

المـركـز الـديمقـراطـي الـعـربـي

لـلدـرـاسـات الـاستـراتـيجـيـة وـالـسيـاسـيـة وـالـاـقـتصـادـيـة

Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مـجـلـة الـدـرـاسـات الـإـعـلامـيـة

دـوـرـيـة دـوـلـيـة مـحـكـمـة



مـجـلـة الـدـرـاسـات الـإـعـلامـيـة

مـجـلـة الـدـرـاسـات الـإـعـلامـيـة

Journal of Media Studies

International scientific periodical journal



الـعـدـد السـابـع مـاـيـو / آـيـار 2019

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B



المـركـز الـديمقـراطـي الـعـربـي

لـلدـرـاسـات الـاستـراتـيجـيـة وـالـسيـاسـيـة وـالـاـقـتصـادـيـة

Democratic Arabic Center
for Strategic, Political & Economic Studies

مجلة الدراسات الإعلامية

مجلة علمية دولية محكمة. تصدر من ألمانيا-برلين عن "المركز الديمقراطي العربي" تعنى بنشر

الدراسات والبحوث في ميدان علوم الإعلام 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 للدراسات الاستراتيجية

والسياسية والاقتصادية - برلين- ألمانيا

أ.عمار شرعان

هيئة التحرير

رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيماء الهواري

نائب رئيس التحرير

د. محمد محمد عبد ربه المغير

مديرة التحرير

د. فاطمة الزهراء عبيدي

سكرتيرة التحرير

د. سليماء مناده بوشمرة

مساعد التحرير

د. نوال المجدوب

د. صالح الدين المختار لطيف

د. نبيل فتال

الهيئة الاستشارية العليا

أ.د. محمد ضريف

د. سعيد الخمرى

د. رشيد البكر

د. حسن الخطابي

د. محمد شادي

د. العربي بوعمامنة

د. أسماء حسين ملكاوى

اللجنة العلمية للتحكيم

- د. شيماء الهواري: دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الإعلام السياسي جامعة الحسن الثاني. المغرب
- د.م. محمد محمد عبد ربه المغيرة: دكتوراه في هندسة التخطيط - باحث في التخطيط وإدارة المخاطر بالجامعات الفلسطينية.
- د. فاطمة الزهراء عبيدي : دكتورة في علوم الإعلام والاتصال، أستاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- د. صالح الدين المختار لطيف: دكتور في القانون العام والعلوم السياسية، كلية سطات، المغرب
- د. نزهة حنون: أستاذة محاضرة قسم "أ" جامعة العربي بن امهيدى أم البوافي الجزائر.
- 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. مجذوب نوال : دكتورة متخصصة في القانون الجنائي للإعمال أستاذة مساعدة بالمركز الجامعي مغنية تلمسان. الجزائر
- أ. د.عائشة محمد أحمد محمد الجميل : دكتورة وباحثة علوم سياسية، معلم خبير بالتربية والتعليم ومدرية بالأكاديمية المهنية للمعلم المهنية ، مصر
- د. سليمية منادة بوشمرة: أستاذة باحثة في جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر
- د. أمينة علاق: أستاذة محاضرة، جامعة العربي بن مهيدى أم البوافي، الجزائر
- د. تركي احمد: أستاذ الشعريات وتحليل الخطاب، المركز الجامعي احمد زيانة غليزان، الجزائر
- د. العربي بومسحة: أستاذ محاضر بمعهد الآداب واللغات، المركز الجامعي أحمد بن يحيى 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. نبيل فتال: دكتور قانون العام والسياسات العمومية جامعة الحسن الثاني، المغرب
- د. عكوباش هشام: أستاذ محاضر بجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، الجزائر
- أ. د. علي محمد علي إسماعيل نداء : دكتور في اللغة العربية الأدب والنقد، جامعة الحائل، السعودية

- د. سهام بدبوسي: دكتورة في علوم الإعلام 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. سامية غشیر : جامعة باجي مختار - عنابة- البلد الجزائر
- د. علي عبد الهادي الكرخي: أستاذ في علوم الاتصال وال العلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، العراق
- د. شهيناز لعيدلي: أستاذة محاضرة قسم ب، جامعة عبد الرحمن ميرة- بجاية الجزائر
- د. مرتضى البشير عثمان: أستاذ مشارك بقسم الإعلام، جامعة وادي النيل، جمهورية السودان
- د. نادية لمهدى: أستاذة باحثة بالمعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، المغرب، دكتورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باريس الثانية للقانون والاقتصاد والعلوم الإنسانية، 2 pantheon
- فiroz Mطاعي: أستاذة محاضرة أ، كلية الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر، الجزائر
- سعيد مراح: أستاذ محاضر قسم ب، جامعة 20 أكتوبر 1955 سكيكدة، الجزائر
- رقاد حنان: أستاذ محاضر بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة المسيلة، الجزائر
- لکھل سعاد: أستاذة محاضرة صنف بـ- قسم العلوم الإنسانية، جامعة لونيسي على - البليدة 2- الجزائر
- فتحي زرنیز: أستاذ محاضر بـ، علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
- حبيبة نايلي: أستاذة محاضرة أ، جامعة الجزائر 1 ، الجزائر
- طارق إسماعيل أحمد: أستاذ تصميم المنتجات والاتصال البصري كلية الإعلام - جامعة عجمان دولة الإمارات العربية المتحدة
- فاطمة سلومي : أستاذة مساعدة كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية، العراق

شروط وضوابط النشر على مجلة الدراسات الإعلامية الدولية المحكمة

الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ألمانيا برلين

تعتمد مجلة الدراسات الإعلامية في انتقاء محتويات أعدادها المواقف الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة علميا، وفقاً لما يأتي:

أولاً : إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

- أن يكون البحث أصيلاً معداً خصيصاً للمجلة، وألا يكون قد نشر جزئياً أو كلياً أو نشر ما يشبهه في أي وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية.
 - أن يرفق البحث بالسيرة العلمية للباحث باللغتين العربية والإنجليزية.
 - يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوف特 وورد، إلى البريد الإلكتروني :
- media@democraticac.de
- يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال
 - يتم تقويم البحث من ثلاثة محكمين.
 - يتم إبلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض
 - يتم إرسال ملاحظات التحكيم إلى الباحث
 - يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وإرسال البحث المعديل إلى البريد الإلكتروني المذكور أعلاه نفسه

ثانياً : كيفية إعداد البحث للنشر

- أن تكون المادة المرسلة للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقراراً بذلك
- أن يكون المقال في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجدواں والأشكال والصور
- أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، وبإثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الإحالات والمراجع والمصادر (وجوباً)
- 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 الإلكتروني 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.
- (وجوباً)
- 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
- هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمين 3 وأيسير 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي (A4) (وجوباً)
- يجب أن يكون المقال خالياً من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوباً)

- بالنسبة للدراسات الميدانية ينبغي احترام المنهجية المعروفة كاستعراض المشكلة، والإجراءات المنهجية للدراسة، وما يتعلق بالمنهج والعينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها
- ترقم الإحالات بطريقة أكاديمية في آخر كل صفحة من المقال وجوبا وليس ضمن الفقرات أو في آخر المقال، بالترتيب التالي: المؤلف: عنوان الكتاب أو المقال، عنوان المجلة أو الملتقى، الناشر، البلد، السنة، الطبعة والصفحة.
- الإحالات تكون بحجم خط 9 نوع الخط ARIAL للخط العربي و للخط الأجنبي، (وجوبا)
- ترقم الصفحات بشكل متتابع (وجوبا)
- ذكر قائمة المراجع في نهاية البحث وترتيبها هجائيا، ومثال ذلك:

 - الكتاب: الاسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان الكتاب، ط(الطبعة إن وجدت)، دار النشر، مكان النشر، البلد.
 - المقال: الاسم الكامل للمؤلف(السنة)، عنوان المقال، المجلة، م(المجلد)، ع(العدد)، مصدر المجلة (الجامعة أو المخبر مثلا)، مكان النشر، البلد.
 - الرسائل والأطروحات: الاسم الكامل لصاحب الرسالة(السنة)، عنوان الرسالة، نوع الرسالة وشخصها، القسم، الكلية، الجامعة.
 - المؤتمرات والملتقيات: الاسم الكامل لصاحب الورقة العلمية(السنة)، عنوان الورقة، عنوان المؤتمر، منظم المؤتمر، البلد.
 - إرفاق أدوات الدراسة في حالة الدراسات الميدانية
 - المقالات المرسلة لا تعاد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر
 - المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها
 - كل مقال لا تتوفر فيه الشروط لا يؤخذ بعين الاعتبار ولا ينشر مهما كانت قيمته العلمية.
 - يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.
 - يضع الباحث مقاله ضمن قالب المجلة قبل إرساله
 - يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني
media@democraticac.de

تعريف بالمجلة

مجلة الدراسات الإعلامية، مجلة دولية محكمة، تصدر بشكل دوري، ولها هيئة علمية دولية فاعلة، تشمل مجموعة كبيرة لأفضل الأكاديميين من عدة دول، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة وتقديمها ونقويها. وتهتم المجلة بنشر البحوث العلمية في ميدان علوم الإعلام والاتصال، وقوانين الإعلام والاتصال والصحافة والنشر سواء الرقمي أو الورقي، إضافة إلى الإعلام الإلكتروني..

وتحتسب المجلة إلى ميثاق أخلاقي لقواعد النشر فيها، وإلى لائحة داخلية تنظم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات الإعلامية" في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة.

وتتصدر المجلة عن "المركز الديمقراطي العربي للدراسات السياسية والاقتصادية" مقره برلين - ألمانيا، تحت رقم معياري: ISSN (Online) 2512-3203

ويعتبر المركز الديمقراطي العربي مؤسسة مستقلة تعمل في إطار البحث العلمي الأكاديمي والتحليلات السياسية والقانونية والإعلامية والاقتصادية حول الشؤون الدولية والإقليمية ذات الصلة بالواقع العربي بصفة خاصة وال الدولي بصفة عامة.

وتضع المجلة في قائمة أولوياتها العمل على تمكين الباحثين والإعلاميين والأقلام الحرة من طرح آرائهم بموضوعية ودون قيود، تحت شعار حرية التعبير والرأي ونشر المعلومات بمهنية علمية واحترافية، وبهدف تكرис مفهوم الديمقراطية التشاركية والشمولية.

محتويات العدد

الصفحة	الباحث	المقال
10	د. شيماء الهواري	كلمة رئيس التحرير
11	د. ريم فتحة قدوري	الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع Facebook <i>The Environmental Awareness of Users of Social Networking Sites a Survey of a Sample of Users Facebook</i>
34	د. محمد النذير عبد الله ثانى	الإعلام التربوي و التربية الإعلامية - مقاربة نسقية مفاهيمية - <i>Media Education and Education Media -Conceptual approach-</i>
43	د. خالد حامد أبو قوطة	الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي <i>Great March of Return 2018 Movement in the Israeli Propaganda Discourse on twitter, A case study of the page of the Israeli occupation army spokesperson</i>
63	Dr. Jaouad BOUDAN	نشر نظم المعلومات ودورها في تحقيق التنمية بال المغرب <i>LE DÉPLOIEMENT DES SYSTÈMES D'INFORMATION AU MAROC ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT</i>
83	د. شاهر إسماعيل الشاهر	في جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة <i>In The Dialectic Relationship Between The Media and Authority</i>
99	خنان بولبازين	الاستخدام المنزلي للإنترنت لدى التلميذ الثانوي وتأثيره على التحصيل الدراسي <i>The home use of the Internet by the secondary student and its impact on academic achievement</i>
128	خيرة مكترار	الحرك الشعبي في ظل إعلام النقرة (دراسة ميدانية لعينة من المتظاهرين الجزائريين) <i>The popular mobilization and the context of the press. (fieldstudy on a sample of Algerian protesters)</i>
140	د. سلمى حميدان أ. أ. رمزي بوفجي	تأثير موقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية-دراسة ميدانية- <i>The impact of social networking sites on the Algerian youth's view of the historical Arab TV drama</i>

157	د. رانيا عبد النعيم العشرين	الإعلام الأمني الأردني ودوره في التوعية الأمنية من مخاطر الألعاب الإلكترونية: دراسة ميدانية على عينة قصديّة من طلبة المرحلة الابتدائية والإعدادية في مدراس منطقتي (مرج الحمام، ناعور) Jordanian Security Media, And Its Role In The Security Awareness Of The Dangers Of Electronic Games:Field study On A Target Sample Of Primary And Middle School Students in The school of (marj alhamam, Naour)
176	أحمد اسماعيلي	تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية The Impact of The New Media on Arab Cultural Identity
197	أ.عائشة نواري	تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية Interactivity Appearances in the new communication environment and their impact on the structure of the communication process
215	حسين يوليد بوطهرة اسيا	إشكاليات الثقافة التكنولوجية وجاهزية التعليم الإلكتروني ومقرراته The Problems of Technological Culture and The Readiness of E-Learning and its Decisions
233	ط/د مدفوني جمال الدين	التربية الإعلامية كآلية لتحقيق الأمان الفكري والاستقرار الاجتماعي Media education as a mechanism to achieveintellectualsecurity and social stabilit
248	كرياس الجيلالي عباس الزهرة دربيالي أحمد	القوى التلفزيونية الخاصة في علاقتها بالسلطة السياسية وثانية الدعاية والتهويل-قناة النهار TV أنمونجا The private television channels in relation to political authority and bilateral publicity and intimidation. El NAHAR TV as a model.
261	الشريف الهملاي	الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدرسة المغربية The need for media education in Moroccan Schools
277	بن خليفة نوفل بكار أمينة	دور "الفايسبوك" في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 03- The role of "Facebook" in improving the image of the brand of Algerian industrial enterprises - Field study on a sample of students of the Department of Information and Communication University of Constantine 03-

كلمة رئيسة التحرير

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين

السادة الباحثات والباحثين الكرام

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسعد مجلة الدراسات الإعلامية الدولية المحكمة أن تشارككم عددها الجديد الذي يعتبر من الأعداد المميزة للمجلة، وهو ثمرة لمجهودات الهيئة العلمية والاستشارية وهيئة تحرير الخاصة بالمجلة، وتحت الرعاية الكريمة من السيد الدكتور مدير المركز الديمقراطي العربي عمار شرعان الذي لا يتوانى في دعم المجلة والعاملين فيها من خلال أفكاره ونصائحه البناءة، وبهدف ترسیخ مفهوم حرية الإعلام والاتصال ودعم البحث العلمي في هذا الميدان التي يرعاها بنفسه ويحرص على حمايتها .

مجلة الدراسات الإعلامية مجلة لحرية التعبير، وللعلم الحر لا تتدخل في الآراء المنشورة ولا في توجهاتها، تدعم الرأي والرأي الآخر، وهو مبدأ لن ولم تحد عنه المجلة في جميع أعدادها السابقة واللاحقة، وهو الشيء الأساسي الذي تحرص على ترسیخه رئيسة التحرير والذي تعتبره ما يميز المجلة عن نظيراتها في المجال و يجعلها غير قابلة للمنافسة.

لذلك فنحن فخورين بالنتيجة التي حصلناها على مرّ سنة وأكثر من النشر العلمي التتقني و تعميم الإفادة والاستفادة على جموع المهتمين بهذا المجال .

من هنا ندعوا الأكاديميين، الباحثات والباحثين، الصحفيين المتخصصين .. إلى إغناء المجلة من خلال إرسال بحوثهم ومقالاتهم دراساتهم العلمية في مجال الدراسات الإعلامية ككل، لدعم مجال البحث في ميدان علوم الإعلام والاتصال .. والصحافة الورقية والإلكترونية .. وكذلك المجال القانوني لهم .

وفي الأخير نسعى لأن تكون المجلة متوفّرة للأقلام الحرة والإخراج حرية الإعلام والاتصال من حدود الالامكن إلى الآفاق اللا متناهية من حرية الفكر والرأي والإبداع الإعلامي .

رئيسة التحرير

د. شيماء الهاوري

دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية، متخصصة في الاعلام السياسي الدولي

جامعة الحسن الثاني للعلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية الدار البيضاء. المملكة المغربية

الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع Facebook

The Environmental Awareness of Users of Social Networking Sites a Survey of a Sample of Users Facebook

د. ريم فتحية قدوري

أستاذة معاشرة بـ، المركز الجامعي أحمد زيانة - غليزان/الجزائر

الملخص:

يعتبر الوعي البيئي أحد الوسائل الهامة في حماية البيئة، ودفع الأفراد والمؤسسات والدول إلى تبني السلوك البيئي الإيجابي، من هنا نجد أن جميع الدول أصبحت تُثْرِ بالحاجة الماسة إلى خلق وعي بيئي وثقافة بيئية لدى جميع أفراد المجتمع، وذلك إدراكاً لأهمية البيئة وضرورة المحافظة على مقوماتها، من هنا نعتقد بأهمية البحث والتساؤل عن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook).

هدف الدراسة إلى محاولة التعرف على مستوى الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، إلى جانب معرفة نوع قضايا البيئة، ومصادر المعلومات البيئية التي يعتمد عليها مستخدمي موقع Facebook. وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية، التي تعتمد على المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستبانة الإلكترونية المحكمة، والمصممة والموزعة عبر موقع Google Drive كأداة لجمع المعلومات.

تكمّن أهم نتائج الدراسة في أن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي - موقع الفيسبوك - يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط، وتميزت اتجاهاتهم نحو البيئة بالإيجابية. واعتبرت قضايا التلوث بمختلف أشكالها، والمحافظة على الغابات الأهم بالنسبة لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبدرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وثقب الأوزون، وتعتبر وسائل الإعلام الجديدة والكتب والدراسات العلمية من أهم المصادر للمعلومات البيئية .

الكلمات المفتاحية: الوعي، البيئة، الوعي البيئي، موقع شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك (Facebook).

Summary:

Where environmental awareness is one of the important means of protecting environment and pushing individuals, institutions and countries to adopt positive environmental behavior, All countries recognize the urgent need to create environmental awareness and culture among all members of society in recognition of the importance of environment and the need to preserve its components.

The study aimed to try to identify the level of environmental awareness of social networking sites users and their environmental trends, as well as knowing the sources of environmental information and the type of environmental issues that users of social networking sites care of and exploring the environmental behaviors practiced by users of social networking sites.

Methodology: Our field study belongs to the descriptive approach which is one of the types of research methods in human sciences. The field research approach is usually used to study phenomena that are currently present and applied on large groups where the researcher can take almost everything he wants to reveal.

The main results of the study are: Users of social networking sites - Facebook - have an environmental awareness level between high and middle, and their attitudes were characterized by positively towards environment, as well as their attention to environment issues and problems by varying degrees, and the issues of pollution by its various forms and conservation of forests was considered more important for users of social networking sites, and to a lesser

extent issues of human and solid waste, ozone hole and others, and the new media, books and scientific studies are important sources of environmental information .

Keywords: awareness, environment, environmental awareness, social networking sites, Facebook.

المقدمة:

البيئة وطن الإنسان ومقر إقامته ومعيشته، خلقها الله له، وقدر فيها كل شيء تقديرًا دقيقاً، بحيث تتسم فيها حياة الإنسان مع حياة جميع الأحياء الذين يشاركونه الحياة في هذه البيئة، وتتسق ذلك مع كافة عناصر ومكونات البيئة غير الحياة من هواء وماء وتربيه وغذاء¹، والاهتمام بمجال البيئة قديم العهد، وقد لعبت الأديان السماوية دوراً هاماً في تحسين علاقة الإنسان بمحيطة، وحثه على احترام البيئة والمحافظة عليها.

ازداد الاهتمام في جميع أنحاء العالم بتتبّعه الأذهان إلى المخاطر المحدقة بالأجيال القادمة نتيجة المخاطر والصعوبات التي تُعاني منها البيئة بمختلف مجالاتها، وقد أصبحت القضايا البيئية من القضايا المحورية والتحديات الرئيسية للتنمية المستدامة، وأحد أهم وأبرز محاورها.

يعتبر الوعي البيئي أحد الوسائل الهامة في حماية البيئة، ودفع الأفراد والمؤسسات والدول إلى تبني السلوك البيئي الإيجابي، من هنا نجد أن جميع الدول أصبحت تُقر بالحاجة الماسة إلى خلق وعي وثقافة بيئية لدى جميع أفراد المجتمع، وذلك إدراكاً لأهمية البيئة وضرورة المحافظة على مقوماتها.

من هذا المنظور نعتقد بأهمية دراسة مستوى الوعي البيئي للأفراد، باعتباره أحد الخطوات التي تعطي لمحة عن واقع وعي الفرد وثقافته بقضايا البيئة والمشكلات التي تواجهها، وسبل علاجها، والتي تُمكّن الحكومات والدول من اتخاذ تدابير وقائية لعلاج المشكلات البيئية، ووضع استراتيجيات مدروسة وقابلة لتنفيذ، وتحقيق النجاعة المطلوبة لسياساتها البيئية.

- الإجراءات المنهجية للدراسة:

- مشكلة الدراسة: تقوم دراستنا على محاولة معرفة مستوى الوعي البيئي لمستخدمي الفيس بوك كنموذج لموقع التواصل الاجتماعي، ويتمثل السؤال الرئيسي للدراسة في: ما هو مستوى الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي؟.

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية قمنا بطرح بعض التساؤلات الفرعية التالية:

- ما نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدمي موقع الفيس بوك؟
- ما هي مصادر المعلومات والمعرفة البيئية لمستخدمي الفيس بوك؟
- ما هي الاتجاهات البيئية لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هو السلوك البيئي الذي يتبعه مستخدمي الفيس بوك؟

- أهمية الدراسة:

¹ عبد الرحمن محمد السعدني، ثناء مليجي السيد عودة، مشكلات بيئية طبيعتها، أسبابها، أثارها، كيفية مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة الطبعة الأولى، 2006، مقدمة الكتاب يتصرف بسيط.

تأتي أهمية دراستنا من أهمية البيئة، التي أصبحت تحتل مساحة هامة في النقاشات الجادة على مستوى الدول والمنظمات العالمية، وتكون أهميته من أهمية الوعي البيئي لحفظ على الموارد الطبيعية، وأهمية دور الوعي لإنجاح مشاريع التنمية المستدامة.

إن البحث يسلط الضوء على مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تعكس الدراسة نظرة مستخدمو موقع الفيس بوك للبيئة وقضاياها، وتعتبر الدراسة هامة خاصة لطلاب والباحثين في هذا المجال.

- هدفت الدراسة إلى:

- معرفة مستوى الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة الاتجاهات البيئية لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة مصادر المعلومات البيئية ونوع قضايا البيئة التي يهتم بها مستخدمي الفيس بوك.
- التعرف على السلوكيات البيئية لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة:

تنتمي دراستنا الإستكشافية إلى المنهج الوصفي، وهو أحد أنواع مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ويتم اللجوء إلى منهج البحث الميداني عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، ويطبق على مجموعات كبيرة يستطيع الباحث أن يأخذ منها بالتقريب كل ما يريد أن يكشف عنه.¹

واعتمدت الدراسة على الاستماراة كأداة لجمع المعلومات، وقد تم تصميم الاستماراة وتوزيعها إلكترونياً عبر موقع Google Drive، عقب تحكيم الاستماراة، وقياس خصائصها السيكومترية.²

- الخصائص السيكومترية للاستبيان المستعمل في الدراسة:

قمنا في هذه الدراسة بتصميم واستعمال استبيان الوعي البيئي لدى مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من أجل جمع البيانات التي تحتاجها في الجانب الميداني من أجل التحقق من التساؤلات المصاغة، وقبل استعمال أي أداة يجب التأكد من صلاحيتها، وعلى هذا الأساس قمنا بالتأكد من خصائصها السيكومترية والمتمثلة في الصدق والثبات.

ولتأكد من صدق وثبات الاستبيان، تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من (100) مستخدم لموقع التواصل الاجتماعي، ثم استعمال كل من طريقة الاتساق الداخلي في تقدير الثبات، أما الصدق فاستعملت طريقة ارتباط المحور بالدرجة الكلية.

أ- الثبات: تم تقدير ثبات الاتساق الداخلي عن طريق معادلة ألفا لكرونباخ لدرجة الكلية للاستبيان، بالإضافة إلى الدرجة الكلية لكل محور:

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر، 2004-2006، ص106.

² تم تحكيم الاستماراة من قبل: أ.د. فتحية كركوش، جامعة البلدة 2 لونيسي علي، د. اليعقوب موسى، المركز الجامعي أحمد زيانة-غليزان، أ.عبد القادر زروقي، جامعة وهران 02 أحمد بن حمد.

جدول رقم (1) يبين قيمة ألفا كرونباخ في استبيان الوعي البيئي لمستخدم موقع شبكات التواصل الاجتماعي.

الاستبيان	الوعي البيئي لدى مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي	البيئة واتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة	المحاور	قيمة الفا كرونباخ	العينة	المحور
587,0	100	اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة	البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك	257,0	100	المحاور
743,0	100	الوعي البيئي لدى مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي	البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك	587,0	100	

من خلال الجدول السابق نلاحظ: أن قيمة ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبيان (البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك، اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة) كانت تقدر ب ($0.75, 0.78$) على التوالي في حين قدرت قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان ككل ب (0.74)، وهي قيم كلها أكبر من 0.50 وهذا معناه أن الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات، وتعني أن إجابة مستخدمو موقع الفيسبوك على بنود استبانة الوعي كانت على درجة كبيرة من الاتساق، ومنه يمكن القول أنه يمكن استعمال هذا الاستبيان في هذه الدراسة من أجل جمع البيانات.

بـ-الصدق: تم تقدير صدق الاتساق الداخلي عن طريق ارتباط الأبعاد بالدرجة الكلية للاستبيان:

جدول رقم (2) يبين ارتباط المحور بالدرجة الكلية للاستبيان

مستوى الدلالة	قيمة الإرتباط	المحور
دال عند 0,01	$0,717^{*}0$	البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك
دال عند 0,01	$0,895^{*}0$	اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن قيم ارتباط المحاور بالدرجة الكلية للاستبيان الذي تتنتمي إليه كانت كلها قيم دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.01) حيث قدرت قيمة معامل الارتباط بيرسون ب (0.71) في المحور الأول، والذي يشير إلى البيئة ومستخدم موقع الفيسبوك، أما في المحور الثاني اتجاهات وسلوكيات مستخدم الفيسبوك نحو البيئة فقدر الارتباط فيه ب (0.89) وهي قيمة ارتباط عالية جداً، ما يعني أن الأبعاد ترتبط بدرجة كبيرة بالاستبيان الذي تتنتمي إليه، وبذلك نجد أن المحاور تقيس فعلاً ما يقيسه الاستبيان، أي أنها تؤدي الغرض الذي وضع من أجله، وبالتالي فإن المحاور تقيس الوعي البيئي لدى مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي.

عقب تحكيم الاستمارة، وقياس مستوى الصدق والثبات، تم وضعها وتوزيعها بصيغتها الإلكترونية على موقع الفيسبوك في الفترة الممتدة من 21 إلى 31 ديسمبر 2018. كما تم استخدام برنامج تحليل البيانات الإحصائية في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية SPSS.

- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي موقع الفيسبوك، بمختلف أجناسهم وأعمرهم، ومستوياتهم التعليمية بمختلف الدول العربية.

- عينة الدراسة: نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، اعتمدنا على العينة العشوائية الحصصية، والتي نعتقد أنها تتناسب مع نوع دراستنا، العينة العشوائية الحصصية تعنيأخذ عينة بواسطة السحب بالصفحة العلمية المدروسة والسحب من مجتمع البحث بانتقاء العناصر المهمة طبقاً لنسبتهم في هذا المجتمع.¹

¹ يمكن العودة إلى موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 304-313.

وقد شملت عينة الدراسة 276 مستخدم لموقع الفيسبوك، ومن المهم أن تشير هنا إلى ضعف التفاعل مع الاستماراة، نظراً إلى أن موضوع البيئة لا يحتل مكانة هامة في متابعات واهتمامات مستخدمو موقع الفيسبوك، وهو ما أكدنا لنا العديد من المستخدمين الذين طلبنا منهم مليء وتوزيع الاستبيان عبر موقع الفيسبوك، لذا نؤكد أن كل من شارك بالدراسة يعتبر من المهتمين بالبيئة، ونبين من خلال ما يلي خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (3): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	المجموع	عدد الأفراد	النسبة المئوية %
الإناث		156	56.5%
الذكور		120	43.5%
المجموع	276	276	%100

قدر عدد العينة المكونة للدراسة الأساسية بـ(276) مستخدم لموقع الفيسبوك، شكل الذكور نسبة (43.5%) بعدد (120) مستخدم، ونسبة الإناث (56.5%) بمشاركة (156) مستخدمة.

• توزيع العينة وفق متغير السن: تراوحت الفئة العمرية المشاركة في الدراسة الأساسية، بين 20

سنة إلى ما فوق 51 سنة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

السن	المجموع	عدد الأفراد	النسبة المئوية %
24-20		36	13%
30-25		65	23.6%
35-31		44	15.9%
40-36		57	20.7%
45-41		39	14.1%
50-46		15	5.4%
51 فما فوق	51	20	7.2%
المجموع	150	150	100%

يوضح الجدول السابق أن غالبية الفئة العمرية المشاركة في الدراسة الأساسية تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 45 سنة، تليها بحسب أقل الفئة العمرية ما بين 46 إلى ما فوق 51 سنة.

• توزيع العينة وفق المستوى التعليمي:

تميزت عينة الدراسة بالمستوى العلمي الجامعي، وطلبة الدراسات العليا، وهو ما يعكسه الجدول التالي:

جدول رقم (5): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المجموع	عدد الأفراد	النسبة المئوية %
أقل من ثانوي		09	03.3%
ثانوي		32	11.6%
جامعي		137	49.6%
دراسات عليا		98	35.5%
المجموع	276	276	100%

الجدول السابق أعلاه يُبيّن أن غالبية أفراد العينة من الجامعيين بنسبة(49.6%) تلهمها المتاحصلين على الدرجة العلمية العليا(ماجستير - الدكتوراه) بنسبة (35.5%), في حين شكل المستوى الثانوي ما نسبته (11.6%)، والمستوى الأقل من الثانوي بنسبة (03.3%). ويؤكد الجدول على أن عينة الدراسة تعتبر من المستوى التعليم الجامعي، وتنتمي إلى الفئة المتعلمة لمستخدمي موقع الفيسبوك.

- توزيع العينة حسب الجنسية:** إن غالبية المشاركين في الدراسة من الجزائر والأردن، في حين كانت

نسبة المشاركة ضعيفة بين باقي الدول العربية.

جدول رقم (6): يبيّن توزيع أفراد العينة حسب الجنسية

الجنسية	عدد الأفراد	النسبة المئوية %
الجزائر	127	46%
مصر	05	1.8%
العراق	10	3.6%
تونس	05	1.8%
الأردن	98	35.5%
سوريا	05	1.8%
المغرب	01	0.4%
جزر	01	0.4%
جيبوتي	01	0.4%
ليبيا	12	4.3%
فلسطين	08	2.9%
لبنان	03	1.1%
المجموع	276	%100

- مصطلحات الدراسة:

- **الوعي:** هو حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك، وعلى تواصل مباشر مع محیطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس، وسلوكه.¹

- **البيئة:** مصطلح استخدمه العالم الفرنسي سانت هيلير St. Heliere سنة 1835 دلالة به على المحیط الذي تعيش فيه الكائنات، مُبیناً تلك الرابطة القوية بين الكائنات الحية والمحيط الذي تعيش فيه، ليصبح مصطلح البيئة يعني (مجموع الظروف والمؤثرات الخارجية التي لها تأثير في حياة الكائنات بما فيه الإنسان).² كما عرفها كارتر جود Good بأنها كل القوى والظروف الفعالة المؤثرة في الفرد، وتشتمل على البيئة خارج الفرد، والبيئة الداخلية التي تتبع من داخله.³

- **الوعي البيئي:** هو الإدراك القائم على الإحساس والمعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وأثارها ووسائل حلها.⁴

¹ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، بدون سنة نشر، ص509. بتصرف طفيف.

² مصطفى يوسف كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016، ص15.

³ Karter Good, German and Russian Adolescents environmental awareness, 1973, ERIC, ED 367532.P14.

⁴ محمد صابرینی، رشید الحمد، البيئة والإنسان – التربية البيئية، مكتب الكافي، عمان الأردن، 1994.

- **موقع شبكات التواصل الاجتماعي:** مصطلح يُطلق على مجموعة من الواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يُعرف باسم ويب2، وتتيح هذه الشبكات التواصل بين الأفراد في بيئه مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ)، ويتم كل ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للأخر ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يُتيحونها للعرض.¹

وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة موقع هامة ورئيسية هي: "فيسبوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.²

موقع فيسبوك أو فيسبوك (بالإنجليزية: Facebook) يُعتبر من أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، تم إنشائه سنة 2004، ويستخدمه حوالي 2.23 مليار مستخدم نشط شهريا.³

- الأدب النظري للدراسة:

أولاً: البيئة: مفهومها، ومشكلاتها

يؤكد علماء النفس والاجتماع على البيئة بأن: "الإنسان ابن بيئته"، وتشمل البيئة بمفهومها العام الجوانب الطبيعية والاجتماعية والثقافية والتربوية. ولعل أجمل الأقوال التي نعود إليها في حديثنا عن البيئة هو ما قاله جان جاك روسو الذي خاطب الإنسان المتعب، والمنهك من متاعب الحياة بقوله: "عد إلى الطبيعة واستلقي في أحضانها".

أ- في مفهوم البيئة: تعددت التعاريف والمفاهيم التي قدمها الباحثين في مجال البيئة، ويعود هذا التعدد إلى اتساع مجال البحث في البيئة، وتعدد مجالاتها البحثية واتجاهات الباحثين نحو قضايا موضوعات البيئة.

يقدم مؤتمر إستكهولم (1972) مفهوم البيئة بأنها: "مجموعة من النظم الطبيعية والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الإنسان والكائنات الأخرى، والتي يستمدون منها زادهم و يؤدون فيها نشاطهم".⁴ وهناك المفهوم الأيكولوجي للبيئة: يُعرفها بأنها "مجموع كل المؤثرات والظروف الخارجية المباشرة وغير المباشرة المؤثرة على حياة ونمو الكائنات الحية".⁵

البيئة هي "الوسط المحيط بالإنسان والذي يشمل كافة الجوانب المادية وغير المادية البشرية وغير البشرية أي أنها تعني كل ما هو خارج عن كيان الإنسان وهي بذلك تشمل كل ما يحيط به من موجودات فالهواء والماء والأرض والكائنات الحية المحيطة به هي عناصر البيئة التي يعيش فيها والتي تعتبر الإطار الذي

¹ ليلى أحمد جرار، فيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

² محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتقنين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والواقع الالكتروني، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في النمسا، 2012، ص 25.

³ آخر تحديث للإحصائية 30 يونيو 2018، يمكن زيارة الرابط التالي لمعرفة تفاصيل أكثر عن فيسبوك: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83>

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 15.

⁵ نفس المرجع.

يمارس فيه الإنسان حياته ونشاطاته المختلفة.¹ من خلال تصفح العديد من التعريفات المختلفة نستشف أن للبيئة بعدين أساسيين:²

1. بعد طبقي: وهو ما يُعرف بالبيئة الطبيعية، وتشمل كل مظاهر الوجودي المادي المحيط بالإنسان أي اليابسة والماء والفضاء.

2. بعد اجتماعي: أي البيئة الاجتماعية وتشمل النظم وال العلاقات التي تحدد أنماط حياة البشر فيما بينهم سواء كانت سياسية، اقتصادية، أو قانونية، كما تشمل القيم الروحية، الخلقية، التربوية، وأنماط السلوك الإنساني وتطورها.

بـ-المشكلات البيئية:

إن المشكلات التي تعاني منها البيئة اليوم تُعد من أهم وأخطر ما يواجه الإنسان في هذا العصر، وتتحمل البلدان المتقدمة عبء كبير من مشاكل البيئة وتلوثها لما فيها من تطور تكنولوجي واستنزاف لمزيد من السلع بسبب أنماطها الاستهلاكية، ولا تستثنى الدول النامية من مشكلات البيئة، خاصة مع ما تعانيه من ازدياد كبير في حجم السكان، وعدم القدرة على تحقيق الرقابة البيئية وإدارة النفايات على وجه الخصوص. وتتفاوت المشكلات البيئية، ونوعها ودرجة شدتها من بلد إلى آخر، نذكر أهمها على النحو التالي:³

- مشكلة التلوث البيئي والطاقة.
- مشكلة التغيرات المناخية، وثقب الأوزون.
- مشكلة ثقب الأوزون.
- مشكلة المياه، والتصرّر.
- مشكلة السكان.
- مشكلة المخلفات الصلبة والنفايات.
- الزلازل والكوارث الطبيعية.
- مشكلة حقول الألغام.

ثانياً: البيئة كبعد أساسي من أبعاد التنمية المستدامة

التنمية: لغة هي "النماء" أو الازدياد التدرجى، ومصطلح التنمية يُستخدم عادة في المستويات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات⁴، والدارس لمجال التنمية يكتشف إتساع مجالاتها، وتعدد إتجاهات

¹ فتحية محمد الحسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص.7.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص.16.

³ يمكن العودة إلى كتاب عبد الرحمن السعدي، ثناء مليجي السيد عودة، مشكلات بيئية: طبيعتها، أسبابها، آثارها وكيفية مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.

⁴ إبراهيم حسين العسل، التنمية في الفكر الإسلامي، مفاهيم- عطاءات- معوقات- أساليب، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006، ص.23.

الباحثين في تناولها، حتى بانت التنمية تشمل جميع مناحي حياة الإنسان، وكل ما يتعلق بتوفير مناخ وظروف وبيئة أفضل له.*

ونظراً لمجال هذه الدراسة **نُركِّز على التنمية وفق المفهوم البيئي**، حيث يُشير علماء البيئة إلى أن علماء الاقتصاد بحاجة للمزيد من الاهتمام بالنواحي البيئية والأخلاقية، **فيُعرِّفون التنمية وفق المفهوم البيئي بأنها:**

✓ إن التعريف الجديد للتنمية المستدامة هو التنمية التي تقلص استخدام الموارد إلى الحد الأدنى.

✓ كما أن دروس البيئة يمكن (بل يجب) أن تطبق على العمليات الاقتصادية، وهي تشمل أفكار واستراتيجية الحماية العالمية التي توفر مبرراً بيئياً يمكن من خلاله تحدي و اختيار دعوات التنمية

لتطوير نوعية الحياة".¹

✓ ومنه التنمية المستدامة على الصعيد البيئي تعني حماية الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل للأرض الزراعية والموارد المائية.²

- **البعد البيئي للتنمية:** تتضمن التنمية بمفهومها الجديد أبعاد متعددة تتدخل فيما بينها، ومن أهم أبعادها: **البعد الاقتصادي، والبعد البيئي، والبعد الاجتماعي، والبعد التكنولوجي.**³

ويقتصر عرضنا هنا في أهم الأبعاد البيئية للتنمية المتواصلة كما يلي:⁴

- المحافظة على الجو، وذلك بتخفيض التلوث الناتج عن النقل والصناعة والرفع من قاعدة استخدام الطاقة، إلى جانب الاعتماد على الطاقات المتجددة كالطاقة الشمسية...الخ.

- حماية الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج المواد الغذائية، مع التوسع في الإنتاج لتلبية احتياجات السكان الآخذين في التزايد، لأن فشل صيانة الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها الزراعة كفيل بحدوث نقص في الأغذية في المستقبل.

- تقليص ملاجيء الأنواع البيولوجية، وذلك من خلال صيانة ثراء الأرض في التنوع البيولوجي للأجيال المقبلة، وذلك بإبطاء عمليات الانقراض وتدمير الملاجيء والنظم الايكولوجية بدرجة كبيرة وإن أمكن وقفها.

- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون الحامية للأرض وهذا بالتخصل تدريجياً من الموارد الكيميائية المهددة للأوزون، ويتم ذلك بالتعاون بين الدول لمعالجة مخاطر البيئة الصناعية.*

* ومن المهم الإشارة إلى أن هناك اختلاف بين مفهوم النمو CROISSANT والتنمية DEVELOPPEMENT، فالنمو يُشير إلى التقدم التقاني أو الطبيعي أو الغوري دون تدخل من قبل الفرد والمجتمع، في حين أن التنمية هي العملية المقصودة التي تسعى إلى إحداث النمو بصورة سريعة في إطار خطط مدروسة وفترات زمنية معينة.

¹ دوناتو رومانو، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، مشروع GCP/SYR/006/ITA، وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي (مصر) المركز الوطني للسياسات الزراعية بالتعاون مع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، والتعاون الإيطالي، 2000، ص.56.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص.29.

³ تفاصيل أكثر يمكن العودة إلى: مصطفى يوسف كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار المناهج للنشر والتوزيع،الأردن، الطبعة الأولى، 2016، ص 68-51.

