالاتصال أن متطلبات المؤسسة تؤخذ بعين الاعتبار ولها الأولوية وهذا جواب صريح ومنطقي للإعلاميين يتمشى والسياسة التحريرية للمؤسسة التي يعملون بها، في حين وافقت نسبة قليلة من المبحوثين على الالتزام بآرائهم ووجهة نظرهم، ويمكن إرجاع هذا ربما للخبرة والتجربة في الميدان الإعلامي، أو لأن المؤسسة الإعلامية لا يمكنها الاستغناء عنهم بسهولة.

جدول يمثل أولويات القائم بالاتصال في بناء أجندته الإخبارية

أخبار وسائل الإعلام	اهتمامات الناس	الأخبار الوطنية	أخبار الرئيس	الإجمالي	
00	02	03	12	17	العدد
00	%11.76	%17.64	%70.58	100%	النسبة

- تأتي أولويات الأخبار المتعلقة برئيس الجمهورية لدى القائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة قدرت ب 70.58 %، تليها الأخبار الوطنية والتي سجلت بها نسبة 17.64 %، كما جاءت نسبة القائمين بأن اهتمامات الناس من أولويات الصحفي في بناء أجندته للأخبار 11.76 %.
- كما سجلنا نسبة 00 % لأخبار وسائل الإعلام
- نستنتج من خلال النتائج أنه من المنطقي أن تأتي الأخبار المتعلقة برئيس الجمهورية في الصدارة باعتباره السلطة الأولى في الدولة، كما أن معظم

الأخبار التي يقدمها تتعلق مباشرة بالمواطن وبالشعب. أيضا تظهر من خلال النتائج عدم الاهتمام بأخبار وسائل الإعلام وهذا راجع لتجنب التقليد واتباع سياسة واضحة للمؤسسة الإعلامية

دول يمثل مراكز التأثير في عملية صناعة الأخبار حسب درجة أهميتها

الجمهور	وسائل الإعلام	الرأي العام	وكالات الأنباء	وزراء وشخصيات سياسية	رئيس الجمهورية	
17	00	00	02	00	15	التكرار
%100	%00	%00	%11.76	%00	%88.23	النسبة %

- رئيس الجمهورية هو الأكثر تأثيرا في عملية صناعة الأخبار بنسبة قدرت بـ 88.23% بين خيارات المراكز الأخرى بينما احتلت وكالة الأنباء المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 11.76% ولم تأخذ بعين الاعتبار كل من النقل عن وسائل الإعلام أو الجمهور أو الرأي العام وحتى بعض الشخصيات السياسية.
- يتوافر لدى وسائل الإعلام عدد غير محدود من المصادر التي تزودها بالأخبار والتي تعتبرها مراكز تأثير في عملية صنع المادة الإعلامية، غير أن القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج لهم مراكز تأثير أخرى في صناعة الأخبار والتي يعتمدون عليها عمليا وهي الأخبار، و البيانات الرسمية الناطقة باسم أو على لسان رئيس الجمهورية باعتباره السلطة الأولى و الأعلى في الدولة، و تميزها بالصدق باعتبارها مادة مقدمة لكافة الجمهور، إضافة إلى رئيس الجمهورية فإن القائمين بالاتصال اختاروا وكالة الأنباء كمركز تأثير باعتبارها مصدر للمعلومات لكل وسائل الإعلام بحيث تقدم و بشكل مستمر و متدفق الأخبار و يستقبل الإعلاميون المعلومات و هم في مكاتبهم. و هو ما يساعد على التقليل من حجم الجهد المبذول في تقديم الأحداث، فضلا عن كون وكالة الأنباء تساعد على ملء فترات معينة بالأخبار التي تبثها، و خاصة أن

64		ة المصدر
%5.8 8	01	لبناء الثقة مع المصدر
%00	00	حماية نفسك
%52. 94	09	لغياب مصدر معروف
%11. 76	02	خدمة المصلحة العامة
%11. 76	02	حماية المؤسسة الإعلامية
%100	17	الإجمالي

