المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة

العدد الخامس نوفمبر / ديسمبر الثاني 2018

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B



مجلة الدراسات الإعلامية

Journal of Media Studies

International scientific periodical journal

المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

مجلة علمية دولية محكمة، ربع سنوية. تصدر من ألمانيا-برلين عن "المركز الديمقراطي العربي" تعنى بنشر
الدراسات والبحوث في ميدان علوم الاعلام والاتصال والصحافة بعدة لغات

ISSN (online) 2512- 3203

Journal of Media Studies
Is an international scientific periodical journal issued by the democratic
arabic center –Germany- Berlin
The journal is concerned with research studies and research papers in the fields of Media Sciences
Registration number : VR.3373.6326.B
Nationales ISSN-Zentrum für Deutschland
ISSN (Online) 2512-3203
الناشر:
المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
برلين- ألمانيا
Germany:
Berlin 10315 Gensinger- Str: 112 Tel: 0049-Code Germany
030- 54884375
030- 91499898
030- 86450098
mobiltelefon : 00491742783717
E-mail : media@democraticac.de

رئيس المركز الديمقراطي العربي- برلين المانيا:

أ.عمار شرعان

هيئة التحرير

رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيماء الهواري

مديرة التحرير:

د. فاطمة الزهراء عبيدي

سكرتيرة التحرير:

د. سليمة منادة بوشمرة

مساعد التحرير:

د. نوال المجدوب

د. صالح الدين المختار لطيف

د. فوزية عبو

د. نبيل فتال

الهيئة الاستشارية العليا:

أ.د. محمد ضريف

د. سعيد الخمري

د. جعفر يايوش

د. رشيد البكر

د. حسن الخطابي

د. محمد شادي

د.العربي بوعمامة

د. اسماء حسين ملكاوي

اللجنة العلمية للتحكيم

- ✓ د. شيماء الهواري: دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام السياسي جامعة الحسن الثاني. المغرب
- ✓ د. فاطمة الزهراء عبيدي : دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، أستاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- ✓ أ.د هويدة مصطفى: أستاذة بكلية الاعلام جامعة القاهرة. مصر
- ✓ أ.د اكرم فرج الربيعي: باحث واكاديمي. العراق
- ✓ د. صالح الدين المختار لطيف: دكتور في القانون العام والعلوم السياسية، كلية سطات، المغرب
- ✓ أ. د. نصر الدين الشيخ : أستاذ المساعد بقسم اللغة العربية جامعة حائل. المملكة العربية السعودية
- ✓ أ. د. نداء مطشر : كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية. العراق
- ✓ د. فوزية عبو : أستاذة بجامعة الدكتور مولاي الطاهري سعيدة. الجزائر
- ✓ د. مجدوب نوال : دكتورة متخصص في القانون الجنائي للإعمال أستاذة مساعدة بالمركز الجامعي مغنية تلمسان. الجزائر
- ✓ د. جعفر يايوش : دكتوراه في اللسانيات ، أستاذ محاضر درجة أ ، أستاذ دائم منذ 1999-2018 المؤسسة ، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم –الجزائر
- ✓ أ. د.عائشة محمد أحمد محمد الجميل : دكتورة وباحثة علوم سياسية، معلم خبير بالتربية والتعليم ومدربة بالأكاديمية المهنية للمعلم المهنية ، مصر
- ✓ د. سليمة منادة بوشمرة: أستاذة باحثة في جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر
- ✓ أ. حيدر فالح زايد: مقرر قسم الصحافة، كلية الاعلام ، جامعة دي قار. العراق
- ✓ د. امينة علاق: أستادة محاضرة، بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر
- ✓ د. تركي امحمد: استاذ الشعريات وتحليل الخطاب، المركز الجامعي احمد زبانة غليزان، الجزائر
- ✓ د. العربي بومسحة: أستاذ محاضر بمعهد الآداب واللّغات، المركز الجامعي أحمد بن يحي الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر
- ✓ د. خولة الهواري: دكتورة في النص العربي القديم والخطاب التاريخي، جامعة عبد الملك السعدي. المغرب
- ✓ د. دلال وشن: جامعة الشهيد حمة لخضر. الوادي. الجزائر
- ✓ د. مسعود فلوس: استاذة علم اجتماع الادارة والعمل جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر.

- ✓ أ.م. د. علي عبد الوهاب عباس: الجامعة المستنصرية، العراق
- ✓ د. عكوباش هشام: استاذ محاضر بجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر
- ✓ د. عذراء عيواج: استاذة محاضرة بجامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر
- ✓ أ. د. هموش محمد: كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة ابن الطفيل، المغرب
- ✓ أ. د. علي محمد علي اسماعيل نداء : دكتور في اللغة العربية الادب والنقد، جامعة الحائل، السعودية
- ✓ د. سهام بدبودي: دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- ✓ د. السعيد خنيش: دكتور بجامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر
- ✓ د.نسيم حرار: دكتوراه في تحليل الخطاب، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، الجزائر
- ✓ د.ساعد ساعد : استاذ محاضر، الصحافة والنشر الالكتروني، قسم الاعلام والاتصال جامعة الملك خالد ، المملكة السعودية
- ✓ د. سامية غشير : جامعة باجي مختار - عنابة- البلد الجزائر
- ✓ د. فيروز المطاعي: أستاذ محاضر أ، كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر . الجزائر
- ✓ د. علي عبد الهادي الكرخي: استاذ في علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، العراق
- ✓ د. شهيناز لعيدلي: استاذة محاضرة قسم ب، جامعة عبد الرحمن ميرة- بجاية- الجزائر
- ✓ د. مرتضي البشير عثمان: أستاذ مشارك بقسم الإعلام، جامعة وادي النيل، جمهورية السودان
- ✓ د. طالب محمد كريم : استاذ محاضر، جامعة مغنية، تلمسان الجزائر
- ✓ د. أمل السيد أحمد متولى دراز: استاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة و وكيل كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية
- ✓ د. رضوان بلخيري: استاذ محاضر بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة بتسة، الجزائر
- ✓ د. نادية لمهيدي: استاذة باحثة بالمعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، المغرب، دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باريس الثانية للقانون والاقتصاد والعلوم الانسانية، paris 2 ، pantheon
- ✓ د. زكرياء مخلوفي: استاذ محاضر–أ- قسم اللغة العربية وآدابها جامعة الشاذلي بن جديد الطارف، الجزائر

شروط وضوابط النشر في مجلة الدراسات الاعلامية الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ألمانيا_برلين:

تعتمد مجلة الدراسات الاعلامية في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكّمة علميا، وفقًا لما يأتي:

أولا :إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

1. أن يكون البحث أصيلًا معدّا خصيصًا للمجلة، وألّا يكون قد نشر جزئيًا أو كليًّا أو نُشر ما يشبهه في أيّ وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية
2. أن يرفق البحث بالسيرة العلمية للباحث باللغتين العربية والإنكليزية.
3. يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الالكتروني: **media@democraticac.de**
4. يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال
5. يتمّ تقويم البحث من ثلاثة محكّمين.
6. يتم ابلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض
7. يتم ارسال ملاحظات التحكيم الى الباحث
8. يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وارسال البحث المعدل الى البريد الالكتروني المذكور اعلاه نفسه

ثانيا : كيفية إعداد البحث للنشر:

1. أن تكون المادة المرسلة للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقرارا بذلك

2. أن يكون المقال في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور

3. أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة و عناصرها، والخاتمة، وبإثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس وإحترام الأمانة العلمية في الاحالات و المراجع والمصادر (وجوبا)

4. تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الالكتروني وملخصين، في حدود مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، (حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و 12 Times New Roman للملخص باللغة الانجليزية)، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوبا)

5. تكتب المادة العلمية العربية بخط نوع Simplified Arabic مقاسه 14 بمسافة 1.00 بين الأسطر، بالنسبة للعناوين تكون Gras ، أما عنوان المقال يكون مقاسه 16

6. هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي(.(A4) وجوبا)
7. يجب أن يكون المقال خاليا من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوبا)
8. بالنسبة للدراسات الميدانية ينبغي احترام المنهجية المعروفة كاستعراض المشكلة، والإجراءات المنهجية للدراسة، وما يتعلق بالمنهج والعينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها
9. ترقم الإحالات بطريقة أكاديمية في آخر كل صفحة من المقال وجوبا وليس ضمن الفقرات أو في اخر المقال، بالترتيب التالي: المؤلف: عنوان الكتاب أو المقال، عنوان المجلة أو الملتقى، الناشر، البلد، السنة، الطبعة والصفحة.
10. ترقم الصفحات بشكل متتابع (وجوبا)
11. ذكر قائمة المراجع في نهاية البحث وترتيبها هجائيا، ومثال ذلك:

الكتاب: الإسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان الكتاب، ط(الطبعة إن وجدت)، دار النشر، مكان النشر، البلد.

المقال: الإسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان المقال، المجلة، م(المجلد)، ع(العدد)، مصدر المجلة (الجامعة أو المخبر مثلا)، مكان النشر، البلد.

الرسائل والأطروحات: الإسم الكامل لصاحب الرسالة(السنة)، عنوان الرسالة، نوع الرسالة و تخصصها، القسم، الكلية، الجامعة.

المؤتمرات و الملتقيات: الإسم الكامل لصاحب الورقة العلمية(السنة)، عنوان الورقة، عنوان المؤتمر، منظم المؤتمر، البلد.

12. إرفاق أدوات الدراسة في حالة الدراسات الميدانية
13. المقالات المرسلة لا تعاد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر
14. المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها
15. كل مقال لا تتوفر فيه الشروط لا يؤخذ بعين الاعتبار ولا ينشر مهما كانت قيمته العلمية.
16. يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.
17. يضع الباحث مقاله ضمن قالب المجلة قبل إرساله
18. يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني: **media@democraticac.de**

محتويات العدد

- **L'usage de la troisième dimension comme outil de médiation entre l'homme et l'ordinateur: عادل بن حسين**
- **الخطاب الديني لمواقع اليوتيوب وأزمة الضبط المرجعي للتدين السائل دراسة ميدانية لعينة من الشباب: رقاد الجيلالي**
- **قانون الإعلام في الجزائر من (1982 إلى 2012):بين الثابت والمتغير : نور الهـــدى عبادة/ طبيب شريفة**
- **التواصل الانتخابي للأحزاب السياسية المغربية في التلفزيون: عبد الحفيظ المنوار**
- **إعداد الشبكات البرامجية في الإعلام السمعي البصري : يعقوب محمد الامين**
- **المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال وانعكاساتها على المجتمع : بن بوزيان محمد**
- **تأثير إستخدام الأنترنت على أنماط التواصل الأسري في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من أسر : سهـــيلي خـــالد**
- **التاريخ الجديد للبحث في علوم الإعلام والاتصال : لمياء مرتاض-نفوسي**
- **الخدمـــــة العموميـــــة عبر مواقـــع التواصـــــل الاجتماعـــــــي -دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمديرية الأمن الوطني لولاية الجزائر على موقع الفايسبوك : عائـــشة قـــــرة / إيناس رغيـــس**
- **تأثير الصحافة الالكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية-دراسة ميدانية: سلمى حميدان / بدر الدين حميدان**
- **القيم الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة واقع الممارسة في ظل القوانين الإعلامية : إلهام بوثلجي/ وهابي نزيهة**
- **الفضاء العمومي والحيز السيبراني، المسارات السوسيو-تقنية للاستيعاب والتشظي : بلقاسم أمين بن عمرة**
- **دور وسائل الإعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية : مسعودة فلوس**
- **مساهمة تكنولوجيا الاتصال وإدارة المعرفة في ترقية الخدمة العمومية (دراسة حالة بلدية وزرة) : آمال سي موسى**
- **الإعلام الجديد والإرهاب، (المشكلة والحلول): صـــادقي فـــوزية**

- الأسرة، المدرسة والإعلام ـنحو تربية بيئية متكاملة للتكيف مع ظاهرة التغير المناخي : سوسن سكي
- فعالية الفواصل الإعلانية الإذاعية في التوعية المرورية للسائقين : دبدوش الهاشمي/ فنيش حنان/ عبد الكبير حنان
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة (طلبة كلية الأعلام، جامعة ذي قار/أنموذجاً): حيدر فالح زايد/ نور كريم ياسر
- دور الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية للمجتمع الجزائري دراسة ميدانية لعينة من متابعي برامج قناة الهداف الرياضية : غلاب صليحة/ عين سوية ليليا
- سلطة مواقع التواصل الاجتماعي نحو تشكيل فضاء عمومي : مـيـــلـودي محمد يـــــــــــــاحي فاطمة الزهراء
- أثر الإعلام المرئي في تكوين المفاهيم والقيم عند الطفل الجزائري (دراسة مسحية استطلاعية على عينة من الأطفال من 5-12 سنة المدية الجزائر : الشيكر انسة
- الأطر النظرية لإدارة الأزمات إعلاميا: المفهوم والأبعاد : لامية طالة / جميلة قادم
- المراة في البرامج التلفزيونية غداة الربيع العربي : نادية لمهيدي

بسم الله الرحمن الرحيم

L'usage de la troisième dimension comme outil de médiation entre l'homme et l'ordinateur

استخدام البعد الثالث كأداة للاتصال والوساطة بين البشر والحواسيب

he use of the third dimension as a communication and mediation tool between humans and computers

عادل بن حسين

أستاذ باحث جامعة تونس. تونس

Résumé

A travers cet article on va tenter de clarifier le concept de médiation et de médiatisation, et les relations développées à travers les approches d'interactivité ensuite on va analyser Internet en tant que dispositif de la médiation des savoirs et les formes d'Interaction 3D en Réalité Virtuelle. Enfin on va donner une Classification des techniques d'interaction en 3D et en citer quelques exemples

Mots-clés : médiation médiatisation TIC usages innovation

Summary

Through this article we will try to clarify the concept of mediation and mediatization, and relations developed through interactivity approaches, then we will analyze the Internet as a device for the mediation of knowledge and the forms of 3D interaction. Virtual reality. Finally we will give a classification of interaction techniques in 3D and give some examples

Keywords: media mediatisation ICT uses innovation

ملخص

من خلال هذه المقالة سنحاول توضيح مفهوم الوساطة والتوسط، والعلاقات التي تم تطويرها من خلال أساليب تفاعلية، ثم نقوم بتحليل الإنترنت كأداة لتوسط المعرفة وأشكال التفاعل ثلاثي الأبعاد. الواقع الافتراضي. وأخيرًا، سنقدم تصنيفًا لتقنيات التفاعل ثلاثية الأبعاد ونقدم بعض الأمثلة

كلمات البحث

وسائل الإعلام الابتكار الإنترنت

Les besoins et les usages communicatifs d'Internet favorisent un changement dans la technologie Web dont le développement s'oriente vers des principes de collaboration, et mettent l'accent sur le rôle de l'utilisateur en tant que producteur de contenus comme sur la recherche d'amélioration de l'expérience d'interaction sociale à distance. La médiation socioculturelle et la médiation institutionnelle, présentes dans les applications des Technologies de l'information et de la communication (Tic) dans l'enseignement supérieur, se modifient peu à peu dans leur contenu et dans leur sens du fait de ce changement culturel. Non seulement la technologie forme les différents modes d'interaction sociale dans le réseau, mais est elle-même constituée d'amples communautés virtuelles.

Si nous prenons l'exemple du domaine de l'éducation tout acte d'enseignement/apprentissage constitue notamment un acte de communication et, à ce titre, est justiciable d'une analyse de type communicationnel. Par ailleurs, toute forme de communication se fonde sur un système de représentation.

La notion de médiatisation suggère d'emblée une référence implicite à deux autres concepts qui permettent d'en comprendre les différentes interprétations. Il s'agit :

- du *médium*, cet intermédiaire obligé qui rend la communication entre le professeur et les apprenants médiate : il s'agit toujours de documents imprimés ou électroniques, d'images et de textes, de plages visuelles considérées souvent à tort comme de simples illustrations, etc., donc de représentations matérielles ; on ne peut donc parler de communication médiatisée sans se référer aux théories psychologiques de la représentation d'une part, aux théories du sens et de la signification (la sémio pragmatique) d'autre part;
- des *médias* au sens de moyens de communication de masse. Cette interprétation, quasiment spontanée, peut se comprendre dans la mesure où historiquement l'usage éducatif des médias – principalement la radio et la télévision – ainsi que la création d'un genre et d'un style éducatif –didactique– ont été à l'origine du concept de communication éducative médiatisée.

Ces deux références peuvent expliquer que la dénomination de communication médiatisée se soit finalement imposée au détriment de celle de communication médiate ou médiatée[1]. Enfin, la traduction littérale *communication médiatisée par ordinateur* (CMO) de la dénomination anglaise de la télématique *Computer mediated communication* (CMC) a sans dû peser fortement dans la stabilisation de la terminologie actuelle.

On retiendra encore d'une part, la notion de *communication médiatisée* et d'autre part, celle de *médiatisation*. La communication médiatisée, au sens général et aujourd'hui largement admis, désigne toute forme de communication qui use d'un média au sens du langage ordinaire. Plus particulièrement la CMO indique une forme de médiatisation particulière, celle du dispositif informatique.

[1] P. Sansot, Interactivité et interaction, *Le Bulletin de l'IDATE. Interactivité(s)*, 20, 1985, 87-94.

La médiatisation s'opposait alors à la *médiation* dont elle en constituait en même temps l'indispensable complément. Dans le champ de l'éducation, le concept de médiation été proposé. A coté des opérations de médiatisation concernant la scénarisation de contenus et les opérations de transposition entre les différents registres sémiotiques, il fallait encore tenir compte de la médiatisation de la relation entre l'émetteur et le destinataire, l'enseignant, le tuteur et l'apprenant. Dans ce contexte, toutes les formes **de téléprésence et d'interactivité intentionnelle**, les modalisateurs de l'énonciation et ses régulateurs, – les composantes « analogiques » de la communication, selon l'expression de l'école de Palo Alto, de la communication –, les représentations de l'autre, etc. relèvent de la médiation. la médiation n'échappe pas aux contraintes et aux déterminations du dispositif technologique.

1- ***Les formes d'interactivités***

Poursuivant la démarche de clarification engagée, il me reste à questionner le concept d'interactivité. Il ne se laisse pas définir simplement et permet de rendre compte de situations extrêmes : d'un côté, le lien social propre à l'interaction et de l'autre le simple échange d'informations entre deux machines[2]. D'après Sansot, l'interactivité semble désigner « plutôt une relation instrumentale entre l'homme et des machines asservies à sa demande d'information »[3]. De son côté, l'AFNOR suggère que l'interactivité « qualifie les matériels, les programmes et les conditions d'exploitation qui permettent les actions réciproques en mode dialogué avec des utilisateurs ou en temps réels avec des appareils »[4]. Enfin, pour Rabaté et Lauraire[5], il s'agit d'intervenir volontairement dans l'intention d'influer sur le déroulement de l'action. L'interactivité est spécifiée par Paquelin[6] plus explicitement comme le processus cyclique d'échange dialogué entre un pôle utilisateur et un pôle application de la façon suivante.

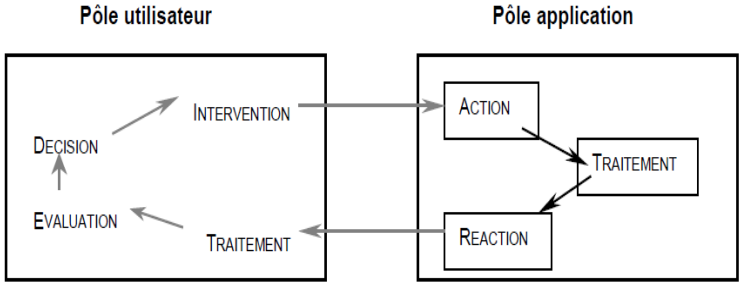


Schéma 1 : Le cycle de l'interactivité

Selon ces différentes définitions, l'interactivité appartiendrait donc à l'ordre de la relation homme/machine.

Cette distinction entre interactivité et interaction rappelle la distinction introduite par E. Barchechat et S. Pouts-Lajus[7] entre deux formes d'interactivité. Prenant le point de vue des concepteurs de logiciels, ces auteurs distinguent à travers le processus de

[2] La communication avait fait l'objet d'une définition aussi large, reprenant les mêmes types de catégories extrêmes : échange d'informations entre deux systèmes, .interaction sociale d'autre part.

[3] J.-M. Burkhardt, B. Bardy, and D. Lourdeaux. Immersion, réalisme et présence dans la conception et l'evaluation des environnements virtuels. In *Psychologie Française*, pages 35–42, 2003.

[4] Sansot, op. cit. , p. 87.

[5] F. Rabate, R. Lauraire, L'interactivité saisie dans le discours, *Le Bulletin de l'IDATE. Interactivité(s)*, 20, 1985, 17-83.

[6] Op. cit, p. 96.

[7] E. Barchechath, Pouts-Lajus, Sur l'interactivité. Postface, K. Crossley, L. Green, *Le design des didacticiels*,
Observatoire des Technologies Educatives (OTE), ACL -Editions, Paris, 1990, 155-167.

communication homme machine, l'interactivité qui établit et gère le protocole de communication entre l'utilisateur et la machine – l'interactivité *fonctionnelle* – et celle qui concerne le protocole de communication entre l'utilisateur et l'auteur absent, mais présent à travers le logiciel – l'interactivité *intentionnelle*.

2- L'approche sémiotique : les quatre médiations

Après avoir mis analysé succinctement et clarifié ces différents concepts, il nous est enfin possible d'aborder d'un point de vue sémiotique la façon dont Internet serait susceptible de transformer la médiatisation des savoirs et des comportements. Dans cette approche, on peut faire état de quatre types différents de médiation dans la communication et dans la construction des significations.

- La médiation *technologique* est celle propre à l'outil, à l'objet technique, qui prologue nos actions.
- la médiation *sensori-motrice* chez Piaget. Il en est de même chez des auteurscomme Lakoff et Johnson. Dans l'approche expériencialiste de ces derniers, les fonctions cognitives de catégorisation reposent sur notre équipement sensori-moteur.
- La médiation *sociale* dans la construction des représentations et du raisonnement a été bien mise en évidence par des psychologues du développement comme Piaget et Vygotsky.
- La quatrième forme de médiation envisagée est médiation *sémio cognitive :* Pour Peraya la médiation sémio-cognitive consiste dans le fait que les dispositifs informatiques induisent une perception, une compréhension et une interprétation en terme d'espace où la motricité de l'utilisateur permet le déplacement. Plusieurs travaux ont montré que nos représentations mentales revêtent souvent une forme analogique ayant une dimension spatiale (l'homme est un animal spatialisé), et possédant des propriétés symboliques et langagières liées à notre expérience et à la connaissance du monde physique (elles sont modulées par ces connaissances et ces expériences).

C'est sur la base des éclaircissements proposés des quatre types de médiation qu'il faut analyser les caractéristiques d'Internet.

3- *Internet en tant que dispositif de la médiation des savoirs*

En se penchant sur la question de l'Internet en tant que dispositif de médiation des savoirs, Peraya analyse les termes de média, de médiatisation, de médiation, d'interactivité, et d'interaction en tant que caractéristique de l'Internet. Sur le terrain de la sémiotique, il esquisse trois principales pistes qui nous aident à saisir les particularités d'Internet par rapport aux autres moyens de médiation. La première piste se fonde sur les réflexions de J. A. Anderson qui évoque la nécessité des interactions sociales comme condition de la réalisation d'une action potentielle. La deuxième piste repose sur les réflexions de Goody, de Vygotski, de Lévy et R. Duval, à savoir que tout texte est un cadre sémiotique sur lequel le lecteur peut opérer. La troisième piste se base sur la notion de co-construction du sens des théories de la pragmatique : le lecteur doit participer à l'élaboration du sens à partir du texte pour pouvoir le comprendre. Dans sa perspective, l'Internet n'apparaît pas comme un ensemble de technologies (des protocoles de communication, des langages de script, des algorithmes de compression) mais comme un ensemble des sites constitués de « textes » correspondant à des intentions de production diverses et à des usages de réception différents. Autrement dit,

l'Internet est considéré comme un ensemble des dispositifs. *Un dispositif est une instance, un lieu social d'interaction et de coopération possédant ses intentions, son fonctionnement matériel et symbolique, et enfin, ses modes d'interactions propres. L'économie d'un dispositif – son fonctionnement – déterminée par les intentions, s'appuie sur l'organisation structurée de moyens matériels, technologiques, symboliques et relationnels qui modélisent, à partir de leurs caractéristiques propres, les comportements et les conduites sociales (affectives et relationnelles), cognitives, et communicatives des sujets* [(Peraya, 1999 : 153]. Evoquons aussi la nécessité de distinguer la notion de communication médiatisée de celle de médiatisation. La communication médiatisée désigne toute forme d'énonciation qui se déroule dans le cadre d'un dispositif et selon son économie propre, alors que la médiatisation est le processus de scénarisation des contenus d'enseignement à travers un dispositif médiatique (un artefact technique). Le concept de médiation a été introduit dans l'enseignement pour ajouter la composante relationnelle en plus de la médiatisation. En effet la définition par dispositif est intéressante car elle embrasse les contraintes technologiques du dispositif aménagé dans un certain but de communication.

Les dispositifs informatiques et d'Internet en particulier, apparaissent comme des dispositifs médiatiques très différent des dispositifs plus anciens et plus connus, le cinéma notamment, puisque ce dernier par exemple se déploie selon l'axe syntagmatique et maintient le spectateur dans une quasi immobilité. Le mode de fonctionnement paradigmatique et la sollicitation de la motricité de l'utilisateur caractéristiques d'Internet concourent à créer une compréhension du dispositif en termes d'espace. La dimension spatiale apparaît alors comme une dimension cognitive essentielle pour la compréhension et l'interprétation de l'environnement comme pour la réalisation des tâches qu'il permet de réaliser. La spatialisation constitue une première métaphorisation, liée à notre expérience du monde et à notre sensori-motricité. Sur celle-ci peut venir se greffer un second processus de métaphorisation, plus spécifique qui impose à l'espace les configurations cognitive et topofonctionnelle qui sont celles de la métaphore utilisée (la ville, le campus, l'hôtel, etc.). Cette seconde métaphore constitue alors un modèle cognitif, mais aussi un modèle de comportement. Il resterait bien sûr à analyser les différentes formes de représentation de cette métaphore (2D, 3D, etc.) et leur effets sur les différents aspects du processus d'apprentissage. On va s'intéresser plus particulièrement sur le phénomène 3D.

4- Interaction 3D en Réalité Virtuelle :

Le terme « environnement virtuel » (en anglais « virtual environment ») a été introduit par les chercheurs du MIT (Massachusetts Institute of Technology) au début des années 90 comme synonyme de Réalité Virtuelle (RV)[8]. Il est considéré comme le lieu suggéré par la RV pour accueillir un ou plusieurs utilisateurs et leur permettre d'accomplir certaines tâches avec l'impression d'être dans un cadre spécifique. L'environnement virtuel est représenté par un modèle 3D de données réelles ou imaginaires qu'on peut visualiser et avec lesquelles on peut interagir en temps réel[9].

Il existe différents types d'environnements virtuels selon le degré d'immersion qu'ils procurent à l'utilisateur : environnement virtuel non-immersif (Non-Immersive Virtual

[8] M. Heim, M. Featherstone and R. Burrows. The design of virtual reality. In *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk » Cultures of Technological Embodiment, London : Sage*,, pages 65–78, 1995

[9] M. Hachet. *Interaction avec des environnements virtuels affichés au moyen d'interfaces de visualisation collective*. PhD thesis, Université Bordeaux I, 2003

Environment " NIVE "), environnement virtuel semi-immersif (Semi-Immersive Virtual Environment " SIVE "), environnement virtuel totalement immersif (Fully-Immersive Virtual Environment " FIVE ")[10].

La RV est une nouvelle technologie qui se situe à la croisée de plusieurs disciplines telles que l'informatique graphique, la conception assistée par ordinateur, la simulation, la télé opération, l'audiovisuel ou le travail collaboratif. Elle utilise de nombreux périphériques matériels et des techniques logicielles pour chaque
domaine applicatif.

Aujourd'hui, la RV peut être désignée par plusieurs termes que nous trouvons dans la littérature scientifique (et populaire) tels que « Environnement Virtuel », « Espace Virtuel », « Monde Artificiel », « Réalité Synthétique » et bien d'autres encore. Les définitions de chacun de ces termes comportent, d'un domaine à l'autre, des nuances, parfois importantes. Les chercheurs d'un domaine ne donnent pas forcément la même définition que ceux d'un autre domaine pour le même terme.

Parmi les premières définitions de la communauté française de la RV, nous citons celle de Burdea et Coiffet[11] qui ont introduit trois composantes de base pour la RV : l'immersion, l'interaction et l'imagination. En effet, un utilisateur interagit avec un environnement virtuel qui doit être représenté de manière réaliste pour donner une meilleure sensation d'immersion. Les entités composant cet environnement doivent être autonomes afin qu'elles puissent réagir en temps réel aux actions de l'utilisateur.

Certains auteurs considèrent cette nouvelle technologie comme une extension des Interfaces Homme-Machine classiques. Les interfaces résultantes dites « avancées » simulent des environnements réalistes et permettent à des participants d'interagir avec ceux-ci : "VR is an advanced human-computer interface that simulates a realistic environment and allows participants to interact with it[12]."

D'autres encore la définissent comme des mondes simulés par des ordinateurs au sein desquels l'homme est l'acteur principal et peut appréhender le réel à travers ses sens, ses actions et son esprit. Ainsi Jacques Tisseau[13] définit la RV comme : « une réalité virtuelle est un univers de modèles au sein duquel tout se passe comme si les modèles étaient réels parce qu'ils proposent simultanément la triple médiation des sens, de l'action et de l'esprit. »

Quelle que soit la définition de cette réalité dite virtuelle, sa finalité reste la même. C'est pour cette raison que Fuchs et associés la définissent à travers sa finalité : « La finalité de la réalité virtuelle est de permettre a une personne (ou plusieurs) une activité sensorimotrice et cognitive dans un monde artificiel, créé numériquement, qui peut être imaginaire, symbolique ou une simulation de certains aspects du monde réel. »[14]

En ce qui nous concerne, nous considérons la RV comme une technologie qui immerge un ou plusieurs utilisateur(s) dans un monde synthétique représentant un environnement réel ou imaginaire et qui permet à ces utilisateurs d'être des acteurs capables de changer les propriétés de l'environnement et d'interagir avec les différentes entités composant l'univers simulé.

---

[10] R. Kalawsky. Exploiting virtual reality techniques in education and training : Technological issues. In *SIMA Report*, 1996

[11] G. Burdea and P. Coiffet. *La réalité virtuelle*, chapter 2, pages 243– 251. Hermès-Paris, 1993.

[12] S. R. Ellis. What are virtual environments ? In *Proceedings of IEEE Computer Graphics et Applications*, pages 17–22. IEEE, 1994.

[13] J. Tisseau. *Réalité virtuelle : autonomie in virtuo*. PhD thesis, Université de Rennes I (France), 6 décembre 2001.

[14] P. Fuchs, B. Arnaldi, and J. Tisseau. *La réalité virtuelle et ses applications*, chapter 1, pages 3–52. Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris, 2003

Depuis l'apparition de la technologie de la réalité virtuelle, les chercheurs se sont intéressés particulièrement à l'interaction 3D qui peut être considérée comme la composante motrice de tout système interactif. En effet, l'interaction donne une meilleure sensation d'immersion et un sentiment d'être réellement dans l'univers virtuel.

a- Classification des techniques d'interaction en 3D :

L'interaction 3D donne aux utilisateurs le pouvoir de réaliser différentes tâches au sein d'un monde virtuel. Une tâche peut être définie comme la fonction que l'utilisateur exécute à un moment donné. Le résultat de l'exécution de cette fonction se traduira par les changements de l'état du système dans lequel l'utilisateur évolue.

Nous pouvons définir l'interaction en RV comme la traduction des actions des utilisateurs dans le monde réel en des tâches spécifiques dans l'espace virtuel. En effet, les chercheurs tentent de plus en plus de reproduire dans un environnement virtuel des gestes identiques à ceux de la vie quotidienne. Par exemple : se déplacer

pour découvrir un lieu inconnu ou pour aller dans un endroit bien précis, toucher, prendre et/ou manipuler des objets. Pour chacun de ces gestes, plusieurs techniques spécifiques ont été développées ces dernières années.

Aujourd'hui, le nombre de ces techniques d'interaction est suffisamment important pour les classer selon certains critères. Il existe plusieurs classifications des techniques d'interaction 3D. En 1995, Mine[15] propose la première classification basée sur quatre tâches fondamentales : la navigation, la sélection, la manipulation

et la mise à l'échelle. Il a également défini une cinquième tâche qui dérive des quatre précédentes : menus virtuels et l'interaction par widgets. Hand[16] introduit les bases de la classification moderne qui sera reprise par Bowman en 1999 dans son mémoire de thèse[17]. Cette dernière classe les différentes techniques d'interaction selon quatre tâches principales d'interaction 3D : la navigation, la sélection, la manipulation et le contrôle d'application. Sternberger et associés[18] rajoutent à ces quatre tâches une cinquième tâche qui est l'entrée de symboles. Cette tâche regroupe toutes les techniques qui permettent d'entrer des symboles comme des chiffres et des lettres. Coquillar et associés[19] proposent une autre classification des techniques d'interaction. Ces derniers décomposent chaque application en des tâches élémentaires, appelées primitives comportementales virtuelles (PCV). Ces PCV sont les objectifs du niveau d'immersion et d'interaction (*I*2) fonctionnelles. Les tâches élémentaires vont être réalisées par l'utilisateur grâce aux techniques d'interaction. Quelle que soit l'application, les PCV peuvent être regroupées en quatre catégories : observer le monde virtuel, se déplacer dans le monde virtuel, agir sur le monde virtuel et communiquer avec autrui ou avec l'application pour son contrôle.

---

[15] D. o. C. S. Mine, M. R. Isaac : A virtual environment tool for the interactive construction of virtual worlds. NC 27599-3175 TR95-020, Departement of Computer Science, University of North California, Chapel
Hill, 1995.

[16] C. Hand. A survey of 3d interaction techniques. In *Proceedings of Computer Graphics Forum*, pages 269–281, 1997.

[17] D. A. Bowman. *Interaction Techniques for Common Tasks in Immersive Virtual Environments : Design, Evaluation, and Application*. PhD
thesis, Georgia Institute of Technology, 1999

[18] L. Sternberger. *Interaction en réalité virtuelle*. PhD thesis, Université Louis Pasteur de Strasbourg 1, 28 novembre 2006.

[19] S. Coquillart, J. Grosjean, and A. Paljic. *Interaction 3D : Paradigmes et métaphores*. Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris, 2003.

Certains auteurs considèrent la navigation comme la capacité de bouger à l'intérieur d'une scène générée par l'ordinateur [20].

D'autres encore la définissent comme l'ensemble des déplacements de l'utilisateur à l'intérieur de l'espace virtuel[21]. Bowman et associés[22] considèrent cette tâche comme la plus commune à tous les environnements virtuels. Elle permet aux utilisateurs d'explorer, de rechercher et/ou de manœuvrer dans l'espace virtuel. Bowman et associés définissent deux composantes principales pour la navigation : le déplacement et la recherche d'itinéraire[23]. Le déplacement représente la composante motrice de la navigation. Il se rapporte aux déplacements physiques de l'utilisateur d'un endroit à un autre. La recherche d'itinéraire correspond à la composante cognitive de la navigation. Elle permet aux utilisateurs de se repérer dans l'environnement et de choisir une trajectoire pour se déplacer[24].

Dans ce cas, l'utilisateur se pose des questions telles que : "où suis-je ?", "où doit-je aller ?", "comment arriver à cet endroit ?".

Plusieurs facteurs influencent la qualité d'une technique de navigation. Ainsi Bowman et associés[25]] définissent les facteurs à prendre en considération dans la conception de toute technique de navigation :

– La vitesse de déplacement (le temps d'achèvement d'une tâche de navigation) ;

– La précision d'exécution ;

– La conscience spatiale (connaissance de l'utilisateur de sa position et de son orientation dans l'environnement virtuel pendant et après la navigation) ;

– La facilité d'apprentissage (la capacité d'un utilisateur débutant à s'approprier la technique de navigation) ;

– La facilité d'utilisation ;

– La capacité de l'utilisateur à collecter des informations sur l'environnement pendant le voyage ;

– La présence virtuelle (le sentiment de l'utilisateur d'être immergé dans l'environnement virtuel) ;

– Le confort de l'utilisateur.

Le principal intérêt de cette technique est d'utiliser au maximum le principe de mise en relation entre exposants et visiteurs, à distance et en apportant les fonctionnalités classiques du web 2.0 :

- ❖ Aspect communicatif permettant un rapprochement réel entre les utilisateurs : messagerie instantanée, webcam, mail, etc.
- ❖ Contenus Rich Média : diaporamas, films, visites virtuelles, etc.
- ❖ Aspect Collaboratif : accès aux profils des exposants, fiches, site web, produits et services proposés,

[20] H. Rheingold. Virtual reality. In *Simon & Schuster, Inc.*, 1991.

[21] T. Brooks and A. Ince. Operator vision aids for telerobotic assembly and servicing in space. In *In IEEE Int. Conf. on Robotics and Automation, ICRA'1992*, pages 886–891, Nice, France, May 1992.

[22] A. Bowman, E. Kruijff, and I. Laviola, J. Poupyrev. *3D User Interfaces : Theory and Practice*. Addison-Wesley, 2005.

[23] D. A. Bowman, D. Koller, and L. Hodges. Travel in immersive virtual environments : An evaluation of view-point motion control techniques. In *Proceedings of IEEE Virtual Reality Annual International Symposium*, volume 7, pages 45–52, 1997.

[24] P. Fuchs, B. Arnaldi, and J. Tisseau. *La réalité virtuelle et ses applications*, chapter 1, pages 3–52. Les Presses de l'Ecole des Mines de
Paris, 2003.

[25] D. A. Bowman, D. Koller, and L. Hodges. Travel in immersive virtual environments : An evaluation of view-point motion control techniques. In *Proceedings of IEEE Virtual Reality Annual International Symposium*, volume 7, pages 45–52, 1997.

- ❖ Personnalisation et configuration des stands, accueil des visiteurs, etc.
- ❖ Sécurité : véritable gestion des droits d'accès en fonction de l'enregistrement ou non des visiteurs permettant l'accès à certains documents sensibles (prix)

Dans ce prochaine paragraphe on va utiliser comme outil d'analyse l'observation et l'analyse du contenu , cette étude sera complétée comme une enquête de terrain

b- Les exemples de navigation 3d

On va analyser deux exemples : **Yoowalk et Second Life**

- **Yoowalk** : est sans contestation possible un outil d'un nouveau genre : navigateur 3D et social. **Yoowalk** propose de se balader dans une monde virtuel en 3D représentant Internet. Les sites sont matérialisés comme des immeubles (blocs avec portes) longeant des rues. Plusieurs quartiers sont réalisés par nationalité : sites français, site anglais, site espagnol … L'intérêt de ce navigateur est de pouvoir consulter les sites web dans un monde qui leur est propre. Yoowalk ajoute une dimension sociale à son outil car il permet d'interagir avec d'autres utilisateurs via une messagerie instantanée. On peut se créer un personnage, le personnaliser et ainsi, tisser des relations avec les autres usagers du site afin de partager ces impressions sur une actualité.

C'est un navigateur 3D entre un monde virtuel et un réseau social : A la différence de Second Life, aucune installation n'est nécessaire pour l'utiliser. Yoowalk se présente comme un navigateur en 3 dimensions. Vous êtes représenté par un personnage que vous déplacez au clavier ou à la souris.

IMAGE 1



IMAGE2



Vous êtes représenté par un personnage que vous déplacez au clavier ou à la souris. Chaque rue représente un pays, chaque "maison" représente un site Internet (Le monde, L'équipe...). En entrant, vous avez accès à plusieurs pièces qui présentent les gros titres du site.

IMAGE3



Vous pourrez également discuter avec les autres visiteurs en messagerie instantanée et vous constituer une liste d'amis. Vous pourrez même les accueillir en construisant votre propre maison dans l'esprit Sims.

IMAGE4



Une rue Jobs est disponible mais vide pour le moment. On peut très bien imaginer des rendez-vous recrutement sur le site, à la manière de Neo Job-meeting sur Second Life.

Image5



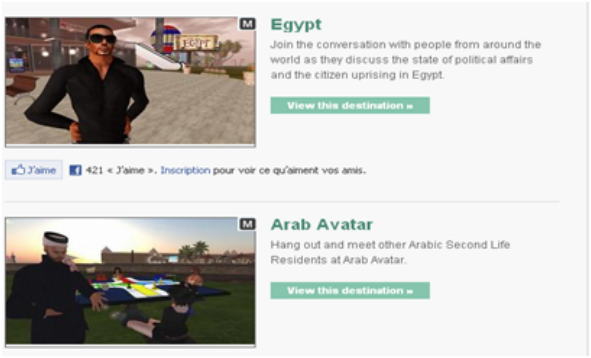
- **Les mondes virtuels (métavers) : Second Life**

Second Life est un univers virtuel en 3D sorti en 2003. Ce programme informatique permet à ses utilisateurs d'incarner des personnages virtuels dans un monde créé par les résidents eux-mêmes. Ce logiciel est réservé aux adultes.

Second Life n'est pas un jeu vidéo, au contraire, chaque participant est libre de fixer ses propres objectifs. Il s'agit donc d'un monde "à part". Les utilisateurs peuvent modifier leur apparence autant qu'ils le désirent et créer des objets, des vêtements, des bâtiments, des sculptures, des véhicules de toutes sortes, des plantes, des animaux, des gadgets, etc.

Il est possible d'importer sur le site des images, des sons et des animations, qui peuvent ensuite être partagés avec les autres utilisateurs qui pourront en faire usage. Les joueurs conservent leurs droits d'auteur sur ce qu'ils créent.

Image6



Une gallérie 3D

Image 7



Une salle de jeux en 3d

Image8



Une salle de conférence

Image 9



Le salon virtuel 3D : un outil marketing innovant : le premier salon virtuel dédié au tourisme d'affaires et à l'événementiel professionnel

Image 10



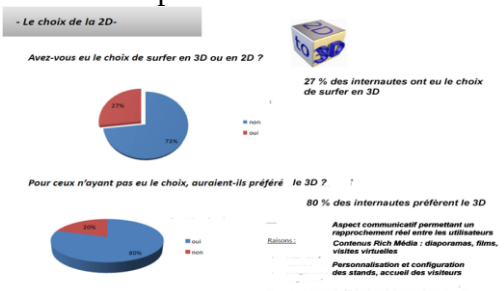
Enfin quelle est la perception des internautes de la navigation 3D ? : À cette question on va tenter d'apporter quelques éléments de réponse à travers une enquête en ligne.

L'enquête et les résultats d'analyse :

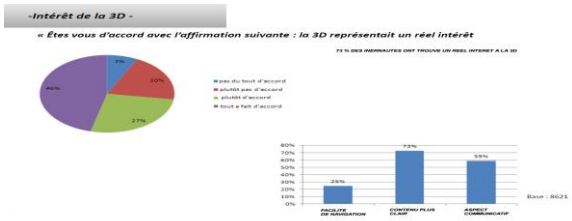
Une étude en ligne auprès d'un échantillon de 100 répondants, âgés de 15 à 64 ans et interrogés entre le 15 juin et le 8 juillet 2011 sur la recherche d'information touristique nous a révélés les choix suivants :

Seuls 27% ont eu connaissance de la navigation 3D mais 80% des internautes préfèrent la navigation en 3D. ce choix est motivés par ordre de préférence :

- Aspect communicatif
- Contenus Rich média
- La personnalisation et la configuration des stands



Pour ce qui concerne de l'intérêt à la 3D, 73% ont trouvé un réel intérêt et celui-ci est surtout motivé par la clarté des informations.



L'Internet Tunisien peut-il supporter la 3D ? Quelle connexion vous faut-il ? Les tuyaux sont-ils saturés ?

La problématique de la 3D dans le domaine du réseau est simple : c'est un problème de débit et d'accès au débit. Une bonne connexion ADSL permettra de recevoir des vidéos en 3D, mais ce sera au détriment d'autres applications. On (les professionnels du réseau et opérateurs) est à peu près tous d'accord pour dire qu'**il faut une connexion d'au moins 10 Mbit/s**. Il faudra entre 30 et 100 Méga pour de la TV 3D avec une image de qualité, donc une connexion fibre optique, coaxiale ou satellite. **C'est ce qui va accélérer une forme de fracture numérique.**

Conclusion :

J'ai tenté de montrer les limites d'une approche exclusivement descriptive de tout média de même que j'ai établi un cadre permettant d'analyser les termes de médiatisation et de médiation. On pense avoir fait apparaître dans un modèle complexe les liens entre de les notions d'interactivité et d'interaction, enfin les quatre formes de médiations qui définissent le point de vue sémiotique. J'ai mis en lumière à propos d'Internet quelques pistes qui font apparaître les relations et les codéterminations entre ces quatre types de médiation. Elles apportent un éclairage neuf sur la façon de considérer Internet en tant qu'il est un dispositif de communication et de formation médiatisées.

Ensuite, nous avons mis l'accent tout particulièrement sur l'interaction 3D, qui peut être considérée comme la composante motrice de tout système interactif. Elle se décline en quatre tâches de base : la navigation, la sélection, la manipulation et le contrôle d'application. A cet effet, nous avons proposé une revue des techniques d'interaction 3D utilisées par les communautés des réalités virtuelle et augmentée.

RÉFÉRENCES

M. Abendroth and J. Decock. Cyborgs et avatars. In Revue d'architecture A+ 165, http ://www.lab-au.com/files/doc/a41.html, 2000.

J.A. Anderson, Examen de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur aux médias. In J.P. Golay (Ed.),

S. Aukstakalnis and D. Blatner. Silicon mirage : The art and science of virtual reality. In Peach Pit Press, 1992.

W. Barfield, D. Zeltzer, T. Sheridan, and M. Slater. Presence and performance within virtual environments. In Virtual environments and advanced interface design, pages 473–513, 1995.

M. Bétrancourt, *Facteurs spatiaux et temporels dans le traitement cognitif des complexes texrte-figure*, Thèse de Doctorat, Institut national polytechnique de Grenoble, Grenoble,1996.

E. Barchechath, Pouts-Lajus, Sur l'interactivité. Postface, K. Crossley, L. Green, *Le design des didacticiels*, Observatoire des Technologies Educatives (OTE), ACL - Editions, Paris, 1990, 155-167.

G. Burdea and P. Coiffet. La réalité virtuelle, chapter 2, pages 243–251. Hermès-Paris, 1993.

J.-M. Burkhardt, B. Bardy, and D. Lourdeaux. Immersion, réalisme et présence dans la conception et l'evaluation des environnements virtuels. In Psychologie Française, pages 35–42, 2003.

S. Coquillart, J. Grosjean, and A. Paljic. Interaction 3D : Paradigmes et métaphores. Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris, 2003.

C. Dumas, P. Plénacoste, and C. Chaillou. Définition d'un modèle d'interaction pour une interface de travail tridimensionnelle à partir d'expérimentation. In In Proceedings of IHM'99, 1999.

P. Fuchs. Les interfaces de la réalité virtuelle. In Edition Interfaces, les journées de Montpellier, 1996, 1996.

P. Fuchs, B. Arnaldi, and J. Tisseau. La réalité virtuelle et ses applications, chapter 1, pages 3–52. Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris, 2003.

p. Fuchs, G. Moreau, G.-M. Burkhardt, and S. Coquillart. le traité de la réalité virtuelle, volume 2 : L'interfaçage, l'immersion et l'interaction en environnement virtuel. Edition Les Presses de l'Ecole des Mines de Paris, 2006.

D. Gerber. Interaction 3D sur un plan de travail virtuel : Application aux déformations de forme libre. PhD thesis, Université Louis Pasteur de Strasbourg 1, 2004.

J.P. Desgoutte, *La mise en scène du discours audiovisuel*, L'Harmattan, Paris, 1999.

G. Jacquinot, De l'interactivité transitive à l'interactivité intransitive, *Luoghi dell'Apparenza, mass media e formazione del sapere,* A cura di A. Piromallo Gambardella, Edizione unicopoli, 1993. Traduction française inédite publiée dans G. Jacquinot, D. Peraya, *Une introduction à la communication socio-éducative. Recueil de textes de G. Jacquinot et D. Peraya*, Département de Communication, UCL, Louvain La Neuve, 1994, 120-136.

M. Hachet. Interaction avec des environnements virtuels affichés au moyen d'interfaces de visualisation collective. PhD thesis, Université Bordeaux I, 2003.

C. Hand. A survey of 3d interaction techniques. In Proceedings of Computer Graphics Forum, pages 269–281, 1997.

M. Heim, M. Featherstone and R. Burrows. The design of virtual reality. In Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk » Cultures of Technological Embodiment, London : Sage,, pages 65–78, 1995.

Rencontre de la recherche et de l'éducation, Actes du Symposium, Lausanne, 27 au 30 juin 1988, 1988, 11-23.

J. S. Pierce, B. C. Stearns, and R. Pausch. Voodoo dolls : Seamless interaction at multiple scales in virtual environments. In Proceedings of the ACMSymposium on Interactive 3D Graphics, pages 141–146, 1999.

PERAYA D., Vers les campus virtuels. Principes et fondements techno-sémio-pragmatiques des dispositifs de formation virtuels, G. Jacquinot-Delaunay , Monnoyer L. (Eds*), Le dispositif. Entre usage et concept*, *Hermès*, 25, 1999.

L. Pochon, Groossen, Les interactions homme-machine dans un contexte éducatif : un espace interactif hétérogène, *Sciences et Techniques Éducatives*, *Hermès*, 4, 1., 1997, 41-66, p. 47.

P. Lévy *Cyberculture*, Odile Jacob, Paris, 19997, p. 86.

P. Sansot, Interactivité et interaction, *Le Bulletin de l'IDATE. Interactivité(s)*, 20, 1985, 87-94.

L. Sternberger. Interaction en réalité virtuelle. PhD thesis, Université Louis Pasteur de Strasbourg 1, 28 novembre 2006.

L. Sternberger and D. Bechmann. Deformable ray-casting interaction technique. In In YoungVR February, 2005.

R. Stoackley, M. J. Conway, and R. Pausch. Virtual reality on a wim : Interactive worlds in miniature. In Proceedings of CHI : Human Factors in Computing Systems, pages 265–272, 1995.

J. Tisseau. Réalité virtuelle : autonomie in virtuo. PhD thesis, Université de Rennes I (France), 6 décembre 2001.

D. Verville, J.P. Lafrance, L’art de bavarder sur Internet, in *Réseaux*, 67, 1999, 179-209, page 191

الخطاب الديني لمواقع اليوتيوب وأزمة الضبط المرجعي للتدين السائل
دراسة ميدانية لعينة من الشباب

The religious discourse of YouTube sites and the reference setting crisis of religiosity asker _A field study of a sample of young people.

رقاد الجيلالي

باحث دكتوراه علوم. الجزائر

ملخص: تهدف هذه الورقة إلى فهم التغييرات السوسيودينية، التي رافقت التحولات الإعلامية للوسائط الجديدة في المجتمع الجزائري، من خلال التحرر من الضبط المرجعي للتدين، الذي ساقه موقع اليوتيوب في رسمه لنمط جديد، أصبح الفاعل الأول في بناء الأفراد لمعارفهم الدينية، التي كشفت عن واقع مغاير تماما للمرحلة السابقة للتدين، المبنية على التلقين والصلابة المرهونة بمؤسسات التنشئة، فهذا النمط الجديد حول الدين من العام إلى الشأن الخاص عن طريق التشارك والتفاعل، فأصبحت كل القضايا الدينية سائلة ومتصلة بالإقناع والتأثير والرغبة والإستهلاك، التي وفرتها السوق الدينية لموقع اليوتيوب.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الديني، موقع اليوتيوب، الضبط المرجعي، التدين السائل، الشباب.

Abstract: The aim of this paper is to understand the sicio-religious changes which were driven by the media transformations of the new media on Algeria society by liberating and freeing from the religious reference setting, which is leged by YouTube site in drawing of a new style, it became the fist actor to build individuals for their religious knowledge, which revealed a reality quite different from the previous stage of religiosity, based on the indoctrination and rigidity entrusted on the institutions of upbringing, this new pattern of religion has been passed from private to public through sharing and interaction, all religious issues became askers and related to the persuasion

influence, desire and consumption provided by the religious market to the site of YouTube.

Key words: The religious discourse, YouTube, site Reference setting, Religiosity asker, Young people.

مقدمة:

من الملاحظ أن لتطور وسائل الإعلام الجديدة الحدث الأكبر اليوم، فقد أفضت تقريبا للسيطرة أو الهيمنة على تشكيل باقي الأنساق الثقافية، وهنا نجد «مانويل كاستلز» في كتابه «سلطة الاتصال» قال: إن تكنولوجيا الإتصال وفرت للمستخدمين استقلالا أكبر، وزادت فرص القيم والاهتمامات الجديدة في مجال الإتصال الإجتماعي، ومن ثم فرض الولوج إلى عقول الجماهير، إذا فظهور الإتصال الذاتي الجماهيري وهو الصيغة الجديدة من الإتصال المتشابك، الذي يعزز فرص التغيير دون تحديد المحتوى والغرض[26]، فأصبح له الأمر والنهي والهدم والبناء في مختلف المجتمعات، لذلك كان له الدور الكبير في تغيير المجتمعات في مختلف توجهاتها وإيديولوجياتها، فلم يعد الأفراد يهتمون أو يأملون في الإعلام المحلي، الذي كانت إيديولوجيته سابقا تصنع الفضاء الثقافي والاجتماعي، هذا التحول ألزم الضمور في الاستخدام المفرط للمواقع الدينية الإفتراضية، حيث أصبحت وسائطها تقيم قطيعة مع معارف المجتمع، بمختلف مؤسساته، لأن العلم الذي لا يتقدم يتجاوز حسب «غاستون باشلار»، وهي الطريقة التي أنتجتها وسائل الإعلام الجديدة، وخصوصا اليوتيوب، الذي أصبح المصدر الأول في بناء المعارف الدينية. فالمتصفح لمختلف قنواته يدرك تلك الحقيقة الواضحة المعالم، التي تؤدي إلى إنتاج كم هائل من التفسيرات والمعارف الدينية، التي رسمت وشكلت تدينا ذو طبيعة سائلة، أي إنه يتم في النسق الخصوصي ويكون بطبيعة استهلاكية، لا تكلف الفرد سوى نقرة واحدة ليتحصل على أي مضمون يرغب في الاستقصاء عنه، مع علمنا بأن المعرفة الدينية لخطاباته لا تحتوي على أي ضبط مرجعي للتدين، لتميز قنوات اليوتيوب بكل أشكال المعتقدات والديانات، التي نعبر عنها بالهلامية العابرة للحدود والمتخطية للقوميات وطيها للمكان والزمان، والتي تستطيع مع مرور الأيام الإفضاء إلى اجتثاث وتحطيم لكل ما هو صلب أو محلي، وتعويضه بما هو كوني أو معولم في المجتمع الجزائري.

الإشكالية:

لا مراء أن التكنولوجيا الجديدة استطاعت أن تجعل كل الثقافات السابقة بائدة، أو متراخية السمات،بما فيها الديانات والمعتقدات التي حكمت المجتمعات لقرون، وعلية فإن ما تقوم به وسائل الإعلام الجديد يمكن اعتبارها أمثولة أشبه بالخيال، الذي أبهر العقل البشري عبر الفضاءات

[26]- مانويل كاستلز، سلطة الاتصال،تر: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، ط.1، 2014، ص: 94.

الإفتراضية والرمزية، إنها حقا تعمل خارج حدود الزمان والمكان، فالمتبع يجد أنها استطاعت أن تنقل الأفراد من عصر إلى عصر آخر، فهي تعيد الماضي، وتحضن الحاضر، وتسعى إلى رسم المستقبل، إنها تفكك وتركب كما تشاء، وهنا يمكن القول أنموقع اليوتيوب أعاد إحياء العديد من القضايا الدينية والترويج لمختلف الديانات والمعتقدات، خصوصا عند ارتباطه بالعقائد الإسلامية التي تشهد اليوم تحيين الجدل والسجال حولها في هذا الفضاء، فقد أوصدت هذه الخطابات والفتاوى الدينية الأبواب وصفدتها بالعديد من الإشكاليات على موقع اليوتيوب، التي يصعب التحكم فيها من طرف المجتمعات الإسلامية، نتيجة السيولة التي تتميز بها السوق الدينية في النسق الإفتراضي، فقد أصبح هذا النمط الديني المشكل الأول للفضاء العمومي، بإعادة صياغته وتشكيله وفق جدلية الهدم وإعادة البناء، المبني على النقد والمساءلة بشكل تفاعلي، عبر قنوات تأسست لهذا الغرض، حول الكثير من القضايا الخلافية.

إن هذا النمط الديني السائل أدى إلى الانعتاق الفعلي من الضبط المرجعي للتدين داخل المجتمعات، ونقل الدين إلى التحرر الفقهي والمذهبي والعقائدي، وهنا يمكن القول أن اليوتيوب أسس لانتشار تلك الخطابات الدينية الحماسية والخاشعة المبكية للدعاة والمشايخ، التي لقيت رواجا لدى المتتبعين واستئثارها بالعواطف، أكثر من التدقيق والتمحيص في صحة المعارف الدينية، التي يتلقاه الشباب بأكثر يقينية، وهي مؤثرة تأثيرا بالغا، على الأفراد كمقاطع «عدنان ابراهيم ومحمد حسان والعريفي ونبيل العوضي والشيخ صالح المغامسي...إلخ»، التي باتت تلقى رواجا في السوق الدينية الإفتراضية، لقد حققت لهم شهرة واسعة، مع إدراكنا أنها خطابات تحمل في مضمونها فتاويهم الفقهية ومعارفهم الدينية، التي تختلف في استمداداتها العقائدية والمذهبية، وتباين توجهاتها الإيديولوجية وتضاربها حول مرجعيتها، إنها معارف استقطابية لدى العديد من الشرائح، لتميزها بالخشوع والبكاء والنقد والمساءلة، والجرأة والحماس الذي تشهدها أكثرية مواعظهم ودروسهم، على اليوتيوب فهذه السيولة فسخت العلاقة بين الفرد والمؤسسة الدينية والتنشئوية، وطبع الأفراد على اعتناق التدين الفردي السائل، وفق الطبيعة الإستهلاكية والترويجية للعقائد والقضايا الدينية،الأكثر تحررا من الرقابة، التي تفضي إلى نقلها بأكثر سرعة وراهنية والإفراط في التبسيط، مع الشروحات المستفيضة لهذا الخطاب، إنها تجبر المتلقين على استهلاكها بسلاسة ونعومة، فأبرزت بذلك الانعتاق الفعلي للشباب من الضبط المرجعي للتدين، وهنا يمكن طرح التساؤلات الآتية:

كيف ساهم الخطاب الديني لمواقع اليوتيوب في انعتاق التدين من الضبط المرجعي؟

ولماذا أدى موقع اليوتيوب إلى بروز التدين السائل لدى الشباب؟

هل تزايد عدد النوازل هو الذي أدى إلى تزايد الطلب على المعرفة الدينية لمواقع اليوتيوب؟

الفرضيات :تعتبر من العناصر المركزية في البحوث السوسيولوجية، لما تتميز به من مراقبة للباحث وتوجيهه، بوصفها حلا مقترحا لإشكالية البحث، ومن هنا طرحنا الفرضيات الآتية:

– انعتاق الخطاب الديني لمواقع اليوتيوب عمق من سلطة هذا النمط الديني لدى الشباب.

– التدين المنفرط عبر اليوتيوب يتلاءم مع الهوية السائلة للشباب اليوم.

– كثرة النوازل أدت إلى بناء التدين السائل حول القضايا المتحررة من الضبط المرجعي على مواقع اليوتيوب.

شرح مفاهيم الدراسة:

حددنا مجموعة من المفاهيم الاجرائية بغرض توضيح مرتكزات البحث وهي:

الشباب: هي مرحلة عمرية يمر بها الانسان لها مميزاتها عن بقية مراحله في الحياة، فهي تمثل القوة والحيوية التي يواجه من خلالها التحديات والأزمات،لأنها مرحلة بداية النضج والتعقل وحمل المسؤوليات وقد شملت دراستنا فئتها من الثامن عشر حتى السادسة والثلاثون.

موقع اليوتيوب: يعتبر من الوسائط التفاعلية التي تحتوي عليها شبكة الأنترنت واحتوائه على مقاطع الفيديو السمعية البصرية وحتى التفاعلية، التي تمكن الأفراد من رفعها وإنزالها والتعليق عليها، بل يعتبر من أكثر مواقع الأنترنت متابعة، لخصائصه التي يتميز بها عن باقي المواقع الأخرى، وتوفيره لمختلف المعارف في مختلف المجالات والجوانب بسهولة وأكثر سرعة.

الخطاب الديني:هي جميع الأنساق المعرفية التي تكون لها صلة بالدين، ويتحكم في تفسيرها للأفراد، في مختلف المجالات والجوانب، التي تكون لها علاقة مباشرة أو غير مباشر بتدينهم.

الضبط المرجعي للتدين: ونقصد به القدرة على التحكم في توجيه نسق التدين داخل المجتمع، وفق السياق الاجتماعي الذي يكون فيه الفرد عنصرا مقوضا باتباع المذهب والعقائد الدينية، التي تتحدد بنمط موحد للتدين لجميع الشرائح الاجتماعية، من خلال المؤسسات والمراكز الدينية التي تتحكم فيهم بأيديولوجيا مذهبية مخصوصة تتحكم فيها الدولة.

النوازل: هي جميع القضايا المعاصرة والمستجدات الفقهية، التي ظهرت في العصر الراهن التي ليس فيها نص، بل يعتمد فيها الفقهاء على آرائهم الفقيهة،والتي يحاول فيها العلماء والفقهاء إعطاء حلول لهذه القضايا بما يوافق الشرع والدين، بغية معرفة الجائز وغير الجائز أو الحرام والحلال، حتى يتمكن الشباب من بناء التدين الصحيح.

التدين السائل: نقصد بالتدين السائل هو ذلك التدين المعتوق من الرقابة والأكثر تحررا، الذي يتشكل في النسق الإفتراضي وفق الطبيعة الإستهلاكية،لتلك المعارف والمضامين الدينيةعلى مواقع الأنترنت، المتمثلة في دراستنا حول موقع اليوتيوب، والدور الذي يلعبه في تشكيل نمط التدين السائل لدى الشباب، بطرحه للقضايا الدينية والمواعظ والفتاوى بأكثر سرعة وراهنية،أسست في بناء نمطه الديني ودعمه وتحجيم سلطانه.

المقاربة النظرية للموضوع:لا يمكن اعتبار أي بحث سوسيولوجي بمعزل عن الإقتراب النظري الذي يعوز إلى توضيح الرؤية للباحث، في إجرائه لتلك المقاربة التي تسمح بكشف الظاهرة المدروسة وتوجيه الباحث توجيها صحيحا، وفق البنية المفهوماتية، التي تشكلها لمقاربة موضوعه،وعليه قمنا باختيار «نظرية التفاعلية الرمزيةومن روادها جورج هربرت ميد G.H mead وهربرت بلومر H.blumer»، التي تحتوي على مجموعة من المفاهيم: التفاعل الإجتماعي، الدلالات، المعاني، الرموز، التطبع، التقمص الوجداني، التواصل، الإشارات، السلوك، الصورة، الاستجابات، اللغة، الأفكار والمفاهيم، ومن خصائص هذه النظرية أنها ترى أن الأفراد بعد الإنتهاء من التفاعل، يُكَون الأفراد المتفاعلون صورا ذهنية على الأشخاص الذين يتفاعلون معهم، ونحن اليوم نشهد ما تفعله قوة التفاعلات الإعلامية الجديدة عبر اليوتيوب بالتفاعلات الإجتماعية، التي حطمت السلوكات وأعادت صياغتها لدى الشباب.

المنهج: يعتبر المنهج من الأدوات المركزية، التي تسمح بفهم ثنايا الظاهرة التي تحددها طبيعة الموضوع، فالمنهج هو مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف وتحليل الموضوع، عبر مجموعة الخطوات والعمليات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق الأهداف التي حددها مسبقا[27]. فقد فرضت علينا الطبيعة الكيفية اختيار المنهج «الفهمي التحليلي» حسب الرؤية الفيبيرية لـ«ماكس فيبر»، لأن دراستنا متعلقة بفهم وتحليل الدلالات والمعاني وفق المعطيات الكيفية.

المقابلة: تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية التي تستخدم في البحوث السوسيولوجية ذات المنحى الكيفي، الذي فرض علينا اختيار تقنية المقابلة، لأنها تسمح بأخذ معلومات كيفية، بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين، والتي تعتبر أفضل التقنيات لكل من يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد، واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة"[28]، التي يمكننا عبرها جمع المعطيات وتحليلها وفق الطبيعة الكيفية، التي نفهم من خلالها نسق التدين لدى الشباب، وتلازمه مع المضامين التي تقدمها مواقع اليوتيوب من المعارف الدينية السائلة.

---

[27]- رشيد زرواتي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، دار الكتاب الحديث، د(ط)، 2004، ص:119.

[28]- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية: تدريبات علمية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبة الجزائر، د(ط)، 2004، ص: 197.

الملاحظة: تعتبر الملاحظة أداة مهمة، وهي مصدر أساسي للحصول على البيانات والمعلومات الأساسية لموضوع الدراسة، وتعتمد على قدرة الباحث على ترجمة ما لاحظه وسمعه من الميدان، وهي تقنية مباشرة للتقصي، تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما بصفة مباشرة، وذلك بهدف أخذ معلومات كيفيةمن أجل فهم المواقف والسلوكات[29]والايماءات، التي تقودنا إلى التعمق في اكتشاف ثنايا إشكالية البحث التي يستخدمها الأفراد في الحجاج والنقاش بمعارف يستقوها من مواقع اليوتيوب، وهو ما تعبر عنه طبيعة التدين الجديد.

مجتمع البحث: يشكل مجتمع البحث أهمية بالغة في تحديده، لأنه يلزم الباحث باختيار العينة التي تتلاءم مع الطبيعة الخصوصية، التي يتميز بها كل أفراد المجتمع الأصلي، وقد كان مجتمع بحثنا هو الشباب المستخدم لموقع اليوتيوب على شبكة الأنترنت.

العينة والمعاينة: تعتبر العينة من العناصر الرئيسية في البحث، حيث تمكن الباحث من تحديد الدقة في اختياره لجزء من مجتمعه الأصلي الذي يرغب في التعرف عليه لذلك "تعد العينة جزء من البحث الذي تجمع فيه البيانات الميدانية. لهذا فهي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين[30]، وقد تم اختيارنا لمجموعة من الشباب الذين تصدق عليهم، وتتحقق فيهم رؤيتنا البحثية، وفق مجموعة من الخصائص، كاستعمالهم للأنترنت ومواقع الفيديو ونشرها والاستقصاء على القضايا الدينية، وقد شمل دراستنا «17مبحوثا»، تتراوح أعمارهم بين:« سن 18 و36»، التي نستطيع من خلالها جمع أكثر قدر من المعطيات، التي تمكننا من فهم الظاهرة المدروسة، وقد كانت معاينتنا مرفوقة بالعديد من الملاحظات الميدانية، التي أوصلتنا إلى الحجاج والحوار معهم، بخصوص المعارف المكتسبة من مواقع اليوتيوب، التي أصبح العديد منهم يعتمدها في تدينه.

مجالات الدراسة: يمثل المجال المكاني الذي قمنا فيه بدراستنا الميدانية، المتعلقة بالتدين الجديد المتحرر من الضبط المرجعي، هو "مدينة لرجام " تيسمسيلت" مع عينة من الشباب الذين شملهم مجتمعنا الإحصائي. وشملت دراستنا في هذه المرحلة الفترة من: 2017/12/10 إلى غاية12/21/ 2017، التي شملت الميدان والتحليل، بالتوفيق بين الجمع والتحليل دون انقطاع.

المعايير السوسيولوجية للمبحوثين:

[29] - موريس أنجرس، مرجع نفسه، ص: 184.
[30] - موريس أنجرس ، مرجع نفسه، ص: 197.

المتغيرات	التكرار		النسبة%	المتغيرات	التكرار		النسبة%
السن	8	25 -18	47.05	مدة الاطلاع	3	اقل من ساعة	17.64
	5	30 -25	29.41		8	من01الى 02 ساعة	47.05
	4	36 -30	23.52		6	أكثر من 03ساعات	35.29
	17	المجموع	%100		17	المجموع	%100
المستوى التعليمي	0	ابتدائي	0	مكان الاقامة	1	ريفي	5.88
	2	متوسط	11.76		9	شبه حضري	52.94
	9	ثانوي	52.94		7	حضري	41.17
	6	جامعي	35.29		17	المجموع	%100
	17	المجموع	%100				

التأويل السوسيولوجي للمقابلات:

انطلقنا في تأويلنا من الفهم ثم التحليل، الذي يمكننا من الوصل إلى فهم المعاني والدلالات والسلوكات، ذات الطبيعة الموصولة بالتمثلات التي يتخذها الشباب في تشكيل النمط الديني الجديد من موقع اليوتيوب، وتخضع هذه العملية التحليلية إلى التوقف عند العناصر التي تَكُون لها دلالة بالنسبة إلى فرضيات البحث. إذ لا يجب أن يغيب عن أذهاننا أن الباحث يريد أن يختبر فرضيات بحثه، باستخراج عناصر ذات دلالة، أي التي لها علاقة بفرضيات البحث تلك، فإذا كانت تقنية التحليل لاختبار الفرضيات« تحليل المحتوى»، فيجب أن يكون هذا التحليل ذو علاقة بفرضيات البحث ويلعب هذا الدور الفئات"[31]. من خلال استنطاق الخيال السوسيولوجي الصحيح، الذي يقودنا إلى فهم أعمق للمعطيات الكيفية المجمعة.

1-التدين من خلال اليوتيوب انفلات من الواقع والتأسيس لمرجعية بلا هوية:

يرى « زيجمونت باومن» في كتابه « الأخلاق في عصر الحداثة السائلة»: أن صلابة المرحلة السابقة ذابت، فتداخلت الحدود وتراخت السمات وازدادت ضبابية وتشابه، حتى صار من المكمن أن نتحدث عن سيولة أو ذوبان، سواء أكان ذلك في حدود الدول أو معالم المجتمع أو سمات الهوية الفردية أو خصائص الثقافات[32]، وقد ساهم في تدشين هذا النمط الفعلي، انتشار وسائل الإعلام التفاعلية، التي شكلت واقعا جديدا، منفلتا من قبضة السلطة، والتي تملك كل المؤسسات الإيديولوجية، لكن اليوم، المرجعيات الوافدة عبر التكنولوجيا الفائقة، تمتلك حظوظا متساوية في سرقة المواطنين من أوطانهم، والمؤمنين من معابدهم، وبالتالي أصبحت مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منفلتة من يد السلطة، بل أصبحت هي الأخرى تبحث عن مكان داخل المجتمع السبراني الجديد.

ولا ريب أن ثورة الأنترنت الجديدة، التي بدأت منذ تسعينات القرن الماضي، تختلف عن ثورة التلفزيون والإعلام المرئي المسموع، لذا فإن نظريات وأدوات التحليل، التي أسسها نقاد التلفزة

[31] - سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعيةفي علم الاجتماعية، دار القصبة، الجزائر، ط.2، 2012، ص: 231.
[32]- زيجمونت باومن، الأخلاق في عصر الحداثة السائلة، ترجمة سعد البزاعي، هيئة أبو ظبي للسياسة والثقافة، بدون طبعة، 2016، ص: 11.

وتقنيات الإتصالات، قبل ظهور الأنترنت، ليست صالحة تماما لاكتشاف الظواهر الإجتماعية، التي أفرزها عصر الشبكة المعلوماتية[33]، وخصوصا مع الالتحام بالخطاب الديني على مواقع اليوتيوب، الذي يعتبر أكثر السلع رواجا وجاذبية، خاصة في مجتمعات إسلامية، ترى في الدين نمط حياة وأسلوب تفكير وكيفية اجتماع، وما له من سحر رمزي في ضمائر المؤمنين به. ولكن ما هي مواصفات السوق الدينية الإسلامية؟ ومن الفاعلون في تصاريفها؟ وأي سلع يقع تداولها؟ التسليع الدين«CommodificationReligious» حقيقة سوسيولوجية عامة، موصولة بأي نشاط ديني، يتم في إطار تنظيمي يجمع الأتباع والمؤسسات في آن واحد، لأنه يوجد في كل مكان، وكأنّه يشكل مشاريع دينية بشرية معقدة[34]، زودتها خطابات المواقع الجديدة لليوتيوب بتفاعلية أكثر حركية في توسيع سلطة الديني بدلالة المبحوث" كل شيء نحوس نعرفوا حول أمور الدين نستخدم الأنترنت وخاصة اليوتيوب سهل علينا بزاف البحث من خلال السماع للخطب والدروس والفتاوى لأي قضية بلا تعب[35].

لقد قدم خطاب الإعلام الجديد ممثلا في اليوتيوب للأفراد الرغبة في الإستهلاك للمعرفة الدينية، دون الحاجة للكثير منها، وهي بدورها أوجبت بروز الكثير من الإختلالات بالتدين، وعمقت من تلك التجاوزات الثقافية والتقليدية، التي أعازت إلى تغيير المجتمعات وإعادة صياغتها وربطها بما يشكله المضمون الديني الإعلامي لهذا الخطاب، المغرق في المثالية والمتخيل، الذي يزرع التدين بشكله «اليوتوبي الحالم»، الذي يخرج الأفراد مما هو كائن إلى ما ينبغي أن يكون، وهي بمثابة الاشكالية الحقيقية للإعلام الجديد، حيث لا يقين ولا حقيقة، فقط آمال وتخيلات يطرحها شيوخ الإفتراض، لأمة افتراضية، وهذا ما يعمق من صعوبة تطبيق تلك المعرفة الدينية، التي يلزم الكثير من الأفراد بها، كالجهاد والردة ودار الكفر وغيرها، وأن أغلب ما تقدمه الميديا في أشكالها الدينية معتوقة من الشروط الفعلية لقيام التدين الصحيح، لأن ارتباط أي قضية تكون بـ«مقاصدها ووسائلها» وحتى الزمان والمكان والبيئة والحالة لمن يريد المعرفة الدينية، بدلالة المبحوث" كل القضايا الدينية لي رانا نشوفوها مستجدات واحنا نبغي نعيش بما يعطينا حل لمشاكلنا، بصح كاين قضايا تثير الجدل واختالفوا فيها من العصر الأول ووحدا أخرى خلافية والكثيرين ما يفرقوا بين الواقع وما يصلحلوا، ويبغوا إسقاط أحكام بلا شروط وقواعد، حتى أنها في الكثير من الأحيان تكون شاذة ولا مجهولة

[33]- هاني عواد، دراسة التدين الشبابي: نمط منفلت من المؤسسة الإيديولوجية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، أكتوبر2011،ص: 21.
[34]- محمد سويلمي، الإفتاء الإلكتروني: الخطاب الديني وإعادة المأسسة، صناعة الفتوى، إشراف: بسام الجمل، تنسيق: أنس الطريقي، سلسلة ملفات بحثية، قسم الدراسات الدينية، مؤسسة مؤمنون بلاحدود، 17 نوفمبر2016، ص: 13.
[35]- مقابلة رقم: 10، يوم 2017/12/14، الساعة : 12:35.

المصدر، كفتوى جهاد النكاح ولا الأحكام لي يتعمد أصحابها إثارة القلاقل وينجر وراها الأفراد وبالأخص احنا الشباب"[36].

وهنا يمكن الاعتراف أن تدفق المعارف ومحاولة بناء ثقافة كونية وتصادمها بمجتمعاتنا الاسلامية، ذات المركب الديني لثقافتها، الأمر الذي ساهم في إعادة إحياء التساؤل الكلاسيكي والمركزي حول«الهوية الاسلامية»، وبحث العناصر المرجعية المؤسسة لها، عند « الشرائح الشبانية»، وخاصة في ضوء تغيرات المجتمع المعاصر، وبروز العالم الإفتراضي كشريك أساسي، ساهم في خلق مجتمع شبكي موازي، ساهم بطريقة أو بأخرى في إعادة صياغة منطق التواصل والعلاقات الانسانية عبر التكنولوجيا الرقمية[37]، التي فسحت المجال لمناقشة القضايا الدينية، فتصاعدت إلى أبعد الحدود، فالشيخ الإفتراضي الذي يدعوا للجهاد أو التطرف والغلو، فدعوته تلك لن تقف عند حيه أو مدينته أو دولته كأقصى حد، إنها دعوة شمولية كونية، وبالتالي فإن مقلديه في كل ركن من هذا العالم الفسيح، يلبسون عدة الجهاد أو التعصب، حتى وإن لم يعرفوا سببه وميدانه ونتائجه، لكنها الكونية، والصدى المعولم، والشيخ الذي أصبح يعيش في جيوبنا، ونتواصل معه أكثر مما نتواصل مع الشيخ في حينا ومسجدنا، فمن جهة الشيخ الواقعي لم يعد مقنعا، وفي الوقت نفسه، المؤمن الواقعي لم تعد تشغله فرائض الوضوء وأركان الصلاة ومبطلات الصوم، إنه تدين الواقع والرفض والتمرد، إذ يمكن القول: أن الشيخ الإفتراضي يخاطب الواقع، أما شيخ الواقع فأصبح يخاطب الإفتراض، وهنا وجد المؤمن واقعه في عالم افتراضي غير آمن وغير مضمون.

وهنا ندرك ما يحتدم من الصدامات والصراعات بين مختلف المعارف على اليوتيوب، التي سرعان ما تتحول إلى المسرح الواقعي بين الأفراد وبناء أنماط متنوعة من التدين، تعتمد على أفهامها وتشكيل انتماءاتها على تلك القضايا والأحكام الفقهية، التي تبثها مقاطع الفيديو، وتعصب كل فرد لشيخ أو داعية يكون متأثرا باجتهاداته وآرائه الدينية، وهو ما يرهن الفاعلين بقدر كبير من اللاواقعية، التي يشكلها التحرر الديني من الرقابة، مما يؤدي بكثير من الأفراد إلى اعتناق بعض القيم والمعتقدات، التي تجبرهم على تبني أفكارها قسرا وليس اختيارا، بممارسة هيمنة رمزية مستترة بدلالة « بيار بورديو» لا يدركها المتلقين، لتأثر على توجهاتهم عبر القدرة المعرفية الموصولة بقداسة الدين أيضا، الذي يبثها النموذج الارشادي الغير منضبط بمرجعية محددة على اليوتيوب، في عصر مليء بالصراعات الطائفية والإستقطابات الفكرية، التي تقصي وترفض العديد من قيم الحوار، ويأتي الإعلام الجديد كانعكاس حي لما يحدث بين الأفراد في المؤسسات والتعاملات اليومية.

[36]- المقابلة رقم :01، يوم: 2017/12/10، الساعة: 13:49.

[37]- كلثوم بن بيبيمون، السياقات الثقافية الموجهة للهوية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، مركز دراسات الوحدة العربية، العددان: 33-34، 2016، ص:69.

كما تنعكس الفوضى الفكرية والسياسية والدينية على معظم المضامين، سواء بتسييس كثير من الأفكار أو الهجوم المتزايد كجزء من صراعات دينية قديمة، تقوم في أغلبها على تفسيرات خاطئة للدين، أو تطبق قياسات لأحداث وشخصيات لم تعد موجودة، وتحاول من خلال ذلك تغذية الصراعات والنزاعات الإقليمية التي تهدد الأمن القومي[38]، فمثلا الصراع السني الشيعي، استأنف من جديد، ونحن نعيش عبر اليوتيوب في كل لحظة، معركة صفين والجمل، ومقتل الحسين، ومظلومية آل البيت بكل تلك المظاهر المؤلمة والمستهلك للعواطف، حيث قال« نابليون» لا يوجد إلا شكل واحد من البلاغة: وهو التكرار[39]، حيث أصبح اليوتيوب من أهم الوسائل التي يقوم عليها المذهب الشيعي، ويجدد نفسه في كل مرة، عن طريق تحيين تلك الصرعات، وزج بالمتدينين فيها، حيث يتردد عامة الشيعة على تلك القنوات السبرانية، من أجل شحن إيمانهم، وتجديد الحقد على الآخر المخالف، ويتردد عليها المؤمنون السنة، للرد وللدفاع عن رموزهم الدينية.

إن الشحن اليوتوبي لا يترك المجال مفتوحا أمام الفرد للتمييز بين هذه المضامين، بل هو يقوم على التجنيد والتحريض عن طريق التكرار والتكرار الملح، حتى يستدعي الماضي ويفتح الشروح، ويسيل الدماء ويحرك النعرات، حيث يرى«مارشال ماكلوهان» بأنه من أساليب الاقناع التأكيد والتكرار والعدوى[40]، لندرك اليوم أن العديد من الأفراد لا يعيرون أي اهتمام في انتقائهملمعايير تدينهم، بل يكون اعتمادهم حسب الميولات ودرجة التأثر بالمضمون، وقوة الخطاب الديني على مواقع الفيديو، كما نعتبر أن اللغة تلعب دورا حاسما في تبني الكثير من الأنماط المؤثر، وخصوصا ما يتميز به الدعاة الشاب من الطلاقة والفصاحة، التي جلبت الانتباه لدى الأفراد وبقاء المؤسسات التقليدية قابعة في تقليديتها المبنية على العامية والتدريج،

إن هذه الحتمية التكنولوجية حسب « ماكلوهان» تلزم الأفراد باعتناق أي مضمون يعجبهم أو يتأثرون به، دون إعارة أي اهتمام بالضبط المرجعي للتدين، الذي يبني ذاتهم وهويتهم، فالفرد يتبع نوع الخطاب ولا يطرح سؤال كيف يطبقه؟ فقط البحث عن الشيء الجديد، وهنا يقول «زيجمونت باومن» هناك من لديه الشجاعة على البحث عن السعادة في اللامكان[41]، ما طبع على اعتناق بعض العقائد التي تؤدي الى التطرف والعنف في الكثير من الأحيان، لأن المعتقدات هي الوسيلة التي يعبر بها الأفراد والجماعات عما يعتبرونه مقدسا، فقد يُعبر عن المعتقدات الدينية بأشكال

---

[38]- محمد سيد ريان، الإعلام الديني العربي بين الدعوة والتبشير وبث الفتن الطائفية، الإعلام الديني: بذور تسامح أم سموم كراهية؟، إشـ: أحمد فايز، مجلة ذوات الالكترونية، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، الرباط، المغرب، العدد: 13، 2015، ص: 26.

[39]- محمد علي فرح، صناعة الواقع الإعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مطابع البانات الدولية، لبنان، ط .1، 2014، ص: 64.

[40]- محمد علي فرح، مرجع سبق ذكره، ص 46.

[41]- زيجمونت باومن، الازمنة السائلة العيش في زمن اللايقين، ترجمة حجاج أبو حجر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، لبان، ط. 1، 2017، ص: 110.

متعددة، قد تصل إلى حد التعارض داخل الديانة الواحدة[42]، ونحن نشهد في العديد من المجتمعات التي انحصرت عن تصاعد معتقدات هامشية، بدأت تطالب بالاعتراف بمعتقداتها وتلجأ بعضها إلى العنف والطائفية المفرطة، التي تثيرها خطابات وفتاوى ودروس حماسية لرموزها وتتناقلها عبر مواقع اليوتيوب، فتتضح سلطة هذه المعتقدات تحت سلطة التبرير، الذي يلتزمه المتدين كمضادات للمؤسسات التقليدية وخاصة السياسية، بتصريح المبحوث" أنا نطلع على العديد من القضايا الدينية في اليوتيوب لي نشوف بلي راها أفضل بكثير في توضيح الدين ونشره من مشايخ مساجدنا في بزاف من الأمور الدينية، العقيدة ولا العبادات والأمور السياسية لي راها مضطاربة وقول العلماء المعاصرين فيها"[43].

فما تشهده المجتمعات العربية من التطرف والعنف، كان نتاجا لتحرر المعرفة الدينية بدرجة كبيرة، وتزامنها مع التردي السياسي والمجتمعي للوطن العربي، التي أُلفت تلك المشاهد المتنافرة بين العديد من الأنماط الدينية داخل الدولة الواحدة، وهنا نجد أن كل المعتقدات والجماعات والطوائف، حركت مؤسساتها نحو الإفتراضي، الذي ساهم في تعميق قوة الخطابات الدينية والفتاوى والمواعظ.

فما شكله اليوتيوب كان له الوقع الأكبر على العالم الإسلامي، باعتباره أحد أكثر الوسائط تحررا من الرقابة المؤسساتية، في نشر المعرفة الدينية بقوالب مختلفة صاغت الدين بشكل أو بآخر بنسقية جديدة ومختلفة، تأسس في الكثير من مضامينها للابتعاد عن الحياة وليس الحرام، وهي كشكل من أشكال الإغتراب، الذي ألفته الأنماط الدينية التي أرادت تخطي الثقافي وبلاد المنشأ للتدين، مما جعل الصراع يكون على أشده بين العديد من الهويات الدينية، وخصوصا في المجتمع العربي، الذي ما تزال تتحكم فيه المخاييل الدينية، ورفصه في الكثير من الأحيان للحداثة والتغريب، الذي تنسجه الميديولوجيا الجديدة، إنها تحين المعتقدات بطريقة آنية وأكثر تنافرية، لأن الاختلاف عندنا قد جرى التعامل معه كبدعة وهرطقة أو شرك وكفر، ممن يتعاملون مع الحقيقة والهوية بعقلية الإطلاق والثبات والاصطفاء والمماهات، والمآل هو الاستبعاد والإلغاء أو الفتن والحروب"[44].

وهنا تؤدي الثقافة الدينية إلى رفض أطرافها للواقع المبني على الايديولوجيات الدينية والمذهبية، التي ينطلق منها الشيوخ والفقهاء على مواقع اليوتيوب، في بث الدين بقوالب وأنماط عديدة تحدد اختيارات الأفراد في اعتناق أي نمط، وهو ما يعكس أطروحة الهدم وإعادة البناء لكل صنوف العقائد والسلوك والمعاملات، وحتى طريقة اللباس التي يعتبرها العديد من الفرق أنها أمر ديني وشرعي، لندرك ما يقدمه هذا التدين السائل عبر قوة المقاطع، التي تبثها مختلف مواقع اليوتيوب بطرق أكثر جرأة في نكس المحلي وتعميق أزماته، وذلك بإزاحته أو إعادة صياغته، عن طريق

[42]- عبد الحكيم أبو اللوز، الحركات السلفية في المغرب، 1971 – 2004، بحث أنثروبولوجي سوسيولوجي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط. 1، 2009، ص: 37.
[43]- مقابلة رقم: 09، يوم 2017/12/15، على الساعة: 16:00.
[44]- علي حرب، الانسان الأدنى: أمراض الدين وأعطال الحداثة ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط.1، 2010، ص ص: 46، 47.

التجييش وإثارة العواطف، حيث أن مقومات الإعلام الكذب الصارخ والتطبيل السافر وتجييش المشاعر المتدفقة والعواطف الملتهبة[45]،التي تغمر المتلقين وتسجنه داخل أغوار الوهم في حول الكثير من القضايا الدينية، التي لا يمكن تطبيقها، بل هي تشبه إلى حد ما أمثولة ميثولوجية.

2-الميديا الفائقة والمعرفة الدينية السائلة:

الدين حسب «هابرماس» هو ما يعطي أفراد المجتمع الحديث الموضوع الحيوي، الذي يتحاورون حوله[46]، أي إن الدين كخطاب قوروسطي منتهي الصلاحية، حسب المبشرين بالعقلنة، قد عاد من جديد، وخرج الينا من مارد التكنولوجيا الحديثة او الفائقة، وخرج بكثر تدفق وسليلان، على ما كان عليه، يوم قررت الحداثة إعفاء الدين من أي دور داخل المجال العام، فليوم نحن نتحدث عن التدين الجارف، المنهمر الذي يجرف كل شيء في طريقه، حيث أصبحت المعرفة الدينية أو الفتوى هائمة تبحث عن مؤمنين جدد، مستعدين لنبذ واقعهم والانسياق خلف كل ما هو افتراضي وبنكهة كونية.

إذ يعيش عالم اليوم تغيرات تكاد تكون انقلابية على مفاهيم وأسلوب حياة السنوات السابقة، ويقود هذه التغييرات وسائل الإعلام والإتصال، لتشكيل عقل جديد مختلف معرفياً ووجدانياً وسلوكياً عن الأجيال السابقة، بل يكاد يكون إنسان اليوم في مواجهة الكاسحة «البلدوزر» الإعلامية[47]، وهذا ما أكده البابا «جون بول الثاني» عندما صرح بأن الكنائس ومجموعات الإيمان، التي ترفض التكيف مع عصر الإتصالات الإلكترونية لن تبقى على قيد الحياة[48]، فقد شكلت الأنترنت في البداية مثلا رفضا لدى العديد من الشيوخ ورجال الدين في العالم الإسلامي، لتقدم لها العديد من الأوصاف المحذرة والمنفرة كـ«الفتنة وحمار الدجال والعفريت»، التي أوصلها بعض الشيوخ إلى التحريم، واعتبارها من البدع المحدثة لتمرير المشاريع الغربية، لتجد العديد من الهويات والجماعات الإسلامية نفسها مجبرة على دخول معلوميتها قسرا، فانكب عليها رجال الدين من الدعاة والمشايخ لبث كل خطاباتهم ومواعظهم وفتاويهم، التي لقيت رواجا في السوق الدينية الإفتراضية، ما يعكس سيولة المعارف الدينية وتأسيس كم هائل من المواقع وتخصيصها للدين، بمختلف فروعه وبكل أشكاله، التي أعطت فضاءا مغرقا ومهولا بالتفسيرات الدينية، التي أوصدت سيولتها الأبواب أمام جل المؤسسات الدينية التقليدية والمراكز الإسلامية المنضبطة، تحت الايديولوجيا المجالية للمجتمعات، إن هذا الإنعتاق الذي شكلته ميديا اليوتيوب للمتدينين، شيوخا وعواما، حول المعرفة الدينية إلى سلعة، تعتمد على فكرة التسويق والترويج، من أجل تحطيم المنافسين، حيث أصبح

---

[45]- وائل طلعت خليل، اشكالات الإعلام ومعطيات الواقع، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، ط.1، 2015، ص:136.

[46]- نيكولاس آدامز، هابرماس واللاهوت، ترجمة حمود حمود، شهيرة شرف، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، لبنان، ط.1، 2016، ص: 08.

[47]- محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية: دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد:1+ 2، 2011، ص: 692.

[48]- يوسف ربابعة، التدين الرقمي: من التسبيح الإلكتروني إلى الصلاة المليونية، موقع عمان نت، تاريخ النشر: 2017/02/23، الاطلاع: 2017/12/12، الساعة: 20:00، أنظر الرابط: http://ar.ammannet.net/news/282490

المؤمنون يتخيرون المشايخ، ويبحثون عن الشيخ الذي يضمن لهم الجنة، بقليل من الرهبنة والتنسك، هي لعبة فهمها شيوخ الميديا، حيث أصبح التنافس بينهم على تقديم التنازلات الدينية، وأيضا النيل من الآخر المتعصب والمتشدد، والتبخيس به والنيل من طريقته في فهم الدين، ويمكن للشيخ الإفتراضي أن يستعمل المؤثرات ويخترع النصوص الدينية، من أجل التسويق للدين وللتدين، لكنه دين وتدين تحت الطلب، وهنا يحدث التناقض بين الدين كنص، والدين كما يسوقه له الشيخ الإفتراضي، وهذا ما عبر عنه «هابرماس» باللجوء إلى مؤثرات أخلاقية مصطنعة، مما يعني ولوج مجال يتناقض مع المظهر الخاص[49]، إنه التناقض بين الدين والتدين، بين الشيخ والله، بين الأخلاق والتعاليم الدينية.

إن هذه التنافسية بين الشيوخ الإفتراضيين سحقت حتى الميديولوجيا الفضائية، التي أعازت الى نفور الأفراد من ضعفها ووجدوا أنفسهم أمام هيمنة الدين الإفتراضي، فكانت الفضاءات الإتصالية البديلة التي تشكلها الميديا الجديدة، هي الوعاء والوسيط، الذي ينفذ من خلاله الكثير من المهمشين للتعبيرعن آرائهم، وبالتالي تكوين فضاء عام للنقاش والجدل المتحرر من الهيمنة الاجتماعية والسياسية للسطلة[50].

إن هذا السيلان الديني استطاع أن يصوغ التدين ويحوله من التلقين إلى التشارك والتفاعل، الذي يقوم على التلقي والنقد والمشاكلة في الوقت نفسه، مع العالم أو الفقيه أو حتى مجموعة من المشايخ، وفق المناقشات العقلانية على المواقع، ويكون خارج الأطر البيئية المحدودة، ووفق التفاعلات الإعلامية والتواصلية الكونية، إن هذه الكونية متصلة بالعقل الجديد، الذي فرضته التقنية، حيث أصبحت أداة نقل الأخبار والمعارف، أهم من المعارف نفسها، وهنا يقول «هابرماس»: العقل التقني ذاته إيديولوجيا وليس باستخدام التقنية بدء[51]، إنه عقل مولع بالتكنولوجيا ومستسلم لها، ومؤمن بكل مخرجاتها وهنا فقد الدين صلابته وانتقل الى تلك الطبيعة السائلة، للدين والتدين، التي استأثرت ببروز العديد من الدعاة النجوم في الاوساط الاجتماعية .حسب قول المبحوث" اتتبع العديد من المقاطع للشيوخ والعلماء كيما العريفي والعوضي والسويدان وحسان والحويني وغيرهم لأن فيديوهاتهم تعجبني وكل ما يطرحوه جيد[52].

فالملاحظ أن إقبال الدعاة والمشايخ على الأنترنت الممثلة في اليوتيوب خصوصا، طبع على تغير أنماط التدين في العديد من المجتمعات وهو ما آل إلى تشابك العديد من القضايا، وإيجادها للعديد

---

[49]- يورغن هابرماس، إيتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة، تر: عمر مهيبل، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط.1، 2010، ص: 11.
[50]- هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، المجلد:7، العدد: 20، سبتمبر 2015، ص222.
[51]- يورغن هابرماس، إيتيقا المناقشة، مرجع سبق ذكره، ص: 45.
[52]- مقابلة رقم: 10، يوم 2017/12/14، الساعة : 15:12.

من التفسيرات المتناقضة، التي رافقت التحرر الفقهي الإفتراضي وعدم معرفة الأفراد بالمذاهب الفقهية، حيث أن الشيخ الإفتراضي ينتمي إلى بيئة مغايرة تماما لمريديه، وهو يقدم إليهم معرفة دينية، استنادا إلى مذاهب فقهية تختلف عن المرجعية الواقعية، إنه أشبه بالضيف الذي يزورك، ثم تجده يعيد ترتيب بيتك وفق رغباته هو، ومهملا لك ولكل خصوصياتك، إنها الضيافة في عصر العولمة، حيث أن من أخلاقيات هذه الضيافة، هو حشوها بالثقافة[53]، مما يؤدي إلى الصدامات بين الضيف والمستضيف، وأحيانا بين المستضيف وواقعه، بسبب ذلك المزيج الثقافي والديني مع الكثير من التوابل المعولمة والكونية، حيث أن الهدف هو تبخيس كل ما هو محلي لصالح كل ما هو كوني ومعولم.

في حين أن كثرت التفسيرات التي يتلقفها الأفراد حول الفتاوى والمواعظ والدروس، لا تكون وفق منهج معين أو مذهب فقهي محدد، بل إن كل معارفهم تكون حسب الحاجة والتأثر العاطفي والميولات، التي تنعكس على سلوكاتهم نتيجة الخلافات الفقهية والمذهبية، وهي من الاشكاليات الحقيقية، التي أبرزتها سيولة المعرفة الدينية على اليوتيوب، التي لا تفصل في مضمراتها وتوجهاتها ومذهبيتها بل تترك المجال مفتوحا للمتلقي، الذي يعتمد على الفرد في التمييز وقدرته على الفهم، ودرجة تعلمه في المجال الديني بدلالة المبحوث:" ما نقدرش نميز بين القضايا ولا المذاهب لكن نحاول اختيار القضايا لي تعجبني التي أبحث عنها"[54]، من هنا ندرك أن مواقع اليوتيوب شكلت بحق السيولة الدينية للقضايا والتفسيرات المتناقضة، التي نلحظها في توظيف العديد من الأفراد لها داخل المجتمع، لأنها تقوم بدور أساسي في عملية تشكيل الراي العام وإثارته وتحفيزه، ونشر العديد من الايديولوجيات الحديثة والمتعددة، التي تمثل إضافة أو إثارة للوضع الاجتماعي القائم[55]، بإعادة بث الروح في العديد من الموضوعات الدينية، وهو ما يعكس الكم الهائل من المتابعين لمختلف المواقع، التي تبث الدروس والمواعظ والفتاوى، التي يتجاوز فيها عدد المتابعين للسياسيين والفنانين، بل يصل بعض الدعاة الى الملايين وخصوصا الدعاة الجدد كـ« العريفي والعوضي والعودة والسويدان» وغيرهم، الذين سطعت نجوميتهم مع انتشار الوسائط الجديدة، بل إن موقع اليوتيوب قدم العديد من الدعاة كنجوم وأعطى لهم شهرة واسعة، كان لها التأثير الفعلي في مختلف المجتمعات كـ«عدنان ابراهيم»، الذي يعتبر من السباقين إلى تأسيس قناته على اليوتيوب، حتى أصبحت مقاطعه من أكثر السيولات الدينية التي تؤثر على الأفراد لتميزها بالنقد الجريء، وتعرضه للعديد من القضايا الحساسة، خاصة عندما تعرض للصحابة

[53] زيجمونت باومن، الأخلاق في ومن الحداثة السائلة، مرجع سبق ذكره، ص: 295.
[54]- مقابلة رقم: 06، يوم: 2017/12/12، على الساعة: 17:10.
[55] - منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، مصر، د(ط)، 2007، ص: 29.

رضي الله عنهم، حيث ينتج مقاطع محددة لا تتعدى دقائق تشبه استهلاك الوجبات السريعة على الشاشة الفائقة[56].

إن هذه المعارف الدينية أضحت ذات سرعة وتركيز واستهداف، من أجل كسر قداسة كل ما هو واقعي ويقيني، إنه التأسيس للايقين، خاصة فيما يتعلق بالمعرفة الدينية، لدى الشباب والمثقفين، الهدف منها كسر هالة القداسة التي تحيط بالماضي ورموزه، كون تلك الدروس والمواعظ التي يتناول فيها الدعاة العديد من القضايا بنوع من الحدة في الطرح، ليدرك العديد من العلماء والمشايخ الرسميين هذه الحقيقة، التي أرغمتهم على تأسيس مواقع رسمية خاصة بهم، للإشادة والذم أو الهجوم والدفاع أو النقد والاعتراف، لكن ضمورهم في التكنولوجيا الفائقة جاءت متأخرة، وهو ما جعل أقوال وفتاوى بعض الدعاة أكثر قوة في الرأي العام وصياغة الفضاء العمومي، وفق السيولة التي تتميز بها خطاباتهم التفاعلية على اليوتيوب.

إنها تسمح اليوم ببناء أي معرفة دينية للفاعلين من مختلف الشرائح الاجتماعية، التي انتقلت فيها الخطابات الدينية من الفضاء العمومي، إلى الخصوصي، فأدت إلى تحرر الفقه والعقائد والتمذهب، وحينت العديد من الصدامات بين الأفراد والمتصفحين لهذه المواقع على اليوتيوب، لأن تلك القضايا الدينية تحتكم كل منها إلى منهج معين، عقدي، مذهبي وغيرها، ليربط ما يقدمه الشيخ أو المفتي بمذهبه أو عقيدته في الفتوى، أو أي حكم شرعي أو في أي تفسير ديني، في حين أن المتصفحين لا يدركون هذه الحقائق الفقهية والمذهبية الخلافية، التي تضمر نوعا من العداء لكل ما هو سردي، وذلك لما تتسم به موارد هذه التكنولوجيا، من تشظ وتشعب، وهو ما يمكن أن يؤدي من وجهة نظر الفكر ما بعد الحداثي إلى انفراط عقد السرديات الكبرى، بما فيها الصروح العقائدية[57]، ما يمكن أن يجعل التدين لدى الأفراد، أكثر تشنجا باعتناقهم لقضايا تختلف عن مذهبيتهم أو تعميق تلك النقاشات الطائفية، التي تعبر عنها الآلاف من التعليقات على اليوتيوب، بل تصل إلى الملايين على قضايا خلافية، تغذي التشظي الاجتماعي وتربي الحقد والتفكك داخل المجتمع، بدلالة المبحوث" أنا نرفض بلي كاين خلافات في كثير من القضايا بالرغم من عدم معرفة الناس إلا أنهم يروحوا يطلعوا عليها وبعضهم يتأثر بها وكاين القضايا تكون صعيبة عليهم كقضايا الجهاد أو السياسة والتكفير وغيرها من المعارف المنحرفة والطائفية التاريخية بين الفرق الإسلامية، لأن غايتها ميش التعريف وإنما الشحن والتعبئة من طرف بعض الشيوخا"[58].

---

[56]- جيل لوبوفسكي، جان سيرو، شاشة العالم: ثقافة وسائل الإعلام والسينما في عصر الحداثة الفائقة، تر: راوية صادق، المركز القومي للترجمة، مصر، بدون سنة، ص: 21.

[57]- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية مستقبل الخطاب الثقافي العربي، علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، د(ط)، 2001، ص: 417.

[58]- مقبلة رقم : 02، يوم: 11/ 12/ 2017، الساعة: 10:00.

لقد ساهمت مواقع اليوتيوب بسهولة في السيولة المعرفية الخطاب الديني، حيث أسس بشكل أو بآخر لانتشار بعض العقائد والقضايا الدينية المنحرفة، التي وجدت ضالتها في بعث قيمها ومعتقداتها، وتصدر العديد من المشايخ والدعاة لجعل اليوتيوب المسرح الذي يقدم معارفهم الشاذة كمقطع فتوى إرضاع الكبير الذي حقق أكثر من أربع ملايين مشاهدة، وكذلك فتوى جهاد النكاح وغيرها، ناهيك عن المقاطع التي تدشن انتشار المعارك المذهبية، التي يرجعها «جورج طرابيشي» إلى لحظة الانتقال من إسلام الرسالة إلى إسلامالفتوحات، ويعتبر أن كتب الحديث هي التي أسست لمفهوم الأمة، لكنها أمة وفق كل ما تستند إليه أي فرقة من الفرق من النصوص الحديثية[59]، التي تحتدم سيولتها بالعديد من الأوصاف المتبادلة بين مختلف المذاهب والطوائف الإسلامية، التي أصبحت تغذي التشدد والتعصب، كما أنتجت العديد من المقاطع «العقل الردودي» بين مختلف التيارات، المبني على الحقد العقدي والمذهبي بأكثر سيولة وأكثر تفاعلا، في الاستغراق في تحيين الطائفية المفرطة داخل المجتمعات وجبلها على الصدامات الدينية.

3-اليوتيوب وإعادة بناء التدين من الصلب إلى السائل:

يقول «جاني فاتيمبو»: الله في العالم المعاصر مات ولكن أمور الانسان ليست على مايرام[60]، إن حالة الانسان التي لم تعد بخير، منذ أن روج العقل الأوروبي المنتشي بانتصاره على الكنيسة، وحشر الدين والايمان في الزاوية، والقول بأن العقل وحده يمكن أن يحقق الخلاص للإنسان، جعلت هذه الانسان الغربي يشعر بالحنين الى الله، والى ضرورة وجود قوة اقوى منها وتتجاوزه بكثير، يمكنه أن يطلب منها المعونة عندما تسد كل الطرق في وجهه، وهنا اعلن هذا الانسان مرة أخرى أن الله لم يمت أو لن يموت، لأن الإيمان والميتافيزيقيا ضروريان ليكون العقل والعقلانية بخير، وهنا عاد الدين أو استفاق مرة أخرى، وأثبت أنه لم يختفي رغم تراجعه وانحصاره لفترة من الزمن، ام في المجتمعات الإسلامية، حيث يفكر العلمانيون والعقلانيون في الطريقة التي يعلنون بها موت الله، صدمهم الغرب بسحب إعلانه، والتأكيد على أهمية الله في حياة البشر، وهنا فتحت الجبهات على مصراعيها في العالم الاسلامي، بين المتدنيين ولا دينيين، وحتى بين المتدينين أنفسهم، وأصبحت كل الوسائل متاحة في صراع الدين والهوية، ونقل المسلمون دينهم وتدينهم من واقعهم الملعون والممزق، إلى حساباتهم الإفتراضية، وعوالمهم الوهمية على شبكة الأنترنت، من أجل حل خلافاتهم، لكن تفاقمت الأمور، انفلت الدين إلى الأبد، وخسر صلابته، واكتسب عدة أشكال، وذلك حسب القوالب التي صب فيها، خاصة بعد ظهور مشايخ النت، وتحول اليوتيوب الى محفل ديني

[59]- جورج طرابيشي، من إسلام القرآن إلى إسلام الحديث النشأة المستأنفة، دار الساقي، لبنان، 2010، ص:90.
[60]- جاني فاتيمبو، نهاية الحداثة، ترجمة نجم بوفاضل، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط.1، 2014، ص:34.

تطرح فيه كل القضايا للنقاش، لكن لا حلول في الأفق، بل مزيد من التشظي والانقسام والتوغل المستمر في اللايقين.

إذ تراجعت الثقافة المحلية بالمعنى الشامل، لتفسح المجال لثقافة الإستهلاك، استهلاك اللحظة والمكان، وسط سعي محموم للسلع ونهم للاقتناء[61]، ويتضح كثيرا مما يعنيه « باومن» بالسيولة: سيولة البشر من مكان إلى آخر وسيولة المال وإلغائه للحدود التقليدية، التي أقامتها الحداثة الصلبة وسيولة الهويات بتغيرها المستمر، وسيولة القيم الأخلاقية من خلال النزعة الإستهلاكية، وما عنته من تمظهرات في السلوك وفي المعتقدات[62]، إن ما يقرره الموقع اليوتيوب من السلطة المعرفية في إنتاج المضمون الديني، وفي إنتاج كم هائل من المعارف التي استطاعت الاستحواذ على هيكلة وصياغة التدين وفق رواج السوق، حيث أصبحت كحتمية قيمية، بدلالة «عزي عبد الرحمن» حاولت من تعميق السيولة الدينية إلى ترهل التدين من العمومي وطبع الأفراد بتشكيل معارف متنوعة ليست مضبوطة بمنهجية معينة.

وهنا ندرك ذلك التحول التديني من الصلب إلى السائل، الذي ارتبط بين ما تقدمه مؤسسات التنشئة الاجتماعية، المسجد والمدرسة والإعلام التقليدي، الذي ارتبطت بأيديولوجية مخصوصة، التي تتحكم فيها مؤسسات السلطة، التي تتوحد فيها طبيعة التدين ونمطيته المبنية على التلقين دون الخوض في المساءلة والمشاكلات، حيث يصدق على هذه الطبيعة التدينية الملتحمة بالسمت الاجتماعي، ما قاله « دوركايم» إذا تكلمنا فان المجتمع هو الذي يتكلم فينا ويتحدد ذلك على نمط ناظم لمعتقداته الدينية وسلوكاته، التي لا تخرج عن «أسطورة الإطار» بدلالة « كارل بوبر»، لأن ما يلقنه الفرد هو بمثابة الحقيقة التي يخصها بالنقد والتشكيك في مصداقيتها، وهنا نعتبر أن كل معرفة دينية هي معرفة صلبة لا تحتمل الا معنى واحد يحقق الطبيعة المشتركة التي تخضع لإيديولوجيا أو مذهبية معينة،حسب قول المبحوث" مشكلة التدين اختالفت بزاف عن السابق لأنوا في السابق كانت الناس تسأل في المساجد واليوم أنا نسأل قوغل googel واليوتيوب في ثانية نعرف كلش بعدة طرق من مشايخ مختلفة ونعرف كلش على أي حاجة[63].

وهنا يمكن الاعتراف أن ما جرته مواقع اليوتيوب يحيلنا إلى ما أكده «توم بيودون»"عالم كاثوليكي ديني" في كتابه «الإيمان التخيّلي» الصادر سنة 1998: بقوله إن الأنترنت دعوة للناس المتشكّكين لتلقي كافّة الإجابات عن أسئلتهم الدينية، التي يريدون بها استكشاف جوهر الدين[64]، الذي يجبر

[61]- زيجمونت باومن، الحياة السائلة، تر: حجاج أبو جبر، تق: هبة رؤوف عزت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط. 1، 2016، ص: 15.
[62] - زيجمونت باومن، الأخلاق ، مرجع سابق، ص: 11.
[63]- مقابلة رقم : 04، يوم : 2017/12/13، الساعة: 16:15.
[64] - يوسف ربابعة، مرجع سابق.

الأفراد على استهلاك تلك الخطابات التي لا تنضبط بمنهج معين، من كل نمط يقدم الدين بسيولته الاعتقادية والمذهبية المنبثقة عن هويته، التي تجبر المتلقي على الاستغراق في محاكاتها نتيجة القدرة التي تتميز بها طبيعة الخطابات الدينية على اليوتيوب،حقا إنها المعارف المغرقة في تفسير الواقع الديني وحتى السياسي والاجتماعي للشباب، الذي" تلمس بصدق مشاكله واحتياجاته حتى يجد فيها الأمن والطمأنينة والحماية[65]، وفق الأطروحات الآنية والأكثر راهنية، التي تستأثر في الغالب بالعواطف وتوليد الحماس الديني، وتعرضها للأشياء التي تستميل من خلالها الأفراد، بنفخ الروح في العديد من القضايا، التي تحوطها بالنصوص وتبثها بأكثر قناعة.

وهنا يكمن القول: إن موقع اليوتيوب يحتوي على مختلف الخطابات، الفتاوى والدروس والمواعظ للدعاة، الذين أصبحوا أكثر نجومية، وتأثر الأفراد بما يقدموه من القضايا، خصوصا تلك المتعلقة بالمستجدات والنوازل الفقهية،حيث أن فقه النوازل خاصة الحديثة والمتعلقة بدورها بالتكنولوجيا، زاد من حالة الارتباك والتوتر التي يعيشها الفضاء الثقافي المسلم، على حد تعبير «هابرماس»[66]، لأن التدين السائل والمفتي الإفتراضي، سهل على المؤمنين طرح الكثير من القضايا التي يتحرجون من عرضها على الفقيه وجها لوجه، وفي نفس الوقت يعجز الفقيه عن الاجابة، نظرا لحميمية بعض المسائل، أو لتعقدها وعدم قدرته على الرد، غير أن الوسائط التكنولوجية ووجود حاجز بين الفقيه والمؤمن، رفع حالة الحرج والقلق، وسهل طرح تلك القضايا، لكن في غالب الأحيان تكون الإجابات اليوتيوبية مناقضة أو مغايرة للمرجعية الرسمية، أو تلك المرجعيات الصلبة الواقعية داخل الفضاء الاجتماعي.

لقد زادت مواقع اليوتيوب من سيولة الحداثة والعولمة، لترصد وتؤسس لتعميق المنسوب الإيماني بالتدين السائل،لأنه مدجج بالقيم الدينية، التي تغير من التفكير والسلوك كما يشير إلى ذلك« برينو لاتور»، بل إنها المولد الحقيقي للتفكير والسلوك، فهي تصنع الفرد أكثر مما يصنعها[67]، وهو ما يفسر انتشار العديد من الأنماط الدينية في المجتمع الجزائري وطبعه على التنوع، وإعادة البعث للمعتقدات الهامشية وتبني المعتقدات العابرة للقوميات، وتحيينها وإعطائها فرصة في تجسيد نمط تدينها والدعوة إلى تبني خطاباتها، وفق تلك المناقشات العقلانية، ببثها العديد من المقاطع على مواقع اليوتيوب، التي "تؤدي إلى تفكيك الأديان، وكسر المراجع الدينية التقليدية، وتفاقم الفردانية، فهي تشجع بشكل أساسي على الإتصال الأفقي، بدل الإتصال العمودي، أو الهرمي، فأي شخص يمكنه الذهاب إلى الأنترنت والحصول على جمهور، حتى الجماعات الصغيرة والهامشية يمكنها بناء واجهة كبيرة وتحقيق الانتشار"[68]، بتحيين هويتها وترهين عقائدها ومذهبيتها،

---

[65]- منال أبو الحسن، مرجع سابق، ص: 90.
[66]- يورغن هابرماس، إيتيقا المناقشة، مرجع سبق ذكره، ص: 79.
[67]- عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد: 06، 2010، ص: 21.
[68]- فوزي شريطي، الدين والإعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد: 3، ديسمبر، 2013، ص: 91.

كما حدث مؤخرا مع مختلف الشرائح الاجتماعية في المجتمع الجزائري، بمناقشة معتقدات « الطائفة الأحمدية» « والطريقة الكركرية» وغيرها، التي غصت بها مقاطع الفيديو، التي تناقلتها مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، فإن الكثير من العقائد والديانات استطاعت الانبعاث والانتشار الآني عبر موقع اليوتيوب، وهنا يمكن اعتبار مقاطع الفيديو واتصالها بمواقع التواصل زادت من فرص تحجيمها وتحيين معتقداتها، لتصريح المبحوث" أنا نسأل على أي حاجة نشوفها في اليوتيوب ونعلق عليها في الكثير من الأحيان ونبارتاجيها على الفايسبوك وهذا ما كيما صرى في الجزائر مؤخرا مع الطريقة الكركرية لي انتاشرت العديد من الفيديوهات لي تفضح عقائدها وكنت نشرت بعض الفيديوهات لي عرفت فيها دين هذه الطائفة لي اتبعها بعض الجزائريين[69].

وهنا ندرك أن الحتمية التكنولوجية حسب « ماكلوهان»، أرست العديد من الأنماط الدينية على اليوتيوب، تكون بطبيعة سائلة لا تراعي خصوصية المجتمعات، ولا تعيير أية أهمية للفرد من حيث اعتباره عضو في جماعته، وهنا تبرز حقيقة وسائل الإعلام الجديدة، ومدى ارتباطها بفكرة العولمة، وإلغاء كل ما هو محلي، وتعويضه بنموذج واحد معولم، يخدم الكونية التي تخدم القوى العظمى، حيث أن انتعاش تكنولوجيا المعلومات والإتصال جزء من البنية التحتية للعولمة[70]،لأن النظام الإتصالي الراهن الذي يتكاثر في حدود شبكة غير نهائية من القدرات الفائقة، على تلبية الحاجات والاستجابات للمتطلبات.

هذا النظام التديني أصبح غارقا في فوضى ويصعب السيطرة عليه، وتلك الفوضى أضحت ذات ثقافة خاصة بها، وهذا ما يراه « توماس فريدمان» في محاولته لفهم العولمة، باعتبار المجتمع الإنساني اليوم قطيعا إلكترونيا[71]، تلزمه قوة التفاعلات الرمزية لليوتيوب بالمضمون الذي يحتم عليه في الكثير من الأحيان، الميلإلى الخصومة أو الاغتراب، الذي يرسمه تدينه أو تؤدي به إلى اعتناق تلك المعتقدات العابرة للقوميات، لأن الصدمة الإعلامية، هي صدمة ترويجية اكثر منها صدمة توعوية، وهذا ما شهدته «الطريقة الكركرية»، التي أدت تلك النقاشات حولها إلى الإنتشار، فتدين اليوتيوب يعتمد على تتبع المقاطع حسب الطلب، الذي يرسم ذلك التماهي الذي تعبر عنه أقوال المبحوثين، بأن اليوتيوب يحتوي أي معلومة حول الدين، مما يجعل خطابه الديني من المضمون السائغ لدى المتلقين لتلك البساطة في التلقين والجاذبية، التي تتميز بها محتوياته، بل إن مضامينه تكون إلى حد الإفراط في التبسيط، لأن المتتبع لهذه المضامين يمكنه إيجاد أي قضية وبشروح مختلفة وحتى لعقائد متعددة ومندثرة، ولكن تكمن معضلته في المضمون وأزمة الضبط المرجعي، لفهم تلك الهالة المضخمة من أشكال التدين المتبعة، حيث ندرك أنه ليست كل القضايا

---

[69]- مقابلة رقم: 07، يوم: 12/14/ 2017، الساعة: 11:34.

[70]- جان نيدرفين بيترس، العولمة والثقافة المزيج الكوني، ترجمة خالد كسروي، المركز القومي للترجمة، مصر، ط.1، 2015، ص: 25.

[71]- صباح ياسين، الإعلام حرية في انهيار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط.1، 2010، ص:107.

موصولة بالمعرفة الدينية الصحيحة، بل يوجد العديد من القضايا التي تدس على الإسلام وربطه بتفكيك إلزامياته وعقائده.

في حين أن موقع اليوتيوب أصبح أكثر تفاعلا، بانتقاله نحو التفاعلية، ليمكن أي متصفح لنشر مضمونه والتعليق عليه، والتوصل مع قنواته، وخصوصا المقاطع التي أصبحت تغزوا مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوكية، التي دشنت صيغتها الجديدة في إلقاء الضوء على العديد من المعارف، التي أصبحت الملهم الأول في بناء التدين السائل، في صيغته الأكثر تحررا، مما زاد من الطلب على العديد من الأنماط الدينية التي كشفتها مواقع اليوتيوب، نتيجة التحرر من الرقابة المؤسساتية وحتى الاجتماعية لتبعث معتقداتها، التي كانت مختفية أو مصفدة من قبل الدولة والمجتمع، ويكون التزام الأفراد بتبني هذه المعتقدات مبني ومتأسس على الميولات والتأثر العاطفي نحو أي قضية، ومن هنا ندرك أن قبول المعلومة يرتبط بالإطار المرجعي، الذي يستخدمه كل شخص في تصنيفها أو تقويمها، فإذا كانت تنسجم بصورة مباشرة مع هذا الإطار زادت فرص تصديقها[72]، ليحدد بعد ذلك اتجاهاته الخاصة، وهو ما نعني به التحريك للتدين من الطبيعة العمومية وربطه بالحيز الخاص، أي انتقل من الصلب الى الناعم أو السائل، الذي يسمح للشباب بتبني أي عقيدة دينية يكون مضمونها مقنعا، وهنا ندرك مرونة التدين السائل، لتخطي الضمير الجمعي وتخطيه للثقافي، ورسمه لحدود جديدة واستئثاره برسم ملامح جديدة في خصوصية الديني وتحميله على الطبيعة الفردية، التي تحوكها قنواته في تعميق التشتت الديني، لأن أي محتوى ديني مرئي وسمعي وحتى الكتابات، التي تنقله مواقعه للشباب، أصبحت بمثابة الحيازة في معرفة الديني وقدرتها على التصدير الإشهاري، الذي يجسد المعرفة عبر انتشار الحواسيب والهواتف المحمولة، التي زادت من قوة المضمون الديني على الانتشار في الفضاءات العامة، وارتباطها بنشر التدين الخصوصي السائل بين الأفراد.

خاتمة:

لقد شكل الإعلام الجديد التدشين الفعلي للتحولات الثقافية التي كان الدين من عناصرها الأولي التي ألمت به، لأن جميع المواقع تحتكم في مجتمعاتنا الى الفكر الديني في ثقافتها، فكان لموقع اليوتيوب الدور الكبير في بعث المعرفية الدينية بنمطها الجديد الذي رسم خريطة للتدين السائل وعتقه وحرره من المؤسسات التنشئوية، فأصبح اليوتيوب بمثابة المنبر الذي يلزم الأفراد في نشر معارفه دون الالمام بمعرفة مصدر المعرفة المتحررة من الضبط المرجعي واختلافها في استمداداتها العقدية والتمذهب والتأصيلات الفقهية، وهي من الإشكالات الحقيقية التي نسفت ونفخت القضايا

[72]- أحمد فهمي، هندسة الجمهور: كيف تغير وسائل الإعلام الافكار والتصرفات، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ط.1، 1436، ص: 164.

الخلافية بين الأفراد في الفضاء العام، بوقوع العديد من الصدامات التي انعكست على الممارسات والسلوكات الاجتماعية للأفراد، لأن هذا النمط الجديد يكون وفقالما يعتمد عليه المتصفح لتلك المواقع الدينية، التي يعتمد فيها الأفراد على الميولات والعاطفة والرغبة المبنية على عدة مسوغات لا تراعي الخصوصية الثقافية والاجتماعية.

قائمة المراجع:

- أحمد فهمي،(1436)، هندسة الجمهور: كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ط.1.
- جان نيدرفين بيترس، (2015)، العولمة والثقافة المزيج الكوني، ترجمة خالد كسروي، المركز القومي للترجمة، مصر،ط.1.
- جاني فاتيمبو، (2014)، نهاية الحداثة، ترجمة نجم بوفاضل، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان،ط.1.
- جورج طرابيشي، (2010)، من إسلام القرآن إلى إسلام الحديث النشأة المستأنفة، دار الساقي، لبنان.
- جيل لوبوفسكي جان سيرو، (د ت)، شاشة العالم ثقافة وسائل الإعلام والسينما في عصر الحداثة الفائقة، ترجمة راوية صادق، المركز القومي للترجمة، مصر.
- رشيد زرواتي، (د ت)، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2004.
- زيجمونت باومن،(2016)،الأخلاق في عصر الحداثة السائلة، ترجمة سعد البزاعي، هيئة أبو ظبي للسياسة والثقافة، بدون طبعة
- زيجمونت باومن،(2017)، الازمنة السائلة العيش في زمن اللايقين، ترجمة حجاج ابو حجر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، لبان، ط.1.
- زيجمونت باومن،(2016)، الحياة السائلة، تر: حجاج ابو جبر، تق: هبة رؤوف عزت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط.1.
- سعيد سبعون،(2012)، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماعية ، دار القصبة، الجزائر، ط.2.
- صباح ياسين، (2010)، الإعلام حرية في انهيار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط.1.
- عبد الحكيم أبو اللوز،(2009)، الحركات السلفية في المغرب، 1971 – 2004، بحث انثروبولوجي سوسيولوجي، مركز دراسات الوحدة العربية،ط.1.
- عبد الله الزين الحيدري،(2010)،الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والإتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد: 06. علي حرب،(2010)، الإنسان الأدنى: امراض الدين واعطال الحداثة ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط.1.
- فوزي شريطي،(ديسمبر، 2013)، الدين والإعلام الجديد– دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد: 03،جامعة الوادي، الجزائر.
- كلثوم بن بيبيمون، (2016)، السياقات الثقافية الموجهة للهوية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي: من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية، مجلة إضافات، مركز دراسات الوحدة العربية، العددان: 33-34.
- مانويل كاستلز، (2014)، سلطة الإتصال، تر: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، ط.1.

- محمد خليل الرفاعي،(2011)، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، المجلد: 27، العدد:1+ 2.
- محمد سويلمي،(17 نوفمبر2016)،الإفتاء الإلكتروني: الخطاب الديني وإعادة المأسسة، صناعة الفتوى، إشراف: بسام الجمل، تنسيق: أنس الطريقي، سلسلة ملفات بحثية، قسم الدراسات الدينية، مؤسسة مؤمنون بلاحدود، المغرب.
- محمد سيد ريان،(2015)، الإعلام الديني العربي بين الدعوة والتبشير وبث الفتن الطائفية، الإعلام الديني: بذور تسامح ام سموم كراهية؟، إشـ: أحمد فايز مجلة ذوات الإلكترونية، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والابحاث الرباط، المغرب، العدد: 13.
- محمد علي فرح، (2014)، صناعة الواقع الإعلام وضبط المجتمع افكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مطابع البانات الدولية، لبنان، ط.1.
- منال أبو الحسن،(2007)، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، مصر.
- موريس أنجرس،(2004)، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية: تدريبات علمية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون دار القصبة، الجزائر.
- نبيل علي، (2001)،الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية مستقبل الخطاب الثقافي العربي، علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
- نيكولاس آدامز، (2016)، هابرماس واللاهوت، تر: حمود حمود، شهيرة شرف، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، لبنان، ط.1.
- هاني عواد،(أكتوبر 2011)، دراسة التدين الشبابي: نمط منفلت من المؤسسة الإيديولوجية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة.
- هواري حمزة، (سبتمبر 2015)، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، المجلد:7، العدد: 20.
- وائل طلعت خليل،(2015)، اشكالات الإعلام ومعطيات الواقع، دار غيداء للنشر والتوزيع، الاردن، ط.1.
- يورغن هابرماس،(2010)، إيتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة، ترجمة عمر مهيبل، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط.1.

المواقع الالكترونية:

- يوسف ربايعة: 23/02/2017 : التدين الرقمي: من التسبيح الالكتروني الى الصلاة المليونية،موقع عمان نت، الاطلاع: 12/12/2017 ، الساعة: 20:00 ، انظر الرابط:ar.ammanat.net

قانون الإعلام في الجزائر من (1982 إلى 2012):بين الثابت والمتغير

The Media Law in Algeria (1982 to 2012):between stable and unstable

د.نور الهـــدى عبادة/ جامعة الجزائر3/ كلية علوم الإعلام والاتصال/ قسم الإعلام. الجزائر

د. طبيب شريفة/ جامعة باجي مختار عنابة/ كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية/ قسم علوم الإعلام والاتصال. الجزائر

الملخص

كثُر الجدل مؤخرا حول قانون الإعلام الأخير الذي يُمكن الإعلاميين المحترفين و الأكاديميين وكل من يجيد مهنة الصحافة من إنشاء قناة خاصة تُعبر عن قناعة مالكها من جهة ولا تتعارض مع قناعة السلطة من جهة أخرى. وبغض النظر عن اختلاف وجهات النظر بين من يعتبر القانون خطوة متأخرة جدا مقارنة مع ما وصلت إليه الممارسة الإعلامية في القطاع الخاص في باقي الدول العربية خاصة "مصر". ومن يُقر بأن ميلاده خطوة متأخرة لكنها خير من أن لا نصل أما الطرف الثالث فيعتبر القانون عبارة عن مجرد خدع سينمائية هدفها الأساسي هو تجنب الفوضى التي حدثت في بعض الدول العربية (ما يسميه البعض بالثورات العربية) و الحفاظ على الوضع القائم بأكبر قدر ممكن من الأكاذيب وليس هدفه تطوير الأداء الإعلامي بالجزائر مدعمين موقفهم بما تضمنه القانون الجديد من مواد تؤكد استمرار الوضع القديم (ما جاء في قانون1990) لكن بأسلوب آخر. وعليه نسعى من خلال هذا المقال إلى تسليط الضوء على قانون الإعلام في الجزائر من (1982) إلى غاية القانون الأخير (2012) و الهدف من ذلك هو: الكشف عن ما هو ثابت و ما هو متغير في قانون الإعلام الجزائري . مع تقيم كل قانون وعرض مختلف آراء النخب السياسية والإعلامية و الأكاديمية حوله.

Abstract

Many questions raised recently about the recent media law, which allowed the professional media, academics, and all professions of journalism to create a special

channel express the opinion of the owner and does’nt against at the same time the ruling authority. Many opinions varied about this new law

The first team considered it as step to late compared with the media practice in the private sector in the rest of the Arabic countries especially (Egypt).an other team assumed this law a late step but very important, the third considered the law just cinematic scams its primary objective is to avoid the chaos in which some arab countries have taken place (which they called it : the arabic revolution), and to maintain the current situation using the maximum lies of this law and honestly its real goal is not to develop the media practice in Algeria, Supporting theirs position that the contents of the new law confirms the continuation of old legal articles (what came in the law of 1990) but in another way.

We seek through this article to shed light on the Media Law in Algeria (1982) until the latter Law (2012) and the aim is: To Disclose what is fixed and what is the variable in the new Algerian media law. And evaluate each law and display the various views of the political ,media and academic elite around it.

مقدمة

ظلّت السلطة الحاكمة في الجزائر تحتكر مصدر المعلومة لأكثر من عقدين من الزمن خاصة ما تعلق بقطاع السمعي البصري متسترة تحت غطاء المصلحة الوطنية. وهو ما شكل جدلا كبيرا في أوساط الأكاديميين و الإعلاميين يدور جوهره حول التناقض الصارخ الذي تعيشه الجزائر فكيف يمكن لدولة تدعي أنها تتبنى النظام الديمقراطي و تفتح المجال للتعددية الحزبية أن تضيق بقوانينها على قطاع الإعلام وتكون هي المسيطر الأول و الأوحد عليه. تجدر الإشارة أن الممارسة الإعلامية لا تكون في فراغ فهي موجهة لجمهور ما، تهدف إلى تزويده بمعلومات صحيحة على حد تعبير **Doob** "الذي يُعرف الإعلام بأنه:" إيصال معلومات صحيحة إلى الناس"، و قصد ضمان السير الحسن للعملية الإعلامية لا بد من طرف ثالث وسيط يتوسط العلاقة بين القائم بالاتصال و مستقبل الرسالة، تتمثل وظيفته الأساسية في السهر على ضمان حق القائم بالاتصال في **الوصول** إلى المعلومة من مصدرها دون عقبات، وكذا حماية حق المستقبل (المواطن) في **الحصول** على معلومات صحيحة. إضافة إلى حقه في اختيار الوسيلة الإعلامية التي يراها قادرة على تلبية رغباته وإشباع حاجاته. وبناءا على ذلك قرر المشرع الجزائري إجراء تعديلات منذ سنة 2011 مست كل قطاعات الدولة بصفة عامة و قانون الإعلام بصفة خاصة وقطاع السمعي البصري بصفة أدق ليتم الإعلان في الأخير عن صدور قانون الإعلام الأخير في صورته النهائية سنة 2012. الأمر الذي أثار الكثير من الجدل على المستوى الإعلامي، الأكاديمي والسياسي خاصة الأحزاب السياسية فاعتبر من قبل البعض استمرار لقانون (1990) في حين اعتبر من قبل آخرين انجاز مهم طال انتظاره. **وعليه نطرح التساؤل المركزي التالي:**

ما هو الثابت وما هو المتغير في قانون الإعلام الجزائري؟

ويندرج تحت هذا السؤال المركزي أسئلة فرعية وهي:

- ما مضمون قانون الإعلام لسنة 1982؟
- ما مضمون قانون الإعلام لسنة 1990 ؟
- ما مضمون قانون الإعلام الأخير (2012) ؟
- ما هي أوجه التشابه و الاختلاف بين القوانين الثلاثة؟
- ما هي مختلف وجهات النظر السياسية، الإعلامية و الأكاديمية بخصوص قانون الإعلام الأخير؟

نهدف من خلال هذا المقال إلى:

- الكشف عن ما هو ثابت و ما هو متغير في قانون الإعلام الجزائري من خلال:
- تحليل محتوى كل قانون.
- الكشف عن مدى تطابق مواد القانون مع الممارسة الإعلامية في الواقع.
- الكشف عن انعكاسات التشريعات الإعلامية على الممارسة الصحفية في الجزائر من خلال أمثلة وشواهد من الواقع.
- عرض مختلف آراء النخب السياسية، الإعلامية و الأكاديمية حوله.

المحور الأول: قانون فيفري 1982

يعتبر هذا القانون أول قانون إعلام في الجزائر حيث صدرت قبله بعض النصوص التشريعية ابتداء من 1962 تتعلق بوضعية المؤسسات الصحفية (أمر نوفمبر1967)، وضعية المهنة (سبتمبر1968) ووضعية النشر (أمر نوفمبر 1973)، غير أن هذه النصوص وصفت بـ"غير الكاملة و المتناقضة ويغمرها بعض الغموض و الالتباس كما أنها لا تنطلق من نظرة موحدة وشاملة للنشاط الإعلامي و الاتصالي في الجزائر "[73].

من هذا المنطلق ظهرت الحاجة الماسة إلى قانون شامل يخص القطاع ، وهو ما تكلل بالإعلان عن ميلاد قانون (1982) الذي وصف بأنه سد فراغا كبيرا في مجال التشريع الإعلامي الجزائري. حيث تناول القانون ولأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي، وجاء في المادة الأولى منه "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني،

(*) - للاطلاع على مضمون القانون أنظر (الجريدة الرسمية: 1982 ،242-255).

-إسماعيل معراف غالية، **الإعلام حقائق و ابعاد..**، ديوان المطبوعات الجامعية،(دون مكان نشر)،2007،ص65 . 73

وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة، وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية، ويعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات و تنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية.[74]

- **جـــــاء في قانون 1982 ما يلي :**

- حق المواطن في الإعلام: المادة الثانية " الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على تحقيق إعلام كامل و موضوعي ".
- اللغة العربية هي لغة الإعلام الوطني :المادة الرابعة "مع العمل دوما على استعمال اللغة العربية و تعميمها ،يتم الإعلام من خلال نشريات إخبارية عامة، و نشريات متخصصة ووسائل سمعية بصرية".[75]

تضمن هذا القانون أيضا جملة من المبادئ العامة إضافة إلى خمسة أبواب.(*)أما **المبادئ العامة** فقد جاءت مؤكدة لمبدأ احتكار الدولة لقطاع الإعلام سواء تعلق الأمر بالإصدار أو الملكية، التوجيه والتوزيع كما تم من خلالها :

- إقرار مبدأ الحق في الإعلام، حيث نصت المادة الأولى من القانون على أن "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة.
- أما المادة الثانية فتقر بأن" الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين" وتضيف" تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي."

إضافة إلى هذا تضمن القانون خمسة أبواب، يمكن طرح أهم ما جاء فيها من خلال العناصر التالية[76] :

أولا: من حيث الواجبات و المسؤولية

1- ملكية وإصدار الصحف:

- طبقا لما ورد في المبادئ العامة، جاءت **أولى مواد القانون** مؤكدة احتكار الدولة والحزب الحاكم لملكية وإصدار الصحف، حيث نصت المادة (12) منه على أن "إصدار الصحف الإخبارية العامة اختصاص الحزب والدولة لا غير "مع إمكانية إصدار صحف متخصصة من طرف المؤسسات الإدارية والجامعات ومعاهد التكوين ومراكز البحث والاتحادات المهنية والمؤسسات الاشتراكية والجمعيات القانونية ذات النفع العام ، وذلك فيما يتعلق بنشاطها ولكن ذلك يتم بموجب تصريح مسبق، وهذا ما تنص عليه

2 - **قانون الإعلام** 1982 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982 ،ص. 3
75- المرجع نفسه.
[76]- قانون الإعلام 1982، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982 ،ص. 3

المادتان (14و15)، كما يمكن كذلك حسب نفس مواد الترخيص للمؤسسات الأجنبية بإصدار صحف في الجزائر.

بذلك يسقط أحد أهم العناصر الأساسية لحرية الصحافة وهو حرية إصدار الصحف، وكتبعية لسقوط هذا العنصر يسقط عنصر آخر هو حرية التوزيع الذي ينتج عنه بالضرورة تقييد حرية تداول الصحف حيث:

- نصت المادة (24) على احتكار الدولة لكل نشاط خاص بتوزيع الإعلام المكتوب والمصور كما نصت المادتين (60) و(61) على التوالي على" احتكار توزيع النشريات الدورية الوطنية والأجنبية في كامل التراب الوطني واحتكار استيراد النشريات الدورية الأجنبية وتصدير النشريات الدورية الوطنية."

من خلال المواد السابقة يتأكد الاحتكار التام من طرف الدولة لقطاع الإعلام المكتوب فيما يخص الإصدار والملكية والتوزيع وبذلك تفقد حرية الصحافة في هذه الفترة بعض عناصرها وهي حرية الإصدار وحرية التوزيع والتداول.

2- من ناحية تنظيم النشاط الصحفي:

نقصد بذلك تحديد ما يجب على الصحفي فعله إضافة إلى حقوقه و مسؤولياته أيضا.

- حددت المادة (33) من القانون تعريفا للصحفي المحترف وأوردت شروطه حيث "يعتبر صحافيا محترفا كل مستخدم في صحيفة يومية أو دورية تابعة للحزب أو الدولة أو في هيئة وطنية للأنباء المكتوبة أو الناطقة أو المصورة ويكون متفرغا دوما للبحث عن الأنباء وجمعها وانتقالها وتنسيقها واستغلالها وعرضها ويتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والمنتظمة التي يتلقى مقابلها أجرا."

أما المادتان (42) و (43) فتوجبان على الصحفي ما يلي: [77]

- ممارسة مهنته ضمن منظور عمل نظامي في خدمة الاختيارات التي تتضمنها النصوص الأساسية للبلاد.
- الاحتراس من إدخال أخبار خاطئة ونشرها.
- الاحتراس من استخدام الامتيازات المرتبطة بمهنته لأغراض شخصية.
- عدم الاستفادة الشخصية المادية من التعاون الصحفي مع المؤسسات.
- احترام مبادئ الأخلاق المهنية والمسؤولية الاجتماعية (سر المهنة).
- السعي من خلال العمل الصحفي إلى السمو بالمثل العليا لتحرير الإنسان والسلام والتعاون ضمن روح العدالة والمساواة بين الشعوب.

[77]- الجريدة الرسمية: 1982(242-255)،مرجع سابق.

أما من ناحية المسؤولية فالمادة (71) تحمل مسؤولية كل ما يكتب لكل من مدير المؤسسة الإعلامية (مكتوبة / سمعية بصرية) وصاحب النص.

- المادة (71) تجبر كل صحفي على توقيع مخطوط ما يكتبه وينشر "ذلك ما يجعل الصحافيين يراقبون مضمون ما يكتب قبل تسليمه لرؤسائهم لأجل التصحيح.

بذلك يسقط ركن آخر من أركان حرية الصحافة وهو حرية معالجة المعلومات و حرية التعبير وإبداء الرأي.[78]

ثانيا: من ناحية الحقوق

- المادة (40) من القانون تمنح الحق للصحفي في التكوين المهني المستمر.
- المادة (45) تقر للصحفي المحترف الحق والحرية الكاملة في الوصول إلى مصادر الخبر.
- المادة (47) تنص على وضع جملة من الاحتياطات حيث يرفض من خلالها المشرع تقديم المعلومات للصحفي في حالة ما إذا كانت هذه المعلومات تمس بالأمن الداخلي والخارجي للدولة تفشي سرا عسكريا أو اقتصاديا استراتيجيا، أو تمس كرامة المواطن أو حقوقه الدستورية.

إضافة إلى ذلك أقر القانون للصحافي حقوقا أخرى:

- فطبقا للمادة (48) فإن سر المهنة حق وواجب معترف به للصحفي، لكن هذا المبدأ لا يعمل به طبقا للمادة (49) في مجال السر العسكري والاقتصادي الاستراتيجي أو عندما يمس الإعلام أمن الدولة أو أطفالا أو مراهقين، وكذلك عندما يتعلق الأمر بأسرار التحقيق القضائي

ورغم بريق الحقوق الممنوحة للصحفي في قانون 1982 فإن المواد المانحة لهذا الحق بقيت حسب (إسماعيل معراف غالية) حبرا على ورق، بحيث بقيت مسألة الوصول إلى مصادر الخبر و الحصول على المعلومات الكافية من قبل الصحفي بعيدة التحقيق" .و ظل المسئولون يتحججون بكون المصالح العليا للدولة تستوجب إحاطة بعض الملفات بالسرية وعدم إعطاء ترخيص للحصول على حقائق متعلقة بها[79].

ثـــالثا: الإجراءات العقابية في قانون 1982.

خصص قانون الإعلام 1982 للإجراءات العقابية بابا كاملا أي ما يعادل حوالي(40) مادة خصصت (15) منها للمخالفات العامة من المادة(85) إلى المادة (100) بينما خصصت الـ (25) مادة المتبقية للمخالفات الواقعة بواسطة الصحافة.

وإذا أردنا حصر هذه المخالفات حسب ما جاء في القانون نجد أن هناك حوالي 20 جريمة (مخالفة) يمكن أن تقود الصحفي إلى المحاكمة والعقاب وهي:

---

[78]-نفس المرجع.

[79]- اسماعيل معراف غالية، مرجع سابق،ص.66.

- **جرائم التشهير**: وتتمثل في[80]:

–نشر أي نص أو صورة لهوية وشخصية القصر الذين يتركون والديهم أو وليهم...وكذلك كشف هوية القصر المنتحرين المادة (109).

–إهانة رئيس الجمهورية المادة (118).

–القذف الموجه إلى أعضاء القيادة السياسية والحكومة أو إلى المؤسسات السياسية الوطنية للحزب والدولة أو إلى ممثليها المادة(119)

–إهانة رؤساء الدول وأعضاء الحكومات الأجنبية المادة (122).

–إهانة أعضاء ورؤساء البعثات الدبلوماسية المادة (123).

–القذف والشتم في حق المواطنين المادة (124).

- **جرائم الإفشاء** :وتتمثل في جريمة واحدة وردت في المادة (105) وهي إفشاء سر من الأسرار العسكرية.

- **جرائم الخبر الكاذب** :وتتمثل كذلك في جريمة واحدة، نصت عليها المادة (101) وهي نشر أخبار خاطئة أو مغرضة من شأنها المساس بأمن الدولة وقوانينها واختياراتها. [81]

- **جرائم ماسة بسير العدالة**: وتشمل:

- كل نشر يمس بأسرار التحقيق الأولي للجنايات والجنح المادة (107).
- نشر فحوى مناقشات دارت في جلسة مغلقة بقرار من الجهة القضائية المادة (110).
- المحاكمات العسكرية المحظورة النشر المادة (112).
- استعمال أي جهاز تسجيل أو إذاعة صوتية أو آلة تصوير للتلفزة أو السينما أو آلة تصوير عادية عقب افتتاح الجلسة القضائية المادة (113).
- نشر فحوى مداولات المحاكم ومجالس القضاء المادة (114).
- نشر فحوى مناقشات محاكمات تتعلق بدعوى إثبات الأبوة أو دعوى الطلاق أو الإجهاض المادة (111).[82]
- **جرائم مخلة بالآداب العامة** :وتتمثل في هذا القانون في نشر كل ما يخالف الآداب العامة وحسن الأخلاق الواردة في المادة (106).

- **جرائم التحريض** :وتتمثل في[83]:

– نشر كل ما من شأنه التذكير بكل أو بجزء من ظروف الجنح أو الجنايات المنصوص عليها في المواد من 236 إلى 285 ومن 333 إلى 342 من قانون العقوبات(المادة (108).

---

[80]-الجريدة الرسمية، 1982، مرجع سابق.

[81]-أحلام باي، **معوقات حرية الصحافة في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص وسائل الاعلام و المجتمع، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، قسم علوم الاعلام و الاتصال، السنة الجامعية2007/2006،ص.76.

[82]- قانون اعلام 1982 ،مرجع سابق

[83]- المرجع نفسه.

– التحريض على ارتكاب جنايات أو جنح تمس أمن الدولة المادة (116).

– نشر كل ما من شأنه إلحاق الضرر بالجيش الوطني الشعبي خاصة التحريض على العصيان المادة (117).

– الدفاع عن الوقائع الموصوفة من جناية أو اغتيال أو نهب أو حريق أو سرقة أو تدمير بمتفجر أو وضع متفجرات في الأماكن العمومية أو جريمة حرب المادة (115).

بعد حصر الجرائم المقررة من طرف القانون، يظهر بشكل واضح الهيمنة الواسعة للإجراءات العقابية، ويرى" إبراهيم براهيمي "أن" تخصيص محرري القانون 48 مادة للإجراءات العقابية جعل الصحافيين يقولون" أن الأمر يتعلق بقانون عقوبات أكثر مما هو قانون إعلام" أي انه وثيقة عقابية تعاقب أكثر مما تحمي المهنة .

يعتبر قانون (1982)أول قانون للإعلام في الجزائر، لكن هذا القانون لم يصمد طويلا حيث أدت أحداث أكتوبر 1988 إلى عدة تغييرات استلزمت صدور قانون جديد للإعلام قادر على مواكبة الأوضاع الجديدة .وبالفعل تم الإعلان عن صدور قانون قانون(1990)، والذي بقي ساري المفعول إلى غاية (2012) أين صدر قانون الإعلام الأخير .

ما يلاحظ على قانون 1982:

- قانون الإعلام الصادر بتاريخ 6 فيفري 1982 هو أول قانون في الجزائر و الذي وصف بأنه سد فراغا كبيرا في مجال التشريع الإعلامي الجزائري. حيث تناول القانون ولأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي.
- قانون 1982 يعتبر منظما لقطاع المطبوعات و الصحافة المكتوبة أكثر، مقارنة بقطاع السمعي البصري الذي جاء التطرق إليه ضمن إطار عام، يوضح الحرج الذي كان يعاني منه المشرع الجزائري آنذاك في التعاطي مع المؤسسات السمعية البصرية.
- قانون 1982 يعتبر منظما لقطاع المطبوعات و الصحافة المكتوبة أكثر، مقارنة بقطاع السمعي البصري.
- جاء في المبادئ العامة لقانون 1982 التأكيد على مبدأ احتكار الدولة لقطاع الإعلام سواء تعلق الأمر بالإصدار أو الملكية، التوجيه والتوزيع ويظهر ذلك من خلال :
  - احتكار الدولة والحزب الحاكم لملكية وإصدار الصحف
  - إمكانية إصدار صحف متخصصة من طرف المؤسسات الإدارية والجامعات ومعاهد التكوين ومراكز البحث والاتحادات المهنية والمؤسسات الاشتراكية والجمعيات القانونية ذات النفع العام وذلك فيما يتعلق بنشاطها ولكن ذلك يتم بموجب تصريح مسبق.
- بذلك يسقط ركن آخر من أركان حرية الصحافة وهو حرية معالجة المعلومات و حرية التعبير وإبداء الرأي حسب المادة(71).

- غاب في قانون الإعلام 1982 أي (حديث عن الهيئات الإعلامية والصحفية مجلس الإعلام نقابة الصحافيين ...).

- ورغم بريق الحقوق الممنوحة للصحفي في قانون 1982 فإن المواد المانحة لهذا الحق بقيت حسب (**إسماعيل معراف غالية**) حبرا على ورق ،بحيث بقيت مسالة الوصول إلى مصادر الخبر و الحصول على المعلومات الكافية من قبل الصحفي بعيدة التحقيق" .حيث ظل المسئولون يتحججون بكون المصالح العليا للدولة تستوجب إحاطة بعض الملفات بالسرية وعدم إعطاء ترخيص للحصول على حقائق متعلقة بها.

- ويرى" **إبراهيم براهيمي** "أن تخصيص محرري القانون 48 مادة للإجراءات العقابية، جعل الصحافيين يقولون" أن الأمر يتعلق بقانون عقوبات أكثر مما هو قانون إعلام" أي انه وثيقة عقابية تعاقب أكثر مما تحمي المهنة.

المحور الثاني: قـــــانون (1990)

عرفت الجزائر نهاية الثمانينات إصلاحات سياسية تماشيا ودستور فيفري 1989 الذي نقل الدولة الجزائرية من النظام الاشتراكي، إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي طبقا للمادة (40)وفي مجال الإعلام واستجابة لروح دستور 1989 صدر قانون الإعلام 1990،لتكون بذلك سنة 1990 موعد صدور ثاني قانون للإعلام(*[84])في الجزائر والذي ضم (106) مادة انتظمت **في تسعة أبواب**، سنتعرف فيما يأتي على أهم ما جاء فيها:

- يأتي الحديث عن الوسائل السمعية البصرية من خلال المادة الرابعة (4) من القانون التي تحدد طبيعة الوسائل التي يمارس من خلالها الحق في الإعلام، حيث جاء فيها" يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يلي:
  - عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام .
  - العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي .
  - العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري
  - ويمارس أيضا من خلال سند كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزي[85]
  - كما أشار هذا القانون في مادته (12)إلى التغيرات الجديدة التي ستطرأ على أجهزة القطاع

السمعي البصري وكذلك قطاع الصحافة المكتوبة التابع للقطاع العام، والتي يجب أن تتكيف وطبيعة المرحلة التعددية السياسية والإعلامية التي جاء بها هذا القانون، حيث جاء في المادة (12) ما يلي:

(*) قانون الاعلام في الجزائر،1990 ،انظر (الجريدة الرسمية:459،1990-462).

[85]- المرجع نفسه.

- تنظم أجهزة الإذاعة الصوتية والتلفزة ووكالة التصوير الإعلامي ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري.
- كما أكد على حرية إصدار المطبوعات لجهات أخرى غير الدولة، لكنه أبقى على القيود التي تنص على أن" يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام، الأمر الذي يفسر عدم مواصلة مشروع إنشاء قناة ثانية رغم الاتصالات التي تمت مع القناة الفرنسية" كنال بلوس canal+ وقنوات أخرى[86].

أما الباب الأول :فقد تضمن جملة من الأحكام العامة تم من خلالها التعريف بالحق في الإعلام وكيفية ممارسته والهدف منه، ونشير إلى أن" الحق في الإعلام لم يحدد في إطار الحزب الواحد، ففي حين أن المواد الثلاثة من قانون 1982 تحدد أن هذا الحق يمارس بحرية ضمن إطار الخيارات الإيديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية للأمة والتوجهات السياسية، تحت توجيه حزب جبهة التحرير الوطني.

- تعلن **المادة الأولى** من قانون (1990) أن هدف القانون هو تحديد القواعد والمبادئ الأساسية لممارسة الحق في الإعلام.
- **والمادة الثانية** من قانون (1990) تعاكس المادة الثانية (2) من **القانون القديم** التي تشير أن الدولة هي التي تضمن إعلاما كاملا وموضوعيا، وتعلن عن حق المواطن في الإعلام بكيفية كاملة وموضوعية وحقه بالمشاركة في الإعلام بممارسة الحقوق الأساسية في التفكير والرأي والتعبير.
- **أما المادة الرابعة** فتذهب بتفصيل أكثر إلى أن هذا الحق يضمن من خلال عناوين القطاع العام إضافة إلى عناوين وأجهزة الجمعيات السياسية وتلك المنشأة من طرف الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الخاضعين للقانون الجزائري.[87]

هذا فيما يخص الأحكام العامة، أما عن المواد الأخرى المتبقية فيمكن قراءة أهم ما ورد فيها كالتالي:

ملكية وإصدار الصحف:

من بين أهم ما جاء في هذا القانون:

- **المادة (14)** التي تقر أن" إصدار نشرية دورية حر على أن يقدم الطرف المعني حزبا كان أو جمعية، شخصا طبيعيا أو معنويا تصريحا مسبقا في ظرف لا يقل

[86]- المرجع نفسه.
[87]- أحلام باي، مرجع سابق، ص.79.