⁴ ذكرها مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص.53.

^{*} تعتبر طبقة الأوزون مهمة جداً للحياة على سطح الأرض فهي تعزل أشعة الشمس الضارة خصوصاً الأشعة فوق البنفسجية والتي تسبب الإصابة بسرطان الجلد.

- الحد من ابتعاث الغازات وهذا عبر الحد بضرورة كبيرة من استخدام المحروقات، والبحث عن مصادر بديلة للطاقة لإمداد المجتمعات الصناعية أو استخدام المحروقات بأكفاء في البلدان النفطية.
- حماية المناخ من الاحتباس الحراري، وهذا لعدم المخاطرة بإجراء تغييرات كبيرة في البيئة العالمية.

ثالثاً: الوعي البيئي لمستخدمي موقع Facebook

الوعي البيئي هو "إدراك الأفراد للأخطار والمشكلات البيئية ووعيهم بأدوارهم في مواجهتها، وضرورة تحديد مسؤولياتهم تجاه البيئة ومن ثم صقل معارفهم ومعلوماتهم بما يؤهلهم للتعامل السليم والإيجابي مع مشكلات البيئة".¹

تعددت التعريفات التي تناولت الوعي البيئي، فيُعرفه البعض بأنه "هو تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الأفراد من خلال البرامج والنشاطات التي توجه إلى الأفراد بهدف توضيح مفهوم بيئي معين أو مشكلة بيئية وإحداث اهتمام وشعور بالمسؤولية، وبالتالي تغيير اتجاهاتهم ونظرياتهم وإشراكهم في إيجاد حلول مناسبة".²

ويُشير غوش وكومود Ghosh & Kumud إلى أن الوعي البيئي يتضمن بشكل عام المعرفة بقضايا البيئة واكتساب المهارات اللازمة لحل المشاكل البيئية وتطوير الوعي البيئي للمواطنين وتعديل سلوكهم ليتماشى مع المسؤولية البيئية³. وهو أيضاً عملية تحديد القيم البيئية وتطوير السلوكيات الإيجابية لحل القضايا البيئية.⁴

وفي هذا الإطار فإن جُل تعريفات الوعي البيئي المختلفة تتفق على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه البيئة، ومن ثم ضرورة صقل معارفهم ومعلوماتهم حيال البيئة ومشكلاتها بما يؤهلهم للتعامل الإيجابي مع مشكلاتها بما يقلل من تأثيرات هذه المشكلات كوعي علاجي أو يمنع حدوث هذه المشكلات من الأساس في ضوء تسليمهم بالمعلومات والأفكار والقيم والاتجاهات السليمة، أو ما يمكن أن يشكل أساس الوعي الجماهيري الوقائي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها.

عناصر تكوين الوعي البيئي:

تقر الأديبيات في مجال الوعي البيئي بوجود صلة وثيقة بين الوعي البيئي والتربية البيئية، وذلك من حيث التركيز على إدراك الفرد للأخطار والمشكلات البيئية ووعيهم بأدوارهم في مواجهتها⁵، ويكون الوعي البيئي

¹ سمير محمود، الإعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص148.

² عادل ربيع، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمانالأردن، 2009، ص61.

³Ghosh, Kumud, Environmental awareness among secondary school students of Golaghat district in the state of Assam and their attitude towards environmental education. Journal of Humanities and Social Science,2014, vol.19,no 3, p.30-34.

⁴Sebastian, S. & Nima, DAwareness of Bio-diversity and its Conservation among Higher Secondary School Students in Nayyatinkara District 2005. Research & Reflection on Education, 3 (2), 3-8.

⁵ ريم فتحة قدوري، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، ورقة بحث قدمت للملتقى الوطني حول واقع التربية البيئية في الجزائر ساواق وافق- جامعة البلدة، 2014، ص8.

من ثلات حلقات منفصلات ومتداخلات في أن واحد وهي: التربية البيئية، والتعليم البيئي، والإعلام البيئي. ويمكننا أن نقدم أهداف تربية الوعي البيئي كما يلي:

1- إكساب الفرد المعرفة والمهارة والقيم والاتجاهات والشعور بالالتزام نحو تحسين البيئة والمحافظة عليها بتكوين وعي بيئي لديه من أجل جعله إيجابياً في تعامله معها.

2- ترسیخ السلوكيات الإيجابية لدى الأفراد من أجل التعامل مع مكونات وعناصر البيئة بالشكل الصحيح.

3- تفعيل دور المجتمع من أجل تحسين مستوى المعيشة عن طريق تقليل الاستهلاك المؤدي إلى المشكلات البيئية.

4- اكتشاف المشكلات البيئية وإيجاد حلول مناسبة لها بمساعدة أفراد المجتمع.¹

وتتلخص أهم خصائص الوعي البيئي في:

- تكوين اتجاهات بيئية تحكم سلوك الأفراد.

- التبيؤ لما يمكن أن يصدر من سلوك للأفراد تجاه البيئة مستقبلاً.

- استغلال الموارد الطبيعية والمحافظة عليها من خلال ترشيد استخدامها.

- إدراك أفراد المجتمع للمشكلات البيئية ومعرفة طرق علاجها.²

كما تكوين الوعي البيئي وتميته لا يتطلب بالضرورة تربية نظامية، لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثراً هاماً فعال في ذلك، كما أن الوعي البيئي لا يتضمن سلوكاً إيجابياً نحو البيئة في كل الظروف فكثير من المدخنين على وعي بأضرار التدخين ورغم ذلك يدخنون.³

- الدراسة الميدانية:

نقوم في هذا الجانب من الدراسة بتحليل البيانات الميدانية، مستعينين على معطيات الاستمارة البحثية التي تم توزيعها على مستخدمي موقع الفيسبروك، حيث سنقوم بتحليل محتوى الاستبيان وفق محاور الدراسة، من أجل الوصول إلى تحليل النتائج والتساؤلات الرئيسية للبحث.

- نتائج الدراسة

1- عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

1.1.1 البيئة ومستخدم موقع الفيسبروك:

يهدف هذا المحور إلى محاولة التعرف على معنى البيئة، ودرجة الاهتمام بها، ومصادر المعلومات البيئية، وأهم قضایاها ومشكلاتها بالنسبة للمبحوثين من مستخدمي موقع الفيسبروك.

¹ عادل ربيع، التوعية البيئية، مرجع سابق.

² سمير محمود، الإعلام العلمي، مرجع سابق.

³ هبة صالح احمد الدibe، دور الإذاعة المحلية بوسط الدلتا في تنمية الوعي بمشكلات البيئة الريفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، 1999، ص 42.

- اهتمام مستخدمي الفيسبوك بالبيئة:

رغم التفاعل الضعيف مع الاستماراة التي نعتقد أنها تشير إلى أن البيئة لا تحتل سُلُم الأولويات في الموضوعات التي يتفاعل معها مستخدمو موقع الفيسبوك، إلا أن إجابات المبحوثين عكست اهتمامهم بالبيئة، ما قد تفسره بأن جُل من تفاعل مع الاستماراة يهتم بالبيئة، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

جدول رقم (7): بين إجابات المبحوثين حول سؤال: هل أنت مهتم بالبيئة؟

النسبة المئوية	التكارات	البدائل
97.8%	270	نعم
2.2%	06	لا
%100	276	المجموع

الجدول السابق أعلاه يوضح أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت متوافقة إلى درجة كبيرة، حيث يُظهر أن جُل مستخدمو موقع الفيسبوك لديهم اهتمام بيئي، وقدر عدد أفراد العينة الذين أجابوا بنعم بـ(270) بنسبة مئوية تقدر بـ(97.8%)، والذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل جداً، حيث قدر بـ(06) أفراد بنسبة (2.2%)، وهو ما قد يعني أن مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي لديهم اهتمام بيئي.

- درجة اهتمام مستخدمو موقع الفيسبوك بالبيئة:

يُحدد المستخدم لموقع الفيسبوك درجة اهتمامه بالبيئة بين الدرجة العالية والمتوسطة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (8): بين درجة الاهتمام البيئي لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكارات	البدائل
55.8%	154	عالية
40.6%	112	متوسطة
1.8%	05	ضعيفة
1.8%	05	لا أهتم
%100	276	المجموع

الجدول السابق يؤكد أن أفراد عينة الدراسة لديهم اهتمام كبير وعالٍ بالبيئة، حيث كانت نسبة كبيرة منهم مهتمون بدرجة عالية بالبيئة وقدر عددهم بـ(154) بنسبة مئوية تقدر بـ(55.8%)، وفيما يخص الذين كان اهتمامهم متوسط فقدر عددهم بـ(112) بنسبة (40.6%). أما بالنسبة إلى الذين كان اهتمامهم ضعيف أو غير مهتمين أصلاً فكان عددهم قليل نسبياً حيث قدر بـ(05) أفراد بنسبة (1.8%)، ما نعتقد أنه يعني أن مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي لديهم اهتمام كبير بالبيئة.

- معنى البيئة لمستخدمي موقع الفيسبوك:

تتعدد معاني ومفاهيم البيئة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، ورغم هذا التنوع إلا أن جميعها تصب في إحدى الجوانب التي تعني أو تُقْدِّم البيئة، والجدول التالي يوضح معنى البيئة لمستخدم موقع الفيسبوك:

جدول رقم (9): يوضح معنى البيئة المستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكلارات	البدائل
48.9%	135	هي كل ما يحيط بالإنسان
20.3%	56	جميع المكونات الحية وغير الحية للأرض
15.9%	44	هي كوكب الأرض
14.9%	41	هي الطبيعة والمحيط
%100	276	المجموع

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول السابق أعلاه: أن أفراد عينة الدراسة لديهم مفاهيم مختلفة للبيئة، حيث توالت إجاباتهم، فمنهم من يرى أن البيئة تعني لهم كل ما يحيط بالإنسان، قدر عددهم بـ(135) بنسبة مئوية تقدر بـ(48.9%)، في حين هناك من يرى أن البيئة تعني له جميع المكونات الحية وغير الحية للأرض وقدر عددهم بـ(56) بنسبة (20.3%).

أما الذين تعني لهم البيئة كوكب الأرض فعدهم قليل نسبياً حيث قدر بـ(44) فرد بنسبة (15.9%)، وهي تقريباً نفس نسبة الأفراد الذين تعني لهم البيئة الطبيعة والمحيط، حيث قدر عددهم بـ(41) بنسبة (14.9%)، وهو ما قد يُفيد في أن معنى ومفهوم البيئة لدى مستخدمو الفيسبوك يختلف من شخص لآخر، إلا أن غالبيتهم تعني لهم البيئة كل ما يحيط بالإنسان، ما يُفسر على أن رؤيتهم إلى البيئة لا تقتصر على الطبيعة.

- القضايا البيئية الأكثر اهتماماً لمستخدمي الفيسبوك:

نعتقد بحقيقة أن كل ما يمس البيئة يعتبر قضية بيئية، وقد تعددت القضايا والمشكلات البيئية لأفراد عينة الدراسة، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

جدول رقم (10): يبين أهم القضايا والمشكلات البيئية المستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكلارات	البدائل
33%	91	ثلوث الهواء والماء
17.4%	48	الاحتباس الحراري
7.6%	21	ثقب طبقة الأوزون
24.3%	67	المخلفات البشرية والمادية
8%	22	مشكلة السكان
9.8%	27	مشكلة التصحر
47.8%	132	أخرى (الحفاظ على الغابات)
%100	276	المجموع

الجدول السابق يُبين تنوع القضايا والمشكلات البيئية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، حيث اختلفت إجاباتهم نحو أهم القضايا البيئية، وذكرت الفئة الغالبة قضايا ثلوث الهواء والماء وقدر عددهم بـ(91) بنسبة مئوية تقدر بـ(33%)، في حين هناك من يهتم لقضية الإحتباس الحراري وقدر عددهم بـ(48) فرد بنسبة (17.4%).

ومنهم من يهتم بثقب طبقة الأوزون ويقدر عددهم بـ(21) فرد بنسبة(7.6%)، ومنهم من يهتم لأمر المخالفات البشرية والمادية والنفايات حيث قدر عددهم بـ(67) بنسبة(24.3%)، في حين أن من يهتم قضية البيئة من حيث مشكلة السكان ومشكلة التصحر فكان عددهم قليل حيث قدر عددهم بـ(22) و(27) على التوالي بنسبة مؤدية تقدر بـ(9.8%) و(9.8%).

إضافة إلى المشكلات المذكورة طرح مستخدمو موقع الفيسبوك مشكلة المحافظة على الغابات كقضية هامة تدخل ضمن القضايا والمشكلات البيئية، وهو ما يمكن تفسيره أن مستخدمو موقع الفيسبوك لديهم وعي بالمشكلات البيئية وقضاياها المختلفة والمتعددة.

- مصادر المعلومات البيئية لمستخدمي الفيسبوك:

تنوع مصادر المعلومات البيئية وتتعدد حسب أفراد عينة الدراسة، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (11) بين مصادر المعلومات البيئية لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	النكرارات	البدائل
33%	91	وسائل الإعلام التقليدية
55.4%	153	وسائل الإعلام الجديدة
11.6%	32	الأسرة والأصدقاء
%100	276	المجموع

يُوضح الجدول السابق أن غالبية أفراد عينة الدراسة يستمدون معلوماتهم حول البيئة من خلال الإعلام الجديد، حيث قدر عددهم بـ(153) بنسبة (55.4%)، أما فيما يخص الذين يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات البيئية قدر عددهم بـ(91) بنسبة (33%). كما تعتبر الأسرة والأصدقاء أحد مصادر المعلومات البيئية لمستخدمي الفيسبوك، وإن كان عددهم قليل نسبياً حيث قدر بـ(32) بنسبة (11.6%). إضافة إلى مصادر أخرى ذكرها أفراد عينة الدراسة والمتمثلة في (الكتب، التقارير البيئية والدراسات العلمية، مصادر أجنبية، الكتب المدرسية والورشات البيئية).

ولعلنا نُفسر تراجع الإعلام التقليدي كمصدر للمعلومات نظراً إلى حجم التعرض الكبير للإعلام الجديد الذي أصبح يأخذ حيز ومساحة كبيرة من اهتمامات المتألقين، كما نلاحظ تراجع الاعتماد على المحيط الاجتماعي الصغير المتمثل في الأسرة وجماعة الأصدقاء كمصدر للمعلومات ما يؤكد ضعف دورها في التوعية البيئية.

1.1.2 تحليل محور: اتجاهات وسلوكيات موقع الفيسبوك نحو البيئة

هدف هذا المحور إلى محاولة التعرف على أهمية القضايا البيئية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، ومعرفة اتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، وتحديد المسؤلية البيئية كما يرها مستخدمو موقع الفيسبوك، وهو ما نوضحه فيما يلي:

- أهمية قضايا البيئة والحفاظ عليها بالنسبة لمستخدمي الفيسبوك:

إجابات المبحوثين من مستخدمي موقع الفيسبوك على السؤال الذي ينص على "هل تشعر بأهمية قضايا البيئة والحفاظ عليها؟" كانت متوافقة إلى درجة كبيرة، حيث أظهر غالبية المبحوثين أنهم مهتمين بقضايا البيئة، وقدر عدد الأفراد الذين أجابوا بنعم بـ(252) بنسبة (91.3%) أما الذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل جداً حيث قدر بـ(24) مستخدم بنسبة (8.7%). وهو ما يؤكد الجدول التالي:

جدول رقم (12) يبين الشعور بأهمية البيئة لمستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
91.3%	252	نعم
8.7%	24	لا
%100	276	المجموع

الجدول السابق يوضح أن مستخدمو موقع الفيسبوك لديهم وعي بأهمية قضايا البيئة. وترجع سبب هذه الأهمية إلى أهمية البيئة كعنصر أساسى لضمان حياة الإنسان، حيث يرون أن الحفاظ على البيئة شرط أساسى للحفاظ على الإنسان وصحته، وضمان حق الأجيال القادمة في العيش.

كما يرى البعض الآخر من أفراد عينة الدراسة أن البيئة هي الوسط الذي يعيش فيه الإنسان، والحفاظ عليها يعبر عن درجة وعي المجتمعات وتطورها، وأنها شرط أساسى لضمان التنمية المستدامة. ولأن العلاقة بين الإنسان والبيئة علاقة تفاعلية متبادلة يؤثر كل منها في الآخر. ويرى البعض أن وجود بيئة جميلة تعنى حياة صحية سلية.

- الشعور بأن البيئة مهددة في عالمنا المعاصر:

إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي ينص: "هل تشعر بأن البيئة مهددة في عالمنا المعاصر؟" كانت متوافقة مع الأسئلة السابقة، حيث بينت أن غالبية مستخدمو الفيسبوك يشعرون بأهمية البيئة، وأنها مهددة في عالمنا المعاصر، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (13) يبين شعور مستخدم موقع الفيسبوك حول تهديدات البيئة في عالمنا المعاصر

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
92%	254	نعم
8%	22	لا
%100	276	المجموع

الجدول السابق أعلاه يوضح عدد الأفراد الذين أجابوا بنعم حول تهديدات البيئة في عالمنا المعاصر بـ(254) بنسبة (92%)، في حين كانت إجابات المبحوثين بـ لا تمثل ما نسبته 8% بـ(22). ما نعتقد أنه يشير إلى وعي أفراد عينة الدراسة بأن البيئة مهددة في عالمنا المعاصر.

- اتجاهات مستخدمي موقع الفيسبوك نحو البيئة:

اختلت اتجاهات مستخدمي موقع الفيسبوك نحو البيئة، بين اتجاهات إيجابية إلى حد كبير وهي الفئة الغالبة حيث قدر عددهم بـ(145) بنسبة مئوية تقدر بـ (52.5%)، واتجاهات إيجابية قدر عددهم بـ(121)

بنسبة (43.8%). في حين أن الاتجاهات الحيادية قدر عددهم بـ(06) أفراد بنسبة (2.2%)، وقدر عدد الأفراد ذوو الاتجاهات السلبية بـ(01) بنسبة (0.4%)، أما من لديهم اتجاهات سلبية إلى حد كبير نحو البيئة فكان عددهم يقدر بـ(03) بنسبة (1.1%)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (14) يبيّن اتجاهات مستخدم موقع الفيسبوك نحو البيئة

النسبة المئوية	التكارات	البدائل
52.5%	145	إيجابي إلى حد كبير
43.8%	121	إيجابي
2.2%	6	محايد
0.4%	1	سلبي
1.1%	3	سلبي إلى حد كبير
%100	276	المجموع

الجدول السابق يُفيد أن غالبية مستخدمي الفيسبوك لديهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة.

- **مسؤولية حماية البيئة:** البيئة مسؤولية الجميع، وتكوين بيئه جيدة تبدأ أساساً من الفرد وجميع مكونات المجتمع، ويحدد الجدول التالي مسؤولية حماية البيئة حسب أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (15) يبيّن تحديد المسؤولية البيئية حسب مستخدم موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكارات	البدائل
17%	47	الفرد
8.3%	23	المجتمع
1.1%	3	الدولة
00%	0	الجمعيات
73.6%	203	جميعهم
%100	276	المجموع

يوضح الجدول رقم (15): أن أفراد عينة الدراسة لديهم توجهات مختلفة بخصوص مسؤولية حماية البيئة، فمنهم من يرى أن المسؤولية تقع على عاتق الأفراد أنفسهم وقدر عددهم بـ(47) بنسبة (17%) وهناك من يرى أن المجتمع هو من يجب عليه حماية البيئة، وقدر عددهم بـ(23) بنسبة (8.3%)، والبعض الآخر يرى أن الدولة هي من يجب عليها الحماية البيئية وقدر عددهم بـ(3) أشخاص بنسبة (1.1%)، في حين أنه لم يتم تحمل جمعيات ومنظمات المجتمع المدني مسؤولية البيئة.

نلاحظ من خلال النتائج السابقة أن مستخدمو موقع الفيسبوك لم يُشيروا أو يحملوا المسؤولية البيئية للعمل الجماعي أو للجمعيات، وهو ما نستغربه نوعاً ما ونُفسره بأن رؤية أفراد عينة الدراسة حول مسؤولية حماية البيئة تقوم أساساً على العمل الفردي الذي يؤكده العمل الجماعي، ورغم ذلك فإن النسبة الكبيرة أو الغالبة كانت تشير إلى كل ما سبق وأن كل العناصر هي مطالبة بحماية البيئة وقدر عددهم بـ(203). وهو ما قد يعني أن غالبية أفراد عينة الدراسة تعتقد أن مسؤولية حماية البيئة تحتاج إلى التعاون بين مختلف شرائح المجتمع ومكوناته.

- محيط يحترم البيئة:

ينعكس المحيط البيئي الجيد على صحة الفرد وسلوكياته في المجتمع، وتعامله مع البيئة، وقد كانت إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي ينص: "هل تقيم في محيط يحترم البيئة؟" غير متوقعة نظراً للإجابات السابقة، حيث أظهرت النتائج أن غالبية الأفراد من عينة الدراسة لا يُقيّمون في محيط يحترم البيئة، وقدر عدد الأفراد الذين أجابوا بـ لا بـ(202) بنسبة(73.2%)، والذين أجابوا بنعم فكان عددهم قليل قدر بـ(74) بنسبة(26.8%)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (16) يبيّن إقامة مستخدم موقع الفيسبوك في محيط يحترم البيئة

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
26.8%	74	نعم
73.2%	202	لا
%100	276	المجموع

نلقي على الجدول السابق بالقول: أنه وعلى الرغم من توفر وعي بيئي لمستخدم موقع الفيسبوك، إلا أنه غير كافي وغير فعال ما لم يتحول هذا الوعي إلى حرص مستخدم موقع الفيسبوك وإدراكه إلى أهمية الإقامة في محيط بيئي جيد.

- تغيير السلوكيات من أجل المحافظة على البيئة:

الاستعداد لتغيير السلوكيات السلبية للفرد هو أحد أهم الخطوات الأساسية التي تؤسس لحفظ على البيئة، وهو ما يوضحه الجدول رقم (17)، الذي نص سؤاله على "هل أنت على استعداد لتغيير سلوكياتك حتى تحافظ على البيئة؟ كما يلي:

جدول رقم (17) يبيّن استعداد أفراد العينة لتغيير سلوكياتهم من أجل المحافظة على البيئة

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
98.6%	272	نعم
1.4%	04	لا
%100	276	المجموع

أكّدت غالبية الإجابات على استعداد أفراد عينة الدراسة لتغيير سلوكياتهم من أجل المحافظة على البيئة، وقدر عدد الأفراد الذين أجابوا بنعم بـ(272) بنسبة(98.6%)، والذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل حيث قدر بـ(04) بنسبة(1.4%). ما نسره أن مستخدمو موقع الفيسبوك على استعداد تام من أجل تغيير وتعديل سلوكياتهم للمحافظة على البيئة.

- ممارسة سلوكيات بيئية:

إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الذي نص: "هل تمارس سلوكيات تحافظ على البيئة؟ كانت غالبيتها تشير إلى الإجابة بنعم حيث قدر عددهم بـ(214) بنسبة مئوية تقدر بـ(77.5%)، أما الذين أجابوا بـ لا فكان عددهم قليل، وقدر بـ(03) بنسبة (1.1%)، والذين أجابوا بـ أحياناً فقدر عددهم بـ(59) بنسبة(21.4%)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (18) يبين ممارسة السلوكيات البيئية

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
77.5%	214	نعم
1.1%	03	لا
21.4%	59	أحياناً
%100	276	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أعلاه: أن غالبية أفراد عينة الدراسة يمارسوا سلوكيات تحافظ على البيئة.

- **السلوكيات البيئية التي يمارسها مستخدمي موقع الفيس بوك:** الوعي البيئي ينعكس على السلوكيات والممارسات التي يقوم بها الفرد، والجدول التالي يوضح لنا أهم الممارسات البيئية للمبحوثين:

جدول رقم (19) يبين السلوكيات البيئية المستخدمة لموقع الفيس بوك

النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
11.2%	31	الحرص على توفير مساحات خضراء في المحيط الذي أقيم به
24.3%	67	توفير استهلاك الطاقة.
15.2%	42	ترشيد استهلاك المياه.
9.4%	26	فرز النفايات قبل رميها.
31.2%	86	رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها.
8.7%	24	المحافظة على الهواء.
%100	276	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق: أن أفراد عينة الدراسة لديهم سلوكيات وممارسات بيئية مختلفة، فمنهم من يمارس سلوك الحرص على توفير مساحات خضراء في المحيط الذي يُقيم به من أجل المحافظة على البيئة وهو ما ينعكس على نفسية ووضعية الفرد في المجتمع، ويقدر عدد هذه الفئة بـ(31) بنسبة مئوية تقدر بـ(11.2%) في حين من يُمارس سلوك توفير استهلاك الطاقة من أجل المحافظة على البيئة قدر عددهم بـ(67) بنسبة (24.3%).

وهناك من يُمارس سلوك ترشيد استهلاك المياه من أجل المحافظة على البيئة ويقدر عددهم بـ(42) بنسبة (15.2%)، ومن يُمارس سلوك فرز النفايات قبل رميها من أجل المحافظة على البيئة، قدر عددهم بـ(26) بنسبة (9.4%)، أما من يُمارس سلوك رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها من أجل المحافظة على البيئة قدر عددهم بـ(86) بنسبة مئوية تقدر بـ(31.2%) ما يعني وجود وعي لدى المبحوثين بمجال تسيير الفضلات المنزلية، أما آخر فئة والتي تُمارس سلوك المحافظة على الهواء قدر عددهم بـ(24) بنسبة (8.7%)، ومن هنا يمكن القول أن السلوكيات والممارسات التي يمارسها مستخدمو موقع الفيس بوك لأجل المحافظة على البيئة متعددة ومتعددة، ونعتقد أن جلها تعكس سلوك بيئي إيجابي يؤكّد على توفر الوعي البيئي.

2.1 عرض وتحليل نتائج تساوؤلات الدراسة:

لأجل الإجابة على تساوؤلات الدراسة الخمسة المُعدة لهذه الدراسة، تم الاعتماد على اختبار كاف مربع (Kappa)، وسنقوم بعرضها من خلال ما يلي:

نص التساؤل الأول الرئيسي: ما هو مستوى الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟
 تشير قيمة (كا2) التي تقدر بـ(250.23) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدالة (0.01)، ما يعني وجود اختلاف بين أفراد عينة الدراسة بخصوص مستوى الوعي البيئي لديهم لصالح ذروه مستوى الوعي البيئي العالي والذي يقدر تكراره بـ(276/154)، ثم يأتي في المرتبة الثانية ذروه مستوى الوعي البيئي المتوسط بتكرار قدر بـ(276/112)، وفي المرتبة الأخيرة ذروه مستوى الوعي البيئي الضعيف، ومن ليس لديهم أي وعي بيئي بتكرار قدر بـ(276/05)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (20) يبين نتائج التساؤل الأول للدراسة

مستوى الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي					
المجموع	لا اهتم	ضعف	متوسط	عالي	
276	05	05	112	154	التكرار
مستوى الدالة	قيمة كاف مربع	درجة الحرية		المتغير	
دال عند 0.01	250.23	03		مستوى الوعي البيئي	

من خلال الجدول السابق يمكننا الإجابة بالقول: أن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً - يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط.

نص التساؤل الثاني: ما نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدم الفيسبوك؟

تشير قيمة (كا2) التي تقدر بـ(87.65) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدالة (0.01)، وهذا معناه أنه يوجد اختلاف في نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدمو موقع الفيسبوك لصالح المستخدمون الذين يهتمون بتلوث الهواء والمياه والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار يقدر بـ(276/91)، وفي المرتبة الثانية الأفراد الذين يهتمون بالمخلفات المادية والبشرية والنفايات بتكرار يقدر بـ(276/67)، ثم في المرتبة الثالثة الأفراد الذين يهتمون بالاحتباس الحراري بتكرار يقدر بـ(276/48)، وفي المرتبة الرابعة المستخدمون الذين يهتمون بمشكلة التصحر بتكرار يقدر بـ(276/27)، أما المرتبة الأخيرة فكانت للأفراد الذين يهتمون بمشكلة السكان وثقب طبقة الأوزون بتكرار يقدر بـ(276/22)، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (21) يبين نتائج التساؤل الثاني

نوع القضايا البيئية التي يهتم بها مستخدم الفيسبوك							
المجموع	مشكلة التصحر	مشكلة سكان	المخلفات مادية/بشرية	ثقب الأوزون	الاحتباس الحراري	التلوث	البدائل
276	27	22	67	21	48	91	التكرار
مستوى الدالة	قيمة كاف مربع	درجة الحرية		المتغير			
دال عند 0.01	87.65	05		نوع القضايا البيئية			

من خلال ما سبق يمكننا الإجابة بالقول: أن مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً - يهتموا بعدة قضايا بيئية أهمها تلوث المياه والهواء والمخلفات البشرية والمادية والنفايات وبدرجة أقل الاحتباس الحراري.

نص التساؤل الثالث: ما هي مصادر المعلومات والمعرفة البيئية لمستخدمي الفيسبوك؟

تشير قيمة (كا2) التي تقدر بـ(79.58) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ما يعني وجود تباين واختلاف في المصادر الذي يعتمد عليها مستخدم الفيسبوك في الحصول على المعلومات والمعارف حول البيئة لصالح الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام الحديثة والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار قدر بـ(276/151)، ثم في المرتبة الثانية الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية بتكرار يقدر بـ(91/276)، أما المرتبة الأخيرة فكانت تشير إلى الأفراد الذين يعتمدون على الأسرة والأصدقاء بتكرار يقدر بـ(32/276)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (22) يبين نتائج التساؤل الثالث

مقدار المعلومات والمعرفة البيئية المستخدمي الفيسبوك				
المجموع	وسائل الإعلام الحديثة	الأسرة والأصدقاء	وسائل الإعلام القيمة	البدائل
276	32	153	91	التكرار
مستوى الدلالة	قيمة كافٍ مربع	درجة الحرية	المتغير	
دال عند 0.01	79.58	02	مقدار المعلومات والمعرفة البيئية	

ومنه يمكننا الإجابة على هذا التساؤل بأن: وسائل الإعلام الحديثة تعتبر المصدر الأول الذي يعتمد عليه مستخدمو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والمعارف بخصوص البيئة.

نص التساؤل الرابع: ما هي اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو البيئة؟

تشير قيمة (كا2) التي قدرت بـ(370.95) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، ويعني أنه يوجد تباين كبير في اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو البيئة لصالح المستخدمون ذوو الاتجاهات الإيجابية إلى حد كبير نحو البيئة والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار قدر بـ(276/145)، ثم يأتي في المرتبة الثانية الأفراد ذوو الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة بتكرار يقدر بـ(276/121)، وفي المرتبة الثالثة الأفراد ذوو الاتجاهات المحايدة نحو البيئة بتكرار قدر بـ(276/06)، ثم في المرتبة الرابعة الأفراد ذوو الاتجاهات السلبية إلى حد كبير نحو البيئة بتكرار قدر بـ(276/03). أما المرتبة الأخيرة فكانت للأفراد ذوو الاتجاهات السلبية نحو البيئة بتكرار قدر بـ(276/01)، والجدول التالي يؤكد هذه النتائج:

جدول رقم (23) يبين نتائج التساؤل الرابع

اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو البيئة						
المجموع	سلبي إلى حد كبير	سلبي	محايد	إيجابي	إيجابي إلى حد كبير	البدائل
276	03	01	06	121	145	التكرار
مستوى الدلالة	قيمة كافٍ مربع	درجة الحرية		المتغير		
دال عند 0.01	370.95	04	اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل			

ومنه يمكن القول بأن: اتجاهات مستخدمو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- نموذجاً - لديهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة.

نص التساؤل الخامس: ما هو السلوك البيئي الذي يتبعه مستخدمي الفيسبوك؟

ُشير أن قيمة (كا2) التي تقدر بـ(68.82) كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ما يعني وجود سلوكيات متباعدة يتبعها مستخدمو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في المحافظة على البيئة لصالح الأفراد الذين يقومون برمي النفايات في الأماكن المخصصة لها من أجل المحافظة على البيئة، والتي كانت في المرتبة الأولى بتكرار قدر بـ(276/86)، ثم يأتي في المرتبة الثانية الأفراد الذين يعملون على توفير استهلاك الطاقة من أجل المحافظة على البيئة بتكرار يقدر بـ(276/67)، وفي المرتبة الثالثة الأفراد الذين يعملون على ترشيد استهلاك المياه من أجل المحافظة على البيئة بتكرار قدر بـ(276/42)، وفي المرتبة الرابعة الأفراد الذين يعملوا على توفير مساحات خضراء في المحيط من أجل المحافظة على البيئة بتكرار يقدر بـ(276/31).

وفي المرتبة الأخيرة الأفراد الذين يقوموا بفرز النفايات قبل رميها والمحافظة على المياه من أجل المحافظة على البيئة بتكرار قدر بـ(276/25)، الجدول التالي يوضح النتائج:

جدول رقم (24) يبين نتائج التساوؤل الخامس

السلوك البيئي الذي يتبعه مستخدمي الفيسوبوك							
المجموع	المحافظة على الهواء	الأماكن المخصصة للنفايات	فرز نفايات	استهلاك مياه	استهلاك طاقة	مساحات خضراء	البدائل التكرار
276	24	86	26	42	67	31	التكرار
مستوى الدلالة	قيمة كافٍ مربع		درجة الحرية				المتغير
0.01 دال عند	68.82		05		السلوك البيئي لدى مستخدمي الفيسوبوك		

ومنه يمكن القول بأن: مستخدمو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجاً- لديهم سلوكيات مختلفة ومتباعدة من أجل المحافظة على البيئة، أهمها رمي النفايات في الأماكن المخصصة لها وتوفير استهلاك الطاقة، بالإضافة إلى ترشيد استهلاك المياه وبدرجة أقل توفير المساحات الخضراء وفرز النفايات ومحافظة على الهواء.

من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة نستنتج ما يلي:

- أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستوى وعي بيئي يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط، واتجاهات إيجابية نحو البيئة.
- كما تميزت أفراد عينة الدراسة باهتمامها بقضايا ومشكلات البيئة بدرجات مختلفة.
- تعتبر قضايا التلوث بمختلف أشكالها، والمحافظة على الغابات الأهم بالنسبة لمستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبدرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وتقب الأوزون.
- تعتبر وسائل الإعلام الجديدة والكتب والدراسات العلمية أهم المصادر للمعلومات البيئية.

الخاتمة:

نختتم دراستنا بالقول أن الوعي البيئي يعتبر شرط أساسى لإنجاح العملية التنموية، خاصة مع النظارات المتتسارعة للمشاكل البيئية التي جعلت البيئة تحتل مكانة هامة في النقاشات الجادة على مستوى الدول

والمنظمات. ولا نستطيع الحديث عن تنمية مستدامة في ظل ضعف أو غياب الوعي بأهمية قضايا البيئة، التي تعتبر أحد الأبعاد الهامة لإنجاح مشاريع وخطط التنمية المستدامة.

نؤمن بأهمية تنمية الوعي البيئي للفرد والمجتمع خاصة وأننا نعتقد بأن المستخدم العربي لموقع شبكات التواصل الاجتماعي لا يهتم بقضايا البيئة والنشر البيئي إلا نادراً، وهو ما عكسه التفاعل الضعيف مع الدراسة الميدانية.

ولا يمكن إنجاح التنمية المستدامة دون العمل على زيادة الاهتمام وتكافف الجهد لجعل البيئة ضمن الموضوعات الهامة بالنسبة للمستخدم العربي لموقع شبكات التواصل الاجتماعي، لضمان تحسين المتنقي العربي بأهمية البيئة وقضاياها المختلفة، وهو ما يحتاج إلى جهد وعمل كبير ومدروس من مختلف الجهات الرسمية والمجتمع المدني الناشط في هذا المجال.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم حسين العسل، التنمية في الفكر الإسلامي، مفاهيم - عطاءات - معوقات - أساليب، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006.
- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر، بدون سنة نشر.
- دوناتو رومانو، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، مشروع GCP/SYR/006/ITA وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي (مصر) المركز الوطني للسياسات الزراعية بالتعاون مع منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، والتعاون الإيطالي، 2000.
- سمير محمود، الإعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- عادل ربيع، التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.
- عبد الرحمن محمد السعدني، ثناء مليجي السيد عودة، مشكلات بيئية طبيعتها، أسبابها، أثارها، كيفية مواجهتها، دار الكتاب الحديث، القاهرة الطبعة الأولى، 2006.
- فتحية محمد الحسن، مشكلات البيئة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- ليلى احمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2012.
- محمد صابرini، رشيد الحمد، البيئة والإنسان - التربية البيئية، مكتب الكناني، عمان الأردن، 1994.
- مصطفى يوسف كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004-2006.

ثانياً: البحوث والدراسات:

- رضوان سلامن، الإعلام والبيئة دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين بمدينة عنابة، رسالة ماجستير، قسم علوم الأعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي 2005-2006.
- ريم فتحية قدوري، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، ورقة بحث قدمت للملتقى الوطني حول واقع التربية البيئية في الجزائر - الواقع وافق - جامعة البليدة 2، 2014.

- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المثقفين دراسة مقارنة للموقع الاجتماعية والموقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.

- هبة صالح أحمد الدبيب، دور الإذاعة المحلية بوسط الدلتا في تنمية الوعي بمشكلات البيئة الريفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، 1999.

ثالثاً المراجع باللغة الأجنبية:

- Ghosh, Kumud, Environmental awareness among secondary school students of Golaghat district in the state of Assam and their attitude towards environmental education. Journal of Humanities and Social Science,2014.
- Karter Good, German and Russian Adolescents environmental awareness, 1973.
- Sebastian, S. &Nima, DAwareness of Bio-diversity and its Conservation among Higher Secondary School Students in Nayyatinkara District 2005.

الإعلام التربوي و التربية الإعلامية - مقاربة نسقية مفاهيمية -

Media Education and Education Media -Conceptual approach-

د. محمد النذير عبد الله ثانى

أستاذ مشارك بجامعة حائل - المملكة العربية السعودية

ملخص :

لم يعد بالإمكان إغفال دور الإعلام واستثماره كأداة مهمة في العملية التربوية، فالتطور التكنولوجي فرض مظهاً مهماً من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، فقد أصبح الإعلام محوراً من محاور العملية التربوية، وتم إدراجه ضمن برامج التدريس في مستويات تعليمية مختلفة وبدرجات متقدمة. وإلى جانب تدريب التلميذ على استعمال الكمبيوتر وعلى التعامل مع الانترنت وغيره من الرسائل الاتصال، ظهرت مادة دراسية جديدة تعرف بال التربية الإعلامية.

وأصبح لك مظهاً من مظاهر التطور في النظام التعليمي، والرقي بالنسبة للبلدان. وإذا ما تجاهمت بعض الدول تدريس الإعلام، فإن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاً، ونتيجة لهذه التحولات التكنولوجية، أصبح الجمهور أكثر إقبالاً على البرامج التلفزيونية وأكثر تعاملًا مع الانترنت. وأصبح جمهور الطلب بالخصوص أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافية الأجنبية وأكثر قابلية للتأثير بهذه المادة، وإن شاء البعض أم رفض فقد أصبح طيف واسع من التلاميذ يتعرضون ويتقاولون مع تيارات ثقافية ومذهبية وسياسية ضمن فضاءات ثقافية وإعلامية لا تخلي من فوضى حيث تتدخل وتتنافس وتتصارع شتى أنماط الثقافة المحلية والأجنبية. فسؤال المطروح هو تسلیط الضوء على ماهية الإعلام التربوي والتربية الإعلامية؟

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الإعلام التربوي، العملية التربوية، المادة الإعلامية.

Abstract:

It is no longer possible to ignore the role of the media and its investment as an important tool in the educational process. Technological development has imposed an important aspect of the integration of media and education. The media has become one of the axes of the educational process and has been included in teaching programs at different levels of education. In addition to training the student in the use of computers and in dealing with the Internet and other communications communication, a new material has emerged, known as media education.

You have become a manifestation of evolution in the education system, and for countries. If some countries ignore the teaching of the media, the technological revolution has made media education more urgent. As a result of these technological transformations, the public has become more popular with television programs and more interacting with the Internet. A large number of students are exposed to and interact with cultural, sectarian and political currents within cultural and media spaces that are free of chaos, where various types of local culture, And foreigner. The question posed is to highlight the nature of educational media and media education?

Keywords: Media Education, Educational Media, Educational Process, Media Article.

تمهيد:

لم يعد بالإمكان إغفال دور الإعلام واستثماره كأداة مهمة في العملية التربوية، فالتطور التكنولوجي فرض مظهراً مهماً من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، فقد أصبح الإعلام محوراً من محاور العملية التربوية، وتم إدراجه ضمن برامج التدريس في مستويات تعليمية مختلفة وبدرجات متفاوتة. وإلى جانب تدريب التلميذ على استعمال الكمبيوتر وعلى التعامل مع الإنترنت وغيره من الرسائل الاتصال، ظهرت مادة دراسية جديدة تعرف بال التربية الإعلامية.