■ تكشف قراءة المعطيات المتعلقة بالجدول رقم 12" والتي توضح ترتيب الصحفيين للأسباب التي تقف وراء تجهيل المصادر أن غياب مصدر غير معروف بنسبة 29.4% يلي ذلك حماية المصدر بنسبة 17.64% لتأتي في المرتبة الثالثة كل من خدمة المصلحة العامة وحماية المؤسسة الإعلامية بنسبة 11.76% أما فئة بناء الثقة مع المصدر فقد سجلنا بها نسبة 5.88% ، في حين جاءت حماية الصحفي في حد ذاته .هي الأخيرة ولم يفضلها أي أحد من المبحوثين.

- إن تجهيل المصادر يؤدي إلى عدم تصديق المعلومات والأخبار التي تبث وهنا يصبح نوعا من الإشاعات والأقاويل انطلاقا من أنه كلما كان مصدر الخبر مهما ومعروفا كلما ازدادت ثقة المتلقي بالوسيلة الإعلامية ومن ثمة تصديقه، فضلا عن أن الخبر المجهول المصدر لا يفي بحق المتلقي في معرفة المعلومة كلها.
- ما يلاحظ من خلال النتائج أن القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج لم يدافعوا عن ظاهرة تجهيل المصادر حيث سجلوا أكبر نسبة لتجهيل المصدر أو لغياب مصدر غير معروف وهنا تصبح الأخبار مشكوكا في مصداقيتها، معتبرين إياها بناء الثقة أو حماية المصادر أو مهما كانت المبررات في تجهيل المصادر، فهي لا تتوافق مع قيم المهنة الإعلامية والصحفية. بحيث تؤدي إلى فقدان المؤسسة الإعلامية لقيمتها ومصداقيتها من طرف الجمهور.
- كما استنتجنا بأن القائم بالاتصال قد يعرض حياته للخطر من خلال عدم تجهيله للمصدر، إذا كان مهما في المعلومات حتى و إن كلفه ذلك حياته في سبيل تقديم المعلومة الصادقة للجمهور.

جدول يقيس معايير الاهتمام الخبري لدى القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية

العبارات	العدد	النسبة
اهتمامات الجمهور	17	%100

اهتمامات القائم بالاتصال	00	%00
اهتمامات وسائل الإعلام	00	%00
اهتمامات المؤسسة الإعلامية في حد ذاتها	00	%00
الإجمالي	17	%100

- تم اختيار كل المبحوثين فئة اهتمامات الجمهور بنسبة 100% كأول معيار خبري يترتب في أجددة اهتمامات القائم بالاتصال
- سجل القائم بالاتصال في إذاعة برج بوعريريج المحلية نتيجة سلبية بنسبة 00% لكل من اهتماماته في حد ذاته أو اهتمامات المؤسسة أو اهتمامات وسائل الإعلام.
- ومن هنا نستخلص أن القائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج يتجلى عمله في خدمة الجمهور بحيث يمثل أولى أولوياته في بناء أجدته للأخبار، من خلال تقديم كل المعلومات والأنباء التي يحتاجها، إضافة إلى خدمة الجمهور في حد ذاته في عملية نقل اهتماماته وانشغالاته و إيصالها إلى الجهات المعنية .

جدول يقيس إتجاه القائم بالاتصال نحو العبارات الآتية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تكرار	العبارات
0.95101	4.1765	17	القوانين والتشريعات الخاصة بمهنة الصحافة في الجزائر لا تقدم قدرا كبيرا من الحرية في ممارسة العمل الإعلامي
0.84887	4.2941	17	تبالغ القوانين والتشريعات المنظمة لمهنة

			الصحافة الموضوعية في وضع مسؤوليات كبيرة على العاملين بقطاع الإعلام
0.90342	4.2353	17	هناك مواضيع وأخبار محظورة على الإعلامي تناولها يحق للجمهور معرفتها
0.61835	4.4118	17	تحدد التشريعات الخاصة بوضوح واجبات الإعلام نحو مؤسسته
0.83137	4.2353	17	القوانين المنظمة للمهنة لا تسمح بهامش مناسب من حرية التعبير عن رأي العامل في المؤسسة