عن 30 يوما من صدور العدد الأول "[88]وبذلك تضع حدا لاحتكار الدولة للصحافة فيما يخص الملكية والإصدار، وحتى التوزيع.

- **كما ورد في المادة (53)** من القانون.إضافة إلى ذلك لم يرد في القانون ما يجبر الصحفي على العمل بصفة خاصة في أجهزة إعلامية تابعة للحزب والدولة.

وبذلك يسقط الحظر عن أولى أركان حرية الصحافة في هذا القانون وهي حرية إصدار الصحف الذي هو حق لجميع المواطنين، لكن هذه الحرية تبقى نسبية لارتباطها أولا بالتصريح المسبق وثانيا بالإمكانيات المادية، فمن الناحية النظرية للجميع الحق في إصدار الصحف لكن من الناحية العملية وحدهم الذين يملكون إمكانيات مادية من يستطيعون ذلك[89].

تنظيم النشـــاط الصحفي:

لقد أعادت المادة (28) من القانون تعريف الصحافي الذي برز في المادة (33) من القانون السابق لكن مع فارق يتمثل في عدم إجبار الصحافي على العمل في الأجهزة الإعلامية التابعة للحزب والدولة.

وفيما يخص حق الحصول على المعلومات وسر المهنة، فقد أعادت المواد (35) و (36) من قانون (1990) والخاصة بالحق في الحصول على المعلومات ما جاء في المواد(45)، (46) و (47) من القانون القديم، حيث" كفل القانون حق الصحفيين في الاطلاع على الوثائق الإدارية، ولكنه أباح للسلطة حجب الوثائق التي يتم تصنيفها على (أنها سرية) ،كما أوصت المادة (40) الصحفي بضرورة التحلي بالعديد من القيم و المبادئ من بينها: احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية و الحرص على تقديم إعلام كامل و موضوعي.[90]

كما أعادت المادة (37) من قانون 1990 ما ورد في المواد (48) و (49)من القانون السابق ورغم إقرار هذه المادة حق الصحفي في السر المهني إلا أن هذا القانون "قد أباح للسلطة القضائية أن تجبر الصحفيين على الكشف عن أسرار مصادرهم في القضايا التي تتصل بالمجالات التي حددها، وهي مجالات واسعة جدا، وهو ما يجعل الحماية القانونية محدودة ولا قيمة لها على حد تعبير "**سليمان صالح**"[91]

والجديد في هذا القانون هو ما أشارت إليه المادة (34) حيث أن" الصحافيين الجزائريين بإمكانهم من اليوم فصاعدا استدعاء" مادة الضمير "في حالة تغيير توجه أو محتوى أي جهاز

[88]- اسماعيل معراف غالية، مرجع سابق،ص.67.
[89]- احلام باي، مرجع سابق، ص.79.
[90]-اسماعيل معراف غالية، مرجع سابق،ص.69.
[91]- أحلام باي، مرجع سابق،ص.80.

إعلامي أو توقف نشاطه أو التنازل عنه...بالموازاة يجب أن نسجل أنه [92] لأول مرة تتم محاولة تحديد قواعد مواتية لاحترام أخلاق وشرف المهنة.

فالمادة (40) توجب على الصحافي احترام الحقوق الدستورية وحريات الأفراد و تصحيح الأخبار الخاطئة، التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق، الامتناع عن التنويه بالعرقية والعنف ، وعن الانتحال والافتراء والقذف والوشاية ، وكذلك الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة لأغراض شخصية أو مادية...

وفي الأخير نشير إلى أن القانون قد كفل للصحافي الجزائري حق اختيار الصحيفة التي يعمل بها وكذلك حقه في الحصول على المعلومات وهي من بين العناصر الأساسية لحرية الصحافة، لكن هذه الأهمية النظرية التي اكتسبتها هذه الحقوق تبقى مرهونة بمدى تحقيقها على مستوى الممارسة.

الجرائم الواقعة بواسطة الصحافة: خصص قانون (1990) 22 مادة للأحكام الجزائية ،أعيد من خلالها إقرار نفس المخالفات الواردة في القانون السابق مع إضافة مخالفة جديدة **هي إهانة الدين الإسلامي وباقي الأديان السماوية** وإسقاط أخرى مثل :إهانة رئيس الجمهورية ،والقذف الموجه إلى أعضاء القيادة السياسية والحكومة أو إلى المؤسسات السياسية للحزب أو الدولة أو ممثليها ونشر فحوى المحاكمات العسكرية المحظورة والتحريض على العصيان[93]...

وقد بدت بعض العقوبات ثقيلة ، يذكرها" إبراهيم براهيمي "كالتالي[94]:

-من ستة أشهر إلى 3 سنوات سجنا للإساءة للأديان السماوية المادة (77).

-من سنة إلى 5 سنوات سجنا لكل مدير يتلقى إعانات أجنبية المادة (81).

-من شهر إلى عامين سجنا لبيع الصحف الأجنبية الممنوعة المادة(82).

-من شهر إلى عام سجنا للبيع بالتجول دون تصريح المادة(83).

-من 5 إلى 10 سنوات لكل نشر لمعلومات تمس سيادة الدولة أو الوحدة الوطنية المادة(86).

ما يمكن قوله هو انه وفي الوقت الذي تتجه فيه التشريعات الأجنبية إلى إلغاء عقوبة السجن والاكتفاء بالغرامة والاتجاه أكثر إلى إخضاع الصحافي إلى القوانين العادية ، يتجه القانون الجزائري للإعلام إلى توسيع مجال التجريم والعقوبة حتى أنها تشمل أحيانا السجن والغرامة في حق الصحفي ويمكن أن تمتد إلى مدير الصحيفة وحتى الصحيفة نفسها) حجز الممتلكات و غلق الصحيفة.

تنظيم الهيئات الإعلامية:

[92]- نفس المرجع،ص.80.
[93]- اسماعيل معراف غالية ،مرجع سابق،ص.71.
[94]-أحلام باي، مرجع سابق،ص.81.

في حين غاب في قانون الإعلام 1982 أي (حديث عن الهيئات الإعلامية والصحفية مجلس الإعلام، نقابة الصحافيين ...)جاء الباب السادس من قانون1990 ليعلن في المادة (59) منه عن إنشاء **مجلس أعلى للإعلام كسلطة** إدارية مستقلة مهمتها السهر على تطبيق هذا القانون.

حيث كان من أهم مكاسب قانون الإعلام لعام 1990 إنشاء هيئة المجلس الأعلى للإعلام التي عوضت عمليا وزارة الإعلام، وتحدد المادة (59) طبيعة هذه الهيئة بما يلي" :يحدث مجلس أعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تتمثل مهمتها في السهر على احترام هذا القانون "(قانون الإعلام)[95].

- ومن بين مهام هيئة المجلس الأعلى للإعلام تنظيم نشاط القطاع السمعي البصري[96]:

- ضمان استقلالية أجهزة القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزي وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.
- يسهر على تشجيع وتدعيم النشر والبث باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة .
- يسهر على نشر الإعلام المكتوب والمنطوق والمتلفز، عبر مختلف جهات البلاد وعلى توزيعه.
- يسلم المجلس الأعلى للإعلام الرخص، ويعد دفاتر الشروط المتعلقة باستعمال الترددات
- الإذاعية الكهربائية والتلفزية، كما تنص عليها المادة(56).
- تعد **المادة 56 من قانون الإعلام** لعام 1990 بنظر المراقبين،" **مادة ثورية** "في مجال التشريع للقطاع السمعي البصري بالجزائر، حيث تحدثت عن إمكانية استغلال الخواص للأملاك العمومية التابعة للدولة في مجال الإذاعة والتلفزيون، وفق رخص ودفتر عام للشروط

مـــا يلاحظ على قانون 1990

- القانون لا يركز فقط على الصحافة المكتوبة حيث تم جاء الحديث عن الوسائل السمعية البصرية من خلال المادة الرابعة(4) .
- وفيما يخص حق الحصول على المعلومات وسر المهنة، فقد أعادت المواد (35) و (36) من قانون (1990) والخاصة بالحق في الحصول على المعلومات ما جاء في المواد(45)، (46) و (47) من القانون القديم، حيث" كفل القانون حق الصحفيين في الاطلاع على الوثائق الإدارية ولكنه أباح للسلطة حجب الوثائق التي يتم تصنيفها على (أنها سرية) .
- كما أكد على حرية إصدار المطبوعات لجهات أخرى غير الدولة، لكنه أبقى على قيوده التي تنص على أن" يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية

[95]-رمضان بلعمري، **القطاع السمعي البصري في الجزائر: إشكالات الانفتاح**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تكنولوجيات و اقتصاديات وسائل الاعلام، جامعة الجزائر3،كلية العلوم السياسية و الاعلام ،قسم علوم الاعلام و الاتصال، السنة الجامعية2012/2011،ص.24.

[96]- رمضان بلعمري، مرجع سابق،ص.25.

واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام.

- الحق في الإعلام لم يحدد في إطار الحزب الواحد، ففي حين أن المواد الثلاثة من قانون 1982 تحدد أن هذا الحق يمارس بحرية ضمن إطار الخيارات الإيديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية للأمة والتوجهات السياسية، تحت توجيه حزب جبهة التحرير الوطني.

- **والمادة الثانية (2)** من القانون الجديد تعاكس المادة الثانية (2)من القانون القديم التي تشير أن الدولة هي التي تضمن إعلاما كاملا وموضوعيا، وتعلن عن حق المواطن في الإعلام بكيفية كاملة وموضوعية وحقه بالمشاركة في الإعلام بممارسة الحقوق الأساسية في التفكير والرأي والتعبير.

- إصدار نشرية دورية حر المادة (14).وبذلك يسقط الحظر عن أولى أركان حرية الصحافة في هذا القانون وهي حرية إصدار الصحف الذي هو حق لجميع المواطنين، لكن هذه الحرية تبقى نسبية لارتباطها أولا بالتصريح المسبق وثانيا بالإمكانيات المادية، فمن الناحية النظرية للجميع الحق في إصدار الصحف لكن من الناحية العملية، وحدهم الذين يملكون إمكانيات مادية من يستطيعون ذلك.

- لقد أعادت المادة (28) من القانون تعريف الصحافي الذي برز في المادة (33) من القانون السابق لكن مع فارق يتمثل في عدم إجبار الصحافي على العمل في الأجهزة الإعلامية التابعة للحزب والدولة.

- **والجديد في هذا** القانون هو ما أشارت إليه المادة (34) حيث أن" الصحافيين الجزائريين بإمكانهم من اليوم فصاعدا استدعاء" مادة الضمير "في حالة تغيير توجه أو محتوى أي جهاز إعلامي أو توقف نشاطه أو التنازل عنه...بالموازاة يجب أن نسجل أنه لأول مرة تتم محاولة تحديد قواعد مواتية لاحترام أخلاق وشرف المهنة.

- في حين غاب في قانون الإعلام 1982 أي (حديث عن الهيئات الإعلامية والصحفية مجلس الإعلام، نقابة الصحافيين ...)جاء الباب السادس من قانون1990 ليعلن في المادة (59) منه عن إنشاء **مجلس أعلى للإعلام كسلطة** إدارية مستقلة مهمتها السهر على تطبيق هذا القانون.

- خصص قانون (1990) 22 مادة للأحكام الجزائية، أعيد من خلالها إقرار نفس المخالفات الواردة في القانون السابق مع إضافة مخالفة جديدة **هي إهانة الدين الإسلامي وباقي الأديان السماوية** وإسقاط أخرى مثل :إهانة رئيس الجمهورية...

وعموما يمكن القول أن قانون إعلام 1990 جاء في إطار الإصلاحات السياسية التي جاء بها دستور 1989 ليعدل قانون إعلام 1982 و"يفتح نوعا ما مجال الممارسة التي كانت حكرا على المؤسسات العمومية لتصبح تعني القطاع الخاص)حيث ظهرت الصحافة الحزبية والخاصة التي شكلت تجربة جديدة ومهمة. رغم وصف قانون الإعلام انه فشل في وضع إطار مناسب لممارسة حرية الصحافة في الجزائر من الناحية النظرية والتطبيقية، وهو ما جعله عرضة للمطالبة بتعديله وهو ما تم فعلا من خلال أربع محاولات لوضع قانون جديد دون أن يسفر ذلك عن نتيجة.

- **تأثير التشريع الإعلامي الأول (1982) و الثاني(1990) على الممارسة الصحفية في الجزائر**

يجمل الأستاذ "**إسماعيل معراف غالية**" أهم تأثيرات التشريع الإعلامي(الأول و الثاني) على الممارسة الصحفية في الجزائر في مجموعة من الأفكار نلخصها في النقاط التالية [97]:

- إن مسألة تأثير أو انعكاسات التشريعات المنظمة لمهنة الصحافة جعلتها توجه الممارسة الصحفية الوجهة التي تريدها الجهة الوصية على القطاع.
- ظلت التشريعات الإعلامية في الجزائر تتميز بالسلبية بحيث لم تصل الصحافة الجزائرية إلى المستوى الذي وصلت إليه مثيلاتها من دول الجوار أو الدول العربية بسبب عدم انسجام التشريع مع واقع ووضعية الإعلام.
- تعكس هذه التشريعات تصور السلطة حول الدور الممنوح للإعلام.
- إن هذه القوانين ما هي إلا أفكار نظرية تتطلب واقعا سياسيا واقتصاديا و اجتماعيا مناسبا.
- إن هذه التشريعات تتناقض مع نوع و طبيعة النظام الذي تصرح السلطات بأن الجزائر تنتمي له (النظام الديمقراطي) يظهر ذلك بوضوح من خلال تضييق الخناق على الصحفيين و المؤسسات الإعلامية التي طالما عانت من الغلق و التعليق و المتابعة القضائية ،فقد كانت سنوات التسعينات خصوصا إعلانا لميلاد مثل هذه السلوكيات فمثلا:

✓ في 22 جانفي 1992 تم إيقاف 08 صحافيين من اليومية الناطقة باللغة العربية "الخبر" من بينهم: مدير النشر و رئيس التحرير...وهذا بسبب خبر اعتبر انه يمثل نداء للجيش لحثه على العصيان.

✓ في 08 أوت 1992 علقت اليوميتين الناطقتين بالفرنسية(LA Nation. Le Matin) فالأولى اتهمت بنشر معلومات تمس بالمصالح العليا للبلاد. و الثانية كانت تهمتها نشر معلومات لا أساس لها من الصحة و تساهم في بث الفوضى داخل البلاد.

[97]- اسماعيل معراف غالية، مرجع سابق،ص75.

✓ في 09 أوت 1992 فقد تعرضت جريدة "الجزائر اليوم" إلى التعليق والسبب هو حسب الجهات المسئولة نشرها معلومات بغية بث الذعر في نفوس المواطنين، وهو ما يتعارض مع روح المصلحة الوطنية.

✓ أيضا في 01 اكتوبر1992 تم تعليق يومية Libertéé لمدة 15 يوما .والتهمة كانت نشر معلومات سرية لا يجوز الإفصاح عنها .

✓ كما وجه وزير الاتصال آنذاك "**بن عمر زرهوني**" رسالة شديدة اللهجة في 03 نوفمبر 1994 حذر فيها رجال الإعلام من تأييد الخطاب الديني المتطرف.

✓ كما أثبتت العديد من الدراسات الأكاديمية التي تناولت بالدراسة "الإعلام في الجزائر في ظل التعددية" فقد أجمعت نتائج العديد من الدراسات أن الحواجز السياسية المتمثلة في رغبة الدولة في توجيه الصحافة و بسط نفوذها عليها قد جعلت المرحلة (التعددية)لا تختلف عن سابقتها من حيث:

- عدم السماح للصحفيين بالتوغل في القضايا التي تمس شخصيات سياسية موجودة في السلطة.
- إضافة إلى نقص التمويل الذي يؤدي غالبا إلى الإفلاس و نقص الإمكانيات التي تتعلق بجانب الطبع و التوزيع و السحب .
- جل القوانين و التشريعات كانت تفرض من القمة ولا يشرك الصحفيين إلا لوضع اللمسات الأخيرة أو المصادقة و التنفيذ.
- حتى النصوص القانونية تطبيقها نسبي على ارض الواقع و هو انعكس سلبا على الممارسة الإعلامية.[98]

ثـالثا: قانون 2012

الباب الرابع:النشاط السمعي البصري

الفصل الأول: ممارسة النشاط السمعي البصري

جاء في قانون 2012 فيما يتعلق بقطاع السمعي البصري ما يلي[99]:

المادة58:يقصد بالنشاط السمعي البصري في مفهوم هذا القانون العضوي، كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور أو فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي آو بث إشارات أو علامات أو أشكال مرسومة أو صور أو أصوات أو رسائل مختلفة لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة.

المادة59: النشاط السمعي البصري مهمة ذات خدمة عمومية.

تحدد كيفيات الخدمة العمومية عن طريق التنظيم.

[98]- اسماعيل معراف غالية، مرجع سابق،ص76.

[99]-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة ،قانون الاعلام2012 ،ص ص 7-8 .

المادة60:يقصد بخدمة الاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدم اتصال موجهة للجمهور لاستقبالها في آن واحد من قبل الجمهور كله أو فئة منه، يتضمن برنامجها الأساسي حصصا متتابعة و منتظمة تحتوي على صور و/أو أصوات

المادة 61:يمارس النشاط السمعي البصري من قبل:

- هيئات عمومية.
- مؤسسات و أجهزة القطاع العمومي.
- المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.

ويمارس هذا النشاط طبقا لأحكام هذا القانون العضوي و التشريع المعمول به.

المادة62:يعهد إلى الهيئة المكلفة بالبث الإذاعي و التلفزي تخصيص الترددات الموجهة لخدمة الاتصال السمعي البصري المرخص بها بعد أن يمنح خط الترددات من قبل الجهاز الوطني المكلف بضمان تسيير استخدام مجال الترددات الإذاعية الكهربائية .

المادة 63:يخضع إنشاء كل خدمة موضوعيته للاتصال السمعي البصري، والتوزيع عبر خط الإرسال الإذاعي المسموع أو التلفزي، وكذا استخدام الترددات الإذاعية الكهربائية إلى ترخيص يمنح بموجب مرسوم .

يجب إبرام اتفاقية بين سلطة ضبط السمعي البصري والمستفيد من الترخيص. ويعد هذا الاستعمال طريقة شغل خاص للملكية العمومية للدولة.

الفــصل الثاني

سلطة ضبط السمعي البصري

المادة 64:تؤسس سلطة ضبط السمعي البصري، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي.

المادة 65:تحدد صلاحيات ومهام سلطة ضبط السمعي البصري ،وكذا تشكيلتها و سيرها بموجب القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

المادة 66: يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنت بحرية.

ويخضع لإجراءات التسجيل و مراقبة صحة المعلومات ،بإيداع تصريح مسبق من طرف المدير المسئول عن جهاز الإعلام عبر الانترنت.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.[100]

ما يلاحظ على قانون الإعلام لسنة 2012

[100]- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الاعلام2012مرجع سابق، ص 8 .

- يفتح القانون الجديد القطاع السمعي البصري للمنافسة، كما ينص القانون على إنشاء هيئة لضبط عمل المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية.

- يقترح النص فتح النشاط السمعي البصري على أساس اتفاقية تبرم بين الشركة الجزائرية التابعة للقطاع الخاص والسلطة الضابطة للمجال السمعي البصري بالإضافة إلى ترخيص يعطى من قبل السلطات العمومية على أن يتم لاحقا إصدار قانون خاص يتعلق بهذا المجال.

- لا ينص القانون الجديد على أي عقوبة سالبة للحرية ويلغي كل عقوبات السجن التي نص عليها القانون الساري المفعول منذ 1990. وقد جاء ذلك استجابة لمطالب الأسرة الإعلامية.

- ذكر وزير الاتصال "ناصل مهل " أن القانون الجديد ألغى "نهائيا" طبقا لتعليمات رئيس الجمهورية العقوبات المانعة للحرية التي كانت موجودة في القوانين السابقة و قلص الجنح من 24 إلى 11 مع غرامات لمرتكبي القذف أو عدم احترام القوانين المذكورة. و الذي سيحدد شروط إنشاء قنوات إذاعية و تلفزية. ثم تقوم سلطة ضبط السمعي البصري بتحديد دفاتر الأعباء في سياق مسار تغيير القطاع السمعي البصري العمومي الجاري.

- وعن نوعية القنوات التي سيرخص لها ذكر القانون البداية القنوات "**الموضوعاتية**". كما لم يستبعد إمكانية الشراكة بين القطاعين العمومي والخاص. وهو ما يطرح الكثير من التساؤلات؟ عن أية حرية تعبير يتحدث القانون إذا؟؟؟

- يرى بعض المختصون، أن مشروع قانون الإعلام الذي بادر به وزير الاتصال السيد ناصر مهل، طبعة2011 ، جاء ليحد من حرية الصحافة المكتوبة أكثر مما هو موجه لفتح القطاع السمعي البصري .

- وخلال أول عرض لمشروع القانون على نواب البرلمان، سنة 2011 كتب السيد "علي جري" المدير العام السابق لجريدة" الخبر "مقالا أبدى فيه أسفه قائلا " للأسف الشديد يفتقد المشروع لإرادة سياسية جادة وهادفة إلى تطوير الصحافة وترقيتها وتحريرها برفع الوصاية عنها، خاصة في المجال السمعي البصري، وهو الشيء الذي يجعلنا نجزم بأن المشروع جاء في الحقيقة لضبط الصحافة المكتوبة لا غير[101]..."

- ولا يغفل هؤلاء المختصون الإشارة إلى أن الظروف الإقليمية التي تميزت بما اصطلح عليه "ثورات الربيع العربي"، وما تبعها من إسقاط عدة أنظمة عربية، هي السبب وراء إعلان السلطة في الجزائر عن جملة من الإصلاحات السياسية، من ضمنها، إلغاء حالة الطوارئ في فيفري 2011 ، أي بعد 19 سنة من إقرارها عام 1992،أي أن الهدف من القانون هو الحفاظ على مصالح السلطة لا أكثر.

[101]- قانون السمعي البصري الجديد بالجزائر ما له وما عليه: نقلا عن: www.Aljazzera.net في 2014/01/11.

- كما وصف " **السيد علي جري**" المدير العام السابق ليومية" الخبر " القانون الجديد بالخطوة " الجديدة القديمة "التي أقدمت عليها السلطة ممثلة في الباب الرابع من المشروع المتعلق بممارسة النشاط السمعي البصري الذي اختزل في ثماني مواد فضفاضة ومفتوحة على كل القراءات، مؤجلين تفاؤلهم فيما يخص عقوبة حبس الصحفيين.

- وقد انتقد نائب حركة" النهضة "**محمد حديبي**" ما يسميه بالإهمال من جانب المشرع الجزائري في مداخلة له عقب عرض وزير الاتصال لمشروع القانون أمام نواب البرلمان، حيث قال "حديبي" أن السلطة اليوم من خلال هذا المشروع تؤكد أنها غير مستعدة ولو بشبر واحد للتخلي عن ممارسة احتكارها لهذا القطاع والذي يتميز بصناعة النفوذ والثروة بدل من تقديم الخدمة العمومية للمواطنين."

وأضاف النائب حديبي بقوله" ماذا يعني لكم ذلك يا سيادة الوزير تقديم هذا المشروع وكأن الإعلام اليوم هو الصحافة المكتوبة، حيث تم تقييدها بأكثر من 36 مادة وبينما قطاع الإعلام الثقيل(السمعي البصري) الذي له علاقة بالنفوذ وجماعات المصالح والمال، لا يذكر إلا في 8 مواد عامة وبدون تفصيل، فهل وصل الحد بالحكومة أنها تعيش مرحلة ما قبل تاريخ اكتشاف الإذاعة والتلفزيون.[102]

- يرى عضو البرلمان عن حزب جبهة القوى الاشتراكية "مصطفى بوشاشي" في حديثه للجزيرة نت أن المشروع يؤكد غياب النية لدى السلطة في الذهاب نحو الانفتاح، مضيفا أن هذا النوع من التشريعات التي وصفها بالمقيدة للحريات الهدف منها **إبقاء "تسلط النظام، وعدم تمكين الجزائريين من حقهم في إقامة دولة ديمقراطية في ظل القانون وحرية التعبير**".

- كما انتقد "مصطفى بو شاشي" بعض المفاهيم الفضفاضة التي يشملها المشروع، ومنها ضرورة أن تراعي المؤسسات الإعلامية في عملها المصالح العليا والسياسة الخارجية والنظام العام والآداب العامة، "دون أن يكون هناك تعريف حقيقي لهذه الأمور.

- وأضاف أنه "إذا لم تحترم هذه الشروط يسحب الاعتماد من صاحبه" لافتا أيضا إلى أن "القانون لا يسمح أن يمتلك شخص أكثر من 30% من رأسمال الشركة ما يجعل رجال الأعمال يحجمون
عن الاستثمار في مجال الإعلام.[103]

- من جانبه، أكد ممثل مبادرة "من أجل كرامة الصحفي الجزائري" رياض بوخدشة" أنه يتحفظ على المادة (17) التي تنص على إنشاء قنوات موضوعاتية

[102]- رمضان بلعمري، مرجع سابق،ص35.
[103]- قانون السمعي البصري الجديد بالجزائر ما له وما عليه،مرجع سابق.

ومتخصصة فقط، ولا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم يحدد في رخصة الاستغلال، وهو ما اعتبره تقييدا لحرية التعبير يتنافى مع الانفتاح[104].

- بالمقابل أشاد الإعلامي والبرلماني "**إبراهيم قارعلي**" بالقانون على الصعيد التشريعي، وقال إنه يعد من أهم المكاسب التي تعزز العملية الديمقراطية في الجزائر، خاصة بعد القانون العضوي المتعلق بالإعلام، والذي يعد برأيه "الإطار المرجعي للممارسة الإعلامية الحرة."

- ومن هذا المنطلق فهو لا يرى أي تراجع في مجال تحرير النشاط السمعي البصري لكن نبه في المقابل إلى الاحتكار الذي يمكن أن تمارسه قوى المالية الصاعدة في المجال الإعلامي، وقال إنه سيكون "أخطر من الاحتكار الذي تتهم الدولة بممارسته.[105]

- كما أننا نميل إلى الاعتقاد انه من غير المنطقي أن نرهن مصير قانون السمعي البصري بالمواعيد الانتخابية وخاصة الرئاسية، وكأن الدور الذي ينتظر القنوات التلفزيونية الناشئة أن تنشط الحملة الانتخابية بعدما كانت الجرائد هي التي تقوم بذلك في السابق.

- كما أننا نميل إلى الاعتقاد أيضا انه الصعب الدفع بالإعلام نحو التعددية و تجاهل حرية التعبير حقوق الصحفيين في الوقت ذاته.

- أنّنا قد نؤيد فكرة أن الجزائر سجّلت تأخرا في مجال السمعي البصري، سبب فترة معينة من تاريخ الجزائر أين عانت من ويلات الإرهاب، إلاّ أنّ الوقت حان لفتح الحقل السمعي البصري والتشريع له وتنظيمه وحمايته كمكسب تعددي ديمقراطي يستجيب لطموحات وآمال الجمهور المشاهد والمتتبّع من خلال مشروع هذا القانون الذي سيكون "اللبنة الأولى" لوضع أوّل قانون للسمعي البصري في جزائر التعددية.

- وحملت المادة 18 من قانون السمعي البصري "**قرارا فاصلا فيما يتعلق بالحجم الساعي**" الخاص بالأخبار والحصص الإخبارية، حيث لا يمكن لأصحاب القنوات الخاصة استعمال هذا المجال بشكل واسع، إذ أشارت ذات المادة إلى أن كل خدمة **موضوعاتية** مرخص لها في إطار هذا القانون إدراج حصص وبرامج إخبارية **وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال** على أن تحدد كيفيات تطبيق ذلك وفق تنظيم خاص، وهذه المسألة هي لب قانون السمعي البصري في الجزائر، حيث يمكن إدراج برامج إخبارية وفق **شبكة تتقيّد بالمادة 18 سلفا**، ولا يمكن وضع حجم ساعي للبرامج الإخبارية وفق حاجة القناة التي يمكن أن يتعذّر عليها تخصيص ساعات إضافية لبرامج إخبارية في الحالات الاستثنائية.

---

[104]- المرجع نفسه.
[105]- المرجع نفسه.

- جاء في القانون الجديد ما بات يعرف بسلطة ضبط السمعي البصري التي توكل لها مهمة تنظيم القطاع ،وتعين بالكامل من قبل كبار مسؤولي الدولة ،وتشير المادة التاسعة من المشروع ،إلى أن السلطة تتكون من 11 عضوا يعينون بمرسوم رئاسي ،خمسة منهم يختارهم الرئيس، اثنان يختارهم رئيس مجلس الأمة، عضوان آخران يختارهما رئيس المجلس الشعبي الوطني و عضوان آخران يختارهما رئيس المجلس الدستوري لمدة أربع سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة على ألا يكونوا منتخبين. وهو ما يضع مصداقيتها ومن ثم قراراتها على المحك.

- **استنتاجات عامة :**

ما يمكن قوله في الأخير بعد تتبعنا لقانون الإعلام بداية بأول قانون سنته الجزائر سنة 1982 وصولا إلى قانون 2012 مرورا بقانون 1990.إن القانون الأول بدا مختلف تماما عن نظيريه الثاني والثالث وذلك لأنه:

- ركز بالأساس على الصحافة المكتوبة ولم يتطرق تقريبا بشكل كلي لقطاع السمعي البصري.
- السياق السياسي والاجتماعي الذي ظهر فيه القانون هو سياق اشتراكي .مما يجعل احتكار الدولة لوسائل الإعلام في تلك الفترة يبدو أمر طبيعي.

أما قانون 1990 و قانون 2012 يتشابهان في نقطة تبدو متناقضة إلى حد ما وهي.

- القانونان صدرا في سياق سياسي واجتماعي يوصف بأنه ديمقراطي بحيث كان المجال مفتوحا أمام التعددية السياسية والجمعيات النقابية. غير أن المجال الإعلامي خاصة قطاع السمعي البصري لم يستفد من محاسن هذا النظام، على اعتبار أن الدولة أحكمت سيطرتها عليه(القطاع) وحتى عندما تم الإعلان في قانون 2012 عن فسح المجال للتعددية الإعلامية كان انفتاح تحت السيطرة.
- تخوف الدولة من فتح المجال السمعي البصري يوحي بأن القائمين على إصدار قوانين الإعلام ما زالوا متأثرين بل و يؤمنون بنظرية التأثير القوي و السحري لوسائل الإعلام.
- التخوف من فسح المجال أمام التعددية الإعلامية نابع من خشية السلطات الرسمية من أن تتكرر تجربة الصحافة المكتوبة في مجال السمعي البصري.(ما يصفه البعض بالفوضى)

- قانون الإعلام الجزائري اهتم عبر مراحل تطوره بخدمة السلطة الحاكمة على حساب حماية حق المواطن في الحصول على المعلومة وحق الصحفي في الوصول إليها.

- قانون الإعلام الجزائري وعبر مراحل تطوره المختلفة هدف لإرضاء رئيس الجمهورية ورئيس الحكومة ومن بعدهما الوزراء، على حساب إرضاء المواطنين، الذين هم أصل التفويض الذي يحكم به كل من رئيس الجمهورية ورئيس الحكومة.

- ما نلاحظه في قانون الإعلام الجزائري وعبر مراحل تطوره هو تلك المواد التي تفيد التهديد والإنذار أكثر من المواد التي تفيد الصحفي و المواطن و المؤسسة الإعلامية ككل.

- الأولوية لدى الإعلاميين هي لتطوير العمل الإعلامي، مع فتح باب المنافسة أمام القطاع الخاص كإحدى أهم آليات هذا التطوير والتحسين. لكن الخبراء في المجال الإعلامي يشيرون إلى وجود إشكال موضوعي يتمثل أساسا في مشكل الإرادة السياسية.

- التمسك بالسلطة هو السبب الرئيسي وراء إبقاء الاحتكار على القطاع السمعي البصري، بناء على نتيجة مفادها أن التلفزيون في الجزائر هو وسيلة للسيطرة وليس للإعلام.

- يأتي خيار فتح المجال للقنوات الخاصة كأفضل خيار بالنسبة للسلطة الحاكمة، فلا حرج في ذلك مادام الانفتاح خاضع للسيطرة و تحت المجهر سواء من الناحية القانونية –المواد الواردة في قانون(2012) – أو من الناحية السياسية.

- يفرض القانون على الراغبين في فتح قنوات خاصة التقيد بنص المواد :**أن تكون قناة موضوعاتية** .إضافة إلى ضرورة التقيد بالحجم الساعي، خاصة ما تعلق بنشرة الإخبار وما تبعها من برامج تحليلية .

قائمة المراجع:

- الدستور الجزائر
- قانون الإعلام 1982 (1982)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية(2012)، رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة ،قانون الإعلام .
- إسماعيل معراف غالية(2007)، **الإعلام حقائق و أبعاد..**، **ديوان** المطبوعات الجامعية،(دون مكان نشر).
- أحلام باي(2006-2007)، **معوقات حرية الصحافة في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال.
- رمضان بلعمري(2011-2012)، **القطاع السمعي البصري في الجزائر: إشكالات الانفتاح**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تكنولوجيات و اقتصاديات وسائل الإعلام، جامعة الجزائر3،كلية العلوم السياسية و الإعلام ،قسم علوم الإعلام و الاتصال.
- الجريدة الرسمية: (1982)،242-255.
- الجريدة الرسمية الجزائرية(1982).242-255.

- قانون الإعلام في الجزائر (1990)، (الجريدة الرسمية:1990، 459-462).

مواقع انترنت:

-www.Aljazzera.net

-http://elraaed.com/ara/sujets_opinions

-http://www.aps.dz/ar/algerie/2519

-http://dzactiviste.Info

التواصل الانتخابي للأحزاب السياسية المغربية في التلفزيون

Electoral communication of Moroccan political parties on television

عبد الحفيظ المنوار

باحث دكتوراه في التواصل السياسي

جامعة الحسن الثاني. المغرب

ملخص الدراسة:

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على طبيعة الخطاب السياسي في التلفزيون وأشكال التواصل وكذا طبيعة المتدخلين في وسائل الإعلام. كما أن هذا البحث من شأنه إبراز أهمية التلفزيون في التواصل السياسي بالنسبة للأحزاب المغربية أثناء العملية الانتخابية مما يمكن من معرفة فضاء التواصل السياسي ومكوناته والفاعلين فيه.

وقد تم التركيز على دراسة العملية التواصلية، بمكونيها التاليين: المرسل للخطاب السياسي، وهم ممثلو الأحزاب السياسية المنتجون للخطاب السياسي، وقناة التواصل المعتمدة وهي التلفزيون (القناة المغربية الثانية 2M).

ABSTRACT :

This study attempts to shed light on the nature of political discourse on television, other forms of communication, and the nature of media actors. It also highlights the importance of television in political communication for Moroccan political parties during the electoral process, which requires knowledge of the political communication sphere, its various components and actors.

The focus of the study was on the communicative process with the following components: the sender of the political discourse, that is, the representatives of the political parties producing the political discourse; and the approved channel of communication, namely, television (Moroccan Channel 2M).

مقدمة:

اكتست الانتخابات العامة الجماعية والجهوية لسنة 2015 بالمغرب أهمية كبيرة بالنظر لكونها تأتي في سياق دستور 2011 والذي اعتبر وثيقة تأسيسية لمرحلة جديدة دخلتها البلاد، لأنه تضمن مجموعة من المقتضيات القانونية التي تسعى إلى تعزيز مكانة ودور المواطن في مجال الانتخابات.

راهنت الأحزاب السياسية المغربية على هذه الانتخابات، التي تعد من الناحية الدستورية أساس مشروعية التمثيل الديمقراطي[106]، لتظهر بمظهر قوي وسط ترقب كبير لنتائجها والتي دعي لها نحو 15 مليون ناخبة وناخب لاختيار 31 ألفا و 503 ممثلين للسكان من بين 131 ألف مرشح.

جاء الخطاب الملكي الموجه للأمة بمناسبة الذكرى 62 لثورة الملك والشعب ليوم 20 غشت 2015 بحمولة قوية تدفع في اتجاه حث المواطنين على التصويت "صوتوا حتى لا تشتكوا"[107].

تميزت هذه المحطة الانتخابية وكسابقاتها بلجوء الأحزاب السياسية للتلفزيون كإحدى أدوات التواصل إلى جانب وسائل أخرى تقليدية وحديثة.

ويعد التلفزيون وسيلة جماهيرية ذات تأثير كبير في صفوف المتلقين للخطاب السياسي، كما تشكل وسيلة من وسائل التنشئة السياسية وخلق وعي سياسي لدى المواطنين والتأثير في اتجاهاتهم الفكرية ومواقفهم السياسية، الوسيلة هي الرسالة[108] وفق الكندي **مارشال ماكلوهان**، ذلك أن إنجاح الرسالة يبقى رهينا بقوة هذه الوسيلة.

كما يعتبر التلفزيون أداة فعالة في هذا السياق لما يتوفر عليه من خصائص، فبالإضافة إلى انتشاره الواسع تسمح الصورة بترسيخ الخطاب السياسي فهو "وسيلة لنقل المرئيات والأصوات الناشئة عنها أو المصاحبة لها من مكان إلى مكان آخر (..) ويتم نقل المرئيات والأصوات إلى جماهير في أماكن متفرقة."[109]

إن دراسة فضاء التواصل السياسي عموما وبالمغرب خصوصا لا بد له من التعرف على الإطار المفاهيمي الذي يميز هذا الفضاء.

1- تحديد للمفاهيم

---

[106] - " الانتخابات الحرة والنزيهة والشفافة هي أساس مشروعية التمثيل الديمقراطي" الفصل 11 من الدستور المغربي.

[107] الخطاب الملكي بتاريخ 20 غشت 2015.

[108]- مقولة شهيرة للكندي مارشال ماكلوهان (The Medium is the Message)، عبد الرحمان عزي، علم الاجتماع الإعلامي، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2010، ص: 75.

[109]- وليدة حدادي، التليفزيون والتنشئة السياسية للمشاهدين، دراسة ميدانية وتحليلية للبرامج الإخبارية في التليفزيون الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 18،2014، ص: 217.

يثير مفهوم التواصل السياسي الحزبي العديد من الصعوبات المرتبطة أساسا بتحديد تعريف دقيق وموحد له، إلى جانب كونه محكوما داخل نسق سياسي مغربي يتسم بتعدد الفاعلين، وبتعقد واقعه الذي يمزج بين الملكية الحاكمة والتعددية السياسية[110].

وقد اهتم علماء السياسة والتواصل السياسي والاجتماع السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا أهمية العلاقة الجوهرية بينهما، بل نادوا بدراسة العلوم السياسية بالاعتماد على نظريات الاتصال.

فقد اهتم **ألموند** بتحديد موقع نظام الاتصال في النظام السياسي، وشبه الوظيفة الاتصالية بالدورة الدموية. فهو يرى بأن الاتصال يشبه الدم في قيامه بوظائفه، فنظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسة لتدفق المعلومات من النخب السياسية إلى الجماهير، وأيضا لنقل مشاكل وطموحات وتصورات الجماهير إلى النخبة[111].

ويعتبر **لاسويل** أن المجتمع يشبه الهرم، حيث يوجد الحكام، وهم الصفوة، في قمة هذا الهرم وجماهير الشعب في القاعدة، بينما يوجد الخبراء والمتخصصون في الوسط بين الرأس والقاعدة. ومنه، تجري عمليات التواصل على أساس أن لكل أمة نظاما سياسيا معينا يتكون من الصفوة وهم مسؤولون على إصدار القرار والإشراف على مقدرات الدولة، ومواردها الاقتصادية والبشرية[112].

إن التواصل السياسي يمثل مجالا معرفيا يعكس بصفة إجمالية تنافس البراديغمات الأساسية للفكر السياسي والعلوم الاجتماعية.[113]

قدم الباحث **محمد بن سعود** البشر في كتابه " مقدمة في الاتصال السياسي"[114] التعريفات التالية:

أ- تعريف **ميدو MEADOW** 1980: التواصل السياسي هو الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه.

ب- تعريف **تشافي Chafee** 1975: التواصل السياسي هو أثر الاتصال ووظيفته في العملية السياسية.

ت- تعريف **بليك وهاردسون Blake and Harddsen** 1975: التواصل السياسي هو التواصل المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحالة السياسية أو الوجود السياسي بصفة عامة.

ث- تعريف **شودسن Schudson** 1989: التواصل السياسي هو أية عملية نقل لرسائل يقصد بها التأشير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع.

ج- تعريف **دينتون وودوارد Denton and Woodward** 1990: التواصل السياسي هو المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع.

---

[110]- أمحمد المالكي، المغرب وتجربة الانتقال الديمقراطي في إسبانيا، مساهمة في ندوة: تجارب الانتقال الديمقراطي المقارن، دفاتر سياسية، العدد 60، يناير 2004، ص: 6.

[111]- إبراهيم حمادة بسيوني، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، سلسلة أطروحات الدكتوراه، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، بيروت، فبراير 1993، ص: 50.

[112]- إبراهيم حمادة بسيوني، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مرجع سابق ص: 53.

[113]- 21Gestlé (J), la Communication Politique, PUF, Que sais je ? N 2652, 2e édition corrigée, 1993, p.

[114]- محمد سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، 2000، ص: 16.

ح- **اللورد ويندلسمان Lord Windelsman** : عرف التواصل السياسي بأنه " الإرسال الإرادي لرسالة سياسية من مرسل إلى مستقبلا بهدف جر المستقبل في اتجاه لا يستطيع معه التفكير في غيره".

خ- ويعرف **دومينيك وولتون D. Wolton** التواصل السياسي بأنه "كل اتصال موضوعه السياسة".

د- ويعرف **جون ماري كوتري** التواصل السياسي بكونه "أسلوبا تبادليا لخطاب ذي حمولة سياسية بين مختلف أطراف المجتمع قصد تحقيق هدف التمكن من السلطة"[115].

ومن خلال التعاريف الواردة أعلاه، يتضح بجلاء الأهمية الكبيرة للتواصل السياسي بالنسبة للأحزاب السياسية فهو يلعب دورا حيويا داخلها إذ إنه عمليه أساسية لتبادل المعلومات والتفاعل بين مختلف هياكل وعناصر الحزب، حيث نجده يوظف كل أنواع التواصل سواء تعلق الأمر بالتواصل المباشر الشخصي أو الجماهيري، المباشر أو غير المباشر. وفي هذا السياق، باتت وسائل الإعلام بالنسبة للأحزاب السياسية أساسية تقوم بتشكيل تمثيل مشترك للسياسية من خلال انتقاء ومعالجة أخبار الأحزاب السياسية، لأن وسائل الإعلام أصبحت تقترح علينا ماذا نفكر إن لم لم يكن فيما يجب أن نفكر[116]، مما يعني أن وسائل الإعلام لم يعد دورها يقتصر على الوساطة بين الأحزاب السياسية وبين الرأي العام فحسب ولكن تجاوز ذلك إلى خلق صورة ذهنية للحزب يعتمد عليها الرأي العام في اتخاذ مواقفهم وقراراتهم تجاه القضايا السياسية المطروحة على الساحة الإعلامية والسياسية.

يقصد بالتسويق السياسي العمل على تحسين وضع حزب سياسي ما على مستوى زيادة أعضائه وتحسين صورته لدى الرأي العام، وهو يستخدم جميع الوسائل الضرورية والتقنيات الممكنة للوصول إلى هدف محدد مسبقا.

ظهر تعبير التسويق في الولايات المتحدة الأمريكية واستعمل في الميدان التجاري لينتقل إلى ميادين أخرى ومنها مجال التواصل السياسي، الذي بات معه الحزب السياسي يعتبر بمثابة "سلعة" قابلة للتسويق. وقد ظهر بجلاء خلال الحملات الانتخابية للرئاسيات الأمريكية وخاصة خلال ثلاثينيات القرن الماضي مع الحملة الانتخابية **لفرانكلين روزفيلت**، لكن المحللين يعتبرون أن الاستعمالات الأولى للتسويق السياسي في الانتخابات الرئاسية الأمريكية كان سنة 1952.

نظمت حملة التواصل للمرشح الجمهوري **إيزنهاور** بمساعدة مهنيي الإشهار. فكان الجمهوريون يستعينون بخدمات مكتب للعلاقات العامة "BBDO" واختصاصي في التسويق السمعي البصري

---

[115]- Cotteret (JM), Gouverner c'est paraitre, réflexion sur la communication politique, PUF, 1ere édition, 1991, p. 98.

[116]- Philippe Guillot, Introduction à la Sociologie Politique, Armand Colin, Paris, 1998, p. 84.

« T.R. Reeves » من وكالة « Ted Bates »، ولقد سجل خلال هذه الحملة الانتخابية استعمال منظم لبعض الأساليب والتي تعتبر حاليا كمميزات لتطبيقات التواصل التسويق السياسي[117].

غير أن الإعلام السياسي هو أوسع مجالا من الإعلام الانتخابي أو التسويق الانتخابي، لكن هذا الأخير اتخذ أهمية كبرى وتطور تطورا تقنيا كبيرا حتى أصبح التسويق الانتخابي مرادفا للتسويق السياسي.

تميزت الحملة الانتخابية الأمريكية لسنة 1956 بأول ظهور للوصلات الدعائية السياسية التي باتت إحدى مميزات الحملة الانتخابية.

بعد ظهوره في الولايات المتحدة الأمريكية، انتشر التسويق السياسي في إنجترا (1959) وبلجيكا(1965) وفرنسا في السنة نفسها على يد **Michel Bongrand** الذي يعد أول من استخدم التسويق السياسي بفرنسا خلال الحملة الانتخابية لسنة 1965.

ويعرف M. Bongrand التسويق السياسي بكونه " مجموعة التقنيات التي تهدف إلى تسهيل ملاءمة المرشح والناخبين، حتى يتسنى لكل واحد منهم التعرف عليه وإبداء الفارق والاختلاف مع المتنافسين من أجل الرفع من عدد الأصوات اللازمة للفوز بأقل الوسائل"[118].

ويعرف **كوتري** التسويق السياسي بكونه " التأثير الذي يقوم به شخص أو حزب لتغيير رأي أو سلوك الناخبين بالاستعانة بوسائل التواصل المتوفرة لديه، بغية الحصول على أكبر عدد ممكن من الأصوات والفوز في الانتخابات"[119].

ونجد أيضا تعريف **S.Albouy** : " التسويق السياسي هو مجموع النظريات والأساليب والتقنيات والممارسات الاجتماعية المستمدة من التسويق التجاري والمخصصة بمجملها لإقناع المواطنين لتقديم الدعم والمساندة لشخص، لمجموعة أو لمشروع سياسي"[120].

نشأت الدعاية منذ أن عرف الإنسان كيفية التعامل والتواصل بالكلمة والرسم، وهكذا طمح إلى الإقناع، وبهذا نشأت أول أشكال الدعاية خاصة بعد ظهور المطبعة سنة 1436 وأصبح بالإمكان نشر المعلومات بشكل أسرع من السابق.

تعددت تعاريف الدعاية واختلفت وهكذا نجد **هارولد لازارسفيلد** يعرفها بأنها التعبير المدروس عن الاراء والأفعال الذي يصدر عن الأفراد والجماعات الأخرى، وذلك من أجل أهداف محددة مسبقا، ومن خلال تحكم نفسي[121].

ويعرف **ميرتون Merton** الدعاية بأنها مجموعة من الرموز التي تؤثر على الرأي أو السلوك، وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها في المجتمع[122].

---

[117]- London (D), Le Marketing politique, Dalloz, 1986, p. 1.
[118]- Bougrand (M), Le Marketing Politique, PUF, Que Sais-Je ? N 1698, p. 119.
[119]- Cotteret (JM), Op. Cit, p. 71.
[120]- Albouy (S), Marketing et Communication Politique, l'Harmattan, 1994, p. 22.
[121] مي عبد الله، الدعاية وأساليب الإقناع، لبنان، دار النهضة العربية، 2006، ص: 6.
[122] منصوري فاطمة الزهراء، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، بحث لنيل الماستر بكلية الحقوق بجامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2013-2014، ص: 48.

والدعاية السياسية هي أساسا عملية إثارة المواطن بغية الوصول إلى استمالته من قبل الفاعل السياسي، وتتعلق بمجموع الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي من أجل إعداد الناخبين للتصويت عليه من خلال محاولة التأثير عليهم بكل الأساليب والإمكانيات مستخدما كل وسائل الاتصال المتاحة.

إن الدعاية السياسية لا يمكن أن تحل محل التسويق السياسي لما تحتويه من ألاعيب ومبالغة[123].

من خلال استعراض بعض المفاهيم المرتبطة بالتواصل السياسي يتضح أن لجوء السياسيين للتلفزيون ساهم في تبليغ الرسائل السياسية المرجوة داخل فضاء التواصل الذي يعرفه **دومينيك وولتون** بأنه " الفضاء الذي يتم فيه تبادل الخطابات المتناقضة بين ثلاثة فاعلين رئيسيين وهم رجال السياسة ورجال الإعلام والرأي العام."[124]

فالفاعلون السياسيون يولون أهمية بالغة للإستراتيجيات الإعلامية (التواصلية)، إذ بدوا يتخلصون من الأشكال التقليدية للتواصل ويتجهون نحو هذه الوسائل الحديثة ومنها التلفزيون[125].

وبذلك، تندرج هذا الدراسة في سياق التطور الحاصل على مستوى التواصل السياسي بالمغرب والذي تغذيه الثورة الرقمية المسجلة في السنوات الأخيرة والإقبال الكبير على وسائل التواصل الكلاسيكية الجماهيرية والحديثة.

تكتسي دراسة التواصل الانتخابي للأحزاب السياسية المغربية في التلفزيون خلال الحملة الانتخابية لسنة 2015 أهمية بالغة رغم بعض الصعوبات.

ويمكن إبراز هذه الأهمية من خلال المكانة الكبيرة التي بات يضطلع بها التواصل الحزبي داخل حقل التواصل السياسي المغربي نظرا لتنامي وعي الرأي العام بمعرفة أدق التفاصيل عن المرشحين وعن برامجهم الانتخابية رغم تسجيل العزوف السياسي لدى البعض.

وتحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على طبيعة الخطاب السياسي في التلفزيون وأشكال التواصل وكذا طبيعة المتدخلين في وسائل الإعلام، وإبراز أهمية التلفزيون في التواصل السياسي بالنسبة للأحزاب المغربية أثناء العملية الانتخابية مما يمكن من معرفة فضاء التواصل السياسي ومكوناته والفاعلين فيه.

وتنصب الدراسة على العملية التواصلية بمكونيها التاليين: المرسل للخطاب السياسي، وهم ممثلو الأحزاب السياسية المنتجون للخطاب السياسي، وقناة التواصل المعتمدة وهي التلفزيون (القناة الثانية)، غير أن الاقتصار على هاذين المكونين لا يعني إهمال المستقبل للخطاب وهو الجمهور بل الأمر يتعلق باختيار واع يهدف الى تضييق زاوية الدراسة لتوخي الفعالية.

123- Philippe Ruirtot, Op. Cit, p. 92

124- Wolton (D), La Communication Politique : Construction d'un modèle, Hermès, N : 4, le Nouvel Espace Public, 1989, p.32.

125- Oumama Kettani, La communication: A l'épreuve du modèle d'analyse communicationnelle intégré, Publication Annajah, 1ere édition ,2009, p. 287.

وركزت هذه الدراسة على عينة تتشكل من ثمانية أحزاب وهي الممثلة في البرلمان ولها فريق نيابي (أحزاب الأغلبية والمعارضة) وهي:

حزب الاتحاد الدستوري، حزب الاستقلال، حزب التقدم والاشتراكية، حزب الحركة الشعبية، حزب الاتحاد الاشتراكي للقوات الشعبية، حزب التجمع الوطني للأحرار، حزب العدالة والتنمية، حزب الأصالة والمعاصرة.

ويرجع اختيار القناة الثانية إلى كونها قناة تقدم خدمة عمومية في مجال الاتصال السمعي البصري وتشكل إلى جانب الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة بقنواتها التلفزية والإذاعية القطب العمومي، كما تم التركيز على نشرات الأخبار وخاصة نشرتي الأخبار للظهيرة والمسائية باللغة العربية لأنهما النشرتان المخصصان للأحزاب السياسية للمرور في التلفزيون خلال الحملة الانتخابية.

2- الإشكالية

يمكن تحديد الاشكالية المركزية في قياس درجة اعتماد الأحزاب السياسية المغربية على التلفزيون في التواصل السياسي خلال الانتخابات العامة الجماعية والجهوية التي عرفها المغرب في الرابع من شتنبر 2015 مقابل أدوات التواصل الأخرى.

وبذلك تطرح هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- هل تتوفر الأحزاب السياسية المغربية على استراتيجيات تواصلية؟ وكيف تبنيها إن وجدت؟
- هل يحضر التلفزيون ضمن هذه الاستراتيجيات؟
- كيف تعمل الأحزاب السياسية على استغلال فضاء التواصل السياسي؟
- ما هي درجة الأهمية التي توليها الأحزاب السياسية للتلفزيون كأداة للتواصل الحزبي؟
- هل هناك وعي لدى الأحزاب السياسية بأهمية الصورة والتلفزيون عموما؟
- هل تتوفر الأحزاب السياسية على قائمين بالتواصل السياسي؟
- كيف كان التواصل السياسي لممثلي الأحزاب السياسية في التلفزيون؟

3- النظرية والمنهج المعتمد

نظرا لكون هذه الدراسة تتكب على حدث زمني محدد لعبت فيه الأحزاب السياسية دورا حاسما في التنافس الانتخابي مستخدمة شتى الوسائل للحصول على أكبر عدد من الأصوات والفوز في الانتخابات، فقد تم الاعتماد على المنهج النسقي على اعتبار أن التواصل الحزبي المغربي يندرج ضمن نسق سياسي خاص يتفاعل فيه عدد من الفاعلين، وعلى أساس أن العملية الانتخابية تعرف سيرورة متحولة بين مدخلات ومخرجات.

وحسب دافيد إيستون، يتلقى كل نظام سياسي سواء النظام الكلي للدولة أو نظام حزبي مطالب وتأييد مرسلة من خلال وسائل الإعلام وأيضا من الرأي العام. وعليه، فرد فعل الحزب السياسي يكون من خلال نشاطاته والقرارات التي يتخذها والتي تصل إلى محيطه السياسي والإعلامي عن

طريق حلقة رجع الصدى المستمرة بينه وبين الرأي العام ووسائل الإعلام للحفاظ على شرعيته ووجوده داخل النظام الكلي، هذا النظام الذي يميز بالمقاومة، وتبني سياسات ومطالب لا تتماشى مع مشروعه المجتمعي. ولهذا، فهو يحرص دائما على اكتساب التأييد والدعم من الأنظمة الأخرى، وتفادي القطيعة معها لأنها مصدر شرعيته، وسبب استمراره. إذ لا يمكن لحزب سياسي أن لا يتفاعل مع الصحافة والرأي العام[126].

وتم الاعتماد أيضا على عدة أدوات تقنية ومنها: **تقنية تحليل المضمون والمقابلة.**

إن ارتباط التلفزيون بالتواصل السياسي يثير العديد من ردود الفعل. وفي هذا الصدد، يشير كارل بوبر الى خطورة التلفزيون في التأثير على الديمقراطية بقوله: إن الديمقراطية تعني إخضاع السلطة السياسية الى المراقبة ولا يجب ديمقراطيا أن تبقى أي سلطة سياسية بدون مراقبة، إلا أن التلفزيون قد أصبح اليوم قوة عظمى، بل يمكن اعتباره أكبر قوة على الإطلاق، وسيبقى كذلك إذا تمادينا في قبول تجاوزاته. وقد كسب التلفزيون هذه القوة في إطار الديمقراطية، ولا يمكن لأية ديمقراطية أن تستمر إذا لم يوضع حد لهذه القوة[127].

وقد ذهب **جاك إليل (Jacques Ellul)** الى اعتبار التلفزيون بمثابة شاشة فاصلة بين الناس والواقع عوض أن تكون عارضة لهذا الواقع[128].

لقد خلصت الدراسة الى أربعة استنتاجات رئيسة وهي كالتالي:

المبحث الأول: نزعة ذكورية وحضور الزعيم

نلاحظ أن عدد المتدخلات خلال ضيف النشرة هو ثلاث نسوة، بينما عدد الذكور هو خمسة. وبناء عليه، يمكن القول بأن النزعة الذكورية ماتزال تهيمن على مجال التعامل مع وسائل الإعلام.

من خلال تحليل طبيعة المتدخلين في نشرات الأخبار يتبين أن حزبا واحدا (الأصالة والمعاصرة) هو الوحيد الذي حضر أمينه العام ضيفا للنشرة، فيما انتدبت باقي الأحزاب ممثلين عنها وهم من أعضاء المكتب السياسي(الجهاز التنفيذي الأعلى مرتبة في الحزب). ومن تم، يمكن القول بأن حزبين فقط انتدبا متخصصين في الإعلام والتواصل (صحافية + خبير في التواصل)، الأمر الذي يكشف الوعي الكبير لدى هاذين الحزبين بأهمية استغلال المناسبة أحسن استغلال لتمرير الرسائل المراد إقناع المتلقي بها وهذا ما تأكد من خلال المقابلات التي تم إجراؤها مع مسؤولي التواصل بهاذين الحزبين.

وفي الربورتاجات التلفزية، بلغ عدد المتدخلين من الذكور عشرين فيما وصل عدد النساء إلى ثمانية عشر. وتشير المعطيات التي تم الحصول عليها من بعض الصحافيين[129] الذين تولوا تغطية هذه

---

[126]- Alex Muccheilli, les sciences de l'information et de la communication, 2e Édition, Hachette, supérieur, France, 1998, p. 15.

[127]- كارل بوبر، التلفزيون خطر على الديمقراطية، ص: 36، ذكره فتاح الله عبد الناصر، الاتصال السياسي بالمغرب، جريدة العلم 16 يناير 2002.

[128]- فتاح الله عبد الناصر، جريدة العلم، 17 يناير 2000.

التجمعات الانتخابية إلى أنه حرية اختيار المستجوبين ظلت قائمة خلال هذه التجمعات وأنه قليلا ما يعمل المكلف بالتواصل داخل الحزب على تحديد من سيتولى من المناضلين (على اختلاف درجة المسؤولية الحزبية) التواصل مع وسائل الإعلام، كما أنه في بعض الأحيان يصعب إقناع النساء من المناضلات بذلك.

عرفت الربورتاجات التي تم بثها في نشرات الأخبار عن الأنشطة الحزبية خلال الفترة الانتخابية منح الكلمة للأمناء العامين لستة أحزاب باستثناء الأمينين العامين لحزبي التجمع الوطني للأحرار والعدالة والتنمية رغم حضورهما وتأطيرهما للتجمعين الخطابين لحزبيهما. ويرجع ذلك إلى قرار الصحافي اختيار المستجوب الذي يريد، بالإضافة إلى ضعف التواصل الحزبي مع الصحافيين وتأطيرهم على هذا المستوى بمساعدتهم على لقاء هاذين المسؤولين الحزبيين وقت التصوير. أما باقي التدخلات فقد توزعت بين القياديين الحزبيين والمسؤولين المحليين للأحزاب والمرشحين في الانتخابات الجماعية والجهوية.

المبحث الثاني: عدم احترام الوقت

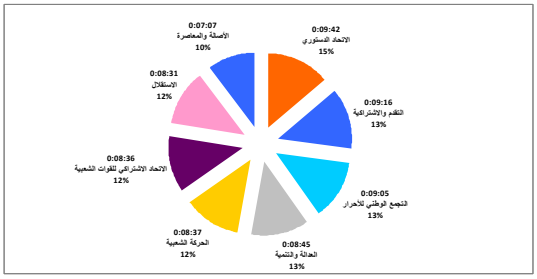
ويمكن في هذا الصدد التطرق للمدة الزمنية التي استغرقتها تدخلات الأحزاب السياسية في التلفزيون وكذا دراسة زمن البث.

يبرز الجدول أسفله المدد الزمنية التي تدخل فيها كل حزب من الأحزاب الثمانية عينة الدراسة في النشرات الإخبارية بالقناة الثانية خلال فترة الحملة الانتخابية وتتعلق بضيف النشرة وتغطية التجمعات الانتخابية.

الحزب	المدة الزمنية بالدقيقة	النسبة %
الاتحاد الدستوري	00:09:42	%13.93
التقدم والاشتراكية	00:09:16	%13.3
التجمع الوطني للأحرار	00:09:05	%13.04
العدالة والتنمية	00:08:45	%12.56
الحركة الشعبية	00:08:37	%12.37
الاتحاد الاشتراكي للقوات الشعبية	00:08:36	%12.35
الاستقلال	00:08:31	%12.23
الأصالة والمعاصرة	00:07:07	%10.22
المجموع	**01:09:39**	**%100**

المصدر: تركيب شخصي

129- قمت بإجراء مقابلات مع صحافيي القناة الثانية الذي غطوا هذه الأحداث.



المصدر: تركيب شخصي

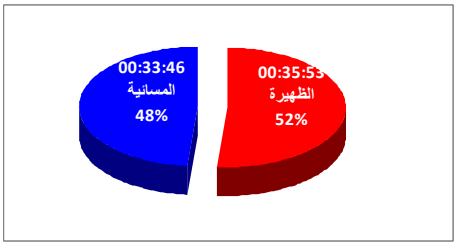
يتضح من خلال المدة الزمنية التي عرفت تدخل ممثلي الأحزاب السياسية في التلفزيون أنه عرفت تجاوز الحيز الزمني المخصص للربورتاج، لأن القناة لم تتحكم في مدة البث المحددة سلفا في ثلاث دقائق. أما فيما يتعلق بمدة ضيف النشرة، فيسجل أن حزب الاتحاد الدستوري يحتل الصدارة بست دقائق و ست عشرة ثانية متجاوزا المدة الزمنية المخصصة له وهي خمس دقائق. ويرجع ذلك إلى اعتماده على خبير في التواصل (أنور الزين) الذي عمل على تجاوز الحيز الزمني المخصص لتدخله "منتصرا" على الصحافية التي كانت تحاول إيقافه دون جدوى كما أن كان مقنعا بخطابه جعل معه الصحافية لا تهتم بمرور الوقت المخصص له.

وعلى النقيض من ذلك، نجد حزب الأصالة والمعاصرة الذي لم يستطع استغلال كل الوقت المخصص له، حيث نجده لم يتجاوز مدة ثلاث دقائق و اثنتين وخمسين ثانية. وعلى الرغم من ظهور أمينه العام بشكل مريح في بلاطو الأخبار، إلا أنه لم يستطع الإحاطة بالبرنامج الانتخابي لحزبه بل عمل فقط على الارتكاز على خطاب ينطلق من كون المغرب يدخل عهدا مؤسساتيا جديدا بعد دستور 2011 .

أما بقية الأحزاب فالتزمت بالمدة الزمنية مستفيدة من تدخل الصحافي (ة) الذي كان يطرح الأسئلة من حين لآخر لضخ نفس جديد في الحوار.

ويبرز الجدول التالي تدخل الأحزاب السياسية بالنظر لتوقيت بث النشرات الإخبارية في القناة الثانية:

النشرة	المدة الزمنية بالدقيقة	النسبة %
الظهيرة	00:35:53	%51.52
المسائية	00:33:46	%48.48



المصدر: تركيب شخصي

من خلال قراءة زمن بث تدخلات الأحزاب السياسية، يتضح أن المدة المخصصة للهيئات السياسية في نشرة الظهيرة (52%) فاقت النشرة المسائية (48%) على الرغم من تساوي فرص الحضور في نشرات الأخبار التي عرفت تدخل أربعة أحزاب في نشرة الظهيرة وأربعة آخرين في النشرة المسائية وهو نفس التوزيع بخصوص الربورتاجات المخصصة لتغطية التجمعات الانتخابية (أربعة أحزاب في نشرة الظهيرة وأربعة آخرين في النشرة المسائية).

ويرجع هذا الاختلال المرتبط باستغلال المدة الزمنية في التلفزيون، إلى كون ممثل الاتحاد الدستوري الذي تجاوز المدة الزمنية المخصصة له تمت استضافته في نشرة الظهيرة وهو ما رفع من هذه المدة، بينما تميزت نشرة المسائية بحضور ممثل حزب الأصالة والمعاصرة الذي لم يصل إلى الغلاف الزمني المخصص له.

المبحث الثالث: استنساخ للخطاب ووعود انتخابية

تبوأت اللغة العربية مرتبة الصدارة في الخطاب السياسي المتداول للأحزاب التي شملتها الدراسة متبوعة بالدارجة فيما سجل شبه غياب للغة الفرنسية في نشرات الأخبار[130] خلال فترة الحملة الانتخابية عدا تصريح وحيد (عن حزب الحركة الشعبية).

ويمكن تبرير منطق تداول لغة دون أخرى على ثلاث مستويات وهي: المستوى الوظيفي والمستوى الرمزي والمستوى الضبطي.

يرتبط المستوى الأول بالوظيفة الدستورية والتواصلية للغة العربية، باعتبارها لغة رسمية من جهة، وكونها أداة للتواصل المؤسساتي ومن جهة أخرى. أما المستوى الثاني فيتعلق بوظيفة الدارجة وقدرتها "العاطفية" على تقريب بعض من الناخبين. ويخص المستوى الثالث ميول جل السياسيين إلى استعمال الدارجة، بدل العربية الفصحى، لصعوبة تداولها باسترسال وسلاسة.

ورغم تنصيص الدستور المغربي على الطابع الرسمي للغة الأمازيغية وإتقان نسبة كبيرة من الجمهور المستهدف[131] لهذه اللغة فيسجل غياب التداول بها في تدخلات الأحزاب السياسية في التلفزيون رغم توفر هذا الأخير على إمكانية الترجمة إلى العربية، وهو ما يجد تبريره في عدم قدرة السياسيين على استغلال الإمكانات التي بات يتيحها الدستور.

ومن خلال دراسة مضامين خطاب ممثلات وممثلي الأحزاب السياسية في القناة الثانية، والتي شملتها الدراسة، يتضح أن المواضيع التي تم التركيز عليها تتعلق أساسا بتقديم حصيلة تدبير الشأن المحلي وتقديم البرامج الانتخابية وإبراز أهمية المشاركة السياسية في الانتخابات بالإضافة إلى التوجه إلى فئات معينة بغية استمالتها وهي فئة النساء والشباب والأشخاص في وضعية إعاقة.

---

[130] - خصصت القناة الثانية نشرتي الظهيرة والمسائية لتدخلات الأحزاب السياسية وهي باللغة العربية.

[131] - بلغت نسبة الناطقين بالأمازيغية 27 بالمائة حسب نتائج الإحصاء العام للسكان والسكنى لسنة 2014.

ويلاحظ أيضا حضور مفاهيم الحكامة الجيدة في تدخلات الأحزاب السياسية في التلفزيون وكذا في برامجهم الانتخابية كأسلوب تدبيري. ويرجع ذلك إلى كون هذه البرامج تحاول إقناع الجمهور باستحضار ما هو مطلوب منه في عمل الجماعات الترابية.

يلاحظ كذلك حضور هاجس الأمن الذي أصبح من اهتمامات مدبري الشأن المحلي.

إن موضوع الإعاقة تردد كثيرا على لسان المتدخلين من خلال دعوتهم إلى حماية هذه الفئة والالتزام بالعناية بها من خلال إحداث مراكز خاصة ومركبات لذوي الإعاقة، كما التزم بعض المتدخلين برعاية فئة المتقاعدين وبناء مراكز اجتماعية للأشخاص المسنين.

إن تدخلات الأحزاب أغفلت عديد النقط التي تضمنها البرامج الانتخابية للأحزاب التي يمثلونها وهكذا نجد إغفال موضوع البيئة على الرغم من معاناة مجموعة من المدن من المشاكل البيئية، كما أن الحقوق الثقافية لم تحظ بالعناية الكافية سواء في البرامج الانتخابية أو تدخلات الأحزاب في التلفزيون. إذ تعد العبارات التي جاءت على لسان بعض ممثلي الأحزاب معدودة ومتضمنة فقط ذكر الثقافة دون تبيان كيفية النهوض بهذا الجانب والإجراءات التي يمكن بها تطوير المجال الثقافي على المستوى المحلي.

كما يلاحظ كذلك غلبة خطاب تبرئة الذمة بذل البحث عن بدائل وأفكار جديدة لخلق تنمية محلية مستدامة بالدوائر الانتخابية، يزكي ذلك سيادة حقل معجمي يمتح من خطاب المظلومية والعمومية دون الغوص في تشخيص مكامن الداء من قبيل: "حمي صوتك لمحاربة المفسدين"، "المشاكل كثيرة"، "محاربة الفساد"، "محاربة الفساد السياسي".

إن إجراء انتخابات الرابع من شتنبر 2015 في ظل دستور "جديد" جعل الأحزاب السياسية تردده في خطابها السياسي من خلال استعمال عبارات: الدستور والدستور الجديد ودستور 2011.

لقد تملك هاجس المشاركة السياسية للمواطنين في الانتخابات عموم السياسيين الذين تدخلوا في التلفزيون من خلال دعوتهم المواطنين من جمهور هذه الوسيلة الجماهيرية إلى المشاركة والتصويت بكثافة على الحزب الذي يمثله كل متدخل.

إن الخطاب السياسي للأحزاب عينة الدراسة ينهل من حقل معجمي متشابه نجد من خلاله نفس العبارات والملفوظات تتكرر وهذا ما يجعلها أمام مغامرة غير محمودة العواقب تتجلى في فقدان الانتباه المرجو من قبلها في صفوف المتلقين من جهور التلفزيون.

من خلال تحليل الحقول المعجمية المستعملة في الخطاب السياسي يتضح أنها تتوجه إلى عموم المواطنين باشتمالها على مضامين تميل إلى البعد الوطني منه إلى المحلي على الرغم من كون العملية الانتخابية تهم الانتخابات العامة الجماعية والجهوية.

المبحث الرابع: ضعف التواصل الحزبي وغياب التكوين المتخصص

يمكن تصنيف ممثلي الأحزاب السياسية المتدخلين في التلفزيون خلال فترة الحملة الانتخابية بشأن التواصل غير اللفظي إلى نوعين: نوع يعي جيدا أهمية اللباس والحركات والظهور بمظهر الجدية خلال الخطاب والتمكن من المرور في وسائل الإعلام بكل أريحية ودون مشاكل، بالإضافة إلى الوعي بإقحام هوية الحزب داخل فضاء التواصل من خلال لباس يحمل رمز الحزب، أما النوع الثاني فهو على طرف نقيض من الصنف الأول، ويظهر من خلاله الساسة يتعاملون دون الوعي بضرورة استغلال المرور في التلفزيون وما يتطلبه الأمر من التركيز وحسن استغلال الزمن التلفزيوني الذي يحتسب بالثواني.

إن إتقان التعامل مع وسائل الإعلام بات ضرورة، "إذ إنه من المستحيل بالنسبة لرجل السياسة أن يظهر بشكل موفق في برامج التلفزيون دونما استعانته بتدريب على ذلك"[132].

إن الأفكار والبرامج وحدها لا تكفي لتحقيق تواصل ناجح وفعال، على اعتبار أن الخطاب السياسي يعتمد في بناء مرجعيته الخاصة على أدوات متعددة "منها ما يعود إلى الملفوظ (المضمون) ومنها ما يعود إلى التلفظ (الآليات المستعملة في إقناع الناس وخلق حالة تواصل مثلى معهم) وحسن اختيار الرمز ومعرفة استثماره[133].

ترتبط المحددات المكانية باختيار توطين الخطاب السياسي وانتشاره. فنجد أن بلاطو الأخبار، بقدر ما يمنح الفاعل السياسي فرصة الظهور المباشر لعرض برنامجه الانتخابي وإقناع الرأي العام، فإنه يمنح نفس الحظوظ أمام السياسيين المتنافسين (الأحزاب المتنافسة) من خلال تخصيص نفس اللقطات التي يظهرون بها وهي كما تم تحديدها في نشرات الأخبار عينة الدراسة: لقطات مقربة أو قريبة تظهر ممثل الحزب ضيف النشرة ، لقطات كاملة تظهر الضيف والصحافي (ة) مقدم النشرة ، لقطات متوسطة..

ويمكن تصنيف أمكنة التواصل السياسي إلى أمكنة مركزية وأخرى هامشية يختلف تأثيرها حسب المجالات الحضرية والقروية وهي التي كانت مواضيع تغطية القناة الثانية ضمن الربورتاجات التي تم بثها ضمن نشرات الأخبار.

وتتعلق الأمكنة المركزية التي تم رصدها بالفضاءات التي تم فيها تنظيم التجمعات الانتخابية والتي تعد بدورها مقياسا لنجاح انطلاقة الحملة الانتخابية رغم صعوبة قياس تأثيرها على الناخبين، كما تعمل بعض الأحزاب على أن تجعل من هذه الفضاءات عنوانا لقوة التنظيم تراهن عليه للظهور في التلفزيون والإقناع به.

خاتمة:

[132]- Philippe J. Maarek, Communication et Marketing de l'homme politique, éditions Litec, 1992, p. 128.

[133]- سعيد بنكراد، الترميز السياسي والهوية البصرية للأحزاب السياسية المغربية، علامات، ع: 19، 2003، ص: 88.

من خلال هذه الدراسة حول التواصل الانتخابي للأحزاب السياسية خلال فترة الحملة الانتخابية يتضح أن هناك تنامي الوعي بأهمية التلفزيون كوسيط جماهيري مهم من أجل مخاطبة الرأي العام، غير أن التعامل معه تنقصه العديد من العناصر ومنها:

- ضعف ثقافة تعامل السياسيين مع التلفزيون كوسيط بينهم وبين المتلقي أي فئة الناخبين.
- استمرار إيمان الأحزاب السياسية بنجاعة التواصل الشخصي والإقناع بصورة الزعيم الحزبي وبالمناضلين الذين طبعوا تاريخ الحزب.
- تخلي الأحزاب السياسية عن الخطاب الإيديولوجي خلال مرورهم بنشرات الأخبار، مما يجعل المتلقي غير قادر على تحديد هوية الحزب انطلاقا من خطابه السياسي.
- عدم التزام الأحزاب السياسية والقناة الثانية بالمدة الزمنية المنظمة وفق قرار الهيأة العليا للاتصال السمعي البصري والتي انضبط إليها ممثلو هذه الأحزاب وممثلو وسائل الإعلام خلال عملية القرعة[134] التي أشرفت عليها وزارة الاتصال قبيل فترة الحملة الانتخابية بتنسيق مع وزارتي الداخلية والعدل وهمت توزيع المساحات الزمنية لظهور الأحزاب السياسية خلال الحملة الانتخابية لشتنبر 2015 في وسائل الإعلام السمعي البصري العمومية.

وبناء على هذا التشخيص تقدم هذه الدراسة التوصيات التالية:

- سن قانون خاص يؤطر استعمال الأحزاب السياسية لوسائل الاتصال السمعي البصري العمومي وولوجها المنصف إليها على طول السنة وعدم الاقتصار على القانون الذي يؤطر هذا الولوج لوسائل الإعلام فقط خلال فترة الحملة الانتخابية.
- الرقي بالخطاب السياسي لتعزيز الانخراط الواعي للمواطنين في تدبير الشأن العام، وذلك بالخروج من دائرة الابتذال والابتعاد عن السجالات غير المجدية والتي تعمل على تنفير المواطنين من العمل السياسي وتعميق دائرة العزوف السياسي.
- بذل مجهودات إضافية لتأهيل السياسيين في مجال التواصل السياسي وبالخصوص التعامل مع وسائل الإعلام من خلال دورات تكوينية في المجال، بعدما تم تسجيل قصور في التعامل مع الكاميرا وضبط مدة التدخل واختيار المعطيات (الحجج والأدلة) وفق قاعدة الهرم المقلوب (من الأهم إلى الأقل أهمية)، لأن هذه الوسيلة تبقى غاية في الأهمية بل نجد من يجعلها أهم من الرسالة في حد ذاتها .
- تقديم الأحزاب السياسية لخطاب واقعي مضبوط بعيد عن الوعود، بعدما تم تسجيل لجوء الأحزاب السياسية في خطابها لبرامج انتخابية موغلة في العموميات وخالية من لغة الأرقام.
- اعتماد الأحزاب السياسية على متخصصين في التواصل السياسي ومدهم بكل الإمكانيات لأداء مهامهم.

[134]- تم إجراء القرعة بمقر وزارة الاتصال المغربية بتاريخ 03 غشت 2015.

- عمل التلفزيون (القناة الثانية) على ترجمة مضامين الخطاب الأحزاب السياسية إلى لغة الإشارة لسهيل ولوج فئة الأشخاص ذوي الإعاقة إلى هذه المضامين.

قائمة المراجع:

- إبراهيم حمادة بسيوني، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، سلسلة أطروحات الدكتوراه، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، بيروت، فبراير 1993.
- أمحمد المالكي، المغرب وتجربة الانتقال الديمقراطي في إسبانيا، مساهمة في ندوة: تجارب الانتقال الديمقراطي المقارن، دفاتر سياسية، العدد 60، يناير 2004.
- الخطاب الملكي لمحمد السادس بتاريخ 20 غشت 2015.
- الدستور المغربي لسنة 2011.
- سعيد بنكراد، الترميز السياسي والهوية البصرية للأحزاب السياسية المغربية، علامات، ع: 19، 2003.
- عبد الرحمان عزي، علم الاجتماع الإعلامي، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2010.
- فتاح الله عبد الناصر، جريدة العلم، 17 يناير 2000.
- كارل بوبر، التلفزيون خطر على الديمقراطية، ص: 36، ذكره فتاح الله عبد الناصر، الاتصال السياسي بالمغرب، جريدة العلم 16 يناير 2002.
- محمد سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، 2000.
- منصوري فاطمة الزهراء، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، بحث لنيل الماستر بكلية الحقوق بجامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2013-2014.
- مي عبد الله، الدعاية وأساليب الإقناع، لبنان، دار النهضة العربية، 2006.
- وليدة حدادي، التليفزيون والتنشئة السياسية للمشاهدين، دراسة ميدانية وتحليلية للبرامج الإخبارية في التليفزيون الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 18،2014.

- Albouy (S), Marketing et Communication Politique, l'Harmattan, 1994.
- Alex Muccheilli, les sciences de l'information et de la communication, 2e Édition, Hachette, superieur, France, 1998.
- Bougrand (M), Le Marketing Politique, PUF, Que Sais-Je ? N: 1698.
- Cotteret (JM), Gouverner c'est paraitre, réflexion sur la communication politique, PUF, 1ere édition, 1991.
- London (D), Le Marketing politique, Dalloz, 1986.
- Oumama Kettani, La communication: A l'épreuve du modèle d'analyse communicationnelle intégré, Publication Annajah, 1ere édition, 2009.
- Philippe Guillot, Introduction à la Sociologie Politique, Armand Colin, Paris, 1998.

- Philippe J. Maarek, Communication et Marketing de l'homme politique, éditions Litec, 1992.

- Wolton (D), La Communication Politique : Construction d'un modèle, Hermès, N : 4, le Nouvel Espace Public, 1989 .

إعداد الشبكات البرامجية في الإعلام السمعي البصري

Roadmap to the Audio visual Media

د. يعقوب محمد الأمين

أستاذ مساعد بقسم علوم الإعلام وتقنيات الاتصال بجامعة العلوم الإسلامية. موريتانيا

ملخص البحث:

يعد الإعلام السمعي البصري عنصرا أساسا في بلورة وتفعيل المهام والوظائف الإعلامية الحقيقية، من أجل بناء وتكريس مشروع مجتمعي تنموي وحداثي، عبر الانتقال بالتلفزيون من ثقافة الفرجة التضييعية وتكريس الأوضاع السلبية والمتخلفة القائمة، إلى ثقافة إعلامية تنويرية وإنتاجية تساهم في رقي وتقدم الفرد والمجتمع العربيين بشكل عام.

وفي هذا السياق يتنزل هذا البحث الذي حاول أن يسبر أغوار الطريقة المثلى لإعداد خارطة برامجية نموذجية تعبر بصدق عن سياسة المؤسسة الإعلامية، وتدفعها إلى منافسة ناجعة ضمن تخطيط برامجي علمي، لايهمل ما يريده المشاهدون، وفي الآن ذاته يقدم لهم مايحتاجونه، وذلك من خلال محاور ثلاث هي: مفهوم وأهمية التخطيط البرامجي، تقنيات صناعة الشبكة البرامجية، مراحل إعداد الشبكة البرامجية.

Abstract

Audiovisual Media is considered a key component in the process of establishing real media. It is essential to successful functioning of Media and can contribute awareness and build societal prosperity.

Moving away from typical business of visual media and engraved unethical perspectives and contribute to building a fresh culture of productive media and informed opinion within the Arabian community.

On the above subject, this research is focused on the mechanics and tools of a new reform in media programs that reflect the mission of its editorial policies while remaining competitive wherever possible.

It shall not neglect the demands of the viewers and provide what they needs in the same time. All shall be done through the following titles:

Conceptualizing media; planning of shows and Techniques of making showtimes Steps.

توطئة:

قد يبدو التخطيط البرامجي في الإعلام السمعي البصري –لغير المتخصصين– في غاية اليسر والبساطة، لكن الواقع اليومي والتنافس الشديد بين القنوات التلفزيونية يبين أنه تمرين صعب، ومقلق، يتطلب تقنيات متطورة، وتدخلا آنيا وذكيا لتطوير شبكة البرامج التلفزيونية في الوقت المناسب.

إن احترام مواقيت البرنامج إلزام صارم، وهو من بين أبرز الإكراهات التي تؤرق المبرمج المحترف، نظرا لأهمية احترام المشاهد من جهة، واحترام موقع البرنامج داخل شبكة البرامج من البداية إلى النهاية من جهة ثانية؛ لأن الأمر ليس مجرد صدفة، وإنما هو إنتاج تفكير واستراتيجية إعلامية دقيقة تراعي عامل المنافسة.

إن الشروع في بث برنامج بعد 05 دقائق من برنامج القناة المنافسة، قد يضعف عدد المتتبعين، ويقلص من حجم نسبة المشاهدة، فمن المعلوم أن الجمهور يكون مشدودا إلى البرنامج المنتظر، وأنه في حالة ما انتقل إلى برنامج آخر في قناة منافسة في انتظار بث برنامجه المحتمل، قد يعدل بصفة نهائية عن مشاهدة البرنامج المرتقب، الشيء الذي يفسر مدى صعوبة التعامل مع جهاز التحكم الآلي، الذي بات يسهل هذه السلوكات الجديدة المتمثلة في سرعة الانتقال من قناة إلى أخرى، ويمكن أن نستشهد على ذلك بمنحنيات وخطوط نسبة المشاهدة.

غير أن استيعاب هذه الفكرة يحتاج إلى أن يشفعها المبرمج بتقنيات خاصة، تتماشى وسياسة القناة وهويتها، و ترسخ البرامج الأساسية والمحورية في خارطة البرامج التلفزيونية –التي تتكون من خانات موزعة عبر ساعات اليوم وأيام الأسبوع والأشهر– مع الانتباه التام إلى أن ما يبث في زمن الذروة، و يرشح لرفع عدد مشاهدي القناة أو الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المحتمل، يحدد بصفة عامة ملامح سياسة البرمجة التلفزيونية، التي يحتاج المشرفون عليها إلى وضع بدائل برمجية في حال تعذرت الخارطة الأصلية، لأسباب تقنية أو بشرية.

إشكالية البحث:

طالما تأكد وصول الرسالة الإعلامية ونفاذها إلى المتلقي عبر وسيط التلفزيون الذي مكنته خصائصه التقنية من ألا يخطئ الهدف، فإن الإشكالية التي تبقى مطروحة تكمن في الكيفية المثلى التي تكفل وصول مضمون الرسالة التلفزيونية إلى المتلقي، وكيف ينصاع لها من خلال من شبكة برامجية محكمة تراعي الظرف والترتيب المناسبين.

وفي هذا السياق ظهرت الحاجة ملحة لمعرفة التقنيات والآليات اللازمة لإعداد مسطرة برامجية تضمن بأن يكون لكل مؤسسة إعلامية سمعية بصرية مبرمجون يشرفون على تنفيذ الخطوط العريضة للسياسة البرامجية، كما سنتها الجهات العليا، في شكل شبكة برامج تبث إلى جمهور المشاهدين المستهدف بتلقي الرسالة الإعلامية.

فرضيات الدراسة:

إن إشكالية الدراسة في مجال التخطيط البرامجي، وخصوصا إعداد الشبكات البرامجية لاتكمن في الرغبة – فقط– في تحسين أداء الإعلام التلفزيوني، والخوض به في غمار المنافسة، وإنما في كيفية الإدراك الحقيقي لكنه المعالم الأساسية للبرمجة التلفزيونية، والأسس التي عليها تتبني، والقواعد عليها تعتمد، ومن هنا فإن فرضيات الدراسة في هذا الإطار تنحصر في سؤالين اثنين:

- السؤال الأول: كيف نجلب أكبر قدر ممكن من المشاهدين لقناة تلفزيونية ما؟
- السؤال الثاني: وكيف نجذبهم لمشاهدتها أطول فترة زمنية ممكنة؟

لذا سنحاول في هذا البحث الوقوف –ولو بشيء من الاجتزاء– على المعالم الأساسية التي تمكننا من تخطيط برامجي ناجح قادر على صناعة شبكة برامجية ناجعة تحقق الأهداف التي رسمتها المؤسسة وذلك من خلال المحاور التالية:

- أولا: مفهوم وأهمية التخطيط البرامجي
- ثانيا: تقنيات صناعة الشبكة البرامجية
- ثالثا: مراحل إعداد الشبكة البرامجية

أولا: أهمية ومفهوم التخطيط البرامجي

تقوم الخطط البرامجية للتلفزيون على السعي إلى تحقيق أهداف قريبة وأخرى بعيدة؛ لذا يتعين على واضعي البرامج معرفة السياسة العامة للقناة، والأهداف المراد تحقيقها، كما تمكن الاستعانة بذوي الخبرة والرأي، و كذا علماء الاجتماع والسياسة وعلم النفس؛ بحيث تكون الخطة محققة من خلال البرامج؛ لأن هناك "اتصالا وثيقا بين السياسات والتخطيط، فالسياسات تضع الأسس أو الخطوط العريضة أو المبادئ والقواعد والتوجيهات التي يقوم على أساسها النظام الاتصالي وتشرح الصعوبات التي يواجهها، بينما يعتبر تنفيذ السياسات من مهام التخطيط[135] ".

[135]- د. سهير جاد ـ البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي ـ الهيئة المصرية العامة للكتاب ـ 1987 ص 95.

لذا على التلفزيون القيام بترسيخ القيم الإيجابية وكل ما من شأنه خدمة المجتمع وتحقيق برامجه في التنمية والثقافة من خلال خطط آنية ومستقبلية، فلم يعد دور التلفزيون مقتصراً على مجرد النقل والتوصيل والنشر بشكل حيادي؛ إنما بدا إسهامه واضحاً وجلياً في حياة الجماعات، سياسياً، واقتصادياً، واجتماعياً، وثقافياً، وأصبح يهدف فيما يهدف إليه إلى تغيير الأفكار، والاتجاهات، والعادات السلوكية، والاستهلاكية، بما يحقق خدمة الأهداف لواضعي السياسة الإعلامية في المجتمعات.

ويرى بعض الدارسين أن "التخطيط الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف السياسية العامة التي تسعى الدولة لتحقيقها في المجالات الداخلية والخارجية، ويقوم على أساس استغلال كافة الإمكانيات الإعلامية والثقافية ومواكبة السياسة البرامجية"؛ مما يعني أن هناك حاجة واهتماما لدى فئات مجتمعية بمجالات محددة، ثقافية أو علمية أوأدبية أو فنية، ينبغي للأجهزة المختصة أن تعكف على إنتاج برامج تغطي هذه الاحتياجات بما يدعم دور كل شرائح المجتمع في البنيان الاجتماعي والتنموي والثقافي.

فالتلفزيون جعل الإعلام أمرا ميسورا، وصارت الجماعات تتابع الأحداث في أي مكان على الأرض بيسر وسهولة، فاطلعت الشعوب على ثقافات غيرها، وصارت الأحداث الثقافية تتابعها مجموعات بشرية عديدة لم تكن لتهتم بها لولا هذه الطفرة الإعلامية لوسائل الاتصال، ونلمس أن أكثر وسائل الإعلام نقلا وتأثيرا في الجماعات البشرية والأفراد هو التلفزيون الذي يجعل المشاهد مشاركا بكل حواسه من سمع، ورؤية، وانتباه، وتركيز، فهو ينقل العالم مصورا حاضرا بين يدي المشاهد وهو في بيته ليكون مشاركا في الحدث، أو النقاش، أو الحوار الثقافي.

وقد اهتم الدارسون وواضعو الخطط الإعلامية في المجالات المتعددة بتخطيط البرامج التلفزيونية –بعد دراسات عديدة– بحيث تتساوق مع الأهداف المرجوة، وتتلاءم مع الواقع، وما يحيط بالإنسان من تطور علمي وثقافي، فهذه الوسيلة التي تجذب المشاهدين بالصوت، والصورة، واللون، والحركة، لها تأثير على المشاهدين يتعدى المتعة وملء الفراغ، إلى التأثيرات السياسية، والاقتصادية، والفكرية، والاجتماعية، والثقافية.

ومن هنا فإن العديد من الباحثين في مجال الاتصال يرى أن التخطيط "عبارة عن مجموعة من المراحل والخطوات التي تتخذ لمواجهة الظروف خلال فترة زمنية مستقبلة، ويبدأ التخطيط . كنظرة مستقبلية– بالتفكير ومحاولة التنبؤ بما يمكن أن تكون عليه الظروف المستقبلية مع الأخذ في الاعتبار بالمتغيرات والظواهر التي يمكن أن تلعب دوراً أساسياً في التحكم في الصورة المستقبلية، ودراسة كل الإمكانيات والموارد والجهود التي يمكن استخدامها وكيفية الاستخدام الأمثل لها، ثم تأتي أخيرا مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات التي يجب اتباعها خلال الفترة الزمنية القادمة

التي يوضع لها التخطيط؛ بغية تنفيذ هذه الأهداف واتخاذ القرارات . على ضوء التصورات والتنبؤات والموارد المتاحة والممكنة . التي يمكن بمقتضاها مواجهة ظروف المستقبل وتحقيق الأهداف المطلوبة التي أمكن تحديدها[136]".

وهكذا يعتبر التخطيط بهذا المفهوم البداية المنطقية السليمة لأي عمل مطلوب إنجازه بمستوى عال من الكفاءة والفعالية.

ويوجه التخطيط كل الطاقات نحو هدف مشترك، وبدونه يصبح العمل عشوائيا، ويتصرف المسؤولون في غياب التخطيط بردود أفعال على المواقف والمشكلات التي تنشأ بعكس التخطيط الذي يخلق فيهم المبادرة والإبداع والريادة، فهو عملية متجددة تتضمن مراحل وخطوات تؤدي إلى إنجاز المهام والبرامج والأهداف.

وتكمن أهمية التخطيط البرامجي بشكل خاص في:

- ربط البرامج برسالة المؤسسة وأهدافها
- تجنب التكرار وتنسيق الأدوار
- توزيع الموارد بحسب الأولويات
- تحديد وظيفة وأهداف كل برنامج
- إيجاد الأسس اللازمة لتخطيط الحلقات
- إيجاد المعايير والمواصفات اللازمة لتقييم الأداء
- رصد التحديات وتحديد المشكلات

وعملية التخطيط البرامجي تحتاج إلى دراسة موسعة للمؤسسة الإعلامية وظروفها ومتغيراتها وما يحيط بها للوصول إلى تصور وافتراضات حول الظروف المستقبلية، وتحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة الإعلامية إلى تحقيقها خلال فترة زمنية محددة، والإمكانيات المطلوبة للتنفيذ في المجال البشري والمادي والفني لتحقيق أعلى النتائج، وتوزيع الفترة الزمنية على عناصر الخطة القريبة والبعيدة، مع المرونة في التعديلات اللازمة، الأمر الذي يؤكد أهمية المتابعة والمراجعة والتقييم.

ويقسم كثيرون الخطط اللازمة لأي عمل مؤسسي مستمر إلى أربعة أقسام: خطط طويلة الأمد تتعلق بالسياسات والإجراءات والقواعد، وخطط لفترة محدودة لهدف محدد، وخطط استراتيجية لها علاقة بالمسائل العامة التي تؤثر على المؤسسة، وخطط إدارية لكيفية تحقيق المشروع لأهدافه.

[136]- د.عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتليفزيون، منشورات: دار الماجد للطباعة والنشر ـ رام الله، الطبعة الأولى:2006، ص 99.

لذا يمكن القول إن التخطيط البرمجي في القنوات التلفزيونية بمختلف مراحله أصبح من الضرورة بمكان نظرا للعديد من العوامل لعل من أبرزها:

- محدودية الموارد والوقت
- طبيعة الرسالة ومتطلبات الرؤية
- تعدد الأهداف وتفاوت الأولويات
- تعدد الوظائف والأدوار
- تنوع الجمهور المستهدف والمتلقي
- غزارة المعلومات
- لا محدودية التفاعلات والآثار
- المنافسة والتطور التكنولوجي

ويرى د. حسين أبو شنب أن عملية تخطيط وتنفيذ البرامج يجب أن يواكبها "القيام بنشاط في مجال بحوث المشاهدين متعددي الاتجاهات لمعرفة احتياجاتهم ورغباتهم وقياس مدى استفادتهم لتأمين البرامج المنسجمة مع الهدف والجمهور[137]".

ويقوم التخطيط الأمثل في القناة التلفزيونية لمواجهة تحدي المنافسة الذي تفرضه الطفرة الإعلامية الحديثة على مجموعة من المبادئ هي: العلمية والواقعية والمرونة والتكيف.

- فأما **العلمية** فهي ضرورة لجوء المخطط إلى استعمال الوسائل العلمية في مرحلة الدراسة الأولية وإجراء التحليلات والتقديرات والتوقعات وفقا لمبادئ العلمية المتعارف عليها وعدم الاكتفاء بمجرد الظن والتخمين والتقديرات التقريبية.
- وأما **الواقعية** فهي أخذ جميع المعطيات الراهنة والمستقبلية بعين الاعتبار وإعطاءها وزنها الحقيقي في التقدير دون مبالغة أو إغفال لبعض العناصر التي لا تظهر قيمتها إلا عبر المنظور المستقبلي، مثل التطور التقاني أو ظهور منافسة جديدة.
- وأما **المرونة** فهي اعتماد أسلوب وضع بدائل متعددة في رسم الأهداف وفي حشد الموارد، واستعمال الوسائل المتوفرة حاليا، والتي تظهر خلال زمن الخطة لئلا يصطدم المخطط بحالات التعارض التام بين الأهداف المسطرة والوسائل المستعملة أو الموارد المرصودة، ومبدأ المرونة هذا تفرضه سرعة التغيرات المعروفة عن قطاع الإعلام في الوقت الراهن، فهي وتيرة قل أن يعرفها قطاع آخر من قطاعات النشاط الاجتماعي.

[137]- د. حسين أبو شنب ـ رسالة ماجستير- دور التليفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج ـ جامعة القاهرة ـ كلية الإعلام 1982- ص 143.

- وأما **التكيف** فهو ضرورة مراعاة جميع الاعتبارات التي تؤثر في تنفيذ المخطط وجميع التغيرات التي يمكن أن تحصل أثناء تنفيذه، سواء تعلق ذلك بالممارسة الإعلامية أو بالمؤسسة أو بالمحيط المباشر (كالسوق والتقنيات الحديثة) أو بالبيئة الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تعمل فيها[138].

وبما أن البرامج هي عقل القناة وقلبها النابض، والوسيلة التنفيذية التي تحقق رسالة القناة وأهدافها ووظائفها، والأوعية التي تنقل للجمهور المضمون الذي تبثه القناة من معلومات وأفكار ومواقف وآراء؛ فإن السعي لترتيبها وتنظيمها، بما يواكب حاجات الجمهور والسعي للحفاظ عليهم أمام الشاشات أطول فترة ممكنة، يعد أمرا مهما وضروريا؛ لذا يمكن القول إن التخطيط البرمجي هو "عملية ربط البرامج برسالة المؤسسة ورؤيتها وأهدافها العامة ووظائفها الرئيسية في ضوء الموارد المتاحة والسياسات العامة[139].

وإذا ما تم انتهاج هذه العملية بدقة ومهنية فإن القناة التلفزيونية تصبح قادرة على خوض غمار المنافسة؛ لأنها أصبحت تمتلك قدرات تنافسية لابأس بها، وإن على المستوى النظري، غير أن التراخي في تطبيق خطة برامجية واضحة غالبا ما يؤدي إلى ضعف في القناة وترهل في شبكتها البرامجية، لعل مرده إلى عدة أسباب من أبرزها:

- ضبابية الأهداف السياسية للمؤسسة
- ضعف الإحساس بأهمية التخطيط ودوره
- ضعف القدرات التخطيطية
- الخوف من المساءلة والمحاسبة
- النزعة الفردية وضعف المستوى المهني

ثانيا: تقنيات صناعة الشبكة البرامجية

لقد بدأ مديرو التخطيط البرامجي التفزيوني منذ التسعينات يأخذون بعين الاعتبار الحقائق التالية[140]:

- أن تنوع أنماط البث التفزيوني، وتعدد القنوات التلفزيونية قد عجلا في تجزئة جمهور التلفزيون، فأمام وفرة العرض التلفزيوني الذي تطرحه مئات القنوات التي يبث أغلبها على

---

[138]- التخطيط في المؤسسات الإعلامية، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدولة العربية، العدد الأول، 2007، ص 03.

[139] _ موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي (www.al-raeed.net/training)

[140] _ فن البرمجة وإعداد الخارطة البرامجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية التصور و الممارسة"، الدكتور نصر الدين لعياضي، من منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية ضمن سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، (59) تونس 1428هـ/2007م، ص:43

مدار اليوم، وتشتيت اهتمام المشاهدين، وتباين انشغالاتهم، أصبح من الصعب التنبؤ بأذواقهم وميولهم التي تتغير بسرعة في ظل إيقاع الحياة المتسارع.

- أن سلطة المشاهد في اختيار البرامج التلفزيونية المعروضة قد استقوت، ونمت مقدرته على بناء شبكة البرامج التي يرغب في مشاهدتها، بفضل المشاهدة الفردية التي استشرت بوجود أكثر من جهاز تلفزيون في البيت الواحد من جهة، ومصاحبة جهاز التحكم عن بعد لفعل المشاهدة التلفزيونية من جهة أخرى، فكل أجهزة التلفزيون، تقريبا، أصبحت تباع اليوم بجهاز التحكم عن بعد.
- أن ما تبثه القنوات التلفزيونية المشابهة أو المنافسة قد يفيد معد شبكة البرامج في تحديد استراتيجيته، وشحذ الأساليب الأنسب لتنفيذ أولوياته دون أن يفقد جزء من جمهوره إن لم يفلح في كسب جمهور جديد.

وبأخذ هذه العوامل بعين الاعتبار، تستخدم القنوات التلفزيونية جملة من التقنيات المختلفة التي تخدم أهدافها المذكورة، نذكر منها على وجه التحديد تقنيتين أساسيتين:

1. **تقنية البرمجة المعارضة أو المعاكسة:** ظهرت هذه التقنية سنتي 1984- 1985 لأول مرة في القنوات التلفزيونية التجارية الإيطالية التي يملكها "برلسكوني" وطبقتها بمنهجية دقيقة، وتتلخص هذه البرمجة في سحب الحصص التلفزيونية التي تشترك قناته في بثها مع بقية القنوات التلفزيونية المنافسة، خاصة قناة "رأي" (RAI) التابعة للقطاع العمومي ومعاكستها بحصص تلفزيونية أخرى تختلف تماما عنها، لتفتيت المشاهدين داخل الأسرة التي تعد خلية مشاهدة التفزيون[141].

لقد حكم على هذه التقنية بالفشل في ذلك الوقت، لكونها تستند إلى "الأقليات السمعية البصرية" داخل الأسر: الأطفال، الشباب، النساء والتي لا تستطيع في الغالب فرض رأيها على الأسرة، وتختار لهم ما تريد أن يشاهدوه في هذه الفترة من البث.

ويبدو أن هذا الحكم قد تراجع مع وفرة أجهزة التلفزيون في البيت، وإمكانية متابعة البرامج التلفزيونية عبر شبكة الانترنت، وإمكانية مشاهدة برامج التلفزيون بأثر رجعي، عبر أجهزة استقبال البث التلفزيوني المزود بذاكرة لتخزينه، هذا مع تنامي سلطة الفرد في اختيار البرنامج الذي يريد مشاهدته دون الخضوع إلى رغبة من يملك قرار مشاهدة البرامج التلفزيونية ويفرضه على أفراد الأسرة.

لقد أفلحت قناة التلفزيون الفرنسي السادسة على سبيل المثال في تطبيق تقنية البرمجة التلفزيونية المعاكسة؛ إذ اجتهدت في تقديم فهم مغاير لها، لقد أدركت هذه القناة بأن البرمجة المعاكسة لا

[141]- نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره، ص: 28

تعني السعي إلى زيادة عدد مشاهدي برامجها في الوقت الذي تقدم فيه القنوات التلفزيونية المنافسة برامج قليلة الرواج، والانسحاب من المنافسة في الوقت الذي تعرض فيه هذه القنوات أقوى ما تملك من برامج تلفزونية.

إن البرمجة المعاكسة لدى هذه القناة تعني "التلاعب" بالبرامج، والتوجه إلى فئات اجتماعية مختلفة ببرامج بديلة، فقد اتجهت القناة التلفزيونية المذكورة إلى بث "المجلات السياسية المصورة خلال تهافت القنوات التلفزيونية الفرنسية على تقديم الأفلام يوم الأحد لجمهور ترعرع في ظل التقاليد السينمائية، ولسحب جمهور القنوات التلفزيونية الفرنسية المنافسة إبان بث الجرائد المصورة على الساعة الواحدة زوالا، تبث القناة المذكورة المسلسلات الأمريكية التي حققت شعبية كبرى، وقد حقق برنامجها البديل أو المعاكس نجاحا مشهودا.

وطور التلفزيون العمومي الياباني من جهته هذه الطريقة لمواجهة زحف القنوات التجارية التي فرضت ذاتها في الفضاء السمعي البصري.

وتعبر البرمجة المعاكسة عن وفرة المادة التفزيونية المعروضة على الجمهور وتعددها وتنوعها، لكن الملاحظة الامبريقية كانت تؤكد بأن غاية التعدد المذكور يصبح مطلبا اقتصاديا أكثر منه سياسيا وثقافيا إن لم يؤطر بسياسة إعلامية وثقافية واضحة المعالم، وهو ما بدأت القنوات التلفزيونية العربية تأخذه بعين الاعتبار.

2. تقنية البرمجة بالمحاكاة: لاتقتضي هذه التقنية من المشرفين على التخطيط البرامجي التلفزيوني التصدي للقنوات المنافسة بإدراج برامج تلفزيونية مختلفة أو معاكسة، كما هو الحال في التقنية الأولى، بل تتطلب القيام بتقليدها، سواء باعتماد التنظيم ذاته في عرض الوحدات الأساسية التي تشكل خارطة البرامج التلفزيونية: بث الأفلام والمسلسلات في الوقت ذاته الذي تبث فيه القناة المنافسة هذه البرامج أو تقديم برامج مماثلة في الشكل أو التصور سواء في الوقت ذاته الذي تبثها فيه القنوات المنافسة، أو في وقت مغاير.

هذه التقنية تتجلى في مختلف نسخ برامج التسلية الواحدة ذات المضمون الواحد، والتي تختلف تسميتها من قناة تلفزيونية إلى أخرى، ومن بلد إلى آخر، والتي تعبر عن عملية استنساخ البرامج التلفزيونية الناجحة.

لقد انتشرت هذه التقنية بشكل ملفت للنظر في القنوات التلفزيونية التجارية تحديدا، خاصة بعد أن هيمنت برامج تلفزيون الواقع[142] واجتاحت القنوات التلفزيونية في عشرات الدول، بدء من القناة

[142]- تقوم فكرة برامج تلفزيون الواقع على البث المباشر لتفاصيل الحياة اليومية لأناس عاديين يعيشون معا في منزل واحد على مدار اليوم (24/24 ساعة) طيلة عدة أسابيع.

التجارية الصغرى المسماة (Veronica) بهولندا التي بثت لأول مرة برنامج: "الأخ الأكبر" سنة 1999 وصولا إلى السويد وبلونيا وفرنسا واسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية واستراليا وكندا والأرجنيتن والبرازيل مرورا ببعض الدول العربية مثل لبنان وتونس و الإمارات...

و يعتقد البعض أن ميلاد هذه التقنية كان نتيجة منطقية لاعتماد القنوات التلفزيونية التجارية المتزايد على الإعلان في تمويلها، وارتهان برمجتها بالعائد المالي، فإذا كان البعض يطلق عليها صفة التماثل، فإن البعض الآخر يصفها بتداخل مضامين وسائل الإعلام على غرار التناص، وحتى نبسط هذا المفهوم الأول، نترجمه بصعوبة في تقديم برنامج تلفزيوني دون أن يتأثر أو يتداخل مع بقية البرامج التلفزيونية الموجودة في المشهد السمعي البصري، خاصة في ظل العولمة التي عممت "أشكال" البرامج التلفزونية، والتصورات للترفيه والإعلام.

ويصنف الباحث "جون ستوك" البرمجة التلفزيونية إلى نوعين: البرمجة العمودية والبرمجة الأفقية، فالنوع الأول يعطي الأولوية للبرامج الجديدة، ويتمسك بتواصل البرامج التلفزيونية وتعاقبها بدون تكرارا، بهدف اجتذاب الجمهور وإبقائه أطول فترة ممكنة أمام الشاشة الصغيرة لمتابعة القناة التي تقترح هذا النوع من البرمجة.

ويراهن النوع الثاني على برامج معينة تبث في مواعيد ثابتة، يستأنس بها المشاهدون ويتابعونها، ويتعودون عليها حتى تصبح جزء من حياتهم، وتحتل موقعا في أجندة نشاطهم الاجتماعي، ويسعى هذا النوع إلى اجتذاب الجمهور بشكل دوري ومنتظم لمتابعة برنامج محدد أيا كان مستحدثا أو "قديما".

لتجسيد هذين النوعين من البرمجة برع مبرمجو القنوات التلفزيونية الأمريكية في تجريب بعض التقنيات التي ما زالت تحتفظ بأسمائها الأصلية باللغة الانجليزية حتى بعد تعميمها على العديد من القنوات التلفزيونية الأجنبية الأخرى، وسنكتفي بأشهرها وهي[143]:

1. Stripping (التجريد أو التعرية): تتمثل هذه التقنية في تعيين برنامج معين، وبثه خلال خمسة أيام متتالية في الأسبوع، حيث تسهل هذه التقنية ترقية البرنامج المذكور

وقد عرض برنامج "الأخ الأكبر، Big Brother" في أمريكا الشمالية، وفي عشرة بلدان أوربية بنفس الشكل تقريبا، قوبل بانتقادات حادة من قبل الصحافة والفاعلين في المجال الإعلامي، رغم تحقيق هذه الحلقات لنسب مشاهدة مرتفعة للغاية، وغير مسبوقة بالنسبة للعديد من القنوات.

وهناك نوع ثان من البرامج الواقعية يتقاطع تصوره مع الألعاب والمسابقات التلفزيونية الاكلاسيكية، مثل "Survivor" الذي ظهرت فكرته أول مرة في السويد، وبث تحت عنوان: Expedition Robinson، ويقوم تصوره على اختيار مجموعة مرشحين يتنافسون على إنجاز العديد من المهمات الصعبة والخطيرة، يقصى المتنافسون تباعا حتى يفوز أقواهم بمبلغ مالي كبير جدا.

والنوع الثالث من البرامج الواقعية يقوم تصوره على البعد التنافسي بين مجموعة أصوات غنائية على أمل أن يصبحوا نجوما في عالم الموسيقى، وقد استنسخت الفكرة الأصلية لهذا النوع من البرامج، و أدخلت عليها مجموعة من التعديلات لتعرض على شاشة العديد من القنوات التلفزيونية بعناوين مختلفة: Star maker, Star Academy, Super Star ولاقت إقبالا جماهيريا كبيرا، محققة أعلى نسب للمشاهدة.

[143]- دراسات حول الإعلام التلفزيوني، منشورات سينما وتلفزيون، سنة 2011. ص:11.

وترويجه، وتعود الجمهور عليه، وتخدم غاية البرمجة الأفقية، بشكل أفضل، وهذا ما نلاحظه في المسلسلات التلفزيونية التي تبث في مواعيد ثابتة.

2. Checker boarding (رقعة الدومنو): تقوم هذه التقنية على بث خمس برامج مختلفة في الأسبوع في موعد واحد وثابت، وتوظف هذه التقنية لمعالجة النقص المسجل في المواد التلفزيونية التي تسمح للقناة بتنفيذ التقنية الأولى.

3. Hammocking (الأرجوحة الشبكية): تتمثل هذه التقنية في إقحام مادة تلفزيونية جديدة في شبكة البرامج وسط مادتين ناجحتين لتستفيد من صيتهما، وتضمن قدرا من النجاح في انطلاقتها، وتتطلب هذه التقنية قدرا كبيرا من الحذر؛ لأن جمهور المادة التلفزيونية الثانية قد يفقد صبره في انتظارها، وعوضا أن تكسب المادة التفلزيونية الجديدة المقحمة جمهورها، تفقد المادة الثانية جزء من جمهورها المكتسب الذي يريد مجرد الاطلاع على برنامج القناة التلفزيونية المنافسة فقط، ويظل يشاهدها دون أن يعود لمشاهدة القناة المذكورة.

ويزداد هذا الحذر من استخدام هذه التقنية في الوضع الحالي الذي يتميز بوفرة ما تعرضه القنوات التلفزيونية المختلفة.

1. Lead in (القيادة أو التوجيه داخل شبكة البرامج): تتمثل هذه التقنية في بث المواد التلفزيونية الأكثر شعبية وانتشارا في بداية المشاهدة التلفزيونية، لتضمن بقاء الجمهور متابعا للقناة وهي تبث المواد التلفزيونية الأقل شعبية، وتعتمد هذه التقنية على المعطيات الإحصائية التي تعزز الزعم القائل إن 90% من المشاهدين لايغيرون القناة التلفزيونية التي يشاهدونها ما بين مادتين تلفزيونيتين.

إن هذه التقنية تستند إلى تقليد شائع في التلفزيون الأمريكي والمتمثل في تغيير موعد بث المواد التلفزيونية، خاصة المسلسلات التلفزيونية التي تحظى بنسبة عالية من الإقبال على مشاهدتها، لأسباب مختلفة، منها: ترك المجال لمادة تلفزيونية أقل حظا في المشاهدة، وتفادي المنافسة الشرسة لمسلسل تلفزيوني آخر قوي، يبث في الوقت ذاته في قناة تلفزيونية منافسة، ويمكن أن يكون هذا التغيير في موعد بث المادة التلفزيونية الناجحة ضربة قاضية عليها.

لقد طبق التلفزيون الفرنسي هذه الطريقة دون ترحيل موعد بث البرامج التلفزيونية الأكثر جماهيرية، فبرنامج الألعاب التلفزيونية الذي كانت تبثه القناة الثانية من التلفزيون الفرنسي والمعنون بـ "Qui est qui?" والذي جذب حشدا كبيرا من المشاهدين، استخدم كوسيلة لاستقطاب المشاهدين لمتابعة الجريدة المصورة، وينطبق الأمر ذاته على البرنامج الشهير " Question pour un

champion?" الذي تبثه القناة الثالثة من التلفزيون ذاته، والذي يستخدم لاستبقاء الجمهور لمتابعة الجريدة المصورة التي تبث بعده مباشرة.

2. Tent poling (خيمة الإرساء): تتمثل هذه التقنية في إرساء بث مسلسل تلفزيوني ناجح وسط مادتين تلفزيونيتين جديدتين لتستفيدا من نسبة مشاهدة المسلسل التلفزيوني المرتفعة، وتضطر القناة التلفزيونية إلى استخدام هذه التقنية في حالة عدم مقدرتها على تطبيق التقنية الثالثة المذكورة أعلاه.
3. Stunting (تحويل النظر أو الانتباه): توجب هذه التقنية إحداث التغيير المفاجئ في انتظام شبكة البرامج التلفزيونية بإقحام بعض المواد التلفزيونية أو البرامج الحديثة في خارطة البرامج التلفزيونية العادية بتكديس بثها خلال عدة أيام، أو إبان إجراء سبر آراء المشاهدين، وتكلف هذه التقنية ميزانية القنوات التلفزيونية كثيرا؛ لأنها تدفعها إلى بث أفضل ما تملك من مواد تلفزيونية أوتخصيص مبالغ مالية؛ ضخمة للوفاء بمتطلباتها.
4. Spin off (الهبوط اللولبي السريع): تقتضي هذه التقنية ترقية الأفلام والمسلسلات الجديدة لضمان حد أدنى من النجاح في وقت قياسي بفضل إسناد دور البطولة للممثلين الذين قاموا بأدوار ثانوية في المسلسلات والأفلام التي حققت نجاحا كبيرا، فقد استعان المسلسل الأمريكي Knots landin بممثلي المسلسل الأمريكي الشهير "دلاس" (Dallas).
5. Grossover (التزايد نهج التزايد): الاستعانة بحضور نجم برنامج تلفزيوني ناجح في برنامج تلفزيوني آخر متاخم لمساعدته في رفع عدد مشاهديه.

و يعتقد البعض أن هذه التقنية غير مضمونة النتائج في القنوات التلفزيونية العربية؛ لأن مفهوم النجم أصبح مبتذلا في القنوات التلفزيونية العربية، ويدل على أي شخص يظهر في الشاشة الصغيرة أو الكبيرة أو انضم إلى منتجي المواد الاستعراضية من جهة، والبرامج التلفزيونية التي تستضيف "النجوم" تكتظ إلى حد الاختناق في شبكة برامج القنوات التلفزيونية العربية من جهة ثانية.

6. Aging the demos (الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور بالعرض التدريجي): تعتبر هذه التقنية كلاسيكية، وتلح على تقديم البرامج التلفزيونية للوصول بشكل تدريجي إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين الذي يملكون استعدادا للمشاهدة بدء من الأطفال وصولا إلى كل أفراد الأسرة المجتمعين لمشاهدة التلفزيون، برمجة الرسوم المتحركة للأطفال إثر عودتهم من المدارس، وبعد نصف ساعة تبرمج كوميديا عائلية، ثم يأتي موعد الألعاب التلفزيونية في الساعة الخامسة، وتبرمج الأخبار في الساعة السابعة أو الثامنة ليلا.

بجانب التقنيات المذكورة، يمكن الإشارة إلى بعض التقنيات الحديثة في البرمجة التلفزيونية نذكر منها[144]:

أ. محاكاة سلوك المشاهدين: للتقليل من فعل المشاهدة التلفزيونية المتواثبة Zapping اتجهت عديد القنوات التلفزيونية إلى مراجعة برمجتها التلفزيونية خاصة الترفيهية، ببث المواد التلفزيونية المختلفة، والتي تتسم بإيقاع سريع ومتدافع، والتي تقفز من موضع إلى آخر، فعملية التصوير والمونتاج تكون بالطريقة ذاتها التي تجسد المشاهدة المتواثبة؛ وكأن هناك يدا خفية تضغط على أزرار جهاز التحكم عن بعد في الشاشة فتتغير اللقطات والمشاهد والمواضيع في البرنامج التلفزيوني الواحد بدل القفز لمشاهدة القنوات.

لقد أصبحت اللقطة التلفزيونية أقصر وأسرع، والإيقاع شديد السرعة مبددا ملل المشاهد، فالمهم في العرض التلفزيوني أصبح يتلخص في إثارة فضول المشاهد دون تلبيته.

ب. الشروع في تقديم البرنامج الموالي قبل الومضات الإعلانية (الإشهارية) المعتادة، لمحاولة إبقاء الجمهور في انتظاره، وهذا خلافا لما كان متداولا في الممارسة التلفزيونية السابقة إذ كانت الرسالة الإعلانية تبث في نهاية أي برنامج تلفزيوني، وقبل الانطلاق في بث البرنامج التلفزيوني الموالي، كما وظفت تقنيات "To Teaser" وتعني ملاحقة المشاهد من خلال الإعلان، لمدة لاتزيد عن 30 ثانية، عن المسلسل أو الفيلم الموالي قبل إطلاقه؛ لاجتذاب المشاهد، هذا إضافة إلى تكرير الإعلان عن البرنامج قبل موعد بثه بأسبوع على الأقل.

ت. بث برامج تلفزيونية قصيرة مثيرة ومتميزة وترضي "زبوني" القناة التلفزيونية في آن واحد، الجمهور والمعلنون، مثل (صورة اليوم)، (صورة الرياضة)، (مساكن ليست كالأخريات) وغيرها من البرامج التي تأخذ صيغة لافتة إعلانية، وتتسابق القنوات التلفزيونية على برمجتها قبل موعد بث البرامج الأساسية أو الهامة، خاصة نشرة الأخبار بالنسبة للقنوات التلفزيونية الجامعة والعمومية.

ث. بث البرامج المشابهة مع الاستفادة ببعض الثواني لسباق القناة المنافسة، فقد استخدمت القناة الأولى من التلفزيون الفرنسي هذه التقنية؛ حيث شرعت في بث جريدتها المصورة قبل القناة التلفزيونية الثانية بأربعين ثانية، أي خلال استمرار هذه الأخيرة في بث الرسائل الإعلانية (الإشهارية)، وفي وقت تتزايد فيه عملية المشاهدة المتوثبة، وتحرص على اختتام جريدتها المصورة بعد انتهاء القناة التلفزيونية الثانية من بثها بحوالي دقيقة أو دقيقتين.

ج. استثمار التفاعلية لرفع شعبية بعض البرامج التلفزيونية: لقد أعطت التفاعلية حيوية جديدة للبرمجة التلفزيونية؛ فاستغلت لزيادة شعبية بعض البرامج التلفزيونية، وشد الجمهور

[144]- دراسات حول الإعلام التلفزيوني، منشورات سينما وتلفزيون، سنة 2011. ص:13.

للمسار الذي تسلكه بعض البرامج التلفزيونية، ففي تلفزيون الواقع يتحول المشاهد القابع في دفء بيته إلى طرف في البرنامج بتصويته على المتنافسين ومسلك البرنامج، ومن لم يشارك في البرنامج كمصوت أو مجيب أو مساعد للمجيب على السؤال المطروح (هذا ما تتيحه إمكانية الاتصال بصديق) أو كضيف في الاستيديو فإنه يشارك في الإجابة على السؤال الذي يملأ الشاشة الصغيرة إبان بث البرنامج المذكور، و من أجل تشجيعه على فعل ذلك تخصص القنوات التلفزيونية جوائز لكل إجابة صحيحة، و الغرض الأساسي من كل هذه الحيل توريط المشارك في البرنامج، ودفعه لترقب موعد بثه (غرض البرمجة الأفقية)، وإبقائه أطول فترة ممكنة (البرمجة العمودية).

لقد بلغ التسابق للإعلان على المسابقات في القنوات التلفزيونية حدا مقلقا، واستنكارا من طرف الجمهور، ولم تنج منه بعض القنوات التلفزيونية التي أصبحت مع الأسف "تتسابق" على المشاهد للاستيلاء على نقوده؛ جراء تسعيرة المكالمات الباهضة لإجابة عبر الهاتف على السؤال المطروح.

لقد تفننت القنوات التلفزيونية في مهارات إلقاء القبض على المشاهد، فأصبحت تشركه في كتابة سيناريو بعض المسلسلات التي تترك نهايتها مفتوحة، وتنتظر مبادرته لاستكمال السيناريو من خلال قيام المخرج بطرح ثلاثة بدائل أو أكثر للحلقة القادمة من المسلسل.

وإذا كانت هذه التقنيات كلها تستخدم داخل القناة التلفزيونية وتثبت في شبكة البرامج، فهناك بعض التقنيات التي تجري خارج الشاشة الصغيرة، وتمارس لجذب المشاهد وربطه بالقناة.

إن التسويق الثقافي أصبح إحدى الأدوات الأساسية التي تستند إليها القنوات التلفزيونية في تحديد استراتيجية برمجتها، لكن بعض القنوات أصبحت تستخدم بعض مهاراته لترقية بعض برامجها ورفع درجة شعبيتها، ومن هذه المهارات يمكن أن نذكر "المواد المشتقة" من البرامج التلفزيونية، مثل طبع اسم البرنامج التلفزيوني على الأقلام أو الملصقات أو القبعات أو الأقمصة من أجل توسيع شعبيته.

إن هذه التقنية لاتنطبق إلا على البرامج التي ترشحها بعض القنوات التلفزيونية لتكون قاطرة تجر برامجها التلفزيونية، أو القيام بالترويج "لمذيع البرنامج التلفزيوني الموعود، من خلال "البوستيرات" لأن شعبيته ترفع من جماهيرية البرنامج.

لقد توصلت بعض البرامج إلى تفعيل علاقاتها مع مشاهديها من خلال البريد الالكتروني أو البريد التقليدي الذي ألصقت به صفة الكسل، وأسست نوادي وجمعيات عشاقه أو محبيه تتولى مهمة الترويج له لزيادة شعبيته.

وبشكل عام فإن إدراك كل تلك التقيات والفنيات، لا يعني بالضرورة تطبيق إحداها دون الأخرى، وإنما قد يلعب الجمع بينها أو بين بعضها في بعض البرامج أو الدورات البرامجية دورا مهما في تطوير البرمجة التلفزيونية، وتحسينها، والاستحواذ على أكبر عدد من المشاهدين، إذا ما كان ذلك وفق تخطيط وتنفيذ برامجي محكم ومتقن، يراعي المراحل الضرورية لأي تخطيط برامجي ناجع يحدد بمنتهى الدقة الخيارات التي ستراهن عليها القناة خلال عملية البث، أي عند التوجه لفئات الجمهور المستهدف.

ثالثا: مراحل إعداد الشبكة البرامجية

عادة ما يحرص الطاقم المعد للخارطة البرامجية على تقديم تشكلة متنوعة من البرامج يوميا لجمهور المشاهدين، بحيث تلتزم القنوات العامة بمراعاة المقياس الوظيفي عبر تضمين شبكاتها البرامجية أصناف برامج تستجيب للوظائف الكلاسيكية الثلاث: الأخبار، الثقافة والترفيه، مع توزيع هذه الوظائف بشكل متوازن وتناوبي.

لكن استحضار جميع القنوات للمقياس الوظيفي لا يعني أن تكون شبكات البرامج نسخا طبق الأصل من بعضها البعض، ذلك أن كل قناة تلفزيونية تعمل جاهدة على إعطاء صبغة خاصة لبرامج تميزها عن باقي القنوات حتى تكون في مستوى احتدام التنافس في مجال التلفزيون.

إن التخطيط البرامجي ليس مجرد ملء زمن البث بتشكيلة متنوعة من البرامج، بل هو كل متجانس ومنسجم، يوظف لخدمة السياسة الإعلامية للقناة؛ مما يجعل تجسيد مخرجاته على شكل خارطة برامجية عملية غاية في الصعوبة والتعقيد؛ بسبب تعدد الفاعلين المتدخلين في هذه العملية من جهة، و بسبب ضرورة الالتزام ببعض العناصر القارة المتحكمة في البرمجة من جهة ثانية، مع مراعاة أن تتحلى الشبكة البرامجية بنوع من المرونة حتى تكون قابلة لإدخال بعض التغييرات عليها إذا ما اقتضى الأمر ذلك.

يقتضي التخطيط البرامجي التحضير لشبكة البرامج مرة كل سنة على يد مصلحة البرمجة، تحت إشراف الإدارة العامة للقناة، بتنسيق مع قسم الإنتاج، وبمشورة اللجنة الدائمة لاختيار البرامج؛ حيث تمتلك جميع هذه الهيئات الفاعلة والمتداخلة كامل الصلاحية في إدخال التغييرات والتعديلات اللازمة على شبكات البرامج.

وتستمد الشبكة البرامجية الجديدة خطوطها العريضة من سابقاتها مع تبني بعض الاقتراحات، وقبول الانتقادات التي تفرزها المشاورات مع قسم الإنتاج، أو الواردة على صفحات الجرائد، أو الناتجة عن استطلاعات رأي الجمهور.

ويستند واضعو الشبكات البرامجية إلى العرف المهني، القاضي بأن التحضير لشبكة البرامج يتم في مجال محدد فيما بين مصلحة البرمجة، وقسم الإنتاج وإدارة القناة[145]، في ظل غياب أي إطار مرجعي يمكن الركون إليه، أو نصوص منظمة لهذه العملية.

لكن التخطيط العلمي من أجل إنجاز شبكة برامجية نوعية تجمع الثنائية الصعبة: "جلب أكبر قدر ممكن من الجماهير للقناة التلفزيونية والحفاظ عليهم أطول فترة ممكنة" يقتضي أن تصدر عملية إخراج الشبكة البرامجية إلى حيز الوجود وفق أربع مراحل:

1. جمع المعلومات

تتم هذه المرحلة على مستوى مصلحة البرمجة التي تبادر إلى إبداء مجموعة من الملاحظات حول الشبكة السابقة، ثم تباشر بجرد المواد الجاهزة للشبكة اللاحقة، و تعقد حول هذا الغرض عدة لقاءات مطولة بين قسمي البرمجة والإنتاج؛ حيث يقترح قسم الإنتاج البرامج القابلة للإعداد، وفق الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية المتاحة داخل القناة، ويكون الهاجس دوما هو إعداد شبكة أفضل من سابقتها، من خلال نقد الشبكة السالفة شكلا ومضمونا، والعمل على تجاوز نقاط الضعف ومكامن الخلل التي شابتها.

تضاف مع كل موسم تلفزي جديد برامج حديثة، تأخذ مكانها داخل الشبكة إلى جانب مجموعة من البرامج الراسخة التي تحدد الهيكل الأولي للشبكات البرامجية، و تابعها المشاهد على امتداد عدة مواسم، وخلال مرحلة جمع المعلومات يتكلف قسم الإنتاج بإمداد مصلحة البرمجة ببطاقة تقنية حول كل منتوج تلفزي جديد حتى يسهل إدماجه في بنية الشبكة، تتضمن هذه البطاقة معلومات حول طبيعة البرنامج، مدته الزمنية، عدد حلقاته، الجمهور المستهدف..

ويطلع معد الشبكة البرامجية على كل المعطيات المتعلقة بالبرامج المقتناة من الأسواق البرامجية، والتي تشمل الأعمال الدرامية، البرامج الوثائقية، الأغاني المصورة، الرسوم المتحركة.. من أجل معرفة البرامج الممكن اقتناؤها لتدارك الخصاص الحاصل على مستوى الإنتاج الوطني، والاستجابة لضرورة الانفتاح على إنتاجات تلفزيونية أجنبية؛ بغية إرضاء جميع الأذواق والاستجابة لحاجيات المشاهدة لدى كل فئات الجمهور المستهدف.

ويقتضي عمل معدي الشبكة البرامجية التدوين القبلي لمجمل المواعيد المتعلقة بالأعياد الدينية والوطنية حتى تؤخذ بعين الاعتبار إبان وضع شبكة البرامج اليومية، وإلى جانب هذه المناسبات

[145]- El Alami KHALLOUQUI , La programmation à la télévision marocaine cas de l'année 1988, mémoire pour l'obtention du diplôme des étude supérieures en journalisme , 88-90 . P 154.

تحرص مصلحة البرمجة على وضع التظاهرات السياسية والاقتصادية والثقافية الفنية والرياضية في حسبانها، وهي منكبة على إعداد شبكات البرامج لهذه الفترة المتزامنة مع إحدى المناسبات.

إن مجمل هذه التدابير والإجراءات المتخذة من قبل المبرمجين من شأنها تحديد الخانات الأولية التي ستتمفصل بموجبها شبكة البرامج؛ مما يمكن من رسم معالم الهيكل العام لهذه الشبكة في انتظار الحسم النهائي في تفاصيل موضعة كل برنامج على حدة.

وتبدو مرحلة جمع المعلومات من اختصاص مصلحة البرمجة بالدرجة الأولى، فهي المسؤول المباشر عن الإلمام بكافة المعطيات المتعلقة بالبرامج المزمع ضمها للشبكة البرامجية، ولعل تدخل باقي الأقسام والمصالح (قسم الإنتاج، قسم المصلحة التقنية...) يتم فقط بشكل استشاري عبر تزويد المبرمجين بما يحتاجونه من معلومات وهم بصدد التحضير للشبكة.

2. وضع المخططات

بعد تجميع المعلومات المتعلقة بالبرامج التي ستأخذ مكانها داخل الشبكة البرامجية قيد الإعداد، يتم التحديد المبدئي لمواقع البرامج داخل هيكل هذه الشبكة عبر استحضار مختلف المعايير اللازمة لموضعة البرامج وترتيبها.

وتتبع محطات التلفزيون في تخطيط برامجها تقسيم السنة إلى دورات برامجية خلال فترات زمنية محددة، ويمكن للدورة أن تغطي فترة تتراوح بين ثلاثة أشهر وستة أشهر، وقد تكون هناك فترة أقل طارئة كفترات الحداد أو الأزمات..ألخ.

ويراعى عند التخطيط لكل دورة آراء المشاهدين ورغباتهم، والمناسبات الهامة في حياة الشعوب، وتقارير المتابعة البرامجية، ونتائج الدروس والبحوث الميدانية، كما يراعى فيها ضرورة تنويع البرامج وتوزيعها، مع مراعاة الظروف المناسبة والساعات الملائمة طيلة أيام الأسبوع.

وتقدم لجنة البرامج خطة الدورة إلى الإدارة التنفيذية، وتشتمل خطة البرامج على أسماء البرامج، ومواعيد إذاعتها، وتتخذ الإدارة الاجراءات اللازمة من ناحية الإعداد، واستيفاء كافة المعلومات، والبيانات الموضوعية والفنية الضرورية لبث البرنامج، و تصدر بدورها برنامجا يوميا يتضمن هذه البيانات والتفصيلات.

ويتولى وضع البرنامج اليومي مخرجو التنفيذ، ويعتبر بمثابة دستور العمل الذي تلتزم به جميع الأقسام والإدارات الفنية والهندسية ووحدات التشغيل والإنتاج، ويتضمن بالإضافة إلى أسماء البرامج، ومواقيت إذاعتها بدقة وأسماء المشتركين الرئيسين فيها، والمخرجين والمنفذين، جميع

التفاصيل الفنية المطلوبة كأرقام التسجيلات، وأنواع الشرائط VTR أو الأفلام المستخدمة، مع ضرورة شغل الفراغات الزمنية الطارئة التي قد تنشأ بين برنامج وآخر بفقرات مناسبة (فقرات ادرامية، أغاني، أحاديث...).

وبعد الانتهاء من إعداد البرنامج اليومي "يوزع على مختلف الأقسام في اليوم السابق، وكذا الصحف اليومية لنشره، وتلتزم به أقسام الإنتاج المختلفة، وتقوم بتسليم الفقرات أو البرامج التي تقدمها إلى غرفة عرض شرائط الفيديو أو الأفلام، وذلك بفترة كافية لمراجعتها واختبارها، وتقرير مدى صلاحيتها فنيا وهندسيا، ليتم بعد ذلك إبلاغ الإدارة باستعدادها لبثها، أو بما يعن لها من ملاحظات، حتى يتم اتخاذ الإجراءات اللازمة، ويتدارك الموقف؛ لبث المقررات، أو برامج أخرى بديلة"[146].

وقد جرت العادة –من أجل وضع البنية الأولية للشبكة– أن يستعين المبرمجون أساسا بالتقسيمات المتعارف عليها لزمن البث، كما سنتها العديد من القنوات منذ عقود (برامج المنوعات والأفلام السينمائية في الفترة الليلية، برامج الرياضة نهاية الأسبوع، برامج الأطفال صبيحة الأحد..). أما باقي البرامج المتنوعة فتتموقع داخل الشبكة البرامجية تبعا لمضمونها، و دورية بثها، و مدتها الزمنية، وعادات المشاهدة وخصوصيات الجمهور المستهدف، على أساس أن يتوافق مجموع هذه المعايير بشكل مطلق مع السياسة البرامجية كما سنتها الإدارة العامة. وبمجرد اتخاذ البرامج لمواقعها داخل هيكل الشبكة يكون المبرمج قد رص اللبنات الأساس لهذا البناء الذي ينتقل من مجرد أفكار ومعطيات إلى مخطط عام ومخططات موسمية، ويمكن الحديث عن عدة نماذج لمخططات الشبكات البرامجية حسب المواسم التلفزية.

- **المخطط السنوي العام:** وهو المخطط الأساس الذي تعتمده القنوات التلفزيونية، ويتم بناؤه على ضوء المخططات السابقة، إذ تحتفظ البرامج الثابتة بمواقعها، إضافة إلى بعض البرامج من السنة المنصرمة التي يقرر الاحتفاظ بها إما لنجاحها، أو في ظل غياب بدائل لتعويضها، فلاتبقى في الأخير سوى خانات صغيرة يسهل ملؤها ببرامج جديدة.

ونادرا ما تخضع المخططات السنوية لتغييرات جوهرية في بنيتها من سنة لأخرى، بل الملاحظ أن الهيكل العام يظل هو نفسه لأعوام، وهي مسألة قد تكون اختيارية مفادها رغبة القناة في تعويد جمهور المشاهدين على خصوصيات البث وطبيعة اختيارات البرمجة، وقد تكون إجبارية في ظل غياب بدائل لتغيير مضامين شبكات البرامج.

[146]- د. محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، الطبعة الأولى 2008، دار الكتاب الحديث. ص 117..

- **المخططات الموسمية:** تتعدد المواسم التلفزية، ولكل موسم خصوصياته، فموسم الدخول التلفزي مثلا يتطلب إدخال تعديلات طفيفة بإدماج برامج جديدة في الشبكة؛ لإشعار المشاهد بإخراج البث من رتابته ونمطيته.

أما خلال موسم الصيف فيراهن المبرمجون على البرامج الخفيفة بعيدا عن الأطباق التلفزية الدسمة لتكتسي الشبكة البرامجية حلة رشيقة شكلا ومضمونا.

وتراهن القنوات العربية – بشكل كبير– على مخطط شهر رمضان الذي يكتسي أهمية خاصة على مستوى التنفيذ البرامجي؛ باعتبار ارتفاع نسبة المشاهدة خلال هذا الموسم؛ مما يتطلب إعدادا خاصا لشبكته البرامجية، قبل أشهر من حلوله؛ بإنتاج برامج جديدة مواتية، واقتناء أخرى، خاصة الأعمال الدرامية؛ بغية استقطاب فئات عريضة من المشاهدين.

_ المخططات الخاصة: هي تلك المرتبطة أساسا بالأحداث غير المتوقعة، أو بالمناسبات والأعياد المدونة في أجندات المبرمجين، ويمكن القول إن اعتبارها مخططات برامجية يعد "مجازا"؛ لكونها ترتبط غالبا بقرارات وتعليمات صادرة عن المبرمجين في آخر لحظة، بغية المواكبة؛ مما يجعل مضامينها أقرب إلى التكيف مع الأمر الواقع، منها إلى عقلانية المخططات.

وتتخذ شبكة البرامج –خلال مرحلة وضع المخططات، وكيفما كان شكل هذا المخطط– شكل مشروع سيعرض على أنظار إدارة القناة؛ لتعطي الكلمة الفصل في قبوله وتحويره.

3. **المراقبة والتعديل:**

بعدما تحول مختلف المعلومات والمعطيات إلى مخطط عام لشبكة البرامج، تصل الخارطة البرامجية إلى مرحلة المراقبة والتعديل؛ حيث يتم رفعها في شكل "مشروع شبكة برامجية" إلى إدارة القناة، التي تتدخل لمراجعة مضامينها؛ قصد التأكد من مدى ملاءمتها للتوجهات والتعليمات الواردة في السياسة البرامجية –كما سنتها الجهات المقررة، ومن ثم يمكنها تعديل الشبكة بحذف أو إضافة، و قد تأمر بإعادة النظر –كليا– في مشروع الشبكة إذا ما رأت ذلك ضروريا.

خلال هذه المرحلة من مسلسل إعادة شبكة البرامج، تعمل الإدارة على الاتصال بمختلف الفاعلين المشاركين في التحضير لشبكة البرامج، من أجل التأكد من قابلية "مشروع الشبكة" للتنفيذ وملاءمته للوسائل والإمكانات المادية والتقنية والبشرية المتاحة داخل القناة.

إن "مشروع الشبكة" –بعد تمحيصه ومراجعة أدق تفاصيله– يعاد إلى مصلحة البرمجة، مرفقا بكافة الملاحظات التي أبدتها الإدارة والفاعلون على صياغته، ويتحتم أخذ هذه الملاحظات بعين الاعتبار عند إعداد الصيغة النهائية لشبكة البرامج.

قد يتبادر إلى الذهن أن تدخل الإدارة في مسلسل التحضير لشبكات البرامج يقتصر فقط على مرحلة المراقبة والتعديل، بيد أنها في واقع الأمر تشرف بشكل متواصل، وتراقب بصفة مستمرة سير هذه العملية، بل وتتدخل للتعديل والتقويم متى اعتبرت ذلك ضروريا، "فالبرمجة كائن حي بذاته، يخلق دينامية بمجرد وجوده وتعاطيه مع المحيط، ولا تخلو هذه الدينامية من التأثير على الكائن الأصلي، بحيث يجب مسايرة تنفيذ البرمجة بالتثبيت المستمر والتعديل الدائم[147]".

إن أدوات التعديل هي نفسها التي يعتمد عليها إعداد مخطط البرمجة: دراسة رأي الجمهور، كما هو معبر عنه في استطلاعات الرأي، وبريد القراء، وآراء المنتجين والمبدعين، والتجربة الخاصة بالمبرمجين، والنقد الصحفي والدراسات الأكاديمية، و تقييم المجالس الاستشارية والمجالس السمعية البصرية، وتوجيهات معدي السياسة الإعلامية. والهدف من عملية التعديل هذه هو مراقبة ما إذا كانت عملية تنفيذ البرمجة تتم وفق السياسة الإعلامية أو فلسفة البرمجة التي تم ضبطها منذ البداية لسير العمل الإعلامي نحو هديه المنشود، أم لا؟

4. الإعداد النهائي:

هي آخر مرحلة من مسار التحضير للشبكة البرامجية قبل تبنيها رسميا ودخولها حيز البث الفعلي على شاشة القناة، وتتميز هذه المرحلة بإعداد أدوات العمل اليومي للبث البرامجي التي تشمل البرمجة الأسبوعية، والدليل اليومي للبث بكل تفاصيله، (أوقات بث البرامج، عناوينها، الطاقم المعد، والجهة المنتجة، الفواصل الموسيقية والوصلات الإعلانية..) و الدليل التقني للبث المتضمن لآليات التنسيق بين جميع الأقسام والمصالح.

خاتمة:

مافتئ إعداد الشبكات البرامجية هاجسا نظريا ومهنيا لدى الكثير من العاملين في مجال الإعلام السمعي البصري، الذين حاولوا كلما تطورت وسائل الاتصال الحديثة وتشعبت طرق التواصل الاجتماعي والأساليب التقنية الجديدة أن تكون البرمجة التلفزيونية حاضرة، مواكبة، متأقلمة.

لكن السعي إلى تحقيق ذلك الحلم لا تكفيه الإرادة فقط، ولا يمكن أن يتحقق إلا بتخطيط برمجي مضبوط ومحكم، يراعي الفنيات المطلوبة في المجال ويستحضر تفاعل إيقاع الحياة اليومية، متكأ

[147] - النجار رضا، اتجاهات البرمجة في العالم العربي، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد07، يونيو 1985، ص:112.

على الحدس والمغامرة والمخاطرة والجرأة، حتى تختط المؤسسة لنفسها منهاجا واضحا يضمن توصيل رسالتها الإعلامية دون غبش أو تشويش، وتتبوأ مكانا لائقا في نفوس المشاهدين، وتحوز قصب السبق في المنافسة البرامجية.

وفي نهاية المطاف يمكن القول إن الموضوع يعد متخصصا للغاية في مجال الاعلام التلفزيوني، شحيح المراجع، متداخل المعالم، قليل الدراسات، ومع ذلك فقد حاول البحث الإجابة على الأسئلة المطروحة بشكل تفصيلي حول الموضوع ومعالجة الإشكالية التي منها ينطلق.

قائمة المراجع والمصادر:

- ✓ **الكتب والدراسات:**
- د. حسين أبو شنب . رسالة ماجستير. دور التليفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج . جامعة القاهرة . كلية الإعلام 1982.
- د. سهير جاد . البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي . الهيئة المصرية العامة للكتاب . 1987
- عبد الرزاق الزاهر، دراسات حول الإعلام التلفزيوني، منشورات سينما وتلفزيون، سنة 2011.
- د.عبد الله تايه، الإعلام الثقافي في الإذاعة والتليفزيون، منشورات: دار الماجد للطباعة والنشر . رام الله، الطبعة الأولى:2006.
- د. محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، الطبعة الأولى 2008، دار الكتاب الحديث.
- الدكتور نصر الدين لعياضي "فن البرمجة وإعداد الخارطة البرامجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية التصور والممارسة"، من منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية ضمن سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، (59) تونس 1428هـ/2007م.
- ✓ **المجلات والمواقع**
- الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدولة العربية، العدد الأول، 2007: "التخطيط في المؤسسات الإعلامية" معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس.
- المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد07، يونيو 1985. اتجاهات البرمجة في العالم العربي، النجار رضا.
- موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي (www.al-raeed.net/training)
- ✓ **المراجع الأجنبية:**

El Alami KHALLOUQUI , La programmation à la télévision marocaine cas de l'année 1988, mémoire pour l'obtention du diplôme des étude supérieures en journalisme , 88-90

المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال وانعكاساتها على المجتمع

Media treatment of the phenomenon of child abduction and its repercussions on society

بن بوزيان محمد

باحث دكتوراه،علم الاجتماع الاتصال، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر

الملخص

سنحاول في هدا المقال والدي هو عبارة عن دراسة استطلاعية حول ظاهرة مرافقة الأولياء لأبنائهم إلى المدرسة ذهابا وإيابا خوفا عليهم من ظاهرة اختطاف الأطفال، وهدا الخوف الذي تحول إلى نوع من الفوبيا داخل المجتمع. وتعتبر بعض القنوات التلفزيونية مصدر هدا الخوف من خلال استخدامها أساليب التضليل الإعلامي وعدم احترام مواثيق وأخلاقيات الإعلام. هده الطريقة في معالجة وتقديم ظاهرة اختطاف الأطفال إلى الرأي العام كانت لها انعكاسات سلبية على المجتمع. كما سنجيب على سؤال جوهري مفاده: كيف تفاعل الرأي العام مع وسائل الإعلام التلفزيونية فيما يخص ظاهرة اختطاف الأطفال؟

summary

We will try in this article, which is considered as an explanatory study, to tackle the phenomenon of the accompaniment of children by their parents to school back and forther because of fear of children abduction. this fear which has become a phobia in society. In fact, some T.V channels are the source of this fear because of the use of the media shading methods and lack of respect towards media ethics and charters.This way of tackling and presenting the abduction of children phenomenon has had a negative influence on society. As well as, we will try to answer a subst antial question which is : How did the general opinion react with the media tools-concerning the abduction of children

تمهيد:

عصرنا الحالي يتميز بالتطور المتسارع في التكنولوجيا، خاصة في مجال الاتصال والإعلام حيث اختصرت هده التكنولوجيا الوقت والمسافات والجهد والمال، وأصبح هناك تفاعل بين

المجتمعات والشعوب. ما جعل الأفراد في سباق مع الزمن للامتلاك آخر منتجات هده التكنولوجيا والاستفادة من مميزاتها، وصنفت المجتمعات على أساس امتلاكها وتحكمها وقدرة أفرادها على استخدام هده تكنولوجيا، ونظرا للانتشار الواسع لهده الوسائل حيث أصبح استخدامها متاحا لشريحة هامة من الأفراد كل هدا أعطاها تلك القدرة على التأثير في المتلقي وأيضا توجيه الرأي العام، حيث نال موضوع تأثير وسائل الاتصال والإعلام في المجتمع قسطا هاما من اهتمام الباحثين وبدأت تبرز نظريات تفسر العلاقة الموجودة بين هده التكنولوجيا والمتلقي وانعكاساتها على المجتمع، مثل نظرية الحقنة تحت الجلد، نظرية الاستخدامات والاشباعات بالإضافة إلى نظريات التأثير الاخرى .

تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية أصبح حتمية سواء بالتعرض المباشر لهده الوسائل أو بطريقة غير مباشرة من خلال عملية التفاعل والاحتكاك بين الأفراد داخل الأنساق الاجتماعية المختلفة، وتزداد فعالية وقوة هدا التأثير عند دمج الصوت والصورة معا، فبهذا نحن بصدد الحديث عن وسيلة إعلامية هامة لها ثقلها في المجتمع ألا وهي التلفزيون، هدا الأخير بالخصائص التي تميزه عن الوسائل الأخرى له القدرة في التأثير وتوجيه الرأي العام وله مكانته بين أفراد المجتمع.

سنتطرق في هدا المقال إلى ظاهرة اجتماعية كان الإعلام التلفزيوني بقنواته المختلفة السباق في التطرق إليها ألا وهي ظاهرة اختطاف الأطفال التي شغلت الرأي العام في فترات معينة، بالإضافة إلى انعكاسات الظاهرة على المجتمع، بالدرجة الأولى الأولياء ثم الأطفال.

تتحدد إشكالية الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي:

كيف تفاعل الرأي العام مع وسائل الإعلام التلفزيونية فيما يخص ظاهرة اختطاف الأطفال؟

للإجابة عن سؤال الإشكالية سنتدرج عبر الخطوات التالية:

أولا: المفاهيم الأساسية.

1. تأثير وسائل الإعلام

(مما لا شك فيه أن لوسائل الإعلام تأثير كبير على حياتنا تصرفاتنا، ومن أهم القضايا تأثير التلفزيون على المشاهدين وخاصة الأطفال ودلك للدور الذي يلعبه التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية)[148]. أصبح التلفزيون ينافس الأسرة والمدرسة بل تفوق عليهما أحيانا، ليس في السيطرة على الطفل فقط بل حتى على والديه، إن تأثير التلفزيون حقيقة ثابتة وذلك لما يتميز به

[148] إبراهيم جابر السيد.الإعلام و المجتمع.دار التعليم الجامعي.مصر.2015.ص 12

من مقومات تجدب المشاهد وتسحره بما يشاهده من ألوان وحركات وكثيرة هي فوائده، أما عن سلبياته تكون خاصة عند سوء استخدامه أو في غياب الرقابة. (كما تزداد أهمية التلفزيون لدى الطفل لعوامل تتعلق بمحيط الطفل وهدا لتراجع الدور التربوي للأسرة والمدرسة) [149]

2. ثقافة الصورة

الحديث عن التلفزيون يجرنا للحديث عن الصورة، فتأثير الصورة يفوق تأثير الكلمة لوحدها، و هي تدوم في المخيلة لمدة أطول، نتذكرها متأثرين بها فالصورة هي مثير بصري فعال.(جعلت الصورة بمختلف أشكالها في القنوات الفضائية الإنسان في مواجهة مع الحدث، حيث أن ثقافة الصورة هي ثقافة مفروضة علينا تقتحم بيوتنا وتؤثر على ثقافتنا وأفكارنا ولا يمكن السيطرة عليها فهي قابلة للتكرار وبهذا يحدث التأثير والتفاعل)[150].كما يؤكد علماء النفس أنه كلما (ازداد عدد الحواس التي بمكن استخدامها في تلقي فكرة معينة يؤدي دلك إلى تقويتها في دهن المتلقي)[151]

3. الفوبيا

تعرف الفوبيا بأنها (عقبة أمام أسلوب الحياة العادية حيث تمنع الكثير من الناس من التمتع بالكثير من الأنشطة. وتعرف بأنها تعبر عن مجموعة خاصة من حالات الرعب والخوف والخلق والذعر المرتبط بأشياء، تجارب ومواقف محددة)[152].

يتعرض الإنسان للكثير من المواقف التي تشكل خطرا على حياته أحيانا أو حياة المقربين منه، ويكون الخوف هو الاستجابة الطبيعية لهده المخاطر. والفوبيا هي خوف غير مبرر وغير عقلاني ومفرط في نفس الوقت لموقف أو أشياء يخيل للشخص أنها تشكل خطرا عليه، ويتخذ بدلك إجراءات وتدابير صارمة لتجنب مثيرات الفوبيا عليه.

4. أخلاقيات الإعلام

المقصود بأخلاقيات الإعلام (الكشف عن الحقائق بكل وضوح ودون النظر إلى الأغراض الشخصية، وعدم الكشف عن مصدر الخبر إلا بموافقته، وعدم استغلال حوادث معينة في الإثارة الصحفية. وكذلك عدم الإضرار بمصالح الغير وعدم التدخل في خصوصياتهم وعدم تهديد حرية الإنسان، وعدم التعرض لقيم المجتمع وعاداته ومكتسباته من أجل تحقيق نصر

---

[149] احمد طه الزيدي.دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع.دار النفائس للنشر و التوزيع.2013.ط1.ص68
[150] جواد علي مسلماني.البرامج التلفزيونية و الدور الثقافي للقنوات الفضائية.دار المجد للنشر و التوزيع.عمان.2016.ط1.ص126
[151] الموقع الالكتروني.www.kotobarabia.com بتاريخ 2018/02/04 التوقيت 21:30
[152] ارتل بيل.ترجمة.عبد الحكم الحزامي.الفوبيا.الدار الأكاديمية للعلوم.عمان.2012.ص06

إعلامي زائف وتسمى ميثاق الشرف الإعلامي)[153]. وتتمحور أخلاقيات الإعلام حول عدة نقاط من أهمها (الصدق، احترام الكرامة الإنسانية، النزاهة، المسؤولية)[154].