وأصبح لك مظهراً من مظاهر التطور في النظام التعليمي، والرقي بالنسبة للبلدان. و إذا ما تجاهلت بعض الدول تدريس الإعلام، فإن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاً، ونتيجة لهذه التحولات التكنولوجية، أصبح الجمهور أكثر إقبالاً على البرامج التلفزيونية وأكثر تعاملًا مع الإنترنت. وأصبح جمهور الطلب بالخصوص أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافية الأجنبية وأكثر قابلية للتأثر بهذه المادة، وإن شاء البعض أم رفض فقد أصبح طيف واسع من التلاميذ يتعرضون ويتفاعلون مع تيارات ثقافية ومذهبية وسياسية ضمن فضاءات ثقافية وإعلامية لا تخلو من فوضى حيث تتدخل وتتنافس وتتصارع شتى أنماط الثقافة المحلية والأجنبية. فسؤال المطروح هو تسلیط الضوء على ماهية الإعلام التربوي والتربية الإعلامية؟

أولاً: مفهوم الإعلام التربوي

1-1- ماهية الإعلام التربوي: عرفه البدر حمود عبد العزيز بأنه : "المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية من غير تفريط في جدية التربية وأصالتها، أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارته عليها "وهذا ما تبناه بعض الباحثين في الدول العربية⁽¹⁾. أما معهد الإنماء العربي فينظر إلى الإعلام التربوي بما تقوم به البرامج التربوية في الإذاعة والتلفزيون، والمجلات والنشرات التربوية، والمحاضرات والندوات⁽²⁾.

فالإعلام التربوي مطالب بمتابعة سلوكيات الطالب في داخل المدرسة وفي المجتمع، وأن يؤكد لهم ضرورة الحفاظ على المدرسة بمعناها وبنائها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم بالتحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المعلم، وحب الوالدين، والرغبة الملحة في العلم، وحبه لزمائه، وولاته لوطنه، والحفاظ على النظام، والنظافة والبعد عن كل ما هو مثير، والتعاون في الخير، والارتباط بالأسرة والمجتمع، والمحافظة على البيئة، والاتصاف بصفات المسلم الكريم والعربي الأصيل.

الإعلام التربوي فهو مصطلح جديد نسبياً، ظهر في أواخر السبعينيات عندما استخدمته المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية، وأساليب توثيقها، وتصنيفها، والإفادة منها، وذلك أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام

¹ البدر حمود عبد العزيز، "الإعلام التربوي في دول الخليج العربية"، اجتماع مسئولي الإعلام التربوي في دول الخليج العربية - قطر، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1992م، ص 35-105.

² عبد الرزاق محمود الديلمي، الإعلام التربوي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، عمان، ص 78.

(¹) 1977م، ولا يوجد تعريف محدد للإعلام التربوي يحظى بإجماع بين الباحثين، بل إن ثمة فروقاً بين التعريفات المقدمة له، وربما يعود ذلك إلى حداثة الأبحاث في مجال الإعلام التربوي، واتساع هذا المفهوم، وتداخله في كثير من مجالات الأنشطة وال العلاقات الإنسانية، وتبادر وجهات نظر ومذاهب الباحثين فيه.

والإعلام التربوي مطالب بأن يكون معيناً للأباء والأمهات في تقرير المعلومة لذهن الطلبة، ومشجعاً لهم على تحصيل العلم والمعرفة، وغرس القيم الإسلامية النبيلة، ومعايشة ظروف المجتمع، وتأكيد المفاهيم الحقيقة للتعليم، والعمل، والانتماء للوطن.

إن العمل الإعلامي التربوي المشترك يحتاج إلى كثير من الإصلاح والجهد ليصبح في إمكانه، ليس فقط دحض افتراءات المغرضين وإظهار مبادئ التربية وقيمتها بصورةها الصحيحة، بل النهوض بأكثر المبادرين أهمية وتأثيراً في حياة الشعوب والأمم وهو ميدان التربية والتعليم، فهو يشجع التعلم واكتساب المعارف والحصول على معلومات تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والجماعي وإسهام هذه الوظيفة في بناء شخصية المعلمين كإحدى الشرائح المستهدفة أو المتعرضة لمضامين وسائل الإعلام وانعكاسات ذلك على أدوارهم في تنشئة الأجيال وتربيتهم على النحو الذي أعطى لوسائل الإعلام إسهاماً واضحاً في عملية التغيير والتطور الحضاري للأمة وتعزيز القيم والتصرفات الاجتماعية والارتفاع بالأمة فكريأً وثقافياً إذا أحسن استخدام هذه الوسائل على النحو المأمون.⁽²⁾

إن بإمكان وسائل الإعلام أن تكمل الدور التربوي للمؤسسات التعليمية، بل وقد تكون الساعد الأيمن للتربويين في حل هذه القضايا ولكن إلى حد ما فهناك عزلة بين التربويين والإعلاميين على الرغم من أن وسائل الإعلام تساهم في تشكيل بناء الإنسان وصياغة فكره وتوجيهه الوجهة السليمة في حال توفر القيادة الإعلامية الناجحة.

واليوم علينا أن نتخذ قراراً مصيريأً وذلك بأن تكون مشاركين فاعلين في مجتمع الإعلام والمعرفة⁽³⁾. أما الإعلام التربوي الإسلامي فقد عرفه عبد الرؤوف بنى عيسى وهيفاء الفوارس بأنه "استخدام تقنيات الاتصال ووسائل الإعلام وعلومه، ضمن منهج إسلامي، وبأسلوب فني إعلامي، يقوم به أصحاب العلم بالعملية التعليمية والتربوية الإسلامية، ويستهدف الاتصال بأفراد العملية التربوية من معلمين و المتعلمين، بعرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويوجه بها توجهاتهم ومعتقداتهم وسلوكيهم ضمن الشريعة الإسلامية"⁽⁴⁾.

¹ سعد الدين، محمد متير، دراسات في التربية الإعلامية، المكتبة العصرية للطباعة والنشر، 1995، ص 9.

² فايزة بنت محمد بن حسن أخضر، تعرّض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة (دراسة وصفية تحليلية)، ورقة عمل مقدمة إلى اللجنة العلمية للمؤتمر 1428هـ الموافق 14-7-2007م، ص 4-5.

³ فايزة بنت محمد بن حسن أخضر ، المرجع نفسه، ص 5.

⁴ عبد الرؤوف بنى عيسى، هيفاء الفوارس، الإعلام التربوي من منظور إسلامي، دوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة، مجلة المدار، المجلد 21، العدد 4/أ، 2015.

1-1-أهداف الإعلام التربوي:

يسعى الإعلام التربوي إلى تحقيق الأهداف التالية⁽¹⁾.

- 1- المشاركة في غرس القيم النبيلة ونشرها، وتزويد المثقفين بالقيم وال تعاليم السمحاء، والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للمثقفين.
- 2- المحافظة على التراث التربوي ونشره، والتعریف به وبرجالاته وجهودهم التربوية والعلمية.
- 3- تنمية اتجاهات فكرية تسهم في تعزيز التماسک الاجتماعي وتحقق تكوين الصمير الذي يوجه سلوك الفرد في الحياة، ويعزز الضبط الاجتماعي لدى الفئات الطالبة.
- 4- المشاركة في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة، وعلى مستوى المجتمع بوجه عام، والأسرة بوجه خاص.
- 5- التأكيد على أن الجيل الجديد هم الثروة الحقيقة للمجتمع، وأن العناية والاهتمام بهم وتربيتهم مسؤولية عامة يجب أن يشارك فيها الجميع.
- 6- التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
- 7- التغطية الموضوعية لمختلف جوانب العملية التربوية والتعليمية، وتوثيق نشاطاتها.
- 8- تبني قضايا ومشكلات التربية والتربويين والطلاب ومعالجتها إعلامياً.
- 9- إبراز دور المدرسة بصفتها الوسيلة الأساسية للتربية والتعليم في المجتمع، والتأكيد على ضرورة دعمها ومساعدتها في أداء رسالتها.
- 10- إيجاد قنوات إعلامية للتعليم المستمر والتعليم عن بعد، وتعليم ذوي الحاجات الخاصة.
- 11- توثيق الصلة بين المسؤولين والعاملين والمهتمين بشؤون التربية والتعليم في المملكة، وتنمية الوعي بر رسالة المعلم ومكانته في المجتمع.
- 12- التعريف بالتطورات الحديثة في مجالات الفكر التربوي، والتقنيات التعليمية والمعلوماتية، وتشجيع البحث في مجال الإعلام التربوي⁽²⁾.

ثانياً: التربية الإعلامية:**2-1-مفهوم التربية الإعلامية:**

التربية الإعلامية هي عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة. ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة، وإنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة، وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع⁽³⁾. وتعرف جوس إم برون "Jose M, Brown" التربية الإعلامية بأنها "الأسلوب الذي يستخدم

¹ (بتصرف) الصاوي، أمينة، وعبد العزيز شرف. نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية، القاهرة: مكتبة مصر. (1998م)، ص52.

² (بتصرف) الصاوي، أمينة، مرجع سابق، ص52.

³ شحاته، حسن، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية. 2003، القاهرة: ص25.

لتوسيع مهارات وقدرات طلاب الجامعات التي تتطلب الوعي بالتعليم المتتطور في مجال الاتصالات الحديثة مثل التعليم الإلكتروني والوسائط المتعددة في مجتمع المعلومات⁽¹⁾.

و يعرف " Share, J. 2013 " التربية الإعلامية على أنها إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواصفات التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكما يعبر عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة⁽²⁾.

يرى الخطيب أن التربية الإعلامية توفر الكثير من الفرص المناسبة لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعاني منها الطلاب في المدرسة كمشكلة الأممية الحضارية، والأمية التكنولوجية، والأمية السياسية، علاوة على التوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخرين، وعدم الألفة، والتعصب والاستغراف في المحلية وغيرها⁽³⁾.

ويتم وصف التربية الإعلامية في إطار العالم الحديث كعملية بناء الإنسان، والمساعدة على جودة استخدام وسائل الإعلام، وتهدف إلى تشكيل ثقافة التفاعل مع تلك الوسائل، وتنمية المهارات الابتكارية والاتصالية، والتفكير الناقد، والاستقبال، والتفسير، والتحليل، وتقييم النصوص الإعلامية، وتدریس جميع صور التعبير الذاتي باستخدام تكنولوجيا الإعلام⁽⁴⁾.

إن الجدل القائم حول العلاقة بين التربية والإعلام ليس بالجديد، وقد أوضحت الدراسات والندوات التي تناولت هذه العلاقة أن هناك كثيراً من جوانب المقاربة والمفارقة بينهما، وأن التطور التكنولوجي فرض مظهراً مهماً من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، وأن الإعلام قد أصبح محوراً من محاور العملية التعليمية، وتم إدراج الإعلام التربوي ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التربوية⁽⁵⁾.

إن الثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحاً وبخاصة بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التليفزيونية، وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكتساح الثقافي الأجنبي. وبعد أن ساعدت شبكة الانترنت على الغزو الثقافي وتهديد كثير من الثقافات الوطنية، وتفاعل معها الصغار والشباب والكبار في تناول التيارات الثقافية والمذهبية والسياسية⁽⁶⁾.

ويعرفها " Greenaway, P. " على أنها مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعنوانية الإعلامية، والتعريف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها⁽⁷⁾.

¹ Jose M, Brown. **Media Literacy, New Conceptualization, New Approach**, Empowerment Through Media Education, An Intercultural Dialogue, Ulla Carlson, Samy Tayie, Genevieve Jacquinot, published by: the international Clearinghouse on children, Youth & Media, Sweden , 2008. P.103.

² Share, J. **Media literacy is elementary**: Teaching youth to critically read and create media. New York, NY: Peter Lang, 2013. P. 119.

³ الخطيب محمد، "دور المدرسة في التربية الإعلامية"، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم ومنظمة اليونسكو، الرياض، المملكة العربية السعودية.. 2007..

⁴ Baranov, O. **Media Education in School and University**. (in Russian). Tver: Tver State University, 2012.P. 87.
⁵ حمدان محمد، العلاقة بين الإعلام والتربية في الوطن العربي: أية إشكاليات؟ أي مستقبل؟، ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس خلال الفترة 15-17 ابريل 2004.

⁶ Hamdan, M. (2004). <http://www.afkaronline-orglarabic/archives/avr-mail>.

⁷ (Greenaway, P. **Media and Arts Education: A Global View from Australia**. In: Kubey, R. (Ed.) **Media Literacy in the Information Age**. New Brunswick and London: Transaction Publishers, . 2015. pp.187-198.

غير أن التربية الإعلامية أخذت تتجه صوب إتباع نهج ذي طابع تمكيني أوضح (مهارات التعامل) حيث يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة. كما أن التربية الإعلامية هي التعليم والتعلم بشأن الإعلام، فالأطفال والشباب هم المستهلك الرئيسي للخدمات الإعلامية، وبإضافة إلى ما يختارونه بأنفسهم من مواد إعلامية يشغلون بها أوقات فراغهم، يستمد الأطفال جانباً هاماً من تعلمهم من وسائل الإعلام، فقد أصبح الإعلام جزءاً من خلفيتنا الثقافية التي تحيط بالصغار والكبار على حد سواء، ولذا يستحق أن يدرس ك مجال قائم بذاته.

وهنا يجب التفريق وعدم الخلط بين التربية الإعلامية وبين استخدام وسائل الإعلام "كوسائل تعليمية"⁽¹⁾. ولقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية تفاوتت وتباينت في مضمونها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تُعد السمة البارزة للقرن الحادي والعشرين، ومن أبرز المفاهيم التي تناولت التربية الإعلامية ما يلي:

يرى سلفلات "Silveblatt.A." 2001 أن التربية الإعلامية هي "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير إستراتيجياتتمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستماع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام"⁽²⁾.

ووفقاً لهذا المفهوم فإن العناصر الأساسية للتربية الإعلامية يمكن أن تتمثل في :

1- الوعي بتأثير تلك الوسائل على المجتمع ودفع أفراده لاتخاذ مواقف معينة من التجارب التي يمررون بها.

2- فهم عملية الاتصال الجماهيري فهماً واعياً وشاملاً مبنياً على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة.

3- استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة؛ لتفسير المضمون الإعلامية وتقديرها.

4- مراعاة الجوانب الجمالية عند فهم وتقدير تلك المضمونين، في ضوء ما يتمتع به الأفراد من تذوق.

5- الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية، وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية.

وقد عرفها كل من "محمد عبد الحميد" و"أمال سعد" بأنها (تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطالب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهم ووعي).⁽³⁾

¹ ليلي البيطار، علياء يحيى العسالي، مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المناهج الفلسطيني، بحث مقدم في مؤتمر "العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات" بجامعة النجاح الوطنية. فلسطين 17-18/10/2009.

² Silveblatt.A. (2001). **Media literacy: Keys to interpreting media messages** (2nd ed) Westport, CT: Praeger, p.8.

³ محمد عبد الحميد، أمال سعد المترولي: الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا: دار مكتبة الإسراء، 2003، ص ص 32-33.

2-2-أساليب التربية الإعلامية:

يمكن تحقيق التربية الإعلامية من خلال نهجين:

1-النهج النظامي: فالرتبة الإعلامية النظمية هي التعليم الذي يُوفر داخل المدرسة. ويركز مشروع "الموجه" على النهج النظامي، أي على: تدريب المعلمين على تدريس التربية الإعلامية لطلابهم داخل الفصول الدراسية، ويتميز هذا النهج بسهولة دمجه في البرامج الحالية لإعداد المعلمين، وكذلك يتميز بأنه أيسر تصميمًا ورصدًا وتطويرًا وتحديثًا.

2-النهج غير النظامي: وهو أوسع نطاقاً حيث يشمل مجموعة واسعة من النشاطات التي تتفذ خارج إطار المناهج المدرسية.

ومع التطور التقني الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام في العقود الثلاثة الأخيرة، والذي تمثل في إلغاء الحاجز الزمنية والمكانية من خلال تقنية البث الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية، تطور مفهوم الإعلام التربوي، وأمتد ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة، المتمثلة في السعي لتحقيق الأهداف العامة للتربية في المجتمع، والالتزام بالقيم الأخلاقية، وبعزى هذا التطور للأسباب التالية :

1. تطور مفهوم التربية الذي أصبح أوسع مدى، وأكثر دلالة فيما يتصل بالسلوك وتقويمه، والنظرة إلى التربية على أنها عملية شاملة ومستدامة، وتحررها من قيود النمط المؤسسي الرسمي .
2. انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع، وتنامي قدرتها على جذب مستقبل الرسالة الإعلامية، وبالتالي قدرتها على القيام بدور تربوي موازٍ لما تقوم به المؤسسة التربوية الرسمية.
3. تسرّب بعض القيم السلبية، والعادات الدخيلة على ثقافة المجتمعات، وتحديداً في البلدان النامية تحت غطاء حرية الإعلام⁽¹⁾.

2-3-أهمية التربية الإعلامية:

1. العناية بالوعي الإعلامي، مما يؤكد التربية على التفكير النقدي التأملي. إذ أننا نعيش في بيئه مشبعة بالمعلومات الإعلامية، وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل هي تعرض تركيب مصاغه بعناية تعبّر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعدنا على تفكير عملية تصنيع المواد الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثم فهم كيفية استخدامها.

2. العناية بالوعي الإعلامي جزء من تكوين المواطن المستنير، إذ يؤكد الخبراء أن الشباب وخاصة الذي لم يصب حظاً كافياً من التعليم إذا كان واعياً بيئته ولملاً بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقدراً على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطناً أفضل تكويناً وأكثر التزاماً*.

¹ليلي البيطار، علياء العسالي، مرجع سابق، ص4
*اجتهاد شخصي.

3. العناية بالوعي الإعلامي يشجع على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربيـة الإعلامـية تـمكـن النـاس من تقـسـير المـواد الإـعلامـية وـمن تـكـوـين آراء وـاعـية عنـها بـوـصـفـهـم مـسـتـهـلـكـين لـهـا، وـأن يـصـبـحـوا مـنـتجـيـنـ لـلـمضـامـيـنـ الإـعلامـيـةـ، فـالـغـاـيـةـ الـتـيـ تـتـوـخـاـهـاـ التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ هـيـ تـطـوـيرـ الـمـلـكـاتـ الـنـقـدـيـةـ وـالـإـبدـاعـيـةـ لـدـىـ الطـلـابـ.
4. بـثـ وـسـائـلـ الإـعلامـ مـضـامـيـنـ غـيـرـ هـادـفـةـ لـهـاـ أـيـديـولـوـجيـاتـ خـاصـةـ لـاـ تـخـدـمـ مـصـالـحـ النـشـاءـ وـالـشـابـ، قدـ يـؤـثـرـ سـلـبـاـ عـلـىـ مـعـقـدـاتـهـمـ وـخـلـفـيـاتـهـمـ الـمـعـرـفـيـةـ وـالـقـاـفـيـةـ، مـاـ يـسـتـلزمـ وـجـودـ التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ.
5. فـيـ ظـلـ التـطـورـ الـهـائـلـ وـالـزـخـمـ الإـعلامـيـ لـكـلـ وـسـائـلـ الإـعلامـ بـأـنـوـاعـهـاـ الـمـتـبـاـيـنـةـ وـأـيـضـاـ لـوـسـائـلـ تـكـنـوـلـوـجـيـاـ الـاتـصـالـ وـالـوـسـائـطـ الـتـقـنـيـةـ فـيـ الـمـجـتمـعـ الـمـعـلـومـاتـيـ؛ أـصـبـحـتـ الـحـاجـةـ ضـرـورةـ لـوـجـودـ درـعـ وـاقـيـ يـحـمـيـ الـأـطـفـالـ وـالـنـشـاءـ وـالـشـبـابـ منـ التـلـوـثـ الإـعلامـيـ الـمـقـدـمـ أـلـاـ وـهـوـ (ـالـتـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ).
6. أـيـضـاـ فـيـ ظـلـ التـرـاكـمـ الـقـويـ وـالـمـؤـثـرـ لـلـمـضـامـيـنـ الإـعلامـيـةـ وـكـلـ الرـسـائـلـ الـمـقـدـمـةـ أـصـبـحـ منـ الـضـرـوريـ وجودـ التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ لـلـتـخـلـصـ مـنـ تـلـكـ الشـوـائبـ الـضـارـةـ الـهـدـاماـ.
7. التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ وـسـيـلـةـ هـادـفـةـ لـتـحـقـيقـ الـاتـصـالـ الـفـعـالـ بـيـنـ كـلـ الـأـطـرافـ (ـالـشـابـ -ـ الـوـسـائـلـ -ـ الـمـضـامـيـنـ)ـ لـتـحـقـيقـ الـفـهـمـ الـوـاعـيـ وـالـإـدـرـاكـ السـلـيمـ.
8. التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ كـالـمـؤـسـسـاتـ التـرـبـيـةـ تـعـلـمـ لـنـقـرـاـ وـتـعـلـمـ لـنـرـاقـ وـتـعـلـمـ لـنـسـتـمـ بـحـرـصـ وـحـذـرـ.
9. نـحـاجـ لـلـتـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ لـأـنـهـاـ تـثـمـيـ لـدـىـ النـشـاءـ وـالـشـبـابـ التـكـيـرـ النـاقـدـ وـالـإـبـادـاعـ لـلـتـعـرـفـ عـلـىـ شخصـيـاتـهـمـ الـمـخـتـلـفةـ وـاستـكـشـافـ ماـ بـدـاخـلـهـاـ⁽¹⁾.

خاتمة:

لا شك أن التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ أـصـبـحـتـ الـمـنـاهـجـ الـوـحـيدـ الـمـرـادـ مـنـهـ توـيـرـ أـطـفالـناـ، وـبـالـتـالـيـ نـدـعـوـ المـتـخـصـصـيـنـ وـالـمـهـتـمـيـنـ إـلـىـ وضعـ مـدـوـنـاتـ فـيـ الـمـقـرـراتـ الـدـرـاسـيـةـ وـإـدـمـاجـ مـادـةـ التـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ فـيـ الـمـنـاهـجـ التـرـبـيـةـ لـتـحـسـيـسـ الـطـفـلـ وـالـتـلـمـيـذـ بـمـخـاطـرـ مـضـامـيـنـ الإـعلامـيـةـ عـبـرـ وـسـائـلـ الإـعلامـ وـعـبـرـ الـانـتـرـنـتـ أوـ بـالـأـحـرىـ الـفـضـاءـ الـاـفـتـرـاضـيـ الـذـيـ أـصـبـحـ غـيـرـ مـرـاقـبـ مـنـ نـاحـيـةـ مـضـامـيـنـهـ، فـمـنـ خـلـالـ هـذـهـ الـمـقارـيـةـ الـمـفـاهـيمـيـةـ الـتـيـ حـاـولـنـاـ الـاقـتـرـابـ وـالـتـعـرـفـ فـيـهـاـ عـلـىـ مـاـهـيـةـ الإـعلامـ التـرـبـيـيـ وـالـتـرـبـيـةـ الإـعلامـيـةـ، كـمـ نـأـمـلـ بـوـضـعـ خـطـةـ إـعلامـيـةـ الـمـرـادـ مـنـهـ الـوـعـيـ الإـعلامـيـ وـالتـحـسـيـسـ بـهـذـهـ الـمـسـأـلـةـ مـطـلـوبـ لـدـىـ الـأـوـلـيـاءـ وـالـمـربـيـنـ فـيـ الـمـدارـسـ وـفـيـ الـأـوـسـاطـ التـرـبـيـةـ، وـلـدـىـ الـمـجـتمـعـ الـمـدـنـيـ..

¹ رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم: معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير جامعة القاهرة، 2011. ص. 77.

قائمة المراجع:

1. البدر حمود عبد العزيز(1992)، الإعلام التربوي في دول الخليج العربية، اجتماع مسئولي الإعلام التربوي في دول الخليج العربية - قطر، مكتب التربية العربي لدول الخليج.
2. عبد الرؤوف بنى عيسى، هيفاء الفوارس(2015)، الإعلام التربوي من منظور إسلامي، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة، مجلة المنارة، المجلد 21، العدد 4/ب،.
3. الخطيب محمد(2007)، دور المدرسة في التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم ومنظمة اليونسكو، الرياض، المملكة العربية السعودية.
4. رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم(2011):معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضمادات التلفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير جامعة القاهرة.
5. شحاته، حسن، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية. 2003، القاهرة:ص 25.
6. عبد الرزاق محمود الدليمي(2011)، الإعلام التربوي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان.
7. (بتصرف) الصاوي، أمينة، وعبد العزيز شرف(1998). نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية، القاهرة: مكتبة مصر.
8. حمدان محمد(2004)، العلاقة بين الإعلام والتربية في الوطن العربي: أية إشكاليات؟ أي مستقبل؟، ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس خلال الفترة 15-17 ابريل .
9. سعد الدين، محمد متير(1995)، دراسات في التربية الإعلامية، المكتبة العصرية للطباعة والنشر.
10. فايزه بنت محمد بن حسن أحضر(2007)، تعرض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة (دراسة وصفية تحليلية)، ورقة عمل مقدمة إلى اللجنة العلمية للمؤتمر 14-17/2/2007 الموافق 1428 هـ الموقعة 4/3/2007م.
11. ليلى البيطار، علياء يحيى العسالي(2009)، مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المناهج الفلسطيني، بحث مقدم في مؤتمر "العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: وتحديات" بجامعة النجاح الوطنية. فلسطين 17/10/2009.
12. محمد عبد الحميد، أمال سعد المتولي(2003): الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا: دار مكتبة الإسراء.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

13. Baranov, O. (2012). Media Education in School and University. (in Russian). Tver: Tver State University.
14. Greenaway, P. (2015). Media and Arts Education: A Global View from Australia. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
15. Hamdan, M. (2004). <http://www.afkaronline-orglarabic/archives/avr-mail>.
16. Jose M, Brown. (2008) Media Literacy, New Conceptualization, New Approach, Empowerment Through Media Education, An Intercultural Dialogue, Ulla Carlson, Samy Tayie, Genevieve Jacquinot, published by: the international Clearinghouse on children, Youth& Media, Sweden ,.
17. Share, J. (2013) Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media. New York, NY: Peter Lang.
18. Silveblatt.A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages (2 ed) Westport, CT: praeger.

الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018 عبر موقع تويتر: دراسة حالة صفة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي

Great March of Return 2018 Movement in the Israeli Propaganda Discourse on twitter, A case study of the page of the Israeli occupation army spokesperson

د. خالد حامد أبو قوطة

Dr-Khaled Hamed Abu Quta

أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام والفنون التطبيقية، كلية فلسطين التقنية - دير البلح، فلسطين

Assistant Professor and Head Of Media and Applied Arts Dep, Palestine Technical College, Deir El-Balah, Gaza, Palestine

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018، عبر وسائل الإعلام الاجتماعية وتحديداً التي تتبع لجيش الاحتلال في موقع تويتر، وقد امتدت على مدار ستة شهور من 1 مارس 2018، وحتى 31 أغسطس 2018، وهي عينة عمدية بأسلوب المسح الشامل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة، حيث تتنوع قضايا وموضوعاتها، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في مقدمتها، ثلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية في الترتيب الثاني، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي.

وحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي، كما اعتمد الخطاب الدعائي الإسرائيلي في جمع معلوماته عن المسيرات بشكل رئيسي على المصادر الرسمية الإسرائيلية، واشتملت ثلثي منشورات مسيرات العودة على مادة مصورة، وتبين وجود تفاعلية كبيرة من قبل الجمهور مع هذه المنشورات سواء بالرد أم إعادة التغريد أم التقبيل.

الكلمات المفتاحية: الفلسطينيون، مسيرات العودة، الخطاب الدعائي الإسرائيلي، موقع تويتر، المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي.

Abstract:

The study aimed to monitor and analyze the Israeli propaganda discourse towards the 2018 great march of return through social media specifically pro-Israeli army twitter accounts, the sample duration spanned over six months starting on the 1st of march 2018 and ended on 31st of August 2018, which is a comprehensive survey method purposive sample, The study reached several results, the most important are:-

The interest of the Israeli propaganda discourse to address the march of return with its diverse subjects and issues, the category of issues related to the acts of demonstrators came first. The goal of distorting the image of the great march and those who carried them was the highest proportion in the Israeli propaganda discourse.

Keywords: Palestinians, Return marches, Israeli propaganda, Twitter, spokesman for the Israeli army.

المقدمة:

في ظل التحولات الإعلامية الجديدة والتغيرات السريعة التي شهدتها ميدان الإعلام والاتصال، حيث كان للتطور التكنولوجي أثراً كبيراً في ظهور الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد إلى جانب الوسائل الإعلامية التقليدية، وما نتج عنه من سلوكيات إعلامية عصرية غيرت مفاهيم وتطبيقات العمل الإعلامي بل وغيرت البنية الإعلامية جماء، فلم يعد شرط المهنية أمراً ضرورياً بقدر التحكم في قاعدة البيانات الرقمية لنشر مضامين متعددة الأشكال على نطاق واسع جغرافياً و زمنياً وبلغات مختلفة، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أفرزته من موقع وشبكات اجتماعية، منحت الأفراد سلطة إنتاج ورعاية حملاتهم الدعائية الخاصة متجاوزين بذلك حدود الرقابة والسيطرة التقليدية⁽¹⁾.

فأدركت الدول والجهات الحكومية قيمة الإعلام الجديد فسارت بهايتها المختلفة المدنية والعسكرية وكذلك التنظيمات والأحزاب السياسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجديدة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات وحشد الجماهير وتوجيههم والتأثير فيهم، أما في أوقات الصراع والأزمات فيزداد هذه الاستخدام وتحديداً من قبل القوات المسلحة.

لذا طور الجيش الإسرائيلي أساليب جديدة للتأثير في وعي الجماهير على موقع الإعلام الاجتماعي، فأنشأ فرع الإعلام الاجتماعي عام 2009م الذي يتولى تنفيذ أشكالها الخفية في التواصل مع الجمهور الدولي⁽²⁾، وتزايد حضور المتحدث العسكري الإسرائيلي على شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الانفتاح على الجمهور الدولي، بما يعرف بالبلوماسية العامة العسكرية عبر الإنترن特 لرغبتها في إقامة اتصال ثائي الاتجاه مع الجمهور، وخاصة الجمهور العربي الذي يقوم عليه المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدرعي⁽³⁾.

وحيينما نشطت الأحزاب الفلسطينية للحشد لمسيرات العودة مبكراً وبلغت ذروة هذا النشاط قبل أيام من انطلاق المسيرات المقرر بتاريخ 30 مارس 2018م، الأمر الذي دفع بالآلة الدعائية الإسرائيلية الحكومية تحديداً للتصدي لتلك المسيرات وتشويهاها وبث الذعر في صفوف الفلسطينيين للتخفيف من زخمها، حيث أصبحت هذه المسيرات ميدان مختلف للصراع الفلسطيني الإسرائيلي اعتمدت في محورها على الوعي وعلى المقاومة الشعبية السلمية.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تناول جيش الاحتلال الإسرائيلي لمسيرات العودة في موقع توبر عبر صفحة المتحدث باسمه للإعلام العربي "أفيخاي أدرعي".

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

(1) Nicholas, O.(2012). The death and life of propaganda. Journal of Public Affair, Vol.12, No.1. February 2012. p.33.

(2) Shai, N.(2018) Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion. Translated by: Ira Moskowitz, Albany: State University of New York Press. P.88.

(3) Azran, T. & Yarchi, M. (2018). Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. The Hague Journal of Diplomacy, Vol.13, January 2018. P3.

مراجعة لأهم الدراسات السابقة.

حظي الخطاب الدعائي الإسرائيلي بالاهتمام البحثي على عدة مستويات، وفي إطار ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة ذات صلة بالموضوع سيتم عرضها تحت محور الدراسات المرتبطة بالخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو القضايا الفلسطينية.

هدفت دراسة (الدلو والكرنز، 2018⁽¹⁾) إلى التعرف على سمات الصورة الصحفية لمسيرات العودة الكبرى في الصفحات الإخبارية في موقع انستغرام، وجاء موقع شبكة قدس الإخبارية في المرتبة الأولى من حيث الاهتمام بالصورة الصحفية لمسيرة العودة الكبرى، تلاه موقع وكالة شهاب الإخبارية، وحظيت صور موضوعات المقاومة الفلسطينية في موقعي الدراسة بالمرتبة الأولى، مقابل ضعف اهتمامهما بالاعتداءات الإسرائيلية.

وسرعت دراسة (أبو عامر، 2018⁽²⁾) إلى تحديد أطر وأبعاد الصورة الذهنية التي يُشكّلها الإعلام الإسرائيلي عن الذات الفلسطينية، وإبراز مدى تحكم العامل الأمني في تغطية الشأن الفلسطيني، لاسيما في أوقات الحروب والأزمات السياسية. وتبيّن أن المؤسسة الأمنية الإسرائيلية تمارس صلاحياتها وسطوتها على ما تبته وسائل الإعلام الإسرائيلية، بحيث يظهر الفلسطيني هو المعتدي، والإسرائيلي معتدى عليه معتمدة على وجهة النظر الإسرائيلية فقط.

وكشفت دراسة (المصدر، 2018⁽³⁾) أن آليات الدعاية السiberانية الإسرائيلية تستغل النشاط الاتصالي للجمهور الفلسطيني عبر منصات التواصل الاجتماعي لإعادة "تدوير" الرسائل التي ينتجها بعد معالجتها دعائياً بما يتلاءم مع أهدافها السياسية. وتبيّن إحراز التقيب الدعائي بنسبة 56.8% من إجمالي المواد التي تناولت مسيرات العودة، وجاءت صفحة "الناطق باسم الجيش الإسرائيلي، أفيخاي أدرعي" بالترتيب الأول.

وأكّدت دراسة (Azran and Yarchi, 2018⁽⁴⁾) على أهمية وفعالية الدبلوماسية العامة العسكرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتبيّن أن صفحة المتحدث العسكري على الفيس بوك باللغة العربية استقطبت عدد كبير من الجمهور العربي، وأنه يخدم بشكل فريد من نوعه الدبلوماسية العامة العسكرية من خلال رسائله التي تخلط بين القوة والردع.

(1) الدلو، جواد والكرنز، ختام (2018). الصورة الصحفية لمسيرة العودة الكبرى في الصفحات الإخبارية لموقع انستغرام: دراسة تحليلية مقارنة. المؤتمر العلمي بعنوان، القدس في قلب الصراع العربي الإسرائيلي: رؤية استراتيجية نحو المستقبل، جامعة القدس المفتوحة- غزة، فلسطين. بتاريخ 16-10-2018.

(2) أبو عامر، عدنان(2018). أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني. دراسة منشورة. مركز الجزيزة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 1/10/2018.

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html>

(3) المصدر، حيدر(2018). الدعاية السiberانية الإسرائيلية لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية. دراسة منشورة. مركز الجزيزة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 20/10/2018.

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180711072804036.html>

(4) Azran, T. & Yarchi, M. Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. pp.1-23.

وركزت دراسة (Yarchi, 2018)⁽¹⁾ على تأثير الأعمال المناهضة للديمقراطية الذي اتخذتها إسرائيل خلال عام 2015 على صورتها الدولية، كما هو متوقع في الصحافة الأجنبية على وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج إلى أن الإجراءات المناهضة للديمقراطية لم يكن لها تأثير فوري أو طويل المدى على طبيعة التغطية تجاه إسرائيل ، بينما القضايا الأمنية تمثل إلى أن تكون بارزة وأن يكون لها تأثير كبير على أسلوب التغطية، في حين أن الأحداث الروتينية يتم تغطيتها بشكل المحدود.

وتوصلت دراسة (نعميم، 2017)⁽²⁾ إلى أن مواضيع المقاومة الشعبية وتصنيع السلاح وإطلاق النار قد تصدروا الخطاب الدعائي الإسرائيلي، وأن هدف تشويه صورة المقاومة الفلسطينية أحد أهم أهداف هذا الخطاب، وتبعه هدف تبرير الاعتداءات الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني، وجاء أسلوب التضليل والتعتيم في مقدمة الأساليب التي استخدمها الخطاب الدعائي الإسرائيلي.

وخلصت دراسة (أبو شنب، 2017)⁽³⁾ إلى أن الخطاب الدعائي الإسرائيلي عمل على تبرير استهداف المدنيين الفلسطينيين وإظهار الحرص على سلامتهم، كما ركزت على تحويل حركة حماس المسئولية وحدها عن القتل والدمار ونزع عنها صفة الإسلامية، مقابل تضخيم إنجازات الجيش الإسرائيلي وترسيخ صورته كجيش لا يقهرون.

وكشفت دراسة (قنو، 2017)⁽⁴⁾ أن المقاومة الفلسطينية بنوعيها الشعبي والمسلح حاضرة في صحيفة جيروزيلم الإسرائيلية وأن المسلحة حازت على الأولوية في عام 2014م، أما الشعبية فكانت في عام 2015م، وكانت الصورة الأكثر سلبية في الصحيفة لحركة حماس بما يقارب 50%， وأن أكثر الأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية هي الإرهابي.

وحافت دراسة (Kohen, 2015)⁽⁵⁾ على إمكانية استغلال خصائص انستجرام وتوظيفها كأداة دعائية تهدف إلى تعزيز التضامن مع أجندات الدولة الإسرائيلية، وتبين أن هناك تقارب في المضامين والمفاهيم الكبرى للجيش الإسرائيلي من جهة وما ينشر على الشبكة الاجتماعية انستجرام من جهة أخرى وهو ما يسعى الجيش إلى ترسيخه في الثقافة الإسرائيلية للأفراد في المجتمع مستعيناً بالرموز والنصوص البصرية واللفظية.

(1) Yarchi, M. (2018). The impact of anti-democratic actions on a country's international image, as projected in the foreign press and on social media: The case of Israel. *Democracy and Security* Vol. 14, No.2. pp.159-173 .

(2) نعيم، هدى (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي : دراسة تحليلية مقارنة(رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

(3) أبو شنب، حمزة (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

(4) قنوه، ربا (2017). صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزيلم بوست الإسرائيلي: دراسة حالة. (رسالة ماجستير غير منشورة). غزة، فلسطين.

(5) Kohen, A. (2015). Instagram as a naturalize Propaganda tool :The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol.23, No.2. PP.1-17.

وأوضحت نتائج دراسة (SEO، 2015)⁽¹⁾ التي تهدف إلى تحليل الصورة المنشورة من قبل كتائب القسام والجيش الإسرائيلي على موقع تويتر خلال حرب عام 2012، أن المقاومة والوحدة الداخلية كانتا على رأس موضوعات الدعاية الإسرائيلية في الصور المنشورة بينما موضوعات المقاومة والضحايا على رأس موضوعات كتائب القسام، تقريباً تساوت أطر الدعاية العلنية وأطر الدعاية الخفية لدى الجيش الإسرائيلي ولكتائب القسام وكانت تقريباً بنسبة 50%.

وأكملت دراسة (أبو شنب، 2014)⁽²⁾ أن الصحافة الإسرائيلية "هارتس، يديعوت أحرونوت، معاريف" أسهمت بدور مهم في الحرب النفسية على الجبهة الداخلية والخارجية أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة في العام 2008-2009م، وأنها صورت قوة الجيش وعظمته في ردع الطرف الفلسطيني وقدمت لنفسها كافة التبريرات لعمليات القتل والمجازر التي ارتكبت بحق الفلسطينيين.

وأظهرت نتائج دراسة (عدوان، 2012)⁽³⁾ استغلال صحف الدراسة الإسرائيلية "هارتس-يديعوت أحرونوت-معاريف" للمصدر الرسمي الفلسطيني للتعزيز من سياسات الحكومة لدى الرأي العام الإسرائيلي، وأنها تقوم بدور تعبوي يميل للتصرف كامتداد للمؤسسة السياسية والعسكرية الإسرائيلية انعكس سلباً على مصداقيتها وحياديتها في أدائها.

وكشفت نتائج دراسة (روبي، 2011)⁽⁴⁾ أن أساليب الدعاية الإسرائيلية تتعدّى في جريدة "جيروزلم بوست" وهي التكرار والإلкар والتضخيم واستعمال العواطف اللاسامية "الهولوكوست" وتشويه الآخر، كما هدفت إلى إظهار حماس في صورة حركة إرهابية تستمد تطرفها من تعاليم الدين الإسلامي، وأنها تستغل المساعدات الإنسانية الدولية المقدمة لها في التسلح والقيام بأعمال إرهابية تهدّد إسرائيل وأمنها القومي.

وتوصلت دراسة (ماضي وموسى، 2009)⁽⁵⁾ إلى أن إسرائيل أثناء العدوان على قطاع غزة 2008-2009م استخدمت أساليب الدعاية كالتكرار وحصر المسؤولية وإطلاق النعوت وأسلوب الكذب والتضليل، وكان أبرز الوسائل المستخدمة في ذلك الصورة النمطية ل الواقع الإنساني للإسرائيليين، ومعاداة السامية للفلسطينيين، وأنها اعتمدت على موقع تويتر لتبرير العدوان على غزة والتركيز على أنها لا تقتل المدنيين.