- وافق 58.8 % و بمتوسط حسابي 4.17 و نسبة 35.3% بشدة على أن القوانين و التشريعات الخاصة أن بمهنة الصحافة في الجزائر لا تقدم قدرا كبيرا من الحرية في ممارسة العمل الإعلامي .
- 47.1% هي نسبة الذين وافقوا بشدة على مبالغة هذه القوانين في وضع مسؤوليات كبيرة على العاملين بقطاع الإعلام وبمتوسط حسابي 4.29 و سجلنا نسبة 41.2% يؤيدون هذه العبارة.
- أجابت نسبة 47.1% من القائمين بالاتصال بدرجة موافق جدا وبشدة على عبارة أن هناك مواضيع محظورة يحق للجمهور معرفتها ونسبة 35.3 % هي نسبة الموافقة على هذه العبارة. وسجلت هذه العبارة متوسط حسابي 4.23.
- 47.1 % هي نفس النسبة التي لوحظت لدرجتي موافق وبشدة و موافق على أن قانون الإعلام بالجزائر يحدد وبوضوح واجبات الإعلامي نحو مهنته ونحو مؤسسته واتجاه المادة الإخبارية. 88.2% هي نسبة تجمع بين الموافقين والموافقين بشدة على ان قانون الإعلام في الجزائر يحد من حرية الصحفي. ومنه نستنتج أن أبرز العوامل المتحكمة في مهنة الصحافة هي تلك التشريعات و القوانين التي سنتها الجهات المسؤولة و التي تعد حواجزاً وضغوطاً تحد من

حرية الصحفي في نشر و بث بعض الأخبار و المواد الإعلامي المؤهلة للطرح للجمهور ، هذه القوانين بمثابة جدار يقف في وجه حرية الإعلام و الصحافة تحتاج إلى تعديل لأن ذلك ينعكس على عمل الإعلاميين و من هنا يجب التفكير في قوانين وإجراءات لرفع مستوى حرية الرأي و التعبير و من مستوى المهنة الإعلامية .

جدول يقيس اتجاه القائم بالاتصال مع المؤسسة ومع الإدارة

الانحراف المعياري	متوسط حسابي	ت	العبارات
.48507	4.1176	17	1-تحرص الإدارة على تطبيق القوانين واللوائح التي توفر النظام والوضوح في العمل
1.36393	3.1176	17	2الخط التحريري للمؤسسة التي أعمل بها لا يتوافق وتوجهاتي الفكرية
1.54349	3.5882	17	3نظام الإشراف بالمؤسسة التي أعمل بها تمثل قيودا على أدائي المهني
.58787	4.2941	17	4-السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية التي أعمل بها واضحة ومفهومة
.46967	4.7059	17	5-تحرص إدارة التحرير على عقد اجتماعات لتقديم الأخبار في اليوم الموالي
.69663	3.8824	17	6-يسمح قسم التحرير للصحفيين بالمناقشة وتقديم

			مقترحات عند اتخاذ قرارات
1.13111	3.1765	17	7-يترك لي نظام المؤسسة حرية التصرف في العمل الذي أقوم به في إطار متفق عليه
1.30045	3.2353	17	8-تقييم الأداء في المؤسسة غير قادر على التمييز بين الكفاء وغير الكفاء
1.36662	3.3529	17	9-تقييم الأداء في المؤسسة التي أعمل بها تدخل فيها اعتبارات شخصية
1.27764	1.36662	17	10-لا تهتم الإدارة بتحليل شكاوي ومشكلات الإعلاميين
1.29762	3.0588	17	11-هناك نظام تتعرف من خلاله الإدارة على ردود أفعال الصحفيين تجاه من قرارات
1.17260	4.0000	17	12-تحديد ما يبث يتم بناء على أسس موضوعية
1.19742	2.9412	17	13-تحرص المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها على تطوير المهنة الإعلامية لتحسين الأداء والمنافسة الإعلامية
.87026	3.5882	17	14-لا تهتم المؤسسة التي أعمل بها بوجود أنشطة مختلفة خاصة بالعاملين فيها
1.00367	3.4118	17	15-لا توفر المؤسسة التي أعمل بها الفضاء اللازم الذي يليق بالمهنة الإعلامية والإعلاميين على حد سوى.