5. التضليل الإعلامي

التضليل والتضخيم والتهويل الذي تمارسه وسائل الإعلام يتنافى وأخلاقيات الإعلام وهي تستخدم هده الأشكال من الإعلام لتحقيق عدة أهداف سواءا كانت هده الأهداف إيديولوجية أو مادية تجارية.

كما يعرف التضليل بأنه (تسويق فكرة أو موقف مغاير للواقع والتلاعب به لتغيير وجهات النظر الموجودة لدى الرأي العام عن أي موضوع كان)[155]. والتضليل الإعلامي معرف في القاموس الفرنسي le grand robert بأنه استعمال الإعلام بالتحديد تقنيات الإعلام الجماهيري من أجل تغليط وإخفاء الوقائع أو تحريفها.

6. الإشاعة

الشائعات ليست دائما كاذبة أو خبيثة فهي قد تكون سرد لحقائق رآها بعض الناس وهناك خطر في نشرها. (لكن بالرغم من أن الشائعات تتضمن أحيانا حقائق أو تقوم على أساس حقائق، فنحن لا يمكن أن نعتمد عليها فهي في الغالب مجرد إعادة ترتيب وعرض المعلومات بصورة تخدم مصالح مروج الشائعة عن عمد لتحقيق هدفه)[156].

فوسائل الإعلام تمارس هدا النوع من الإعلام بغرض جدب أكبر قدر من جمهور المتلقين لتمرير رسائلها من أجل تحقيق أهدافها وحتى تضمن التأثير المطلوب والمرغوب وفق الاتجاه المحدد حيث أن وسائل الإعلام وخاصة العربية منها تعاني من عدة مشاكل الأمر الذي يجعلها تلجأ لمثل هده الأساليب لجلب المتلقي، ومن هده المشاكل نذكر ما يلي: (الانفصام بين المضمون الإعلامي واهتمامات الجمهور المتلقي، بالإضافة إلى التسطيح في المضامين، الصورة النمطية، السعي للكسب المادي، قلة الإنتاج الثقافي)[157].

7. الرأي العام

[153] اسماعيل عبد الفتاح الكافي.معجم مصطلحات عصر العولمة.دار صفاء للنشر و التوزيع عمان.2015.ص140
[154] هزوان الوز.الإعلام أدوار و إمبراطوريات.منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب وزارة الثقافة دمشق.2012.ص26/25
[155] فريد حاتم الشحف .الدعاية و التظليل الإعلامي.دار علاء الدين للنشر و التوزيع و الترجمة.سوريا.2015.ط1.ص07
[156] محمد عبد الغني.حسن هلال.مهارات إدارة الحرب النفسية و التنافسية.مركز تطوير الأداء و التنمية .مصر.2008.ص138
[157] إبراهيم جابر السيد.مرجع سابق.ص107

يعرف دافيسون الرأي العام بأنه (مجموعة من أراء الأفراد حول قضية ذات اهتمامات المصالح العامة وغالبا ما تمارس هده الآراء تأثيرا على سلوك الفرد، الجماعة وسياسة الحكومة)[158]

ثانيا: الدراسة الاستطلاعية

لتعزيز الجانب النظري من هدا البحث قمنا بدراسة ميدانية التي هي عبارة عن دراسة استطلاعية لظاهرة اجتماعية أصبح يتميز بها المحيط المدرسي، وهي العدد الكبير لأولياء التلاميذ اللدين يقفون عند المدخل الرئيسي للمدرسة سواء من أجل إيصال أبنائهم أو لمرافقتهم إلى المنزل عند خروجهم من المدرسة. كانت الدراسة على الشكل التالي:

1. مجتمع البحث هو عبارة عن المدارس الابتدائية وأيضا أولياء التلاميذ.
2. العينة كانت عشوائية من ثلاث مدارس ابتدائية ولاية تلمسان، وأيضا 100 وحدة متمثلة في واحد من أولياء التلاميذ المتواجدين أمام المدرسة الابتدائية، مع عدم مراعاة عامل السن والجنس. بالإضافة إلى استجواب 20 تلميذ و05 معلمين.
3. تقنية جمع المعطيات هي المقابلة.

ثالثا: نتائج الدراسة

- 5% من إجابات الأولياء أرجعت سبب مرافقتهم لأطفالهم عند الذهاب أو الإياب من المدرسة هي الخوف عليهم من ظاهرة اختطاف الأطفال.
- 5%من إجابات الأولياء فأرجعت السبب إلى العوامل التالية:

1. بعد المدرسة عن المنزل.
2. الخوف على أطفالهم من حوادث الاعتداء وسرقة أغراضهم.
3. الخوف عليهم من حوادث المرور.
4. حمل المحفظة لأبنائهم بحكم أنها ثقيلة.

الأولياء وفي إجابتهم عن السؤال: من قال لك أن هناك من يخطف أطفالكم؟

تدرجه الإجابات على الشكل التالي:

- 87% من الإجابات كانت القنوات التلفزيونية والصحف مصدر معلوماتها عن الظاهرة.

[158] صالح خليل أبو أصبع.الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة.دار المجدلاوي للنشر و التوزيع عمان.2006.ط5.ص285

- 08% من الإجابات كان مصدر معلوماتها عن الظاهرة هو المحيط الاجتماعي كالجيران والأقارب، الشائعات وقصص تتناقل هنا وهناك حول حوادث اختطاف الأطفال.
- التقليد كان إجابة بعض الأولياء بحكم أن الجميع يرافقون أبنائهم.

نستنتج من خلال هده النتائج أن مرافقة الأولياء لأبنائهم إلى المدرسة سببه الأول هو خوفهم عليهم من أن يتعرضوا للاختطاف. وأن الإعلام بوسائله المختلفة خاصة التلفزيون هو المصدر الأول للمعلومات حول ظاهرة اختطاف الأطفال.

- الأطفال المستجوبون في الدراسة كانت إجاباتهم على الشكل التالي:

1. 57%من الإجابات الأطفال لديهم هاجس الخوف على مستويين مختلفين، المستوى الأول الخوف من أن يتعرضوا إلى العقوبة من الأولياء إدا خالفوا التعليمات. أما المستوى الثاني من الخوف فهو الخوف من التعرض للاختطاف والأذى.

2. 57%من الإجابات الأطفال لديهم هاجس الخوف على مستويين مختلفين، المستوى الأول الخوف من أن يتعرضوا إلى العقوبة من الأولياء إدا خالفوا التعليمات. أما المستوى الثاني من الخوف فهو الخوف من التعرض للاختطاف والأذى.
3. 15% من الإجابات الأطفال فإنهم غير مباليين أو غير مدركين للواقع.
4. 01% إنهم أطفال يذهبون إلى المدرسة ويعودون لوحدهم بدون أي مرافقة.

- أما المعلمين فكانت تمثلانهم للظاهرة كما يلي:

1. يرون أن وسائل الإعلام روجت لظاهرة اختطاف الأطفال بطريقة مبالغ فيها، مما جعل الأولياء يرفعون من درجة الحذر والخوف على أبنائهم.

2. كان لظاهرة مرافقة الأولياء لأطفالهم إلى المدرسة انعكاسات إيجابية على التلاميذ، حيث كانوا على اتصال دائم ومستمر مع المعلمين ومتابعة تحصيلهم الدراسي.

رابعا: مناقشة النتائج

فبعد عرض نتائج الدراسة الاستطلاعية والتطرق إلى بعض المفاهيم التي نحتاجها لتحليل ولفهم العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام وفوبيا الخوف لدى الأولياء وبصفة غير مباشرة لدى الأطفال من ظاهرة اختطاف الأطفال يمكن أن نشكل رؤية مبدئية حول الموضوع حيث تعتبر وسائل الاتصال والإعلام قوة ضاربة في المجتمع وحتمية لا مفر منها وذلك راجع لكثرتها وتنوعها، بحيث لها ميزة أساسية خاصة في موضوع دراستنا ألا وهي (تسهيل التفاعل الاجتماعي من خلال تزويدنا

بالأشياء والمواضيع التي نتحدث عنها ونمارسها، و تزودنا أيضا بأرضية مشتركة للمحادثات والنقاشات وغالبا ما نتلقاها دون وعي منا)[159].

ويشير بيار بورديو في كتابه التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول إلى أن (التلفزيون يمارس نوعان من العنف الرمزي وهو عنف يمارس بتواطؤ ضمني من قبل هؤلاء الذين يمارسونه وهم في أغلب الأحيان غير واعين من ممارسة هدا العنف أو الخضوع له. فالأحداث المتفرقة التي كانت دائما المرعى المفضل لصحافة الإثارة والدم والجنس، الدراما والجريمة، فهي تسوق دائما بشكل جيد وتتربع على عرش جدب المشاهدين وتتصدر افتتاحيات نشرات الأخبار التلفزيونية، لكن هذه الأحداث المتفرقة هي أيضا التي تتسبب في تحويل الأنظار وتلهي المشاهدين وجدب انتباههم نحو أحداث تتميز بأنها تهم كل الناس وهي أحداث تافهة ولكن في الواقع هامة جدا بالقدر الذي تخفي فيه أشياء ثمينة بالفعل)[160].فبعد الانفتاح الإعلامي في الجزائر قانون 2012، ظهرت قنوات تلفزيونية فضائية خاصة تتنافس فيما بينها ؛ والمنافسة أيضا بينها وبين القنوات العمومية من جهة أخرى، وذلك من أجل الحصول على أكبر نسبة من المشاهدين "audimat" (وهو مقياس لنسبة الإقبال التي تتمتع بها القناة التلفزيونية وفقا لاعتبارات تجارية) [161]، وهذا بتسخير ما أتيح لها من الإمكانيات المادية والبشرية والفنية، ونظرا للكم الهائل ولتعدد هذه القنوات ولطابعها الاقتصادي فهدفها الأول هو الربح المادي وإلا ستتعرض للإفلاس أو التوقف، وإما أن تكون القناة تابعة لجهة مثل الأحزاب أو ملك لشخصية ما تتخذ من هذه الوسيلة الإعلامية منبرا لتمرير أيديولوجيتها إلى المجتمع. وبغض النظر عن أهدافها فقد أصبحت بعض هذه القنوات لا تراعي لأخلاقيات الإعلام ولا يهمها الأسلوب الذي تنتهجه من أجل تحقيق هذه الأهداف كممارسة التضليل الإعلامي والتهويل والتخويف ونشر الشائعات وما إلى ذلك من أساليب الدعاية. (فالصورة لا تعني شيئا دون التفسير أو المفتاح)[162].

فبورديو يرى أن (كل كلمة من كلمات مقدمي البرامج التلفزيونية الدين يتحدثون غالبا بخفة ودون أن يكون لديهم أية فكرة عن صعوبة وخطورة ذلك الذي يقدمونه ولا عن المسؤوليات التي يتحملونها نتيجة لما يقدمونه للآلاف من المشاهدين بدون فهم. وذلك أن مثل هذه الكلمات تخلق تصورات وتخيلات خادعة وتحدث الخوف وتؤدي إلى الهلع والرهبة)[163]. فظاهرة اختطاف الأطفال جعلت منها القنوات التلفزيونية قضية رأي عام بالرغم من أن حالات اختطاف الأطفال التي عرضتها

[159] طاوس وازي.عادل يوسف.وسائل الاتصال الحديثة و تأثيراتها.ورقة بحثية ملتقى وطني الاتصال و جودة الحياة في الأسرة.جامعة قاصدي مرباح ورقلة.2013

[160] بيار بورديو.التلفزيون و آليات التلاعب بالعقول.تر.درويش الحلوجي.دار كنهان للدراسات و النشر و الخدمات الاعلامية.دمشق.2004.ط1.ص47/46

[161] بيير بورديو.مرجع سابق.ص62

[162] بيير بورديو.مرجع سابق.ص50

[163] بيير بورديو.مرجع سابق.ص65

وقدمتها هده القنوات في حدود ستة أو سبع حالات، لكن طريقة تقديم وعرض المادة الإعلامية عبر هذه القنوات بممارسة نوع التضخيم والتهويل مع خاصية التكرار واستخدام الصورة والتعليقات، وأسلوب نشر الخبر على أنه عاجل، مع جرعات مكثفة من العنف والخوف بالإضافة إلى انتشار الشائعات هنا وهناك حول اختطاف أطفال. هذا الشكل من الإعلام كانت نتيجته إثارة الخوف المفرط والغير مبرر لدى أفراد المجتمع على أطفالهم من أن يتعرضوا للاختطاف أو ما يمكن أن يصطلح عليه فوبيا اختطاف الأطفال. فعامل الخوف جعل من الأولياء يتخذون تدابير مشددة ورفع مستوى الحيطة والحذر من أجل حماية أطفالهم، وكذلك تلقين الأطفال مجموعة من الإرشادات والتعليمات لتفادي الوقوع في أي حوادث. فالطفل فقد حس الأمان أي أنه لم يعد يشعر بالأمان في محيطه وأصبح مقيدا في تصرفاته وانتهاك حق من حقوقه ألا وهو الحرية واللعب والتمتع واكتشاف الحياة دون خوف أو وجل، حيث وصل الأمر ببعض الأولياء إلى أن الطفل لا يرافق أي شخص حتى ولو كان من المقربين ما عدى المرخص لهم. فالظاهرة أخذت أبعاد أخرى أثرت على حياة الآباء والأمهات وسلوكياتهم اليومية، حيث نظموا حياتهم على أساس جدول التوقيت المدرسي لأطفالهم وعلى حسب جرس المدرسة، قام الأولياء أيضا بتقسيم الأدوار فيما بينهم فيما يخص مهمة مرافقة الأطفال إلى المدرسة ذهابا وإيابا وحسب تصريح بعض الأولياء هدا الأمر سبب لهم مجموعة من المشاكل داخل الأسرة. المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال وتحريك الرأي العام باتجاه معين كانت لها انعكاسات على المجتمع والمعروف أن هدا الأخير (إذا كان يعيش في حالة من الرعب والخوف تنعدم عنده إمكانية التفكير العقلاني وبالتالي فإنه قابل لتصديق كل ما يقدمه القائمون على وسائل الإعلام)[164].

الخاتمة:

يمكن الإشارة في الأخير إلى أن الإعلام هو عملية نقل الأخبار والمعلومات من المصدر إلى المتلقي عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، لكن ونظرا للطبيعة الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية أو لأيديولوجيتها أو انتمائها السياسي يجعلها إما عن وعي أو بدون وعي تقع في ممارسات خارج دائرة أخلاقيات الإعلام كالتضليل والتهويل الإعلامي وهذا بغرض التأثير وتوجيه الرأي العام وفق ما يصبوا إليه القائم بالعملية الاتصالية.

وما ظاهرة اختطاف الأطفال إلا عينة من القضايا التي قام الإعلام بتحريك الرأي العام باتجاهها وإثارة الخوف حولها مثل جنون البقر وإنفلونزا الخنازير والإبولا وغيرها، وهذا يعتبر تضليل للرأي العام وتلاعب بعقول البشر.

[164] فريد حاتم الشحف .مرجع سابق.ص127

قائمة المراجع:

- حمد طه الزايدي. حسين عليوي. يسرى خالد إبراهيم. دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع.ط1.دار النفائس للنشر والتوزيع.2013.
- أرتل بيل. الفوبيا. تر عبد الحكم الحزامي. الدار الأكاديمية للعلوم. عمان.
- ابراهيم جابر السيد. الإعلام والمجتمع. دار التعليم الجامعي مصر.2015
- اسماعيل عبد الفتاح الكافي. معجم مصطلحات عصر العولمة. دار صفاء للنشر والتوزيع عمان.2015.
- بيير بورديو. التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول. ط1. تر درويش الحلوجي. دار كنهان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية.دمشق.2004.
- جواد علي مسلماني. البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية.ط1.دار المجد للنشر والتوزيع عمان.2016.
- صالح خليل أبو أصبع. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط5. دار المجدلاوي للنشر والتوزيع عمان 2006.
- طاوس وازي. عادل يوسف. وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها. ملتقى وطني الاتصال وجودة الحياة في الاسرة. جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر.2013.
- فريد حاتم الشحف. الدعاية والتضليل الإعلامي. ط1. دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة سوريا.2015
- محمد عبد الغني. حسن هلال. مهارات إدارة الحرب النفسية والتنافسية. مركز تطوير الأداء والتنمية مصر.2008.
- هزوان الوز. الإعلام أدوار وإمبراطوريات. منشورات الهيئة العمة السورية للكتاب وزارة الثقافة دمشق.2012.
- .www.kotobarabia.com.التاريخ 2018/02/04.التوقيت.21:30.

تأثير إستخدام الأنترنت على أنماط التواصل الأسري في الجزائر
دراسة ميدانية على عينة من أسر
The impact of the Internet on family communication patterns in Algeria
Field study on a sample of households

سهـيلي خـــالد
ليسانس علوم الإعلام والاتصال
مسير مركز ثقافي بـــرج بوعريري
الجزائر

مستخلص :

كانت الأسرة وما تزال ميدان بحث واهتمام كثير من المتخصصين في مختلف مجالات العلوم الانسانية نظرا لأهميتها باعتبارها الخلية الأولى والرئيسية التي يتكون منها المجتمع، فالأسرة تتعرف من حين لأخر الى بعض المشكلات التي تؤدي الى اهتزازها او تصدعها بسبب البيئة المحيطة اذ ان لدراسة مشاكل الاسرة والتطلع في ازماتها والهام بأسبابها ضرورة أساسية باعتبارها ظاهرة اجتماعية تعاني منها جميع المجتمعات غير ان العصر الذي نعيش فيه اليوم يستحق باختيار تسمية عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي ميزت عصرنا الحالي، حيث أصبح مجرد قرية كونية صغيرة محدودة المعالم والأبعاد وخاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات والتي تفرق بالانترنت بحيث تعاير من أهم وسائط وسائل الاتصال الحديثة فقد اصبحت أداة التوجيه الأولى من جهة والاعتماد المتزايد والمكثف نحو استعمالها وتوظيفها بقوة في جل المجالات، أن لم نقل كل الانشطة البشرية من جهة اخرى والتي من المتوقع ان تفرض سيطرتها لعقود لاحقة فهي اكثر نضرا وأعظمها تأثيرا.

لقد كان لاقتحام الانترنت لحياتنا أثار عميقة سواء على المستوى الجزئي او الكلي فتعتبر سلاحا استراتجيا ن هذا الوضع الجديد فرض على المستخدمين تحديات جديدة شكلا ومحتوى عن الفترات السابقة فالعالم اليوم وبفضل التسهيلات والمزايا التي منحتها الانترنت للبشرية، إذا فهي مطالبة من جهتها بمسايرة هذه التطورات والتأقلم معها لكسب تحديات العصر وفي اطار كل هذه المستجدات التي تطغى عليها الانترنت.

إذا تحدثنا عن جانب التواصل و العلاقات الاسرية التي تعتبر أساس المجتمع في هذه الدراسة كونها تعمل على ضمان استمرار التواصل بين الافراد فتعتبر وليدة سياقات حضارية وثقافية وسياسية وتاريخية معينة ، كما أنها نتاج

اهتمامات ونشاط الفرد والجماعية كونها تعتبر أحد الدعائم الهامة للمجتمع ولكونها الانترنت تمثل تحديات العصر فلما القدرة على التأثير في التواصل داخل الأسرة لدى مستخدميها.

فقد أصبحت تخرق مجالات الحياة وأصبحت من الممارسات المفضلة لدى الأفراد وخاصة الشباب الذي يمثل مكانة هامة بسبب المرتبة التي يتبنونها داخل الاسرة والمجتمع كل .

Abstract:

The family has been the field of research and interest of many specialists in different fields of human sciences because of its importance as the first and main cell that consists of society, the family is known from time to time to some of the problems that lead to vibration or cracking because of the surrounding environment as the study of family problems and look at Its crisis and importance are essential because it is a social phenomenon that affects all societies, but the era in which we live today is worthy of choosing the era of communication and information technology that characterized our time. It has become a small, Especially those related to the processing of information, which distinguishes the Internet to be considered one of the most important means of modern communication has become the first guidance tool on the one hand and the increased and intensive reliance on the use and use of force in most areas, if not transfer all human activities on the other hand, which is expected to impose control For decades it is more fresh and the most influential. The Internet penetration of our lives has profound effects both at the macro and macro level, which is considered a strategic weapon. This new situation has imposed on users new challenges in form and content from previous periods. The world today, thanks to the facilities and advantages granted by the Internet to humanity, is therefore required to keep pace with these developments and adapt to them. To win the challenges of the era and within the framework of all these developments that overwhelm the Internet. If we talk about the aspect of communication and family relations that are the basis of society in this study because it works to ensure continuity of communication between individuals, it is considered the birth of certain cultural, political, historical and historical contexts. It is also the product of the individual and collective interests and activities. When the ability to influence the communication within the family to its users.of the era and withinthefram

أولا: إشكالية الدراسة

يشهد العالم العربي نموا مضطربا في انتشار خدمات الشبكة العنكبوتية "الانترنيت" والأجهزة الطرفية وخصوصا الحواسيب، بعد أن كان قد بدأ من مراكز النخب العسكرية فالجامعية فالاقتصادية ثم الإعلامية ثم الثقافية إلا أن بات يمتد يوما بعد يوم في الأوساط الشعبية نتيجة سهولة نشر شبكاته سلكيا ولاسلكيا، باطراد مستمر يوازيه انخفاضات مستمرة في كلف التشغيل. حيث كان لدخول الحواسيب واستخدامات الانترنيت في الجامعات والمدارس الفضل في نشر ثقافة ومهارات استخدام الانترنيت بحيث بات من لا يجيد استخدام الانترنيت كمن لا يجيد القراءة والكتابة قبل نصف أو ربع قرن من الزمان. هكذا بدأ الانترنيت يدخل الأحياء واحد بعد الآخر ويدخل

البيوت واحد بعد الآخر بشكل سريع، مما سيكون –ولاشك– له الأثر الملموس على أنواع عديدة من حياة المجتمعات العربية بمختلف قطاعاتها.

قد توقف تقرير التنمية الثقافية العربية الأول عند الإعلام الجديد والمقصود به الإعلام في شبكات الاتصال الحديثة والانترنيت راصدا ذلك من خلال معدلات النمو في عدد الخطوط الهاتف الثابت والهاتف الخلوي وأجهزة توفير خدمة الانترنيت ومعدلات النفاذ إلى الانترنيت، وقد كشف التقرير جملة من الحقائق الأساسية في الارتباط بين وسائل الإعلام والانترنيت وتتمثل في التالي:

أولا: ترتبط أعلى معدلات الوجود الإعلامي العربي على الشبكة العنكبوتية بالصحافة العربية المطبوعة والالكترونية وتتنوع ما بين جرائد يومية وأسبوعية ومجلات ودوريات عربية.

ثانيا: يلي الصحف العربية في نسبة الوجود على الانترنيت المواقع الإذاعية والتلفزيونية ومن الملاحظ أن للقنوات التلفزيونية حضورا على الانترنيت من القنوات الإذاعية.

ثالثا: تأتي في المرتبة الثالثة الشبكات الإخبارية العربية وتظم المواقع الإخبارية والبوابات الإعلامية والمنتديات.

قد امتد تأثير هذه التقنية الحديثة ليشمل جميع جوانب الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والتعليمية في المجتمعات الحديثة ليصل إلى الأسرة والتي تعتبر الوحدة الأساسية في بنيان المجتمع، حيث لعبت الأسرة دورا أساسيا فست كين مدارك الإنسان وثقافته، كما ساهمت في تشكيل منظومة القيم التي يتمسك بها ومقومات السلوك الاجتماعي بما فيها أنماط التواصل الأسري، أما اليوم فقد انتقل جزئ كبير من هذا للدور إلى الشبكة العنكبوتية التي فتحت مجالا أمام أنماط التواصل الحديث (فرد، وسيلة) داخل الأسرة التي تستخدمها لإشباع حاجات تتعلق بالعلاقات الاجتماعية، فهناك من يعتبرها كمصدر من مصادر الموضوعات التي تعمل على تنشيط الحوار بين أفراد الأسرة المتباعدين، وآخرون يستخدمونها للهروب من الواقع مما يؤدي إلى العزلة والأسرة الجزائرية ليست بمعزل عن هذا الغزو التكنولوجي الذي احدث تحولات عميقة داخلها، وهو ما يظهر حاليا في مختلف التغيرات التي مست الأسرة الجزائرية الحديثة، والتي أصبحت أبناؤها يقضون ساعات أمام الشبكة العنكبوتية ومواقعها التي لا تعد، وخدماتها التي لا تحصى وأصبح التواصل بين أفرادها يقتصر على الجمل القصيرة التي تقتضيها الضرورة، فعوضا أن يتحاور الأبناء مع الآباء والأزواج مع الزوجات حول رغباتهم ومشاكلهم الدراسية أو العاطفية يفضلون التوجه إلى الانترنيت، وكأن البحث عن الحلول لمشاكلهم في العالم الافتراضي أفضل من العالم الواقعي. مما جعل الشبكة العنكبوتية تؤثر في العلاقات الأسرية والعادات التواصلية للأفراد وأنماط السلوك لدى شرائح واسعة من الأسر الجزائرية. وهذا ما جعلنا نطرح التساؤل التالي:

- ما تأثير استخدام الشبكة العنكبوتية على عملية التواصل داخل الأسرة الجزائرية؟.

ويندرج التساؤل الرئيسي إلى فرعين:

- هل ساعد استخدام الانترنيت على تقوية الروابط الأسرية في المجتمع الجزائري؟.

- كيف يؤثر استخدام الانترنيت في أنماط التواصل الأسري بين أفراد الأسرة الجزائرية؟.

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

هناك أسباب أدت إلى اختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي، وقد تمثلت فيما يلي:

أ. الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية منا في رفع مستوى الثقافة التكنولوجية (الانترنيت).
- ميلنا الشخصي إلى المواضيع التي تندرج ضمن التخصص الذي ندرس فيه (علوم الإعلام والاتصال).
- ميولات خاصة نحو الإعلام الاجتماعي (الإعلام الجديد) بصفة عامة والإعلام الجديد بصفة خاصة.
- الاهتمام الشخصي بموضوع الاتصال ودوره في عملية التواصل بين الأفراد في الأسرة.
- ملاحظتها الشخصية لتأثير الانترنيت في محيطي الأسري.

ب. الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات الميدانية والنظرية التي تناولت مثل هذا الموضوع، وإن وجدت فهي في الغالب تقتصر على أثر استخدام الانترنيت في مجال الاقتصاد والبحث والتواصل الاجتماعي بشكل عام.
- التوجه العام للأفراد نحو الشبكة العنكبوتية للإطلاع سواء على الأخبار أو أخذ المعلومات والأخبار منها المحلية والدولية وبالتالي بيان لقيمة الإعلام الجديد وماذا يمثله بالنسبة للأفراد.
- التأثير الذي يمارسه الإعلام الجديد (الانترنيت) على مختلف الشرائح الاجتماعية حيث أصبح وسيلة إعلامية وترفيهية في نفي الوقت.
- التهافت الكبير للأسرار الجزائرية في السنوات الأخيرة للمشاركة في خطوط الانترنيت.

ثالثا: أهمية موضوع الدراسة

مما لا شك فيه أن الأسرة هي العماد الذي يقوم عليه البنيان الاجتماعي، ومنذ بدئ التاريخ وحتى اليوم تقوم الأسرة بالعديد من الوظائف بهدف إشباع احتياجات أفرادها وتهيئهم ليكونوا مواطنين صالحين في إطار ثقافة المجتمع. وقد تأثر بنيان الأسرة ووظائفها والعلاقات بين أفرادها خلال العصور المختلفة بالتقدم التقني في مختلف المجالات، حيث أن هناك تفاعل مستمر بين هذه التقنيات الحديثة وبين المجتمع الذي توجد فيه بكل فئاته. من هنا جاءت أهمية هذا البحث بعد محاولة لمساعدة الأسرة على الاستفادة من الشبكة العنكبوتية وحسن استخدامها بشكل يضمن سلامة العلاقات بين أفرادها. بالإضافة إلى توعية الأسرة بالطريقة المثلى للاستفادة من هذه الخدمة التي تعتبر حديثة على الأسرة والمجتمع الجزائري ككل. تتلخص أهمية دراستنا فيما يلي:

- تكمن أهمية دراسة الاتصال في كونه يمثل أحد الدعائم الرئيسية التي تعتمد عليها الأسرة في تحقيق التواصل بين أفرادها، ولأن عملية التواصل تتسم بالاستمرارية وتتعدى فضاء الأسرة، والانترنيت أحد الوسائل التي تدعم الاتصال داخل وخارج الأسرة.
- تمثل ظاهرة الانترنيت مؤشرا على طبيعة ودرجة التغير الاجتماعي، لان تأثيره يتعدى مجال البحث العلمي والاقتصادي والترفيهي، ذلك من خلال إحداث تغيرات في نوعية العلاقات الأسرية وما يرتبط بها من أدوار ووظائف يقوم بها الأفراد داخلها، مما قد يعرضها للخطر من جراء أشغال كل فرد منها، وخاصة الآباء عن أدوارهم الأسرية وما قد يترتب عنه من مشاكل اجتماعية.
- تلعب الأسرة دورا أساسيا في استقرار وتوازن المجتمع من خلال الحفاظ على توازن العلاقات الأسرية وذلك بتواصل أفرادها بصفة دائمة، وفي هذا المجال تمثل ظاهرة التواصل عبر الانترنيت مؤشر خن اختلال في مستوى التواصل الأسري، مما يؤدي إلى ظهور بعض الأزمات والمشاكل وهذا ما تبرزه أهمية دراسة أبعاد هذه الظاهرة ثقافيا واجتماعيا.

رابعا: أهداف موضوع الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة دراسة أثر استخدام الانترنيت على التواصل الأسري والعلاقات الأسرية بين الأفراد، والتي تشمل العلاقة بين الأب والأم والعلاقات بينهما وبين الأبناء، والعلاقة بن الأبناء ببعضهم البعض.إذ تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة التأثير الذي يحدثه الاتصال عبر الانترنيت في العلاقات الأسرية في المجتمع الجزائري الذي بدأ يشهد استخداما مكثفا للانترنيت في السنوات الأخيرة.
- الوقوف على مدى انتشار استخدام هذه الوسيلة الاتصالية بين الأسر الجزائرية واعتمادها كوسيلة سهلة واقتصادية للتواصل الاجتماعي.
- دراسة العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة والتابعة موضوع البحث.
- الكشف عن طبيعة تعامل الأفراد داخل المجتمعات الافتراضية المتاحة عبر الانترنيت والتعرف على مدى تفضيلهم لها، ومدى تأثير ذلك على حياتهم الواقعية.
- رصد مدى وجود رقابة من الوالدين على استخدام الشبكة العنكبوتية.
- رصد دوافع استخدام الانترنيت لدى الأطراف المختلفة للأسرة .

خامسا: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

استخدامات الانترنيت في العالم العربي. **سامي طابع (2000م).** فقد كانت الدراسة استكشافية لعينة عمرية بلغت **(5000)** مفردة من طلبة الجامعات لخمسة بلدان عربية هي: مصر، السعودية، الكويت، الإمارات

والبحرين، وقد بينت نتائج الدراسة أن نسبة المستخدمين لهذه الشبكة قد بلغ **72,6%** من إجمالي المبحوثين، وتفاوت متوسط الوقت الذي بمضمونه في استخدام الانترنيت أسبوعيا ما بين ساعتين بالنسبة للمبحوثين المصريين وثلاث ساعات في الإمارات، وأربع ساعات في كل من الكويت والبحرين، وست ساعات في السعودية وكان الذكور أكثر استخداما الشبكة العنكبوتية من الإناث وقد يتبين من الدراسة أن الانترنيت يعد مصدرا للأخبار والمعلومات للغالبية العظمى من المبحوثين، تليها التسلية وقضاء وقت الفراغ واستخدام البريد الالكتروني في المرتبة الثالثة، ولم يكن هناك أي اختلافات جوهرية بين الذكور والإناث.

توظيف الدراسة:

موضوع هذه الدراسة يركز على استخدامات الانترنيت في العالم العربي، ودراستنا ركزت على تأثير الانترنيت على أنماط التواصل الأسري، إذ تقترب هذه الدراسة من دراستنا لأنها تركز على شريحة هامة ضمن عينة دراستنا الأولى وهي الشباب والمراهقين.

الدراسة الثانية:

الانترنيت واستعمالاتها بالجزائر. **حسيبة قيدوم (2001م-2002م).**

ركزت هذه الدراسة على معرفة عادات وإشباعات الاستعمال بالجزائر العاصمة، وأجريت هذه الدراسة الميدانية على مستخدمي الانترنيت من خلال مقاهي الانترنيت والمؤسسات التعليمية والإدارة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أغلب المستخدمين من فئة الشباب **(21-30)** سنة والأغلبية يستعملونها لأكثر من ساعة، ومن بين الخدمات الأكثر شيوخا خدمة النسيج العالمي، البريد الالكتروني، وتليها المحادثة المباشرة ثم المنتديات، وأخيرا خدمة نقل الملفات، وقد تمثلت دوافع الاستعمال في إشباعات ذات قيمة اجتماعية ونفسية، ولقد توصلت الدراسة أيضا إلى أن **95%** من المستخدمين اعترفوا بحضور الشعور بالارتياح أثناء الاستخدام، وأن **75%** من المستخدمين يفضلون الانفراد أثناء استعمالهم للشبكة، وقد صرح البعض منهم بالعزلة والانقطاع عن العالم المحيط أثناء الاستخدام.

توظيف الدراسة:

موضوع هذه الدراسة يركز على الآثار الإيجابية والسلبية التي خلقها لاستعمال شبكة الانترنيت على المجتمع الجزائري ككل، إذ تقترب هذه الدراسة من دراستنا لأنها ترتكز على الآثار والتحولات التي أحدثتها الانترنيت، وكذلك لأنها تبحث في السلوكيات المترتبة عن استعمال الانترنيت ومدى تأثيرها في التغير الاجتماعي.

الدراسة الثالثة:

اثر استخدام الانترنيت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة من إعداد **إلهام** بنت **فريج** بن **سعيد العويضي**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد المنزلي، تخصص سكن و إدارة المنازل.

كان تساؤلها الرئيسي كالتالي:

هل أثرت شبكة الانترنيت على العلاقات الأسرية؟.

أما بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد تطلبت هذه الدراسة وإعداد وبناء استمارات استبيان توجه من الزوج والزوجة والأبناء والتعرف على أثر استخدام الانترنيت على العلاقات الأسرية داخل الأسرة السعودية بمحافظة جدة. تتمثل نتائج الدراسة في:

- يعد تأثير استخدام الانترنيت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسر في مجتمع الدراسة تأثير محدود وبسيط.
- نصف المبحوثين تقريبا ينظمون استخدامهم للانترنيت بمستوى متوسط كما أنهم يخضعون لرقابة متوسطة.
- ارتفاع أفراد العينة الذين يرون أن الانترنيت ذات تأثير سلبي على المجتمع السعودي دينيا وأخلاقيا.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للانترنيت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بين الوالدين والأبناء من وجهة نظر الوالدين.
- اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين استخدام الأبناء للانترنيت وبين تأثير ذلك على العلاقة بين الوالدين والأبناء.

توظيف الدراسة:

من أوجه التشابه بين هذه الدراسة ودراستنا أن كلاهما يحمل نفس العنوان، كذلك نفي الأهداف، أما أوجه الاختلاف فهذه الدراسة في منطقة جدة بالسعودية أما دراستنا فركزت على المجتمع سكان الأخضرية بالجزائر، كذلك ركزت الدراسة السابقة على العلاقة بين الزوجين والعلاقة بين الآباء والأبناء والعلاقة بين الأبناء ببعضهم البعض، أما ما يخص دراستنا فركزت على العلاقة بين الزوجين والعلاقة بين الآباء والأبناء. تظهر نقط الاستفادة من هذه الدراسة في:

- الاستفادة من بعض المعلومات النظرية فيما يخص الأسرة والانترنيت؟
- الاستفادة أيضا من الإجراءات المنهجية للدراسة.

الدراسة الرابعة:

مجتمع الإعلام والمعلومات، دراسة استكشافية للانترنيت الجزائريين. **محمد لعقاب (2000-2001)**. اقتضت طبيعة الموضوع استخدام منهجيين اثنين هما المنهج التاريخي والوصفي، ويتوقع الباحثون أن ما أحدثته تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، سيفوق تأثيره في المجتمع العالمي التأثير الذي أحدثته اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر فقد

أشار الباحث إلى أن مجتمع الإعلام والمعلومات والذكاء الإنساني يشكل حقبة من تاريخ البصرية، سيتجاوز المجتمع الصناعي إلى تجسيد مجتمع عصر ثورة الاتصال وتلخصت نتائج هذه الدراسة على أن الجزائر حققت تقدما هاما في مجال توفير تكنولوجيا المعلومات حيث أنها تملك شبكات اتصالية هامة تغطي مختلف التراب الجزائري، يلاحظ كذلك أن انتشار الانترنيت في الجزائر يتم بوتيرة سريعة جدا سواء من حيث الاستخدام أو ظهور شركات توزيع الخدمات أو إنشاء محركات جزائرية فضلا عن تنوع استخداماتها. كذلك ظهور مجتمعات إلكترونية تعرف باسم المجتمعات الافتراضية التي تلتق عن طريق الانترنيت ولما ظهر هذا المجتمع الالكتروني الجديد، ظهرت مشاكل اجتماعية.

توظيف الدراسة:

موضوع هذه الدراسة يركز على التحولات التي أحدثتها هذه التكنولوجيا على المجتمع ككل، ودراستنا ركزت على تأثير الانترنيت في التواصل الأسري داخل الأسرة الواحدة باعتبارها النواة الأساسية في كل المجتمعات.

الدراسة الخامسة:

أثر استخدام الانترنيت على التفاعل الاجتماعي والصحة النفسية للفرد. **كروات** وزملاءه **(Krawt) 1998م**.

من أهم نتائج هذه الدراسة هو أن استخدام الانترنيت المتزايد يؤثر وبشكل كبير على مستوى الاتصال والمشاركة مع أفراد الأسرة داخل المنزل، ويقلل من مقدار التواصل الاجتماعي في المحيط الذي ينتمون إليه، كذلك بنيت الدراسة بأن كثرة استخدام الانترنيت والجلوس أمام لسعات طويلة يؤدي إلى حالات من الاكتئاب والوحدة الاجتماعية.

توظيف الدراسة:

- تقترب هذه الدراسة من دراستنا لأنها تبحث في الأثر الذي تختلفه الإدمان على شبكة الانترنيت ومدى تأثيرها في التغير الاجتماعي.
- تختلف هذه الدراسة كليا عن دراستنا في تناولها التأثير المحتمل (الانترنيت) حيث ركزت على الجانبين الجانب النفسي أكثر مت الجانب الاجتماعي، لكن دراستنا تناولناها من الجانب الاجتماعي.

سادسا: المقاربة النظرية للدراسة

إن هذه الدراسة في ضوء منظوران الاستخدام وتلبية الرغبات (الإشباعات) إذ أنهما كفيلان بتحقيق أهداف الدراسة في حقل الاتصال، ينظر إلى الأسرة على أنها جزء مهم داخل المنظومة الاجتماعية للمجتمع، إلى جانب منظومات أخرى كالمنظومة السياسية والمنظومة الاقتصادية[165]. إذ تعد النظرية قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات الدقيقة والتي تسمى بالفروض العلمية،

[165] _ - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م، ص64.

حيث تقوم بربط مجموعة من المتغيرات وتساعد الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيرا منهجيا[166]. فالنظرية تكتسي أهمية كبيرة في البحث العلمي، وتعد مرحلة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها، حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع وبناء الفرضيات والوصول إلى نتائج[167]. أما النظرية الأنسب في تقديم وحدات التحليل والتزويد بآليات التفسير للموضوع محل الدراسة هي نظرية الاستخدامات والإشباعات.

مفهوم نظرية الإشباعات والاستخدامات:

هي نظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة، فخلال العقد العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير أنها عنصر سلبي غير فعال على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل لوسائل الإعلام[168].

فروض النظرية:

يلخص **كارتز** وزملائه افتراضات هذه النظرية في النقاط التالية:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الجمهور.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال عل المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الوسائل فقط[169].

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:(دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام)

ترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في: حاجات معرفية أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام، وحاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة

---

[166] _ المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1989م، ص206.

[167] _ عبد الرحيم درويش ، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي للنشر، د مياط، 2005م، ص27.

[168] _ حسين عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص239

[169] _ مذكرة بوزيان عبد الغني، استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباعات المحققة منها، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختارة، عنابة، 2010م، ص41.

والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات والحاجة إلى الترقية، أيضا إليها الحاجة إلى الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر، أما عن الدوافع فيقسمها **روبن** إلى فئتين[170].

- الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون لوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.
- الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.

إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: ويفرق **لورانس وبيز** بين نوعين من الإشباعات:

أ. **إشباعات المحتوى:** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين: إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب. **إشباعات العملية:** وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة وهي نوعين: إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.

نقد النظرية:

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على النقيض من النظريات التي تقدس تأثير وسائل الاتصال، لأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات أكثرها شهرة هي التي أوردها **ماكويل 1979م:**

- تعتبر مقاربة نفسية جدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط على دفاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعية المستخدم التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني إلا أن الملاحظة عادات الاستخدام الموجهة له[171].

علاقة النظرية بالدراسة:

هناك عدة أسباب تربط بين التواصل الأسري وطرق استخدامات الانترنيت نذكر فيما يلي:

---

[170] _ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنيت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008م، ص34

[171] _ باديس لونيس (مرجع سبق ذكره)، ص36.

- تولد العلاقات الأسرية وصراعات قد تؤثر في دفع الأفراد إلى استخدام الانترنيت لتخفيف الضغوط النفسية.
- من الممكن كذلك أن تولد الظروف الأسرية وعيا بمشكلات تتطلب الاهتمام والمعالجة ومن الممكن أن يلجأ الشخص للانترنيت للحصول على المعلومات الخاصة بتلك المشكلات التي تعمل على تنشيط الحوار والتواصل داخل الأسرة.

سابعا: فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى:

عادات استخدام الأسرة الجزائرية للانترنيت.

الفرضية الثانية:

استخدامات الانترنيت في تلبية حاجات ورغبات أفراد الأسرة الجزائرية.

الفرضية الثالثة:

الانترنيت تؤدي إلى تغيير الأدوار الاجتماعية داخل الأسرة الجزائرية.

ثامنا: تحديد مفاهيم الدراسة

_ الأثر_ الاستخدام_ الانترنيت_ التواصل (الاتصال)_ الأسرة

1. **مفهوم الأثر:**

أ. **لغة:** تأثر يتأثر تأثيرا بالشيء، أي يطبع به كما جاء في المنجد الأبجدي[172].وأثر يؤثر، أثر، تأثيرا في الشيء أي ترك فيه أثرا[173].

لفظَة تأثير جاءت من المصدر اثَّر: وتعني أحدث وقعا، وترك صدى كأن نقول أحدث تأثيرا في نفوس الحاضرين كقول **جبران خليل جبران:** "كأنها تريد أن تخترق بعينها لترى تأثير كلامها في عواطفي"، وحين قلنا أيضا: "لم يكن يهدف إلى التأثير عليه أي إخضاعه لمفعول ما". قال الخليل **بن أحمد الفراهدي:** "الأثر بقية ما يرى من كل شيء، وما لا يرى بعد أن يتبقى فيه علاقة، والآثار، الأثر كالفلاح والفلح، والسدد والسداد". قال الخليل أيضا:"أثر السيف ضربته، وتقول ومن يشتري سيفي وهذا أثره يضرب للمجرب المختبر".

ب. **اصطلاحا:** يعرف التأثير بأنه نتيجة الاتصال ويقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون نفسيا أو اجتماعيا أو معرفيا، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديمهم الأخبار والمعلومات والترفيه، والإقناع، والأثر الإعلامي يتحقق على مدي بعيد ونتيجة التراكم في الأغلب ويختلف عن ردود الفعل ورجع الصدى المباشر. يعرف أيضا أنه ما يمكن أن

---

[172]_ المنجد الأبجدي، معاجم دار الشروق، بيروت، لبنان، 1986م، ص41.

[173]_ علي بن هادية وآخرون، القاموس الجرير، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999م، ص102

تحدثه الوسيلة الإعلامية أيا كانت، من تبديل، تحويل، تعديل أو تغيير أو حتى تثبيت في مواقف الجمهور وسلوكياته على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد.

حسب **محمد منير حجاب** في موسوعته الإعلامية يمكن تعريف التأثير على أنه بعْض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلقت الرسالة انتباهه وإدراكه وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق، وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات زفي النهاية إقدام الفرد على سلوك عالي[174].

ت. **التعريف الإجرائي:** يعرف بأنه الشيء الذي يترك انطباعا أو أثرا على نفسية الفرد فيميل إلى تفضيله عن غيره، ومن ثم قد يحدث تغيير في اتجاه سلوك الفرد اتجاه ما سمعه أو قرأه أو شاهده، كأن نقول: "ما هو الأثر الذي تركه فيك هذا الخطاب؟".

كما يمكن تعريف التأثير على أنه طريقة إدراك البرامج التلفزيونية وأسلوب الاستجابة لها من خلال المشاهدة، وتعد الملاحظة على أنها أساس دراسة التأثير ونميز ذلك في تبدل تعبيرات الوجه وتقلص العضلات وانبساطها وغير ذلك من الإجراءات السيكولوجية مثل تحرك حدقة العين وغيرها من أساليب دراسة المشاهدة.

1. **مفهوم الاستخدام:**

أ. **لغة:** استخدام مصدر، استخدم، يستخدم ، استخداما، استخدام آلة أي استعمالها[175].

ب. **اصطلاحا:** يعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، والاستخدام في مجال الانترنيت يتخذ مفهومين هما:

- الاستخدام العام: وهو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام،
- الاستخدام الخاص: وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار عمل مثل (التجارة الإلكترونية والبيع والشراء...)[176].

ت. **إجرائيا:** والمقصود بذلك هو مدى تنظيم الاستخدام والرقابة التي تفرض على المستخدم من قبل أفراد الأسرة الآخرين وكذلك ما يفرضه الشخص على نفسه من قيود عند استخدامه الانترنيت كتحديد مدة زمنية معينة للاستخدام.

1. **مفهوم الانترنيت:**

---

[174]_ يامين محمد بودهان، الشباب والانترنيت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013م/2014م، ص:ص 10←11

[175]_ معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي www.almaany.com/ar/dic/or/ar بزيارة الموقع يوم 2017/04/20 على الساعة 11:00

[176]_ بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنيت على الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2008م، ص:ص 119←121

أ. **لغة:** تعني **NET** أي الشبكة، أنها قالب خيالي **FICTIONQL MATRIX** أو نسيج عنكبوتي **WEP** وتمثل الشبكة البنية الأساسية للمعلومات العالمية، ويمكن الوصول إلى المعلومات من الانترنيت عن طريق الدخول عبر سلسلة من البوابات التي توصل كل منهما للأخرى[177].

صاغ العرب المحدثون العديد من الكلمات لكي تحل محل الكلمة الدخيلة الانترنيت لنجد أمامنا كلمات مبعثرة، الشابكة، والمعمام والشبكة. إن كلمة الانترنيت لم تكن معروفة في اللغة الانجليزية من قبل بل نشأت نتيجة إدخال السابقة "**إنتر**" التي تشير إلى العلاقة البينية بين شيئين أو أكثر، وكلمة "**نت**" تعني الشبكة لتعكس حقيقة أ الانترنيت هي شبكة واسعة تربط بين العديد من الشبكات المحدودة[178].

ب. **اصطلاحا:** الانترنيت هي مجموعة من الحاسبات المنتشرة جغرافيا عبر العالم والمرتبطة من خلال شبكات محلية وشبكات واسعة وموزعة في العالم بهدف نقل البيانات علة الشبكة، ولذلك أطلق على الانترنيت شبكة الشبكات، والشبكات التي ترتبط هذه الحاسبات تستخدم عدة وسائط للاتصال فيما بينها، وبحكم عملية الاتصال بين هذه الشبكات والحاسبات على الانترنيت بروتوكول الاتصال **TCP/IP** والذي يسمح للحاسبات المختلفة بأن تتحادث وتفهم بعضها البعض. وتعتبر الانترنيت وعاء ضخما جدا من المعلومات التي يتم تحديثها بصفة مستمرة في حاسبات منتشرة حول العالم.

يعرف كذلك أنه الشبكة الإلكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر، كما تسمح باسترجاع هذه المعلومات[179]. يعرفها مؤيد عبد الجبار الحديثي بقوله:"الانترنيت مجموعة من شبكات الاتصالات المرتبطة ببعضها ولا يحكمها كيان واحد بمفرده، وإنما يدير كلا من مكوناتها ومؤسسات عامة وخاصة، وهي أكبر من مجموعة أجزائها وتشمل كنوزا ضخمة من الموارد في حواسيب الانترنيت، وهي تظم ثلاث مستويات من الشبكات تتربع على: شبكات الأساس أو العمود الفقري المتمركزة في الو.م.أ، تليها الشبكات المتوسطة بالجامعات والمؤسسات الكبرى، وتمثل مصدرا هائلا من المعلومات المختلفة لملايين البشر في شتى أنحاء العالم فرصة التواصل من خلال تزاوج وتكامل تكنولوجيا الاتصالات والحاسبات".

الفرق بين الانترنيت والانترانت والاكسترانت(INTERNET, ENTRANT, EXTRANT):

في الوقت الذي انتشرت فيه الانترنيت انتشارا كبيرا في نهاية التسعينات وعرفت الشبكات المعلوماتية تطورا لاح في الأفق ميلاد شبكة جديدة تسمى شبكة **الانترنيت**، وبدأ استخدام هذه الشبكة الجديدة على نطاق واسع وأصبحت بالنسبة لعديد من

177_ محمد فتحي عبد الهادي و د.أبو السعود إبراهيم، النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية، دار الثقافة العلمية، ص:ص 119←121

178_ محمد حميدي الفاتح وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر، 2011م، ص48.

179_ د.حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنيت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005م، ص20.

الشركات المحور والعمود الفقري ليسر العمل داخليا، والمقصود بالانترنيت هي الشبكة الداخلية التي لا تتعدى حدود الشركة الواحدة والتي لها معظم خصائص الانترنيت ولكن لا تتسم بأية علاقة مع أطراف خارجية ولا تتعدى حدود العلاقات الداخلية بين أفراد الشبكة الواحدة، وهي مبنية على نظام البريد الإلكتروني المعروف وإن كان مقصورا فقط على عمليات الاتصالات بين أفراد الشركة سواء كانوا في المبنى نفسه أو في بلدة أخرى.

يعتبر هذا المصطلح جديدا وتعني الشبكة الداخلية والشبكة الشخصية الفعلية، والانترنيت ببساطة هي تطبيق للأعراف والتقنيات التي توظفها، ولكن على نطاق شبكة خاصة بمؤسسة أو شركة، وتتميز هذه الدوائر بأنها تغطي مظهرا منتظما لقواعد بيانات العملاء وملفات الاتصال ومعلومات المنتجات، مما يعني مظهرا منتظما لقواعد بيانات العملاء وملفات الاتصال ومعلومات المنتجات، مما يعني أنها أسهل استخداما من قبل الموظفين، وبهدف بناء المؤسسات لتسهيل تسيير أعمالها اليومية، ورغم أن شبكة الانترنيت عرفت انتشارا كبيرا في أوساط المؤسسات والشركات لكونها أحدث وأسرع وأدق طريقة لتبادل المعلومات داخل المؤسسات، فقد عاب البعض استقلالية نظام الانترنيت وبعده عن الأطراف الخارجية، في حين رأى البعض الآخر أن نجاح مشروع مالن يأتي إلا بعلاقة متواصلة واتصال دائم مع موزعيه وعملاءه.

لإزالة عيب استقلالية الانترنيت لكانت لابد أن تتسع لتشمل أطرافا خارجية قد تكون لصيقة بالمؤسسة والمؤسسة نفسها بالاطلاع على هذه البيانات وهذا عالم جديد تحتم ظهوره وهو عالم **الاكسترانت** والتي هي نتائج لتزاوج كلا من الانترنيت وتعني خلق علاقة جديدة بين المؤسسات وبين عملائها وشركاتها ويمكن عد الاكسترانت حلقة وصل بين **الانترنيت** العامة وبين **الانترانت** الخاصة، فهي تسمح لشركاء أعمال المؤسسة بالمرور عبر الحوائط النازية **FIRE WALLS** التي تمنع ولوج الدخلاء **INTRUDERS** والوصول لبيانات المؤسسة أو على الأقل جزء منها وهكذا يمكن القول أن **الاكسترانت** يمكن النظر إليها على أنها ذلك الجزء من **الانترانت** والذي امتد للمستخدمين من خارج المؤسسة وحواجز الشبكات لخدمة الأعمال وبين شركاء الأعمال[180].

أ.**إجرائيا:** وعليه فالانترنيت وسيلة اتصال تجمع أكثر من وسيلة في وقت واحد في اعتمادها على النصوص المكتوبة كما أنها تسمح بالاتصال ذو اتجاهين مثل التلفون، كما أنها وسيلة سمعية بصرية مثل التلفزيون، فالانترنيت وسيلة اتصال يؤدي عدة مهام بأسلوب تفاعلي وهي تتمتع بميزة التفاعلية أكثر من أي وسيلة أخرى.

1. **تعريف الاتصال:**

أ. **لغة:** جاء في لسان العرب الاتصال هو الصلة، ما اتصل بالشيء، قال الليثي:"كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة أي اتصل وذريعة.

وصلة الشيء وصلا وصلة ضد الهجران والوصول خلاف للفصل.

[180] _ محمد الفاتح وآخرون (مرجع سبق ذكره)، ص:ص 49←51.

كلمة اتصال مشتقة من الكلمة الانجليزية **Communication** مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية والتي **Communus** والتي تعني الشيء المشترك وفعلها **كومينكار** أي يذيع أو يشيع[181].

ب. **اصطلاحا:** ويعني الاتصال حسب **ريكارد أندي** "عملية يقصد مصدر نوعي بواسطة إثارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي أي أنه عملية مقصودة هادفة وذات عناصر محددة.

ويرى عالم الاجتماع **تشالز رايت** بأنه "عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد". أما **تشالز كولي** يرى بأن الاتصال يعني "ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقة الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان. أما الاتصال بالنسبة **لجورج لندبنرج** فهو "نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك[182].

ت. **إجرائيا:** الاتصال هو عملية نقل وتبادل المعلومات والأفكار ممثلة في اتجاهات وسلوك وعواطف ومشاعر من فرد لآخر أو جماعة من الأفراد داخل الأسرة أو العائلة الواحدة وهو أساس كل تفاعل وتواصل أسري.

1. **مفهوم الأسرة:**

أ. **لغة:** الأسرة من الناحية اللغوية كما ورد في المنجد الأبجدي، بمعنى جمع أسر، رهط الرجل الأدنون بمعنى عشيرته لأنه يتقوى بهم[183]. جاء في قاموس **الجرير** للطلاب، الأسرة هي الرجل أو المرأة جمع أسر. والأسرة في اللغة مشتقة من الأسر والأسر لغة يعني القيد، وإسارة الرجل قيده أو أخذه أسيرا وما يهمنا هنا من حيث كانت الأسرة أهل الرجل وعشيرته فأن الأسر والقيد هنا يفهم منه العبء الملقى على لإنسان أي المسؤولية لذلك فإن المفهوم اللغوي للأسرة يبنى عن المسؤولية[184]. تعرف كذلك أنها مأخوذة من الأسر، والشد لذلك تفسر بأنها الدرع الحصينة، فإن أعضاء الأسرة يشد بعضهم أزر البعض، ويعتبر كل منهم درعا للآخر، وتطلق كذا على أهل الرجل وعشيرته، كما تطلق على الجماعة يضمهم هدف مشترك، كأسرة الأطباء، أسرة المهندسين، المحاسبين وأسرة الأدباء[185].

ب. **اصطلاحا:** هي نظام اجتماعي متكامل يتألف من عناصر تتفاعل معا وتؤثر على كل منهما،كما تتأثر الأسرة وما يحكمها من علاقات بالمجتمع المحيط الذي توجد فيه، فهي تتفاعل مع المجتمع وتأخذ منه الأفكار والعادات والتقاليد ونظم القيم والاتجاهات[186].

---

[181] _ المنجد الأبجدي، (مرجع سابق ذكره)، ص52.

[182] _ فضيل ديليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، الجزائر، 2007م، ص:ص 17←18

[183] _ المنجد الأبجدي (مرجع سابق)، ص41

[184] _ علي بن هادية وآخرون (مرجع سابق)، ص102

[185] _ د.حسين عبد الحميد شوان، الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة، مؤسسة شباب الجامعة، 40 شارع مصطفى مشرفة، إسكندرية، 2012م، ص21

[186] _ نخبة من المتخصصين، علم اجتماع الأسري، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المنتوجة، القاهرة، 2008م/2009م، ص266

يجمع العلماء والباحثين على أن الأسرة هي أقدم المؤسسات الإنسانية وأكثرها شيوعا، ويذهب البعض منهم إلى اعتبارها السبب المباشر في الحفاظ على الجنس البشري والإبقاء عليه حتى الآن، فلقد ظلت الأسرة الأهم الذي ينشأ فيه معظم الناس وعند مرحلة معينة ينفصل البالغون عن الأسرة ليكونو أسرهم الخاصة لكن ما يختلفون عنه هو تحديد تعريف جامع ووحيد للأسرة نتيجة اختلاف المدارس والاتجاهات التي ينتمون إليها، فمنهم من اعتبرها الجماعة الإنسانية التنظيمية المكلفة بواجب استقرار وتطور المجتمع، ومنهم من عرفها بأنها الخلية الأساسية في المجتمع وأهم جماعاته الأولية التي تتكون من أفراد تربط بينهم صلة القرابة والرحم وتساهم في النشاط الاجتماعي في كل جوانبه المادية والعقائدية والاقتصادية... وكما تعرفها **سناء الخولي** في كتابها "الأسرة في عالم صغير" بأنها "ليست وحدة اجتماعية بسيطة، وإنما نظام مركب ومعقد، وهي تنظيم له بناؤه ووظائفه له أيضا أهدافه وديناميته، ومن ثم تؤثر وتتأثر بالمناخ الاجتماعي والاقتصادي والسياسي المتغير[187].

رأي علماء الاجتماع في الأسرة:

يرى **كريستنس Christenser** بأن الأسرة مجموعة من المكانات والأدوار المقسمة عن طريق الزواج، ويفرق بين الزوج والأسرة، حيث أن الزواج عبارة عن تزاوج منظم بين الرجال والنساء، في حين أن الأسرة عبارة عن الزواج مضافا إليه الإنجاب. يرى **بيل فوجل** أن الأسرة وحدة بنائية تتكون من رجل وامرأة يرتبطان بطريقة اجتماعية منظمة مع أطفالها ارتباطا بيولوجيا أو عن طريق التبني. يرى **أوجبرت ونيكسون** أن الأسرة رابطة اجتماعية تتألف من زوج وزوجة وأطفالهما أو دون أطفال، وقد تكون الأسرة أكبر بحيث قد تضم أفراد آخرين كالأجداد والأحفاد وبعض الأقارب على أن يكونو مشتركين في معيشة واحدة مع الزوج والزوجة والأحفاد. أما **ميدوك** في نظره الأسرة جماعة تتميز بمكان إقامة واحد مشترك، أو تعاون اقتصادي ووظيفة تكاثرية، ويوجد بين اثنين من أعضاءها علاقة جنسية يعترف بها المجتمع وتكون الأسرة من ذكر بالغ وأنثى بالغة وطفل سواء كان من نسلها أو عن طريق التبني[188].

أ.**إجرائيا:** يمكن القول أن الأسرة أنها وحدة اجتماعية تتشكل من رجل وامرأة تصل بينهما علاقات معنوية متماسكة، إذ أنها عبارة عن جماعة إنسانية تنظيمية مكلفة بواجب استقرار وتطور المجتمع عبر التأثير في نمو الأفراد وأخلاقهم منذ المراحل الأولى من العمر وحتى يستقل الإنسان بشخصيته ويصبح مسئولا عن نفسه وعضوا فعالا في المجتمع.

- الإجراءات المنهجية

1. المنهج:

[187]_ د.شوق أسعد محمود، علم اجتماع العائلة، دار البداية ناشرون وموزعون، 2012م، ص:ص 16←17

[188]_ د.سعيد حسني العزة، الإرشاد الأسري نظرياته وأساليبه العلاجية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م، ص34.

يعرف المنهج بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، بالتالي المنهج ضروري للبحث، إذ هو الذي ينير الطريق، ويساعد الباحث في ضبط أبعاده، مساعي، أسئلة وفرضيات البحث.

نظر لتعدد وتنوع وتشعب مواضيع علم الاجتماع فإن له مناهج كثيرة وكل منهج يلائم طبيعة موضوع ما، وانطلاقا من موضوع الدراسة فقد تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بطبيعة ما، يضع جماعة من الناس أو عدد من الأشياء في مجموعة من الظروف[189]. المنهج الوصفي هو الذي يقوم فيه الباحث بوصف الظاهرة كما هي في الواقع وصفا دقيقا كما وكيفا. كما يعرف بأنه طريقة في الوصف والتحليل والتعليل والتفسير بصيغة علمية لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكانية، وهو طريقة لوصف الظاهرة وتصويرها كميا وكيفيا، ذلك عن طريق جمع المعلومات النظرية والبيانية الميدانية عن المشكلة موضوع البحث، ثم تصنيفها وتحللها والوصول إلى النتيجة. كما يعرف بأنه شكل من أشكال الوصف والتحليل والتفسير العلمي، بغية وصف الظاهرة كما وكيفا، بواسطة جمع المعلومات النظرية والمعطيات الميدانية وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة[190]. يمكن تعريف المنهج الوصفي على أنه طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين. يرى آخرون أن المنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة[191].

2. مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث حسب مادلين **غرافيت GRAVIT** أنه "عناصر خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي"[192].

حيث تهدف دراستنا إلى معرفة تأثير استخدام الانترنيت على العلاقات الأسرية الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة الأخضرية، وهي إحدى المناطق الموجودة بالجزائر، حيث تحتوي على أكثر من **20000**/ن، أما عينة الدراسة فقد شملت **90** مفردة مثلتها **22** أسرة بمعدل **4** أفراد من كل أسرة (أب، أم، ابن، ابنة).

3. عينة الدراسة:

189_ رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2007م، ص:ص 86←87.

190_ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 2008م، ص176

191_ عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007م، ص138

192_ عابدي لادمية، الاتصال الأسري في ضل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الاتصال والإعلام، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014م، ص36.

الدراسة الميدانية:

تعتبر الدراسة الميدانية البوابة الأساسية والمدخل الرئيسي عند إعداد كل البحوث العلمية من منطلق الوقوف على عينة الدراسة والمتمثلة في الدراسة الحالية في تأثير الانترنت على أنماط التواصل الاسري لمدينة الأخضرية قصد مناقشتهم ومحاورتهم حول موضوع الدراسة ، وكذا معرفة مدى ملائمة أداة البحث لعينة الدراسة ومدى مناسبتها لخصائص هذه العينة من حيث سهولة ووضوح عبارات ألفاظ الاستبيان عند الأساتذة قصد تغيير أو تعديل بعض العبارات الغير ملائمة والهدف من الدراسة الاستطلاعية هو التحضير الجيد للدراسة الأساسية ، وقد شملت هذه الدراسة تقصي ومعرفة:

الطريقة المنتهجة من طرف أساتذة علوم الإعلام والإتصال وأسلوب المعاملة مع الأسر والتعرف على الصعوبات والعواقب التي من الممكن أن تصادف الباحث أثناء عملية توزيع الاستبيان بالإضافة إلى استنباط فرضيات للدراسة، واختيار العمليات الإحصائية المناسبة للدراسة .

تمّ قام الباحث بقياس مدى ملائمة وصلاحية الأداة المستعملة ومناسبتها لقياس ما وضعت من اجله وتطابقها للشروط السيكو مترية (الصدق والثبات والموضوعية) ، وذلك بتقديم اداة البحث المتمثلة في الاستبيان في صورته الاولية الموجه لأسر مدينة الاخضرية ولاية البويرة بحيث تم اختيار 4 أسر بصورة عشوائية أي 15 فردا من كلا الجنسين (أب ، أم ، أولاد ، أخوة ، زوج ، زوجة) ، وبعد التأكد من صدق الأداة المستعملة تمت عملية توزيع الاستمارة على العينة الأصلية للبحث أثناء الدراسة الأساسية.

العينة: هي مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزء من الكل، أي العينة هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع ككل ووحدات العينة تكون أشخاصا، كما تكون أحيانا أسر، أو شوارع، مدن أز غير ذلك[193]. اعتمدنا في اختيار العينة على العينة القصدية التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي[194].

لقد قمنا باختيار العينة القصدية وذلك لأن طبيعة دراستنا تفرض علينا اختيار العينة القصدية على أساس امتلاك الأسرة للشبكة العنكبوتية. حجم العينة يتحدد نوعا ما بحجم مجتمع البحث في الواقع لا يتغير حجم المجتمع الأصلي متغيرا كافيا لتحديد حجم العينة بل يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار درجة تجانس المجتمع أو درجة تباين حدوده لأن المجتمعات تختلف عن بعضها حسب مستويات التعقيد أو البساطة الذي ينعكس في أفراد المجتمع. فقد قمنا بتوزيع استمارة البحث على

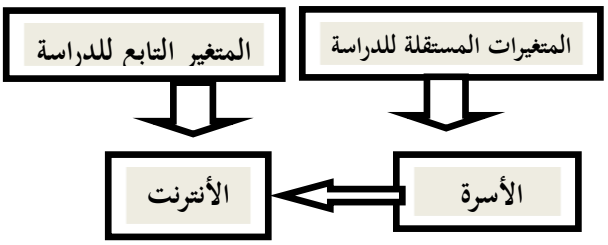
[193]_ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (مرجع سبق ذكره)، ص135.
[194]_ محمد عبيدات، محمد أبو نصار منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999م، ص96.

المبحوثين المتمثلين في **90** مبحوث مثلتها **22** أسرة بمعدل **4** أفراد من كل أسرة (أب، أم، ابن، ابنة)، وباختلاف درجة مستوياتهم ووضعيتهم الاجتماعية.

4. متغيرات الدراسة:

- **المتغيرات المستقلة:** وهي المتغيرات التي يسعى الباحث من خلال الدراسة إلى معرفة تأثيرها في الظاهرة المدروسة،وهي التي تؤثر في العلاقة القائمة بين المتغيرين ولا تتأثر بها.
- المتغيرات التابعة: وهي المتغيرات التابعة، من حيث التأثير على المتغيرات المستقلة، أي كونها نتيجة من نتائج التأثير المشار إليه[195].هو الذي يتأثر بالعلاقة القائمة بين المتغيرين ولا يؤثر فيها.

الشكل التالي يوضح متغيرات الدراسة:



الشكل رقم(01) يوضح متغيرات الدراسة.

5. أدوات جمع البيانات:

أ. الاستبيان :

تعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأدوات سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة، أو سهولة معالجة بياناتها إحصائيا، واستمارة البحث نموذج يضم أسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على معلومات يتم ملأها مباشرة من طرف المبحوثين[196].

يعرف الاستبيان **Questionnaire**: بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص معينين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيد للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بالحقائق.

الاستبيان قد يرسل بطريقة البريد إلى الأفراد المعنيين وقد يحمله الباحث بنفسه إلى الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث فيما بعد، لأن المجيب يتوسع في بعض الأحيان في إجابته ويفيد الباحث أكثر مما كان يتوقع منه.

---

[195]_ أحمد مرسلي، مناهج البحث، جامعة الجزائر ، مصدر سبق ذكره، سابقا، ص

[196]_ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م، ص92.

الشيء الذي يحصل في معظم الأحيان أن الباحث لا ينتبه إلى بعض الجوانب في الموضوع عند وضع الاستبيان والمجيبون أنفسهم هم الذين يلفتون انتباهه إلى تلك الثغرات فيتداركها في الحال.

أنواع الاستبيانات: من حيث طرح الأسئلة:

أ. **الاستبيانات المغلقة:** تكون الإجابة فيها على الأسئلة في العادة محددة بعدد من الخيارات مثل: "نعم، لا" أو "موافق، غير موافق"...، وقد يتضمن عددا من الإجابات وعلى المستجيب أن يختار من بينها الإجابة المناسبة.

يمتاز هذا النوع:

- سهولة تفريغ المعلومات منه.
- قلة التكاليف.
- لا يأخذ زقت طويل للإجابة عل الأسئلة,
- لا يحتاج المستجيب للاجتهاد لأن الأسئلة موجودة وعليه اختيار الجواب المناسب فقط.

ب. **الاستبيانات المفتوحة:** يتميز هذا النوع من الاستبيانات بأنه يتيح الفرصة للمستجيب على الأسئلة الواردة في الاستبيان أن يعبر على رأيه بدلا من التقيد وحصر إجابته في عدد محدود من الخيارات.

يتميز هذا النوع:

- ملائم للمواضيع المعقدة.
- سهل التحضير.
- مكلف
- صعب في تحليل الإجابات وتصنيفها.

ت. **الاستبيانات المغلقة المفتوحة (الأسئلة المغلقة والمفتوحة):**

هي نوع من الاستبيانات تكون مجموعة من الأسئلة منها مغلقة تتطلب من المفحوصين اختيار الإجابة المناسبة لها، ومجموعة أخرى من الأسئلة المفتوحة، وللمفحوصين الحرية في الإجابة. ويستعمل هذا النوع عندما يكون موضوع الدراسة صعبا وعلى درجة كبيرة من التعقيد مما يعني حاجتنا لأسئلة واسعة وعميقة.

يتميز هذا النوع بأنه:

- أكثر كفاءة في الحصول على المعلومات.
- يعطي للمستجيب فرصة لإبداء رأيه[197].

[197] _ عمار بوحوش، (مرجع سبق ذكره)، ص:ص 68←69.

أسلوب توزيع الاستبيان:

- بعد صياغة الاستبيان بصفة نهائية، و عرضه على بعض الأساتذة بغرض المعاينة و الموافقة عليه من طرف المشرف قمنا بتوزيعه على مجموعة من الأسر و التي بدورها وزعتها على أفرادها (أب ، أم ،الأبناء ، الأخوة ، الزوج ، الزوجة) حسب من تشمل الاستمارة من أفراد الأسرة ، كما قام الباحث بتوزيع جزء منه بطريقة مباشرة في بعض الاحياء من المدينة.
- حيث قسّم الباحث استمارة الاستبيان إلى ثلاث محاور توجد بها 16 عبارة، وكان الغرض منها خدمة فرضيات البحث وهي كالتالي:
- **المحور الأول:** تناول فيه الباحث الأسئلة المتعلقة بعادات إستخدام الاسرة الجزائرية للأنترنت (عددها05عبارات)
- **المحور الثاني:** تناول فيه الباحث الأسئلة المتعلقة بإستخدامات الأنترنت في تلبية حاجات ورغبات المستخدم (عددها05عبارات) .
- **المحور الثالث:** تناول فيه الباحث الأسئلة المتعلقة الأنترنت تؤدي إلىتغير الأدوار الاجنماعية داخل الأسرة الجزائرية (عددها07عبارات) . رقم 07 التي تعتبر عبارة غير دالة فتم حذفها من المحور أثناء القيام بالدراسة الأساسية.

ث. **الملاحظة:** تعتبر تقنية تشترك فيها جميع العلوم وتستعين بها، فالملاحظة في البحث العلمي هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة من كثب في إطارها المتميز وفق ظروفها الطبيعية، حتى يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرائق معيشتهم ومشاكلهم اليومية[198].

لذلك فهي تتخذ عدة أشكال بدءا بالملاحظة البسيطة إلى أدق الملاحظات العلمية التي تستخدم فيها الأدوات والأجهزة ووسائل التسجيل المضبوطة[199].

حيث اعتمدنا على الملاحظة الميدانية في مجال معرفة تأثير الانترنيت على العلاقات الأسرية الجزائرية.

6. مجالات الدراسة و الإجراءات التطبيقة الميدانية للأداة:

أ.المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بمدينة ولاية جزائرية من ولايات الهضاب العليا الشرقية. تقع في الشرق الجزائري، تعتبر همزة وصل بين الشرق، الغرب والجنوب، انبثقت هذه الولاية عن التقسيم الإداري لسنة 1984 مقسمة إداريا إلى عشرة (10) دوائر وأربعة وثلاثون (34) بلدية. يقدرعدد سكان الولاية بـ903621 نسمة، تتربع على مساحة إجمالية تقدر بـ: 3920,42 كلم مربع أي 600/1 من المساحة الإجمالية للوطن.

---

[198]_ موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006م، ص204.

[199]_ خالد حامد، منهج البحث العلمي، دار الرسيحانة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م، ص 130←131.

الموقع الجغرافي : تعتبر من أغنى الولايات لكثرة رجال الأعمال وأصحاب الشركات حيث تضم منطقة صناعية هامة توظف أعداد هامة من أبناء الولاية . وتساهم في تطوير الاقتصاد الوطني بعدة منتجات غذائية واستهلاكية والكترونية ومواد البناء وكذا نظم معظم شركات الاستيراد. موقعها جعل منها قطبا اقتصاديا مهما في إطار التنمية بالجزائر، كونها تضم وحدات اقتصادية وصناعية هامة. ففي إطار عملية الخوصصة، واقتصاد السوق، أصبحت هذه الولاية قبلة لبعض الشركات الأجنبية قصد الاستثمار، خاصة في ميدان الصناعات الإلكترونية والكهرومنزلية. يحدها من الشمال جبل مريصان ومن الجنوب جبل معاضيد وغربا جبل تفرطاست وشرقا غابة بومرقد، تشقها ثلاث أودية متذبذبة المنسوب واد الزعامشة في وسط المدينة واد صليب عند المدخل الغربي وواد بومرقد عند المدخل الشرقي حيث تم غرس غابة بومرقد بعد الاستقلال

ج. المجال الزماني:

شرعنا في هذه الدراسة في بداية شهرديسمبر ، أما الاستبيان بدأ تحضيره في شهر أفريل. وتم توزيع الاستبيان في الفترة الممتدة ما بين* 09-04- 2018إلى * 17-04-2018*

- و قد تم تحليل و فرز النتائج من *21-04- * 2018إلى * 25-04- **2018***
- وأنهينا هذه الدراسة يوم: * 20-05-.*2018

ح. الموضوعية:

- الموضوعية تعني عدم تأثر الأداة "الاستبيان" بتغير المحكمين، وأن الاستبيان يعطي نفس النتائج مهما كان القائم بالتحكيم، ويعرف كل من " باروا " و" مك جي " الموضوعية بكونها درجة الاتساق بين درجات أفراد مختلفين لنفس الاختبار، ويذكر" محمد صبحي حسنين" أن الثبات يعني الموضوعية أي أن الفرد يحصل على نفس الدرجة لو اختلف المحكمين.
- مما تقدم كله يمكن أن نستخلص بأن أداة الدراسة عند استخدامها كان لها ثقل علمي أي أنها تميزت بالثبات والصدق والموضوعية هذا ما يجعلها مناسبة وصالحة وجاهزة للتطبيق.

7- الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة: (أنظر ملحق رقم 02)

استعملنا البرنامج الإحصائي spss: الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار رقم (22).

واستعملنا التقنيات الإحصائية التالية:

- الجداول البسيطة والمركبة وتحليلها وتمثيلها بدوائر نسبية و منحنى بياني .
- معامل الارتباط بيرسون لتحديد مدى الاتساق الداخلي للأداة الدراسة .
- الوسط ، تباين ، الحد الادنى ، الحد الأعلى (أنظر ملحق رقم 02)
- معامل الثبات كرو نباخ (لقياس ثبات فقرات الاستبيان).
- التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبيان .

- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس ومعرفة إجابات أفراد العينة.
- معامل الارتباط بيرسون للبحث في العلاقة بين متغيرات الدراسة.

ومنه تأتي مرحلة التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة من خلال التفريع أجوبة المبحوثين في الإستمارة على جداول بسيطة ومركبة وعملية تحليل المعلومات والبيانات على الشكل التالي :

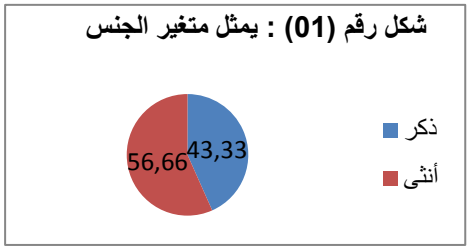
تحليل الجداول البسيطة والمركبة :

أ. تحليل الجداول البسيطة للبيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين :

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	39	%43.33
أنثى	51	%56.66
المجموع	90	%100

1 – الجنس :

جدول رقم (01) : يوضح متغير الجنس .

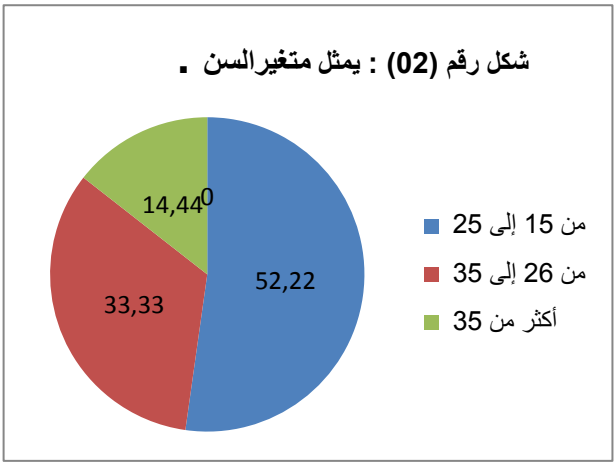


التعليق: يوضح الجدول أعلاه نسبة متغير الجنس في موضع درستنا وهي نسب متقاربة لايوجد بينها فرق كبير حيث مثلت نسبة الذكور 43.33% بينما مثلت نسبة الإناث 56.66% بفرق 13.33% دون قثد مسبق منا ، غير أن هذا التقارب يخدم مصداقية وموضوعية درستنا .

2 – السن :

جدول رقم (02) : يوضح متغير السن

السن	التكرار	النسبة %
من 15 إلى 25	47	%52.22
من 26 إلى 35	30	%33.33
أكثر من 35	13	%14,44
المجموع	90	%100



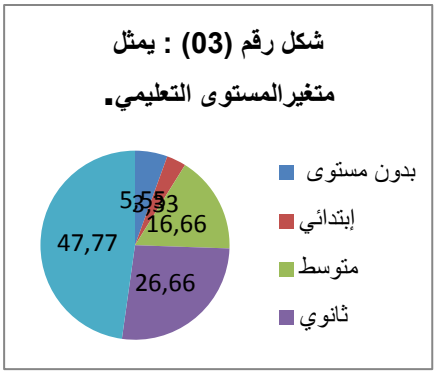
التعليق:الجدول أعلاه يتعلق بعمر عينة الدراسة ،فأكثر من نصف العينة 52.22% تتراوح أعمارهم ما بيم 15-25 سنة وهذا يبين أن فئة الشباب أكثر إقبالا على شبكة الانترنت من الفئات الأخرى وخاصة أن في هذا السن يكون إستعمال الشبكة متزايد متزايد بسب كثرة الدوافع لاستعمال، في حين نجد أن أن باقي النسب في الفئات

العمرية الباقية في تناقص كلما زاد السن وهذا يعبر عن النضج لآنه كلما زاد سنا وبالتالي يكون إستخدامه لانترنت للحاجو وفقط ولاستخدام الايجابي وهذا في أغلب الاحيان ، لكن أكيد أنه توجد أحيانا حالات شاذة أن يكون النضج غير مرتبط بالسن أو هذا مايبين أيضا ان أكثرية أفراد الأسرة الجزائرية أكثر شبابا.

3 – المستوى التعليمي:

جدول رقم (03) : يوضح متغير المستوى التعليمي .

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
بدون مستوى	5	%5.55
إبتدائي	3	%3.33
متوسط	15	%16.66
ثانوي	24	%26.66
جامعي	43	%47.77
المجموع	90	%100

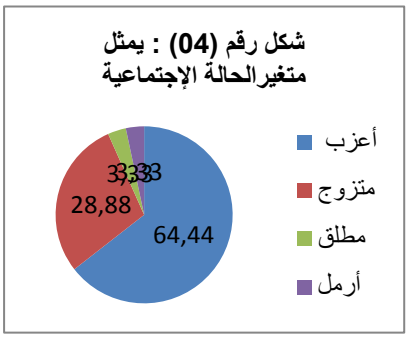


التعليق: يمثل الجدول والشكل رقم (03) والمتعلق بالمستوى التعليمي لعينة الدراسة فقد بينت النتائج وأوضح الجدول ان أغلبها من فئة الشهادات الجامعية وهذا ما عبرت عله نسبة 47.77% اما المستوى الثانوي 26.66% والمتوسط 16.66% والمستوى الأبتدائي 03.33% وفي الأخير بدون مستوى 5.55% ولكل هذه النسب تبين علاقة المستوى التعليمي بإستخدامات الأنترنت فأكثر المستخدمين لها هم من فئة الجامعين وهذا لكثرة تطلعاتهم حيث يجدون في هذه الوسيلة ظالتهم من خلال تصفح مختلف المواقع بتنوعها ، ونلاحظ بان النسب الاخرى تنخفض بطريقة تنازلية من المستويات التعليمية الأعلى إلى الاقل ، فكلما إرتفع المستوى التعليمي إزدادت الرغبة إلى التفتح على العالم الخارجي أيضا يقدرون البحث العلمي ولديه إيتعداد للمساعدة .

3 – الحالة الإجتماعية :

جدول رقم (04) : يوضح متغير الحالة الإجتماعية.

الحالة الإجتماعية	التكرار	النسبة %
أعزب	58	%64.44
متزوج	26	%28.88
مطلق	3	%3.33
أرمل	3	%3.33
المجموع	90	%100



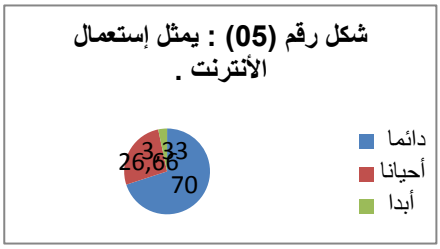
التعليق: وفيما يلي يتعلق بالحالة الإجتماعية لعينة الدراسة فقد أظهرت نتائج الجدولوالشكل رقم (04)ان 64.44% من الفئة العمرية من العزاب في حين أن 28.88% من الفئة متزوجين و03.33% من فئة المطلقين و الأرامل وهي كانت أقل نسبة ، من خلال قرئتنا لهذه النسب نستخلص ان الأشخاص الذين ليست لديهم ارتباطات عائلية تكون لديهم رغبة في مساعدة الاخرين ، خاصة في يخص حالة الإجابة عن استمارة البحث ولديهم صبر أكبرلفهم أسئلة الإستمارة والإجابة عنها كلما أنهم يميلون لمثل هذه الدراسات التي تتناول أهم وأخطر وسيلة في هذا العصر .

المحور الأول : عادات إستخدام الأسرة الجزائرية للأنترنت .

ب – تحليل الجداول البسيطة :

جدول رقم (05) : يوضح طبيعة إستعمال الأنترنت.

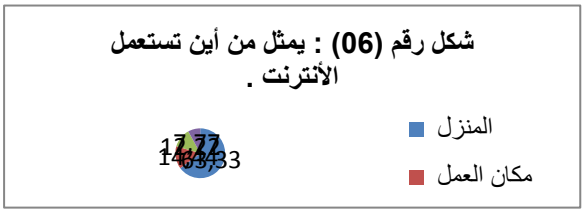
إستعمال الأنترنت	التكرار	النسبة %
دائما	63	%70.00
أحيانا	24	%26.66
أبدا	03	%3.33
المجموع	90	%100



التعليق: هذا الجدول والشكل رقم (05) يوضح طبيعة إستعمال الأنترنت من قلا عينة البحث فكانت أكبر نسبة 70.00%عبرت بأنها تستخدمها دائما وهذا مايعتبر نسبة الإدمان على هذه الوسيلة حيث أصبحت من الصعب الإستغناء عنها مثلها المحمول ، في حين عبرت 26.66%أن إستخدامها لهذه الوسيلة من حين إلى أخر ، اما 03.33% فعبرت أنها نادرا ما تستخدمها .

جدول رقم (06) : يوضح مكان إرتباط الأنترنت.

من أين تستعمل الأنترنت	التكرار	النسبة %
المنزل	57	%63.33
مكان العمل	13	%14.44
مكان الدراسة	11	%12.22
مقهى الأنترنت	9	%10.00
المجموع	90	%100

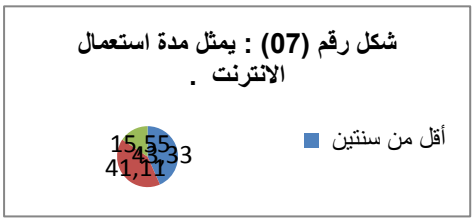


التعليق:يوضح الجدول والشكل رقم (06) أن اكبر نسبة والمقدرة ب 67.77% لا ترتبط بشبكة الأنترنت من المنزل وهذه النتيجة تؤطد أن الشخاص يحسون بإرتياح أكبر عند إستخدام هذه الوسيلة بمنازلهم دون تخوف من مسؤول عمل ودون دفع مقابل نادي في مقاهي الأنترنت ودون لإرتباط بوقت محدد ، أو التخوف من تصفح بعض المواقع ، فحريتهم يجدونها في منازلهم لخوصصيتها في حين نجد نسبة 14.44% عبرت أنها ترتبط بالأنترنت من مكان العمل ، إما لمتطلبات العمل أو في ساعة الراحة لآغراض شخصية ، أما نسبة 10.00% فأجابت بأنها ترتبط بشبكة الأنترنت من مقاهي الأنترنت وان كانت هذه النسبة قليلة غير أنها توحي لنا ببعض التفسيرات، إما هذه الفئة تلجأإلى المقاهي لتصفح المواقع التي لايمكن تصفحها في البيت أو العمل أو المدرسة ، أو عندما تتخلى الأسرة عن دفع مستحقات الاشتراك لفترة زمنية محدودة ، أو عندما لايكون للشخص إشتراكا كائنا في الآنترنت، أما نسبة 12.22% ترتبط بشبكة الانترنت من المدرسة خاصة في مخابر الإعلام الألى وهي فئة التلاميذ و المدرسين.

جدول رقم (07) : يوضح مدة استعمال الانترنت .

مدة استعمال الانترنت	التكرار	النسبة %
أقل من سنتين	39	%43.33
من سنتين إلى 4 سنوات	37	%41.11

من 4 سنوات فما فوق	14	%15.55
المجموع	90	%100



التعليق:الجدول رقم (07) بين سنوات إستخدام عينة الدراسة لشبكة الانترنت حيث النتائج أكبر نسبة 43.33%هذا بدا إشتراكها أقل من سنتين فقط وهذة الفئة هي أكيد إما لم يكن لديها قدرة على المصاريف الشهرية لهذا الإشتراك او لم تكن مقتنعة من حيث القيم والمبادئ على غدخال هذه الوسيلة إلى بيوتها تخوفا من إنحراف أبنائها عند الأستخدام السلبي لهذه الوسيلة ن أما 41.11% فبدأ إستخدامها لهذه الشبكة من سنتين إلى 4 سنوات في حين النسبة الأقل كانت من 5 سنوات فما فوق 15.55%هي التي بدأ أستخدامها للانترنت منذ 4 سنوات فما فوق وهذه نتيجة صادقة لانها من قبل كانت قيمة الاشتراك كبيرة جدا والخطوط غير متوفرة بكمية اليوم وكذا رفض المجتمع الجزائري الوسيلة بإعتبارها سلبياتها أكثر من إيجابيتها .

اقتراحات وتوصيات:

من خلال استعراض نتائج الدراسة، يمكن اقتراح عدة توصيات وهي كالآتي:

- ضرورة الزيادة في الرقابة كمعيار أساسي ومبدأ يعتمد عليه من طرف الأولياء لزيادة تواصل وتفاعل لدى التلاميذ في جميع المراحل التعليمية وخصوصاً في مرحلة التعلم الثانوي وهذا نظرا للخصائص والصفات التي تطرأ على هذه الفئة العمرية بحيث يكون فيها الفرد غير ناضج انفعاليا وتكون خبرته في الحياة محدودة و يكون قد اقترب من النضج العقلي والجسدي والبدني وبالتالي ترك مجال الحرية للتلميذ يزيد من عصيانه وطغيانه والبحث عن تحقيق الذات والإنجاز والعمل وفق شهواته ورغباته .
- توفير الوسائل البيداغوجية الخاصة بالمادة التواصل (تربية مدنية) في كل المؤسسات التربوية قصد تشجيع التلاميذ والطلاب على ممارسة الأنشطة التفاعلية الاسرية في البيت وفتح مجال المشاركة للتلميذ والطالب في تنشيط وتسيير الأسرة مناصفة مع الوالدين .
- تجنب عدم التدخل ومعرفة ما يفعله الابناء وما يستعملونه في الشبكة وهذا نظر للعواقب الشديدة والوخيمة التي تعود على عرقلة العملية الإتصالية في الاسرة .
- الزيادة من عدد الدورات التكوينية والتدريبية للأباء والمتزوجين الجدد والمقبلون على الزواج ومحاولة استوفاء على كل ما يحتاجه الفرد خاصة في فهم مفاهيمها ومراميها والعمل أكثر من اجل رفع مستوى الفرد ، في ضل العولمة المنتهجة والمستعملة في هذا الوقت .
- الوقوف على أهم النقاط التي من شأنها أن تساعد في عمل التواصل أثناء توصيله للرسالة الرقابية للفرد.
- إبراز الدّور الفعّال الذي يلعبه الوالدين في الأسرة ومدى تأثير وتأثر الوالدين بأبناءهم، من خلال النصائح والتوصيات من مخاطرها وإمان عليها .

- اعتبار التواصل كحصة تربوية وتعليمية لكي تعطي لها مزيدا من الاهتمام سواء من طرف الأبناء أو من طرف الأولياء وبالتالي الزيادة من دافعية التواصل لدى الفرد والرفع من كفاءته التواصلية وحب المشاركة والنظام للأسرة ومعرفة ما يجري فيها .
- العمل على الرفع من مستوى التعاون والتواصل الأسري كمادة تعادل باقي التعاملات الأخرى في المعامل، وهذا ما يحفز افراد الأسرة على دافعية الإنجاز والتواصل والتعاون وحب الممارسة للأنشطة التواصلية .

الآفاق المستقبلية:

يقترح الباحث مجموعة من الآفاق والدراسات المستقبلية لدراسة السلوك القيادي وفق عدة متغيرات كالآتي:

_ دراسة اتجاهات الاسر نحو التواصل أثناء إستعمال الأنترنت .

_ أثر التواصل و السلوك لدى الأسر على تنمية التفكير الابتكاري للفرد .

_ السلوك القيادي للأباء وعلاقته بالتفكير الإبداعي لدى الأسر.

_ علاقة الأنماط القيادية بالكفاءات التدريسية لدى الأسر .

_ وعي الأباء بهذه الوسيلة وسلبياتها وخاطرها ومشاكلها .....الخ .

_ الجودة في التعليم وعلاقتها بالأنماط التواصل لدى الأسرة والفرد.

_ متطلبات الكفاءة المهنية في ظل الأنماط التواصلية لدى الاسر.

_ أثر الأنماط القيادية (الوالدين ، الأخوة .....الخ) على مستوى التواصل الاسري .

النتيجة العامة للدراسة :

بناء على الدراسة النظرية والميدانية لموضوع استخدام الانترنت وتاثيره على افراد الاسر الجزائرية تبين لنا الاثر الذي خلفته الانترنت على التواصل والتغير الذي أحدثته في سلوكاتهم تجاه بعضهم البعض فقد توصلت الى بعض الاجابات التي تمحورت على ضوء الاشكالية المطروحة والتأكد من صحة وصدق الفرضيات التي قمنا بوضعها. فبالنسبة للتساؤلات المطروحة توصلنا الى بعض الاجابات نذكر منها الاجابة على التساؤل الاول الذي مفاده التأثير السلبي للانترنت على التواصل داخل الاسر الجزائرية وبالتالي تراجع التفاعل بين افراد الاسرة الواحدة. حيث أدى الى نقص الحوار والاتصال بين الآباء والابناء، نظرا للانشغال الدائم بالانترنت وقضاء اطول وقت مما يقضيه مع أسرته. أما الاجابة عن التساؤل الثاني فتكمن في التأثير الايجابي للانترنت على التواصل بين الاسر الجزائرية حيث قوى الروابط بين الاسر، وبعد التأكد من صدق الفرضيات الفرعية الأولى والثانية حيث أثرت الانترنت في سلوكات الافراد بالسلب والايجاب وهذا ما اكد صدق الفرضية العامة والتي مفادها يؤثر استخدام الانترنت على عملية التواصل داخل الاسرة .

خاتمة :

بين الجانب النظري لموضوع البحث استخدام الانترنت وعلاقاتها بقيم الشباب أن شبكة الانترنت نظام متكامل من معدات ووسائط اتصال فهي توفر خدمات متنوعة في جميع مجالات الحياة ولجميع أفراد المجتمع.

المجتمع الجزائري لم يكن بمنأى عن هذه التأثيرات التي مست أفراد أسر هذا المجتمع والتي تمثل النواة الأساسية فيه وعملت الانترنت على إحداث نوع من الخلل في التواصل والتفاعل الأسري.

أما النتائج الميدانية المتحصل عليها برهنت عن صدق فرضيات البحث المتمثلة في الأثر الذي خلفته الانترنت سلبا وإيجابيا على التواصل في الاسرة من حيث النتائج المتواصل إليها من خلال المناقشة والتحليل للبيانات المقدمة إلينا من طرف المبحوثين .

هذا الموضوع يشكل أهمية في علم اجتماع الاتصال فقد حاولنا فيه ان نعرض جانبا نظريا وذلك بانطلاقنا من اشكالية تخدم الموضوع وحددنا بعض المفاهيم التي تساعدنا في الدراسة وأعطينا مفهوم الانترنت وأثره على الأسرة الجزائرية فالجانب النظري للدراسة كان يجمع بين ثلاثة مفاهيم لا تقل أهمية الواحدة عن الآخرة (الانترنت، الأسرة، الاتصال) حيث دعمناه بدراسة لعينة 90 مفردة من 23 أسرة باستخدام تقنية الاستمارة، فهي الوسيلة التي يستدعيها البحث، وعدنا لنؤكد صحة ما انطلقنا منه وهو أن الانترنت تؤثر ايجابيا وسلبيا على التواصل في الاسرة لكن لا تنكر فضل الانترنت من الجانب الاتصالي والمعلوماتي بحيث تعد خدمة ضرورية تؤدي وظائف متعددة داخل الاطار الاجتماعي وخفقت ميزات كثيرة ونقول في الأخير، أن الانترنت وسيلة اتصال مهمة وجب على افراد الاسر استخدامها بعقلانية لتجنب ما ينجز عنها من سلبيات تنعكس على الفرد بالدرجة الاولى والمجتمع بالدرجة الثانية.

هوامش ومراجع البحث

1. أحمد مرسلي، مناهج البحث، الطبعة الرابعة ، جامعة الجزائر ،
2. باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنيت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008م، ص36.
3. باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنيت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008م، ص34.
4. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م، ص64.
5. بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنيت على الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2008م، ص:ص 119←121.
6. حسين عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص239.
7. خالد حامد، منهج البحث العلمي، دار الرسيحانة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م، ص 130←131.
8. د.حسين عبد الحميد شوان، الأسرة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الأسرة، مؤسسة شباب الجامعة، 40 شارع مصطفى مشرفة، إسكندرية، 2012م، ص21.
9. د.حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنيت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005م، ص20 .

10. د.سعيد حسني العزة، الإرشاد الأسري نظرياته وأساليبه العلاجية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م، ص34.
11. د.شوق أسعد محمود، علم اجتماع العائلة، دار البداية ناشرون وموزعون، 2012م، ص:ص 16←17.
12. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 2008م، ص176.
13. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (مرجع سبق ذكره)، ص135.
14. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2007م، ص:ص 86←87.
15. صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والنوزيع، الجزائر، 2003م، ص92.
16. عابدي لادمية، الاتصال الأسري في ضل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الاتصال والإعلام، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014م، ص36.
17. عبد الرحيم درويش ، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي للنشر، د مياط، 2005م، ص27.
18. علي بن هادية وآخرون (مرجع سابق)، ص102.
19. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجرير، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999م، ص102.
20. عمار بوحوش، (مرجع سبق ذكره)، ص:ص 68←69.
21. عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007م، ص138.
22. فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، الجزائر، 2007م، ص:ص 17←18.
23. محمد الفاتح وآخرون (مرجع سبق ذكره)، ص:ص 49←51.
24. محمد حميدي الفاتح وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر، 2011م، ص48.
25. محمد عبيدات، محمد أبو نصار منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999م، ص96.
26. محمد فتحي عبد الهادي و د.أبو السعود إبراهيم، النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية، دار الثقافة العلمية، ًص:ص 119←121.
27. مذكرة بوزيان عبد الغني، استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباعات المحققة منها، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختارة، عنابة، 2010م، ص41.
28. معجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1989م، ص206.
29. معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي www.almaany.com/ar/dic/or/ar بزيارة الموقع يوم 2017/04/20 على الساعة 11:00.
30. المنجد الأبجدي (مرجع سابق)، ص41.
31. المنجد الأبجدي، (مرجع سابق ذكره)، ص52.
32. المنجد الأبجدي، معاجم دار الشروق، بيروت، لبنان، 1986م، ص41.
33. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006م، ص204.
34. نخبة من المتخصصين، علم اجتماع الأسري، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المنتوجة، القاهرة، 2008م/2009م، ص266.

35. يامين محمد بودهان، الشباب والانترنيت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013م/2014م، ص:ص 10←11

التاريخ الجديد للبحث في علوم الإعلام والاتصال
The reality of research in information and communication sciences

د.لمياء مرتاض–نفوسي

أستاذة محاضرة أ

جامعة مستغانم/الجزائر

ملخص:

مرت بحوث علوم الإعلام والاتصال بمراحل منذ نشأتها. وقد عانت من نفس المعرقلات الإبستمولوجية والمشاكل المنهجية التي عانت منها العلوم الإنسانية الأخرى.

غير أنها ونظرا لحداثتها ولتعدد المصادر النظرية والمنهجية التي تبنتها، فإنها عانت وما زالت تعاني من الكثير من الصعوبات والمعرقلات.

ما يهمني في هذا المقال هو ليس عرض التاريخ "الرسمي" لبحوث الاتصال، بل عرض "التاريخ الجديد" الذي يوضح السياق الذي ظهرت فيه والمؤسسات التي قامت بتشكيلها. كما سأبين ما آل إليه هذا المجال في الوطن العربي والمجالات الحالية التي ينصب عليها البحث في هذا الحقل العلمي.

الكلمات المفتاحية: البحث العلمي–المأسسة–الاتصال–التنظير–القطب الإبستمولوجي

Summary :

Media research and communication have gone through stages since its creation. It has suffered from the same epistemological obstacles and systemic problems suffered by other human sciences.

However, due to its modernity and the multiplicity of theoretical and methodological sources it has adopted, it has suffered and continues to suffer from many difficulties and obstacles.

What interests me in this article is not the presentation of the "official" history of communication research, but the presentation of the "new history" that illustrates the context in which it emerged and the institutions that formed it.

I will also explain what this field has reached in the arab world and the current areas of research in this field.

Key words : Scientific research- institutionalization-communication-theorization-epistemological pole

مقدمة:

عرف موضوع تحديد مواضيع البحث في علوم الإعلام والاتصال خلافات، نظرا لتعدد المقاربات وتناقضها، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، يعود الأمر إلى التخصصات المختلفة للمفكرين الذين كانوا يسلطون الضوء على هذا المجال. تمت صياغة النظريات الأولى الأكثر إنجازا في علوم الإعلام والاتصال في نهاية الحرب العالمية الثانية، إثر ظهور وانتشار التلفزيون بين الفئات العريضة في المجتمع وملاحظة التغيرات التي بدأت تغير ملامح الحياة اليومية. فقد تبين مدى تأثير التلفزيون في الجماهير، خالقا شبكة معقدة من الاتصالات تتبادل عن طريقها الأفكار والرموز، حيث تبينت ضرورة تعيين ماهية المعاني الجديدة.

وقد اتضحت ضرورة وضع هذه الشبكة الجديدة من الاتصالات في سياقها الاجتماعي والمتمثل في ظهور المجتمع الصناعي وما أفرزه من ظواهر جديدة. ومن بين أبرز تجليات هذا المجتمع الجديد هو نشر وتوزيع مكثف للرسائل الاتصالية ونمو الصناعة الثقافية، من خلال النشاطات المتنوعة وما أفرزته من ظواهر جديدة جديرة بالتقصي. فتمت "**مأسسة**" (institutionalization) البحث في الاتصال، هذا الأخير الذي يشمل عدة مجالات ويتجلى عبر أشكال مختلفة. وتحدد موضوع علوم الإعلام والاتصال تدريجيا، كما تحددت طرق القيام بالدراسات في هذا الحقل العلمي وتخصيص فاعلين فيه بمعنى، مفكرين مهتمين بهذا المجال الذين أتوا من أوساط معرفية متعددة.

ونحن نعلم بأن الدراسات الأولى التي تخص الاتصال بدأت بعد الحرب العالمية الأولى (والتي راجت إبان الحرب العالمية الثانية) إثر إدراك الأثر الذي تحدثه **الدعاية** (propaganda)على المتلقي*، حيث حذر John Dewey من استمرار البرامج الدعائية حتى بعد انتهاء الحرب. وقد ارتبط تطور البحث في مجال الاتصال بالدعاية وبالحرب العالمية الثانية وارتبط بمفهوم **الإقناع** (persuasion). غير أنه يجب ألا نتغافل عن الخطابات المتداولة بين الحربين العالميتين الاثنتين لاستثارة الناس ضمن أعمال دعائية. ثم لا يجب أن يقاس تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الجمهور والاكتفاء بهذه الزاوية فحسب، فهذا تبسيط لرهانات خفية، إذ يجب أن نضع نصب أعيننا إشكالية ظاهرة وسائل الإعلام الجماهيرية "كرهان للمراقبة الاجتماعية الذي يكون بين أيدي النخب التي تستحوذ عليها".[200]

وإدراكا لمسألة خطورة الدعاية التي تمارس مراقبة اجتماعية على الجماهير وعلى آرائهم وتوجهاتهم، فقد قامت National Education Association سنة 1929 "بنشر تقرير تنتقد فيه

* آنذاك على متلقي البرامج الإذاعية لأن التلفزيون لم يكن قد اكتشف بعد

[200] Serge Proulx, Naissance des sciences de la communication dans le contexte militaire des années 1940 aux USA, France, HERMÈS n° 48, 2007, p.p 61-67

الدعاية حيث طلب من الأساتذة أن يكونوا واعين أمام الأشكال المختلفة للدعاية التي يمكن أن تصل إلى جماهير الشباب".[201] وقد أحدثت وسائل الإعلام والاتصال تغيرات ملموسة في ممارسات الأفراد، وظهر سياق اجتماعي/اقتصادي جديد أثناء الحرب العالمية الثانية أدى إلى تطور الصناعة الإشهارية*، خصوصا في أمريكا الشمالية "يحث الرجال على حمل السلاح، دعوة النساء للعمل في الصناعات العسكرية، حملة إعلانية للإبقاء على الوحدة الوطنية، حملات إعلانية مضادة للتبليغ عن خطاب العدو"[202]، تماشيا مع الأهداف الإيديولوجية التي سطرتها الحكومات. ولأجل ذلك، استُخدمت وتطورت تقنيات الإقناع.

ومع بداية الحرب العالمية الثانية، كانت هنالك حاجة ملحة إلى "ضرورة الحصول على إجماع من طرف الساكنة لقرار الدخول في حرب ينهي بوعورة على النقاشات".[203] لهذا الغرض، جندت النخب وبشكل خاص وظف الباحثون في مكاتب حكومية وعسكرية لوضع مؤسسات للدعاية. وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية لم ينته الأمر، بل قام هؤلاء الباحثون بالاهتمام أكثر بتأثير الدعاية على عدة مستويات. ونحن نعلم البعد السلبي لمصطلح "الدعاية". لهذا الغرض، قام الباحثون باستبداله بمصطلح "**الإقناع**" نظرا لدلالة الأخير غير السلبية، حيث ارتبطت الدراسات في هذا المجال "بالرأي العام والإشهار وعلم النفس الاجتماعي للاتصال الجماهيري".[204] غير أن هذا التطور في مجال الاتصال كان يخفي في الواقع بعدا ليس بالجديد ألا وهو "المجال الأكثر سرية للتنمية العسكرية لتقنيات الدعاية في سياق الحرب الباردة"[205] الذي ظهر بعيد 1945 بين المعسكرين: الشرقي (بقيادة الاتحاد السوفيتي آنذاك) والغربي (بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية). سأقوم في هذا المقال بالإجابة عن التساؤلات الموالية:

- ما هو التاريخ الحقيقي للبحث في علوم الإعلام والاتصال؟ وما هي الرهانات التي رافقته؟
- وما هو واقع البحث في علوم الإعلام والاتصال بالوطن العربي؟ ولم ترجع أسباب تأخره؟

1- تاريخ البحث في الاتصال:

مرت بحوث علوم الإعلام والاتصال بمراحل منذ نشأتها. وقد عانت من نفس المعرقلات الإبستمولوجية والمشاكل المنهجية التي عانت منها العلوم الإنسانية الأخرى.

---

[201] Ibid.

* **الصناعة الإشهارية** هي صناعة ثقافية حيث يخص مجال الأخيرة إنتاج وتسويق السلع الثقافية من وسائط متعددة وصناعة سينمائية ووسائل سمعية وبصرية، وكذلك صناعات تقليدية وهندسة وفنون تشكيلية وفنون العرض والرياضة وصناعة الآلات الموسيقية وسياحة ثقافية. كما أنها ما تشمل الإشهار الذي أضحى يخضع لأحدث آليات الإقناع بغية التأثير على المتلقي.

[202] Judith Lazar, **Sociologie de la communication de masse**, Paris, Armand Colin, 1991, p.117

[203] Serge Proulx, op.cit.

[204] Ibid.

[205] Ibid.

غير أنها ونظرا لحداثتها ولتعدد المصادر النظرية والمنهجية التي تبنتها، فإنها عانت وما زالت تعاني من الكثير من الصعوبات والمعرقلات. وفي الواقع، شغل الاتصال بال المفكرين مند القديم. بيد أن الاهتمام بهذه المسألة تزايد مع انتشار وسائل الإعلام والاتصال خصوصا مع ظهور التلفزيون، ثم بروز وانتشار الميديا الجديدة والآثار الناجمة عنها على الفرد والمجتمع على حد سواء، مما مهد الطريق لبروز نظريات مهمة في حقل علوم الإعلام والاتصال، البعض منها خاص بهذا الحقل والبعض الآخر استمد من العلوم الإنسانية المختلفة، بهدف محاولة فهم عمليات الاتصال والتغيرات التي تنجر عنها.

وقد شكلت نظريات علوم الإعلام والاتصال جوهر العديد من التساؤلات ومحور الكثير من الإشكاليات، خصوصا مع العولمة والإفرازات التي تنجر عنها والظواهر الاتصالية الجديدة، لا سيما في العالم العربي والتي لا تجد أحيانا إرهاصات نظرية تتأسس عليها وتفسرها.

وحتى الستينات، الدراسات المتصلة بالمحتويات الإعلامية والاتصالية كانت تقام من طرف علماء النفس وعلماء الاجتماع وعلماء السياسة. غير أن الوضع بدأ يتغير مع بروز معاهد ومراكز بحث ومجلات متخصصة تهتم بشكل حصري بكل ما هو إعلامي واتصالي، مما جعل علوم الإعلام والاتصال تتخصص وتنفصل عن التخصصات الأخرى

بل وحتى السبعينات لم تحرز علوم الإعلام والاتصال على اعتراف وعلى إجماع المفكرين في حقلها على مكانتها العلمية كتخصص قائم بذاته، حتى من قبل كبار المختصين في هذا الحقل العلمي.

والواقع أن دراسة الاتصال كانت تهتم إلى وقت ليس بالبعيد بالإقناع من خلال فهم مبسط للعملية الاتصالية التي تتكون من ثلاثة عناصر فحسب: المرسل الذي يرسل الرسالة، والمتلقي الذي يتلقاها، والمصدر الذي يتم عن طريقه إرسال الرسالة، ولم يتم التشكيك في أن هذه العملية أعقد مما هي تظهر عليه.

دراسات الاتصال ليست بالحديثة، حيث نجد في التراث المعرفي نموذجا اتصاليا قديما استلهم العديد من المفكرين في الاتصال والذي يرجع إلى الفلسفة اليونانية. ولعل أقدم نموذج اتصالي يرجع إلى الثقافة اليونانية وتحديدا إلى Aristotle(384–322 ق.م)، حيث كان يعتبر الاتصال "كنشاط لفظي حيث يحاول المتكلم (الشخص الذي يتحدث) إقناع المستمع، وبالتالي الوصول إلى هدف محدد، وهذا عن طريق استخدام بناء تكتيكي للحجة وعرض الخطاب."[206]

ولا تتحقق وظيفة الإقناع بشكل اعتباطي، بل تتم عندما "يهيأ المستمعون ويستميلهم القول الخطابي".[207]

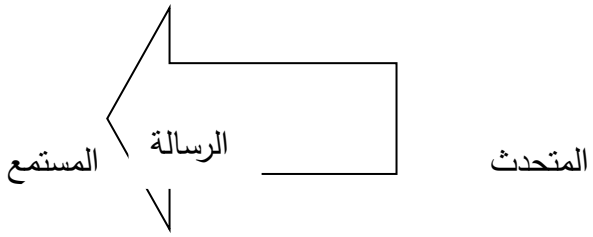
وحتى يكون للخطاب الأثر المنتظر، يجب أن يضم نسقا تبريريا إقناعيا، عبر مجموعة من الأدلة، وهذه الأدلة تتفرع إلى ثلاثة أنواع. "أولها يقوم على طباع الخطيب ومزاجه، ويقوم ثانيها

[206] Petra Zia Sluková, **Communication of Information**, Prague, Charles University, Institute of Information Studies and Librarian ship, p.7, consulted 18/08/2018 at 18h28

[207] أرسطو: **الخطابة**، ترجمة: عبد القادر قنيني، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2008، ص.16

على الاستعدادات التي يوضع عليها المستمع، ويتعلق ثالثها بالخطاب ذاته، لأن الخطاب إما أن يبرهن أو يبدو عليه أن يبرهن".[208]

وقد تطرق Aristotle إلى المسائل المتعلقة بالاتصال من خلال فن الخطابة، حيث كان يرى أن للأخيرة هدف نفعي إذ إنها تمكن من الاتصال عبر عملية تشمل ثلاثة أقطاب. يتمثل القطب الأول في **اللوغوس** (logos) الذي يتمثل في الرسالة في حد ذاتها أي محتوى الخطاب بما تحتويه من معلومات ومعطيات وتبريرات. أما القطب الثاني فيتمثل في **الإيتوس** (ethos) بمعنى المرسل، مرسل الرسالة عبر السلطة والمصداقية التي يمثلها. أما القطب الثالث والأخير فيتمثل في **الباتوس** (pathos) أي الجمهور الذي ترسل إليه الرسالة. ويتمثل نموذج أرسطو فيما يلي:



يتضح لنا من خلال هذا النموذج أنه لا يشمل الكثير من العناصر حيث يتمثل الاتصال في هذا المخطط في خطيب يتحدث إلى جمهور عريض حول مضمون معين بدون أن تتدخل عناصر أخرى في العملية الاتصالية، اللهم شخصية الخطيب ومصداقيته والسلطة التي يخضع عن طريقها الجمهور المستمع إليه. أما عن **الحجة** (argument) فهي موجودة في الخطاب، وهنا يبرز الدور الريادي للخطيب (المرسل) في عملية الاتصال الذي سيوظف صورة حسنة عنه مستخدما وسائل إقناع محددة. وبذلك، يرى أرسطو في الاتصال فنا يتطلب الممارسة. وقد قام فيليب بروتون بتطوير هذه الخطاطة في مثلثه مضيفا لها **سياق الاستقبال**.

وقد تطور البحث في الاتصال عبر نماذج تفسيرية متعددة وحتى أحيانا متناقضة، مارا بمراحل متعددة أدت إلى تحديد دقيق لمجال وموضوع هذا التخصص العلمي.

وما يهمنا في هذا المجال ليس عرض تاريخ البحث في الاتصال والذي يمكن للمهتم بهذه المسألة أن يجده في عشرات المراجع. فالتاريخ المتعارف والذي يتم الإجماع عليه يبدأ من **الرواد** المتمثلين في **مفكري مدرسة شيكاغو**، الذين أسهموا بشكل واضح في مجال الاتصال عندما أكدوا على أهمية التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، من خلال انتهاجهم لطرق علمية لم تكن منتهجة آنذاك في العلوم الإنسانية، والمتمثلة في تجميع المعطيات الإحصائية والقيام بمقابلات مع الأشخاص المعنيين بالدراسة واستخدام الملاحظة بالمشاركة. كما كان لهم الفضل في بحوث الاتصال في

[208] نفس المرجع السابق، ص.15

استفادتهم من علم الاجتماع التطبيقي بجعل البحث التطبيقي مكملا للبحث النظري مما أسهم في تطور البحث في حقل الاتصال.

أضف إلى ذلك، أنهم أيقنوا أن للاتصال دور في الحياة الاجتماعية، عملية تتم من خلال تبادل الرموز بين المرسل والمتلقي. ثم كانت هنالك مرحلة مؤسسي البحث في الاتصال والمتمثلين في: Lazarsfeld و Lewin و Hovland و Lasswell. كان هؤلاء من تخصصات علمية مختلفة، بيد أنهم سرعان ما انتقلوا إلى مجال الاتصال ليكوّنوا فرقا بحثية ومعاهد للتكوين.

ثم تأتي **مرحلة** أو **فترة الإثبات** حيث مثلت نهاية الحرب العالمية الثانية منعرجا مهما لبحوث الاتصال، إذ وبعدما وظف الباحثون في مكاتب حكومية وعسكرية لوضع مؤسسات للدعاية أثناء الحرب، قام هؤلاء الباحثون بالاهتمام أكثر بتأثير الدعاية على عدة مستويات بعد انتهاء الحرب، من خلال فرق بحث وفي معاهد ومؤسسات مختصة بالقضايا الاتصالية.

فتطورت الأبحاث في الاتصال من طرف مهتمين بهذا المجال من تخصصات مختلفة، وبالتالي المقاربات كانت مختلفة حول مسألة نشأة علم اتصال مستقل بذاته.

فبرزت صراعات فكرية عبر مدرستين اثنتين معروفتين في تراث البحث في الاتصال ألا وهما: المدرسة الإمبريقية من خلال أبحاث Lazarsfeld ومكتبه، والمدرسة النقدية (المتأثرة بالماركسية) من خلال ما قدمه الباحثون الذي كانوا ينتمون بداية إلى مدرسة فرانكفورت (الذين انتقلوا إلى جامعة كولومبيا بنيويورك أثناء الحرب العالمية الثانية) بزعامة كل من Horkheimer و Fromm و Marcuse و Adorno.

تميزت المدرسة الأولى بتبنيها المقاربة الكمية/الوصفية اعتمادا على الوظيفية، مركزة على وظائف الاتصال بشكل عام. أما الثانية فقد منحت الأولوية للمحيط الثقافي والاجتماعي اللذان تتم فيهما العملية الاتصالية، عن طريق تأكيد روادها على التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال وعلى "تسليع" الثقافة.

هذا التاريخ معروف لدى الجميع. أما ما يهمنا في هذا العرض والذي يمثل منعرجا جديدا في التأريخ للبحث في الاتصال هو التعرف على "**التاريخ الجديد**" (new histoty) في هذا الحقل المعرفي، حيث يتم التركيز فيه على "السياقات الذي ظهر فيها والمؤسسات التي شكلته"[209].

يرى Pooley بأن هنالك "ستة مفكرين من تخصصات مختلفة ابتداء من الدراسات الأمريكية وصولا إلى علم اجتماع المعرفة هم الذين رسموا تاريخ البحث في الاتصال، وهم: Christopher

[209] Dominique Trudel, Théorie critique et histoire de la communication: la théorie critique de Max Horkheimer comme critique de la philosophie bourgeoise de l'histoire, COMMPOSITE 17(2), 2014, www.commposite.org/index.php/revue/article/view/202, consulted 03/09/2018 at 12h28

Simpson و Timothy Glander و Rohan Samarajiva و Brett Gary و William Buxton و J. Michael Sproule"."[210]

حسب Pooley، هؤلاء الستة هم الذين بينوا الدور البنيوي الذي قامت به مؤسسة روكفلار في وضع النموذج المهيمن لدراسات الاتصال. كماشدد على "دور الجيش ووكالة الاستخبارات المركزية(CIA) وتمويل وزارة الخارجية، وكذلك الشبكة الشخصية الضيقة من علماء الاتصال الذين انخرطوا في زمن الحرب والدعاية الخارجية والداخلية". تلكم هي العوامل التي أسهمت في مأسسة البحث في الاتصال، حيث كانت الدراسات ذات صلة بالحرب النفسية والدعاية إبان الحرب العالمية الثانية، ثم إبان الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي.

فلولا وجود مؤسسات ومراكز بحث ممولة من طرف جهات حكومية تقوم بمشاريع بحث منظمة ضمن سياسة توجيهية (حتى وإن كان بعدها إيديولوجي)، لما تطور البحث في مجال الاتصال.

يتميز التاريخ الجديد للبحث في الاتصال "بالصرامة والتوثيق (...) ويعرف تفكيرا منهجيا غنيا في مجالي: التاريخ وعلم اجتماع العلوم، وربما الأهم من ذلك أن هذا التاريخ يحتضن بشكل كبير انتقائية تفسيرية جديرة والمتمثلة في رفض البقاء على نفس نمط التحليل".[211] فالتاريخ الجديد للبحث في الاتصال "لا يولي أهمية للدراسات التي كانت تنصب على دراسة الرأي العام (...) كما أنه يهمل أيضا العلاقة التي كانت توليها بحوث الاتصال في الخمسينات للجمهور (...) كما أننا لا نعرف الكثير عن مجموعة البحوث التاريخية عن العلوم الاجتماعية في فترة ما بعد الحرب."[212]

فقد تمت مأسسة حقل علوم الإعلام والاتصال عبر مراكز بحث مختلفة كان لها الفضل في رسم معالمه وتحديد مواضيع بحثه وحدوده، هذا ما يحدده التاريخ الجديد للبحث في الاتصال بتوضيح الدور المؤسساتي لمراكز ومؤسسات البحث المتعددة والسياق الذي أقيمت فيه هذه الدراسات، ليس عن طريق عرض تاريخ الحقل المعني ولمناهجه ومفاهيمه، بل بالتأكيد على "التاريخ الخارجي لتطور هذا الحقل عن طريق تاريخ الأفكار التي كانت تطرح فيه".[213] قامت مؤسسة روكفلار ببرمجة سلسلة من الملتقيات التي تضم ألمع الباحثين في الاتصال، حيث برز بشكل خاص Lasswell في الملتقى الذي كان موسوما ب: Needed Research in Communication الذي انعقد عام 1940 والذي قام فيه آنذاك بعرض نموذج الاتصال الذي أنشأه والمتمثل في الأسئلة

[210] Jefferson Pooley, **The new history of mass communication research**, New York, NY : Peter Lang., 2008, p.p 43-69, www.jeffpooley.com/pubs/NewHistoryPooley2008.pdf, consulted 04/09/2018 at 11h40
[211] Ibid.
[212] Ibid.
[213] Dominique Trudel, op.cit.

الخمسة المشهورة: من؟ ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟ فتحول هذا النموذج إلى إطار منهجي يوجه توجهات الباحثين في دراسة تأثير الاتصال الجماهيري بالولايات المتحدة الأمريكية، وليمتد إلى تحليل العملية الاتصالية في كل التخصصات العلمية. وقد تحول البحث من مجرد تدخلات محتشمة مبعثرة هنا وهناك، إلى برامج بحثية تقام في مكاتب ومراكز بحث متخصصة كان لها الفضل في تقعيد البحث في الاتصال. فقد قام Carl Iver Hovland "بتقييم أفلام دعائية موجهة إلى إقناع الجنود الأمريكيين الذين يقومون بالتدريبات بصحة التزام الحلفاء في الحرب من جهة. ومن جهة أخرى، بأن هذه الحرب يمكن أن تدوم أكثر مما هو مخطط له".[214] وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، سيواصل Hovland دراساته في علم النفس التجريبي في جامعة يال.

بالنسبة إلى عالم السياسة Harold Dwight Lasswell، فقد قعد لمنهجية تطبيق تقنية تحليل المحتوى على الرسائل الدعائية بتطبيق خطاطته ذات الأسئلة الخمسة. أما Norbert Wiener المختص في الرياضيات فقد أدت أعماله إلى "ولادة السيبرنتيقا"[215] بجامعة كومبريتج. ثم يأتي دور عالم الرياضيات Claude Shannon الذي قام بأبحاث تهدف إلى "التحكم في تقنيات التشفير وفك تشفير الرسائل".[216] أما Wilbur Schramm فقد قام "بكتابة خطب الرئيس Roosevelt التي بثت عبر الإذاعة"[217] في وكالة بحث Facts and Figure التي تحولت فيما بعد إلى وكالة: The Office of War Information. يتضح لنا عبر هذا التاريخ الموجز لكيفية ظهور علوم الإعلام والاتصال، أن البدايات الأولى كانت تصبو إلى تحقيق أهداف بيروقراطية وحربية حيث كان الإقناع وطرق تحقيقه هو الهدف المتوخى من دراسة العملية الاتصالية. وقد استمر في توظيف إشكالية Schramm والمنهجية الكمية الرائجة آنذاك إلى غاية الستينات. وقد أسهمت الحرب الباردة في استمرار البحث في الإقناع والاتصال، كما برزت "مقاربات في الاتصال بين الثقافات وبرامج "الاتصال والتنمية" بفضل عقد مع الحكومة الأمريكية".[218]

د-البحث في الاتصال اليوم:

وقد التفت علوم الإعلام والاتصال حول قضايا الإعلام والاتصال ودراسة الظواهر التي برزت بعيد الثورة الصناعية والتي مهدت لثورة الاتصالات، إذ تطور الاتصال بشكل مذهل لم تشهده البشرية من قبل، والمعلومات أضحت تحيط بنا حيثما توجهنا، عن طريق الرسائل السمعية والسمعية البصرية وتلك الخاصة باللغة الموازية.

---

[214] Ibid.
[215] Ibid.
[216] Ibid.
[217] Ibid.
[218] Ibid.

تنصب الدراسات الحالية على دراسة "اليومي" لما يلعبه الاتصال في الحراك اليومي، ضمن وتيرة متسارعة ومستمرة. ولم يكن أحد يتوقع هذا الانتشار الموسع لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة بعد الثورة المعلوماتية وتجلياتها على المستوى المحلي والعالمي. وتدريجيا، تطور البحث في مجالي: الإعلام والاتصال الذي كان في بدايته عبارة عن بحوث مبعثرة من هنا وهنالك، يقوم بها مفكرون في السياسة وعلم الاجتماع وعلم النفس واللغة والإدارة والمعلوماتية وغيرها من التخصصات، لتتوحد وتتكثف في تخصص له إرهاصاته ومناهجه والنظريات التي تقعد للبحث فيه.

ما يجب التذكير به هو الطابع المتعدد التخصصات الذي برز فيه حقل البحث في علوم الإعلام والاتصال. ونحن نعلم جيدا أن أي حقل علمي وهو في البحث عن مكانته وتحديد موضوعه إلا ويصطدم بمعرقلات وبتداخله مع تخصصات أخرى، حتى في علوم الطبيعة، هذه الأخيرة التي صنفت على الأقل منذ أرسطو تبعا لعدة معايير: فأحيانا كانت تتداخل وأحيانا أخرى كانت تتفرع وتنفصل عن التخصص الأم... وحتى عند وجود مهتمين بحقلي: الإعلام والاتصال، فإنهم كانوا من تخصصات مختلفة (علم النفس الاجتماعي، مسرح، أدب، علم الاجتماع،...) وكانت محاولاتهم محتشمة وكانوا يفتقدون للغة مشتركة تجعل من هذين الحقلين الاثنين تخصصا قائما بذاته. ونحن نعرف كم هي مهمة المفاهيم لتحديد لغة خاصة بكل تخصص علمي حيث كان يرى أرسطو أن التعريف والبرهنة هما ركيزتا أي علم كان. المعرقل الذي واجهه البحث في علوم الإعلام والاتصال أنه لم تكن لها لغة مشتركة في بداية تشكيلها*.

بالرغم من ذلك، كان هنالك اهتمام مشترك بين مؤسسي هذا الحقل العلمي، علما بأنهم كانوا من تخصصات متباينة ويؤدون وظائف مختلفة من خلال عرضهم "آراء ناقدة ومستقلة التي تود تغيير المجتمع والرجال، واهتمام كبير بالتقنيات"[219]، التي غيرت نمط العيش وسلوكات الأفراد وعلاقة الإنسان بالآخر. فظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية كان له الأثر الكبير في تغيير نمط عيش الأفراد وتغيير علاقاتهم ببعضهم البعض، كما أفرز ظواهر جديدة للاتصال، مما مثل فضاء جديدا للبحث في علوم الإعلام والاتصال وتميز مواضيعها.

ويتعقد الأمر أكثر لما يتعلق الأمر بمجال البحوث الكيفية التي تستخدم بشكل خاص تقنية تحليل المحتوى؛ فهذان المتغيران يؤزمان المسألة بشكل أكبر. لا يجب أن ننس بأن هذا التخصص حديث النشأة والعديد من المسائل المنهجية والنظرية وحتى التطبيقية ما تزال مطروحة حوله. ثم، إنه يمكن التساؤل عن أسباب ظهور علوم الإعلام والاتصال في هذه الفترة بالذات. فقد ظهرت عوامل خاصة أدت إلى ظهورها لأن "مجتمع الاتصال يحتاج إلى علم يدرس عمليات الإعلام والاتصال الناجمة عن أعمال منظمة، هادفة، مرتكزة على

* هذه المسألة لم تكن خاصة بعلوم الإعلام والاتصال، ولكنها خاصة بتشكل كل العلوم، إذ يود كل تخصص إيجاد لغة مشتركة يتفاهم عليها الباحثون فيه ويجمعون على تحديد مصطلحاتها.

[219] Dominique Wolton, **De l'information aux sciences de la communication**, France, Hermès, n°48, 2007, p.p 189-202

التقنيات، ومشاركة في أشكال التواصل الاجتماعية والثقافية".[220] فمسألة تعميم استخدام وسائل الإعلام والاتصال وظهور الإنترنيت بما يقترحه من خدمات واستخدامات جديدة والنتائج التي تتولد عن هذا الواقع الجديد الذي يندرج ضمن العولمة المعلوماتية فتح أبوابا جديدة للبحث، إذ إنه نجمت عنه ظواهر اتصالية جديدة لم تعرفها البشرية من قبل.

نتيجة لذلك، فقد تعقدت العمليات الاتصالية وتنوعت من حيث المضمون والشكل، حيث ظهرت ظواهر اتصالية جديدة لم تعرفها البشرية إلا في السنوات القليلة الماضية، كظاهرة الرنة القصيرة التي تعبر عن مضامين اتصالية مختلفة بين من يرسلها ومن يستقبلها عن طريق رموز ودلالات يتفق عليها كلا الطرفين الاثنين، وما خلقه إرسال الرسائل القصيرة والمواقع الاجتماعية من لغة جديدة كانت وما زالت محل اهتمام الكثير من الباحثين، علما بأن تحليل الظواهر الاتصالية يتم على ثلاثة مستويات: اللغة المكتوبة واللغة الشفهية واللغة الموازية. وتُعتبر هذه الأخيرة مجالا خصبا تقل فيه الدراسات؛ هي مجال يهتم بكل أشكال الاتصال غير المكتوبة وغير الشفهية. وتكثفت الدراسات الإعلامية بوجه خاص والدراسات التي تمس الحياة الاتصالية بتفرع الظواهر فيها وتعقدها بوجه عام خصوصا بعد الانتشار الموسع لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة، خالقا زوايا جديدة للدراسة نظرا للوظائف المختلفة التي تؤديها والرهانات التي تدور حولها، مما استدعى وجود علم قائم بحد ذاته يعالج هذا النوع من الظواهر.

وإلى غاية ستينات القرن الماضي كان ينظر إلى الاتصال بشكل خطي: مرسل يقوم بإرسال رسالة ذات محتوى معين إلى متلق، فيقع الأثر المنتظر. بيد أن هذا التصور الميكانيكي للعملية الاتصالية قد تم تجاوزه إثر إدراك بعض المفكرين بأن هذه العملية أعقد مما كان يعتقد، فظهرت نماذج اتصالية جديدة تأخذ بالحسبان تأثير المحيط والشخصية المعقدة للمتلقي.

كما تم احتواء دراسات الاتصال في العقود الأخيرة من طرف مختصين في الاتصال بعدما كانت الدراسات تقام في هذا الحقل المعرفي من طرف باحثين من فروع علمية متعددة. فاستقلت علوم الإعلام والاتصال كتخصص دقيق قائم بذاته من حيث المواضيع والمشاكل التي تعالجها، فأضفى هذا الواقع العلمي الجديد تجانسا في الأفكار والمناهج وطرق التقصي في هذا الحقل العلمي، وخلق معاهد متخصصة يدرس فيها هذا التخصص ومجلات ومراكز بحث متخصصة في هذا المجال. ونحن نشهد ابتداء من عام 2000 عصر المواقع الاجتماعية وتعدد الوسائط والركائز التي تمكن من الاتصال، حيث نتج عن هذا الوضع الجديد نموذج مهيمن خاص "بالمجالات والتدفقات والنظم الإيكولوجية".[221]

---

[220] Bernard Miège, **La pensée communicationnelle**, Grenoble, Pug, 1995, p.p3-84, in : مي العبد الله: **البحث في علوم الإعلام والاتصال**، دار النهضة العربية، بيروت، 2011، ص.37.

[221] Coordonné par Olivier Aïm et Stéphane Billiet, **Communication**, Paris, Dunod, 2015, p.6

هو عهد ثورة الاتصالات التي لم يعد ينظر إليها بشكل خطي، ووسيلة الاتصال أضحت "**وسطا**" (middle) حيث "يتحرك فيه الأفراد وينمون".[222] ولم تعد الرسائل تخضع لنفس المنطق البسيط من خلال إرسالها من طرف مرسل إلى متلق عبر وسيلة اتصال معينة؛ فقنوات الاتصال تعددت وتشعبت وتعقدت ولم يعد سهلا تحديد مصدر الرسائل والتعرف الدقيق على متلقيها. وبالتالي، يتم تجاوز الكثير من نماذج الاتصال نظرا لعدم ملاءمتها للعملية الاتصالية التي أضحت معقدة. بيد أنه بالرغم من بساطة نماذج الاتصال التي كانت سندا للكثير من الدراسات، إلا أنها ما زالت صالحة(على الأقل بعضها) لإدراك الفعل الاتصالي.

فها هو نموذج Roman Jacobson الذي أسقط في بدايته على تحليل الفعل اللغوي، تمّ إسقاطه فيما بعد على الفعل الاتصالي بشكل عام لتفسيره.

وبالرغم من عدم صلاحية بعض نماذج الاتصال، إلا أنها توضح جليا تطور طرق الاتصال في سياق معين والعناصر الممثلة لفعل الاتصال تبعا للنموذج المتبنى. فأحيانا كانت تتجاوز وأحيانا أخرى كان البعض منها يكمل سابقيه، معبر كل واحد منها عن مسائل خاصة تعكس أولويات البحث في سياقات مختلفة.

تهتم دراسات الاتصال في الوقت الراهن "بذاتية الأفراد وبسياقات الحياة اليومية"[223] وما ينجر عنها من ظواهر تخص التفاعل في الحياة اليومية. كما أنها أضحت تولي أهمية "لإنتاج المعنى"[224] لأنه أكثر من أي وقت مضى، بحوث علوم الإعلام والاتصال أضحت تعنى **بالمعنى** (meaning) الذي يوليه الأفراد وهم يتفاعلون عند تلقي المواد الاتصالية والثقافية.

- **واقع البحث في الاتصال بالعالم العربي:**

بالرغم من تطور البحث في الاتصال في العالم الغربي، بيد أنه بالعالم العربي يعرف واقعا مغايرا لعدة عوامل. ما يميز البحث في المنطقة العربية هو غياب **التنظير** (theorization)؛ فالباحثون ومراكز البحث في العالم العربي ما تزال "تستهلك" النظريات التي ظهرت في الغرب في مجال العلوم الإنسانية، متغافلة عن السياق الذي ظهرت وتطورت فيه، والذي لديه خصوصيته ومجال تطبيقه.

نحن نعيش في عالم طغت فيه وسائل الإعلام والاتصال خصوصا الجديدة منها على معيشنا اليومي، خالقة ظواهر جديدة ومعيدة بناء الواقع الاجتماعي مع تغيير نمط العيش وبالتالي توجهات فتصرفات الأفراد، واقع يبخل فيه البحث العلمي بدراسات تسلط الضوء عليه بما يحدث من تغيرات في الحياة اليومية.

---

[222] Ibid.

[223] Miguel De Aguilera, **Les modèles de la communication et leur objet d'étude**, Communication & Organisation, December 2007, https://journals.openedition.org/communicationorganisation/3457, consulted the 13/09/2018 at 17h47

[224] Ibid.

وقد تطور الفكر العلمي في الغرب بفعل نظريات كان لها الأثر الكبير في إدراك المتغيرات والعلاقة الكامنة بينها التي تتحكم في الظواهر المدروسة، ضمن إطار نظري خاص يتماشى مع البيئة التي برز فيها. هذا من جهة. ومن جهة أخرى، لا يجب أن ننسى أن علوم الإعلام والاتصال كما ظهرت وتطورت فقد اعتمدت في بدايتها على نظريات خاصة بعلوم إنسانية أخرى مما أثر على مسارها.

وعلى هذا الأساس، ورفضا لتطبيق النظريات الغربية التي تفسر الظواهر الاتصالية، يقوم بعض الباحثين بالعالم العربي والإسلامي بالنفي القاطع لاستخدام هذا النوع من النظريات، متحججين بأنه لا يصلح بل وحتى لا يجوز توظيفها لدراسة ظواهر اتصالية تخص الواقع العربي–الإسلامي. وهذا أمر يمكن فهمه وإرجاعه إلى السياق الخاص الذي ظهرت فيه هذه النظريات والذي لا يصلح تطبيقه على واقعنا. غير أن هذه الموقف يتوجه إلى منعرج خطير؛ فالاستغناء عن نظرية في البحث العلمي الذي يستند إلى الاستنباط "أو ذكرها دون تشغيلها يطرح التساؤل حول طبيعة الإشكاليات التي تطرحها هذه البحوث. فالإشكالية ذات صلة وثيقة بالبناء النظري لموضوع البحث. ومن الصعب بناء هذا الأخير من دون الاستعانة بنظرية ما."[225]

فكيف يمكن تصور بحث صارم يقوم على بعض الملاحظات التي لا تستند إلى إطار تفسيري يقوم بدور تبريري–تعزيزي للنتائج المتوصل إليها، اللهم الاستناد إلى بعض الملاحظات و"التصورات".

ينجر عن هذا الوضع، عدم وجود إطار تفسيري يمنح قوة وصلابة عند تأويل النتائج من جهة. ومن جهة ثانية، سيترتب عن هذا الواقع اهتمام بالإطار الإمبريقي فحسب بدون التدقيق في بنائه النظري. ومن جهة ثالثة، سيكون هنالك إهمال للإطار الإبستمولوجي الذي لا يؤخذ بعين الاعتبار.

وهكذا، فإن واقع البحث العلمي أضحى مرهونا بالإنجازات التقنية المحققة، متغافلا عن الإطار النظري الذي كان يتماشى معه بحيث تراكم تراث نظري كبير كان له الفضل في الاكتشافات العلمية الكبرى.

تجرى بحوث في العالم العربي في حقل علوم الإعلام والاتصال، بيد أنها "مبعثرة" وقلما تقام ضمن فرق ومخابر ومجموعات بحث ممؤسسة (institutionalized) التي من المفروض أن تجرى بشكل مستمر من طرف مختصين في الميدان. كما أنه مما يعاب على هذه البحوث هو إهمالها للجانب الإبستمولوجي، علما بأن مسألة علمية (scientificness) العلوم الإنسانية برمتها لم تحسم بعد وليس فقط علمية علوم الإعلام والاتصال.

تعقد الإشكاليات في العلوم الإنسانية نظرا للمواضيع الجديدة التي تظهر أهمية معالجتها، لاسيما مع الثورة المعلوماتية وتجلياتها والممارسات الثقافية الجديدة يجعل حتمية التعامل بحذر مع رباعية

---

[225] نصر الدين لعياضي: **البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري**، المستقبل العربي، العدد 450، بيروت، أوت 2016، ص.ص 7-27

الأقطاب أو اللحظات (instancies) المنهجية: الإبستمولوجية والنظرية والمورفولوجية والتقنية، والتأكد من كل قطب بشكل نقدي ومستمر منذ بداية الدراسة إلى نهايتها. تمثل رباعية الأقطاب هذه الإطار المنهجي والذي لا يهتم بموضوع الدراسة فحسب، بل كذلك بعرض كيفية بنائه. وهذه الأقطاب ليست منعزلة عن بعضها البعض، فهي تكوّن بنية متماسكة متسقة للممارسة العلمية لا استغناء عن أحد أقطابها.

غير أننا لاحظنا إهمالا للقطب الإبستمولوجي (epistemological pole)من طرف الباحثين، ليس فقط المبتدئين. لهذا القطب أهمية كبرى في المسار العلمي إذ يُعتبر محركه، حيث يتم على مستواه تحديد موضوع الدراسة بشكل دقيق والإشكالية، حيث تبرز ضرورة القيام بقطيعة إبستمولوجية (epistemological rupture) للتمييز بين الموضوع "الحقيقي" والموضوع "المتصور".

فالمواضيع التي يتناولها حقل علمي ما لا تُبنى منذ البداية؛ هي بناء يخضع لمعايير القطيعة مع الأحكام المسبقة والمسلمات غير المبرهن عليها، بناء صارم يمر بمراحل: الموضوع الواقعي والموضوع المتصور والموضوع المبني. ولا يتأتى التمييز بين هذه الأزمنة الثلاثة إلا عبر القطيعة الإبستمولوجية التي تتم عبر المسافة التي تُؤخذ بشكل مستمر مع الموضوع العلمي، في "صراع دائم. في كل لحظة يجب الحذر من الأفكار المسبقة، مما لا نشك فيه."[226]

فالانتقال من الموضوع الواقعي إلى الموضع المتصور فإلى الموضوع المبني هي وتيرة مستمرة ومهمة شاقة تتطلب من الباحث أن يقوم بتلك القطيعة الإبستمولولجية التي ستمكنه تدريجيا من بناء موضوع علمي. فيجب أن تكون هنالك قطيعة بين ما هو متعارف عليه والذي ينتمي إلى اللغة العادية واللغة العلمية بكل محدداتها وضوابطها الإبستمولوجية. فتطور المعرفة والاكتشافات العلمية مرهون "بتحليل نقدي للغة العلمية"[227]، وليس بالتراكمات العلمية. وهذا ما لا نجده في الكثير من بحوث الاتصال (وحتى في العلوم الإنسانية الأخرى) في العالم العربي. كان ذلك عن أهمية القطب الإبستمولوجي في أي بحث علمي كان.

وهنالك سؤال يطرح نفسه: هل يرجع واقع البحث في الاتصال والإعلام بالعالم العربي إلى تبعية الباحثين إلى النظريات الغربية أم إلى عدم قدرتهم على استخدام افتراضاتها وعدم إدراكهم إياها

[226] Madeleine Grawitz, **Méthodes des sciences sociales**, Paris, Dalloz, 11eme édition, 2001, p.381
[227] Raymond Boudon, Paul Lazarsfeld, dans : **La sociologie**, France, Librairie Larousse, 1978, p.115

بشكل دقيق؟ يبدو من خلال مسح شامل لمجمل الدراسات حول الاتصال والإعلام بالعالم العربي أنها "انحصرت في إطار الدراسات الوصفية".[228]

يتطلب البحث العلمي الدقة، و**وصف** الظاهرة محل الدراسة يُعتبر هدفا أساسيا إذ من خلاله يتم "جرد أكثر صدق ما أمكن حول خصائص الموضوع أو الظاهرة المطروحة للدراسة".[229]

من خلال الوصف، يتم تحديد الخصائص المتعلقة بالظاهرة بشكل منظم ودقيق. بيد أن الوصف لا يمكن الباحث من التمحيص والتعمق في حيثيات الظاهرة ومن اكتشاف العلاقة الكامنة بين المتغيرات المتحكمة في حدوثها. فوصف خصائص قراء الصحافة الصفراء أو خصائص متتبعي المواقع الاجتماعية مسألة مهمة للتعرف على السمات العامة للجمهور، بيد أنها غير كافية لكشف العلاقات القائمة بين الظواهر استنادا إلى بناء علاقات دالة وبناء نماذج تفسيرية.

فواقع البحث في الإعلام والاتصال بالمنطقة العربية يرجع إلى عدم الفهم المعمق للنظريات الغربية وعدم قدرتنا على الاستفادة منها، حيث يتوجب على الباحث إدراك السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي برزت فيه والذي هو خاص بظهورها. كما أن الأمر يعود إلى عدم الإلمام بالنظريات والبحوث الحديثة التي تعتبر الاتصال فعلا يندرج ضمن سياق اجتماعي خاص باعتباره الإطار المحيط بالمتلقي، والمتمثل في ظروف التعرض والتجارب القبلية وهوية المتلقي وثقافته والمنظومة القيمية التي يتبناها والتي ستؤثر حتما على كيفية تلقيه وتفاعله مع الرسائل الاتصالية. هذا من جهة. ومن جهة أخرى، فهو يخص السياق الاجتماعي للمرسل مع كل الخلفية الإيديولوجية التي يتبناها والتي يسيرها عن طريق الرسائل التي يقوم بإنتاجها؛ فهو فضاء رمزي يسير النسق القيمي لكلا الطرفين الاثنين: المرسل والمتلقي بكل ما يحمله كليهما من تمثلات وقيم وإيديولوجية وأفكار.

وهنالك واقع جديد يخص فضاء الإعلام والاتصال والذي أثر بشكل أو بآخر في النماذج الاتصالية التي كانت صالحة لمدة من الزمن. فالمرور من وسائل الاتصال الجماهيرية إلى ما هو شائع استخدامه حاليا ألا وهو مصطلح الميديا كان له الأثر الكبير في إعادة النظر في النماذج الاتصالية كنموذج Lasswell؛ فبعدما كان المرسل مجرد مرسل أضحى اليوم بفعل الوسائط المتعددة مستخدما في ذات الوقت؛ وبعدما كان المتلقي مجرد متلق للرسائل والمضامين الاتصالية والإعلامية والثقافية أضحى اليوم مرسلا في ذات الوقت، يتفاعل مع هذه المضامين ويعيد بناء معانيها. وحتى الوسيلة تغير دورها من مجرد قناة تنتقل عن طريقها الرسائل لتتحول إلى "وسائط ومنصات بث وتبادل".[230]

---

[228] نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره

[229] موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص.56.

[230] نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره

ما لم توليه البحوث في المنطقة العربية هو عدم تركيزها على المتلقي، والاكتفاء بتبيين إن كان أم لا يتأثر بالرسائل التي يتعرض إليها، ولم تبحث في كيفية تفاعله معها.

فقد غيرت الثورة التقنية التي شهدتها البشرية من أنماط الممارسات اليومية، كما أنها غيرت علاقة الإنسان بالإنسان وبالمكان والزمن، بحيث اختزلت الوقت والمكان وعلاقتنا بما يحيط بنا من أغراض وصور نجدها حيثما توجهنا.

وقد مس الرقمي* كل مجالات الصناعة الثقافية بكل تجلياتها من موسيقى وسينما وتلفزيون وإشهار، إلخ... وقد ترتب عن هذا الأمر خلق سلوكات جديدة من طرف المتلقي تفعل العملية الاتصالية وتحفز على التفاعل بين المتلقين. وقد لاحظنا في الآونة الأخيرة "مشاركة أكثر تكثفا وأكثر استمرارية"[231] من خلال النقاشات والتعليقات المتبادلة في المواقع الاجتماعية المختلفة. ولم يعد المتلقي ذلك المستقبل السلبي، بل وتحول حتى إلى مرسل في ذات الوقت عبر مشاركته في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، خصوصا تلك التي تبث على المباشر وفي الحوار عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وهكذا، خلقت سلوكات اتصالية جديدة من خلال الحوار والمشاركة في الحوارات وفي نشر الصور والفيديوهات والبيانات ذات المحتويات المختلفة التي يمكن مشاركتها مع "الأصدقاء"، مما يفعل التفاعل بين المتلقين سواء أكانوا على معرفة مسبقة ببعضهم البعض أم لا.

ويتطلب هذا الواقع المعرفي الجديد تحديدا دقيقا لمفهوم الجمهور حيث يذهب الأخصائيون إلى تحديد كمي وكيفي لهذا المفهوم في ذات الوقت (وليس تحديد كمي فحسب)، على خلاف الدراسات الأولى التي كانت تولي اهتماما كميا وصفيا لهذا النوع من الدراسات. فالجمهور هو ليس ذلك التحديد الكمي لبعض خصائص متلقي محتوى إعلامي أو اتصالي أو ثقافي فحسب، من حيث بعض المؤشرات الكمية كسنه وجنسه ونسبة الأفراد الذين يقبلون على ميديا أو برنامج معين، والفترة الزمنية التي يتابعون فيها بكثافة قناة أو برنامجا معينا وأوقات متابعته، وبعض المحددات الأخرى كتقديراته لمسألة معينة في مجال التلقي.

لا تهتم إشكاليات البحث في الاتصال في العالم العربي بدراسات الجمهور إلا في بعدها الكمي، متغافلة وحتى جاهلة للبعد الكيفي لها، حيث لا يتم إدراك الدلالات والمعاني التي يوليها الجمهور إثر تلقيه للمواد الثقافية والاتصالية، وماهية الدوافع والتحفيزات التي تجعله يتفاعل معها. فالجمهور ينتقي الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام والاتصال بحذر وتريث، بدون التأثر بها بشكل مباشر وآني.

* **الرقمي** هو التطور المثير الذي عرفته تكنولوجيا الاتصالات، حيث يمكّن من نقل وتخزين المعلومات على شكل إشارات إلكترونية عبر الركائز المتعددة.

[231] Rémy Reiffel, **Révolution numérique, révolution culturelle?**, France, Editions Gallimard, 2014, p.143

فلم يعد ينظر إلى المتلقي كفرد سلبي بدون حاجات ودوافع تحركه، كمستقبل للرسائل الإعلامية والتي بمجرد أن تصل إليه يتأثر بمضمونها مباشرة وبشكل تلقائي (ما كانت تتصوره نظرية الإبرة تحت الجلد أو الرصاصة السحرية)، بدون أي مقاومة أو محاولة نقد لمحتواها. يرى منظرو هذا التصور للجمهور كأفراد مجزئين، على شكل "ذرات" منفصلة عن بعضها البعض، يستقبلون الرسائل الإعلامية المختلفة التي تمثل منبها مباشرا وقويا يدفع المتلقين إلى الاستجابة الفورية لها تبعا لما ينتظره القائم بالاتصال.

وحتى إن ثنائية سلبي–نشيط قد تجاوزت في دراسات التلقي الحالية لتنصب على دراسة المتلقين وهم يقومون بمعالجة المعلومات التي ترد إليهم من وسائل الإعلام والاتصال المختلفة وقت تعرضهم إليها. ويضحى كل متلق حسب سياقات اتصالية مختلفة "يخضع لمنطقين اثنين من السلوك: إما أن يتأثر بدون أن يعيَ، وإما أن يطور نشاطا معرفيا يمكنه من مقاومة كل محاولة إقناع. فهو ليس سلبيا أو نشيطا ولكن الاثنان معا: متلق مركب (complex)".[232]

هنالك دراسات نادرة في تلقي المواد الاتصالية والثقافية في العالم العربي، ونحن نتساءل لماذا هذا التأخر في الاعتماد على هذا النوع من الدراسات، في ظل اكتساح التلفزيون حياة الأفراد وتغيير سلوكاتهم اليومية التي ترتبط إلى درجة كبيرة بتتبع البرامج المفضلة. كما أدى تعدد الركائز المربوطة بالإنترنيت والمتمثلة في الحاسوب والهاتف المحمول* واللوح الإلكتروني والساعة الذكية في العالم الرقمي إلى تنوع في الاستخدامات وأنماط التفكير والتصورات؛ كلها ظواهر جديدة جديرة بتسليط الضوء عليها. فدراسات التلقي أسهمت في معرفة كيفية فعل المشاهدة التلفزيونية وكيفية تأثيرها في الممارسات اليومية، ظواهر يمكن إسقاطها أيضا على متابعة الإنترنيت واستخدام الركائز الإلكترونية المتعددة.

فما يطغى على الدراسات العربية هو الاستخدام المفرط للنظرية الوظيفية ولنموذج الاستخدامات والإشباعات، حتى من طرف الباحثين الشباب الذي من المفروض أنهم على دراية بأحدث النظريات في الاتصال، ولديهم القدرة على النقد والتمحيص لتجاوز البراديغمات المفرط استخدامها، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، هذا الاستخدام المكثف للوظيفية هو استخدام من أجل معرفة الوظائف الظاهرة المؤداة، علما بأن للوظائف الكامنة دور لا يستهان به لإدراك ما هو خفي في تنظيم أو مؤسسة معينة.