وانتهت دراسة (قاسم، 2007)⁽⁶⁾ إلى أن إسرائيل استطاعت من خلال الأوراق والوثائق الإسرائيلية المنشورة تحقيق عدد من أهداف الحرب النفسية في انتفاضة الأقصى، من بينها تحقيق هدف الاستقرار بالخصم وعزله عالمياً وعربياً وشعبياً، واستطاعت قلب المفاهيم من خلال تصوير الإسرائيلي بالضحية والفلسطيني

(1) Seo, H. (2015). Visual propaganda in the age of social media: Twitter images during 2012 Israeli-Hamas conflict. *Visual Communication Quarterly*, Vol.21, No.3. PP. 150-181.

(2) أبو شنب، حمزة (2014). ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية أثناء الحروب: عدوان الرصاص المصوب 2008-2009م نموذجاً. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني الإعلام والأزمات فن التلاعب والتضليل والدعائية. جامعة قطر. الورقة.

(3) عوان، أحمد (2012). تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008-2009م. دراسة تحليلية وصفية لثلاث صحف عبرية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.

(4) روبي، ريمه (2011). استراتيجية الدعاية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة بيسمر 2008- جانفي 2009م (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

(5) ماضي، جمال. وموسى، ياسين (2009). الدعاية مفهوماً وتعريفاً وأسلوباً، دراسة تحليلية على الدعاية الإسرائيلية خلال حربها الأخيرة على غزة لعام 2008-2009م. مجلة مجلس ادب الفرايدي، جامعة تكريت، العراق. (1)، 578-554.

(6) قاسم، يوسف (2007). أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية، انتفاضة الأقصى نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت- رام الله، فلسطين.

بالقاتل، كما أنها من خلال الآليات المختلفة للحرب النفسية حققت عامل الردع والقيام بعملية تضليل شاملة للرأي العام العالمي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت مراجعة الدراسات السابقة في عدة نواحي:

1- بلورة مشكلة الدراسة وتحديدها فاتضح أن أيّاً من الدراسات السابقة لم يدرس بشكل محدد الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م وتحديداً عبر الناطق باسم الجيش الإسرائيلي، فاقتصرت معظم الدراسات على قضايا فلسطينية مختلفة، فيما تم دراسة تغطية مسيرات العودة عبر بعض الواقع الفلسطينية.

2- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات على مستوى الجمهور والنخبة في فلسطين والدول العربية.

3- التعرف على المناهج والأدوات والأساليب البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة الدراسة.

4- الاسترشاد في تصميم صحيفة التحليل، وعرض نتائج الدراسة والتعليق عليها.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م، من خلال صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي "أفيخاي أدرعي" على تويتر، والكشف عن الأهداف والأساليب وعناصر الإبراز التي اعتمد عليها في تغطيته لتلك المسيرات ، وكشف مستوى تفاعل الجمهور معها.

أهمية الدراسة:

1- تبع أهمية الدراسة في الموضوع الذي تتناوله وهي قضية مسيرات العودة التي بدأت في 30 مارس 2018م وهي محور الدراسة حيث سيتم استخدامها كوحدة تحليل.

2- تأتي الدراسة في توقيت إجرائها حيث أن مسيرات العودة مازالت مستمرة، وعلى حد علم الباحث فهي تعد أول دراسة أجريت على هذا الموضوع ويمكن أن تفتح آفاق جديدة للباحثين.

3- أهمية دراسة الخطاب الدعائي الإسرائيلي الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كونه يستهدف العرب والفلسطينيين.

4- أهمية تحليل الطريقة والأدوات التي يستخدمها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي في تغطية مسيرة العودة.

5- التأكيد على أهمية صقل معرفة الجمهور الفلسطيني وزيادة وعيه بقضايا الوطنية، وذلك بالحدّ من الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعية الإسرائيلية وتحديداً التابعة لجيش الاحتلال.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في رصد وتحليل الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة عام 2018م عبر وسائل الإعلام الاجتماعية وتحديداً التي تتبع لجيش الاحتلال في موقع توبيتر، وتدرج تحته مجموعة من الأهداف:

- 1- التعرف على قضايا وموضوعات مسيرات العودة ومدى تناولها من قبل المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي عبر صفحته على توبيتر.
- 2- الكشف عن دور المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي في الدعاية الإسرائيلية من خلال تناوله لمسييرات العودة عبر صفحته على توبيتر.
- 3- التعرف على الأساليب الدعائية المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي وأهدافها من معالجة قضايا مسيرات العودة، والمصادر التي اعتمد عليها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي في تناوله لها عبر صفحته على توبيتر.
- 4- الكشف عن عناصر الإبراز المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي اتجاه مسيرات العودة عبر صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على توبيتر.
- 5- التعرف على مستوى تفاعل الجمهور مع أخبار مسيرات العودة التي ينشرها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر صفحته على توبيتر.

تساؤلات الدراسة:

تجيب الدراسة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما خصائص وسمات الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م في موقع توبيتر عبر صفحة المتحدث باسمه للإعلام العربي "أفيحاي أدرعي"؟ وتدرج تحته مجموعة من التساؤلات:

- 1- ما مستوى اهتمام المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي بتناول قضايا مسيرات العودة عبر صفحته على توبيتر؟
- 2- ما أهم موضوعات مسيرات العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على توبيتر؟
- 3- ما أهداف الدعاية نحو مسيرات العودة التي يحاول الخطاب الدعائي الإسرائيلي تحقيقها من خلال المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على توبيتر؟
- 4- ما أساليب الدعاية نحو مسيرات العودة التي استخدمها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على توبيتر؟
- 5- ما المصادر الأولية التي اعتمد عليها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي في تناوله لمسييرات العودة عبر صفحته على توبيتر؟
- 6- ما الوسائل والعناصر التفاعلية المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي اتجاه مسيرات العودة عبر صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على توبيتر؟

7- ما مستوى تفاعل الجمهور مع أخبار مسيرات العودة التي ينشرها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر؟ نوع الدراسة ومنهجها:

تنتهي هذه الدراسة إلى البحث الوصفية وتم الاعتماد على منهج المسح باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة⁽¹⁾، وتم في إطار استخدام أسلوب تحليل المضمون للتعرف على مستوى اهتمام صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر حسابه على تويتر بمسيرات العودة 2018م، وبيان طبيعة الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحوها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استماراة تحليل المضمون بوصفها أداة لتحليل مضمون قضايا مسيرات العودة 2018م التي تناولها المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر حسابه على تويتر.

فئات تحليل المضمون:

وهي الفئات التي تتعلق بوصف المضمون المقدم وتحليله للوقوف على دلالات تناول مسيرات العودة 2018م، فبعد إجراء تحليل لعينة من منشورات المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي عبر حسابه على تويتر والمتعلقة بمسيرات العودة 2018م؛ لتحديد الفئات الخاصة بالدراسة، تم تقسيم فئات تحليل المضمون إلى مجموعة من التصنيفات الفرعية لتحقيق أهداف الدراسة.

مجتمع الدراسة وعيتها.

يتمثل مجتمع الدراسة في الحسابات الرسمية الإسرائيلية الناشطة على تويتر، والتي تستخدم اللغة العربية في توجيه خطابها للجمهور، مثل حساب رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو، وحساب منسق أعمال الحكومة الإسرائيلية يواف مردخاي، وحساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدرعي، وحساب إسرائيل بالعربية التابعة لوزارة الخارجية، وحساب المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي للإعلام العربي أوفير جندلمن، وحساب المسؤول عن الدبلوماسية الرقمية بالعربية في وزارة الخارجية الإسرائيلية يوناتان جونين، وحساب مسؤول هيئة البث الإسرائيلي المحل السياسي شمعون آران، وغيرها من والحسابات الرسمية الإسرائيلية المستخدمة للغة العربية.

وتمثلت عينة الدراسة في حساب المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي باللغة العربية أفيخاي أدرعي على تويتر. أما بخصوص الإطار الزمني للعينة فهو على مدار ستة شهور يمتد من 1 مارس 2018م، وحتى 31 أغسطس 2018م. فهي عينة عمدية بأسلوب المسح الشامل.

أسباب اختيار عينة الدراسة التحليلية:

- بناء على دراسة استطلاعية قام بها الباحث بتاريخ 10/9/2018م تبين أنه أكثر متابعة في التويتر من باقي الصفحات حيث بلغ عدد متابعيه 217 ألف.

(1) ذو الفقار، شيماء (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص110.

- تبين أنه الأكثر تغريداً بصفة عامة حيث بلغ عدد منشوراته 13.2 ألف تغريدة.
- تبين أنه الأكثر تغريداً بأحداث مسيرات العودة من باقي الصفحات الإسرائيلية باللغة العربية، وأنها غالباً ما تعيد تغريداته وليس العكس، وأنه الأكثر شهرة لدى الجمهور الفلسطيني والعربي تحديداً بعد استضافته المتكررة على القنوات الإخبارية العربية.
- كثيراً ما تثير تغريداته الجدل في الإعلام العربي وعلى صفحات موقع التواصل الاجتماعي لأنه يستخدم أسلوب الخطاب الديني الإسلامي في بعضها.

وحدة التحليل وأسلوب القياس:

تم الاعتماد على الوحدة الاتصالية (التغريدة) المنشورة على حساب المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي للإعلام العربي عبر حسابه على تويتر باللغة العربية، ويمكن أن تكون وحدة التحليل مجرد كلمة "مسيرة الفوضى أو مسيرة اللاعودة أو السياج الأمني أو مش عودة - فوضة أو حماس تستغلكم" لتحليل الخبر الخاص بمسيرات العودة 2018م، واعتمد الباحث على العدد والتكرار كأسلوب لقياس للتعرف على طبيعة الخطاب الدعائي الإسرائيلي الموجه باللغة العربية.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

- 1- **إجراءات صدق التحليل:** المقصود بالصدق مدى صلاحية استماراة تحليل المضمنون لقياس ما وضع لقياسه لتحقيق أهداف الدراسة، وقد تم قياس صدق التحليل كما يلي:
 - أ- تحديد فئات ووحدات التحليل.
 - ب- تعريف فئات ووحدات التحليل تعريفاً واضحاً وشاملاً.
 - ج- تصميم استماراة تحليل المضمنون في ضوء أسئلة الدراسة التحليلية المحددة سابقاً وبما يغطي أهداف الدراسة.
 - د- عرض استماراة تحليل المضمنون في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين والخبراء(*) المختصين في مجال الإعلام، ليتم التعرف على الصحة المنطقية لأسلوب القياس، وتم عمل التعديلات التي طلبت من قبل المحكمين والخبراء لتصبح استماراة التحليل في صورتها النهائية قابلة لقياس.
 - هـ- قام الباحث بالتأكد من صدق الاستماراة بعمل اختبار قبلي؛ للتغلب على أي ضعف في الفئات قبل وبعد التحليل، بالتطبيق على عينة من منشورات الناطق باسم الجيش الإسرائيلي على تويتر وذات علاقة بمسيرات العودة 2018م وبلغ عددها عشر منشورات، ليصبح عدد الفئات النهائية لاستماراة التحليل بعد إجراء التعديلات النهائية 8 فئات.

(*) أسماء الأساتذة محكمي استماراة تحليل المضمنون:

- أ.د. جواد الدلو. أستاذ الإعلام بقسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب - الجامعة الإسلامية - غزة.
 - د. طلعت عيسى. أستاذ الإعلام المشارك بقسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب - الجامعة الإسلامية.
 - د. أحمد مغاري. أستاذ الإعلام المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة الأقصى - غزة.

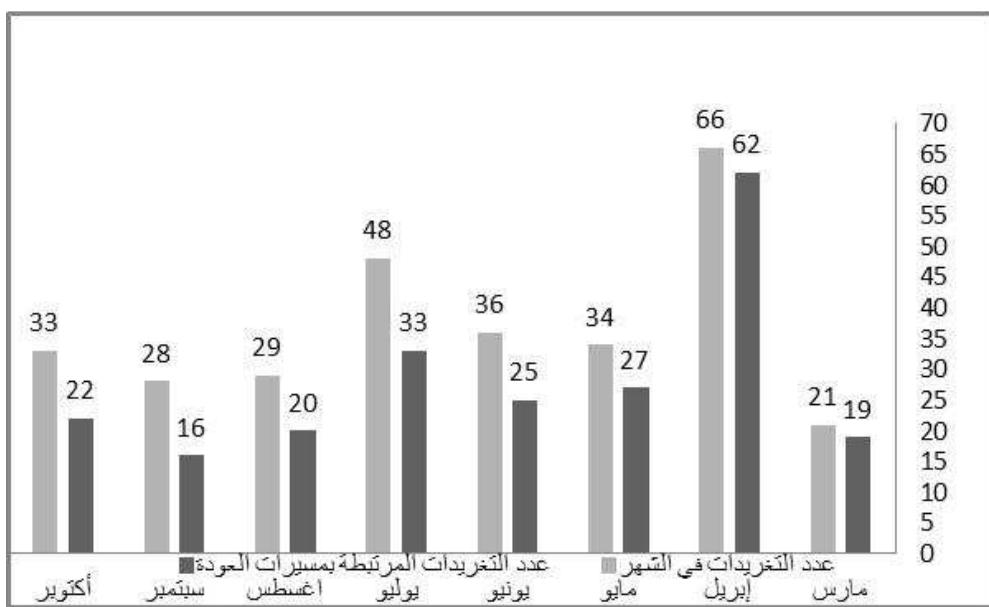
2- إجراءات ثبات التحليل: ويقصد بالثبات توصل أكثر من باحث إلى النتائج ذاتها بتطبيق وحدات وفئات التحليل لنفس المضمون، ولاختبار درجة ثبات التحليل فقد أعاد الباحث التحليل على عينة تمثل 10% من العينة الكلية للمنشورات التي تحتوي على أخبار مسيرات العودة 2018م بطريقة عشوائية بحيث تمثل فترات زمنية مختلفة، وتبيّن وجود اتفاق في النتائج بنسبة بلغت 87.3% وهي نسبة اتفاق مقبولة في الدراسات الإعلامية، وتشير إلى ثبات استماراة تحليل المضمون وصلاحية المقاييس المستخدم للتطبيق.

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية:

1- خصائص منشورات صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تويتر.

حتى نستطيع إعطاء نظرة عامة حول كيفية الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة 2018م من خلال صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي من خلال حسابه على تويتر تم عمل حصر شامل للمنشورات التي تم إجراؤها والتي كانت خلال فترة المسيرات حيث تم تناولها بشكل متكرر شبه يومي ، فكان هناك 295 منشوراً مقسمة على 31 أسبوعاً خلال فترة ثمانية شهور من 30 مارس حتى 31 أكتوبر ، وكان من بينها عدد 71 منشوراً غير مرتبط بمسيرات العودة وكذلك كان هناك منشورات على شكل سلسة - خاصية أضافتها تويتر - وكانت تحسب على أنها منشور واحد لأنها يتناول نفس القضية ويتم تحديثها، ليصبح عدد المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة 224 منشوراً بنسبة 75.9% من إجمالي عدد المنشورات.

2- حجم الاهتمام بأخبار مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تويتر:



شكل رقم (1) توزيع أخبار مسيرات العودة وفقاً لشهر الدراسة

يتبيّن لنا من الشكل السابق أن غالبية المنشورات خلال هذه الفترة كانت مرتبطة بمسيرات العودة كونها موضوعاً أساسياً لجيش الاحتلال الإسرائيلي خلال فترة الدراسة وانعكس ذلك على أهميتها بالنسبة للمتحدث

باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي، وبلغ متوسط عدد المنشورات في اليوم الواحد 9.5 خال الثمانية شهور، وبلغ عدد المنشورات اليومية المرتبطة بمسيرات العودة 7.2، وفي بعض الأيام كانت المنشورات بمعدل منشور كل ساعتين، وكان اليوم الأول لانطلاق مسيرات العودة 30 مارس هو أكثر الأيام من حيث المنشورات حيث بلغت عدد 19 منشوراً. وقد تم تحليل المنشورات وفقاً للتاريخ مقسمة على ثمانية شهور. ويتبين أن عدد المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة 224 منشورة بنسبة 75.9% من إجمالي عدد المنشورات موزعة على شهور الدراسة، وتوزعت هذه النسبة على شهور الدراسة فبلغت نسبتها في شهر مارس 90.5%， وفي شهر إبريل بلغت نسبتها 93.9%， وفي شهر مايو بلغت 79.4%， وفي شهر يونيو بلغت 69.4%， وبلغت في شهر يوليو 68.8%， وبلغت في شهر أغسطس 70%， وفي شهر سبتمبر بلغت 57.1%， وأخيراً في شهر أكتوبر بلغت 66.7%， وتشير النتائج إلى اهتمام المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة عبر حسابه على تويتر مع مرور الأشهر بنسب متقاربة بسبب كثافة المسيرات وعدد المشاركين فيها وتجديد الدعوة الأسبوعية لها كل يوم جمعة من قبل الهيئة العليا لمسييرات العودة التي تضم القوى والفصائل الفلسطينية وكانت ذروتها في شهر مارس وإبريل.

3- أنواع قضايا وموضوعات مسيرة العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي

عبر صفحاته على تويتر:

جدول رقم (1) ترتيب قضايا وموضوعات مسيرات العودة

الترتيب	%	ك	موضوعات مسيرات العودة	قضايا مسيرات العودة
الأول %41.5	22.6	21	القيام بأعمال شغب أو نشاط مشبوه	أفعال المتظاهرين
	19.4	18	إطلاق طائرات وبالونات مشتعلة	
	17.2	16	اجتياز الحدود وخرق السيادة الإسرائيلية	
	14	13	نفس السياج الأمني والإضرار بالبنية التحتية	
	10.7	10	حرق إطارات	
	7.5	7	استعمال مريباً عاكساً وإصدار أصوات مزعجة	
	5.4	5	إلقاء الحجارة والزجاجات الحارقة	
	3.2	3	حرق الأعلام الإسرائيلية ورفع الإشارة النازية	
	100	93	المجموع	
الثاني %38.4	22.1	19	استغلال الأطفال والنساء والمعاقين وإرسالهم للحدود	أفعال فصائل المقاومة الفلسطينية
	19.8	17	تعريض حياة المواطنين للخطر	
	16.3	14	إطلاق صواريخ أو قذائف هاون أو عبوات ناسفة	
	11.6	10	نلقي الدعم من إيران	
	9.3	8	تناقض تعاليم الدين الإسلامي	
	8.1	7	عيش قيادات حماس والتنظيمات في ترف ونعيم	
	8.1	7	استخدام الأموال في دعم المسيرات وتدمير غزة	
	4.7	4	إرسال مسلحين للحدود لإطلاق نار وقتل الجنود	
	100	86	المجموع	

الثالث %20.1	24.4	11	تحذير وتفرق المتظاهرين	أفعال الجيش الإسرائيلي
	20	9	الحفاظ على أمن إسرائيل ومواطنيها	
	17.8	8	تنفيذ غارات بالطائرات	
	15.6	7	إطلاق نار وفق قواعد الاشتباك	
	13.3	6	عقد اجتماعات وتقدّم جاهزة القوات على الحدود	
	8.9	4	إبقاء مناشير تحذيرية وإعلان المنطقة العسكرية مغلقة	
	100	45	المجموع	
100		224	المجموع الكلي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أنواعقضايا وموضوعات مسيرة العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في الترتيب الأول بنسبة 41.5%， وتركزت موضوعاتها في قيامهم بأعمال شغب أو نشاط مشبوه، ثم إطلاق الطائرات وبالونات مشتعلة، تلتها اجتيازهم للحدود وخرقهم للسيادة الإسرائيلية، ثم قص السياج الأمني والإضرار بالبنية التحتية، وأخيراً حرق الأعلام الإسرائيلية ورفع الإشارة النازية. فكان هناك نمط واضح يربط أفعال المتظاهرين بالعنف ووصفهم بالإرهاب فلم يتم وصفهم بالمتظاهرين أو ذكر سبب هذه المسيرات والتركيز على أن أفعال المتظاهرين هي عبارة عن نشاطات إرهابية وليس سلمية.

تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية في الترتيب الثاني بنسبة 38.4%， وتمثلت في استغلالهم للأطفال والنساء والمعاقين وإرسالهم للحدود، ثم تعريض حياة المواطنين للخطر، وأخيراً إرسال مسلحين للحدود لإطلاق نار وقتل الجنود، فكان تركيز واضح على دعم فصائل المقاومة لهذه المسيرات وتحديداً حركة حماس كونها مسؤولة عن قطاع غزة.

وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي بنسبة 20.1% في الترتيب الثالث. وتوزعت على تحذير وتفرق المتظاهرين، ثم الحفاظ على أمن إسرائيل ومواطنيها، وأخيراً إبقاء مناشير تحذيرية وإعلان منطقة الحدود ونقطة التماس منطقة عسكرية مغلقة.

4- أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي:

جدول رقم (2) أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة

%	ك	أهداف الدعاية الإسرائيلية
17.1	44	تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها
15.2	39	تحريض سكان القطاع ضد المنشآت والقائمون عليها
14	36	تشويه صورة المتظاهرين
12.1	31	تبسيط أفعال الجيش الإسرائيلي
10.5	27	تحميل حماس وفصائل المقاومة المسؤولية
8.2	21	التهديد والوعيد لكل من يشارك أو يساند المنشآت
6.6	17	إظهار أن الاحتلال الإسرائيلي إنساني
6.2	16	إظهار دعم إيران للمسيرات والتنظيمات الفلسطينية

5.4	14	إظهار أن الإسرائيليين ضحية الإرهاب الفلسطيني
4.7	12	استعراض قوة الجيش الإسرائيلي
100	257	المجموع ^(*)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر، فحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة حيث بلغت 17.1%， ثم هدف تحريض سكان القطاع ضد المسيرات والقائمون عليها بنسبة 15.2%， تلاه هدف تشويه صورة المتظاهرين بنسبة 14%， ثم هدف تبرير أفعال الجيش الإسرائيلي بنسبة 12.1%， ثم هدف تحميل حماس وفصائل المقاومة المسؤلية بنسبة 10.5%， تلاه هدف التهديد والوعيد لكل من يشارك أو يساند المسيرات بنسبة 8.2%， ثم هدف إظهار الاحتلال الإسرائيلي إنساني بنسبة 6.6%， تبعه هدف إظهار دعم إيران للمسيرات والتنظيمات الفلسطينية بنسبة 6.2%， ثم هدف إظهار أن الإسرائيليين ضحية الإرهاب الفلسطيني بنسبة 5.4%， وأخيراً هدف استعراض قوة الجيش الإسرائيلي بنسبة 4.7%.

وتفق نتائج الدراسة مع دراسة (صبار، 2011)⁽¹⁾ حيث توصلت إلى أن هدف الدعاية الإسرائيلية بعد أحداث 11 سبتمبر تمثل في تشويه الصورة العربية والإسلامية.

5- أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي:

جدول رقم (3) أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة

%	ك	أساليب الدعاية الإسرائيلية
17	55	تشويه صورة الفلسطينيين وتحميمهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية
15.7	51	التضليل والتعميم
11.4	37	التربرير
10.5	34	التهديد والوعيد
9.6	31	التحريض
8.6	28	الاستهزاء والتهكم
8.6	28	إطلاق التسميات
7.7	25	الاستعطاف وتمثيل دور الضحية
6.8	22	استعراض الإنسانية
4	13	استعراض القوة
100	324	المجموع ^(*)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة التي تناولها المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي عبر صفحته على تويتر، حيث حصل أسلوب تشويه صورة

(*) مجموع التكرارات يختلف عن عدد المنشورات عينة الدراسة لأن المنشور الواحد يحتوي على أكثر من هدف.

(1) صبار، محمد (2011). الأساليب الدعائية للإعلام الصهيوني بعد أحداث 11 سبتمبر وسبل مواجهتها، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية. مركز الدراسات الفلسطينية . جامعة بغداد. العراق. عدد (36)، 94-117.

(*) مجموع التكرارات يختلف عن عدد المنشورات عينة الدراسة لأن المنشور الواحد يحتوي على أكثر من أسلوب.

الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية على الترتيب الأول بنسبة 17%， تلاه أسلوب التضليل والتعتيم بنسبة 15.7%， ثم أسلوب التبرير بنسبة 11.4%， وجاء أسلوب التهديد والوعيد بنسبة 10.5%， تلاه أسلوب التحرير بنسبة 9.6%， ثم أسلوب الاستهزاء والتهكم بنسبة 8.6%， تلاه أسلوب إطلاق التسميات بنسبة 8.6%， ثم أسلوب الاستعطاف وتمثيلاً دور الضحية بنسبة 7.7%， ثم أسلوب استعراض الإنسانية بنسبة 6.8%， وجاء في المرتبة الأخيرة أسلوب استعراض القوة بنسبة 4%.

يعكس الاهتمام بأسلوب تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية مدى رغبة الخطاب الدعائي الإسرائيلي في تضليل الرأي العام وتشويه صورة المتظاهرين وتحميلهم الذنب من خلال إطلاق التسميات عليهم بأنهم إرهابيون وبأنها ليس مظاهرات شعبية بل مسلحة تقودها حركة حماس وأن الإسرائيليين معذى عليهم وأن الجيش الإسرائيلي يقوم بحمايتهم وبرر أفعاله بأنها تأتي في إطار رد الفعل وفق قواعد الاشتباك.

6- المصادر الأولية للخطاب الدعائي الإسرائيلي على صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي:

جدول رقم (4) المصادر الأولية للخطاب الدعائي الإسرائيلي

		مصادر الدعاية الإسرائيلية	
		%	كـ
87.5	82.6	185	الإسرائيلية
	4.9	11	الفلسطينية
6.7	4	9	الفلسطينية
	2.7	6	الإسرائيلية
		5.8	13
		100	224
		المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد المصادر الأولية للخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة، فحصلت فئة المصادر الرسمية على الترتيب الأول بنسبة 87.5%， وتوزعت على المصادر الرسمية الإسرائيلية بنسبة 82.6% ثم المصادر الرسمية الفلسطينية بنسبة 4.9%.

تلتها فئة المصادر غير الرسمية في الترتيب الثاني بنسبة 6.7%， وتركزت في المصادر غير الرسمية الفلسطينية بنسبة 4%， ثم المصادر غير الرسمية الإسرائيلية بنسبة 2.7%. وأخيراً فئة المصادر الوثائق في المرتبة الثالثة بنسبة 2.8% واعتمدت فيها فقط على وسائل الإعلام العربية والأجنبية تمثلت في قناة الجزيرة وقناة BBC العربية وقناة روسيا اليوم، ولم تعتمد على الكتب والوثائق كونها قضية جديدة. وهذا يعكس مدى إعتماد الخطاب الدعائي الإسرائيلي على المصادر الرسمية الإسرائيلية فيما يخص مسيرات العودة كونها تنشر على صفحة الناطق باسم الجيش فهو مصدر رسمي ومسؤول، حتى وإن كانت خاطئة فهي تلبى احتياجات الجيش الإسرائيلي وتعتبر مصدر لوسائل الإعلام الإسرائيلية وغيرها، لكي تستطيع إقناع الرأي العام والتأثير فيه.

7- مدى وجود مادة مصورة مصاحبة للخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي:

جدول رقم (5) وجود مادة مصورة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة

%	ك	مادة مصورة
67.4	151	يوجد
32.6	73	لا يوجد
100	224	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق أن معظم منشورات مسيرات العودة على صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي تحتوي على مادة مصورة بنسبة 67.4%， تمثل في الصور الثابتة من موقع الحدث والكاركاتير والوثائق والإنفو جرافيك، وكذلك في المادة الفيلمية من موقع الحدث والأرشيفية، تلتها منشورات مسيرات العودة التي لا تحتوي على مادة مصورة بنسبة 32.6%， ويرجع هذا إلى العديد من التحديات والرسائل النصية القصيرة عن مسيرات العودة التي يقوم بها أفيخاي أدرعي غالباً من جهاز الأبياد الخاص به ولم يتم تضمينها في الغالب على مادة مصورة كما أظهرت العديد من منشوراته.

فتمثل المادة المصورة جوانب مهمة في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام وكذلك على موقع توينتر، فهي أداة قوية لتعزيز ونشر رسالة معينة، وقد اعتمدت الدعاية الإسرائيلية كثيراً على الصور التي ينشرها المواطنين والنشطاء الفلسطينيون، وكان الدعاية الإسرائيلية "تتغير" على ما تنشره هذه الصفحات من محتوى. فالعديد من المنشورات الفلسطينية تضمنت موضوعات متعددة، كإشعال الإطارات، ورشق الحجارة، وزيارات لمسؤولين، وزجاجات مولوتوف، وشهداء، وجراحى، واحتفالات تأبين، ومحاولات قطع أو اجتياز للخط الفاصل، إلى جانب الفيديوهات التي كان يسجلها أفيخاي أدرعي بنفسه من مكتبه يتناول فيها مسيرات العودة بالتهديد والوعيد وبالسخرية مستخدماً في معظمها الآيات القرآنية والأحاديث النبوية بحيث تثير الجدل والتعليقات عليها من قبل الفلسطينيين والعرب بشكل عام.

8- عناصر الإبراز والوسائل المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة:

جدول رقم (6) عناصر الإبراز والوسائل المتعددة المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي

%	ك	عناصر الإبراز والوسائل المتعددة	الوسم "الهاشتاغ"
32.8	117		
25.7	10.9	صور خبرية من موقع الحدث	الصور والرسوم
	7	تصميم	
	3.6	إنفو جرافيك	
	3.1	كاركاتير	
	1.1	صور شخصية	
18.2	65	نص منفرد أقل من 140 حرف.	
14.3	9.5	من موقع الحدث	مادة فيلمية
	2.8	فيديو لأفيخاي أدرعي	
	2	أرشيفية	

2.8	10	العلامة أو الإشارة
2.2	8	إعادة التغريد ومشاركة منشورات جاهزة
1.7	6	الروابط والإحالات
1.4	5	جرافيك
0.9	3	رسوم بيانية وخرائط
100	357	المجموع^(*)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد عناصر الإبراز والوسائل المتعددة المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة عبر صفحة المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي على تويتر، فحصلت فئة الوسم "الهاشتاغ" على الترتيب الأول بنسبة 32.8%， تلتها فئة الصور والرسوم في الترتيب الثاني بنسبة 25.7% وتوزعت على الصور الخبرية من موقع الحدث، ثم التصميم، تلاه الإنفو جرافيك، ثم الكاريكاتير، وأخيراً الصور الشخصية.

وجاءت فئة النص المنفرد في الترتيب الثالث بنسبة 18.2%， تلتها فئة المادة الفيلمية في الترتيب الرابع بنسبة 14.3%， وتركزت في المادة الفيلمية من موقع الحدث، ثم فيديو لأفيحاي أدرعي، وأخيراً المادة الفيلمية الأرشيفية.

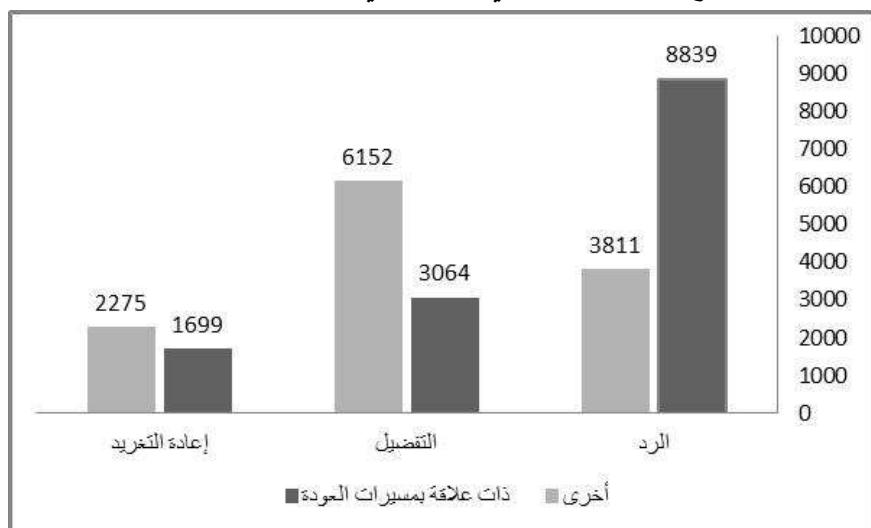
وجاءت فئة العلامة أو الإشارة في الترتيب الخامس بنسبة 2.8%， تلتها فئة إعادة التغريد ومشاركة منشورات جاهزة بنسبة 2.2%， ثم فئة الروابط والإحالات بنسبة 1.7%， ثم فئة جرافيك بنسبة 1.4%， وأخيراً فئة الرسوم البيانية والخرائط في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.9%.

وتبيّن أن فئة الوسم "الهاشتاغ" جاءت في مرتب متقدمة للتركيز عليها من قبل المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي حيث استخدمها أكثر من مرة في المنشور الواحد وكان يطلق هاشتاغ باسم مشتق من الهاشتاغ الفلسطيني مثل #مسيرة الفوضى، #مسيرة اللاعودة، #جامعة الإرهاب الفلسطيني، ويرجع ذلك لتسهيل عملية تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول موضوع مسيرات العودة في مكان واحد، ويساهم ذلك في زيادة المتابعة والتصنيف والفرز وفي تحديد الأشخاص الذين تربطهم مصالح واهتمامات مشتركة وكذلك من ينشرون على نفس الهاشتاغ، وظهرت الكثير من تغريدات أفيحاي أدرعي التي تم مشاركتها على العديد من الصفحات الرسمية الإسرائيلية المستخدمة للغة العربية منها صفحة رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو، وصفحة منسق أعمال الحكومة الإسرائيلية يواف مردخاي، وصفحة المتحدث باسم رئيس الوزراء الإسرائيلي للإعلام العربي أوفير جندلمن، وصفحة المسؤول عن الدبلوماسية الرقمية باللغة العربية في وزارة الخارجية الإسرائيلية يوناتان جونين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سكيك، 2014)⁽¹⁾ حيث جاءت الصور بالمرتبة الثانية كأحد الوسائل المتعددة في عرض القضايا على شبكات التواصل الاجتماعي بينما الكاريكاتير جاء في المرتبة الرابعة والفيديو في المرتبة الأخيرة.

(*) مجموع التكرارات يختلف عن عدد المنشورات عينة الدراسة لأن المنشور الواحد يحتوي على أكثر من عنصر إبراز.

(1) سكيك، هشام (2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين. ص 124.

9- تفاعلية الجمهور مع الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة:



شكل رقم (2) التفاعلية مع منشورات مسيرات العودة

يتضح من الشكل السابق وجود تفاعلية كبيرة من قبل الجمهور مع منشورات الخطاب الدعائي الإسرائيلي عبر صفحة المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تويتر سواء بالرد أم إعادة التغريد أم التفضيل، بغض النظر كون هذه المنشورات لها علاقة بمسيرات العودة أو غير ذلك، فجاءت فئة الردود في الترتيب الأول ثم فئة التفضيل وإبداء الإعجاب في الترتيب الثاني وأخيراً فئة المشاركة وإعادة نشر المنشور في المرتبة الأخيرة.

وتم توزيع تفاعلية الجمهور بناء على علاقتها بمنشورات ذات علاقة بمسيرات العودة وبالمنشورات الأخرى فتبين على مستوى الردود أن نسبتها على المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة 69.9% وكان معظمها يكذب الرواية الإسرائيلية ويتناطف مع القضية الفلسطينية بينما بلغت نسبة الردود على المنشورات الأخرى 30.1%. أما فئة إعادة نشر المحتوى فقد بلغت نسبة مشاركة المنشورات غير المرتبطة بمسيرات العودة 57.2% وفي معظمها كانت تتعلق بقضايا تخص لبنان وإيران وسوريا وكأس العالم والحج إلى بيت الله الحرام والأعياد اليهودية والإسلامية ورمضان وما تبعه من تسهيلات إسرائيلية للمصلين في القدس، بينما المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة فقد بلغت نسبة مشاركتها 42.8% وكانت في معظمها للفيديوهات التي يتحدث فيها أفيخاي أدرعي عن المسيرات حيث يستخدم الآيات القرآنية ويسخر من المقاومة الفلسطينية والمتظاهرين، وجاءت فئة التفضيل وإبداء الإعجاب بالمنشورات غير المرتبطة بمسيرات العودة 66.8%， بينما المنشورات المرتبطة بمسيرات العودة فقد بلغت نسبة تفضيلها 33.2% رغم احتواها على الإعجاب فقط وليس الإعجاب وعدم الإعجاب مثلاً في اليوتيوب أو التفاعلية التي تتيحها الفيس بوك بالإعجاب والضحك والمفاجأة والحزن والغضب. وتعتبر قدرة الجمهور على التفاعل مع منشورات شبكات التواصل الاجتماعي إحدى المميزات الهامة، فهي بمثابة تفاعل مع منتج المحتوى الرقمي ومنها تويتر، وتعد مقياس لانتشار هذا

المحتوى ولكنها ليست مطلقة ولكنها تعطي فكرة عن مدى تداول تلك المنشورات، فهذه الميزة لا تتوفر في وسائل الإعلام التقليدية حيث تفتقر لها.

ثالثاً: خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات:

- 1-تشير نتائج الدراسة إلى اهتمام الخطاب الدعائي الإسرائيلي بتناول مسيرات العودة، فتبين أن غالبية المنشورات كانت مرتبطة بمسيرات العودة كونها موضوعاً أساسياً لجيش الاحتلال الإسرائيلي وانعكس ذلك على أهميتها بالنسبة للمتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي.
- 2-تنوعت قضايا وموضوعات مسيرات العودة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي، فجاءت فئة القضايا المتعلقة بأفعال المتظاهرين في المقدمة، تلتها فئة القضايا المرتبطة بأفعال فصائل المقاومة الفلسطينية، وأخيراً فئة القضايا المتعلقة بأفعال الجيش الإسرائيلي في الترتيب الثالث.
- 3-تعددت أهداف الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة، فحظي هدف تشويه صورة مسيرات العودة والقائمين عليها على أعلى نسبة.
- 4-تنوعت أساليب الخطاب الدعائي الإسرائيلي نحو مسيرات العودة فجاء في مقدمتها أسلوب تشويه صورة الفلسطينيين وتحميلهم المسؤولية وتجريدهم من الشرعية.
- 5-اعتمد الخطاب الدعائي الإسرائيلي في جمع معلوماته بشكل رئيسي على المصادر الرسمية وتحديداً المصادر الإسرائيلية، تلتها المصادر غير الرسمية وتركزت في المصادر غير الرسمية الفلسطينية، وأخيراً المصادر الوثائقية وتمثلت في وسائل الإعلام العربية والأجنبية.
- 6-اشتملت تلقي منشورات مسيرات العودة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي على مادة مصورة، تمثلت في الصور الثابتة من موقع الحدث والكارикاتير والوثائق والإنفو جرافيك، وكذلك في المادة الفيلمية من موقع الحدث والأرشيفية.
- 7-تنوعت الوسائل والعناصر التفاعلية المستخدمة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي اتجاه مسيرات العودة، فحصلت فئة الوسم "الهاشتاغ" على الترتيب الأول بينما فئة الرسوم البيانية والخرائط في المرتبة الأخيرة. وتبين وجود تفاعالية كبيرة من قبل الجمهور مع منشورات مسيرات العودة في الخطاب الدعائي الإسرائيلي على تويتر سواء بالرد أو إعادة التغريد أو التفضيل.

توصيات الدراسة:

- 1- العمل على تصحيح صورة مسيرات العودة وصورة الفلسطينيين وفق خطاب إعلامي مدروس لمواجهة الخطاب الدعائي الإسرائيلي الذي يضفي الشرعية على أعمال الجيش الإسرائيلي.
- 2- إيجاد استراتيجية إعلامية فلسطينية وعربية موحدة تهدف بشكل أساسي إلى كشف حقيقة صورة الاحتلال الإسرائيلي الذي يسعى إلى الظهور في دور الضحية.
- 3- إنشاء صفحات الكترونية رسمية على كافة شبكات التواصل الاجتماعي بكل لغات لمواجهة الخطاب الدعائي الإسرائيلي.

- 4- العمل على تطوير كادر إعلامي متخصص في مجال الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي بلغات مختلفة، مستعيناً بخبرات إعلاميين عرب وأجانب.
- 5- إنشاء مرصد إعلامي فلسطيني بجميع اللغات ومصطلحات إعلامية فلسطينية تتوحد فيه إحصائيات ذات علاقة بالقضايا الفلسطينية المحورية.
- 6- تبني جهود تنفيذية من أجل رفع منسوب وعي مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من المواطنين والنشطاء على حد سواء.