- وافق 76.5% من القائمين بالاتصال على عبارة " تحرص الإدارة على تطبيق القوانين واللوائح التي توفر النظام والوضوح في العمل" وبمتوسط حسابي (4.11)
- نسبة 35.3% من الإعلاميين لإذاعة برج بوعريريج المحلية غير موافقين إطلاقاً على أن الخط التحريري للمؤسسة الإذاعية لا يتوافق واتجاهاته الفكرية وبمتوسط حسابي 3.11
- أجاب 41.2% من مجموع المبحوثين الذين وافقوا وبشدة على أن نظام الإشراف بالمؤسسة يمثل قيوداً على أدائهم المهني.
- أيد 58.8% و بمتوسط حسابي 4.29 من القائمين بالاتصال فكرة ان السياسة التحريرية لمؤسستهم واضحة ومفهومة.
- وافق و بشدة عدد من الإعلاميين حول حرص الإدارة والتحرير على عقد اجتماعات لتقديم الأخبار في اليوم الموالي وذلك بمتوسط حسابي 4.7. وبنسبة إجمالية تقدر ب 70.6% و بدرجة موافق بنسبة 29.4%
- أجاب 52.9% بدرجة موافق من القائمين بأن قسم التحرير يسمح بتقديم مقترحات واتخاذ قرارات ترتبط بعملهم وذلك بمتوسط حسابي 3.88
- 47.1% من الصحفيين " غير متأكدين "من أن نظام المؤسسة يترك لهم حرية التصرف في العمل الذي يقوم به في إطار منفق عليه .
- 29.4% من الموافقين و 17.6% من المؤيدين وبشدة هذه العبارة "تقييم الأداء غير قادر على التمييز بين الكفاء وغير الكفاء في المؤسسة بينما تقدر نسبة 23.5% من غير المتأكدين من هذه العبارة.
- أيد 47.1% من مجموع حجم العينة عبارة تقييم الأداء تدخل فيه اعتبارات شخصية وهي نتيجة سلبية.
- بالنسبة لعدم اهتمام الإدارة بتحليل شكاوي الإعلاميين وبمطالبهم أجاب 41.2% بدرجة موافق، ووافق البعض بشدة بنسبة 23.5%

- أجابت نسبة من القائمين بالاتصال و التي تقدر 29.4 % وبالتساوي بين الموافقين وغير المتأكدين من إجابته حول النظام الذي تتعرف من خلاله على ردود أفعال الصحفيين اتجاه ما تتخذه الإدارة من قرارات.
 - بالنسبة للعبارة " ما يتم بثه بينى على أسس موضوعية " أجاب 47.1 % من حجم المبحوثين بموافق
 - 41.2 % هي نسبة الإعلاميين غير الموافقين على عبارة "تحرص المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها تعمل على تطوير المهنة الإعلامية وتحسين الأداء والمنافسة الصحفية "
 - 76.5 % من القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج وافقوا على عبارة "أن المؤسسة التي أعمل بها لا تهتم بوجود أنشطة مختلفة خاصة بالعاملين بها
 - لا توفر المؤسسة التي أعمل بها الفضاء اللازم الذي يليق بالمهنة الإعلامية على حد سوى " 70% وافقوا على هذه العبارة.
- من خلال القراءة نستنتج الاتجاهات السلبية للقائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج تتمثل فيما يلي:

- نظام المؤسسة لا يترك لهم جانبا الحرية في تأدية مهامهم - تقييم الأداء تدخل فيه اعتبارات شخصية - الإدارة غير قادرة على التمييز بين الكفاء وغير الكفاء المؤسسة لا تحرص على تحسين الأداء الوظيفي للإعلاميين وتطوير المهنة الصحفية بشكل عام - المؤسسة لا توفر فضاءا يليق والعاملين بها - المؤسسة لا تهتم بوجود أنشطة للصحفيين العاملين بها. نظام الإشراف يمثل قيودا على أدائهم المهني.