---

[232] Marie-Pierre Fourquet, Un siècle de théories de l'influence, Histoire du procès des médias, France, MEI «Médiation et information », nº 10, 1999, p.p 105-120

* الهاتف المحمول والمسمى أيضا بالهاتف النقال أو الخلوي أو الجوال أو المتحرك

إبراز الوظائف الكامنة يبرز جليا تعقد الحياة الاجتماعية على اختلاف بناها ومؤسساتها حيث ستبرز متعارضة مع الوظائف الظاهرة. بيد أنه لا يجب أن ننسى أهمية الاتصال الشخصي الذي يتم عبر الجماعات غير الرسمية في حل الأزمات والصراعات داخل المؤسسة، مما يبين أهمية تسليط الضوء ليس على الوظائف الظاهرة لأنها سهلة التحديد والتي لا يمكنها تفسير وجود النسق الاجتماعي وديمومته، بل أيضا على الوظائف الكامنة. والتمييز بين الوظيفة الظاهرة والوظيفة الكامنة هو في الواقع "يوجه عالم الاجتماع إلى ميادين معينة من السلوكات والتوجهات والاعتقادات"[233]، لأنه لا جدوى من التأكد فحسب إن كانت الأهداف المرجوة من ممارسة ثقافية أو اجتماعية قد حققت أهدافها. فالاهتمام بالوظائف الكامنة لسلوك أو ممارسة ما (داخل ثقافة أو مؤسسة ما) يمكن الباحث من تعميق مجال بحثه وتوسيعه، حيث ستبرز الوظائف الكامنة بمعنى تلك المخفية التي لا تبرز للوهلة الأولى بدون أن يتجاهل بالتأكيد تلك الظاهرة.

فالباحث في هذا النوع من الدراسات لا يهتم إلا بما هو سطحي ولا يأخذ من الوظيفية إلا ما يسهل عمله ويسرع وتيرة الانتهاء منه، متغافلا عن ظواهر معقدة لا يمكن الكشف عنها إلا عن طريق التمعن في النظرية الوظيفية وإدراك كل افتراضاتها وكل الإسهامات التي جاء بها منظروها. هذا من جهة. ومن جهة ثانية، هنالك طغيان الطابع الكمي–الوصفي الذي لا يمكن أن يسدل الستار عن أوجه التفاعل الرمزي الذي ينجر عن فعل المشاهدة والظواهر الجديدة التي يخلقها والتي تؤدي حتما إلى تغيير أنماط العيش وعلاقة الأفراد ببعضهم البعض، وضع مردّه أيضا إلى فردانية المشاهدة في ظل الأسرة الواحدة بفعل تعدد الركائز. الدراسات الكمية لها مجال تطبيقها ولها حدودها المنهجية والإبستمولوجية. لذلك، اللجوء إلى البحوث الكيفية بات أمرا ضروريا لاستخراج المعاني المستترة وراء الظواهر المدروسة بتحديد السياق الذي تتشكل فيه.

ومن جهة ثالثة، نتساءل: لماذا لا يتم توظيف النظريات الجديدة في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي؟ هل هذه المسألة راجعة إلى الجهل بهذه النظريات والدراسات الحديثة في الاتصال أم إلى عدم الإلمام بها؟ أم إلى "فشل إدراكي" في تزويد الفكر بما استجدت به ساحة البحث العلمي في هذا المجال؟

بالتأكيد أن هذا الوضع لا يرجع إلى عدم الوصول إلى هذا النوع من الدراسات، علما أننا في عصر الإنترنت، باعتبار الأخير وسيلة ناجعة للحصول على المعلومات، مهما كانت طبيعة هذه الأخيرة، حيث تكون المعلومات التي يبحث عنها فورية، من نصوص مقروءة وسمعية وسمعية–

[233] Robert K.Merton, **Eléments de théorie et de méthode sociologique**, traduit par : Henri Mendras, Paris, Armand Colin, 1997, p.113

بصرية وصور في جميع المجالات. وهو بذلك مكتبة عالمية نحصل بواسطتها على معلومات آنية مهما كان مجال البحث بفعل تكثف المعلومات وسرعة الحصول عليها.

وهكذا، تنشر العديد من المقالات والكتب في كل التخصصات بما فيها علوم الإعلام والاتصال، يوم وحتى ساعة صدورها، من أمهات المجلات الدولية ومن أكبر دور النشر في كل اللغات، ناقلة لنا أحدث الأفكار والتصورات عن المواضيع التي نبحث فيها؛ فأنى للباحث ألا يجد ضالته فيها؟

في ظل الإعلام الجديد* لم تعد النظريات الكلاسيكية في علوم الإعلام والاتصال تفي بالغرض. فمثلا نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين** (two-step flow of communication) التي قام بصياغتها كل من Katz و Lazasfeld لم تعد كافية أمام واقع الإعلام الجديد، حيث توجد معلومات تتدفق في كل الاتجاهات وليس من مصدر واحد.

فقد ارتبط ظهور نظريات الإعلام والاتصال بتوسع انتشار وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية. بيد أننا اليوم نتعامل مع واقع جديد ألا وهو تطبيقات الإعلام الجديد الذي لا يقوم على الاتصال المباشر بين مرسل ومتلق عبر وسيلة اتصال، ولا يقوم أيضا على الاتصال الجماهيري. فكيف لنا في ظل الواقع الجديد الذي تعرفه المجتمعات من ظواهر اتصالية وثقافية جديدة وعولمة تمس جميع مجالات الحياة وتدفق معلوماتي أن نطبق نظريات ظهرت في سياق مختلف كل الاختلاف عما نشهده اليوم؟

وهذا السياق المعرفي الجديد لدراسات الاتصال هو ما ينقص في المنطقة العربية حتى لا نقول أنه ينعدم.

خاتمة:

شهدت العقود الخمسة الماضية جدلا ما زال قائما إلى وقتنا الراهن حول واقع وآفاق البحث في علوم الإعلام والاتصال. يرجع هذا الجدل إلى طبيعة علوم الإعلام والاتصال في حد ذاتها من حيث مكانتها، كما أنه يرجع إلى طبيعة البحث في هذا المجال من جهة أخرى. فما يواجه الباحث في هذا المجال خصوصا في العالم العربي هو تحديد طبيعة البحث في الإعلام والاتصال، مجالاته والمشاكل التطبيقية والمنهجية التي يعاني منها، مما يقف عقبة أمام تطور البحوث في هذا الحقل.

1. فعلوم الإعلام والاتصال (شأنها شأن العلوم الإنسانية الأخرى) مجبرة اليوم على **الحوار** (dialogue) مع العلوم الإنسانية الأخرى، خصوصا بالارتكاز على تفكير فلسفي عام حول الإنسان والمجتمعات البشرية. لما يخرج الباحث في علم الاجتماع أو في الاتصال أو في

* الإعلام الجديد هو ذلك الإعلام الذي يستند إلى تدفق المعلومات عبر الركائز الإلكترونية المتعددة.

** بيّن كل من كاتز ولازارسفيلد في دراسة لهما سنة 1955 أن للاتصال الجماهيري تأثير محدود، إذ ليس هو الوحيد المؤثر في التغيرات التي يمكن أن تحدث في اتجاهات وسلوك الجماهير. فتأثير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية حسب هذا النموذج يمر بمرحلتين اثنتين. في المرحلة الأولى، يمر بقادة الرأي والجماعات المرجعية. ثم في مرحلة ثانية تقوم الجماعات المرجعية -التي يندمج عن طريقها الناخبون في شبكات اجتماعية (أفراد الأسرة والأصدقاء وزملاء العمل)- ببث المعلومات الخاصة بقادة الرأي إلى الجمهور عن طريق الاتصالات الشخصية.

السياسة... من الميدان، فهو يدخل غمار التأويل والتبريرات، والذي يتطلب منه قدرة على التحليل والتركيب والنقد وطرح تساؤلات جديدة، هم مشترك مع الفلسفة، متسائلا عن طبيعة ومعنى الفعل (action) الذي يقومه به الأفراد، متجاوزا بذلك كل معرفة إمبريقية، مستعيرا مفاهيم وتصورات الفلسفة. فهذا لن يمس بالصرامة العلمية للعلوم الإنسانية، لأنه شئنا أم أبينا فإن الباحث تحركه تساؤلات فلسفية، مرتبطة بالمعنى الذي يوليه لما يدرسه.

2. وبعدما عرفت بحوث الاتصال رواجا كبيرا واعترافا بوجودها كتخصص قائم بذاته، بعد مرحلة التنظير التي رسخت لقواعد البحث فيها والتي مكنتها من فهم وتفسير الظواهر الاتصالية (والثقافية)، تحول اليوم البحث في الاتصال إلى دراسات تعنى بمجال معين، انطلاقا من مرجعية نظرية أو منهجية معينة بدون البحث عن تجاوزها؛ أضحت مجرد دراسات تخص مجالات بحث تعنى بزاوية معينة تتكثف حولها، **بدون الاهتمام بالقطب النظري.**

3. لذلك، يجب على الباحثين في علوم الإعلام والاتصال رفع التحدي **بإعادة النظر في بعض البراديغمات المهيمنة والتفكير في براديغمات جديدة** تقعد للتنظير لتأويل الظواهر الجديدة.

قائمة المراجع

باللغة العربية:

- أرسطو (2008)، **الخطابة**، ترجمة: عبد القادر قنيني، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء
- أنجرس موريس (2004)، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر
- العبد الله مي (2011)، **البحث في علوم الإعلام والاتصال**، دار النهضة العربية، بيروت

مجلات:

- نصر الدين لعياضي (أوت 2016)، **البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري**، المستقبل العربي، العدد 450، بيروت

باللغة الأجنبية:

- Boudon Raymond, Lazarsfeld Paul, dans : **La sociologie**, France, Librairie Larousse, 1978
- Coordonné par Aïm Olivier et Billiet Stéphane, **Communication**, Paris, Dunod, 2015
- Grawitz Madeleine, **Méthodes des sciences sociales**, Paris, Dalloz, 11eme édition, 2001
- Lazar Judith, **Sociologie de la communication de masse**, Paris, Armand Colin, 1991
- Merton Robert K., **Eléments de théorie et de méthode sociologique**, traduit par : Henri Mendras, Paris, Armand Colin, 1997
- Reiffel Rémy, **Révolution numérique, révolution culturelle?**, France, Editions Gallimard, 2014
- Sluková Petra Zia, **Communication of Information**, Prague, Charles University, Institute of Information Studies and Librarian ship

- Wolton Dominique, **De l'information aux sciences de la communication**, France, Hermès, n°48, 2007

مجلات:

- Fourquet Marie-Pierre, **Un siècle de théories de l'influence, Histoire du procès des médias**, France, MEI «Médiation et information », nº 10, 1999
- Proulx Serge, **Naissance des sciences de la communication dans le contexte militaire des années 1940 aux USA**, France, HERMÈS n° 48, 2007

وابوغرافيا:

- Pooley Jefferson, **The new history of mass communication research**, New York, NY : Peter Lang., 2008, p.p 43-69, www.jeffpooley.com/pubs/NewHistoryPooley2008.pdf
- Trudel Dominique, **Théorie critique et histoire de la communication: la théorie critique de Max Horkheimer comme critique de la philosophie bourgeoise de l'histoire,** COMMPOSITE 17(2), 2014, www.commposite.org/index.php/revue/article/view/202

الخدمـــة العموميـــة عبر مواقـــع التواصـــل الاجتماعـــي
–دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمديرية الأمن الوطني لولاية الجزائر على موقع الفايسبوك–

Public service through social networking sites
Analytical study of the official page of the Directorate of National Security of the State of Algeria on the Facebook site -

أ.عائـــشة قـــرة / أ. إيناس رغيـــس

جامعة محمد لميـــن دباغين / الجزائر

الملخص:

تطرح هذه الورقة البحثية تجربة المؤسسة الأمنية الجزائرية في تطويع أدوات الويب 2.0 في تقديم الخدمة العمومية، على اعتبار أن هذه الأدوات تساهم في عصرنة وتحسين وتفعيل الاتصال العمومي، خاصة بعد ظهور الإدارة الالكترونية واستخدام الرقمنة والتقنيات التكنولوجية في المؤسسات العمومية، وتسعى إلى التركيز على استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك من قبل المؤسسة الأمنية الجزائرية من خلال تحليل مضمون صفحة المؤسسة على موقع الفايسبوك.

الكلمات المفتاحية : الخدمة العمومية، المؤسسة الأمنية ، موقع الفايسبوك، الجزائر.

Abstract:

This paper presents the attempt of the Algerian security establishment to adapt the the Web 2.0's tools to activate the public service and the public communication, especially after the emergence of electronic administration and the use of technologies in public institutions, so this study aims to provide the use of Facebook by the Algerian security establishment by analysing of the content of the institution's page on the Facebook sit.

Keywords: Public Service, Security Establishment, Facebook sit, Algeria

المقدمة:

يعرف العالم اليوم نمطا جديدا في الاتصال من خلال التقنيات والأدوات التي فرضها الويب 2.0 والذي أفرز ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتميز هذه الأخيرة بالعديد من المزايا والخصائص التي لم تشهدها الوسائل الاتصالية قبلا كالتفاعلية والتشاركية والآنية، والتي فيها

يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة لتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفيا أو دينيا أو علميا...

كما تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في نقل الأخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة، فقد خلقت مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا يجمع المستخدمين من كل أرجاء المعمورة على اختلاف أجناسهم وأعمارهم وجنسياتهم وحتى ميولاتهم، لأنها تنشر محتوى مثير للاهتمام وتعمل على اطلاع المستخدمين وتثقيفهم والتواصل معهم لتبادل تلك المعلومات مع غيرهم ثم يعودون بالمساهمة البناءة.

بناءا على ما سبق أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قطبا للاستخدام من طرف الأفراد والمؤسسات بأنواعها، وامتدت حتى إلى المؤسسات العمومية ودفعتها إلى إعادة النظر في نموذج الاتصال والتواصل مع جماهيرها، ما زاد في جودة نوعية الخدمة العمومية المقدمة للمواطن من طرف هذه المؤسسات، الأمر الذي ساعد في تحسين أداء المؤسسة العمومية، كونها تعمل على مبدأ إشراك المواطن في عمليتي التسيير وصنع واتخاذ القرارات، كما خلقت سياسة الانفتاح على الجمهور الخارجي لتحقيق التشاركية والفعالية في الأداء.

وعلى هذا الأساس سنتطرق ضمن هذه الورقة البحثية إلى تجربة المؤسسة الأمنية الجزائرية في تطويع أدوات الويب 2.0 في تقديم الخدمة العمومية، على اعتبار أن هذه الأدوات تسهم في عصرنة وتحسين وتفعيل الاتصال العمومي، ويمكن أن ندرج هذه المبادرة ضمن مبادرة التحول الرقمي خاصة بعد ظهور الإدارة الالكترونية واستخدام الرقمنة والتقنيات التكنولوجية في المؤسسات العمومية، حيث بذلت الجزائر مؤخرا العديد من الجهود لتقديم الخدمة العمومية الرقمية.

1/ الإشكال المراد طرحه بناءا على ما سبق ذكره يتمثل في: **ما مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي –الفايسبوك– في تحسين الخدمة العمومية على مستوى المؤسسات الأمنية الجزائرية؟**

التساؤلات الفرعية:

- كيف عززت تقنيات الويب 2.0 فكرة الاتصال الدائم بين الأجهزة الأمنية والمواطن؟
- هل تسهم صفحة الفايسبوك للمديرية الأمن الوطني الجزائرية في تجسيد فكرة الحق في المعلومة للمواطن؟
- هل حقق موقع الفايسبوك للجهاز الأمني مبدأ إشراك المواطن في عمل الجهاز الأمني؟

2/ أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التطرق إلى العديد من النقاط الهامة قصد إثراء البحث العلمي في موضوع الاتصال العمومي والويب 2.0 من خلال :

- الوقوف على إسهامات الموقع الالكتروني للجهاز الأمني في الجزائر، ومدى تجسيده لفكرة حق المواطن في الوصول إلى المعلومة.
- السعي لرصد مشاركة المواطن في العمل الأمني من خلال الويب 2.0.
- إبراز التحديات التي تواجه العملية الاتصالية بين المؤسسات الأمنية والمواطن.
- الكشف عن جهود الجهاز الأمني الجزائري في ترقية الخدمة العمومية وحرصها على الاهتمام بالمواطن.

3/ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا البحث في أنه من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر، حيث تمثل أدوات الويب 2.0 إعلاما بديلا لجأت إلى استخدامه العديد من المؤسسات على اختلاف أنواعها، والذي خلق طرقا جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين المؤسسات وأفراد المجتمع، كما تستمد الدراسة أيضا أهميتها من أهمية موضوع الخدمة العمومية الذي يعد موضوعا حساسا وهاما في مختلف المجالات الاجتماعية، السياسية والاقتصادية وغيرها ما جعلها وسيلة فعالة لأداء الاتصال العمومي، ومنبرا هاما لخلق الحوار والتشاركية بين المؤسسات العمومية والمواطن.

4/ منهج الدراسة:

تم استخدام أداة تحليل المحتوى الظاهري لما ينشر على صفحة الفيسبوك الخاصة للمديرية الأمن الوطني لولاية الجزائر، ويقصد بالمحتوى الظاهري أي ما هو معلن عنه بشكل واضح في الوثيقة، وما تعرضه الوثيقة حقيقة[234]، إلى جانب منهج المسح الوصفي الذي يعرف بأنه يستخدم في "البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة، ولكن على الرغم من أن منهج الوصف يلعب دورا وصفيا، إلا أنه يمكن أن يلعب دورا تفسيريا بشرح الأحداث أو الظواهر التي تدرس"[235]، وعليه قمنا باختيار تحليل المحتوى الظاهري كونه أنسب منهج يخدم موضوع الدراسة.

5/عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة التي نحن بصدد دراستها، في عينة قصدية غير احتمالية[236] تتمثل في موقع الفايسبوك للجهاز الأمني بولاية الجزائر العاصمة، وقد تم اختيار الجهاز الأمني كونه يسير من جهة رسمية وهي منظمة حكومية غير ربحية، تعنى بشؤون المواطن، تهدف إلى الدفاع عن حقوقه المادية والمعنوية، وإرشاده وتعزيز الثقة والروابط بين المؤسسة العمومية الأمنية والمواطن، ونعلل

234_ أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي ، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2008.

235_ هواري حمزة: مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 ، 2014/2013، ص 11.

236_ بن مرسلي أحمد: مناهج الحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 ص197.

اختيارنا لموقع الفايسبوك على غرار المواقع الأخرى لاحتلاله المرتبة الأولى استخداما مقارنة بالمواقع الأخرى طرف المؤسسات والأفراد، حيث قدرت بأكثر من 16 مليون مستخدم أي 43% من السكان سنة 2017، من، وتتمثل عينة الدراسة في تحليل المواد التي نشرتها المؤسسة طيلة شهر أكتوبر 2018 أي من 1 اكتوبر حتى 31 أكتوبر، وبلغت 30 منشورا. وقد قسمنا وحدات التحليل إلى فئتي ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ حيث:

- ❖ **فئات كيف قيل:** تضمنت أربع فئات تمثلت في فئة تصميم الصفحة من خلال حضور العناصر التعريفية للمؤسسة على الصفحة، وفئة عدد مرات النشر في اليوم ، إضافة إلى فئة أسلوب عرض محتوى المنشورات كاستخدام صور، فيديو، روابط أو نصوص، إلى جانب فئة اللغة المستخدمة .
- ❖ **فئات ماذا قيل:** والتي أدرجنا ضمنها خمس أنواع من الفئات نفصلها كالآتي:

- فئة مواضيع المنشورات: نشاطات المؤسسة، تسويق الحملات الأمنية وتصحيح السلوكات السلبية، معالجة قضايا الفساد في المجتمع، وإيصال الحقائق المهددة للمواطن.
- فئة الأسئلة في المنشورات بعرض إذا كانت متوفرة أو غير متوفرة.
- فئة أهداف المنشورات والتي احتوت على التعريف بنشاطات المؤسسة، إشراك المواطن في نشاطات المؤسسة، الحفاظ على استقرار المجتمع وتعزيز الثقة بين المؤسسة والمواطن، تقريب المؤسسة الأمنية من المواطن وتحقيق الأمن والاطمئنان التوعية الأمنية.
- فئة القيم: كقيم المواطنة، المشاركة، التعية الأمنية وغيرها...
- فئة الاستمالة الإقناعية المستخدمة بنوعيها العقلية والعاطفية.

6/ مفاهيم الدراسة:

- **الاتصال العمومي:** تباينت التعاريف التي قدمت للاتصال العمومي نورد أهمها في مايلي :

l'ensemble des phénomènes de production, de traitement, de diffusion et de rétroaction de l'information qui reflète, crée et oriente les débats et les enjeux publics ; la communication publique étant non seulement le fait des médias mais aussi des institutions, entreprises, mouvements et groupes qui interviennent sur la place publique[237].

ويرى **ميشال بوشون(Michel Beauchamp)** ورفاقه في هذا التعريف أن الاتصال العمومي هو مجموعة من الظواهر الخاصة بإنتاج ومعالجة ونشر المعلومات التي تعكس ردود الفعل، وخلق وتوجيه المناقشات حول الرهانات العامة، والاتصال العمومي ليس فقط نشاط اتصالي خاص بممارسات وسائل الإعلام إنما هو قضية خاصة بجميع الفاعلين "مؤسسات، شركات، الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني، والمجموعات الناشطة في المجال العام".

[237]_Michel Beauchamp (ed).Communication publique et société .Repères pour la réflexion l'action, Boucherville, Quebec, 1991p15

وعليه فالاتصال العمومي أصبح جزءا مهما في مختلف أجهزة الدولة ومنظماتها، وهذا ما توصل إليه **بيار زيمور** حيث يرى أنه الاتصالات الرسمية التي تميل إلى تبادل واقتسام المعلومات ذات القيمة العمومية لفائدة الحفاظ على الروابط الاجتماعية، وهذا من مسؤولية المؤسسات العامة، أو الهيئات المكفولة لأداء المهام ذات المصلحة الجماعية أو العامة[238].

بناءا على ماسبق يمكننا أن نعرفه على أنه تلك الرسائل الاتصالية التي يتم تبادلها بين المؤسسات الأمنية والمواطن بهدف اقتسام المعلومة ذات القيمة العمومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية وكذا تحسين مستوى الخدمة العمومية المقدمة.

- **الخدمة العمومية:** ليس هناك اتفاق على تفسير مرجعي لمفهوم الخدمة العمومية على اعتبار أن هذا المجال مرتبط بالقيم التي تقوم عليها كل دولة، كما أنه خاضع للتطور الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال الحديثة[239]، إلا أن فكرة مفهوم الخدمة العمومية تتمحور حول خدمة المجتمع حيث تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته، كما تسعى إلى الارتقاء بالفكر والسلوك بما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الضارة.

وتعرف الخدمة العمومية وفقا **للقانون الإداري الفرنسي** بأنها "تلك التي تعد تقليديا خدمة تزود بصورة دائمة بواسطة منظمة عامة كاستجابة لحاجة عامة ويتطلب توفرها أن يحترم القائمين على إدارتها مبادئ المساواة والاستمرارية والتكيف لتحقيق الصالح العام، أي أنها مهمة عامة أو أداء خاص يقدم من قبل الدولة لجميع المواطنين لاستخدامها للاستفادة منها كما تهدف لخدمة المصلحة العامة.

وحسب **الأوساط الأكاديمية** تعرف على أنها مجموع الجهود أو النشاطات التي تقدميا المجموعة الوطنية سواء عبر مؤسسات الدولة أو مؤسسات القطاع الخاص تهدف من خلالها إلى إشباع حاجات اجتماعية وتحقيق المنفعة أو المصلحة العامة والمساواة فئات المجتمع. وقد تم تعريفها وفقا لمحورين هما[240]:

1) **الخدمة العمومية كعملية:** يمكن أن اعتبار الخدمة التي تقدمها المنظمات الحكومية، أو العامة على أنها تمثل عمليات ذات طابع تكاملي، تنطوي على مدخلات (الأفراد والموارد، المعلومات) وتشغيل ومخرجات.
2) **الخدمة العمومية كنظام:** يتكون من أجزاء مختلفة تشمل:

---

[238]Harmel Laurent.Pierre zémor.la communication publique. In: politiques et management public. Vol .13 .N 02 .1995.50 N de cahier 1 .P .(152)

[239]شلوش محمد: الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والمنطق التجاري، ندوة الإذاعة المسموعة الواقع والأفاق اتحاد اذاعات الدول العربية، الجزائر، نوفمبر 2011. ص5.

[240] مراكشي محمد لمين، فقاير فيصل: الإدارة الالكترونية وأثرها على إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر،مجلة الابداع، المجلد7، العدد8، 2017.ص185.

- نظام عمليات تشغيل أو إنتاج الخدمة وفق هذا النظام تتم عمليات التشغيل على مدخلات الخدمة لإنتاج العناصر الخاصة بالخدمة.
- نظام تسليم الخدمة ووفق هذا النظام يتم تجميع النهائي لعناصر الخدمة ثم التسليم النهائي للخدمة، وإيصالها للمواطن طالب الخدمة .ويتضمن مفهوم الخدمة العامة كنظام شكلين خدمة عامة مرئية أو منظورة لمستقبل الخدمة المواطن وخدمة عامة غير مرئية أو غير منظورة.

✓ **مواقع التواصل الاجتماعي:** تعرف على أنها شبكات إلكترونية اجتماعية تتيح عملية التواصل بين مستخدميها وقد وصفت هذه المواقع بأنها اجتماعية نسبة للازدياد المتواصل في عدد مرتاديها، **كما تعرف** أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

ويضيف بشري جميل الراوي في هذا السياق بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت لتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع آرائهم وأصواتهم للعالم أجمع.

ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا والتي تمثل وتخدم موضوع بحثنا موقع **الفايسبوك** والذي يتمثل في أنه موقع اجتماعي يساعد في الحفاظ وبناء العلاقات بين الأفراد، وهو عبارة عن مجموعة أدوات اجتماعية تساعد بشكل أو بآخر على المستوى الشخصي من ألعاب، ترفيه، إجراء لقاءات، القيام بمخططات كشراء وبيع، مشاركة، تنظيم الأحداث، القيام بالإشهار[241].

إضافة لما سبق يعتبر الفايسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يساعد في بناء العلاقات بين الأفراد من أرجاء المعمورة وفي التواصل بينهم والتنسيق والتضامن والتعاون لأجل فكرة أو هدف معين حيث يرى مخترعه مارك زوكربرغ أن الفيسبوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، بالتالي أخذ صفة "دليل سكان العالم"، كما يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم قصد جعل العالم أكثر انفتاحا[242].

أولا: مواقع التواصل الاجتماعي منفذ جديد للاتصال العمومي.

يعتبر الاتصال العمومي أحد المفاهيم التي تتسم بطابعها المركب كظاهرة تتدخل فيها المستويات السياسية والإعلامية والمؤسساتية والثقافية، باعتباره مفهوم تتجاذبه تخصصات علمية ومهنية

[241] برهومي سمية محمد الصالح: شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية بين البناء والهدم -الفيسبوك في الجزائر وتونس أنموذجا– قسم العلوم الاجتماعية-جامعة تبسة، مجلة آفاق علمية دورية نصف سنوية محكّمة تصدر عن المركز الجامعي لتامنرست الجزائر، العدد العاشر/جوان 2015، ص 132.

[242] عباس صادق: الاعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان 2008، ص15.

مختلفة، باعتباره رابط حيوي بين الدولة والمواطنين يجيب على حاجياتهم من المعلومات والاستفسارات والانجازات المحققة من الفعل العمومي (Action publique)[243].

كونه يقوم على توزيع المعلومات النافعة للجمهور الهامة من المعطيات المشتركة للجمهور من أجل ممارسات أفضل في الحياة الجماعية للمواطن وتعزيز الروابط وعليه فإن رهان الاتصال العمومي هو إعطاء معنى للفعل العام لتحقيق المنفعة العامة للمواطن.

وعلى حد تعبير **بيار زيمور** جوهر الاتصال العمومي هو المصلحة العامة (intérêt générale) باعتبارها ذلك النوع من التناسق والانسجام في المصالح بين الأفراد والمجتمع من جهة والدولة من جهة أخرى، بهذا الشكل يصبح الاتصال العمومي أقرب للتوعية بالحقوق والواجبات منه للدعاية التي تميز علاقة الاتصال بين الدولة ومواطنيها في المجتمعات غير الديمقراطية، ويضيف زيمور أن الاتصال العمومي مرتبط بشكل وثيق بتقديم الخدمة العمومية من المؤسسات العمومية إلى المواطن، لا يهدف إلى تحقيق الأرباح، بل هو اتصال ذو غاية اجتماعية وتسييرية بالدرجة الأولى يراعى فيها استفادة المواطن من حقه الناجم عن انتمائه للدولة.

ولأن المشاركة والشفافية يعتبران أحد أهم العوامل المجسدة للثقة بين الإدارة والمواطنين من خلال عمل اتصالي، تعزز مع ظهور الأشكال التواصلية الجديدة التي سمحت للمواطنين بالانخراط في الفضاء العام وإثارة النقاشات حول المسائل العمومية باستخدام أدوات مستحدثة كمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات ومنتديات النقاش وغيرها، الذي يعد الوجه المعاصر للاتصال العمومي، حيث ساهمت الواب2.0 في تكريس التفاعل بخاصية تناقل المعلومات ودعم المشاركة الفاعلة في نشر المعرفة وفي إبداء الرأي وتنشيط الحوار بين مختلف أطراف العملية الاتصالية، ويجسم الأسلوب الديموقراطي في تسيير الشؤون العامة من خلال تعزيز مبدأ الحق في الوصول إلى المعلومة، وإعطاء النقاش العمومي دفعة قوية من خلال التشجيع لمواطنة جديدة قائمة على الممارسة النقدية والاحتجاج وحرية الرأي العام، وإمكانية المشاركة في النقاش العام.

من جهة أخرى، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة في إيصال وبث الأخبار والمعلومات، خاصة مع تضاعف عدد المستخدمين، كما تعد منبرا هاما في رفع قيود تبادل المعلومات وتداولها بين المستخدمين بسرعة كبيرة، كما أن لها مميزات أخرى كالتفاعلية والمشاركة ما جعلت منها منفذا هاما خاصة لدى المؤسسات العمومية التي تحرص على الوصول إلى المواطنين وتقديم خدماتها وتعزيز العلاقة بينهما، لهذا لجأت المؤسسة العمومية الأمنية إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها، والفايسبوك على وجه الخصوص لما لاقاه من رواج لدى أفراد المجتمع الجزائري.

---

[243] -Michel le net ,communication publique pratiques des compagne d'information ,Edition les études de documentation ,paris ,1993,p13

وعليه، فقد عمدت المؤسسة الأمنية إلى تفعيل الاتصال العمومي وتسويق الخدمة العمومية الأمنية للمواطن من خلال استخدام العديد من الاستراتيجيات والاستمالات الخاصة بأدوات الويب 2.0 لجذب انتباه المستخدمين والتأثير فيهم من خلال طرح العديد من النقاط نوجز أهمها في:

- إثارة الوعي والإحساس الأمني لدى الجماهير.
- التوعية تجاه القضايا والمساكل التي تهدد استقرار الوطن.
- تغيير الأنماط السلوكية وتعديل الاتجاهات تجاه القضايا السلبية.
- تعريف المواطنين بالجهود الأمنية والخدمة العمومية التي تؤديها المؤسسة الأمنية.
- إشعار المواطن بدوره في الحفاظ على الوطن ومنع وقوع المشاكل التي تهدد أمنهم.
- خلق صورة ذهنية عن المؤسسة الأمنية، وكسر الحاجز بين الطرفين.
- غرس روح المشاركة في عمل المؤسسات الأمنية.

ثانيا: خصوصية الخدمة العمومية للمؤسسات الأمنية.

تعد المؤسسة الأمنية مؤسسة عمومية حساسة ذات نشاط خاص يتمثل في تحصين أمن المجتمع، وبناء علاقة متينة مع المواطن قصد تربيتهم وإعدادهم بغرس قيم ايجابية فيهم لتحقيق الأمن والاستقرار، وبناء جسور الثقة والتعاون بينها وبين المواطن لأن المؤسسة الأمنية في حاجة إلى المواطن ليساعدها في أداء وإنجاز ما تصبو إليه أن توفير الأمن هو مسئولية كافة الأجهزة والأهلية وكل أفراد المجتمع، لذا من الضروري وجود علاقة قوية بين المؤسسة الأمنية والمجتمع لتحقيق الأمن، فيما يلي أهم الخدمات التي تميز المؤسسة الأمنية عن غيرها من المؤسسات العمومية الأخرى[244]:

- أعمال النجدة وهي الأعمال التي تقوم بها المؤسسات الأمنية استجابة لنداء أفراد المجتمع في أي طارئ على مدار الأربع والعشرين ساعة.
- المشاركة في حماية الآداب العامة، إضافة إلى التبصير بمواقع الزلل الأخلاقي.
- حماية الأحداث من الانحراف والجريمة، ومحاولة إشراك المجتمع في مسئولية تحقيق الأمن.
- تقديم خدمات إنسانية متعددة كمساعدة المرضى والأطفال...الخ
- التدخل في حالة الكوارث والنكبات بالمساعدة والإسعاف وتقديم الخدمات والعون.
- دعم وتكثيف التفاعل المجتمعي بين مختلف الفئات الفاعلة أي بين الأجهزة الأمنية والمحيط.

ثالثا: عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

أ. **بطاقة فنية لصفحة المؤسسة الأمنية لولاية الجزائر على موقع الفيسبوك :**

[244] عوض محمد محيي الدين:" دور الشرطة الوقائي في إطار الظروف التي يمر بها العالم العربي"، مجلة الأمن والحياة، العدد 125، الرياض.

اسم الصفحة	أمن ولاية الجزائرSûreté De Wilaya D'Alger
شعار المؤسسة	نحن في خدمتكم
اسم المؤسسة	أمن ولاية الجزائر
العنوان الالكتروني	www.algeriepolice.dz
البريد الإلكتروني	algersw16@gmail.com
الهاتف	021735350
ألوان الخلفية	زرقاء/بيضاء
عدد المعجبين	9,676 معجب
سنة التأسيس	11 أكتوبر2017
مقر المؤسسة	الجزائر العاصمة

ب. التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في الصفحة الرسمية الخاصة بجهاز الشرطة:

جدول رقم 01: يوضح وجود العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة المؤسسة الأمنية.

العناصر التعريفية	
الهوية التصويرية	✓
اسم المؤسسة	✓
شعار المؤسسة	✓
ألوان المؤسسة	✓

من خلال الجدول رقم 01 يبين لنا أن كل العناصر التعريفية بالمؤسسة متواجدة على صفحة المؤسسة، وهذا يساعد في تأكيد وترسيخ العلامة الخاصة بالمؤسسة في ذهن الجماهير المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما تساهم في شد وجذب الانتباه نحو الصفحة وتسمح للمستخدمين بالتعرف عليها مباشرة من خلال متابعة ما تعرضه من خدمات وأخبار تخدم مصلحة المواطن، وتعد العناصر الفنية من صور وألوان تفاصيل مهمة تعمل على خلق جو اتصالي فعال خاصة وأنها مصممة باحترافية وتميز.

جدول رقم02: يوضح علامة التوثيق الزرقاء للصفحة المؤسسة الأمنية.

علامة التوثيق الزرقاء	
غير متوفرة	✓
متوفرة	×

يوضح الجدول أعلاه عدم توفر علامة التوثيق الزرقاء في صفحة جهاز أمن ولاية سطيف، وهذا يمكن إرجاعه إلى أن الصفحة غير معترف بها من طرف الموقع لأن التوثيق عبارة عن اعتراف من طرف مؤسسة الفايسبوك بأنها مؤسسة رسمية يمكن الاعتماد عليها كمرجع في تقصي الأخبار التي تعمل على نشرها من خلال الموقع، كما يمكن تفسير عدم وجود علامة التوثيق إلى أن الموقع لا يزال جديدا حيث تم تأسيسه منذ 2017 أي لم يمض عليه الكثير من الوقت حتى تمنحه مؤسسة الفايسبوك علامة التوثيق الزرقاء.

جدول رقم03: يوضح عدد مرات النشر في اليوم على صفحة المؤسسة الأمنية.

عدد مرات النشر في اليوم	ك	%
مرة واحدة	10	33.33
مرتين	6	20
ثلاث مرات فأكثر	14	46.66
المجموع	30	100

من خلال الجدول أعلاه، نجد طيلة فترة التحليل أن الصفحة نشرت ما نسبته 46.66% كأعلى نسبة وهي تمثل النشر بثلاث مرات فأكثر، وتلتها ما نسبته 33.33% بمرة واحدة في اليوم، وعليه نرجع هذا عدد النشر بثلاث مرات فأكثر إلى أن الصفحة نشيطة وتهتم بإيصال أنشطتها، وهذا تماشيا مع النمط الاتصالي الحديث التي فرضته التكنولوجيات الحديثة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نرجع ذلك إلى الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها ترمي إلى نشر الوعي الأمني وكسب ثقة واندماج المواطن، أي كلما كانت الصفحة نشيطة وتنشر باستمرار كلما ترسخت في أذهان المستخدمين وعززت لديهم الثقة والتفاعل معها.

جدول رقم04: يوضح أسلوب عرض محتوى المنشورات على صفحة المؤسسة الأمنية.

أسلوب العرض	ك	%
صورة	4	13.33
نص	0	0
نص+صورة	20	66.66
نص+رابط	0	0
نص+رابط+صورة	0	0
نص+فيديو	6	20
نص+رابط+فيديو	0	0
نص+رمز تعبيري	0	0
المجموع	30	100

يوضح الجدول أعلاه أساليب العرض للمحتوى على الصفحة، حيث يبين أن أسلوب العرض الأكثر استخداما هو أسلوب "نص+صورة" بنسبة 66.66%، تليها أسلوبي "صورة" و"نص+فيديو" بنسب متقاربة، في حين نجد المنشورات لم تستخدم أساليب "الرمز التعبيري" و"الرابط" و"النص"، ويمكن تفسير ذلك بأن:

- طبيعة المؤسسة الأمنية التي هي مؤسسة رسمية لا تتلائم واستخدام الرموز التعبيرية.
- تدعيم الصور والفيديوهات بنصوص توضيحية لشرحها وتفسيرها أكثر.

- استخدام الصور بكثرة قصد زيادة تفاعلية المنشور لما للصورة من خصوصية ودور هام في إيصال الرسائل والوقائع.
- مراعاة خصوصية المستخدمين باستخدام أسهل أسلوب في إيصال الرسالة.

جدول رقم05: يوضح اللغة المستخدمة في منشورات صفحة المؤسسة الأمنية.

اللغة المستخدمة	ك	%
العربية الفصحى	30	100
العامية	0	0
الأمازيغية	0	0
الفرنسية	0	0

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للغة المستخدمة هي اللغة العربية الفصحى(100%)، يرجع هذا إلى أن المؤسسة رسمية وهي مؤسسة جزائرية تمثل اللغة العربية الفصحى اللغة الوطنية الرسمية، كما نلاحظ عزوفا من طرف الصفحة في استخدام اللغات الأخرى، ونفسر هذا بأن استخدام العربية الفصحى يضفي على الصفحة سمة الرسمية والجدية، كما أن مسير الصفحة أشخاص مؤهلين ذوي مستوى تعليمي جيد، بالإضافة إلى أن استخدام اللغة العربيى الفصحى يساهم في تعزيز الهوية والثوابت والوحدة الوطنية، من جانب آخر مايلاحظ من خلال المنشورات أن اللغة المستخدمة بسيطة سهلة الفهم والقراءة، موجهة كل شرائح المجتمع باختلاف مستوياتهم من حيث الجنس أو المستوى التعليمي، كما يمكن إرجاع سبب الإكتفاء باستخدام لغة واحدة أن الصفحة موجهة لجل المستخدمين باعتبار العربية الفصحى تمثل اللغة الأم على غرار الفرنسية والأمازيغية. هي لغة بسيطة.

ت. التحليل الكمي والكيفي لفئات مذا قيل في الصفحة الرسمية الخاصة بجهاز الشرطة:

جدول رقم06: يوضح مواضيع منشورات صفحة المؤسسة الأمنية.

موضوع المنشور	ك	%
نشاطات المؤسسة	10	33.33
تسويق الحملات الأمنية	6	20
تصحيح السلوكات السلبية	8	26.66
معالجة قضايا الفساد في المجتمع	3	10
إيصال الحقائق المهددة للمواطن	3	10
المجموع	30	100

يشير الجدول أعلاه إلى أن معظم مواضيع الصفحة عبارة عن نشر لنشاطات المؤسسة حيث بلغت مانسبته33.33%، تلتها مواضيع تصحيح السلوكات السلبية بـ26.66%، ثم مواضيع

تسويق الحملات الأمنية 20%، أما مواضيع إيصال الحقائق المهددة للمواطن ومعالجة قضايا الفساد في المجتمع فبلغت مانسبته 10%، ومنه نفسر تركيز الصفحة على نشر مواضيع نشاطات المؤسسة بنسبة أكبر إلى أن المؤسسة الأمنية تهدف إلى تقريب المستخدم "المواطن" منها أكثر بتعريفه عليها وعلى الأنشطة التي تقوم بها والخدمة التي تقدمها للمواطن، كذلك ترمي من رواء هذا إلى تقوية العلاقة بينها وبين المواطن لزيادة لتفاعل وجعل المواطن يحس بالأمن والاستقرار.

جدول رقم07: توفر الأسئلة التفاعلية في منشورات صفحة المؤسسة الأمنية.

الأسئلة التفاعلية	
متوفرة	✓
غير متوفرة	

من خلال الجدول رقم07، نلاحظ أن الأسئلة التفاعلية متوفرة في منشورات الصفحة، والتي يقصد بها الأسئلة التي يطرحها الجمهور من خلال الصفحة قصد الحصول على المعلومات أو إبداء الآراء، أو التفاعل مع الأسئلة التي تطرحها الصفحة في شتى المواضيع، أيضا تعتبر ميزة الأسئلة التفاعلية التي تحتويها مؤسسة الفايسبوك طريقة جيدة في كسر الحاجز بين المستخدم والمؤسسة التي تمثلها الصفحة، فمن خلالها يتم فتح الباب للاقتراحات والنصائح وتبادل الآراء والأفكار وهذا يخلق لدى المواطن الإحساس بالاطمئنان والاستقرار.

جدول رقم08: يوضح القيم في منشورات صفحة المؤسسة الأمنية.

موضوع المنشور	متوفرة	غير متوفرة
المواطنة	✓	X
قيم معرفية	✓	X
الأمن والاستقرار	✓	X
الوقاية من المخاطر	✓	X
المسؤولية الاجتماعية	✓	×
التضامن	✓	×
التوعية الأمنية	✓	×
المشاركة	✓	×

نستمد من الجدول أعلاه أن صفحة الفايسبوك للمؤسسة الأمنية الجزائرية نشيطة وتعمل على تقديم الخدمة العمومية من خلال نشر القيم والمبادئ التي من خلالها تؤثر في سلوكات المستخدمين والمواطنين لتوعيتهم وهذه الأخيرة تعتبر من أهم الواجبات الوظيفية التي تعمل على تحقيق الأمن والاستقرار لأفراد المجتمع، وتشمل المنشورات العديد من القيم كما هو مبين في الجدول أعلاه، أهمها قيمة المواطنة والمسؤولية الاجتماعية، وخلق ثقافة أمنية لنشر الطمأنينة

والاستقرار الأمني للمجتمع، وتعتبر قيمة المشاركة أهم قيمة والتي مكنت المؤسسات الأمنية الخروج عن نطاقها التقليدي والانخراط مع المجتمع مما عزز العلاقة بين الطرفين أكثر.

جدول رقم09: يوضح أهداف منشورات الصفحة للمؤسسة الأمنية.

هدف المنشور	متوفرة	غير متوفرة
التعريف نشاطات المؤسسة	✓	×
إشراك المواطن في نشاطات المؤسسة	✓	×
الحفاظ على استقرار المجتمع	✓	×
الخدمة العمومية	✓	×
التوعية الأمنية	✓	×
تحقيق الأمن والاطمئنان	✓	×
تقريب المؤسسة الأمنية من المواطن	✓	×
تعزيز الثقة بين المؤسسة والمواطن	✓	×

يوضح الجدول أهداف منشورات الصفحة للمؤسسة الأمنية والتي تشمل مختلف النشاطات بدءا من التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها وأهدافها وصولا إلى تعزيز الثقة بينها وبين المواطن من خلال العديد من الأنشطة كحفظ الاستقرار العام وتحقيق الأمن وتأدية مختلف مبادئ الخدمة العمومية، فمقولة "الشرطة في خدمة الشعب" لم تأتي من فراغ وإنما وجدت بناء على الخدمات التي تقدمها للمواطنين، ولتشجيع المواطن على التعاون مع الأمن العام لمساعدتهم في تنفيذ المهام المناطة بهم، والتي تخدم في النهاية مصلحة المواطن. ومن أهم الأهداف التي ترمي إليها المؤسسة الأمنية من خلال الصفحة:

- رفع درجة الوعي والإدراك لدى الجمهور بكيفية التصرف السليم إزاء الأخطار.
- التأثير على السلوكيات السلبية من خلال نشر تعليمات وإرشادات الأمن والسلامة.
- المساهمة مع خطط وبرامج المؤسسة الأمنية لتحقيق الأهداف المنشودة
- بناء جسور من الثقة المتبادلة بين المؤسسة والمواطنين على الشفافية والصدق والحقائق.
- شرح دور المؤسسة في القضاء على الجريمة وتوفير الأمن والحماية والسلامة للمواطنين.

جدول رقم10: يوضح الاستمالات الإقناعية في منشورات الصفحة للمؤسسة الأمنية.

الاستمالة الإقناعية	متوفرة	غير متوفرة
العقلية	✓	×
العاطفية	✓	×

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن منشورات الصفحة للمؤسسة الأمنية تستخدم النوعين من الاستمالات العقلية والإقناعية، وهذا تبعا لنوع الموضوع الذي تكون بصدد نشره، واستخدام النوعين يضفي على المنشورات ميزة الفعالية والتأثير، وكما تبينه المنشورات تستخدم المؤسسة الأمنية الاستمالات العقلية في حالة ما إذا كانت تريد توعية المواطن إزاء السلوكيات السلبية مثل حوادث المرور واحترام السير وهنا تعمل على مخاطبة العقل من خلال تقديم حجج ودلائل عقلية بغية الإقناع، أما الاستمالات العاطفية قيتم استخدامها في المواضيع الحساسة التي تهدف من خلالها كسب عطف وود المستخدمين.

نتائج الدراسة:

- تقوم المؤسسة الأمنية بحملات أمنية توعوية عبر الفايسبوك، في العديد من المواضيع منها حملات التوعية المرورية، التحسيس ضد المخدرات والجرائم، وتبصير المجتمع ومؤسساته إلى الخدمات التي تقدمها المؤسسات الأمنية، وبالتالي تخرج هذه المؤسسات الأمنية عن نطاقها التقليدي وتدخل في نمط حديث من الاتصال الذي يقربها إلى كافة أفراد المجتمع.
- تعمل على المشاركة في الحملات الوطنية، والمناسبات العامة لتقديم الدور التوعوي للمجتمع في مختلف المواضيع، من خلال المدارس ودور الثقافة...الخ.
- تقوم باستقبال الشكاوى والمقترحات ومتابعة الصحف اليومية وتفعيل ما يكتب من شكاوى ومعالجتها.
- تعمل على المشاركة في حماية الآداب العامة، ومعالجة العادات السلبية التي يعاني منها المجتمع.
- الرد على الرسائل وتقديم جميع الخدمات المطلوبة من قبل المستخدمين والاستفسارات عن ما يحتاجون إليه من معلومات.
- تقوم المؤسسة الأمنية عبر الفايسبوك بوضع منشورات حول بالتبرع بالدم في المستشفيات عند حاجتهم، ويتم التنسيق مع رجال الدوريات بالميدان وإرسال العدد المطلوب.
- تعمل على إقامة معارض توعوية بالمدارس بمختلف المراحل الدراسية على مدار العام في مختلف المناسبات، بهدف تقديم الدور التوعوي وبغية كسر الحاجز بين الناشئة ورجال الأمن.
- من أهم المنشورات المتوفرة على الصفحة محاولات التصدي للجرائم المخلة بأمن الدولة من خلال التوعية والتحسيس ضدها، خاصة التي تفشت في المجتمع مؤخرا بكثرة كظاهرة خطف الأطفال.
- دحض فكرة أن المؤسسة الأمنية أداة قمع وإرهاب للمجتمع، والتي كانت السبب في خلق هوة بين أفراد المجتمع والمؤسسات الأمنية، من خلال التواصل ثنائي الاتجاه الذي تميز به موقع الفايسبوك.

- خلق موقع الفايسبوك للمؤسسات الأمنية منفذا هاما وفعالا حتى تقترب أكثر من أفراد المجتمع وتقوي علاقتها بهم، من خلال نشر النشاطات التي تقوم بها إلى المجتمع بشكل عام والذي يمدهم بالمعلومات الأمنية الهامة.

الخاتمة:

ومن خلال ما تم عرضه، نتوصل إلى القول بأن الاتصال العمومي الذي تعتمده المؤسسة الأمنية تهدف من خلاله إلى تقديم خدمة عمومية بغية الاستجابة تطلعات المواطن وتحقيق الحكم الراشد، لذلك وجدت المؤسسة الأمنية من موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" منفذا هاما في تبني سياسة اتصالية تبادلية ثنائية الاتجاه، تعمل من خلالها على نشر المعلومات والنشاطات التي تخدم فائدة المواطن والتي تحقق المصلحة والمنفعة العامة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص الفايسبوك كونه مثل العينة التي تناولتها الدراسة يعد من أهم المنافذ الجديدة التي أصبحت المؤسات العمومية تقدم من خلالها الخدمة العمومية، وتستغلها لتفعيل الاتصال العمومي مع أفراد المجتمع، وهذا لما لها من مميزات وسمات جعلتها أكثر تأثيرا وفعالية.

مراجع الدراسة:

1- بن مرسلي أحمد (2005): مناهج الحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر .

2- برهومي سمية محمد الصالح (2015): شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية بين البناء والهدم –الفيسبوك في الجزائر وتونس أنموذجا– قسم العلوم الاجتماعية–جامعة تبسة، مجلة آفاق علمية دورية نصف سنوية محكّمة تصدر عن المركز الجامعي لتامنرست الجزائر، العدد العاشر/جوان.

3- عباس صادق (2008): الاعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان،.

4- مراكشي محمد لمين، فقاير فيصل(2017): الإدارة الالكترونية وأثرها على إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر، مجلة الابداع، المجلد7، العدد8،.

5- شلوش محمد (2011): الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والمنطق التجاري، ندوة الإذاعة المسموعة الواقع والأفاق اتحاد اذاعات الدول العربية، الجزائر، نوفمبر.

6- عوض محمد محيي الدين: دور الشرطة الوقائي في إطار الظروف التي يمر بها العالم العربي، مجلة الأمن والحياة، العدد 125، الرياض.

7- أنجرس موريس(2008) :منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصبة للنشر، الجزائر.

8- حمزة هواري(2014/2013): مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 ،.

9-Harmel Laurent. Pierre zémor .la communication publique .In: politiques et management public. Vol .13 .N 02 .1995.50 N de cahier 1.

10-Michel Beauchamp 1991.Communication publique et société .Repères pour la réflexion l'action, Boucherville, Québec,.

11-Michel le net, communication publique pratiques des compagnes d'information, Edition les études de documentation, paris, 1993.

تأثير الصحافة الالكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية
-دراسة ميدانية-

The Effect of the Electronic Journalism on the Readiness of the Algerian Youth for the Paper Press

أ.سلمى حميدان: جامعة محمد الشريف مساعدية. الجزائر

بدر الدين حميدان: طالب دكتوراه بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية . الجزائر

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب قراءة الشباب الجزائري للصحافة الالكترونية ومدى تأثيرها على مقروئيتهم للصحف الورقية، واعتمدنا فيها منهج التحليل الوصفي الذي يلاءم أهداف الدراسة، وقد تم اختيار عينة عشوائية متكونة من 50 مفردة من الشباب الجزائري ذكورا وإناثا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ توضح الدراسة أن أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف الالكترونية الجزائرية بنسبة 49.38%.
- ✓ بينت الدراسة أن نسبة 46.96% من العينة يرجعون سبب قراءتهم للصحف الالكترونية إلى كونها تواكب التطور التكنولوجي وتمثل نافذتهم على العالم حيث مكنتهم من الإطلاع على كل جديد، في حين أرجعت نسبة 36.36% منهم السبب لكونها تتيح مميزات أفضل من خلال فتح باب المناقشة والحوار وإبداء الرأي حول القضايا المطروحة.
- ✓ وأفادت الدراسة أن 60% من المبحوثين يرون أن الصحافة الالكترونية ستؤثر على مستقبل المطبوعة كونها تتيح لهم إمكانيات أفضل من هذه الأخيرة، كما أنها تقدم لهم بديلا أسهل في التصفح موفرة بذلك المال و الجهد.
- ✓ أما عن درجة تأثير الصحف الالكترونية على مستقبل نظيرتها الورقية فقد ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 48% أن الالكترونية ستكون عاملا مساعدا في تطوير الصحف الورقية.

الكلمات المفتاحية: تأثير، الصحافة الالكترونية، مقروئية، الشباب الجزائري، الصحافة الورقية.

Abstract;

The study aims at identifying the reasons for the reading of the electronic journalism by the Algerian youth and the extent of their impact on their reading of the paper. We adopted a descriptive analysis method that fits the study objectives. A random sample of 50 Algerian males and females was selected. The most important:

- The study shows that respondents prefer to read the Algerian electronic newspapers by 49.38%.
- The study showed that 46.96% of the respondents attributed the reason for their reading of the electronic newspapers to the fact that they are keeping pace with the technological developments and represent their window to the world, enabling them to view all the new ones. 36.36% of them attributed the reason to the fact that they offer better advantages by opening discussion, Opinion on the issues raised.
- The study indicated that 60% of the respondents believe that the electronic press will affect the future of the print as it provides them with better possibilities than the latter, and it provides them with an easier alternative in browsing, saving money and effort.
- As for the impact of electronic newspapers on the future of paper-based counterparts, most respondents (48%) said that electronic will be a factor in the development of paper-based newspapers.

_**Keywords**: influence, electronic journalism, visual, Algerian youth, paper journalism**.**

مقدمة:

يعيش العالم مع مطلع القرن الواحد و العشرين ثورة وتسارعا في صناعة تكنولوجيات الإعلام والاتصال و تطويرها، مما أدى إلى خلق منافسات وتحديات كبيرة جعلت العاملين في مجال الصحافة يبحثون بكافة السبل عن طريقة تمكنهم من تطويرها، ومن نشر ما يريدون بحرية ودون قيود زمانية أو مكانية، وهذا ما أتاح فرصة لظهور الصحافة الالكترونية، التي فرضت نفسها على العالم كنتيجة حتمية للتطورات التي سبقتها.

وقد تطورت ظاهرة الصحافة الالكترونية واستفادت من خدمات الأنترنت لتعطي بعدا آخر للصحافة الورقية، فأصبح بإمكان القارئ التصفح في البيت عبر كابلات الساتيليت وإبداء رأيه فيما يكتب ومناقشة المحررين وكلها أمور لم تكن متاحة في الصحف المطبوعة.

وبما أن ظاهرة الصحافة الالكترونية ظاهرة جديدة على مجتمعاتنا، ونظرا لانتشارها في أوساط الشباب وفي ظل قلة الدراسات التي تبحث في انعكاساتها على مستقبل نظيرتها الورقية، تسعى هذه الدراسة لمعرفة مدى تأثير هذا الوافد الجديد على مقروئية هذه الأخيرة من وجهة نظر أكثر فئات المجتمع استخداما لها.

الإطار المنهجي للدراسة:

الإشكالية و التساؤلات: استطاعت تكنولوجيا الاتصال التي غزت العالم أن تحدث أثراً واضحاً على الأداء الصحفي والإعلامي لوسائل الإعلام المختلفة مما أدى إلى تحسنها وتطور أدائها الفني والمهني وكان للصحافة نصيب كبير من التطور التقني شأنها شأن باقي وسائل الإعلام, فامتزجت مع التكنولوجيا وظهر شكل جديد لها وهو "الصحافة الالكترونية وقد شكلت هذه الأخيرة ظاهرة إعلامية جديدة، ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأحدثت تطوراً كبيراً من خلال نشر ومتابعة الأخبار كما استطاعت استقطاب العديد من الشرائح خاصة الشباب الذين جعلوها بديلا للورق حيث أتاحت لهم ظهور نوع جديد من الخدمة الصحفية من خلال تقديم الأخبار الفورية والآنية، والمضامين الإعلامية التفسيرية والتوضيحية في قوالب الكترونية غير متعارف عليها في عالم الصحافة الورقية و مع تزايد ظهور الصحف على شبكة الأنترنت و زيادة اشتراك الجمهور فيها اشتدت المنافسة بينها وبين الصحف المطبوعة وهو ما اقتضى التعرف على تأثير الصحف الالكترونية على الورقية بشكل عام وعلى مقروئية الشباب لهذه الأخيرة على وجه الخصوص، وقد ركزنا في هذه الدراسة على فئة من فئات المجتمع الجزائري وهي الشباب من خلال تسليط الضوء على مدى تأثرهم بهذا الوافد الجديد والسؤال الذي يثار هنا هو: **ما تأثير الصحافة الالكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحف الورقية؟**

وينبثق على هذا السؤال التساؤلات الفرعية الآتية:

1/ ما أسباب قراءة الشباب الجزائري للصحف الالكترونية؟

2/ ما معدل قراءتهم للصحف الورقية قبل و بعد استخدام الالكترونية؟

3/ هل تؤثر الصحافة الالكترونية على مستقبل الورقية و ما درجة هذا التأثير من وجهة نظر الشباب الجزائري؟

أهمية الدراسة: تبرز أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

1/ الصحافة الالكترونية بحاجة للعديد من الدراسات النظرية و التطبيقية.

2/ معرفة مدى قدرة الصحف المطبوعة على الصمود أمام هذا الوافد الجديد.

3/ يمكن أن تكون هذه الدراسة منطلقا لباحثين آخرين للتعمق في دراسة الموضوع.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1/ التعرف على دوافع و أسباب قراءة الشباب الجزائري للصحف الالكترونية.

2/ التعرف على معدل قراءة الشباب الجزائري للصحف الورقية قبل وبعد استخدام الصحافة الالكترونية.

3/ التعرف على انعكاسات الصحافة الالكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة من خلال وجهة نظر الشباب الجزائري.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المناسب لتوفير البيانات عن الموضوع وتفسيرها وتحليلها.

مجتمع الدراسة وعينتها: تم حصر مجتمع الدراسة في الشباب الجزائري، ونظرا لكثرة عددهم وصعوبة حصرهم تم الاقتصار على مجموعة منهم، وقد اخترنا العينة العشوائية من خلال 50 مفردة من الجنسين، وتم اختيار فئة الشباب كعينة للأسباب الآتية:

- لأن هذه الفئة تمثل الشريحة الأكثر في المجتمع الجزائري.
- ولأن مستوى شريحة كبيرة منهم يدفعهم للتعرض للصحافة لمعرفة ما يجري في العالم .
- لأن هذه الفئة تمتلك استخدام المهارات التكنولوجية أكثر من غيرهم.

المعالجة الإحصائية: تم استخدام التكرار والنسب المئوية في هذه الدراسة للمعالجة الإحصائية.

مفاهيم الدراسة:

1. **التأثير:** هو كل ما تحدثه الرسائل الإعلامية من تعديل أو تغيير أو تثبيت لمواقف الجمهور سواء على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.
2. **الصحافة الالكترونية:** هي جمع و إعداد و تحرير الأخبار و التقارير و التحليلات، وفق كتابة مصممة للأنترنيت و بثها عبر الأقمار الصناعية و كيبلات الاتصال لجمهور غير محدد جغرافيا.[245]

وفي دراستنا هذه نقصد بالصحافة الالكترونية كل الصحف الالكترونية بما في ذلك الصحف المطبوعة التي يتم نشرها على شبكة الأنترنت.

1. **المقروئية:** اختلفت التعريفات التي تناولت المقروئية إلا أنها تتفق على أنها تهدف إلى دراسة العوامل والأسباب التي تجعل قراءة النصوص المكتوبة و فهمها أسهل بالنسبة للقراء المعنيين[246]

[245] عبد العزيز الزهراني: مقروئية النصوص الإعلامية الالكترونية، رسالة ماجيستير pdf كلية الدعوة و الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1429-1430هـ، ص: 28.

2. **الشباب:** هم أولئك الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة، وإجرائيا هم مجموعة من الشباب الجزائري ضمن الفئات العمرية من (18 إلى 38 سنة)، الذين يعيشون ضمن النطاق الجغرافي لدولة الجزائر.
3. **الصحافة الورقية:** هي دوريات مطبوعة تصدر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة متقاربة أو متباعدة.

محددات الدراسة: تقتصر هذه الدراسة على المحددات الآتية:

1/ دراسة عينة عشوائية من الشباب الجزائري، في شهر جويلية 2014.

2/ أداة الدراسة هي استمارة استبيان.

الإطار النظري للدراسة:

- ✓ **مفهوم الصحافة الالكترونية:** حاول الكثيرون وضع مفهوم للصحافة الالكترونية و فيما يأتي ذكر لبعض هذه التعريفات:

- يعرف رضا عبد الواجد أمين الصحافة الالكترونية على أنها وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط Multimedia تنشر فيها الأخبار و المقالات و كافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الأنترنت، بشكل دوري، وبرقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص، والرسوم والصور المتحركة، و بعض الميزات التفاعلية، و تصل إلى القارئ عبر شاشة الحاسب الآلي سواء كانت لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة الكترونية خالصة[247]
- ويعرفها زيد منير سليمان بأنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وتقنيات وآليات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني[248]
- وعرفها ماجد سالم التربان بأنها عملية اتصال صحفي عبر شبكة الأنترنت تتم من خلال وسائط الكترونية متعددة، مستفيدة بما تقدمه شبكة الأنترنت من مزايا تكنولوجية، و تصدر بشكل دوري، ولها موقع محدد على الشبكة، وتعتمد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في تحليل وصياغة محتوى الصحيفة، وتقديمها إلى القارئ عبر الأنترنت لخلق جو من التفاعل معه وذلك لما توفره له من إمكانيات التفاعل مع النص و القدرة على تصفحه واستدعائه، والبحث في محتوياته و تخزينه و استرجاعه بأيسر الطرق و أسهلها[249]

---

246 _ عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن،2011،ص: 218.
247 _ رضا عبد الواجد أمين: الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة-مصر، 2007، ص: 95.
248 _ زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان- الأردن،2009، ص: 11.
249 _ ماجد سالم تربان: الأنترنيت و الصحافة الالكترونية رؤيا مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص: 98.

- ويعرف عبد الأمير الفيصل الصحافة الالكترونية بأنها جزء من مفهوم واسع و أشمل وهو النشر الالكتروني، الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الالكتروني، إذ يمتد حقل النشر عبر الأنترنت من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكة الحاسبات في نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا، بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة[250]

ومن خلال هذه التعريفات يتضح أن هناك نقاط اتفاق بين الباحثين في وضع مفهوم للصحافة الالكترونية كما يلي:

1. هي منشور دوري الكتروني يعنى بالأحداث و الوقائع الجارية عبر شبكة الانترنت سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت الكترونية خالصة.
2. تمكننا من حفظ مادتها و تخزينها و استرجاعها في أي وقت.
3. تمكننا من استخدام تقنية عرض النصوص و الصوت والرسوم و الصور المتحركة.
4. تتضمن مزيجا من القصص و الأخبار و المقالات و غيرها.

✓ **نشأة و تطور الصحافة الالكترونية:** ظهرت الصحافة الالكترونية في منتصف التسعينات وشكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المشهد الإعلامي والاتصالي اقرب لان يكون ملكا للجميع، وفي متناول الجميع ويصبح أكثر انفتاحاً وسعةً، حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى اكبر عدد ممكن من القراء، وبأقل التكاليف، وبذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد فتحت آفاقاً عديدة وأصبحت أسهل واقرب لمتناول المواطن[251]، وقد وقع المؤرخون لتاريخ نشأة الصحافة الالكترونية في إشكالية الخلط بين النسخة الالكترونية لصحيفة ورقية وبين صحيفة الكترونية تنشر عبر الشبكة فقط، فيذكر أن أول صحيفة تؤسس موقعا لها على الشبكة الدولية عام 1992 هي صحيفة تريبون (tribune) الأمريكية الصادرة من ولاية مكسيكو، ثم تلتها صحيفة ي واس ايه توداي (USA Today) الأمريكية كاول صحيفة الكترونية تستخدم تكنولوجيا النص الفائق[252].

أما على الصعيد العربي فقد أعلنت صحيفة الشرق الأوسط عن توفر موادها الصحفية اليومية الكترونيا للقراء على على شكل صور عبر شبكة الإنترنت، تلتها صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية

---

[250] _ عبد الأمير الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2006، ص: 79.
[251] _ زيد منير سليمان: مرجع سابق، ص: 10
[252] حسني محمد نصر: **الأنترنت و الإعلام: الصحافة الالكترونية**، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، عمان- الأردن، 2003، ص: 94.

خاصة بالشبكة في شهر فبراير 1996، ثم صحيفتا الحياة والسفير في العام نفسه، وتعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001م أول صحيفة إلكترونية عربية.

وقد ازداد اليوم عدد الصحف الالكترونية العربية إلى ما لا يقل عن مائة موقع الكتروني لصحف يومية وأسبوعية[253]

أما في الجزائر فقد كانت تجربة الصحافة المكتوبة مع الانترنت لأول مرة نهاية 1997، من خلال جريدة الوطن باللغة الفرنسية، ثم تلتها باقي الصحف المكتوبة الجزائرية الأخرى من خلال إنشاء مواقع الكترونية لها مع المحافظة على النسخ الورقية[10]، وبالنسبة للصحف الالكترونية التي لا تملك نظيرا مطبوعا فقد كانت أول تجربة في الجزائر لجريدة ALGERIA INTERFACE سنة 1996،[254] أما في الوقت الراهن فلا يمكن حصر عدد هذه الصحف لكثرتها و عدم وجود معلومات دقيقة عنها.

- ✓ **أنواع الصحافة الالكترونية:** صنف الباحثون الصحافة الالكترونية إلى ثلاث فئات كالآتي:
- **الصحف الالكترونية البحتة:** وهي صحف لا تملك نسخا ورقية و تغطي كافة مجالات الأخبار سياسيا و اقتصاديا و رياضيا، موسيقيا، سينمائيا و تحاول أن تستفيد من تقنيات تصميم الصفحة لمزيد من التنوع، وهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية آنيا وصفحاتها يوميا[255]
- **الصحف الالكترونية ذات الإصدار المطبوع:** وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الأنترنت، وهذا النوع يأخذ أحد شكلين:[256]
  - صحف الكترونية تقدم مضمونا ورقيا كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني.
  - صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.
- **مواقع إخبارية تعمل كبوابات إعلامية شاملة:** هي مواقع متخصصة الكترونية تنشر أخبارا و تحليلات وتحقيقات أعدت للنشر على شبكة الأنترنت، وتحدث المواد على مدار الساعة، ويعمل في هذه البوابات محررون و مراسلون مهنيون يسمون صحفي الأنترنت[257]

وقد صنف محمد عبد الحميد صحافة الشبكات إلى أربعة أشكال كالآتي[258]:

---

[253] ماجد سالم تربان: مرجع سابق، ص: 107.
[254] يمينة بلعاليا: الصحافة الالكترونية في الجزائر:بين تحدي الواقع و التطلع نحو المستقبل، رسالة ماجيستير،جامعة الجزائر، 2006، ص:148
[255] محمد شطاح: الأنترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي: الواقع و التحديات، الشارقة، 2005، ص: 64.
[256] عبد الرزاق الدليمي: مرجع سابق، ص: 220.
[257] _ رضا عبد الواجد أمين: مرجع سابق، ص: 99
[258] _ فيصل عبد الأمير: مرجع سابق، ص: 81

1. المواقع الإخبارية السائدة: وهي مواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الأنترنت، تقدم مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم.
2. مواقع الفهارس والتصنيف: وترتبط عادة بمحركات البحث (قوقل، ياهو...)، وكذلك بعض شركات بحوث التسويق و الوكالات.
3. مواقع التعليق على الأخبار وآراء الإعلام مثل مواقع المناقشة والمشاركة الاتصال بالآخرين على المستوى العالمي.
4. شكل يجسد العلاقة بين المحتوى والاتصال حيث الكل يريد الاتصال بالآخرين على المستوى العالمي.

✓ **سمات الصحافة الالكترونية:** تتسم الصحافة الالكترونية عن الورقية بعدة خصائص كالآتي:

1. **التفاعلية:** تستخدم الصحف الالكترونية الأسلوب التفاعلي من خلال تكنيك النص المترابط أو الفائق الذي يتضمن وصلات لنقاط داخل الموضوع (تعريف، سيرة ذاتية، موضوعات ذات صلة...)، وتنقسم التفاعلية في الصحف الالكترونية إلى قسمين[259]:
   - اتصال تفاعلي مباشر مثل مشاركة القراء في غرف الحوار.
   - اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الالكتروني و الاستفتاءات..
2. **العمق المعرفي:** تتميز خدمات الصحافة الالكترونية بالعمق و الشمول بتهيئة مساحات ومواد غير محدودة في فضاءات شبكة الأنترنت من خلال الإحالة إلى روابط عديدة للمواقع ذات الصلة.
3. **تعدد الوسائط:** حيث توظف الصحافة الالكترونية النصوص و الجداول و الرسوم البيانية و الصور و اللون و الحركة و الرسوم و الصوت و الفيديو بأساليب مندمجة و متكاملة[260].
4. **سهولة العرض:** حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور[261]
5. **الأرشيف الالكتروني الفوري:** تقدم خدمة الأرشيف للمستخدم سياقا شاملا حول الموضوع الذي يتعامل معه، مما يحقق نوعا من التكامل و الثراء في عرض المعلومات[262]
1. عدم وجود مشكلة في المساحة للكتابة.
2. تعدد خيارات التصفح.

---

259 _ محمد عبد الحميد: الاتصال و الإعلام على شبكة الأنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص:151-152.
260 _ عبد الرزاق الدليمي: مرجع سابق، ص: 221.
261 _ رضا عبد الواجد أمين: مرجع سابق، ص: 107
262 _ ماجد سالم تريان: مرجع سابق، ص: 136

3. تقديم خدمات إخبارية مباشرة.
4. إمكانية وصولها إلى كل مكان و في أي وقت .
5. قلة التكلفة المالية .
6. سهولة تعديل المعلومة وتصحيحها وتحديثها بعد النشر.

✓ **انعكاسات الصحافة الالكترونية على الصحافة الورقية:** إن التنافس بين الصحافة الالكترونية و الورقية واقع لا يمكن تجاهله أو إنكاره إلا أن ذلك لا يعني الجزم بإلغاء هذه الأخيرة و قد تباينت الآراء حول انعكاسات ظهور الصحف الالكترونية ومدى تأثيرها على مستقبل نظيرتها الورقية فكانت كالآتي:

1) **الصحافة الالكترونية مكملة للصحافة المطبوعة:** يرى أصحاب هذا الاتجاه أن تسير الصحافة الورقية بالتوازي مع الصحافة الالكترونية مع تزايد في الاتجاه، لاستفادة الصحافة الورقية من شبكة الأنترنت سواء في عملية التحرير أو الاتصال أو النشر لأعداد منها في شكل ملخصات أو نسخ كاملة[263].

ومن هنا يمكن القول أن الصحافة الالكترونية قد تسهم في الترويج للصحافة المطبوعة .

2) **الصحافة الالكترونية تنافس الصحافة الورقية:** يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الصحافة الورقية ستنقرض بحجة أن الجيل الجديد لم يعد يتعامل معها، بالإضافة إلى أن الصحافة الالكترونية تواكب التطور و تتماشى مع واقع العصر المعاش .

إلا أن القول باندثار الصحف الورقية تماما ليس له ما يبرره، ففي تاريخ وسائل الاتصال ومنذ نشأتها لم تلغ وسيلة اتصال متطورة وسيلة قديمة، بل تستوعبها وتطورها، كما أن المطبوع بشكل عام لم يفقد بريقه لأسباب تاريخية و ثقافية إلا أن الإنسان عادة ما يميل إلى استخدام الوسيلة التي تعطيه الخدمة الأشمل و الأكثر جاذبية بأقل جهد و أبخس تكلفة. [264]

3/ **تراجع خدمات الصحافة الورقية والاعتماد على الحاسبات الآلية:** ويرى أصحاب هذا الاتجاه تراجع خدمات الصحافة الورقية والاستفادة من الخدمات الإعلامية والمعلوماتية التي تقدمها شبكات المعلومات وقواعد البيانات من خلال نشر نسخ الجرائد والمجلات الالكترونية التفاعلية الكاملة.[265]

الدراسة الميدانية:

[263] _ محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة،ط1، دار السحاب للنشر و التوزيع، القاهرة،2006، ص:295
[264] رضا عبد الواجد أمين: مرجع سابق، ص:128-130.
[265] المرجع نفسه: ص: 132.

- **عرض وتحليل بيانات الدراسة:**

جدول (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
التكرارات والنسب	ك	%	ك	%	ك	%
العدد	23	46	27	54	50	100

المصدر :الدراسة الميدانية يوضح هذا الجدول أفراد العينة المتكونة من 50 مبحوثا من الشباب الجامعي من الجنسين 23 من الذكور و 27 من الإناث.

جدول (2): الفئة العمرية للعينة المدروسة.

الفئة العمرية	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
(24_18)	15	30
(31_25)	26	52
(38-32)	09	18
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. يوضح الجدول الفئات العمرية للعينة المدروسة وقد مثلت الفئة (من25 إلى31) سنة الفئة الأكثر من العينة بنسبة 48 %، تليها الفئة من(من18 إلى31) سنة بنسبة 30 %، وأخيرا الفئة (من32 إلى38) سنة بنسبة 18 %.

جدول (3): المستوى التعليمي للعينة المدروسة.

المستوى التعليمي	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
ثانوي	06	12
جامعي	24	48
دراسات عليا	20	40
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي للعينة المدروسة وقد كان المستوى الجامعي أكثر مستويات هذه العينة بنسبة 48 %، يليها المستوى العالي بنسبة 40 %، ثم المستوى الثانوي بنسبة 06 %.

جدول(4): مقروئية العينة للصحافة الالكترونية على شبكة الأنترنت.

قراءة الصحف الالكترونية	التكرار (ك)	النسبة المئوية(%)
دائما	13	26
أحيانا	37	74
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. تعكس معطيات الجدول أن أغلب مفردات العينة يقرؤون الصحف الالكترونية على شبكة الأنترنت (أحيانا) بنسبة 74 %، في حين تقرأ نسبة 26 % الصحف الالكترونية دائما.

جدول(5): نوعية الصحف الالكترونية التي تقرؤها العينة المدروسة.

نوعية الصحف المقروءة	التكرار (ك)	النسبة المئوية(%)
جزائرية	40	49.38
عربية	25	30.86
أجنبية	16	19.75
المجموع	81	100

ـ 81 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية. يبين هذا الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 49.38 % يقرؤون الصحف الالكترونية الوطنية في حين نسبة 30.86% منهم يقرؤون العربية، و 19.75 % يقرؤون الأجنبية.

جدول (6): أسباب قراءة الشباب الجزائري للصحف الالكترونية.

أسباب قراءة الصحف الالكترونية	التكرار (ك)	النسبة المئوية(%)
لأنها غير مكلفة	11	16.66
لأنها تواكب التطور التكنولوجي	31	46.96
لأنها تتيح مميزات أفضل	24	36.36
المجموع	66	100

66 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية. ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 46.96% أن سبب قراءتهم للصحف الالكترونية مواكبتها للتطور التكنولوجي، في حين تذكر نسبة 36.36 % أن السبب راجع لما تتيحه من مميزات أما باقي المبحوثين بنسبة 16.66% فيرجعون السبب لكونها غير مكلفة.

جدول(7): معدل قراءة العينة المدروسة للصحف الورقية قبل استخدام الالكترونية.

معدل القراءة	التكرار (ك)	النسبة المئوية(%)
بانتظام	17	34
أحيانا	29	58
لا أقرأ	04	08
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 58 % أنهم كانوا أحيانا ما يقرؤون الصحف الورقية قبل استخدامهم للالكترونية، في حين نسبة 34 % منهم كانوا يواظبون على قراءتها، أما باقي المبحوثين بنسبة 08 % لم يكن لديهم اهتمام بقراءتها نهائيا.

جدول(8): تغير معدل قراءة الصحف الورقية بعد استخدام الالكترونية.

معدل القراءة	التكرار (ك)	النسبة المئوية(%)
تغير	22	44
لم يتغير	19	38
تغير قليلا	09	18
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. يبين الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين تغير معدل قراءتهم للصحف الورقية وقدرت نسبتهم ب 44%، أما نسبة 38 % منهم فذكروا أن معدل قراءتهم لم يتغير، في حين يذكر باقي المبحوثين بنسبة 18 % أنه تغير قليلا.

جدول(9): تأثير الصحافة الالكترونية على مستقبل الورقية.

تأثير الصحف الالكترونية على الورقية	التكرار (ك)	النسبة المئوية(%)
تؤثر	30	60
لا تؤثر	20	40

المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. يوضح هذا الجدول أن 60% من المبحوثين يرون أن الصحف الالكترونية تؤثر على مستقبل الورقية مرجعين السبب إلى كونها أسهل و أقل تكلفة ومتوفرة في جميع الأوقات وتواكب التطور التكنولوجي، أما باقي المبحوثين بنسبة 40 % يرون عكس ذلك ويرجعون السبب إلى ميل الكثيرين للطابع الكلاسيكي للجريدة، و احتوائها على خصائص قد لا تتوفر في الالكترونية كإعلانات الوظائف مثلا.

جدول(10): درجة تأثير الصحافة الالكترونية على الورقية.

درجة التأثير	التكرار(ك)	النسبة المئوية(%)
قد تلغيها	10	20
الالكترونية تكون أكثر جذبا	16	32
تكون عاملا مساعدا في تطويرها	24	48
المجموع	50	100

المصدر: الدراسة الميدانية. يذكر أغلب المبحوثين أن الصحافة الالكترونية ستكون عاملا مساعدا للصحافة الورقية وبلغت نسبتهم 48%، في حين ذكر 32% منهم أن الصحف الالكترونية ستكون أكثر جذبا، أما باقي المبحوثين فذكروا أن الالكترونية ستلغي الورقية وبلغت نسبتهم 20 %.

نتائج الدراسة:

- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الخاصة بالعينة من(25 إلى 31) سنة جاءت في المرتبة الأولى كمتغير فاعل حيث بلغت نسبتهم52%، الأمر الذي يؤكد أن هذه الفئة الأكثر اهتماما باستخدام الصحافة الالكترونية والإطلاع على مافيها.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن 48% من أفراد العينة ذو مستوى جامعي في حين بلغت نسبة أصحاب المستوى العالي 40%، أما باقي العينة فكانوا ذو مستوى ثانوي وبلغت نسبتهم 06%، ويدل هذا على أن النخب من فئة الشباب هم الأكثر اهتماما بالاطلاع والتصفح.
- ✓ كشفت الدراسة أن نسبة 74% من عينة الدراسة أحيانا ما يقرؤون الصحافة الالكترونية على شبكة الأنترنت وهي نسبة مرتفعة مقارنة بمن يقرؤونها بانتظام والذين بلغت نسبتهم 26%.

- ✓ توضح الدراسة أن أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف الالكترونية الجزائرية حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة 49.38% ، تلتها الصحف العربية في الترتيب الثاني بنسبة 30.86%، في حين بلغت نسبة من يقرؤون الأجنبية 19.75%.
- ✓ بينت الدراسة أن نسبة 46.96% من العينة يرجعون سبب قراءتهم للصحف الالكترونية إلى كونها تواكب التطور التكنولوجي وتمثل نافذتهم على العالم حيث مكنتهم من الإطلاع على كل جديد، في حين أرجعت نسبة 36.36% منهم السبب لكونها تتيح مميزات أفضل من خلال فتح باب المناقشة والحوار وإبداء الرأي حول القضايا المطروحة، أما باقي المبحوثين بنسبة 16.16% فدافعهم كان نفعيا كون هذه الصحف غير مكلفة ماليا.
- ✓ أفادت النتائج أن نسبة 58% من المبحوثين كانوا أحيانا ما يقرؤون الصحف الورقية قبل استخدام الالكترونية، في حين بلغت نسبة القارئين النتظمين 34% ، أما باقي المبحوثين فلم يكن لديهم أدنى اهتمام بقراءة هذه الصحف.
- ✓ وقد بينت الدراسة الميدانية أن معدل قراءة العينة للصحف الورقية بعد استخدام الالكترونية قد تغير ولم يعد منتظما وبلغت نسبة هؤلاء 44%، مبررين ذلك بضيق الوقت، ووجود البديل الأسهل في الصحف الالكترونية، في حين ذكرت نسبة 38% منهم أن معدل قراءتهم للصحف المطبوعة لم يتغير كونهم لا يستطيعون الاستغناء عنها، أما نسبة 18% فذكرت أن معدل القراءة لديهم تغير قليلا.
- ✓ وأفادت الدراسة أن 60% من المبحوثين يرون أن الصحافة الالكترونية ستؤثر على مستقبل المطبوعة كونها تتيح لهم امكانيات أفضل من هذه الأخيرة، كما أنها تقدم لهم بديلا أسهل في التصفح موفرة المال والجهد، ويذكر 40% منهم أنها لن تؤثر عليها وسيبقى الطابع الكلاسيكي للجريدة سائدا رغم ماقد يحدث من تطور لأنها أفضل للعين ويمكن حملها في أي مكان.
- ✓ أما عن درجة تأثير الصحف الالكترونية على مستقبل نظيرتها الورقية فقد ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 48% أن الالكترونية ستكون عاملا مساعدا في تطوير الصحف الورقية، وذكرت نسبة 32% منهم أن الصحافة الالكترونية ستكون أكثر جاذبية بما تتوفر عليه من مزايا في حين يرى 20% منهم أن مستقبل الصحف الورقية مهدد بالزوال.

قائمة المراجع:

- حسني محمد نصر: **الأنترنت والإعلام: الصحافة الالكترونية**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003.
- رضا عبد الواجد أمين: **الصحافة الالكترونية**، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة-مصر، 2007.

- زيد منير سليمان: **الصحافة الالكترونية**، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان– الأردن،2009.
- عبد الأمير الفيصل: **الصحافة الالكترونية في الوطن العربي**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، 2006.
- عبد الرزاق الدليمي: **الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية**، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان– الأردن،2011.
- عبد العزيز الزهراني: **مقروئية النصوص الإعلامية الالكترونية**، رسالة ماجيستير pdf كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1429–1430هـ.
- ماجد سالم تربان: **الأنترنيت والصحافة الالكترونية رؤيا مستقبلية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
- محمد شطاح: **الأنترنت ومستقبل الصحافة الورقية في الجزائر**، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي: الواقع و التحديات، الشارقة، 2005.
- محمد عبد الحميد: **الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت**، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**،ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة،2006.
- يمينة بلعاليا: **الصحافة الالكترونية في الجزائر:بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**، رسالة ماجيستير، جامعة الجزائر، 2006.

القيم الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
واقع الممارسة في ظل القوانين الإعلامية..
Social values in the Algerian private channels....
Practice under the media laws

أ.إلهام بوثلجي، أستاذ مساعد X أ. وهابي نزيهة،أستاذ مساعد

جامعة البليدة.2

الجزائر

ملخص:

أدى الانفتاح على السمعي البصري في الجزائر نتيجة لتعديل قانون الإعلام سنة 2012، إلى حدوث عدة تغيرات وإشكاليات في مجال الإعلام والممارسة الميدانية ، خاصة تلك المتعلقة بمجال التأثير وتغيير سلوكيات المشاهدين وتشكيل الرأي العام نحو قضايا معينة، بالإضافة إلى زرع وخلق قيم اجتماعية داخل المجتمع والأسرة الواحدة، فهذا الانفتاح الذي انبثقت عنه فوضى في المشهد الإعلامي الجزائري بوصول عدد القنوات التلفزيونية الخاصة إلى حوالي 60 قناة ، أعاد الحديث من جديد عن جدلية احترام القيم من قبل القائم بالإتصال في هذه القنوات وما مدى مراعاة أخلاقيات المهنة والتشريعات المعمول بها لتقديم إعلام هادف يساهم في بناء وتطور المجتمع .

وفي هذا السياق ، تستهدف هذه الدراسة البحث عن موضوع القيم الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من خلال التطرق لواقع الممارسة الإعلامية وعلاقتها بما نصت عليه التشريعات الإعلامية، وما مدى مراعاة القيم الاجتماعية التي جاءت ضمن مواد قانون السمعي البصري بصفة خاصة وكذا مواد مختلف قوانين الإعلام التي عرفتها الجزائر.

الكلمات المفتاحية: القيم، القيم الاجتماعية، القنوات التلفزيونية الخاصة، قانون الإعلام ، الممارسة الإعلامية.

Summary:

The introduction of private ownership of Tv in Algeria (2012) led to several changes and problemtics in the field of media, especially the studies based on influence and c behavior change of viewers and forming public opinion towards specific issues. In addition to the creation social values within the community and the family. The introduction of private tv resulted chaos in the Algerian media scene with the arrival of

the number of private television channels to about 60 channels, reintroducing the dialectic of respecting values by the communicator, and to what extent Profession and legislation in place provide meaningful information that contributes to the building and development of society.

In this context, this study aims to investigate the social values in Algerian private television channels ،By addressing the reality of media practice and its relationship to the provisions of the media legislation. And the extent to which the social values included in the audiovisual law in particular, as well as the various media laws.

Keywords : Values, social values, private television channels, media law, media practice

مقدمة:

يعتبر موضوع القيم من أهم المواضيع المطروحة للنقاش في مجال الإعلام والاتصال، وخاصة بالنسبة للتلفزيون باعتباره وسيلة اتصال جماهيري لها دور فعال في التنشئة الاجتماعية وعملية تثبيت وتغيير وخلق القيم على غرار دورها الأساسي في الإعلام وباقي الوظائف الأخرى.

ونظرا لما شهدته الساحة الإعلامية الجزائرية خلال ست سنوات الأخيرة من تسابق محموم لملاك الصحف ورجال الأعمال والسياسة ..لامتلاك قنوات فضائية خاصة بعد تحرير مجال السمعي البصري الذي ظل لخمس عقود من الزمن حكرا على الدولة، فقد شهدت الساحة الإعلامية فوضى و ممارسات غير مألوفة لم يتعود عليها المجتمع الجزائري من قبل وتجاوزت في كثير من الأحيان الخطوط الحمراء والتشريعات المعمول بها، ما دفع بالحكومة إلى تدعيم قانون الإعلام لسنة 2012، بقانون خاص بنشاط السمعي البصري سنة 2014 تمخض عنه إنشاء سلطة ضبط السمعي البصري، لإيضاح طريقة اعتماد هذه القنوات وكذا الممارسة الإعلامية وحدودها وضرورة احترام مختلف القيم الاجتماعية باعتبار التلفزيون من أهم وسائل التنشئة والتي تلعب دورا كبيرا في ترسيخ والمحافظة على القيم، مثلما يمكن أن تكون سلاحا ذو حدين وتستخدم لهدم المجتمع ولنشر قيم سلبية وأفكار هدامة.

وفي هذا السياق، سنتناول خلال هذه الدراسة إشكالية القيم الاجتماعية واحترامها في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وما مدى مطابقتها لما ورد في قوانين الإعلام، ومسؤولية سلطة الضبط في توجيه وضبط ممارسات الفاعلين فيها، حيث قسمنا الدراسة لثلاث محاور، فالأول يعنى بماهية القيم الاجتماعية ومكوناتها وخصائصها، أما المحور الثاني فيتلخص في قراءة نقدية لقوانين الإعلام وتناولها للقيم الاجتماعية باستخدام منهج المسح لعينة من قوانين الإعلام التي عرفتها الجزائر، فيما تجسد المحور الثالث في واقع الممارسة الإعلامية من خلال تقديم نماذج وأمثلة لتبيان مدى احترام القيم الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الخاصة من عدمه.

الإشكالية:

يعتبر الإعلام أحد أهم مصادر التنشئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في أي بلد ما بل إنه حسب منظور عدد كبير من الباحثين وسيلة من وسائل الرقي والازدهار بالمفهوم القيمي، وفيما تعتبر المدرسة المنبر الثاني بعد الأسرة لتعلم مجموعة القيم التي ينبغي الإقتداء بها والتقيد بها داخل مجتمع ما، فوسائل الإعلام هي الأخرى وخاصة التلفزيون تمثل مدرسة موزاية يتعلم منها الأفراد مجموعة القيم وحتى العادات والأنماط التي قد تؤثر على سلوكهم سلبا أو إيجابا .

ويرى الباحثون بأن المدرسة الموازية التي أسسها جهاز التلفزيون منذ ظهوره كتكنولوجيا جديدة وإلى يومنا هذا، لم يعد فيها الوالد هو النموذج بالنسبة للطفل أو المراهق، بل أصبح فيها المذيع وبطل المسلسلات أو حتى ممثل الإعلانات هو المثال والنموذج، ولذا وجب على القائمين على الرسائل الإعلامية بالقنوات التلفزيونية مراعاة القواعد والأحكام ومختلف التشريعات التي تضبط العمل الإعلامي لتقديم خدمة عمومية راقية وإعلام لا يمس بمجموع القيم المتعارف عليها في المجتمع .

ومع فتح مجال السمعي البصري في الجزائر سنة 2012 للخواص، شهد المشهد الإعلامي بروز تشكيلة منوعة من القنوات التلفزيونية التي بقدر ما أثْرت الساحة الإعلامية التي كانت حكرا لعقدين من الزمن على القطاع العمومي، إلا أنها أعادت الجدل والنقاش حول واقع الممارسة الذي أضحى بعيدا عن ما تمليه التشريعات الإعلامية المنظمة للقطاع، ونسف بمنظومة القيم الاجتماعية للمجتمع الجزائري، حيث بات المشاهد يتلقى برامج وأخبار عبر شاشات تلفيزيونية جزائرية لكنها دخيلة ولا تمت بصلة للقيم المتعارف عليها حتى أنها أصبحت في كثير من الأحيان تهدد المنظومة القيمية والأخلاقية للمجتمع، ما جعل سلطة ضبط السمعي البصري بعد تفعيلها في سنة 2014 لضبط المشهد الإعلامي، تتدخل لتحذير وتنبيه مالكي هذه القنوات للتقيد بنص قانون السمعي البصري ومراعاة منظومة القيم التي تعتبر خطا أحمرا في عدد من التشريعات الإعلامية .

وفي هذا السياق، سنتطرق في هذه الورقة البحثية لواقع الممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية الخاصة وما مدى مراعاة القيم الاجتماعية التي تنص عليها التشريعات الإعلامية بصفة عامة و قانون السمعي البصري بصفة خاصة ؟

1. ماهية القيم الاجتماعية:

1-1. مفهوم القيم الاجتماعية:

تعرف القيم أولا بأنها محددات لسلوك الفرد وأفعاله، وتعرف كذلك بأنها التوجه أو السلوك المرغوب من التوجهات المتاحة[266]

أما القيم الاجتماعية فهي مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الاستمرار النسبي والتي تمثل موجَهات لأشخاص نحو غايات أو وسائل لتحقيقها، أو أنماط سلوكية يختارها أو يفضلها، هؤلاء الأشخاص بديلا لغيرها، وتنشأ هده الموَجهات عن تفاعل بين الشخصية والواقع الاجتماعي والاقتصادي والثقافي، وتفصح القيم عن ناسها في المواقف والاتجاهات والسلوك اللفظي والسلوك الاجتماعي[267]

1-2.أهمية القيم الاجتماعية:

يمكن تلخيص بعض القيم الاجتماعية فيما يلي[268]

- تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم بمعنى آخر تحدد شكل الاستجابات التي يبديها كل فرد.

- يمكن التنبؤ بسلوك صاحبها متى عرف ما لديه من قيم أو أخلاقيات في المواقف المختلفة وبالتالي يمكن التعامل معه في ضوء التنبؤ بسلوكه.

- أنها تعطي للفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق وتحقيق الرضا عن نفسه لتجاوبه مع الجماعية في مبادئها وعقائدها.

- تشير القيم إلى الكيفية التي سيتعامل بها الإنسان في المواقف المستقبلية وتساعده على التفكير فيما ينبغي عليه أن يفعله تجاه تلك المواقف والأحداث، وتحدد له الأساليب والمسائل التي يختارها بالإضافة إلى تفسير السلوك الصادر عنها.

- تحفظ للمجتمع تماسكه وتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة والمستقرة التي تضمن له هذا التماسك والثبات اللازمين لممارسة حياة اجتماعية سليمة.

- تربط مختلف ثقافات المجتمع بعضها ببعض حتى تبدو متماسكة ومتناسقة.

- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديدها الاختيارات الصحيحة التي تسهل حياة الناس وتساعد على استقرار المجتمع.

1-3.مكونات القيم الاجتماعية:

266 ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، عمان، دار الشروق، 2006، ص 22.
267 علي عبد الرزاق جبلي، دراسات في المجتمع والثقافة الشخصية، لبنان، دار النهضة، 1984، ص 134
268 علي أحمد الجميل، القيم ومناهج التاريخ الإسلامي، القاهرة، علم الكتب، 1996، ص ص 23، 24.

تتمثل مكونات القيم الاجتماعية في ثلاث جوانب لا يمكن فصل أحدهما عن الآخر، لأنها تندمج وتتداخل لتعبر في النهاية عن وحدة الإنسان.

أ- **المكون العاطفي (الوجداني):** وهو أكثر أصالة للقيمة[269] ومعياره التقدير، فيعكس التعلق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة اختياريا والرغبة في إعلانها على الملأ، وهو يتضمن الانفعال بموضوع القيمة أو الميل إليها أو النفور منها، وما يصاحب ذلك من سرور وألم ما يعبر عنه من حب وكره أو استحسان أو استهجان، وكل ما يثير المشاعر الوجدانية والانفعالات التي توجد لدى الشخص نحو موضوع القيمة[270] .

ب- **المكون السلوكي:** وهو الجانب الممثل لنوع القيمة[271] معياره الممارسة، ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة، و أن تكرر هذه الأخيرة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سنحت الفرصة لذلك، فهذا المكون يشير إلى الأسلوب الذي يجب أن يسلكه الفرد تجاه موضوع معين، وهو يدل على استعداد الشخص أو ميله للاستجابة، وإخراج المضامين السلوكية للقيمة في التفاعل الحياتي، ويعتبر هذا العنصر بمثابة مرشد وموجه للسلوك، حيث أن السلوك أو النشاط الذي يصدر عن الفرد يتحدد في ضوء ما يتبناه من القيم[272].

جـ-المكون المعرفي (العقلي): ويتمثل في الجانب التقييمي[273]، ويقصد به ما لدى الفرد من خبرات و معلومات يكون قد كوَنها حول موضوع معين, ويشمل المدركات، والمفاهيم، والحقائق والمعارف ويتمثل هدا المكون في معرفة صاحب القيمة للطريقة الصحيحة للسلوك أو التصرف المطلوب، وكذلك النواتج التي عليه أن يكافح للوصول إليها.

1-4. خصائص القيم الاجتماعية:

للقيم مجموعة من الخصائص الذاتية التي ترتبط بمفهومها منها[274]:

أ-**قيم ذاتية وشخصية:** ترتبط القيم بشخصية الفرد وذاته ارتباطا وثيقا وتظهر لديه على صورة مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات والأحكام، مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثّلها باختلاف ذواتهم وشخصياتهم.

---

[269]- عبد الله بوغازي، القيم التربوية: مقاربة نفسية، الجزائر، منشورات الحبر، 2010، ص 33.
[270]- عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، الأردن، دار الحامد، 2009، ص ص 37، 38.
[271]- بوغازي عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 33.
[272]- عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة، ص 38.
[273]- عبد الله بوغازي، ص 33.
[274]- ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، ط2، الأردن: دار المسيرة، 2007، ص ص 35، 37.

ب- القيم نسبية: تعني نسبية القيم أنها تختلف حسب المكان والزمان والإنسان فتقديرها وبيان أهميتها تختلف من إنسان لآخر، وذلك طبقا لتصورات الأفراد للقيمة وارتباطاتها الزمانية والمكانية، فالقيمة ثابتة عند صاحبها وراسخة عند معتقديها سواء من حيث مصدرها وأهميتها وجدواها وضرورة تمثُّلها لأنهم اختاروها وميزوها بالعقل والفهم العميق وجعلها معيارا لسلوكهم.

جـ- القيم تدريجية: للقيم معان تتسم بالموضوعية والاستقلالية، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي نعيشه، فالعدل من حيث هو قيمة تحمل معنى ذهني مجرد غير محسوس، لكنه يتخذ قيمة من الواقع الحي الممارس، فالقيم إذا معان كلية ومطلقة ومجردة، ولا تكون إلا إذا اندمجت بالواقع والسلوك، أي يؤمن بها الإنسان ويتبناها في سلوكه.

د- القيم مدرجة: تدرج القيم أي أنها تنتظم في سلم قيمي متغير ومتفاعل، حيت تترتب القيم عند الفرد ترتيبا هرميا تهيمن فيه بعض القيم على بعضها الآخر، فالفرد له قيم أساسية مسيطرة لها درجة كبرى من الأهمية، إلا أن هناك ظرف يحتم عليه الاختيار بين قيمة وأخرى أي بين الأهم والمهم.

وتظهر هده الخاصية عند تعليم القيم في إدراك القضايا الأساسية[275]

- وجود مساحة عريضة من القيم تتناسب وأنواع المواقف التي يمكن للفرد المفاضلة والاختيار بينها، ومن ثم تأتي أهمية تعليم الفرد كيفية الاختيار.
- إمكانية التغير في بناء القيم إذ أنها لا تتخذ مكانة ثابتة تبعا لتصورات الفرد وبنائه الشخصي وتربيته ولما يتعرض له من مؤثرات خارجية.
- أهمية العوامل البيئية والتربوية في توضيح السلم القيمي وثباته فالخبرة والنضج والوعي والنمو والتعلم تؤثر في مدى وعي الفرد وإدراكه للقيم.

1-5 . تأثير القنوات التلفزيونية على القيم المجتمعية:

على الرغم من أن وسائل الاتصال والإعلام لها وظائفها الأساسية، كما حددها الباحث الأمريكي هارولد لاسوال بثلاث وظائف جوهرية : جمع ونشر المعلومات داخلياً وخارجياً وتزويدها للجماهير لتأخذ صفة الوظيفة الإعلامية ، وتفسير المعلومات وتحليلها واتخاذ موقف محدد ليتبناها المتلقي بحيث تصبح وظيفة دعائية ، ونقل المعارف والقيم والمعايير والتقاليد من جيل إلى آخر لتصبح وظيفة تعليمية أو ثقافية، فإن الوظيفة الثالثة التي ترتبط بالثقافة التي تشمل (الاعتقادات والعادات والقيم والنماذج السلوكية)، فهي الوظيفة الأكثر تأثيرا وقوة في عملية التنشئة الاجتماعية، خاصة

[275]- دحمان زيرق، دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الاجتماعية للتلميذ دراسة ميدانية بمدينة الجلفة، مذكرة ماجستير غير منشورة تخصص علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص 107.

وأن وسيلة التلفزيون لها حضورها المتميز في هذه العملية الاجتماعية ،لأنها الوسيلة الشعبية الأولى بين أفراد الأسرة العربية وخاصة الشباب[276]

تعتبر وسائل الإعلام بمختلف أصنافها من إذاعة وتلفزيون وصحافة مكتوبة من المؤسسات الاجتماعية الثقافية الفعالة في عملية التنشئة الاجتماعية لمختلف فئات المجتمع، بما تحمله من مثيرات جذابة ومؤثرات فاعلة وبما تتضمنه من معلومات وخبرات وسلوكيات تقدمها عبر أحداثها وشخصياتها بطريقة مغرية تستميل انتباه القراء والمستمعين والمشاهدين، لموضوعات وسلوكيات ومواقف مرغوب فيها، إضافة إلى توفير فرص للترفيه والترويح والاستمتاع بقضاء أوقات الفراغ بأمور مفيدة، فهي بذلك تساعد في عملية التنشئة الاجتماعية سواء كانت بطريقة مباشرة أو غير مباشرة, ويدخل الإعلام بما يمتلك من فعالية وآثار مباشرة وغير مباشرة سواء في تعديل أو تدعيم أو تغيير قيمة مجتمعية معينة، عن طريق وسائله المختلفة المتطورة عبر الأجيال، واندفاع أعضاء البناء الاجتماعي ومكوناته على اختلاف أنماطهم السلوكية على تلقي مواده ومصنفاته وتقبلها أو رفضها أو عدم تقبلها مهما يكون له من الأثر الفعال في مثل هذه الأحوال.

وللإعلام عموما أهمية كبيرة لا يمكن إنكارها وهي ما جعلته يصنف ضمن المؤسسات الفاعلة والمدعمة لدور الأسرة في التنشئة، ويتضح دلك من خلال الأدوار والوظائف المتعددة التي يقدمها الأفراد والجماعات، والتي نذكر من أهمها: مساهمته في تكوين الاتجاهات، والترويح عن النفس، وتنمية الخبرات والمعارف والمهارات، ونشر القضايا المهمة والقيم السائدة في المجتمع ، والضبط الاجتماعي .

وهذا ما يؤكده **أنتوني جيدنز**، حيث يؤكد أن لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما تقدمه المدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة، حيث أن الرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم وهذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية بمفهومها البسيط[277].

إن الإنسان و بسبب الثقافة الجماهيرية المنمطة التي تقدمها له الصورة التلفزيونية يعيش الفجوة الكبيرة بين العالم الذي تصنعه هذه الثقافة وإحساسه بتجريبه المعيشة التي تنجذب صوب ما هو مرتبط بالإشباع المادي الآني حتى وإن تناقض ذلك مع عالم القيمة، و نلمس هذه الظاهرة على مستوى الفرد والأجيال، وفي ذات السياق يرى **د. عزي عبد الرحمن** أن المجتمع الحالي يعيش واقعا من المتشابهات من تلك الصورة، فهذه الأخيرة قد تحمل معنى دلاليا قيميا وذلك محدود في الزمن المعاصر، وقد تستدرج الإنسان إلى أهوائه و ذلك هو السائد في الثقافة الجماهيرية التي تبثها الوسائل السمعية البصرية، وعلى هذا الأساس فإن المسافة بين ما هو سالب وما هو موجب قد تقلصت في غياب القيمة وتغييب العقل وإثارة الغرائز، ويضيف ذات الباحث أن تجاوز هذا التحدي

---

[276]- ياس خضير البياتي، المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة، الباحث الإعلامي، ع 8، 2010، ص 63

[277]- زين صباح، تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب الدراما التركية نموذجا، مذكرة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة الوادي، 2015، ص ص 103، 104

الذي يمس ماهية المجتمع، يتوقف على إعادة القيمة إلى مكانها كقوى مرجعية في حركية المجتمع ومن ذلك حركته الاتصالية، هذه الأخيرة يمكن أن تشكل إحدى المُدخلات الأساسية لوسائل الاتصال الجماهيرية، ومن ثم تتحول هذه الوسائل إلى قنوات تتحرك في إطارها القيم بدل أن تكون عاملا في إبعاد هذه القيم ودفع الإنسان إلى تقديس ذاته و هواه، و قد تعمق التحليل النظري لهذه الثقافة الجديدة التي تحملها وسائل الإعلام السمعي البصري في فرنسا مع **أدغار مورغان** و **إرمان ماتلار و برنار مياج** وغيرهم .

وباعتبار أن الإنتاج الثقافي يصنع بكميات كبيرة فإن المضمون الذي ينشره هذا الإنتاج المنمط يتجه إلى رغبات المستهلك ونزواته، ويخلو من أي تميز ويفتقر إلى الإبداع الخلاق ويشجع على الابتعاد عن الواقع بما يوفره من ترفيه رخيص، وبخصوص التأثير النفسي والاجتماعي للتلفزيون استطاع أن يغير وجه الحياة السياسية في البلاد ويبدل العادات اليومية للشعب ويكيف أسلوب الحياة واستطاع أن يجعل من الأحداث المحلية ظواهر كونية.

وقد أدى دخول التلفزيون إلى حياة الناس إلى اختلاف التوازن في نظام حياتهم فبدأ الأفراد يهدمون نظامها ويعيدون ترتيبها من جديد وفق مزايا التلفزيون، وهي ظاهرة تكاد تعم كل أنحاء العالم. وفي هذا الإطار تؤكد دراسة أمريكية بأن 60 %من العائلات اعترفت بأنها غيرت من عادات نومها بسبب التلفزيون، و 55 %غيرت مواعيد تناول الطعام لنفس السبب، وحوالي 80 % يستعينون به باعتباره جليسا للأطفال.

ويذكر الدكتور براون ولسون وهو عالم اجتماعي بعض الآثار التي يتركها التلفزيون على المواقف والقيم الأخلاقية والاجتماعية، والنفسية للأفراد الذي يشاهدونه، فالتلفزيون يلعب دورا مهما في تغيير قيم الأفراد و آرائهم ... ويزودهم بمجموعة من القيم والمقاييس الجديدة التي بها يستطلعون تقييم الحوادث وتصنيفها وتمييز العمل السوي عن العمل غير السوي[278]

2- القيم الاجتماعية في قوانين الإعلام:

2-1 القيم الاجتماعية في قانون الإعلام 1982:

يعتبر قانون الإعلام الذي صدر رسميا بتاريخ 6 فيفري 1982، أول قانون يعنى بالإعلام في الجزائر المستقلة، وقد صدر في ظل فراغ قانوني كانت تعاني منه الصحافة، والتي كانت مسيرة آنذاك من خلال قانون المؤسسات الصحفية الصادر في نوفمبر 1967، والقانون الصحفي وقانون النشر الصادر سنة 1973.

[278] _ كنزة حاج حامدري، دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية، دراسة إثنوغرافية على عينة من الريفيات الجزائريات، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2011، ص ص 83، 84

وكانت وسائل الإعلام المرئية والسمعية وحتى الصحافة المكتوبة ملك للدولة في ظل الحزب الواحد، ولم تكن القيم الاجتماعية، أو مجموع القيم التي يجب على الصحفيين احترامها محددة بشكل واضح، بل حتى أن أخلاقيات المهنة والتي تتبع أساسا من احترام قيم المجتمع والدولة، لم تكن مقننة بالشكل الذي هي عليه الآن سواء في العمل التلفزيوني أو الصحافة المكتوبة، فمبادئ ثورة التحرير وأهدافها هي التي كانت تحكم ممارسة المهنة.

ويظهر ذلك من خلال مضمون المادة 35 من ذات القانون والتي تنص: " يعمل الصحفي بكل مسؤولية والتزام على تحقيق أهداف الثورة كما تحددها النصوص الأساسية لحزب جبهة التحرير"[279]

فيما تبرز المادة 43 من ذات القانون، لتتحدث في فحواها على بعض القيم التي تندرج ضمن القيم الاجتماعية، باعتبار أن كل ما يهدف للحفاظ على النظام الاجتماعي والاستقرار بالمجتمع هو قيمة اجتماعية بالأساس، وتنص ذات المادة على أنه:" يجب على الصحفي المحترف زيادة على احترام مبادئ الأخلاق المهنية و المسؤولية الاجتماعية، أن يجعل عمله مندرجا في إطار **السمو بالمثل العليا** لتحرير الإنسان، **والسلام، والتعاون ضمن روح العدالة والمساواة** بين الشعوب" [280]

والملاحظ أن هذا القانون لم يفصل كثيرا وبالتحديد في مجموع القيم التي يجب احترامها وعدم مخالفتها لدى ممارسة المهنة، لأن وسائل الإعلام في تلك الفترة كانت تحت سيطرة الدولة وتخضع لإيديولوجيتها وكذا ترتبط قيمها بقيم ثورة التحرير والحزب الحاكم.

2-2. القيم الاجتماعية في قانون الإعلام لسنة 1990:

لقد كان لأحداث أكتوبر 1988، أثر بالغ في تغيير الخارطة السياسية للجزائر آنذاك وكذا مهدت للإفراج عن قانون الإعلام 1990، والذي اعتبر منعرجا حاسما في تاريخ الصحافة الجزائرية، وأسس لتحرير الصحافة المكتوبة من سيطرة الدولة والحزب الواحد، في حين أن المشهد الإعلامي في السمعي البصري بقي حكرا على الدولة، غير أن هذا القانون مهد للتشريع الخاص بأخلاقيات المهنة، وضبط الممارسات الإعلامية .

وفي السياق، حرص قانون الإعلام لسنة 1990 على تحديد الخطوط الحمراء التي ينبغي على المؤسسات الإعلامية أن لا تتجاوزها، والتي قد تمس بالمجتمع أو بالدولة أو حتى الأفراد، وقد حددت بعض المواد منه القيم التي يجب احترامها والتي تدخل ضمن مبادئ الدولة وكذا عادات وتقاليد المجتمع وحتى القيم المستمدة من الدين، ومن هذا المنطلق جاءت المادة 3 في باب

[279]- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون المتعلق بالإعلام 1982، العدد6،تاريخ 6فيفري 1982،ص246.
[280]- الجريدة الرسمية، قانون الإعلام 1982، مرجع سابق، ص255.

الأحكام العامة التي نص عليها قانون 1990، لتؤكد بأنه " يمارس حق الإعلام بحرية مع **احترام كرامة الشخصية** ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني" [281]

كما نصت المادة5 من نفس القانون على أنه :" تشارك عناوين الإعلام وأجهزته في **إزدهار الثقافة الوطنية**، وفي توفير ما يحتاج إليه المواطنون في مجال الإعلام والاطلاع على التطور التكنولوجي والثقافة والتربية والترفيه في إطار **القيم الوطنية** وترقية الحوار بين ثقافات العالم، طبقا للمواد 2،3،8،9 من الدستور" [282]

ومن هذا المنطلق فيجب على الصحفيين سواء في الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة احترام مجموع القيم والمبادئ التي تحيلهم إلى بعض مواد الدستور الجزائري والذي يبنى في أساسه على احترام مبادئ الدولة وكذا الدين الإسلامي بصفته دين الدولة من جهة واحترام حقوق الأفراد وكذا هويتهم ومبادئ المجتمع الجزائري من جهة أخرى .

وفي الباب الثاني المتعلق بالعناوين والأجهزة التابعة للدولة ومنها التلفزيون والإذاعة اللذين كانا مسيرين من قبل السلطة، فتظهر المادة 13 التي تنص على احترام القيم الاجتماعية وجاء فيها:" تتولى أجهزة الإذاعة الصوتية المسموعة التابعة للقطاع العام في قناتها المتخصصة في بث الثقافات الشعبية التكفل باستعمال كل **اللهجات الشعبية** للتبليغ وترسيخ **الوحدة الوطنية** و **القيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري**" [283]

فيما اعتبرت المادة 36 من نفس القانون بأنه لا يجوز تحت طائلة حق الوصول إلى المعلومة أن ينشر الصحفي أو يبث معلومات التي من طبيعتها أن تهدد الأمن الوطني، أو تمس بحقوق المواطن وحرياته الدستورية.

وتضمنت المادة 40 بعض القيم الاجتماعية بطريقة غير مباشرة وهذا من خلال التأكيد على ضرورة أن يحترم الصحفي المحترف بكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسته وعلى الخصوص احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية، والامتناع عن التنويه المباشر وغير المباشر **بالعرقية وعدم التسامح والعنف**، وتعتبر صفة التسامح وكذا نبذ العنف من الصفات التي تميز القيم الاجتماعية.

2-3.القيم الاجتماعية في قانون الإعلام 2012:

[281]- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، العدد14، تاريخ 3 أفريل 1990، ص2.
[282]- الجريدة الرسمية ، عدد14، مرجع سبق ذكره، ص2.
[283]- نفس المرجع،ص 4.

كان لقانون الإعلام 2012، الفضل في تحرير قطاع السمعي البصري في الجزائر والذي ظل لسنوات طوال حكرا على الدولة، ومهد هذا القانون لظهور قنوات تلفزيونية خاصة جزائرية وبالرغم من أنها لا تزال حسب القانون مجرد مكاتب لقنوات أجنبية لم تخضع بعد للقانون الجزائري، إلا أنها على العموم تعتبر قنوات تلفزيونية جزائرية تهتم بشؤون المواطن الجزائري وتعرض مضامين تعكس صورة المجتمع وتنشط في الجزائر رغم امتلاكها لحقوق البث من دول أجنبيه.

والملاحظ أن هذا القانون الذي فتح المجال للخواص لإنشاء قنوات تلفزيونية وبما أنها لم تعد تحت سيطرة الدولة، قد حدد في المادة 2 ضمن الأحكام العامة منه مجموعة من القيم والمبادئ عددها 12 والتي يجب احترامها من قبل أي شخص يمارس الإعلام بحرية، حتى لا تستغل القنوات في إطار خارج عن القانون وتؤثر على قيم المجتمع وتضر به أو بالدولة أو الأفراد، ومن هذا المنطلق سمحت المادة بممارسة الإعلام في ظل احترام كل من: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان الأخرى، **الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع**، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، المصالح الاقتصادية للبلاد، مهام والتزامات الخدمة العمومية، حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي، سرية التحقيق القضائي، الطابع التعددي للآراء والأفكار، **كرامة الإنسان والحريات الفردية، والجماعية**.[284]

وأضافت المادة 5 من ذات القانون بأنه ينبغي أن تساهم ممارسة أنشطة الإعلام في الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية، فضلا عن ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية ، وترقية روح المواطنة وثقافة الحوار.[285]

كما تحث نفس المادة على ترقية الثقافة الوطنية وإشعاعها في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز **المجتمع الجزائري**، والمساهمة في الحوار بين ثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلم.

وأفرد قانون الإعلام لسنة 2012 فصلا كاملا لآداب وأخلاقيات المهنة باعتبارها هي التي تضبط العمل الإعلامي وتحكمه ، حيث نصت المادة 92 :" يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي "[286] وبالإضافة إلى التقيد بأحكام المادة 2 الواردة في هذا القانون العضوي والتي تخص احترام 12 مبدأ وقيمة اجتماعية فيجب على الصحفي على وجه الخصوص: احترام شعارات الدولة ورموزها، التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد

[284]- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون عضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام، العدد2، الأحد 15 جانفي 2012،ص22.
[285]- نفس المرجع،ص23.
[286]- القانون العضوي للإعلام 2012، مرجع سابق ، ص:29-30.

خبر كامل وموضوعي، مع نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية، تصحيح كل خبر غير صحيح، الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر، الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني، الامتناع عن تمجيد الاستعمار، الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة وغير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف، بالإضافة إلى الامتناع عن الوشاية والسرقة الأدبية والقذف، الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية، الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال **تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.** [287]

كما حذرت المادة 93 من انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ونفس الشيء بالنسبة للحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة وغير مباشرة، باعتبار أن بث مضامين إعلامية مهما كان غرضها وتفضح الحياة الخاصة للناس هي شيء منبوذ في المجتمع وغير مقبول ومنافي للقيم الاجتماعية السائدة والتي يجب أن تراعيها مضامين وسائل الإعلام .

2-4 القيم الاجتماعية في قانون السمعي البصري 2014:

تكلل التشريع الإعلامي بعد سنتين من فتح المجال للخواص لإنشاء قنوات تلفزيونية بقانون السمعي البصري الذي صدر في 23 مارس 2014، وجاء تكملة لقانون الإعلام 2012، ولضبط الممارسات المهنية في السمعي البصري، وخاصة تلك المتعلقة بمهام سلطة الضبط التي تم تنصيبها رسميا لمباشرة مهامها مع صدور القانون في الجريدة الرسمية، ونبهَ في مادته 2،[288] على ضرورة ممارسة النشاط السمعي البصري في ظل احترام مبادئ المادة 2 من القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 جانفي 2012، والتي حددت 12 مبدءا و قيمة يجب احترامها ومنها القيم الثقافية للمجتمع والهوية الوطنية.

وفي الفصل الثالث المتعلق بالأحكام المشتركة لكافة خدمات الإتصال السمعي البصري، حددت المادة 48 من ذات القانون[289]، دفتر الشروط الذي يسمح بامتلاك قناة تلفزيونية وممارسة النشاط السمعي البصري شريطة احترام التزامات محددة في 33 نقطة تمثل مجموع المحاذير والمبادئ والقيم التي يجب أن يتحلى بها ممارسو القطاع ، فعلى غرار احترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع فقد تم تحديد عدد من القيم الاجتماعية الهامة التي لم تكن واضحة بشكل دقيق في قوانين الإعلام السابقة، ومنها الالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى وعدم المساس بها، واحترام مقومات ومبادئ المجتمع، ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار، فضلا عن احترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام ، والعمل على ترقية اللغتين الوطنيتين والتلاحم الاجتماعي والتراث الوطني والثقافة الوطنية في البرامج التي يتم بثها، وضع آليات ووسائل تقنية

---

[287]- المرجع نفسه،ص:30.
[288]- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون 14-04 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، العدد16، 23 مارس 2014،ص8.
[289]- نفس المرجع، ص ص 12،13.

لحماية الأطفال القصر والمراهقين في البرامج التي يتم بثها ، بالإضافة إلى الامتناع عن توظيف الدين لأغراض حزبية ولغايات منافية لقيم التسامح، والامتناع عن الإشادة بالعنف، أو التحريض على التمييز العنصري، أو الإرهاب، أو العنف ضد كل شخص بسبب أصله أو جنسه أو انتمائه، وعدم المساس بالحياة الخاصة للأشخاص وسمعتهم.... وهي الالتزامات التي تمثل مجموع القيم الاجتماعية أو حتى الثقافية للمجتمع الجزائري والتي لا يجب المساس بها، وتم تحديدها بالتفصيل بعد سلسلة الانتقادات التي طالت القنوات الخاصة بسبب عدم احترام أخلاقيات المهنة والمساس بها.

وشكل القانون نقطة الانطلاقة لمهام سلطة ضبط السمعي البصري التي تحرص على مراقبة عمل القنوات الخاصة ومدى احترامها للقوانين وأخلاقيات المهنة، حيث حددت المادة 54[290] من قانون 2014، المهام التي تؤديها سلطة الضبط والتي تم تفصيلها في 11 نقطة وفي مجملها تتحدث عن ضمان ممارسة نشاط السمعي البصري دون الإخلال ببنود دفتر الشروط أو القيم التي يجب مراعاتها سواء الخاصة بالدولة الجزائرية كمؤسسة سيادية أو بالمجتمع الجزائري ونقيمه الثقافية والاجتماعية والدينية والسهر على احترام كرامة الإنسان وتقديم خدمة عمومية للجمهور بشكل راقي وحضاري.

3- القيم الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الخاصة ... واقع الممارسة:

3-1. نشأة القنوات التلفزيونية الخاصة:

كان لاحتجاجات الزيت والسكر مطلع سنة 2011 المتزامنة مع ثورات الربيع العربي في دول عربية مختلفة، الأثر البالغ في إطلاق عدة إصلاحات سياسية واجتماعية في الجزائر، واعتبرت السبب الغير مباشر لإعلان الحكومة عن تحرير قطاع السمعي البصري الذي تضمنه خطاب رئيس الجمهورية بتاريخ 15 أفريل 2011، كما أن الإفراج عن قانون الإعلام سنة2012 الذي حمل في طياته تحرير قطاع السمعي البصري للخواص بعد خمسين سنة من سيطرة الحكومة على القطاع، ما جعل مالكي الصحف يسارعون لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة تبث من الخارج ولدت من رحم المؤسسات الصحفية الكبرى، وهي النهار كأول قناة إخبارية جزائرية، تلتها الشروق تي في، والجزائرية ، ثم جاءت بعدها قنوات أخرى ملك لرجال أعمال وحتى سياسيين وفاعلين في مجال الإعلام والاتصال.

وطبقا للمادة 58 من قانون 2012 فيقصد بالنشاط السمعي البصري كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور، أو فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي، أو بث إشارات، أو علامات، أو أشكال مرسومة، أو صور، أو أصوات، أو رسائل مختلفة التي يكون لها طابع المراسلة الخاصة[291]، وتحصي وزارة الإتصال إلى غاية نهاية 2016 حوالي 60 قناة خاصة منها خمسة فقط تعمل

---

[290]- مرجع سابق، الجريدة الرسمية، ص 14.

[291]- مادة 58 ،القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2012 ،قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في صفر عام 1433الموافق12 يناير سنة 2012 ،ص7.

بطريقة شرعية ومرخصة، وهي كل من الشروق،الجزائرية، دزاير تيفي، النهار، الهقار، وكلها قنوات تبث من الخارج دون خضوعها للقانون الجزائري، ولضبط المشهد الإعلامي سارعت الوزارة إلى إنشاء سلطة الضبط السمعي البصري في سنة 2014 خاصة مع انفلات الوضع الإعلامي وعدم احترام أخلاقيات المهنة من قبل القنوات الناشطة دون خضوعها للقانون الجزائري.

وبعد خمس سنوات من النشاط دون الخضوع للقانون الجزائري، أعطت الحكومة الضوء الأخضر لتأسيس سبع قنوات موضوعاتية في الجزائر تبث على القمر الصناعي "أوتيل سات"، بناء على قرار صادر بالجريدة الرسمية بتاريخ 28 سبتمبر 2017 في العدد 56 للسنة الرابعة والخمسون يحدد المواضيع المتعلقة بالبث التلفزيوني، غير أن وزارة الاتصال سرعان ماتراجعت على القرار بعد أسبوعين من صدوره، بعد الطلبات التي تلقتها من قبل مالكي القنوات الخاصة، حيث أن مفهوم القنوات الموضوعاتية الذي أتى به التشريع الجزائري سيقصي العديد من القنوات الناشطة من حق الحصول على ترخيص، وهو ما سيؤجل مرحلة عادة النظر في القنوات التلفزيونية وضبط المشهد الإعلامي في الجزائر، من قبل سلطة الضبط التي ستبقى عاجزة عن التدخل بطريقة صارمة في نشاط هذه القنوات باعتبارها تبث من الخارج .

3-2. واقع القيم الاجتماعية في القنوات الخاصة :

أظهرت تجربة الممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر خلال خمس سنوات من النشاط وحتى قبل الاعتماد الرسمي للقنوات الناشطة في المجال والتي تبث من الخارج وجود عدة تجاوزات لأخلاقيات المهنة، وكذا عدم احترام مبادئ قانون الإعلام لسنة 2012، وقانون السمعي البصري 2014، ما دفع بسلطة الضبط للتدخل عدة مرات لضبط الأمور ومطالبة مدراء القنوات بالالتزام بأخلاقيات المهنة والقوانين، وخاصة بالنسبة لمضامين البرامج التي تبث خلال شهر رمضان، باعتبار أن المشاهد الجزائري يتعرض أكثر للقنوات الجزائرية وبرامجها خلال هذا الشهر، وشكلت برامج الكاميرا الخفية التي تحرض على العنف، وتستهزأ بالكرامة الإنسانية، كما تمجد الإرهاب وتنشر أفكاره وتحوي مشاهد بعيدة عن المجتمع الجزائري وقيمه، محور لمراسلة تحذيرية وجهتها سلطة الضبط للقنوات التلفزيونية الخاصة قبيل شهر رمضان سنة 2017، وقد دعت السلطة في بيانها[292] كافة القنوات التلفزيونية إلى التحلي بقيم المجتمع الجزائري، والمرجعية الدينية الوطنية والالتزام بالمبادئ ذات المنفعة العامة في البرامج التي ستبثها خلال شهر رمضان، كما طالبت بتفادي بعض التجاوزات التي عادة ما تلاحظ وتسجل في مثل هذه الفترة، والتي ينبغي فيها التحفظ والتحلي بالقيم الروحية والمرجعية الدينية الوطنية وجعلها فوق كل الاعتبارات، وشددت على عدم الإساءة لكرامة الإنسان، مثلما يحدث في بعض لقطات الكاميرا الخفية و التي تحت

[292] _ بيان سلطة الضبط، تم نشره بموقع http://aljazair24.com، 18 مايو,2017، تاريخ الزيارة 21 نوفمبر 2017

غطاء التسلية، تحمل مشاهد العنف والخشونة وتسيء للأخلاق، مشيرة في هذا السياق إلى أن العديد من المواطنين قدموا شكاوى للسلطة ضد بعض القنوات التي صورتهم دون دراية منهم في صورة استهزائية، بعيدا عن كل روح فكاهية.

ونظرا للتجاوزات التي تم تسجيلها من قبل القنوات التي تبث برامج جزائرية وتخضع للقانون الأجنبي، فقد شكل هذا الموضوع هاجسا للحكومة والتي بمجرد تنصيب أعضاء سلطة ضبط السمعي البصري في 21 جوان 2016[293] ، أطلقت تحذيرات لمالكي القنوات وتوعدتهم بعقاب حازم في حال التورط في الترويج للعنف ونشر الفتنة والابتزاز وغيرها من الفعال التي لا تمت بصلة لقيم المجتمع الجزائري، وقد قال رئيس الوزراء الجزائري آنذاك عبد المالك سلال في خطابه بأن الحكومة ستتعهد بدعم الناشطين الذين سينخرطون في مجال السمعي البصري ، لكن ستحرص أيضا على فرض احترام القانون وحرية الإعلام والتعبير، موضحا أن القانون سيطبق بكل صرامة لحماية حقوق الصحافيين والفنيين، الذين يعملون حاليا في هذا المجال ولضمان احترام التشريع والتنظيم الساري، وللتدخل في حال المساس بالذاكرة الجماعية، أو المرجعية الدينية أو الهوية الوطنية، أو توازن المجتمع الجزائري.

وقال رئيس الوزراء إن التلفزيونات والإذاعات التي تقول إنها جزائرية، تقع عليها مسؤولية أخلاقية قبل أن تكون قانونية في الحفاظ على الوحدة الوطنية، وتماسك المجتمع ومكونات الهوية الوطنية[294]،كما أن السلطات تقول بأن غالبية الفضائيات ابتعدت عن الاحترافية وأخلاق مهنة الإعلام، وتعيب عليها استضافة أشخاص غير راضية عنهم، يحرضون حسبها، على العنف ، وقد أغلقت الحكومة قناة «الوطن» التي يملكها قيادي الحزب الإسلامي «حركة مجتمع السلم»، جعفر شلي، بسبب هجوم حاد شنه ضيفها مدني مزراق زعيم «الجيش الإسلامي للإنقاذ» المنحل على رئيس الجمهورية.

وفي السياق ذاته، أثبتت تجربة القنوات الخاصة في الجزائر عدم احترام مسؤوليها لقوانين الإعلام ولا ميثاق أخلاقيات المهنة وكذا احترام القيم الاجتماعية في عدد من البرامج والمضامين التي تبثها، وقد لاحظ المشاهدون الجزائريون ذلك وشرعوا في مقارنات بين هذه القنوات والتلفزيون الجزائري الحكومي، وحتى شنوا حملات على مواقع التواصل الاجتماعي ضد بعض هذه البرامج للمطالبة باحترام خصوصية المجتمع الجزائري، ومثال على ذلك حصة ماوراء الجدران التي تبثها قناة النهار، والتي تتعرض للطابوهات وللقضايا الحرجة في المجتمع بشكل خادش للحياء، وخاصة في قضية الخيانة الزوجية التي تم عرضها باستدعاء جميع الأطراف واعترفت الزوجة بخيانتها لزوجها أمام الملأ ودون تحفظات، كما شكلت قضية المسماة "فتيحة" التي وصفها زوجها بالعاهرة

[293] _ تحذير شديد اللهجة ضد فضائيات متهمة ببث العنف ونشر الفتنة، جريدة الشرق الأوسط، الثلاثاء - 16 شهر رمضان 1437 هـ - 21 يونيو 2016 ،ـ رقم العدد (13720)، موقع https://aawsat.com/home/article، تاريخ الزيارة، 25 نوفمبر 2017.

[294] _ نفس المرجع.

والتي اعترفت بممارستها الدعارة حديث الخاص والعام على وسائل التواصل الاجتماعي، بسبب الصراحة التي وصلت لحد الوقاحة في كشف أسرار الأسرة الجزائرية، واستباحة المحرمات بشكل مبتذل في طريقة لجلب أكثر عدد من المشاهدين وصناعة الجدل دون مراعاة لقيم المجتمع الجزائري وخصوصيته، وهذا البرنامج ماهو إلا عينة بسيطة على واقع القيم الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الخاصة، والتي ضربت بعرض الحائط كل أخلاقيات المهنة للترويج للفتنة من جهة وللعنف أحيانا وحتى لاستضافة دعاة الفتنة والسحرة والمشعوذين، ما دفع سلطة الضبط للتدخل عدة مرات لتحذير مالكي القنوات التلفزيونية من استضافة في برامجها أي داع حامل للفكر التكفيري ، سواء أكان جزائريا أو أجنبيا، وهو الأمر نفسه بالنسبة لجحافل الرقاة، والسحرة، والكهنة والدجالين والمشعوذين، والنصابين والمتنبئين، وتجار الأحلام وأشباه الحجامين والأطباء المزيفين، الذين يعرضون أنفسهم جميعا للوقوع يوما ما تحت طائلة القانون في حالة ما ثبتت في حقهم محاولة النصب والاحتيال[295].

التوصيات:

من خلال الاطلاع على مختلف القوانين الإعلامية في الجزائر وما تضمنته بخصوص موضوع القيم الاجتماعية ومقارنتها بالممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تم الخروج بعدة توصيات نذكر منها:

- مجال السمعي البصري في الجزائر لا يزال في بداية الطريق، وينبغي تكثيف الدراسات والأبحاث لدراسة ظاهرة القنوات الجزائرية الخاصة والإشكاليات التي طرحها الانفتاح المتأخر للسمعي البصري.
- توجد ثغرات في قانون الإعلام لسنة 2012، وحتى القانون الخاص بالسمعي البصري بخصوص المساءلة الاجتماعية والقانونية في حال تجاوز أخلاقيات المهنة من قبل القائمين بالإتصال في هذه القنوات باعتبار أن أغلبية القنوات المتواجدة في الساحة لم تخضع بعد للقانون الجزائري من حيث البث، كما أن وزارة الاتصال منحت الاعتماد فقط لخمس قنوات من مجمل 60 قناة تنشط في الساحة وهو اعتماد كمكاتب لقنوات أجنبية لا قنوات جزائرية خاصة .
- تجميد رخص الاعتماد الخاصة بالقنوات التلفزيونية من قبل وزارة الاتصال خلال2017، أخر الانطلاقة الفعلية للقنوات الجزائرية وصعب من مهمة ضبط القطاع، وهو مايستدعي ضبط الممارسات الإعلامية بشكل واضح وتدخل سلطة الضبط الجدي والفعلي بتجميد

[295] _-سلطة ضبط السمعي البصري تحدّد قواعد تناول الشأن الديني و تحذّر: التلفزيون ممنوع على التكفيريين و السحرة و تجار الأحلام، نشر بتاريخ: الاثنين، 16 جانفي 2017 http://www.vitaminedz.org، تاريخ الزيارة 25 نوفمبر 2017

الاعتماد وغلق مكاتب القنوات في حال المساس بالقيم الاجتماعية أو بث مضامين من شانها المساس بقيم المجتمع والتأثير عليها سلبا.

- ينبغي تفعيل الرقابة القبلية على المضامين الإعلامية والبرامج التلفزيونية التي تبثها القنوات التلفزيونية الخاصة لتجنب ما يحدث من بث لبرامج قد تسيء للمجتمع وقيمه ، باعتبار أن الرقابة البعدية التي تمارسها سلطة الضبط أثبتت قصورها في التحكم في الوضع، كما أن الرقابة القبلية لا تعني المساس بحرية الرأي والتعبير، وإنما هي وسيلة لضبط المعايير والقيم التي يجب أن تتبناها كل وسيلة إعلامية.

خاتمة:

تُقر مختلف التشريعات الإعلامية بأهم وظيفة لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون والمتمثلة في الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع والمساهمة في التنشئة الاجتماعية للأفراد، بالإضافة إلى الدور الفعال في الحفاظ على الهوية الوطنية والثقافية والاجتماعية لأي مجتمع ما، ومن هذا المنطلق ينبغي الالتفاف حول ميثاق أخلاقيات مهنة موحد وتطبقيه في أرض الواقع وخاصة بالنسبة للقنوات التلفزيونية الخاصة حديثة النشأة في الجزائر، والتي تنقصها الخبرة والكفاءة للرقي بالممارسة الإعلامية وينبغي أن تراجع مضامينها وبرامجها والتقيد بمضمون القوانين لتقديم خدمة عمومية وإعلامية تخدم المجتمع بعيدا عن الخطابات الايديلوجية والسياسية والتسويق الدعائي لنسب المشاهدة دون مراعاة لأخلاقيات وقيم المجتمع وهويته الثقافية والدينية.

وتجدر الإشارة إلى أن التلفزيون يعتبر من أقوى العوامل التي تدفع إلى التغيير الاجتماعي بما في ذلك تغير القيم بحكم كونها وسيلة جماهيرية ذات تأثير كبير، كما أن مجال السمعي البصري في الجزائر بحكم التأسيس المتأخر له لا يزال مجالا خصبا وفعالا في تغيير وتدعيم اتجهات الرأي العام نحو عديد القضايا ولاسيما تلك التي تتضمن رسائل لخلق وتغيير القيم الاجتماعية ، وهو مايستدعي تكثيف البحوث في هذا المجال لرصد وفهم الممارسات الإعلامية عبر القنوات الخاصة للوصول إلى نتائج وحلول لضبط هذا المجال بعيدا عن المساس بأخلاقيات المهنة.

قائمة المراجع:

الكتب:

1. ماجد الزيود (2006)، الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق، عمان .
2. ماجد زكي الجلاد(2007)، تعلم القيم وتعليمها، ط2، دار المسيرة ، الأردن.
3. عبد الله بوغازي(2010)، القيم التربوية: مقاربة نفسية، منشورات الحبر، الجزائر.
4. عبد الله عقلة مجلي الخزاعلة(2009)، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد، الأردن.

5. علي أحمد الجميل(1996)، القيم ومناهج التاريخ الإسلامي، عالم الكتب، القاهرة .
6. علي عبد الرزاق جبلي(1984)، دراسات في المجتمع والثقافة الشخصية، دار النهضة، لبنان.

المقالات:

1. عبد الجليل حسناوي(2016)، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية ، دراسة وصفية وتحليلية لعينة من قوانين الإعلام، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد27، الجزائر.
2. ياس خضير البياتي(2010)، المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة، الباحث الإعلامي، ع 8.

الرسائل والأطروحات:

1. دحمان زيرق(2012)، دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الاجتماعية للتلميذ دراسة ميدانية بمدينة الجلفة، مذكرة ماجستير غير منشورة تخصص علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة.
2. زين صباح(2015)، تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب الدراما التركية نموذجا، مذكرة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة الوادي.
3. كنزة حاج حامدري(2011)، دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية، دراسة إثنوغرافية على عينة من الريفيات الجزائريات، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.

الوثائق الرسمية:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون المتعلق بالإعلام 1982، العدد6، تاريخ 6فيفري 1982.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، العدد14، تاريخ 3 أفريل 1990،
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون عضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام، العدد2، الأحد 15 جانفي 2012.
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون 14-04 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، العدد16، 23 مارس 2014.

المواقع الالكترونية:

1. رفيق وحيد، الترخيص بتأسيس سبع قنوات موضوعاتية، جريدة الخبر يوم 17 أكتوبر 2017، موقع http://www.elkhabar.co m
2. بيان سلطة الضبط، تم نشره بموقع http://aljazair24.com، 18 ماي 2017.
3. تحذير شديد اللهجة ضد فضائيات متهمة ببث العنف ونشر الفتنة، جريدة الشرق الأوسط، الثلاثاء – 16 شهر رمضان 1437 هـ – 21 يونيو 2016، رقم العدد (13720)، موقع https://aawsat.com/home/article
4. .سلطة ضبط السمعي البصري تحدّد قواعد تناول الشأن الديني و تحذّر: التلفزيون ممنوع على التكفيريين والسحرة و تجار الأحلام، نشر بتاريخ: الاثنين، 16 جانفي 2017 http://www.vitaminedz.org.

الفضاء العمومي والحيز السيبراني، المسارات السوسيو–تقنية للاستيعاب والتشظي

The Public Sphere and Cyberspace, Socio-technical Trajectories of Inclusion and Fragmentation

د. بلقاسم أمين بن عمرة

–Eciad – مخبر دراسات الاعلام والتواصل –

جامعة عبد الحميد بن باديس– مستغانم– الجزائر

المستخلص:

استهدفت الدراسة الحالية رسم المسالك الأساسية لإشكالية مدى قدرة الفضاءات السيبرانية الجديدة على احتضان الفضاء العمومي بالمفهوم الكلاسيكي الهابرماسي الذي تقوم شروطه على النقاش العقلاني و الاحتكام للمساطير الحجاجية والحقوق التواصلية المتساوية للفاعلين الاجتماعيين. وسَعت الدراسة إلى إيجاد صيغة تفاوضية من التوافق الابستيمولوجي والنظري، مُجاوزة بذلك التبسيطات الضَيّقة التي حاولت تفسير تأثير الوسائط الاتصالية الجديدة على مفهوم الفضاء العمومي في ظل أفقين نظريين اختزاليين وجَبريين، الأول احتفائي بالمخرجات التقنية، والثاني مُتوجّس من المعطى التكنولوجي. كما حاولت الدراسة رَصد المسارات السوسيو–تقنية المُركبة التي تؤثث منوالات استيلاد الفضاء العمومي داخل تضاريس الحيز الافتراضي.

الكلمات الدالة: الفضاء العمومي، الحيز السيبراني، هابرماس، المسارات السوسيو–تقنية

Abstract

The present study aimed at tracing the essential problematic dimensions of the cyberspace's capacity to embrace the emergence of the Habermassian public sphere, which fundamentally requires rational discussion, the consideration of constitutive rules of argumentation and equal communication rights for social actors.Furthermore the study tried systematically to find a form of epistemological and theoritical coherence, and to go beyond narrow simplifications, that tried to explain the impact of new media on the concept of public space in the light of two static and fatalist theoretical horizons, were the first is utopian, and the second is techno-pessimist. Additionally, the study attempted to capture the concrete complex socio-technical trajectories that accompany the contexts of the emergence of public sphere within the virtual space.

Keywords: Public Sphere, Cyberspace, Habermas, Socio-technical Trajectories.

استهلال:

يَتمَيز النقاش النظري الدائر حول الفضاء العمومي **(public sphere)** والذي تزامن مع بروز الوسائط الاتصالية الجديدة بكونه إشكالية بنيوية مُتزايدة التعقد[296]. و قد نحتت هذه الإشكالية لنفسها موطئ قدم ثابت داخل الأجندات البحثية في مختلف حقول المعرفة الاجتماعية، والتي وَظفت مُختَلف آليات وشروط التفكير الابستيمولوجي و النظري من أجل فهم تقاطعات الإنترنت ومفهوم الفضاء العمومي في سياقاتها المترابطة، ومحاولة استبصار مختلف رهاناتها[297].

فمنذ لحظة ولوج الإنترنت إلى حيز الاهتمام الأكاديمي الفعلي في حقبة التسعينيات، انبلج حراك ابستيمولوجي ونظري محموم اتخذ اتجاهين أساسين، اتجاه المُحتفيين بالتكنولوجيا **(techno-optimist)**، والذي تَمثّل الوسائط الاتصالية الجديدة كميكانيزمات تتوفر على قدرات تحريرية وإمكانات دمقرطة جوهرية **(democratizing capabilities)**، وسلّط الضَوء على دورها في زيادة أشكال التعاضد الجمعي والالتزام الفردي بصيرورات الديمقراطية ورَفد الكَثافات الاجتماعية وتَوسيع الولوج المُنصف والمُتساوي للفضاء العمومي. والاتجاه المُتوجّس **(techno-pessimist)** الذي شَكَّكَ في مُخرَجات الوسائط الاتصالية الجديدة ورأى بأنها سَتُكيّف نفسها مع إكراهات الراهنية الحالية وظروفها المهترئة وممارساتها التقليدية، بدلا من أن تَخلق ظروفا وممارسات أفضل، وأن كل ما سينجّر عنها من تحولات ستكون فيها الغلبة بكَيفية جَبرية لتناقضات الواقع السائد **(status quo)** وأعطابه الوظيفية.

واستحضارا لهذه الإشكالية، تَبدو الحاجة ضرورية للبحث عن مخارج نظرية واسطية و مُتزّنة تنخرط في فَهم التحولات التي أنتجتها الوسائط الاتصالية الجديدة على المفاهيم السياسية والاجتماعية المرجعية و على رأسها مفهوم الفضاء العمومي بعيدا عن منطق الاختزالية و التبسيط، وسعيا لاستيلاد أفق معرفي يُوسّع حُزمة مفاهيمنا و تَصوراتنا حول الدور الفعلي لهاته الوسائط الجديدة.

ضمن هذا السياق، تُحاول الدراسة إيجاد نقطة انطلاق صلبة بغية الاقتراب من إشكالية التأثير الفعلي للوسيط الشبكي الجديد على الفضاء العمومي ومعرفة ماذا إذا كان الفضاء السيبراني سينتهي بالضرورة إلى استنبات فضاء عمومي افتراضي موازي أو أنه يشكل رافد لتوسيع الفضاء العمومي الكلاسيكي أم أنه سيعمل على انكماشه وتشظيه البنيوي.

---

[296] Boeder, Pieter. Habermas' heritage: The future of the public sphere in the network society. First Monday, Vol.10.N.09.2005 from :
Accessed 21/04/2017http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1280/1200

[297] Dahlgren, Peter.The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. Political Communication.Taylor & Francis Inc.22.2005.pp.147-162.

I- الفضاء العمومي المجالي، الشروط الموضوعية وإمكانات التجسيد:

سَاهم ظهور الترجمة الإنجليزية لكتاب السوسيولوجي والفيلسوف النقدي الألماني يورغن هابرماس **(Jürgen Habermas)** والمعنون بـ التحول البنيوي للفضاء العمومي **(Structural Transformation of the Public Sphere)** في إعادة إحياء النقاشات المعرفية حول مفهوم الفضاء العمومي **(public sphere)** و نقله إلى حيّز المفاهيم الأكثر تداولا داخل الأدبيات السوسيولوجية الراهنة [298]. و قد حاول هابرماس **(Habermas)** من خلال مُؤَلفه المذكور تقديم سَبر نظري و معياري متكامل للفضاء العمومي البورجوازي و الصيرورات السوسيوتاريخية التي أنتجته، مرتكزا في ذلك على تصور بنيوي يَتمثّل الفضاء العمومي كنتيجة ارتباطية و كمخرج لا ينفصل عضويا عن السيرورة الثقافية و الاجتماعية التي أفرزته[299].

ويَتبنى هابرماس **(Habermas)** مقاربة نيو-كانطية **(neo-Kantian)** تُركزّ بشكل حيوي على العقلانية كمفعّل ومولّد **(generator)** لا ينضّب للإنعتاق المجتمعي**(social emancipation)**، إذ أنه يَعتبر الفضاء العمومي في المقام الأول كمضمار حاضن للفاعلين الاجتماعيين الذي يدخلون في نقاشات قاصدة ومُؤَطَرة بالقواعد المعيارية التي تفرضها العقلانية التواصلية، حيث يقومون بتبادل الآطاريح والرؤى حول الشؤون العمومية بغية تحقيق الصالح العام، وينتج عن هذه العملية في المحصلة الرأي العام الشرعي والممثل لكافة المكونات المجتمعية. وبذلك يلعب الفضاء العمومي دور جوهريا في توفير مساحات مجالية لعمليات النقاش والتداول وتبادل الآراء التي تهدف إلى البناء الديمقراطي للمجتمع **(democratic construction of society)**[300].

ويرى هابرماس الفضاء العمومي في مستواه الجوهري كحقل توسطي و كمساحة مشّيدة بكيفية بينذاتوية **(intersubjectively)**، و بوساطة صيرورات لغوية و خطابية من قبل فاعلين اجتماعيين ملتزمين[301]. فبوساطة الأفعال الكلامية والخطابية ينتج الفضاء العمومي مواقف و آراء تسهم في مناقشة الشؤون العامة وفقا للتراضي والتوافق المجتمعي، وفي الظروف المثالية يعد

[298] Schneider, S.Expanding the Public Sphere Through Computer-Mediated Communication: Political Discussion about Abortion in a Usenet Newsgroup. Unpublished PhD dissertation. Massachusetts Institute of Technology.1997.p.17.
[299] Thompson, John B.The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford: Stanford University Press.1995.p.71.
[300] Susen, S. Critical Notes on Habermas's Theory of the Public Sphere. Sociological Analysis, 5(1).2011.pp. 37-62.
[301] Susen, S.*Ibid*.p.57.

الفضاء العمومي مصدرا شرعيا لإنتاج الرأي العام الضروري و المطلوب لإعطاء خاصية الشرعية للسلطة في أي ديمقراطية صحية[302].

ويُمثل مفهوم الفضاء العمومي من الناحية الإبستيمولوجية نقطة التحام لجملة من المفاهيم المتشابكة و المتعالقة، والتي لا يمكن فصّلها بأي حال من الاحوال عن الفضاء العمومي، وهي العقلانية التواصلية والديمقراطية التداولية، إذ أنها تمثل مفاهيم نظرية كبرى متقاطعة في صلب المفهوم.[303]

ويُشير الباحث توبلر **(Tobler)** إلى أن الفضاء العمومي يُعد بمثابة الميكانيزم العمومي الذي يتموسط بين المجتمع وبين نُظمه السياسية و القرارية و التنفيذية، كما أنه آلية عمومية عاكسة للإدارة الجماعية. و تتمفصل صفة العمومية **(publicness)** في وجهين ،الوجه الأول أن يكون النقاش يخاطب اهتمامات الجمهور العام **(public)** و يُلامس أهم مفاصل الشؤون العمومية ، والوجه الثاني أن يتمظهر الفضاء العمومي داخل الحيز الاجتماعي الواسع، ويكون مفتوح وغير إقصائي ومتاح البلوغ من دون اكراهات أو عوائق بنيوية[304].

كما أن هذه الفضاءات تأخذ صفة العمومية لأنها تخاطب حاجات ومطالب الجمهور العام بكليته وشموليته، ولا تنحصر أو تقتصر على جماعات فئوية ومخصوصة بعينها، وبالتالي يغدو الإشهار العمومي **(publicness)** بمثابة شرط مسبق **(pre-condition)** لانبلاج الفضاء العمومي.

وفي تحليله السوسيو–استوغرافي لظاهرة الفضاء العمومي ، أشار **(Habermas)** الى ما اصطلح عليه ب "المعايير المؤسسية" **(institutional criteria)** كشروط مسبقة لظهور الفضاء العمومي، فالفضاءات النقاشية ، كالمقاهي الانجليزية، والصالونات الادبية الفرنسية و طاولات النقاش المستديرة في ألمانيا **(Tischgesellschaften)**، قد اختلفت من حيث مستوياتها وسياقاتها السوسيو–تاريخية ومكوناتها الاجتماعية، ونسق اشتغالها، والمناخ النقاشي السائد فيها، ومحاور ومواضيع التداول، ولكن جميعها اشتركت في عدد من الشروط المعيارية **(normative conditions)** على رأسها تجاوز المكانة الاجتماعية **(disregard of status)** للأفراد المتحاورين، والتركيز على التداول حول الشؤون والشواغل المشتركة **(common concern)**، والاستناد إلى المبادئ العقلانية في الحجاج والانماط التفاوضية في تسوية الاختلافات او التصادمات.

---

[302] Rutherford, Paul. Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods.Toronto: University of Toronto Press, 2000.p.18.

[303] Dahlgren Peter.Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy.New York: Cambride University Press. 2009.p.05.

[304] Bohman, James.Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. 2004. pp131-155, in 'After Habermas: New perspectives on the public sphere', ed. Crossley, N. & Roberts, J.M.Oxford.Blackwell Publishing.

ويرى **(Rutherford)** أن الاشتغال الوظيفي للفضاء العمومي يتوقف على مدى النفاذ والمشاركة من قبل الأفراد، ودرجة الاستقلالية عن النفوذ الاقتصادي والمصالح الخاصة والضواغط والإكراهات الرسمية او غير الرسمية، فالاستقلالية تعتبر شرطا لكل ممارسة نقدية، وكذا رفض أي شكل من أشكال الهرمية والتراتبيات، ووجود منظومة تشريعية قانونية متينة وفعالة، إضافة إلى فعالية المشاركة من حيث مدى الالتزام بأخلاقيات النقاش والاحتكام إلى العقل والمنطق والحجة الصائبة[305].

واستلهم هابرماس من معايير المنطق الحجاجي **(rules of reason)** التي وضعها **Alex (Robert)** في رسم مُستويات الفضاء العمومي التواصلية و الخطابية، و وَظفّها في بلورة تصور نظري لكيفيات اشتغال الفضاء العمومي ، وأطلق عليه مصطلح وضعية الخطاب المثالي **(ideal speech situation)** أو **(ISS)** اختصارا، والذي يَشمل ما يلي[306]:

– كل فرد يتمتع بالكفاءة التواصلية والقدرة على الفهم والتداول له الحق في المشاركة في المطارحة و النقاش.

– يحق لكل فرد أن يسائل صحة أية أطروحة ومعقوليتها .

– يحق لأي فرد إدخال أي أطروحة جديدة و الإدلاء بحجته .

– يحق لكل فرد الإعلان عن مواقفه ومطالبه وتصوراته .