المراجع العربية:

- الدلو، جواد والكرنز، ختم (2018). الصورة الصحفية لمسيرة العودة الكبرى في الصفحات الإخبارية لموقع انت quem: دراسة تحليلية مقارنة. المؤتمر العلمي بعنوان، القدس في قلب الصراع العربي الإسرائيلي: رؤية استراتيجية نحو المستقبل، جامعة القدس المفتوحة- غزة، فلسطين. بتاريخ 16-10-2018.
- ذو الفقار، شيماء (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ص 110.
- روبيبي، ريمه (2011). استراتيجية الدعاية الإسرائيلية خلال الحرب على غزة ديسمبر 2008- جانفي 2009م (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.
- سكيك، هشام (2014). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية وميدانية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين. ص 124.
- أبو شنب، حمزة (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
- أبو شنب، حمزة (2014). ممارسة الصحافة الإسرائيلية للحرب النفسية أثناء الحروب: عدوان الرصاص المصبوب 2008-2009م نموذجاً. ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني للإعلام والأزمات فن التلاعيب والتضليل والدعائية. جامعة قطر. الدوحة.
- صبار، محمد (2011). الأساليب الدعائية للإعلام الصهيوني بعد أحداث 11 سبتمبر وسبل مواجهتها، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية. مركز الدراسات الفلسطينية . جامعة بغداد. العراق. عدد (36)، 94-117.
- صوان، أحمد. "الإعلام الصهيوني والانتفاضة"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، العدد 106، يناير/كانون الأول 2002، ص 45.
- أبو عامر، عدنان (2018). أيديولوجيا الإعلام الإسرائيلي في تغطية الشأن الفلسطيني. دراسة منشورة. مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 1/10/2018. <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/02/180218100540480.html>
- عدوان، أحمد (2012). تغطية الصحافة الإسرائيلية للحرب على غزة 2008-2009م. دراسة تحليلية وصفية لثلاث صحف عربية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر- غزة، فلسطين.
- قاسم، يوسف (2007). أثر الحرب النفسية الإسرائيلية على الذات الفلسطينية، انفراصه الأقصى نموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بيرزيت- رام الله، فلسطين.
- ق نوع، ريا (2017). صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزاليم بوست الإسرائيلية: دراسة حالة. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

13. ماضي، جمال. وموسى، ياسين (2009). الدعاية مفهوماً وتعريفاً وأسلوباً، دراسة تحليلية على الدعاية الإسرائيلية خلال حربها الأخيرة على غزة لعام 2008-2009م. مجلة مجلس آداب الفراهيدى، جامعة تكريت، العراق. (1)، 554-578.

14. المصدر، حيدر (2018). الدعاية السiberانية الإسرائيلية لمحاصرة مسيرات العودة الفلسطينية. دراسة منشورة. مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية. قطر. تاريخ الزيارة 20/10/2018. <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180711072804036.html>

15. نعيم، هدى (2017). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي : دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.
المراجع الأجنبية:

1. Azran, T. & Yarchi, M. (2018). Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson. *The Hague Journal of Diplomacy*, Vol.13, January 2018. P3.
2. Kohen, A. (2015). Instagram as a naturalize Propaganda tool :The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol.23, No.2. PP.1-17.
3. Nicholas, O.(2012). The death and life of propaganda. *Journal of Public Affair*, Vol.12, No.1. February 2012. p.33.
4. Seo, H. (2015). Visual propaganda in the age of social media: Twitter images during 2012 Israeli-Hamas conflict. *Visual Communication Quarterly*, Vol.21, No.3. PP. 150-181.
5. Shai, N.(2018) Hearts and Minds: Israel and the Battle for Public Opinion. Translated by: Ira Moskowitz, Albany: State University of New York Press. P.88.
6. Yarchi, M. (2018). The impact of anti-democratic actions on a country's international image, as projected in the foreign press and on social media: The case of Israel. *Democracy and Security* Vol. 14, No.2. pp.173-159 .

نشر نظم المعلومات ودورها في تحقيق التنمية بالمغرب

LE DÉPLOIEMENT DES SYSTÈMES D'INFORMATION AU MAROC ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT

Dr. Jaouad BOUDAN

Docteur en Droit International et Relations Internationales

Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Fès, Maroc

ABSTRACT

This paper aims to show that Morocco can adopt a sustainable managerial practice through the establishment of Information Systems that would ensure and strengthen its governance.

For this purpose, the importance of new information and communication technologies "NICT" for economic and social development is recognized since the rapid development of these technologies. This article shows that Morocco has been fully ready to take advanced steps towards sustainable development, relying on the deployment of information systems in the various administrations.

Keywords: Deployment, Development, Governance, Information systems, New technologies.

ملخص

تسعى هذه الورقة البحثية إلى إبراز إمكانية تبني المغرب لممارسة إدارية مستدامة، من خلال إنشاء نظم معلومات لضمان وتعزيز حكمتها.

وتحقيقاً لهذه الغاية، اعترف المغرب بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك نظراً للتقدم الملحوظ لهذه التقنيات في الآونة الأخيرة. هكذا، تحاول هذه الورقة أن توضح مدى قدرة المغرب على تطوير مسلسل تعميمه المستدام عبر رقمنة ونشر نظم المعلومات في مختلف مرافقه الإدارية ومؤسساته العمومية.

الكلمات المفتاحية: النشر ، التنمية ، الحكامة ، نظم المعلومات ، التكنولوجيا الحديثة.

Introduction

Conscient de la nécessité des systèmes d'informations, Le Royaume du Maroc a construit une panoplie des systèmes d'information pour améliorer les capacités de gestion de l'administration, simplifier les procédures et s'ouvrir sur son environnement. La fiabilité desdits systèmes, leurs particularités, leurs techniques permettent la collecte de l'information et conditionnent les données produites¹.

Au vu de l'importance de ces projets et les choix stratégiques en termes d'architecture, d'outils technologiques et de mode de gouvernance des projets qui ont été opérés le Royaume a mis en œuvre des systèmes métiers s'appuyant sur des solutions fonctionnelles de type progiciel au niveau de développement de l'enseignement, de la diplomatie économique, des Centres Régionaux d'Investissement et de douanes.

A cet égard, la bonne utilisation des nouvelles technologies au Maroc est un facteur clé pour améliorer le travail administratif. Il convient, par conséquent, de tendre vers une généralisation de l'administration électronique par la fourniture de services à distance et la facilitation, pour les différents départements, de l'accès commun aux informations. En contrepartie, l'édification d'une société de l'information dépend autant du développement humain que du développement technologique.

Intérêt du sujet

Le choix du thème s'appuie sur des données objectives inhérentes, d'une part, à l'impact de la libéralisation et la mondialisation de l'économie numérique, et d'autre part. Les systèmes d'information ont également, de portée stratégique sur les plans, politique, économique et social.

Problématique

Le développement de la société de l'information et du savoir au Maroc, au moyen du développement des systèmes d'information, des applications et de l'innovation technologique, est une véritable opportunité. En réduisant les barrières du temps et des distances et grâce à leur caractère transversal et à leurs effets structurants sur les autres secteurs, les systèmes d'information ont un rôle essentiel à jouer dans le processus de modernisation, de mise à niveau et de création de richesses.

Ainsi, l'ambition est non seulement de faire émerger un nouveau modèle de développement pour le Maroc mais également de lui faire réaliser un «saut historique», le positionnant dans le paysage mondial des NTIC. D'autres pays émergents ont pu relever ce défi en faisant du développement de la société de l'information et du savoir une de leurs priorités nationales. Donc Cet article consiste en un essai de réponse à la problématique suivante :**Quelles sont les**

¹ BENABDELHADI Abdelhay & CHEMAO Mariam, Décentralisation et déconcentration : les règles de la bonne gouvernance : cas du ministère de l'équipement et du transport, REMALD, 1^{ère} éditions, Rabat, 2015, p. 131.

programmes et les bonnes pratiques pour l'adoption de technologies de l'information au Maroc?

I. Programmes de généralisation des NTIC dans le secteur de l'enseignement

Trois projets inscrits dans le cadre du plan «Maroc Numeric 2013» sont financés par le Fonds du Service Universel des Télécommunications. Il s'agit de programme Nafid@, programme Injaz, et le programme GENIE et GENIE-SUP.

A. Le programme NAFID@

Dans l'objectif d'encourager et de faciliter l'accès et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans le système éducatif national¹, la Fondation Mohammed VI de Promotion des Œuvres Sociales de l'Education et de la Formation, en collaboration avec le Ministère de L'Education Nationale, a lancé en faveur de ses adhérents le 14 Mai 2008, le programme Nafid@. Ce dernier s'étale sur trois années et s'articule autour de quatre axes :

- ↳ Accessibilité : ordinateur portable avec le système d'exploitation Windows Vista Business et la suite bureautique MS Office Standard ;
- ↳ Connectivité : connexion Internet mobile ;
- ↳ Formation : E-Learning permettant aux adhérents de la Fondation de suivre des formations en ligne sans contrainte ni de temps ni d'espace;
- ↳ Contenu : à travers le portail Internet de la Fondation, les adhérents auront accès à plusieurs services en ligne, notamment, le suivi de leurs dossiers (logement, maladie ...), une adresse email personnalisée, la plateforme E-Learning et la médiathèque en ligne de la Fondation qui offrira un contenu riche et diversifié, ainsi que des liens à plusieurs bibliothèques numériques internationales.

B. Le programme INJAZ

Ce programme permet aux étudiants universitaires, selon des critères spécifiques d'éligibilité d'acquérir un ordinateur portable et un abonnement annuel à Internet mobile, moyennant une subvention accordée par le Fonds du Service Universel des Télécommunications. Enrichie par les 3 opérateurs télécoms (Maroc Telecom, Orange et Wana Corporate), l'offre ciblera un plus grand nombre d'étudiants que les 4 premières éditions. En effet, 24 400 étudiants seront visés grâce à un budget de 81 Mdhs².

La première édition, qui ne concernait alors que les étudiants ingénieurs dont l'établissement participe à l'opération «10 000 ingénieurs» et les étudiants en master inscrits dans les Ecoles d'ingénieurs, Facultés des Sciences et Facultés des

¹le 09 - 05 - 2008 <http://www.aujourd'hui.ma/imprimer/?rub=actualite&ref=61629>.

²<http://www.lavieeco.com/news/economie/maroc-numeric-2013-les-4-editions-du-programme-injaz-ont-profite-a-86-000-etudiants-26915.html>.

Sciences et Techniques, avait permis à 15 000 étudiants de s'équiper. Pour la deuxième édition, le programme s'est élargi aux doctorants en sciences et techniques inscrits dans les centres d'études doctorales dans 20 villes marocaines et 48 établissements. Près de 11 000 étudiants ont profité de la subvention¹.

Pour l'année universitaire 2011-2012, le programme a été élargi aux étudiants inscrits en Master et en Doctorat (CEDoc) au niveau de l'ensemble des établissements d'enseignement supérieur publics, ainsi qu'aux ceux inscrits à partir de la 3^{ème} année dans les Facultés de Médecine et Pharmacie, les Facultés de Médecine Dentaire, les Ecoles Nationales de Commerce et de Gestion(E.N.C.G), l'Ecole Roi Fahd de Traduction, les ENS et les ENSET, et dans les établissements publics de l'Enseignement Supérieur ne relevant pas des universités.

La 4^{ème} édition est lancée au titre de l'année universitaire 2012-2013 concernera les étudiants non-salariés :

- Inscrits en 1^{ère} année des filières accrédités des cycles Ingénieur, Master et Doctorat (CEDoc) au niveau de l'ensemble des établissements d'enseignement supérieur publics ;
- Inscrits à la 3^{ème} année des Facultés de Médecine et Pharmacie, des Facultés de Médecine Dentaire, des Ecoles Nationales de Commerce et de Gestion, de l'Ecole Roi Fahd de Traduction, des ENS et des ENSET, et dans les établissements de l'Enseignement Supérieur ne relevant pas des universités.

Au cours de l'année universitaire 2015-2016 l'édition du programme INJAZ à a été lancée le 10 Juin 2016 et a pris fin le 27 Juillet 2016, ciblant 54000 étudiants. Au terme de cette édition, 32600 étudiants éligibles ont bénéficié des offres INJAZ².

Pour rappel, Injaz facilite l'achat d'un ordinateur et/ou d'un abonnement Internet 3G aux étudiants. L'Etat participe à hauteur de 85% de l'achat, avec un plafond de 3 600 DH.

C. Le programme GENIE et GENIE-SUP

Le gouvernement a adopté, en Mars 2005, une stratégie ayant pour objectif la généralisation des TIC dans l'enseignement public³. Sa mise en œuvre au niveau de l'enseignement primaire et secondaire devrait permettre de garantir l'accès aux moyens et services TIC à plus de 22 % de la population marocaine, avec des contenus appropriés, à travers tout le Royaume.

Le programme GENIE est la dimension opérationnelle de cette stratégie de généralisation des TICE. Lancé début 2006 et révisé en 2009, le programme, qui

¹Ibid.

²Rapport d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2016, Rabat, 2017, p.44.

³LAHJOMRI Hicham, Internet au Maroc : Bilan & Perspectives, Séminaire INET « L'avenir de l'Internet : vers une nouvelle ère ? », Rabat, le Mardi 10 Mai 2011, p. 15.

concerne tous les établissements scolaires du Royaume, se décline selon quatre axes principaux :

- Infrastructure : Installation des environnements multimédia connectés à Internet ;
- Formation des enseignants : il s'agit de former plus de 200 000 des inspecteurs, directeurs et enseignants dans le domaine des TI et de développer des contenus numériques pédagogiques adaptés à l'apprentissage¹.

Poursuivre l'action du programme de généralisation des TI dans l'enseignement ainsi que le déploiement des Environnements Numériques de Travail (ENT) dans les établissements de l'enseignement supérieur.

- Ressources numériques : acquisition des ressources numériques et création d'un laboratoire national des ressources numériques et d'un portail national TICE² ;
- Développement des usages : assurer un bon accompagnement aux usagers.

La nouvelle feuille de route du programme GENIE a prévu le déploiement de la couverture des établissements scolaires sur cinq ans. De 2009 à 2013, 9260 établissements seront couverts³.

II. L'introduction de l'Internet dans les systèmes d'information de la diplomatie économique

L'utilisation de l'Internet devenue une nécessité absolue dans la diplomatie économique marocaine, elle apportera certainement des facteurs de changements potentiels à tous les niveaux de son organisation et ne va pas sans infléchir ses choix stratégiques. L'innovation devient plus importante que la production de masse, et ou les avantages concurrentiels sont liés à la maîtrise des nouvelles technologies de l'information et de la communication⁴. Elle permettra, également, d'assurer la rapidité de la collecte des informations, la facilité de leur exploitation et la réduction des coûts de leur circulation.

Quant à l'Internet, étant donné qu'il s'agit d'un média à part qui conjugue les caractéristiques des directs⁵, le Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération doit s'efforcer de faire de la simple présence sur le net une véritable composante de sa stratégie de communication.

III. Le déploiement de système d'information SI-INVEST aux CRI

¹ Ministère de l'industrie et du commerce et des nouvelles technologies, Maroc Numeric 2013, Stratégie Nationale pour la Société de l'Information et de l'Economie numérique, Rabat, p. 31.

²<http://www.lesoir-echos.com/economie/programme-genie-premier-bilan-de-la-strategie-2009-2013/10161/>.

³<http://www.anrt.ma/missions/service-universel/genie>.

⁴ BOYER Luc – EQUILBEY Noel, Organisation, Théorie et application, édition d'organisation, Paris, 2003, p. 349.

⁵ CHANNAM ZAIM Ouaffa, Le Marketing au Maroc, concepts et réalités, éditions AL Madariss, Casablanca, 2002.

Depuis la création des Centres Régionaux d'Investissement (CRI) au Maroc, suite à la Lettre Royale adressée le 09 Janvier 2002¹, par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, à monsieur le Premier Ministre Abderrahmane YOUSSEOUFI, au sujet de la Gestion Déconcentrée de l'Investissement, ils s'efforcent de faciliter l'accueil des projets d'investissement dans leurs Régions en offrant un service de guichet unique aux porteurs de projets. Afin de les accompagner les CRI dans leur mission, le Ministère de l'Intérieur a développé en collaboration et en concertation avec l'ensemble des Centres Régionaux d'Investissement du Royaume, un système d'information nommé « SI-INVEST » permettant d'informatiser la gestion des projets d'investissement au niveau de leurs guichets d'aide aux investisseurs et d'assurer le suivi des dossiers.²

Le système d'information SI-INVEST offre aux utilisateurs plusieurs services dont notamment la saisie et le traitement des dossiers d'investissement, la gestion des commissions administratives compétentes et la production de tableaux de bord et des statistiques sur les projets d'investissement traités au niveau de chaque C.R.I.

Par ailleurs le projet permet à l'investisseur de s'informer sur les procédures administratives et les pièces justificatives afférentes à son dossier, de fournir au CRI des dossiers d'investissement, de sécuriser les données fournies et échangées et de suivre l'avancée de son projet en accédant via le web à un espace personnalisé grâce à son identifiant de dossier et son nom.

En outre, ce système permet aux C.R.I de saisir et instruire les dossiers d'investissement, de planifier les réunions, d'informer ses membres de la programmation desdites réunions et de générer automatiquement et séance tenante les décisions de la Commission Régionale d'Investissement.

Conçu pour permettre la numérisation des éléments d'un dossier d'investissement, SI-INVEST permet le partage des informations entre les différentes administrations impliquées, au niveau régional et national, dans les formalités administratives nécessaires à la bonne réalisation des projets d'investissement³.

Ce projet met à la disposition des Walis des Régions, aux Gouverneurs des Provinces et les administrations au niveau régional et central concernées une information détaillée sur les projets d'investissement et un ensemble de tableaux de bord et de statistiques relatifs à la situation de l'investissement aux niveaux régional et national.

Les investisseurs bénéficieront également d'un accès leur permettant de suivre l'état d'avancement de leurs demandes et télécharger les formulaires uniques vierges.

¹ Lettre Royale au Premier Ministre relative à la Gestion Déconcentrée de l'Investissement, publiée dans le bulletin officiel n° 4970 du 4 Kaada 1422 (17 Janvier 2002), p. 50.

²Ministère de l'Intérieur, Guide SI-INVEST, DCAE et DCIC, Rabat, 2014, p. 3.

³Lettre circulaire émanant de M. le Ministre de l'Intérieur n° 55 en date du 16 Décembre 2014.

Par ailleurs, le déploiement de ce système offre de nombreux avantages et des retombées positives pour les acteurs suivants à savoir :

➤ **Pour l'administration centrale**

L'outil « SI-INVEST » offre la possibilité de disposer de tableaux de bord et de statistiques sur les projets d'investissement instruits au niveau régional et de faire le suivi des délais de traitement des dossiers d'investissement. Et ainsi, un suivi régulier de l'utilisation du système d'information « SI-INVEST » au niveau des différents CRI est assuré en vue d'évaluer le degré de mise en place de cet outil au niveau régional¹.

➤ **Pour les Centres Régionaux d'Investissement**

Le système SI-INVEST permet de saisir, valider et instruire les dossiers d'investissement, de planifier les réunions de la CRI, CRCOF, CREIE,...ETC d'informer ses membres de la programmation desdites réunions et de générer automatiquement et séance tenante les décisions des commissions susvisées².

➤ **Pour les administrations, membres de commissions**

Le système d'information SI-INVEST permet d'accéder aux dossiers d'investissement les concernant en temps réel, de visualiser les pièces justificatives fournies par l'investisseur, de s'informer sur les procédures déclenchées et procéder à une pré-instruction des dossiers d'investissement avant la tenue de la réunion³.

➤ **Pour l'investisseur**

Le système permet de s'informer sur les procédures administratives et les pièces justificatives afférentes à son dossier, de fournir au CRI son dossier d'investissement format papier et numérique de sécuriser les données fournies et échangées. Il permet également à l'investisseur de disposer d'une plateforme électronique, disponible via un portail Web :www.investinmorocco.ma et de suivre l'avancée de son projet grâce à son identifiant de dossier et son nom⁴.

Il convient de signaler que le déploiement de système s'inscrit parmi les initiatives entreprises par les pouvoirs publics pour la promotion de l'investissement, le renforcement de l'attractivité de l'économie et l'amélioration du climat des affaires au sein des régions du Royaume.

IV. L'informatisation des Douanes

Le système d'information de Douanes comprend :

¹ Lettre circulaire émanant de Ministre de l'Intérieur n° 32 en date du 4 Juillet 2011.

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

- Un système de dédouanement en temps réel SADOC qui concentre les principales applications des Douanes et représente le système d'informatique visible pour les opérateurs économiques. Ce système est performant et répond aux exigences en terme de stabilité d'exploitation et de performance en temps réel¹ ;
- En outre, le système BADR est une application web qui remplace progressivement, depuis 2004, le système SADOC en apportant de nouvelles fonctionnalités, par exemple la déclaration sommaire est prise en charge par BADR. A cet effet, il sera mis en œuvre en trois Paliers² :
 - Palier 1 : Prise en charge de la déclaration sommaire (déjà lancé en Janvier 2004) ;
 - Palier 2 : Prise en charge de la déclaration en détail, les régimes économiques et la comptabilité ;
 - Palier 3 : nouvelle fonctionnalité (dédouanement des véhicules, contentieux...etc.).

Le système d'information BADR a été lancé dans sa version complète le 5 Janvier 2009. C'est donc l'occasion de revenir sur certaines de ses caractéristiques et quelques-uns de ses apports, mais aussi de rappeler les principales actions qui ont jalonné l'année écoulée, actions de stabilisation durant les premières semaines de démarrage, mais orientées depuis vers le perfectionnement continu d'un système aujourd'hui en rythme de croisière.³

Par ailleurs, BADR s'inscrit dans le droit fil de la logique e-gov en visant à travers la dématérialisation des formalités douanières, à faciliter la tâche à l'opérateur et au citoyen. Concrètement, le déclarant peut réaliser toute une panoplie d'opérations directement à partir de chez lui⁴.

V. Equipements et matériels informatiques

Le marché des technologies de l'information au Maroc se caractérise par une dominance de la vente de matériel informatique qui enregistre un chiffre d'affaire de près de 2,8 milliards de DH en 2004. En effet, le développement du marché nécessitera davantage d'infrastructure (matériels, logiciels) et de service (développement de logiciel, intégration, conseil, formation)⁵.

¹ Ministère de l'Equipement et du Transport, La logistique du commerce et la compétitivité du Maroc, impression Okad, Rabat, 2006, p. 63.

² GHARBI Karim, Etude d'un projet de réseau EDI communautaire au Maroc pour la simplification des formalités de la logistique du commerce extérieur, rapport d'étude, N° version : 1.1, Banque Mondiale, 5 Mars 2005, p. 27.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

⁵ BESSAMRA Sonia et Bénédict SAINT-LAURENT, Investir dans la région MEDA, pourquoi, comment ? Ouvrage collectif, note et études ANIMA n°22, Avril 2007, p. 249.

A cet égard, le marché de l'équipement reste marqué par la domination, en valeur, de l'activité des PC et des imprimantes (75%) au détriment des serveurs (15%) et des équipements réseaux (10%).

Selon les estimations des professionnels et des membres de l'APEBI¹ (Association des Professionnelles des Technologies de l'Information), le parc du matériel informatique (PC) est estimé à 500.000 micros ordinateurs productifs². Malgré ce faible taux d'équipements, le Maroc enregistre une croissance annuelle moyenne de près de 21% sur la période 2002-2003, passant de plus de 68.000 unités vendues en 2000 à quelques 120.000 unités au terme de l'année 2003. L'année 2004 a été marquée par un certain attentisme. Les prix du matériel ont baissé de 10% en moyenne³.

La structure du marché quant à elle s'est inversée. Contrairement aux deux dernières années, le portable compte pour 60% des ventes contre 40% pour les micro-ordinateurs. En effet, le marché intéresse plusieurs types d'intervenants : au premier rang, les professionnels qui commercialisent à la fois matériels et solutions et dont le cœur de cible est constitué des grands comptes, ensuite les détaillants constitués par les chaînes de magasins de distribution et les petits revendeurs. Ceux-ci réaliseraient quelque 40% de l'activité qui intègre tous les types de matériels (micro-ordinateurs et imprimantes).

Le parc estimé d'ordinateurs individuels est de 1 100 000 unités en 2007 (contre 920 000 unités en 2006 et 745 000 unités en 2005). Les principaux usages de l'ordinateur personnel restent la bureautique (69% des individus) et l'Internet (55% des individus)⁴.

Le taux d'équipement en micro-ordinateurs chez les ménages marocains atteint 43% en 2012, soit 4 points de plus qu'en 2011 et 32 de plus par rapport à 2004. Les zones urbaines sont toujours beaucoup plus équipées que les zones rurales soit 18% et spécialement la catégorie socio-professionnelle supérieure qui sont le mieux équipés avec un parc global de 4,058 millions d'unités au titre de l'année 2012 contre 3,5 millions d'unités en 2011. 24% des foyers marocains sont en effet équipés de 2 ordinateurs et 7% des foyers équipés disposent de 3 ordinateurs ou plus. Au total, 31% des foyers sont multi équipés et en moyenne, les ménages équipés possèdent 1,4 ordinateurs et/ou tablettes⁵.

¹Crée en mai 1989, elle a fait suite à la création de l'Association des Professionnels de la Mécanographie dans les années 70, et celle des Professionnels de l'Équipement de Bureau et de l'Informatique dans les années 80. Désormais, elle compte 88 sociétés adhérentes dont l'objectif commun consiste en l'instauration d'une culture multimédia ainsi que la promotion des produits de hautes technologies au Maroc.

²BOUDAN Jaouad, « La stratégie marocaine d'attractivité des investissements directs étrangers : Le cas des télécommunications », mémoire de DESA en droit international et relations internationales, Université Sidi Mohamed ben Abdellah, FSJES, Dhar El Mahraz, Fès, 2008-2009, p. 116.

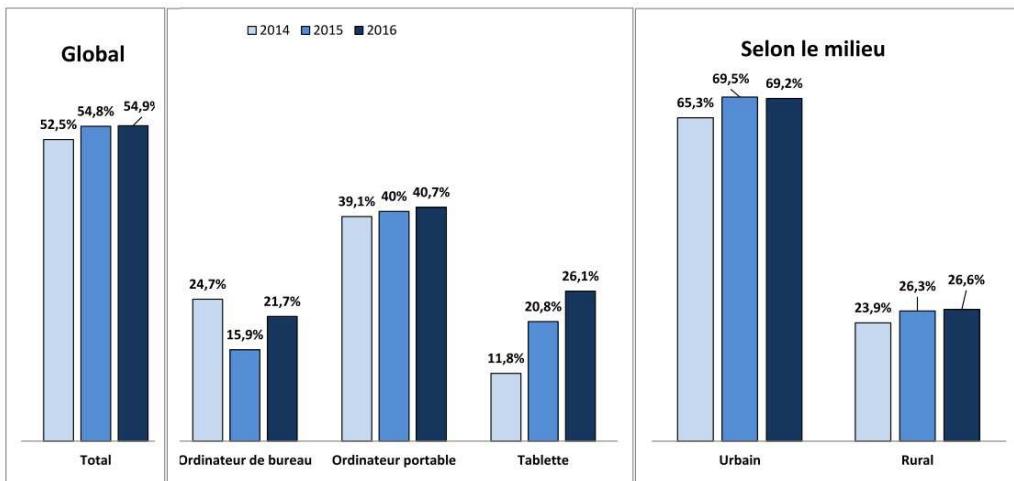
³Rapport d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2004, Rabat, 2005, p. 30.

⁴BOUDAN Jaouad, La stratégie marocaine d'attractivité des IDE : le cas des télécommunications, op.cit, p. 117.

⁵<http://www.anrt.ma/sites/default/files/CP-Resultats-enquête-annuelle-usage-TIC-2012-fr.pdf>.

De plus en plus, les ménages marocains adoptent des équipements portables. L'ordinateur portable est de plus en plus présent dans les foyers (57% en 2012 contre 56% en 2011 et 45% en 2010).¹ Les tablettes font leur apparition en 2011 (2% du parc), leur croissance est assez rapide pour atteindre 7% du parc résidentiel d'ordinateurs en 2012. Une tendance appelée à se renforcer dans les années à venir puisque 5% des foyers manifestent l'envie d'acquérir une tablette². Comme en 2011, le principal frein à l'achat d'un ordinateur n'est plus le prix trop élevé mais le manque de besoin³.

Equipement en ordinateur et/ou tablette (ménages%)



Source :Enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC auprès des ménages et des individus

A cet effet, Le taux d'équipement des ménages en ordinateur et/ ou tablette a enregistré une nouvelle augmentation en 2016 pour atteindre 54,9%. Il s'agit d'un taux d'équipement cinq fois plus élevé que celui observé 10 ans auparavant (11% en 2004). Même si l'écart tend à se réduire, l'équipement en ordinateurs est plus important en milieu urbain (69,2% contre 26,6% d'équipement dans le rural).⁴ Voir les graphiques ci-dessous :

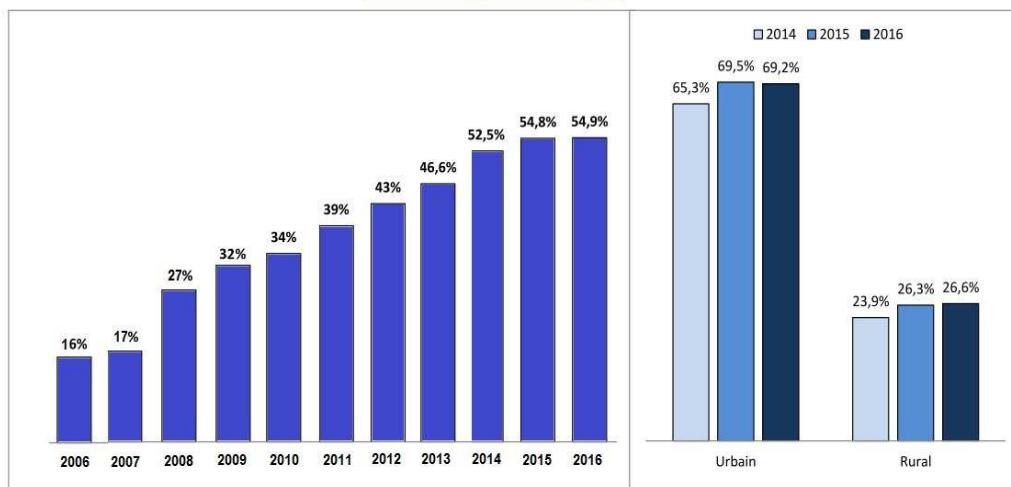
¹ http://www.lopinion.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=32591.

² A l'instar de 2012, le principal frein à l'achat d'un ordinateur/tablette est le manque de besoin. Près de la moitié (48%) des ménages non équipés évoque le manque de besoin comme un des facteurs de non équipement.

³ Rapport annuel d'activité de l'ANRT au titre de l'année 2012, Rabat, 2013, p. 57.

⁴ Rapport annuel d'activité de l'ANRT, au titre de l'année 2013, Rabat, 2014, p. 56.

Equipement en ordinateur et Tablette durant la période
2006-2016 (% des ménages)



Source :Enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC auprès des ménages et des individus

Le taux d'équipement des ménages en ordinateurs (y compris la tablette) enregistre une stabilisation et s'élève à 54,9% en 2016 (54,8% en 2015)¹. Par ailleurs, l'équipement des ménages en tablette continue sa progression avec 26,1% des ménages qui en sont équipés en 2016 contre 20,8% en 2015.

Par ailleurs, l'outil informatique ne serait opérationnel sans le domaine immatériel des logiciels, en effet, les marchés informatiques et de télécommunications ne peuvent offrir Le marché des logiciels au Maroc est dominé par les multinationales, cependant on peut dire qu'on a une industrie embryonnaire du logiciel. Les sociétés les plus actives sur le marché du logiciel au Maroc à savoir :

- HPS, S2M, M2M qui sont des éditeurs de logiciels de monétique ;
- BATISOFT qui édite des logiciels CAO bâtiment ;
- INTELLA, SYSCAD qui éditent des logiciels pour le secteur de l'automobile².

Les logiciels assurent également, une fonction d'interconnexion et d'intégration des secteurs de l'informatique, de l'électronique, et des télécommunications, en plus de leurs introductions dans l'économie des industries culturelles et des médias, en se disséminant dans toutes activités, de centraux de télécoms ou de créations des vidéos, en passant par tous les systèmes d'exploitation et les réseaux sociaux numériques³.

Il est à signaler que le marché de l'informatique au Maroc compte plus de 1000 intervenants. En s'installant au Maroc, Afina⁴ aspire à contribuer au

¹ Rapport annuel d'activité de l'ANRT, au titre de l'année 2016, Rabat, 2017, p. 22.

² Revue d'information BMCE, Août-Septembre, 2000, p. 13.

³ CHANTEPIE Philippe et LE DIBERDER Alain, Révolution numériques et industries culturelles, éditions la Découverte, Paris, 2010, p. 13.

⁴ Le groupe Afina a été fondé en 1990 en Espagne. Il se revendique comme leader des secteurs des systèmes d'information, d'infrastructure et de sécurité en Amérique latine et en Europe du sud. Le groupe est présent en Espagne, son pays d'origine, en France, Portugal, Mexique, Etats-Unis,

développement du secteur des technologies de l'information dans le pays. Cette antenne d'Afina à la manière de développer les multiples synergies existant entre le marché marocain et français¹.

Par ailleurs, l'industrie des équipements de télécommunications a été développée durant ces dernières années, par l'afflux massif d'investisseurs européens, notamment français et allemands, en vue de la production de composants passifs, comme les circuits imprimés, fortement intenses en travail. Par exemple Le groupe français Thomson a délocalisé la production de diodes et de circuits imprimés, dans le cadre de la société qu'il a formée avec le groupe italien SGS, en vue de l'exportation².

VI. Les centres d'appels au Maroc : Clefs de renforcement et opportunités d'investissement

Depuis une quinzaine d'années, l'Etat marocain a engagé des stratégies visant l'attraction des investisseurs étrangers, notamment la libéralisation des infrastructures des télécommunications, la réforme du commerce extérieur et la réforme du secteur monétaire et financier en vue de créer un climat propice à l'investissement dans le secteur des centres d'appels.

Plus fréquemment aujourd'hui, cependant, les centres d'appels sont des sections ou des départements internes d'entreprises, d'administrations, des collectivités locales, d'associations ou un complément, encore modeste quoique de plus en plus affirmé, de l'activité principale³.

A. Concept et apparition des Centres d'Appels au Maroc

Le concept du centre d'appels existe au Maroc depuis plusieurs années dans certains secteurs d'activité très ciblés, notamment les renseignements téléphoniques, les services d'urgence et de sûreté.

Le centre d'appel peut être défini comme bureau où un groupe de personnes spécifiquement formées sont chargées du service client ou des services téléphoniques, est également peut être défini comme un ensemble de moyens, humains, immobiliers et techniques, qui permet de prendre en charge la relation à distance entre une marque et son marché. Il est le plus souvent concrétisé par un ou plusieurs espaces de bureaux où sont distribués des appels téléphoniques, mais aussi des courriels, des courriers, etc.⁴.

Les centres d'appels ayant pour mission l'assistance des utilisateurs :

Colombie, Venezuela, Chili, Argentine, Costa Rica, Maroc et au Caraïbes. Afina emploie 220 personnes dans le monde.

¹ HAJJAJ Redouane, Informatique : Afina s'implante au Maroc, L'économiste, 6 Décembre 2007, p. 11.

² YACHIR Fayçal, La méditerranée dans la révolution technologique, éditions l'Harmattan, Paris, 1992, p. 93.

³ LECHAT Noël et DELAUNAY Jean Claude, Les centres d'appels : un secteur, clair-obscur, éditions l'Harmattan, Paris, 2003, pp. 405-406.

⁴ La définition de centre d'appel publié sur le site officiel de l'encyclopédie Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Centre_d%27appel.

- D'un service après-vente ;
- D'une télévente ;
- D'un support technique (dans ce cas il porte le nom de centre de support ou help desk ou hot line)¹.

Ceux qui travaillent dans un centre d'appel² peuvent faire des appels (pour essayer de vendre un produit ou un service, effectuer un sondage, etc.) ou les recevoir (pour répondre aux doutes et aux questions des clients, s'occuper des commandes, enregistrer les plaintes/réclamations). Dans certains cas, les centres d'appels sont spécialisés dans l'une des deux tâches (faire ou recevoir des appels), tandis que dans d'autres, ils remplissent les deux fonctions.

Evidemment, d'un centre d'appels à l'autre de multiples dénominations sont employées pour définir les différents types de postes existants : superviseur responsable de plateau ou de site, responsable de la planification, statisticien, pour la partie encadrement, et puis téléacteur, télèvendeur, téléconseiller, télè enquêteur, télaptopspecteur, chargé de projet ou téléopérateur, pour l'équipes en contact direct avec les clients³.

Les centres d'appels⁴ deviennent un canal de communication incontournable dans la mise en place d'une stratégie de gestion de la relation client.

Il ne s'agit pas de simples plateaux téléphoniques, installés dans des locaux ergonomiques, mais plutôt de cellules stratégiques incontournables pour approfondir et rationaliser la relation avec la clientèle.

La libéralisation des télécommunications au Maroc entamée depuis 1998, a dynamisé le marché des centres d'appels. De nouveaux opérateurs se sont installés et de nouveaux services sont offerts. Parallèlement, une infrastructure des télécommunications basée sur les technologies modernes a été mise en place, ce qui a fait du Maroc une destination privilégiée des entreprises étrangères, notamment francophones, pour y installer leurs centres d'appels.

Par ailleurs, le premier centre d'appel marocain a été créé en 1999. Mais, le développement des centres d'appels a réellement commencé en 2000, avec notamment la création de centres d'appels offshore ou délocalisés⁵.

¹ Publications de REMALD, Guide juridique de l'Offshoring, série guide et gestion n° 27, 2010, p. 292.

² Il est important de souligner que le centre d'appels peut être exploité par la société elle-même ou être sous-traité à une entreprise extérieure. Il y a des entreprises qui se consacrent à la création de centres d'appels (avec l'infrastructure nécessaire et du personnel qualifié) et qui commercialisent cette prestation.

³ CAIAZZO Bernard, les centres d'appels, les nouveaux outils de la relation client, éditions Dunod, Paris 2000, p. 42.

⁴ Le centre d'appel, cependant, est destiné uniquement à faciliter la communication. Les opérateurs sont formés pour résoudre les problèmes tous seuls et ne passent les appels à un cadre que dans des cas exceptionnels.

⁵ EL KHILI Lhoucine et ZOUHAYR Abdellatif, Les centres d'appels : un nouveau secteur en pleine développement au Maroc, Quelle opportunité pour Maroc Telecom, Mémoire pour l'obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion, institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises, Rabat, 2004, p. 16.

L'activité des centres d'appels au Maroc est en développement dans un contexte d'ouverture économique croissante, marqué en particulier par la renégociation de l'accord de libre-échange entre le Maroc et l'Union Européenne.

La concurrence s'est intensifiée sur le marché intérieur. Les grandes entreprises commencent à adopter les formes mondiales de la compétition : veiller à la maîtrise de leur part de marché en innovant, en procédant à un suivi de proximité de leur clientèle pour la fidéliser et en comprimant les coûts par le biais de l'externalisation de certaines fonctions et du recentrage sur leur métier de base.

B. Prolifération des Centres d'Appels au Maroc : états des lieux

Le secteur des centres d'appels au Maroc proliféré d'une manière douce au début d'implantation de ces genres des services et spécialement entre 1999 et 2000, puisque seulement 8 centres d'appels se sont installés au Maroc mais depuis 2000, le Maroc est devenu en quelques années le leader des activités d'Offshoring des centres d'appels francophones en Afrique¹, et ainsi d'autres langues (espagnole, anglaise, italienne, allemande et néerlandaise), agissant pour le compte de sociétés internationales dans cette branche de services : Transcom (suédois, numéro deux mondialement), Phone Assistance, CBI, CRM value, Outsourcacia, Accolade, Sitel, Primarius et le centre(SICCAM) a eu lieu en Mai 2000 à Casablanca et témoigne de la vitalité de ce secteur dans le Royaume². Les centres d'appels (IBERIA) fleurissent à Tanger car on trouve une main d'œuvre qualifiée (maîtrise de la langue) et beaucoup moins chère qu'en Europe et d'autres³. En fait, plusieurs sociétés françaises ont décidé de fermer leurs centres d'appels en Europe pour s'établir au Maroc. Les centres d'appels ont ciblé un marché en pleine expansion portant sur la fourniture d'informations interactives et de services commerciaux pour des sociétés des télécommunications françaises (la première a été Webhelp à Paris). Sans subventions de l'Etat, hormis l'exonération de la TVA pour l'exportation des services, les centres d'appels se sont multipliés à travers tout le Maroc. Leur nombre est passé de 3 en 2001 à 50 en 2004 avec un chiffre d'affaires annuel estimé à 85 millions Dollars. Ils auraient permis la création de 60 entreprises du secteur formel employant 7500 personnes, en majorité des femmes travaillant comme opératrices. Leurs bénéfices annuels nets dépasseraient aujourd'hui 100 millions dollars. Le Maroc peut tirer profit de l'expansion rapide de ce marché à travers le monde, malgré une forte concurrence en provenance de l'Inde, des Philippines, du Mexique, de la Tunisie et du Sénégal, et peut renforcer sa position de plaque tournante pour les prestations en

¹ News ANIMA, Juin 2005 bulletin n° 10, France, p. 3.