الاتجاهات الإيجابية للقائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج تتمثل في:

- السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية واضحة ومفهومة - تحرص إدارة التحرير على عقد اجتماعات - السماح لقسم التحرير بتقديم مقترحات ترتبط بعملهم - ما يبث من أخبار يقوم على أسس موضوعية .

جدول يمثل درجة رضا القائم بالاتصال عن الترتيب البروتوكولي للنشرة الإخبارية

النسبة	العدد	درجة الرضا
17.64%	03	عالية
00%	00	منخفضة
58.82%	10	متوسطة
41.17%	07	لا رأي لي
100%	17	الإجمالي

- تمثل النتائج الآتية مدى رضا القائم بالاتصال عن الترتيب البروتوكولي والسائد لأخبار النشرة الإخبارية في المؤسسة الإعلامية بحيث جاءت النتائج كالآتي:
النتائج كانت مختلفة ومتفاوتة إلا أن أغلبية القائمين بالاتصال يرون بأن درجة الرضا متوسطة للأخبار التي تبث وذلك بنسبة قدرت 58.82% وعبر البعض من القائمين بالاتصال عن رأيهم بدرجة رضا عالية وذلك بنسبة 17.64% أما نسبة الذين جاءت إجاباتهم "بلا رأي لي" فكانت النسبة مرتفعة والتي قدرت ب 41.17% في حين سجلنا نسبة 00% لدرجة رضا منخفضة.
- نستنتج من خلال النتائج بأن معظم القائمين بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج غير راضين عن الأخبار التي تبث من حجرة الأخبار وغير مقتنعين بها، أي لا تمثل أولويات أجندة أخبارهم إذا ما أضفنا نسبة الذين لم يعبروا عن رأيهم حول مدى رضاهم واقتناعهم بما يقومون ببثه. وهنا يمكن القول بأن السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية هي المسؤولة عن كل بيث، إذا فالقائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج شخص مجرد في عمله يخضع لاعتبارات المؤسسة الإعلامية ولسياستها.

جدول يمثل الأخبار التي تجد طريقها إلى البث من وجهة نظر القائم بالاتصال

النسبة %	التكرارات	العبارات
82.35%	14	ما يتفق مع سياسة الدولة
00%	00	ما يرتبط بنوعية الخبر
5.88%	01	ما يرتبط بنوعية المصدر وشخصيته
00%	00	ما يحدث فرقة إعلامية
00%	00	ما لا يترك أثرا اجتماعيا
11.76%	02	ما لا يترك أثرا سياسيا
00%	00	ملا يتوفر في اجندة اهتمامات

		الجمهور
%100	17	الإجمالي

اتفقت إجابات الإعلاميين و إلى حد كبير في الإجابة عن السؤال رقم 24 المتعلق بنوعية الأخبار التي تجد طريقها للبت اذ اتجهت كل اراء القائمين بالاتصال أساسا إلى الأخبار التي تتفق مع سياسة الدولة و ذلك بنسبة تقدر 82.35% ، ثم تليها الأخبار التي لا تترك أثرا سياسيا بنسبة

11.76% و تأتي في المرتبة الثالثة الأخبار المتعلقة بنوعية المصدر و شخصيته بنسبة 5.88% ، في حين لم تسجل أي اختيارات بالنسبة للأخبار التي تتماشى و الخط التحريري للمؤسسة في حد ذاتها ، أو الأخبار التي لا تتوفر في أجندة اهتمامات الجمهور أو الأخبار التي لا تترك أثرا اجتماعيا . نستنتج من خلال هذه النتائج بأن القائمين بالاتصال ي المؤسسة الإذاعية ببرج بوعريريج يرون بأن الأخبار التي تجد طريقها للبت هي التي تتفق مع سياسة الدولة أي الأخبار التي تنشر محتكرة ، أو هذا يعد بمثابة انتقاد للسياسة الإخبارية السارية المفعول في مؤسستهم و التي تتنافى في بعض الأحيان و حرية المهنة الإعلامية و من هنا نستطيع القول بأن القائم بالاتصال في المؤسسة الإذاعية محتم ومرغم ببت بعض الأخبار و حجب البعض منها التي قد تكون لها أولوية في البت و هنا نقول بأن درجة اقتناع القائم بالاتصال بما يبثه ضئيلة .