– لا يُمنع أي متحاور، بموجب إكراه داخلي أو خارجي ،من ممارسة حقوقه التواصلية.

ضمن نفس المسلك، يؤكد الباحث **(Nishat Kazi)** أن الفضاء العمومي هو حيز اجتماع يتداول الأفراد بداخله ويدلون بآرائهم وحججهم، ويشيد على أساس الالتزام غير المشروط بالحرية وبالمساواة في التفاعل الخطابي، هذا الأخير الذي يأخذ شكل حوارات ونقاشات، وأي إقصاء من أي صنف، يهدد الفضاء العمومي في وجوده . ويرى الباحث بوهمان **(Bohman)** أنه حيثما وجد مواطنين معنيين بالشأن العام ومنخرطين في حوار عمومي مفتوح وشفاف ،يحترم أصول التواصل العمومي ومستلزماته الخطابية والحجاجية، فإن الفضاء العمومي سيتشكل بكيفية سلسلة وتلقائية[307].

بينما تشير الباحثة **(Stéphanie Wojcik)** إلى أن الفضاء العمومي يتشكل من توازي البحث عن المصلحة العامة مع الممارسات الخطابية والتداولية العقلانية النقدية بين الأفراد المستقلين، كما ترى أن التداول العمومي بالمفهوم الهابرماسي يتكأ على أربعة شروط[308]: أولها استقلالية

---

[305] Rutherford, Paul.*Ibid*.p.21.

[306] Habermas,Jurgen. Discourse Ethics: Notes on a Program of Philosophical Justification.Moral Consciousness and Communicative Action.Trans.Christian Lenhart and Shierry Weber Nicholson. Cambridge: MIT Press.1990.pp. 43-115.

[307] Bohman James.*Ibid*.

[308] Wojcik, Stéphanie. Le débat en ligne à l'échelle municipale : une dépolitisation sous contrainte ? In Les partis politiques à l'épreuve des procédures délibératives. Rémi Lefebvre et Antoine Roger (dir.). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.2009.p p. 69-85.

المنخرطين في التداول عن أية مصالح اقتصادية أو سياسوية أو إيديولوجية. وثانيها المساواة التامة بين المتداولين ودون اعتبار للمكانة الاجتماعية، و ثالثها ضرورة الاستناد إلى خطاب عقلاني يشيّد على أساس تبادل الحجج المؤسسة على المنطق، ورابعها غائية الوصول إلى الإجماع و التوافق.

وبناء على التصورات المعيارية التي طرحناها حول مفهوم الفضاء العمومي وممكنات اشتغاله، يتبين لنا أن هناك شروطا ضرورية حتى ينعقد وجود هذا المفهوم، إذ أن تحققّ الفضاء العمومي مرتبط بوجود الالتزام الغير مشروط بالمساواة الكاملة بين الأفراد وحريتهم الخطابية في الإدلاء بالآراء والأطروحات المختلفة، وخضوع النقاش لمتطلبات المنطق والحجاج واستشراطات العقلانية التواصلية، وكذا الاستجابة لقضايا الجمهور العام، إضافة لوجود الثقافة المجتمعية الحاضنة له والروافد السياسية والقانونية والتشريعية التي تستوعب الفضاء العمومي وتضمن استمرارية ديناميّاته.

ووَجبت الإشارة إلى أن التصور النظري الهابرماسي للفضاء العمومي قد تعرض لمسار نقدي متنوع ومتعدد الاختصاصات، لكن في تقديرنا تنوع وتباين وتعدد الانتقادات الموجهة لهذا التصور النظري، إنما هو مؤشر على مدى تأثيره و سعة انتشاره و تغلغله داخل مختلف الأدبيات النظرية والتقاطعات المعرفية، فالانتقادات المتعددة ينبغي أن لا تُفسر بشكل مَبتور على أنها مؤشر على ضعف التصور الهابرماسي الابستيمولوجي، بل ينبغي لنا أن ندرك أن هابرماس **(Habermas)** قدم تصورات دالة ومفيدة في فهم ظاهرة الفضاء العمومي و سيرورة تحولها وتهيكلها[309]. حتى أنه من العسير التطرق لموضوع الفضاء العمومي دون استلهام أو استحضار تصورات هابرماس النظرية و تفسيراته لفهم الفضاء العمومي وصيروراته و تحولاتها البنيوية.

II- الفضاءات السيبرانية كبيئة تمكينية لإنبلاج فضاء عمومي افتراضي:

من المُؤكد أن الترتيبات التي أحدثتها وسائط الاعلام قد حولّت مفهومنا عن الفضاء العمومي من مجال فيزيقي مكاني**(spatial space)** إلى مجال وسائطي**(mediatic space)**، تَتداخل في تركيبته جملة من المعطيات التكنولوجية و السوسيو-تقنية . غير أن الناظر لوسائط الإعلام الكلاسيكية سَيُدرك في واقع الأمرأنها تُعد الدعامة الرئيسية للفضاء العمومي المُهيمن في جُلّ المجتمعات ، إذ أنها تَفرض خطابها و أجندتها الخاصة و لا تتيح المساحات التواصلية التي تعكس الحركية الاجتماعية. فالفضاء التقليدي الذي تُشكله وسائط الاعلام هو فضاء سلطوي يَحرم الأفراد

[309] Susen, Simon. Critical Notes on Habermas's Theory of the Public Sphere. Sociological Analysis,vol.5.N.01.2011. pp. 37-62.

من مشروعية الحضور (**legitimacy of visibility**) ولا يُوفر لهم مَنفذا للتداول والتبادل الحر والنقدي للآراء والاطروحات حول المسائل التي تلامس واقعهم اليومي [310].

وضمن ذات الطرح، تَعمل وسائط الإعلام الكلاسيكية كحامل اتصالي ورمزي لصالح النظام السياسي القائم والفئة المالكة أو المموّلة لها، فهي تخضع للديناميات التجارية (**commercial dynamisms**) ومنطق السوق (**market logic**)، كما أن حريتها في رسم سياساتها الإعلامية محددة وفقا لأجندات مسبقة، وبالتالي فإن وسائط الإعلام تُدّعم الأطراف المهيمنة بشكل أساسي وتعيد إنتاج خطاب وتصورات مختلف الفاعلين السياسيين والاقتصاديين، إضافة لذلك، فهي تتبنى نموذجا إتصاليا أحادي الاتجاه (**one-to-many communication**) وغير تفاعلي، بخلاف الإنترنت وتطبيقاتها الجديدة والتي تتيح نمطا إتصاليا مرنا وتفاعليا ومحدود الكلفة وخارق للحدود (**trans-boundary**) من المجموع إلى المجموع ومن الواحد إلى الواحد ومن المجموع إلى الواحد[311].

وفي هذا السياق، يرى الباحث (**Terje Rasmussen**) أن وسائط الإعلام الكلاسيكية بخصائصها اللاتفاعلية والسلبية ونمطها الإتصالي والأحادية في الطرح تخنق الفضاء العمومي الذي يقوم على خاصية الانفتاح ومبدأ التشارك، أما الأنساق التواصلية الإنترنيتية من قبيل المنتديات (**forums**) والويكي (**wikis**) والمدونات (**blogs**) ومواقع الشبكات الاجتماعية (**social networking sites**)، فإنها تؤسس لنوع جديد من التنوع والتفاعلية الفائقة والتعدد في المضامين[312]. فبعكس الوسائط الكلاسيكية، تَلعب الوسائط الاتصالية الجديدة دورا جوهريا في تسهيل واحتضان الحوارت النقدية والإشهار العمومي العقلاني، وإتاحته للأفراد أكثر من ذي قبل[313].

كما أن الطابع المخصوص للتفاعل الشبكي الذي تُوفرّه الإنترنت خلق إمكانيات لا يمكن إغفالها لاستنبات فضاء عمومي تشاركي، وتوفير حيّز اجتماعي نقاشي يستضيف تشكيل الارادة العامة. فالفضاء العمومي الهابرماسي يَشهد صيرورة ولادة جديدة داخل رحم الفضاء السيبرنيطيقي، والذي يُعد بمثابة حيزّ آمن من أشكال التضليل والهيمنة والاتصال المُشوّه، وداخل هذا الفضاء يمكن المجتمع الراهن إعادة صياغة العقد الاجتماعي (**social contarct**) بالمفهوم الروسوي (**Reaussain**) في شكله المثالي[314].

---

[310] Zhang, Weiyu.Constructing and disseminating subaltern public discourses in China. Javnost-The Public,vol.13.N.02.2006.p.43.

[311] Di Gennaro, C., & Dutton, W. The Internet and the public: Online and offline political participation in the United Kingdom. Parliamentary Affairs, 59(2).2006.pp.299-313.

[312] Rasmussen, Terje. The Internet and differentiation in the political public sphere. Nordicom Review.29(2).2008.pp.73- 84.

[313] Shirky, Clay.The political power of social media.Foreign Affairs.vol. 90, Issue 1.2011. p28-41.

[314] Castells, Manuel .Communication Power. Oxford.Oxford University Press.2009.p.68.

ويرى الباحث **(John Thomson)** أنه ينبغي علينا إعادة النظر في مفهوم العمومية **(publicness)** في ظل التطور التقني الحاصل على مستوى الوسائط الاتصالية وتجاوز مدلولها الكلاسيكي، حيث أصبح الأفراد يتفاعلون خارج أطر الزمان والمكان والجغرافيات الفيزيائية للعالم الاجتماعي[315]. والحقيقة أن النقاشات الافتراضية دمقرطت وأتاحت سبل الإشهار العمومي، وخلقت ديناميكية غير معهودة وأدت إلى تناسل النقاشات في العالم الواقعي ورفعت من نسبة الوعي وإطلاع الأفراد على ما يجري، كما أن التداول العمومي والنقاش العقلاني لا يشترطان الاتصال المواجهي والحضور الفيزيائي. حيث يرى **(Poster)** أن زمن التفاعل المواجهي قد انحصر ،وأنه قد آن للفعل الديمقراطي أن يتمأسس على أشكال حداثية من الاتصال السيبرنيطيقي[316]. كما توصل الباحثان **(Coleman & Gøtze)** إلى أن المنصات الافتراضية تملك القدرة على خلق الالتزام وتوليد النقاشات العقلانية ذات البعد النقدي حول قضايا الشأن العام[317].

ويرى الباحث **(Éric George)** أن الفضاء السيبراني يمتلك نفس خواص وتضاريس ساحة الأغورا الأثينية **(Agora)**، بل ويفضلها بميزاته التكنولوجية ، فالإنترنت قد قَوضّت الحيز الفيزيقي لساحة الأغورا، وتحولت إلى ساحة كونية افتراضية، وإذا كانت الأغورا الكلاسيكية تقوم على التماكن الديمقراطي **(democratic spatiality)** الذي يشترط الحضور الجسدي الفيزيقي للأفراد في المساحات المكانية، فإن الفضاء السيبرنيطيقي الجديد قد أعاد تشكيل مفاهيم المكان والزمان والحضور الفيزيقي بطريقة جذرية، كما أن هذا الفضاء الشبكي يحمل اليوم على عاتقه وعود تحقيق الفضاء العمومي بالمفهوم الهابرماسي على الخط **(online)**، وتقوم الأغورا الإفتراضية فائقة الحداثة على الحضور والتفاعل الشبكيين وتبني على أساس الفيزياء الرقمية[318].

فبسب بنيتها الأفقية وإنفتاحيتها وطبيعتها الودية وسهولة النفاذ إليها والتشارك في صُنع محتوياتها، والمرونة في توزيع وتبادل واستهلاك المضامين داخل فضاءاتها، تُعد الإنترنت حاملا مثاليا يشي بتوسيع الفضاء العمومي والاسهام في استيعاب كل المكونات المجتمعية دون تمييز أو اقصاء[319]. فالوسائط الجديدة وفرّت دون شك قنوات وسائطية وتفاعلية لعمليات الحوار والنقاش وتبادل الآراء والمعلومات[320].

---

[315] Thomson,John.*Ibid*.p.75.
[316] Poster, Mark. Cyberdemocracy: internet and the public sphere .In J. GripsrudH. Moe & A. Molander (Eds.), The public sphere (Vol. 4, pp. IV3-IV3). London: SAGE Publications Ltd.2011.
[317] Coleman Stephen & Gøtze John.Bowling Together: Online Public Engagement in Policy Deliberation. London: Hansard Society.2001.
[318] George, Éric .Quelles perspectives critiques pour aborder les TIC ? Tic&société [En ligne], Vol. 8, N° 1-2 | 1er semestre 2014.Mis en ligne le 31 mai 2014, consulté le 05 mars 2017. URL : http://journals.openedition.org/ticetsociete/1365
[319] Brants, Kees.**Guest editors' introduction: the Internet and the public sphere**. Political Communication 22(2).2005.p.144.
[320] Roberts, J. M.& Crossley, N.Introduction.The Sociological Review, 52:.2004.pp.1–27.

ويذهب الباحث (**Rasmussen**)[321] إلى التفريق بين نمطين من الفضاءات العمومية ،الأول تَمَثُّلي(**presentational**) ويَتميز بالإختلاف واللاتجانس(**heterogeneity**) في الموضوعات والأساليب والأنواع والفاعلين في الفضاء العمومي، ويعكس ثقافة المعيش اليومي للأفراد، وقد تواجد هذا البعد في التفاعلات الاجتماعية اليومية والحميمية للأفراد ،قبل أن يتوسع بفضل الاتصال الرقمي ويصبح أكثر عمومية وأكثر انتشارا، ويعد هذا البعد طابعا أساسيا مميزا للفضاءات العمومية الشبكية، وقد أضفى عليها تنوعا أكبر ومساحة أكثر تحررا واستيعابا لمطالب وحاجات الأفراد، حيث نلاحظ تنوعا في الأجندة النقاشية والتداولية (الرياضة ،القضايا الاجتماعية، الفنون ...إلخ) .

والثاني تَمثيلي (**representational**) وهو الفضاء التداولي الذي يتسم بالعقلانية النقدية، ويخضع للأجندة العمومية، ويكون انعكاسا لأولويات النخب السياسية والاجتماعية ويتميز بالتماثل (**homogeneity**) وبطابعه السياسوي. غير أننا نلمس أن المعطيات التكنولوجية الحالية عززت من حضور البعد الأول، ويبقى كلا البعدين ضروريا الحضور لخدمة وبلوغ الديمقراطية، كما أن الفضاءات العمومية الأكثر تنوعا ونشاط هي التي تدمج بين البعدين بطريقة ديناميكية .

ويَعتبر(**Kobayashi**) و زملائه أن الاستخدام الجماعي لشبكة الانترنت ، يُعضّد من مستوى المشاركة الاجتماعية في العالم الواقعي (**offline**) ويُسهم في رفع حس الأفراد السياسي والاجتماعي[322]. وضمن هذا التوجه، يشير كل من الباحثين (**Michael Margolis & David Resnick**) إلى أن الإنترنت سهلت وكرست نمطا جديدا من الديمقراطية والفعل السياسي والفاعلين الجدد (**new actors**) الذين يتمثلون في المواطنين العاديين، وهي بذلك خلقت ميكانيزما جديدا يختلف عن الميكانيزمات السياسية التقليدية كالإنتخابات والتصويت ونظام التمثيل البرلماني والأحزاب السياسية[323].

وبالتالي ساهمت مُجمل التحولات الهيكلية للفضاء العمومي في ظل الميديا الجديدة في رفد وإنعاش التداول العمومي (**public deliberation**) وتوسيع حيزّ المشاركين فيه وتفعيل أدوارهم، فالفضاء العمومي الذي إستنبتته الإنترنت أسهم في تسليك منوالات التواصل السياسي.

كما أن الوسائط التواصلية الجديدة تُعد الوسائط المثلى لرفد الفعل السياسي والديمقراطي، إذ أنها تُبشّر بخطاب إلكتروني جديد (**new electronic discourse**) يَستبّطن الديمقراطية و يُوفرّ

[321] Rasmussen, Terje. The Internet and differentiation in the political public sphere. Nordicom Review.29(2).2008.pp.73- 84.
[322] Kobayashi, T., Ikeda, K. I., & Miyata, K.Social capital online: Collective use of the internet and reciprocity as lubricants of democracy. Information, Communication & Society, (9).2006.pp.582-611.
[323] Michael Margolis & David Resnick. Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution. Thousand Oaks, CA: Sage.2000.p.17.

فُرص المشاركة الاجتماعية و السياسية في أوسع نطاقها، وقد أفرزّت بالفعل مناخا وظروفا مغايرة لتلك التي سادت في ظل الميديا الكلاسيكية (**mainstream media**)، فهي تحتضن نشاط الحركات الاجتماعية ، وكذا النقاشات والحوارات الافتراضية ، وتُتيح التفاعل المباشر مع صناع القرار، وتسمح ببروز تواصل اجتماعي أكثر ترابطا و دمقرطة، كما تُعد مَنصةً للإنتاج الجماعي للمضامين (**collective platform of content generation**).

فالفضاءات السيبرانية تُوفر الكثير من الآليات التفاعلية لإذكاء النقاشات العمومية وتعزيز مشاركة الجمهور العام على الخوض فيها بطريقة فاعلة، كما أنها تُوفر إمكانات التعليق والتدوين والكتابة والنقد والتعبير، وتُعد هذه الفضاءات المضمار الوحيد الذي يفرض إكراهات أقل في الوصول إليه، فالولوج إلى هذا الفضاء العمومي الجديد هو أكثرا يسرا وتكلفة من الفضاءات العمومية التي تسهم وسائط الإعلام الكلاسيكية في انبلاج ديناميا تها.

ضمن نفس المنحى، يرى كل من (**Kahn & Kellner**) أن الإنترنت قوة تاريخية بالغة القوة وأنها أحد مفاتيح صياغة الحقبة الحالية على المستويات الثقافية والسياسية[324]. فالوسيط الشبكي الجديد غَيّر معادلة الهيمنة وعلاقات القوة (**power relations**) والنفوذ داخل المجتمعات الراهنة وخلق نظاما اجتماعيا وثقافيا مرنا وأفقيا[325]. فبفضل خاصية الإنفتاح (**openness**) و سهولة الولوج (**accessibility**) خفت حدّة تحكم وهيمنة مراكز الاوليغارشية التقليدية في السيطرة المعلوماتية (**informational control**) والإيديولوجية و الهوياتية على المجتمع[326].

ومن دون شك، فإن الإنترنت تعد بمثابة عامل وديناميا تحرير (**emancipator factor**) للمواطنين من هيمنة الدولة والنظام السياسي ومنطق السوق[327]. فالإنترنت منظومة متحررة كليا من هيمنة الدول و النظم السياسية و تدخل أجهزتها وكذا مُتحررة من وسائط الإعلام التقليدية و هذا ما يتيح للمواطنين الولوج للمعلومات التي يبتغيها دون وساطة و بكيفية أكثر فعالية[328].

[324] Kahn Richard & Kellner Douglas.New Media and Internet Activism: From the “Battle of Seattle” to Blogging. New Media and Society 6, no. 1.2004.pp.87–95.
[325] Castells, Manuel.La Galaxia Internet. Reflexiones sobre empresa, sociedad e Internet.Barcelona: Plaza & Janés.2001.p.20.
[326] Dahlgren, Peter.Media and political engagement. Cambridge:Cambridge University Press.2009.p.313.
[327] Morris, D & Delafon, G. Vote.com ou comment internet va révolutionner la politique.Mesnil-sur-l’Estrée: Ed. Plon.2002.
[328] Bimber, Bruce. Toward an empirical map of political participation on the Internet. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association,Boston.1998.

ويرى الباحث (**Shirky**) أن المشهد الاجتماعي الراهن مطبوع بكثافة اتصالية و ميديائية متزايدة، كما أن الأفراد يصلون إلى المعلومات و يَتداولونها بسرعة و كفاءة غير مسبوقة ،هذه العوامل يسرت سبل الالتزام والمشاركة العامة وحسنت من قدرة الأفراد على التحرك و الفعل جماعيا[329].

وضمن ذات المسلك، يتفق الكثير من الباحثين على أن تكاثر و تناسل المواقع الإلكترونية والمنصات الافتراضية يشكل الأمل الأفضل (**the best hope**) في حقبتنا الراهنة لإعادة إحياء النواة البنيوية الأساسية للديناميات السوسيوسياسة في المجتمعات[330]. حيث أن السوسيولوجي الفرنسي (**Lévy**) قد ذهب إلى حد التنبؤ بإنهيار الدكتاتوريات في العالم وإستنبات ماسماه الديمقراطية السيبرانية (**cyberdemocracy**)، فهو يرى أن مصير الديمقراطية ومصير الإنترنت مترابطان بشكل وثيق، ذلك أن كلاهما يحوي على ما هو جوهري للمجتمعات الإنسانية ، التحرر (**emancipation**) وقوة الذكاء الجمعي (**power of collective intelligence**)[331].

فالفضاء الافتراضي الجديد يعد بمثابة قوة دافعة للدمقرطة، و هي لا تساعد فقط على انتشار وتعضيد نمط الديمقراطية التشاركية (**participatory democracy**) و لكنها تؤسس لعهد جديد هو عهد الديمقراطية الأثينية (**Athenian democracy**)[332].

في سياق اخر، سنحّت فضاءات الميديا الجديدة للأفراد بإسماع أصواتهم دون وسيط، ومَكنَتهم من الانخراط في الحراك الإلكتروني، وحملات الرفض والاحتجاج و تبادل الآراء والنقاشات مع الآخرين شبكيا (**online**). ومن الناحية المعيارية، تستجيب الفضاءات الافتراضية لبعض الإستشراطات الهابرماسية لبلوغ التداول العمومي، فالتفاعلات الخطابية الإفتراضية تنبع من أجندات مشتركة، ووفق قصدية محددة من قبل المتحاورين آلا وهي تحسين الوضع السياسي والاجتماعي، وتتسم بالالتزام بحرية التعبير واحترام آراء الآخرين، وكذا الالتزام بخلق فهم مشترك ضمن حوار مفتوح[333].

III - الفضاء العمومي الافتراضي بين سقف الانتظارات واكراهات الواقع

ما من شك أن التحولات التكنولوجية المُتسارعة على مستوى وسائط الاتصال الجديدة و تطبيقاتها لا تَحمل معها بالضرورة شُروط التحقق الذاتي للفضاء العمومي، إذ تَلزم الإشارة إلى أن إتاحة الانترنت لكوكبة متنوعة من الأدوات الإتصالية التفاعلية لا يعني بالضرورة أنها ستخلق فضاءا

[329] Shirky, Clay.The political power of social media. Foreign Affairs, vol. 90, Issue 1.2011. pp.28-41.
[330] Norris, P. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide.Cambridge; New York: Cambridge University Press.2001.p.16.
[331] Lévy,P.*Ibid*.p.33.
[332] Gore, A.Forging a New Athenian Age of Democracy. Intermedia.Vol. 22, Nº 2.1995. p.04.
[333] Rasmussen, Terje. The Internet and differentiation in the political public sphere. Nordicom Review.29(2).2008.pp.73- 84.

عموميا مساواتيا وعادلا وتمثيليا لأغلب فئات المجتمع، كما لا يعني ذلك أن هذه الفضاءات الافتراضية الجديدة ستحافظ على المسافة النقدية المطلوبة تجاه نواظم وميكانيزمات صنع القرار السياسي الرسمي، إضافة إلى أن النقاش الإلكتروني في صيغته الفعلية ليس تثويرا للنقاش التقليدي بكيفية راديكالية ورومانطيقية وليس من المضمون أنه سَيعكس قيم التنوير والعقلانية، بل ربما سيتيح فقط مساحات أوسع من الحركية والظهور **(visibility)**.

وفي هذا السياق يرى الباحث الفرنسي **(Eric George)** بأن الفضاءات السيبرانية تسمح للأفراد بالولوج إلى الفضاء العمومي دون المرور بالإكراهات التقليدية التي تحكم العالم الواقعي وسياقاته، لكن النفاذ إلى الإنترنت لا يعني بالضرورة دمقرطة الحق في الاتصال والتعبير، كما أن ظروف النفاذ في حد ذاتها محكومة بالفجوة الرقمية و عدم تكافئ الفرص التكنولوجية، ضف إلى ذلك أن قضايا الشأن العام لا يتم تداولها بشكل كبير ضمن تضاريس العوالم السيبرانية[334].

ويشير الباحثان **(Hill & Hughes)** إلى أن القدرات التكنولوجية الاتصالية الجديدة لا تضمن بالضرورة إشاعة التفاهم و الطابع العقلاني التفاوضي في النقاشات بين الأفراد المختلفين من ذوي الخلفيات المختلفة سياسيا وإيديولوجيا. وتوصلا الباحثان في دراستهما للمجموعات الإلكترونية على موقع **(Usenet)** و احتمالية اشتغالها كفضاء عمومي افتراضي، إلى عدم التَساوي في الحضور بين مختلف التيارات السياسية ،حيث كان تيار المحافظين **(conservationists)** مثلا هو الأضعف ديمغرافيا من حيث الحضور الافتراضي على مستوى هذا الموقع[335].

ويذهب الباحث **(Barber)** إلى أن توظيف تكنولوجيات الاتصال الجديدة داخل مجتمعات تُهَيمّن عليها نماذج ديمقراطية هشة، ومشاركة اجتماعية محدودة، وعدم تكافئ فرص الولوج للموارد الرمزية والسوسيو–اقتصادية، و تغيب عنها النزعة العقلانية، سيدفع حتما إلى استيلاد نفس أنماط التخلف والاهتراء التي مَيزّت الوضع في ظل التكنولوجيات القديمة، وبالتالي لا يمكن التعويل على التكنولوجيات الاتصالية الجديدة في رهان تغيير الممارسات السياسية والاجتماعية السائدة داخل النسق المجتمعي[336]. ويرى الباحث **(Michel Sénécal)** أنه قد يحدث للإنترنت ما حدث قبلا للصحافة المكتوبة وباقي وسائط الإعلام التقليدية و التي تم تمثلها كأرضية صلبة لتحرير المجتمع ودمقرطته، وتبين بعد ذلك أنها مطية للربح التجاري و المنطق الاقتصادي[337]. حيث يرى بعض الباحثين أن فضاءات الإنترنت يتزايد اختراقها يوما بعد يوم من قبل منطق السوق والتسويق

[334] George,Éric .Les usages militants d'Internet. Communication, Vol. 22/2.2003.pp.99-124.
[335] Hill, K. A., & Hughes, J. E. Cyberpolitics: Citizen Activism in the age of the Internet. Lanham : Rowman & Littlefield.1998.
[336] Barber, B. A passion for democracy: American essays. Princeton: Princeton University Press.1998.
[337] Sénécal Michel.L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie. Recherches sociographiques, 38(1).1995.pp.176–178.

التجاري والإعلاني، إذ يبدو أن الفواعل التاريخية و الاقتصادية التي استولت على الفضاء العمومي سابقا، تستولي عليه اليوم افتراضيا[338].

فالفضاء العمومي الافتراضي، حتى وإن انبلج و ظهر كليا داخل نسيج الحيز السيبراني، إلا أنه قد أعاد استنساخ نفس الإقصاءات وميكانيزمات التهميش التي قام عليها الفضاء العمومي التقليدي[339]. إذ أنه من الناحية الفعلية، شبكة الإنترنت ليست أكثر من صورة رقمية طبق الأصل (**Digital Replica**)عن العالم الواقعي.[340]

ويرى الباحث (**Shapiro**) أن خصائص الاتصال الافتراضي تضعف من فرص و إمكانيات بناء وتشكيل فضاء عمومي شبكي بالتصورات الهابرماسية ،كما أن ميزات و أفضليات الاتصال الافتراضي لا تعني بالضرورة قدرته على خلق نقاش عقلاني ديمقراطي[341].من جهة أخرى يرى الباحث (**Sunstein**) أن الاتصال الافتراضي يَنسف إمكانية تشكيل و استنبات فضاء عمومي، أو أي تفاعل صحي وضروري لأية ديمقراطية حقيقية[342]. ويرى الباحث (**Rasmussen**) أن الممارسات التواصلية قد تنبني على قطبية النقاشات (**polarization**) وعزلة المجموعات الافتراضية،وكذا الفرص غير المتساوية في المشاركة والبروز، إضافة إلى نقص التمثيلية العمومية، ووعدم مراعاة أخلاقيات النقاش و ايتقياته[343].

ويرى الباحث (**Poster**) أن النقاش الحجاجي والعقلاني ذو الطبيعة النقدية بالمفهوم الهابرماسي من الصعب مصادفته في الفضاءات التفاعلية الافتراضية ،كما أن هوية الأفراد تكون سائلة ومتحركة، والشروط التي تقود إلى اتفاق أو إجماع تكون صعبة التوفر في الفضاء السيبرنيطيقي، إذ أن الاختلاف والتنوع في الرؤى والأفكار غير مشجع (**unencouraged**) على مواصلة النقاشات، كما أن العمليات الاتصالية مُشَتتة ولا متمركزة (**decentralized**)، غير أنه يرى أن هذه الظروف تعد مثالية لأي ديمقراطية صحية و متينة، فهو يتفق مع فيلسوف ما–بعد الحداثة

---

[338] Muhammad Zubair Khan, Dr. Allah Nawaz, Amanullah Khan Miankhel, M. New Public Sphere in an Emerging Global Polity: Prospects for the Issue of Climate Change. Global Journal Of Human-Social Science Research, 12(12-B).2010.p.111. At https://socialscienceresearch.org/index.php/GJHSS/article/view/446 Accessed in 04/03/2017.

[339] Pippa Norris. Digital Divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet in democratic societies. New York: Cambridge University Press.2001.

[340] Michael Margolis & David Resnick.*Ibid*.p.23.

[341] Shapiro Andrew.The control revolution: How the Internet is putting individuals in charge and changing the world we know. New York: PublicAffairs. Chicago.1999.

[342] Sunstein, C. Republic.Com. Princeton, NJ: Princeton University Press.2001.p.12.

[343] Rasmussen Terje .Internet and the Political Public Sphere.Sociology Compass, 8.2014.pp.1315–1329.

الفرنسي (**Jean-François Lyotard**) بأن ظروف الاختلاف في الآراء والفوضى الاتصالية هي التي تهيأ الجو لبلوغ ديمقراطية قوية[344] .

وترى الباحثة (**Papacharissi**) أن الاستعمال العمومي للعقل بالمنظور الكانطي (**Kantian perspective**) تحوّل إلى الإشهار العمومي للآراء والمسائل الشخصية، أي أن الإشهار العقلاني العمومي أصبح إعلانا عموميا عن الذات والهوية أو كما تسميه هي (**Show not tell-mode**) ، حيث أصبح التعبير عن الرأي وعن الذات أهم من النقاش والتطارح حول المسائل العمومية، وهذا ما يسميه الباحث (**Corner**) بـ (**Identity Politics**) و بالتالي يحتل التداول العمومي بالمفهوم الهابرماسي مكانة ثانوية، إذ أن الميديا الجديدة بتعبير الباحثة (**Papacharissi**) قد حَولّت القضايا الشخصية إلى قضايا عمومية أو ما تسميه بـ(**ecocentric political action**) [345]، أو ما تصطلح عليه الباحثة الامريكية (**Boyd**) بـ (**Identity-driven-politics**)[346]. فالفضاء السيبرنيطيقي يَتشَكل أساسا من عوالم فوضوية في بنيتها و معمارها ، وهلامية في شبكة علاقاتها، و بالتالي فإنه يعدّ فضاء حميمي و بينذاتي في المقام الأول، أكثر منه مضمارا عموميا وتَوسطيا لإرساء خطاب عقلاني نقدي .

وتؤكد الباحثة (**Papacharissi**) [347]والتي ارتأت أن الأفراد افتراضيا يناقشون مواضيع عشوائية بطريقة عشوائية ، دون أجندة أو تحديد مسبق وهذه المحادثات والتفاعلات الخطابية عادة ما يغلب عليها التشظي، كما أن تأثيرها يكون محدودا، وصحيح أن إمكانية نقاش أي موضوع ،والانتقال من موضوع إلى آخر تعكس حرية في التعبير والنقاش، لكنها لا تخلق نقطة انطلاق قوية للتصدي للمشاغل العامة والشؤون العمومية ،كما أن الإمكانات التواصلية التي يتيحها الركح الافتراضي يمكن أن تولد خطابا متشظيا ولا يضمن إمكانية إحياء الفضاء العمومي. ضمن نفس المسلك، يرى الباحث (**Rasmussen**) أن الميديا الجديدة تخلط الأبعاد العمومية بالحميمية حيث أنها تسمح للأفراد بإبداع أشكال جديدة من التعبير والتنفيس والبوح والكتابة والتأليف ،وتوفر قنوات مثالية لإيصال ما يبدعه الأفراد وتوزيعه على النطاق الأوسع[348].

---

[344] Poster, M. CyberDemocracy: Internet and the public sphere.1995. Retrieved from http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html August 28, 2017,

[345] Papacharissi, Zizi.Democracy Online: Civility, Politeness, and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups. New Media & Society 6(2).2004.p. 259–83.

[346] Danah Boyd & Alice Marwick.The Conundrum of Visibility. Journal of Children and Media, 3 (4).2009.p. 410.

[347] Papacharissi, Zizi.The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere. New Media & Society, 4.2002.pp.9-27.

[348] Rasmussen.*Ibid*.

و في ظل الزخم الإتصالي و التخمة المعلوماتية **(overabundance of information)** يتراجع التركيز و التحليل و المعالجة اللائقة لسيول المعلومات ، كما أن الإفراط في التشبيك ، و تضارب الدوافع والحاجات يولد عدد لا محدود من الفضاءات العمومية الشبكية الهشّة، والتي تفتقر لصيغ التأثير المناسبة على المسارات القرارية **(decisional paths)** والسياسات العمومية. وهو نفس ما يؤكده كل من **(Van Selm & Jankowski)** حيث يرى الباحثان أن النقاش الإلكتروني حول مسائل الشأن العام له دور محدود في التأثير على مسار أخذ القرارت العمومية[349]. كما أن الإنترنت تغري الأفراد بالفورة الاتصالية، وتتيح لهم الاتصال فوق الحد المقبول إلى درجة التطرف في التواصل ، مما يهدد بنسف إمكانات الإنصات للآخرين وإقصاءهم، نظرا لعدم القدرة على استيعاب الطاقة الاتصالية الهائلة.

ويشير الباحث **(Benkler)** إلى ضرورة تجاوز الحماسة الساذجة فيما يتعلق بالديمقراطية السيبرنيطيقية والفضاء العمومي الافتراضي، لأن هذه الحماسة تخلط بين الحقائق السياسية والتكنولوجية، إذ أن الاتصال الافتراضي ليس سياقا مشجعا لإنتاج الفضاء العمومي لجملة من العوامل منها تشظي و انقسام الخطاب الافتراضي، لامركزية وفوضوية الفضاء الإنترنيتي ،الكثافة المعلوماتية والسيول الاتصالية الجارفة، الفجوة الرقمية وعدم التساوي في النفاذ[350].

و يرى الباحث **(Palczewski)** بأن اللامساواة في الولوج للإنترنت و الهوة الرقمية و رقابة الدولة هي من أهم المعوقات التي تحول دون انبلاج الفضاءات العمومية على مستوى الركح الافتراضي [351]. وبالتالي فان الركح الافتراضي مازال لم يرتقي بعد ليصبح الفضاء العمومي المنشود، فالتفاعلات و النقاشات الإلكترونية مهيمن عليها من قبل أقليات ، كما أنها تأثيرها محدود على عمليات صنع القرار وتوجيه السياسيات العامة و المجتمعية الرسمية و غير الرسمية[352]. كما أن الحضور الافتراضي والإبحار لا يعني بالضرورة تمثيلا عموميا أوسع و فعالية مواطنية وسياسية أكثر حيوية. ومن أهم الأعطاب التي تطال تشكيل الفضاء العمومي الهابرماسي على الركح الافتراضي، الإمكانيات الغير متساوية في النفاذ الشامل للإنترنت، إذ أن الفجوة الرقمية تخلق فجوة اجتماعية و سياسية و تمثيلية أكثر عمقا و استطالة.

---

[349] Jankowski, N. & van Selm, M.The promise and practice of public debate in cyberspace. In K. L. Hacker & J. van Dijk (Eds.) Digital democracy: Issues of theory and practice.London: SAGE Publications.2000.pp. 149-165.

[350] Yochai Benkler.The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom .Yale University Press.2006.p.213.

[351] Palczewski, C. Cyber-movements, new social movements, and counterpublics. In R.Asen & D.Brouwer (Eds.), Counterpublics and the State.New York : State University of New York.2001.pp. 161–186.

[352] Papacharissi ,Zizi.A networked self: Identity, community, and culture on social network sites.London: Routledge. 2010. P.23.

أضف إلى ذلك غياب أي تفاعلات خطابية مثمرة **(fruitful discursive interaction)** بين مستخدمي الإنترنت **(users)** حيث يرى الباحث **(Buchstein)** أن الكثير من الدراسات توصلت إلى أن التفاعل بين الأفراد داخل الفضاءات الافتراضية محكوم بغياب البيداغوجيا واحترام الآراء المخالفة وكثرة التصادمات[353]. بينما يؤكد الباحث **(Bohman)** أن الإشكال الذي يعترض صيروة اشتغال الفضاء العمومي شبكيا هو ضعف أو انعدام الوساطة ، أي من يؤطر الفضاء العمومي على مستوى الركح الافتراضي، ومن يدير النقاشات و يضبط بوصلتها.[354]

ويذهب الباحث **(Dahlberg)** إلى أنه توجد جملة من المعوقات لاشتغال الفضاء العمومي شبكيا، منها الاستحواذ على الفضاء السيبراني من طرف المصالح الاقتصادية والسياسية وتدخلات الدولة، وأيضا نفوذ التسويق والإعلانات والمنطق الربحي، وعدم التزام الأفراد بالمساطير الحجاجية في تفاعلاتهم و كذا نقص التقيد بأخلاقيات النقاش وحسن الإصغاء للآخرين، اضافة الى الإقصاء وعدم استيعاب الفضاءات الشبكية لكل الفئات[355].

كما توصل الباحث **(Lincoln Dahlberg)** إلى أن الخطاب الإتصالي الافتراضي يتميز بحميميته و بعده الشخصي ،حيث أنه يتضمن قدرا من الإساءة و الثلب و الانتقاص من الآخر، وأكثر الأفراد الذين يدخلون في حوارات إلكترونية ينتسبون لجماعات افتراضية تحمل نفس توجهاتهم واهتماماتهم، الأمر الذي يُقلل من الاختلاف و تحدي آراء الآخرين ويَدعم الاتجاهات السائدة ويعيد إنتاجها، إذ أن التفاعلات الافتراضية تَستقطب الأفراد الذين لديهم نفس الاهتمامات والميولات **(like-minded)** ونفس الآراء السياسية، وتَخلق نوعا من الرتابة الخطابية التي ستنتهي بإجهاض مشروع الفضاء العمومي كمكسب عمومي و كمجال مفتوح للتعددية وتدبير الاختلاف وتَجذير حس المواطنة وقيم الديمقراطية [356].

خاتمة

على سبيل الختم، نَستنتج أن الفضاء العمومي ليس مجرد تجسيد فيزيقي أو حيز مكاني محسوس، يَحتضن تفاعلات الأفراد والأشكال المختلفة لسيرورة التواصل بينهم ، و لكنه منظومة بنيوية مُركبة تحتضن طقوس الحياة الاجتماعية بمختلف تمظهراتها، و تتأس على دور الوساطات الثقافية والخطابية التي تقوم بتدبيره، ولا يمكن أن يتواجد إلا في ظل بيئة تمكينية تتجّذر على

[353] Buchstein, H.Bytes that Bite: The Internet and Deliberative Democracy. Constellations,4. 1997.pp.248–263.
[354] Bohman,James. Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. The Sociological Review, 52.2004.p.143.
[355] Dahlberg,Lincoln. Net-public Sphere Research: Beyond the “First Phase”.Journal of the European Institute for Communication and Culture.Vol.11.2004.pp.27-44.
[356] Dahlberg,Lincoln.*Ibid*.

أساس أرضية صلبة من الثقافة المجتمعية والحريات الفردية وديناميات التواصل والانفتاح المحفزّة على إنتاج خطاب حجاجي وعقلاني ضمن منظور يستهدف تحقيق المصلحة العامة للمجتمع.

وما من شك أن الفضاءات السيبرانية قد أضحت فسيفساء حاضنة لكوكبة متنوعة من الآراء والمواضيع والنقاشات المتطارحة من قبل الأفراد العاديين **(average people)**، ولم تعد مضبوطة ببوصلة الأطراف المهيمنة سابقا على الفضاء العمومي التقليدي، فالحيز الافتراضي الجديد أصبح فضاءا عاكسا للديناميات التواصلية الجديدة ذات الطابع السوسيوثقافي بالأخص. لكن هذا الحيز لا يضمن بالضرورة إحياء و إعادة إستيلاد الفضاء العمومي التقليدي داخل تضاريسه، حيث أن المعطى التكنولوجي والولوج المتاح **(available access)** لا يجعل من الأفراد بالضرورة مواطنين ملتزمين **(engaged citizen)** ومنخرطين في مشروع تشكيل فضاء عمومي افتراضي بالمحددات المعيارية المطلوبة.

إذ يتعيَّن علينا الإقرار بأن التفاعلات الافتراضية التي تَتم على مُستوى الفضاءات السيبرانية حتى وإن كانت لا تختلف في شيء عن النقاشات التي تجري على أرض الواقع وجها لوجه **(face-to-face offline exchange)** و التي تُعد حَيوية لإستنبات الفضاء العمومي داخل الحيز الافتراضي، إلا أن الإرادات الجماعية **(collective wills)** والكفايات التواصلية **(communicative competences)** وحدها هي ما يَمنح الفضاءات الافتراضية مُحتواها وجوهرها، كمضمار قائم على خاصية التقاسم والتشارك ضمن أفق التحليل العقلاني والسجّال النقدي والنزاهة الايتيقية والاعتراف بالآخر.

قائمة البيبليوغرافيا المعتمدة:

- Barber, B.(1998). A passion for democracy: American essays. Princeton: Princeton University Press.
- Bimber, Bruce.(1998).Toward an empirical map of political participation on the Internet. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association,Boston.
- Boeder, Pieter.(2005).Habermas' heritage: The future of the public sphere in the network society. First Monday, Vol.10.N.09.
- Bohman, James.(2004).Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. pp131-155, in 'After Habermas: New perspectives on the public sphere', ed. Crossley, N. & Roberts, J.M.Oxford.Blackwell Publishing.
- Brants, Kees.(2005).Guest editors' introduction: the Internet and the public sphere. Political Communication 22(2).
- Buchstein,H.(1997).Bytesthat Bite: The Internet and Deliberative Democracy. Constellations, vol.4.pp.248–263.
- Castells, Manuel. (2009).Communication Power. Oxford.Oxford University Press.

- Castells, Manuel.(2001).La Galaxia Internet. Reflexiones sobre empresa, sociedad e Internet.Barcelona: Plaza & Janés.
- Coleman Stephen & Gøtze John.(2001).Bowling Together: Online Public Engagement in Policy Deliberation. London: Hansard Society.
- Dahlberg,Lincoln.(2004).Net-public Sphere Research: Beyond the "First Phase".Journal of the European Institute for Communication and Culture.Vol.11.pp.27-44.
- Dahlgren, Peter.(2005).The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. Political Communication.Taylor & Francis Inc.vol.22.pp.147-162.
- Dahlgren Peter.(2009).Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy.New York: Cambride University Press.
- Danah Boyd & Alice Marwick.(2009).The Conundrum of Visibility. Journal of Children and Media,vol 3, Issue 4.
- DiGennaro, C., & Dutton, W.(2006).The Internet and the public: Online and offline political participation in the United Kingdom. Parliamentary Affairs,vol 59(2).pp.299-313.
- George, Éric .(2014).Quelles perspectives critiques pour aborder les TIC ? Tic&société. [En ligne], Vol. 8, N° 1-2 | 1er semestre 2014.Mis en ligne le 31 mai 2014.
- George,Éric .(2003).Les usages militants d'Internet. Communication, Vol. 22/2.pp.99-124.
- Gore, Al.(1995).Forging a New Athenian Age of Democracy. Intermedia.Vol. 22, Nº 2. p.04. Habermas,Jurgen.(1990).Discourse Ethics: Notes on a Program of Philosophical Justification.Moral Consciousness and Communicative Action.Trans.Christian Lenhart and Shierry Weber Nicholson. Cambridge: MIT Press.
- Hill, K. A., & Hughes, J. E.(1998).Cyberpolitics: Citizen Activism in the age of the Internet. Lanham : Rowman & Littlefield.
- Jankowski, N. & van Selm, M.(2000).The promise and practice of public debate in cyberspace. In K. L. Hacker & J. van Dijk (Eds.). Digital democracy: Issues of theory and practice.London: SAGE Publications.
- Kahn Richard & Kellner Douglas.(2004).New Media and Internet Activism: From the "Battle of Seattle" to Blogging. New Media and Society 6, no. 1.pp.87–95.
- Kobayashi, T., Ikeda, K. I., & Miyata, K.(2006).Social capital online: Collective use of the internet and reciprocity as lubricants of democracy. Information, Communication & Society,vol (9).pp.582-611.
- Michael Margolis & David Resnick.(2000). Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Morris, D & Delafon, G.(2002). Vote.com ou comment internet va révolutionner la politique.Mesnil-sur- l'Estrée: Ed. Plon.
- Norris, Pipa.(2001).Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge; New York: Cambridge University Press.

- Palczewski, C. (2001).Cyber-movements, new social movements, and counterpublics. In R.Asen & D.Brouwer (Eds.), Counterpublics and the State.New York : State University of New York.pp. 161–186
- Papacharissi, Zizi.(2002).The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere. New Media & Society, vol,4.pp.9-27.
- Papacharissi, Zizi.(2004).Democracy Online: Civility, Politeness, and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups. New Media & Society,vol. 6(2).p. 259–83.
- Papacharissi ,Zizi.(2010).A networked self: Identity, community, and culture on social network sites.London: Routledge.
- Pippa Norris.(2001). Digital Divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet in democratic societies. New York: Cambridge University Press.
- Poster, Mark.(2011).Cyberdemocracy: internet and the public sphere .In J. GripsrudH. Moe & A. Molander (Eds.), The public sphere (Vol. 4, pp. IV3-IV3). London: SAGE Publications Ltd.
- Rasmussen, Terje.(2008).The Internet and differentiation in the political public sphere. Nordicom Review.vol.29.vol.02.pp.73- 84.
- Rasmussen Terje.(2014).Internet and the Political Public Sphere.Sociology Compass,vol.8.pp.1315–1329.
- Roberts, J. M.& Crossley, N.(2004).Introduction.The Sociological Review,vol, 52.pp.1–27.
- Rutherford, Paul.(2000). Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods.Toronto: University of Toronto Press.
- Schneider, S.(1997).Expanding the Public Sphere Through Computer-Mediated Communication: Political Discussion about Abortion in a Usenet Newsgroup. Unpublished PhD dissertation. Massachusetts Institute of Technology.USA.
- Sénécal Michel.(1995).L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie. Recherches sociographiques,vol.38 (1).pp.176–178.
- Shapiro, Andrew.(1999).The control revolution: How the Internet is putting individuals in charge and changing the world we know. New York: PublicAffairs. Chicago.
- Shirky, Clay.(2011).The political power of social media. Foreign Affairs, vol. 90, Issue 1. pp.28-41.
- Sunstein, Cass.(2001). Republic.Com. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Susen, Simon.(2011).Critical Notes on Habermas's Theory of the Public Sphere. Sociological Analysis, vol.5,(1).pp. 37-62.
- Thompson, John B.(1995).The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford: Stanford University Press.
- Wojcik, Stéphanie.(2009).Le débat en ligne à l'échelle municipale : une dépolitisation sous contrainte ? In Les partis politiques à l'épreuve des procédures délibératives. Rémi Lefebvre et Antoine Roger (dir.). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Yochai Benkler.(2006).The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom.Yale University Press.
- Zhang, Weiyu.(2006).Constructing and disseminating subaltern public discourses in China. Javnost-The Public,vol.13.N,02.

دور وسائل الإعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية

The role of the media in activating the process of socialization

د. مسعودة فلوس

جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر

الباحثة: نزيهة زمورة

جامعة الحاج لخضر باتنة. الجزائر

الملخص:

تعتبر وسائل الإعلام من أهم ومن أبرز الوسائل التي تقوم بنقل المعلومات والأحداث والأخبار لأفراد المجتمع على اختلاف أعمارهم وأنواعهم، ولها دورا فعالا في التأثير عليهم بطرق مختلفة والعمل على إقناعهم وتوجيه سلوكاتهم وأفعالهم واتجاهاتهم، فهي لها اهمية بليغة في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية، حيث تستمد أهمتها من دراستها المسبقة المخططة والممنهجة للجمهور المستهدف بهدف ضمان استجابته لها، وعليه جاءت هذه الدراسة لإبراز ماهية كل من المفهومين وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية، والتطرق إلى تأثير هذه الوسائل على المجتمع عامة باختلاف فئاته العمرية، ومنه استنتاج دورها في تفعيل التنشئة الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام– التنشئة الاجتماعية.

Summary:

The media is one of the most important means of transmitting information, events and news to members of different ages and types. They have an effective role in influencing them in different ways and working to convince them and guide their behavior, actions and attitudes. They have an important importance in activating the process of socialization. From the pre-planned and systematic study of the target audience in order to ensure their response to it, and this study came to highlight the meaning of each of the concepts of media and socialization, and to address the impact of these methods on society in general by age groups, NH conclusion of its role in the activation of socialization.

Keywords: Media - Socialization.

مقدمة:

تعتبر عملية التنشئة الاجتماعية من أهم العمليات الاجتماعية، والتي بدورها تقوم بنقل العادات والتقاليد والمعايير والقيم من جيل إلى جيل، كي تنشئ جيلا صالحا محافظا على ثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه ويعتقد هذه الثقافة ويحافظ عليها ويدافع عنها بشدة، ومع الاختلاف الواضح في أفراد المجتمع (العمر– الجنس) فإنها تختلف وسائل عملية التنشئة الاجتماعية، كما أنه مع ظهور التكنولوجيا ظهرت العديد من الوسائل التي من شأنها أن تمارس عملية التنشئة الاجتماعية بشكل صحيح في حالة استغلالها استغلالا صالحا من طرف الفرد، وعلى هذا الأساس نجد وسائل الإعلام المختلفة في الدور والوظيفة والموّحدة في الهدف من أبرز الوسائل التي يمكن للمجتمع الاعتماد عليها في عملية التنشئة الاجتماعية، فهي بمثابة الأسرة أو المدرسة في تقديم دورها، ولا يمكن أن تكون أقل أهمية منهما. بحكم أنه في أغلب المدارس يعتمدون على بعض وسائل الإعلام في تبليغ الرسالة التربوية والاجتماعية، وهذا بحكم غزو التكنولوجيا للمجتمعات في عصرنا الحاضر، حيث أصبح الطفل الصغير الذي لا يبلغ من العمر خمس (5) سنوات يتعامل مع جهاز الهاتف النقال وجهاز الحاسوب ويختار قنوات التلفاز بطريقة تلفت الانتباه، وبداية من هذا العمر أو أقل منه يبدأ الطفل في اكتساب معايير وعادات وتقاليد وقيم مجتمعه، حيث أصبحت الوسيلة الأكثر ضمان لتوصيل هذه الثقافة للنشئ هي وسائل الإعلام، حيث أنها تسبق المدرسة في استلامها للطفل والعمل على اكسابه القيم الاجتماعية والأخلاقية اللازمة، وعلى هذا الأساس يمكننا طرح التساؤل التالي:

ما هو دور وسائل الإعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية؟

وعليه تتدرج مجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة فيما يلي:

1- هل لوسائل الإعلام دور في تعديل سلوكات الأفراد؟
2- هل لوسائل الإعلام دور في توجيه اتجاهات الأفراد؟
3- هل تقوم وسائل الإعلام بنقل القيم الاجتماعية للأفراد؟

4- ماهية وسائل الإعلام:

1-1- **تعريف الإعلام:** للإعلام مجموعة من التعارف تختلف في محتواها باختلاف وجهات نظر الباحثين والعلماء والمهتمين بهذا المجال نذكر منها ما يلي:

" عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة الصالح العام"[357].

ركز هذا التعريف على دور ومصادر الإعلام حيث أنه اعتبره مجموعة من المراحل التي تتضمن النشر ثم التقويم للمعلومات، كما أنه ركز على عنصر مهم وهو صدق المعلومات المنشورة، حيث أن صدق هذه الاخيرة يأتي من صدق المصادر المعتمدة في ذلك. فالإعلام حسب هذا التعريف هو نشر جميع المعلومات التي تنفع الجمهور والحرص على أن تكون المصادر صادقة وموثوق بها.

" الإعلام هو كافة أوجه النشاط التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة على القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى تشكيل أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات والموضوعات، بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة للطرح"[358]. يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في صدق المعلومات المقدمة للجماهير والتي تخص جميع نواحي الحياة التي يعيشونها بما في ذلك مشكلاتهم اليومية والحقائق المهمة حول الأحداث ...الخ، كما أنه ركز هذا التعريف على هدف الإعلام هنا هو تشكيل المعرفة والوعي التام لدى هذه الجماهير عن طريق مجموعة المعلومات المنقولة والتي من شأنها أن توحد الرأي العام لديهم وتعمل على تنويره.

" هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير و التثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي"[359]. اتفق هذا التعريف مع التعاريف السابقة حول صدق المعلومات المنشورة وقدرتها على استمالة عقول وعواطف الجمهور، حيث كلما كانت المعلومة صادقة كلما اقتنع بها الجمهور، كما اتفق أيضا مع التعريف الذي قبله حول دور الإعلام في تنوير الرأي العام وذلك باعتماده على أساليب سهلة وبسيطة في استمالة الجماهير.

" جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية"[360] ركز هذا التعريف على صدق المعلومات فهو بذلك يتفق مع التعاريف السابقة في هذه النقطة، بالإضافة إلى تركيزه على مدى موضوعية هذه المعلومات والأخبار فكلما كانت موضوعية كلما كسبت ثقة الجمهور.

---

357 - خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص20.
358 - محمود منصور هيبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2004، ص 02.
359 - محمد فاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص03.
360 - مصلح الصالح، قاموس الشامل قاموس مصطلحات المعلومات انجليزي- عربي، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، 1999، ص554.

" النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفا العقل، ولا يهدف لأي غرض سوى الإعلام ذاته لغرض التمييز بينه وبين الدعاية"[361].

اختلف هذا التعريف عن التعاريف السابقة بحكم رؤيته للإعلام على أنه نقل حر والحرية هنا قد تلغي مبدأ الصدق، كما أنه يرى أن الهدف الأساسي هو إعلام الجماهير و ليس تنويرهم أو تثقيفهم كما رأت التعاريف السابقة.

تعريف إجرائي:

الإعلام هو نشر مجموعة الأفكار والمعلومات والأخبار الصحيحة والمستقاة من مصادر مضمونة وموثوق بها، بالإعتماد على مجموعة الأساليب الإعلامية التي تستميل عقول وعواطف الجماهير، بهدف تثقيفهم وتنويرهم، محاولة بذلك توحيد الرأي العام حول الموضوع المطروح، بالإضافة إلى تزويد الجماهير بجميع الأخبار التي تنفعهم حول قضية معينة بهدف توجيه سلوكاتهم واتجاهاتهم وأفعالهم توجيها صحيح.

1-2- **تعريف وسائل الإعلام:** تتعدد وتختلف تعارف وسائل الإعلام وذلك بتعددها واختلافها واختلاف نشأتها وغرضها ودورها، وعلى هذا الأساس نتطرق لبعض التعارف المستقاة من طرف الباحثة.

" جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الإعلام وإيصال المعلومات إلى الناس بدءا من ورق الصحيفة وانتهاء بالحاسبات الآلية و الأقمار الصناعية" [362] . عمّم هذا التعريف وسائل الإعلام وشملها في الدور أو الهدف وهو إيصال المعلومات للجماهير.

" التي تتجسد في الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والسينما والإعلان، وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية وقيم وأفكار وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد"[363]. ركز هذا التعريف على ذكر بعض وسائل الإعلام المعروفة بدورها الفعال والمتناولة بكثرة من طرف الجماهير، بالإضافة إلى تركيزها على تأثيرها في شخصية الفرد ودورها في توجيه سلوكاته.

" هي أحد أشكال الاتصال الجماهيري، ويقصد بالاتصال عملية التفاعل الاجتماعي من أجل إشباع الحاجات المتنوعة، فهو من أهم الظواهر البشرية الاجتماعية لأنه نتاج للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والمجتمع، وهو ضرورة بشرية ملحة مستمرة التي يعيش الانسان معها طوال عمره لأجل

---

[361] - تركي مصطفى، وسائل الاعلام وأثرها في شخصية الفرد، مجلة الفكر، ج14، وزارة الاعلام الكويتية، الكويت،1984، ص 227.

[362] - محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2008، ص349.

[363] - الحسن احسان محمد، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الانسانية، الرياض، السعودية، 1998، ص 100.

إشباع حاجاته المتعددة"[364]. ركز هذا التعريف على تمثيل وسائل الإعلام لوسائل الاتصال الجماهيري والتي لها دور فعال في خلق التفاعل بين أفراد المجتمع، حيث أن الفرد هنا يميل بكثرة إلى هذه الوسائل بغرض إشباع حاجاته المعرفية والفكرية.

تعريف إجرائي:

وهي مجموعة الوسائل التقليدية والحديثة والمتمثلة في التلفاز، الراديو، الصحف، المجلات الجرائد، الحاسوب و الانترنيت ...الخ، والتي لها دور فعال في تشكيل شخصية الفرد والتأثير عليها وعلى اتجاهاته وسلوكاته وأفعاله، يرجع هذا التأثير إلى إنعكاس استخدامها من طرف الفرد في حد ذاته. وهي بشكل أو بآخر تساهم في تفعيل التنشئة الاجتماعية.

1-3- شروط وسائل الإعلام:

لاستخدام وسائل الإعلام يستوجب توفر مجموعة من الشروط التي تمكنها من توصيل المعلومة للجماهير المستقبلة للأخبار، وعليه نسرد مجموعة الشروط فيما يلي:

-أن تكون المعلومات التي تقدمها هذه الوسائل مدروسة وفق خطط عملية.

- أن تكون المعلومات والأخبار واضحة ومفهومة كي تكون عملية التأثير مضمونة ومنه تكون عملية توقع رد الفعل (الاستجابة) لهذه المعلومات.

- القدرة على اختيار الوسيلة المناسبة لاستعاب الجماهير وإقناعهم بالمعلومات المراد توصيلها.

- أن تكون الأخبار تخدم مصلحة المستقبل، أي أن يكون بحاجة إليها (يبحث عنها).

-ملائمة المعلومات والأخبار مع أفكار وظروف المستقبل (المرسل إليه) كي تسهل عملية الإستعاب.

-أن تكون المعلومات والأخبار تتفق مع قيم المجتمع الدينية والانسانية والأخلاقية كي لا تخلق لدى الجماهير المستقبلة تناقض داخلي، وبذلك يتعذر الاستجابة ورد الفعل على هذه المعلومات.[365]

1-4- وظائف وسائل الإعلام:

لوسائل الإعلام عامة دورا فعالا في نقل الأخبار والمعلومات التي يحتاجها الجمهور، ويبحث عنها في جميع الأوقات والأماكن، وذلك بهدف تطوير المجتمع ورفع مستواه الثقافي وتطوير أوضاعه الاجتماعية والاقتصادية وتفتحه على العالم الخارجي، وعليه يمكننا اختصار وظائف وسائل الإعلام فيما يلي:

***توجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:** إن من أبرز وظائف الإعلام هو توجيه اتجاهات الجماهير وتكوين المواقف الفكرية الخاصة بها، قد تكون هذه عملية التوجيه سواء بطريقة مباشرة أو غير

[364] - عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والاتصال، دار المسيرة، عمان الأردن، 2012، ص50.
[365] - عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص 56.

مباشرة وذلك حسب طبيعة الجمهور المستهدف بالتأثير، بالإضافة إلى أنه كلما كانت المادة الإعلامية مناسبة لظروف وذهنية الجمهور كلما كانت سرعة الإستجابة وضمان الإقناع، فالظروف هنا وثقافة الجمهور تعتبر من محددات وسائل الإعلام المناسبة له، لما لها من دور فعال في ضمان الإستجابة للمعلومات والاتجاهات، حيث يصبح لدى الجماهير مواقف يتبنوها مقتنعين بها ويدافعون عنها بكل ما في وسعهم[366].

***زيادة الثقافة والمعلومات:** لا تقتصر عملية التثقيف على العمليات أو الوسائل التعليمية فقط بل تعدت بذلك إلى وسائل الإعلام أيضا، والتي لها دور فعال في تثقيف الجماهير وزيادة ثقافتهم وتبليغهم معلومات قد تنفعهم في حياتهم العملية والخاصة، عن طريق البرامج التثقيفية أو التعليمية التي تسعى وسائل الإعلام تبليغها للجماهير المختلفة في النوع والعمر والزمن والمكان، فتثقيف الجماهير من أهم وظائف وسائل الإعلام، لذلك تسعى هذه الأخيرة لاختيار البرامج والوسائل المناسبة التي من شأنها أن تؤثر على المتلقين وتعمل على قناعتهم وتضمن استجابتهم لهذه الرسائل[367].

***الوظيفة الإخبارية:** إن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي نقل الأخبار والأحداث والقضايا المهمة للجماهير، وتهتم بمتابعة التطورات وهذا ما يجعل لها تأثير على الرأي العام عن طريق متابعة ودراسة آراء واتجاهات الجماهير، فالوظيفة الإخبارية هي عملية عامة ليس لها مجال أو جانب خاص تتكلم فيه ولا تختص بمجال معين دون غيره، كما أنها لا تختص بفئة عمرية معينة دون غيرها.

*وظيفة الترفيه: لا تقتصر برامج وسائل الإعلام على البرامج التعليمية أو التثقيفية فقط، بل تعتمد أيضا على برامج ترفيهية هدفها سد فراغ الجماهير وتسليتهم ومحاولة تغيير الروتين اليومي الذي يعيشونه، حيث تتنوع هذه البرامج حسب تنوع الفئات العمرية للمجتمع، وحسب نوعية الجنس أي أن لكل نوع برامجه الخاصة وهناك برامج مشتركة كذلك لكل فئة عمرية برامجها الخاصة.

* **وظيفة الإعلان والدعاية:** تهتم وسائل الإعلام يجمع الإخبار والمعلومات عن مختلف المجالات(الدينية، الإجتماعية، الثقافية، الصحية، الإقتصادية) التي لها تأثير على حياة الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى أنها تهتم بعملية البحث في أخبار المؤسسات المختلفة باختلاف مجالات الحياة، على أنها تقوم بعملية الدعاية والإعلان، فهي بذلك تفيد وتستفيد تفيد المؤسسات في نشر إعلاناتها وأخبارها، وتفيد الجماهير بالإطلاع على أهم الإعلانات والأخبار كما أنها تستفيد من ذلك كلما كانت نسبة المستفيدين كبيرة، بالإضافة إلى أنها تأخذ بعين الإعتبار الوسيلة الإعلامية المناسبة في كل مجال والتي تتلائم مع كل جمهور[368] .

---

366 - عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص 218.

367 - محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطوير، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، 2012، ص 21.

368 - عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنيت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013، ص ص 36- 39.

* **الوظيفة التعليمية التربوية:** تقوم وسائل الإعلام في بعض الأحيان بدور الوالدين في التربية والتعليم، ولا يعني هذا أن دورها يقتصر في مجال التثقيف فقط، حيث أنها تتعدى بذلك إلى ماهو أشمل، فوسائل الإعلام تتولى الطفل منذ ولادته بسنوات قليلة، هذا كان في السابق أما في وقتنا الحالي ومع تغير الظروف والزمن فقط أصبح الطفل منذ ولادته تتولاه وسائل الإعلام، وتقدم له ما يلزمه من برامج ترفيهية، تتنوع برامجه وحاجته لها كلما كبُر سناً وتغيرت أفكاره واتجاهاته ومواقفه وحاجاته[369].

1-5- أنواع وسائل الإعلام:

تعددت واختلفت وسائل الإعلام باختلاف الأزمان والأماكن، بالإضافة إلى اختلاف الهدف والغرض منها، والاختلاف كان يعني التطوّر في جميع النواحي من ناحية تقديم الرسائل للمستقبلين ومن ناحية طريقة التقديم وطريقة التأثير وعليه يمكننا طرح مجموعة من وسائل الإعلام في الآتي:

***الوسائل التقليدية:** وهي مجموعة من متنوعة من الوسائل التقليدية كانت بداية بظهور هذه الوسائل وحلقة تطور الوسائل الحديثة.

- **الصحافة المكتوبة:** تمتد جذورها بداية من القرن 19 إلى غاية النصف الثاني من القرن 20، وأبرز ما ظهر في ذلك الوقت صحافة الرأي، أي أنها تعمل على خلق فضاء للتعبير لدى الشعب للأحداث والظروف موضع جدل ومعارضة ومناقشة من طرف الشعب للأحداث والظروف[370].

وتعرف الصحافة المكتوبة على أنها الوسيلة التي تمنح للرأي العام بأغلب الأحداث في وقتها المناسب، كما تعرف بأنها العملية الاجتماعية لنشر الأخبار والمعلومات الخاصة بالأحداث وتوجهها للجماهير المستقبلة، وذلك من خلال مطبوعة. و بالرغم من الدور الفعال الذي تقوم به الصحافة المكتوبة إلا أنها تختص بفئة معينة من المجتمع ألا وهي الفئة المتعلمة أو المثقفة، وعلى هذا الأساس فهي تكون موجهة لهذه الفئة دون غيرها، مما يجعلها قادرة على توصيل الأخبار والمعلومات لجمع فئات المجتمع وتتنوع هذه الصحافة المكتوبة فيها الجرائد، الصحف، المجلات، الدوريات...الخ.

- **التلفزيون:** يعرف التلفزيون على أنه " وسيلة لنقل الأخبار المصورة والمسجلة أو نقلها حية على الهواء مباشرة عبر الأقمار الصناعية" [371] .

---

[369] - مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ص29.

[370] - theodors kout rouds. Marc hits. communication politique et loffing. Cbruxelles. Edition de boek. Université. 2011. P 17

[371] - علي شيبة شدوان، مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية، الأزرايطة، دط، ص 85.

يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال فعالة في نشر الأخبار بالصوت والصورة ، وهو بذلك يتناسب مع أغلب الفئات التي يتكون منها المجتمع على اختلاف أعمارهم وثقافتهم، ويعمل بدوره على نشر المعلومات والأخبار التي يهتم بها الجماهير في الوقت المناسب للأحداث التي يعيشونها.

- **الإذاعة:** للإذاعة أيضا دورا مهما في نشر وتوصيل الأخبار، فهي بذلك وسيلة اتصال فعالة، تساعد أفراد المجتمع للوصول إلى المعلومات المرغوب فيها في الوقت المناسب، فهي بذلك تستطيع ترجمة الحدث بشكل فوري نظرا لبساطتها وسهولتها.[372]

كما أنها تعتبر من الوسائل الأكثر إقناعا للجمهور، فهي بذلك تستطيع عن طريق النص الجيد والإخراج الدقيق لهذه الدرجة من الإقناع للجماهير المختلفة في العمر والنوع.

* **الوسائل الالكترونية:** تنوعت وتعددت هذه الوسائل وسايرت العصر والتغير الطارئ عليه، فهي مرتبطة بمفهوم الإعلام الجديد أو مفهوم التكنولوجيا التي جعلت العالم قرية صغيرة، وتمثلت هذه الوسائل في وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها كالأنترنيت، الإذاعة، الوسائل الالكترونية، الصحافة الالكترونية، البريد الالكتروني، ...الخ.

كل هذه الوسائل الالكترونية تعمل على نشر وتوصيل الأخبار والمعلومات وتبادلها ومناقشتها في وقت قصير وبأقل جهد وتكلفة ووقت، فتطور وسائل الاتصال هنا مرتبط بتطور الانسان وفكره وإبداعه.[373]

1-6- **خصائص وسائل الإعلام:** لوسائل الإعلام مجموعة من الخصائص تتجلى فيما يلي:

- تعمل وسائل الإعلام على وصف الوقائع من خلال جملة الحوادث والظروف الموجودة في المجتمع، فهو يبحث عن الأحداث والأخبار ويصفها وصفا يتناسب مع اختلاف فئات المجتمع المستقبل.
- تحاول وسائل الإعلام تقديم جميع الأخبار والأحداث للمجتمع دون طلب أي تكلفة في ذلك، وهذا ما جعلها تنتشر بكثرة بين أفراد المجتمع.
- تحاول وسائل الإعلام في عصرنا الحالي الذي يتميز بالسرعة والدقة فهي تحاول بذلك تقديم الأخبار بأقل وقت وجهد وتكلفة.
- اختلاف أهدافها وأغراضها والحرص على الوصول إليها في آن واحد وذلك راجع لكفاءة هذه الوسائل الإعلامية في تحقيق أهدافها.

372 - عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والاتصال، المرجع السابق، ص 56.
373 - أجقو علي، الصحافة الالكترونية العربية الواقع والآفاق، مجلة المفكر، العدد 1، مارس 2006، ص 105.

- تعمل وسائل الإعلام على اعتماد طرق منظمة ومدروسة في نشرها للأخبار والمعلومات المختلفة، فهي بذلك تقوم بترتيب الأولويات لتفادي الوقوع في الخطأ والمشاكل، بالإضافة إلى حرصها على تأكيد صحة الخبر.
- تراعي وسائل الإعلام هدفا رئيسيا وهو تقريب المسافات وإزالة الحدود بين معظم المجتمعات والشعوب، وذلك عن طريق فتح باب المناقشة وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات وتحقيق أكبر قدر ممكن من الوحدة الاجتماعية.[374]

2- ماهية التنشئة الاجتماعية:

2-1- تعريف التنشئة الاجتماعية: تعرف عملية التنشئة الاجتماعية على أنها:

" العملية التي يتم فيها انتقال الثقافة من جيل إلى جيل، والطريقة التي يتم بها تشكيل الأفراد منذ طفولتهم حتى يمكنهم المعيشة في مجتمع ذي ثقافة معينة ويدخل في ذلك ما يلقيه الآباء والمدرسة والمجتمع للأفراد من لغة ودين وتقاليد وقيم ومعلومات ومهارات..."[375]. اعتبر هذا التعريف عملية التنشئة الاجتماعية هي الأساس في تشكيل شخصية الفرد منذ طفولته، فهي تمس كل أساسيات الثقافة من دين وقيم وتربية وعادات وتقاليد ومعايير وتعمل على غرسها من جيل إلى جيل.

" الطريقة التي يتعلم بها أعضاء جماعة من الجماعات نماذج مجتمعهم... ويجعلون منها قواعدهم الشخصية في الحياة"[376] اتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في أن عملية التنشئة الاجتماعية تعمل على تكوين شخصية الفرد والعمل على توجيه سلوكاته وفق ما يتناسب مع الثقافة العامة للمجتمع، وهذا ما جعلها تكون مهمة في تكوين الفرد" عن طريق التنشئة يمكن للأسرة تحديد شخصية أفرادها حسب السلوك العام للمجتمع، لأنها الناقل الأول لقيم المجتمع" [377]. تطرقنا في التعريف الأول إلى أن التنشئة الاجتماعية تقوم بنقل ثقافة المجتمع من جيل إلى جيل وهذا ما يعززه هذا التعريف، بالإضافة إلى أنها تمنح للأسرة دور تقييم الفرد وسلوكاته على أنها متناسبة مع الثقافة العامة للمجتمع أو غير ذلك.

" هي العملية الاتصالية يتم من خلالها دعم المعايير الثقافية وتعديلها لدى الفرد، وعادة ما تحدث في أثناء تفاعل الفرد مع كل المؤسسات أو الأفراد داخل المجتمع"[378]. ركز هذا التعريف على أن عملية التنشئة الاجتماعية عملية اتصالية بالدرجة الأولى تعمل على دعم المعايير والقيم لدى الفرد وتعزيزها ما إذا كانت تتناسب مع ثقافة المجتمع ككل.

---

[374]- حيرش بغداد ليلى أمال، الطفل والتلفاز الآثار الإيجابية والسلبية، دراسة ميدانية بمدارس مدينة وهران، رسالة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران2 ، 2014، 2015/2014.

[375] - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1995، ص 386.

[376] - غي روشيه، مدخل إلى علم الاجتماع العام والفعل الاجتماعي، تر مصطفلا دندشيلي، ج1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت لبنان، 1983، ص 66.

[377] - فايزة أسعد، العادات الاجتماعية والتقاليد في الوسط الحضري بين التقليد والحداثة، مقاربة سوسيوانثروبولوجية لعادات الزواج والختان مدينتي وهران وندرومة نموذجا، رسالة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران، 2013، ص 169.

[378] - بطرس حلاق، تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية المجتمع السوري نموذجا، مجلة جامعة دمشق، المجلد 23، العدد الثاني، 2007، ص 99.

" التنشئة الاجتماعية تهدف إلى تزويد الفرد بخبرات معينة على مستوى الوظائف العامة للتنشئة من خلال ضبط سلوك الفرد واشباع حاجاته ومساعدته على تمثل ثقافة المجتمع ومعاييره، ومن ثم اكسابه معرفة بأدواره ومراكزه الاجتماعية المتوقعة منه، بناءا على القيم والاتجاهات والرموز وأنماط السلوك والعناصر الثقافية الخاصة بالجماعة" [379]. نظر هذا التعريف للتنشئة الاجتماعية على أنها عملية ضبط لسلوكات واتجاهات الفرد بما يتوافق مع معايير وقيم المجتمع العام الذي ينتمي إليه هذا الفرد.

تعريف إجرائي:

التنشئة الاجتماعية عملية هادفة من أبرز أدوارها أنها تعمل على تعديل سلوكات وأفعال واتجاهات الأفراد وتعزيزها في حالة تناسبها مع الإطار العام لثقافة المجتمع، بالإضافة إلى أنها تعمل على تزويد الأفراد بمجموعة القيم والمعايير والعادات والتقاليد التي يعتمد عليها المجتمع العام.

2-2- آليات التنشئة الاجتماعية:

تعتمد مؤسسات التنشئة الاجتماعية على مجموعة من الآليات تندرج في مجملها نحن مفهوم التعلم الاجتماعي، والتي سنتطرق لها في العنصر التالي:

***الملاحظة:**

تكون فيها عملية التعلم بعد ملاحظة الطفل لنموذج سلوكي معين ومن ذلك بداية رحلة التفكير في مدى نجاح أو فشل هذا السلوك، باعتبار أن الملاحظة في المرحلة الأولى التي يبدأ التفكير، حيث أنها نشاط عقلي هادف مرن وعملية تسبق القول والفعل كما أنه يلي الفهم بعد عملية الملاحظة وهو فهم ما يدور حولنا وفي محيطنا الذي ننتمي إليه، وبعد ذلك التفسير الدقيق للظواهر المختلفة التي حولنا، والتوقع المسبق للنتائج التي ستؤول إليها هذه الظواهر، كما أن نجاح التنشئة الاجتماعية يتوجب أن تبدأ بتربية منزلية ومدرسية تستثير بدورها فضول الناشئ للبحث والاستنتاج فيما يدور حوله من ظواهر بالبيئة المحيطة به، وذلك عن طريق لفت انتباهه نحو الملاحظة والمشاهدة وتعليمه استخدام حواسه جميعا.

* **التقليد:**

يعتبر التقليد هو المرحلة التي تلي مرحلة الملاحظة، حيث يقوم الطفل بتقليد الأفعال التي يراها حوله كأفعال والديه أو أقوالهم ومعلميه وأفراد الجماعة التي ينتمي إليها كجماعة الرفاق، ففي بعض الأحيان نجد أن تقليد الطفل لأفعال وأقوال غيره يكون مقصودا وأحيانا أخرى يكون عفوي أي غير مقصود، والتقليد المقصود هنا يوضح لنا تأثير البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الطفل.

* **التوحد:**

[379] - هناء العابد، التنشئة الاجتماعية ودورها في نمو التفكير الابداعي لدى الشباب السوري، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات درجة الدكتوراه في جامعة s.t.clements العالمية، تخصص علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، 2010، ص ص 21- 22.

يقصد بالتوحد هو التقليد اللاشعوري أي غير مقصود لافعال وأقوال الغير، حيث يكمن فيه تأثر الطفل بأحد أفراد أسرته فيتقمص الدور بشكل لاشعوري رغم عزمه على عدم محاولة تكرار هذا السلوك أو الفعل.

*** الضبط:**

تعتبر عملية الضبط من أهم آليات التنشئة الاجتماعية حيث يتم فيها تنظيم أفعال وسلوكات الفرد بما يتناسب وعادات وتقاليد ومعايير وقيم مجتمعه الذي ينتمي إليه، أي محاولة تكييف الفرد البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها، ومن ذلك يصبح الفرد يتمثل خصائص المجتمع الذي يعيش فيه ويشارك أفراد الجماعة التي ينتمي إليها أفكارهم وقيم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهذا ما يعزز شعوره بالإنتماء لهذا المجتمع.

***الثواب والعقاب:**

يقوم هذا المبدأ على مجموعة من الأساليب والآليات النفسية التي تحفز السلوك الإيجابي وتحبط الفعل السلبي، فشعور الفرد أن الفعل الذي قام به محبوب لدى غيره هذا يشجع مبادرته لسلوك مثل نفس السلوك وتكرار، على عكس إذا شعر بأن فعله أو قوله منبوذ من غيره، ففي مجال التربية يتوجب علينا اختيار وسائل الثواب والعقاب بعد دراسة قابلية الفرد الذي يخضع لآلية الثواب أو العقاب، فهذه الوسائل لا يمكننا تطبيقها إلا بعد دراسة معمقة في شخصية الفرد وأسلوب وسلوكه، بالإضافة إلى ظروفه، وهذه الألية التي تعتبر من أهم الآليات التي تساهم في تنشئة الفرد أو الطفل بما لها من دور فعال في تنمية أفكاره وشخصيته[380].

2-**3- أهداف التنشئة الاجتماعية:** تهدف التنشئة الاجتماعية كغيرها من العمليات الاجتماعية إلى مجموعة من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها دائما بشتى الوسائل والطرق نذكر منها.

*** غرس النظم الأساسية في الفرد:** يعتمد كل مجتمع إنساني مجموعة من النظم والقواعد والقيم التي يلتزم بها لتحقيق التكافئ والتوازن بين أفراده، فالتنشئة الاجتماعية تحدث داخل المجتمع ومن شلأنها غرس هذه النظم في أفراد المجتمع والعمل على تعليمها وتوحيدها لديهم عم طريق الضبط الاجتماعي باعتمادها على في ذلك على مجموعة من الوسائل والمؤسسات التي تساعدها على تحقيق الهدف المطلوب، وتعزيز الأنظمة السائدة في المجتمع كالدين والأسرة والمدرسة[381].

*** غرس الطموح في النفس:** يسعى كل مجتمع إلى غرس طموحات مختلفة باختلاف طبيعة وشخصية كل فرد فيه، وحسب الظروف المحيطة بكل فرد، فعلى سبيل المثال في وقت مضى كان الأب يغرس في نفس ولده حب العمل والرغبة في التمييز فيه، وكيف يكون عاملا ناجحا وماهرا، أما في وقتنا الحالي فكل من الوالدين يغرسون في نفوس أولادهم الرغبة في الدراسة والتميز فيها،

---

[380] - هناء العابد، المرجع السابق، ص ص 29- 32.

[381] - عبد الله الرشدان، علم اجتماع التربية، دار الشروق، عمان، 2004، ص 87.

فالظروف هنا تحكم أو تحدد طبيعة الطموح المراد غرسه، طبعا بالاعتماد على مجموعة من الوسائل في ذلك.

* **غرس الهوية في الفرد:** تهدف التنشئة الاجتماعية إلى تحويل الكائن البيولوجي إلى إنسان محاولة بذلك تطبيع المولود بمجموعة من الطبائع التي يعتمدها مجتمعه وثقافته وقيمه، وذلك بغرض اكسابه مجموعة من الصفات الانسانية والشخصية التي تمنحهم العضوية الاجتماعية لهذا المجتمع الذي ينتمون إليه، وعلى هذا الأساس فالتنشئة الاجتماعية تعمل على تعلم الأفراد أغلب الأدوار الاجتماعية للمحافظة على ثقافة وقيم ومعايير المجتمع واستمراره .

* **غرس الهوية القومية:** ويقصد بها ثقافة المجتمع والتي تشتمل على مجموعة العادات والتقاليد والقوانين والمعايير والقيم، حيث تقوم عملية التنشئة الاجتماعية بالتطبيع الاجتماعي، أي غرس جميع العناصر سالفة الذكر في أفراد المجتمع دون استثناء والسعي وراء تحقيق الهدف، ونقله من جيل إلى جيل باعتمادها على مجموعة من الوسائل والأساليب التي تساعدها في ذلك، حيث تعتبر هذه العناصر بمثابة التراث الاجتماعي لكل مجتمع لذلك تهدف التنشئة الاجتماعية إلى غرسها في نفوس الأطفال منذ ولادتهم وتشكيل جماعات لها أهداف واضحة تلتزم بعناصر الهوية القومية.

***تحقيق التماسك الاجتماعي:** بعد غرس عناصر الهوية القومية تأتي عملية التماسك أو الوحدة بين أفراد المجتمع الواحد بحكم أن كل منهم يلتزم بمجموعة من العادات والتقاليد والمعايير والقيم التي يستند عليها المجتمع الذي ينتمي إليه[382].

2-**4-أساسيات التنشئة الاجتماعية:** وهي مجموعة من الأساسيات التي يشترط توفرها لكي تقوم التنشئة الاجتماعية بدورها على أكمل وجه.

- توفر بيئة بيولوجية سليمة: أي أن المجتمع في هذه الحالة ملزم بتوفير جميع الظروف والوسائل المناسبة التي بدورها تعمل على تسهيل عملية التنشئة الاجتماعية، على اعتبار أن لجنس الطفل وطبيعته وظروفه الصحية دورا مهما في تحديد علاقته بوالديه ويعمل ذلك على تحديد مدى حماية الوالدين لهذا الطفل ورعايتهم له.

- وجود مجتمع للتفاعل معه: يسعى الفرد دائما إلى تحقيق حاجاته وهذا ما يحتم عليه التنقل من مجموعة إلى أخرى بهدف تحقيق الحاجة المرغوب فيها، ويتم من خلال عملية التنقل هذه نقل للثقافة والمشاركات في تحقيق التماسك الاجتماعي والشعور بالامن والاستقرار.

- الدافعية: وهي المحفز الذي يؤدي بالناشئ إلى تكرار السلوك أو الفعل الذي قام به من قبل وذلك نتيجة شعوره بارتياح ورضى داخلي أثناء القيام به، فالدافعية هنا أمر يمكن إثارته بالتعزيز والتحفيز دون أي جبرية في ذلك أو ضغط.

---

[382] - شاكر حسن عليوي الخشالي، التنشئة الاجتماعية للأطفال في واقع المجتمع العراقي بعد الاحتلال الأمريكي عام 2003، دراسة ميدانية في علم النفس الاجتماعي لإحدى المحافظات العراقية (ديالي)، أطروحة دكتوراه، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك لكلية الآداب والتربية، 2011/ 2012، ص ص 80- 81.

- الإرشاد والتوجيه: ويكمن فيها ارشاد النشئ إلى أساليب وطرق التعامل مع الوسط الاجتماعي الذي ينتمون إليه، وتوجيه المراهقين إلى كيفية تحقيق التفاعل العام، وهذا ما يساهم بشكل كبير في تحقيق أو نجاح عملية التنشئة الاجتماعية[383].

3- تأثير وسائل الإعلام على عملية التنشئة الاجتماعية:

يرجع تأثر عملية التنشئة الاجتماعية بوسائل الإعلام من تأثير هذه الأخير في المجتمع ككل، وبما أن التنشئة عملية اجتماعية نابعة من المجتمع فهي تتأثر بما يتأثر به هذا المجتمع.

3-1 **تأثير وسائل الإعلام في المجتمع:** تعتبر وسائل الإعلام المختلفة منها المرئية، السمعية، والمقروءة مصدرا مهما من المصادر المعتمدة في عملية التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، لما لها من دور فعال في التأثير على أفراد المجتمع المختلفة في النوع والعمر والثقافة، وهذا ما يجعل منها ذو أهمية بالغة في بناء المجتمعات، ويمكن اعتبارها لأنها هي أحد العناصر الأساسية التي بدورها تعمل على تشكيل ملامح المجتمعات، حيث أن أي دور لأحد وسائل الإعلام يتحدد بالأثر الذي تحدثه على المستقبلين، وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل مؤثرة وفعالة ، ووسائل غير مؤثرة وغير فعالة، في حين يمكننا إدراج الاتجاه السلبي والاتجاه الإيجابي للنوع الأول وهو الوسائل المؤثرة والفعالة، وهذا بدوره يرجع للهدف الأساسي من المواضيع والأحداث المطروحة، للبحث والتقصي ومن ذلك النشر والإعلان.

ولعل أن الاختلاف القائم بين النوعين يكمن في أن هذه الأخيرة لا تقدم للمجتمع ولا لأفراده أي جديد ولا أي منفعة بسبب تقديمها أو توصيلها للمعلومات والأخبار، لكن دون أسس واضحة المعالم، دون معرفة ما يجب أن يقدم أو ما لا يجب تقديمه وما يجب أن تكون له الأولوية في النشر، ومن ذلك المنفعة والفائدة لأفراد المجتمع ككل، وعليه يمكننا القول أن الوسائل غير الفعالة لا تعتمد خطط مدروسة ولا تحسن اختيار الوسائل ولا الرسائل ولا الأدوات الاعلامية اللازمة في ذلك للوصول إلى الهدف المرجو، على عكس الوسائل الفعالة التي تعتمد خطط منهجية مدروسة، والذين يعتمد أصحابهم على تصورات واضحة للأحداث وتوقعات للأثر أو الاستجابة والذين يمتلكون أهدافا يسعون إلى تحقيقها دائما.

فتختلف الوسائل باختلاف الرسائل على سبيل المثال نجد وسائل الإعلام المسموع تستغل الإعلام بهدف توعية الأجيال الفتية بالقضايا التي تمس مجتمعاتهم المعاصرة، وذلك بهدف تنشأتها تنشئة مختلفة عما نراه في يومنا هذا[384].

لا ننكر دور وسائل الإعلام في بناء المجتمعات وفي بعض الأحيان يحدث لنا انفصام في التفكير مقارنة بما تقدمه لنا وسائل الإعلام وما هو عليه مجتمعنا الحالي، فهذا يرجع لاستغلال هذه وسائل الإعلام فهناك

---

[383] - المرجع نفسه، ص ص 82.83.

[384] - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014، ص ص 11- 12.

من يستغلها استغلالا إيجابيا فيكون تأثيرها إيجابي على الفرد والمجتمع، وهناك من يستخدمها استخداما سلبيا فتنعكس سلبا على ثقافته وشخصيته ومكانته في المجتمع ككل.

وعليه يمكننا القول أن وسائل الإعلام باختلافها وباختلاف أهدافها ورسائلها فهي لها تأثير كبير على تشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد ومن ذلك المجتمع، ومن هذا المنطلق يساهم هذا البناء في تشكيل رؤية للفرد والمجتمع يستطيعون من خلالها تحليل واستعاب وحل القضايا الاجتماعية أو المجتمعية بصفة عامة، ونتيجة لما ذكر سابقا من وظائف لوسائل الإعلام فإنها بذلك تعمل على تغيير اتجاهات وسلوكات وأنماط الأفراد، وهذا راجع لمجموعة من الأسباب أولها رغبة المتلقين (المستقبلين) للتعرض للمعلومات والأخبار المنشورة، والتي تبثها وسائل الاعلام بدراسة تفصيلية على الجمهور المتلقي واستطلاع للرأي العام[385].

3-2- أنواع تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع:

تتعدد وتختلف تأثيرات وسائل الإعلام على أفراد المجتمع بمختلف فئاته وعليه يمكننا طرح بعض هذه التأثيرات فيما يلي:

- تغيير الموقف: تقوم وسائل الإعلام بتغيير اتجاهات وسلوكات ومواقف المستقبلين من خلال ما تنشره من معلومات وأخبار تؤثر بشكل فعال في الجماهير المستقبلة لها، وما تغيير الموقف هنا هو نتيجة للتأثير الطارئ على عقول وأفكار واتجاهات الجماهير، بالإضافة إلى اعتماد وسائل الإعلام على نفس الأسوب في الطرح في مرات متعددة ومتكررة لتضمن التأثير الفعال في المستقبلين، فالتكرار هنا لديه القدرة على تغير الموقف والاتجاهات وطبعا هذا كله مبني على أساس دراسة محكمة وممنهجة للجماهير المستقبلة.
- التغيير المعرفي: تسعى وسائل الإعلام إلى تقديم الجديد لأفراد المجتمع وتحرص على التأثير عليهم بهذا الجديد الذي تطرحه، الذي من شأنه أن يغيّر تكوينهم المعرفي، وذلك عن طريق دراسة مسبقة للفئة المستهدفة من جميع النواحي ومعرفة النقاط التي من شأنها أن تؤثر على معارفهم وخبراتهم.
- التنشئة الاجتماعية: ويقصد بهذا النوع من التأثيرات ان كل ما يتلقاه الفرد من و سائل الإعلام المسموعة أو المقروءة ...الخ لا يخلو من الأهداف المخطط لها، حيث تقوم وسائل الإعلام بتلقين المتلقي مجموعة من الخبرات والمعارف التي تساعده على تشكيل الهوية الثقافية، هذه المعارف المشحونة بالقيم الاجتماعية وتعرض للمستقبل على عدة مرات متتالية إلى أن تترسخ بذهنه وأفكاره واتجاهاته، حيث أن المسؤولين على وسائل

[385] - المرجع نفسه، ص 14.

الإعلام يختارون طرق إقناع مناسبة للمستقبل (المتلقي) تساعدها للوصول إلى اللاشعور لهذا المستقبل[386].

- الإثارة الجماعية: طبعا وسائل الإعلام لا توجع إلى شخص واحد منعزل عن مجتمعه بل تقدم رسائلها الإعلامية إلى مجموعات من الأفراد على اختلاف أنواعها وأعمارها وثقافتها، لذلك يؤخذ بعين الاعتبار اختيار الوسيلة الإعلامية الأنسب لهذا الاختلاف والتي تحقق الهدف بأقل جهد وتكلفة مقارنة بغيرها من الوسائل الأخرى، وإن من الظروف التي تشجع هذا النوع من الإعلام نجد (الحروب- الكوارث الطبيعية- الأوبئة) حيث يكون الحرص شديدا على اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة للاشتثارة الجماعية.
- الاستثارة العاطفية: إن من أهم ما يميز وسائل الإعلام أنها تمتلك القدرة على مخاطبة العواطف والتأثير فيها واقناعها، وذلك لاستخدام العديد من الأساليب المختلفة التي تستميل بها عواطف المتلقي.
- الضبط الاجتماعي: تتجلى مظاهر الضبط الاجتماعي التي تقوم بها وسائل الاعلام المختلفة في توحيد الناس على ثقافة واحدة وقيم دينية وأخلاقية واحدة للمجتمع الواحد، فوسائل الإعلام هنا كفيلة بغرس ما تريده من قيم وثقافات في المجتمع المستهدف من خلال مجموعة الأساليب الذكية، فهي تعلن ما تريد إعلانه وتكتم ما تريد كتمانه، في هذه الحالة يصبح الخبر المعلن عنه بمثابة القيمة أو العرف الذي يتوجب على أفراد المجتمع اتباعه والدفاع عنه بشدة[387].

3-3- تأثير وسائل الإعلام في الأسرة:

باعتبار أن الأسرة هي اللبنة الأساسية التي يتكون منها المجتمع إذا صلحت صلح وإذا فسدت فسد المجتمع، بالإضافة إلى أنها هي الوسط الذي ينشأ فيه الفرد، حيث يقوم باشباع حاجاته المختلفة ورغباته وميولاته وتعتبرها من مهامها الأساسية ومن واجبها القيام بذلك، وهذا ما يسمى بالتنشئة الاجتماعية حيث يسعى المجتمع دوما للبحث في أنسب الوسائل والطرق للقيام بهذه المهمة (التنشئة الاجتماعية)، وعلى سبيل المثال نجد وسائل الاعلام من أبرز الوسائل التي تعتمدها الأسرة للقيام بدور التنشئة الاجتماعية، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي الواضح والمساير للعصر جعل من وسائل الإعلام تقوم بهذه المهمة على أكمل وجه في جميع الأماكن والأزمان، بسبب اختراقها لجميع مجالات الحياة التي يعيشها الفرد، وعلى اعتبار أن وسائل الإعلام هي بمثابة المؤسسة الاجتماعية شأنها شأن المدرسة وغيرها فهي لها دور فعال في غرس القيم

---

386 - خالد محمد أبو شعيرة، ثائر أحمد غباري، قضايا معاصرة وأثرها على التربية والتعليم في الوطن العربي، دار الإعصار العلمي للنشرو التوزيع، 2015، ص ص 228- 229.

387- mawdoo3.com طلال مشعل، تأثير وسائل الإعلام على المجتمع 2018/09/12 223.33

الدينية والانسانية والاجتماعية و الثقافية في الأفراد داخل المجتمع، كما أن هذه الوسائل تشارك في جميع مواقف التغير الاجتماعي أو الفكري أو السياسي أو الاقتصادي هذه الجوانب من شأنها التأثير على الإطار العام للأسرة بما فيها الأفراد، بحكم أنهم جزء لا يتجزأ منها فتأثير وسائل الإعلام على الإطار العام للأسرة لا يمكن أن يكون سلبيا بقدر ما هو إيجابي، ويرجع هذا للاستعمال المناسب لها واستغلالها الملائم لاحتياجات الأفراد، فاستغلالها المناسب من طرف الأفراد يجعل منها الأكفأ في عملية التنشئة الاجتماعية[388].

3-4- إنعكاس وظائف وسائل الإعلام على التنشئة الاجتماعية:

تعتبر وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر من أهم الوسائل التربوية والتي بدورها تقدم مواد وأنشطة علمية وثقافية متنوعة، وذلك باختيارها لمجموعة الوسائل المناسبة كالمسرح والسينما والإذاعة المرئية والمسموعة والصحف والمجلات، وعلى هذا الأساس تعتبر وسائل الإعلام من الوسائل الأكثر جذبا لأفراد المجتمع على اختلاف فئاتهم العمرية وعلى اختلاف ميولاتهم الشخصية وأنواعهم الجنسية، فهي بمثابة أداة للنهوض بالمجتمعات ثقافيا، حيث أنها تتوافر على مجموعة من المميزات التي تميزها عن غيرها والمتمثلة في:

- سرعة الاستجابة: أي أنها سريعة في نشر الأخبار والأحداث وهذا راجع لتنظيمها وتخطيطها المسبق ودراستها الأولية للجمهور المستهدف، بالإضافة إلى هدفها الأساسي.
- اعتمادها على الإعلام الحديث وتطبيقاته في مجالاتها المختلفة.
- تعتبر وسائل الإعلام وسيلة لتفاهم الجماهير على تنظيم العلاقات القائمة فيما بينها.
- تتيح فرصة الترقية والترويج وهي بذلك تساعد الجماهير على التعرف واكتشاف العديد من المناطق والأماكن التي كان يصعب وصولهم إليها مباشرة.
- تؤثر بطريقة مباشرة على الرأي العام وذلك بقدرتها على استمالة عقول وعواطف الجماهير بطرق مختلفة.
- تعمل على نقل مواد ثقافية مختلفة، وهذا ما يجعل منها وسيلة لتربية الأجيال، وعليه فهي بحاجة إلى التكامل مع باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية في أهدافها العامة، وأكبر دليل أن في أغلب مدارس بعض الدول أصبحت اليوم تعتمد على بعض وسائل الإعلام بهدف توصيل الرسالة التربوية للطلاب والتلاميذ[389].

---

[388] - موسى عبد الرحيم حلس، 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، غزة فلسطين، سلسلة العلوم الانسانية 2010، المجلد 02، العدد 02، ص ص 148- 149.

[389] www.bayt.com/ar/specialities/q -صرح علي، ماهو دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية على الأبناء 2018/09/13/ 21.37

خاتمة:

وفي الأخير يمكننا القول أن لوسائل الإعلام دورا فعالا وإيجابيا في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية، وذلك من خلال اختلافها باختلاف فئات المجتمع وتغيره عبر الأزمان والأماكن، بالإضافة إلى قدرتها على التأثير والإقناع لمعظم فئات المجتمع وتكمن قدرتها هذه في دراستها المخطط لها مسبقا حول الجماهير أو الفئات المستهدفة وطرق استمالتهم، فوسائل الإعلام يمكن أن تأخذ قسطا لا بأس به من تحمل مسؤولية التنشئة الاجتماعية لما لها من مؤهلات وإمكانيات تعزز دورها الكبير في هذا المجال. حيث أن وسائل الإعلام تنعكس على مستخدمها حسب طريقة الاستخدام فمن استغلها استغلالا جيدا تنعكس عليه إيجابا وعلى تنشئته الاجتماعية وتعمل العكس لمن استغلها استغلال سلبي، وعليه نتوصل إلى أن وسائل الإعلام لها دورا إيجابيا في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية حيث أنها تعمل على توجيه اتجاهات الأفراد وتعديل سلوكاتهم وفق ما يتناسب مع ثقافة المجتمع الذي ينتمون إليه.

قائمة المراجع:

- **القواميس:**

- أحمد زكي بدوي، (1995)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت.
- غي روشيه، (1983)، مدخل إلى علم الاجتماع العام والفعل الاجتماعي، تر مصطفى دندشيلي، ج1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت لبنان.
- مصلح الصالح، (1999)، قاموس الشامل قاموس مصطلحات المعلومات انجليزي– عربي، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية.

- **الكتب باللغة العربية:**

- الحسن احسان محمد، (1998)، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي،أكاديمية نايف العربية للعلوم الانسانية، الرياض، السعودية.
- خالد محمد أبو شعيرة، ثائر أحمد غباري، (2015)، قضايا معاصرة وأثرها على التربية والتعليم في الوطن العربي، دار الإعصار العلمي للنشرو التوزيع.
- امر إبراهيم القندلجي،(2013)، الإعلام والمعلومات والأنترنيت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- عبد الله الرشدان، (2004)، علم اجتماع التربية، دار الشروق، عمان.
- علي شيبة شدوان، مذكرة في تاريخ الإعلام، دار المعرفة الجامعية، الأزرايطة، دط.
- علي عبد الفتاح كنعان، (2014)،الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن. دس.دط.
- محمد صاحب سلطان، (2012)، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطوير، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن.
- محمد فاتح حمدي وآخرون، (2011)، تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، الجزائر.

- محمد منير حجاب، (2008)، وسائل الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر.
- محمود منصور هيبة، (2004)، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر.

- **الكتب باللغة الأجنبية:**

1-theodors kout rouds. .(2011) . Marc hits. communication politique et loffing. CbruxellesEdition de boek. Université.

- **المذكرات:**

- حيرش بغداد ليلى أمال، (2014)، الطفل والتلفاز الآثار الإيجابية والسلبية، دراسة ميدانية بمدارس مدينة وهران، رسالة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران2 .
- شاكر حسن عليوي الخشالي، (2015/2014)، التنشئة الاجتماعية للأطفال في واقع المجتمع العراقي بعد الاحتلال الأمريكي عام 2003، دراسة ميدانية في علم النفس الاجتماعي لإحدى المحافظات العراقية (ديالي)، أطروحة دكتوراه، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك لكلية الآداب والتربية.
- فايزة أسعد، (2013)، العادات الاجتماعية والتقاليد في الوسط الحضري بين التقليد والحداثة، مقاربة سوسيوانثروبولوجية لعادات الزواج والختان مدينتي وهران وندرومة نموذجا، رسالة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران.
- هناء العابد، (2010)، التنشئة الاجتماعية ودورها في نمو التفكيرالابداعي لدى الشباب السوري، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات درجة الدكتوراه، جامعة s.t.clements العالمية، تخصص علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع.

- **المقالات:**

- أجقو علي، (2006)، الصحافة الالكترونية العربية الواقع والآفاق،مجلة المفكر، العدد 1، مارس.
- بطرس حلاق، (2007)،تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية المجتمع السوري نموذجا، مجلة جامعة دمشق، المجلد 23، العدد الثاني.
- تركي مصطفى،(1984)، وسائل الاعلام وأثرها في شخصية الفرد، مجلة الفكر، ج14، الكويت وزارة الاعلام الكويتية.
- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، (1998)، الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.
- موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، (2010)، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب، جامعة الأزهر ، مجلة جامعة الأزهر، غزة فلسطين، سلسلة العلوم الانسانية ، المجلد 02، العدد 02.

- **مواقع الانترنيت:**

1- طلال مشعل، تأثير وسائل الإعلام على المجتمع mawdoo3.com 223.33 2018/09/12

2- صرح علي، ماهو دور وسائل الإعلام في التنشئة www.bayt.com/ar/specialities/q الاجتماعية على الأبناء 2018/09/13/ 21.37

مساهمة تكنولوجيا الاتصال وإدارة المعرفة في ترقية الخدمة العمومية
(دراسة حالة بلدية وزرة)
The contribution of communication technology and knowledge managemnet in thepromotion of public service

آمال سي موسى

باحثة دكتوراه جامعة الجزائر 3-

كلية علوم الإعلام والاتصال

الجزائر

ملخص:

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء وتسليطه على واقع استخدام تكنولوجيات الاتصال في الإدارة العمومية متمثلة في بلدية ولاية المدية، ودور هذه التكنولوجيا في فاعلية إدارة المعرفة، وتحسين جودة الخدمة العمومية في البلدية، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها إن عملية رقمنة الخدمة العمومية للحالة المدنية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مكنت من استحداث سجل وطني الكتروني يربط بين كافة بلديات القطر الجزائري ووزارة الداخلية والجماعات المحلية من خلال شبكة ربط، والتي بموجبها يستطيع أي مواطن الحصول على خدمة استخراج وثائق الحالة المدنية الخاصة به في أقل وقت ممكن وذلك من أقرب بلدية أو ملحقة إدارية على مستوى الوطن.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاتصال، إدارة المعرفة، الخدمة العمومية، الإدارة العمومية.

Abstract:

The study aimed to shed light on the reality of the use of communication technologies in the public administration represented in the Municipality of Medea State. The role of this technology in the effectiveness of knowledge management and improving the quality of public service in the municipality. The study reached a number of results, Using ICT enabled the creation of two electronic registries linking all the municipalities of the Algerian Republic, the Ministry of the Interior and the local communities through a network of connectivity, under which any citizen can obtain a service to extract documents Its own civil service in the least and can be obtained from the nearest municipality or administrative attaché at the level of the country.

Keywords: communication technology, knowledge management, public service, public administration.

مقدمة:

تعتبر الخدمة العمومية من أهم المواضيع التي تحتل الصدارة في اهتمامات الدول والحكومات الساعية لتقديم أفضل الخدمات، وهذا ما تم ترجمته في العديد من الشعارت كعصرنة الإدارة وتقريبها من المواطن، حيث يرتبط المواطن بعدة إدارات عمومية قصد قضاء حاجاته والاستفادة من الخدمات التي تقدمها .ولعل أهم ما هو متداول في السنوات الأخيرة، جملة الإصلاحات والقوانين والتنظيمات التي تعمل على تنشيط وتنظيم العلاقة بين المواطن والإدارات العمومية، وبما أن الإدارة الحالية تواجه حالة من التحدي، نتيجة للثورة العلمية والتكنولوجية في جميع الميادين، وما نجم عن ذلك من تعقد مهمات الإدارة ومتطلبات أدائها، وعليه فإن الوسائل التقليدية من اعتماد الإدارة على الخبرة الشخصية للعمال، لم تعد قادرة على تحقيق أهدافها، التي تستلزم قراران سديدة في مجال التسيير الحسن والاستثمار الأمثل للموارد البشرية، المادية، التكنولوجية، المعلوماتية المتاحة. ولعل أهم الأسباب التي دعت الإدارة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات هي تلك التعقيدات في الأعمال، وبالتالي أصبح من الضروري عليها أن تكيف إمكانياتها مع التغيرات الحاصلة لمواجهة مختلف التحديات.

الإشكالية:

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأحد متطلبات الحداثة والتطور الذي يشهده العالم اليوم تلعب دورا كبيرا في النهوض بمستوى تقديم الخدمة العمومية، وذلك من خلال تأثيرها على فعالية المؤسسات العمومية ومجمل الإدارات المختصة بتوفير الخدمات العمومية من خلال تسهيل عملية إدارة المعرفة داخلها واتصالها بالمواطن وسرعة استجابتها ودقة أدائها وكفاءة إيصالها لهذه المعرفة، وغيرها من مظاهر الفعالية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن اعتماد أحدث التكنولوجيات يساهم بشكل واضح في ترشيد الخدمة العمومية من حيث تقديمها بطريقة شفافة ودائمة وبأقل التكاليف وفي الوقت المناسب مع الحرص على المساواة والكفاءة في ذلك.

وقد شهدت الإدارة العمومية الجزائرية في السنوات الأخيرة عدة إصلاحات تكنولوجية لترقية نوعية خدماتها المقدمة، ولاسيما الإدارة المحلية والمتمثلة في البلدية، لما تقدمه هذه الهيئات من خدمات عمومية يومية للمواطن، هذا ما يقودنا لطرح التساؤل التالي: **إلى أي مدى أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق إدارة المعرفة وترقية الخدمة العمومية في الإدارة الجزائرية؟**

أهمية الموضوع: تتجلى أهمية البحث في الجوانب التالية:

- يستمد البحث أهميته من الموضوع الذي يتناوله فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تعد واحدة من أبرز سمات عصرنا الحالي، كما أن الخدمات العمومية ضرورة حتمية يقتنيها المواطن يوميا وفي كل حين.
- تبرز الجوانب المختلفة لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمة العمومية بأحسن أسلوب، وذلك بتوفير الجهد، الوقت، المال والخدمة المستمرة بغرض تخفيف العبء على المواطنين.

- الإطلاع على مختلف التكنولوجيات المستعملة في الإدارات العمومية الجزائرية.

أهداف الدراسة:

- معرفة علاقة تكنولوجيا الاتصالات بإدارة المعرفة
- معرفة أهمية تكنولوجيات الاتصال في الإدارات العمومية
- معرفة دور تكنولوجيات الاتصال في تعزيز إدارة المعرفة وترقية الخدمة العمومية.

منهج الدراسة: اعتمدنا على منهج دراسة حالة لأنه الملائم لمثل هذه الدراسات، فكانت بلدية ولاية المدية هي الحالة التي اخترناها لمعرفة دور تكنولوجيا الاتصالات في عملية ترقية الخدمة العمومية، ومن ثم القيام بدراسة متعمقة توصلنا إلى مجموعة من النتائج قد يمكن تعميمها على مؤسسات مشابهة.

أداة البحث: من أجل جمع المعلومات اللازمة التي تخدم موضوعنا وتوفرها لنا بشكل أكبر سنعتمد على المقابلة.

المقابلة: تعتبر مقابلة البحث من ضمن تقنيات جمع البيانات في علوم الإعلام والاتصال، والتي بفضلها يتم جمع البيانات والمعلومات بكمية هائلة حول آراء، اتجاهات، تصورات، معايير...الخ المبحوثين، حيث يكون الحصول عليها صعبا عن طريق الملاحظة وحتى الاستبيان في بعض الأحيان، وتعرف المقابلة بأنها: التبادل اللفظي الذي يتخذ وجها لوجه بين القائم بالمقابلة وبين شخص آخر أو أشخاص آخرين.[390]

إن علاقة وجه لوجه التي تنتجها المقابلة تجعلها مرنة يستطيع الباحث التحكم فيها، ولذلك قمنا بإجراء مقابلة مع السيد سي العربي محمد موظف في المصلحة البيومترية، السيد سي العربي أحمد موظف في مصلحة الحالة المدنية، السيد معمري معمر مهندس الإعلام الآلي ببلدية وزرة.

مجالات الدراسة: مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي لأنه يؤطر الدراسة في قالب يسمح لنا في التحكم في كل خطوات بحثنا، ويمكن أن نميز من خلال هذه الدراسة ثلاثة **أنواع من المجالات:**

1- المجال البشري للدراسة: ويقصد به عينة مجتمع بحث الدراسة ويتعلق مجتمع البحث ذات الصلة بالموضوع دراستنا، وقد اعتمدنا على العينة القصدية تمثلت في موظفي مصلحة الحالة المدية والمصلحة البيومترية.

2- المجال الزمني للدراسة : ويقصد به الوقت الذي استغرقته الدراسة أو الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة والتي امتدت من 05 أوت 2018م إلى 25 سبتمبر 2018، وتخللتها الدراسة الميدانية من فترة الإعداد للمقابلة وجمع المعلومات.

[390]- إبراهيم محمد التركي، دراسات في مناهج البحث العلمي، دار الوفاء، مصر، 2006، ط1، ص 104.

3- المجال المكاني للدراسة: ويقصد به المكان الذي تم إجراء الدراسة فيه ويتمثل المجال المكاني بلدية وزرة وبالتحديد مصلحة الحالة المدنية وكذا المصلحة البيومترية.

مفاهيم الدراسة:

1- تكنولوجيا الاتصال: يعرفها "**معالي الفهمي حيضر**" في تعريف شامل ومفهوم بأنها جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، نقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال والشبكات الرابطة وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.[391]

إجرائيا: يقصد بها مجموعة من الوسائل الأنشطة والبرمجيات التي تسهل تجهيز المعلومات وإرسالها وتقديمها للمواطن.

2- إدارة المعرفة: اصطلاحا: يعرفها "**سكايرم Skyrme**" على أنها: الإدارة النظامية والواضحة للمعرفة والمرتبطة بها وخاصة باستحداثها، جمعها وتنظيمها، نشرها واستغلالها، وهي تتطلب تحويل المعرفة الشخصية إلى معرفة تعاونية يمكن تقاسمها بشكل جلي من خلال المنظمة.[392]

إجرائيا: المقصود من مصطلح إدارة المعرفة في هذه الدراسة هي العمليات التي تساعد المنظمات ومؤسسة محل الدراسة على توليد المعرفة، اختيارها، تنظيمها، واستغلالها كمورد ضروري لنشاطاتها. كما يقصد بها استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في عمليات إنتاج، تخزين، استرجاع وتوزيع المعرفة بين المستفيدين منها من جمهور داخلي وخارجي لبلدية المدية.

3- الإدارة العمومية: يعرفها" **محمد الصغير بعلي**" أن للإدارة العمومية مفهومين أحدهما شكلي والآخر مادي، حيث يشير الأول إلى مجموعة الأجهزة، والهياكل القائمة في إطار السلطة التنفيذية عبر مختلف مستوياتها(مركزية أو محلية)، أما الثاني فيشير إلى مجموعة الأنشطة التي تقوم بها هذه الأجهزة رغبة في تحقيق الصالح العام، والاستجابة لحاجات المواطنين.[393]

إجرائيا: يقصد في هذه الدراسة بإدارة العمومية بأنها مجموعة الأجهزة والهياكل والهيئات المركزية أو الإقليمية التي أوكلت إليها السلطة السياسية مجموعة من الأنشطة، الوظائف، والأعمال لتلبية وإشباع الاحتياجات العامة للمواطنين بأكبر قدر من الكفاءة بهدف تحقيق رضاهم.

4- الخدمة العمومية: يعرف خبراء الإدارة العمومية، الخدمة العمومية بأنها الحاجات الضرورية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته، والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب

---

[391]- عبد الملك ردمان الدناني، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، 2005، ص 15.
[392]- نعيم إبراهيم الطاهر، إدارة المعرفة، دط، جدار للكتاب العالمي، الأردن،2009، ص 77.
[393]- نعمة عباس الخفاجي، صلاح الدين الهيتي، تحليل أسس الإدارة العامة (منظور معاصر)، دار اليازوري للنشر، الأردن، 2009، ص 19.

والالتزام في منهج توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين.[394]

إجرائيا: يقصد في هذه الدراسة بمصطلح الخدمة العامة أو الخدمة المدنية يوحي بتلك الرابطة التي تجمع بين الإدارة العامة الحكومية، والمواطنين عل مستوى تلبية الرغبات، وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد من طرف الجهات الإدارية والمنظمات العامة

التأصيل النظري للدراسة:

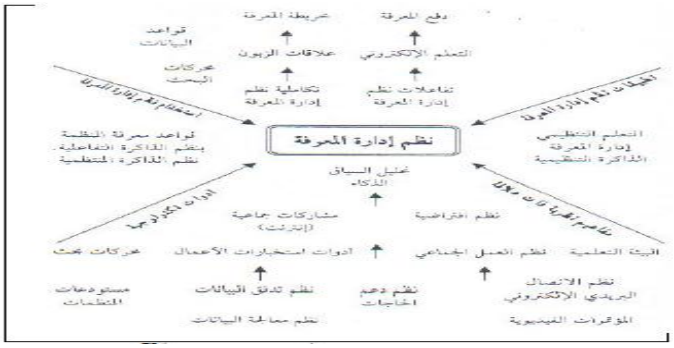
1- وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال ونظام إدارة المعرفة

تعد إدارة المعرفة من أكثر الموضوعات اهتماما في وقتنا الحالي، من أطراف متعددة وبوجهات نظر مختلفة، على وجه الخصوص العاملين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لذا ترتبط إدارة المعرفة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فللحصول على المعرفة، استقطابها، معالجتها ونشرها لابد لها من تأمين البني والقواعد لتلك التكنولوجيا، وعلى هذا الأساس فان استخدام وتطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعتبر كأحد أدوات إدارة المعرفة.

ويعرف نظام إدارة المعرفة على أنه نظام لدعم نشاطات المديرين والمهنيين من خلال التركيز على تكوين، جمع، تنظيم، توزيع وتطبيق المعرفة التنظيمية من خلال التركيز على المعرفة واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تساهم في تسهيلها وتتم بطريقة نظامية.[395]

ترتبط المعرفة وإدارة المعرفة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطوراتها المختلفة، في عملية الحصول على المعرفة، استقطابها وترميزها، كذلك المشاركة بها وتوزيعها، إنشاءها وتكوينها، تخزين وتوليدها إذا لابد لها من تأمين البني والقواعد التحتية الأساسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال لأنها تعمل على دعم نظام إدارة المعرفة باتجاهات عدة.

الشكل رقم (01): الجذور التكنولوجية لنظم إدارة المعرفة



المصدر: عبد الستار العلي، عامر إبراهيم القندليجي، غسان العمري،مدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، عمان،2005، ص75

[394]- عبد الله ولد سيد أحمد فال، دور الإدارة المحلية في تسيير الخدمة العمومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسييير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر،2006، ص39.

[395]- عبد الستار علي، عامر إبراهيم القندليجي، غسان العمري، مدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، عمان، 2005، ص 55.

يمثل هذا الشكل مكونات إدارة المعرفة وتتمثل فيما يلي:

- المفاهيم النظرية ذات العلاقة: مثل البيئة التعلمية، العمل الجماعي ونظم الاتصال والسياق التنظيمي.
- الأدوات التكنولوجية التي تتضمن عمليات المشاركة الجماعية كالانترنت، نظم المعلومات الإدارية، محركات البحث، نظم الاتصال كالبريد الالكتروني ومؤتمرات الفيديو.
- استخدام نظم إدارة المعرفة لقواعد معرفة المنظمة والذاكرة التفاعلية والمنظمية من خلال قواعد المعرفة وتكاملية إدارة المعرفة ومحركات البحث والخرائط المعرفية.
- تطبيقات نظم إدارة المعرفة والتعلم الإلكتروني ودفع المعرفة وعلاقات الزبائن.[396]

إن استخدام التكنولوجيا في إدارة المعرفة ليس بالأمر الجديد حيث أن تجارب رائدة وكبيرة قد تم بناؤها بواسطة المكتشفين الأوائل، فالمنظمات قد نشرت شبكات الانترنت التي كانت قد بنيت على شبكات وتكنولوجيا الحواسب للأجيال الأولى القديمة، والتي عملت على تحسين الوصول إلى المعرفة اعتمادا على أسلوب الخط المباشر on– line كما قد اعتمدت حلول التعاون والمشاركة بالمعرفة من خلال تطوير مؤتمرات ومنتديات الخط المباشر باستثمار إمكانات تكنولوجيا الحواسب الكبيرة، وقد أصبح باستطاعة أي شخص مستخدم لهذه المعلومات والمعارف أن يستخدمها بشكل مؤثر وفعال أيضا باستخدام الأدوات المتاحة.

2- آثار تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية

إن الانتقال نحو الخدمات العامة الالكترونية يؤدي إلى بناء الثقة بين المؤسسات العامة والمواطنين، ومن ثم الوصول إلى السرعة في إنجاز وتقديم الخدمات بشكل مباشر، فيتم بذلك توفير الجهد، الوقت والتكلفة، وهذا ما يؤدي إلى حل مشاكل الطوابير، ومختلف العراقيل البيروقراطية . كما أن وجود الحاسب واستخداماته في عمليات تشغيل البيانات أدى إلى اختفاء بعض مشاكل الرقابة الداخلية الهامة، التي كانت تستحوذ على اهتمام كبير في الأنظمة اليدوية، حيث أنه من المزايا التي تقدمها الحواسيب، تحقيق الدقة مقارنة بالعنصر البشري، وكذا الثبات، والذي يعني تنفيذ تعليمات البرنامج في جميع الأحوال، والحافز، فالآلة صماء ليس لديها أي إحساس كي تقوم بالسرقة أو الاختلاس، كما لا يوجد للحاسب مصلحة شخصية بعكس الموظف.

إذن يمكن القول أن أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والذي يتجلى في تفعيل الإدارة الإلكترونية في تحسين وتطوير الخدمة العمومية يرتكز على وجوب تحقيق العناصر الآتية:

- **مردودية الخدمة العمومية** :حيث يتعلق الأمر بمدى مرد ودية مشاريع الخدمة العمومية، ومختلف إسهاماتها في إعادة ترتيب الخدمة المقدمة للمواطنين، وما هي فوائد

396- عبد الستار علي، عامر إبراهيم القندليجي، غسان العمري، مرجع سابق، ص 76.

تطبيق هذا النموذج من الخدمات على واقع الجهاز البيروقراطي الحكومي، ومدى حقيقة تم الوصول إلى كسب رضا المواطن، وثقته بمؤسسات الخدمة العامة.

- **تقليص تكاليف الخدمة** :من خلال الاتصال عبر الخط دون الانتقال، والتوصل للخدمة من خلال النوافذ يتيح تخفيض التكاليف، الناتج عن التنقل الالكتروني بين بوابات الخدمة العمومية.
- **سرعة الاستجابة واحترام المواعيد** :حيث يعمد إلى استخدام تقنية الشباك الوحيد للأنشطة الإدارية المتماثلة، وهذا لربح الوقت، ودفع الإدارة للقيام بالالتزامات مع تحقيق سرعة الاستجابة للخدمة دون تأخر.
- **الدقة:** تشير الدقة وفق نموذج الإدارة الالكترونية للخدمات، إلى إنجاز الأعمال وفق مقاييس مضبوطة، تحدد من خلال أنظمة معالجة معلوماتية، بشكل يحد من الأخطاء الإدارية، ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة.
- **سهولة المحاسبة ووضوح الخدمة:** انطلاقا من توظيف تكنولوجيا المعلومات بشكل كامل في أداء الخدمة العمومية، فإن ذلك سيؤدي إلى إمكانية المحاسبة على جزئيات كل المهام والأنشطة، من خلال وجود النشر الالكتروني لكل مراحل الخدمة، إذ لا مجال لإخفاء المعاملات أو التلاعب ولا فرصة للاستئثار بخدمة جهات دون أخرى، فالمصلحة تصبح عامة مادامت الخدمة عامة. [397]

الإطار الميداني للدراسة

1- تعريف إدارة بلدية وزرة:

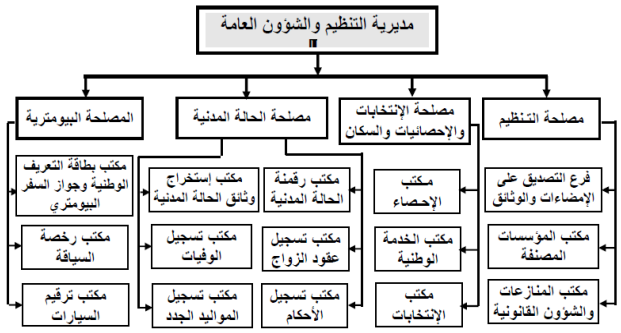
يقع مقر بلدية وزرة بشارع 5 جويلية بوسط مدينة المدية، يحدها شمالا متوسطة هواري الهواري ومكتبة البلدية، وجنوبا محطة الحافلات سابقا، شرقا مديرية الضرائب، وغربا عمارات 24 فيفري. كانت بلدية المدية ذات الصنف الثاني من 100.001 إلى غاية 150.00 نسمة تشمل على ديوان رئيس المجلس الشعبي البلدي، الأمانة العامة وخمس (05) مديريات، ولكن حسب نتائج عملية الإحصاء العام للسكن والسكان لسنة 2016 قدر عدد سكان بلدية المدية بـ 160.276 نسمة، وهو ما أدى إلى إضافة مديرية جديدة وهي مديرية الوسائل والعتاد والورشات فأصبحت بذلك بلدية المدية تشمل (6) مديريات، كما تم استحداث المصلحة البيومترية في مديرية التنظيم والشؤون العامة بداية من شهر نوفمبر2016 وذلك بعد تحويلها من الدائرة إلى البلدية في إطار تقريب

[397]- عبد الكريم عاشور، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية وفي الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، الجزائر،2010، ص ص 65-66.

الإدارة من المواطن، وهو إجراء أولي في انتظار المصادقة عليه من طرف مصالح الولاية، وفي حين توحيد مخطط الهيكل التنظيمي في جميع البلديات على مستوى القطر الوطني.[398]

والشكل الموالي يمثل الهيكل التنظيمي لمديرية التنظيم والشؤون العامة المعنية بالدراسة

الشكل رقم (02) الهيكل التنظيمي لمديرية التنظيم والشؤون العامة (محل الدراسة)



المصدر: المصلحة البيومترية ببلدية المدية

2- ثانيا: واقع تكنولوجيا إدارة المعرفة المستخدمة في رقمنة الحالة المدنية:

2-1- وسائل تكنولوجيا الاتصال: لضمان سير العمل الجيد لرقمنة الحالة المدنية ببلدية المدية، تم توفير الإمكانيات المادية التالية:

- **أجهزة الكمبيوتر الحواسيب:** تم توفير 22 جهاز كمبيوتر من نوع ' CORE" و' DELL' بجميع لواحقهم لاستخدامها في عملية مسح سجلات الحالة المدنية وكذا لحجز بيانات المواطنين من في شبابيك الحالة المدنية لاستخ ا رج وثائق الحالة HP السجلات، كما تم توفير 12 حاسوب من نوع المدنية، بالإضافة إلى جهازين (2) في كل ملحقة من ملاحق البلدية والتي يبلغ عددها 4 ملاحق. وكل جهاز من هذه الأجهزة موصول بطابعة من نوع CANON.
- **الماسح الضوئي** :استعملت البلدية في عملية مسح سجلات الحالة المدنية 3 ماسحات ضوئية كما تمت الاستعانة بستة (6) آلات تصوير رقمية من نوع " EPSON A" من نوع "SCANNER " في عملية المسح SAMSUNG.
- **شبكات الاتصال:** يتواجد بالبلدية شبكة محلية (LAN) تربط بين الموزع و 22 جهاز كمبيوتر (خادم) بواسطة 3 لوحات وصل لشبكة الاتصال (switcher) تستعمل لعمليتي المسح وإدخال البيانات، من نوع التوزيع لتمكن من العمل على الخط ، كما توجد شبكة خارجية (EXTRANET) مباشرة والولوج إلى السجل الوطني الالكتروني وكذا إرسال

[398]- مقابلة مع السيد سي العربي أحمد، موظف في مصلحة الحالة المدنية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:00 إلى11:30 ، بمقر البلدية.

قاعدة البيانات الخاصة بالحالة المدنية. كما تشترك بلدية المدية بالشبكة العالمية للانترنت ولديها موقع الكتروني هو www.apcmedea.dz

- **البرمجيات** :استعملت 03 برامج أو تطبيقات لرقمنة الحالة المدنية تعمل حسب الخادم /الموزع، وتتمثل في برنامج خاص بعقود الميلاد، برنامج لعقود الزواج والأخير لعقود الوفيات، ولكل برنامج قاعدة بيانات " **SQL** ".[399] والصور التالية تمثل واجهات البرامج المذكورة:

الشكل رقم (03) واجهة البرنامج الخاص بإدخال بيانات سجلات عقود الميلاد



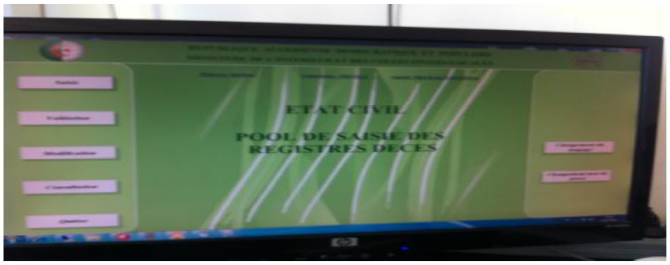
المصدر: المصلحة البيومترية.

الشكل رقم (04) واجهة البرنامج الخاص بإدخال بيانات سجلات عقود الزواج



المصدر: المصلحة البيومترية.

الشكل رقم (05): واجهة البرنامج الخاص بإدخال بيانات سجلات عقود الوفاة



المصدر: المصلحة البيومترية.

[399]- مقابلة مع السيد معمري معمر، مهندس الإعلام الآلي بمقر، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:30 إلى12:00 ، بمقر البلدية.

كما تستعمل البلدية برامج أو تطبيقات خاصة باستخراج وثائق الحالة المدنية والتي تتمثل في السجل الوطني الأوتوماتيكي والسجل البلدي الأوتوماتيكي، والمبينة في الصور التالية:

الشكل رقم (06) واجهة السجل الوطني الأوتوماتيكي



المصدر: المصلحة البيومترية.

2-2- المعالجة البيومترية لجواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية: لقد تمت عملية استصدار كل من بطاقة التعريف البيومترية، وجواز السفر البيومتري من48 صفحة فتعلق الأمر كمرحلة أولى بالأشخاص الحائزين على جواز سفر بيومتري، حيث أمكنهم طلب بطاقة التعريف الوطنية البيومترية دون التنقل إلى المصلحة البيومترية، وذلك من خلال الخدمة الالكترونية عبر موقع الوزارة www.interieur.gov.dz ، والتي انطلقت منذ يوم الخميس 08 سبتمبر 2016م، بحيث يتم إبلاغ المستفيدين عن تاريخ ومكان الحصول عليهما عبر رسالة قصير (SMS).

ثم مست العملية بعدها مترشحي شهادة البكالوريا إذ يمكنهم طلبها عن طريق الانترنت عبر الموقع الموضح في الشكل رقم (07) بواسطة اسم المستخدم وكلمة المرور المستعملة في تسجيل شهادة البكالوريا، لتشمل بعدها الأشخاص الحاملين لبطاقة التعريف الوطنية العادية (غير بيومترية) التي انتهت مدة صلاحيتها، أو تلك التي ستنتهي صلاحيتها في 31 ديسمبر2016م، حيث أن عملية استخراج كل من بطاقات التعريف الوطنية البيومترية لهذه الفئة وكذا طالبي جوازات السفر من 48 صفحة قد انطلقت منذ الرابع من شهر سبتمبر 2016 كمرحلة نموذجية على مستوى ولاية الجزائر العاصمة وعممت بعدها على جميع ولايات الوطن ابتداء من الفاتح أكتوبر 2016م.[400]

الشكل رقم (07): موقع وزارة الداخلية لطلب بطاقة التعريف لمترشحي البكالوريا



المصدر: المصلحة البيومترية

[400]- السيد سي العربي محمد، موظف في المصلحة البيومترية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:00 إلى11:30 ، بمقر البلدية.

وتمر عملية إيداع ملف جواز السفر وبطاقة التعريف البيومتريين بأربع مراحل هي:

- **مرحلة طلب جواز السفر وبطاقة التعريف البيومتريين:**

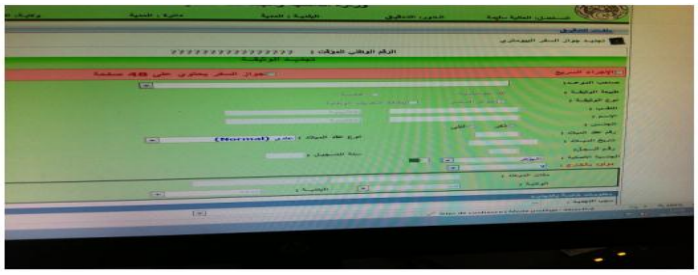
يتم إيداع ملف جواز السفر بعد أخذ موعد عن طريق الهاتف، أو عن طريق الانترنت عبر موقع وزارة الداخلية، أو عن طريق إيداعه بالطريقة العادية، وذلك بشباك استقبال الملفات guichet.

وتجدر الإشارة إلى أنه يمكن طلب بطاقة التعريف البيوميترية عن طريق جواز السفر البيوميتري، والعكس غير صحيح حيث لا يمكن طلب جواز السفر البيومتري عن طريق بطاقة التعريف البيومترية. وأنه يوجد سجل واحد يشمل كل من بطاقة التعريف وجواز السفر البيومتريين.

- **التدقيق، التدوين، المصادقة على الملف، وأخذ المعلومات البيومترية:** تمر عملية معالجة ملف جواز السفر أو بطاقة التعريف الوطنية البيومتريين بعدة مراحل، حيث أن لكل عون مكلف بالعملية اسم مستخدم وكلمة المرور خاصة به للولوج إلى البرامج، وهذه المراحل هي:

أ- **عملية التدقيق:** وهي خاصة بشهادة الميلاد الخاصة "S 12" المؤمنة تتضمن جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالمعني، حيث يتم حجز المعلومات الخاصة بالمعني في تطبيقة جواز السفر أو بطاقة التعريف البيومتريين، ثم يتم مسح كل من صورة الهوية للمعني وشهادة بواسطة ماسح ضوئي موصول بجهاز الكمبيوتر، ثم طباعة وصل الطلب، ومن ثم الميلاد الخاصة "S12" يتم تثبيت الملف من خلال أيقونة التثبيت. [401]

الشكل رقم (08) واجهة البرنامج الخاص بعملية التدقيق

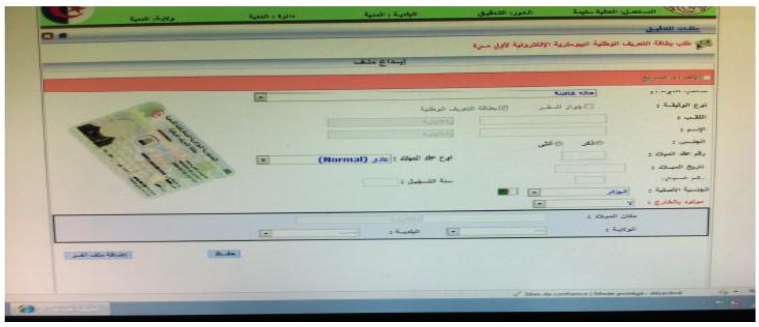


المصدر: المصلحة البيومترية

ب- **عملية تدوين الملف:** حيث يتم حجز المعلومات الخاصة بالمواطن صاحب الملف، بواسطة برنامج خاص بعملية التدوين المبين في الصورة أدناه، وذلك بالبحث عن طريق إدخال رقم ملف الإيداع التي تم مسحها مسبقا، ننقر على أو بلقب صاحب الملف أو بتاريخ ميلاده، فتظهر صورة المعني و"S12" أيقونة معطيات الشخص وتتم عملية حجز باقي المعلومات، كما توضحه الصورة أدناه:

الشكل رقم (09) واجهة البرنامج الخاص بعملية التدوين

[401]- السيد سي العربي محمد، موظف في المصلحة البيومترية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:00 إلى11:30 ، بمقر البلدية.



المصدر: المصلحة البيومترية

ج- عملية المصادقة :وهي عملية التثبت من المعلومات، حيث يتم التأكد من نوع الوثيقة (جواز السفر أو بطاقة التعريف) من خلال المقارنة مع الاستمارة المملوءة مسبقا من طرف المواطن، والتأكد من الحالة المدنية(الأب، الأم، الولي الشرعي، الزوج الحالي، معلومات عامة كرقم الهاتف مثلا)،[402] كما هو موضح في الصورة أدناه:

الشكل رقم (10) واجهة البرنامج الخاص بعملية المصادقة

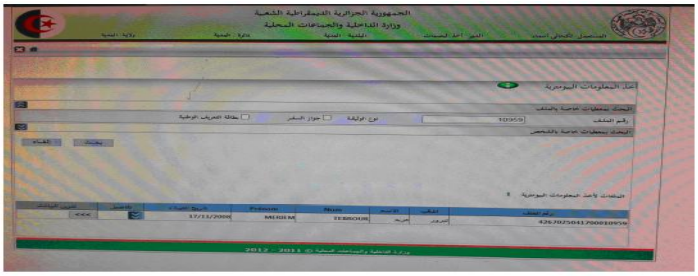


المصدر: المصلحة البيومترية

د- عملية أخذ المعلومات البيومترية :ويتم فيها أخذ معلومات المعني في مكتب أخذ المعلومات (البصمة، التصوير، التوقيع)، بحيث يتم عملية البحث بإدخال رقم إيداع الملف، فتظهر مباشرة المعلومات الخاصة بالمعني، الذي يتأكد من المعلومات الخاصة به بالإطلاع عليها مباشرة عبر شاشة الحاسوب، ويضع يده اليمنى(الأربع أصابع دون الإبهام) على جهاز مسح البصمات الضوئي ليتم مسحها جميعا دفعة واحدة، ثم يضع يده اليسرى بنفس الطريقة، ثم يتم مسح الإبهامين معا، وتتم عملية تصوير المعني بخلفية بيضاء، وإذا كانت الصورة كما هو مطلوب يوقع المعني مباشرة على جهاز PAD،[403] كما توضحه الصور أدناه:

الشكل رقم (11) واجهة البرنامج الخاص بأخذ المعلومات البيومترية

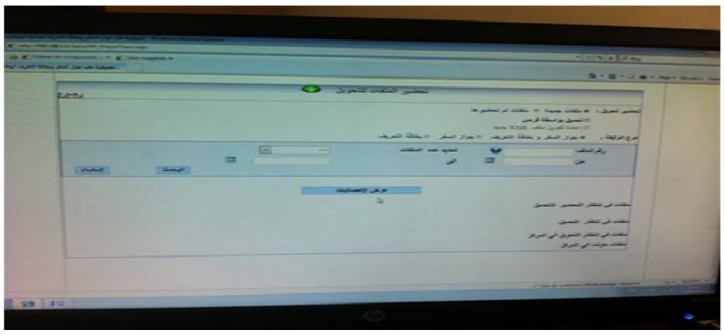
[402]- السيد سي العربي محمد، موظف في المصلحة البيومترية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 10:00 إلى11:00 ، بمقر البلدية.
[403]- السيد سي العربي محمد، موظف في المصلحة البيومترية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:00 إلى11:30 ، بمقر البلدية.



المصدر: المصلحة البيومترية

- **إرسال الملفات ومتابعتها:** يتم إرسال ملفات جواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية البيومتريين إلى مركز إنتاج الوثائق البيومترية والمتواجد بمنطقة الحميز والذي تقدر طاقة إنتاجه اليومية من 4000 إلى20000 جواز على المستوى الوطني، يقوم رئيس **المصلحة البيومترية لبلدية المدية** بتحضير ملفات جديدة لمن تم أخذ صورهم، فتظهر قائمة عدد ملفات الذين تم تصويرهم ولم تتم عملية إرسالهم بعد إلى المركز، فيقوم بتحويل بياناتهم البيومترية بالـIntranet ثم يقوم بعملية الإرسال عن طريق الانترنت تحت شبكة Extranet

الشكل رقم (12) واجهة تحضير الملفات للتحويل إلى مركز إنتاج الوثائق البيومترية بالحميز



المصدر: المصلحة البيومترية

2- أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إدارة المعرفة وتقديم الخدمة العمومية في بلدية المدية:

على إثر مقابلة أجريناها مع كل من السيد رئيس المصلحة البيومترية والمهندس المسؤول عن عملية رقمنة الحالة المدنية، فقد كانت خلاصة أجوبتهم كما يلي:

إن رقمنة جميع سجلات الحالة المدنية على مستوى بلدية المدية وإحداث السجل البلدي وكذا الوطني الآلي للحالة المدنية، وربط كل البلديات وملحقاتها الإدارية، أدى إلى تمكين المواطن من استخراج كل وثائق الحالة المدنية بصفة آلية من أي بلدية أو ملحقة إدارية عبر الوطن بإظهار بطاقة التعريف فقط دون الدفتر العائلي، ودون أن يتكبد عناء التنقل إلى البلدية الأصلية، فبذلك أصبح بإمكانه استخراج وثائق حالته المدنية في أقل وقت ممكن عكس ما كان عليه في السابق،

وخاصة إذا كان المعني يقطن في ولاية، غير التي ولد بها، بحيث كان يلزمه في بعض الأحيان عدة أيام من أجل استخراج شهادة الميلاد رقم12 وحتى تكاليف باهظة للتنقل، إضافة إلى اضطراره إلى التغيب عن مقر عمله، وتعطيل مصالح أخرى.[404]

كما لوحظ ارتفاع مستوى الدقة في تقديم وثائق الحالة المدنية، وذلك بتفادي وتدارك نسبة الأخطاء التي كانت في السابق، كزيادة حرف أو إنقاصه في اللقب أو الاسم، وخطأ في تاريخ الميلاد مثلا، وإلى غيرها من الأخطاء، أو حتى عدم وضوح خط اليد، وكذا تفادي ازدواجية الشخصية أو الهوية وهذا ما كان يعاب على النظام الكلاسيكي من خلال حالات تشابه الأسماء، وعليه فإن رقمنة الحالة المدنية جاءت للقضاء على الكثير من الأعمال الروتينية، وربح الوقت، والجهد في استخراج وثائق الحالة المدنية، الأمر الذي أسهم وبشكل كبير في اختزال الوقت لاستخراج جميع الوثائق، وأنقص من عدد الطوابير إلى حد انعدامها أحيانا. وفي نفس السياق فإن عملية الرقمنة جاءت للحفاظ على سجلات الحالة المدنية الأصلية التي تمثل الهوية الوطنية للمواطنين، وحمايتها من التلف والضياع وخاصة ما شهدته أغلب بلديات الوطن في العشرية السوداء، كما ساعدت الموظف على الإطلاع على السجلات والقيام بعملية البحث بسهولة تامة بمجرد ضغط زر على الحاسوب، بدل الانتقال إلى المكتب المخصص لحفظ هذه السجلات الأصلية مما يتطلب وقتا وجهدا كبيرين يعودان بالسلب على كل من المواطن والموظف[405].

كما أن المعالجة البيومترية لجواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية أدت إلى إنشاء قاعدة بيانات تكنولوجية موحدة حسب وثيقة شهادة الميلاد الخاصة S12، وبالتالي رقم تعريف وطني واحد، وهذا ما جعل المعلومات التي يتم طبعها على بطاقة التعريف الوطنية نفسها الموجودة على جواز السفر البيومتري وعلى S12، وبذلك قضي على اختلاف المعلومات في وثائق المواطنين، كما مكنت هذه الآلية في بدايتها الأشخاص الحائزين على جواز السفر البيومتري من طلب بطاقة التعريف الوطنية البيومترية من خلال الخدمة الالكترونية الجديدة عبر موقع الوزارة، ودون عناء تنقل المواطن إلى الإدارة كما كانت العملية من قبل .بحيث يتم إبلاغ المستفيدين عن تاريخ ومكان الحصول عليها عبر رسالة قصيرة(SMS)، كما قدمت خدمة جديدة عبر الإنترنت تمكن المواطنين من طلب جواز السفر البيومتري ومن متابعة مراحل معالجة ملفاتهم في أي وقت ممكن، وحتى خارج أوقات العمل دون تكبد عناء التنقل للاستفسار المتواصل إلى المصالح الإدارية.

إن المعالجة البيومترية لجواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية على مستوى مصالح بلدية المدية تتم في دقائق معدودة وقليلة، وكذلك بالنسبة إلى عملية إرسال الطلبات إلى مركز إنتاج الوثائق البيومترية والمتواجد بمنطقة الحميز، بحيث يمكن القول أنه يتم في دقيقتين فقط وذلك عن

[404]- مقابلة مع السيد سي العربي محمد، موظف في مصلحة الحالة المدينة، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 10:00 إلى11:00، بمقر البلدية.

[405]- السيد سي العربي محمد، موظف في المصلحة البيومترية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:00 إلى11:30 ، بمقر البلدية.

طريق الانترنت، في حين كان سابقا يستلزم ساعات أو أيام عن طريق البريد المحمول، إلا أن الضغط الكبير على هذا المركز حال دون استخراج الوثائق البيومترية وخاصة بطاقة التعريف الوطنية في أقل وقت ممكن، وهذا ما جعل كل من رئيس المصلحة البيومترية وكذا المهندس المكلف بالعملية يقترحان إنشاء مراكز أخرى لإنتاج الوثائق البيومترية، وبذلك تحقق استخراج جواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية البيومترية في أقل وقت ممكن.

تطلبت عملية رقمنة الحالة المدنية وكذا المعالجة البيومترية لجواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية توفر التكنولوجيات الحديثة اللازمة، وعليه تم تزويد بلدية المدية بالعدد الكافي (حسب رأي مهندس الإعلام الآلي) من أجهزة الإعلام الآلي، الماسحات الضوئية، الطابعات، آلات التصوير الرقمية، شبكات الاتصال ومختلف متطلباتها مع تثبيت البرمجيات الخاصة بكل عملية، بحيث تتوفر هذه البرمجيات على شروط الأمن والحماية للمعلومات الخاصة بالمواطنين، كما تم تزويد البلدية بمولد كهربائي تحسبا للانقطاع في الكهرباء لضمان عدم توقف تقديم الخدمة للمواطنين.[406]

وعليه تتوفر بلدية المدية على جميع الإمكانيات المادية، والتكنولوجيات الحديثة اللازمة لتقديم الخدمة بصفة إلكترونية، لما لهذه الوسائل الحديثة من أهمية بالغة في ترقية وتطوير الخدمة العمومية، انطلاقا من أن التحول نحو الخدمة العمومية الإلكترونية لا يتم إلا من خلال توفر هذه التكنولوجيات، فقط حداثة قواعد البيانات والخاصة بجواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية آلت دون حصول المواطن عليهما الكترونيا في الوقت الحالي، ولكن ستكون هذه الإمكانية متاحة في المستقبل القريب.

تنائج الدراسة:

- ساهمت آليات بطاقة التعريف وجواز السفر البيومتريين في التحول من الاعتماد الكلي على الورق إلى الاعتماد على الميكانيزم الإلكتروني.
- حققت وسائل الاتصال التكنولوجية إمكانية الانتقال من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني للحفظ، أو ما يسمى بنظام الأرشفة الالكترونية لكل العقود والسجلات المدنية مما أسهم في تدارك أزمات الماضي القريب، كما حدث في العشرية السوداء حين أحرقت بعض الهيئات الإدارية والبلديات، فنجم عن ذلك فقدان بعض العائلات لكل أثر عن وثائقهم المدنية وبالتالي صعوبة حصولهم على خدمة استخراج وثائق الحالة المدنية.
- إن عملية رقمنة الخدمة العمومية للحالة المدنية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مكنت من استحداث سجل وطني الكتروني يربط بين كافة بلديات القطر الجزائري ووزارة الداخلية والجماعات المحلية من خلال شبكة ربط، والتي بموجبها يستطيع

[406]- مقابلة مع السيد معمري معمر، مهندس الإعلام الآلي بمقر، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:30 إلى12:00 ، بمقر البلدية.

أي مواطن الحصول على خدمة استخراج وثائق الحالة المدنية الخاصة به في أقل وقت ممكن وذلك من أقرب بلدية أو ملحقة إدارية على مستوى الوطن.

خاتمة:

نظرا لأهمية الخدمة العمومية قامت الإدارة العمومية الجزائرية بعدة إصلاحات لتحقيق الجودة في خدماتها، وهذا تزامنا مع ما يحدث في العالم من تغيرات تكنولوجية، حيث شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة خطوات جادّة في مجال الاهتمام بنوعية الخدمات الصادرة عن هيئات القطاع العام، نتيجة لحتمية التأقلم مع التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي عمت العالم بأسره، ونتيجة لمتطلبات الإرادة الشعبية التي باتت تطمح في الحصول على خدمة عمومية ذات نوعية ومستوى يرقي إلى تطلعاتها شأنها شأن باقي الأمم، فضلا عن التزام الدولة بتجسيد مؤشرات الحكم الراشد والتي تقتضي بناء قطاع عام فعّال وقادر على التأقلم لتلبية حاجات الأفراد المتطورة والمتغيرة.

ولقد جاءت هذه الدراسة للوقوف على بوادر ترقية الخدمة العمومية على مستوى نواة التنظيم الإداري في الجزائر متمثلة في البلدية، وفي بلدية المدية كمحل الدراسة، وتجلّت في العديد من المظاهر، أبرزها التوجه نحو الاستخدام النوعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لتبسيط الإجراءات الإدارية وتسهيلا لحياة المواطن اليومية، الذي يعتبر المستفيد الأكبر من عملية الرقمنة التي باتت تتيح له الحصول على وثائق حالته المدنية بصفة إلكترونية في كل حين، ومن أي مكان، بأكثر دقة وبأقل تكلفة، تجسيدا لمبدأ تقريب الإدارة من المواطن، وتحقيقا لكون البلدية الجماعة الإقليمية التي تشكل قاعدة اللامركزية.

قائمة المراجع:

- الدناني عبد الملك ردمان، (2005) ، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، مصر.
- الطاهر نعيم إبراهيم ،(2009)، إدارة المعرفة، دط، جدار للكتاب العالمي، الأردن.
- التركي إبراهيم محمد، (2006)، دراسات في مناهج البحث العلمي، ط1، دار الوفاء، مصر.
- الخفاجي نعمة عباس، صلاح الدين الهيتي، (2009)، تحليل أسس الإدارة العامة (منظور معاصر)، دار اليازوري للنشر، الأردن.
- معمري معمر، مهندس الإعلام الآلي، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:30 إلى12:00، بمقر البلدية.
- سي العربي أحمد، موظف في مصلحة الحالة المدنية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 11:00 إلى11:30 ، بمقر البلدية.
- سي العربي محمد، موظف في المصلحة البيومترية، يوم الثلاثاء 18-09-2018، الساعة من 10:00 إلى11:00 ، بمقر البلدية.

- عبد الستار علي، عامر إبراهيم القنديلجي، غسان العمري،(2005)، مدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة، الأردن.
- عاشور عبد الكريم ،(2010)، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية وفي الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- فال عبد الله ولد سيد أحمد،(2006)، دور الإدارة المحلية في تسيير الخدمة العمومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسييير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر.

الملاحق:

ملحق رقم (01): دليل المقابلة المقننة

مساهمة تكنولوجيا الاتصال وإدارة المعرفة في ترقية الخدمة العمومية

(دراسة حالة بلدية وزرة)

The contribution of communication technology and knowledge managemnet in thepromotion of public service (case study of the municipality of ouzera)

التاريخ : 18-09-2018 / الساعة من 10:00 إلى12:00 / اليوم : الثلاثاء

المكان : مقر بلدية وزرة

تحيّة طيبة،

إنني أشكركم عن منحي جزءا من وقتكم وأذكركم باسمي "الطالبة" : آمال سي موسى، طالبة دكتوراه تخصص الاتصال التنظيمي بكليّة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر -03-، قدمت لمحاورتكم في إطار بحث يتناول موضوع "تكنولوجيا الاتصال وإدارة المعرفة ودورهما في ترقية الخدمة العمومية"، إذا كنتم لا ترون مانعا سأقوم بتسجيل أجوبتكم حتى أتذكرها، وأعاهدكم أن ما تدلون به سيمحى بمجرد انتهاء البحث، كما أن كلامكم سيبقى جد سري ولا يستعمل إلا لغرض البحث العلمي البحت. وإذا كنتم مستعدين الآن سأشرع في طرح الأسئلة المنوطة بمسؤولياتكم في هذا المنصب.

مصدر التقديم: موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، 2006، ص267.