² Rapport de Banque Mondiale, Promouvoir la croissance et l'emploi par la diversification productive et la compétitivité, Mémorandum économique pays, Groupe de Développement économique et social, Moyen-Orient et Afrique du Nord Volume I, le 14 Mars 2006, p. 36.

³ ABOUYOUB Hassan Conférence de lancement du pôle lyonnais de Maroc Entrepreneurs le sur le thème, L'investissement au Maroc : Barrières et opportunités, Lyon le 14 Février 2003.

télécoms pour le restant de l'Afrique. Mais le Maroc doit faire face, malgré son succès rapide dans ce secteur, à des externalités d'information¹.

A la fin de l'année 2004 une soixantaine de centres d'appels se sont installés au Maroc et cette activité a permis la création de 7000 emplois et la réalisation d'un chiffre d'affaires de 900 millions de dirhams grâce à :

- L'implication du gouvernement marocain ;
- La qualité des acteurs dans ce secteur d'activité ;
- Une proximité géographique et culturelle par rapport à l'Europe ;
- Une main d'œuvre jeune, qualifiée, disponible à faible coût et en quantité, prête à s'investir dans ce secteur d'activité ;
- Un modèle social souple qui permet une certaine flexibilité au niveau des horaires de travail ;
- La maturité de l'activité des centres d'appel ;
- Un secteur des télécommunications bien développé ;
- La présence sur le sol marocain de nombreuses filiales des sociétés étrangères pouvant potentiellement agir en tant que donneurs d'ordres².

L'activité des centres d'appels a connu ces dernières années une hyper croissance faisant passer le marché de 3 acteurs à plus de 50 pour un chiffre d'affaire de 85 millions d'euros à la fin de l'année 2004, et offrant ainsi près de 6500 emplois.³ Et dans la même année, 11 nouveaux centres d'appels étaient en cours d'installation, générant plus de 1500 emplois⁴. Ces centres emploient environ 5500 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de l'ordre de 90 millions d'euros. Leurs localisations fin 2003 étaient Casablanca (75% des centres, 68% des positions), Rabat (22% des centres, 20% des positions) et Tanger (3% des centres, 12% des positions). Le canal de communication majeur de l'activité est la téléphonie (95%).⁵

Le nombre des Centres d'appels installés au Maroc a atteint 180 Centres en 2006 en assurant un chiffre d'affaires de 350 Millions d'euros⁶. Ces chiffres expliquent l'impact très positif ressenti au niveau de l'emploi (25000 postes en 2006), malgré que l'essentiel de l'activité des centres d'appels soit essentiellement orienté vers la France et l'Espagne. Pour continuer à se développer, ce segment d'activité doit privilégier les actions de formation, notamment linguistique orientées vers les métiers, pour les téléopérateurs ou les superviseurs ; Poursuivre

¹Ministère des Affaires Economiques et Générales, Bilan & plan d'action 2005-2007, Département de la poste et des Télécommunications et des technologies de l'information, p. 5.

²LAYACHI Khadija, Les investissements directs étrangers dans le secteur des télécommunications au Maroc, mémoire de DESA, Rabat, Souissi, 2006, p. 39.

³ JAFFRIN Stéphane, Les investissements directs étrangers dans la région MEDA, ANIMA, notes & Etudes, n° 15 Janvier 2005, p. 40.

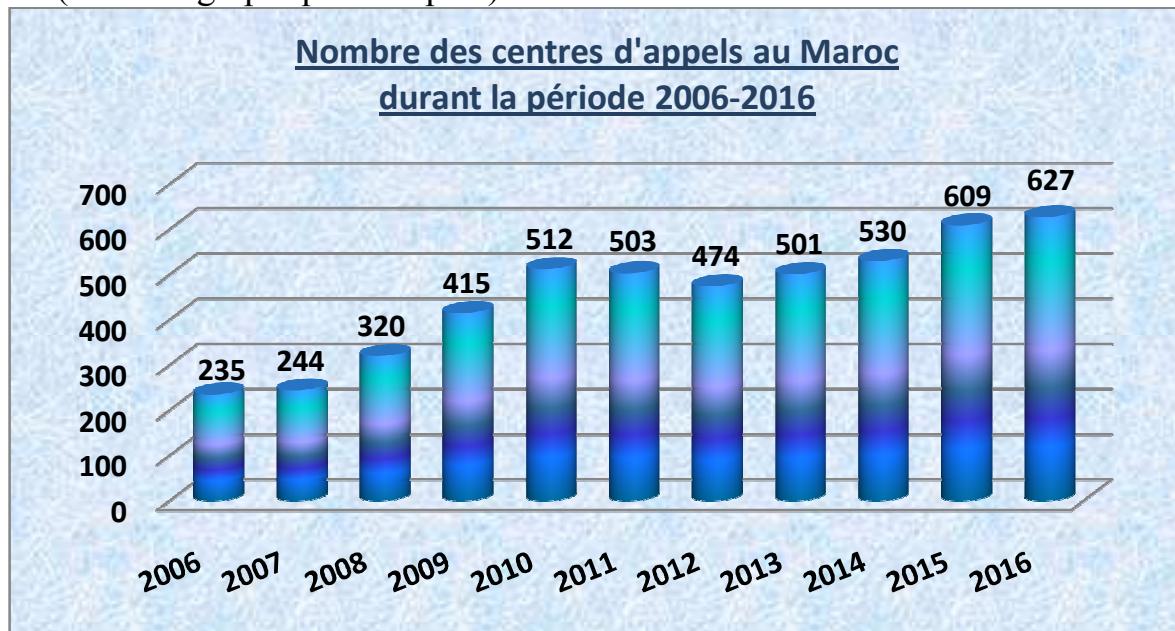
⁴BOUDAN Jaouad, La stratégie marocaine d'attractivité des IDE : le cas des télécommunications, op.cit, p. 142.

⁵ JAFFRIN Stéphane, Les investissements directs étrangers dans la région MEDA, op.cit, p. 40.

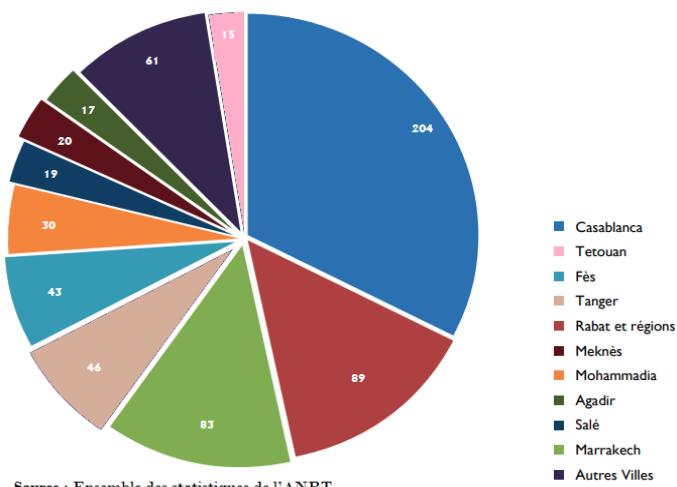
⁶ Ministère des Affaires Economiques et Générales, Département de la Poste, des Télécommunications et des Technologies de l'Information, Stratégie e-Maroc 2010 Réalisations, Orientations & Plans d'action, op.cit, p. 87.

la mise en place des infrastructures adéquates ; Assurer une montée dans la valeur ajoutée des services rendus et passer désormais d'une activité de simple détournement du traitement des appels à une stratégie de BPO (Business Process Outsourcing)¹.

Portée par une forte croissance, l'activité des centres d'appels constitue désormais un secteur clé pour l'économie nationale, notamment en termes de créations d'emplois. Le nombre des centres d'appels déclarés au 31 Décembre 2016 est de 627. (Voir les graphiques ci-après) :



Répartition des centres d'appels par ville

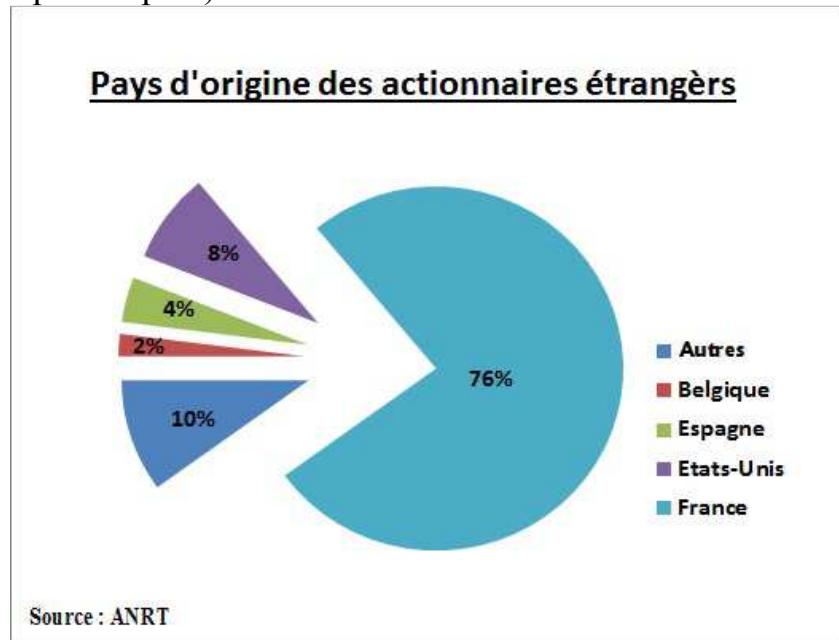


Le Maroc possède deux des trois plus grands centres d'appel délocalisés en Afrique : Phone Assistance à Casablanca et Webhelp² à Rabat. Ce dernier propose

¹GUEDIRA Yasmina, Attractivité des investissements directs étrangers au Maroc : cas du secteur des télécommunications, mémoire de DESA, Rabat, Agdal, 2004, p. 56.

²Webhelp est un opérateur international de centres de contacts, spécialisé dans la gestion externalisée de la relation client avec une offre multicanal, multiservice et multilingue.

ses services téléphoniques à douze clients français (Tiscali, Cdiscount.fr, Yves Rocher, FEDEX...)¹. Sont aussi présents l'américain Dell qui a créé son propre centre, Arvato Services, B2S, Cegetel /SFR, Bouygues Telecom, AOL, Atento... (Voir le graphique ci-après) :



Les professionnels du secteur ainsi que les autorités marocaines anticipent un développement rapide de l'activité (10000 à 20000 emplois en 2007), compte tenu notamment de l'important potentiel d'Offshoring en provenance des pays européens (France, Espagne, Belgique, Suisse)².

Les centres d'appels marocains travaillent essentiellement pour des clients européens mais opèrent également pour de grandes entreprises marocaines, dont la demande augmente vite. Citons, parmi les principaux utilisateurs locaux, Maroc Télécom, l'Office National des Aéroports, la poste, ainsi que les filiales marocaines de firmes étrangères comme Lesieur ou Danone³.

En contrepartie, il existe un nombre considérable de centres d'informations téléphoniques pour les administrations marocaines. Une liste en est dressée sur le site web : www.servicepublic.ma.

Alors que certains de ces centres d'appels sont parfaitement fonctionnels (ex : Centre d'appel de l'Agence Nationale de la Conservation Foncière, du Cadastre et de la Cartographie, Centre d'appel de l'Administration des Douanes et Impôts Indirects, d'autres ne répondent pas (Centre d'appel du Ministère du Tourisme, Centre d'appel du Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte contre la Désertification, ou leurs numéros ne sont simplement pas attribués (Service d'information "Mokawalati", Centre d'appel "kounouz biladi" de l'Office

¹ BOUDAN Jaouad, La stratégie marocaine d'attractivité des IDE : le cas des télécommunications, op.cit, p. 142.

²Ibid, p. 143.

³ Rapport – Conseil d'administration de l'ANRT, Rabat, Juillet 2007.

National Marocain du Tourisme¹. Par ailleurs, presque aucun de ces centres d'appels n'est disponible après 15 heures. Exemple parlant, le numéro des procédures administratives communiqué par le Ministère de la fonction publique et de la modernisation de l'administration ne répond que épisodiquement².

Par conséquent, Le développement de cette activité au Maroc s'explique par les coûts d'exploitation moins élevés puisque les téléopérateurs sont plus disponibles et moins chers qu'en Europe. De plus le taux de turn-over du secteur reste très faible, environ 5% contrairement à ce qui se passe en Europe, où il peut atteindre des niveaux très élevés, autour de 40%³.

Conclusion :

En guise de conclusion, le développement des systèmes d'information apparaît comme un challenge pour le Maroc en dépit de ses efforts pour moderniser l'administration et rendre le contenu numérique plus accessible, plus facile à utiliser et plus exploitable, l'économie numérique demeure en retard au Maroc. En effet, sur 138 pays Le Royaume n'est classé qu'à la 78^{ème}position au Network Readiness Index 2017.

Il convient de signaler que le développement des systèmes d'information à effectuer dans l'avenir, peuvent entraîner le Maroc dans un véritable cycle de croissance. A cet effet, pour ce, le Maroc doit maîtriser les technologies et s'inscrire résolument dans l'économie du savoir, ce qui ouvrira pour le Royaume des nouveaux horizons pour adhérer au monde de l'information.

Références bibliographiques

1. ABOUYOUB Hassan Conférence de lancement du pôle lyonnais de Maroc Entrepreneurs le sur le thème, L'investissement au Maroc : Barrières et opportunités, Lyon le 14 Février 2003.
2. CAIAZZO Bernard, les centres d'appels, les nouveaux outils de la relation client, éditions Dunod, Paris 2000.
3. CANAVAGGIO Perrine et BALAFREJ Alexandra, Vers un droit d'accès à l'information publique au Maroc, Etude comparative avec les normes et les meilleures pratiques dans le monde, UNESCO, Rabat, 2011.
4. BENABDELHADI Abdelhay & CHEMAMO Mariam, Décentralisation et déconcentration : les règles de la bonne gouvernance : cas du ministère de l'équipement et du transport, REMALD, 1^{ère} éditions, Rabat.
5. BESSAMRA Sonia et Bénédicte SAINT-LAURENT, Investir dans la région MEDA, pourquoi, comment ? Ouvrage collectif, note et études ANIMA n°22, Avril 2007
6. BOUDAN Jaouad, « La stratégie marocaine d'attractivité des investissements directs étrangers : Le cas des télécommunications », mémoire de DESA en droit international et relations internationales, Université Sidi Mohamed ben Abdellah, FSJES, Dhar El Mahraz, Fès, 2008-2009.

¹ CANAVAGGIO Perrine et BALAFREJ Alexandra, Vers un droit d'accès à l'information publique au Maroc, Etude comparative avec les normes et les meilleures pratiques dans le monde, UNESCO, Rabat, 2011, pp. 26-127.

² Idem.

³ Rapport annuel de l'ANRT au titre de l'année 2004, op.cit, p. 20.

7. BOYER Luc – EQUILBEY Noel, Organisation, Théorie et application, édition d’organisation, Paris, 2003.
8. CHANNAM ZAIM Ouaffa, Le Marketing au Maroc, concepts et réalités, éditions AL Madariss, Casablanca, 2002.
9. CHANTEPIE Philippe et LE DIBERDER Alain, Révolution numériques et industries culturelles, éditions la Découverte, Paris, 2010.
10. EL KHILI Lhoucine et ZOUHAYR Abdellatif, Les centres d’appels : un nouveau secteur en pleine développement au Maroc, Quelle opportunité pour Maroc Telecom, Mémoire pour l’obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion, institut supérieur de commerce et d’administration des entreprises, Rabat, 2000
11. GUEDIRA Yasmina, Attractivité des investissements directs étrangers au Maroc : cas du secteur des télécommunications, mémoire de DESA, Rabat, Agdal, 2004.
12. JAFFRIN Stéphane, Les investissements directs étrangers dans la région MEDA, ANIMA, notes & Etudes, n° 15 Janvier 2005.
13. HAJJAJ Redouane, Informatique : Afina s’implante au Maroc, L’économiste, 6 Décembre 2007.
14. LAYACHI Khadija, Les investissements directs étrangers dans le secteur des télécommunications au Maroc, mémoire de DESA, Rabat, Souissi, 2006.
15. LECHAT Noël et DELAUNAY Jean Claude, Les centres d’appels : un secteur, clair-obscur, éditions l’Harmattan, Paris, 2003.
16. LAHJOMRI Hicham, Internet au Maroc : Bilan & Perspectives, Séminaire INET « L’avenir de l’Internet : vers une nouvelle ère ? », Rabat, le Mardi 10 Mai 2011.
17. Lettre circulaire émanant de Ministre de l’Intérieur n° 55 en date du 16 Décembre 2014.
18. Lettre circulaire émanant de Ministre de l’Intérieur n° 32 en date du 4 Juillet 2011.
19. Lettre Royale au Premier Ministre relative à la Gestion Déconcentrée de l’Investissement, publiée dans le bulletin officiel n° 4970 du 4 Kaada 1422 (17 Janvier 2002).
20. Ministère des Affaires Economiques et Générales, Département de la Poste, des Télécommunications et des Technologies de l’Information, Stratégie e-Maroc 2010 Réalisations, Orientations & Plans d’action.
21. Ministère de l’Equipement et du Transport, La logistique du commerce et la compétitivité du Maroc, impression Okad, Rabat, 2006.
22. Ministère de l’industrie et du commerce et des nouvelles technologies, Maroc Numeric 2013, Stratégie Nationale pour la Société de l’Information et de l’Economie numérique, Rabat.
23. Ministère de l’Intérieur, Guide SI-INVEST, DCAE et DCIC, Rabat, 2014.
24. GHARBI Karim, Etude d’un projet de réseau EDI communautaire au Maroc pour la simplification des formalités de la logistique du commerce extérieur, rapport d’étude, N° version : 1.1, Banque Mondiale, 5 Mars 2005.
25. News ANIMA, Juin 2005 bulletin n° 10, France.
26. Rapport annuel de l’ANRT au titre de l’année 2004, Rabat, 2013.
27. Rapport annuel d’activité de l’ANRT au titre de l’année 2012, Rabat, 2013.
28. Rapport annuel d’activité de l’ANRT, au titre de l’année 2013. Rabat, 2014.
29. Rapport annuel d’activité de l’ANRT, au titre de l’année 2016, Rabat, 2017.
30. Rapport – Conseil d’administration de l’ANRT, Rabat, Juillet 2007.

31. Rapport de Banque Mondiale, Promouvoir la croissance et l'emploi par la diversification productive et la compétitivité, Mémorandum économique pays, Groupe de Développement économique et social, Moyen-Orient et Afrique du Nord Volume I, le 14 Mars 2006.
32. REMALD, Guide juridique de l'Offshoring, série guide et gestion n° 27, 2010.
33. Revue d'information BMCE, Août-Septembre, 2000.
34. YACHIR Fayçal, La méditerranée dans la révolution technologique, éditions l'Harmattan, Paris, 1992.

Webographie :

35. <http://www.lesoir-echos.com/economie/programme-genie-premier-bilan-de-lastrategie-2009-2013/10161/>.
36. <http://www.anrt.ma/missions/service-universel/genie>.
37. http://www.lavieeco.com/news/economie/maroc-numeric-2013-les-4-editions-du_programme-injaz-ont-profite-a-86-000-etudiants-26915.html.
38. <http://www.anrt.ma/sites/default/files/CP-Resultats-enquete-annuelle-usage-TIC-2012-fr.pdf>.
39. http://www.lopinion.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=32591

في جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة

In The Dialectic Relationship Between The Media and Authority

د. شاهر إسماعيل الشاهر

بروفيسور في مدرسة الدراسات الدولية - جامعة صن يات سين - الصين

الملخص:

هناك خلط كبير بين مفهومي السلطة والدولة في وسائل الاعلام، فالسلطة لا تعني الدولة بالضرورة، كما أن الدولة ما كانت أبداً تلك الفكرة التي تفسرها بعض النظريات ضيقه الأفق والتي سعت إلى تبني أفكار غير منهجية في محاولة منها لإرضاء الحاكم. فالعلاقة بين النظمتين السياسي والإعلامي علاقة تأثير متداول، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفقاً لطبيعة العلاقة بينهما، وشكل النظام السياسي القائم. لذا فمن الخطأ أن نتخذ مواقف كثيرة بناءً على متابعتنا لوسائل الاعلام، ونتناسى أن إعلام ما بعد الحداثة يصنع الحدث ولا ينقله فقط، فليس كل ما هو مكتوب حقيقة، وليس كل حقيقة تكتب.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام - السلطة - العلاقة - جدلية.

Summary:

There is great confusion between the concepts of authority and state in the media. The authority does not necessarily mean the state, The state has never been that idea, which is interpreted by some narrow-minded theories that aimed to adopt non-systematic ideas in an attempt to appease the ruler. The relationship between the political and media systems has a mutual influence, but the extent of the influence varies between the two parties according to the nature of their relationship and the form of the existing political system. So it is wrong to take many attitudes based on our follow-up to the media, and forget that the post-modern media makes the event and not only transfers it , Not everything that is written is true, and not every truth is written

key words: Media- Authority-Relationship- Dialectic.

المقدمة:

الدولة من أهم المنظمات السياسية الموجودة في المجتمع، ولا يمكن مقارنة أهميتها وسيادتها بأهمية وسيادة أية منظمة أخرى، وذلك نظراً لسلطتها العليا التي تمارسها مع الأفراد والمنظمات، ونظراً للوظائف المهمة التي تقدمها لأبناء المجتمع.

من الاهتمام بدراسة الدولة بمراحل عده، منها ما اهتم بتفسير نشأتها، من خلال تحليل علاقتها بالمجتمع، مثل المدرسة الماركسية الجديدة، التي ترى أن الدولة تتشكل نتيجة الصراع بين الطبقات، ومنها ما سعى لتحليل تراجع دورها لصالح فاعلين آخرين من غير الدولة. ولكن إمعان النظر في هذه المراحل يؤكد استمرار كون الدولة محور الاهتمام.

لقد اتضح أن الدولة ليست بالصورة التي تحدث عنها أنجلز، حين رأها "القوة المفروضة على المجتمع"، وليس كياناً مبسطاً، يتتألف من شعب وإقليم وسيادة، حيث اتضح أن الدولة هيكل أكثر عمقاً وتدخلاً مع المجتمع، فهي ليست هيأكل فقط، وإنما جماعات ومصالح قوى. وربما هذا ما يعطي أهمية لمفهوم الدولة العميقة، الذي كثر تداوله هذه الأيام من قبل المتابعين للتطورات في دول "الربيع العربي"، في استدعاء لفكرة الدولة التركية. حيث تطرح هذه المرحلة فكرة السلطة الامركية في مواجهة السلطة المركزية، والدولة غير الموحدة في مواجهة الدولة الموحدة، والدولة المنهارة في مواجهة الدولة المتتسكة، والدولة الكينزية في مواجهة دولة الرفاه، والمجتمع الذي يقود العلاقة مع الدولة في مواجهة الدولة التي تقود العلاقة مع المجتمع.

ولا تتضح الدولة بدون إعلام يعي ما له وما عليه، ولا يتأتى ذلك إلا بمرجعية سياسية تؤمن بالعمل الإعلامي كقرن أساسي لعمل الدولة، بل هو وجهها وأيقونتها في زحمة التنافس والمغريات¹. والسياسة الإعلامية الحديثة تقوم على أساس الصدق في المعلومة، والتواصل المستمر والمنتظم مع الناس، وال الحوار الذي يسمح بالاختلاف، والسماح للآراء المختلفة والمخالفة التعبير عن نفسها بحرية، وعدم البخل في تقديم المعلومة المفصلة لشرح وجهة نظر الحكومة. وفي ظل عصر التكنولوجيا الذي يتيح للناس الوصول إلى ما يريدونه من معلومات، لن يكتب النجاح لأي سياسة أخرى. كما أن المعلومات التي يثبت خطؤها تضعف من ثقة الناس في الحكومة فلا يعودون يصدرون أي معلومة تعطى لهم ولو كانت صادقة، وفي جميع المواضيع السياسية والاقتصادية².

أهمية البحث:

بعد أن أصبحت وسائل الإعلام تصنع الأحداث ولا تنقلها فقط، فإن موافقنا التحليلية والسياسية معرضة بشكل كبير للتشوش. لذا فإننا أصبحنا نحتاج إلى أن نوجه الاصدارات الأكاديمية لخدمة السياسة العامة. فوسائل الإعلام هي الأداة التي عن طريقها يتم إيصال الرسائل السياسية للجماهير والترويج لأية

¹ - عبد الرحمن غilan: "أهمية الإعلام للدولة"، صحيفة الثورة، اليمن، تاريخ 14 يوليو 2016.

² - مروان العشر: "السياسة الإعلامية الناجحة ضرورة لا تُرفَّع"، مركز كارنيجي للشرق الأوسط، تاريخ 16 آب 2017.

مصطلحات سياسية تسعى الحكومات لجعلها ثقافة في الشارع، وبالتالي فإن السياسة لا غنى لها عن الإعلام.

فرضية البحث:

على الرغم من أن جميع الحكومات تناولت بحرية وسائل الإعلام، إلا أن وسائل الإعلام تتأثر كثيراً بسياسة الحكومات التي تتبعها، وهو ما يخرجها عن الوظيفة الإعلامية الأساسية التي ينبغي أن تقوم عليها، كما أن ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قلل تأثير الحكومات في توجيه السياسات الإعلامية.

سؤال البحث:

يحاول البحث الإجابة على السؤال التالي: ما دمنا لم نتفق على مفهوم السياسة، فمن الطبيعي جداً أن نختلف في طبيعة ممارستها. فإذا كان من حق الإعلام أن يوجه السياسة، أليس من حق السياسة أن تضبط الإعلام..؟

إشكالية البحث:

تكمن إشكالية البحث في التعرف على تأثير السلطة على عمل وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة بعد أن أصبح الإعلام سلاحاً خطيراً يضاهي، بل قد يزيد عن الأسلحة النارية، فالحروب اليوم إعلامية في المقام الأول قبل أن تكون عسكرية، والسلطة تجد نفسها مسؤولة عن إدارة هذه الحروب.

أولاً: الخلط بين مفهومي السلطة والدولة في وسائل الإعلام

رغم الاهتمامات المشتركة التي يوليهَا علماء العلوم الاجتماعية بمختلف تخصصاتهم بموضوع الدولة، إلا أن تعاريفاتهم للدولة اختلفت وتعدّت تبعاً لطبيعة تلك الاهتمامات، لذلك فقد طرح علماء القانون، والاجتماع، والسياسة، والتاريخ، والفلسفة، والاقتصاد وغيرهم، الكثير من التعريفات للدولة، سنشير إلى بعضها، إلا أنه من الجدير بالذكر أنه هناك تداخل كبير بين مفهوم الدولة وعدة مفاهيم أخرى، مثل المجتمع، والسلطة، والقوة، والنفوذ، والسيادة ، وغيرها من المفاهيم التي تحتاج عند تفسيرها إلى توضيح معانيها بشكل يبين الفروقات الجوهرية التي تميز كل منها، وقد أدى هذا الارتباط في تفسير هذه المفاهيم بتفسير مفهوم الدولة، إلى صعوبة وضع تعريف محدد لها، ومن هذه التعريفات:

1 . تعريف (ديجي): الدولة عبارة عن مجموعة من الناس الاجتماعيين بينهم: طبقة حاكمة وأخرى محكومة.

2 . تعريف (جارنر): الدولة كمفهوم في علم السياسة والقانون العام هي: مجموعة من الناس يزدرون أو يقلون عدداً و يشغلون بصفة دائمة قطعة محددة من الأرض ويكونوا مستقلين تماماً أو تقريباً من السيطرة الخارجية، ولهم حكومة منظمة تدين لها هيبة المواطنين بالطاعة المعتادة.

3 . تعريف (ماكيفر): الدولة تنظم أعم وأشمل من الحكومة ولها دستورها وقوانينها وطريقتها في تكوين الحكومة وهيبة مواطنيها وليس مرادفة للحكومة.¹

¹ عبد الله محمد عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 1999، ص 295.

4 . تعريف (ماكس فيبر): الدولة تنظيم عقلي يوفر القيادة الرشيدة التي تسعى إلى استخدام الاهر لتحقيق أغراضها، كما يعرفها بأنها: مشروع سياسي ذو طابع مؤسسي تطالب قيادته الإدارية بالنجاح وفي تطبيقها للأنظمة باحتكار الإكراء أو الاهر البدني المشروع ذو الصفة الشرعية.

5 . التعريف الذي يوجد شبه اتفاق عليه بين علماء العلوم الاجتماعية والدارسين لموضوع الدولة فهو أن الدولة هي: مجموعة من الأفراد يقيمون بصفة دائمة في إقليم معين و تسيطر عليهم هيئة منظمة استقر الناس على تسميتها الحكومة.

وربما نجد ثمة خلط بين مفهومي السلطة والدولة في التداول بين رجال الإعلام والسياسة وبعض المفكرين، على الرغم من أن الإدراك المعرفي يفترض وضع مساحة لتحديد معايير السلطة، ومعايير الدولة، باعتبار أن العلاقة بين السلطة والدولة علاقة تركيبية، فالسلطات الحاكمة قد اتخذت أشكالاً عده عبر حركة التاريخ، وتبنّت قيماً ومفاهيمًا قد تعتبر متناقضة، لكنها في الأغلب لم تتبّنى فهماً لموقعها في مساحة الزمن، ومن هنا كانت السلطات الحاكمة تتبدل، أو تعيش مراحل تغيير، بعضها يطول، والآخر يقصر، وكما أنه لا يمكن أن يتم تفسير الدولة بالسلطة، فالسلطة لا تعني الدولة بالضرورة، كما أن الدولة ما كانت أبداً تلك الفكرة المتهافة التي تقدّرها بعض النظريات ضيقاً الأفق والتي سعت إلى تبني أفكار غير منهجية في محاولة منها لإرضاء الحاكم، ففسرت الدولة باعتبارها (مساحة من الأرض تسكنها مجموعة بشرية وهذه الأخيرة يقودها حاكم)، وهذا التفسير من التهافت بحيث أنه لا يمكن أن ينطبق على أدنى معايير الدولة. وإذا كان الأمر كذلك فكل عائلة أو عشيرة يمكن أن تصبح دولة. وهذا التفسير هو في الحقيقة يجافي ما اتفق عليه المؤرخون وعلماء السياسة والاجتماع في تفسير مفهوم الدولة.

ثانياً: وسائل الإعلام كمصدر من مصادر السلطة

العلاقة بين النظمتين السياسي والإعلامي، علاقة تأثير متبدلة، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفقاً لطبيعة العلاقة بينهما، ووفق شكل النظام السياسي ودرجة الديمقراطية التي يتم تعبئتها، ودرجة الحرية السياسية المتاحة للإعلام في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية، ودرجة استجابة النظام السياسي للاحظات وسائل الإعلام وآرائها تجاه القضايا، وتجاه الأداء الحكومي لتلك القضايا، حيث تعد وسائل الإعلام قنوات اتصالية فعالة بين النخب السياسية الحاكمة والرأي العام، انطلاقاً من تصورات النخب الحاكمة لمجريات الأحداث وعكستها للرأي العام من خلال وسائل الإعلام، كما تعكس اتجاه الرأي العام بشأن معالجة النظام السياسي للقضايا المختلفة.¹

فالأفراد الأكثر وعيًا بالسياسة يتلقون معظم الرسائل وهم على وعيها وأكثر قدرة على انتقادها وممارسة العملية الانتقادية، لأنهم يقيمون هذه الرسائل في ضوء خلفياتهم الأيديولوجية، ولكن في المقابل فإنهم يكونون في حالات أخرى أكثر قابلية للتأثر. أما الأفراد الأقل وعيًا بالسياسة فهم أقل اهتماماً بها، وبالتالي

¹ - عبد الله بن علي العليان: "الإعلام والسلطة بين التفاهم والاختلاف"، تاريخ 20/12/2015، على الرابط: <https://webcache.googleusercontent.com>

فهم يتلقون قدرًا محدودًا من الرسائل، ويحكمون عليها من خلال خلفياتهم السابقة، لأنهم يفتقرن إلى المعلومات ذات السياقات السياسية الآتية، فينخفض بالتالي معدل التأثير بوسائل الإعلام.

وهنا سوف نستعرض الأمور التي تشكل مصادر السلطة الفردية والاجتماعية، وهي¹:

1 - العلم: في المجتمع المتعلم لا يمكن لأي قائد أن يصل إلى السلطة أو يقوم بتطبيقها ما لم يكن يتحلى بالعلم الصحيح والمناسب.

2 - التنظيم: التنظيم بحد ذاته سلطة، وما تشكيل الأحزاب السياسية في الأنظمة الديمقراطية إلا لتحقيق هذا الهدف.

3 - المكانة: تعد المكانة منبئ القدرة. فالمكانة الاقتصادية تساعد أصحابها على التغلب على معارضيه. كما أن المكانة الاجتماعية تساعد الآخرين من أجل كسب السلطة والنفوذ. كذلك فإن المكانة الدينية تعد أحد مصادر السلطة والنفوذ.

4 - الاقتدار: الاقتدار هي السلطة المشروعة. أي الوصول إلى المكانة السياسية أو الحقوقية وفقاً للقانون وبشكل مشروع، يزيد من سلطة الفرد ونفوذه.

5 - المهارة: تزيد هذه الخصلة من سلطة الفرد. حيث أن الشخص الذي يتمتع بالمهارة والتخصص في مجال من المجالات، يمكنه التفوق على الآخرين الذي لا يمتلكون المهارة في هذه المجالات.

6 - الإيمان: للحفاظ على الاقتدار أو تطبيق السلطة، لا يكفي الاعتماد على القوة وحدها. لذلك فيينبغي للحكومة أو القائد التحلي بالإيمان من أجل ديمومة سلطته.

7 - وسائل الإعلام : فوسائل الإعلام هي أحد المصادر الهامة للسلطة. حيث يمكن لرؤساء التحرير في المطبوعات المختلفة أن يمارسوا تأثيراً كبيراً على المجتمع. كما أن للراديو والتلفزيون تأثيراً كبيراً على الأفكار العامة. لذلك تعد وسائل الإعلام مصدراً هاماً في خدمة الحكم.

ثالثاً: وسائل الإعلام في النظم الديمقراطية الغربية

ترتکز النظم الديمقراطية الغربية على عدد من المبادئ، وهي²:

1 - احترام مبدأ الفصل بين السلطات:

ويعد أحد أهم المبادئ التي ترتكز عليها النظم الديمقراطية الغربية أو هو مبدأ رئيسى للديمقراطية في جوهرها تماماً على نحو يماثل في ذات الأهمية مبدأ سيادة الأمة أو الشعب.

ويرجع هذا المبدأ إلى المفكر الفرنسي مونتسكيو والمتمثل في الفصل بين السلطات الثلاث: التشريعية، والتنفيذية والقضائية. والذي كان تأثيره على النظام الديمقراطي للثورة الفرنسية كبيراً مثلاً كان تأثير المفكر

¹ - شاهر إسماعيل الشاهر، الدولة: دراسة في علم الاجتماع السياسي، ط1، عمان: دار الاعصار ، 2018، ص148-149.

² - علي خليفة الكواري: "مفهوم الديمقراطية المعاصرة"، في: قراءات أولوية من خصائص الديمقراطية والمبادئ العامة المشتركة للدستور الديمقراطي في المسألة الديمقراطية في الوطن العربي، (مجموعة باحثين)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000، ص20.

الفرنسي الكبير جان جاك روسو في كتابه العقد الاجتماعي الذي أبرز فيه نظرية أو مبدأ سيادة الأمة. ويدعو هذا المبدأ إلى¹:

- حماية الحريات ومنع الاستبداد.
- ضمان احترام مبدأ سيادة القانون.
- حسن وإنقان أداء وظائف الدولة.

2- احترام الحقوق والحراء الفردية:

تأسس الديمقراطية الغربية على فكرة الحرية ولذلك تسمى الديمقراطية بالديمقراطية الحرة. والمقصود بهذا المبدأ هو أنه لكل فرد من أفراد الشعب حقوق وعلى قدم المساواة. والحراء الفردية منذ القرن الثامن عشر تسمى بالحراء التقليدية لكي تميز عن تلك الحراء والحقوق الأخرى الاجتماعية والاقتصادية التي ظهرت خلال القرن العشرين. وأضاف إعلان حقوق الإنسان للثورة الفرنسية وأعطى أهم الأمثلة على الحقوق والحراء الفردية فنصت إحدى مواده الهامة على أن غاية كل نظام سياسي هو المحافظة على الحقوق الطبيعية أي الفردية للإنسان وهي: الحرية والملكية وحق الأمن وحق مقاومة الظلم. ومن الأساسيات التي ينبغي على النظام الليبرالي أن يتبعها في احترامه للحراء الفردية هو أن يسعى إلى ضمان حماية الحراء التالية لأفراد الشعب:

أ- **الحراء الشخصية:** وتحوي الحق في الوجود الإنساني، حرية وحق الأمن، حرية التقليل، حرمة المسكن... الخ.

ب- **الحراء الفردية:** وتحوي حرية العقيدة وممارسة الشعائر الدينية، حرية الرأي والتعبير، حرية التعليم، حرية الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام، وحرية التجمع في المحافل والتنظيمات الحرة في ظل ما يسمى بمؤسسات المجتمع المدني..

ت- **الحراء الاقتصادية:** أي الحق في التملك للأموال والعقارات وواجب الدولة في حماية ملكه وتأمين حقه القانوني في استعمال واستغلال هذا المال والتصرف فيه فيما يحقق الصالح الخاص ومن ناحية ثانية، حق كل فرد في مباشرة كافة الأنشطة الاقتصادية الحرة والمفتوحة كالتجارة ومشروعات التجارية والصناعية والزراعية.

ث- **الحراء أو الحقوق السياسية:** وتتجمع حول فكرة أساسية هي حق المواطنين في المشاركة في الحكم والشؤون العامة للدولة والحراء السياسية التي تتضمن حق المشاركة الشعبية في الحكم أو السلطة وتشمل أيضاً حق الانتخاب والترشح.²

ولكي تتمكن وسائل الاتصال من القيام بوظائفها الديمقراطية، لابد من توافر أربعة شروط أو محددات رئيسة، وهي¹:

¹ - شاهر إسماعيل الشاهير، الدولة: دراسة في علم الاجتماع السياسي، مرجع سابق، ص 163.

² - محمد رفعت عبد الوهاب: الأنظمة السياسية، منشورات الحلبية الحقيقة، بيروت، 2005، ص 193.

- 1- القدرة على تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع: حيث إنه توجد في كل مجتمع مجموعة من الجماعات ذات الأهداف والاحتياجات والأيديولوجيات المختلفة، وحتى تستطيع وسائل الإعلام أن تمثل المجتمع في تنوّعه فإنها لا بد أن تتيح لكل هذه الاتجاهات فرصة الوصول إلى الجماهير، وأن تعرض أفكارها دون أية قيود من السلطة الحاكمة، وعندما يتحول استخدام وسائل الإعلام إلى نوع من الامتياز والاحتكار لبعض الأشخاص والجماعات والاتجاهات الفكرية والأيديولوجية المسيطرة تتراجع الديمقراطية، وتتنقى وظائف الإعلام الديمقراطي.
- 2- حماية المجتمع: فيرى Habermas أن الشرط الثاني لقيام وسائل الإعلام بوظيفتها في المجتمع الديمقراطي هو أن تتوفر لها القدرة على حماية مصالح المجتمع، بأن تكون حارساً للمجتمع. حيث يتطلع الجمهور لوسائل إعلام تراقب تركي بالسلطة داخل المجتمع، وتمثل مصالح المجتمع في مواجهة السلطة، وإخبار الجمهور بأية انحرافات ترتكبها السلطة.
- 3- توفير المعلومات للجمهور: حيث إن توفير وسائل الإعلام للمعرفة يتم لصالح الأفراد والمجتمع في الوقت نفسه، ومن خلال ذلك يتكامل دور وسائل الإعلام مع دور المؤسسات التعليمية، فلكي يزدهر المجتمع الديمقراطي فإن أعضاءه يجب أن يتقاسموا المعرفة، وتقاسم المعرفة هو شكل من أشكال التعليم الذي يضمن أن تكون عملية صنع القرار صحيحة وقائمة على المعرفة، فيشير Habermas إلى ضرورة توفير المعرفة للجميع لكي يستطيعوا أن يتذروا القرارات الصحيحة، ولكي تكون تلك القرارات في صالح المجتمع، وهذا لا يمكن تحقيقه إلا إذا حصل كل مواطن على المعلومات مما يحدث في العالم، وأصبح هناك فهم مشترك بين المواطنين لهذه الأحداث.
- 4- المساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية: فوسائل الإعلام تساهم عن طريق تقاسم المعرفة في تحقيق الوحدة الاجتماعية، كما تساعد المجتمع على أن يظلم وحداً حيث توجد ثقافة عامة مشتركة لكل أعضاء المجتمع، ووسائل الإعلام تقوم بنشر هذه الثقافة العامة المشتركة، فكلما شعر أعضاء المجتمع بهذا المشترك الثقافي زادت وحدهم وزداد تقدّرهم على اتخاذ القرارات التي تحقق المصلحة العامة؛ فالمساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية والترابط تعد من الوظائف الرئيسية للإعلام كما حدّدها Lasswell (حيث يرى أن من الوظائف المهمة للاتصال تحقيق الترابط في المجتمع تجاه البيئة الأساسية وقضاياها، وتقدير ما يجري من أحداث وما يبرز من قضايا بما يساعد على توجيه السلوك؛ حيث لاتصال دور في تشكيل الرأي العام الذي به تتمكن الحكومات في المجتمعات الديمقراطية من أداء مهامها).