جدول يمثل النسبة المئوية للمسؤول عن ترتيب الأخبار في المؤسسة الإذاعية

النسبة %	التكرارات	العبارات
%76.47	13	رئيس التحرير
%23.52	04	السياسة التحريرية

00%	00	الخبر في حد ذاته
00%	00	محرر الخبر
100%	17	الإجمالي

- أجاب 76.47% من القائمين بالاتصال في إذاعة برج بوعريريج أن رئيس التحرير يعد المسؤول الأول عن ترتيب قائمة الأخبار التي تبث من الإذاعة وتأتي سياسة المؤسسة الإعلامية في المرتبة الثانية بنسبة 23.52 % أما المحرر الصحفي أو الخبر في حد ذاته ف سجلنا نسبة 00%.
- من خلال هذه النتائج نستنتج أن دور الصحفي محدود في إطار عوامل أخرى ذات أولوية بحيث ليس له أي دور في ترتيب قائمة أولويات الأخبار، وهنا يمكن القول بأن هناك أخبار تحجب من خلال غياب دور المحرر الذي من المفروض أن يكون المسؤول عن العملية الإخبارية نظرا للجهد الذي يبذله في جمع المادة وانتقائها. فضلا عن ذلك فإن هذه النتائج تظهر أيضا وجود اتفاق كبير بين القائمين بالاتصال في ترتيب الجهات المسؤولة لقائمة الأخبار.

جدول يمثل الجوانب التي يراعيها القائم بالاتصال عند تحريره للأخبار

النسبة	التكرار	العبارات
00%	00	ما يدعم سياسة الدولة
17.64%	03	عدم التجريح
00%	00	ما يدعم سياسة المؤسسة الإذاعية
70.58%	12	الموضوعية

11.76%	02	ما يحمي قيم المجتمع
--------	----	---------------------

يبين الجدول أعلاه الجوانب التي يجب أن يراعيها القائم بالاتصال عند تحرير الخبر:

■ حيث جاءت الموضوعية على رأس الترتيب بنسبة 70.58% تليها في المرتبة الثانية سياسة عدم التجريح بنسبة تقدر 17.64% تليها ثالثا فئة ما يحمي قيم المجتمع بنسبة قدرت 11.76% في حين لم نسجل أي اختيار لجانبي "ما يدعم سياسة الدولة" أو ما يدعم سياسة المؤسسة في حد ذاتها في عملية تحرير الأخبار. تشير هذه النتائج الى تأكيد القائم بالاتصال بإذاعة برج بوعريريج على ضرورة مراعاة مبادئ وأخلاقيات العمل الإعلامي عند تحرير الأخبار ونشرها وأهم هذه القيم هي الموضوعية والتحلي بها كشرط أساسي لممارسة العمل الإعلامي والصحفي، والنقل الصحيح لما جاء في تقارير مصادر الأخبار. ونلاحظ انه قد سجلت نسبة ضئيلة من خلال الترتيب في فئة حماية قيم المجتمع وهي نقطة سلبية يسجلها القائم بالاتصال في حق القيم السائدة. بينما لم نلاحظ أي أهمية لعنصري تدعيم سياسة الدولة أو ما يدعم سياسة الدولة كجوانب يجب مراعاتها عند تحرير ونشر الأخبار.