دعنا نتحدث أوّلا عن تاريخ عصرنة الإدارة العمومية:

1- كيف كانت بدايات رقمنة الحالة المدنية والمعالجة ببلدية المدية؟

دعنا نتحدث الآن عن وسائل الاتصال التكنولوجية المستعملة في البلدية

2- ما هي أهم وسائل التكنولوجيّة التي تم توفيرها لضمان سير العمل الجيد لرقمنة الحالة المدنية ببلدية المدية ؟

3- فيما تمثل البرمجيات المساهمة في رقمنة الحالة المدنية؟ هل يمكننا الحصول على صورة خاصة بواجهة كل برنامج؟

دعنا نتحدث الآن عن عمليات إصدار الوثائق البيوميترية

4- ما هي المراحل التي تمر بها عملية إيداع ملف جواز السفر وبطاقة التعريف البيومتريين؟ هل يمكننا الحصول على صور خاصة بكل مرحلة من مراحل طلب الاستخراج البيومتري؟

دعنا نختم حديثنا عن آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إدارة المعرفة على تقديم الخدمة العمومية في بلدية المدية

5- في رأيكم كيف أثرت استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إدارة المعرفة وتقديم الخدمة العمومية في بلدية المدية؟

الإعلام الجديد والإرهاب،
(المشكلة والحلول)
New media and terrorism
Problem and solutions

صـادقي فــوزية

باحثـــة دكتـــوراه إعـلام و اتصـال جامعـة صالح بوبنيدر

قسنطينـــة – الجزائر

الملخص: راهن الإعلام الجديد على العديد من التحديات على غرار تصاعد موجة الإرهاب ،من خلال تنوع واضح للمنابر الإعلامية ،وما صعد ذلك هو الامتداد الجغرافي لهذه الظاهرة واستفحالها في فترة قياسية من الزمن، أمنيا سارعت عدة أطراف لتضييق النطاق والقضاء على الإرهاب كتدخل حلف "النيتو" في منطقة الشرق الأوسط ،وهذا ما جعل الإعلام الجديد سلاحا ذو حدين من جهة ساعد الجماعات الإرهابية على توسيع تواجدها من خلال بث أشرطة فيديوهات عبر الانترنيت والتي تتداولها الوسائل الإعلامية ومن جهة أخرى ساهم الإعلام الجديد في رصد الجرائم التي يقوم بها الإرهاب في العالم فالتنظيمات الإرهابية تستند على الوسائل الإعلامية الحديث قصد إيصال مطالبها والحصول على معلومات حول الخسائر التي خلفتها عملياتها في المقابل تتسارع الأطراف الإعلامية لتحقيق السبق الصحفي وهذا ما أدى إلى تسليط الضوء على المشاكل والحلول للإعلام الجديد وقضايا الإرهاب ، المشكلة تكمن في تدقيق الإعلام والاتصال الدولي في الأحداث الإرهابية وبث حيثياتها والتعمق في التحليل ،ما أكسبها أهمية قصوى بين تلك الأحداث الدولية المتسارعة ،وأدى ذلك إلى تعميق رقعة الظاهرة الإرهابية (عولمة الإرهاب الدولي) ،أما عن الحلول المقترحة فهي رهينة لتصاعد موجة الإرهاب ومدى اجتهاد المجتمع الدولي بسن قوانين تنظم الإعلام و وسائله المتطورة ومدى التعاطي الإعلامي لهذه الظاهرة ،أي الابتعاد عن التضخيم والتهويل الذي عرفته في الآونة الأخيرة.

الكلمات المفتاحية : الإعلام الجديد ،الإرهاب ، وسائل الإعلام ، التطرف الإرهابي ،عولمة الإرهاب الدولي .

*Abstract

The new media has been betting on many challenges along the lines of the wave of terrorism, through a clear diversity of media platforms. This has been exacerbated by the geographic spread of this phenomenon and its escalation in a record period of security. , Which made the new media a double-edged weapon on the one hand helped the terrorist groups to expand their presence through the broadcasting of videos on the Internet, which are traded by the media and the new media has contributed to monitoring the crimes committed by terrorism in the world, In addition, the media parties are quick to achieve a press lead. This has led to highlighting the problems and solutions of the new media and terrorism issues. The problem lies in the scrutiny of the media and international communication in terrorist events and broadcasting. (The globalization of international terrorism), and the proposed solutions are hostage to the escalation of the wave of terrorism and the extent to which the international community To enact laws regulating the media and its advanced means and the extent of media exposure to this phenomenon, that is, move away from the amplification and intimidation that I have known in recent times.

Keywords: new media, terrorism, media, terrorist extremism, globalization of international terrorism.

1- **الإشكالية:** تتمحور إشكالية حول الإعلام الجديد والإرهاب،(المشكلة والحلول) وعن والمضامين الإعلامية التي روجت بشكل أو بآخر لظاهرة الإرهاب وأدت إلى استفحاله ،هذا ما أدى إلى تسليط الضوء عن الطرق التي تناول بها الإعلام قضايا الإرهاب، وأهم ما تعرض له الإعلام الجديد من تحديات أثناء المعالجة الإعلامية لهذه الظاهرة التي عرفت تصيدا خطيرا في العالم بشكل عام ومنطقة الخليج العربي بوجه خاص،حيث ركزت وسائل الإعلام على ظاهرة الإرهاب بشكل غير مسبوق وأولته اهتماما واسعا على حساب موضوعات أكثر أهمية.

لقد حاولت وسائل الإعلام العربية الحكومية تقديم الممارسات الإرهابية بحذر شديد والتقليل من حدتها لعدم إثارة الذعر بين المواطنين ، وتصوير من يقومون بمثل هذه الممارسات بشكل عام كمجرمين لضمان إثارة رأي عام مجابه لهذه الجماعات.

ومع انتشار الثورة المعلوماتية التي جاءت بأفكار جديدة منها الصحيحة والملفقة والمضللة لأغراض تحريضية بحتة دون قيد أو حدود، استطاعت هذه الثورة فعلاً تفجير الحواجز القائمة بين الشعوب والدول، وغدت المسارات الإلكترونية تتجاوز الحدود القانونية الدولية القائمة في مختلف دول العالم، ووحدت سبل الاتصال والحوار القائمة بين سكان مختلف مدن العالم وبلغاتهم المتعددة، فإننا أمام تحد جديد ، وهو أن القائم بالاتصال لا يحتاج أن يكون عضوا في المؤسسات الإعلامية الحكومية أو الخاصة ، ولكن يستطيع صنع الحدث ونقله إلى مئات الملايين من المشاهدين

المستهدفين في بضع ثوان ،فالمنظمات الإرهابية عملت على تطويع وسائل الإعلام والاستفادة من ثورة الاتصالات في تنفيذ عملياتها وأجندتها ومخططاتها، واستغلت شبكات التواصل الاجتماعي لترويج أفكارها السلبية وتجنيد الشباب في صفوفها.

وسائل الإعلام العربية ومنها القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي مطالبه بتطوير بنيتها لتواكب ما يستجد على الساحة العالمية والعربية ، من خلال تطوير نظمها وبرامجها وسياساتها ، لتسهم في إيجاد حلول للحد من ظاهرة الإرهاب والتطرف.

- التساؤلات كالآتي:

* التساؤل الرئيسي:

كيف يؤثر الإعلام الجديد على ظاهرة الإرهاب؟

* التساؤلات الفرعية:

1- كيف ساهم الإعلام الجديد في تصعيد موجة الإرهاب في العالم؟

2- إلى أي مدى يمكن اعتبار الإعلام الجديد مجالا يساهم في القضاء على ظاهرة الإرهاب ؟

3- ما هي أهم المشاكل والتحديات للإعلام الجديد في ظل تصاعد موجة الإرهاب في العالم؟

3- المفاهيم والآليات

الإعلام الجديد والإرهاب:

كلمة "الإرهاب" قديمة في أدبيات الفكر السياسي والاجتماعي والإنساني،إلا أن رواج الظاهرة والمصطلح المعرفة به (الإرهاب terrorism) لم يبدأ في الانتشار إلا في غضون الثورة الفرنسية 1794، حيث كانت الحكومة الثورية في ذلك الوقت تستخدم العنف بصورة منهجية للقمع والسيطرة على من تشتبه في عدائهم من المواطنين والأجانب.[407]

وخلال الفترة من 1870 إلى 1920 تغير الهدف من استخدام المصطلح، فأصبح يُشير إلى أفراد وجماعات ومنظمات تعتنق أيديولوجيات وعقائد مُتطرفة إلى حد كبير وتتخذ من العنف والترويع منهجاً لبسط نفوذها ولترويج وفرض أفكارها السياسية،ليستمر استخدام مُصطلح الإرهاب في النصف الثاني من القرن العشرين، حيث وُصمت به في بعض الأحيان الجماعات الانفصالية والعرقية التي تعمل على انفصال أقلية معينة عن الدولة الأم[408] .

لكن بعد هجمات 2001/09/11 أصبح الإرهاب ظاهرة العولمة تجاوزت كل الحدود الدولية، وقد ساهمت وسائل الإعلام في انتشاره بشكل أكبر.

وتعتبر كلمة "الإرهاب"من المفردات التي تواجه اختلافات حادة في تحديد مضامينها(مفهومها، أهدافها، أساليبها،أسبابها، ممارستها وتداعياتها)،لدرجة أن المؤتمر الدولي الذي عقد في عام

[407] علاء الدين راشد، المشكلة في تعريف الإرهاب، دار النهضة ، بيروت، 2006

[408] المرجع نفسه.

1973 لبحث الإرهاب والجريمة السياسية قد انتهى إلى أن عدم وجود مفهوم واضح للأسباب التي تؤدي إلى ممارسة النشاطات التي تنشئ حالة الإرهاب هو العقبة التي تحول دون اقتلاع الإرهاب واجتثاث جذوره وعليه سنورد مجموعة من التعاريف لهذه الظاهرة[409]:

-لغة: تشتق كلمة "إرهاب" من الفعل "أرهب"، ويقال أرهب فلاناً: أي خوفه وفزعه، وهو المعنى نفسه الذي يدل عليه الفعل المضعف(رهب)، والرهبة هي الخوف والفزع[410].

-اصطلاحا:تعني كلمة إرهاب، الطرق والأساليب التي تحاول بها جماعة منظمة أو فئة أو حزب تحقيق أهدافها عن طريق استخدام آليات العنف والقوة والقسوة وتوجهها ضد الأشخاص سواء كانوا أفرادا أو جماعات أو ممثلي السلطة ممن يعارضون أهداف الجماعة [411] وفي تعريف آخر "الإرهاب هو الاستخدام المتعمد للعنف أو التهديد باستخدام العنف من قبل بعض الدول أو من قبل جماعات تشجعها وتساندها دول معينة لتحقيق أهداف سياسية وإستراتيجية، وذلك من خلال ممارسة أفعال خارجة على القانون تستهدف خلق حالة من الذعر الشامل في المجتمع"[412].

كما عرفته اتفاقية عصبة الأمم في الفقرة الأولى من المادة الأولى عام1937بأنه "الأعمال الإجرامية الموجهة ضد دولة ما وقصد بها أو يراد منها خلق حالة من الرعب في أذهان أشخاص معينين أو مجموعة من الأشخاص أو الجمهور العام"[413].

وذكرت لجنة الإرهاب الدولي التابعة للأمم المتحدة عند وضع مشروع اتفاقية موحدة بشأن إجراءات مواجهة الإرهاب الدولي سنة 1980 أن "الإرهاب الدولي يعد عملا من أعمال العنف الخطير أو التهديد به،يصدر من فرد أو جماعة سواء كان ضد الأشخاص أو المنظمات،أو المواقع السكنية،أو الحكومية،أو الدبلوماسية،أو محاولة ارتكاب أو الاشتراك أو التحريض على ارتكاب الجرائم"[414].

وعرفت الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب عام 1998 في مادتها الأولى الفقرة الثانية الإرهاب على أنه:" كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به أيا كانت بواعثه أو أغراضه،يقع تنفيذا لمشروع إجرامي فردي أو جماعي،ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس،أوترويعهم بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم للخطر،أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بإحدى المرافق أو الأملاك العامة أو الخاصة،أو احتلالها أو الاستيلاء عليها،أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر"[415].

---

409 محمد الهواري،الإرهاب المفهوم والأسباب وسبل العلاج، http://www.assakina.com/files/books/book26.pdf

410 ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر ودار بيروت، 1955م، 1374هـ، ص 436-439

411 إبراهيم الحيدري،سيسيولوجيا العنف والإرهاب، دار الساقي للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2015، ص31.

412 عزت إسماعيل، الإرهاب والقانون الدولي،ص144

413 مصطفى محمد موسى،*الإرهاب الإلكتروني - دراسة قانونية ،أمنية ،نفسية ،اجتماعية* ،دار الكتب و الوثائق القومية المصرية ،الطبعة الأولى،2008 ، ص 90.

414 إدريس عطية،*تهديدات الإرهاب الدولي في منطقة شمال إفريقيا*،المجلة الجزائرية للدراسات السياسية،المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، الجزائر،العدد الرابع، ديسمبر 2015،ص 30.

415 تهاني علي يحيى زياد،***الإرهاب ووسائل مكافحته (الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب 1998)***،دار النهضة العربية،القاهرة،2008 ،ص.63

أما في القانون الدولي فقد ظهرت أولى التعريفات الفقهية للإرهاب عام 1930عند انعقاد المؤتمر الأول لتوحيد القانون الجنائي في مدينة وارسو في بولندا[416] حيث عرفه **سوتيل** بأنه "العمل الإجرامي المصحوب بالرعب أو العنف أو الفزع بقصد تحقيق هدف محدد"، وعرفه الفقيه "ليمكين Lemkin" بأنه"يقوم على تخويف الناس بمساهمة أعمال العنف"، وأما الفقيه "جيفانوفيتش"Givanovitch فيرى أن الإرهاب هو عبارة عن "أعمال من طبيعتها أن تثير لدى شخص ما الإحساس بالتهديد مما ينتج عنه الإحساس بالخوف من خطر بأي صورة"[417].

من خلال كل التعاريف السابقة الذكر يتضح أن الإرهاب هو عمل ينطوي على العنف والترويع والتخويف وإلحاق الضرر المادي والمعنوي بالأشخاص والمجتمعات والدول. هو استخدام أدوات عنيفة بقصد إثارة الخوف في نفوس الأفراد ، ومن ثم فان مجرد التهديد باستخدام هذه الأدوات أو وسائل العنف يكفي في حد ذاته إلى وقوع جريمة إرهابيه، ويظهر ذلك من خلال: قانون العقوبات الأردني: " جميع الأفعال التي ترمي إلى إيجاد حالة ذعر وترتكب بوسائل كالأدوات المتفجرة والمواد الملتهبة والمنتجات السامة أو المحرقة والعوامل الوبائية أو الجرثومية التي من شانها أن تحدث خطرا عاما.

مما لاشك فيه إن هنالك ارتباط كبير بين الإعلام وكافة الأحداث التي تشهدها الساحة العربية ومن الأمور التي يجب أن ننتبه إليها في عصرنا الإعلامي الحالي هو علاقة الإعلام العربي بالإرهاب الذي يشهده العراق وقبل البدء

بالحديث عن هذه العلاقة الفريدة والتحالف الإعلامي الإرهابي لا بدلنا من الإشارة لتعريف الإرهاب ومنها هذه التعريفات:

1. تعريف الجمعية العامة للأمم المتحدة المقترح عام ,1937 كافة الأفعال الإجرامية ضد دولة من الدول التي من شأنها بحكم طبيعتها أو هدفها إثارة الرعب في نفوس شخصيات معينة أو جماعات من الأشخاص أو في نفوس العامة
2. وقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1999 بشأن إجراءات مكافحة الإرهاب الدولي وتضمن التأكيد على أن الأعمال الإجرامية التي من شأنها إثارة الرعب في نفوس العامة أو مجموعة من الأشخاص لأغراض سياسية غير مبررة تحت أي ظروف ومهما كانت طبيعة الاعتبارات السياسية أو الفلسفية أو الايدولوجية أو الراديكالية أو العرقية أو الدينية أو أي اعتبارات أخرى تستغل لتبريرها.

2. تعريف الاتحاد الأوروبي:هو العمل الذي يؤدي لترويع المواطنين بشكل خطير, أو يسعى إلى زعزعة استقرار أو تقويض المؤسسات السياسية أو الدستورية أو الاقتصادية أو الاجتماعية

---

[416] مؤنس محب الدين، *الإرهاب في القانون الجنائي*، رسالة دكتوراه مقدمة لكلية الحقوق، جامعة المنصورة عام 1983م، ص. 73

[417] Oxford advanced learner's Dictionary of Current English 1974: *Terrorism "use of Violence and intimidation*, especially for political purpose".

لإحدى الدول, أو المنظمات, مثل الهجمات ضد حياة الأفراد أو الهجمات ضد السلامة الجسدية للأفراد أو اختطاف واحتجاز الرهائن, أو إحداث أضرار كبيرة بالمؤسسات الحكومية أو اختطاف الطائرات والسفن ووسائل النقل الأخرى, أو تصنيع أو حيازة المواد أو الأسلحة الكيماوية والبيولوجية, أو إدارة جماعة إرهابية أو المشاركة في أنشطة جماعة إرهابية.

3- الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب القاهرة عام 1998 كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به أي كانت بواعثه أو أغراضه ويقع تنفيذا لمشروع إجرامي فردي أو جماعي ويهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس أو ترويعهم بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم للخطر أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق أو الأملاك العامة أو الخاصة أو احتلالها أو الاستيلاء عليها أو تعريض احد الموارد الوطنية للخطر.[418]

وبعد التعرف على الإرهاب واهم التعريفات العالمية لهذا الداء المستشري في العالم وفي العراق خصوصا جدير بنا أن نعرف الإعلام لغة واصطلاحا فمعنى الإعلام لغة: نقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها بسرعة.

والإعلام اصطلاحا هو: "عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق واضحة و صادقة، وموضوعات دقيقة، ووقائع محددة، وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام "

إذا أيها الأحبة هذا هو ما اتفق عليه الفقهاء من توضيح تعار يف للإرهاب والإعلام فأين انتم يا فضائياتنا العربية من هذه التعاريف الدولية وهل إن تجاهلكم لهذه القيم سيستمر إلى ما لا نهاية وموقف بعض هذه الفضائيات واضح وليس خفي في إظهار عدائها للشعب العراقي فأي معلومات صحيحة تبثونه؟

وأي رعب هذا الذي تزرعونه من خلال أخباركم الكاذبة؟

وبالرغم من كل أساليبكم التي تمارسونها في خداع بعض العقول التي انتبهت وستنتبه إلى كل أساليبكم الماكرة ورغما عنكم سيبقى عراقنا موحدا وكلمتنا الإعلامية ستقف بوجه تحالفكم المشئوم مع الإرهاب.

الإعلام الجديد وقضايا الإرهاب

تعتبر إشكالية العلاقة بين الإرهاب ومختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والإلكترونية موضوعاً لدراسات نظرية وبحوث علمية كثيرة، خاصة وأن هذين المصطلحين "الإعلام"و"الإرهاب"من أكثر المفردات تردادا لعقود عديدة مضت، وسيستمران لعقود أخرى مقبلة، وذلك لاعتبارات عديدة منها[419]:

---

[418] Oxford advanced learner's Dictionary of Current English 1974: Terrorism "use of Violence and intimidation, especially for political purpose".

[419] نبيل عبد الفتاح، الـــرؤى الملتبســة: الإعـلام والإرهـــــاب، http://www.acrseg.org/3703

- كلا الاصطلاحين يتصفان بالقدم، والاستمرارية، على اختلاف أدواتهما وتعبيراتهما، وما يعتريهما من تطور، وتجديد في الوظائف والوسائط والآليات والأهداف.
- تصاعد الدور المحوري والمؤثر للإعلام، وانتشار المنظمات والجماعات الإرهابية، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 .
- الوظائف المتجددة للإعلام والإرهاب تجعلهما حاضرين معاً كمنظومات، وكإشكاليات في علاقتهما بالحريات العامة والشخصية، والسياسية، والقانون، والنظام الدولي، والأيديولوجيات، والأديان، والأعمال الاستخباراتية والأمنية...الخ.
- تشابك العلاقة بين الإرهاب والإعلام وأجهزته ووسائطه المتعددة،يشير إلى أن كليهما يحقق بعض أهدافه الوظيفية والاحترافية والسياسية، وهو ما أشار إليه "والتر لاكير " Walter Laqueur في مقال نشر في مجلة هاربرز Harpers[420]
- عام 1976 "إن الإعلامي هو أفضل صديق للإرهابي، ويقول غيره أيضا أن "الإعلامي هو شريك الإرهابي".
- سعي كل من الإعلام والإرهاب كجزء من وظائفهما وأهدافهما وراء الآخر، فمختلف وسائل الإعلام تسارع إلى السبق الإعلامي لكل ما يمارسه الإرهاب من عنف وتخريب واغتيالات لتزويد الجمهور بالمعلومات، وفي نفس الوقت تسعى الجماعات الإرهابية وراء وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق أهدافها المتمثلة في إشاعة الرعب والخوف وعدم الاستقرار.
- لطالما كان العنف بمختلف أشكاله المادي، الرمزي، اللفظي...جزء من الأنساق السياسية والدينية والإيديولوجية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات الإنسانية، وهو ما يؤدي بدوره إلى الاحتجاج والفوضى والتطرف والإرهاب.

لكن السؤال المستمر حول هذه العلاقة هو:هل يقدم الإعلام من خلال تناوله للعمليات الإرهابية سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، أو بطريقة مقصودة أو غير مقصودة خدمة ما للإرهابيين؟ أم أن التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية من شانها أن تدعم جهود الحكومة والسلطات الأمنية بهدف مواجهتها والقضاء عليها؟حقيقة من الصعب إطلاق تعميمات حول مدى تأثير أحد هذين المتغيرينفي الآخر، حيث توجد نظريتان رئيسيتان تتناولان هذا الإشكال العام وهما:[421]

 نظرية العلاقة السببية بين الخطاب الإعلامي والإرهاب: ومفاد هذه النظرية هو أن: التغطية الإعلامية للإرهاب تؤدي إلى انتشاره"الإرهاب"، باعتبار العمليات الإرهابية هي نتيجة طبيعية للتغطية الإعلامية، لان هذه الأخيرة تعمل على تهويل

[420] William E. Biernatzki, *Terrorism and Mass Media*.Communication Research Trends. Volume 21 (2002) No. 1

[421] نصيرة تامي، *الإعلام الفضائي والإرهاب*، دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان،الأردن،ط 1، 2015

الأحداث قصد زيادة المبيعات وبالتالي تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح، وفي نفس الوقت يعتمد الإرهاب على الإعلام لتحقيق المزيد من الفزع في أوساط الجماهير وللحصول على الشرعية لدى الرأي العام،وتؤكد هذه النظرية على فرض المزيد من القيود على وسائل الإعلام من طرف الحكومات، لكن هذا التصور يعتبر وسائل الإعلام ضحية للإرهاب بطريقة أو بأخرى، فهي إما تتناول الحدث الإرهابي وتحقق أثراً نفسياً مروعاً، وإما تتجاهله بسبب قيود الحكومات فتفقد بذلك مصداقيتها.

نظرية العلاقات المتباعدة بين الخطاب الإعلامي والإرهاب: حسب هذه النظرية فانه لا توجد أي علاقة قائمة بين هذين المتغيرين، ولهذا يدعوا أصحاب هذه النظرية إلى عدم التدخل في أداء وسائل الإعلام عامة وفي علاقتها بالإرهاب خاصة، لأنه من غير المعقول حسب رأيهم أن تكون هناك علاقة بين الطرح الإعلامي لقضايا الإرهاب وزيادة معدّله، في عصر يرتفع فيه مستوى ثقافة وتعليم المتلقي، إضافة إلى ذلك فهم يرون أن حرمان الإرهابيين من الوصول إلى وسائل الإعلام يُساهم في تكرار أحداث العنف باستخدام وسائل أكثر شناعة في مختلف الأماكن وعبر فترات زمنية مختلفة، ليحققوا بذلك خسائر مادية وبشرية أكبر بهدف إيصال رسالتهم.

إن المعالجة الإعلامية لأحداث العنف والإرهاب أدت إلى خلق رأي عام مؤيد أو معارض لها، لكن هذا لا يعني بأن حرية النظم الإعلامية تشكل سببا للإرهاب، لان فرض القيود على وسائل الإعلام وغياب حرية التعبير وحجب المعلومات في عالم يشهد ثورة معلومات تُتيح للجميع بما فيها الجماعات الإرهابية التحرر من كل أنواع القيود التقليدية هو الذي سيؤدي إلى تنمية فكر متطرف، لكن وفي نفس الوقت لا يمكن تجاهل حقيقة وجود علاقة مصلحة مشتركة ومتبادلة بين وسائل الإعلام والإرهابيين، خاصة أن ما يعاب على الإعلام عموما تجاهله التطرق للأسباب الرئيسية التي أدت إلى بروز وتطور ظاهرة الإرهاب بالتحليل والدراسة، وعليه يمكن القول أن هناك بعدين أو جانبين لعلاقة الإعلام بالإرهاب، بعد ايجابي وبعد سلبي.

1/- البعد الايجابي لعلاقة الإعلام بالإرهاب

يقوم الإعلام بدور محوري في المجتمعات المعاصرة،في تشكيل الوعي الفردي والجمعي بضرورة مواجهة ظاهرة الإرهاب التي عرفت انتشارا واسعا في السنوات الأخيرة والتصدي لتداعياتها، حيث أصبح بإمكان وسائل الإعلام المساهمة في ترسيخ اتجاهات رافضة للإرهاب والعنف لدى الرأي العام من خلال:

- تشجيع روح الاعتدال والوسطية والحوار الهادئ والمناقشة الموضوعية لمختلف الآراء.
- إطلاع المواطنين على حجم الدمار والآثار السلبية المترتبة عن ظاهرة الإرهاب.

- لا يسمح نشر وتدفق المعلومات الصحيحة عن ظاهرة الإرهاب والتطرف بوجود تكهنات وتأويلات، لكنه يسمح في نفس الوقت بتوعية المواطن لاتخاذ كافة التدابير الوقائية.
- نشر الجهود الأمنية من خلال مختلف وسائل الإعلام لردع كل من تسول له نفسه القيام بمثل هذه الجرائم، كما يمكن من خلال الإعلام توضيح الأنظمة والقوانين والعقاب الذي سيواجهه هؤلاء المجرمين.
- رصد ظاهرة الإرهاب من أجل تحليل أسبابها ودوافعها، والتوصل إلى مصادر التمويل وأسلوب تجنيد الأتباع وبناء النظم والحصول على الأسلحة وتسلسل تمرير الأوامر.

4- واقع الإعلام الجديد في ظل الإرهاب في العالم:

يسعى الإرهاب إلى الشهرة والوصول إلى العلنية وعقول الناس وعواطفهم والرأي العام المحلّي والدولي، وقد فطن الإرهابيون لأهمية الإعلام ودوره في الإعلان المجاني عنهم وإكساب الأهمية لقضاياهم التي يتم تداولها، والتي يتم تبنيها باعتبارها الأكثر خطورة وتهديدا، لذلك تأخذ التنظيمات الإرهابية في الحسبان دور الإعلام عند التخطيط لتنفيذ هجماتها، باعتباره المنفذ الذي تطل من خلال مؤسساته على الرأي العام، كما تحرص على تحقيق التواصل الدائم مع الجماهير الواسعة من خلال استخدامها لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة لما تتميز به هذه الأخيرة من تفاعلية واستمرارية وقلة التكلفة واختصار الوقت، إضافة إلى إقامة صلات خاصة مع بعض الوسائل الإعلامية خاصة الفضائيات التلفزيونية الواسعة الانتشار، الصحافة ووكالات الأنباء[422].

فالمقابلات الإعلامية الحية مع الإرهابيين هي بمثابة فرصة كبيرة لهم لكي يوضحوا للجمهور الأسباب والدوافع التي دفعتهم لذلك، فينشأ تفهم وتعاطف مع تلك الدوافع والأسباب، وهو ما حدث في أول مقابلة تلفزيونية تجرى مع أسامة بن لادن في أواخر مارس 1997 مع شبكةCNNالإخبارية،كما أنهم يريدون من وسائل الإعلام مساعدتهم في تضخيم جرائمهم وتعظيم الأضرار التي أصابت المجتمع جراء الأعمال الإرهابية، بهدف نشر الخوف والرعب وزعزعة الأمن الاستقرار، وهو ما يؤدي إلى خسائر اقتصادية خاصة في قطاع السياحة، وفقدان الناس الثقة في قدرة حكوماتهم على توفير الحماية لهم، وعليه فالأساس الذي تقوم عليه الإستراتيجية الإعلامية للإرهابيين هو أن يخوضوا حرباً دعائية ونفسية وإعلامية لتحقيق هدفين أساسيين[423]وهما:إثارة انتباه العالم إلى كون الإرهاب موجود، وأن الإرهابيين أصحاب قضية وجب الاعتراف بها، إضافة إلى الحصول على الشرعية الدولية لقضيتهم والتعاطف معها، وفي هذا الإطار أشارت الباحثة "**Nacos**" عام **2002** إلى مسألة إصرار الإرهابيين على استخدام وسائل الإعلام لنشر

---

[422] _ نصيرة تامي، http://anntv.tv/new/showsubject

[423] _ نصيرة تامي، مرجع سابق

أفعالهم وقضاياهم في إطار مفهوم جديد أسمته[424] بـ "**الإرهاب المروّج عبر الإعلام**" Mass Mediated Terrorism.

وحسب رأي العديد من الباحثين والمختصين أمثال"**Wardlaw** فان هناك علاقة تكاملية ومصلحة متبادلة#(**Symbiotic relationship**) بين الإعلام والإرهاب، حيث يرون أن هذه العلاقة أصبحت الآن تشبه شراكة بين مؤسستين إحداهما تقوم بصنع الحدث والأخرى تسوّقه، فمن جهة يعتبر الإعلام بمثابة سلاح استراتيجي للإرهاب،لما يوفره لهم من دعاية وديمومة واستمرارية عن طريق المبالغة في الحديث عن أفعالهم، ونشر وبث صور مرعبة عن ضحاياهم والدمار والخراب الذي خلفته العمليات التي يقومون بها، وبث رسائل دعائية لزعمائهم، وفي المقابل يضمن الإرهاب للإعلام تحقيق مصالح مهنية من خلال الانفراد بتغطية عملياتهم ونشر وثائقهم، أقوالهم وأفعالهم، وأخرى مادية عن طريق تحقيق الشهرة وزيادة المبيعات وتحقيق الأرباح، وهذا ما دفع **مارجريت تاتشر***إلى وصف الدعاية المجانية التي تقدمها وسائل الإعلام للإرهابيين: "بأنها الأكسجين اللازم للإرهاب الذي لا يستطيع الاستغناء عنه، لأن تغطية الحدث الإرهابي إعلامياً يحقق مكاسب تكتيكية وإستراتيجية للقائمين عليه".

ويؤكد هؤلاء المختصين والمهتمين أن للإعلام والدعاية في أحيان كثيرة أهمية تزيد على العمل الإرهابي نفسه"العمل الإرهابي ليس شيئاً في حد ذاته، التشهير[425] هو كل شيئ"، باعتبار التغطية الإعلامية المكثفة والمستمرة للإرهاب تُخلف[426] المزيد من أعمال العنف، وتمنح الاعتراف والشرعية للإرهابيين،ويقول الباحث التركي **أسفت تلجان في هذا الصدد:** "يمثل العمل الإرهابي في حد ذاته بداية الإرهاب، بداية لآلية أكثر تعقيداً وهي الدعاية، فالإرهاب والجماعة الإرهابية ستكون غير سعيدة على الإطلاق ومُحْبطة، إذا ما عرفت أن جريمتها لن تُكتشف، ولن تَجذب اهتمام المجتمع"، لكن تجدر الإشارة أن هناك نوع من الدعاية **غير المقصودة**، ونعني بها مجموعة العوامل والظروف التي تجعل من التغطية الإخبارية عملاً دعائياً، دون أن يكون ذلك من أهداف الصحفي أو المؤسسة الإعلامية، ويرجع ذلك إلى الضوابط السياسية والثقافية التي توجه الصحفي إلى اختيار أحداث معينة والاهتمام ببعض جوانبها دون جوانب أخرى، وهو ما قد تجعل التغطية الإخبارية عملاً دعائياً، كما أنه وبحكم أن وظيفة وسائل الإعلام الرئيسية هي اطلاع الأفراد والجماعات بحقيقة ما يجري داخل مجتمعاتهم، فقد تتحدث هذه الوسائل عن الأحداث الإرهابية بحماس أحياناً فيه مبالغة، لتتحول بذلك التغطيات الإخبارية إلى تغطيات دعائية للإرهابيين، يحصلون من ورائها على حضور إعلامي مجاني على الصعيد المحلي والعالمي، ولهذا السبب اقترحت اللجنة الخاصة

---

[424] _ المرجع نفسه

[425] _ محمد السماك، الإرهاب، والعنف السياسي، دار النفائس، بيروت 1992، ص17

[426] _ نصيرة تامي، مرجع سابق

بموضوع الإرهاب الدولي التابعة للأمم المتحدة على الدول[427]أن تحصر تغطيتها الإخبارية للأعمال الإرهابية في حدود ضيقة، وذلك لحرمان الإرهابيين من تحقيق هدفهم المتمثل في الحصول على أكبر دعاية دولية ممكنة لعملياتهم لكن بهذا يكون الإعلام في حيرة، ففي حالة تجاهل الإعلام للعمل الإرهابي، فإنه بذلك يتنكر لرسالته السامية، والمتمثلة في إطلاع الرأي العام على حقيقة ما يحدث من أحداث ووقائع مهما كانت سلبية، وفي حالة أولى اهتماما للعمليات الإرهابية، فإنه سيقع في فخ الإرهابيين، ويجد نفسه مسخراً لخدمة الإرهاب والإرهابيين بطريقة غير واعية وغير مقصودة.

انطلاقا مما سبق يمكن القول أنتناول الإعلام لموضوع الإرهاب لا يزال يطرح إشكالا كبيرا في الكيفية والطريقة التي ينبغي أن يُعالج بها، وهو ما يؤكده "**Dominique Wolton**في قوله: "إن الإرهاب هو ملف صعب في التحرير[428] "وتعود أسباب استمرار هذا الإشكال انطلاقا من درجة التعقيد والتشابك، وكذلك لاعتبارات أخرى يحددها الخبير الإعلامي أديب خضور في النقاط التالية:

- اختلاف النظرة إلى ظاهرة الإرهاب بسبب اختلاف تعريف الإرهاب كمفهوم؛ فما نراه نحن إرهابا يعتبره الآخر مقاومة والعكس.
- إشكالية تسييس التغطية الإعلامية للعمليات الإرهابية؛ على أساس غياب الاحترافية من جهة أو لاعتبارات براغماتية.
- الاختلاف على مستوى السياسات الإعلامية، فكل دولة تحاول تكيف سياستها الإعلامية وفقا لطبيعة نظامها السياسي ومصلحتها القومية بالدرجة الأولى.
- الطريقة التي يتم من خلالها إدارة وسائل الإعلام، وحسب آراء الذين يديرونها، وكذا حسب الخطط الإستراتيجية القريبة أو بعيدة المدى التي تَمَ وضعها.

I. سمات المعالجة الإعلامية العربية لظاهرة الإرهاب، وانعكاسات ذلك على الأمن القومي للدول العربية

أمام الأحداث المتسارعة التي تجتاح العالم والطروحات المتعددة التي تجعل الإعلام يقف في مفترق الطرق بين المواجهة ونقل المعلومات وبين الكتمان أو الانتقاء تأتي المهنية الإعلامية لتطرح نفسها في الواجهة، ولعل المتأمل في الإعلام العربي في السنوات الأخيرة وتعامله مع ظاهرة الإرهاب الذي عرفت تزايدا في المنطقة العربية، يلاحظ غياب رؤية تكاملية لدور الإعلام في إطار إستراتيجية واضحة وهادفة، ويلاحظ أن وكالات الأنباء العالمية عادة هي التي تحدد الأجندة والأولويات حسب ما يحلو لها وحسب مفهومها للإرهاب وحسب قيمها ومعتقداتها وسياستها

[427] _ نصيرة تامي، مرجع سابق
[428] _ نصيرة تامي، مرجع سابق

وإيديولوجيتها[429]، وهو ما يجعل علاقة الإرهاب والإعلام مرنة وسهلة التوجيه، كما يلاحظ أن أنظمة الحكم في معظم الدول العربية هي التي تحتكر الأنظمة الإعلامية الكبرى، وتتعامل معها بوصفها أحد الأدوات الأكثر فاعلية في إدارة شئون الحكم، وفى نشر أيديولوجيا النظام وقيمه السياسية، بل وفي تبرير السياسات الاجتماعية، والأمنية، والاقتصادية والتعليمية والثقافية...الخ، وإضفاء الشرعية على الصفوة الحاكمة، هذا الطابع الاحتكاري للأنظمة التسلطية للمعلومات والأخبار والقصص الإعلامية، يؤدي في كثير من الأحيان إلى حجب المعلومات والأخبار الصحيحة عن المنظمات التي تمارس العنف والإرهاب، وهو ما يؤدى إلى قمع حرية النشر والإعلام،وإلى تحويل الإرهاب إلى شبح غامض، وإلى عدم تبصير المواطن بمخاطره الحقيقية، وقد يساعد ذلك أيضا على إشاعة الترويع المؤسس على الغموض وتضخيم الظاهرة الإرهابية.

دور الإعلام الجديد في تصيد النشاط الإرهابي: سهلت الوسائط الحديثة للإعلام والاتصال عملية نقل الأفكار والمعلومات إلى الجماعات الإرهابية ،ووفرت لها أنظمة المعلومات الإلكترونية تدفق سيل من المعلومات اللازمة للقيام بنشاطاتها الإرهابية عبر المواقع الإلكترونية (اليوتيب، الفيسبوك ،تويتر .....) والهدف من استخدام المنظمات الإرهابية لوسائل الإعلام :

–النشر والترويج من خلال وسائل الإعلام والظهور الإعلامي وذلك بصناعة أحداث وعمليات تستدعي اهتمام وسائل الإعلام.

–استمالة وسائل الإعلام للتعرف على الدوافع التي تقود الإرهابيين إلى الشروع في عملياتهم –– تحاول المنظمات الإرهابية امتلاك الشرعية من خلال تقارير وتغطيه إعلامية تؤسس لشرعية الهدف الذي تسعى له هذه المنظمات.

–تريد المنظمات الإرهابية معرفة تطور الأحداث في الميدان خلال العمليات الإرهابية بهدف التقييم والمتابعة،وربما من أجل سبل الدعم المطلوبة التي قد تحتاج إليها الفرق الميدانية.[430]

–تريد المنظمات الإرهابية من وسائل الإعلام التركيز على حجم الخسائر التي لحقت بالحكومة والأضرار الجسيمة التي نتجت عن العمليات الإرهابية وخاصة الأضرار النفسية من ترهيب وتخويف للسياح وغيرهم.[431]

5– الرهانات والآفاق المستقبلية للإعلام الجديد في ظل قضايا الإرهاب.

عمدت الأسرة الدولية إلى رسم العديد من الاستراتيجيات ووضع العديد من المقاربات لمواجهة ظاهرة الإرهاب، منها الإستراتيجية الأمنية التي تعتمد على الحلول العسكرية، والإستراتيجية القانونية التي تقوم على سن مجموعة من القوانين والتشريعات لتجفيف منابع الإرهاب وقطع إمداداته

---

[429] محمد قيراط،*الإعلام العربي وتغطية الإرهاب*، الشرق القطرية نقلا عن:
http://elaph.com/Web/NewsPapers/2015/3/990793.html

[430] محمد السماك، ***الإرهاب والعنف السياسي***، ص 11، 12

[431] - محمد فتحي ،دور المؤسسات الإجتماعية و الأمنية في مكافحة الإرهاب،جامعة طيبة ،المدينة المنورة، 2014،ص12.

وقواعده الخلفية واللوجستيكية، إضافة إلى المقاربات التنموية التي تهدف إلى تنمية المناطق المهمشة والرفع من المستوى المعيشي للسكان، كما أنه وفي ظل التطور الهائل لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، أصبحت الإستراتيجية الإعلامية من أبرز الاستراتيجيات التي يجب أن تعتمدها الدول أيضا، وهذا ما أكد عليه خبير الإعلام الأمريكي "هربرت شيللر" في كتابه "المتلاعبون بالعقول" في وقت سابق؛ حيث أشار إلى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصال في تضليل الرأي العام وأدلجة العقول، وفي هذا السياق اعتمد وأقر مجلس وزراء الإعلام العرب في مايو 2015 الإستراتيجية الإعلامية العربية لمكافحة الإرهاب، والتي تم إعدادها عام 2013 من طرف أكاديمية " نايف "العربية للعلوم الأمنية[432] حيث تسعى هذه الإستراتيجية إلى تطوير منظومة العمل العربي في مجال الإعلام بما يتناسب مع التطورات المذهلة التي تشهدها المنطقة العربية والعالم، للتصدي ومواجهة ظاهرة الإرهاب التي عرفت تطورا كبيرا وانتشارا واسعا في السنوات الأخيرة.

1/- دواعي ومبررات الإستراتيجية :

في ظل ما تشهده المنطقة العربية من أحداث، انعكست سلبا على الأوضاع الأمنية للعديد من الدول العربية، منها ظهور تنظيمات إرهابية جديدة كما هو الحال مع تنظيم الدولة الإسلامية في الشام والعراق " داعش"، كان لابد من وجود إعلام يعمق الوسطية ويعترف بالآخر ويناقش قضاياه بكل أمانة وموضوعية وحيادية لكسب ثقة المواطنين، ويعالج موضوع تجديد الخطاب الديني باعتباره ضرورة حتمية في المواجهة الثقافية للإرهاب، ويقوم بدوره التنويري المفتقد أيضا، من خلال التركيز على أهمية تكوين " العقل النقدي" كونه يشكل البداية الضرورية لتجديد الفكر الديني[433]، وإلا فالبديل موجود من إعلام مضاد ينشر الفتنة والدعاية للإرهاب، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الرهيب لمختلف وسائل الإعلام والاتصال.

2/- أهداف الإستراتيجية: تهدف الإستراتيجية الإعلامية العربية لمكافحة الإرهاب إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تعريف الجمهور بالحقيقة البشعة للإرهاب، وتكوين رأي عام مناهض للعنف والتطرف
- تنقية البرامج الإعلامية من كل ما من شأنه التشجيع على الإرهاب والتطرف.
- تجديد لغة الخطاب الإعلامي، وتصحيح المفاهيم الخاطئة للجهاد، من خلال التمييز بين الإرهاب والمقاومة المشروعة ضد الاحتلال، وذلك في إطار المبادئ المنصوص عليها في

[432] جمال يزن، الإستراتيجيةالإعلامية العربية لمكافحة الإرهاب:غموض الرؤية وقصور المقاربة،دراسات إعلامية،مركز الجزيرة للدراسات،2015،ص.3

[433] *الإستراتيجيةالإعلامية العربية المشتركة لمكافحة الإرهاب*،الأمانة العامة،قطاع الإعلام والاتصال،مجلس وزراء الإعلام العرب، ص.5

الشريعة الإسلامية وغيرها من الشرائع السماوية، وكذلك المنصوص عليها في ميثاق الأمم المتحدة وغيرها من المواثيق الدولية المتعلقة بحماية حقوق الإنسان.

- إبراز من خلال مختلف البرامج الإعلامية أن الدين الإسلامي يدعو للتسامح ونبذ العنف والقتل والتطرف.
- تكامل العمل الإعلامي العربي لمكافحة الإرهاب والتطرف، وتعميق التضامن بين الدول العربية.
- تأهيل وتنمية الكوادر الإعلامية العربية للتعامل مع مختلف التكنولوجيات الحديثة، وتفعيل دور المكاتب الإعلامية العربية ومؤسسات الإنتاج الإعلامي.
- تبصير الأسر العربية بمسؤوليتها نحو تنمية الوعي الثقافي للأجيال الناشئة، لتفادي الوقوع في شرك وفخ الإرهاب.
- منح فرصة للتائبين للاندماج مرة أخرى في المجتمع.
- ترسيخ الوعي حيال النتائج الوخيمة لهذه الظاهرة، وتزويد المواطن العربي بكل المعلومات التي يحتاجها ليأخذ احتياطاته.
- تكثيف الأداء الإعلامي الموجه إلى خارج الوطن العربي لتغيير الصورة النمطية عن العرب والمسلمين، وإبراز الدور الحقيقي لهم في مواجهة ومكافحة هذه الظاهرة.[434]

6- استنتاجات وحلول.

هناك العديد من المقترحات التنفيذية التي يقدمها خبراء وإعلاميون بهدف تفعيل تلك الاستراتيجيات على أرض الواقع، ولتفادي الوقوع في التأثيرات السلبية لتعاطي الإعلام العربي مع ظاهرة الإرهاب، وتعالج تلك الآليات النقاط التالية[435]

الجانب القانوني التشريعي: والذي يعتبر ركيزة أساسية تستند إليها أية إستراتيجية إعلامية، من خلال سن القوانين واللوائح الدقيقة والصارمة، تسري على جميع الدول المشاركة في الإستراتيجية الإعلامية،مثل سن قوانين تجرم استقبال القيادات الإرهابية على مستوى وسائل الإعلام المختلفة، ناهيك عن وضع قوانين رادعة تعاقب القنوات الفضائية التي تنشر تسجيلات مرئية وصوتية لزعماء التنظيمات الإرهابية، فضلا عن تشديد الرقابة المعلوماتية بهدف منع الشائعات المغلوطة وبث الأخبار غير الموثوق في مصدرها، خاصة المعلومات الأمنية، نظرا لحساسيتها وسريتها كذلك.

- الجانب البشري والمادي: يعتبر المورد البشري والمادي حجر الزاوية في بناء أي إستراتيجية إعلامية تكون بمقدورها مواجهة الظاهرة الإرهابية، حيث يتأسس هذا الجانب على إعداد

---

[434] الإستراتيجية الإعلامية العربية المشتركة لمكافحة الإرهاب،الأمانة العامة، قطاع الإعلام والاتصال، مجلس وزراء الإعلام العرب، ص ص.8-10

[435] أحمد محمد توفيق، التعاون بين المؤسسات الأمنية والإعلامية من اجل إستراتيجية إعلامية للتصدي للإرهاب، الجمعية الدولية للعلوم الشرطية، بنيوجرسي. على الرابط: http://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/

كوادر إعلامية مؤهلة تأهيلا عاليا، من خلال إعداد برامج تدريبية نوعية لرفع مستوى العاملين في وسائل الإعلام للتعامل مع مثل هذه القضايا، أما الجانب المادي فيتمثل في توفير مختلف التجهيزات والمعدات والآليات اللوجيستية الضرورية للعمل الميداني، وتكون على درجة عالية من التطور، فلا يعقل أن يمتلك الإرهابيين أجهزة عالية الدقة والتطور في حين أن أفراد الأمن أجهزتهم تقليدية.

- التعاون والتنسيق الإعلامي بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام في مواجهة الظاهرة الإرهابية: وذلك من خلال الاستعانة بمتحدث أمني يتولى الرد على استفسارات الإعلاميين، ويعبر عن وجهة النظر الرسمية تجاه هذه الأحداث، مع ضرورة توفر الخبرة الإعلامية المناسبة، التي تمكنه من التعامل بمهنية مع كم ونوعية المعلومات التي يتعين الإدلاء بها إلى وسائل الإعلام
- إيجاد إستراتيجية إعلامية عربية موحدة ومستمرة للتعامل مع ظاهرة الإرهاب، بحيث لا يكون اهتمام وسائل الإعلام مجرد ردود أفعال مؤقتة لأحداث إرهابية متفرقة.
- ضرورة المعالجة الإعلامية المعتدلة التي تقوم على ترسيخ الحقائق وتوطيدها، وليس صنع الأساطير والأوهام ونشرها، بمعنى وضع الظاهرة في حجمها الحقيقي بهدف تحقيق التوازن بين الاهتمام الإعلامي بالإرهاب وبين حجم مخاطره على المجتمع، فلا للتهوين الذي يرفع من شأن العملية الإرهابية إلى درجة المبالغة في محدوديتها وضعفها وهو خطأ إعلامي كبير، ولا للتهويل بقوة الإرهابيين واستحالة مواجهتهم.
- التأكيد على المصداقية في وسائل الإعلام عند تناولها لظاهرة الإرهاب، والتي هي مرهونة بشرطين أساسيين هما:سرعة نشر الحدث، مع تقديم المعلومات والبيانات الكافية عنه، لان نشر المعلومات للجمهور في أسرع وقت ممكن يَحُول دون لجوء المواطن إلى وسائل إعلام أخرى قد تخدم مصالح الإرهاب بالدرجة الأولى، إضافة إلى توفير أكبر قدر ممكن من الموضوعية والدقة في التغطية الإخبارية للأعمال الإرهابية، ومن أجل تحقيق معالجة إعلامية موضوعية معتدلة لابد من التنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة من صحافة مكتوبة مرئية ومسموعة في تناول قضايا الإرهاب وتداعياتها، بهدف إيجاد طريقة موحدة لمواجهة هذه الظاهرة.
- ضرورة قيام وسائل الإعلام بدورها ضمن المسؤولية الاجتماعية في نقل الأحداث والبحث عن المعلومة الصحيحة من مصادرها الأصلية حتى لا تكون مساهما في ظهور أو تنمية الإرهاب.
- إنشاء مركز إعلامي يعمل على تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات المستجدة حول الأحداث الإرهابية.
- عدم التعامل مع الأحداث الإرهابية علي كونها قصة خبرية أو سبق إعلامي، ولكن يتم التعامل معها علي أنها عدوان يسبب أضرار وخسائر فادحة للأشخاص والدولة والمجتمع،

وذلك من خلال تقديم مواد إعلامية تحليلية ونقدية، تتناول مختلف الأبعاد السياسية والفكرية والاجتماعية التي ترتبط بقضايا الإرهاب.

- وذلك بالاعتماد على أراء الخبراء والمحللين، بالإضافة إلى الاستفادة من نتائج الدراسات والبحوث التي أعدت في هذا المجال.
- اهتمام وسائل الإعلام بإبراز الجهود المحلية والإقليمية والدولية التي تهدف إلى مكافحة الإرهاب، بما يحفز الجمهور للتفاعل مع هذه الجهود.
- الاعتماد علي القصص الإنسانية لجذب التعاطف الواسع من المواطنين مع أجهزة الدولة في مواجهة الإرهاب.

خاتمة وتوصيات:

إن أهمية الإعلام لا تكمن في اقتناء وسائله المختلفة،وإنما في كيفية استعماله وتوظيفه بشكل هادف، وعلى نحو يجعله قادرا على التعبير الموضوعي عند تناول مختلف القضايا، وربما هذا ما تفتقده العديد من وسائل الإعلام اليوم، حيث رهنت هذه الأخيرة سياساتها وتطلعاتها لمتطلبات السوق لضمان ترويج سلعتها الإعلامية والوصول إلى اكبر عدد ممكن من جمهور المتابعين، وربما هذا ما أدى إلى حدوث ممارسات إعلامية خاطئة، أفرزت حالة من التيه والغموض حول حقيقة دور وسائل الإعلام في الحياة العامة، وفي تعاطيها مع مختلف المواضيع المهمة سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، مثل موضوع الإرهاب، حيث يظلّ التعاطي مع هذه الظاهرة بشتّى تجلياتها وتداعياتها من المسائل الشائكة والمعقّدة التي تؤرّق المهنيين والمشرفين على المؤسسات الإعلامية والأنظمة السياسية على حدّ سواء،وقد سعت هذه الدراسة إلى تناول تعاطي الإعلام العربي مع موضوع الإرهاب، وانعكاس ذلك على الأوضاع الأمنية في المنطقة، حيث استنتجنا من خلالها مجموعة من النقاط منها:

- من أكبر الإشكاليات التي يعاني منها المجتمع الدولي هو عدم وجود تعريف واضح ودقيق للإرهاب، لذلك تم توصيف مفهوم الإرهاب على أنه مفهوم قيمي معياري Concept Normative
- يجب التعامل بحرص شديد مع ملف الإرهاب وعدم إبراز أحداثه وإعطائها صدى إعلامي أكثر من حجمها الحقيقي، لكي تؤدي دورها بالشكل الصحيح، والمتمثل في إقناع الجمهور بخطورة الأحداث الإرهابية، وما يجب اتخاذه للتعامل مع هذه الأحداث وتداعياتها.
- الإرهاب لا يبحث كثيرا في عدد الضحايا؛ بل يبحث أكثر في أن يسمع الناس به ويعلمون عنه"؛ تعتبر هذه المقولة بمثابة دستور للجماعات الإرهابية في عصر الفضاء الالكتروني، فالدعاية الإعلامية هي الهدف الأسمى لأية عملية إرهابية.

- المتأمل في الإعلام العربي في السنوات الأخيرة وتعامله مع ظاهرة الإرهاب الذي عرفت تزايدا في المنطقة العربية، يلاحظ غياب رؤية تكاملية لدور الإعلام في إطار إستراتيجية واضحة وهادفة، ويلاحظ أن وكالات الأنباء العالمية عادة هي التي تحدد الأجندة والأولويات حسب ما يحلو لها وحسب مفهومها للإرهاب وحسب قيمها ومعتقداتها وسياستها وإيديولوجيتها436، وهو ما يجعل علاقة الإرهاب والإعلام مرنة وسهلة التوجيه.
- موضوع الإرهاب كان حاضرا كأخبار يومية في مختلف وسائل الإعلام العربية (خاصة منها الإعلام الإخباري)، لكن الفرق يكمن في كيفية تناول وتقديم هذا الموضوع، فطبيعة الملكية مثلا لمختلف الوسائل الإعلامية خاصة القنوات الفضائية أثر على كيفية المعالجة، حيث أن أنظمة الحكم في معظم الدول العربية هي التي تحتكر الأنظمة الإعلامية الكبرى,
- رغم أهمية الإستراتيجية الإعلامية العربية في مواجهة الظاهرة الإرهابية، إلا أن الواقع أثبت أن مواجهة الإرهاب تحتاج خطة متكاملة ومنسجمة؛ تشمل جميع الميادين والمجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية، بمعنى آخر اعتماد إستراتيجية إستباقية لتأمين وتحصين الأفراد من الميل والانخراط في التنظيمات الإرهابية، ومحاولة حل جميع المشاكل التي يتخبط فيها الشباب العربي، كالبطالة، والظلم المجتمعي، البيروقراطية، المحسوبية والمحاباة، الهجرة السرية، التهميش، الإقصاء السياسي...، لأنها تشكل كلها عوامل لنمو وتكاثر الفكر المتطرف لدى الشباب وتدفعهم إلى الانخراط في التنظيمات الإرهابية.
- ضرورة مواكبة التطور الذي تشهده ظاهرة الإرهاب والعمل على تطوير وتحديث ميكانيزمات تدعم الأطر التشريعية والقانونية والموارد البشرية والمادية، بهدف مواجهة هذه الظاهرة، كما يجب إعطاء الأهمية القصوى للإعلام الأمني ومدّه بكل الآليات والميكانيزمات المادية والبشرية، خاصة اختيار الأفراد ذوو الكفاءة العالية والتأهيل والتدريب المحترف في مجال الإعلام والاتصال بمختلف تطبيقاته وميادينه وتخصصاته،حتى تكون لهم القدرة على مواجهة الإعلام الجهادي، بل والتفوق عليه بهدف القضاء عليه نهائيا.
- إن دور وسائل الإعلام اليوم خطير ومهمتها عظيمة ورسالتها كبيرة وعليها أن تدرك تماما كيف يجب أن تساهم في نقل أفكار الوسطية والاعتدال للأجيال، وأن تسعى لفهم رسالة الإرهاب حتى تدرك طرق مواجهته بدلا من دعمه.
- مسؤولية الإعلام يجب أن ترسخ منظومة القيم التربوية وتكوين مجتمع قادر على مواجهة التطرف والإرهاب .

436-محمد قيراط،الإعلام العربي وتغطية الإرهاب، الشرق القطرية نقلا عن:
http://elaph.com/Web/NewsPapers/2015/3/990793.html

قائمة المراجع:

- أبو حسن سلام،الإرهاب في وسائل الإعلام ،دار الوفاء للطباعة ،ط1 ،مصر ،2005.
- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر ودار بيروت، 1955م، 1374هـ،
- إبراهيم الحيدري ،سوسيولوجيا العنف والإرهاب، دار الساقي للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2015.
- إدريس عطية،تهديدات الإرهاب الدولي في منطقة شمال إفريقيا،المجلة الجزائرية للدراسات السياسية،المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، الجزائر،العدد الرابع، ديسمبر 2015.
- الإستراتيجية الإعلامية العربية المشتركة لمكافحة الإرهاب،الأمانة العامة،قطاع الإعلام والاتصال،مجلس وزراء الإعلام العرب.
- تهاني علي يحيى زياد،الإرهاب ووسائل مكافحته (الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب 1998)،دار النهضة العربية،القاهرة،2008.
- الإستراتيجية الإعلامية العربية لمكافحة الإرهاب:غموض الرؤية وقصور المقاربة،دراسات إعلامية،مركز الجزيرة للدراسات،2015.
- محمد فتحي ،دور المؤسسات الاجتماعية و الأمنية في مكافحة الإرهاب،جامعة طيبة ،المدينة المنورة، 2014.
- مؤنس محب الدين، الإرهاب في القانون الجنائي، رسالة دكتوراه مقدمة لكلية الحقوق، جامعة المنصورة عام 1983.
- محمد الهواري ،الإرهاب المفهوم والأسباب وسبل العلاج، http://www.assakina.com
- مريم عدلى، ممارسات الإعلام العربي تدعم الإرهاب ... وتعمق ثقافة العنف، http://www.wataninet.com.
- مصطفى محمد موسى،الإرهاب الإلكتروني – دراسة قانونية ،أمنية ،نفسية ،اجتماعية ،دار الكتب و الوثائق القومية المصرية ،الطبعة الأولى،2008 .
- نبيل عبد الفتاح، الـرؤى الملتبسـة: الإعـلام والإرهـــاب، http://www.acrseg.org/3703 .Research Trends. Volume 21 (2002) No
- نصيرة تامي، الإعلام الفضائي والإرهاب، دار أسامة للنشر و التوزيع،عمان،الأردن،ط 1، 2015.
- عبد المحسن بدوي محمد أحمد،برامج الإعلام في تنمية الوعي الأمني ومكافحة الإرهاب (المعوقات والتحديات) جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 2009.
- علاء الدين راشد، المشكلة في تعريف الإرهاب، دار النهضة ، بيروت، 2006

الأسرة، المدرسة والإعلام -نحو تربية بيئية متكاملة للتكيف مع ظاهرة التغير المناخي

Family, school and media – Toward to integrated environmental education to adapt to climate change

أ.سوسن سكي

أستاذ مساعد أ

جامعة محمد لمين دباغين سطيف2

الجزائر

ملخص

أصبح موضوع التغير المناخي من أبرز المشكلات البيئية المطروحة على الساحة الدولية بعد إثبات حقيقته العلمية ومعايشة تداعياته في مختلف انحاء الأرض والتي تضع العالم أما رهان حقيقي يتعلق بإيجاد حلول وتسطير استراتيجيات وآليات من اجل التخفيفمن حدة التغيرات المناخية والتكيف معها .

والتربية البيئية أحد البدائل التي أقرت المنظمة العالمية لحماية البيئة فعاليتها في خلق وعي بيئي وتكريس سلوكات إيجابية في التعامل مع البيئة وبالتالي مواجهة مخاطر التغير المناخي، ومن بين مؤسسات التنشئة التي تعمل على تكريس تربية بيئية نجد الأسرة والمدرسة و خصوصا الإعلام لما له من فعالية في التأثير وكفاءة في تغيير الاتجاهات وتعبئة الجماهير نحو قضايا مختلفة كتغير المناخ، سواء من خلال وسائله التقليدية أو الحديثة.

إن ما يبرز أهمية هذه الورقة البحثية هو محاولة الخروج بتصور مقترح لتفعيل دور الأسرة والمدرسة وخصوصا الإعلام كأهم مؤسسات التنشئة في التأسيس لتربية بيئية في التعامل مع مشكلة تغير المناخ من خلال العناصر الأساسية التالية: قراءة نظرية في التربية البيئية–تغير المناخ الخطر المحدق بنا–التربية البيئية البديل لمواجهة مخاطر التغير المناخي.

كلمات مفتاحية: التربية البيئية– تغير المناخ– الأسرة– المدرسة– الإعلام –

Abstract

Climate change has become one of the most environmental problems on the international scene after proving its scientific reality and experiencing its effects which

put the world in front of a real challenge on finding solutions and underlining strategies and mechanisms to mitigate and adapt to climate change.

Environmental education is one of the alternatives approved by the World Organization for Environmental Protection which is effective in creating environmental awareness and promoting positive behaviors toward the environment and facing the risks of climate change. Among the institutions that nurture it are the family, school and especially the media efficiency in changing trends and mobilizing the masses towards different issues like climate change, through traditional and modern means.

This paper try to propose a vision to activate the role of the family and school, especially the media in dealing with the problem of climate change.

Key words: Environmental Education - Climate Change - Family - School - Media –

مقدمة

شكلت التنمية الاقتصادية لوقت طويل معيار القوة والتحكم في زمام العالم و مسلك الإنسان في تحقيق المزيد من الرفاهية في الحياة، إلا أن ما أغلفته خططها رغم نجاحها في تجسيد معالم الرقي والتقدم هو إدماج الاعتبارات البيئية ضمن مشاريعها و سياساتها، ما أفرز تحولات سلبية عميقة في البيئة على نحو يخل بتوازن النظم الإيكولوجية ويضعف من قدرة الطبيعة على التجديد التلقائي لمواردها.

كما أن تطور المجتمعات، استدعى مزيدا من التوسع العمراني على حساب الغطاء النباتي واستغلالا أكبر للموارد البيئية تماشيا مع المتطلبات الصناعية والاقتصادية والاجتماعية لها، وما ينجر عنه من تفاقم المخلفات المتنوعة الأشكال والبالغة الخطورة، وما صاحب ذلك من مشكلات بيئية في مقدمتها التلوث بمستوياته وأصنافه المتعددة ،التصحر،أزمة النفايات و تغير المناخ...

حيث يعتبر تغير المناخ من أبرز الأولويات في العالم بعد إثبات علاقته الارتباطية بالعديد من الأزمات البيئية كموجات الحر والجفاف والأعاصير والفيضانات من جهة،وبالنظم البيئية كالتنوع البيولوجي والثروة المائية والصحة العمومية والحياة بوجه عام.

واستجابة للإشكاليات البيئة المختلفة من بينها التغير المناخي ،ظهرت الكثير من التيارات المنددة بالجرائم المرتكبة في حق البيئة، تمخضت عن مبادرات أممية لتقييم وبحث الوضع البيئي وبعث البدائل والحلول المناسبة لتدارك التدهور البيئي ومواجهة تحديات التغير المناخي المتسارعة الوتيرة، ومن بين هذه البدائل مؤسسات التنشئة الاجتماعية بما فيها المدرسة ووسائل الإعلام،حيث أشادت مؤتمرات كثيرة منها الاجتماع التأسيسي للاتحاد العالمي للمحافظة على الطبيعة عام 1964 ومؤتمر استكهولم عام 1972 بفعالية التعليم في التوعية و التحسيس بحماية البيئة وكذا الإعلام لتحقيق مستقبل ذكي ومستدام يحتفي ببيئة سليمة .

كما يعول على الأسرة في خلق الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة مبكرا باعتبارها النواة الأساسية في المجتمع والمؤسسة الأولى للتنشئة الاجتماعية، أين تمثل القدوة الحسنة للطفل منذ صغره في التعامل الحسن مع البيئة.

وأثبتت الكثير من الدراسات قدرة الإعلام في التأثير على الرأي العام وكفاءته في تغيير الاتجاهات والسلوكات، وكذا أهمية التعليم باعتباره عصب التنشئة الاجتماعية ، مما أهل كل منهما لأن يتبنى شطرا كبيرا من مسؤولية التوعية البيئية اتجاه تغير المناخ ، خصوصا بعدما عرفت موضوعات البيئة بما فيها تغير المناخ اتجاها متناميا في برامج وأطوار التعليم وشغلت حيزا في أجندة وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والجديدة على حد سواء.

إلا أن الإشكال المطروح يتعلق بقدرة التربية البيئية نظامية كانت أو غير نظامية في خلق وعي بيئي فعلي كفيل بالتكيف مع تداعيات التغير المناخي وتخفيف مخاطره المختلفة المتسارعة الوتيرة.

تأسيسا على ما سبق، يحاول البحث تقديم تصور مقترح لتفعيل دور الأسرة والمدرسة والإعلام في التوعية بمخاطر التغير المناخي ومنه نطرح تساؤلا جوهريا مفاده:

- كيف يمكن تفعيل تربية بيئية بإشراك الأسرة والمدرسة والإعلام من أجل التوعية بمخاطر التغير المناخي؟

أهمية الدراسة

تجمع الدراسة بين ثالوث الأسرة والمدرسة والإعلام كأهم أدوات التنشئة الاجتماعية الفاعلة في التغيير كما تسلط الضوء على أهم مشكلة بيئية تتقاطع عندها الكثير من المشاكل الأخرى وتتأثر بها مختلف النظم الطبيعية والبيئية الأخرى ، كما أن محاولة الخروج بتصور مقترح لتفعيل التربية البيئية من خلال رؤية تكاملية لدور الأسرة والمدرسة والإعلام في مواجهة مخاطر التغير المناخي هو مكمن الأهمية.

أهداف الدراسة

- الإحاطة النظرية بالإعلام البيئي والتربية البيئية
- مقاربة التغير المناخي ومخاطره المتنوعة
- محاولة الخروج بتصور مقترح لتعزيز دور الأسرة والمدرسة في التأسيس لتربية بيئية فعالة في التوعية بمخاطر تغير المناخ.

1-قراءة نظرية في التربية البيئية

1-1 مقاربة مفاهيمية للتربية البيئية

أصبح مفهوم التربية البيئية اتجاها وفكرا وفلسفة يهدف إلى تكوين الأفراد الواعيين بيئيا ومساعدتهم في اتخاذ قرارات أثناء تعاملهم مع بيئاتهم المحلية.

وتعددت الآراء في معنى التربية البيئية مدلولها، وذلك بتعدد مدلول العملية التربوية من جهة وأهدافها من جهة أخرى، فقد يرى بعض الدارسين أن دراسة البيئة في حد ذاتها ضمان لتحقيق تربية بيئية في حين يرى البعض الآخر أن التربية البيئية هي عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي الفيزيقي وتوضيح حتمية المحافظة على مصادر البيئة وضرورة حسن استغلالها لصالح الإنسان حفاظا على حياته[437] .

وحسب مؤتمر تبيلسي المنعقد في ديسمبر 1977 "التربية البيئية هي عملية إعادة توجيه وربط لمختلف فروع المعرفة والخبرات التربوية بما ييسر الإدراك المتكامل للمشكلات و يتيح القيام بأعمال عقلانية للمشاركة في مسؤولية تجنب المشكلات البيئية و الارتقاء بنوعية البيئة والحياة. "

كما أن التربية البيئية عملية تعليمية تهدف إلى تنمية وعي المواطنين بالبيئة والمشكلات المتعلقة بها وتزويدهم بالمعارف والمهارات والاتجاهات وتحمل المسؤولية الفردية والجماعية تجاه حل المشكلات المعاصرة والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة [438]

أن التربية البيئية سواء كانت نظامية تتولاها المؤسسات التعليمية أو غير نظامية تكفلها مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى ، فهي تمثل عملية تكوين اتجاهات إيجابية لدى الأفراد في التعالم السليم مع البيئة والمحافظة على مواردها ونظمها،من خلال تزويدهم بالمعارف الضرورية وواإكسابهم المهارات اللازمة التي تكفل تصحيح علاقة الإنسان ببيئته.

1-2 مبادئ التربية البيئية

تعتبر التربية البيئية أحد المقومات الأساسية لتكوين الوعي البيئي، حيث أكد المختصون في التعليم البيئي من خلال ميثاق بلغراد عام 1975 أن إقرار سلوك بيئي إيجابي لدى الفرد يكون من خلال تزويده بالمعلومات اللازمة وإكسابه القيم والمهارات التي تتيح له ذلك وأشار إلى ثلاث نقاط أساسية:

- تشجيع الدراسات والبحوث العلمية حول البيئة .
- الاهتمام بالتربية البيئية بواسطة وسائل الإعلام المتعددة.
- تدريب وتكوين الكفاءات والخبرات في مجال البيئة.

---

[437] - .إبراهيم عصمت مطاوع ، التربية البيئية في الوطن العربي ، دار الفكر العربي، ص9

[438]-جمال الدين السيد علي صالح :الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق،مركز الإسكندرية للكتاب،2003،الإسكندرية،ص80.

وحدد مؤتمر تبيلسي عام 1977 المبادئ الأساسية للتربية البيئية والمتمثلة فيما يلي:

- تدرس البيئة من كافة جوانبها الطبيعية، التكنولوجية، الاقتصادية، الاجتماعية، التاريخية الثقافية،الاخلاقية والجمالية.
- تكون التربية البيئية عملية مستمرة ومتواصلة طوال الحياة سواء في إطارها النظامي أو غير النظامي.
- لا تقتصر التربية البيئية على فرع واحد من العلوم بل تستفيد من كل أنواع المضامين العلمية المختلفة في تكوين نظرة شاملة متوازنة.
- تؤكد التربية البيئية على أهمية التعاون المحلي،الاقليمي والدولي في تجنب المشكلات البيئية وحلها.
- تعلم الدارسين في كل سن التجاوب مع البيئة والمساهمة في حل مشكلاتها.
- تكسب المتعلمين دورا في تخطيط خبراتهم التعليمية و الفرصة لاتخاذ القرارات وقبول نتائجها.
- تساعد في اكتشاف المشكلات البيئية وأسابها الحقيقية.
- تؤكد على التفكير الدقيق والمهارة في حل المشكلات البيئية المعقدة.
- تستخدم بيئات وطرق تعليمية للتعرف على البيئة مع الاهتمام بالأنشطة العلمية والمشاهدة[439] المباشرة

1-3 مجالات التربية البيئية

- **تعليم الجمهور**: يعتبر أوسع المجالات، يقصد به نقل المعرفة للمواطنين على اختلاف شرائحهم للتعرف على المشكلات البيئية في حياتهم اليومية بمشاركة جهات مختلفة رسمية وشعبية منظمات، جمعيات ونقابات فضلا عن مساهمة الأجهزة الإعلامية المختلفة.
- **تعليم الفئات المهنية والاجتماعية**: الأطباء، المهندسين وخبراء التخطيط.... مما له تأثير كبير وواسع في المجتمع فضلا عن الهيئات التدريسية ،يتم ذلك من خلال عقد الدورات التدريبية وورش العمل...
- **التعليم النظامي المدرسي**: يقصد به دمج مواضيع التربية البيئية في المراحل التعليمية المختلفة كافة حسب المعطيات الاجتماعية، الاقتصادية والبيئية.
- **التعليم غير النظامي اللامدرسي**: يشمل تعليم وتدريب القطاعات المتنوعة خارج إطار المدارس من خلال دورات التعليم المستمر أو الجامعات المفتوحة كالتربية البيئية عبر شبكة الاتصالات[440] الدولية.

2- تغير المناخ-الخطر المحدق بنا –

[439] _ صلاح عبد المحسن عجاج :التربية البيئية www.faculty.mu.edu.sa/download.php?fid=16413، تاريخ الاطلاع 2018/07/25،الساعة 21:15

[440] _ حسين علي السعدي:أساسيات علم البيئة و التلوث، دار اليازوري للنشر والتوزيع عمان، الأردن،2006ص388،387

2-1 تفسير ظاهرة التغير المناخي

يفسر تغير المناخ على أنه أي تغيير مؤثر وطويل المدى في معدل حالة الطقس يحدث في منطقة معينة، يمكن أن يشمل معدل درجات الحرارة ومعدل التساقط وحالة الرياح-وهذه التغيرات يمكن أن تحدث بسبب العمليات الديناميكية للأرض كالبراكين أو بسبب قوى خارجية كالتغير في شدة الأشعة الشمسية أو سقوط النيازك ومؤخرا بسبب[441] نشاطات الإنسان وينطوي على زيادة في عدم استقرار أنماط المناخ ووقوع أحداث عنيفة بتواتر وشدة أكبر كالأعاصير والفيضانات وحرائق الغابات، وهناك من يستعمل مصطلح تغير المناخ و الاحترار العالمي كمترادفين إلا أن علماء المناخ يقرون بأن المشكلة تتجاوز ارتفاع درجة الحرارة أو الاحترار الكوني إلى التوزيع الجغرافي غير العادل للتغيرات المناخية .[442]

2-2 تأثيرات تغير المناخ

يشكل التغير المناخي خللا في توازن الأنظمة البيئية نتيجة اختلال التوازن بين العوامل والقوى المتفاعلة ، وقد تكون له آثار بالغة الخطورة في جميع نواحي الحياة ومكونات النظام البيئي أبرزها:

- ظهور طفرات تتمتع وزيادة فعاليتها في نقل العدوى مثل فيروس انفلونزا الطيور وطفيليات الملاريا.
- التعرض لمناخ شديد التغير في فترات زمنية قصيرة يؤثر على الجهاز التنفسي ، حيث تتأثر الأغشية المخاطية المبطنة له بالتغيرات الجوية الحادة وتراكم الغبار ، فتكون عرضة للجفاف والتشقق ما يسهل نشاط البكتيريا بها.

وقد أعلنت جمعية الحفاظ على الحياة البرية في أمريكا عن 12 مرضا مميتا يصيب الإنسان زاد حدته وانتشاره بسبب التغيرات المناخية من بينها فيروس انفلونزا الطيور،الحمى الصفراء فيروس إيبولا، حمى الملاريا، بكتيريا الكوليرا .[443]

- تضاءل الإنتاجية الزراعية لبعض المحاصيل وتناقص جودتها و تقلص الإنتاج الزراعي العالمي
- تأثيرات سلبية على المناطق الزراعية الهامشية وزيادة معدلات التصحر
- تغير في الإنتاج الحيواني والنباتي وإمكانية اختفاء سلالات ذات أهمية .
- مشكلة الأمن الغذائي والفقر وظهور المجاعات والجفاف في العديد من المناطق

---

[441] _ زينب حبيب منصور : المعجم البيئي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011، ص 242

[442] - ستيفن سميث:الاقتصاد البيئي ، ترجمة إنجي بنداري ،ط1، مؤسسة هنداوي ، 2014،ص97

[443]- عاصم الشهابي: تأثير التغيرات المناخية على صحة الإنسان، تاريخ الاطلاع 2018/07/26،الساعة 18:45 www.philadelphia.edu.jo/philadreview/issue5/.../22.pdf

- تغيرات في الدورات الهيدرولوجية بسبب التغير في معدلات الأمطار واضطراب توزيعها المكاني كزيادة معدلات تبخر المياه ،أنماط جديدة لسقوط الأمطار وإحداث مناخ متطرف مثل الأعاصير والفيضانات والجفاف[444]
- يسبب ذوبان الثلوج بكميات كبيرة عدم انتظام الموارد المائية لدى المناطق التي تعتمد على الثلوج بحيث تعيش فترات جفاف أحيانا وفيضانات أحيانا أخرى مثل مناطق في الهند والصين والولايات المتحدة الأمريكية.
- زيادة خطر انقراض بعض الأنواع المهددة و الحساسة النباتية والحيوانية
- صعوبات في توفير الخدمات للسكان بتأثيرها على إمدادات المياه والطاقة والسلع والخدمات الإيكولوجية وقطاعات الصناعة إلى جانب تجريد السكان من أصولهم وسبل عيشهم

كما يترتب عن التقلبات المناخية وتزايد معدلات الهطول في بعض المناطق والمدن آثار اقتصادية واجتماعية واسعة النطاق خصوصا الفيضانات والانهيارات الأرضية فضلا عن مرافق البنية التحتية المادية لها بما في ذلك شبكات المباني والطرق والصرف الصحي ونظم الطاقة والهياكل التجارية والسكنية وقطاعات النقل من طرق سريعة وموانئ وجسور ومدارج المطارات والاتصالات ... التي تؤثر بدورها على سبل المعيشة والخدمات. [445]

- ارتفاع مستوى سطح البحر من شأنه أن يؤدي إلى إغراق المناطق الساحلية
- ارتفاع مستوى سطح البحر بنحو 2cm سنويا حسب خبراء المناخ.
- تسخين المحيطات وتمدد البحار وذوبان جزء كبير من جليد القطبين في أنتركيتكا و جرينلاند [446]
- موجات مفاجئة من المياه الباردة إلى شمال الأطلسي بسبب ذوبان الجليد ما يجعل أجزاء من أوربا وأمريكا الشمالية أكثر برودة بصورة شديدة رغم ارتفاع الحرارة بصورة عامة [447] .

2-3 السياسات المقترحة لمواجهة مخاطر تغير المناخ

يتعين على الحكومات والقيادات والمنظمات البيئية اتخاذ إجراءات بشأن الحد من الانبعاثات الكربونية والتصدي لتأثيراتها السلبية على المناخ وذلك من خلال تسطير الاستراتيجيات واتخاذ التدابير اللازمة لذلك.

- **معالجات قصيرة الأمد**

---

[444]- عادل علي بلال : التغير المناخي والموارد المائية في محافظة نينوى، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد 28، العدد 1 2012 ص54

[445]- المدن وظاهرة تغير المناخ توجهات السياسات العامة: التقرير العالمي للمستوطنات البشرية لعام 2011 تاريخ الاطلاع 2018/07/26 ، الساعة 19:40 ص20-21 www.un.org/ar/events/habitatday/pdf/2011report.pdf

[446]- Christian Lévèque :Ecologie de l'écosystème à la biosphère ,DUNOD ,2001,pp480

[447]-أسامة حسين شعبان: الأخطار والكوارث البيئية، دار الفجر، القاهرة ،2009 ، ص ص 153-154

تشمل الإجراءات الهادفة إلى تقليل انبعاثات غازات الدفيئة في العديد من المجالات ويستعان في تطبيقها بوسائل الإعلام المختلفة وأدوات التربية البيئية الرامية إلى نشر الوعي البيئي لدى السكان بمخاطر التغير المناخي وعواقب الزيادة المستمرة لغازات الاحتباس الحراري وتتمثل في:

- التوفير في استهلاك الطاقة في وسائط النقل والمنازل والمباني من خلال الاقتصاد في النشاطات المختلفة كالغسيل والكي...واعتماد الخلايا الشمسية والوقود الحيوي كمصدر للطاقة المستخدمة في المنشآت العامة ووسائل النقل المختلفة.
- التوفير في استهلاك المياه. [448]
- تحسين فهم التغير المناخي فهما علميا والتحسيس الإيجابي لصناع القرار والجماهير بتأثيرات تغير المناخ.

➢ **معالجات بعيدة الأمد**

تتمثل في التدابير التي تنتهجها الحكومات في مكافحة تغير المناخ على المدى الطويل:

- إيقاف عمليات حرق الغابات والاهتمام بالتشجير نظرا لفعالية الأشجار في امتصاص الكربون وبالتالي تخفيض نسبته باعتباره أول الغازات المسببة للاحتباس الحراري.
- التحول نحو الطاقة المتجددة والمستدامة
- عزل أو احتجاز وتخزين غاز ثنائي أكسيد الكربون والذي يعتبر مشروعا تكنولوجيا حديثا يستهدف تقليل كميات غاز " CO2"
- تعزيز الطحالب والعوالق البحرية المعدلة جينيا التي تمتص مزيدا من ثاني أكسيد الكربون
- تقليل معدلات النمو السكاني عالمياً خصوصا في الدول النامية والفقيرة.[449]

➢ **سياسات التخفيف**

هي مجموعة السياسات والمشروعات الهادفة إلى تخفيض انبعاثات غازات الاحتباس الحراري والعمل على تثبيتها عند مستوى معين من التركيز أو زيادة امتصاصها .[450]

يشتمل التخفيف على:

- سياسات تسعير الكربون وتشجيع الابتكار الفني وسياسات تشجيع الانتقال إلى بيئة اقتصادية جديدة .[451]
- التحول من الوقود الأحفوري إلى مصادر الطاقة المتجددة كطاقة الرياح والشمس أو لتحسين سياسات الطاقة كما يتضمن جهود التشجير والمحافظة على الغابات .[452]

---

[448]- حسن شاكر عزيز الكوفي: ظاهرة الاحترار الكوني وعلاقتها بنشاطات الإنسان والكوارث الطبيعية،رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم البيئية، تخصص إدارة البيئة ، كلية الاقتصاد،الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك ، ص ص 130 - 136

[449]-حسن شاكر عزيز الكوفي: المرجع نفسه، ص ص 144-137

[450]-برنامج إدارة مخاطر التغيرات المناخية ، تاريخ الاطلاع 2018/07/27 ، الساعة 13:50
www.eeaa.gov.eg/englishdf

[451]- محمد نعمان النوفل:اقتصاديات التغير المناخي الآثار و السياسات ،المعهد العربي للتخطيط العدد 2007،24 ص11 ،تاريخ الإطلاع 2018/07/26 الساعة18:45 ، ص 29

- تحسين التخطيط الحضري بما يتناسب والتغيرات المناخية خصوصا فيما يتعلق بالبنى التحتية .
- تصميم وتنفيذ مشروعات قطاعات النقل المستدام
- استخدام المياه العادمة لزيادة المساحات الخضراء واعتماد النبتات المقاومة للجفاف.

➢ **سياسات التكيف**

التكيف مع تغير المناخ هو تعديل في النظم البشرية أو الطبيعية استجابة للمحفزات المناخية الفعلية أو المتوقعة أو آثارها، والتي تخفف من وطأة الضرر أو تستغل الفرص المفيدة.[453]

يعتمد نجاح عمليات التكيف على تنفيذ السياسات المعنية بتغيرات المناخ عبر القطاعات المختلفة المياه، النقل، الزراعة، السياحة، الطاقة والتخطيط وبطريقة تعاونية بين القطاعين الخاص والعام من جهة وبين الحكومات المركزية و المحلية والمجتمع المدني من جهة أخرى.

تأخذ خيارات التكيف اعتبارات تساعد قدرة النظام البيئي على التحمل وبناء القدرات، وتغير نظم الحكم وتنمية المهارات والتدريب، فأشكال التكيف القائمة على النظم البيئية تسهم في الحفاظ على النظم الطبيعية واستعادتها و توفر حماية ذات تكلفة معقولة في مواجهة التهديدات الناتجة عن تغير المناخ كتعلم ممارسات جديدة في مجال الفلاحة، واستخدام التقنيات وتطوير مهارات جديدة للتجهيز والتسويق والعمل الحرفي، ومساعدة هيئات الإرشاد الزراعي على استخدام نظم الإنذار المبكر والتنبؤات والحكوميين على دمج تغير المناخ في التخطيط على المستوى اليومي.

3- التربية البيئية البديل لمواجهة مخاطر تغير المناخ

عتبر التربية البيئة عملية شاملة ومعقدة ، فهي لا تقتصر على المدرسة أو المؤسسات التعليمية فقط بل تشمل مؤسسات أخرى كالأسرة والمسجد ودور الشباب والمجتمع المدني وحتى وسائل الإعلام، ولا ينبغي أن تقتصر على دروس ومقررات تربوية ، بل يجب أن تمتد إلى نشاطات ملموسة بإشراك هيئات مختلفة من المجتمع، وبما أن التربية البيئية نظامية وغير نظامية وعملية مستمرة مدى الحياة فقد اخترنا بعض الأدوات لتعزيزها بالتركيز على الأسرة، المدرسة ووسائل الإعلام.

3-1 الأسرة

تعتبر الأسرة من أهم مؤسسات المجتمع في تهيئة الأفراد و أحد الأنساق المسؤولة عن نقل ثقافة المجتمع لأعضائها وتلقين أفرادها معايير السلوك والاتجاهات والقيم المرغوب فيها ، وفي مجال البيئة تزود الأسرة أفرادها بقيم المحافظة على البيئة وحمايتها وبناء الاستعداد لديهم للنهوض بها ودرء المخاطر عنها ، واستيعاب مكوناتها وتعليم القيم البيئية من خلال سلوكيات الأسرة، حيث تمثل قيم النظافة وترشيد الاستهلاك والتعاون في حماية البيئة ومكوناتها داخل البيت أو خارجه

---

[452]-Climate change in Africa ,A guide book for journalists ,UNESCO Series On Journalism Education,2013 ,pp 15, consulted 27/07/2018 ,20:42 *unesdoc.unesco.org/images/0022/.../225451e.pdf*

[453]-التقييم البيئي المتكامل دليل تدريبي للمنطقة العربية:تقييمات قابلية التأثر والتكيف لتغير المناخ، تاريخ الاطلاع 2018/07/27 الساعة20:58 www.unep.org/geo/pdfs/Module_9_AR.doc

مبادئ أساسية في التنشئة البيئية السليمة ، وهو ما ينعكس إيجابيا على البيئة و يتضح أن على الأسرة القيام بدورها في التربية البيئية من خلال:

- غرس القيم الإيجابية تجاه البيئة ومواردها
- حسن التعامل مع الموارد البيئية بأسلوب عقلاني
- ضرورة العمل على صيانة البيئة وتنميتها والحفاظ عليها
- ترشيد الأنماط الاستهلاكية وعدم استنزاف الموارد
- تغيير الاتجاهات السلبية نحو البيئة.
- التأكيد على أضرار التلوث وكيفية حدوثه وأساليب القضاء عليه.

وتتحقق هذه الأهداف من خلال زيادة الوعي لدى الطفل في كل مراحله العمرية بكيفية الاستغلال الرشيد والأمثل للموارد المتاحة وعدم إهدارها ونواتج التلوث بكل أشكاله في المنزل و خارجه، في الهواء والماء لتصبح حماية البيئة ضرورة ويمثل الكبار قدوة للأطفال في التعامل السليم مع البيئة وذلك من خلال :

- النظافة الشخصية في المسكن والتهوية اللازمة.
- مراعاة حقوق الآخرين في الاستمتاع بالبيئة النظيفة.
- استخدام الأساليب التربوية والدينية في تأكيد مبادئ وقيم النظافة والحفاظ على البيئة .
- التأكيد على أن الشارع جزء من المنزل، يجب الحفاظ على نظافته وكذلك كل مكان يتواجد فيه الإنسان.

وفيما يتعلق بتغير المناخ، تتلخص التربية البيئية في العديد من السلوكات البسيطة التي يمكن أن تسهم في تخفيف مخاطر التغير المناخي ولو بالشيء البسيط وذلك من خلال:

- تعليم الأطفال ضرورة الاقتصاد في استهلاك المياه والطاقة وبقية الموارد في الحياة اليومية
- تزويد الأطفال بالمهارات اللازمة لتعامل مع أصناف النفايات كالبلاستيك والورق والزجاج.
- إرشاد الأطفال إلى استعمال المواد الأقل تلويثا للبيئة كالأكياس الورقية بدل البلاستيكية .
- توعية الأطفال بأهمية الحفاظ على النباتات والأشجار والأزهار.
- ترغيب الأطفال في بعض الأعمال التطوعية الصديقة للبيئة كحملات النظافة والتشجير

ومن هذا المنطلق ،يمكن للتربية البيئية في الأسرة أن تتجاوز المعرفة النظرية ، بل يتم صياغتها في عملية توجيه وإعداد السلوك لتتسم بالشمول ولا تقتصر على البيئة الشخصية للفرد في المنزل فقط ، بل يجب أن تشمل كل مكان يتواجد فيه الإنسان كالشوارع والحدائق والأماكن العمومية ...

2-3 المدرسة

تشكل المدرسة مؤسسة اجتماعية تربوية، تقوم بمهمة التربية، جنبا إلى جنب مع الأسرة، وهذا يحتم على كلتا المؤسستين " الأسرة و المدرسة" ، أن يتعاونا حتى يصلا بتربية الطفل إلى الهدف المنشود .

في إطار ذلك ،فإن على مؤسسات التعليم أن تعمل على تلقين الفرد السلوك البيئي الإيجابي و العمل على تنمية استيعابه للبيئة من خلال تأسيس القدوة و لنجاح أداءها في مجال البيئة لابد من توفير :

- مناهج تعليمية تتضمن الدراسات البيئية، مع تلبية احتياجات المتعلمين و ميولهم و استعدادهم، وكذا تلبية احتياجات البيئة التي يعيشون فيها من ناحية أخرى.
- تكوين المعلم حيث تصبح حماية البيئة بالنسبة إليه دعوة لا تقل أهمية عن تدريس العلم الخالص وباقي الفروع المعرفية.

ويتلخص دور المدرسة في التربية البيئية فيما يلي:

- تضمين المقررات الدراسية دروس ووحدات تعليمية حول تغير المناخ ودعمها بالشروح الكافية حول الظاهرة وأسبابها ومخاطرها وطرق التخفيف منها مع الاستعانة بالرسوم التوضيحية والأشرطة الوثائقية.
- إقامة معارض مدرسية للطرق البسيطة التي يمكن أن تخفف من مخاطر التغير المناخي كطرق تركيب ألواح الطاقة الشمسية وحاويات تصنيف النفايات ...
- تعزيز الأنشطة اللاصفية كالرحلات إلى الغابات والمناطق الجبلية، وإقامة حملات التشجير باستغلال بعض المناسبات البيئية كاليوم العالمي للبيئة وعيد الشجرة وغيرهما.
- تتبع نمو وتطور بعض النباتات للحفاظ على التنوع البيولوجي وتعزيزا للزراعة المدرسية.
- تعليم الأطفال عدم الإسراف في استهلاك المياه والطاقة والورق وغيرها.
- ابتكار بعض الأشغال اليدوية انطلاقا من رسكلة وإعادة تدوير بعض النفايات كالورق والخشب والبلاستيك وذلك من أجل المساهمة في محاربة التلوث.
- استحداث المزيد من التخصصات البيئية في مختلف الأطوار التعليمية خصوصا في الجامعات ومراكز الدراسات العليا واعتمادها كمادة دراسية مستقلة بدلا من الوحدات المدمجة في مختلف المواد التعليمية بالنسبة للتعليم الابتدائي والمتوسط والثانوي.

تتلخص أهداف التعليم البيئي في هذه المرحلة في إنشاء علاقة تواصل بين الدارس وبيئته الطبيعية والاجتماعية وهي موجهة إلى الأطفال والشباب لاكتساب المهارات والتعرف على التوجهات واكتساب القيم التي تتعلق بقضايا البيئة والمسؤوليات التي تقع على عاتق الفرد ليصبح قادرا على موازنة سلوكاته بطريقة إيجابية ومتفاعلة مع بيئته[454] .

ويعتبر المعلم العنصر الفعال في نجاح التربية البيئية وتحقيق أهدافها كونها مسؤوليته في جميع الأطوار التعليمية ويتجلى دور المعلم في :

- مناقشة خطط ومشكلات الموضوع البيئي مع الزملاء والتلاميذ.

[454]- أمينة كسيرة : الاتصال والتربية البيئية الشاملة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام ،ص ص 131.130

- تنظيم التلاميذ في مجموعات وفرق حسب قدراتهم واهتماماتهم اتجاه الموضوعات البيئية.
- إثارة اهتمامات التلاميذ و جذبهم نحو البيئة من خلال اختيار موضوعات تناسب أعمارهم.
- تنظيم زيارات ميدانية للمواقع البيئية القريبة من المدرسة.
- توفير الوسائل والأدوات المناسبة لتلك الزيارات.
- توجيه،متابعة ومناقشة التلاميذ في جولاتهم الميدانية.
- تخطيط جوانب العمل مع التلاميذ وتلخيصها.
- استضافة متحدثين من خارج المدرسة قصد إثراء بعض الموضوعات البيئية كمسؤول المياه أو محافظ الغابات...

3-3 الإعلام

تعتبر البيئة من القضايا التي تتصدر أولويات العالم لما لها من أهمية في حياة البشر، بدأت تأخذ أبعادا مختلفة بعد إثبات الحق العالمي في بيئة نظيفة وصحية وسليمة وأخذت قضاياها ومشكلاتها تطرح بقوة بعدما امتدت تداعياتها إلى القطاعات المختلفة،ما حتم ضرورة التدخل لوقف استنزاف الطبيعة من خلال تجنيد كافة الوسائل من بينها وسائل الإعلام، حيث يأتي الإعلام كأحد أركان كتيبة التوعية والتربية البيئية التي تضم الأسرة والمسجد والمدرسة... وغيرها من وسائل التنشئة.

والإعلام البيئي أو الإعلام المساند لقضايا البيئة يعمل على إحداث تغييرات لازمة وضرورية في المفاهيم والقيم المرتبطة بالسلوك البيئي من خلال خلق وعي لدى الجمهور اتجاه قضايا ومشكلات البيئة عموما وإكسابه المهارات والسلوكيات الرشيدة التي تساهم في الحفاظ عليها.

ومع تطور وسائل الإعلام وتعدديتها من صحف ومجلات بيئية، إذاعات وفضائيات خصوصا في عصر الفضاء الرقمي وانتشار المدونات الإلكترونية والمجلات البيئية والصفحات التواصلية أصبحت هذه الأخيرة المصدر الرئيسي للمعلومات والخبرات البيئية.

- الصحافة: تلعب دورا هاما في مجال نقل المعلومة والخبر مما يساعد على تنمية الوعي البيئي وقد أثر التطور التكنولوجي الذي طرأ عليها من جودة الإخراج والطباعة على نقل الصورة من موقع الحدث كما أن اعتمادها على الفنون الصحفية المختلفة وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات ورسوم كاريكاتيرية وصور يمنحها دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها [455]

ولم تبق مواضيع البيئة متفرقات فقط في الصحف والمجلات بل ظهر تيار صحفي متخصص في طرح ومعالجة مشكلات البيئة على اختلاف نطاقها مستوياتها تجسد في الكثير من المجلات البيئة من بينها " Environnement Magazine الفرنسية ، مجلة البيئة والتنمية اللبنانية الخط الأخضر الكويتية، مجلة أخبار البيئة السورية...

[455]- علي الباز: الإعلام والإعلام الأمني، ط1،مكتبة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية، 2001،ص 16

- الراديو:يمكن للراديو بما يتمتع به من شيوع جماهيري وشعبية أن يقوم بدور آخر في التثقيف والتوعية البيئية عن طريق الحصص والبرامج الإذاعية التي تتناول موضوعات البيئة المختلفة منها التغير المناخي وتوصيلها بأسلوب بسيط إلى المواطنين على اختلاف شرائحهم ومستوياتهم.

وفيما يلي استعراض لبعض الأساليب الإذاعية في نشر الوعي البيئي[456]:

- ✓ التطرق إلى المواضيع البيئية من خلال أي موجز إخباري عادي
- ✓ الحصص الإذاعية واجتماعات الراديو التي تقدم للمستمع في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة وبمشاركة المواطنين.
- ✓ استخدام الأغاني والحصص والتمثيليات الراديوفونية فهي فعالة في التوعية البيئية .
- ✓ الإعلانات الراديوفونية المتعلقة بالبيئة التي يمكن عرضها عبر أمواج الأثير .

ويمكن طرح الوضع الفعلي البيئي من خلال تكرار الرسالة البيئية مما يساهم في ترسيخها وتثبيتها لدى المستمع شرط أن تكون واضحة وبسيطة لجميع فئات المجتمع

وقد سارعت بعض الدول إلى تأسيس إذاعات بيئية متخصصة منها "Planet radio" "ايكو راديو الإلكترونية" و"ايكو اف ام " الفلسطينيتن، " الوسيط المغربية"...

- التلفزيون: يتميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام بعوامل الجذب كونه يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون، ويجعل المشاهد في قلب الحدث لحظة وقوعه من خلال الصورة المدعمة بالصوت مما يضفي عليه واقعية أكثر، ويؤكد دوره الفعال كأداة لتنمية الحس البيئي من خلال الإخبار، التفسير والتعليم، ويتحقق ذلك من خلال الدقة في تناول وعرض موضوعات البيئة وحسن اختيار الوقت المناسب لبثها والقالب الفني الأكثر ملائمة لطرحها.

ويشيد النقاد والباحثون بالكفاءة الإعلامية للتلفزيون عند تغطية الأحداث المهمة كالكوارث والأزمات حال حدوثها بطريقة فورية تتجاوز بالمشاهدين حدود الزمان والمكان وبالتالي تساعد في بناء الصور الإدراكية و المعرفية وتؤثر في اتجاهات الرأي العام والصفوة وصناع القرار... [457]

وتتنوع البرامج التي يعرضها الإعلام التلفزيوني كما نشطت مؤخرا مع تصاعد مشكلات البيئة بعض القنوات المتخصصة التي تعنى بحماية البيئة والمحافظة على الطبيعة منها "قناة بيئتي ""الجزيرة الوثائقية" بالإضافة إلى " ..."Abu-Dhabi National Geographic

[456]-سوزان القليني وصلاح مذكور: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق،دار النهضة العربية ، القاهرة، 2004،ص 56

[457]- سوزان القليني وصلاح مذكور : المرجع نفسه ، ص ص 57-58-78

- الانترنيت: يأتي الإعلام البديل مساندا في مجال حشد جهود المجتمع المدني وتحفيز المشاركة الشعبية في حماية البيئة، حيث تقدم شبكة الانترنيت العديد من الخدمات من خلال الوسائط التالية:

✓ المدونات وهي عبارة عن صفحات على الانترنيت يقوم المستخدم بإنشائها وتدوين مذكراته ويومياته لنشرها بحيث تكون متاحة أمام الآخرين للتعليق عليها أو مناقشة كتابها وفي مجال البيئة، قام بعض النشطاء بإنشاء مدونات بيئية متخصصة منها هاو تابع لهيئات رسمية كمدونة المنظمة العالمية لحماية البيئة " OMPE " ، مدونة" آفاق للعلوم والبيئة " الناطقة عن باحث بيئي ، " Nouara Algérie" لمدون وناشط بيئي... تعمل هذه المدونات على نشر الأخبار البيئية وإحاطة القراء بكافة المعلومات عن النشاطات والمؤتمرات البيئية و الندوات والمستجدات البيئية محليا ودوليا إضافة إلى حشد وتعبئة الجهود التطوعية لاتخاذ القرار أو سلوك نحو قضايا البيئة .

✓ مجموعات النقاش على الانترنيت يتولى ناشطو البيئة إنشاء مواقع إخبارية تعرض أخبار البيئة للمشتركين في المجموعة عن طريق إرسال نشرات إلكترونية عبر البريد الإلكتروني

✓ ساحات تبادل الخبرات على الانترنيت كغرف الدردشة و فضاءات النقاش الاهتمامات أين يتم طرح المواضيع البيئية وتبادل الخبرات فيما بينهم ، ويعتبر موقع " One World" من أشهر المواقع الالكترونية العالمية في مناصرة قضايا البيئة العالمية والدفاع عنها.

✓ مواقع التواصل الاجتماعي حيث نشطت العديد من الحركات البيئية في شكل مجموعات أو صفحات على الفايسبوك منها صفحة " O2"، "بيئة نظيفة لحياة أفضل"...أو التوتير و اليوتيوب وغيرها من الشبكات التواصلية التي تطرح الكثير من الانشغالات البيئية

- الاتصال الشخصي:يحتفظ بمكان الصدارة لكفاءته في التأثير والإقناع، ويتميز بالقدرة على معرفة صدى الرسالة عند المتلقي وتوجيه الاتصال على أساسه ،مما يساعد على إحداث التأثير المنشود إذا ما توافرت مهارات الاتصال لدى المرسل وتهيأت ظروف المستقبل لدى المتلقي. [458]

وعموما تسلك وسائل الإعلام نماذج مختلفة في طرح وتغطية المواضيع البيئية:

- التغطية الإعلامية القائمة على الإثارة ويرتبط بالأزمات والكوارث يكتفي بعرض الجوانب الصارخة عن الحدث البيئي دون التعرض لأسبابها، يغلب عليها طابع الميل والتهويل والمعالجة السطحية، وينتهي الاهتمام الإعلامي بنهاية الحدث دون متابعته أو تفسير آثاره، ويعتقد أصحاب هذا النموذج أن الاهتمام الإعلامي لا يزيد عن كونه مرتبطا باحتياجات السوق الإعلامية دون التركيز على الوظائف التربوية والتثقيفية للإعلام البيئي.

[458] -علي عجوة:الإعلام وقضايا التنمية ،ط1،القاهرة ، عالم الكتاب، 2004،ص115

- التغطية الإعلامية المستمرة والمتكاملة يتميز بالاستمرارية والشمول والمتابعة، ويقدم نموذجين:
  - ✓ نمط تعليمي يركز على نشر المعلومات عن البيئة وتوعية الجمهور بحقوقه البيئية
  - ✓ نمط تربوي نقدي يحاول إلى جانب التزامه باهتمامات النمط الأول إشراك الجمهور في تقييم الموضوعات البيئية بحيث يسهم المتلقي في تعديلها وتطويرها مما يخلق مزيدا من الإيجابية في حل المشكلات البيئية، يتميز هذا النمط بقدرته على تقديم رؤية نقدية وتمتعه بالإمكانيات المعرفية التي تبرز العلاقة الجدلية بين قضايا البيئة والمشكلات الحياتية للجمهور ومدى تأثير ذلك على مستوى ونوعية الحياة المعاشة.[459]

يمكن لوسائل مجتمعة أن تؤدي دورا فعالا في التوعية بمخاطر التغير المناخي من خلال :

- تكثيف تناول موضوع التغير المناخي وما يرتبط به من مسائل حياتية ومشا كل بيئية أخرى .
- تنويع مصادر المادة الإعلامية والأجناس الصحفية المستخدمة ، فلا ينبغي أن تكون المعلومات المقدمة مجرد تغطيات فورية ذات طابع إخباري فحسب بل يشترط التحليل والتفسير لهذه الظاهرة وما يتعلق بها من ظواهر وتداعيات
- فهم علم تغير المناخ من حيث أسبابه وأوجه الخلاف المتعلقة به وتأثيراته الحالية والمستقبلية.
- شرح البيانات المعقدة حول تغير المناخ بالاستعانة بالرسوم التوضيحية والتقارير الاستقصائية
- صياغة المادة الإعلامية المتعلقة بتغير المناخ بأسلوب بسيط سلس يسهل استيعاب طبيعة المشكلة وتأثيراتها المختلفة
- التشجيع على إنشاء المزيد من الصفحات والقنوات البيئة المتخصصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتحري الدقة والحقيقة في عرض موضوعاتها بما فيها تغير المناخ .
- الاستعانة بالمصادر الموثوقة كتقارير الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ والجمعية الأمريكية لتقدم العلوم وتقارير الأبحاث المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة .
- تنويع المصادر المعتمد عليها كتصريحات المسؤولين الحكوميين وخبراء المناخ، الندوات والمحاضرات ونتائج الأبحاث العلمية المتعلقة بتغير المناخ.
- تنويع البرامج الإعلامية المتعلقة بالبيئة عموما وزيادة إدراج موضوع تغير المناخ ضمن أجندتها مع تحديد الفئات المستهدفة وهذا دعما لإجراءات التخفيف والتكيف،فتوعية الفلاحين والمهندسين الزراعية بمخاطر الاستعمال المفرط للأسمدة الكيماوية والمبيدات الحشرية من شأنه أن يخفف من الانبعاثات الصادرة عنها والتي تزيد نسب الكلوروفلوركربون في الجو المسؤول بالدرجة الأولى عن تدهور الأزون والمساهم في عملية الاحتباس الحراري وتوضيح البدائل الازمة لزراعة أمنة وصحية.

[459]-عواطف عبد الرحمان : الإعلام العربي وقضايا البيئة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 1999، ص150

- التكامل بين مختلف وسائل الإعلام في المعالجة قصد التغطية الواسعة له واستقطاب أكبر قدر ممكن من الجماهير.
- تجنب المناسباتية في طرح موضوع التغير المناخي واعتماد أسلوب المتابعة والتكرار في الطرح بطريقة ذكية لإحداث الأثر المرغوب.
- تدريب وتكوين الصحفيين المتخصصين في البيئية لتسهيل مهمة تقديم المعلومات العلمية ذات الطابع المعقد إلى جماهير متباينة المستوى الفكري والتعليمي.
- استكتاب المزيد من الصحفيين في مجال البيئة عموما وتغير المناخ على نحو خاص.
- تصميم الرسائل البيئية المتعلقة بتغير المناخ على نحو يشرك المواطن فيها ويجعله محورا أساسي في عمليتي التكيف والتخفيف من تغير المناخ من خلال توضيح الحلول الممكنة والبدائل التي يجب تطبيقها لمواجهة مخاطر التغير المناخي.
- استغلال بعض المناسبات البيئة لإطلاق حملات إعلامية توعوية كعيد الشجرة ويوم البيئة العالمي واليوم العالمي لحماية الأوزون ...والدعوة لتكثيف الجهود التطوعية لحماية البيئة ومكافحة التغير المناخي.

خاتمة

إن التربية البيئية كآلية لمواجهة مخاطر التغير المناخي لا ينبغي أن تقتصر على بعض التوجيهات الأسرية أو الوحدات الدراسية و الدروس النظرية في المؤسسات التعليمية التي تتناول المسائل المتعلقة بتغير المناخ ولا ينبغي أن تقف عند حدود بعض المترفقات الإعلامية كالتغطية الفورية للكوارث المرتبطة به أو متابعة بعض المناسبات البيئية كفعاليات المؤتمرات السنوية التي تسعى لإيجاد حلول من أجله، فمخاطر التغيرات المناخية وعواقبها الوخيمة المتسارعة الوتيرة تستدعي تدخلا علاجيا عاجلا بتكثيف جهود الجمعيات والمنظمات والمجتمع المدني والمؤسسات التربوية ووسائل الإعلام المختلفة بل يستدعي الاستمرار والمتابعة والجدية في المعالجة الإعلامية قصد إحداث الأثر المرغوب وتحويل المعرفة النظرية إلى سلوكات تطبيقية لخلق تربية بيئية سليمة وناجعة في تدارك مخاطر التغير المناخي في المنزل والمدرسة والشارع وكل مكان

إن التربية البيئية سواء كانت نظامية في المدارس أو تتبناها وسائل الإعلام لا تؤتي ثمارها إلى بتأسيس إطار قانوني واستراتيجي وتخطيط علمي مدروس يكفل الوسائل والآليات اللازمة لتطبيقها ويقيس أثارها على مدى زمني معين وهذه مهمة صناع القرار والمنشغلين بالتعليم والقائمين بالاتصال حتى يكون لها دور حيوي ضمن الجهود المبذولة لتوضيح مخاطر التغير المناخي ومحاولة تغيير السلوك البشري اتجاه البيئة لمواجهته .

قائمة المراجع

- الباز علي: الإعلام والإعلام الأمني، ط1،مكتبة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية، 2001.
- السعدي حسين علي:أساسيات علم البيئة و التلوث، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان الأردن
- السيد جمال الدين علي صالح:الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق،مركز الإسكندرية للكتاب،2003،الإسكندرية
- القليني سوزان و مذكور صلاح: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق،دار النهضة العربية القاهرة 2004.
- سميث ستيفن:الاقتصاد البيئي ، ترجمة إنجي بنداري ،ط1، مؤسسة هنداوي، 2014.
- شعبان أسامة حسين: الأخطار والكوارث البيئية، دار الفجر، القاهرة ،2009 .
- عبد الرحمان عواطف : الإعلام العربي وقضايا البيئة، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة 1999.
- عجوة علي:الإعلام وقضايا التنمية ،ط1،القاهرة ، عالم الكتاب، 2004.
- عصمت إبراهيم مطاوع: التربية البيئية في الوطن العربي ، دار الفكر العربي.
- منصور زينب حبيب : المعجم البيئي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011.
- الكوفي حسن شاكر عزيز: ظاهرة الاحترار الكوني وعلاقتها بنشاطات الإنسان والكوارث الطبيعية،رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم البيئية، تخصص إدارة البيئة، كلية الاقتصاد،الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك .
- كسيرة أمينة الاتصال والتربية البيئية الشاملة: رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام،2012
- بلال عادل علي : التغير المناخي والموارد المائية في محافظة نينوى، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد 28 العدد 1، 2012.

الشهابي عاصم: تأثير التغيرات المناخية على صحة الإنسان، تاريخ الاطلاع 2018/07/26،الساعة 18:45 www.philadelphia.edu.jo/philadreview/issue5/.../22.pdf

- التقييم البيئي المتكامل دليل تدريبي للمنطقة العربية:تقييمات قابلية التأثر والتكيف لتغير المناخ، تاريخ الاطلاع 2018/07/27 الساعة 20:58 www.unep.org/geo/pdfs/Module _9_AR.doc
- المدن وظاهرة تغير المناخ توجهات السياسات العامة: التقرير العالمي للمستوطنات البشرية لعام 2011، تاريخ الاطلاع 2018/07/26 ، الساعة 19:40 http://www.un.org/ar/events/habitatday/pdf/2011report.pdf
- برنامج إدارة مخاطر التغيرات المناخية ، تاريخ الاطلاع 2018/07/27 الساعة 13:50 www.eeaa.gov.eg/english/.../CCRMPbrochureAR.pdf
- صلاح عبد المحسن عجاج :التربية البيئية *www.*faculty.mu.edu.sa/download.php?fid=16413 ، تاريخ الإطلاع 2018/07/25،الساعة 21:15
- نوفل محمد نعمان: اقتصاديات التغير المناخي الآثار و السياسات ،المعهد العربي للتخطيط العدد 24،2007 ص11 ،تاريخ الإطلاع 2018/07/26 الساعة18:45

www.arab-api.org/images/…/pdfs/202/202_ex24.pdf

- Christian Lévèque :Ecologie de l'écosystème à la biosphère DUNOD ,2001,pp480
- Climate change in Africa ,A guide book for journalists ,UNESCO Series On Journalism Education,2013 ,pp 15, consulted 27/07/2018 ,20:42 unesdoc.unesco.org/images/0022/…/225451e.pdf

فعالية الفواصل الإعلانية الإذاعية في التوعية المرورية للسائقين

Effective radio commercial breaks in traffic éducation for drivers

دبدوش الهاشمي: أستاذ مساعد قسم "ب" جامعة البليدة.2. الجزائر.

أ/ فنيش حنان: أستاذ مشارك جامعة باتنة.1 الجزائر

أ/ عبد الكبير حنان: أستاذ مشارك جامعة المسيلة.الجزائر

الملخص:

تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية، كونها أصبحت تفرض نفسها بقوة داخل المجتمع، وبالتالي فهي تلعب دورًا فعالاً بحيث أنها تبث برامج توعوية، تهدف هذه البرامج التوعية المرورية لنشر الوعي المروري لدى السائقين، متمثلة هذه البرامج في حملات مرورية دورية تتجلى في تنمية وتعزيز المعارف وقواعد المرور وآداب السلامة لتجنيب السائقين الوقوع في حوادث سير محتملة، حفاظًا على سلامة الأرواح والممتلكات، وذلك بإنتاج المواد الإعلامية– الإرشادية– التوعوية ذات الطابع الإنساني والاجتماعي وبثها عبر وسيلة الإعلام المسموعة. وتستطيع البرامج الإذاعية التي تتناول القضية المرورية في فقراتها أن تركز على تعزيز المعارف المرورية والتوعية إزاء قواعد السلامة، بمصاحبة المستقبل بفقرات إيحائية مثل: فواصل إعلانية خاصة بحركة المرور، إرشادات مرورية، عزيزي السائق، أضف إلى معلوماتك، قطوف الحكمة في قيادة المركبة، للتذكير، نصائح مرورية، وغيرها من الفواصل والبرامج لتسليط الضوء على أسباب وقوع الحوادث المرورية وعبور الطريق بصورة صحيحة، ولفت الانتباه إلى الظواهر الشائعة من المخالفات وسبل معالجتها، والإرشاد إلى طريق السلامة.

الكلمات المفتاحية:

الإذاعة، الفواصل الإعلانية الإذاعية، التوعية المرورية، السائقين.

Summary:

Local radio is a means of mass media, become strongly assert itself within society, they play an active role to transmit awareness programs, aiming to raise awareness of traffic drivers, these programs periodic traffic campaigns aim to develop knowledge and traffic rules and safety To spare the drivers fall into potential accidents, through the contents of the informative articles humanitarian and social awareness and disseminated via the media. Radio programs can dealing with traffic issue in paragraphs should focus on enhancing the knowledge and awareness about traffic safety rules, with the future

with apocalyptic passages such as: special ad breaks, traffic guidance, dear driver, add to your knowledge, reminder, traffic tips, and other Commas and programmes to highlight the causes of accidents and cross the road correctly, and guidance to road safety.

Key words:
Radio, Radio commercial breaks, Traffic awareness, Drivers**.**

مقدمـــة:

أصبحت الحوادث المرورية تمثل وبشكلٍ كبيرٍ هاجسًا وقلقًا لكافة أفراد المجتمعات، كما صارت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة والذي هو العنصر البشري، إضافة إلى ما تكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة، حيث مازالت حوادث المرور بالجزائر ونتائجها المفجعة من الجرحى والوفيات وآثارها الاجتماعية والاقتصادية على الأرواح والممتلكات من أهم ما يشغل بال العديد من المسئولين والمواطنين على مستوى الدولة، فلا يكاد يمر يوم وإلا وتطلعنا الإذاعات والصحف المحلية بحوادث السيارات تحصد الأرواح وتصيب الناس، ولما كانت حوادث المرور ومازالت تشكل نسبة كبيرة من مجموع الحوادث المسجلة فإن التصدي لهذه المشكلة يعد على غاية من الأهمية. وتشير الإحصاءات المرورية بأن نسبة الوفيات والإصابات من جراء الحوادث المرورية المسجلة ببلادنا تعد بصفة عامة مرتفعة بالمقارنة مع الدول المتقدمة، وهذا يحتم ضرورة إعداد استراتيجيات للسلامة المرورية وتضافر الجهود من أجل التصدي لتلك الحوادث كمسؤولية جماعية مشتركة تقع على عاتق مختلف فئات المجتمع، وكذلك الأجهزة والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية[460].

وفي ظل هذا الوضع يستلزم على المنظمات والمؤسسات والجهات المعنية لمعالجة هذه الظاهرة إيجاد حلول سريعة وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية التي تحتم عليها الاستجابة السريعة للتطورات الحاصلة في الحياة المرورية، وذلك لما لها من أهمية في خلق الوعي اتجاه الظاهرة ومحاولة تعديل السلوكيات اتجاهها، وتعد الإذاعة باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري وأكثرها انتشارًا، وأنها تؤثر في الرأي العام تأثيرًا فعالاً في نفوس الجماهير وتعدد الوسائط والتنوع الجغرافي يجعلها تلقى صدى واسعًا من الجمهور وعلى غرارها الإذاعات المحلية مثل إذاعة المسيلة الجهوية، فهذه الأخيرة لها أهمية كبيرة في مواكبة مختلف الأحداث والتغيرات في البلاد من خلال الفواصل الإعلانية التي تقدمها للسائقين، الأمر الذي قد يسهم في خلق الثقافة المرورية لدى السائقين.

1/ الإشكالية:

مما لا شك فيه أن الإعلام يعتبر دعامة أساسية من دعامات الحياة وقوة فاعلة في المجتمع،

[460] - بن السعيد عبد الله وآخرون: الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري_دراسة ميدانية على عينة من سائقي الأجرة بولاية ورقلة_، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ليسانس أكاديمي في علم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014، ص26

تسهم في تماسكه واستقراره، حيث ظهرت وكالات الأنباء وتطورت مما زاد من أهمية الإعلام في نقل المعلومات كما أدى إلى ظهور الوسائل الإعلامية الحديثة أيضًا إلى رفع شأن الإعلام وتفعيل دوره في المجتمع ليزود الجمهور بأكبر قدر من المعلومات والبيانات والأخبار.

وتزداد الحاجة للإعلام كلما ازداد تطور المجتمع تعقيدًا، وكلما ارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري للأفراد الذين يعيشون فيه، فهو يمثل المرآة العاكسة لما يجول في كل الساحات والميادين. ويعتبره كثيرون رمزًا من رموز السيادة الوطنية لأنه الأداة التي تشحذ الهمم في الحروب وينقل أخبارها ويقوي الجبهات الوطنية الداخلية .

والاتصال ظاهرة اجتماعية يسعى إليها الإنسان باستخدام أساليب مختلفة تتوافق كل منها مع المرحلة الحضارية التي يمر بها المجتمع، وذلك من أجل تبادل الأفكار والآراء، ولقد تغير مفهوم الاتصال عما كان عليه في السابق وتعددت أدواته نظرًا لتعقد الحياة والتطور التكنولوجي الذي شهده العالم اليوم.

ولعلّ من أساليبه لدراسة المشاكل الاجتماعية ما يعرف بالاتصال الاجتماعي الذي يساعد على إيجاد الحلول المناسبة عن طريق الحملات الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام، وقد أصبحت الحاجة إليها أمرًا ضروريًا نظرًا للمشاكل التي تعيشها المجتمعات، وقد ساهمت بدورها هذه الأخيرة في تعزيز التفاعل وخلق الوعي في الكثير من الدول على إيجاد الحلول في الكثير من المشكلات الاجتماعية، ولعل من المشاكل العصرية مشكلة حوادث الطرقات التي يعاني منها العالم اليوم وما تخلفه من خسائر مادية وبشرية نتيجة تطور المجتمعات وزيادة الحركة والسير لتحقيق التنمية والإسراع من التطور في مختلف مجالات الحياة الإنسانية.

على هذا الأساس، صارت هذه الظاهرة تحتل المرتبة الأولى في مصاف المخاطر الكبيرة، التي تهدد كيان المجتمعات، بدليل أنها تحتل المرتبة التاسعة في أسباب الوفيات بالعالم، علمًا أنها في تفاقم مستمر، وهذا حسب توقعات الخبراء في هذا المجال، لتبلغ سنة 2006 المرتبة الخامسة. في هذه الظروف أدركت جميع الدول مدى خطورة هذه المشكلة ووجوب التفكير في كيفية القضاء عليها، وذلك بتثمين المناهج التوعوية والوقائية، والجزائر على غرار هذه الدول التي شهدت في الآونة الأخيرة ارتفاع في حوادث المرور[461].

وتعتبر ظاهرة حوادث المرور أحد أبرز المشاكل التي تواجه معظم دول العالم والتي تشهد زيادة مطردة في أعداد الحوادث المرورية والإصابات الناجمة عنها، نجد حسب الإحصائيات الدولية ستة آلاف شخص يذهبون ضحايا لحوادث السير، وكذلك ما بين 10 مليون إلى 15 مليون إصابة

[461] - بن عباس فتيحة: دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر- مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية- دراسة وصفية استطلاعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011-2012، ص13

وأكثر من 20 مليون على مستوى العالم سنويًا، وبلغت 324 حادث في سنة 2012 و420 حادث في سنة 2013.

كما أن حوادث المرور بمختلف أشكالها تعرف تزايدًا من سنة إلى أخرى، وفي هذا السياق تعد الجزائر من بين دول العالم التي تمثل أكبر نسبة وتقدر بـ 44,907 حادث مرور في الجزائر بمعدل 124 حادث يوميًا، والذي يرجع إلى عدم وعي السائقين بخطورة هذه الظاهرة.

وفي ظل هذا الوضع يستلزم على الجهات المعنية معالجة هذه الظاهرة وإيجاد الحلول وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية، وذلك لما لها من أهمية في ظل الوعي اتجاه الظاهرة المتفشية في المجتمع، حيث أصبحت وسائل الإعلان في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف، ومما تتميز به من زخم في البث الإذاعي والتلفزيوني واستعمال واسع للانترنت.

وهكذا تعد الإذاعة من أبرز وسائل الإعلام الجماهيرية باعتبارها الوسيلة الأكثر تأثيرًا والأكثر انتشارًا لدى الجماهير.

كما أن الشباب يستمعون للبرامج الإذاعية للحصول على المعلومات أو الترفيه والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وهناك الكثير من يعتبرونها وسيلة أساسية رغم تبنيهم لتقنيات الاتصال الحديثة[462].

إنّ الإذاعة تسعى كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى لتحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع في جميع المجالات خاصة في مجال التوعية لأنها تؤثر في الرأي العام التي تلقى صدى واسعًا من قبل الجماهير وخاصة الإذاعات المحلية التي أصبحت تسهم بشكل كبير في بث العديد من البرامج المتنوعة وخاصة برامج التوعية، وذلك لنشر الوعي المروري وخلق ثقافة مرورية قصد محاربة الظاهرة، وتساهم أيضًا في تكثيف فقرات البرامج الإرشادية بمواضيع متابعة لنشاطات الحملات المرورية من خلال التغطية الإخبارية، وتفتح أيضًا قنوات الاتصال مع جموع المستمعين في أوقات بث البرامج للاستئناس بآرائهم وتجاربهم، كما تعمل على إقامة لقاءات صحفية مع رجال المرور، وتزويد المواطن بالمعلومات الأمنية ونشر الثقافة الأمنية ورفع مستوى المسؤولية والحس الأمني لديه، وتعريفه بمجهودات الشرطة في سبيل حفظ أمنه واستقراره، حيث هدف العلاقات العامة بالشرطة من خلال النشاطات الإعلامية بالدرجة الأولى إلى تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي المتمثل في رجال الشرطة والجمهور الخارجي المتمثل في المواطنين بخلق جو من الثقة والتعاون[463]، وكذلك تقديم النصائح والإرشادات نحو السلوك السليم للسائق، وتستطيع البرامج التي تتناول القضية المرورية في فقرات أن تركز على المعارف المرورية، والتوعية إزاء قواعد السلامة المرورية[464].

---

462 - وانيس ليندة: مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري- دراسة ميدانية على عينة من السائقين بمدينة ورقلة، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علم الاجتماع والأنتربولوجيا، تخصص: علم اجتماع اتصال، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر2014-2015، ص.21.

463 - حمراني أمينة: الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره- الأمن المروري نموذجًا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر 2009-2010، ص03.

464 - وانيس ليندة، مرجع سابق، ص ص21-22.

لقد أصبحت حوادث المرور في كل مكان في العالم وهو ما يترتب عليه خسائر بشرية واقتصادية بالغة الخطورة على المستويين الفردي والجماعي، وتزداد هذه الظاهرة بشكل كبير جدًا في البلدان النامية حيث تؤكد منظمة الصحة العالمية والبنك الدولي على أن حوادث الطرق هي ثاني الأسباب الرئيسية للوفاة بين سكان العالم، وخاصة في المرحلة العمرية من 5 سنوات إلى 29 سنة، وتقتل حوادث الطرق حوالي 2,1 مليون نسمة سنويًا وتؤدي إلى إصابة وإعاقة ما بين 20 مليون إلى 50 مليون نسمة على مستوى العالم، ويتوقع أنه بحلول عام 2020 سوف تزيد الوفيات بسبب حوادث المرور حوالي 80% في البلدان ذات الدخل المنخفض والمتوسط.

وتشكل الحوادث المرورية وما ينتج عنها من تلفيات وإصابات ووفيات واحدة من أهم معوقات التنمية في الدول النامية، خاصة في الدول العربية، وتكمن خطورة الحوادث المرورية فيما تراه على الفرد والمجتمع من آثار عدة منها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية[465].

في هذا السياق، يقتضي التوضيح إلى أن الجزائر تعد من بين دول العالم التي تمثل أكبر نسبة في عدد حوادث المرور، حيث تحتل المرتبة الرابعة عالميًا والأولى مغاربيًا وعربيًا من حيث حوادث المرور، الشيء الذي يؤكد خطورة الأمر ويدق ناقوس الخطر إن لم تؤخذ قضية معالجة الأوضاع بجدية وتصنف ضمن الأوليات الكبرى، وأن تبحث لها عن حلول جذرية التي تشترك في إيجادها جميع الشركاء الاجتماعين، وذلك من أجل رسم معالم سياسة وطنية وذلك بالارتكاز على إستراتيجية واضحة المقاصد قابلة للتجسيد العملي ومتماشية وطبيعة الإشكاليات الملحوظة ميدانيًا.

وعليه يمكن القول أن المعاينة الميدانية تؤكد مرة أخرى أن ظاهرة حوادث المرور أصبحت آفة اجتماعية تثير الانشغال ويجب تضافر جهود المتدخلين لفائدة أمن الطرق مع إعطاء الأولوية لمكافحتها بصرامة ومواجهتها بعزيمة، وذلك عن طريق وضع سياسة وطنية شاملة ومنسجمة للوقاية من حوادث المرور، وبالإضافة إلى تحديد إستراتيجية مدروسة وفقًا لآليات وسبل كفيلة للتصدي لها.

ونظرًا لأهمية الإذاعة في نشر التوعية المرورية لأفراد المجتمع وخلق ثقافة مرورية صحيحة لديهم فقد تمثلت إشكالية الدراسة في: **ما فعالية الفواصل الإعلانية الإذاعية في التوعية المرورية للسائقين؟**

2/ أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية البحث عن أهمية الظاهرة التي يتم دراستها، وعلى قيمتها العلمية والنتائج التي ستحققها، والتي يمكن أن تفيدنا في اكتشاف حقائق نستطيع الاستناد إليها في إثبات حقيقة ظاهرة أو مشكلة ما، أو جعلها منطلق لبحوث ودراسات لاحقة[466].

---

[465] - حوالف رحيمة: التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور بالجزائر، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2012، العدد 11، ص103

[466] - صابر لامية: الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب- دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.، 2009-2010)، ص09

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوعًا هامًا يتمثل في فعالية الفواصل الإعلانية الإذاعية في التوعية المرورية للسائقين، خاصة هذه الأخيرة التي أصبحت تفرض نفسها مع ارتفاع نسبة حوادث المرور في الجزائر، وذلك بلفت النظر لخطورتها التي تزداد من يوم لآخر، وخاصة الإعلاميين لتنظيم إعلام هادف يتكفل بتنظيم سريان جيد وصارم للمادة الإعلامية الموضوعة أمام الجمهور المستقبل لها.

كذلك من أجل معرفة مدى تأثر السائقين بالبرامج الخاصة بالتوعية المرورية في الإذاعة المحلية.

وفعلاً تعد ظاهرة حوادث المرور من الظواهر الاجتماعية السلبية التي تحاول كل دول العالم مكافحتها والوقاية منها عبر مختلف وسائل الإعلان من خلال تقديم برامج لتثقيف وتوعية المواطنين لإدراك خطورة الظاهرة، حتى تكون عملية الوقاية سهلة ومشتركة بين الجميع.

3/ الإطار النظري:

1/3/ تعريف الإذاعة:

تعد الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري ،ويقصد بها ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية والحواجز الجغرافية، والسياسية وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع، فالإنسان يستمع إلى الراديو ويستفيد من برامجه المختلفة في أي مكان في العالم دون عائق أو حاجز في البيت ،السيارة، المكتب.

اشتقت كلمة الإذاعة من أذاع الخبر أي أذاعه ونشره، وفي المعاجم العربية تعني كلمة مذيع أنه الرجل الذي أفشى السر وأذاعه[467].

هي عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف وأدوار تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات لأجهزة استقبال مناسبة.

ويقصد بها كذلك ما يبث عن طريق الأثير واستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستعمليها برباط مباشر وسريع، وأهم ما يميز الإذاعة المسموعة إلا أنها الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين كل وسائل الاتصال، ذلك يطلق فيها الباحثون باسم الوسيلة العمياء، فهي قادرة على أن تصل إلى أبعد مما يتصوره الخيال، فهي سلاح يخاطب العقول والقلوب والنفوس، فهي تعتمد على التوجيه والإقناع أكثر مما تعتمد الإنذار والتمهيد، فقد

[467] - سلمان إسماعيل أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص04

قال عنها "هتلر" في كتابه (الكفاحي) "إنني أعلم أن تأثير كلمة مكتوبة على كل الأفراد أقل بكثير من تأثير كلمة يسمعونها"[468].

كما تعرف على أنها الانتشار المنظم والمعقود بواسطة الراديو لبرامج إخبارية وثقافية وتعليمية ودينية وتجاربه وغيرها من البرامج ليلقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء الأرض وفي أقصى تردد لموجات الإذاعة سواء كانوا فردا وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال[469].

2/3/ خصائص الإذاعة:

إنّ الإذاعة كوسيلة إعلامية يمكن أن تكون جهازًا فعالاً في نشر التوعية الأمنية (الوعي المروري) ويمكن أن نجمع خصائص ومميزات الإذاعة كوسيلة إعلامية كالتالي:

- أنّ الإذاعة وسيلة تخاطب كل شرائح المجتمع بكافة الفئات والمستويات المتعلم والأمي، ولأن الوعي والاستماع إلى الراديو لا يتطلب بالضرورة الجلوس والتفرغ الكامل كالمشاهدة والقراءة، وهذه الميزة تيسر عملية بث الرسائل التوعوية والأخبار الأمنية، مما يتيح للمستمع ممارسة أي نشاط آخر، واستخدام بقية الحواس الأخرى في نشاط مختلف، لأن الإذاعة وسيلة سمعية تخاطب الوجدان عن طريق الأذن.
- يمكن متابعة الحدث الأمني بسهولة ودقة لأن الاستماع إلى الراديو لا يحتاج إلى جهد وعناء، كما انه يتيح للمستمع المتابعة في أي زمان ومكان ودون قيود.
- ميزة الآنية في الإذاعة تجعلها الوسيلة الأولى لمتابعة الأحداث، لأن التداعيات الأمنية والحدث الأمني فيه قوة وجاذبية، وبفرض التشويق والترقب فإن الإذاعة لديها كل هذه الإمكانيات لنقل هذا الحدث.
- الحدث الأمني عامة لكل المجتمعات، فإن الإذاعة خير وسيلة تصل الأمي قبل المتعلم وتقدم له الرسالة المعنية التي تراعي الفروق الفردية والمستويات الثقافية المتباينة.
- يمكن استخدام الصوت البشري بنبرته وإيماءاته ودلالاته العميقة في مواضيع التوعية الأمنية التي تحتاج إلى أصوات معبرة وقوية تجسد الحدث وتتبع تفاصيله بكل دقة، لأنه جسر التواصل الأول في الإذاعة، وكان لابد أن يتصف بمقومات متكاملة لداء الرسالة الأمنية[470].

3/3/ وظائف الإذاعة:

ترتبط وظائف الإذاعة بالبرامج التي تقدمها يوميًا أو أسبوعيًا أو حتى شهريًا، وهذه الوظائف تتمثل في:

---

[468] - إحدادن زهير: تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1989، ص89

[469] - محمود عبد الرؤوف خليل: مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس، مكتبة نهضة الشرق،، القاهرة، مصر، 1995، ص29

[470] - سلمان إسماعيل أبو جلال: مرجع سابق، ص147

- **الوظيفة الإخبارية:** الأخبار في الإذاعة لا يقصد بها مجرد الأخبار المحلية بل الأخبار التي تهم أفراد المجتمع المحلي سواءً كانت محلية، قومية، أو عالمية، فجمهور الإذاعة يريد معرفة أخبار الوطن وأيضًا أخبار العالم، بل إن هناك الأخبار القومية والعالمية ما له ارتباط وثيق ومباشر بالمجتمع المحلي.
- **الوظيفة السياسية:** توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معنية تروج لها تلك النخب، كما تواظب على توصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي، إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، والوحدة الوطنية داخل كل دولة[471].
- **الوظيفة الاقتصادية:** وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزًا من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقراتها الاشهارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما.
- **الوظيفة التربوية والثقافية:** وهي وظيفة ليست أقل شأنًا عن سابقاتها من الوظائف، حيث تشجع الإذاعة على التعليم، واكتساب المعارف والمهارات، والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقو على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة.
  - إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعًا جديدًا يتميز بالحيوية والنشاط، فهي على حد رأي "عدلي محمد رضا": "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار، وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرًا وطموحًا" .
- **الوظيفة الاجتماعية:** تلعب الإذاعة دورًا هامًا داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية، فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته، وكذا بعث تراثه وعادته وتقاليده كما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل أن تهدف البرامج جميعًا إلا ما

[471] - شكري عبد المجيد: الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط1، 1998، ص79.

كان منها للتسلية والمتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم، وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة.

هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة أيجاد حلول لها، لتكون الواسطة بين شكاوي المواطنين والمسئولين[472].

4/ الإعلام الإذاعي:

الإعلام الإذاعي يختلف عن غيره من أنواع الإعلام الأخرى، فهو يعتمد على الصوت والإلقاء والأداء الجيد، فعلى قدر جودة الصوت وحسن الأداء يكون رد الفعل والأثر الذي تتركه الرسالة الإذاعية أو البرنامج الإذاعي، ويظل المذيع أو مقدم البرنامج في حاجة إلى تعلم فن الإلقاء وبدونه لا يحقق النجاح المطلوب، فالمذيع هو الوسيط المبدع الذي يقدم للمستمعين معلومات وأفكار وآراء في أشكال برامجية فنية متعددة ومتنوعة، ولن تصل هذه الأفكار وتلك المعلومات إلى المتلقي مهما كانت براعة كاتبها ومنتجها دون إذاعي ماهر في فن الإلقاء والأداء، حتى يوصلها إلى المتلقي، وتحدث عند الاستجابة ولإقناع المطلوب، وهذا لا يتأتى إلا عن طريق إتقان "المستمع" المذيع لفن الإلقاء والأداء وفهمه لطرائق توصيل المعلومات والأفكار وأساليب الإقناع. فالنطق الجيد يساعد على التعبير عن المعاني والإيحاءات المطلوبة.

وهكذا فإن الإلقاء هو أساس عمل المذيع وأساس قواعد الفن الإذاعي، ودون الإلقاء لا تتم عملية الاتصال الإعلامي عبر الإذاعة من خلال العناصر المعروفة:

- **المرسل:** وهو المذيع.
- **الرسالة:** وهي المضمون الذي يقوم بأدائه المذيع.
- **الملتقي:** وهو المستمع الذي يستجيب للمادة المقدمة.

وبقدر نجاح المذيع في الأداء والتعبير المقنع، تكون استجابة المستمع إيجابية، فالإلقاء مهم للإذاعي[473].

5/ تعريف التوعية المرورية:

---

[472] - الضيف ليندة: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية- القناة الأولى نموذج- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007، ص47.

[473] - عبد الدائم عبد الدائم عمر حسن: الدليل المرجعي حول تقنيات فن الإلقاء وتقديم البرامج الإذاعية، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة ايسيسكو، الرباط، المملكة المغربية، د ط، 2017، ص13.

الوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك على تواصل مباشرة مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تمثل عادة بحواس الإنسان الخمس.

والوعي الحفظ والتدبر، واتخذه أهل العصر بمعنى الفهم والانتباه لحفظ النفس والأمة والشباب الواعي هو الذي يعرف ما يجب عليه لأمته وبلاده[474].

ويعرف بعض علماء النفس الوعي بأنه: "شعور الفرد وإدراكه لذاته وأحواله وأفعاله إدراكًا مباشرًا، والوعي أساس كل معرفه وله مجموعة من المراتب والدرجات التي تتفاوت من حيث الوضوح والتعقيد" أي أن الوعي يعني "مجموعة عمليات إدراك الفرد لذاته وللعالم الخارجي والاستجابة لها".

أما علماء الاجتماع فيعرفون الوعي بأنه: "إدراك الفرد لذاته باعتباره عضوًا في جماعة معينة"[475].

ويرى البعض الآخر بأنه الوعي هو: "الحصيلة المستمرة لعمليات الإدراك الشاملة التي يقوم بها الإنسان أينما وجد، وبأجياله المتعاقبة منذ ظهوره في هذا الكون، وهي عملية مستمرة ما دام الإنسان موجودًا، وتتضمن أربعة عناصر هي: الإدراك والفهم والتقويم والسلوك"[476].

إذ تعتبر التوعية المرورية من الوسائل الناجعة في الوقاية، فهي مكملة لمهمة التربية والتكوين، إذ تتضمن تذكيرًا لمستعمل الطريق بالأخطار المحدقة به، وتحذيره منها بتزويده بنصائح دقيقة لتفاديها[477].

والتوعية المرورية تعرف على أنها: "عبارة عن منظومة السياسات والخطط والبرامج الثقافية الهادفة إلى إنتاج مضامين رسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية، وتقوم بنشاطات وفعاليات ومختلفة، وتستخدم وسائل اتصالية مختلفة من اجل نشر هذه المضامين التي تشكل خطابًا مروريًا توعويًا متكاملاً إلى مختلف الشرائح الاجتماعية ومختلف الجماهير المعنية بالتوعية المرورية[478]".

وعليه تعتبر التوعية المرورية نوعًا من أنواع التوعية الاجتماعية، وتعني بصورة عامة تلقي الفرد جملة من المعارف والمعلومات وتدريبه على تطبيقها ميدانيًا، وإكسابه قيمًا وعادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائقًا كان أو راكبًا أو راجلاً.

- **أهمية التوعية المرورية:**

تتضح أهمية التوعية المرورية من خلال مساهمته في الوقاية من الحوادث المرورية، إذ أن غرس الوعي المروري في أفراد المجتمع تجعل ذواتهم أكثر تقبلاً للقوانين المنظمة للطريق ومستخدميه

---

474 - اللحام محمد هادي، علوان سعيد زهير: القاموس عربي- عربي قاموس لغوي عام، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، د ط، 2005، ص249.

475 - العربي فهد بن متعب: تقويم فعالية برامج التوعية الأمنية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، د ط، 2003، ص18

476 - ملتقى وطني: دور الجماعات في التوعية من حوادث المرور، وزارة الداخلية والجماعات المحلية، يوم25 نوفمبر، 2000، ص01.

477 - بوطالبي الهاشمي: مهام المركز الوطن للوقاية والأمن عبر الطرق وإستراتيجيته في عملية الوقاية (الوقاية والسياقة)، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، الجزائر، العدد 02، 2003، ص58.

478 - خضور أديب محمد: حملات التوعية المرورية العربية، مركز دراسات البحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، د.ط، 2007، ص13.

السائقين والراكبين، والمشاة، لتظهر واضحة في سلوكياتهم التي تعد الرقابة الذاتية هي المحرك الأساسي لها وليس الرقابة الخارجية من إجراءات وعقوبات وغيرها، وهو ما يؤدي إلى خفض معدلات المخالفات المرورية وبالتالي انحسار الحوادث المرورية والتقليل منها.

- **أهداف التوعية المرورية:**
- تكوين نسق معرفي مروري لدى مختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية عن مختلف جوانب الحياة المرورية.
- تكوين نسق فكري لدى الفرد والمجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية.
- تكوين نسق اتجاهي مروري متساوٍ ومتكامل لدى الفرد والمجتمع إزاء الجوانب المختلفة من المسألة المرورية.
- تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع.
- تكوين نسق قيمي سلوكي مروري تتمثل فيه معرفة الفرد وفكره واتجاهاته وقيمه[479].
- **أساليب التوعية المرورية:**

تتحقق التوعية المرورية من خلال ثلاثة أساليب رئيسية وهي:

- **الأسلوب المعرفي:** يعني تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور وقواعد تنظيمه، أي تمكينه من الإلمام بقواعد تنظيم المرور والقوانين والتنظيمات التي تحكم سير المركبات والمشاة في الطريق العام مثل الإشارات والعلامات، ومبادئ الأولوية، وشروط التجاوز والمكوث وغيرها، وإلمام الجمهور بهذه المعارف يحقق وحدة الفكر والمفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.
- **الأسلوب المهاري:** يعني تنمية قدرات الجمهور وصقل مهارته في الاستعمال الأمثل للطريق، سواءً أثناء سياقة المركبات مثل الامتثال للإشارات واللوحات، والالتزام بأولويات المرور، وترك مسافة الأمان أو أثناء السير مترجلاً، مثل المشي على الرصيف والتقيد بقواعد قطع الطريق أي التدريب على تطبيق ما تلقاه من معارف نظرية تطبيقًا سليمًا أثناء استعمال الطريق.
- **الأسلوب السلوكي:** يعني تهذيب سلوك مستعمل الطريق من خلال التركيز على الجوانب النفسية له، والسعي إلى إقناعه بتقبل قواعد السلامة المرورية وجعله يؤمن بجدوى الامتثال لها،

[479] - بن السعيد عبد الله و آخرون: مرجع سابق، ص

وغرس قيم التسامح في نفسه والإحساس بمسؤوليته على سلامته وسلامة غيره من مستخدمي الطريق. **(بن عباس، 2012، ص.300)**

- **الغايات المقصودة من التوعية المرورية:**

تسعى أجهزة الإعلام في تحقيقها للغايات المقصودة من التوعية المرورية إلى:

- نشر رسالتها الإعلامية لحماية الأخلاق والسلوك الاجتماعي وتحصين المجتمع ضد الحوادث المؤلمة بالقيم الأخلاقية والتربوية.
- مواجهة الظاهرة التي تهدد المجتمع وتبصير الجمهور بأساليب مواجهة مثل هذه المخاطر بكافة أشكالها والحد منها.
- إشعار أفراد المجتمع بمسؤولياتهم[480].

6/ فعالية الفواصل الإعلانية الإذاعية في التوعية المرورية للسائقين:

إنَّ فعالية وأهمية الاتصال الاجتماعي تكمن في كونه الأداة الفعالة للنهوض بالمجتمع والتصدي لمشكلاته، من خلال الاعتماد على الإقناع الذي يعكس درجة احترام الفرد وإعطائه قيمته وتمكنه من تحمل مسؤوليته اتجاه نفسه ومجتمعه.

وتعتبر ظاهرة حوادث المرور من اخطر المشكلات التي تمس بالدرجة الأولى الإنسان إما بالموت أو العجز الدائم، وتتضح هذه المشكلة بشكل حادٍ وملموس في البلدان النامية، وبالتالي فإن حوادث الطرقات هي ثاني الأسباب الرئيسية للوفيات بين سكان العالم، بحيث أنها تقتل 1,3 مليون نسمة سنويًا وتؤدي إلى إصابة وإعاقة أكثر من 20 مليون نسمة على مستوى العالم، وتقدر تكلفة الإصابات الناجمة عن حوادث الطرقات في البلدان النامية بحوالي 65 مليار سنويًا.

حيث أصبحت مشكلة المرور تتطلب الكثير من الجهد والاهتمام باعتبارها تؤدي سنويًا بحياة أكثر من 500 ألف قتيل وأكثر من عشرة إلى خمسة عشر مليون جريح في مختلف دول العالم، إضافة إلى خسائر مادية تتعدى مئات المليارات من الدولارات، حيث قدرت التكلفة الاقتصادية لحوادث المرور ما بين 03,1% من إجمالي الدخل القومي لدول العالم، وأن 10% من أسرة المستشفيات في العالم تشغل بإصابات ناتجة عن حوادث الطرق[481].

وتعاني الدول العربية كباقي الدول الأخرى في العالم من ظاهرة زيادة حدة الحوادث المرورية يومًا بعد يوم، وبهذا فإن لحملات التوعية المرورية أهمية كبيرة تتجلى في تنمية وتعزيز المعارف وقواعد المرور وآداب السلامة في اتجاهات متنوعة، وذلك من خلال تعدد أساليب وسائل الإعلام

---

480 - بن عباس فتيحة: مرجع سابق، ص315

481 - التقرير العالمي للوقاية من الإصابات الناجمة عن حوادث المرور: منظمة الصحة العالمية 2004، ص18

وخدماتها التي تلعب دورًا فعالاً في المجتمعات الحديثة، كما أنها وسيلة تستخدمها الدول في نقل ونشر المعلومات والتوجيهات والإرشادات والنصائح.

إنَّ لهذه الوسائل القدرة على مخاطبة شرائح اجتماعية واسعة وفي كل الميادين والمجالات، ومن بينها مجال أمن الطرق، وذلك بتقديم المواد الإعلامية وإرشادات التوعية ذات الطابع الإنساني[482].

وتحتل الإذاعة مركزًا هامًا بين وسائل الاتصال الجماهيرية، لما توظفه من تقنيات حديثة لتمرير أو بث رسائلها الإعلامية، من خلال الإعلام الجواري الذي تمارسه، والإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخدم مجتمعًا محدودًا ومتناسقًا من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية... مجتمعًا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي؛ فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسًا بمجتمع خاص محدد المعالم أو الظروف، وقد يكون هذا مجتمع مدينة أو قرى أو مدنًا صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة، وتكون هذه الإذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم وأفكارهم، بل وحتى لهجتهم المحلي، وتلبي احتياجاتهم الخاصة المتميزة[483].

والإذاعة وسيلة إعلامية تمتاز بالحيوية التي تنبض في الصوت الإنساني، ولا تتطلب من المستمع أي قدر من التعليم كالقراءة والكتابة مثلاً، وهي من مستلزمات الإعلام الصحفي، التي لا يتطلبها الاستماع الإذاعي.

وتتميز الكلمة المسموعة بالأثر القومي في الإيحاء، كما أنه تمتاز بالسرعة والإثارة والتخيل، وقربها لمتناول أيدي جميع الفئات والطبقات الاجتماعية داخل المجتمع[484].

إنَّ وسائل الإعلام تضطلع بدور التوعية بناءًا على ما تمتلكه من خصائص ومميزات، وقبل كل ذلك وانطلاقًا 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، فإن أهمية حملات الاتصال التوعوي- المروري قد خضعت لأساليب نظرية وتطبيقية مبرمجة ومنظمة بحسب الإمكانات المتوفرة في البلدان المختلفة من أجل إعداد وسائل اتصالية لتدعم بعضها بعضًا، وفقًا للقواعد العلمية القادرة على تحقيق نتائج مرجوة على أرض الواقع لإقناع

---

482 -(وانيس ليندة، مرجع سابق، ص01

483 - الحديدي منى سعد، علي سلوى إمام: الإعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 2004، ص161.

484 - عبد الظاهر وجدي حلمي عيد: دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، جامعة أم القرى، السعودية، 2016، ص19

المتلقين اتخاذ 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.

والمبادرات الإعلامية الإذاعية التوعوية لتنفيذ الأهداف الموضوعة تتمثل في إنتاج فقرات إرشادية مشتركة، وخاصة تلك البرامج الإرشادية القصيرة والمقابلات وبمشاركة جهود إعلامية وطنية في مجال التمثيل والتعليق والتصوير، ومعظم هذا النوع من الأعمال الإعلامية غرضه التحفيز لتعزيز فكرة الحملة وتثبيت ملامح إيجابية يتذكرها الناس تساعد في إقناع المتلقين بتبني ممارسة جديدة في مجالات تنظيم المرور والالتزام بآداب السلامة كواجب وطني وإنساني. وكثير من هذه الفقرات يتم إنتاجها بأساليب التمثيل بحوار مقتضب كفلاشات سريعة إيمائية مباشرة، ولكن تبقى إذاعة هذه الفقرات غالبًا مقصورة على مدة الحملات المرورية المناسباتية[485].

وإذا كان الجمهور، خاصة الجمهور السائق للمركبات والراجل هو الغاية النهائية التي ينشدها عمل هيئات أمن الطرق، فإن تشعب هذا العمل وتعدد تخصصاته وتداخله في العديد من الأنشطة للوقاية والأمن المروري للأفراد يشير إلى أهمية وجود آلية تدعم الوعي من خلال تفعيل سبل الاتصال بين الهيئات المعنية بأمن الطرق من جانب والجمهور من جانب آخر.

لذلك، فإن الإعلام يحمل بين ثنايا أهدافه ورسالته، القيام بالوعي المروري من خلال تدعيم سبل وأواصل الصلات بين هيئات أمن الطرق والجمهور، وإعلامه بحقائق وثوابت العمل الذي تقوم به هذه الهيئات لمصلحته والكشف عن الحالة المرورية الخطيرة التي تمر بها البلاد وجهود رجال أمن الطرق في المحافظة على الأرواح والاقتصاد الوطني، وتبصير الجمهور المستعمل للمركبات خاصة، بدوره الأساسي وبأساليب وقايته من حوادث المرور.

من هذا المنطق يستمد الإعلام أهميته الكبرى في مجال التوعية والوقاية المرورية للأفراد بكل ما من شأنه الحفاظ على أمنهم وسلامتهم الشخصية وتبصيرهم بأساليب منه وقوع حوادث بكافة أنواعها وتضييق الفرصة أمام الراغبين في ارتكابها، وتوعية الجمهور بأساليب درء مخاطر وأضرار الحوادث بأنواعها المختلفة، والحفاظ على الحياة والصحة العامة[486].

وعمومًا فإن دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية يتكامل وبتعاون الجهات المختصة الأخرى والسائقين وعابري الطرق والمجتمع كاملاً لتحقيق الأهداف المرجوة في تعميق الوعي المروري حفاظًا على سلامة الجميع.

وأخيرًا فإن ما تسعى إليه أجهزة الإعلام الإذاعية إلى تحقيق العديد من الغايات منها:

---

[485] - عقبات أحمد مطهر: الندوة العلمية- واقع الحملات التوعوية المرورية، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2007، ص ص13-15

[486] - بن عباس فتيحة: مرجع سابق، ص314

- نشر رسالتها الإعلامية لحماية الأخلاق والسلوك الاجتماعي، وتحصين المجتمع ضد الحوادث المؤلمة بالقيم الأخلاقية والتربوية.
- مواجهة الظاهرة التي تهدد المجتمع وتبصير الجمهور بأساليب مواجهة مثل هذه بكافة أشكالها والحد منها.
- إشعار أفراد المجتمع بمسؤولياتهم[487].

خاتمـــة:

ظاهرة حوادث المرور أكثر المشكلات السلوكية شيوعًا، إذ يتورط فيها الإنسان بدرجة عالية من خلال قيامه بتصرفات خاطئة تؤدي إلى وقوع حوادث مرور جسيمة، دون أن ننسى العوامل الأخرى التي تشارك في وقوع الحوادث.

حيث أصبح استخدام المركبة سمة من سمات المجتمعات المتطورة، وقيمة حضارية وتكنولوجية لديها، وأصبح ازدياد المركبات في الجزائر واقعًا ملموسًا، حيث ازداد معه عدد الحوادث بنتائجه الوخيمة. ويحتاج العنصر البشري المتسبب غالبًا بالحوادث المرورية إلى توعية دورية مستمرة، وهذا يعني إمداده بالمعلومات وإرشادات السير وقواعد السلامة والملاحظات التي تساعده في تجنب الكوارث المحتملة، وسواءً كان هذا العنصر من مستخدمي الطريق سائقًا للمركبة أم ماشيًا.

ونظرًا لأهمية قناعة الناس بالقواعد والتعليمات، تسعى وسائل الإعلام الجماهيرية كالإذاعة إلى تولي حملات التوعية المرورية ضمن برامجها، وبالتعاون أحيانًا مع إدارات العلاقات بوزارات الداخلية والأجهزة المختصة الأخرى، التي تندرج من ضمن مهامها تكثيف الوعي المروري لدى الجمهور (السائقين) في شكل فواصل إعلانية إذاعية تهتم بالتوعية المرورية لسائقي المركبات أثناء عملهم.

وعمومًا فإن الإذاعة تسعى إلى تنمية الوعي المروري لدى السائقين من خلال بثها لمواضيع التوعية المرورية مصحوبة بنصائح وإرشادات تداعب من خلالها وجدان ومشاعر السائقين اتجاه تحمل المسؤولية، واحترام القانون وقواعد المرور قصد تحقيق الأهداف المرجوة في تعميق الوعي المروري حفاظًا على سلامة الجميع.

قائمة المراجع:

- إحدادن زهير **(1989)**: تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- التقرير العالمي عن الوقاية من الإصابات الناجمة عن حوادث المرور **(2004)**: منظمة الصحة العالمية
- الحديدي منى سعد، علي سلوى إمام **(2004)**: الإعلام والمجتمع، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.