رابعاً: علاقة الدولة بالثقافة والإعلام:

عادةً، ما ترتبط الدولة في الخيال العام بالخوف، في الشرق الأوسط على وجه الخصوص، فيما ترتبط الثقافة بالمعرفة، وبإضفاء العقلانية على الأشياء والظواهر.

¹ - JurgenHabermas : Structural Transformation of The Public Sphere (Cambridge , MA: Mit Press ,1989) pp. 171-179.

ومن واجبات الدولة الديمقراطية الحديثة أن توفر مناخ الحرية للثقافة والمتقين، فكل خنق لهذه الحرية ولو بسميات تحاول أن تشرعن هذا الخنق، كسمى الثقافة الموجهة، والأدب الموجه، والفن الموجه، والإعلام الموجه، ما هو إلا أساليب لقتل روح الإبداع الثقافي في الأمة، وبالتالي شل طاقتها في التقدم والازدهار. ومن لوازم الحرية التي يجب على الدولة الديمقراطية توفيرها هو وعي لازم من لوازم التقليد الديمقراطي، والالتزام المساوق للوعي بذلك التقليد، ألا وهو – أي ذلك اللازم للتقليد الديمقراطي – هو الفصل بين ما هي البرامج الثقافية والإعلامية للدولة، وما هي البرامج الثقافية والإعلامية للسلطة، باعتبار أن الدولة تمثل العنصر الثابت، بينما السلطة تمثل العنصر المتحول على ضوء مفهوم التداول السلمي للسلطة، ومن هنا لا يجوز للسلطة أن تؤدلج الثقافة أو تسيسها طبقاً لإيديولوجيتها السياسية.¹

ولا يمكن أن تحلّ الدولة محل الثقافة، ولا الثقافة محلّ السلطة، وعبر التاريخ فشلت كل المحاولات إلى تحقيق ذلك. طبعاً، الدولة تسعى بقوة إلى احتواء الثقافة بكلّ الطرق المتيسرة لديها، وفعلاً تمكنت من ترويض الحصان الجامح للخطاب الثقافي، بيد أنها في المنظور الكلي لم تستطع أن تحول الثقافة إلى رعية من رعاياها الخاضعة لإرادتها والمشمولة بعطفها.

لكنّ هذا لا ينطبق على كلّ الثقافة، وينبغي الاعتراف بأنّ قسماً منها تحول إلى مجرد أداة رخيصة في يد الدولة لخداع الناس، وتمرير المشاريع المنافية لحقوق الإنسان.

ولأنّ الإعلام انعكاس للحالة التي يعيشها المجتمع، وجب عليه أن يقوم بالوظائف التي يتوقعها منه الجمهور، وهو ما يعطي المادة المقدمة قيمة حين يلتف حولها الجمهور. من هنا كانت أهمية قيام وسائل الإعلام بتعزيز الأدوار الثقافية عبر إتاحتها للجميع بيسر وسهولة، وهو ما يطلق عليه "ديمقراطية الثقافة"، باعتبارها تمثل للعديد من الناس الوسيلة الأيسر للتنفيذ وتنمية الفكر، وتهذيب النفس، كما أنها تعدّ الذاكرة المرئية التي يمكن استدعاؤها كل حين.²

وينبغي أن نذكر باستمرار، أنّ الثقافة عين المراقبة التي لا تَطْرُفُ قطّ، وفي المقابل فإنّ الدولة الممثلة في السلطة هي عين مراقبة أيضاً، الأولى تراقب أداء الدولة/ السلطة، والثانية تراقب الأداء التفسيري للثقافة. بمعنى آخر، الثقافة تراقب الكيفية التي تسوس بها الدولة، ومنظومة التجاوزات المصاحبة لتلك السياسة، بيد أنّ هذه المراقبة ليست حيادية مطلقاً، إنما مشاكسة، متمردة، رافضة، مؤجّحة ومحرّضة، وهنا تكمن خطورتها الأزلية. وفي الطرف الآخر، فإنّ مراقبة الدولة/ السلطة تتجه إلى فهم الشيفرات التي تخاطب بها الثقافة المجتمع. لأنّ تلك الشيفرات، إحدى أهمّ الطرائق التي تخدع بها الثقافة الدولة، لكي تمرّ خطابها الموصوف بالتحريض على مقاومة الاستبداد.

ولم تعد الثقافة محصورة في نخبة محددة، إنما ثمة ثقافة شعبية لا يمكن إهمالها أو النقليل من شأنها في حياة المجتمعات الحديثة، وهو ما أدركته حركة ما بعد الحداثة الغربية. ونظراً لذلك، فإنّ الدولة التي صارت

¹ - ضياء الشرجي: " بين ثقافة الدولة وثقافة السلطة" ، تاريخ المقال: 6/4/2006، على الرابط:

² - خالد الحاجة: " جملة العلاقة بين الثقافة والإعلام" ، صحيفة البيان، تاريخ 28 أكتوبر 2014.

تستمر كلّ شيء، فإنّ بعض الأنشطة الثقافية صارت هي الأخرى قابلة للاستثمار ، وهذا يعني ثمة منظور اقتصادي يمكن الإفادة منه في إدارة شؤون الثقافة الحديثة.

إنّ خسارة الثقافة التي ظلت تسير معها جنباً إلى جنب، تتمثل في عدم وضع خطط لنقريب الثقافة من الواقع، وهو ما يقتضي من الدولة الحديثة أن تأخذ في الحسبان، لتحويل النشاط الثقافي إلى نشاط يجري بين الناس، وإلى الناس بصورة مباشرة. بيد أنّ هذا، يتطلب وعيًا جديداً من الدولة بوظيفة الثقافة الجديدة، تلك الوظيفة التي نقلت الثقافة من مفهوم ضيق إلى مفهوم تتضمن تحت مظلته جملة من النشاطات المتعددة. وبعد أن كانت السياحة نشاطاً اقتصادياً في المقام الأول، فإنها الآن نشاط مزدوج: ثقافي واقتصادي في الوقت نفسه. وهو ما يحتم أن يعاد النظر في مفهوم الثقافة نفسه، من مجرد تدريب على استعمال المحسنات اللغوية في الكلام إلى محاولة جادة إلى الاندماج في الحركة الناسية المثيرة للدهشة والجدل على نحو مستمر. وهكذا، فإنّ الثقافة تصبح عموداً من أعمدة بناء الدولة الحديثة، إذ لا تتمكن هذه الأخيرة من إنجاز أيّ مشروع دون أن يتمتع بأرضية من الاستهلاك الثقافي على الصعيد العام.¹

إنّ تخليص الثقافة من قبضة الأيديولوجية، كفيل ببناء المؤسسة الثقافية نفسها على أسس تتمكن من خلالها إنجاز مشاريعها بفضاء واسع من الحرية، ومن ثم تتمتع بقسط وافر من المصداقية الاجتماعية، الضرورية لنجاح المشاريع والأفكار الثقافية الجديدة.²

خامساً: دور وسائل الإعلام في تعزيز قيم المواطنة

يقوم مفهوم المواطنة على عدة مبادئ، في مقدمتها تساوى الناس في الحقوق والواجبات بغض النظر عن العرق أو الدين أو اللهجة أو النوع أو الوضع الطبقي. وبما أنّ الإعلام هو معالجة فكرية وحضور وتفاعل ومناقشة صريحة وجرئية لمشكلات البلاد، ومن بينها مشكلة المواطنة التي باتت في حاجة إلى حل ناجع وسريع، لمقاومة استراتيجيات ترمي إلى النيل من وحدة بلادنا، وتكاملها الوطني. فإنّ تعزيز قيم المواطنة يتم من خلال تطبيق عدد من الإجراءات، ومنها:

- تطبيق مبدأ تكافؤ الفرص وحظر التمييز خاصة في مجال العمل والتي تمس حياة الناس جميعاً، متضمناً وسائل التقدم للعمل وتنظيم الاختبارات لشغل الوظيفة وحق المواطن في الحصول على شهادة تكشف النقاب عن أسباب عدم قبوله وتنظيم كافة التزامات أرباب العمل تجاه المواطن سواء كانت الحكومة أو القطاع العام أو الخاص أو الأهلي؛ لتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص وعدم التمييز بين المواطنين إلا على أساس الجدارة الحقيقة مع الاهتمام بحقوق المعاقين وأصحاب الاحتياجات الخاصة في شغل وظائف حقيقة لهم، وضرورة انتهاء المحسوبية والواسطة، فنحن في حاجة إلى مجتمع بلا معسكرات ذات نسيج واحد.³.

¹ - ناظم عودة: مشكل الدولة والثقافة، مركز النور، تاريخ 16/6/2007، على الرابط: <http://www.alnoor.se/article.asp?id=6837>

² - رياض عزيز هادي: "حقوق الإنسان (تطورها- مفاهيمها- حمايتها)"، كلية العلوم السياسية جامعة بغداد، 2005، ص 71.

³ - إبراهيم أحمد إبراهيم: مفهوم المواطنة بين المحلية والعالمية، مصر نموذجاً، عرض لرسالة دكتوراه بنفس العنوان للباحث قيد دياب قايد، كلية الآداب، جامعة بنها، 2006، شؤون اجتماعية، العدد 101، ربى 2009، السنة 26، ص 280.

- خطورة التمييز ضد المرأة في العمل، فليس من المقبول أن يرفض البعض تشغيل المرأة بسبب حصولها على إجازات رعاية الأطفال والحمل والولادة وغيرها. ويظهر مبدأ تكافؤ الفرص بالنسبة لعمل المرأة الكثير من التناقضات حتى في أوروبا؛ فدائماً ما تكون المرأة هي الضحية لأن المستوى التعليمي متباين بين المرأة والرجل وبالرغم من تلك لاتزال فرص العمل للمرأة أقل ولا يزال هناك عدم مساواة بالنسبة للنساء في تولي المراكز القيادية والاقتصادية والعلمية ولا يزال أجر المرأة أقل من الرجل حتى وإن قام الاثنان بالعمل نفسه.
- الانهاء من مراجعة المناهج الدراسية بواسطة الخبراء المختصين لتنقية المناهج من أي تمييز بين المواطنين مهما كانت اختلافات المكانة الاجتماعية أو الجنس أو الدين.
- ضرورة رفض التهميش لفئات في المجتمع، مع قبول مبدأ التعددية الثقافية والتعبير عنها؛ فدولة المواطننة هي دولة القانون والحرية والعدالة. يتساوى فيها المواطنون أمام القانون. وهي قوية بوحدتها، وثانية بتنوعيتها.
- نشر الديموقراطية في إطار النظام العام واحترام مصالح المجتمع ومصالح الأفراد داخله، ولو اقتتنا بحق الفرد في التعبير عن رأيه والاختلافات في الرأي والتأكيد على أنه لا يمتلك أحد الحقيقة المطلقة وهي غير موجودة إلا في الذات العليا وهي وجود الله سبحانه وتعالى فقط، وهذه هي الحقيقة الوحيدة وغير ذلك هي حقائق نسبية والفكر أيضاً نسبي، ومن حق كل فرد أن يعتقد في شيء وأن يتحاور حوله ويختلف أو يتفق مع غيره ويجب على المحاور أن يعترف بحق من يحاوره في الانفاق والخلاف وحقه في إبداء الرأي. وكل مواطن الحق في إبداء رأيه سواء اختلف أو اتفق مع الآخرين ويجب أن يعبر عن وجهة نظره بحرية كاملة طالما أن هذا الحوار لم يتعرض للكيان الوطني أو النظام العام أو صالح المجتمع.
- تغيير البرامج الإعلامية بشكل جذري؛ فالإعلام لا يشجع على إقرار وتأكيد أفكار المواطننة وأفكار المساواة بين الأفراد بعضهم بعضاً، فهو إعلام يفرق ويفرز بين الحاكم والمحكوم، وبين الغني والفقير، وبين المنتهي إلى مجتمع ومجتمع آخر، وهي أفكار تتنافى وفك المساواة بين الأفراد.
- سيظل مفهوم المواطننة والدولة الحديثة، مغيناً في فكر تيارات الإسلام السياسي، باختلاف تشعباتها، ما لم تحدث نقلة نوعية في بنيتها ومنطلقاتها، بحيث تتمكن من تجاوز غربتها التاريخية. إن ذلك يستدعي تغييراً في المرتكزات الثقافية والفكرية التي تستند عليها هذه التيارات، وقبول فكرة التعدد والتسامح والتعايش السلمي مع الآخر، بما يعزز مفهوم الشراكة والتوفيق الوطني. وهو وحده سبيلها، إذا أرادت التخلص من غربتها، والعيش في القلب من أوطانها وليس على هامش التاريخ¹. فلكي ينتصر الإعلام للمواطننة، فلا بد أن يشارك المجتمع كله بمختلف طبقاته وفئاته وشرائحه وتوجهات أفراده ومشاربهم في صياغة السياسة الإعلامية.

سادساً: خصائص العملية الإعلامية في ظل النظم السياسية الدكتاتورية

¹ - شاهر إسماعيل الشاهر: "من تشخيص السلطة... إلى تأسيس السلطة... دور مؤسسة الرئاسة في عملية صنع القرار"، الفكر السياسي، العدد 50، دمشق: اتحاد الكتاب العرب، 2014.

الدكتاتورية كلمة لاتينية: هي شكل من أشكال الحكم المطلق حيث تكون سلطات الحكم محصورة في شخص واحد كالملكية أو مجموعة معينة كحزب سياسي أو ديكاتورية الجيش. وكلمة ديكاتورية مشتقة من الفعل (dictatus) بمعنى يُملي أو يفرض أو يأمر. وللديكتاتورية أنواع حسب درجة القسوة فالأنظمة ذات المجتمعات المغلقة التي لا تسمح لأي أحزاب سياسية ولا أي نوع من المعارضة وتعمل جاهدة لتنظيم كل مظاهر الحياة الاجتماعية والثقافية وتضع معايير للأخلاق وفق توجهات الحزب أو الفرد الحاكم تسمى أنظمة شمولية مثل ألمانيا النازية والإتحاد السوفياتي والفاشية، ويمكن اعتبارها نسخة متطرفة من السلطوية حيث أن الأنظمة السلطوية لا تحكم في المنظومة الاقتصادية والاجتماعية للبلد من الناحية النظرية على الأقل، والأنظمة السلطوية بشكل أدق هي الأنظمة التي لا تحكم وفق أيديولوجية سياسية محددة ودرجة الفساد فيها أعلى من تلك الشمولية.¹

ظهرت في تلك الفترة عد من الأنظمة السياسية التي وصفت من قبل أصحاب المذهب الليبرالي بالدكتاتورية مثل الأنظمة الفاشية في إيطاليا وألمانيا والنظام الشيوعي في الإتحاد السوفياتي السابق، حيث اتسمت تلك الأنظمة حسب الليبراليين بسمات الدكتاتورية مثل نظام الحزب الواحد، تعبئة الجماهير بإيديولوجيا النظام الحاكم، السيطرة على وسائل الإعلام وتحويلها إلى بوق للدعائية لصالح النظام، توجيه النشاط الاقتصادي الاجتماعي للجماهير توجهاً إيديولوجياً لصالح النظام الحاكم والاستخدام التعسفي لقوة الأجهزة الأمنية من أجل ترويع المواطنين. ومن الأمثلة على الحكام الدكتاتوريين.

عادة ما تكون وسائل الإعلام في النظم الدكتاتورية ناطقةً باسم السلطة الحاكمة، ولا تنشر الأخبار إلا بما يتوافق مع أهدافها وغاياتها، ومن خلال ذلك يمكن لنا أن نطلق عليها نظرية خاصة تحت مسمى: "نظرية السلطة"، وتقوم هذه النظرية على أساس أن الحاكم والحكومة هما الدولة، وهما الصالح العام، وأن سعادة أي شعب واستقراره تكمن في التسليم المطلق للحاكم والحكومة، والانقياد بالولاء والطاعة، ومن ثم يكون الفرد أداةً في خدمة الحاكم والحكومة، التي تعتبر نفسها صاحبة الحق الأول في تقرير الحقائق أو المعلومات التي تصل إلى أذهان الناس".²

ويمكن إجمالاً أبرز خصائص العملية الإعلامية في ظل النظم السياسية الدكتاتورية بما يلي³:

- **الحاكم والحكومة: مما صاحبا الحق المطلق في السماح بظهور وسائل الإعلام والترخيص لها بممارسة عملها في حدود ما يقرّنه ويسمحان به.**
- **هذه الوسائل مقيدة بقيود رقابية سابقة للنشر ولاحقة عليه.**
- **يُحظر على وسائل الإعلام حظراً تاماً توجيهًا ينقد للحاكم أو سياسته أو سلوكه الشخصي.**
- **السلطة هي المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات.**

¹ - Pipes, Richard (1995), Russia Under the Bolshevik Regime, New York: Vintage Books, Random House Inc . ISBN6-50242-394-0 p.240-281

² - شلبي: كرم، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، بيروت: دار الشروق، 2007، ص 23.

³ - المرجع السابق، ص 24-23

- الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي تأييد سياسة الحكومة، والدعوة إلى تعزيزها.

سابعاً: وسائل الإعلام والدولة العميقة

لقد أصبحت وسائل الإعلام المساندة للدولة العميقة هي من يضع أجندات اهتمامات الرئاسة والحكومة والجمهور العام، وإعلام الدولة العميقة هو إعلام انتزعت منه السلطة الرابعة وتحول لخادم مطيع يسير في أفلال الحكومات، يحرض على استمرار إغماض الناس لأعينهم¹.

وكان مصطلح الدولة العميقة قد نشأ أولاً في تركيا في تسعينيات القرن الماضي للتعبير عن شبكات من المجموعات وضباط القوات المسلحة الذين أخذوا على عاتقهم حماية علمانية الدولة التركية بعد قيامها على يد مصطفى كمال أتاتورك ومحاربة أي حركة أو فكر أو حزب أو حكومة تهدد مبادئ الدولة التركية العلمانية، وكان ذلك أول تعريف وظهور لمفهوم الدولة العميقة².

تردد بعد ذلك مفهوم الدولة العميقة بين العديد من الدول، ولا سيما في منطقتنا العربية والإسلامية وخاصة فيما بعد الانتقادات العربية التي تعلقت على العديد من العواصم العربية وما آلت إليه الأحداث خاصة في دولة بحجم مصر، والتي شهدت تحولاً أظهر مفهوماً واضحاً للدولة العميقة التي لعبت دوراً مهماً في مجريات الأحداث، ذلك المفهوم هو أنها تمثل المؤسسات العسكرية والأمنية القضائية والإعلامية التي تجتمع على هدف الحفاظ على مصالحها ضد أي تهديد والعمل على إبقاء الوضع على ما هو عليه بما يحفظ تلك المصالح المتشابكة، كما تقوم بذلك بدعوى الحفاظ على الأمن القومي ضد التهديدات الخارجية. يمكن تتبع تاريخ الدولة العميقة في تركيا كمثال لأنها مصدر كلمة الدولة العميقة *derindevlet* وهو مصطلح تركي شائع يصف ما تم ذكره في التعريفات السابقة ويرمز لها في السياسة التركية بالذئب الأغربر المعبر عن القومية التركية كما تقول الأساطير التركية.³

يرجع بعض المؤرخين السياسيين الأتراك الدولة العميقة إلى اللجنة السرية التي أنشأها السلطان سليم الثالث 1761-1808 لحمايته بعد محاولة اغتياله وهو عائد من حربه مع روسيا والنمسا الجدير بالذكر هنا أن الصدر الأعظم لم يكن يعلم بوجود هذه الجمعية. بعض المؤرخين كذلك يرجع وجودها إلى تاريخ أقرب من هذا ويبدون أن بداية تكون الدولة العميقة كان مع جمعية الاتحاد والترقي التي كانت تعمل على إلغاء السلطنة وإنشاء الجمهورية.

لقد نجحت الدولة العميقة في وقف تقدم الفكرة الإسلامية نحو كيان الدولة لعقود من الزمان. منذ إعدام الزعيم الإسلامي المعروف عدنان منداريس في ستينيات القرن الماضي بعد وصوله للسلطة بالطريق

¹ - ياسر سليمان أبو عليون: "إعلام السلطة.. عندما يصبح الصحفي مخبر الدولة"، مونات الجريدة، تاريخ 13/5/2018.

² - إبراهيم السيد: ما هي الدولة العميقة؟، تاريخ 2/8/2015، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، على الرابط: <http://rawabetcenter.com/archives/10366>

³ - Peter Dale Scott: The «Deep State» behind U.S. democracy, Voltaire Network Berkeley (États-Unis) | 6 April 2011: <http://www.voltairenet.org/The-Deep-State-behind-U-S>

الديمقراطي. وانتهاء بحل حزب الرفاه في نهاية القرن الماضي بعد وصول الزعيم الإسلامي أريلان للسلطة بالطريق الديمقراطي أيضاً.¹

وارتبط مصطلح «الدولة العميقه» بمصطلح آخر، وهو «دولة داخل الدولة»، ويعني الأخير أن هناك حكومة على رأس حكومة أخرى، ويتم انتخاب واحدة من قبل غالبية الناس في حين أن الأخرى لا تمر بأي عملية انتخابية، وعادة ما تتألف حكومة ما وراء الكواليس من عناصر داخلية تمثل في التالي:²

1- كبار الموظفين الحكوميين السابقين المدنيين والعسكريين، فهؤلاء يتغدون على التناوب على السلطة، وعلى تقاسم الثروة والامتيازات، وأحياناً يتافسون فيما بينهم.

2- النخب الرأسمالية، أي رجال الأعمال الذين يحاولون استخلاص رأس المال، واحتكار الاستثمارات، استمرار امتيازاتهم المالية.

3- عناصر من الأوساط الأكاديمية والمتخصصين والتكنوقراط، لاسيما أولئك الذين يعرفون كيفية السيطرة على الدولة من خلال عملية صياغة الدستور ووضع القوانين والتشريعات الأخرى التي لديها أجندة خفية أو البنود التي تسمح لقوى الوضع القائم بالاستمرار في امتيازاتها ونفوذها. وذلك فضلاً عن الدعم الخارجي الذي يتمثل في التحالفات أو الاتفاقيات مع الدول القوية خاصة الولايات المتحدة الأمريكية، فيما يتعلق بحماية المنافع والمصالح المتبادلة.

وتتمثل المهمة الرئيسية لهذه «الدولة داخل الدولة» في عدم السماح بحدوث أي تطور من شأنه أن يفقدها قوتها لصالح حدوث منافسة حقيقة ديمقراطية، وكذلك تهدف الحكومة الخفية إلى:³

1- خلق صورة مشوهة عن النظام السياسي الديمقراطي الجديد، وجعل الناخبين يشعرون بأنهم لا يستطيعون الاعتماد على النظام الديمقراطي.

2- جعل الحكومة الديمقراطية عاجزة، لا قيمة لها، وإذا كانت تبدو جديرة بالثقة، ثثار على الفور اتهامات بالفساد والدكتatorية لهز ثقة المواطنين فيها.

3- تعقيد النظام البيروقراطي في الدولة، والعمل على إعاقة إنجازات النظام الجديد سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية.

4- استغلال الدعاية الإعلامية لصالح رموز النظام السابق، ومقاومة النظام الجديد.

5- التأكيد للقوى الخارجية أن ضمان مصالحها مشروط باستمرار عناصر هذه الدولة الخفية في السلطة، وأن تغييرهم من شأنه أن يهدد مصالح الدول الخارجية.

¹ - Joshua E. Keating, Coups Ain't What They Used to Be, Foreign Policy, 27-6-2012:http://www.foreignpolicy.com/articles/2012/06_ain_t_what_they_used_to_be

2- إبراء أحمد إسماعيل: "الدولة العميقه... مرجعية جديدة"، مجلة الديمقراطي، العدد 49، تاريخ 2013/1/26.

³ - Dexter Filkins: The Deep State: The Prime Minister is revered as a moderate, but how far will he go to stay in power?, The New Yorker, March 12- 2012: http://www.newyorker.com/reporting/2012/03/12/120312fa_fact_filkins

وفي سعيهم لتحقيق هذه الأهداف، يحرض القائمون على هذه الشبكة على أمرین، الأول: عدم الكشف عن أنفسهم بغض النظر عن مدى الضغط، ويتم تمرير أي أوامر تخريبية من خلال رموز لتجنب تتبع مصدر الأوامر. والأمر الثاني: تعزز السلطة من خلال خلق حالة تنافسية بين الموظفين والتابعين لهم، بحيث يتم التخلص من الذين يفشلون في تحقيق أهداف الشبكة، ويتم ترقية المفضلين دون مسؤولية أو مراعاة للصالح العام.

ثامناً: الإعلام الجديد والعلاقة مع السلطة

بعد ظهور الفضاء الإلكتروني، أصبحت هناك وسائل جديدة لتقديم الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات، وكلما من شأنه أن يقدم الحقيقة للمجتمع. وهذه البيئة الجديدة والفضاء الجديد، حررا المجتمع من سيطرة السلطة على صناعة الكلمة والصورة والرأي العام. وبرز نمط جديد من الديمقراطيّة وانتشار القيم الليبرالية داخل المجتمع، وهو ما ساعد على إيجاد أشكال جديدة من الثقافة السياسية، وعمل على إعادة تشكيل المجال السياسي وعلاقته بعمليّة التداخل بين المجال العام والخاص، وما بين مؤسسات الدولة ومؤسسات المجتمع المدني¹. ومع اتساع نطاق الحرية، أصبح بالإمكان نشر معلومات غير صحيحة ومضللة للرأي العام، تتباين في اتجاهاتها وأهدافها². ومثّم، فقد بات الإعلام الجديد بحاجة لسلطة بهدف التنظيم والضبط، لا التعقيّد والسيطرة. فالمارسة الإعلامية النزيهة لا بد أن تلتزم بحقين أساسيين، هما: الحق في الاطلاع والمعرفة، والثاني هو الحق في التعبير؛ ذلك أن الدور الاجتماعي للإعلام يساعد على الموازنة بين مفهوم الحرية والمسؤولية الاجتماعية، وهذين الدورين يجب على السلطة أن تكون هي الضامن لهما.

الخاتمة:

مما تقدم يمكننا القول: إن الخطاب السياسي والإعلامي مؤشر قوي على مستوى الممارسة السياسية، وأن الموضوعية المطلقة هي أكبر مغالطة استمولوجية، وأن الحرية السلبية هي أن يعطى لك حق الاختيار بين الأشياء السيئة فقط. لذا فإننا نحتاج إلى مكافحة المشكلات السياسية، وليس إلى تسييس المشكلات الثقافية. كما أن على من ينتقد التضييق على حرية الرأي كوسيلة للتعبير، عليه أيضاً أن ينتقد توسيع حرية الرأي كوسيلة للتغليط.

¹ عادل عبدالصادق: الفضاء الإلكتروني والديمقراطية بين التحولات والتحديث، القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2012، ص 23.
² ياسر حضير البشري، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي"، جريدة العرب اللندنية، 2017/3/23، <http://cutt.us/k9iJN>.

المراجع:**الكتب:**

1. رياض عزيز هادي: "حقوق الإنسان (تطورها- مفاهيمها- حمايتها)" ، كلية العلوم السياسية جامعة بغداد، 2005.
2. شاهر إسماعيل الشاهر ، الدولة: دراسة في علم الاجتماع السياسي ، ط1، عمان: دار الاعصار ، 2018.
3. شلبي: كرم، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، بيروت: دار الشروق، 2007.
4. عادل عبدالصادق: الفضاء الإلكتروني والديمقراطية بين التحولات والتحديث، القاهرة: المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2012.
5. عبد الله محمد عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 1999.
6. علي خليفة الكواري: "مفهوم الديمقراطية المعاصرة"، في: قراءات أولوية من خصائص الديمقراطية والمبادئ العامة المشتركة للدستور الديمقراطي في المسألة الديمقراطية في الوطن العربي، (مجموعة باحثين)، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000.
7. محمد رفعت عبد الوهاب: الأنظمة السياسية، منشورات الحبشي الحقوقية، بيروت، 2005.

الدوريات:

1. إبراهيم أحمد إبراهيم: مفهوم المواطنة بين المحلية والعالمية: مصر نموذجاً، عرض لرسالة دكتوراه بنفس العنوان للباحث قايد دياب قايد، كلية الآداب، جامعة بنها، 2006، شؤون اجتماعية، العدد 101، ربىع 2009، السنة 26.
2. إسراء أحمد إسماعيل: "الدولة العميقه...مرجعية جديدة"، مجلة الديمقراطية، العدد 49، تاريخ 26/1/2013.
3. شاهر إسماعيل الشاهر: "من تشخيص السلطة.... إلى تأسيس السلطة... دور مؤسسة الرئاسة في عملية صنع القرار" ، الفكر السياسي، العدد 50، دمشق: اتحاد الكتاب العرب، 2014.
4. مروان العشر: "السياسة الإعلامية الناجحة ضرورة لا ترفرف" ، مركز كارنيجي للشرق الأوسط، تاريخ 16 آب 2017.

الإنترنت:

1. إبراهيم السيد: ما هي الدولة العميقه؟، تاريخ 2/8/2015، مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، على الرابط: <http://rawabetcenter.com/archives/10366>
2. ضياء الشكرجي: " بين ثقافة الدولة وثقافة السلطة" ، تاريخ المقال: 4/6/2006، على الرابط: <http://www.nasmaa.com/ArticleShow.aspx?ID=155>
3. عبد الله بن علي العليان: "الإعلام والسلطة بين القاهم والاختلاف" ، تاريخ 20/12/2015، على الرابط: <https://webcache.googleusercontent.com>
4. ناظم عودة: مشكل الدولة والثقافة، مركز النور، تاريخ 16/6/2007، على الرابط: <http://www.alnoor.se/article.asp?id=6837>
5. ياسر سليمان أبو غليون: "إعلام السلطة.. عندما يصبح الصحفي مخبر الدولة" ، مدونات الجزيرة، تاريخ 2018/5/13.

الصحف:

- 1- خالد الحاجة: "جدلية العلاقة بين الثقافة والإعلام" ، صحيفة البيان، تاريخ 28 أكتوبر 2014.
- 2- عبد الرحمن غيلان: "أهمية الإعلام للدولة" ، صحيفة الثورة، اليمن، تاريخ 14 يوليو 2016.

3- ياسر خضير البياتي، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الرقمي"، جريدة العرب اللندنية، 23/3/2017.

<http://cutt.us/k9iJN>

المراجع الأجنبية:

- Dexter Filkins: The Deep State: The Prime Minister is revered as a moderate, but how far will he go to stay in power?, The New Yorker, March 12- 2012:
http://www.newyorker.com/reporting/2012/03/12/120312fa_fact_filkins
- Joshua E. Keating, Coups Ain't What They Used to Be, Foreign Policy, 27-6-2012:http://www.foreignpolicy.com/articles/2012/06_ain_t_what_they_used_to_be
- JurgenHabermas : Structural Transformation of The Public Sphere (Cambridge , MA: Mit Press ,1989) pp. 171-179.
- Peter Dale Scott: The «Deep State» behind U.S. democracy, Voltaire Network Berkeley (États-Unis) | 6 April 2011: <http://www.voltairenet.org/The-Deep-State-behind-U-S>
- Pipes, Richard (1995), Russia Under the BolshevikRegime, New York: Vintage Books, Random House Inc ،[ISBN6-50242-394-0](#) p.240–281

الاستخدام المنزلي للانترنت لدى التلميذ الثانوي وتأثيره على التحصيل الدراسي

The home use of the Internet by the secondary student and its impact on academic achievement

حنان بولبازين

دكتوراه علوم جامعية باجي مختار - عنابة

ملخص:

يلعب الإنترنت اليوم دوراً مهماً في مختلف مجالات الحياة، خاصة في المجال التعليمي والتربوي أين تعلم كوسيلة تعليمية فعالة، نظراً لما توفر عليه من مواقع متعددة تضم مواد تعليمية لجميع المراحل الدراسية وتزود التلميذ بكل ما هو جديد. فالإنترنت هو مصدر مساعد للحصول على المعلومات، واستخدامها في التعلم يخلق بيئة تعليمية مشوقة وممتعة تزيد من دافعية التلميذ للتعلم والإبتكار وتنمية مهارة البحث وزيادة مستوى تحصيله الدراسي. وبالتالي، يصبح الإنترت من يستكشف ويبحث عن المعلومات، وهذا يتماشى مع النظرة الحديثة للعملية التعليمية بأن الطالب هو محور العملية التعليمية. ومن خلال ما سبق، نحاول معرفة مدى استخدام التلميذ لإنترنت وتأثيرها على تحصيله الدراسي.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام المنزلي - الإنترت - التلميذ - الثانوي - التحصيل الدراسي.

Résumé:

Today, the Internet plays an important role in the various fields of life, especially in the educational field, where it functions as an effective educational tool, as it is available from multiple sites including educational materials for all levels of study and provides the student with everything that is new. The Internet is an auxiliary source for information, and its use in learning creates an interesting and enjoyable learning environment that increases student motivation to learn, innovate, develop research skills, and increase the level of learning achievement.

Thus, the Internet becomes one that explores and searches for information. This is in keeping with the modern view of the education process that the student is the focus of the educational process.

Through the above, we try to find out how much the student is using the Internet and how it affects his or her academic achievement.

Key words: Home use - Internet - Pupil - Secondary school - Academic achievement.

مقدمة:

نعيش اليوم في عالم سريع التغير تحيّطه تحديات محلية وعالمية لعل أهمها الإنفجار المعلوماتي والتطور التكنولوجي والإنفتاح على العالم، فقد أصبح العالم قرية صغيرة كما يقول العالم "ماكلوهان"، إذ لا يمكن لأي دولة أن تغلق حدودها أمام المد المعلوماتي وأثاره الوافدة إليها من بلدان العالم الأخرى.

يشير لال زكريا يحيى بأنه: "لم توجد تقنية حول وجه الحياة بالسرعة والقوة التي حولت بها الإنترت مجريات حياتنا، فهذه الشبكة الترابطية بكل ما تضمه من خدمات قد صبغت تسعينات القرن الماضي وبدايات القرن 21 بصبغتها ونقلت مسيرة الحضارة من مرحلة عصر المعلومات إلى ما يمكن الإشارة إليه اليوم بعصر الشبكة، وتتمو الإنترنت اليوم بسرعة كبيرة حتى ليبدو أنها تتجاوز الغاية الأولى من بنائها والمتمثلة في إيجاد قناة تواصل سريعة بين أركان العالم".¹

فلم يعد هناك خلاف حول أهمية هذه الشبكة ولما لها من فوائد جمة في مختلف المجالات ولمختلف الأعمار، فكما هي مفيدة في التجارة والألعاب والتسلية فهي مفيدة كذلك في التنفيذ والتعلم الذاتي وإعداد البحوث ... وغيرها من الفوائد في مختلف المجالات التعليمية والإقتصادية والسياسية... ولهذا فإن معرفة استخدام الإنترت بات أمراً ضرورياً للجميع سواء كانوا الكبار أو الصغار.

ولقد تطورت أساليب التعليم والتعلم في الأونة الأخيرة تطوراً كبيراً خاصة بدخول الإنترت في المنزل للإستفادة منها أكثر في التعلم، مما يتتيح للأجيال القادمة مستقبل أفضل وذلك بتوظيفها لتحسين مستواهم العلمي، وهذا ما قد يرفع تحصيل التلاميذ في مختلف المواد.

وتأتي هذه الدراسة لمعرفة أثر الإنترت على الإستخدام التعليمي للتلاميذ، من خلال معرفة مدى إستفادتهم من الإنترت في مجال التعليم كإجراء البحث أو الحصول على معلومات علمية مختلفة وتأثيرها على تحصيلهم الدراسي.

أولاً: الإشكالية:

تعد شبكة الإنترت إحدى التقنيات الحديثة ذات تأثير إيجابي في الحياة المعاصرة، وخاصة بعد استخدامها في مجال التعليم كوسيلة تعليمية.

ولقد زاد الإهتمام بالإنترنت واستخدامه في التعليم بشتى صوره ومراحله في الفترة الأخيرة، حيث تتتوفر هذه الشبكة على موقع إلكترونية صممت وبرمجة في شتى العلوم والتخصصات في كل المستويات، ومن تلك الواقع ما يعني بتعلم اللغة ومواضيع تخص لتحضير الشهادات ومواقع خاصة بنماذج عن الدروس في مختلف التخصصات ...

كما أنها تشكل وسيلة إتصال فعالة بين التلميذ والأستاذ وبين التلميذ وزملائه بفضل الخدمات التي تقدمها الإنترت كالبريد الإلكتروني وغرف الدردشة، مما قد يزيد ويحفز التلاميذ على المشاركة والتفاعل مع

¹- رانيا بنت أبو بكر سالم بلجون، فاعلية استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية لأداء الواجبات المنزلية وأثر ذلك على تنمية التحصيل الدراسي لدى طلاب الصف الأول ثانوي في الكيمياء بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم، جامعة أم القرى، كلية التربية بمكة المكرمة، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ ص 21-22. من الموقع الإلكتروني: <http://libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7101.pdf>

الموضوعات المطروحة حول الدراسة أو أي موضوع آخر، ما يتيح فرص لتبادل وجهات النظر ويزيد فرص الإستفادة من الآراء المقترنة وبرامجها مع الآراء الخاصة باللهم وإكتساب معارف ومهارات عن طريق هذه الخدمات.

وقد أثبتت كثير من الدراسات أهمية استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات في زيادة فعالية المتعلم، فمن شأن استغلال تقنيات التعليم الحديثة أن يقود إلى تزويد المتعلم بأدوات قوية قادرة تساعده على أن يكون معلم نفسه، وأن يساعد على إقبال التلاميذ على التعلم ومحبتهم له وتفتح طاقاتهم ومواهفهم من خلال ذلك¹.

وربما يكون توفر الإنترت في المنزل من شأنه أن يغير من الطريقة التي تؤثر بها التكنولوجيا على تعلم التلميذ لأنه لا يتعامل مع المعلومة فقط، بل هي متعددة الوسائط أي تتتوفر على الصورة والصوت والفيديو... ولمواكبة عصر التكنولوجيا والإستفادة من مختلف أساليب التكنولوجيا الحديثة في التعليم والتعلم عمل الآباء على استخدام التكنولوجيا التربوية في البيت من خلال الإشتراك بالإنترنت، فحسب رأيهما أنها تساعدهم على التعلم ورفع مستوى التعليم في بعض المواد، وتساعدهم في التغلب على مشكلة تدني مستوى التحصيل الدراسي لدى أبنائهم، كما أن استخدامها كوسيلة تعليم تعتبر ذات تكلفة منخفضة.

وقد علق "جوردن وجينتي Jordon and" بقولهما: "نحن بحاجة إلى إعادة تصميم منازلنا من حيث أنها سوف تكون مصدراً من مصادر التعلم في القرن القادم"². وقد أشارت "إيمان محمد الغراب": "إلى أن استخدام شبكة الإنترت أدى إلى ظهور مفهوم التعلم المرن وهو التعلم الذي يجعل المتعلم أكثر تحكماً في العملية التعليمية بحيث يحدد الأوقات المناسبة له والموضوعات التي تستهويه وتهتم به وبإضافة إلى التحكم في سرعة التعلم ودقته وإمكاناته"³.

فالإنترنت تتتوفر على موقع متعدد تتضمن مواد تعليمية لجميع المراحل الدراسية وتزود التلميذ بكل ما هو جديد، مما يؤدي إلى توظيفها كمصدر أول للمعلومات، ويخلق بيئه تعليمية مشوقة وممتعة تزيد من دافعيته للتعلم والإبتكار وتنمية مهارة البحث والتفكير العلمي والإبداع وزيادة مستوى تحصيلهم.

وبهذا يصبح التلميذ هو من يستكشف ويبحث عن المعلومة، وهذا مواكب للنظرية الحديثة لعملية التعليم بأن التلميذ هو محور العملية التربوية والمعلم هو الموجه والمرشد الذي يأخذ بيد المتعلمين للوصول إلى الأهداف المراد بلوغها.