جدول يمثل مدى توافق القائم بالاتصال وعبارات القصور الإعلامي في الجزائر

العبارة	نعم %	الى حدما لا	لا
تقديمها جزء من الحقيقة	88.2	2.8824	.33211
خضوعها التام والكلي للمتغير	94.1	2.9412	.24254

			السياسي
68599	2.7059	82.4	روتينية الأخبار وسطحيته
.52859	2.8235	88.2	عدم جدية تصريحات المسؤولين
.43724	2.7647	76.5	محاولته فرض الوصاية على الجمهور المتلقي
.52859	2.8235	88.2	تمحور أخبارها حول المصادر الرسمية

- أجاب % 88.2 من الإعلاميين من إذاعة برج بوعريريج بنعم على أن الإعلام الجزائري يقدم جزء من الحقيقة من المواد الإخبارية المقدمة للجمهور، بينما أجاب البعض منهم بنسبة 11.8% بأن ذلك صحيح إلى حد ما.
- عبر 94.1% من المبحوثين بأن الإعلام الجزائري يخضع للمتغير السياسي ونفى البعض منهم ذلك بنسبة 5.9%
- أجاب 82.4% من القائمين بالاتصال على اتسام الإعلام الجزائري و الأخبار التي تقدمها الصحافة الجزائرية بالسطحية والروتينية و11.8% أجابوا بنعم إلى حد ما بينما تنفي ذلك نسبة 5.9%
- أجاب 76.5% من القائمين بالاتصال في إذاعة برج بوعريريج على أن الإعلام الجزائري يحاول فرض الوصاية على الجمهور بينما نفى البعض منهم ذلك بنسبة 23%
- أفادت نسبة 88.2% على تمحور الأخبار حول المصادر الرسمية أما النسبة المتبقية فانقسمت بالتساوي بين "الى حد ما" و "لا"
- أيد 88.2% من المبحوثين على " عبارة عدم جدية تصريحات المسؤولين " .

أوضحت النتائج بأن القائمين بالاتصال بالمؤسسة الإعلامية لإذاعة برج بوعريريج المحلية غير راضين عما يقدمه الإعلام الجزائري من أخبار ، اذ ان السلطات المسؤولة تتعمد حجب وتضليل بعض الأخبار التي يمكن أن تغير مجرى الاحداث في المجتمع، بحيث يوجهون انتقادات حادة خاصة بالإعلام وعلى أعمالهم في حد ذاتها، ما يبين تبني وجهات نظر واحدة لعدم وضوح رسالتهم، وروتينية وسطحية المواد الإخبارية، التي تثبت فضلا عن الوصاية التي يمارسها الإعلام الجزائري في حق جمهوره. وبتضليلاته المعتادة التي تتجسد في التصريحات الغير جديّة من طرف المسؤولين ومصادر الأخبار.

العبارة	موافق	الى حد ما	اعتراض
تمنع القناعة السياسية المحرر من أن موضوعيا في عمله موضوعيا في عمله	88.2	3.8235	.52859
تؤثر الاعتبارات المهنية على عمل الصحفي	47.1	3.4118	.61835
على الصحفي أن لا يستمر في العمل بمؤسسة حتى ولو كان يختلف مع سياستها	17.6	2.7647	1.03256
ضعف الدخل المادي للإعلاميين ينعكس على أدائهم المهني	58.8	2.6471	.93148
المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي	47.1	3.4118	.61835

يوضح الجدول موقف القائم بالاتصال من بعض العبارات المتصلة بالمهنة

- وافق 88.2% على أن القناعة السياسية تمنع من ان يكون المحرر موضوعيا في عمله.

- وأيد البعض منهم بنسبة 88.2% فكرة أن الاعتبارات المهنية تؤثر على عمل الصحفي.
 - أجاب 47.1% على درجة موافق إلى حد ما على عبارة "على الصحفي أن لا يستمر بالعمل في مؤسسته حتى لو كان يختلف مع سياستها، بينما اعترض البعض منهم على العبارة بنسبة 17.6%
 - وافق الى حد ما من القائمين بالاتصال على أن الدخل المادي يؤثر وينعكس على أدائهم المهني وذلك بنسبة 58.8%.
 - أيد 47.1% من نسبة المبحوثين على أن المراجعات الكثيرة للمواد الصحفية تحد من حرية الصحفي.
- تشير النتائج السابقة إلى ان القناعة السياسة للصحفي تمنعه من ان يكون موضوعيا وغير متحيز مهما كانت الجهة التي ينتمي اليها أو يقتنع بها، بحيث تؤثر القناعة السياسية للقائم بالاتصال على موضوعيته في نقل الحقائق والمعلومات.
- وأيد بعض الصحفيون فكرة أنه على الصحفيين أن لا يستمروا بالعمل في المؤسسة ان كانوا يختلفون مع السياسة التحريرية، حيث تعد مزاولة مهنة الصحافة في مؤسسات إعلامية لا يتفق الصحفي مع سياستها بمثابة امتثال لآراء تختلف نسبيا أو كليا مع قناعاته وبهذا يضطر القائم بالاتصال الى الاستسلام للسياسة التحريرية التي تتعارض وتوجهاته وبهذا يكون مضطر لتقديم منتج غير مقتنع به.
- كما وافق بعض الصحفيين على أن الدخل المادي ينعكس على أدائهم المهني بحيث يدفع ذلك الى العمل بجهات أخرى وذلك بنسبة 58.8% وهذا ينعكس بطبيعة الحال على الجدية والإتقان في العمل.