[487] - نفس المرجع، ص 315

- الضيف ليندة **(2007)**: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية– القناة الأولى نموذج– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر.
- العربي فهد بن متعب **(2003)**: تقويم فعالية برامج التوعية الأمنية، د.ط، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- اللحام محمد هادي، علوان سعيد زهير **(2005)**: القاموس عربي– عربي قاموس لغوي عام، د.ط، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
- بن ألسعيد عبد الله، بالصحراوي علي، بن علية هجيرة **(2013–2014)**: الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري– دراسة ميدانية على عينة من سائقي الأجرة بولاية ورقلة– رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ليسانس أكاديمي في علم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- بن عباس فتيحة **(2011–2012)**: دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر– مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية– دراسة وصفية استطلاعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر.
- بوطالبي الهاشمي **(2003)**: مهام المركز الوطن للوقاية والأمن عبر الطرق وإستراتيجيته في عملية الوقاية (الوقاية والسياقة)، العدد 02، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، الجزائر.
- حمراني أمينة **(2009–2010)**: الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره– الأمن المروري نموذجًا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لحضر، باتنة، الجزائر.
- حوالف رحيمة **(2012)**: التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور بالجزائر، مجلة الباحث، العدد 11، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
- خضور أديب محمد **(2007)**: حملات التوعية المرورية العربية، د.ط، مركز دراسات البحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- سلمان إسماعيل أبو جلال **(2012)**: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- شكري عبد المجيد **(1998)**: الإذاعات المحلية لغة العصر، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- صابر لامية **(2009–2010)**: الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب– دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لحضر، باتنة، الجزائر.
- عبد الدائم عمر حسن **(2017)**: الدليل المرجعي حول تقنيات فن الإلقاء وتقديم البرامج الإذاعية، د.ط، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة ايسيسكو، الرباط، المملكة المغربية.

- عبد الظاهر وجدي حلمي عيد **(2016)**: دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، جامعة أم القرى.
- عدلي سيد محمد رضا **(1998)**: البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- عقبات أحمد مطهر **(2007)**: الندوة العلمية- واقع الحملات التوعوية المرورية، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- محمود عبد الرؤوف خليل**(1995)**: مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس ، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق.
- ملتقى وطني **(2000)**: دور الجماعات في التوعية من حوادث المرور، وزارة الداخلية والجماعات المحلية، 25 نوفمبر.
- وانيس ليندة **(2014-2015)**: مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري- دراسة ميدانية على عينة من السائقين بمدينة ورقلة، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علم الاجتماع والأنتربولوجيا، تخصص: علم اجتماع اتصال، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة (طلبة كلية الأعلام – جامعة ذي قار/أنموذجاً)

Role Social Media In building the attitudes of university (students of College Media -Thi Qar University model)

م.م حيدر فالح زايد: جامعة ذي قار، كلية الإعلام. العراق

نور كريم ياسر: كلية الآداب، جامعة ذي قار. العراق

المخلص

ستتناول هذه الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة اتجاه الإحداث والقضايا التي تحيط بهم في البيئة التي يعيشون فيها، ولمعرفة إلى إي مدى يتأثرون في بناء مواقفهم في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك في اتخاذ قراراتهم وهل يعولون عليها كثيرا في حياتهم اليومية أم أن تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي يشجعهم على ان استخدامها وبناء موقفهم وفقا لما يشاهدونه على هذه المواقع وهل كان جميعهم يمتلكون حسابا على التواصل الاجتماعي ووهل يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مؤثرا في حياتهم وقراراتهم. ولمعرفة وقت التعرض لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وكيف يرى مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي ايجابية ام سلبية كل هذا نتناوله في دراستنا البحثية.

Abstract

This study will examine the role of social networking sites in building the attitudes of university students towards the events and issues that surround them in the environment in which they live, and to know to what extent they are affected in building their positions in social networking sites as well as in making their decisions and whether they rely on them a lot in their daily lives Social networking sites encourage them to use and build their position according to what they see on these sites and whether they all have an account of social communication and consider social networking sites an influential source in their lives and decisions. And to know when users are exposed to social networking sites. And how do visitors see social networking sites positive or negative? All of this is discussed in our research.

المقدمة

لا شك ان مواقع التواصل الاجتماعي بتطورها وبالمزايا التي أتت بها أصبحت محط اهتمام حكومات وليس أفراد " فمواقع التواصل الاجتماعي " أصبحت أداة للتغير الذات بالنسبة لعدد كبير من الأفراد من خلال تواصلهم مع أشخاص آخرين من بيئة مختلفة غير بيئتهم التي ومن غير بلدهم وحتى قارتهم التي يقطنون فيها حيث أصبح التواصل مع الفئات المختلف سبب في تغير واقعهم وحياتهم بل يتأثروا بما تملي عليهم هذه الثقافات المتعددة التي دخلت عليهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وهنا بدء الافراد يغيروا مواقفهم وحياتهم استنادا لما تعلموه من مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت عين يرى العديد من أفراد المجتمع حيث الكثير قد تعلم القراءة والكتابة في العراق تحديدا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وهنا تحسب من مزايا هذه المواقع التي اشتاحت كل شي ودخلت كل بيوتات العالم من خلالها حصلت الكثير من حالات الزواج وكذلك عبرها غيرت حكومات كانت تحكم لسنوات وغيرت عادات وتقاليد لمجتمعات كثيرة، وهذا كله كيف لا تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة بناء وتغير المواقف للافراد الذين يرتادون هذه المواقع العميقة بمضامينها ومزاياها. لا شك انها ايضا تحمل عيوب جمة وليس بصددها الان.

فكل ما تحمله مواقع التواصل الاجتماعي كان علينا ان نضع ذلك محل دراستنا البحثية هذه التي تضمنت ثلاثة مباحث كان المبحث الأول يشمل الإطار المنهجي من مشكلة بحث وأهميته وأهدافه وعينة البحث ومنهجية البحث والدراسات السابقة والمصطلحات الدراسية والتعاريف الإجرائية، في حين تضمن المبحث الثاني الإطار النظري وتحدثنا به عن نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها وخصائصها وأنواعها وكذلك واهمية التواصل الاجتماعي وايجابيات تلك المواقع وسلبياتها واشرنا الى التنشئة الاجتماعية وتضمن كذلك الإعلام الالكتروني وعلم الاجتماع إي "الموقف الاجتماعي ".

وكان المبحث الثالث للإطار التطبيقي الذي تضمن عرض نتائج استمارة الاستبيان التي وزعت على اربعة عشر جدول وكانت نهايته للخاتمة والنتائج والاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

اولا : مشكلة البحث

لا يمكن إن يقوم البحث العملي دون وجود مشكلة محسوسة أو ملموسة في المجتمع الذي يقطن في الباحث والإحساس بالمشكلة يتطلب حلا لها "إن مشكلة البحث يجب إن تكون ذات دلاله وأصالة فضلا عن الإمكان القيام بدراستها (feasibility) [1]. وكما يعد تحديد مشكلة البحث

[1] دكتور احمد بدر :أصول المنهج العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، مصر، 2011،ط 1 ، ص 86.

العلمي من الأمور المهمة لدراستها ومعالجتها ، واستعانة بالخبراء والمختصين والمؤهلين في البحث والحصول على إجابات علمية مقنعة لعدد من الأسئلة النظرية التي ترتبط بموضوع البحث[2]. ويمكن إن نحدد مشكلة بحثنا تحت السؤال التالي " **ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة**" حيث ان دور مواقع التواصل الاجتماعي ..

أ- هل اثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في بناء مواقف الطلبة من عدمه؟

ب-هل غير مواقع التواصل الاجتماعي من مواقف الطلبة في الأمور العامة (سياسية ،اقتصادية ، اجتماعية ...الخ)

ثانيا : أهمية البحث

تكمن أهمية بحثنا هذا لدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي كونها محط أنظار الكثير من الباحثين واتت بتغيرات كثيرة في قناعات ومواقف الإفراد ألمرتادي هذه المواقع سوى في الجانب السياسي أو الاجتماعي ومعرفة مدى قدرة هذه المواقع في تغير مواقف الطلبة سوى نحو الجانب الايجابي أو السلبي ومعرفة سبب التغير في المواقف اتجاه القضايا المجتمعية ،وكذلك لجعل البحث مصدر للباحثين كون مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم جدا لعديد من الباحثين .

ثالثا : أهداف البحث

1. يهدف للحد من التغيرات في المواقف السلبية لدى الطلبة
2. التمعن بالرسالة التي يستقبلونها عبر هذه المواقع .
3. تحديد أسباب تغير المواقف من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .
4. الحد من الاستخدام المفرط للمواقع الالكترونية.
5. معرفة سبب غياب محددات و ضوابط لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
6. التأثيرات الكبيرة و الايجابية و السلبية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي بين أوساط المستخدمين و خاصة الشباب.

رابعا : منهج البحث

طبقا للمشكلة التي يسعى البحث لدراستها، والتساؤلات المطروحة التي يسعى البحث للإجابة عنها، والأهداف التي يسعى لتحقيقها، فقد توجب استخدام المنهج المسحي الوصفي، بوصفه المنهج

---

[2] كاظم محمد الحجامي: المعالجة الإعلامية للازمات السياسية المحلية، أطروحة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام ،جامعة بغداد،2009،ص1.

الأنسب لدراسة مشكلة البحث . والذي يعد من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعا، خاصة في البحوث الاستكشافية والبحوث الوصفية [1].

خامسا : عينة البحث

نظرا لصعوبة القيام بالدراسة الشاملة لجميع مفردات مجتمع البحث ، قمنا باختيار أسلوب العينة ونظرا لاختصار عينتنا على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دون غيرهم فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهنا اختار الباحث طلبة جامعة ذي قار كلية الإعلام / كعينة للدراسة وكان طلبة الإعلام جامعة ذي قار العينة المحددة للدراسة من قسمي الإذاعة والتلفزيون والصحافة ، وعينة البحث يمكن تعريفها " عبارة عن عدد محدد من المفردات والتي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد إن يكون ممثلاً (Representatives) لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع[2].

سادسا : تحديد المصطلحات

مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني:

تسمى أيضا بالشبكات الاجتماعية وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمامهم أو شبكات انتهاء (بلا جماعة ، مدرسة) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل و الاطلاع على الرسائل الواردة والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلومات للعرض. تصنف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل وتكوين الصداقات حول العالم ، وبعضها يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الغرافيكس[1].

سابعا : التعاريف الإجرائية

---

[1] د.شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، دار المصرية اللبنانية، ،ط2، 2014،ص109.

[2] الدكتور محمد عبد الحميد :البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2015، ط5،ص 197,

[1] نزيهة عثامنة : تاثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف بالمسيلة الجزائر،2017،ص 7.

مواقع التواصل الاجتماعي : هي موقع الكترونية أنشأت لغرض التواصل بين إفراد المجتمع وكل فرد باستطاعته إن يمتلك حسابا خاص عبر هذه المواقع المتعددة الاستخدام وبعد تطورها أصبحت تستخدم للأغراض التجارية والسياسية وهي محط اهتمام الكثير من البلدان .

مواقف الطلبة : هو ما يعبر بها الطالب عن موقف اتجاه قضية معينة أو حدث يقع في البيئة المحيطة له.

ثامنا : الدراسات السابقة

اولا : دراسة نزيهة عثامنة عام 2017/ تناولت في هذه الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر واليوتوب، ومدى تأثيرها في منظومة القيم الاجتماعية التي تتحكم في سلوك الفرد ونخص بالذكر مجتمع الطلبة الجامعيين، حيت أوضحت الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين يعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بعريقة غير انتقائية دون مراعاة لما تقدمه من مضامين تتنافى مع العادات الراسخة لديهم ويمكن تفسير ذلك من خلال الدور السلبي لها على منظومة القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين من خلال تحليل نتائج الدراسة الميدانية المذكورة سلفا، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي لأنني بصدد دراسة ظاهرة اجتماعية، وهذا يتطلب مني التحليل والوصف والتفسير، وعليه فإن هذا المنهج يخدمني في إطار الدراسة الميدانية التي قمت لها [2].

ثانيا : دراسة حليمة لكحل و ربيحة زايدي عام 2017/ من خلال نتائج الدارسة الميدانية و عرض نتائجها وتحليلها و الذي حاولنا من خلاها معرفة مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية . وجدنا أن موقع "الفيس بوك " مجال لا حدود له يتيح لمستخدمي و بتكوين علاقات وصداقات و يفتح ليم مجال التواصل و التفاعل دون تنتقل مما يجعل و يقضي جل وقته أمامه دون ان يشعر بذلك فبعد الاستخدام المفرط لحساب " الفيس بوك " هو ادمان يهمل الفرد مسؤولياته عمى حساب جلوسه امام الفيس بوك . بالإضافة أنو قد ساهم في خلق مشاكل داخل الأسرة من بينيا غياب الحوار بين الزوج والزوجة ،نسيان المناسبات ،عدم توفير جو عائلي ملائم[3].

ثالثا : **ليلى حسين عام 2015** / ما حاولنا التعرف عليه في دراستنا هذه ، اي الكشف عن طبيعة الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين من حيث كونها ايجابية او سلبية ، ومن خلال العمل البحثي

---

[2] نزيهة عثامنة : مصدر سابق .

[3]) حليمة لكحل و ربيحة زايدي : أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية الفيس بوك أنموذجا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة جامعة زيان عاشور الجلفة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علم اجتماع و ديموغرافيا سنة 2017.

الذي توصلنا من خلاله الى ان اغلبية طلبة قسم علم الاجتماع من افراد عينة الدراسة قد تراوحت اتجاهاتهم بين التأييد والمحايدة ، مع وجود فروق دالة إحصائيا في ذلك تعزى لمتغيرات الجنس و المستوى الدراسي لافراد العينة. وعموما توحي هذه النتائج الى ان افراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التسلية وبناء علاقات اجتماعية [1].

المبحث الثاني: الإطار النظري

اولا : مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكَس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأُطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. الإعلام الاجتماعي: "وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل.

وتشير أيضا إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع [2].

ويمكن تعريفها ايضا" منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم .(الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. ويعرف الفيس بوك(Face Book) يعدّ من أشهر المواقع الاجتماعية على الإنترنت أسسه طالب في جامعة هارفرد عام 2004 ، والآن تخطى عدد مستخدميه ال (75) مليون مستخدم، وتقدر قيمتة (915مليار دولار)[3].

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت, فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض, إما التفاعلية فهي تمثل

---

[1] ليلى حسين : إتجهات الطلبة نحو إستخدمات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر) رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاجتماعية خضير ،الجزائر 2015.

[2] د.بشرى جميل الراوي :دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 18، كلية الإعلام جامعة بغداد،2012،ص96.

[3] د.حسني عوض : أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة مجلس شبابي علار أنموذجا ، جامعة القدس المفتوحة ،برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية ،2011،ص10.

الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته". ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة إلى الأقسام الآتية:

1- شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الالكتروني فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

2- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتُعدّ الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

3- أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والإذاعات والبرامج" التي أضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ويمكن إن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الإشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization ، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين, فإن الإعلام الشخصي والفردي هو أعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية [1]

ثانيا : مراحل تطور مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية

مرت بمرحلتين :

المرحلة الأولى هي مرحلة الجيل الأول من الويب (web1.0) ،**والمرحلة الثانية** هي مرحلة الجيل الثاني من الويب (web2.0) ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي . عددا وشهرة في المرحلة الثانية وهي مرحلة الويب (web2.0)

المرحلة الأولى: وهي مرحلة الجيل الأول من الويب (web1.0) وكانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة ونتج مجال صغير وضيق للتفاعل بين الأفراد ، وتعتبر هذه المرحلة

[1] د.بشرى جميل الراوي ,مصدر سابق.

بأنها البداية لشبكات التواصل الاجتماعي ، زمن أبرز الشبكات التي تكونت ونشأت في هذه المرحلة هي موقع كلاس ميتس classmates و ظهرت عام 1995 م، وموقع سكس وجرس sixde grees.com وظهرت عام 1997 م وسمح للمشاركين في بعمل قوائم أصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين، وجذب الملايين من المستخدمين لكن أغلقت الخدمة بهذه الشبكة عام 2000 م، ومن عام 1997 م حتى عام 2001 م، ظهرت شبكات أخرى مثل :موقع لايف جونال live journal ، وموقع بلاك بلانت black planet وموقع asian avenue ،وفي عام 2003 م ابتكر موقع فيس ماتش، وعلى الرغم من أهمية هذه الشبكات في وقت نشأتها لم تدر أرباحا على مؤسسيها ،وبالتالي أغلق أغلبها .

المرحلة الثانية :

وهي المرحلة التي ظهرت بيا الويب 2 (web2.0) وهي يحتوي على مجموعة من التطبيقات التي أثرت بدرجة كبيرة وبشكل واضح وملحوظ بشبكات التواصل الاجتماعي (sns) ، وأضاف الويب 2 شعبية كبيرة لعا على الانترنيت وذلك بسبب التطبيقات المعاصرة ليا مثل : المدونات ومشاركة الفيديو والصور والملفات والمعلومات وحولت هذه التطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي من الجمود إلى الحياة والتفاعلية . وبالتدرج استطاع مطورو الانترنيت أن يستخدموا متصفحات الانترنيت لإرسال ، و استقبال البيانات في نفس الوقت ،بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعلى للبيانات ،بداية بتطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة ، ومنتديات الحوار ، وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية[1] .

ثالثا : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني [2]

1. عشرة أنواع من الشبكات الاجتماعية وما تستخدمه من أجل:
2. الشبكات الاجتماعية – تواصل مع الناس
3. شبكات مشاركة الوسائط – مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والوسائط الأخرى
4. منتديات المناقشة – مشاركة الأخبار والأفكار
5. الشبكات المرجعية وشبكة المحتوى – اكتشف وحفظ ومشاركة المحتوى الجديد
6. شبكات مراجعة المستهلك — ابحث عن الشركات واستعرضها
7. شبكات التدوين والنشر – نشر المحتوى عبر الإنترنت
8. الشبكات القائمة على الاهتمامات – شارك الاهتمامات والهوايات
9. شبكات التسوق الاجتماعي – تسوق عبر الإنترنت

---

[1] حليمة لكحل و ربيحة زايدي : مصدر سابق ،ص 35.

[2] ينظر تاريخ الزيارة 2018/10/31 https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media .

10. تقاسم شبكات الاقتصاد – السلع والخدمات التجارية
11. الشبكات الاجتماعية المجهولة – التواصل مجهول الهوية

رابعا : اما أنواع شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني :

هناك العديد من أصناف شبكات التواصل الاجتماعي نذكر منها :

أ – الشخصية : يعتمد هذا الصنف من الشبكات على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات مثل المراسلات الشخصية مشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم بتبادل العديد من الصور والملفات المرئية والروابط وهو الصنف الأكثر شهرة .

ب – العامة : يعتمد هذا الصنف من الشبكات على ربط زملاء المهنة الواحدة وأصحاب الأعمال والشركات وبعضهم بعض وتمكينهم من تبادل الملفات الشخصية للمستخدمين [1].

خامسا : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني.

يُساعد على تقوية شخصية الفرد، إذ تجعله يُتقن فن الحديث، ويُرتب الأفكار، والعبارات، والجمل بشكل مُتواتر، وذلك يجعله قادراً على إنشاء علاقات مع من حوله، سواء أكانت علاقات في العمل، أم المدرسة، أم الجامعة. يُساهم التواصل الاجتماعي والتعامل مع الغير في صُنع علاقات جيدة مع الآخرين خالية من الغيبة، والنميمة، والكره، والحقد، والبغضاء، والجفاء، ومليئة بالمحبة، والتسامح، والمودة، وهذا يؤدي إلى الشعور بالراحة النفسية، فقد دعا الدين إلى أهمية التواصل مع الغير.

يُساعد على التعرف والانفتاح على كافة الثقافات والعادات، إضافة إلى الحصول على المعلومات من الغير، فمثلاً لو زرت بلداً جديداً فإنك ستتعرف إلى معلومات جديدة ومُفيدة، وهذا ما يحصل عند تواصلك مع الأشخاص، فهم سيمتلكون معلومات لا تعرفها، وبالتالي فإنّ تعرفك عليها سيزيد رصيد أفكارك وثقافتك. يُساهم التواصل الاجتماعي على النجاح في العمل، وليس المقصود هنا الواسطة، أو ما يُعرف بالمحسوبية، إنما القدرة على إنشاء علاقات صحيحة في المكان الصحيح. يُزوّد الأشخاص المُنسجمين مع مُحيطهم بروح المرح، والفكاهة، إضافة إلى صحة الجسد على عكس الأشخاص الانطوائيين الذين يمتلكون روحاً تتسم بالجفاء، والحزن، والكآبة، والتي تمنعهم من التمتع باللحظات الآنية [2].

---

[1] ليلى حسين : مصدر سابق ص39.
[2] https://mawdoo3.com/ ينظر تاريخ الزيارة 2018/11/5.

سادسا : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني [1]:

تشترك شبكات التواصل الاجتماعي في العديد من الخصائص التي منها:

– المشاركة: حيث تشجع المساهمات والتعليقات من الأشخاص المهتمين.

– الانفتاح: ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء ... إلخ.

– المحادثة: إتاحة المحادثة، والمشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومة المطروحة.

– ارسال الرسائل: تتيح ارسال الرسائل بين المستخدمين ذات العلاقات المباشرة أو غير المباشرة.

– المجتمع: تتيح للمجتمعات المحلية بالتواصل مع المجتمعات الدولية حول مصالح أو اهتمامات مشتركة.

– المجموعات: تتيح انشاء مجموعات اهتمام تحت مسمى ما وذات أهداف محددة بما هو أشبه بمنتدى حوار على نطاق عريض جدا.

– الترابط: عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض عبر الوصلات والروابط التي توفرها.

سابعا : إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني.

إمكانية التواصل مع العالم الخارجي، وطرح الأفكار وتبادلها.

القيام بالأنشطة المختلفة التي تُساهم في التقرب من الآخرين والتواصل معهم. عرض المشاريع، والإبداعات التي تُساعد على نمو المجتمع وازدهاره.

ثامنا : سلبيات وعيوب التواصل الاجتماعي الالكتروني.

عدم وجود الرقابة، وانعدام المسؤولية لدى البعض من المستخدمين. انتشار الإشاعات والمبالغة في نقل الأمور. عدم تبادل الاحترام في بعض النقاشات، وعدم تقبل آراء الغير. إهدار الوقت وعدم استغلاله في أمور مُفيدة. عزل البعض عن أسرهم والمجتمع المحيط بهم. عدم احترام خصوصية الغير[2].

العيوب [1]:

---

[1] د. ابراهيم احمد الدوي : شبكات التواصل الاجتماعي : المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، 2015،ص7.
arabrcrc.org/submenu/Publicationx

[2] ينظر تاريخ الزيارة 2018/10/31 اروى بريجية 2017.https://mawdoo3.com/

[1] د. ابراهيم احمد الدوي، مصدر سابق ص8.

١. الإدمان والعزلة الاجتماعية: حيث أنها جذابة وتؤدي إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع للانطلاق للمجتمع الإفتراضي مما يؤدي لإهدار الطاقات ويصبح الوقت بلا قيمة ولا معنى.

٢. ظهور لغة جديدة بين المستخدمين: إذ تعد اللغة المستخدمة في الشبكات الإجتماعية

مفهومة فقط لدى مستخدمي الشبكات، مما يهدد اللغة العربية حيث تحولت رموز وأرقام مثل الحاء إلى رقم ٧، والهمزة إلى رقم ٢، والعين إلى رقم ٣ ... إلى غير ذلك

٣. غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسئولية.

٤. عدم الدقة في نقل الأخبار والمبالغة أحيانًا في نقل الأحداث.

٥. انعدام الخصوصية التي تؤدي إلى أضرار نفسية.

تاسعا : الإعلام الإلكتروني و تأثيره على الشباب:

الإعلام : "هو عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية , ومعالجتها , ونشرها على الجمهور , وبالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة [2].

الإعلام الإلكتروني : ويتمثل بالخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي بشكل آلي أو شبه آلي، في العملية الإعلامية وذلك باستخدام التقنيات الإليكترونية الحديثة [3].

أن الطرق التي يتواصل بها الناس منذ فجر التأريخ وحتى يومنا هذا تتغير وتتطور وتنمو بحسب الوسائل والإمكانات المتاحة في كل عصر، وتختلف طبيعة تواصل أفراد المجتمع في وقت ما، باختلاف الوسائل التي يستخدمونها في التواصل لذا تكون هناك وسائل إعلامية مؤثرة في الجمهور الذي ألفها وتعود عليها ثم بفضل التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام، تظهر وسائل إعلامية جديدة تستقطب جمهوراً جديداً يألفها ويتعود عليها، وبذلك تضعف الوسائل الإعلامية القديمة التي كانت بارزة ومؤثرة، أنظر مثلاً حين ظهرت الصحافة ثم تبعتها الإذاعة، والسينما، فالتلفزيون كلها أثرت في بعضها البعض، صحيح هذه الوسائل لم تندثر لكن وظائفها تغيرت وكذلك طبيعة جماهيرها، والآن أصبحت لدينا وسائل إعلام جديدة هي مواقع التواصل الاجتماعي وبدأ الجمهور عموماً والشباب خصوصاً يقبل عليها بقوة [1] .

---

[2] عامر ابراهيم قنديلجي . الإعلام الالكتروني , دار المسيرة , الأردن – عمان , ط 1 , ص 68.
[3] عامر ابراهيم قنديلجي : المصدر نفسه , ص 69.
[1] نفين ابولافي : الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي.. سباق الزمن (2014) https://alqabas.com/349815 /

وهناك أكثر من تقسيمات لتطور التكنولوجيا الاتصال عبر الأجيال والعصور التي مربها الإنسان فنجد العالم الكندي (مارشال مكلوهان)يرى إن البشرية مرت بأربع مراحل تتمثل بـ

المرحلة الأولى : والتي سميت بالشفوية

المرحلة الثانية : مرحلة الكتابة

المرحلة الثالثة : مرحلة الطباعة

المرحلة الرابعة : مرحلة الدوائر الالكترونية

(ويرى دانيل بل) إن تطور المجتمع الإنساني مر بأربع مراحل كل منها يشكل مرحلة متميزة من ثورات الاتصال او تكنولوجيا الاتصال

المرحلة الأولى : مرحلة اللغة الملفوظة

المرحلة الثانية :الكتابة

المرحلة الثالثة :المطبوعة

المرحلة الرابعة : مرحلة دوائر الاتصال عن بعد بشقيها السلكي واللاسلكي [2].

عاشرا : الإعلام و الاتصال و دورهما في بناء أفكار الشباب

الإعلام و الاتصال هما كلمتان قد تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر. ولكن يمكن القول إذا كان الإعلام يعني المعطيات والأخبار والمعلومات فالاتصال يستلزم الحوار ووجود العلاقات. وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضعية) فالاتصال عبارة في الغالب عن عملية علاقة [3].

فالإعلام ليس وليد الساعة فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه، منذ أن وجد الإنسان على قيد الحياة يحاول بفطرته التفاهم، وتبادل الأخبار، والمشاركة في السراء والضراء لأنه اجتماعي بطبع[1].

الاتصال : عملية تبادل الأفكار والمعلومات من أجل إيجاد فهم مشترك و ثقة بين العناصر الإنسانية [2]. وتعد شبكة الانترنيت من اكثر وسائل الاتصال ومصادرها التي تقدمها خدمة

---

[2] عامر ابراهيم قنديلجي وحسن رضا النجار :علم المعلومات والنظم والتقنيات،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان الأردن، 2015 ط1، ص 92.

[3] د. فضيل دليو . التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال , دار الثقافة , الأردن – عمان , 2010 , ط 1 ,ص25.

[1] شاكر ابراهيم . الإعلام ووسائله و دوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية مؤسسة آدم للنشر والتوزيع, 1975, ط 1, ص 20 – 21.

[2] د. بلال خلف السكارنة . مهارات الاتصال , دار المسيرة , الأردن – عمان , 2015 , ط 1 ,ص 24.

المعلومات وتبادلها بين الافراد بأيسر الطرق وأسهلها مقارنه مع وسائل الاتصال الاخرى[3]، أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت عنصراً مهماً ورئيسياً في زماننا هذا يستقبل من خلاله شبابنا بجنسيهم الذكر والأنثى شتى أنواع الفكر السياسي والاجتماعي و الترفيهي و الديني و التعليمي، ولما لكل ذلك من سلبيات قد يحصل في حال تم استغلال ذلك لتضليل المعلومة والغاية غير السلمية، لذا يجب تحصين شبابنا من الأفكار الدخيلة الهدامة فأن الحاجة لتعزيز الأمن الفكري تعد ذات أهمية وعنصراً ذا أولوية في عصرنا الراهن [4].

إحدى عشر : دور الإعلام في التنشئة الاجتماعية:

لاشك أن الإعلام اليوم يشكل الوسيلة التربوية و الثقافية الأوسع انتشاراً و تنوعاً و تأثيراً على الناس على اختلاف شرائحهم المعرفية و المهنية فهو يمثل عبر مختلف وسائله و مستوياته أداة و وسيلة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها لجميع المجتمعات المتقدمة النامية , فمن خلال قدراته التأثيرية الهائلة في تشكيل الإدراك و الاتجاهات و السلوك و القيم حتى أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من حياة المواطن ما جعل دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام و بين التنشئة الاجتماعية تبرز كإحدى القضايا الأساسية , في عصر المعلومات و ثقافة الصورة , وجود هذا الدور للإعلام يدفعنا إلى تلمس مدى مساهمته في عملية التنشئة الاجتماعية، التنشئة الاجتماعية عملية ثقافية يتم بواسطتها انتقال الثقافة و ما تمثله من قيم و معايير وتقاليد ومهارات من جيل لآخر وهي الطريقة التي يتم بها تشكيل ذهنية الأفراد منذ طفولتهم حتى تمكينهم من المعيشة في مجتمع ذي ثقافة معينة[5]. الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة , والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين الرأي الصائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم و ميولهم [6]. أن الإعلام يعمل على توجيه الأفراد والجماعات و يركز على التأثير في سلوك الأفراد داخل الجماعات والمنظمات فهناك الكثير من القضايا الاجتماعية والإنسانية والسلوكية التي يعمل عليها الإعلام , فالمشاكل كالعنف الأسري والطلاق والخلافات العائلية والزوجية تعتبر مسرحاً للإعلام كما أن مكافحة الجريمة والجنوح بكافة أنواعها و توعية الشباب والمراهقين بالسير على النهج السليم و الابتعاد عن العادات الضارة يعتبر مسرحاً للإعلام أيضاً[1]. وهنا لابد من الإشارة إلى الموقف ما نقصد به.

---

[3] عايد حمدان الهرش ومحمد ذبيان الغزاوي واخرون: تصاميم البرمجيات التعليمية وإنتاجها ،دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان الاردن،2011،ص294.

[4] احمد القاسم (2014) تاريخ الزيارة 2018/11/10 https://www.alyaum.com/articles/964968/

[5] د.فاطمة حسين عواد . الإعلام الفضائي , دار أسامة , الأردن – عمان , 2010 م , ط 1 ,ص69

[6] د.محمد صاحب سلطان . وسائل الإعلام و الاتصال في النشأة و التطور , دار المسيرة , الأردن – عمان , 2012 م , ط 1 ,ص 349.

[1] د.سناء محمد الجبور . الإعلام الاجتماعي, دار أسامة , الأردن – عمان , 2014 م , ط 1, ص 189.

الموقف الاجتماعي: هو موقف الفرد في مجتمع معين والثقافة. قد ينتمي موقع معين (على سبيل المثال، احتلال الكاهن) إلى العديد من الأفراد. الموقف الاجتماعي يؤثر على الوضع الاجتماعي والمناصب الاجتماعية التي يجوز للفرد الاحتفاظ بها في فئات المهن (طبيب، محاضر أكاديمي)، مهنة (عضو في الجمعيات والمنظمات)،الأسرة (الوالد، الأخ أو الأخت)، هواية (عضو في مختلف النوادي والمنظمات)، بين الآخرين. من المحتمل أن ينشئ الفرد تسلسلاً هرميًا شخصيًا لمثل هذه المواقف ، حيث يكون المرء موضعًا مركزيًا في حين يكون الباقي من المواضع الطرفية.

تظهر المواقف الاجتماعية إذا كانت تتطلب من الفرد ارتداء زي موحد أو نوع آخر من علامات التمييز. غالباً ما تقوم الملابس الفردية أو غيرها من السمات بالإعلان عن الوضع الاجتماعي الذي يتمتع به المرء في الوقت الحالي. تسمى المواقف الاجتماعية غير المرئية بأنها مخفية. ويطلق على المنصب الذي يعتبر الأكثر أهمية بالنسبة لشخص معين اسمًا مركزيًا، والبعض الآخر هام. إذا كان هناك حاجة إلى تسلسل من المواضع للحصول على مركز معين، فيمكن تعريفه على أنه مهنة، وتغيير الموقع في هذا السياق هو ترقية أو تخفيض. قد تجعل بعض المواقف الاجتماعية من السهل على شخص ما الحصول على الآخرين؛ في حالات أخرى ، قد تقتصر بعض الوظائف على الأفراد الذين يستوفون معايير محددة. يحدد المركز الاجتماعي والدور الاجتماعي مكان الفرد في البيئة الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي. مجموعة من المواقف الاجتماعية ستخلق طبقة اجتماعية ودائرة اجتماعية. يسمى الصراع الاجتماعي الناجم عن التداخل بين المواقف الاجتماعية بالتعارض في المواقف [2]

ولعلم الاجتماع وتداخله في الاعلام من خلال خطوتين [3]:

1- مورفولوجية وهي دراسة بنوية كل وسيلة اعلامية .

2- فسيولوجية وظيفية وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي تؤدي كل وسيلة اعلامية.

وهنا يمكن تعريف علم الاجتماع الاعلامي :

هو دراسة وصفيه علمية تحليلية مقارنة وسائل الاعلام من حيث وجودها في المجتمع الانساني موثرة فيه ومتاثر به [4].

المبحث الثالث: الإطار التطبيقي

نتائج تحليل استمارة الاستبيان

---

[2] https://en.wikipedia.org/wiki/Social_position ينظر تاريخ الزيارة 2018/11/2.

[3] د.انشراح الشال :مدخل علم الاجتماع الاعلامي ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 2001، ص35.

[4] [30] د.انشراح الشال : المصدر نفسه، ص34.

يتضمن هذا المبحث تحليل نتائج الاستبيان التي ووزعت على مئة فرد من طلبة كلية الاعلام جامعة ذي قار بعد أعداد هذه الاستمارة وعرضها على عدد من الخبراء في جانب البحث العلمي ومتخصصين في الإعلام [1].

جدول (1) يبين جنس العينة المبحوثة.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	50	%50
	أنثى	50	%50
	المجموع	100	%100

يوضح جدول أعلاه إن نسبة الذكور بلغت 50% والإناث 50% ونستنتج من ذلك إن توزيع العينة بالنسبة للذكور والإناث بالتساوي لغرض التوازن وضمان حق المشاركة لكلا الجنسين .

جدول رقم (2) يبين سكن المبحوثين القاطنين في مركز المدينة أو القضاء أو الريف والناحية.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
السكن	مركز مدينة	48	%48
	قضاء	32	%32
	ناحية	12	%12
	ريف	8	%8
	المجموع	100	%100

تشير نتائج جدول رقم (2) إن سكان مركز المدينة كانت نسبتهم من العينة 48% والقضاء 32% ومن سكن النواحي كانت نسبتهم 12% والارياف8% وهنا يمكن القول إن العينة متنوعة وموزعة بين سكان المحافظة المختلفة وهذا ضروري بالنسبة للعينة المبحوثة كونها عمدية.

جدول رقم (3) يبين مشاهدة التلفزيون من عدمه للعينة .

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل أنت مهتم بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي	نعم	98	%98
	كلا	0	%0
	أحيانا	2	%2
	المجموع	100	%100

يبين جدول أعلاه إن نسبة المهتمين من العينة بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي عالية جدا وكانت بـ98% و2% من العينة يتابعون التواصل الاجتماعي أحيانا ومن لا يتابعون وغير مهتمين

[1] خبراء عرضت عليهم استمارة الاستبيان ا.د.هادي فليح حسن .د.فيصل عبد عوده .ا.م.د.حامد مجيد ألشطري. د.سعد إبراهيم عباس.

نسبتهم 0% ونستنتج من ذلك إن التواصل الاجتماعي يحظى بمتابعة كبيرة وعاليه جدا ويمكن اخذ هذا الاهتمام محل دراسة وبناء عليها.

جدول رقم (4) يبين التعرض للمواقع الالكترونية من خلال الهاتف أو الجهاز أللوحي والكمبيوتر.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
تتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال .	الهاتف المحمول	84	%84
	الجهاز أللوحي	16	%16
	جهاز الكمبيوتر	0	%0
	المجموع	100	%100

يوضح جدول رقم(4) إن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهاتف المحمول 84% ومن الجهاز أللوحي 16% ومن جهاز الكمبيوتر0% وهنا تغير كبير وملحوظ نلاحظه اغلب المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي تتم من خلال الهاتف المحمول .

جدول رقم (5) يبين هل يملك المبحوثين حساب على مواقع التواصل الاجتماعي من عدمه .

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ؟	نعم	100	%100
	كلا	0	%0
	المجموع	100	%100

يبين جدول رقم (5) إن المبحوثين الذين يمتلكون حساب على مواقع التواصل الاجتماعي نسبتهم 100% ومن لا يمتلك 0% وهنا أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ويدل عن إن إجابات المبحوثين ستكون دقيقة كونهم يمتلكون حساب على مواقع التواصل

جدول رقم (6) يبين دور الفيس بوك في تغير القرار من عدمه .

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل ساعدك الفيس بوك على تغيير قراراتك ؟	نعم	30	%30
	كلا	18	%18
	أحيانا	52	%52
	المجموع	100	%100

تظهر نتائج جدول رقم (6) ان من يساعدهم الفيس بوك على تغيير قراراتهم نسبتهم 30% ومن لا يساعدهم الفيس في تغير قراراتهم نسبتهم 18% إما بين الحين والأخر وكانت إجاباتهم أحيانا كان نسبتهم 52% وهي الأعلى من بين الخيارات الأخرى. نستنتج من ذلك تردد نوعي من قبل بعض الافراد في العينة

جدول رقم (7) بين هل الفيس بوك دور في مساعدة المبحوثين في بناء موقف معين

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة

هل ساعدك الفيس بوك في بناء موقف معين ؟	نعم	76	%76
	كلا	24	%24
	المجموع	100	%100

وتشير نتائج جدول (7) من الذين ساعدهم الفيس بوك في بناء موقف معني نسبتهم 76% والذين لا يؤثر الفيس بوك عليهم 24% وهنا النسبة الأكبر تدل على مواقع التواصل الاجتماعي دور في تغيير مواقف وبنائها وهي أساس ما نبحث عنه في بحثنا هذا الذي أردنا اثبات وتأثير مواقع التواصل على المجتمع.

جدول رقم (8) يبين الوقت التي يقضيه المبحوثين في التصفح في مواقع التواصل الاجتماعي .

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
كم من الوقت تقضي على مواقع التواصل الاجتماعي ؟	1-2 ساعة	10	%10
	3-4 ساعات	46	%46
	أكثر من ذلك	44	%44
	المجموع	100	%100

تطلّعنا نتائج جدول رقم (8) إن وقت التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للعينة من ساعة إلى ساعتين بلغت نسبتهم 10% ومن ثلاث ساعات إلى أربع نسبتهم46% وأكثر من ذلك نسبتهم 44% وهنا نستطيع القول إن نسبه كبيرة تتابع مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة ومتفاوتة ويمكن ان يكون هناك ادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (9) يبين اي من مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم كمصدر للمعلومات حسب راي العينة.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
اي من مواقع التواصل الاجتماعي تستخدمه كمصدر لمعلوماتك؟	الفيس بوك	60	%60
	تويتر	14	%14
	الانستغرام	22	%22
	أخرى	4	%4
	المجموع	100	%100

بينت نتائج جدول أعلاه إن الذين يستخدمون موقع الفيس بوك كمصدر للمعلومات بلغت نسبتهم 60% وموقع تويتر 14% والانستغرام 22% والمواقع الأخرى 4% وهنا تبين أهمية الفيس بوك بالنسبة للعينة المبحوثة واهتمامها بذلك كثيرا.

جدول رقم (10) يبين رأي العينة في وجود تغير واضح في قرارات واتجاهات إفراد المجتمع بسبب مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة

برأيك هل هناك تأثير واضح لمواقع التواصل الاجتماعي في تغيير اتجاهات و قرارات المجتمع ؟	نعم	48	%48
	كلا	10	%10
	أحيانا	42	%42
	المجموع	100	%100

نتائج جدول رقم (10) تبين إن الذين يقولن للمواقع التواصل الاجتماعي دور في تغير اتجاهات وقرارات إفراد المجتمع بلغت نسبتهم 48% والذين يرفضون ذلك كانت نسبتهم 10% والقسم الثالث إشارة إلى أحيانا وبلغت نسبتهم 42% وهنا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي متداخلة في حياة الإفراد اليومية بشكل كبير وفي اغلب مفاصل حياتهم وكيف لا يتأثرون فيها حتى اتخاذ قراراتهم طبقا لما تعلموه من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (11) يبين من المواقع الأكثر استخداماً لدى إفراد العينة .

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
أي المواقع الأكثر استخداماً لديك ؟	الفيس بوك	74	%74
	تويتر	2	%2
	الانستغرام	14	%14
	أخرى	10	%10
	المجموع	100	%100

تشير نتائج جدول رقم(11) إن الذين يستخدمون الفيس بوك نسبتهم 74% وتويتر 2% والانستغرام 14% والمواقع الأخرى 10% وهنا للفيس دور كبير في محافظة ذي قار وطلبة المحافظة وهو الأكثر شيوعا بين المواقع الالكترونية للتواصل الاجتماعي وهذا معروف لدى أغلبية العينة.

جدول رقم (12) يبين المواقع الأكثر تأثيرا على .

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا عليك؟	الفيس بوك	52	%52
	تويتر	14	%14
	الانستغرام	20	%20
	مواقع أخرى	14	%14
	المجموع	100	%100

تشير نتائج جدول (12) إن 52% من المبحوثين يعتقدون ان الفيس أكثر تأثيرا عليهم من المواقع الاخرى ، ومن يعتقد ان موقع تويتر نسبتهم 14% وموقع الانستغرام 20% والمواقع الاخرى 14% ونستنتج ان لمواقع التواصل المتعدد الإشكال تأثير على المجتمع حسب رأي العينة المبحوثة.

جدول رقم (13) يوضح المواضيع التي يطرحها البرنامج.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تعتقد ان تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف واتخاذ القرارات ايجابي أم سلبي؟	ايجابي	64	%64
	سلبي	36	%36
	المجموع	100	%100

أفرزت نتائج جدول رقم(13) إن 64% من المبحوثين يعتقدون تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ايجابي و36% يقولون إن تأثير تلك المواقع سلبي ، وهنا نستنتج إن لمواقع التواصل الاجتماعي ايجابية أكثر من السلبية في اتخاذ القرار وبناء المواقف.

جدول رقم (14) يبين رأي العينة في تشجيع المجتمع على اتخاذ القرار من خلال ماينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من عدمه.

السؤال	الفئة	التكرار	النسبة
هل تشجع على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار و بناء المواقف ؟	نعم	46	%46
	كلا	10	%10
	أحيانا	44	%44
	المجموع	100	%100

تشير نتائج جدول (14) إن الذين يشجعون المجتمع على اتخاذ القرار وبناء المواقف من خلال مواقع التواصل الاجتماعي نسبتهم 46% والذين لا يشجعون على ذلك بلغت نسبتهم 10% والذين اختاروا بين الحين والأخر بلغت نسبتهم 44%. ونستنتج من ذلك إن نصف المجتمع أو العينة مقتنعين بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في مساعدتهم في أخر القرار وبناء المواقف.

الخاتمة

بعد مناقشة موضوع الدراسة نظريا ما يحوي من معلومات كافية عن مواقع التواصل الاجتماعي وانوعها وأهميتها وخصائصها ودرسنا الموضوع تطبيقا على العينة المبحوثة التي اخترناها وهنا تحليل استمارة الاستبيان أفرزت لنا نتائجها بالتالي.....

- إن نسبة الذكور والإناث متساوية 50%.
- إن 48% من العينة من سكنت مركز القضاء .
- 98 % من العينة مهتمين بمواقع التواصل الاجتماعي .
- الذين يفضلون استخدام الهاتف في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي 84% من ثم الجهاز أللوحي بنسبة 16%.
- لدى العينة المبحوثة حساب على موقع التواصل الاجتماعي بنسبه 100%.
- 52% من الإفراد يساعدهم الفيس بوك في تغير القرار أحيانا.

- 76% ساعدهم الفيس بوك في بناء المواقف.
- 3-4 ساعات يقضون على مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة 46% وأكثر من هذا الوقت بنسبة 44%.
- يتخذون الفيس بوك مصدرا لمعلوماتهم 60%.
- من يرى ان مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير واضح على المجتمع بلغت نسبتهم 48%.
- يسجل موقع الفيس بوك أكثر استخداما بنسبة 74% من بين المواقع الأخرى .
- أكثر المواقع تأثيرا على المجتمع الفيس بوك بنسبه 52% ويليه الانستغرام بـ 20%.
- من يرى إن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار ايجابي نسبتهم 64%
- الذين يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار نسبتهم 44% ومن يرى في بعض الأحيان 44%.

وبعد معرفة النتائج الكاملة التي ظهرتها النتائج المذكورة أعلاه استنتجنا من دراستنا الاستنتاجات الآتية..

- ان اغلب المجتمع يستخدم الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأكثر استخداما من بين المواقع .
- نسبه كبيرة جدا لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي .
- الكثير من يرى الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي ايجابيه في اتخاذ القرار وبناء المواقف وساعد الكثير منهم في اتخاذ القرار وبناء موقف على حدث أو قضية تحيط بهم.
- اغلب المتصفحين لمواقع التواصل الاجتماعي يقضون أكثر من أربع ساعات يوميا.
- إن إفراد المجتمع يفضلون الهاتف في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدلا من الأجهزة الأخرى.
- اغلب المجتمع مهتم في مواقع التواصل الاجتماعي .

وهنا في ختام بحثنا هذه على المعنيين الاهتمام ما نذكره من توصيات نابعة من نتائج وأراء المجتمع المبحوث نوصي بالتالي..

- عدم الانجرار خلف الصفحات الوهمية وبالتي يتخذون القرارات.
- عدم الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وتسبب لهم مشاكل اجتماعية وغيرها.
- التأكد من المعلومات التي يتخذونها من مواقع التواصل الاجتماعي .
- عدم بناء موقف على شخص أو مجموعة من خلال التواصل الاجتماعي قد تكون حصلت على معلومات مغلوطة.
- نوصي المعنيين بضرورة وجود رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من بث الأفكار التي تسبب مشاكل والانحلال الأخلاقي في المجتمع.

المصادر والمراجع

الكتب

- خبراء عرضت عليهم استمارة الاستبيان ا.د.هادي فليح حسن .د.فيصل عبد عوده .ا.م.د.حامد مجيد ألشطري. د.سعد إبراهيم عباس
- د. بلال خلف السكارنة (2015). مهارات الاتصال , ط 1 , دار المسيرة , الأردن – عمان.
- د. فضيل دليو (2010). التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال , ط 1 , دار الثقافة , الأردن – عمان
- د.انشراح الشال(2001) :مدخل علم الاجتماع الاعلامي ، دار الفكر العربي، القاهرة .
- د.سناء محمد الجبور(2014) . الإعلام الاجتماعي , ط 1 , دار أسامة , الأردن – عمان , .
- د.شيماء ذو الفقار زغيب(2014): مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية ،ط2، دار المصرية اللبنانية .
- د.فاطمة حسين عواد(2010) . الإعلام الفضائي , ط 1 , دار أسامة , الأردن – عمان .
- د.محمد صاحب سلطان(2012) : وسائل الإعلام و الاتصال في النشأة و التطور , ط 1 , دار المسيرة, الأردن – عمان .
- دكتور احمد بدر (2011):أصول المنهج العلمي ومناهجه، ط 1،المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، مصر .
- الدكتور محمد عبد الحميد (2015):البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر .
- شاكر ابراهيم (1975). الإعلام و وسائله و دوره في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية , ط 1 , مؤسسة آدم للنشر و التوزيع ,
- عامر إبراهيم قنديلجي . الإعلام الالكتروني , ط 1 , دار المسيرة , الأردن – عمان .
- عامر ابراهيم قنديلجي وحسن رضا النجار(2015) :علم المعلومات والنظم والتقنيات ،ط1،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان الأردن.
- عايد حمدان الهرش ومحمد ذبيان الغزاوي واخرون(2011): تصاميم البرمجيات التعليمية وإنتاجها ،دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان.

الرسائل والاطاريح

- حليمة لكحل و ربيحة زايدي (2017): أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية الفيس بوك أنموذجا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة جامعة زيان عاشور الجلفة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علم اجتماع و ديموغرافيا.
- كاظم محمد الحجامي(2009): المعالجة الإعلامية للازمات السياسية المحلية، أطروحة دكتوراه غير منشورة ،كلية الإعلام ،جامعة بغداد،العراق.
- ليلى حسين (2015): اتجاهات الطلبة نحو إستخدمات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر) رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الاجتماعية خضير ،الجزائر .
- نزيهة عثامنة (2017): تاثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف بالمسيلة الجزائر.

المجلات

- د.بشرى جميل الراوي(2012) :دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 18، كلية الإعلام جامعة بغداد،العراق.

المواقع الالكترونية

- https://en.wikipedia.org/wiki/Social_position
- أروى بريجية ينظر تاريخ الزيارة 2018/11/5.
- https://mawdoo3.com/.
- نفين ابولافي(2014) : الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي. سباق الزمن تاريخ الزيارة 10/11/ 2018 https://alqabas.com/349815 /
- احمد القاسم: (2014) فكر الشباب يتاثر بمواقع التواصل الاجتماعي تاريخ الزيارة 2018/11/10 /https://www.alyaum.com/articles/964968
- د. ابراهيم احمد الدوي (2015): شبكات التواصل الاجتماعي ، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر. ينظر تاريخ الزيارة 2018/10/31
- http://arabrcrc.org/submenu/Publications/
- كورتيس فورمان ينظر تاريخ الزيارة 2018/10/31 https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media

دور الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية للمجتمع الجزائري
دراسة ميدانية لعينة من متابعي برامج قناة الهداف الرياضية

The role of sports media in developing the sport culture of the Algerian society -A field study of a sample of the followers of Al-Hadaf sports channel programs

د. غلاب صليحة

أستاذة محاضرة "ب"، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر

د. عين سوية ليليا

أستاذة محاضرة ب"، جامعة محمد الشريف مساعدية سوق أهراس، الجزائر

الملخص:

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره، فعندما نتحدث عن المنظومة الرياضية كاملة لابد لنا أن لا نغفل ونتجاهل الدور الإعلامي البارز عامة، والإعلام المرئي خاصة، وذلك لما يتمتع به هذا الأخير من أهمية كبيرة في نشر وتنمية الثقافة الرياضية في المجتمع، إضافة إلى دوره في تغطية الاحداث والوقائع الرياضية على جميع الاصعدة وتعريف الرياضيين والمتابعين بكافة الأخبار حول الأحداث والتظاهرات الرياضية وما يدور حولها .

تهدف هذه الدراسة الى تبيان العلاقة بين الاعلام الرياضي المرئي والثقافة الرياضية في المجتمع الجزائري، حيث أكدت عينة الدراسة من متابعي برامج قناة الهداف الجزائرية أن أهمية الدور الذي يلعبه هذا النوع من الإعلام في تنمية الثقافة الرياضة في المجتمع يعود إلى ما يتمتع به من صفات ومقومات تؤهله للقيام بهذه المهمة، من خلال تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية التفصيلية والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرياضي، التلفزيون، الثقافة الرياضية

Abstract:
Sports media is an constitute of element of any sports society, whatever its degree of development. When we talk about the entire sports system, we must ignore and forget the prominent media role in general and the visual media in particular, as it enjoys great importance in the dissemination and development of sports cultures in In addition to its role in covering sports events and events at all levels and to acquaint sportsmen and observers with all the news about events, sports events and what is going on around it! This study aims to show the relationship between sports media and sports culture in Algerian society, The study of the followers of the Algerian channel "Alhaddaf" that the importance of this role played by the type of media in the development of sports culture in the community due to the qualities and elements qualify to do this task, by providing news and detailed sports information and facts that help them to realizeing What is going on and the formation of correct opinions on all matters of and sports problem .
Keywords: sports media, tv, sports culture

مقدمة:

يعتبر الإعلام الرياضي المرئي هو أحد أهم أنواع الإعلام والذي يحظى بشريحة كبيرة جداً من المتابعين في المجتمع، حيث أصبح له دور متشعب ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع، وذلك من خلال الدور الفعال الذي يلعبه في الرفع من مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية الرياضية في حياتهم العامة والخاصة.

وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي المرئي وضرورة إحاطة أفراد المجتمع بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال.

الإشكالية:

يعتبر الإعلام الرياضي من أهم هذه المؤثرات أو حلقة مهمة من سلسلة متعددة الاتجاهات التي تكون لدى المجتمع دافع نحو سلوك معين والتأثير في الثقافة، حيث أن الثقافة الرياضية جزءا لا يتجزء من الثقافة العامة ولا تقل أهمية عن غيرها من الثقافات الأخرى في المجتمع كالثقافة الصحية والتربوية والإجتماعية، بل إن لمشاهدة وممارسة الأنشطة الرياضة الدور الفعال الإيجابي في تطوير وتنمية تلك الثقافات.

وتعرف الثقافة الرياضية على أنها " مجموعة القيم الإجتماعية والتربوية والصحية المرتبطة بالمفاهيم الرياضية والتي تساهم في خلق السلوك الأمثل والأفكار والأعراف الثقافية للفرد في مجاله الرياضي وفي المجالات المجتمعية الأخرى ".

وتعد الثقافة الرياضية كمجموعة من العلوم والمعارف والمعلومات والفنون المكتسبة من الأنشطة الرياضية المختلفة، حيث يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود بها من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية.

وبالتالي فالإعلام الرياضي المرئي بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بوضوح من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي والتعريف بأهمية الرياضة في الحياة العامة والخاصة[488].

وفيما يتعلق بمكونات الثقافة الرياضية، أشار (Shahada, 2009, p256) إلى أنها تكمن في المجال المعرفي المرتبط بمعلومات الفرد حول قوانين وقواعد وخطط الألعاب الرياضية، والمجال الإجتماعي التي يتعلق في تنشئة الفرد رياضيا وتعليمه السلوك المرغوب به إجتماعيا ورياضيا وما ينعكس عنه من نتائج حضارية نحو الرياضة، والمجال التربوي الذي يلقي الضوء على إعداد الفرد وتقويم سلوكه جسديا ونفسيا وأخلاقيا واجتماعيا وفنيا واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والإجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة، والمجال الصحي والذي يهتم في تنمية قدرة الفرد على الإهتمام بسلامة جسمه والعناية به وإشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة من الإتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية.

فأهمية الثقافة الرياضية تظهر من خلال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها في نشر الوعي الرياضي بين المجتمعات، ومساعدة الفرد في اكتساب الخبرات الحياتية العملية، وتربية الفرد بدنيا وسلوكيا وفكريا وإجتماعيا، وأن للثقافة الأثر التربوي الإيجابي على جميع الأفراد الممارسين وغير الممارسين من جميع الفئات العمرية ولكلا الجنسين .

وانطلاقا من ذلك، نستنتج أن الإعلام الرياضي المرئي أصبح يؤثر تأثيرا كبيرا في النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي، إضافة إلى دوره الفعال في نشر الثقافة الرياضية، ونشر مختلف الأخبار والمعلومات المتعلقة بالمجال الرياضي.

ولدراسة هذا الموضوع وابراز أهمية الاعلام المرئي متمثلا في برامج قناة الهداف الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية قمنا بطرح التساؤل التالي:

- ما مدى مساهمة الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى المجتمع الجزائري؟

[488] خضور أديب: الاعلام الرياضي، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، المكتبة الاعلامية، سوريا، 1994، ص5 .

وعليه نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- هل تؤثر برامج قناة الهداف على الجانب المعرفي للمتابعين؟
- ماهي أبرز مجالات الثقافة الرياضية التي تعمل برامج القناة على إبرازها؟
- كيف تؤثر برامج القناة في تعزيز الثقافة الرياضية؟
- هل تناسب محتويات برامج القناة اهتمامات المتابعين؟

المحور الأول: الإعلام الرياضي المرئي

أصبحت الرياضة من أهم المجالات التي تستقطب وسائل الإعلام المختلفة عبر العالم، لذلك وجد في الساحة الإعلامية ما يعرف بالإعلام الرياضي.

1. تعريف الإعلام الرياضي:

الإعلام لغوياً يعني: "نقل الخبر"، أما اصطلاحاً فيعني: " إبلاغ أو إخبار الجمهور بالمستجدات الحديثة، أو هو عملية نشر وتقديم المعلومات الصحيحة، والحقائق الواضحة، والأخبار الصادقة، والموضوعات الدقيقة، والوقائع المحددة والمنطقية والراجحة للجمهور مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام".[489] ونظراً لارتباط مفهوم الإعلام بـ**الاتصال** فقد عرف هذا الأخير على أنه: " بث رسائل واقعية، أو أنه نقل محتوى فكرة ما بين شخص أو جماعة إلى شخص آخر أو جماعة أخرى"[490]

أما فيما يتعلق **بالإعلام الرياضي** فقد قدمت له العديد من التعاريف نذكر من أهمها:

" هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي"؛[491] و" هو ذلك النشاط الإعلامي الذي يختص بتقديم الأخبار المتعلقة أساساً بالرياضة والمرتبطة بما تصنعه الرياضة من أحداث رياضية، والتي يدعمها نوع من التفسير والتحليل وأيضاً التوجيه لفئات وشرائح المجتمع المهتمة بالرياضة "[492]

إذن الإعلام الرياضي هو ذلك الجزء المتخصص من الإعلام الهادف إلى تشكيل قاعدة معرفية وثقافية في المجال الرياضي، الذي أصبح يستقطب اليوم الشريحة الأكبر من الجماهير من مختلف الأعمار والأعراق ومن الجنسين.

وبناءً على التعاريف السابقة حددت **عناصر الإعلام الرياضي** في:

---

[489] _ مبروك براهيمي: دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا، أطروحة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص الإعلام الرياضي والتربوي، جامعة الجزائر 03، 2013/2012، ص29.

[490] أوشن بوزيد، قليل محمد: دور العلاقات العامة والإعلام والاتصال في الرياضة (دراسة حالة جريدة الهداف) ، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة المسيلة، العدد05، أفريل 2012، ص226.

[491] بلوني عبد الحليم: تناول الإعلام الرياضي لمشروع الاحتراف في كرة القدم الجزائرية لسنة 2010 –دراسة تحليلية لصحيفة الشروق اليومي الجزائرية-، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام الرياضي التربوي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر03، 2011/2010.، ص27.

[492] مبروك براهيمي، مرجع سابق، ص31.

- **المرسل:** وهو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة سواءً كان نادي، مدرب، لاعب،...؛
- **المستقبل:** وهو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواءً كان فرد أو جماعة؛
- **الأداة أو الوسيلة:** وهي الوسيلة التي تقدم عن طريقها الرسالة الإعلامية، سواءً كانت: مقروءة أو مكتوبة كالصحف والمجلات، مسموعة كالمذياع، أو مرئية كالتلفاز والانترنيت...؛
- **الرسالة أو المضمون:** وهو ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية من حقائق لتبليغها أو توصيلها من المرسل إلى المستقبل. [493]

ويضاف إلى هذه العناصر عنصري **التشويش** Le Bruit وهو يعبر عن كافة المؤثرات التي تعيق وصول الرسالة في شكلها الصحيح إلى المستقبل، **والتغذية العكسية** Le Feed-back والتي تعبر عن ردود أفعال المستقبل اتجاه الرسالة الرياضية التي تلقاها وهي إما تكون إيجابية أو تكون سلبية.

2. وظائف الإعلام الرياضي:

يؤدي الإعلام الرياضي العديد من الوظائف نختصرها في أربع وظائف أساسية:

- **الوظيفة المعرفية (الإخبارية):** وذلك من خلال تقديم معلومات عن الأحداث الرياضية المختلفة؛
- **الوظيفة التفسيرية:** وتتمثل في:
  - الشرح والتفسير والتعليق عن الأحداث والقضايا المثارة وبيان أبعادها ودوافعها؛
  - تقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية القائمة في المجتمع الرياضي.
- **الوظيفة التثقيفية:** وذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة في المجتمع والثقافات الفردية، إضافة إلى صهر عناصر المجتمع في بوتقة واحدة والحفاظ على القيمة السائدة فيه والحفاظ على استمرار ثقافته الرياضية.
- **الوظيفة الترويحية والترفيهية:** والهادفة إلى التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي والبعد عن الروتين اليومي. [494]

3. الوظيفة التجارية: بمعنى القيام بالتسويق الرياضي عن طريق وسائل الإعلام المختلفة. [495]

3. أهمية الإعلام الرياضي:

يؤدي الإعلام بشكل عام دوراً كبيراً في المجتمع، وذلك من خلال مساهمته الفعالة التي حددتها المادة 05 من القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433، الموافق ل 13

---

[493] نفس المرجع، ص36.
[494] مبروك براهيمي، المرجع السابق، ص33.
[495] بلوني عبد الحليم، مرجع سبق ذكره، ص31.

جانفي سنة 2012 والمتعلق بالإعلام والذي نصه: "تساهم ممارسة أنشطة الإعلام على الخصوص فيما يلي:

- الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية؛
- ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية؛
- ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار؛
- ترقية الثقافة الوطنية وإشاعتها في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري؛
- المساهمة في الحوار بين الثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلم".[496]

واليوم ونظراً لكون الرياضة أصبحت تشكل معلماً أساسياً في حياة المجتمعات، أصبحت تعتبرها أجهزة الإعلام المختلفة أداة مثلى في تقريب دائرة متباعدة لم يغفل عن استغلالها حتى السياسيون وذلك نظراً إلى تأثيرها المباشر على حياة الأفراد والمجتمعات، وانطلاقاً من هذا أصبح الإعلام الرياضي العامل الأساسي في التأثير على المجتمعات أين أصبحت الأنشطة الرياضية تحتل الصدارة في مختلف وسائل الإعلام المسموعة، المرئية والمكتوبة، مع الازدياد المتواصل للمتتبعين والمهتمين بالمجال. [497]

أما فيما يخص أهمية الإعلام الرياضي فنوجزها في العناصر التالية:

- مساعدة الجمهور الرياضي على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه؛
- السيطرة على الجمهور الرياضي وتوجيه مشاعره نحو وجهات محددة؛ [498]
- تكوين بنية معرفية وثقافية مرتبطة بقضايا رياضية معينة؛
- تكوين اتجاهات ايجابية لدى الجمهور نحو مفاهيم الرياضة التنافسية والرياضة للجميع؛
- توعية الجماهير الرياضية بمبادئ الروح الرياضية؛
- التأثير في سلوكيات الجماهير ودفعهم للمشاركة الفعالة في تحقيق أهداف وفلسفة الرياضة في المجتمع.[499]
- وانطلاقاً من هذه الأهمية الكبيرة يتضح الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرياضي في تطوير الرياضة بشكل عام وكرة القدم بشكل خاص، أين نجده قد ساهم مساهمة فعالة في تألق هذه الأخيرة وتكريس مفاهيمها الحديثة والتي من أهمها مفهوم الاحتراف الرياضي، لكن في بلادنا الجزائر التي لم يظهر بعد الاحتراف جلياً على بطولاتها الكروية كيف يمكن للإعلام الرياضي أن يساهم في إنجاح هذا التوجه؟.

---

[496] قانون الإعلام، النيابة العامة، رئاسة الجمهورية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2012، ص03.
[497] محمد منير عبد الهادي، كلود سيباي: "الاستهلاك الرياضي كمدخل لبناء الإستراتيجيات التسويقية في المؤسسات الناشطة في السوق الرياضية"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد03، 2013، ص132.
[498] مبروك براهيمي، مرجع سبق ذكره، ص38.
[499] خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص ص.22-23.

المحور الثاني: الثقافة الرياضية

يتعين على الفرد الرياضي ممارسا" ومشاهدا" أن يفهم ويستوعب قدرا" ملائما" من الثقافة الرياضية فهناك أمور وموضوعات للثقافة الرياضية لها طبقة ثقافية عامة كما التاريخ المتصل بالإنجازات الأولمبية والدولية الرياضية خاصة تلك المتصلة بالتربية البدنية والتغذية الصحية وبعض قواعد اللعبة، كما أن هناك ما يمكن أن تطبق عليه الثقافة الرياضية الخاصة والنوعية وهي تلك الثقافة المتصلة بالرياضة وقواعد المنافسات التي تنظمها وتديرها الخطط والاستراتيجيات الخاصة.[500] كما أن للثقافة الرياضية دور مؤثر وفعال في نشر وترسيخ مبادئ الروح الرياضية بين اللاعبين وكذلك نشر الوعي وحجب السلوك غير مرغوب به من جهة أخرى.

1. تعريف الثقافة الرياضية:

الثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعدت المفهوم البدني للبحث لتشمل المفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترويحية والثقافية وهي وسيلة مهمة من وسائل تعميق صلة المواطن بوطنه وواقعه، إن ما سبق ذكره لا يجري بشكل عفوي وإنما بشكل مبرمج سواء في المدارس أو الكليات أو عن طريق التلفزيون والصحف والراديو والسينما أو المهرجانات والهدف منها كلها هو تربية المواطن ثقافيا.[501]

ويعرف الشافعي الثقافة الرياضية بأنها "هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءا منها"

2. أهداف الثقافة الرياضية: [502]

1. للثقافة الرياضية دور متميز في نشر الوعي الثقافي الرياضي بين المجتمعات.
2. تربية الفرد جسميا ونفسيا وسلوكيا وفكريا.
3. اكتساب المهارات المفيدة للحياة العملية.
4. أن الثقافة الرياضية ذات اثر تربوي في جميع أفراد المجتمع صغاراً وكباراً , ذكوراً وإناثاً.

3.خصائص الثقافة الرياضية:

1. الثقافة الرياضية تؤثر في تشكيل شخصية الفرد والجماعة عن طريق المواقف الثقافية العديدة ومن خلال التفاعل الاجتماعي المستمر.
2. الثقافة تزود الفرد بنظرة مطابقة للحياة الاجتماعية.

[500] أمين الخولي ، محمود عدنان: الثقافة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص85.
[501] غسان محمد صادق: مبادئ التربية والتربية الرياضية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، 1990 ، ص ص 20-21.
[502] غسان محمد صادق، نفس المصدر السابق، ص110.

4. أهمية الثقافة الرياضية: وتكمن أهمية الثقافة الرياضية في الاعتبارات التالية :[503]

1- تنشيط الأطر المعرفية وإثارة الاهتمام لتوسيع دائرة المعرفة الإنسانية المرتبطة بالرياضة.
2- تأصيل المعرفة النظرية للرياضة والترويح وتأسيس بنية معرفية للنظام الأكاديمي.
3- زيادة الوعي بأهمية النشاط البدني على مختلف جوانب الشخصية الإنسانية.
4- تشكيل وبناء اهتمامات واتجاهات ترويحية ورياضية مؤسسة على قواعد معرفية صحيحة وراسخة.

5. مجالات الثقافة الرياضية:[504]

1- المجال المعرفي(المعرفة الرياضية): هي مجموع المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل معرفة قواعد وقوانين وخطط الألعاب التي تخص المجال الرياضي .
2- المجال الاجتماعي: هو تنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً ورياضياً فضلا عن تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.
3- المجال التربوي: إعداد الفرد وتقويم سلوكه جسدياً ونفسياً وأخلاقياً واجتماعياً وفنياً واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة .
4- المجال الصحي: قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه والعناية به وإشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة من الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية .

المحور الثالث: الجانب التطبيقي: تم الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة من الإجراءات للوصول إلى النتائج العامة للدراسة وذلك كما يلي:

1- المنهج المستخدم: المنهج المعتمد في هذه الدراسة هو المنهج المسحي الذي يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية وغيرها...

ولقد تم اختار هذا المنهج باعتباره أنسب المناهج الملائمة لتناول موضوع الدراسة والمتمثل في الدور الذي يلعبه الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية في المجتمع.

2- تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة:

اخترنا في دراستنا هذه عينة بحث قوامها 90 فرد من المشاهدين والمتتبعين لبرامج قناة الهداف الرياضية، وهي عينة قد اختيرت بالطريقة العشوائية.

---

[503] Under Wood, G.L1: The Plysical Education Curriculun in the seeondery school planning implementation ,the falner press . Dover . 1993,P80.

[504] عثمان محمود شحاذة: أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى ، رسالة ماجستير(غير منشورة) ، كلية التربية الرياضية- جامعة ديالى، 2009 ، ص256.

حيث تم توزيع الاستمارة على 90 مشاهد، عن طريق المقابلة الشخصية لشرح وتفسير الجوانب التي تحتويها الاستمارة حتى تكون الإجابات ذات موضوعية عالية.

3- تحديد إسهامات الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية من خلال تحليل نتائج الدراسة: سنقوم بتحليل البيانات المتوصل إليها للوصول إلى نتائج الدراسة.

جدول رقم (1): اهتمام المشاهدين لحصص قناة الهداف

1- هل لك اهتمام بالحصص والبرامج الرياضية التي تعرضها قناة الهداف الرياضية	النسبة
دائما	٪ 78.72
أحيانا	٪ 21.27
المجموع	**٪ 100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

تشير النتائج أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون البرامج والحصص المعروضة في قناة الهداف الرياضية بصفة دائمة، وهذ ما أكده المبحوثون بنسبة 78.72 ٪، في حين ان نسبة 21.27 ٪ منهم تؤكد أن مشاهدتها لبرامج وحصص قناة الهداف أحيانا. ويرجع ارتفاع نسبة المشاهدة باعتبار ان قناة الهداف هي القناة الوحيدة المختصة في الرياضة.

جدول رقم (2): مجالات الثقافة الرياضية التي تعمل قناة الهداف على ابرازها

2- هل تعمل قناة الهداف الرياضية على معرفة:	النسبة
المصطلحات والمفاهيم الرياضية	٪ 22.34
المهارات الرياضية المختلفة	٪ 17.02
تاريخ الألعاب الرياضية	٪ 6.38
الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم.	٪ 35.10
مفهوم التعاون وقيمته الاجتماعية	٪ 19.14
المجموع	**٪100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

يتضح من خلال الجدول أن 35.10 ٪ من المبحوثين يتابعون القناة من اجل متابعة الشخصيات الرياضية البارزة في كل دول العالم. في حين أكد 22.34 ٪ منهم أنهم يقومون بمتابعتها من أجل التعرف أكثر على المصطلحات والمفاهيم الرياضية، بينما عبر مجموعة من المبحوثين عن مفهوم التعاون وقيمته الاجتماعية، إضافة إلى المهارات الرياضية المختلفة، تاريخ الألعاب الرياضية، وذلك بنسبة 19.14 ٪ و 17.02 ٪ و 6.38 ٪ على التوالي.

جدول رقم (3): تنمية القنوات الفضائية للثقافة الرياضية

3- هل تنمي مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية الثقافة الرياضية لديك؟	النسبة
نعم	٪ 76.59
لا	٪23.40
المجموع	**٪ 100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

تشير النتائج المبينة أعلاه أن ٪ 76.59 من المبحوثين يرون أن مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية تنمي الثقافة الرياضية لديهم، بينما يرى ما نسبته ٪23.40 من المشاهدين عكس ذلك، وذلك يعود إلى اهتمام المتابعين لمشاهدة المباريات وما يرتبط بها من تحليل لها في كافة الأحداث لمختلف المباريات والبطولات، بالإضافة إلى مشاهدة البرامج التثقيفية الرياضية المتنوعة والمشوقة والتي تجذب انتباه المشاهدين وتنمي لديهم الجانب المعرفي والاجتماعي والتربوي وتحدث التغير الإيجابي في سلوكهم. ومن المحتمل أن يكون أيضا لمحتوى الإعلام الرياضي المرئي التأثير الإيجابي على تنمية الثقافة الرياضية لدى المشاهدين، وذلك من خلال تنمية اتجاه المشاهد نحو مشاهدة القنوات الرياضية والتحليل لبعض برامجها كهدف من أهداف القناة.

جدول رقم (4): تناسب محتوى برامج قناة الهداف واهتمام المشاهدين

4- هل محتوى البرامج المقدمة من طرف قناة الهداف تتناسب واهتماماتكم؟	النسبة
تناسب	٪ 22.34
لا تناسب	٪ 77.65
المجموع	**٪ 100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

من خلال النتائج يتضح أن أغلبية أفراد العينة يرون أن محتوى البرامج المقدمة من خلال قناة الهداف الرياضية لا يتناسب مع اهتمام ورغبات المشاهدين، وهو ما أكده بنسبة ٪ 77.65 من المبحوثين، في حين يعتبر ٪ 22.34 من المبحوثين أن المحتوى ملائم. وهذا راجع لطبيعة البرامج المقدمة في هذه القناة والتي لا تلبى رغبات ومتطلبات المشاهد من حيث تغطية مختلف الأحداث والأخبار الرياضية لمختلف البطولات، إضافة إلى الاعتماد على أشهر المحللين الرياضيين، لذا يجب على المسؤولين في القناة اعادة النظر في مضمون القناة من أجل رفع مستوى المشاهدة ومقارنة محتوى القناة بنظيراتها من القنوات المتخصصة في مجال الرياضة والتي تنال نسبة كبيرة من المشاهدة مثل" بين سبور".

جدول رقم (05): فائدة برامج قناة الهداف

5- تعمل البرامج الرياضية في قناة الهداف على:	النسبة
توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع	%16.95

تشجع الأفراد على الإنتماء إلى المؤسسات والأندية الرياضية والشبابية	%33.82
توجيه حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة	%8.51
إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره الحضاري والأخلاقي	%11.70
تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي	%15
الكشف عن بعض الإنحرافات في الوسط الرياضي	%14.02
المجموع	**%100**

المصدر: من إعداد الباحثتين

يوضح الجدول أن نسبة 33.82% من المبحوثين توافق أن برامج قناة الهداف تشجع على الانتماء الى المؤسسات والاندية الرياضية، أما نسبة 16.95% فتعود إلى توطيد العلاقات بين افراد المجتمع، في حين نسبة 15% ترى بانها تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي، اما نسبة 14.02% تؤكد على انها تكشف عن بعض الانحرافات في الوسط الرياضي بينما كانت نسبة 11.70% و 8.51 % لكل من توجيه حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة، وإيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره الحضاري والأخلاقي على التوالي.

جدول رقم (06): قدرة الاعلام الرياضي المرئي على غرس وترسيخ الثقافة الرياضية

6- هل ترى أن الإعلام الرياضي المرئي قادر على غرس و ترسيخ الثقافة الرياضية؟	النسبة
نعم	%63.82
لا	%42.55
المجموع	**%100**

المصدر: من إعداد الباحثتين

فيما يخص قدرة الاعلام الرياضي المرئي على غرس وترسيخ الثقافة الرياضية فيؤكد قدرة ذلك أغلبية المبحوثين بنسبة 63.82% من المشاهدين، وممكن يرجع ذلك من خلال سعي الاعلام الرياضي المرئي لتعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية والعمل على اثبات القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليه ، إذ أن لكل مجتمع نسقا قيميا يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكأن التوافق سمة من سمات المجتمع، زيادة لنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها كي تكون أمام الرأي العام في الاعلام الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسبا من القرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.

ومحاولة الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

جدول رقم (07): زيادة الوعي والتخفيف من العنف من خلال البرامج الرياضية

7- **هل** تعمل البرامج الرياضية في قناة الهداف زيادة التوعية والتخفيف من العنف والشغب في البطولات والمنافسات الرياضية	**النسبة**
نعم	%87.45
لا	%12.55
المجموع	**%100**

المصدر: من إعداد الباحثتين

صرح ما يقارب 87.45% من المشاهدين ان برامج الرياضية في قناة الهداف تعمل على زيادة التوعية وتخفف من العنف والشغب في المنافسات، كما تعتبر نسبة 12.55% ممثلة للمشاهدين الذين يرون العكس. وهذا يؤكد ان الاعلام الرياضي المرئي له دور في تغير القيم والمعايير السائدة في المجتمع فهو يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع، من خلال نشر الوعي الثقافي والرياضي عن طريق البرامج المقدمة في هذه القنوات الفضائية والتي تعتبر الوسيلة الأكثر مشاهدة من قبل الشباب الذي يقضي معظم وقته في متابعة أخبار الرياضة، ويتحقق ذلك بعدم استخدام العبارات التي تثير المشاهدين وعدم التمييز بين الفرق الرياضية، بمعنى حيادية رجال الإعلام الرياضي وعدم تسييس الرياضة، فتصبح هزيمة في مباراة رياضية عادية وليس كأنها هزيمة الكرامة أو القومية والسمعة الوطنية، وهو حال اللقاءات الرياضية العربية.

النتائج العامة للدراسة:

- يفضل أغلبية المشاهدين متابعة برامج وحصص التي تعرضها قناة الهداف الرياضية باعتبارها القناة الوحيدة المتخصصة في الرياضة في الجزائر.
- يرى المبحوثين ان مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية تنمي الثقافة الرياضية لديهم وذلك عن طريق تنمية الجانب المعرفي والاجتماعي والتربوي في سلوكهم.
- محتوى برامج قناة الهداف لا تتناسب مع رغبات واهتمامات المشاهدين، لذا يجب على المسؤولين في القناة اعادة النظر في مضمون القناة من أجل رفع مستوى المشاهدة ومقارنة محتوى القناة بنظيراتها من القنوات المتخصصة في الرياضة التي تنال نسبة كبيرة من المشاهدة مثل" بيين سبور".
- قدرة الاعلام الرياضي المرئي على غرس وترسيخ الثقافة الرياضية ، ويمكن أن يكون ذلك من خلال سعى الاعلام الرياضي المرئي لتعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية والعمل على اثبات القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها ، إذ أن لكل مجتمع نسقا قيميا يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

– برامج قناة الهداف تشجع على الانتماء الى المؤسسات والاندية الرياضية، وتوطد العلاقات بين افراد المجتمع وتجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي.

– ان الاعلام الرياضي المرئي له دور في تغير القيم والمعايير السائدة في المجتمع فهو يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع، من خلال نشر الوعي الثقافي والرياضي عن طريق البرامج المقدمة في هذه القنوات الفضائية ، والتي تعتبر الوسيلة الأكثر مشاهدة من قبل الشباب الذي يقضي معظم وقته في متابعة أخبار الرياضة، ويتحقق ذلك بعدم استخدام العبارات التي تثير المشاهدين وعدم التمييز بين الفرق الرياضية، بمعنى حيادية رجال الإعلام الرياضي وعدم تسييس الرياضة.

الخاتمة:

مما لا شك فيه ان الاعلام الرياضي المرئي العالمي قد اهتم بوضع الخطط العريضة للإرتقاء بالمنظومة الرياضية وتوفير سبل الدعم العام والكامل لتحقيق ما يهدف إليه من نشر الوعي الرياضي عند الجمهور وتوفير كل الأخبار والمعلومات حول تفاصيل مختلف التظاهرات الرياضية، ومن أحد اهم العوامل التي ساعدتهم على ذلك هي البنية التحتية الاعلامية التي تشتمل على الدعم المالي الكبير ووجود خبراء وإعلاميين محترفين من مختلف الجنسيات.

وقد أكدت الدراسة أهمية الدور الذي يلعبه هذا النوع من الإعلام ممثلا في برامج قناة النهار الجزائرية في نشر الثقافة الرياضة، لكن محتواها لن يصل إلى المستوى المطلوب، وعليه نتمنى أن يحذو الإعلام الرياضي في الجزائر حذو الدول المتقدمة في هذا المجال ليكون بمثابة المرآة الصادقة عن المجتمع في المجال الرياضي بكل موضوعية وحيادية حتى يتم علاج السلبيات وتقوية الإيجابيات، لنجد في النهاية إعلامًا مستنيرًا يضعنا على أول طريق النهضة الرياضية الشاملة.

قائمة المراجع:

- **المراجع بالعربية:**

1. أمين الخولي، محمود عدنان(1996)، الثقافة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة.
2. أوشن بوزيد، قليل محمد (أفريل 2012)، دور العلاقات العامة والإعلام والاتصال في الرياضة (دراسة حالة جريدة الهداف)، مجلة الإبداع الرياضي، العدد05، جامعة المسيلة، الجزائر.
3. بلوني عبد الحليم (2011/2010)، تناول الإعلام الرياضي لمشروع الاحتراف في كرة القدم الجزائرية لسنة 2010 –دراسة تحليلية لصحيفة الشروق اليومي الجزائرية–، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام الرياضي التربوي، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر03.
4. خضور أديب (1994)، الاعلام الرياضي، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، المكتبة الاعلامية، سوريا.

5. خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم(1998)، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر.
6. عثمان محمود شحاذة (2009)، أثر مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى، رسالة ماجستير(غير منشورة)، كلية التربية الرياضية– جامعة ديالى.
7. غسان محمد صادق(1990)، مبادئ التربية والتربية الرياضية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد.
8. قانون الإعلام (2012)، النيابة العامة، رئاسة الجمهورية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
9. مبروك براهيمي (2013/2012)، دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا، أطروحة دكتوراه علوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص الإعلام الرياضي والتربوي، جامعة الجزائر03.
10. محمد منير عبد الهادي، كلود سيباي (2013)، الاستهلاك الرياضي كمدخل لبناء الإستراتيجيات التسويقية في المؤسسات الناشطة في السوق الرياضية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد03، الجزائر.

➢ **المراجع باللغة الاجنبية:**

11. Ahmed, M. N., & Mahdi, M. I. (2012), Sports culture and its relationship with psychological and social compatibility of students at the fifth stage at the institute of teacher education – Diyala, Journal of physical education sciences, 5(3).
12. Rajhi, N. (2012),The influence of visual sports media on the development of sports culture in secondary stage students (15-17) years. (Unpublished master thesis), STAPS, university of mohamed khider of Biskra, Algeria.
13. Sadeq, G. M. (1990), Fundamentals of education and physical education, Dar Al-Hikma for publication, Bagdad.
14. Shahada, O. M. (2009),The impact of watching sports channels in spreading the sports culture among the students of the university of Diyala. (Unpublished master thesis), faculty of physical education, University of Diyala, Iraq.
15. Under Wood G.L1(1993),The Plysical Education Curriculun in the seeondery school planning implementation ,the falner press , Dover.

سلطة مواقع التواصل الاجتماعي نحو تشكيل فضاء عمومي

The Authority of Social Networking Sites towards the Formation ofPublic Space

مـيــلـودي محمد

يـــــــــاحي فاطمة الزهراء

باحثا دكتوراه تخصص مدرسة دكتوراه أنثروبولوجيا

جامعة وهران 2. الجزائر

الملخص :

سنحاول في هذه المداخلة أن نعرض تحليل سوسيولوجي على مسألة الفضاء العام وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت لها نفوذ وسلطة في البنية السياسية والاجتماعية والثقافية، تزامنا مع الفترة الراهنة في عصر التكنولوجيا الجديدة، التي اكتسحت الحياة اليومية للأفراد من خلال تبادل الأفكار والآراء على ساحة افتراضية لا حدود لها، ومن ثم أردنا البحث في معرفة الدور الأساسي التي تعمل عليه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين فضاء عمومي يكتسي حلة تكنولوجية .

الكلمات المفتاحية :

السلطة، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الشباب، الفضاء العمومي.

Summary :

In this intervention we will attempt to present a sociological analysis on the issue of public space and its relation to social networking sites , which have become influential and dominant in the political , social and cultural structures. In parallel with the current period in the age of new technology , which swept the daily lives of individuals through the exchange of ideas and views on the virtual area has no limits and then we wanted to search to know the key role of social networking sites in token public space is a technological suit .

Key words:

Authority ,Social networking Sites , Facebook , Youth ,Public Space .

مقدمة:

لقدعرفت مختلف المجتمعات الإنسانية، تطوراتمتلاحقة في الميدان التكنولوجي، مرورا بالمجتمعات البدائية إلى غاية عصر وسائل الاتصال التفاعلية بما فيها شبكة الانترنت، و تزامنا مع ظهور الجيل الثاني كمواقع التواصل الاجتماعي، حيث عملت على تغيير خريطة المنظومة الاتصالية التقليدية التي كانت قائمة وجها لوجه وكذلك التي كانت تحدد بخاصية الزمان والمكان من أجل فتح مجال النقاش في مختلف المواضيع والقضايا، لكن اليوم في ظل التطور المذهل في مجال التكنولوجيا الذي حققته البشرية، ألغت فوبيا الزمان والمكان، وأصبحت تنعقد فضاءات النقاش والحوار في مختلف القضايا خاصة منها السياسية.

ما دام أن المجتمع الجزائري يمتاز بطابع شباني، حيث نجد أن فئة الشباب هي الأكثر التصاقا واستخداما لهذه الفضاءات الاجتماعية الافتراضية، بحكم أنهم يتطلعون دائما للتعبير عن آرائهم السياسية والاجتماعية فوق هذا المنبر الافتراضي الأثيري، من خلال النقاش والحوار في بعض القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والاجتماعية بدون قيود وحواجز .

وانطلاقا مما سبق، سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية أن نسلط الضوء على الدور الذي تلعبه سلطة مواقع التواصل الاجتماعي في صنع فضاء عمومي في ثوب تختلف آلياته وفضاءاته التي كانت لا تتوافر عليه من قبل .

ومن هنا يمكن طرح التساؤل على الشكل التالي :

كيف تعمل سلطة مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل فضاء عمومي ؟

وتندرج تحته تساؤلات فرعية في ما يلي :

1- ما معنى الفضاء العام وخصائصه؟

2- كيف ساهمت هذه السلطة الافتراضية في بلورة مفهوم الفضاء العمومي ؟

1- تحديد المفاهيم :

يعد تحديد المفاهيم من بين العناصر الأساسية لأي بحث علمي، لذا سنتطرق لبعض المفاهيم الجوهرية ذات الصلة بالموضوع .

1- 1 مواقع التواصل الاجتماعي :

يعرفها زاهر راضي بأنها :« منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها [505]» .

[505]- كنعان علي، المجتمع المدني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى،2015، ص 158.

على الرغم من أن الفيسبوك هو الأكثر شعبية وشهرة في العالم، ووفقا للتوجه الراهن، هناك خمسة مواقع عالمية ضمن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر الأكثر شهرة ونموا في عدد المستخدمين، وهي فيسبوك (Facebook) وهو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة منذ ظهوره في عام 2003، ويليه تويتر Twitter وهو موقع التدوين المتناهي الصغر، الذي يسمح لمستخدميه بكتابة تغريدات بحد أقصى نحو 140 حرف للتغريدة الواحدة، وظهر الموقع عام 2006، وجوجل بلس + Googl الذي دشنته شركة جوجل العالمية في عام 2011 كمنافس للفيسبوك، وتعمل على تكامله مع خدمات أخرى تقدمها كالبريد الإلكتروني،.. إلخ، والثالث لينكدإنLinkendin الذي تأسس في ديسمبر 2002، وبدأ التشغيل في عام 5 مايو 2003 ويعتبر موقعا للتواصل الاجتماعي، ولكن على مستوى احترافي مهني، ويهدف إلى ربط المشاركين في الاهتمام بفئات متنوعة من الوظائف والأعمال، وأخيرا بنترست Pinterset الموقع الذي أطلق عام 2010، ويعتبر الأكثر نموا في مجال المشاركة الإعلامية، ويتيح خدمة تشارك الصور بين المستخدمين وفقا للاهتمامات والهوايات ... إلخ .

وبناءا على إحصاءات المستخدمين لهذه المواقع في يناير 2013، بلغ عدد مستخدمي فيسبوك عالميا 1.483 مليار مستخدم، يليه تويتر بنحو (982) مليون مستخدم، ثم جوجل بلس بنحو 340 مليون مستخدم، ثم لينكدإن الذي بلغ عدد مستخدميه 310ملايين، وأخيرا بنترست بنحو 23.4 مليون مستخدم[506] »

إلا أنه هناك مجموعة من الشبكات الاجتماعية نحصر ها على سبيل المثال : تويتر ولينكدين وماي سبيس .

أما القادم الجديد بقوة إلى عالم الشبكات الاجتماعية فهو جوجل بلس، والذي استطاع خلال أقل من شهرين منذ تدشنه من الوصول إلى أكثر من 30 مليون مشترك رغم أنه تم فتحه جزئيا بالدعوات للمشتركين وليس للجميع، ويرى بعض المختصين بأن الحرب القائمة حاليا بين جوجل بلس وفيسبوك هي أمر صحي للغاية، وبأنها أهم حدث تشهده ساحة التسويق الرقمي هذه الأيام، خاصة بعد أن قام موقع Alexa في تصنيفه الأخير بوضع فيسبوك في المرتبة الثانية بعد جوجل بلس وذلك نتيجة للخدمات التي يوفرها جوجل بلس مثل خدمة البريد الالكتروني Gmail وخدمة خرائط جوجل ومحرك البحث وغيرها .

1-2 الفيسبوك :

أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكربرغ (Mark Zuckerber) الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه، وهو من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي[507] .

---

[506]السويدي جمال سند، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، دار النشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص 28-29.

[507]- شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،الطبعة الأولى، 2014، ص 64.

الفيسبوك هو فضاء اجتماعي افتراضي يتيح الفرصة لهؤلاء الشباب تقديم أنفسهم والتعرف على أشخاص آخرين من أجل فتح باب للنقاش في مختلف القضايا منها السياسية التي يصعب النقاش فيها في العالم الواقعي، حيث نجد أن هذا العالم الافتراضي أعطى نفس جديد لتشكل مجموعة من الآراء والاتجاهات التي تدور حول الأنشطة السياسية على وجه الخصوص .

1-3 تويتر :

تويتر هو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية مصغرة تسمح لمستخدميه يسمح لمستخدميه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرف (رمز) وهذه التعليقات باسم التغريدات Tweets.

تويتر تم إنشاءه في مارس 2006 بواسطة الأمريكي جاك دروسي ثم تم إطلاقه في شهر جولاي من ذلك العام، ووفقا لموقع ويكيبديا فإن عدد مستخدمي تويتر بلغ في شهر مارس 2006م حوالي 200 مليون مستخدم، وقد اشتهر تويتر بشكل سريع عالميا حتى وصلت عدد تغريداته النصية القصيرة، وقد تواصل النمو السريع لتويتر، ففي عام 2007 كان عدد التغريدات لكل ربع منه هو 400 ألف تغريدة منشورة نمت إلى 100 مليون تغريدة لكل ربع من عام 2008.

1-4 السلطة:

السلطة هي أكثر العمليات أصولية في المجتمع،لأن القيم والمؤسسات تحدد المجتمع، وما هو ذو قيمة وذو طابع مؤسس تحدده علاقات السلطة، والسلطة هي القدرة ذات الصلة التي تمكن فاعلا اجتماعيا من أن يؤثر بشكل غير متناسب على قرارات الفاعلين الاجتماعيين الآخرين بسبل تجابي إرادة الفاعل المتمتع بالسلطة ومصالحه وقيمه، وتمارس السلطة من خلال وسائل القسر (أو إمكانية ممارسته) أو بناء معنى من خلال بنائه، أو هما معا، على أساس خطاب تهتدي به الأطراف في عملها، وتشكل علاقات السلطة من خلال الهيمنة، ومن سلطة متضمنة في مؤسسات المجتمع، وهذه القدرة ذات الصلة تحكمها، وإن كانت لا تقررها القدرة الهيكلية للهيمنة، وقد تشترك المؤسسات في علاقات السلطة القائمة على الهيمنة التي تمارسها على رعاياها.

كما يؤكد عليه بيار بورديو(Pierre Bourdieu)على أهمية القيم غير مادية المميزة على سلطة النفوذ، بأنها رأسمال ثقافي يرسي ذراعيه على مختلف الأنشطة السياسية والاجتماعية والثقافية .

نحن إذن إزاء ظاهرة كونية جديدة على مسرح التاريخ العالمي، ذلك أنه مع الحواسيب وشبكات الالكترون، ثمة عالم جديد آخذ في التشكيل، سواء من حيث فضائه ومجاله .... من هنا تغير الممثلون واللاعبون على المسرح فعالم اليوم يصنعه اليوم أناس كبيل غيتس ورجال الاقتصاد الناعم ومالكي الشركات الإعلام والذين يحتلون الشاشة من فنانين وسياسيين،أكثر مما يصنعه مثقفون أمثال تشومسكي أوجان زيغلر أو روجيه غارودي أو حتى فوكوياما[508]

[508] علي حرب، حديث النهايات: فتوحات العولمة ومأزق الهوية، المركز الثقافي العربي، المغرب، الطبعة الأولى، 2004. ص 120.

فإن قدرة المجتمع المدني على توفير المحتوى لعمل الدولة في المجال العام (شبكة من المعلومات ووجهات النظر التي يمكن توصيلها، وهو ما يكفل الديمقراطية ويخلق في نهاية المطاف شروط الممارسة المشروعة للسلطة السلطة باعتبارها تمثيل لقيم ومصالح المواطنين التي يتم التعبير عنها من خلال الجدل في المجال العام، ويستند الاستقرار المؤسسي، إذن على القدرة على إبراز المصالح والقيم المختلفة في العملية الديمقراطية عبر شبكات الاتصال[509] .

إذن، مكنت هذه الوسائط فاعلين جددا من الظهور على الساحة وعرض قضايا وأفكار جديدة في مجال التداول العام والنقاش والجدل العلنيين (قضايا كانت ستبقى تحت سيطرة النخب القائمة التي تنظم المعرفة وتوزعها) واستعمال قنوات التواصل ومساحات للاتصال لم تتيح سابقا، من أجل تأسيس شبكات وفئات اجتماعية جديدة وتقديم برامج وأشكال عمل جديدة، ينطبق على ذلك آلة التصوير (الكاميرا) وآلة الطباعة في الماضي، بالقدر الذي ينطبق فيه اليوم على الانترنت والهواتف المحمولة[510] .

5-1 الشباب:

فالشباب لغة معناه :الفتاء والحداثة، وشب يشب شبابا وشيبة، وفي حديث صريح : تجوز شهادة الصبيان على الكبار، ويستشبون أي يستشهد من شب منهم وكبر إذا بلغ، والاسم: الشبيبة هو خلاف الشيب والشباب جمع شاب، وكذلك الشبان، ويقول الأصمعي : من شب الغلام يشب شابا، وشبوبا، وأشبه الله، أو أشب الله قرنه بمعنى زيادة في الكلام، ورجل شاب والجمع شبان، والشباب اسم للجمع[511].

يؤكد بيار بورديو(Pierre Bourdieu)أن مصطلح الشباب، لا يعبر عن فئة اجتماعية واضحة المعالم، ولا يمكن تدارك مفهوم الشباب إلا في ظل سياق اجتماعي، ومن خلال ربط علاقة الشباب بهذه الظاهرة التكنولوجية الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) لا بد علينا أن نعرف أين يتموقع شبابنا في مجتمعه؟ وفي هذا الصدد يقول بيار بورديو :« نحن لا نعرف أين ينتهي الشباب لتبدأ الشيخوخة [512]» .

نقصد بالشباب في هذه الدراسة هؤلاء الشباب المنخرطين في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك مثلا حيث يرونه كحلبة النقاش والتعبير عن أفكارهم واتجاهاتهم، خاصة السياسية منها من دون قيود ومن دون حواجز، بمجموعة من الوسائط كالنكت والصور الكاريكاتورية التي تعبر وتحاكي الواقع السياسي من دون منازع، على اعتبار هذا الفضاء العام الافتراضي يمتاز

---

[509]مانويل كاستلز، سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، القاهرة، الطبعة الأولى، 2014، ص 37- 40.

[510]باسم الطويسي وآخرون، ظاهرة ويكيليس، حول الإعلام والسياسة بين الافتراضي والواقعي، المركزالعربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، الطبعة الأولى، 2012، ص 113.

[511]ابن منظور، لسان العرب المحيط من تقديم الشيخ عبد الله علايلي، المجلد الثالث، دار الجيل، بيروت، 1988، ص 259-260.

[512]– Bourdieu Pierre, Question de sociologie, Paris, Minuit,1948, p 143.

بخصائص وميزات التي لا تتوافر عليه الفضاء العام بالمفهوم التقليدي، إنه فضاء المحرومين من الكلام في العالم الواقعي الذي يعترف بالرسميات والطبقات الاجتماعية، على عكس هذا الفضاء العام الافتراضي الذي يوفي بكل مدلولاته ، حيث نجد من هب ودب بإمكانه النقاش في المسائل السياسية بأريحية أكثر .

2 سمات عصر وسائل التواصل الاجتماعي[513] :

يتصف عصر التواصل الاجتماعي التقني الذي يعيشه العالم حاليا بانتشار الشعور بالذاتية وقدرة الفرد على التأثير في عالم مفتوح ، وكما أن الفضاء الإلكتروني يزيد من فرص الابتكار والإبداع سواء في النواحي الإيجابية أو السلبية، ويدفع الفرد إلى بناء منظومته التفاعلية بلا حدود زمنية ومكانية، ومن ثم ينتقل عبر المكان والزمان دون مغادرة محل إقامته وكأنه رحالة افتراضي، يبحر في مختلف الاتجاهات والثقافات، ويرى على بعد مسافات تربو على ملايين الكيلومترات.

وقد برزت سمات وخصائص مميزة لعصر التواصل التقني بمختلف وسائله، التي أسهمت بشكل مباشر وغير مباشر في إحداث تغيرات بنيوية أفقيا ورأسيا في مجالات عدة :

وجود علاقات طردية بين الفرد والحرية ووسائل التواصل الاجتماعي، فكلما زادت حاجة الفرد إلى الحرية زادت حاجته إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وازداد ارتباطه بها .

ازدياد الوعي السياسي بين المواطنين بصورة غير مسبوقة، حيث إن التواصل بين مستخدمي المواقع يوفر الفرصة للنقاش، ويتيح مزيدا من الفهم للقضايا والموضوعات السياسية المثارة، وخاصة في ظل وجود خبرات متنوعة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من مثقفين وسياسيين وأكاديميين وأناس عاديين، فعلى سبيل المثال، بلغ عدد مستخدمي بعض صفحات موقع فيسبوك في مصر خلال ذروة الاحتجاجات ضد نظام الرئيس السابق محمد حسني مبارك أرقاما لافتة، وفي هذا الإطار تجدر الإشارة إلى صفحة كلنا خالد سعيد .

يرى بعض الباحثين أن وسائل التواصل الاجتماعي بات لها أثر واضح في تشجيع المواطنين على المشاركة السياسية. حيث توفر هذه الوسائل الفرصة لمزيد من الفهم لحقوق المواطنة، وتعمق إدراك المواطنين لقضاياهم، بينما يرى آخرون أن هذه الوسائل تسهم في نشر الشائعات والمعلومات السياسية المغلوطة، وتجعل الشباب أسير فكرة الاحتجاج الإلكتروني عوضا عن الإسهام الإيجابي الفعال في خدمة وطنهم.

ازدياد دور المؤسسات الإقليمية والدولية في تشجيع المواطنين على المشاركة في صنع السياسات العامة لدولهم، ما يزيد من تأثير هذه المؤسسات في السياسات الداخلية، للدول، حيث برز دور أكاديمية التغيير في قطر، وكذلك المعهد الوطني الديمقراطي والمعهد الجمهوري الدولي الأمريكيين

[513] جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من الفيسبوك إلى القبيلة، دار النشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص 38-42 .

في تدريب الشباب العرب وتشجيعهم على المشاركة السياسية في دولهم، وأسلوب القيام بالتظاهرات السلمية ومواجهة قوات الأمن وتوثيق أساليب معاملتها للمتظاهرين .

تأثر الوعي السياسي لدى مستخدمي الانترنت يتناقل الخبرات والدروس المستفادة بين مواطني الدول، بعضهم ببعض، عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولعل نقل خبرات المتظاهرين التونسيين في التعامل مع قوات الأمن خلال فترة الاحتجاجات الشعبية إلى نظرائهم المصريين عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعد برهانا قويا على هذا الأمر .

ازدياد قوة المجتمع المدني، حيث اتخذ من وسائل التواصل الاجتماعي منصة للانتشار وممارسة دوره العابر للقيود المحلية التي تضعها بعض الحكومات والسلطات على أنشطة هذه المؤسسات في داخل الدول، كما تنامى ارتباط الشباب بهذه المؤسسات ورغبتهم في بناء علاقات معها للدفاع عن قضاياهم وتبني وجهات نظرهم.

وفي هذا السياق ذاته قرر باحثون أن الإعلام الجديد هو إعلام بديل يرفض التمويل الحكومي أو التجاري، ويمثل المجتمع المدني، ويعارض هيكل السلطة، والخطاب الإعلامي السائد[514]

3 رهانات مواقع التواصل الاجتماعي نحو تشكيل فضاء عام :

3-1 مفهوم الفضاء العام :

إن فكرة الحيز العام جد أنية بل تجدرت في النقاشات الفلسفية منذ عهد الإغريق، وبخاصة تلك المعلنة وبالدولة والفضاء وخارجها فمثلا لا نجد لدى أرسطو تميزا بين حيز عام سياسي تمثله الدولة والحيز العام، ويرى أرسطو أن الحيز العام الوحيد هو الدولة أو المجتمع والسياسة » أي أننا لا نجد تمايزا بين الدولة بمفهومها الحديث والمجتمع، وبالتالي فإن مفهوم الحيز العام عند أرسطو هو مفهوم جمعي لا يمايز بين التفاعلات المجتمعية من جهة، وتلك المؤسسة التي تمثل الدولة من جهة أخرى، كما أن نظرته إلى الحيز العام تتطابق مع رؤيته للحيز الخاص، إذ لا يرى أرسطو أن العائلة أو المنزل حيز خاص، بل يرى أن العائلة هي المركب الأصغر من مركبات الدولة ممثلة سيدها رب العائلة .

بعد ذلك بدأت عملية تطور تاريخية تفصل بين المجتمع والدولة وبين المجتمع والعائلة، وقد تقونن هذا الفصل منذ القانون الروماني وبدأ مع مفهوم الدولة فحسب، وانطلاقا من هذا يعرف عزمي بشارة الحيز العام في كتابه المجتمع المدني أنه : فضاء اجتماعي – سياسي، قانوني،ثقافي يتسع أو يضيق، وقد يكون له اهتمام بما يجري داخل العائلة وقد يكون له اهتمام بما يجري داخل العائلة وقد يكون له اهتمام بما يجري خارج الدولة .

[514]سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، دار جداول للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2011، ص 34.

أما في ما يتعلق بالعلاقة بين المجال العام والإعلام، فقد بدأ اهتمام علماء الاجتماع بنظريات الإعلام وتأثير وسائل الاتصال سوسيولوجيا منذ خمسينيات القرن المنصرم، ويعود إلى كل من هارولد إينس (Harold Innis) وهربرت مارشال ماكلوهان (Mucluhan Marschall Herbert) الفصل في فتح المجال أمام التنظير لأنشطة الاتصال ودورها سوسيولوجيا، حيث نجد إينس أن "طبيعة وسائل الاتصال تترك آثارا قوية في تنظيم المجتمع"، وقد قدم إينس دراسة عن تأثير وسائل الاتصال فيما أطلق عليه "الحيز الاجتماعي"[515]

أما ماكلوهان، فقد انطلق من أفكار إينس، وعمل على تطويرها في دراسته "وسائل الاتصال في المجتمعات الصناعية "، وما نتج منها من منظومة إلكترونية سهلة الاستخدام، على عكس النتائج التي توصل إليها إينس، أطلق ماكلوهان أول مرة مصطلح" القرية الكونية " استنادا إلى دور التلفاز الذي مكن البشر من جميع أرجاء العالم من مشاهدة الأحداث العالمية والتأثر بها على نحو فوري، ليس في القضايا الكبرى فحسب، وإنما في الأمور التفصيلية، يصبح ذلك إجرائيا حتى على عصرنا هذا، على الرغم من الطفرة التقنية وشيوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى الرغم من أهمية الأفكار التي قدمتها هذه النظريات، فهي ركزت أساسا على فاعلية "وسيلة التواصل" ولم يعط أهمية لدراسة الوسط الذي يقيس فاعليتها، وبالتالي تعد هذه النظريات بمنزلة أبجديات الإعلام والاتصال لكون نتائجها وتعميماتها يمكن النظر إلى أهميتها في إطار المرحلة التاريخية التي تطورت فيها الوسيلة، إذ لا يمكن الارتكان إلى دراسة حالة الكتابات الهيروغليفية كما عند إينس، أو التلفاز عند ماكلوهان، والاستناد إلى هذه النتائج في ظل التطور السريع والمتواصل للوسيلة الاتصالية ودورها التفاعلي.

مفهوم الفضاء العام تناوله مختلف الدراسات ولكن كل واحد حسب منظوره الخاص، حتى أن وجد ضالته عند الفيلسوف يورغنهابرماس وحنة آرندت[516]

ضمن هذا الإطار ظهرت نظرية أكثر تماسكا ضمن نظريات الإعلام، تبلورت في ما أنتجه عالم الاجتماع الألماني يورغن هابرماس (Jurgen Habermas) ضمن مدرسة فرانكفورت (النقدية)، والتي أطلق عليها اسم المجال العام عام 1989 .

الفضاء العام كمفهوم استخدم في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأصبح أكثر تداولا انطلاقا من الستينيات لا سيما بعد ظهور مؤلف (Jurgen Habermas) " الفضاء العمومي: أركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكونا بنيويا للمجتمع البورجوازي" عام 1962 [517].

---

[515] حمزة مصطفى المصطفى، المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، الخصائص، الاتجاهات، آليات صنع الرأي العام، المركز العربي للأبحاث والسياسات، قطر .

12 Jacqueperriault, sur quelques particularités des réseaux frontières, coordonné par éricletonturier, cnrs, éditio paris, 2012, p 171[516]

13Jurgen Habermas, l'espace public, Archéologie Bourgeoise, Payot, Paris , 1962

ويمثل في نظره حلبة للنقاش العام التي تدور فيها المساحات وتتشكل فيها الآراء والمواقف حول القضايا التي تجسد اهتمامات الناس وهمومهم، ويرى أن المجال العام في المجتمعات الغربية قد بدأ ينشأ أول الأمر في الصالونات والمقاهي في لندن وباريس، ويمثل من حيث المبدأ على الأقل التقاء الناس بوصفهم أفراد متساويين في منتديات شبه مفتوحة للنقاشات العلمية [518] ، ومن هنا يمكن إسقاطها على مواقع التواصل الاجتماعي التي أفضت لتشكل فضاء عمومي في ثوب تكنولوجي محض عن طريق التفاعل بواسطة الصورة والفيديو والإشارات وغيرها، للتعبير بأريحية عن أفكارهم وهمومهم ومشاعرهم،، وهنا نجدر الإشارة إلى مفهوم الشعور الجمعي الذي يعبر عنه دوركايم ويعتبره عنصرا فعالا في عملية الاتصال إذ يعرفه:« مجموعة من المعتقدات والعواطف المشتركة لعضو من المجتمع الذي يشكل نظام محددللحياة وهذا ما نسميه بالشعور الجمعي conscience collectives.» ([519])

كما كتب إريك جورج عن تصور هابرماس للفضاء العمومي الحديث باعتباره فضاء الكلام الحر غير مرتبط بإكراهات الحاجة، أو الإكراهات الاجتماعية، حيث أن المجتمع هو نتيجة صافية لعمل العقل[520]

يحلل هابرماس طريقة تطور وسائل الاتصال منذ أوائل القرن الثامن عشر حتى عصرنا الراهن، لكنه يلحظ أن هذا التطور يمثل متغيرا تابعا شريطة لمتغير مستقل يرتبط بدوره بالحيز الذي تدور فيه النقاشات وتكون المواقف والاتجاهات التي تجسد اهتمامات الناس وهمومهم وطموحهم، وتأثرهم بالوسيلة الاتصالية.

انطلاقا من هذا التعريف فإن المجال العام لا يمكن فهمه كمؤسسة أو سلطة فحسب، بل يمكن وصفه بالإطار المنتوج المستند إلى شبكة تواصل تؤمن تبادل المعلومات ووجهات النظر والمواقف حول موضوعات معددة، وبالتالي فإن فكرة المجال العام هي تحفيزية للفعل السياسي، وهي وسيلة تصحيحية للانحرافات والفساد في المؤسسات، وترسيخ الممارسات الديمقراطية خارج المجال العام الذي تنشئه السلطة، وهذا ما يؤكده بيار ليفي Pierre Lévy حيث يرى« أن الفضاء السيبيري أصبح مكان يأخذ شكل جديد من الديمقراطية المباشرة على نطاق واسع [521]»

بناء على ما سبق، يمكن أن نصل إلى تعريف مبسط للمجال العام بحسب ما يطرحه هابرماس "وهو التقاء الناس في منتديات شبه مفتوحة للمناقشات العام، إضافة إلى هذا الفعل التفاعلي الشامل، رأى هابرماس يبين أن المجال العام شهد انحطاطا في الديمقراطيات الغربية، ذلك أن مناقضة القضايا السياسية انحصرت في إطار البرلمانات وفي وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي

[518]غدنز أنتوني، علم الاجتماع، ترجمة: فايز الصباغ، دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الرابعة، 2005، ص 511-512.
15-Durkheim Emille ,De La Division du Travail Social, édition ,PUF, Paris, 1994 ;P46.

[520]كوينتين دولافيكتورا، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند حنة آرنتوهابرماس: استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحداثة، ترجمة : نور الدين علوش، مجلة إضافات عدد 22، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص 55.

[521]- Lévy Pierre,L'intelligence collective, pour une Anthropologie du cyberspace, éditions la Découvert, Paris,1997, P 71 .

فإن المصالح السياسية الحزبية والاقتصادية هيمنة على المصلحة العامة، وغدا الرأي العام بحسب رأيه حصيلة عملية الاستمالة من قبل القوى السياسية عبر الحملات الدعائية. غير أن الديمقراطية لا تتم في داخل المؤسسات السياسية وحدها، إنها تشمل جميع قطاعات النشاط الاجتماعي والاقتصادي والثقافي[522].

وإذا ما انطلقنا من التعريفات السابقة لفكرة المجال العام، نجد في سورية ما يدل عليها، فقد احتلت السلطة المجال العام من خلال مؤسساتها الحزبية والمنظمية والنقابية التي أحكمت إغلاقها وتقنينها على نحو يمنع تبادل الآراء والأفكار والمواقف والاتجاهات، أما المنتديات الفكرية للمهتمين بالشأن العام، فقد كانت تعقد في الإطار الضيق المحدود الذي لا يسمح بتناقل الأفكار وانتقالها إلى المجتمع السوري خارج القنوات التقليدية .

برزت خلال الثورة السورية معطيات أسهمت في زيادة تأثير المجتمع الافتراضي، فمصادرة السلطة للحيز العام بشكله التقليدي، ومنع النقاش والحراك السياسي فيه، أحال شباب الثورة إلى مغادرته والاستعاضة عنه بالحيز العام الافتراضي لاستعادة المجال السياسي المختطف لدى الدكتاتورية وهو الأمر الذي أفقد وسائل خطاب النظام التقليدية فاعليتها، في ظل انفتاح السوق الإعلامية العربية (النقاشات، الصحف، ... إلخ) على الحيز الجديد، وتناول المعاني والنقاشات عبرها، وهذا ما أكده مصطفى مجاهدي في الملتقى الدولي بمركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية **crasc** حيث يقول :« تقف على الدور الحقيقي لهذه الفضاءات الافتراضية في الدفع بالجماهير إلى الشارع وإحداث الثورات [523] ».

ومن هنا يتبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي خلقت انقلابات سياسية من خلال ظهور احتجاجات وثورات للعديد من الدول العربية ويبدو« استخدام تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لترويج المعارضة والإصلاح السياسي يضفي مصداقية على نموذج الديمقراطية الإعلامية، ويتضح هذا في الاحتجاجات واسعة النطاق في الشرق الأوسط وشمال افريقيا والتي تعرف باسم الربيع العربي[524].

واستعرض رئيس لجنة الحقوق والحريات بنقابة الصحفيين في تعز باليمن زكريا الكمالي دور الإعلام الجديد في الثورة اليمنية قائلا: إن الإعلام الجديد ليس صاحب الفضل في بواكير الثورة في

---

[522]كلود جوليا، انتحار الديمقراطيات، ترجمة : عيسى عصفور، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق،

[523]--مصطفى مجاهدي ، شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر: الاستعمالات زمن ثورات الربيع العربي،الملتقى الدولي حول علماء الاجتماع العرب أمام أسئلة التحولات الراهنة، دفتر الملخصات،مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية،وهران،يوم: 18-19-20 فبراير 2014.

[524]علي كنعان، المجتمع المدني والإعلام، دار النشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى،2015، ص65..

اليمن، لكن مواقع التواصل الاجتماعي تركت في الشهور التالية أثرا في إنعاش الزخم الثوري وإيصال صوت الثورة إلى الناس[525]

وقد توصل بغض المفكرين على الثورة الاتصالية الثالثة تنطوي في داخلها على نفس بذور الإخفاق التي لازمت تاريخيا الابتكارات التي شهدها حقل وسائل الاتصال، فبدلا من خلق مستقبل جديد، تدعو التكنولوجيا الجديدة الحديثة جمهور الشعب للمشاركة في طقس من السيطرة والتوجيه وتحجب الافتتان بالتكنولوجيا العوامل التحتية للسياسة والسلطة [526]

وبالتالي يمكن أن الحيز العام الافتراضي متمثلا بوسائل الإعلام التفاعلية (نوميديا) قد تقدمت بوصفها مجالا عاما حقيقيا نافيا المجال السياسي القديم وبفاعلية شديدة قادرة على إنتاج حالة اجتماع على قيم ورموز سياسية معينة.

وبالتالي، فإن الحيز العام الافتراضي يشكل المورد الأساسي للتفاعلات والتغيرات في القيم والرموز السياسية التي تنتج ضمن المجتمع السوري.

وعليه تحاول الدراسة أن تفهم تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي Social Média في تكوين الكيانات التنظيمية وقوننتها ضمن المجتمع الافتراضي " الانترنت " وأثره في الواقع وسلوك الفاعلين، وقدرتها على إنتاج اتجاهات جديدة ضمن الرأي العام السوري افتراضيا وميدانيا.

وهذا ما أكده أحمد الساري في كتابه الموسوم : جيل الشباب في الوطن العربي ووسائل المشاركة غير التقليدية من المجال الافتراضي إلى الثورة، حيث يرى أن المجال العام الافتراضي أعاد الأمل في ظل تناقض الحريات في المجال الواقعي، ولعل أفكار هابرماس في ما يتعلق بالمجال العام تنطبق مع الانترنت الذي شكل مجاله العام ليتخطى حدود المجال الفيزيقي، ويسبح في أفق المجتمع الشبكي .[527]

الخاتمة :

العالم يشهد تحولات اجتماعية وثقافية وسياسية لم تكن من قبل، تحت مظلة القوة الإعلام الجديد بمفعول تقني ومعرفي عمل على ترسيخ دمقرطة الفضاء العام، وتدعيم حقوق الإنسان وصارت هذه العناصر من بين المفاهيم الأساسية نتيجة سهولة الاستخدام دون تكاليف مادية، ولم يعد الإعلام الجديد على سبيل المثال مواقع التواصل الاجتماعي حبيسة السلطة السياسية، وأصبحت هذه الوسائط الإلكترونية يقودها الجيل الرقمي الذي يعمل على تغطية ونقل العديد من القضايا والأحداث السياسية عبر الصورة والفيديو، كل هذا ما أدى إلى بروز فضاء عام يستمد روحه من

---

[525] وليد حسني زهره، صناعة الثورات، الإعلام في الربيع العربي : ناقل أم محرض..؟ وقائع الملتقى الأول للمدافعين عن حرية الإعلام في العالم العربي، الطبعة الأولى، عمان، 5-7 ديسمبر 2011، ص 32.

[526] هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة : عبد السلام رضوان، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، بدون طبعة، 1999، ص 208.

[527] أحمد الساري وآخرون، جيل الشباب في الوطن العربي ووسائل المشاركة غير التقليدية من المجال الافتراضي إلى الثورة، مركز دراسات الوحدة العربية، إشراف محمد العجباني، بيروت، الطبعة الأولى، 2013، ص177.

فضاء أثيري، بمعنى أن الفضاء العام لم يبقى على حاله وفق النمط التقليدي الذي كان يتأطر من مؤسسات رسمية لا يحق للجميع المشاركة في النقاش في المسائل السياسية على وجه الخصوص سوى الطبقة البورجوازية، وإنما أخذ منحى آخر تتغذى مآربه وفق فضاء عام افتراضي (مواقع التواصل الاجتماعي) لتعمل على بلورة الفضاء العام من خلال مشاركة أفراد المجتمع بغض النظر عن انتماءاتهم الاجتماعية والسياسية والعرقية التي تلتزم ببعض الضوابط السياسية والاجتماعية والثقافية.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية

1. ابن منظور، لسان العرب المحيط من تقديم الشيخ عبد الله علايلي، المجلد الثالث، دار الجيل، بيروت، 1988.
2. أحمد الساري وآخرون، جيل الشباب في الوطن العربي ووسائل المشاركة غير التقليدية من المجال الافتراضي إلى الثورة، مركز دراسات الوحدة العربية، إشراف محمد العجباني، بيروت، الطبعة الأولى، 2013.
3. باسم الطويسي وآخرون، ظاهرة ويكيليس، حول الإعلام والسياسة بين الافتراضي والواقعي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، الطبعة الأولى، 2012.
4. جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من الفيسبوك إلى القبيلة، دار النشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013 .
5. حمزة مصطفى المصطفى، المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، الخصائص، الاتجاهات، آليات صنع الرأي العام، المركز العربي للأبحاث والسياسات، قطر .
6. سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، دار جداول للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2011.
7. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،الطبعة الأولى، 2014.
8. علي حرب، حديث النهايات: فتوحات العولمة ومأزق الهوية، المركز الثقافي العربي، المغرب، الطبعة الأولى، 2004.
9. غدنز أنتوني، علم الاجتماع، ترجمة: فايز الصباغ، دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الرابعة، 2005.
10. كلود جوليا، انتحار الديمقراطيات، ترجمة : عيسى عصفور، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق.
11. كنعان علي، المجتمع المدني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى،2015.
12. كوينتين دولافيكتورا، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند حنة آرنتوهابرماس: استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحداثة، ترجمة : نور الدين علوش، مجلة إضافات عدد 22، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.

13. مانويل كاستلز، سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، القاهرة، الطبعة الأولى، 2014.

14. مصطفى مجاهدي ، شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر: الاستعمالات زمن ثورات الربيع العربي،الملتقى الدولي حول علماء الاجتماع العرب أمام أسئلة التحولات الراهنة، دفتر الملخصات،مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية،وهرانيوم: 18-19-20 فبراير 2014.

15. هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة : عبد السلام رضوان، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، بدون طبعة، 1999.

16. وليد حسني زهره، صناعة الثورات، الإعلام في الربيع العربي : ناقل أم محرض..؟ وقائع الملتقى الأول للمدافعين عن حرية الإعلام في العالم العربي، الطبعة الأولى، عمان، 5-7 ديسمبر 2011.

المراجع باللغة الفرنسية :

1. Bourdieu Pierre, Question de sociologie, Paris, Minuit, 1948
2. Durkheim Émile, De La Division du Travail Social, édition ,PUF, Paris, 1994 .
3. Jacqueperriault, sur quelques particularités des réseaux frontiéres, coordonné par éricletonturier, cnrs, éditio paris, 2012
4. Jurgen Habermas, l'espace public, Archéologie Bourgeoise, Payot, Paris , 1962
5. Lévy Pierre, L'intelligence collective, pour une Anthropologie du cyberspace, éditions la Découvert, Paris, 1997.

أثر الإعلام المرئي في تكوين المفاهيم والقيم عند الطفل الجزائري
دراسة مسحية استطلاعية على عينة من الأطفال من 5-12 سنة (المدية الجزائر)

The impact of visual media on the formation of concepts and values in the Algerian child
(A survey on a sample of children from 5-12 years of Medea Algeria)

الشيكر آنسة

باحثة دكتوراه تخصص إعلام واتصال

معهد الصحافة وعلوم الأخبار جامعة منوبة. تونس

ملخص:

بالرغم من انتشار التكنولوجيا المتطورة إلا أنه لا يزال التلفزيون الوسيلة الأقرب والسهلة التي يمكن امتلاكها بشكل سهل .ويعتبر الطفل الأكثر مشاهدة له وهو يبحث دائما عن برامج تعلمه وتسليه. فقد تربع هذا الأخير وبدون منازع على قلوب الأطفال التي تتابع باهتمام ولساعات طويلة متصلة ومتقطعة كل ما يعرض من أحاديث وصور مما جعل أصبح ينذر بالخطر وأهم قنوات الاتصال الجماهيري في هذه الأيام على الأطفال نظرا لانبهارهم بها بشكل كبير وباعتبارها فئة حساسة يمكن أن تمتص قيما ومفاهيم من خلال الشاشة دون تنقية.

الكلمات المفتاحية :

الطفل – القيم – المفاهيم– مرحلة الطفولة

Abstract:

Despite the spread of advanced technology, however, television is still the easiest and easiest means that can be easily acquired. The child is the most watched and is always looking for programs to learn and entertain. The latter is the undisputed leader of the children, who follow with interest and for long hours continuous and intermittent all the talk and pictures, which has become alarming and the most important channels of mass communication these days to children because of dazzling them as a large and sensitive category can absorb the values and concepts of During the screen without purification.

key words :
Child - Values - Concepts - Childhood

مقدمة:

لا تزال وسائل الإعلام السمعية البصرية من أهم وسائل الاتصال الحديثة في عصرنا الحالي حيث تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في كل أنحاء العالم، وذلك لما تنفرد به من خصائص ومميزات لا نجدها في الوسائل الأخرى، لاسيما في ظل التفاعل السريع للتكنولوجيا الحديثة والاتصال، فمن أبرز وسائل الاتصال انتشارا وتأثيرا على الأفراد التلفزيون . وفي ضوء هذه الوسيلة الاتصالية أصبح الطفل يحظى ببرامج تلفزيونية تربوية تثقيفية وتوجيهية ترعى فكره وسلوكه وقيمه لا أن تتناقض مع وسائط التربية الأخرى ما ينتج عنه الفوضى والعنف والانحراف.

هذا ما يتطلب بناء قاعدة اجتماعية قائمة على أسس ثابتة ومبادئ واضحة من خلال التعامل الذكي مع هذه التقنيات وتحصين المجتمع وخاصة فئة الأطفال. لمواجهة التدخل الإعلامي الوحيد الأطراف والاتجاهين المقدم إلى الناس وتوعية الفرد والمجتمع بالأخطار الناتجة عن هذا التعرض وضرورة النقد والتحليل مع تمكين الطفل من اكتساب القدرة على الانتقاء والتقييم لما تبثه الوسائل الاتصال الجماهيري.

فالتلفزيون لديه خصائص ومميزات تمكنه من التأثير على الأفراد وخاصة فئة الأطفال عن طريق الإقناع والآليات الاتصالية التي يتمتع بها من خلال ما يشبه من برامج إعلامية المختلفة سواء كانت ثقافية ترفيهية أو غير ذلك ، كما تؤكد الكثير من الأبحاث أن التلفزيون وحده الذي يملك قوة الصوت والصورة واللون الذي يجذب انتباه الطفل.

أولا : الإطار المنهجي للدراسة :

1. الإشكالية:

يطغى استعمال الوسائل السمعية البصرية على حياة الإنسان المعاصر، فبعد أن كان هذا الإنسان في بداية ظهور هاته الوسائل التكنولوجية يستعمل أداة أو أداتين لا أكثر في حياته اليومية بغرض الاستئناس والترفيه، أصبح الإنسان اليوم رهينة إن لم نقل ضحية كم هائل من الوسائل السمعية البصرية، فالتلفزيون في حد ذاته يشغل الحيز الأكبر من هذه الاستعمالات، فهو الوسيلة الأكثر تأثيرا وأبلغها وضوحا من بين الوسائل الأخرى لجمعه بين الصورة والصوت والكلمة في نقل رسالته إلى جمهوره باختلاف أنواعه وعناصره والطفل عنصر من عناصر الجمهور المستهدف من طرف هذه الوسيلة .

ويعد التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا بين الأطفال في المراحل العمرية الأولى كما أن غالبيتهم يشاهدونه بصفة منتظمة، فهو مصدر رئيسي للبرامج التي تعرض على الأطفال صورة

المجتمع، كما يعتبر من وسائط التربية الفاعلة في نقل القيم والأفكار والمفاهيم، ويسهم كذلك في بلورة الاتجاهات وتغييرها.

فموضوع القيم يحظى بأهمية كبيرة في العملية التربوية، وذلك لما لها من أهمية بالغة في حياة أفراد المجتمع، حيث تعد الأساس في الاستقرار النفسي والاجتماعي للأفراد والمجتمعات على حد سواء. وتتعدد وسائل التطبيع الاجتماعي التي تسهم في غرس القيم وتحقيقها لدى الأطفال، يأتي في مقدمتها التلفزيون وذلك لما يساهم به من إعداد وتكوين لشخصية الطفل.

ففي الآونة الأخيرة ازداد خبراء التربية والإعلام بدراسة أثر التلفزيون على قيم الأطفال لكونهم يمضون أوقاتا طويلة في مشاهدة برامجه، ويتأثرون بما يشاهدونه ويظهر ذلك في سلوكهم وأخلاقهم واتجاهاتهم.

ومن هنا نطرح السؤال المحوري التالي:

هل التلفزيون أثر في تكوين المفاهيم والقيم لدى الطفل من 05 إلى 12سنة بالمدية ؟

1. **أهداف الدراسة:**

- دراسة الواقع الإعلامي الجزائري الحالي المقدم للأطفال من خلال البرامج التلفزيونية .
- معرفة دور برامج الأطفال المتلفزة في تدعيم القيم الدينية والعلمية والجمالية والوطنية والتربوية لدى الطفل.
- التعرف على دور الأسرة في هذه المرحلة وما يقومون به.
- التعرف على سبل النهوض بإعلام الطفل وتقديم إعلام بديل يحقق الأهداف التربوية والاجتماعية والثقافية المنشودة في تربية للطفل .
- التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لمشاهدة الطفل لبرامج التلفزيون.

2. **المنهج المستخدم:**

إن القيام بأي دراسة علمية يتطلب من الباحثين التمعن في مناهج البحث العلمي المختلفة لاختيار المنهج المناسب والأكثر ملائمة لموضوع البحث، ونظرا لطبيعة الدراسة فإن المنهج المسحي التحليلي هو الأنسب والأكثر ملائمة للدراسات الميدانية، بحيث يعتبر من المناهج الأكثر شيوعا في الاستعمال في عصرنا هذا كما أنه يعتمد على دراسة الأوضاع الراهنة والتعرف على آراء ومواقف الأفراد والجماعات.

3. **أهمية الدراسة :**

أ. **الأهمية النظرية :**

من الممكن أن تسهم هذه الدراسة في فتح أفاق متعددة يمكن أن تكون مجالا لدراسات أخرى في هذا الموضوع منها:

1. دراسة دور الإعلام بشكل عام بتنشئة الطفل.

2. مجموع دراسات المراحل العمرية للأطفال حول تأثير التلفزيون كل مرحلة حسب الخصائص المميزة لها.

أ. **الأهمية التطبيقية :**

1. تسهم نتائج الدراسة في إفادة التربويين ومن يقومون بتوجيه وتربية النشء لتجنب الآثار التي تتركها البرامج التلفزيونية.
2. وضع تصور مقترح لبدائل تربوية صحيحة، تنطلق من المنهج الإسلامي يمكن من خلالها أو على أساسها وضع برامج بديلة تنمي القيم الإسلامية والثقافية والتربوية والاجتماعية والمفاهيم الإسلامية التي ينبغي أن يربى عليها أطفالنا.

1. نوع الدراسة:

تدخل الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية بحيث تهدف إلى تحليل وتقويم خصائص معينة أو دراسة للخصائص الراهنة التي تتعلق بطبيعة الظاهرة أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على المعلومات الكافية والدقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها[528].

2. **عينة البحث:**

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية بحكم أننا قصدنا فئة محددة وهي فئة الأطفال المتمدرسين الذين تتراوح أعمارهم مابين 5 و 12 سنة.من القسم التحضيري حتى السنة الخامسة ابتدائي على مستوى خمس مدارس ابتدائية بولاية المدية.

3. **الدراسات السابقة:**

-**دراسة عدلي رضا1994** تحت عنوان "السلوكيات التي يكتسبها الأطفال من المواد التلفزيونية التي تعرض العنف في التلفزيون" إلى التعرف على السلوكيات التي يتعلمها الأطفال من برامج العنف المعروضة في التلفزيون من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 مفردة من الآباء و الأمهات، وتوصلت الدراسة إلى أكثر من نصف العينة تؤكد أن التلفزيون مسؤول عن اكتساب العنف والسلوكيات المختلفة من خلال المواقف الدرامية الأجنبية.إذ أكد 83% من أفراد العينة أن أكثر المواد التلفزيونية التي تساعد على نشر المفاهيم والسلوكيات لدى الأطفال.

-**دراسة الدكتور زعموم مهدي** برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري نموذج من الرسوم المتحركة من 1999-2001 دراسة وصفية ميدانية وهي أطروحة دكتوراه قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 .واشكاليته تمثلت في مقاومة حضرية أبدتها التلفزة الجزائرية في وجه هذا الطوفان من غزو القيم ولماذا فتحت وسائل الإعلام أبوابها بكل استسلام.

[528] سمير محمد حنين.دراسات مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام.ط2.عالم الكتب.1990.ص131.

-**دراسة عاطف عدلي العبد1984** بعنوان "دور التلفزيون في إمداد الطفل المصري بالمعلومات من خلال برامج الأطفال" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة المعلومات التي تقدمها برامج الأطفال التلفزيونية للتعرف على مدى إقبال الأطفال على مشاهدة هذه البرامج وخصائصه، وأجريت هذه الدراسة التحليلية على دورتين تليفزيونيتين من برامج الأطفال المقدمة من التلفزيون المصري عينة ميدانية قوامها 40 طفل وطفلة حيث توصلت هذه الدراسة بأنه يحصل 49.78 % من الأطفال من أهم البرامج التي تمدهم بالمعلومات في حين البرامج الرياضية قدر ب 33.88% في حين المسلسلات 31.13%.

أدوات البحث:

بما أننا استعملنا المسح كمنهج لدراستنا فإن الأداة المناسبة هي : الاستبيان الذي يعتبر من التقنيات الأساسية التي تستعمل في مختلف البحوث لجمع الحقائق من الميدان وأسلوب جمع البيانات بطريقة منهجية ومقننة لتقديم آراء وأفكار في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة في البحث العلمي [529].

7-مفاهيم البحث:

القيم:

لغة:

القيمة في اللغة مشتقة من لفظة قوم وهي من القيام بنقيض السلوك ويجيء القيام بمعنى المحافظة والإصلاح ومنه قوله تعالى :" ألا ما دامت عليه قائما" أي ملازما ومحافظا وتأتي القيمة معنى الاستقامة.

اصطلاحا:

عرفها التربويين بأنها مجموعة من القوانين والأهداف والمثل العليا التي تواجه الإنسان في علاقته بالعالم المادي والاجتماعي والسماوي.[530]

إجرائيا: هي كل ما يصدره الشخص من حكم أو تقييم يعطيه لشيء ما اعتمادا على خليفته المرجعية التي اكتسبها عن طريق خبراته واحتكاكه بالبيئة المحيطة به.

تعريف المفاهيم:

تعد المفاهيم والقيم من المواضيع المهمة في علم النفس لكونها تعمل على مساعدة العقل على تنظيم المعلومات وإدراجها تحت مسميات معينة يسهل على العقل البشري أن يصنفها ويتذكرها كلما دعت الحاجة ويمكننا أن ندرج ثلاث وجهات نظر في تعريف المفهوم:

التعريف اللغوي:

---

[529] أحمد بن مرسلي. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.ط2.ديوان المطبوعات الجامعية.الجزائر.2003.ص286.

[530] عفيفي،محمد الهادي.الأصول الفلسفية للتربية الأنجلو مصرية.القاهرة.1970.ص379.

ويعني العلم أو فهم الكلام وهو يتعلق بالمعاني فيقال فهمت الكلام أو عرفته.

التعريف المنطقي:

وهو مجموعة من الصفات التي تكفي لتعريف الأشياء أو الظواهر وهو ضروري لتحديد مسميات الأشياء والحقائق.

التعريف النفسي:

ينطوي مفهوم الطفولة في علم النفس على معنيين رئيسيّين، الأوّل عام وهو يطلق على الفرد منذ لحظة الميلاد (الطفولة المبكّرة)، حتى مرحلة النضج الجنسي (البلوغ)، والمعنى الآخر خاص، ويطلق هذا المفهوم على الأعمار ما فوق سن المهد، وحتى سنّ المراهقة.

التعريف الإجرائي:

المفهوم هو مجموعة أو فئة أو صنف من الأشياء كما يمكن القول أنه هو صورة ذهنية أو فكرة تربط بين حقيقتين.

الطفل:

تعريف الطفل اصطلاحا:

إن الطفل هو كل شخص دون18 سنة، ومن ثم فإن أي شخص دون هذا السن يستحق الحماية[531] .

الطفل في اللغة :

هو الصغير من كل شيء، وتمتد الطفولة من الولادة إلى البلوغ، وقد يكون واحدا وقد يكون جمعا، قال الله تعالى:" أو الطفل الذين لم يظهروا على عورات النساء"النور 31

وفي مفهوم آخر للطفل تعتبر الحياة الإنسانية مجموعة من الحلقات العمرية أولها وأكثرها أهمية مرحلة الطفولة وتنسب الطفولة في اشتقاقها إلى الطفل أو الصغير ويعرف الطفل بأنه الصغير من كل مولود ذكرا كان أو أنثى الذي لم يصل بعد إلى مرحلة الحلم[532].

التعريف الإجرائي:

هو الطفل المتمدرس بالقسم الابتدائي، والذي يدخل ضمن الأطفال ذوي المرحلة العمرية من 05 إلى 12سنة، ومازال بحاجة لرعاية وحماية لعدم قدرته على التمييز بين إيجابية أو سلبية الشيء.

ثانيا: التلفزيون والطفل.

1. نشأة التلفزيون:

عرف التلفزيون في العالم العربي وفي مصر كأول تجربة في شهر مايو1951 وفي نفس الفترة ظهر بسوريا أما العراق عرف التلفزيون مبكرا 1956.في حين السودان شهدت نشأة التلفزيون في

---

[531] المادة الأولى من اتفاقية حقوق الطفل.1989.

[532] صالح ذياب هندي.أثر وسائل الإعلام على الطفل.دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.عمان .ط3. 1998.ص33.

20نوفمبر1963. وفي السعودية بدأ التلفزيون في 17تموز1965، كما شهدت الأردن الافتتاح الرسمي للتلفزيون عام 1968.

و في المغرب العربي عرفت الجزائر التلفزيون عام1956، وفي تونس 01 كانون الثاني1966، وأنشئ التلفزيون الليبي في 24 كانون الأول 1968[533].

2. أهمية التلفزيون وتأثيره على الأطفال:

يلعب التلفزيون دورا هاما في حياة الطفل وخاصة في مرحلة الطفولة المبكرة من ثلاث سنوات إلى ست سنوات حيث يعمل كمدعم قوي ومنشط لعملية التعلم في كل من الفصل الدراسي وفي المنزل كما يوفر التلفزيون من خلال ما يعرف من برامج وفقرات كثيرة من الفرص لتنمية المهارات اللغوية من خلال القصص التي يعرضها، وينمي أيضا القدرات العقلية لدى الطفل من خلال ما يعرضه من مفاهيم جديدة للطفل وينمي لديه القدرة على التفكير والاستنتاج والمناقشة.

ونتيجة لما يتسم به الطفل في هذه المرحلة من سمات عقلية وما يتصف به في هذه المرحلة من كونها مرحلة التفكير الإدراكي لكل ما حوله، يسهم التلفزيون كوسيلة اتصال بمخاطبة حاسة البصر وهي أولى الحواس في عملية إدراك الأشكال، وأكثر الحواس استخداما في اكتساب المعلومات والمفاهيم، كما يتسم التلفزيون بأنه أكثر الوسائل إيضاحا ولديه القوة على التفسير والتوضيح لما تمتاز مشاهدته من خاصية الجمع بين الصوت والصورة وتزيد الألوان من واقعيتها وأهميتها في إظهار التفاصيل وتحويل المعلومات في ذاكرة الطفل وتنميته فكريا وعقليا[534].

وهناك العديد من الدراسات التي أثبتت أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال وكذلك فعالية عناصر الصوت والصورة والعناصر الفنية في التأثير على الطفل ومنها إحدى الدراسات باليابان حول مقارنة التعليم بواسطة التلفزيون بالتعليم في المدرسة توصلت الدراسة إلى حقيقة أن للبرامج التلفزيونية تأثيرا مفيدا للذكاء العام فالبرنامج ترفع مستوى المعرفة بالعالم كما أنها تساعد الأطفال على اكتشاف عالمهم كما تساعدهم في عملية تشكيل البنى المعلوماتية و الرمزية والفكرية.

ودراسة لـ أني ستاسي بيير 1996 التي هدفت إلى دراسة رد فعل الأطفال لما يتعلمونه من التلفزيون وذلك من خلال تحديد كم الانتباه البصري الذي يولونه للتلفزيون، وقد أجري البحث على العينة من الأطفال مابين السابعة والعاشرة مركزة على الانتباه البصري لديهم وأنماطه والذاكرة من خلال برنامج تلفزيوني كوميدي، وذلك من أجل تقييم رد فعل الأطفال تحت ظروف وشروط المشاهدة المختلفة وقد وضعت ثلاث شروط مختلفة لتغيير كم الانتباه البصري لديهم، اثنان منهما تم التقليل الانتباه البصري إلى البرنامج والثالث تم تقسيم انتباه الأطفال مابين التلفزيون والأنشطة

[533]أسامة ظافر كبارة.البرامج التلفزيونية والتنشئة الاجتماعية للاطفال.ط1.دار النهضة العربية.بيروت.2009.ص 148.
[534]إيناس محمد ناسة.الإعلام المرئي وتنمية ذكاءات الطفل العربي.ط1.دار الفكر.عمان.2009.ص43.

الأخرى وقد قدمت قصة تلفزيونية تقدم معلومات مسموعة أو مرئية للأطفال وتم من خلالها قياس الانتباه البصري للمعلومات المقدمة من خلال تقرير مستمر لسلوك الأطفال أثناء المشاهدة وقد أظهرت النتائج تنوع كم الانتباه البصري تبعا لتنوع شروط وظروف المشاهدة حيث أظهر الأطفال الأكبر سنا مقدرة للمحافظة على انتباههم تجاه البرامج، كما أظهرت النتائج أن كل أطفال سن السابعة والعاشرة كان لديهم إحساس عال بأهمية المحتوى المقدم في التلفزيون كما أكد الأطفال أن العناصر المتوافرة في القصة والبرامج التلفزيونية المقدمة لهم مثل الحركة والتنويع في استخدام مؤثرات الصوت والصورة بطرق مختلفة ساعدهم في فهم المحتوى وإعادة صياغة القصة بأسلوبهم، كما يوجد لديهم ميول في أن تقسم اهتمامهم مابين التلفزيون والأنشطة الأخرى.

ونتيجة لما تأكده الدراسات من أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال فقد أعطى خبراء علم النفس والاجتماع المتخصصون في مجال الإعلام والجماهيرية اهتماما خاصا لتأثير التلفزيون على الطفل، كما أجمع الباحثون على أن الأطفال هم أكثر الفئات تأثرا ببرامج التلفزيون ويرجعون ذلك إلى عاملين هما.

1. أن الطفل يستمد كثيرا من خبرته عن الحياة من برامج التلفزيون، وأن خبراته الواقعية الواعية غير محدودة، ولذلك يتقبل ما يعرضه التلفزيون دون مناقشة بصيرة أو تفكير ناقد فتكون درجة امتصاصه للمادة المعروضة أكبر مما يمكن في مرحلة الطفولة المبكرة
2. العامل الثاني يلخص في أنه كلما كان سن الفرد وقلت خبرته صعب عليه الفصل بين الواقع الحقيقي الذي يعيش فيه والواقع الخيالي الذي تقوم عليه البرامج، وكذلك غالبا يعتقد أن ما يقدمه التلفزيون حقيقة واقعة.

ويعد التلفزيون ذو تأثيرات كبيرة على الطفل، ويقصد بالتأثيرات أي تغييرات في معارف وأفكار الأطفال أو في اتجاهاتهم وقيمهم وعلاقاتهم وسلوكياتهم، وذلك نتيجة لمشاهدة البرامج التلفزيونية فتثير انتباههم ويدركون ما بها من معارف ومعلومات وقد يتعلمون منها، وقد يغيرون من اتجاتهم أو يكونون اتجاهات جديدة أو من سلوكياتهم القديمة .

ويتضح مما سبق أن للتلفزيون تأثير كبير على الأطفال في جوانب شتى فهو يساعد على تطوير ذهن الطفل وتنمية قدرة العقل لديه كما يسهم في تنشيط خيال الطفل وتنمية التفكير الإبتكاري ويساعد في تنمية جوانب النمو اللغوي ويعمل على ترسيخ القيم التربوية وتنمية المهارات الاجتماعية في نفوس الأطفال[535].

1. <u>الآثار الإيجابية والسلبية للتلفاز في تنشئة الأطفال :</u>

<u>أ/- الآثار الإيجابية للتلفاز في تنشئة الأطفال:</u>

[535]إيناس محمد ناسة.المرجع نفسه.ص ص 48، 54.

من المؤكد أن التلفاز بما يعرضه هو أكثر وسائل الإعلام تأثيرا في المجتمع ككل وعلى الأطفال بشكل خاص، وذلك لطريقة عرضه للبرامج فالألوان الجميلة والأصوات الإيقاعية الصاخبة والحركات السريعة كلها وسائل إثارة وتشويق غير محدود تجعل الأطفال يجلسون حول التلفاز لساعات طويلة، السريعة كلها وسائل إثارة وتشويق غير محدود تجعل الأطفال يجلسون حول التلفاز لساعات طويلة، ناهيك عن أنه هذه في هذه الأيام متاحة للجميع في حين الذين لا يشاهدونه ويتابعون برامجه هم أفراد قلائل لقد أصبح التلفاز بديلا عن الجلسات العائلية وأصبح مصدرا للتسلية لقسم كبير من الناس في حين أحسن الكثير غيرهم استغلاله فكان له آثار إيجابية واضحة المعالم كأي وسيلة من وسائل الإعلام فهو سلاح ذو حدين يجد فيه كل إنسان بغيته وخاصة في هذه الأيام بعد أن انتشرت الفضائيات الإسلامية بشكل عام

ومن خلال هذا نذكر الأثر الإيجابي على تنشئة الطفل[536]:

- زيادة الاهتمام بالدين.
- زيادة المحصول اللغوي.
- زيادة الرصيد المعرفي.
- تحقيق السلوك المرغوب فيه.
- استثارة الخيال لدى الطفل.
- تحقيق التربية الاجتماعية التي تأتي في مقدمة القيم الاجتماعية .
- تنمية المهارات العقلية لدى الطفل.
- تنمية الثقة بالنفس والقدرة على التفكير السليم وتنمية القدرات الخلاقة لدى الطفل.

ب/- الآثار السلبية للتلفاز في تنشئة الأطفال:

ينظر كثير من الآباء إلى جهاز التلفاز نظرة سطحية، كمن ينظر إلى قنبلة على أنها مجرد كرة حديد يمكن ركلها واللعب بها. ولا يعبأ بما في داخلها من المواد المتفجرة والقاتلة ، ينظرون إلى التلفزيون على أنه مجرد جهاز تسلية ولا يأبهون لمضمون ما يبثه من مواد سيئة وضارة.

فمن باب التسلية هذا تدخل الشرور والمفاسد إلى عقول الأطفال وأنفسهم فبعضها يظهر فورا في أقوال الطفل وتصرفاته، وبعضها لا يظهر فورا وإنما مع مرور الزمن، حيث يستمر دخول هذه الشرور والمفاسد بانتظام وتتراكم في داخل نفس الطفل وتدخل في صميم قناعاته الشخصية على أنها جزء حقيقي من السلوك الإنساني والاجتماعي، وعندما يكبر ويصل إلى مرحلة المراهقة حيث تبرز شخصيته ويزداد استقلالا عن الكبار، تظهر هذه الأمراض في أخلاقه وتصوراته وسلوكه وأقواله، ويبدأ في التعامل مع أهله ومع الناس من خلال ما تجمع لديه من مشاهداته التلفزيونية

[536] صلاح محمد عبد الحميد. الإعلام والطفل العربي.ط1.مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.2012.ص164.

والتأثير السلبي يظهر على الطفل من خلال[537]:

- أن الطفل يتأثر سلوكه نحو العدوان بمشاهدته للتلفاز
- اكتساب الأطفال سلوكيات عدوانية مخيفة
- اتساع العزلة الاجتماعية بين الطفل وأفراد أسرته ومحيطه
- إضاعة الوقت في قضاء أكبر حجم ساعي أمام التلفاز.
- انصراف الطفل نحو البرامج التلفزيونية على حساب مواعيد المذاكرة .
- يحد من حركة الطفل ونشاطه مما يؤدي إلى الكسل والخمول.
- اكتساب سلوكيات وقيم غير مرغوب فيها تتنافى مع الدين والأخلاق.
- تقليد الطفل للعادات الغريبة التي ليس لها صلة بديننا الإسلامي .
- بروز مفاهيم وقيم فاسدة باطلة فيها كثير من الأخطاء حتى الإعتقادية منها.

1. <u>العوامل التحفيزية التي تساهم في تأثر الطفل بالتلفزيون :</u>

أ/- العمر:

في تقرير إنجليزي نشر عام 1969 تبين أن الأطفال في عمر 6 سنوات يفهموا تفاعل وتتابع أحداث البرنامج المعروض، كما توصلت الدراسة إلى أن الأطفال قبل عمر 6سنوات يدركون كل شيء في التلفزيون كما لو كان حقيقة صادقة وهناك خلاصة أساسية توصلت إليها البحوث وهي أن الطفل في السنوات المبكرة من عمره، يمر من خلال مرحلة نمو مبكر للعمليات المعرفية تقيد فهمه لمضمون الشيء المدرك، ولذلك فالطفل في هذا السن يدرك ويفهم مضمون البرنامج التلفزيوني بناءا على إدراكا ته وخبراته المحدودة والعوامل الذاتية وليس بناءا على الإدراك الموضوعي.

لذلك فتأثير التلفزيون يكون أعظم في أطفال ما قبل المدرسة الابتدائية، وهذه النتائج تتفق مع ما توصل إليه علم النفس النمو، حيث توصل العلماء إلى أن الطفل في سن 3سنوات يكون عاجزا عن التمييز الدقيق بين الشخص والموقف الذي يوجد فيه أو بين الشيء ومحيطه.

ولذلك كثيرا ما يعمم الطفل تجاربه على الآخرين وتجارب الآخرين على نفسه. فيكون عنده خلط بين الحقيقة والخيال. ومن هنا يأتي تأثير العوامل الخارجية ومنها التلفزيون في تكوين المفاهيم والقيم للطفل فيصبح ما يسمع ويشاهد جزءا من حياته الخاصة التي تؤثر فيه . فالبرنامج المخيف يؤدي إلى التوتر والخوف عند النوم. ومما لاشك فيه أن تكرار واستمرار مثل هذه التوترات أمام الطفل يؤدي إلى أن تصبح جزءا من مكوناته السيكولوجية في الطفولة وبالتالي جزءا من مفاهيمه وقيمه وشخصيته في الكبر.

ب/- مدة المشاهدة ونوعية التأثير:

[537]صلاح محمد عبد الحميد.نفس المرجع.ص171.

إن تعبير التأثيرات يغطي تنوعا واسعا من النتائج، فالتأثيرات يمكن أن تكون غير مباشرة كأن يكون الوقت المستغرق أمام التلفزيون سببا في إبعاد الأطفال عن ممارسة بقية النشاطات، ويمكن أن تكون مباشرة كأن يتعلم الطفل حقيقة أو شكلا من أشكال السلوك نتيجة اكتساب مفاهيم وقيم جديدة .

وتتضمن التأثيرات أمورا عدة كأن تكون إجابات عاطفية، تحولات في المواقف أو تغيرات في نظرة الطفل إلى العالم، بعد تعرضه لأنواع معينة من البرامج الإعلامية وهناك أدلة بأن الأطفال الذين يمضون وقتا متأخرا أمام التلفزيون هم ذوي الذكاء المنخفض، أو ينتمون إلى منازل تكون الرقابة الأسرية فيها مصابة بانحلال ومتباعدة وحيث يكون الأداء في المدرسة غير مهم.

ويوضح إيليز أي ماكوبي أن الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون بدلا من إنهاء واجباتهم المدرسية يقومون بأشياء أخرى إذ لم يكن هذا الجهاز متوفرا.

ومن هنا تأتي المحاذير من تعميم الأحكام فالأطفال من مختلف الثقافات ربما يأتون بتجارب وخبرات وقدرات من وسائل الإعلام ويستخدمونها لأهداف مختلفة ويبدون ردود فعل مختلفة.

ويرى واليز شرام ورفاقه أيضا أنه الإدمان على مشاهدة التلفزيون هي عادة دليل أو إشارة على الطفل القلق وأن الوسيلة الإعلامية هي أمارة لهذا القلق أو الانزعاج وليست سببا له ومن النادر جدا أن يرفض الطفل العادي فرصة التفاعل مع الأصدقاء أو يرتبط بألعاب منظمة لصالح واحد من أجهزة الإعلام[538].

ت/- الدور الثقافي والاجتماعي في تأثير التلفزيون:

يلاحظ العلماء أن الأطفال الذين ينتمون إلى والدين متعلمين تعليما عاليا لا يشاهدون التلفزيون بنفس الكمية التي يشاهدها الأطفال الذين ينتمون إلى والدين أقل تعليما.كذلك فإن أطفال الطبقة الوسطى، الذين يعتنقون تصورات ذهنية للنشاط والعمل والتحسين الذاتي، التلفزيون أقل من أطفال العائلات الذين لا يحملون هذه التصورات .

ويرى م.ابرامز m.Abrams بشكل عام أن الحالة الاجتماعية والاقتصادية مرتبطة بشكل إيجابي باستخدام الوسائل المقروءة ومرتبطة بشكل سلبي باستخدام الوسائل المرئية . كذلك فإن الطفل ذو الذكاء المنخفض ومن عائلة ذات ثقافة ضعيفة، هو أكثر احتمالا لينتقي مضمونا مسليا كمقابل للمضمون الحقيقي الواقعي مثل الأخبار والبرامج الوثائقية وهذا بعكس ما يفعله الطفل الذي يتمتع بالذكاء المرتفع ومن عائلة ذات ثقافة عالية.

وتبقى هناك حالات تبين منها أن الأطفال الأكثر ذكاء ومن الطبقة الوسطى ومن عائلات ذات ثقافة عالية، قد وجدوا كمستخدمين كثر للتلفزيون وتبين أيضا أن الطفل الذي لا يشعر بالأمان وخاصة أولئك الذين يعجزون عن كسب الأصدقاء هم أكثر احتمالا للجوء إلى التلفزيون .

[538] اسامة ظافر كبارة.مرجع سبق ذكره.ص ص 258، 259.

وينطبق نفس الأمر على بعض الأطفال الذين هم في طور النمو الاجتماعي الأعلى ويعيشون حالة صراع داخل العائلة، أو يجابهون قيودا عائلية أولا يعاملون بدفء الحرارة والعاطفة فقد تبين أنهم يشاهدون التلفزيون كثيرا.

ث/- الردود العاطفية نحو التلفزيون:

تبين إحدى الدراسات التي أجريت في الثلاثينات حول ردود الأطفال العاطفية نحو الأفلام وذلك برصد وتحليل الإجراءات السيكولوجية كدقات القلب والتنفس والقشعريرة، أن تغيرات في المشاعر والعواطف قد ارتبطت بالمشهد على الشاشة وأن مختلف الأطفال قد أظهروا ردودا مختلفة فالبنات قد استجابوا بطريقة أشد قوة من خلال المشاهدة الرومانسية وأبدى الذكور نفس الأمر خلال مشاهدة الصراع والعراك وتبين أن مضمون البرامج قد يخيف الأطفال، فالتهديد بالخطر وخاصة إذا كان ذو طبيعة غير عادية، فإنه غالبا ما يزعج الأطفال أما العنف النابع من ممارسات اعتيادية في المجتمع كحرب المسدسات الغربي فإنه يجري تقبله كعادة متبعة وتقليدية وقليلا ما يثير الخوف وفي حال وضع سكين حاد مثلا على عنق إنسان فإنه ربما يثير الفزع والخوف، وهناك أيضا مضامين تذكر الأطفال بأنفسهم، كالخوف من الظلمة والوحدة والسأم فهي غالبا ما تخيفهم، فالخوف من المجهول غير المعروف هو شعور قوي وإذا انبعث في الأطفال فإنهم يستجيبون له بقوة[539].

1. **واقع برامج الأطفال في القنوات العربية:**

- ندرة المادة الكرتونية الهادفة للأطفال.
- ندرة المسرحيات والمنوعات الهادفة التربوية للأطفال.
- القلة العددية من حيث الساعات.
- اعتماد البرامج المستوردة أكثر من 50% .
- اعتماد التوجيه المباشر في الغالب.
- التركيز على التصوير داخل الأستوديو.
- الاعتماد واسع النطاق على أفلام الكرتون وكأن هنالك معادلة خاصة بهذا الجانب: تلفزيون+طفل= أفلام كرتون
- احتواء الكثير من الأفلام الغربية على مشاهدة لا تليق بالطفل وتؤثر على سلوكه وأخلاقه منذ نعومة أظافره، وهي عادية جدا لدى الغرب مثل:
  - الرقص والغناء والموسيقى
  - القبلات بين الجنسين
  - العلاقة العاطفية بين الأولاد والبنات
  - الصراع بين الذكور على فتاة واحدة.

[539] أسامة ظافر كبارة نفس المرجع ص ص 260، 262.

1. احتواء بعض أفلام الكرتون الغربية على شعوذة وانحرافات عقائدية فيما يتعلق بالخالق عز وجل (افتراض وجود الله فوق السحاب، وصعود البعض إليه وأحيانا يكون عملاق متوحش وما حدث من مطاردات بين الصغار وهذا العملاق).
2. غياب البعد الأخلاقي في كافة ما يعرض من أفلام الكرتون الغربية وهي في معظمها تشغل وقت الطفل وتسليه دون أدنى فائدة هذا إن خليت من السلبيات المذكورة سابقا.
3. انتشار العنف وثقافته في أغلب أفلام الكرتون.

وفي دراسة على عينة من أطفال الرياض حول أفضل برامج الأطفال مرتبة : كابتن ماجد، سالي ، سلاحف النينجا، نساء صغيرات والتي تحتوي الكثير من السلوكيات السلبية والأفعال المخالفة للدين (الاحتفال بالكريسماس وضم اليدين إلى الصدر قبل الأكل[540])

6-كيفية حماية أطفالنا من خطر وسائل الإعلام ومدى أهمية مرحلة الطفولة:

1- دور الأسرة في حماية الطفل :

إن دور الأسرة لا ينتهي عند وضع الطفل أمام الجهاز، ولا أن تنتظر من وسائل الإعلام أن تقوم بدور المربي بالنيابة عنها إن الاهتمام بالطفل قبل سن السادسة والحفاظ عليه من كل ما يمكن أن يكون له أثر سلبي على شخصيته يندرج تحت دور الأسرة الكبير الذي يتمثل في تفعيل الدور التربوي للأبوين، وتقنين استخدام وسائل الإعلام المختلفة داخل البيت، فلا يسمح للأطفال بالبقاء لمدة طويلة أمام هذه الوسائل دون رقيب وتقليص الزمن بالتدريج وأن تترك الأجهزة في مكان اجتماع الأسرة بحيث لا يخلو بها الطفل في غرفته.

ويصبح من الضروري أن يشاهد الكبير مع الصغير، وأن يقرأ الوالدان مع الأبناء ولا يترك الصغار هدفا للتأثيرات غير المرغوبة لثقافات غريبة، عن مجتمعنا العربي المسلم ونقف نحن الكبار نشكو من الغزو الثقافي للأمة فالرقابة على ما يعرض للأطفال والبقاء معهم أثناء العرض من أجل توجيه النقد ينمي لدى الطفل القدرة على النقد وعدم التلقي السلبي ولا ينبغي أن تغفل وسائل الترفيه الأخرى كالخروج والنزهات واللعب الجماعي وغيرها فلها أثرها على عدم المتابعة وعدم الالتصاق بهذه الوسائل الإعلامية وتقليل حجم التأثر السلبي.

2- دور المتخصصين في أقسام برامج الأطفال:

لا ننكر في هذا المقام الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في إعداد البرامج المحلية بواسطة تربوية استشارية ومتخصصين في أقسام البرامج وإعداد المواد الإعلامية التي تتناسب مع المراحل العملية المختلفة وتطوير الإنتاج المحلي على أساس عقائدي وبيئي وتربوي يناسب الأطفال وحاجاتهم.

[540] _ صلاح محمد عبد الحميد. مرجع سبق ذكره. ص ص 49، 50.

إن القائمين بالاتصال بالطفل عبر وسائل الإعلام دورا كبيرا في الاهتمام بالطفل وفي الحفاظ على الهوية العربية الإسلامية لأطفالنا من خلال توفير البديل الإعلامي والثقافي الإسلامي ليكون متواجدا جنبا إلى جنب مع المنتج الإعلامي الثقافي الأجنبي في عصر الفضاء وعصر المعلومات ويكون ذلك عبر إبراز التاريخ الإسلامي وأبطاله الذين تحفل الصفحات بأحداثهم وخبراتهم، وليكن القصص القرآني الكريم النبع الأول التي تستقي منه هذه البطولات وصورة القدرة مثل قصة فرعون وموسى. ويمكن أن تحل شخصيات إسلامية مثل عمر بن عبد العزيز والأئمة الأربعة وكبار العلماء والمسلمين محل بات مان وأبطال الديجيتال في نفوس وعقول أبنائنا، فإن الأبناء عندما يعيشون في أجواء الصالحين سيكبرون وهم يحملون طموحهم وأحلامهم.

3- دور الرقابة:

ومهما بلغ حجم الدعوة لإطلاق الحريات فإن على الدولة أن تتحرى الأمانة في اختيار الأنظمة التقنية المناسبة التي تحمي المجتمع قبل فوات الأوان وأن تضطلع مسؤوليتها كاملة في تقدير حدود الانفتاح والتوجيه والرقابة لتحقيق التوازن كما أن مراقبة البرامج المستوردة تمنع ما يتعارض مع المثل والقيم الدينية والاجتماعية والحقائق التاريخية والاتجاهات الفكرية الطبيعية المتعارف عليها .

وهكذا تكون وسائل الإعلام مطوعة للحفاظ على الموروث الحضاري، وتضيف إليه كل جاد ونافع بطرق فعالة تستولي على العقول وتحول دون استيلاء ثقافي إعلامي يهيمن على الطفل، ويدخل عليه بما يخالف دينه وقيمه وتقاليد بيئته وعقيدته وبذلك تكون وسائل الإعلام مؤثرة إيجابا في تكوين اتجاهات الطفل وميوله وقيمه ونمط شخصيته، بما يعكس التميز والتنوع الثقافي العربي والإسلامي حتى لا نكون أمة متفرجة في الصفوف الأخيرة، أمة قد تضحك من جهلها الأمم[541].

4- أهمية مرحلة الطفولة:

الطفولة هي أرض خصبة للبناء والنمو. وللطفل أهمية كبرى في حياة كل المجتمعات فكلما تقدم المجتمع في مضمار الحضارة زاد اهتمامه بأطفاله وزادت أوجه الرعاية التي يقدمها لأطفاله. فالاهتمام بالطفل صورة من صور التحضر والرقي، فضلا عن كونه مطلبا إنسانيا محتوما كان لابد من أن تهتم المجتمعات بأطفالها، وذلك لأن طفل اليوم هو رجل الغد. بل لأن أطفالنا فلذات أكبادنا، ونحن نشعر بالسعادة عندما نراهم سعداء، فسعادة أطفالنا جزء لا يتجزأ من سعادتنا وعلى حد التعبير القرآن الكريم :"المال والبنون زينة الحياة والدنيا" . فإذا كانت سعادة الإنسان أمرا مهما وحيويا بصفة عامة فإن سعادة الطفل ذات أهمية خاصة وذلك لأن ما يلقاه الطفل من خبرات سارة أو قاسية، يترك بصماته وآثاره على حياة الطفل في مراحل حياته الأخرى فحياة الإنسان سلسلة متصلة الحلقات، يتأثر فيها الحاضر بالماضي ويؤثر الحاضر في المستقبل ولاشك أن خبرات

[541] عمار سالم الخزرجي .مقال: كيف نحمي أطفالنا من خطر وسائل الإعلام.http://almerja.com .الساعة 19:35. 18نوفمبر2018 .

الطفولة تنعكس على شخصية الطفل في شتى مراحل حياته، فالطفولة السعيدة تقود إلى مراهقة سعيدة والمراهقة السعيدة تقود بدورها إلى مرحلة الشباب السعيد.

فالطفولة مرحلة الأساس والتكوين لجميع سمات الفرد وتكويناته الوراثية والبيئية. وهي التي تحدد أبعاد نموه الرئيسية . ولكل مرحلة من مراحل النمو خصائصها الجسمية والحركية والعقلية والإدراكية، وكذلك اللغوية والجمالية والانفعالية والروحية والدينية وهي أيضا من مرحلة مهمة من مراحل تكوين شخصية الإنسان لأنها مجال إعداد وتدريب الطفل للقيام بالدور المطلوب منه في الحياة.

إن الطفل كائن حي يستقي أنوار الحياة ممن أولاه عناية، فهو ليس بغرائزي فقط. ولمصلحة المجتمع من الضروري أن يكمل الطريق من حيث انتهى الآخرون لا من حيث بدؤوا، ومن هنا يحدث التطور والتقدم، ولذا نرى المؤسسات الرسمية والشعبية في مختلف أنحاء العالم وكذلك المنظمات الدولية والمحلية، ونرى المجتمعات أفرادا وجماعات يولون الطفولة بالغ عنايتهم فسنوا دساتير، ووضعوا القوانين واهتموا بالأطفال صحيا ونفسيا وتربويا لأنهم أدركوا بالفعل أهمية المرحلة التي ينطلق منها الإنسان إلى الحياة، معتمدا على تجارب الآخرين فتتشكل شخصيته وتتحدد مفاهيمه، وتترسخ معتقداته ويؤهل ليتسلم دوره بفعالية في المستقبل[542].

ثالثا: تحليل البيانات ونتائج الدراسة.

جدول يوضح الحجم الساعي لمشاهدة الطفل للتلفزيون

الإجابة	العينة	العدد	النسبة
أقل من ساعتين		96	%87.27
أكثر من ساعتين		14	%12.73
المجموع		110	%100

التعليق : يبين الجدول معرفة الحجم الساعي لمشاهدة الطفل الجزائري للتلفزيون ومن خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه يتبين ما يلي 87.27% من الأطفال يشاهدون التلفزيون بما يقدر أقل من ساعتين، بينما 12.73% منهم يشاهدونه بنسبة أكثر من ساعتين وهي نسبة قليلة جدا تعكس المكانة التي يحظى بها التلفزيون عند الأطفال .ولعل السبب الرئيسي في هذه المشاهدة إلى أن التلفزيون لا يشغل الحيز الأكبر في اهتمامات الطفل الجزائري ويرجع ذلك إلى وجود وسائل واهتمامات أخرى كاللعب والنوم والدراسة يقضي فيها الطفل جل أوقاته.

جدول يوضح الأسباب التي تجعل الآباء يتدخلون في اختيار برامج تلفزيونية لأبنائهم

الإجابة	العينة	العدد	النسبة
حتى لا ينشغل عن الدراسة		24	%21.82
التعرف على ما يشاهده الطفل		17	%15.45
لاختيار برامج التي تناسب الطفل		39	%35.45
لمراقبة اختياراته		30	%27.28

[542] طارق البكري.مجالات ودورها في بناء الشخصية الإسلامية . جامعة الإمام الأوواعي. الرياض.1999.ص33.

المجموع	110	%100

التعليق: من خلال هذا الجدول نسعى لمعرفة الأسباب التي تجعل الأولياء يتدخلون في اختيار البرامج التلفزيونية لأطفالهم ومن خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين أن 21.82% يتدخلون حتى لا ينشغل الطفل عن دراسته، و15.45% يرون ضرورة التدخل للتعرف على ما يشاهده الطفل من برامج، ويعود ذلك من أجل توجيه الطفل لانتقاء أحسن البرامج. وما نسبته 35.45% يتدخلون لاختيار البرامج التي تناسب أطفالهم، و27.28% يتدخلون فقط لمراقبة اختياراته ولعل يرجع ذلك بداعي الفضول.

جدول يوضح ما إذا يتبنى الطفل القيم الجمالية للبرامج التلفزيونية

الإجابة	العينة	العدد	النسبة
نعم		74	%67.27
لا		36	%32.73
المجموع		110	%100

التعليق: الهدف من إدراج هذا الجدول هو معرفة ما إذا يتبنى الطفل من خلال ما يشاهده في التلفزيون للقيم الجمالية ونتائج الدراسة المبينة في الجدول أن ما نسبته 67.27% يرون أن الطفل يتبنى قيم جمالية من خلال ما يشاهده في التلفزيون وتؤثر في تذوقه للجمال كالجمال في المضمون والشكل والترتيب وكل ما هو جميل ويرجع ذلك ربما لما تحتويه البرامج المتلفزة في مضمونها لأبعاد جمالية تظهر في تصرفات أبطال أفلام الكرتون وفي التناسق اللوني والترتيب المنظم للحلقات وكذا تظهر القيم الجمالية في مقدم البرنامج وملبسه وطرق عرضه . بينما 32.73% من الآباء لا يعتقدون أن الطفل يتبنى قيما جمالية من خلال برامج التلفزيون.

جدول يوضح ما إذا يتبنى الطفل قيما دينية للبرامج التلفزيونية

الإجابة	العينة	العدد	النسبة
نعم		61	%55.45
لا		49	%44.55
المجموع		110	%100

التعليق: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه تبين ما يلي: 55.45% من الأولياء يرون أن الطفل يتبنى قيم دينية من خلال ما يشاهده في التلفزيون كالصلاة والصدق ومساعدة الآخرين واحترامهم. ولعل يرجع ذلك للبرامج الدينية الموجهة للطفل وأفلام الكرتون المتعلقة بسرد قصص الأنبياء والصالحين.بينما 44.55% من الآباء لا يعتقدون أن الطفل يتبنى قيما دينية من خلال برامج التلفزيون. ولعل السبب في ذلك يعود لعدم قدرة الطفل على فهم هذه القيم من خلال برنامج تلفزيوني أو فيلم كرتوني وكذلك غياب التربية الدينية من طرف الوالدين.

الخاتمة :

كان ظهور التلفزيون الذي أعتبر وسيلة ذات وزن ثقيل وقوي جلب الحشود من الجماهير الشعبية وحقق التلفاز وفي مدة قصيرة ما لم تحققه الوسائل الإعلامية الأخرى، كما كان له تأثيرا اجتماعيا مذهلا، ويعد هذا الأخير أحد الوسائط التي تنقل أنواع متعددة من الثقافة إلى الطفل.

في حين أكدت الدراسات أن الإثنى عشر سنة الأولى من عمر الطفل لابد أن يعيشها بتفاصيلها وتأكد أن الطفل بحاجة لأن ينمو من الناحية الجسمية والنفسية والعقلية ولكي ينمو نموا سليما يحتاج إلى وسائل متعددة من بينها التلفزيون والبرامج المخصص له.

فقد تربع التلفزيون وبدون منازع على قلوب الأطفال التي تتابع باهتمام ولساعات طويلة متصلة أو متقطعة كل ما يعرض من أحاديث وصور مما جعل الكثير من الاتجاهات يقدم لها انتقادات كثيرة من بينها أنها أصبحت أخطر وأهم قنوات الاتصال الجماهيري في هذه الأيام على الأطفال نظرا لانبهارهم بها بشكل كبير وباعتبارها فئة حساسة يمكن أن تمتص قيما ومفاهيم من خلال الشاشة بدون تنقية إلا أنه يبقى من الصعب أن نصدر أحكاما قاطعة فيما يتعلق بالبرامج التلفزيونية وآثرها على الأطفال ، فنقول أنها نافعة أو ضارة ذلك لأن النفع والضرر ربما يعتمد على الطفل نفسه وعلى قدرته واستعداده وذكائه وتنشئته الأسرية وحتى اتصاله الشخصي بأقرانه وغيرهم من البيئة المحيطة به.

كما أن مرحلة الطفولة تعد الفترة الأكثر خصوبة وأهمية في بناء شخصيته الناشئة والسمات الثقافية التي تتدخل في كيانها يصعب أحيانا تغيير البعض منها لذا فمهما اختلفت مجالات ثقافة الطفل ينبغي أن تضيف لعقله غذاء جديد غنيا بالمعلومات والحقائق العلمية التي تترك تأثيرا في وجدانه وأن تحمل مضمونا إنسانيا ذي سجايا أخلاقية تؤثر في نفسية المتلقي كما يجب أن يستغل التجاوب الحاصل بين هذه الوسيلة الإعلامية المرئية والطفل في إشباع دوافعه الأساسية وتحقيق احتياجاته وإشعاره بالأمن والتأكيد على رغباته المكبوتة كي تعبر عن نفسها بطلاقة وإشعاره بأهميته وبدوره سواء في الأسرة أو المجتمع.

ويقترح الباحث من خلال ما تم التوصل إليه في هذه الدراسة، أنه يجب أن يحظى الطفل بشكل خاص كل العناية والرعاية من طرف الكبار حتى ينشأ الطفل المدايني الجزائري مشبعا بثقافته ودينه ولغته ومحصنا من كل الثقافات الخارجية الغريبة علينا.وأن يلعب الأبوين دور المراقب والمربي والمرشد والصديق لهذا الطفل لكي يمكنه من القدرة على الانتقاء كل ما يبثة إلية التلفزيون من مضامين بمختلف أنواعها.

استنتاجات الدراسة:

- إن للتلفزيون دور في تكوين المفاهيم والقيم لدى الطفل المدايني .
- إن مشاهدة الطفل للتلفزيون مع الأهل عامل أساسي لتقليص حجم المشاهدة لديه.

- إن بعض البرامج التلفزيونية توضح القيم الإيجابية مثل الصدق والامانة .
- إن مراقبة الأولياء للأبناء أثناء المشاهدة التلفزيونية لا يكون بشكل دائم مما يجعل الآباء يعرفون بشكل جزئي مضامين البرامج التلفزيونية .
- أن الطفل المدايني يتبنى القيم الجمالية من البرامج التلفزيونية .
- إن الآباء لهم دور في اختيار البرامج الذي يشاهده الطفل المدايني.

المراجع :

الكتب:

1. اسامة ظافر كبارة.البرامج التلفزيونية والتنشئة الاجتماعية للاطفال.ط1.دار النهضة العربية.بيروت.
2. أحمد بن مرسلي. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.ط2.ديوان المطبوعات الجامعية.الجزائر.2003.
3. إيناس محمد ناسة.الاعلام المرئي وتنمية ذكاءات الطفل العربي.ط1.دار الفكر.عمان.2009
4. سمير محمد حنين.دراسات مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام.ط2.عالم الكتب.1990
5. صلاح محمد عبد الحميد. الإعلام والطفل العربي.ط1.مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.2012.
6. صالح ذياب هندي.أثر وسائل الإعلام على الطفل.دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.عمان .ط3. 1998.
7. عفيفي،محمد الهادي.الاصول الفلسفية للتربية الأنجلو مصرية.القاهرة.1970

الرسائل الجامعية:

1. طارق البكري.مجالات ودورها في بناء الشخصية الإسلامية . جامعة الإمام الأوواعي. الرياض.1999.

الاتفاقيات الدولية :

2. المادة الأولى من اتفاقية حقوق الطفل.1989.

المواقع الالكترونية:

1. عمار سالم الخزرجي .مقال: كيف نحمي أطفالنا من خطر وسائل الإعلام.http://almerja.com .
2. غادة الحلايقية. مقال مفهوم الطفل في علم النفس.https://mawdoo3.com .

الأطر النظرية لإدارة الأزمات إعلاميا: المفهوم والأبعاد

Theoretical Frameworks for Media Crisis Management: Definition and Dimensions.

د. لامية طالة

أستاذة محاضرة " أ "كلية علوم الاعلام جامعة الجزائر3. الجزائر

د. جميلة قادم

استاذة محاضرة ب كلية علوم الاعلام جامعة الجزائر3 . الجزائر

ملخص:

يعد مفهوم الأزمة من المفاهيم الواسعة الانتشار في المجتمع المعاصر، حيث أصبح يمس بشكل أو بآخر كلّ جوانب الحياة إنْ كانت على المستوى الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو السياسي، أو الأخلاقي، أو الفكري... بدءاً من الأزمات التي تواجه الفرد مروراً بالأزمات التي تمر بها المجتمعات والحكومات والمؤسسات وانتهاءً بالأزمات الدولية، حتى صار يطلق على هذا العصر بـ "عصر الأزمات."

وتزداد أهمية وسائل الإعلام والاتصال في أوقات الأزمات والكوارث التي تصيب المجتمعات، فتشكل إحدى أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات المرتبطة بالأزمة، وذلك من خلال قيامها بدورين مختلفين، الأول ايجابي ويكون بضمان تغطية كاملة ومتوازنة للأزمة، أما الدور الثاني فهو سلبي ويتجلى في تشويه الحقائق وتقديم معالجة ناقصة للحدث بعيداً عن الموضوعية والمصداقية، وهذا ما يزيد من حالة التوتر والاحتقان بين أطراف الأزمة، وبالتالي استمرارها وتغذيتها.

وتتمحور إشكالية مداخلتنا في النوع الأول الذي يوضح دور وأهمية الإعلام الجاد في معالجة الأزمة وتناولها بصفة موضوعية، وذلك بأخذ بعين الاعتبار أبعادها المختلفة سعياً للقضاء على الأزمة ومحاولة تجاوزها في أسرع وقت ممكن.

الكلمات المفتاحية: الأزمة، إدارة الأزمة، الإعلام والأزمات، التخطيط الإعلامي، مصداقية وسائل الإعلام.

ABSTRACT:

The concept of crisis is one of the most prevalent concepts in modern society, It touches all aspects of life, from the crisis of the individual to the crisis of societies, governments and institutions, to international crises.

The growing importance of media and communication in times of crisis and disasters affecting communities, is one of the most important sources cited by the public for information related to the crisis, through its different roles, the first positive and be to ensure a complete and balanced crisis coverage, while the second round is a negative and reflects in the distort the facts and provide incomplete treatment of the event away from objectivity and credibility, this which increases the tension and tension between the parties to the crisis, and therefore pursuit and nutrition.

The problem of our intervention centered in first type that illustrates the role and importance of serious media in the crisis and treated objectively, taking into account the different dimensions in order to eliminate the crisis and try to overcome them as quickly as possible.

Key words: Crisis, Crisis Management, Media And Crises, Media Planning, Media Credibility.

مقدمة :

تقوم وسائل الإعلام بتقديم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة ويبني الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يقرءونه أو يسمعونه أو يشاهدونه، وبالتالي يتحدد سلوكهم جزئياً من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات، فهي بمثابة نافذة يطل منها الفرد على العالم الخارجي.

تعتبر الأزمة حدثًا مهمًا يترك آثاره العميقة على مختلف جوانب الحياة، وإذا كانت الأزمة قد اختفت أو انتهت، فإنّ آثارها ذات حضور قوي، وبالتالي تمارس تأثيرًا، لذلك لا يجب أن تتوقف وسائل الإعلام عند مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد، لتقدم هذه الوسائل للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات متشابهة.

وعلى الرغم من وضوح دور وسائل الإعلام في الأزمات في المراحل الثلاثة، فإنّ تلك الوسائل قد تواجه مجموعة من العقبات والمشاكل وينظر البعض لوسائل الإعلام على أنها تقوم بالتركيز على بعض الموضوعات والقضايا لتحقيق مصالح للقائمين على تلك الوسائل ولا تعكس الواقع، بل تخلق عالم يبدو للمتلقي حقيقيا، وقد يتقبل المتلقي هذا لكونه غير مدرك، ومع تراكم التعرض لوسائل الإعلام يبدو العالم الذي صنعته تلك الوسائل حقيقياً في الأذهان، وبالنسبة للأزمة المهم هو ما يتصور الناس أنه حدث وليس "ما حدث" والمهم أن يعرف القائم بالاتصال كيف يخاطب اهتمامات الناس فهي أهم من الحقائق .

يقدم هذا المقال تأصيلا نظريا لعلاقة الإعلام بالأزمات من خلال طرح مجموعة من المحاور التي تساهم في إبراز مراحل الأزمة ودور التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمة، وذلك بغية تقديم رؤية تدفع نحو التعامل بشكل أفضل مع الأزمات والكوارث.

مفهوم الأزمة :

هناك العديد من التعاريف للأزمة نظراً لشموليتها في كافة المجالات سواء سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو عسكرية وغيرها ولذلك سوف نورد أبرز التعريفات:

الأزمة لغة: تعني الشدة والقحط وبمعنى آخر نقطة تحول وحالة متوفرة للانتقال .

اصطلاحاً: رغم تعدد التعريفات لدى الكتاب إلى أنها بالرغم من ذلك كانت متشابهة لدرجة كبيرة لذلك سوف نذكر تعريفها بشكل عام وهي خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة يترتب عليها تطورات غير متوقعة نتيجة عدم القدرة على احتوائها من قبل الأطراف المعنية وغالباً ما تكون بفعل الإنسان .
كما تعبر عن موقف وحالة يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية " دولة، مؤسسة، مشروع، أسرة" تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب بالنتائج، ويفقد معها متخذ القرار قدرته على السيطرة عليها، أو على اتجاهاتها المستقبلية .

إن المفهوم العام للأزمة من الناحية الاجتماعية هو: " توقف لأحداث المنظمة المتوقعة واضطراب العادات مما يستلزم اتخاذ إجراءات سريعة لإعادة التوازن للمنظمة وتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة للحدث . "

قد تظهر الأزمة كنتيجة لغياب السياسة أو الخطط أو عدم الرشد في اتخاذ القرارات أو لأسباب أخرى عديدة قد تخرج عن سيطرة الإدارة، كما أن الأزمة ربما تكون نتيجة لخلل ما في إنجاز الوظائف الإدارية (تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة واتخاذ قرارات) أو قصور في إدارة البيئة الكلية للمنظمة، وإذا كان مفهوم المشكلة يتلخص في أنها:

- موقف غامض في حاجة إلى تفسير .
- هي حالة من عدم التوازن أو الاتساق بين ما تم وبين ما يجب أن يتم .
- هي انحراف الأداء المخطط (ما يجب أن يكون) عن الأداء الفعلي (ما حدث فعلاً .(

ومفهوم الأزمة يمكن أن يتمثل في الآتي: " هي كل ما لا يمكن توقعه أو التفكير فيه من أحداث أو تصرفات تؤثر على وتهدد بقاء الناس ومنظمات الأعمال أو تلوث البيئة والحياة الطبيعية . "

المفهوم العلمي للأزمة: تعبر الأزمة عن موقف وإجراء وحالة وقضية يواجهها متخذ القرار في إحدى الكيانات الإدارية سواء كانت دولة، مؤسسة، مشروع، أو أسرة، حيث تتداخل وتتشابك الأسباب والمسببات بالنتائج وتتداعى الأحداث حتى تصل الأمور إلى حالة من التعقيد، ويعيش متخذ القرار حالة ضبابية تفقده الرؤية وكأنه في حالة عمى مؤقت في لحظة اصطدامه بالمشكلة وتصيبه حالة من الارتباك وعدم السيطرة في محاولاته الإمساك بخيوطها أو توجيهها مستقبلا، وهذا يعني أن الأزمة هي لحظة حاسمة وحرجة تواجه الكيان الإداري، فتجعل من متخذ القرار في حالة عدم توازن، حيث إن قلة البيانات المتوفرة وحالة عدم التأكد واختلاط الأسباب بالنتائج، وعدم القدرة على وضع تصور سريع لما قد يحدث من احتمالات في المستقبل بسبب الأزمة أو في الأزمة ذاتها.

والأزمة بهذا المفهوم تأخذ بعدين أساسيين هما:

البعد الأول: بعد الرعب الناجم عن التهديد الخطير للمصالح والأهداف الجوهرية الخاصة بالكيان الإداري الحالية والمستقبلية وما يترتب عليه من هلع وخوف وتوتر وقلق، يفتح الباب لمزيد من الهواجس والشكوك والاحتمالات المتعارضة على نطاق واسع نتيجة اتساع نطاق المجهول وتصاعد أحداث الأزمة.

البعد الثاني: بعد الزمن الناجم عن الوقت المحدد المتاح أمام مديري الأزمات لاتخاذ قرار سريع وصائب، ولا يتضمن أي خطأ لأنه لن يكون هناك وقت أو مجال للتأخير أو لإصلاح الخطأ لنشوء أزمات جديدة أشد وأصعب من الأولى، وقد تقضي على الكيان الإداري ذاته ولا تبقي على أي أعمدة أو قواعد تكفل له الاستمرار والتجدد من جديد، وقد تصبح الأزمة أشد تضاربا عندما تنصرف رؤية متخذ القرار إلى ما قد يحدث مستقبلا معها ومنها.

ويمكن القول أن الأزمة هي نتاج مجموعة تتابعات تراكمية تغذي كل منها الأخرى إلى أن تصل إلى حافة الانفجار... فتنفجر الأزمة.

خصائص الأزمة: من خلال العرض المبسط الذي ورد سابقا فإننا يمكن تمييز خصائص معينة للأزمة أهمها :

1. التداخل في عناصرها والتشابك والتعقيد في أسبابها والقوى المؤيدة والمعارضة لها.
2. عنصر المفاجأة الذي تحدثه والتركيز الذي تحظى به لدى المؤسسات والأفراد.
3. قلة البيانات المتوفرة عنها وعدم الدقة فيها.
4. إنها تمثل نقطة تحول رئيسية وأساسية لأحداث متسارعة ومتشابكة.

5. يصاحبها صدمة وتوتر بدرجة عالية خاصة في بدايتها مما يسبب في الضعف في إمكانية التأثير الفعال فيها.

6. التسارع المفاجئ في أحداثها يؤدي إلى درجة عالية من الشك في إمكانية القدرة على طرح بدائل لمواجهتها في حالة من ندرة المعلومات وتحت ضغط نفسي عال.

7. تمثل مواجهتها واجبا مصيريا لما تسببه من تهديد لحياة الناس وممتلكاتهم وما تسببه من تغيرات في البيئة.

8. بما أنها حالة خارجة عن السياقات التقليدية فإن معالجتها تتطلب حالات استثنائية خارجة عن السياقات التنظيمية المألوفة، وتتطلب ابتكار وسائل ومعالجات خاصة لتجاوز الظروف الجديدة المترتبة على التغيرات المفاجئة .

9. تتطلب حالة من التنسيق والتحكم في الطاقات والإمكانيات وحسن توظيفها بدرجة عالية من وسائل الاتصالات الفعالة.

إن الخصائص التي تتسم بها الأزمة توضح ضخامة التحديات التي تستوجب من إدارة الأزمات أن تواجهها وأن تتعامل معها، فهي مع ما تتطلب من تخطيط وإعداد للتعامل والتفاعل الإيجابي مع أحداث يصعب أو يتعذر أحيانا التنبؤ بأبعادها وتوقيتاتها بشكل دقيق فإنها تتطلب من إدارة الأزمات أيضا أن توجد وسائل وأنظمة فعالة لامتصاص وتخفيف الآثار الناجمة عن تأثير الأزمة .

ويمكن تلخيص أهم سمات الأزمة في النقاط التالية :

1. المفاجأة: فهي غير متوقع حدوثها وتتسم بالسرعة والغموض.

2. جسامة التهديد: والذي قد يؤدي إلى خسائر مادية أو بشرية هائلة تهدد الاستقرار وتصل أحياناً إلى القضاء على كيان المنظمة.

3. مربكة: فهي تهدد الافتراضات الأساسية والرئيسية التي يقوم عليها النظام وتخلق حالة من حالات القلق والتوتر وعدم يقين بالبدائل المتاحة خاصة في ظل نقص المعلومات.

4. ضيق الوقت المتاح لمواجهة الأزمة: فهي تقع وتتصاعد بشكل متسارع الأمر الذي قد يفقد أطراف المنظمة السيطرة على الموقف.

5. تعدد الأطراف والقوى المؤثرة في حدوث الأزمة: وتطورها وتعارض مصالحها مما يخلق صعوبات جمة في السيطرة على الموقف وإدارته.

أسباب الأزمات: تختلف الأسباب المنشئة للأزمات بتنوع الأزمات نفسها فهناك أسباب داخلية وأخرى خارجية، ذاتية وموضوعية، شخصية وعامة إلى آخر القائمة المليئة بالأسباب لذلك سوف نسلط الضوء على أهمها والتي تكرر حدوثها خلف العديد من الأزمات والكوارث:

1. سوء الفهم: يمثل سوء الفهم أحد أهم أسباب نشوء الأزمات، ويعود ذلك لسببين أولهما: المعلومات المبتورة وثانيهما: التسرع في إصدار القرارات أو الحكم على الأمور قبل إيضاح حقيقتها وفي مثل هذه الأزمات يكون الحل سهلا بمجرد الحصول على المعلومات كاملة غير منقوصة أو مبتورة، وأن يعطي لنفسه الوقت الكافي لاتخاذ قراره بنضج وروية.

2. سوء الإدراك: يمثل الإدراك مرحله استيعاب المعلومات التي أمكن الحصول عليها، وعن طريق هذه المرحلة يتخذ السلوك والتصرف تجاهه شكلاً ومضموناً، فإذا ما كان هذا الإدراك غير سليم فإن يؤدي إلى عدم سلامة الاتجاه الذي اتخذه القائد الإداري، ومن هنا إذا تراكمت نتائج التصرفات السابقة بشكل معين في حين كان متخذ القرارات يدرك أنها تأخذ شكل آخر فإن يواجه ضغوط مولداً لانفجار الأزمة.

3. سوء التقدير والتقييم: وهي أكثر أسباب حدوث الأزمات في جميع المجالات خاصة المجالات العسكرية، حيث يكون أحد أطراف المعرفة الحربية ضحية سوء تقديره وتقييمه للطرف الآخر، وسوء التقدير الأزموي ينشأ فعلاً من خلال جانبين أساسيين هما:

- المغالاة والإفراط في الثقة في النفس.
- سوء تقدير قوة الطرف الآخر والاستخفاف به.

4. الإدارة العشوائية: وهو ليس مسبب وباعث للأزمات فقط بل مدمر للكيان الإداري ومحطمة لإمكانياته وقدرته ومن أمثلته: سوء التخطيط وعدم احترام الهيكل التنظيمي للمنشأة وقصور التوجيه للأوامر بالبيانات والمعلومات.

5. الرغبة في الابتزاز: وغالباً يقوم بها جماعات الضغط والمصالح لجني المكاسب غير العادلة من الكيان الإداري، ووسيلتها إلى ذلك هي صنع الأزمات المتتالية للكيان الإداري المستهدف.

6. اليأس: ويعد هذا السبب في حد ذاته إحدى الأزمات التي تشكل شبه خطر دائم على متخذ القرار، كما قد يكون اليأس على مستوى الدول باعثاً لأزمات طاحنة وعنيفة.

7. الإشاعات: وهي عبارة عن استخدام مجموعة حقائق صادقة محاطة بها هالة من البيانات والمعلومات الكاذبة والمضللة وإعلانها في توقيت معين، ومن خلال استغلال حدث معين تفجر الأزمة وتعد الإشاعات من أهم مصادر الأزمات به أن بعض الأزمات مصدرها الوحيد هو الإشاعة.

8. الأخطاء البشرية: وهي أحد أسباب نشوء الأزمات سواء في الماضي أو في الحاضر أو في المستقبل.

9. الأزمات المخططة: وهي أن تقوم المنظمات المنافسة بدراسة سير عمل المنظمة المراد إحداث أزمة بها وذلك من خلال تتبع عمليات التشغيل ومراحل الإنتاج والتوزيع وظروف كل مرحلة ومن ثم أحداث أزمة مخططة لها.

10. تعارض الأهداف والمصالح: وتحدث غالباً في العمل المشترك فكل طرف ينظر إلى هذا العمل من زاويته والتي قد لا تتوافق مع منظور الآخر، مما يدعو إلى حدوث أزمة .

أنواع الأزمات: إن الخطوة السليمة لإدارة الأزمة هي تحديد طبيعة أو نوع الأزمة وذلك لكشف الجوانب المتشابكة في تلك الأزمة، وبالتالي تتعدد وتتنوع أنواع الأزمات بتعدد المعايير المستخدمة ولذلك سوف نستخدم أهم المعايير والتصنيفات:

أولاً: نوع مضمون الأزمة: فهناك أزمة تقع في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي...، وفي داخل كل نوع قد تظهر تصنيفات فرعية مثل الأزمة المالية ضمن الأزمة الاقتصادية وهكذا.

ثانياً: النطاق الجغرافي للأزمة: أن استخدام مثل هذا المعيار يؤدي إلى التصنيفات التالية:

1. الأزمات المحلية: التي تقع في نطاق جغرافي محدود أو ضيق كما يحدث في بعض المدن أو المحافظات.

2. الأزمة القومية: تؤثر على المجتمع ككل مثل وجود تهديد عسكري وغيره.

3. الأزمة الدولية: مثل أزمة الانحباس الحراري وأزمة الحاسوب وغيره.

ثالثاً: حجم الأزمة: يشيع معيار الحجم أو الضخامة في تصنيف الأزمات فهناك:

1. أزمة صغيرة.

2. أزمة متوسطة .

3. أزمة كبيرة.

والذي يحدد ذلك هو مدى الخسائر المادية الناجمة عن تلك الأزمة.

رابعا: المدى الزمني لظهور وتأثير الأزمة: يعتمد هذا المعيار على عمر الأزمة وهناك نوعان من الأزمات:

1. الأزمة الانفجارية السريعة: تحدث فجأة وبسرعة وتختفي كذلك، وتتوقف نتائج هذه الأزمة على الكفاءة في إدارة الأزمة.

2. الأزمة البطيئة الطويلة: تتطور هذه الأزمة بالتدرج وتظهر على السطح ولكن لم يتمكن المسئولين من استيعاب دلالاتها، وهذا النوع لا يختفي بسرعة بل تستمر فترات طويلة ولمعالجة مثل هذه الأزمات التي يجب تعديل الخطة وتبديلها بأخرى جديدة والتعامل معها بسرعة وحسم وبلا تردد.

خامساً: طبيعة التهديدات الخارجية التي تخلق الأزمة: تختلف التهديدات التي تواجه المنظمة أو المجتمع، ولذلك يمكن تصنيف الأزمات استناداً إلى نوعية ومضمون التهديد فهناك :

1. التهديدات الخارجية الموجهة ضد المعلومات.
2. التهديدات الخارجية الموجهة ضد اقتصاد المنظمة.
3. التهديدات النفسية للعاملين في المنظمة .

تطور الأزمة: تختلف مراحل تطور الأزمة باختلاف طبيعة الأزمة ويساعد معرفة مراحل تطور الأزمة كثيراً في معالجة تلك الأزمة في الوقت المناسب، وتتباين النماذج التي تناولت مراحل تطور الأزمة، إذ ركز بعضها على مراحل دورة حياتها الخمس:

- مرحلة الميلاد.
- مرحلة النمو والاتساع.
- مرحلة النضج.
- رحلة الانحسار والتقلص .
- مرحلة الاختفاء.

أو تحديدها بأربعة مراحل في أنموذج (Arnold,1980) وهي كل من :

- مرحلة الصدمة .
- مرحلة إنكار الأزمة
- مرحلة الاعتراف بالأزمة .

- مرحلة التكيف.

أو المراحل التي طرحها أنموذج (Slatter,1984) ممثلة بكل من:

- مرحلة إنكار الأزمة.
- مرحلة إخفاء الأزمة.
- مرحلة تحلل الأزمة .
- مرحلة الانهيار التنظيمي.

في حين تميل الأدبيات الحديثة إلى ثلاثة مراحل وكما يأتي :

أولا: مرحلة ما قبل الأزمة: وتمثل فترة محددة غير ظاهرة للعالم الخارجي تسبق الأزمة، وتشير إلى بدايتها وبداية الألم الذي يزداد ببطء في هذه المرحلة، والتي تظهر فيها ثلاث مراحل ضمنية وهي:

1. مرحلة انعدام الأداء: إذ يعكس تكرار الأعمال غير متقنة الأداء أشارة تحذير للإدارة.
2. مرحلة الإنكار: وهي الفترة الأطول في هذه المرحلة وتمتاز بتراكم المشكلات التي تم التعرف عليها دون الاعتراف بها أو بخطورتها.
3. مرحلة الخوف والغضب: إذ يسيطر شعور الخوف والغضب، وتبادل الاتهامات فتنشأ الصراعات التي تفجر الأزمة.

تكون الإدارة في مرحلة ما قبل الأزمة قلقة وممزقة داخليا"، إلا أنها لا تزال تمتلك الفرصة للسيطرة على الخطر، ذلك أن تأثير الأزمة في الإدارة ضعيفا" لاسيما وأن الألم يسلك مسارا" يمكن التنبؤ به وتخفيفه والحيلولة دون تحول الضرر إلى أزمة كاملة الأبعاد، ويفيد الرصد والتدخل السريع والمناسب في هذه المرحلة واتخاذ التدابير الوقائية ما أمكن ذلك.

ثانيا: مرحلة الأزمة: وهي مرحلة اللا عودة للوضع السابق، تمتاز بالسرعة والحدة وبالتدفق السريع للأحداث، إذ تحدث فيها الأزمة ويرتفع حجم تأثيراتها في الإدارة كذلك مستوى الألم إلى أعلى نقطة، وتكون أبعاد الفشل مدمرة وواضحة للعيان تخلق حالة من الفزع والذعر وتؤدي إلى الانهيار .

ويصاحب ذلك ضجة إعلامية وتحاول الإدارة حصر الأضرار التي أصابت المنظمة وأصحاب المصالح، وكسب الوقت واتخاذ تدابير علاجية إذ لم تعد تجدي التدابير الوقائية، ولن يجدي نفعا" هنا دور المديرين والمخططين الاستراتيجيين بل تظهر الحاجة للقيادة المتفردة.

ثالثا: مرحلة ما بعد الأزمة: تعرف المرحلة الأخيرة من الأزمة غير المدارة بالصدمة وعدم التأكد وفقدان الأمل، ولابد من فريق لإدارة الأزمة لإيجاد الحلول واتخاذ إجراء فاعل، أو تنتقل المنظمة إلى مرحلة التغيير الجذري كإعادة الهيكلة أو التصفية أو الاندماج ومع انتهاء الأزمة يهبط الألم ببطء إلا أنه يستقر عند مستوى أعلى من بدايته .

إدارة الأزمات: لقد نشأ مصطلح إدارة الأزمات أصلا داخل الإدارة العامة، وذلك للإشارة إلى دور الدولة في مواجهة الكوارث العامة المفاجئة وظروف الطوارئ مثل الزلازل والفيضانات والأوبئة والحرائق والغارات الجوية والحروب الشاملة، وقد توسع علم إدارة الأزمات ونما بشكل متسارع ليشمل التعامل على مستوى العلاقات الدولية للإشارة إلى أسلوب إدارة السياسات الخارجية للدول في مواجهة المواقف الدولية الساخنة والحادة.

وترتكز إدارة الأزمات على تخفيض الآثار السلبية المرتبطة بالأزمة وتحديد مصادر المخاطر والتهديدات وإزالة مسبباتها أو تقليل الخسائر البشرية والمادية والمعنوية الناتجة عنها، وهذا يتطلب استخدام نظم للإنذار المبكر على درجة عالية من الحساسية لالتقاط كافة إشارات الإنذار الحقيقية ووضع خطط مسبقة للاستعداد والوقاية من الأزمات المحتملة .

التعريف: تعرف إدارة الأزمات بأنها: " كافة الوسائل والإجراءات والأنشطة التي تنفذها المنظمة بصفة مستمرة في مراحل ما قبل الأزمة وأثنائها وبعد وقوعها والتي تهدف من خلالها إلى تحقيق ما يلي:

- منع وقوع الأزمة كلما أمكن.
- مواجهة الأزمة بكفاءة وفعالية.
- تقليل الخسائر في الأرواح والممتلكات إلى أقل حد ممكن.
- تخفيض الآثار السلبية على البيئة المحيطة.
- إزالة الآثار السلبية التي تخلفها الأزمة لدى العاملين والجمهور.
- تحليل الأزمة والاستفادة منها في منع وقوع الأزمات المشابهة أو تحسين وتطوير قدرات المنظمة وأدائها فور مواجهة تلك الأزمات. "

كما تعرف إدارة الأزمات بأنها: " العملية الإدارية المستمرة التي تهتم بالتنبؤ بالأزمات المحتملة عن طريق الاستشعار ورصد المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية المولدة للأزمات وتعبئة الموارد والإمكانيات المتاحة لمنع أو الإعداد للتفاعل مع الأزمات بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفاعلية وبما يحقق أقل قدر ممكن من الضرر للمنظمة وللبيئة والعاملين، مع ضمان العودة للأوضاع الطبيعية في أسرع وقت وبأقل تكلفة ممكنة وأخيراً دراسة أسباب الأزمة لاستخلاص النتائج لمنع

حدوثها أو تحسين طرق التعامل معها مستقبلا مع محاولة تعظيم الفائدة الناتجة عنها إلى أقصى درجة ممكنة. "

أيضا يمكن تعريف إدارة الأزمات بأنها "علم وفن في آن واحد"، فهي علم بمعنى أنها منهج له أصوله وقواعده، وهي فن بمعنى أن ممارستها أصبحت تعتمد على مجموعة من المهارات والقدرات، فضلا عن الابتكار والإبداع.

وخلاصة القول أن إدارة الأزمات تتمثل في قدرة المنظمة على إدراك المخاطر والتهديدات الحالية والمحتملة والعمل على تجنبها أو تقليل آثارها السلبية، لإعادة التوازن للنظام في أقل وقت ممكن وبدء نشاطه مرة أخرى واستخلاص الدروس المستفادة لمنع تكرار الأزمة أو تحسين طرق التعامل معها مستقبلا والاستفادة من الفرص التي تتيحها، إلا أن هناك بعض المنظمات لا تتقبل مفهوم إدارة الأزمات بسبب عدم قدرة الإدارة العليا على تقدير خطورة الموقف ووجود أخطاء بشرية تكون الإدارة غالبا مستعدة لإخفائها، بالإضافة إلى الضغوط المستمرة التي لا يمكن تجاهلها من المتأثرين عند اتخاذ الإدارة العليا لموقف حاسم لمواجهه الأزمة.

أهداف إدارة الأزمات: تتمثل أهداف إدارة الأزمات فيما يلي:

1. وضع قائمة بالتهديدات والمخاطر المحتملة ووضع أولويات لها حسب أهميتها .

2. تجنب المفاجأة المصاحبة لحدوث مخاطر أو أزمات عن طريق المتابعة المستمرة والدقيقة لمصادر التهديد والمخاطر المحتملة واكتشاف إشارات الإنذار المبكر وضمان توصيلها لمتخذ القرار في الوقت المناسب لاتخاذ إجراءات مضادة.

3. وضع خطط الطوارئ ونظم الإنذار المبكر والإجراءات الوقائية اللازمة لمحاولة منع حدوث الأزمات وتحديد خطة الاتصالات مع الأطراف المعنية وأساليب استعادة النشاط والعودة للأوضاع الطبيعية وأساليب التعلم وتحليل نواحي القوة والضعف في عملية المنع والمواجهة لتقويم أداء الأجهزة المختلفة.

4. حسن استغلال الوقت المتاح للمواجهة عن طريق تقليل الوقت اللازم لاتخاذ قرار المنع/المواجهة.

5. محاولة القضاء على قدر كبير من التخبط والعشوائية وانفعال اللحظة التي عادة ما يصاحب الأزمات.

6. الاستغلال الكفء للموارد المتاحة وضمان سرعة توجيهها للتعامل مع الأزمة.

7. القدرة على التعامل مع الأزمة بأسلوب المبادرة وليس برد الفعل والمحافظة على صورة المنظمة أمام الأطراف المعنية والمجتمع.

8. حسن معاملة الضحايا وعائلاتهم ورفع الروح المعنوية للمتضررين.

9. استخلاص الدروس المستفادة من الأزمات السابقة وتحسين طرق مواجهتها مستقبلا.

10. اقتناص الفرص التي قد تطرحها الأزمة.

وظائف إدارة الأزمات: لم تدخل الإدارة الجيدة في شيء إلا حسنته ومن هنا تبرز أهمية الإدارة في التعامل مع الأزمات ومنع حدوثها أو التقليل من آثارها إلى الحدود الدنيا، والحقيقة أنه لا يمكن التغلب على الأزمات بدون إتباع أساليب إدارية جيدة بل إن فشل معالجة الأزمة قد يعزى إلى الفشل بالأخذ بعناصر الإدارة كما يجب ولذلك سوف يتم التطرف إلى الوظائف الإدارية التي ترتكز عليها الإدارة السليمة للأزمة وهي:

1. التخطيط: ويعني التحديد المسبق لما يجب عمله والكيفية التي يتم بها هذا العمل والوقت المحدد له ومن المعني للقيام به، ثم التصور الدقيق للواقع وللمستقبل، إضافة إلى توقع الأحداث التي من الممكن أن تترافق مع ذلك الواقع والإعداد للطوارئ وانتهاء برسم الطريق التي تسير عليه الأزمة .

2. التنظيم: توفر نوع من التناسق والتنسيق والتوافق والتكامل بين الجهود المختلفة " الجهد الجماعي"، كما يجب تحديد المساعدين والمسؤولية والمسئولين وسبل الاتصال وأماكن المواجهة والتنفيذ.

3. التوجيه: هو فن المواجهة الجزئية والسريعة للأزمة وهي معرفة إمكانيات الأفراد والظروف المحيطة وإحاطة الأفراد بالمعلومات الضرورية بعد الشرح الوافي لطبيعة الأزمة، والهدف من هذا التدخل والسلطة الممنوحة لكل فرد.

4. المتابعة: إن نتائج الأزمة ليست نهائية بل مرحلية وطرق معالجتها أيضاً مرحلية، وتكمن أهمية المتابعة بالرجوع إلى الأسباب الحقيقية للأزمة وذلك بعد زوالها ودراسة تلك الأسباب ومن ثم سن القوانين التي من شأنها الحيلولة دون الوقوع في تلك الأسباب أو تكرارها مرة أخرى.

أساليب التعامل مع الأزمات: لا شك أن إدارة الأزمات تختلف باختلاف طبيعة الأزمة وظروفها ولكن هناك عدد من الأساليب العامة للتعامل مع الأزمات، إلا أن هذا لا يمنع من إمكانية استخدام أكثر من أسلوب لمواجهة بعض الأزمات وتتمثل هذه الأساليب فيما يلي:

1. الأسلوب القهري: ويقصد به استخدام القوة لإجبار الخصم على التراجع عن موقفه ويتضمن هذا الأسلوب عدم الرضوخ لمطالب الخصم.

2. أسلوب وقف النمو: ويقصد بها القبول بالأمر الواقع وبذل الجهود لمنع التدهور وضمان عدم الوصول إلى درجة الانفجار وغالباً ما تستخدم في مواجهه قوى ذات حجم ضخم ومتشعب وقضايا الرأي العام والإضرابات العمالية.

3. أسلوب المساومة: ويقوم على مبدأ التفاوض كأساس لحل الأزمة والأصل أن المفاوضة والمساومة هي الاستعداد للتنازل عن بعض المواقف من الجانبين.

4. أسلوب التجزئة: وهي عبارة عن تحويل الأزمات ذات الكتلة الكبيرة إلى أجزاء أو أزمات صغيرة، وتتكون من خلال خلق نوع من التعارض في المصالح بين الأجزاء المكونة للتحالف مع دعم القيادات المغمورة وتقديم إغراءات.

5. أسلوب إجهاض الفكر: لا شك أن الفكر الذي يقف وراء الأزمة يمثل تأثيراً على شدة الأزمة، ولذلك يسعى هذا الأسلوب إلى إجهاض هذا الفكر والتأثير عليه وذلك عن طريق التشكيك في عناصر الأزمة والتحالف مع بعض الفئات المرتبطة بشكل ضعيف مع ذلك الفكر.

6. أسلوب تصعيد الأزمة: وتهدف إلى الإسراع بدفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة كي تظهر خلافاتهم وتسرع بوجود الصراع بينهم، ويأتي ذلك من خلال التظاهر بعدم القدرة على المقاومة وتقديم تنازلات تكتيكية تكون مصدراً للصراع بينهم.

7. أسلوب التنازل: وهو أضعف الأساليب المستخدمة ويعني الرضوخ إلى مطالب الخصم في سبيل إنهاء الأزمة وتحمل كافة الخسائر المترتبة على ذلك .

عوامل النجاح في إدارة الأزمة: لكي تنجح الإدارة العلمية في إدارتها للازمة يجب عليها مراعاة بعض العوامل التي من شأنها زيادة الفعالية في إدارة الأزمات وهي كالتالي:

1. إدراك أهمية الوقت: وهو العنصر الوحيد الذي تشكل ندرته خطراً بالغاً على إدراك الأزمة وعلى عملية التعامل معها، إذ أن عامل السرعة مطلوب لاستيعاب الأزمة والتفكير في البدائل واتخاذ القرارات المناسبة.

2. إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة من المعلومات والبيانات: الخاصة بكافة أنشطة المنظمة وبكافة الأزمات والمخاطر التي قد تتعرض لها وآثار وتداعيات ذلك على مجمل أنشطتها.

3. توافر نظام إنذار مبكر يتسم بالكفاءة والدقة: والقدرة على رصد علامات الخطر وتفسيرها وتوصيل هذه الإشارات إلى متخذي القرار.

4. الاستعداد الدائم لمواجهة الأزمات: وهي تعني تطوير القدرات العملية ومراجعة إجراءات الوقاية ووضع الخطط وتدريب الأفراد على الأدوار المختلفة.

5. توافر نظام اتصال يتسم بالكفاءة والفعالية: وأُثبت ذلك من خلال الدراسات والبحوث التي أجريت على أزمات سابقة، وأثبتت إن اتصالات الأزمة تلعب دوراً بالغ الأهمية في سرعة وتدفق المعلومات داخل المنظمة وبين المنظمة والعالم الخارجي.

إن إدارة علم الأزمات هي إدارة علمية عملية تفاعلية ومستمرة وعلينا أن نتعامل مع عالم تحاك فيه المؤامرات الأزمات كجزء من عصر العولمة، أن تتعامل معه بروح الثقة والانتصار.

إن إدارة الأزمات تتطلب أن يتوفر عنصرين هما: الرغبة والقدرة فهما الأساس الذي تبنى عليه ركائز التعامل مع الأزمة، فيصبح التعامل مع الأزمة غير ممكنا إذا غاب أحدهما، فالرغبة قد يسهل خلقها لأنها ربما تسبب مكاسب للمتأثرين بالأزمة، أما القدرة فإننا نحتاج أن تكون بأعلى درجة القوة في أشد حالات الضعف، أما كيف نستطيع أن نجمع هذه القوى ونحشدها من أجل امتصاص إفرازات الأزمة في أشد حالاتها، ثم إيقافها أو تحويل جزء منها إلى مكاسب جديدة بالمقدور الوصول إليها أو جنيها قبل حصول الأزمة، وهذا المفهوم هو جوهر ما يسعى إليه علم إدارة الأزمات .

وفي هذا الصدد ينبغي التمييز بين مفهومي إدارة الأزمات والإدارة بالأزمات، فإدارة الأزمات: تعني كيفية التغلب على الأزمة باستخدام الأدوات العلمية والإدارية المختلفة، وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها، في حين أن الإدارة بالأزمات: تقوم على خلق أزمة وهمية يتم من خلالها توجيه قوى الفعل السلوكي والاقتصادي إلى تكريس الأزمة أو إلى سلوك معين بشأنها، والمتأمل للعلاقات الدولية منذ الحرب العالمية الثانية يجد هذا النوع من الإدارة سائدا في كثير من التفاعلات الدولية خاصة من قبل القوى الكبرى بصدد تنفيذ سياساتها إزاء دول العالم الثالث، إلا أن هذا الأسلوب لم يعد يتناسب مع روح العصر ومع ازدياد الوعي وارتفاع مستويات المعيشة وثورة الاتصال الحديثة في مجال تقنيات المعلومات .

مقومات إدارة الأزمات : إن التعامل مع الموقف الأزموي وإدارة الأزمة يتطلب استخدام عدة أساليب إدارية متقدمة تعمل على تحقيق المناخ المناسب للتعامل مع الأزمة، وفي الوقت ذاته تتيح لفريق التعامل مع الأزمات حرية الحركة بالكامل.

ومن هنا تحتاج إدارة الأزمات إلى احتياجات إدارية خاصة وأيضًا إلى مهارات إدارية خاصة، ومن هنا يطلق عليها البعض مصطلح الإدارة بالاستثناء حيث تخرج الأوامر الإدارية عن مسار الأوامر العادية، وعن الهيكل التنظيمي القائم وتصبح السلطات منزوعة ومسندة إلى فريق عمل لديه كافة الصلاحيات والمسؤوليات للتعامل مع الأزمة .

ويمكن أن نحدد أبرز مقومات الإدارة الفعالة للأزمات من خلال أدبيات الدراسة التي تطرقت لتلك المقومات فيما يلي:

1. تبسيط الإجراءات وتسهيلها: لا يجوز إخضاع الأزمة للتعامل بنفس الإجراءات

التقليدية، فالأزمة عادة ما تكون حادة وعنيفة، وأيضًا لا يمكن تجاهل عنصر الوقت الذي قد يؤدي تجاهله إلى دمار كامل للكيان الإداري الذي حدثت فيه الأزمة، فالأمر يتطلب التدخل السريع والحاسم من خلال تبسيط الإجراءات مما يساعد على التعامل مع الحدث الأزموي ومعالجته .

2. إخضاع التعامل مع الأزمة للمنهجية العلمية: لا يمكن التعامل مع الأزمة في إطار من العشوائية الارتجالية أو سياسة الفعل ورد الفعل، بل يجب أن يخضع التعامل مع الأزمة للمنهج الإداري السليم لتأكيد عوامل النجاح، وحماية الكيان الإداري من أي تطورات غير محسوبة قد يصعب عليه احتمال ضغطها، ويقوم المنهج الإداري على أربع وظائف أساسية هي: التخطيط، التنظيم، التوجيه، المتابعة .

3. تقدير الموقف الأزموي: لابد أن يشمل تقدير الموقف الأزموي تحليلا كاملا لأسباب الأزمة وتطورها، وتحديد دقيق وشامل للقوى الصانعة للأزمة، والمساعدة لها، والمؤثرة فيها، ثم تقدير القدرات والإمكانات المتاحة لدى الجهة المسئولة عن إدارة الأزمة، وذلك من خلال جمع المعلومات الدقيقة عن أبعاد الأزمة، والتنبؤ باحتمالات تطور الأحداث وإمكانية السيطرة عليها .

4. تحديد الأولويات: بناءاً على تقدير الموقف الحالي والمستقبلي لأحداث الأزمنة، توضع الخطط والبدائل التي يتم ترتيبها في ضوء الأولويات التي تم تحديدها وفق معايير معينة .

5. تفويض السلطة: يعد تفويض السلطة " قلب" العملية الإدارية النابض، وشريان الدورة الدموية في إدارة الأزمات، ومن ثم ينظر إلى تفويض السلطة محور العملية الإدارية سواء في إدارة الأزمات، أو في نطاق فريق المهام الأزموية، ويتطلب تفويض السلطات منح كل فرد من أفراد الفريق المناط به معالجة الأزمة السلطة الضرورية لتحقيق عمله المحدود، وفي الوقت ذاته على الفرد أن يعرف المهام والأنشطة التي يتوقع منه إنجازها .

6. فتح قنوات الاتصال والإبقاء عليها مع الطرف الآخر: تحتاج إدارة الأزمة إلى كم مناسب من المعلومات، وإلى متابعة فورية لتداعيات أحداث الأزمة، وسلوكيات أطرافها، ونتائج هذه السلوكيات، ومن ثم فإن فتح قنوات الاتصال مع الطرف الأخر يساعد على تحقيق هذا الهدف .

7. الوفرة الاحتياطية الكافية: الأزمة تحتاج إلى الفهم الكامل لأبعاد الموقف الناشئ عن التواجد في موقع الأزمة، كما تحتاج إلى الدعم المادي والمعنوي الذي يساعد على سرعة التصدي للأحداث، إضافة إلى ما يمتلكه القطاع الخاص من معدات وإمكانيات كبيرة يمكن توظيفها، والاستفادة من القوى البشرية المخلصة والتي من الممكن أن تساعد في عمليات إدارة الأزمة وإتاحة فرصة العمل التطوعي وفق أسس مدروسة .

8. التواجد المستمر في مواقع الأحداث: لا يمكن معالجة أزمة وهناك تغييب للمعلومات الخاصة بها لدى متخذ القرار، لذا فإن التواجد في مواقع الأحداث يأخذ أحد أسلوبين أساسيين هما:

- التواجد السري في موقع الأحداث .
- تأمين تدفق كم مناسب من البيانات الكافية لمتخذ القرار في إدارة الأزمات .

9. إنشاء فرق مهمات خاصة: وهذه تفيد أكثر في الجوانب الأمنية، حيث أنه ونظرًا لتباين الأزمات واختلاف طبيعتها فإن من الضرورة إنشاء فرق المهمات الخاصة وذلك للتدخل السريع عند الحاجة إليها، على أن تخضع هذه الفرق لتدريب خاص وعالٍ حسب نوع وحجم المهمة، كما يجب الاستفادة من الدول الأخرى وذات السبق في هذا المجال .

10. توعية المواطنين: في الحقيقة لا يمكن مواجهة أي أزمة بفاعلية دون إعلام وتوعية المواطنين والمقيمين بالدور المطلوب منهم القيام به عند وقوع الأزمة، حيث أن وعيهم بالدور المطلوب منهم يؤدي إلى المساعدة في مواجهة الأزمة، مما يتطلب إعداد وتنفيذ خطط إعلامية وتوعوية في هذا الإطار، كما أنه يتطلب حملة إعلامية على كافة المستويات تستخدم كافة وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري من أجل توضيح الإجراءات المستخدمة في مواجهة الأزمة والمساعدة التي ينتظر المواطنين تقديمها .

11. الخطة الإعلامية في الأزمة: تعد الخطة الإعلامية من أهم مقومات إدارة الأزمات، والضرورة تحتم وجود سياسة إعلامية قبل وأثناء وبعد الأزمة.

ونظرًا لما للإعلام من أهمية كبرى في إدارة الأزمات، ولأنه عندما يهمش الدور الإعلامي يكون لذلك انعكاس سلبي على عملية إدارة الأزمة، لذ يقترح إزاء ذلك تعيين متحدث رسمي على قدر من الكفاءة والتأهيل والخبرة بحيث يتولى الإدلاء بكافة التصريحات عن الأزمة.

التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات والكوارث :

للإعلام دور متزايد وأهمية خطيرة كأحد أسلحة العصر الحاضر في تغطيته لإدارة الأزمات نظراً لما يتوفر له من قدرات هائلة تمثل في انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود، وتخطيه العوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، والتحكم في سلوكياتهم وتوجيههم خاصة في تطور وسائل التقنية الحديثة واستخدامها في مجال الإعلام.

فوسائل الإعلام تلعب دروراً حيوياً في التوعية والإرشاد والتوجيه عن طريق الاتصال المباشر بين غرف العمليات الخاصة بمواجهة الأزمات وبين جماهير المشاهدين والمستمعين والقراء، لتحذيرهم من الأخطار المحدقة التي تم التنبؤ بها، ومتى وأين ومكان وقوعها ومساراتها .

مفهوم التخطيط الإعلامي: هو الجهود والنشاطات التي تمكن من صياغة الخطط الإعلامية اللازمة علميا وعلى أساس الخبرة المستمدة من التجارب السابقة، للعمل على توعية أفراد المجتمع بالطريقة الصحيحة والملائمة للتعامل مع الأزمات وذلك بالحد من آثارها السلبية والعمل على احتوائها قبل استفحالها وتقليل نسبة الخسائر الناتجة عنها، ويتمثل

التخطيط الإعلامي بوضع ورسم الخطط والبرامج المختلفة والمنسجمة مع كل وسيلة من وسائل الإعلام والتي من شأنها تحقيق هدف أو غاية محددة متوافقة مع السياسة المتبعة من قبل تلك الوسيلة ومن خلال هذه البرامج وغالبا ما تترجم إلى رسائل إعلامية مختلفة موجهة إلى جمهور معين للتأثير في تكوين الرأي عنده لصالح الهدف الذي تنشده الوسيلة الإعلامية المرسلة.

أهمية التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات:

يمكن التخطيط الإعلامي المعد والمدروس جيدا أن يعمل على تقسيم وتشتيت العناصر المسببة للازمة، مما ينتج بعد ذلك ضعفا كبيرا في تجميعها ومن عدم الاستفادة من هذا التجمع فالعام له تأثير مباشر وفعال في نفس الوقت، ومما يزيد من أهمية التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث هو تأثيره المباشر على سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم بهدف إنتاج سلوك مرغوب فيه.

والتخطيط الإعلامي غير الجيد في مواجهة الأزمات يعمل على زيادة استفحال الأزمات بدلا من القضايا عليها، والتخطيطي الإعلامي الفاشل يتمثل في الإدارة العشوائية التي تعمل على تحطيم الإمكانات والقدرات ويرجع ذلك إلى عدم احترام الهيكل التنظيمي والقصور في التوجيه للأوامر والبيانات والمعلومات وعدم وجود التنسيق وإشاعة الصراع الداخلي بين الأفراد والكيان الإداري للمؤسسة الإعلامية وبالتالي إحداث علامة انفصام بين مصالح الإدارة الإعلامية وبين مصالح العاملين.

إن التخطيط الإعلامي الجاد يعمل على تحقيق تفاعل بناء بين عناصر إدارة الأزمة مما يؤدي إلى المساعدة في تنفيذ الخطة الموضوعة لمقاومة الأزمة خلال تفعيل عمليات التنسيق والمتابعة والتخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث، يعني الخطط الإعلامية والتي يتم الإعداد المسبق لها لغرض القيام بها أثناء وقوع الأزمات، من خلال تحديد الجهود الإعلامية التي من المفترض أن يقام بها وتحديدا زمانها ومكانها، والغرض من التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات هو توفير الدعم والمساندة اللازمة إعلاميا لفريق إدارة الأزمة .

فالتخطيط لابد أن يكون نظام شامل ومتكامل لتحديد خطوات العمل به من حيث السياسات والبرامج والإجراءات، إضافة إلى مسار المنظمة في منع حدوث الأزمة أو التخفيف من آثارها وتلاقي عنصر المفاجأة المصاحب لها، فالتدريب عن التخطيط للازمات يعد من المسلمات الأساسية في المنظمات الناجحة.

أسس تصميم خطة إعلامية للأزمات :

نظرا للطبيعة التي تميز الأزمات عن سائر الأحداث الأخرى، فإنها تتطلب نوعا منفردا من التخطيط يشمل الإعداد للتعامل مع الجهات والأطراف في إدارة الأزمات والتي منها وسائل الإعلام، ومن ثم فان التخطيط الإعلامي يتطلب الإعداد للتعامل مع وسائل الإعلام من جهة المؤسسات من ناحية، وإعداد وتدريب الإعلاميين على التعامل مع الأزمات من ناحية أخرى، والتي تبدأ بالتعرف على أنواع الأزمات والهدف من إدارتها وفئات الجمهور المستهدفة والنتائج المتوقعة.

وهناك بعض الدراسات التي تحدد مجموعة من الأسس الواجب أخذها في الاعتبار عند التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات منها:

1. أهمية إعداد الخطة في ضوء الاستراتيجيات العامة لإدارة الأزمة وضمن حدود توجهات السياسة العامة.

2. وجوب تناول الخطة الإعلامية لمراحل الأزمة، بحيث يكون لكل خطة مرحلية إستراتيجيتها ومنطلقاتها وأهدافها ووسائل متابعتها وتقييمها.

3. تحديد الجمهور المستهدف في كل مرحلة من مراحل الأزمة، وكذلك وسائل وأساليب توجيه الرسائل الإعلامية ضمن الخطاب الإعلامي لإدارة الأزمة.

4. تركيز الخطط على الصور الذهنية الإيجابية للمنظمة، مع إظهار اهتمامها بأفراد المجتمع وأسر الضحايا ومن لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأزمة.

5. التعامل بمصداقية في نقل الحقائق إلى كافة وسائل الإعلام واختيار الوقت المناسب لضخ المعلومات إلى أجهزة الإعلام بما لا يعوق مسار عمليات التصدي للأزمة.

6. الاستعانة بالخبراء والمتخصصين والأكاديميين وأصحاب الرأي في تصميم وتنفيذ ومتابعة الخطط الإعلامية للأزمات.

7. أهمية تضمن الخطة الإعلامية أساليب متابعة تطورات الأزمة ورصد مساراتها الواقعية للتعامل معها بحكمة.

8. متابعة الخطة الإعلامية لما ينشر في وسائل الإعلام الصديقة والمحايدة والمعادية لتحديد أساليب الرد والتعقيب عليها وتحصين الرأي العام من أهدافها إذا كانت خبيثة.

9. أن تتضمن الخطة الإعلامية إنشاء مركز إعلامي للأزمة كوعاء تصب فيه كافة قنوات المعلومات الأزموية، ولرصد أصداء الأزمة المحلية والإقليمية والعالمية، على أن يكون مزوداً بكافة الأجهزة وتقنية الاتصالات الحديثة في الجانب الإعلامي لاستقبال المعلومات وتخزينها وتحليلها، ومن ثم يدفعها كمخرجات إعلامية صادقة.

10. ضرورة اشتمال الخطة الإعلامية على أسلوب الإدلاء بالتصريحات الأزموية وتحديد المسئول عن ذلك .

وهنا يجب الإشارة إلى ضرورة توافر مهارات الاتصال منذ المراحل الأولى للأزمة، والواقع أن وقت الاتصال اللازم يبدأ حين يكون هناك أزمة؛ إذ قد يتوفر جانب احتياطي من النية الطيبة، ويجب أن يكون المسئول عن الاتصال ضمن فريق كل أزمة، وبغض النظر عن كون الأزمة جديدة لأنه إذا تم الفشل في مواجهة الأزمة بسبب الاتصالات، فإن ذلك يعني خسارة كبيرة للمنظمة، فالحقيقة لابد من عرضها بطريقة إيجابية خاضعة للسيطرة.

دور الإعلام قبل، أثناء، وبعد الأزمة :

لا بد من الإشارة إلى أن الأزمة ليست أساساً مرحلة إعلامية، ولكن لم يعد ممكناً– في ظروف عصرنا– تصور إدارة الأزمات بدون إعلام قوي وفعال ومتطور ومبدع، وقد زادت التطورات التقنية والإنجازات النظرية من مقدرة الإعلام على تحمل مسؤوليات أكيدة وللقيام بأدوار أهم في عملية إدارة الأزمات .

أولا: إدارة الإعلام قبل انفجار الأزمة :

1. تضع هيئة الأركان الإعلامية خريطة شاملة وكاملة للمنظومة الإعلامية المتوفرة تضم جميع وسائل الإعلام الجماهيري " المطبوعة، المسموعة، المرئية."

2. انطلاقا من الإدراك العميق لخصائص كل نظام اتصالي، وكل وسيلة إعلامية، تقوم هيئة الأركان الإعلامية بتحديد وظائف هذه الوسائل كافة.

3. وانطلاقا من الفهم العميق لخصائص الشرائح المختلفة من الجمهور الداخلي والإقليمي والعالمي تقوم هيئة الأركان الإعلامية بتحديد الجمهور المستهدف بالنسبة لكل وسيلة الإعلامية.

4. ونظرًا من الإدراك العميق لنظريات الإقناع والتأثير تقوم هذه الهيئة بتحديد أسلوب الإعلامي الناسب استخدامه في كل وسيلة من وسائل الاتصال المتوفرة، وبالتنسيق الكامل والتفاهم والتعاون مع الكوادر الإعلامية العاملة في هذه الوسائل والممثل معظمها في هيئة الأركان الإعلامية.

5. تشكل هيئة الأركان الإعلامية المركزية في كل مؤسسة إعلامية فريق عمل مؤهل ومتخصص ومتنوع يضم رئيسًا ومجموعة من المحررين والمصورين، وذلك حسب أهمية ونوعية وحجم وطبيعة مهام كل وسيلة لتقديم التغطية الكاملة والمستمرة للأزمة.

ثانيا: إدارة الإعلام أثناء الأزمة: يعتبر انفجار الأزمة تطورًا نوعيًا وليس كميا فقط في حياة الأزمة، يستدعي إعادة تقييم ، وإجراء مراجعة شاملة وعاجلة، تقوم بهما القيادة العليا ممثلة في هيئة الأركان المركزية المكلفة بإدارة الأزمة. حيث يستطيع الإعلام أن يساهم في عملية إعادة تقدير الموقف هذه باعتباره المجال المرتبط والمعبر عن المجالات الأخرى كافة، بالإضافة إلى كونه الجهة الأكثر وضوحًا في التعامل مع الأزمة.

وتتميز مرحلة انفجار الأزمة بالسمات التالية:

1. تتضاعف الأهمية الذاتية للإعلام ليصبح واحدًا من الأسلحة الإستراتيجية المستخدمة في إدارة الصراع وهذا ما يفسر التحام الإعلام بآلة الدولة.

2. يتسع الصراع وتتعدد ساحاته ، وتزداد وتيرة تبدلاته وتجلياته، ويتسارع إيقاعه، وتزداد الحاجة إلى مواكبة ذلك كله، وتغطيته إعلاميًا وبشكل سريع، وربما فوري ومتزامن، حين يكون ذلك مطلوبا وممكنا ويتخذ الطابع العام للتغطية الإعلامية الفورية طابعًا إخباريًا أساسًا، وهذا ما يفسر سيادة استخدام الأنواع الصحفية الإخبارية (الخبر بأنواعه، والتقرير بأنواعه، والحديث والتحقيق .(

3. يزداد الجوع إلى الأخبار والمعلومات، ويزداد الإقبال على وسائل الاتصال ويتضاعف، وبالتالي تعرض الشرائح المختلفة من الجمهور لوسائل الاتصال باعتبارها الوسيلة الوحيدة الممكنة لمعرفة ماذا يحدث، وهذا ما يزيد من الأهمية الذاتية للإعلام .

ثالثا: إدارة الإعلام بعد الأزمة:

تعد الأزمة حدثا هاما يترك أثاره العميقة على مختلف جوانب الحياة في البلاد، فهي لحظة في سياق، وإذا كانت الأزمة قد خفت أو انتهت، فإن السياق مستمر، وبالتالي فإن آثارها ذات حضور قوي، وبالتالي تمارس تأثيرًا، وبالتالي فمن الضروري أن تمهد وسائل الإعلام إلى النتائج المتوقعة للأزمة، بغض النظر عن طبيعة هذه النتائج، وهنا نرى ضرورة إنجاز المهام التالية:

1. عدم التوقف فجأة عن الاهتمام بالأزمة، وعدم ترك الجمهور في فراغ.

2. ضرورة التركيز في هذه المرحلة من إدارة الأزمة إعلاميًا على استخلاص العبر والدروس والنتائج من الأزمة، حيث يعد أن يخف التوتر، وتهدأ الأعصاب، وتتكشف الأمور والحقائق باستطاعة الإعلام، معتمدا على كوادره، وعلى قادة الرأي، وعلى الخبراء الأخصائيين، تقديم رؤية معمقة للأزمة وللدروس المستفادة منها، ذلك أن هذا من شأنه أن يساهم في ترسيخ التأثير، وتدعيم الاتجاهات التي أوجدها لدى الجمهور .

3. ضرورة إجراء عملية تقييم شاملة لإدارة الأزمة، تشمل هذه العملية الإجابة عن تساؤلات كثيرة وهامة: كيف كان الأداء الإعلامي عموما؟ مدى واقعية ومرونة البرامج الموضوعة، ومصاعب تنفيذها، ومواقف الكادر وسلوكه وأدائه، وأداء الوسائل الإعلامية المختلفة، واستجابة الجمهور، ومجابهة الإعلام المضاد، ...

4. رفع دراسة شاملة عن التجربة كلها إلى هيئة الأركان المركزية.

ويتجلى دور الإعلام بعد الأزمة على مستوى الجمهور الداخلي بالمنظمة من خلال الإشارة إلى أهمية الخروج بعدة دروس مستفادة سواء على مستوى الإعداد والتجهيز أو على مستويات الاستعدادات السابقة، وبيان نواحي القصور والنقص في هذا الجانب وإعلام الجمهور الداخلي بالمنظمة بكل ذلك، وكذلك بالإجراءات التي قامت الإدارة باتخاذها لتأمين العاملين على عدم تكرار الأزمة مرة أخرى.

مهام الإعلام في المراحل المختلفة للأزمة: يختلف التناول الإعلامي للأزمات باختلاف المراحل التي تمر بها الأزمة؛ حيث يقوم الإعلام بمهام ووظائف وأدوار تختلف باختلاف هذه المراحل كما يأتي:

1. مرحلة نشر المعلومات: وهى المرحلة التي تبدأ مع بداية ظهور الأزمة؛ حيث يقوم الإعلام بدور حيوي في التعريف بالأزمة وإمداد الجمهور بالمعلومات والبيانات عنها ليواكب رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة وأبعادها.

2. مرحلة تفسير المعلومات: حيث تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات مماثلة، وهنا تفسح وسائل الإعلام المجال أمام كل ما يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها، سواء موادًا إيضاحية مفسرة، أو تحليلات و آراء الخبراء والمحللين طبقًا لطبيعة الأزمة ومجالها وحدود آثارها، كذلك تتعرض وسائل الإعلام لموقف المسئولين وصانعي القرار تجاه الأزمة وسبل التعامل معها لاحتواء آثارها.

3. المرحلة الوقائية: وهى مرحلة ما بعد انحسار الأزمة؛ حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها وتطوراتها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.

وهذه المهام والأدوار التي يقوم بها الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة تتطلب الالتزام ببعض الضوابط والمحددات التي تزيد من فعالية الرسالة الإعلامية في مواجهة الأزمات.

محددات وضوابط دور الإعلام في مواجهة الأزمات:

1. الدقة وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية عن الأزمة.

2. الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة الرسمية والسياسية التي تساعد على تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه الأزمة.

3. الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة، وذلك بالنسبة للأزمات والكوارث الطبيعية لكسب المصداقية.

4. القدرة على التعامل بموضوعية وعدم انفعال مع الأحداث.

5. سرعة نشر الحقائق لخلق مناخ صحي يحتوى آثار الأزمة ويواجه الشائعات التي تنشط أثناء الأزمات.

6. الاهتمام بفورية نقل الحدث من موقعه، والتواجد في مناطق الأحداث والاهتمام بالمادة المصورة.

7. الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها.

8. الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية التليفزيونية؛ بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها.

9. البعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها، بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابطة بين صانعي القرار في الأزمة والمسئولين عن التعامل معها والرأي العام.

10. الاهتمام بالوصول إلى مواقع الأحداث، وإجراء الحوارات مع الشهود والمسئولين، وكذلك الخبراء والسياسيين والمفكرين؛ لمساعدة الرأي العام على تكوين رأى تجاه الأزمة.

11. الاهتمام بعنصر التكامل في المعلومات المقدمة حول الأزمة بتناول الأبعاد المختلفة لها.

12. الاهتمام بعنصر المتابعة المستمرة للأزمة وتداعياتها في المراحل المختلفة.

13. فتح قنوات اتصال مباشرة بين وسائل الإعلام والجمهور لتلبية حاجاتهم إلى الفهم والمعرفة عن الأزمة وتطوراتها.

14. الالتزام بتدفق المعلومات دون وضع ما يعيقها من رقابة أو سيطرة مسبقة؛ مما يتطلب من الإعلاميين أنفسهم تجنب الرقابة الذاتية فى التعامل مع الأحداث.

15. العمل على الحفاظ على الأمن الداخلي وسلامة المواطنين ومصالحهم الحيوية.

16. التأكد من وصول المعلومات والبيانات اللازمة إلى الجمهور بالقدر المناسب ودون آراء مسبقة.

17. التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حول الأزمة، وإتاحة فرص للحوار والنقاش حولها .

مصداقية وسائل الإعلام " الحكومية والخاصة" أثناء الأزمات:

تزداد أهمية مصداقية وسائل الإعلام بوجه خاص أثناء الأزمات؛ حيث تحتاج هذه الوسائل إلى أداء من نوع خاص، مهنيًا وأخلاقيًا ووطنيًا، انطلاقًا من بعض المداخل والنظريات التي تستند إلى المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وممارسة الإعلام لدور الشفيع (المحامي) عن كل الفئات دون تهميش أو إهمال للفئات المهمشة، بما يوفر حق المعرفة الشاملة والكاملة والمتعمقة والتعبير عن الذات بحرية بعيدًا عن سياسة الصمت الإعلامي تجاه مشاكل البعض أو واقعهم، بالإضافة إلى تنشيط الجهات ذات الصلة للقيام بواجباتها ومسئوليتها، والقدرة على توسط العلاقة بين الأفراد

وصناع القرار، وتفعيل الحق في الاتصال بمفهومه الشامل الحق في أن يعلم الجميع وأن يُعلم عن نفسه بحرية.

ولكي تحقق وسائل الإعلام الأدوار المرجوة منها من قبل كافة الأطراف على النحو الأمثل، لابد أن يتسم الأداء بمزيد من المصداقية، من خلال التزامها بعدد من الضوابط التي تحكم دورها في إدارة الأزمات، ومنها الفورية في نقل الأزمة، والتعريف بها وإمداد الجمهور بالحقائق التفصيلية أولًا بأول، والعمق والشمول في تغطية جوانبها المختلفة، وضبط النفس والتعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، والاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء التغطية، والرجوع والاعتماد على المصادر الأصيلة .

حيث يعد عنصر التحيز في الأداء والممارسة الإعلامية إحدى العناصر المقوضة لمصداقية وسائل الإعلام، ويمكن تحديد سمتين أساسيتين لهذا التحيز أولاهما نقص التوازن بين وجهات النظر المتعارضة في تغطية وسائل الإعلام، وثانيهما التي يعمل بها لطرف واحد، ويمكن أن نستعرض عدد من أشكال التغطية الإعلامية التي يظهر فيها التحيز على النحو التالي :

- تفضيل وجهة نظر محددة مع تقديم الأدلة على صحتها.
- عرض الحقائق والبيانات بشكل مقصود.
- استخدام اللغة بشكل يؤدي إلى تكوين الحقائق وإصدار حكم معين على أحد أطراف المنافسة في الصراع.

وتلعب عدد من العوامل دورا رئيسيا في تشكيل ظاهرة التحيز الإعلامي، منها الخط الافتتاحي والسياسي للمؤسسة الإعلامية، القيود المفروضة على إنتاج المواد الإعلامية، القيم الإخبارية، وكذلك الاعتماد المكثف على مصادر الأخبار التابعة لأحد أطراف الصراع.

إن التعامل الإعلامي مع الأزمة يتم وفق طبيعة الأزمة، نوعيتها، حجمها، وطبيعة النظام السياسي السائد والجماهير المستهدفة، ذلك أن الإعلام يلعب دورا رئيسيا في تفاعلات الأزمات إيجابا وسلبا، وقد ازداد هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وانتشار البث الفضائي الرقمي، لدرجة جعلت الساسة متخذي القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام في تقييم الأوضاع الراهنة، وصياغة المواقف والتحركات .

أحكام المصداقية: أثبت كثير من بحوث التأثير الإعلامي أن قوة تأثير الإعلام تزداد عندما تكون المصادر ذات مصداقية، فمصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور أصبحت شرطًا ضروريًا لتعرض واستخدام الجمهور لهذه الوسائل، ولإمكانية الاقتناع أو التأثر بما تقدمه، وهو ما يثار عند التعرض للشائعات؛ حيث تتوقف درجة تصديقه أو تأثره بالشائعة وفقًا لدرجة مصداقية وسائل الإعلام لديه.

وإذا كانت كفاءة إدارة الأزمة تتوقف في جانب أساسي منه على كفاءة المنظمات في التعامل مع وسائل الإعلام، فإن هذه الوسائل تحتاج إلى أداء خاص أثناء الأزمات، حيث يتطلب دورها توفير –وباستمرار– قدر كبير من المعلومات الصحيحة والدقيقة للرأي العام حتى يكون على دراية تامة بأبعاد الأزمة وتفاصيلها، باعتبارها حلقة الاتصال الموجودة بين الجماهير وصانعي القرار السياسي والقائمين على الأزمة، وبالتالي فإن الجهود الإعلامية تعتبر إحدى الدعامات الأساسية في التعامل مع الأزمات .

خاتمة :

إذن وفي ظل تفاقم الأزمات في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بكل وسائله التقليدية والجديدة، المقننة والبديلة وإعلام المواطن، وبمستوياته المختلفة الوطنية "المحلية" والقومية والإقليمية، والدولية الموجهة للآخر، خاصة في عصر الإعلام الفضائي والإعلام بلا حدود وإعلام الإنترنت كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها.

وصارت عملية إدارة الأزمات إعلاميًا تخصصًا علميًا له قواعده ونظرياته وأسسه وآلياته وإستراتيجيته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حظي إعلام الأزمات "إعلام المواجهة" باهتمام القيادة العليا في أغلب دول العالم.

ومن الأهمية بمكان إدراك أن تحقيق المصداقية لدى الجماهير عامة والنخب باختلاف مجالاتها ليس بالأمر السهل، وخاصة خلال الأزمات التي تطول مدتها، كما أن وجود قانون للمعلومات يرتب الحصول عليها وتبادلها يعد البوابة الرئيسة لتحقيق إعلام يسهم في مواجهة الأزمات، وليس إعلامًا يؤدى إلى اختلاق أزمات أو التهويل من بعضها.

وليكن الهدف دائمًا من التناول الإعلامي على كافة مستوياته لأي أزمة مساعدة المجتمع في مواجهتها والتغلب عليها، وغرس قيم الصمود وروح الأمل وليس الإحباط أو تقسيم وتفتيت المجتمع.

الاستنتاجات: من خلال كل ما تطرقنا إليه في مداخلتنا نصل إلى جملة من الاستنتاجات العامة المتعلقة بعلاقة الإعلام بإدارة الأزمات، أهمها :

1. وسائل الإعلام لها دور أساسي وخطير في الأزمات وهي تلعب دور الوسيط بين عنصر الأزمة والمجتمع، قد يكون الدور إيجابياً وقد يكون سلبياً، كما أنها من أهم الأسلحة في تغطية إدارة الأزمات لما تملكه من قدرات في الانتشار والوصول للناس بسرعة كبيرة في وقت قصير جدًا،

بالإضافة إلى قدراتها كبيرة في التأثير والسيطرة النفسية على الأفراد والإقناع للجمهور والتحكم في السلوكيات وتوجيهها .

2. تعتبر الخطة الإعلامية من أهم مقومات الإدارة الناجحة للأزمات، وبالتالي من المهم وجود سياسة إعلامية تقوم على خطة إعلامية لما قبل وأثناء وما بعد الأزمات فالإعلام في مرحلة ما قبل الأزمة يؤدي دوراً مهماً في توعية المواطنين بالإجراءات التي تتبع لسلامتهم عند وقوع الكارثة، وأثناء الأزمات فإن مهمة الإعلام تتضمن عرض الحقائق بالأسلوب الإعلامي الذي يبعث على الأمان والطمأنينة وتهدئة الرعب والخوف، أما بعد الأزمة يقوم الإعلام بدراسة إنجازاته والتركيز على الجوانب الإيجابية لتنميتها ومعالجة أوجه القصور السلبية.

3. أحيانا يكون تأثير الإعلام في الأزمات "سلبيًا"، بدل أن يوضح الحقائق وينشر الوعي ويوصل الأخبار، يكون ممرًا للإشاعات ومصدرًا للمغالطات.

4. في الأزمات تنشئ الدول خلية متخصصة وبعض أفرادها إعلاميون مهرة من أجل تسخير الإعلام لحشد الجماهير وتعبئة الأمة وتوجيه العقول.

قائمة المراجع :

أولا: الكتب:

1. البزار حسن: إدارة الأزمة بين نقطتي الغليان والتحول، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت،2001.
2. الخضيري محسن أحمد: إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري، الطبعة الثانية، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2003.
3. الدليمي محمد عبد الرزاق: الإعلام وإدارة الأزمات، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن، 2012.
4. الشعلان فهد أحمد: إدارة الأزمات: الأسس، المراحل، الآليات، الطبعة الثانية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002.
5. الضلاعين علي فلاح وآخرون: الإعلام وإدارة الأزمات، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
6. حريز سامي، محمد هشام: المهارة في إدارة الأزمات وحل المشكلات: الأسس النظرية والتطبيقية، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2007.
7. حسن محمد عبد الغاني هلال: مهارات إدارة الأزمات: الأزمة بين الوقاية منها والسيطرة عليها، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، 2001.
8. خضور أديب: الإعلام والأزمات، الطبعة الأولى، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999.

9. عجوة علي: الأسس العلمية للعلاقات العامة، الطبعة الرابعة، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

10. عليوة السيد: إدارة الأزمات والكوارث: مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، الطبعة الثالثة، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

11. مصطفى هويدا: الإعلام والأزمات المعاصرة، دار المحروسة للنشر، القاهرة، 2010.

ثانيا: الدراسات الأكاديمية:

1. أخيارهم عبد الله أحمد: التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات: دراسة لنموذج أزمة شركة تويوتا، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013 .
2. الجباوي فواز إبراهيم: الإعلام في الأزمات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة سنت كليمنتوس العالمية، سوريا، 2009.
3. الحميدي حميدي سليمان: فاعلية الاتصالات في إدارة الأزمات الأمنية بأجهزة وزارة الداخلية بالرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2010 .
4. زرمان محمد: الإعلام والأزمات: قراءة في الإطار المفاهيمي، كلية الآداب والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، 2010.

ثالثا: المجلات والمؤتمرات العلمية:

1. الحملاوي محمد رشاد، شريف صلاح الدين: إدارة الأزمات في الصناعة المصرية، ورقة مقدمة في المؤتمر السنوي الثاني لإدارة الأزمات والكوارث، جامعة عين شمس، القاهرة، 1997 .

2. محمد عبد الهادي إيثار: إستراتيجية أدارة الأزمات: تأطير مفاهيمي على وفق المنظور الإسلامي، ورقة مقدمة في مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (17)، العدد (64)، جامعة بغداد، 2011.

3. نصر وسام: مصداقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات: دراسة حالة لأزمة وباء أنفلونزا الخنازير، ورقة مقدمة في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، المجلد العاشر، جامعة القاهرة، 2015.

المرأة في البرامج التلفزيونية
غداة الربيع العربي
Women in TV programs after The Arab Spring

نادية لمهيدي

دكتوراه إعلام و إتصال

جامعة باريس الثانية للقانون, الاقتصاد والعلوم الانسانية

فرنسا

ملخص

كانت المرأة العربية فاعلا أساسيا في الحراك العربي إلا أن تموقعها في الإنتاجات الإعلامية العربية التي أعقبت الحراك لم تبرز المرأة كصاحبة رأي مؤثر في التغيير. كان سؤال موقع الرأي النسائي في التلفزيون العربي ملحا بعد الربيع العربي. وقد صار لزاما رصد الهامش الذي تفرده البرامج الحوارية مثلا للأصوات النسائية التي كانت مغيبة, مقزمة, مستبعدة, أو مهمشة في التلفزيون العربي. هناك بروفايلات لم تكن تظهر إلا لماما كالمرأة السياسية أو الفاعلة المدنية وغيرها من مواطنات تحملن وجهة نظر في الشأن العام المحلي والوطني. يقترح هذا المقال تقديم نتائج رصد برامج حوارية في التلفزيون العربي من خلال تجربة المغرب, تونس ومصر. أكدت نتائج هذا الرصد استمرار حضور محتشم للرأي النسائي ضمن البرامج الحوارية في التلفزيون العربي. كما أبرزت نتائج الرصد كسر قاعدة الخصاص في الكفاءات النسائية الممكن الاعتماد عليها في البرامج الحوارية مما يطرح بقوة أسباب غيابهن أو تغييبهن. لم تنجح هاته البرامج في ضمان إشعاع أكبر للرأي و للخبرة النسائية التي غابت في عدة حلقات. فيما أبرز الرصد إصرار التلفزيون العربي على ظهور المرأة في صورة الضحية المغلوبة على أمرها إذ جاءت يافطة المرأة الضحية كلازمة للعديد من الريبورتاجات و الصور الثابتة المرافقة لحلقات البرامج الحوارية التي تم رصدها.

الكلمات المفتاح : المرأة العربية – التلفزيون – البرامج الحوارية – صورة المرأة – الربيع العربي – الأفكار النمطية–

Summary

Women were a main actor in arab spring. But their visibility is still limited as expert, opinion leader or or a person holding influential point of view in the media. So questioning the position of Arab women in talk shows became an urgent and imminent question. Arab women were marginalized, absent. These women have rarely appeared in the Arabic media as political figure or citizens with a different say in the public civil service or national debate. This article proposes presenting the results of observing arab TV talk shows from Morocco, Tunisia and Egypt. The study breaks the traditional belief that there is a shortage in women expertise. A big stereotype was amended. It also demonstrates the failure of the media to reflect the prosperity and success of the women expertise in many episodes of these dialogue shows.Other main conclusion : arab talkshows still represent women mainly as a victim. Arab tv talk shows still keep bringing the Arabic women in a stereotype image.

Keywords: Arab women – Television – Talk Shows – Representation – Arab spring – Stereotypes

مقدمة

عرفت المنطقة العربية مرحلة انتقالية على الصعيد السياسي و المجتمعي غداة الربيع العربي أنتجت تحولات مست بشكل مباشر الإعلام وأبرزت قوة الفضاء الرقمي وقدرته على مخاطبة فئات شاسعة من المتلقين وإتاحة تفاعلاتهم بشكل واضح. طبع هذه المرحلة أيضا بروز قوة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت فاعلا مباشرا في حراك الشارع العربي ومواكبا لنقل الخطابات, الرسائل والصور التي لم تجد لها موطئ قدم في وسائل الإعلام التقليدية. كان لزاما على الإعلام التقليدي أن يعود إلى دائرة الضوء غداة الربيع العربي بالنظر لضرورة رفعه تحدي مواكبة التغيرات والانخراط بشكل أكبر في السجال السياسي وتأطير مسلسل التغيير المجتمعي ليتموقع مجددا بشكل أكثر مهنية وحرفية لضمان صموده تجاه تصاعد الاهتمام بالإعلام الرقمي.

يعد ارتفاع عدد البرامج الحوارية في خارطة برامج القنوات التلفزيونية العربية اكبر مؤشر على إعادة تموقع الإعلام التقليدي غداة الربيع العربي إذ لم تعد تخلو أية قناة من هذا النوع من البرامج الذي يجمع النقاش والرأي ويستضيف فعاليات حزبية و جمعوية وخبرات من مختلف المجالات...

تتميز البرامج الحوارية كذلك بتحرير الكلمة و إعطاء فسحة لمقارعة الرأي و الرأي الآخر وضمان تعددية المتدخلين ووجهات النظر وإفساح المجال لتفاعل شبكات التواصل الاجتماعي من خلال طرح أسئلة المشاهدين و تفاعلهم عبر شبكة الفيسبوك و تويتر . لوحظ إذا تعدد البرامج الحوارية في التلفزيونات العربية مكنتها من استعادة حيويتها و توسيع دائرة اشتغالها و زوايا معالجتها. كان لابد من مسائلة هاته البرامج الحوارية عن تموقع الرأي النسائي داخلها و مدى إفساحها هامشا أكبر من البرامج التي كانت فيه الأصوات النسائية صامتة, مستبعدة, أو مهمشة كالمرأة السياسية أو الفاعلة المدنية وغيرها من مواطنات تحملن وجهة نظر في الشأن العام المحلي و الوطني ولا

تبرزن بالشكل الكافي في وسائل الإعلام. خلال ذلك اعتمدت منظمة المرأة العربية "الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية" 2009 –2015 كان الهدف منها "تطوير الرسالة المحتواة في العمل الإعلامي بكافة أشكاله من جانب القائمين على العمل الإعلامي بكافة مستوياته رجالاً و نساءً وتغيير الثقافة المجتمعية السائدة في المنطقة العربية التي تحتضن صورة نمطية عن المرأة وأدوارها في المجتمع..."[543]

انتبهت منظمة المرأة العربية لدور الإعلام في رسم ملامح جديدة للمرأة العربية التي شاركت بشكل واضح في الربيع العربي لإعطائها تموقعا مجتمعيا جديدا إذ عقدت المنظمة، بشراكة مع وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية المغربية, "المنتدى العربي للمرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة: نحو إعلام منصف للمرأة".[544] الذي عقد بمراكش سنة 2014. وقد كان من بين أهم انشغالات المنتدى "بحث سبل إعلام عربي إيجابي قادر على إعطاء المرأة إشعاع جديدا قادرا على إبراز الأدوار الجديدة للمرأة في المجتمع العربي". لقد صارت قضية إعادة تموقع المرأة العربية في الإعلام وسؤال رسم ملامح صورة تعكس وجهة نظرها وأدوارها الجديدة صارا أمرا عاجلا. لذا كان من الضروري القيام بوقفة تأملية لحضور المرأة العربية في التحول الإعلامي الذي أعقب الربيع العربي الذي انتقل إلى ربيع إعلامي من خلال الانتفاضة التي عرفتها قاعات التحرير وأقسام الأخبار والبرامج في التلفزيونات العربية وعلى مواقع التواصل الإجتماعي. لتعميق الرؤية بخصوص تموقع المرأة العربية في البرامج الحوارية, وتجاه ندرة الأبحاث والدراسات التي واكبت الربيع الإعلامي العربي الذي تجلى في زخم إنتاج البرامج الحوارية, يقترح هذا المقال تقديم نتائج رصد علمي لصورة المرأة في الفضاء الإعلامي العربي غداة الربيع العربي من خلال البرامج الحوارية لقياس ومساءلة الحضور الإعلامي للمرأة في البرامج الحوارية التي تستضيف فعاليات مجتمعية في كل المجالات.

يرصد هذا المقال وضع المرأة داخل البرامج الحوارية لقنوات عربية عمومية وخاصة للوقوف على استراتيجية الإعلام العمومي المفروض فيه عكس المشاركة النسائية في النقاش العام و كذا

---

[543] "الاستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية.2009_2015". منظمة المرأة العربية. 2008. /www.arabwomenorg.org/PublicationDetails.aspx?ID=28 (تم الاطلاع عليه في شتنبر 2017)

[544] "المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة", تقرير أشغال المنتدى العربي. منظمة المرأة العربية". وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية. 2014/www.social.gov.ma/sites/default/files/Femme%26%20M%C3%A9dia.pdf (تم الاطلاع عليه في شتنبر 2017)

القنوات الخاصة التي يحكمها دفتر تحملات و مسؤولية مجتمعية تجاه المرأة كمكون مجتمعي فاعل في مسار التنمية و في النقاش العام. يهتم المقال بصورة المرأة في البرامج الحوارية ما بعد الربيع العربي لثلاث دول عربية : المغرب– مصر– تونس.

تم رصد برامج سنة من حلقات البرامج الحوارية بمعدل برنامج كل أسبوع ما مجموعه 44 حلقة من كل برنامج. وقد هم الرصد البرامج الحوارية التالية: المغرب "مباشرة معكم", مصر "آخر كلام", تونس "ناس نيوز" (تونس). وقد حاول الرصد الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل ساهمت التغيرات السياسية التي ألمت بالدوال العربية غداة الربيع العربي في تحسين تموقع المرأة في الإعلام المرئي وفي البرامج الحوارية ؟
- ما هي نسبة وطبيعة حضور المرأة في البرامج الحوارية ؟
- أي دور تضطلع به المرأة من موقعها كفاعلة سياسية, خبيرة, محاورة, صحفية أو صاحبة رأي... في البرامج الحوارية؟
- مدى تأثير حضور المرأة العربية في البرامج الحوارية في الإسهام في نقاش الشأن العام السياسي والمجتمعي؟
- ما هي أسباب ضعف حضور المرأة في بعض المواضيع: السياسية, الاقتصادية, الإستراتيجية... ؟
- كيف تدبر القنوات حضور المرأة في برامجها الحوارية؟
- ماذا عن تعاون القنوات التلفزيونية مع الأحزاب السياسية و المجتمع المدني ... في إبراز بروفايلات نسائية جديدة؟

ركز الرصد على تقييم حضور المرأة في البرامج الحوارية المعنية نوعيا وكميا، وأيضا تقييم دورها من خلال رصد المؤشرات التالية:

- المرأة كمشارك
- المرأة كموضوع
- المرأة كمنشطة برنامج حوارية
- المرأة كمعدة برنامج حوارية
- المرأة كعنصر مؤثث للفضاء
- مؤشرات أخرى

اهتم المقال بتحديد نوعية حضور المرأة كمشارك (كفاعل سياسي أو مدني أو أكاديمي أو خبير أو كشخص معني بتقديم رأي عام أو شهادة في الاستطلاعات المتضمنة في البرامج الحوارية).

كما رصد نسبة حضور المرأة وطبيعة تمثيليتها ومدى تنوعها بتنوع حساسيات المجتمع السياسية والمدنية وأيضا مجالات التخصص التي تنتمي لها، والدور الذي تقوم به في البرنامج. كما تم رصد حضور المرأة كموضوع (سواء كعنوان أو كمضمون) من خلال معرفة نسبة البرامج التي تطرح قضايا المرأة، ورصد طبيعة جنس المشاركين عندما يتعلق الأمر بموضوع "المرأة": هل يتم التحدث عنها أم إليها. وقف الرصد أيضا عن مدى استهداف هذه البرامج لرفع الوعي العام بقضايا المرأة ودور البرامج الحوارية في ترسيخ أو تكسير الصورة النمطية التي رسخها التلفزيون لعقود.

1. "مباشرة معكم": (المغرب)

مشاركة محدودة للمرأة في الحلقات المفردة للشأن السياسي

خلص رصد حلقات "مباشرة معكم" إلى مشاركة محدودة للمرأة في الحلقات المفردة للشأن السياسي بحيث نجد بلاطو الحلقات السياسية رجاليا بامتياز. وضع يطرح بقوة ضعف انعكاس تطور التمثيلية السياسية للمرأة المغربية على الثورة التي يعكسها الإعلام لنضالاتها. فقد انتقل حضورها في البرلمان مثلا من نائبتين في سنوات 1993 و 1998، إلى تخصيص 30 مقعدا للمرأة في اللائحة الوطنية بعض تعبئة كبيرة للحركة النسائية في سبيل تقوية المشاركة السياسية للنساء، و اعتلاء مراكز القرار السياسي. جاء موقف الأحزاب, التي تفرد حيزا في برامجها الانتخابية للمرأة, موضع تساؤل لأنها لا تعطي الإشعاع الكافي لمناضلاتها للمشاركة في الإعلام إذ تصر جل الأحزاب في غالب الحالات على اقتراح أسماء رجالية على معدي البرامج التلفزيونية مثل"مباشرة معكم". خلصت نتائج رصد حلقات البرنامج إلى تقزيم حضورها العددي ومع ذلك لوحظت مشاركتها النوعية الوازنة في النقاش السياسي بصفتها مسؤولة حزبية تناقش آفاق والملفات الحكومية و لو من خلال بروفايل نسائي وحيد مقابل بروفايلات رجالية قد تصل الخمسة في بعض الحلقات. انعكس ذلك على الحيز الزمني الذي خصص لها للتدخل. حيث أن النسبة الإجمالية لم تتجاوز 11 في المائة أما في الشق الحكومي فقد أظهرت نتيجة الرصد استضافة مسؤولة حكومية من الطراز الرفيع في شخص كاتبة عامة لوزارة الصناعة و التجارة و التكنولوجيا الحديثة وقد دأب البرنامج على استضافة وزيرات, إن وجدن, بشكل منتظم. جاءت نتائج مسح و تحليل حلقات برنامج "مباشرة معكم لتؤكد هذا الطرح و ظهر ذلك جليا في حلقتي "القضاء" و "الشأن السياسي" الذي لم تحضر فيه المرأة داخل البلاطو بحجمها السياسي و النضالي في الساحة الوطنية. حضر الوزير والقضاة والمحامون وكتاب الضبط الرجال في حلقة إصلاح القضاء بينما غابت نساء القضاء إلا من بعض اللقطات العابرة في ريبورتاج الحلقة ورد فيه تدخل لموظفة بالمحكمة. غابت المرأة القاضية عن النقاش في البلاطو في حين تعرف المهنة تأنيثا بوثيرة ملحوظة: سجلت سنة

2013 896 قاضية مقابل 3154 قاضيا، أي بنسبة 22.12 في المائة. نسبة مرشحة للارتفاع في أفق تعيين حوالي 244 قاضية من خريجي المعهد العالي للقضاء عام 2015 ليصل عدد القاضيات بالمغرب إلى حوالي 1140. تدخل محامون كثر في الحلقة من داخل البلاطو و من خلال الريبورتاج و كانوا كلهم بصيغة المذكر مع أن المغرب يعرف اليوم تزايدا مهما في عدد المحاميات بلغ 800 محامية لا يحظين بعد بالإشعاع المناسب لتموقعهن في المنظومة الإعلامية. و مع ذلك رغم غيابها في البلاطو و الريبورتاج حضر صوت المرأة الفاعلة في النقاش العام من خلال مشاركتها بالسؤال و النقاش في فقرة ردود فعل المشاهد من خلال الرسائل القصيرة + الايميل + فيسبوك + تويتر.

تم تدارك هذا الأمر من خلال حضور المرأة القوي في حلقات ذات ارتباط بتيمات مالية و اقتصادية ... جد دقيقة: كحلقة "نظام المقاصة" الذي شاركت فيه عضوة المكتب التنفيذي لحزب الاستقلال و قد نمت تدخلاتها عن دراية و إلمام بموضوع الإصلاحات المالية لميزانية الدولة و ملمة بالنقاش الدائر في الساحة الوطنية حول التغيير الذي تنوي الحكومة أحداثه على نظام المقاصة الذي يمس شرائح واسعة من المجتمع المغربي. عرفت الحلقة نقاشا ساخنا أسمعت فيه المسؤولة الحزبية صوتها عاليا بين أربعة رجال من العيار الثقيل: وزير, رئيس فيدرالية وزير سابق, ثم رئيس جمعية للمستهلكين. أما في باقي فقرات البرنامج: الريبورتاج و فقرة التواصل المباشر مع المشاهد من خلال الشبكات الاجتماعية: الفيسبوك و تويتر فقد جاءت المشاركة النسائية محدودة جدا إن لم نقل منعدمة. على غير عادة البرامج الحوارية المخصصة لمناقشة قضايا التحرش, زواج القاصرات, تفعيل مبدأ المناصفة... حضر الرجل على غير المعتاد في هذه الحلقات حيث تكون الحلقات نسائية صرفة و يغيب الرجل صاحب القرار السياسي في شؤون المرأة. نفس التوازن خلصت له نتائج الدراسة بخصوص حضور المرأة و الرجل في الريبورتاج من خلا شهادات طلبة و متقاعدين رجال و نساء. جاء الريبورتاج كذلك بقيمة مضافة ملحوظة من خلال الاستماع لرأي مسؤولة حكومية و أخرى نقابية و برلمانية ووزيرة سابقة. تعدد بروفايلات و مجالات تخصص المرأة الذي كان لافتا في حلقة التحرش مثلا حيث كسر قاعدة الخصاص في النساء الممكن الاعتماد عليهن في البرامج الحوارية و في نفس الآن يطرح بقوة أسباب غيابهن عن البلاطو لما يضمن من إشعاع أكبر للرأي و للخبرة النسائية. حضور وازن للمرأة داخل البلاطو للتحاور حول مسألة تفعيل مبدأ المناصفة ومكافحة جميع أشكال التمييز بين الرجال والنساء والمطالبة بتفعيل مقتضيات الدستور في هذا المجال. لوحظ أن زمن تدخل المرأة بالمقرانة مع زمن الحلقة التي استضافت أيضا فعالية رجالية إذ حصدت النساء المتدخلات نسبة 62 في المائة. توزعت البروفايلات بين المجال الحقوقي والإعلامي. حيث سجل حضور صحفية وناشطتين في المجال

الحقوقي إلى جانب برلمانية. هذا الحضور المكثف للنساء داخل البلاطو، تفرضه بالطبع طبيعة الموضوع إلا أنه يلاحظ شبه غياب الرجل صاحب القرار في المجال. من بين نتائج الرصد أيضا التركيز على صورة المرأة الضحية في حلقات الشأن النسائي كما في حلقة "التجليات المجتمعية والاقتصادية لظاهرة زواج القاصرات" التي عرفت حضور أربع نساء مقابل بروفايل رجالي واحد. ركزت الروبورتاجات على المرأة الضحية: ضحية الزواج في سن مبكرة للحديث عن تجربتها والآثار النفسية التي يعقبها زواج القاصرات باختلاف الوسط والعقليات. لا بد من الإشارة إلى ندرة حالة المرأة الضحية في بلاطو "مباشرة معكم" اللهم بعض الشهادات و الصور الثابتة لمهاجرات جنوب إفريقيا أو نساء ضحايا أوشهادات أمهات ضحايا المخدرات تم بثها في الربورتاجات. سجل الرصد إلى جانب ذلك مفارقة بارزة ما بين الحضور النسائي و نوعيته ما بين البلاطو و الربورتاج لنسجل حضوا قويا نوعيا في الربورتاجات الذي ينقد ماء الوجه بسبب تقزيم حضور المرأة في البلاطو ينعكس دائما على المدة التي تخصص لها لتدلي برأيها. فإذا كان حضور المرأة باهتا في بعض الحلقات إلا أن تموقعها في الريبورتاج يمنح لها فسحة أكبر و هو ما يؤكد أن البروفايلات النسائية متواجدة في الميدان و في مختلف التخصصات لكنها لا تصل للإشعاع اللازم الذي يمنحه البلاطو لأن اختيار الضيوف يمر عبر الرؤساء و الهيات. هكذا تدخلت المرأة من خلال الربورتاج كرئيسة جمعية محاربة المخدرات طبيبة, مسؤولة عن السلامة الصحية للمواد الغذائية, بيولوجية مسؤولة و في شباك المستهلك, صحفية... ورغم حضور المرأة القوي في البرنامج في فريق الإعداد كصحفية معدة لفقرات البرنامج فقد غابت عن حلقة تأهيل الصحافة الالكترونية في المغرب حيث سجلنا غيابها التام داخل البلاطو حيث أن نسبة تدخلها هي صفر بالمائة في حلقة تعتبر استثنائية ضمن العينة المدروسة. إلا أنها ظهرت في الريبورتاج من خلال بروفايل صحفية تحدثت في كلمة لم تتجاوز ال 45 ثانية عن ضرورة الالتزام بأخلاقيات المهنة من أجل صحافة الكترونية تحترم المعايير المهنية.



التوجهات الكبرى لبرنامج "مباشرة معكم"

1. تباين في إشراك المرأة في نقاش الحلقات المفردة للشأن السياسي إذ جاء باهت عدديا وكان مميزا ووازنا من خلال الإسهام البارز للمرأة المسؤولة الحزبية التي تألقت في الحلقات التي شاركت فيها.
2. حضور محدود في البلاطو لا يتعدى في أقصى الحالات 30 بالمائة و مشاركة وازنة في التقارير والريبورتاجات التي تميزت بتعدد بروفايلات ومجالات تخصص المرأة حيث كسر قاعدة الخصاص في النساء الممكن الاعتماد عليهن في البرامج الحوارية وفي نفس الآن يطرح بقوة أسباب غيابهن عن البلاطو الذي يضمن إشعاعا أكبر للرأي وللخبرة النسائية.
3. حضور صوت المرأة الفاعلة في النقاش العام من خلال مشاركتها كذلك بالسؤال والنقاش في فقرة ردود فعل المشاهد من خلال الرسائل القصيرة + الايميل + فيسبوك + تويتر.
4. غياب غير مبرر للمرأة في نقاش بعض القضايا:" القضاء" و "الشأن السياسي" "العلوم والتكنولوجيا" التدبير المحلي" الحكامة"... مواضيع لم تحضر فيه المرأة داخل البلاطو بحجمها السياسي و النضالي في الساحة الوطنية.
5. حضورالمرأة القوي في حلقات ذات ارتباط بتيمات مالية و اقتصادية جد دقيقة: "نظام المقاصة" حيث تميزت الضيفة بدراية و تتبع لموضوع الإصلاحات المالية لميزانية الدولة و ملمة بالنقاش الدائر في الساحة الوطنية
6. تركيز على صورة المرأة الضحية في حلقات الشأن النسائي.

2. "آخر كلام": (مصر)

عدم الاستقرار في الحضور النسائي

"آخر كلام" برنامج حواري تبثه قناة "وان تيفي" المصرية المستقلة ويقدمه يسري فودة الصحفي المصري البارز الذي ترصد حواراته حال المجتمع المصري في تطوراته و تدبيره لمرحلة ما بعد الحراك و أجندة الاستحقاقات السياسية و الاجتماعية المصرية التي كانت المرأة شريكا في تفعيلها و تدبيرها. إلا أن هذا التموقع للمرأة المصرية لم تتم ترجمته بالشكل المتوقع على بلاطو برنامج "آخر كلام". خلص تحليل حلقات برنامج " آخر كلام" إلى عدم الاستقرار في التمثيلية النسائية داخل بلاطو البرنامج بل الغياب التام للحضور النسائي في تيمات كالسياسية مثلا التي تتواجد فيها المرأة المصرية و بتميز و حنكة على الساحة لكن حضورها كحاملة لرأي و مشكلة للرأي العام المصري جاء مناقضا على البلاطو إذ كان مقزما. خلص رصد حلقات برنامج "آخر كلام" إلى عدم الاستقرار في شكل ونسبة حضور المرأة في بلاطو يسري فودة كما خلصت إلى شكل من الغياب الذي لايمكن تفسيره للمرأة المصرية في الحلقات المفردة للشأن السياسي المصري و لحراك الشارع المصري. يحضر في بلاطو البرنامج الفاعل السياسي والكاتب الصحفي الرجل و تغيب المرأة المصرية من النشطاء السياسيين و الإعلاميين المواكبين للربيع المصري. مقابل ذلك تكون الريبورتاجات والتقارير مليئة بنماذج نسائية من الفاعلات السياسيات الحاضرات في الشارع و في النقاش العام. المفارقة الثانية هي الفئة العمرية من الخبراء و الفاعلين التي استضافها البرنامج و هي فئة الشباب. و هي نفس الفئة التي كانت حاضرة في الريبورتاجات والتقارير أي الناشطات السياسيات الشابات. إلا أن البرنامج أراد لهن أن يكن بلا صوت و بلا رأي في فقرات البرنامج ليعلو صور الرجل الفاعل و المحلل السياسي و لا يعلى عليه. تميز برنامج "آخر كلام" بكون المرأة في غالبية الحلقات مؤثثة للفضاء ليس إلا. أما بالنسبة للبروفايلات الناذرة التي حضرت بلاطو البرنامج فهي: الفاعلة سياسية الواعية بالوضع الراهن في بلدها التي تقترح بدائل وتطرح تساؤلات سياسية كبرى وتعكس صورة المرأة المشاركة في ثورات الربيع العربي والتي أصبحت أكثر تتبعا للوضع السياسي وفاعلة في التحولات التي تعيشها البلاد. لذلك فقد تكسر ذلك الطابو الذي ما درجنا عليه في باقي البرامج: الرجل هو الواعي بالأوضاع الراهنة والقائد السياسي الملم بزمام الأمور والقادر على تحليليها واستخلاص عبرها. سجل رصد حلقات البرنامج بعض الإساثناءات الناذرة إذ على غير عادة "آخر كلام" استقبل يسري فودة في إحدى الحلقات فعالية نسائية مميزة في شخص سفيرة مساعدة لوزير خارجية مصر. كما عرفت الريبورتاجات تقارير ورود تدخلات لشابتين الأولى خبيرة لدى منظمة دولية تهتم بشؤون اللاجئين و شابة سورية لاجئة بمصر وتتحدث باسم اللاجئين.

المفارقة في حلقات "آخر كلام" هو ذلك البون الشاسع بين عدد البلوفايلات الرجالية والنسائية داخل البلاطو و التقارير والريبورتاجات إذ غالبا ما يغلب التكافؤ في البلاطو. خلص الرصد أيضا إلى غلبة صورة المرأة الضحية المغلوبة على أمرها المقهورة مقابل متدخلين رجال بين ديبلوماسي, مسؤول محلي, محلل سياسي, صحفي بهندامهم الأنيق و ربطة العنق المثبتة بإحكام. إلا أن هناك بعض الاستثناءات مثل دعوة يسري فودة في إحدى الحلقات التي قال عنها بأنها حلقة المسؤولين حيث حضرت امرأة واحدة ببروفايل علمي جد متميز: باحثة في مجال أمراض الأسماك. الغرابة في الحلقة وفي المسؤول عن البرنامج أن الباحثة والمسؤولة المخبرية لم تلتحق بالبلاطو إلا في الجزء الثاني من الحلقة. بينما اقتصر الجزء الأول على الضيوف المهندسين و المحقق الصحفي و نقيب الصيادين. الأنكى من ذلك أن الحصة الزمنية المفردة للمرأة جاءت مقزمة بالنسبة للحصة التي تحدث فيها الرجل و تخللها تقطع كثير بفعل التدخلات المتواترة للمحاور الذي دخل في شبه جدال مع الباحثة إلا حد مطالبتها بتقديم استقالتها: يسري فودة: " استقيلي بما انك لا سلطة لك". إلى جانب ذلك جاءت تدخلات الضيفة باهتة و قد غلب على خطابها الجانب الإجرائي المحض جاء تموقعها العلمي باهتا جدا.كما أنها في الكثير من الأحيان كانت تتهرب من المسؤولية و المواجهة و بقيت متشبثة بفكرة واحدة: "نحن لا سلطة لنا و أنا لست وحدي في فريق العمل المخبري" لتزيح المسؤولية عنها و عن مختبر الدولة الذي تمثله متحاشية الخوض في الجدال العلمي. ملاحظة أخيرة تثير الانتباه خلو التقارير والربورتاجات من أي تدخل للمرأة الفاعلة في مجال الصيد و الأسماك. نفس الملاحظة همت استضافة خبيرة مصرية في علم النفس، تشاطر خبرتها وتحلل الوضع السياسي الراهن في مصر من منظور جديد و غير معتاد في البلاطو:المنظور النفسي الاجتماعي للاندلاع ثورات الربيع العربي وبالضبط في مصر التي تعيش احتقانا اجتماعيا أودى بحياة الكثيرين من الشباب شهداء التغيير في بلدانهم الرافضيين العيش تحت وطء الاستغلال وغياب المساواة والحرية والعدالة الاجتماعية. أخذت تدخلات المرأة نسبة مهمة من زمن البرنامج تحدثت فيه بكل طلاقة مجيبة عن أسئلة الإعلامي يسري فودة وهو مايدل على أن المرأة لا تنقصها لا الخبرة ولا فن الخطابة حيت برهنت دونما مرة ومن خلال عدد من الحلقات على أنها مؤهلة للحديث في البرامج الحوارية ومشاطرة رأيها وخبراتها. إلا أن هذا التموقع للمرأة المصرية يبقى استثناء في بلاطو "آخر كلام": في أكثر من حلقة نجد غيابا تاما للمرأة كمشاركة في الحوار داخل البلاطو. لا نراها سوى في لقطات عابرة من خلال التقارير والريبورتاجات حيث تظهر فيها المرأة ببروفايل الثائرة التي خرجت إلى الشارع بهدف التغيير أو المرأة الشجاعة التي خرجت إلى جانب الرجال من أجل مستقبل أفضل يحمي لها حقوقها السياسية والاجتماعية على حد سواء. صحيح أن حضور المرأة في التقارير يأتي غالبا على أساس أنها مؤثثة للفضاء، لكن ذلك يعكس في أبعاده الحقيقية، جانبا من جوانب الثورة والتي بصمته المرأة بحضورها وسهامها في إنجاحها

دون خوف أو تردد. غير ذلك، لم يلحظ تواجد للمرأة في البلاطو كمحاورة رئيسية تتحدث عن الأزمة التي عاشتها مصر بعد أن أعرب أكثر من 15 مليون مصري ومصرية عن نيتهم في سحب الثقة من مرسي مثلا. عدم التوازن مس أيضا الحيز الزمني المفرد للرأي النسائي في التقارير والريبورتاجات جاء مقزما و جاء معظمه في سياق التباكي والشكوى من قهر وضعية المرأة اللاجئة المبعدة عن الوطن و المواجهة للقهر. في حين جاءت تدخلات الرجل في إطار مسؤول أو خبير أو جمعوي, إعلامي... ناذرا ما يستقبل بلاطو يسري فودة النساء وناذرا ما يعطي الكلمة لليافعات. حضرت اليافعات في هذه حلقة "القوافل الثقافية" و غابت كلمة المرأة إلا لماما: فقد غنت الفتاتين اليافعتين أكثر مما عبرن هن أفكار و آراء. كما عرفت هذه الحلقة حضورا بارزا لمديرة منظمة مدنية مهتمة بالثقافة بمناسبة تنظيمها لقافلة ثقافية في أحياء مهمشة ولفائدة عائلات تهيش الفقر و الآفة و الإهمال في حين جاء الحضور الرجالي في شخص مخرج شاب تدخل في أمور تقنية وتكنولوجية و ثقافية. المثير في هذه الحلقة هو انخراط المرأة الفقيرة المعوزة من خلال التقارير والريبورتاجات في الحدث الثقافي الاستثنائي الذي عرفته أحياؤهن وامتزج تعبيرهم عن الفرح بالمبادرة باللوم والشكوى عن تدني أو غياب الخدمات الصحية. كما سجلت الحلقة الإصرار على ظهور المرأة في صورة الضحية المغلوبة على أمرها في حلقة خصصت لقافلة ثقافية يثير أكثر من تساؤل حول التعامل مع صورة المرأة والتأكيد على دونيتها. ذاب الحضور المميز داخل البلاطو للفاعلة الجمعوية في التباكي الذي غلب على فقرات التقارير. سجل رصد حلقات برنامج "آخر كلام" غياب أو تغييب تام للمرأة المصرية في حلقة الشأن الديني إلا من تواجد امرأة صامتة في منصة يأخذ فيها الرجل الكلمة و هي تنصت لكلمة و رأي و تحليل الرجل.



التوجهات الكبرى لبرنامج "آخر كلام" حول المرأة

1. عدم الاستقرار في شكل و نسبة حضور المرأة في بلاطو يسري فودة كما خلصت إلى شكل من الغياب الذي لا يمكن تفسيره للمرأة المصرية في الحلقات المفردة للشأن السياسي المصري
2. المفارقة الثانية هي الفئة العمرية من الخبراء والفاعلين التي استضافها البرنامج وهي فئة الشباب. وهي نفس الفئة التي كانت حاضرة في الريبورتاجات والتقارير أي الناشطات السياسيات الشابات.
3. كسر ذلك الطابو الذي ما درجنا عليه في باقي البرامج. ذلك أن الرجل هو الواعي بالأوضاع الراهنة والقائد السياسي والملم بالشأن العلمي الذي يلم بخبايا الأمور وله القدرة على تحليلها.
4. الإصرار على ظهور المرأة في صورة الضحية المغلوبة على أمرها: المرأة الضحية / اللازمة
5. عدم التوازن مس أيضا الحيز الزمني المفرد للرأي النسائي في التقارير و الريبورتاجات جاء مقزما.
6. تغييب الفعاليات المصرية التي تؤثث النقاش العام وتسهم في صناعة الرأي العام.

3. برنامج "ناس نسمة نيوز" (تونس)

المرأة الحاضر / الغائب

"ناس نسمة نيوز" : برنامج حواري تبثه القناة التونسية نسمة. يستضيف فاعلين سياسيين واقتصاديين وحزبيين وجمعويين في لقاء مباشر لتحليل و طرح المستجدات على الساحة السياسية التونسية. عرف البرنامج مستجدا هاما عام 2013 تجلى في التحاق الصحفية المتميزة مريم بالقاضي في تنشيط و إدارة فقرات البرنامج إلى جانب سفيان بن حميدة الكاتب و محلل البرنامج. تعرف تيمات البرنامج التصاقا كبيرا بقضايا الساحة التونسية السياسية و ترتبط في مجملها بتدبير ما بعد الربيع التونسي مع تخصيص بعض الحلقات لمواضيع اقتصادية، اجتماعية.

أفرز تحليل حلقات لرنامج "ناس نيوز" تعارضا صارخا بين طبيعة حضور المرأة داخل بلاطو البرنامج وخارجه. في حين نجد المرأة مغيبة في البلاطو كمسؤولة حزبية أو كمحللة أو ممثلة لمجتمع مدني أو فاعلة سياسية. نجدها متواجدة بشكل ملحوظ في التقارير والريبورتاجات التي أظهرت المرأة كمسؤولة حزبية في منصة لقاء تواصلي ثم كصاحبة رأي فصحفية يفوق عددها عدد الرجال في ندوة صحفية. وهكذا جاءت الحلقة الأولى تحت عنوان: "المرأة الحاضر الغائب". البديهي أن من يؤثث البلاطو يكون من الخبراء أو المسؤولين وأصحاب القرار أو الفاعلين المجتمعيين أو المحاورين. بينما من يظهر في التقارير والريبورتاجات قد يكون من نفس الفئة كما قد يكون من فئة الميدانيين و النشطاء في مجالات اختصاصهم إلى جانب عامة الناس من مواطنين يكونون من المؤثثين للفضاء و غالبا ما يكونون في موقف متلق وليس في موقف فاعل أو مؤثر. النسب المسجلة في الحلقة رقم 1 من العينة وضعت المرأة في خانة حضور منعدم في الفئة الخاصة بالفاعلين في مجالات اختصاصهم أو صانعي الحدث والقرارات. بينما يتقوى

حضورها في الفئة الثانية حيث أن حضورها سلبي إذ نراها صامتة تؤثث الفضاء و لا تؤثر فيه. لابد من إثارة الانتباه إلى أن هذه الحلقة استضافت مسؤولا حكوميا وآخر حزبيا كلاهما رجل.

أفرز الرصد أيضا مفارقة أخرى: تأرجح الحضور النسائي بين تواجد نوعي متميز من خلال براعة منشطة الحلقة وحضور باهت للمرأة في التقارير والريبورتاجات التي بدت فيها المرأة, في بعض الحلقات, عنصر تأثيث الفضاء دون تأثير في الحدث الذي تتم مناقشته ودون أن تأخذ الكلمة كفاعلة ومؤثرة. خلص الرصد إلى قاعدة الكيل بمكيالين بخصوص حضور المرأة. نوعيا، إذ كان حضور المرأة نمطيا بامتياز من خلال حصر المرأة في أدوار ثانوية: صحفية حاضرة في قاعة ندوة صحفية ثم زوجة ضحية خطأ أمني فنكرة تؤثث الفضاء. ثم غياب لافت للأدوار الجديدة للمرأة التي لا يمنحها البرنامج الإشعاع المطلوب كما حدث في الحلقة رقم 2 من العينة.

التغييب غير المعلل علامة أخرى لبرنامج "ناس نسمة نيوز" و هكذا غابت المرأة عن الحلقة الثالثة المخصصة ل"مسار الإصلاحات المؤسساتية لتونس ما بعد الحراك". وقد بدا واضحا من طبيعة الضيوف: "مدون"، "ممثل للشباب العاطل"، "صحفي"، "ناشط سياسي"... أن هناك بروفايلات نسائية متواجد بقوة في هذه المجالات لكنها لم تحضر البلاطو مما ينم تغييب للأدوار الجديدة التي تطلع بها المرأة التونسية. و إن سجلت الحلقة حضورا ملموسا للمرأة بالمقارنة مع الحلقات الأخرى إلا أنه جاء حضورا بعنوان الاختزال أولا من خلال حضورها الفعلي في البلاطو كمنشطة البرنامج الحواري ثم كأستاذة جامعية و متتبعة للحراك السياسي الذي أعقب فورة الشارع التونسي والتحولات الديمقراطية للبلد.

حضور بطعم الاختزال فتدخل الأستاذة الجامعية في الحلقة لم يتجاوز دقيقة وأربعة وأربعون ثانية بينما امتد البرنامج إلى 59دقيقة و حضرت فيه المرأة فقط بنسبة: 19.36%. نفس الملاحظة تطفو للسطح بالنسبة لشهادتين وردتا في التقرير لشابين من العاطلين حاملي الشواهد حيث لم تتجاوز شهادة الفتاة لعشر ثوان بينما امتد تدخل الشاب لدقيقة كاملة. أما عن المرأة داخل التقارير فقد اقتصر على صحفية معدة للتقرير. يشار أيضا أن حضور المرأة في التقرير جاء على شكل حضور سلبي و ليس دينامكي كما جاء صامتا من خلال تواجد صحفيات في قاعة الندوة الصحفية أو حضور عابر من خلال نساء لا صفة لهن يؤثثن صور التقرير. لابد من الإشارة إلى التفاوت الملفت لحضور المرأة في البلاطو الذي يستضيف خبرات و فعاليات وأصحاب قرار أو مسؤولين... و الذي كان ضعيفا في الحلقة بينما جاء حضورها متوسطا في التقارير التي قد يؤثثها نفس البروفايلات كما يشارك فيها بقوة أناس عاديون دون إشعاع بارز.

إذا كان البرنامج يستضيف الخبرات والفعاليات الرجالية أساسا فقد سجلت الدراسة بعض الاستثناء كما في الحلقة رقم 4 من العينة التي سجلت إحدى أعلى نسب حضور المرأة الذي جاء كميا وخاصة نوعيا من خلال بروفايل وتخصصات المرأة التي حلت ضيفة على بلاطو البرنامج. حلقة كل الاستثناءات بامتياز ظهرت فيها المرأة بأبهى حللها بعيدا عن النمطية المعتادة. ولعل أول استثناء هو حضورها القوي داخل البلاطو كخبيرة وكصاحبة رأي بل ولها تميز عددي داخل البلاطو الذي أصبح مكونا انطلاقا من الدقيقة 24 من ثلاث نساء : محاورة، صحفية، قاضية في مقابل رجل واحد حضر بصفته صحفيا وكاتبا. وهي تركيبة تبين حضور الخبرة النسائية بشكل بارز وجلي.

خلت هذه الحلقة كذلك في تقاريرها من نموذج المرأة الضحية والمرأة المؤثثة للفضاء التي صادفناها في حلقات أخرى. المثير في الحلقة كذلك تدخل المرأة في تيمات غير معتادة وهي المال والبنوك والميزانية التي عادة ما يستضاف لها خبراء و صحفيون رجال. و بما أن للبرنامج خصوصية إدراج موضوع لكل جزء من البرنامج فقد كان من نصيب الصحفية الحاضرة في البلاطو الخوض في موضوع مشروع قانون المساجد التونسية. برزت فيه قدرة المرأة في الخوض في القضايا الدينية من موقع تحليلي و عقلاني و هو كذلك موقع يتميز بالجدة و الجرأة من طرف القائمين على البرنامج.

خلاصة أكدتها أيضا الحلقة رقم 5 التي كانت من الحلقات الناذرة التي حضرت فيها المرأة في بلاطو البرنامج كفاعلة مباشرة في الحراك المجتمعي التونسي الذي أعقب الربيع التونسي. فالسيدة ريم محجوب عضوة بالمجلس التأسيسي للتوافقات، جاء حضورها في البرنامج على شاكلة فاعلة صاحبة رأي. مداخلتها كانت وازنة وغنية، وإن لم ترقى إلى نسبة الحضور الرجالي من حيث المدة الزمنية التي أفردت لها إلا أنها أدلت بدلوها في الحلقة بالفكر والحجاج. أكد هذا الحضور المتميز إطلالة المدونة الشابة لينا بن هنى التي واصلت تموقعها كوسيط مجتمعي يعطي الكلمة لحالات مسها الاعتقال أو التضييق.

في المقابل نلاحظ استمرار إدراج مواقف للمرأة الضحية المغلوب على أمرها من خلال التقارير التي أبرزت نساء نكرات يشاركن في مسيرة يأخذ فيها الرجال الكلمة للإيضاح والتعليل. لا بد من الإشارة مرة أخرى إلى أن البروفايلات و مجالات الاختصاص التي تم استدعاؤها للبلاطو: العمل النقابي، الصحافة. التي كانت رجالية بشكل كبير لا تخلو من نساء قادرات على الإسهام في البرنامج و تم تغييبهن.

جاء حضور المرأة الشابة كصاحبة رأي وكمسؤولة على تدبير الحوار من خلال المدونة الشابة لينا بن هنى في الحلقة رقم 6 مثلا و هي المحللة للوضع السياسي والأمني لتونس ما بعد الربيع التونسي. حضور نوعي دعم تألق المحاورة مريم بلقاضي التي تبرع في إحاطتها وتمكنها من موضوع الحلقة المتميز بدقته وحساسيته: الوضع الأمني والعسكري في تونس.

نقطة ايجابية لفتت الانتباه و هي المتعلقة بالفئة العمرية للنساء في هذه الحلقة إذ برزت المرأة الشابة في حلة متميزة للإسهام في نقاش التطورات السياسية للبلد بعيدا عن التيمات الكلاسيكية التي عادة ما توكل للمرأة. إلا أن البلاطو خلى من الخبرة النسائية في الصحافة والتحليل في حين لا تخلو الساحة التونسية من بروفايلات في المجالين تظل الخبرة الرجالية، تتربع على عرش التحليل داخل البلاطو بينما يأتي حضور المرأة في التقارير باهتا من خلال شهادة أم مغني تونسي تم اعتقاله على خلفية موقف سياسي علني. وقد جاءت شهادة الأم بوجه غير مكشوف وبنبرة التوسل والقلق والأسى على اعتقال الابن. صورة المرأة الضحية لازمت ناذرا ما تخلو منها تقارير وريبورتاجات البرنامج الحواري التونسي. حضور المرأة بصفتها فاعلة في الحقل الاعلامي كان بارزا في مجمل حلقات برنامج ناس نسمة نيوز. فمن خلال مريم بلقاضي، مقدمة البرنامج، برز دور المرأة المحاورة والاعلامية الجيدة، العارفة بمختلف حيثيات المواضيع المطروحة والتي ارتكزت تيماتها أساسا على ما هو اجتماعي وسياسي واقتصادي. نجاح حلقات البرنامج على مستوى المضمون والشكل، يقف وراءه فريق من النساء الفاعلات في مجال الاعلام، فالمنتجة المنفذة، والمكلفة بإنتاج وتوضيب الريبورتاجات والمقدمة هن نساء حرصن على تقديم كافة الحلقات في حلة جيدة.

خلص الرصد إلى تقلص نسب حضور المرأة في البلاطو ذلك أن نسبة حضورها تبقى ضئيلة جدا بالمقارنة مع الرجل. كما نجد حضور المرأة سلبيا في الحلقات ذات التيمة الاقتصادية والثقافية ولابأس به إلى ضعيف جدا فيما يخص الحلقات ذات التيمة السياسية والأمنية حيث برزت بروفايلات المرأة الفاعلة في المجال السياسي والمتتبعة للشأن الحزبي التونسي وكذا ككاتبة عامة لنقابة السجون والاصلاح. رغم ذلك، يظل حضور الرجل في هذه الحلقات مكثفا وفي معظم الأحيان يتم الحفاظ على بنفس البروفايلات. يلاحظ اجمالا ظهور المرأة كفاعلة جمعوية وكفاعلة سياسية، أساسا. عدا ذلك يبقى ظهورها أمام الكاميرا محض صدفة ليس إلا. فتارة نجدها كمؤثثة للفضاء في ريبورتاجات، أخذت فيها لقطات عامة من الشارع وتارة أخرى نجدها ضمن الحضور في قاعة المؤتمرات.



التوجهات الكبرى لبرنامج "ناس نيوز"

1. التغييب التام في بعض الحلقات للمرأة مما يطرح التساؤل حول ماهية السبل التي تضمن بها القنوات التلفزية، وخاصة البرامج الحوارية احترام النوع بها.
2. تدني نسبة مشاركة المرأة داخل البلاطو في عدد من الحلقات التي كانت فيه مجرد عنصر مؤثث للفضاء، لا تلعب أي دور ريادي في الروبورتاجات ولا تأخذ الكلمة.
3. ظهور ناذر للمرأة داخل البلاطو كفاعلة في المجال السياسي كمحللة ومتتبعة للشأن الحزبي في بلدها..
4. ظهور بارز كصاحبة رأي تتحدث عن موقفها أمام الكاميرا وتشاطر رأيها بكل ثقة في النفس. مما يدل على أن المرأة الصحفية والفاعلة الجمعوية والناشطة السياسية والحقوقية لا تحتاج سوى إلى منبر يتيح لها فرصة التعبير ومشاطرة خبراتها. هناك كفاءات نسوية تختلف باختلاف المواضيع التي يتم التطرق لها.
5. ظهور بارز إعلاميا في التقديم / إنتاج الروبورتاج/ إنتاج الحلقة/ التوضيب, الصحافة...
6. في مجمل حلقات برنامج ناس نسمة، برز حضور المرأة في البلاطو كمقدمة ومحاورة جيدة تعرف بثنايا الموضوع الذي تتحدث عنه وتبدو ملمة بمختلف المواضيع وتدير الانتقال السلس بين فقرات البرنامج.

خلاصة

لعل التغييب للفعاليات النسائية من البرامج الحوارية العربية هو السمة الغالبة على رصد حلقات برامج "مباشرة معكم" المغرب, و "اخر كلام" مصر" و "ناس نيوز" تونس. تغييب غير معلل للرأي النسائي في غالب الحلقات موضوع الدراسة و التحليل. أفرز الرصد أيضا تعارضا صارخا بين طبيعة حضور المرأة داخل بلاطو البرنامج وخارجه. في حين نجد المرأة شبه مغيبة في البلاطو كمسؤولة حزبية أو كمحللة أو ممثلة لمجتمع مدني أو فاعلة سياسية, تحضر بشكل ملحوظ في التقارير والريبورتاجات ومن خلال أسئلة المشاهدين على شبكات فيسبوك وتويتر. هذا التباين بين حضور المرأة في البلاطو كحاملة لرأي ومؤثر في الرأي العام وصانع له وحضورها في التقارير والريبورتاجات كفاعلة في مجالات تخصصها طبع جل الحلقات التي أفرزت غيابا شبه تام في بعض الحلقات التي جاءت رجالية محضة رغم أن الساحة حبلى بالبروفايلات النسائية في موضوع الحلقة. أما بخصوص مشاركة المرأة داخل البلاطو في عدد من الحلقات فقد كانت فيه مجرد عنصر مؤثث للفضاء، لا تلعب أي دور محدد ولا تأخذ الكلمة. لوحظ أيضا غياب الرجل عن حلقات متعلقة بالشأن النسائي رغم تموقعه كفاعل سياسي ومؤسساتي في القضايا التي تهم المرأة وهكذا أبعد عن النقاش والمساءلة الإعلامية في هذا المجال. المفارقة الثانية هي الفئة العمرية من الخبراء والفاعلين التي استضافها البرنامج وهي فئة الشباب. وهي نفس الفئة التي كانت حاضرة في الريبورتاجات والتقارير أي الناشطات السياسيات الشابات. كسرت البرامج الحوارية ذلك الطابو الذي ما درجنا عليه في باقي البرامج حيث كان يقدم الرجل هو الوحيد الواعي بالشأن العام والقادر على مناقشته وتأطير الرأي العام بشأنه فقد جاء حضور المرأة في بعض الحلقات مميزا ووازنا من خلال الإسهام البارز للمرأة المسؤولة الحزبية وصاحبة القرار السياسي التي تألقت في الحلقات التي شاركت فيها.

أبرزت نتائج الرصد أيضا كسر قاعدة الخصاص في الكفاءات النسائية الممكن الاعتماد عليها في البرامج الحوارية مما يطرح بقوة أسباب غيابهن أو تغييبهن عن البلاطو لما قد يضمن من إشعاع أكبر للرأي وللخبرة النسائية. فقد برز حضور المرأة القوي في حلقات ذات ارتباط بتيمات مالية واقتصادية علمية وتقنية ونقابية.أكدت نتائج الرصد أن الحضور البارز للمرأة كناشط على المواقع الاجتماعية قد برز في فقرة "فيسبوك" حيث الرأي الرجالي والنسائي حاضران بشكل ملفت مما يبرز أن المرأة حاضرة في الفضاءات الجديدة للنقاش العام واقتحامها للأشكال الجديدة للتعبير والمشاركة في تأطير الرأي العام.

الإصرار على ظهور المرأة في صورة الضحية المغلوبة على أمرها. فقد جاءت يافطة المرأة الضحية كلازمة للعديد من الريبوتاجات والصور الثابتة المرافقة للحلقات. من نقاط الضوء في نتائج الدراسة: بروز بروفايلات نسائية شابة من خلال مسؤولات سياسيات أو فاعلات في المجتمع المدني وأيضا خبيرات في مجال تخصصهن. ثم نجاح البرنامج الحواري العربي في إبراز صورة الصحفية المحاورة المتمكنة كما ظهر ذلك جليا في بعض الفضائيات وعلى رأسها قناة الجزيرة من خلال تميز إعلاميات رأي ومراسلات حربيات تميزن على أساس المهنية وليس على أساس جندري.

مراجع

- الاستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية.2009_"2015. منظمة المرأة العربية. 2008.

http://www.arabwomenorg.org/Publication8 (تم الاطلاع عليه في (تم الاطلاع عليه في شتنبر 2017)

المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة", تقرير أشغال المنتدى العربي. منظمة المرأة العربية". وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية.

http://www.social.gov.ma/sites/default/files/Femmef2014 (تم الاطلاع عليه في (تم الاطلاع عليه في شتنبر 2017)

- خديجة لحسن فنان, زكية داوود, هادي خليل, غانية موفق, بيير فيرمين: "صورة المرأة في المغرب العربي".2008. دراسات البحر الأبيض المتوسط. فرنسا
- صاحبي بن نابلية : "النساء و الإعلام بالمغرب العربي: دليل المجتمع المدني", منشورات اليونسكو. 2011. الرباط. المغرب
- جمال الدين الناجي: "المرأة والصحافة المكتوبة بالمغرب العربي". 2013. منشورات اليونسكو. باريس
- خديجة أميتي: "صورة المرأة, نظرة المجتمع". منشورات. 2004

La croisée des chemins. فرنسا

- مونية أزاليني, مانويلا مالشيودي: "تحسين صورة المرأة في الصحافة المغاربية". 2013. منشورات اليونسكو. فرنسا
- ناهد رمزي. 1983. "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاتصال وتغير الوضع الاجتماعي للمرأة في المجتمع العربي"، سبتمبر." مجلة شؤون عربية.
- نصر الديم بوزيان: صورة المرأة العربية في الاعلام الجديد: بين الواقع والمواقع (حالة يوتوب). عدد 42 –ديسمبر 2024 ،مجلد أ، ص.ص.53–31 . الجزائر

عماد الضميري: واقع المرأة في الصحافة الأردنية اليومية :دراسة تحليلية على صحف "الأسواق" و "العرب اليوم" و"الدستور" والرأي". http://www.jmm.jo/application/ df.2002 (تم الإطلاع عليه في مايو 2017)

- حسناء عبد الرحمن حسين: "المرأة والإعلام الفضائي العربي"

- http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2011/11/16/ (تم الإطلاع عليه في دجنبر 2017)
- بشرى المقطري: "الربيع العربي وقضايا النساء". 2012 https://feministisktperspektiv.se/2012/11/09/artikel-av-boushra/ (تم الإطلاع عليه في شتنبر 2018)
- "الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية".2009_2015. منظمة المرأة العربية. 2008. http://www.arabwomenorg.org/MediaFiles/Publications/PDFs/MSAW.pdf(تم الاطلاع عليه في شتنبر 2018)
- "المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة", تقرير أشغال المنتدى العربي. منظمة المرأة العربية. وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية. 18/19 فبراير 2014, http://www.social.gov.ma/sites/default/files/Femme%26%20M%C3%A9dia.pdf(تم الاطلاع عليه في يونيو 2017)
- "صورة المرأة المغربية في وسائل الإعلام". دراسة الهيأة العليا للسمعي البصري. أكتوبر. 2014
- "دراسة استراتيجية حول انتظارات المرأة المغربية بخصوص تمثلها لصورتها في وسائل الإعلام السمعية البصرية". ماي 2010. وزارة الإتصال.
- http://mincom.gov.ma/landing/demo/template/wordpress/media/k2/attachments/2_Rapport_global_arabe_1.pdf(2018 تم الاطلاع عليه في مايو) .
- لحسن أودود: "تمثلات المرأة في الصحافة اليومية المغربية باللغة العربية". 2015. أطروحة دكتوراه. جامعة الحسن اثاني. الدار البيضاء
- ناجي نهر النهر. 2008. "صورة المرأة في وسائل الإعلام العربية: دراسة تحليلية لتناول صورة المرأة في قناة م.ب.س" رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. كلية الآداب والتربية. الأكاديمية العربية الدانمارك.

- Nadia Lamhaidi, Mars 2007: « Image de la femme dans les médias marocains Réalités et perspectives ». FNUAP / Ministère du développement social, De la famille et la solidarité. Maroc.
http://www.social.gov.ma/sites/default/files/%D8%AA%D8%AD%D9%85%D9%8A%D9%84_22.pdf
(Consulté en février 2018)
- Monia Azzalini, Manuela Malchiodi. . 2013. « Femmes et presse écrite au Maghreb : Amélioration de la représentation des femmes dans les médias au Maghreb ». Editions UNESCO
http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002264/226439f.pdf
(Consulté en août 2018)

- Association Tunisienne des Femmes Démocrates, Octobre 2011 : « Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition », Rapport III – La campagne électorale.

- Étude relative aux attentes de la femme marocaine en matière de représentation de son image dans les médias audiovisuels. Mai 2010. Ministère de la communication. Maroc
- http://mincom.gov.ma/landing/demo/template/wordpress/media/k2/attachments/1_Rapport_global_franais_1.pdf (Consulté en février 2018)

مجلة الدراسات الاعلامية العدد الخامس نوفمبر/ نشرين الثاني 2018

جميع حقوق النشر محفوظة للمركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية السياسية والاقتصادية برلين المانيا

اي مخالفة لهذه الحقوق تعرض صاحبها للمساءلة القانونية