خاتمة

بعد تسليط الضوء على أهم العوامل المتحكمة في بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في المؤسسة العمومية و الكشف عن أهم الضغوطات التي تقف أمام الإعلامي في عمله و في حرية مهنته, فأهم نتيجة برزت في النهاية هي أن الصحفي الجزائري و بسبب ما يعانيه من صعوبات مهنية وقانونية تعرقل ممارسته الإعلامية, بالإضافة إلى القيود المفروضة من مؤسسته تؤدي إلى ضعف قدراته حتى في إنتاجه للمادة الإخبارية. إذن فطبيعة الممارسة الإعلامية والصحفية في الجزائر تبقى مرهونة بطبيعة النظام السائد و الذي بدوره ينتج مجموعة من العوامل تضيق من حرية الإعلام و الصحافة بكل أشكالها. كنموذج من مؤسسة إذاعة برج بوعريريج بينت الدراسة نتائج تتمثل في ما يلي:

- أن دور القائم بالاتصال في المؤسسات الجزائرية ضيق جدا في صناعة و إنتاج وبناء الرسالة الإعلامية و تشوبه كثير من المشاكل و النقائص و الضغوطات في تأدية مهامه بما يؤثر سلبا على ممارسته الإعلامية.

- أوضح القائم بالاتصال في الأخبار الإذاعية أن مركز التأثير الأول في عملية صناعة الأخبار هو رئيس الجمهورية

- أن القائم بالاتصال يتبع نظام التسلسل الهرمي للنشرة رغم عدم اقتناعه بهذا.

- أهم العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال والتي تنعكس على دليل النشرة الإخبارية هي:

✓ أولا النظام القانوني والتشريعات الخاصة بمهنة الصحافة والإعلام السمعي

بصري والتضبيقيات التي تحد من حرية الصحفي في معالجته للأخبار

✓ ثانيا محدودية مشاركة دور القائم بالاتصال في إعداده لقائمة الأخبار وترتيبها

✓ ثالثا: مركزية القرار بالنسبة لرئيس التحرير في ترتيب الأخبار التي تم

إعدادها من طرف الإعلاميين

التوصيات

- العمل على خلق حرية أكبر للإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية و التخلص من المركزية السائدة في إتخاذ القرار الخاصة بمهنته و عمله داخل غرفة الأخبار.
- خلق بيئة سليمة سياسيا و خاصة قانونيا بهدف تحقيق إعلام موضوعي يهتم بمختلف القضايا و من مختلف الجوانب.

قائمة المراجع:

- إبراهيم، مام، الاعلام الإذاعي، (دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985)
- أحمد، بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، (الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2005)
- جيهان، أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية (دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985)
- شطاح، حمزة، النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، (رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة، تخصص علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2004)
- عبد الرحمان عواطف واخرون، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، (سلسلة دراسات صحفية، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1992)
- عبد الفتاح، عبد النبي، سيبولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، (دون طبعة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1989م)
- مالك، شعباني، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، (رسالة ماجستير في علم الاجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، 2000م)

- محمد، شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية،
(المكتب الجامعي الحديث، 1996م)

0