¹- أحمد جميل حموي، المتغيرات الاجتماعية - غير المدرسية - المرتبطة بكل من التحصيل الدراسي والإستبعاد الاجتماعي: دراسة سوسيولوجية نقدية، مجلة علوم إنسانية، العدد 41، ربى 2009، الموقع الإلكتروني: www.ulum.nl

²- عبد الله بن عبد العزيز الموسى، استخدام خدمات الإنترت بفاعلية في التعليم، ص.2. الموقع الإلكتروني: <http://www.riyadhedu.gov.sa>

³- إيمان محمد ترسن هاشم، محمد نizariy البخاري، أهمية استخدام موقع تعليم اللغة الإنجليزية على شبكة الإنترت في تحسين مهاراتي الاستماع والتحدث مع وجهة نظر معلمات ومشرفات المرحلة الثانوية بمدينة جدة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس اللغة الإنجليزية، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ، ص 17.

تعد الجزائر من الدول التي أهتمت بوسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، حيث تشهد الجزائر حالياً تحولاً كبيراً في استخدام الإنترنت ودعم إقتنائها من طرف الأسر خاصة وأن البيوت تتجهز أكثر فأكثر بوسائل الإعلام والتقنيات الإلكترونية، إذ تتصدر الجزائر حوالي 600 ألف إشتراك منزلي بالإنترنت¹.

وبما أن التحصيل الدراسي أصبح الشغل الشاغل للمجتمع بصفة عامة والأسرة بصفة خاصة، وأن تفوق التلاميذ في دراستهم أصبح معياراً لقياس تطور المجتمعات الحديثة والتي دخلت في عصر المعلوماتية والرقمية، فلهذا أصبح لزاماً على هذه المجتمعات وأفرادها معايرة هذا التطور التكنولوجي والمد المعلوماتي بزيادة وتطوير خبراتهم وتحصيلهم في كافة المجالات وخاصة المجال التعليمي والذي يعتبر العمود الفقري للمجتمع.

فالتحصيل الدراسي الجيد يتوقف على مدى جاهزية التلاميذ من حيث نضجه الفكري الذي يساعد على إنقاء وحسن استغلال المعلومات سواء في القسم أو عن طريق وسائل تعليمية أخرى كالإنترنت، كما أن للإرشاد والتوجيه الأسري والمدرسي أهمية كبيرة في مساعدة التلاميذ على فهم ذاته ودراسة شخصيته ومعرفة خبراته ومواهبه، مما يساعد ويفحره على التعلم وتطوير ذاته. وهذا ما شجع الآباء على توفير الإنترت في المنزل بغية زيادة تحصيل أبنائهم، ولكن يحسن الآباء استخدامها والإستفادة منها لابد من الآباء تنظيم أوقات استخدامها وتوجيههم إلى موقع قيدهم في دراستهم، وكذا الإشراف ومراقبتهم من حين لآخر. وسنحاول من خلال دراستنا معرفة مدى إستفادة التلاميذ من خلال استخدامهم للإنترنت في التعليم وتأثير ذلك على تحصيلهم الدراسي، ومدى إشراف ومتابعة الآباء لأبنائهم عند إستخدامهم لهذه الوسيلة وتوجيههم إلى إستخدامها بما ينفعهم ويحقق لهم تميزاً في مستواهم التعليمي.

وتتعلق هذه الدراسة من تساؤل رئيسي مؤداته:

هل هناك علاقة بين استخدام الأنترنت والتحصيل الدراسي للتلاميذ؟

ويقودنا التساؤل الرئيسي إلى طرح تساؤلات فرعية كما يلي:

1- هل توجد فروق بين الجنسين في ساعات ومعدل استخدام الأنترنت؟

2- هل توجد علاقة بين ساعات استخدام الأنترنت ومستوى التحصيل الدراسي للتلاميذ؟

3- هل يشرف الآباء على تنظيم إستخدام أبنائهم للأنترنت؟

للمفاهيم أهمية كبيرة في أي بحث إجتماعي، حيث تمثل تميز الواقع أو الظاهرة المدروسة بمفردات علمية مجردة وواضحة، بإعتبار أن إدراك هذه الواقع يختلف من بيئه لأخرى بل ومن باحث إلى آخر. ومن هنا سنعرض التعريفات الإجرائية للمفاهيم الخاصة بدراستنا.

¹- إيمان ب، تحقيق (ويب ديانا) يكشف مشتركيه في الأنترنت في الجزائر سلبيون، العدد 2732، جريدة الشروق، السبت 03 أكتوبر 2009.

ثانياً: التعريفات الإجرائية للبحث:

1- الأنترنت: نعرف الإنترت إجرائياً بأنها: "شبكة تربط بين الكثير من أجهزة الحواسيب في جميع أنحاء العالم، وهي تتميز بعدة خصائص وميزات من أهمها هو تبادل المعلومات بين مستخدمي الأنترنت، وبهذا تعتبر أحد الوسائل التي يمكن استخدامها في التعليم، حيث يستخدمها التلاميذ وهم في منازلهم من أجل الحصول على المعلومات والمعرف التي تقيدهم في دراستهم وإنجاز بحوثهم وواجباتهم المنزلية".

2- التلميذ: نعرف التلميذ إجرائياً بأنه: "المتعلم الذي يدرس بالمرحلة الثانوية التي تعتبر مرحلة إعداد علمي للمرحلة التالية، وهي المرحلة الجامعية، حيث يلقن الأستاذ تلميذه معلومات تعليمية فيكتسب مجموعة من المعرف والمعلومات والقيم التي يهدف بها إلى رفع مستوى الدراسي والتعليمي".

3- التحصيل الدراسي: نعرف التحصيل الدراسي إجرائياً بأنه: "منظومة المعرف والمهارات والمعلومات التي أكتسبها التلميذ من خلال تعلمه للمواد الدراسية المختلفة على مدار الفصل الدراسي، وكذا استخدامه للإنترنت من خلال تجوله بين الواقع التعليمية التي تزوده بالمعلومات عن المنهج والدروس المدرسية، ويعبر عن هذا بالمعدل النهائي لجميع المواد الدراسية الذي يحصل عليه التلميذ في نهاية الفصل أو السنة الدراسية".

ثالثاً: أدبيات دراسة استخدام التلميذ للإنترنت في المجال التعليمي وعلاقته بالتحصيل الدراسي:

1- أهمية الأنترنت كوسيلة تعليم: نظراً للتغيرات التي يشهدها العالم اليوم، أصبح استخدام الإنترت من الأمور الأساسية لمواكبة التطورات في كل المجالات خاصة المجال التعليمي لأنها تقدم منافع عديدة وخدمات بحثية كثيرة، من خلال زيادة معرفة التلميذ ومعلوماته الدراسية والبحثية وتنمية ثقافته وتوسيع روح البحث وحب الإطلاع، وكذا التواصل مع أصدقائه وأفراد آخرين عبر العالم عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الدردشة وغيرها من الخدمات التي تقدمها هاته الوسيلة، وبهذا أصبحت الإنترت تحظى بشعبية كبيرة بين أوساط المتعلمين.

ونظراً لهذه الأهمية سنوضح فوائد استخدام التلميذ للإنترنت في المجال التعليمي، حيث تعتبر أداة إتصالية واسعة الإنتشار من خلال توفرها على خدمات تقوم بتقديم المعلومات، بالإضافة إلى وظيفتها الإعلامية المتطرورة، والسماح للمشترين فيها بالتنقل بحرية بين مواقعها ونقل الملفات التي تمثل في: بيانات، معلومات، أخبار، صور، الفيديو وبرامج إذاعية وتلفزيونية بين حاسوب وآخر¹.

وقد وظفت الإنترت في مجال التعليم بإعتبارها الوسيلة الأسرع للوصول إلى المعلومات، فقادت العديد من الجامعات في العالم بإستخدامها كمصدر هام من مصادر التعليم، حيث أصبح الطلبة يستخدمون الإنترت لجمع أحدث المعلومات التي قد لا يجدونها في الكتب المنهجية، بالإضافة إلى توفرها على جو تعليمي

¹- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص45.

يجعل أفاق التعليم مفتوحة وغير محددة بمكان وزمان، وهذا ما يعطي للطلبة جوا من التحفيز والتحدي والإثارة.¹

إن استخدام شبكة الإنترنت في التعليم قد يحدث تطور سريع في العملية التعليمية، وبالتالي يؤثر في طريقة أداء المتعلم وإنجازاته، حيث أوضح كلا من **كوفيني وهايفليد**: أن إستخدام الأنظمة المتعددة في الإنترنت سوف يغير الطريقة التي تؤثر بها التكنولوجيا في الحياة والعمل، فشبكة الإنترنت لا تتعامل مع المعلومات فقط وإنما تتعامل مع الصورة، الصوت، الخرائط، الفيديو، الأحداث العالمية والموسيقى... وتعرض جميعاً أمام المتعلم، كما تقدم لهم الوثائق والمعلومات المتطرفة². وبهذا تصبح الإنترنت أداة للبحث والإكتشاف من قبل التلاميذ، كما تساعدهم على نقل المعلومات واستخدامها ومشاركتها مع الآخرين.

وتتجلى أهمية الإنترنت فيما تقدمه من فائدة وعون لمستخدميها في مختلف مجالات العلوم، بحيث تجعل الفرد في حالة معايشة فعلية مباشرة وتلقي فوري لما يستجد من خبرات في هذه المجالات.³

وقد ذكر **Williams** أن هناك أربعة أسباب رئيسية لاستخدام الإنترنت في التعليم:

1- الإنترنت مثل واقعي للقدرة الحصول على المعلومات في مختلف أنحاء العالم.

2- تساعد الإنترنت على التعلم التعاوني الجماعي، نظراً لكثرة المعلومات المتوفرة عبرها لأنه يصعب على التلميذ البحث في كل القوائم، لذا يمكن استخدام طريقة العمل الجماعي بين التلاميذ حيث يقوم كل تلميذ بالبحث في قائمة معينة ثم يجتمع التلاميذ لمناقشة ما تم التوصل إليه.

3- تساعد على الاتصال بالعالم بأسرع وقت وأقل تكلفة.

4- تساعد على توفير أكثر من طريقة في التدريس، ذلك أن الإنترنت بمثابة مكتبة كبيرة تتتوفر فيها جميع الكتب سواء كانت سهلة أو صعبة، كما توجد بعض البرامج التعليمية بإختلاف المستويات.⁴

ونظراً لكون الإنترنت من أهم الوسائل المعلوماتية التي يمكن استخدامها في التعليم، فقد اقترح نبهان (2008) مجموعة تطبيقات، هي:

أ- الإنترنت كوسيلة تساعد في المناهج، بحيث يمكن وضع المناهج الدراسية في صفحات مستقلة في الإنترنت، مما يتيح فرصة للتلاميذ الدخول لتلك الصفحات في المنزل.

ب- استخدام الإنترنت في الحصول على المعلومات المطلوبة والإطلاع على الدروس المونوجية في العديد من الواقع، وهذا ما يؤدي إلى زيادة ثقة التلميذ بنفسه وتنمية المفاهيم الإيجابية تجاه التعليم الذاتي.⁵.

¹- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والاعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص 257-258.

²- مجدى هاشم الهاشمى، الاتصال التربوى وتكنولوجيا التعليم، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2001، ص 169.

³- كمال عبد الحميد زيتون، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصالات، عالم الكتب، دون بد، ط 2، 2004، ص 260.

⁴- عبد اللطيف حسين فرج، تغذية التعليم، دار الحامد، عمان، ط 1، 2007، ص 373-374.

⁵- رانيا بنت أبو نصر سالم بلجون، مرجع سابق، ص 70.

من خلال ما تقدم، يمكن للإنترنت أن تقدم للتلميذ العديد من البديل التعليمية التي تدعمه وتساعده على تمية قدراته العقلية وزيادة مهاراته وإبداعاته، وكذا تحسين مستوى الدراسي والثقافي نظراً لمرونتها وسهولة إستخدامها، وما تتوفر عليه من معلومات في مختلف المجالات.

ولقد تعدت مجالات استخدام الإنترنت بتنوع المعلومات والخدمات التي تحتويها، فهذه المجالات شملت تقريباً مختلف أنشطة الحياة.

فيري محمد محمود الحيلة: "أن الإنترت تقدم للمشتركين خدمات عديدة في مختلف المجالات منها خدمة البريد الإلكتروني التي من خلالها يستطيع المستخدم إرسال أو استقبال رسائل من وإلى أي شخص في العالم بأسرع وقت وأقل تكلفة مع ضمان الوصول، بالإضافة إلى الحصول على معلومات تجارية وإقتصادية ونشرات فنية وصناعية من مختلف أنحاء العالم والحصول على البرامج التطبيقية والعلمية والإطلاع على الموسوعات الأدبية والعلمية"¹.

ونبين أهم المجالات لهذه الوسيلة في ما يلي:

1- المجال التعليمي والتربوي:

تمتلك الإنترت العديد من الإمكانيات التي يمكن الإستفادة منها في المجال التعليمي، مما دفع العديد من المؤسسات التعليمية لاستخدامها في الكثير من الأغراض التعليمية، وتتنوع التطبيقات التربوية للإنترنت فهي تتيح طرقاً مختلفة لتطوير التعليم عن بعد من خلال خدمات عديدة كالمكتبات الإفتراضية، البريد الإلكتروني، الدردشة، شبكة الواب وبروتوكولات نقل الملفات².

وقد حددت دراسة ناجح محمد حسن (2002) مجالات توظيف الإنترت في المجالات التعليمية والبحثية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر كالتالي:

أ- المجالات التعليمية:

يمكن الإستفادة من الإنترت في طرح مقررات دراسية متعددة وتقديم الأنشطة الإثرائية للمقررات الدراسية، وتعليم مهارات البحث عن المعلومات لدى التلاميذ. بالإضافة إلى تطور مهاراتهم على استخدام الإنترت، وإرسال الواجبات والتکلیفات للتلاميذ في منازلهم وأماكن تواجدهم.

ب- المجالات البحثية:

يمكن الإستفادة منها في الإتصال بأعضاء التدريس في الجامعات العالمية الأخرى، للتعرف على أحدث الإصدارات العلمية والحصول على مراجع ودوريات حديثة في مجال التخصص والإتصال بالمكتبات العالمية، والحصول منها على مراجع متخصصة ونشر البحوث العلمية في مجال التخصص. بالإضافة إلى الإستفادة من نظم الترجمة الآلية لملاحقة التطور العلمي³.

¹- أكرم فتحي مصطفى علي، إنتاج مواقع الإنترت التعليمية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2006، ص32.

²- أكرم فتحي مصطفى، مرجع سابق، ص37.

³- نفس المرجع، ص ص44-45.

وهذا ما أكدته دراسة الشamas سنة (2008) التي هدفت للكشف عن استخدام الإنترنت في البحث التربوية التي يكلف بها طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة دمشق، حيث كانت نسبة 66.7% من الطلبة يستخدمون الإنترنت أقل من 4 ساعات في الأسبوع في البحث التربوي، كما أفاد 68% من أفراد العينة أن تحسن اللغة الأجنبية، يأتي في المرتبة الأولى من فوائد الإنترنت في البحث التربوي يليه الإطلاع على البحوث والدراسات والمؤتمرات التربوية.¹

إن استخدام الإنترنت كأداة أساسية مساعدة في التعليم سوف يحقق الكثير من الإيجابيات، وذلك لتوفيرها على كم هائل من المعلومات العلمية والتربوية في مختلف مجالات العلم، حيث يتصرف التلميذ الكثير من الواقع المتخصص في المجال التعليمي، ويكتسب من خلالها معلومات ومهارات تساعد في دراسته وإنجاز بحوثه والإطلاع على مختلف التخصصات. مما يزيد ويسهل مستوى تحصيله الدراسي والمعرفي.

2- المجال الترفيهي:

تشمل الإنترنت على عدد كبير من ألعاب الكمبيوتر والمجلات الترفيهية التي تلبي الأذواق المختلفة والمتنوعة للمستخدمين التي تدعم معارفهم وإرباطهم الاجتماعي من خلال اللعب الفردي أو الجماعي في أنحاء العالم.²

فالإنترنت لها قدرة وإمكانات لا نهاية لها لكي تصبح مصدراً أداة ترفيهية وترويحية للمستخدمين على كافة أعمارهم ومستوياتهم وأهتماماتهم في أنحاء العالم.

ويمكن لكثير من المستخدمين الترويح والترفيه عن أنفسهم ساعات طويلة على الإنترنت، يحصلون فيها على المعلومات والأشكال التي تبني حسهم الجمالي والإبداعي تدعم تفاعلاً بينهم مع بعضهم البعض من خلال حلقات المناقشة المتصلة بإهتماماتهم المختلفة.³

تم تقييم الإنترنت كوسيلة إتصالية لدى طلبة فيلادلفيا كما يلي:

تعد الإنترنت بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية بنسبة 42.2% وأنها وسيلة أساسية للترفيه بنسبة 34.5%. وهذه النسبة لا بأس بها، حيث تعتبر هذه الفئة على دراية بإستخدامها للإنترنت بالشكل الإيجابي عكس فئة التلاميذ الذين هم في مرحلة المراهقة الذين يتصرفون الإنترت ويقضون أكبر وقت للترفيه والتسلية أكثر من التعلم منها، مما يؤثر على تحصيلهم الدراسي.

فاللهم قد يستخدم الإنترت للترويح عن نفسه من الضغوطات والتسلية وتمضية الوقت من خلال ما تتيحه من إمكانات للترفيه كالموسيقى والألعاب وغيرها. كما تعتبر وسيلة إتصالية ملائمة ومناسبة بتمكن التلاميذ من الاتصال بزملائه وأشخاص آخرين عبر غرف الدرشة أو البريد الإلكتروني ويتبادل من خلالها الأفكار

¹- فواز العبد الله، إتجاهات طلبة كلية التربية نحو استخدام الإنترت في التعليم والتعلم في ضوء مجموعة من المتغيرات، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم المناهج وطراز التدريس، 2008-2009، الموقع الإلكتروني: www.damas.univ.shern.net

²- أكرم فتحي مصطفى، مرجع سابق، ص.36.

³- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص.216.

⁴- صالح خليل أبواصبع، استراتيجيات الاتصال وسياسات وتأثيراته، دار مجلاوي، عمان، ط1، 2005، ص ص328-329.

والخبرات، وكذا معلومات في مختلف الميادين، وهذا ما يساعد على الحوار والنقاش وإبداء أراءه في بعض الأمور والتخلص من الخجل الذي يشعر به في حالة الإتصال الشخصي.

3- مجال البريد الإلكتروني:

فهو بمثابة العمود الفقري لشبكة الإنترن特 والدافع الأساسي الذي أنشأت على أساسه هذه الشبكة، ويعتبر أداة فعالة من أدوات الإتصال الجماهيري على النطاقين المحلي والعالمي، ومع تطور تقنية الإنترن特 أتيحت لمستخدميها إمكانية الإطلاع على نتائج البحث العلمية التي تجري في المجتمعات المتقدمة بسهولة وبتكلفة أقل والإستفادة من نشر المعلومات والإكتشافات كل في مجاله، وبهذا يحدث تفاعل وتبادل الأفكار والمعلومات بين أفراد المجتمع الواحد ومن ناحية أخرى بين المجتمعات العالمية¹.

فيتمكن من خلال البريد الإلكتروني تبادل النصوص والرسائل والملفات التي تحتوي على المعلومات من (نص، برماج، صور وموسيقى...) من حاسوب لآخر والحصول على معلومات عن المناهج والتطوير التربوي والأكاديمي وطرق التعليم من خلال مركز مصادر المعلومات التعليمية².

ومن خلال هذا، يمكن التلاميذ من تبادل الرسائل والمعلومات بين بعضهم من خلال البريد الإلكتروني أو بين المدرس والتلاميذ للتواصل بين بعضهم خارج الصف الدراسي.

وبهذا أصبحت للإنترن特 أهمية في مجال التعليم، حيث تشكل وسيلة إتصال فعالة بين المتعلم والمعلم من ناحية وبين المتعلم وزملائه من ناحية أخرى بفضل خدمات البريد الإلكتروني، فمثلاً ما تقدمه جريدة الشروق اليومي من مسابقات تفاعلية تطرح من خلالها أسئلة موجهة للتلاميذ يقومون فيها بإختبار أنفسهم ثم يرسلون الأجوبة على أن يتکفل الأستاذة بتصحيحها وتقويمها ويتم الإرسال عبر البريد الإلكتروني المخصص لها (بكالوريا الشروق)، وبهذا يحصل التلاميذ على نقاط نظير إجاباتهم في مختلف المواد والشعب، وهذا يساعدهم على إكتشاف مستواهم وإمكانياتهم قبل خوض الإمتحانات النهائية في البكالوريا. كما يتواصل المختصين والأستاذة بطريقة مباشرة مع التلاميذ عبر البريد الإلكتروني لتقديم النصائح والتوجيهات³.

ويتفق العديد من التربويين ومنهم الموسى عبد الله (2002) وسويدان أمل ومباز منال (2007) أن من أهم تطبيقات وإستخدامات البريد الإلكتروني في التعلم كما يلي:

- إستخدام البريد الإلكتروني ك وسيط بين المعلم والتلاميذ لإرسال الرسائل لجميع التلاميذ سواء فيما يتعلق بإرسال جميع الأوراق المطلوبة في المقررات المدرسية المختلفة أو في إرسال الواجبات المنزلية أو الرد على الإستفسارات.

- إستخدامه ك وسيط لتسليم الواجبات المنزلية، حيث يقوم المعلم بتصحيحها ثم إرسالها مرة أخرى للتلاميذه ويعتبر هذا العمل توفير للورق والجهد والمال.

¹- محمد علي البدوي، دراسات سوسيلو-إعلامية، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2006، ص ص245-246.

²- ماهر حسن رباح، التعليم الإلكتروني، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2004، ص 87.

³- فضيلة مختارى، مسابقة وجوانز لمترشحين و"بكالوريا بيضاء" نهاية الموسم، جريدة الشروق اليومى، العدد 2845، الثلاثاء 09 فبراير 2010، ص 24.

- مساعدة التلاميذ على الإتصال بالمتخصصين في مختلف دول العالم والإفادة من خبراتهم وأبحاثهم في شتى المجالات بأقل تكلفة ووقت وجهد.¹

للبريد الإلكتروني فوائد في التعليم لأنه يسمح بحرية التعبير بين التلاميذ مع بعضهم البعض أو مع مدرسيهم، كما يمكن استخدام مجموعات الأخبار في وضع منتديات عامة لطلاب التعليم، حيث يتداول فيها وجهات النظر والأفكار وطرح سبل التعاون والإستفادة بينهم. وكذا تبادل الملفات المكتوبة، مما يجعلهم يساعدون بعضهم في الموضوعات الصعبة أو الغامضة وتقديم الشروحات، وهذا التعاون قد يزيد من تحصيلهم المعرفي والدراسي ويتطور معلوماتهم ومهاراتهم في استخدامهم للتكنولوجيا الجديدة.

رابعاً - أهمية التحصيل الدراسي للفرد والمجتمع:

يشير مصطلح التحصيل الدراسي إلى ما تم إستيعابه من طرف التلميذ من معارف ومعلومات وما تعلمه وأنقه من مهارات التي اكتسبها من خلال فترة دراسته، والتي يتم قياسها عن طريق الدرجات التي يحصل عليها من خلال الإمتحانات والتي تسمح له بالانتقال إلى السنوات الأخرى.

ويوصف التحصيل الدراسي بعملية تربوية وإنسانية وإجتماعية، فإنه يرتبط إرتباطاً وثيقاً بما يملكه التلميذ من قدرات واستعدادات وما يتأثر به من عوامل ذاتية ومدرسية وأسرية وبيئية على تحصيله الدراسي.

فلا أحد ينكر أهمية التحصيل الدراسي على الفرد والأسرة وعلى مجتمع ككل، وبالتالي لا يوجد مجتمعاً واحداً في العالم لا يقدر الأهمية الكبرى للتحصيل العلمي في تحقيق التقدم وإجتناث رواسب التخلف. وقد أصبحت المجتمعات الحديثة اليوم، تستمد بناء قطاعاتها المختلفة من ما توفره لها مخرجات التعليم بأنواعها، فإن هذه المخرجات تقاس في إنجازاتها وكفاءاتها بمقاييس يسمى التحصيل الدراسي الذي أصبح أداة لقياس الجدارة الأهلية والمفتاح الذي بواسطته تفتح أبواب التدرج العلمي الذي قاده أبناؤها².

وتتمثل أهمية التحصيل الدراسي في إحداث تغير سلوكي إدراكي أو عاطفي أو إجتماعي لدى التلميذ ما يسمى *بالتعلم* والذي هو عملية باطنية وغير مرئية تحدث نتيجة تغيرات في البناء الإدراكي للتلميذ، ويتم التعرف عليه بالتحصيل³. إذن التحصيل هو نتاج العملية التعليمية.

كما تكمن أهميته أيضاً، أنه يسمح للشباب القيام بدور إيجابي في المجتمع ومواجهه مشاكل الحياة وإكتساب القدرة على تحقيق مشاعرهم الشخصية في الحياة من خلال معرفة كيف يتعلم، وكيف يحصل على المعلومات، كيف يتصل، حب الثقافة، معرفة معنى التعاون وتحمل المسؤولية وغيرها⁴.

¹ - رانيا بنت أبو بكر سالم بلجون، مرجع سابق، ص.66.

- أميمة محمد ضاهر، التحصيل الدراسي وعلاقته بمفهوم الذات لدى طلاب الثانوية الفنية، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم ارشاد نفسي، 2005-2006. الموقع ² www.gulfkids.com/AR/index الإلكتروني:

- أكرم مصباح عثمان، مستوى الأسرة وعلاقتها بالسمات الشخصية ولتحصيل الدراسي للأبناء، دار ابن حزم، لبنان، 2002، ص.54.³

- بخوش لامية، العلاقة التربوية بين المعلم والمتعلم المراهق وعلاقتها على التحصيل الدراسي من وجهة نظر التلميذ، مذكرة الماجستير في علم الاجتماع، ⁴ جامعة متوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2002-2003، ص.119.

يؤكد "قرارقة" على أهمية التحصيل أنه: "يبرز بمقدار ما يحققه من الأهداف السلوكية (المعرفية، الوجدانية والسيكوهربكية)، فكلما كان هذا التحصيل مؤثراً في هذا المردود التنموي الشامل عند التلاميذ، كانت فعاليته إيجابية وأهميته التربوية في سلوك التلاميذ نحو الأفضل ومساعدتهم على التفاعل مع بيئتهم¹.

فلهذا أصبحت مسألة التحصيل الدراسي من أهم إهتمامات المجتمع الحديث فتطوره وتقدمه مرتبط ب مدى تعلم أفراده وتحصيلهم، ولأن رفع مستوى التحصيل الدراسي حتماً سيؤدي إلى رفع مستوى مخرجات التعليم الذي ينعكس على الأفراد، بإعتبارهم دعائم وقوة وتقدير المجتمعات، كما أن بلوغ مستويات متقدمة في التحصيل الدراسي له أثر بارز على حياة كل من التلميذ وأسرته ومجتمعه، والسعى نحو مستويات أفضل في التحصيل أصبح له مظهراً إجتماعياً وثقافياً في حياتنا اليومية.

هناك عدة عوامل لها تأثير على مستوى التحصيل الدراسي لدى التلاميذ من أهمها العوامل الذاتية المتعلقة بالتلמיד (جسمية، صحية، عقلية، نفسية، انفعالية)، وعوامل أسرية وثقافية ومدرسية وبيئية... ومن أبرز هذه العوامل البيئية، والتي نقصد بها الأشياء المحيطة بالتلميذ خارج المدرسة والعائلة، من أهمها وسائل الإعلام كالتلفزيون، الإنترنـت، المجلـات ووسائل الترفيـه المتوفـرة كـبلاي سـتيشن... حيث لا يخفـى علينا لما لها بكل أنواعها من أثر في حـيـاة الناس بـصـفـة عـامـة وـالـلـمـيـد بـصـفـة خـاصـة عـلـى تحـصـيـلـه الـدـرـاسـيـ. فـهـذـه الوـسـائـل تـقـنـن وـتـنـافـس فـي إـرـسـال الوـسـائـل الـإـعـلـامـيـة وـالـإـغـراء بـعـرـضـهـا؛ بل أـنـهـا تـتوـسـل بـشـهـوـات الـإـنـسـان لـتـحـقـيق مـرـادـهـا وـالـتأـثـير الـذـي تـرـيـدـهـ عـلـى إـتـجـاهـاتـ الـفـردـ وـالـمـجـتمـعـ.

ومن بين أهم الوسائل التي تؤثر على التحصيل الدراسي لتلاميذ المدارس، والتي أصبح يطلق على عصرنا هذا بـعـصـرـ الإنـترـنـتـ بلاـ منـازـعـ؛ حيث تـدـخـلتـ فـي شـتـىـ المـجاـلـاتـ الـعـمـلـيـةـ وـالـنظـريـةـ؛ بلـ حتـىـ فـيـ التـرـيـةـ وـصـيـاغـةـ عـقـولـ النـاشـئـةـ مـنـ هـذـاـ الجـيلـ، كـمـاـ أـنـهـ قـيـلـ أـنـ الإنـترـنـتـ ربـ الـأـسـرـةـ الـجـدـيدـ، وـنـلاحظـ بـالـفـعـلـ أـنـهـ تـتـدـخـلـ وـبـشـكـلـ كـبـيرـ وـوـاسـعـ فـيـ تـرـيـةـ الـأـبـنـاءـ وـفـيـ ثـقـافـتـهـمـ وـتـعـلـمـهـمـ سـلـبـاـ كـانـتـ أوـ إـيجـابـاـ.

وقد يتضح أثر الإنـترـنـتـ عـلـىـ التـلـمـيـدـ خـاصـةـ خـارـجـ وـقـتـ الدـوـامـ الـمـدـرـسـيـ، حيث يـقـضـونـ مـعـظـمـ السـاعـاتـ فـيـ مقـاهـيـ الإنـترـنـتـ أوـ فـيـ المـنـزـلـ يـتـصـفحـونـ مـنـ مـوـقـعـ إـلـىـ أـخـرـ لـلـإـطـلـاعـ عـلـىـ مـخـتـلـفـ الـأـخـبـارـ، وـلـقـدـ وـجـدـ أـنـ الغـالـبـيـةـ مـنـ روـادـ الإنـترـنـتـ هـمـ تـلـمـيـدـ الـمـرـحـلـةـ الثـانـوـيـةـ. يـعـودـ ذـلـكـ لـلـمـرـحـلـةـ الـعـمـرـيـةـ الـتـيـ يـعـيـشـونـهاـ فـيـ بـيـانـوـنـ عنـ الغـرـبـ وـالـعـجـيبـ، أـمـاـ أـكـثـرـ مـاـ يـقـضـونـ فـيـ وـقـتـهـمـ هـوـ مـوـقـعـ الـمـحـادـثـةـ يـتـحـدـثـونـ مـعـ أـشـخـاصـ كـثـيرـينـ، وـبـهـذاـ يـقـضـونـ مـعـظـمـ سـاعـاتـ النـهـارـ وـالـلـلـيـلـ فـيـ الـمـحـادـثـاتـ. وـهـذـاـ قـدـ يـؤـثـرـ عـلـىـ تـذـكـرـ درـوـسـهـمـ أوـ إـنجـازـ وـاجـاتـهـمـ الـمـنـزـلـيـةـ وـإـسـتـعـادـهـمـ لـلـإـختـبارـ.

فـالـإنـترـنـتـ سـيفـ ذـوـ حـدـينـ، فـإـذـاـ لمـ يـحـسـنـ التـلـمـيـدـ إـسـتـخـدامـهـ وـإـسـتـفـادـةـ مـنـ الـمـعـلـومـاتـ الـمـتـحـصـلـ عـلـيـهـاـ فـيـ درـاستـهـ، فـإـنـهـ تـؤـدـيـ إـلـىـ ضـعـفـ مـسـتـوـاهـ الـدـرـاسـيـ وـإـنـخـاضـ مـعـدـلـهـ، أـمـاـ إـذـاـ اـسـتـخـدـمـهـاـ فـيـمـاـ يـفـيدـهـ فـيـ درـاستـهـ فـقـدـ يـؤـدـيـ إـلـىـ تـحـسـينـ مـسـتـوـاهـ وـمـعـدـلـهـ الـدـرـاسـيـ.

وـهـذـاـ مـاـ سـنـتـحـقـقـ مـنـهـ فـيـ الـدـرـاسـةـ الـمـيـدـانـيـةـ، كـمـاـ يـلـيـ:

- أـكـرمـ مـصـبـاحـ عـشـانـ، مـرـجـعـ سـابـقـ، صـصـ 54ـ، 55ـ.

خامساً: تحليل وتفسير البيانات الميدانية:

إن كل بحث علمي يتطلب مجموعة من الخطوات والإجراءات الازمة والمناسبة بطريقة منظمة ومنسقة، وبهذا سيتم التطرق أولاً للإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات وثانياً تحليل النتائج المتوصل إليها.

1- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

نظرًا لطبيعة الدراسة المتعلقة بمعرفة " مدى استخدام التلميذ للإنترنت وتأثيره على تحصيله الدراسي "، فسنحاول تسلیط الضوء على المتغيرات التي تتدخل في العلاقة بين إستخدام الإنترت والتحصیل الدراسي، وذلك بالوصف والتحلیل سواء كمیاً أو کیفیاً لمعرفة مدى إستفادة التلامیذ من هذه التقنية في الحصول على المعلومات في تحسین مستوى تحصیلهم الدراسي، وكذا مدى إشراف وتنظيم الآباء لأنبائهم ساعات (أوقات) إستخدامهم للإنترنت.

وهذا ما اقتضى منا استخدام المنهج الوصفي الذي يعد أنساب المناهج لمثل هذه الدراسات، حيث يصف الظاهرة كما هي في الواقع ولا يكتفي بالوصف والتشخيص فقط، بل يتعذر إلى دراسة العلاقات السببية لغرض إكتشاف الحقائق المرتبطة وتحليلها وتعديها أيضاً. ومن أهم الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة المقابلة كأداة أساسية لمعرفة وجمع البيانات الضرورية المتعلقة بالمجال المکانی، والإستمارة كأداة أساسية لجمع المعلومات والبيانات للإمام بكافة جوانب الظاهرة المدروسة، تضمنت 89 سؤالاً وهي مقسمة إلى قسمين: إستمارة خاصة بالتلميذ تكونت من 61 سؤالاً، وإستمارة خاصة بالآباء تكونت من 28 سؤالاً. وقد تم تحديد مجال دراستنا في تلاميذ ثانوية بخير ومتقن شعاع مسعود بولاية قالمة، من كلا الجنسين (إناث وذكور) ومن جميع المستويات التعليمية المتمثلة في: أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي والذين يدرسون في الشعب العلمية، الأدبية والتقنية.

وتم اختيار عينة البحث بشكل قصدي وعمدي، حيث اختارنا فئة التلاميذ الثانوي الذين يملكون الإنترت في المنزل فقدر عدد أفراد العينة بـ(106 تلميذ وتلميذة)، تتراوح أعمارهم ما بين (16-19 سنة)، وعينة من الآباء قدر عددهم بـ (106ولي) بلغ العدد النهائي لعينة الدراسة (212 فرد). وامتدت الدراسة الميدانية من 21/02/2010 إلى 22/04/2010.

وتمثلت خصائص العينة المدروسة كما يلي:

من حيث جنس أفراد العينة كانت نسبة الذكور 51% ونسبة الإناث 49%. أما توزيع الفئات حسب المستوى الدراسي، فقد بلغت نسبة التلاميذ في السنة أولى ثانوي بـ 23,6%， والسنة ثانية ثانوي بـ 40,5%， والسنة الثالثة ثانوي بـ 35,9%. أما بالنسبة للشعب العلمية قدرت نسبة التلاميذ بـ 56,6%， وفي الشعب الأدبية قدرت بـ 28,3%， وفي الشعب التقنية قدرت بـ 15,1%.

2- نتائج الدراسة:

بعد مراجعة إستمارات البحث وترميزها، قمنا بتفريغ البيانات وتحليل وتفسير المعطيات الإحصائية، وبعد فحص البيانات نقدم صورة عن خصائص مجتمع البحث وفق المتغيرات الديمغرافية، ثم حاول عرض أهم ما توصلت إليه الدراسة وتحليل علاقة استخدام الإنترت على التحصيل الدراسي للنليمذ.

- نتائج توضح عدد ساعات إستخدام الأنترنت وعلاقتها بجنس التلاميذ:

* الجدول رقم (01): يوضح ساعات الإستخدام وعلاقتها بجنس التلاميذ:

إناث		ذكور		الجنس \ ساعات الاستخدام
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار	
%24.5	26	%24.5	26	[1 سا - 3 سا]
%07.5	08	%11.4	12	[4 سا - 6 سا]
%17	18	%15.1	16	أكثر من 6 سا
%49	52	%51	54	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن النسب متساوية بين الجنسين في عدد ساعات إستخدام الإنترت لمدة 3 ساعات، وهي المدة المناسبة والمطلوبة للتلاميذ في جمع المعلومات التي يحتاجونها في دراستهم كإنجاز بحوثهم وواحباتهم المنزلية؛ لأن الإنترت قد تثير في التلاميذ روح المغامرة ونشوة تحقيق الذات عبر ما يصل إليه، يجعله متلهفاً لمعرفة كل جديد وبالتالي قد ينساق وراء مضامين هذه الواقع المختلفة.

أما التلاميذ الذين يستخدمون الإنترت لأكثر من 6 ساعات وهي نسبة معتبرة للجنسين، حيث يجلس التلاميذ أمام الإنترت لساعات طويلة في تصفح مختلف مواقعها كقصصي أخبار الفنانين أو التراسل عبر البريد الإلكتروني مع الزملاء الدراسة والدرشة عبر الشات مع الأصدقاء أو الأجانب أو إنجاز البحوث.... أو التسلية من خلال تحميل ألعاب الإنترت ...

وللتتأكد من دلالة هذه الفروق بين النسب قمنا بحساب χ^2 والذي يساوي $0.86 = \chi^2$ عند درجة حرية 2 وبمستوى الدلالة 0.05، وجدنا أن χ^2 المحسوبة أقل بكثير من χ^2 المجدولة، وهذا يعني عدم وجود علاقة بين المتغيرات، أي لا توجد فروق بين الجنسين في ساعات الإستخدام.

* الجدول رقم (02): يوضح ساعات الإستخدام وعلاقتها بالمستوى التعليمي للتلاميذ:

ضعيف		متوسط		جيد		مستوى التعليم \ ساعات الإستخدام
النسبة	النكرار	النسبة	النكرار	النسبة	النكرار	
%23.5	25	%17	18	%08.5	09	[1 سا - 3 سا]
%17	18	%02	02	-	-	[4 سا - 6 سا]
%15	16	%17	18	-	-	أكثر من 6 سا
%55.5	59	%36	38	%08.5	09	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة لكل مستوى تعليمي يقضون من [1 سا - 3 سا] في تصفح الإنترن特، وهي المدة المعقولة لجمع المعلومات لإنجاز البحث وتحضير الدرسات ليوم المولى، وهذا قد يرجع إلى مراقبة الآباء لأنائهم وتنظيم أوقات إستخدامهم للإنترنط ومراجعة الدراسة. كما نلاحظ أن التلاميذ ذوي المستوى الجيد تتعدم نسبتهم في استخدام الإنترنط أكثر من 4 سا إلى 6 سا، وهذا قد يرجع إلى إستخدامهم للإنترنط إلا عند الحاجة أو تدخل الآباء في تنظيم ساعات إستخدامهم للإنترنط حتى لا تؤثر على مستوى تحصيلهم الدراسي.

أما التلاميذ ذوي المستوى المتوسط والضعيف الذين يستخدمون الإنترنط أكثر من 6 سا، ربما للهروب من الضغوطات والمشاكل التي يعيشونها وفشلهم الدراسي، وقد تصل إلى حد مرحلة الإدمان.

وللحاق ما إذا كانت هناك فروق بين النسب المئوية قمنا بحساب k^2 والذي يساوي $16.49 = k^2$ عند درجة حرية 4 وعند مستوى الدلالة 0.05 ، وجد أن k^2 المحسوبة أكبر بكثير من k^2 المجدولة. ومنه يتضح أنه توجد علاقة بين المتغيرات، حيث وجد أن عدد ساعات التي يقضيها التلاميذ في استخدام الإنترنط تتأثر بالمستوى التعليمي للتلاميذ.

- نتائج توضح معدل إستخدام التلاميذ للإنترنط وعلاقتها بمستوى التحصيل الدراسي

* الجدول رقم (03): يوضح معدل إستخدام الإنترنط وعلاقتها بجنس التلاميذ:

النسبة	النكرار	إناث		ذكور	الجنس
		النسبة	النكرار		
%33.9	36	%41.5	44		يومي
%11.3	12	%03.8	04		مرة في الأسبوع
%03.8	04	%05.7	06		أكثر من ذلك
%49	52	%51	54		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلب المبحوثين يستخدمون الإنترنط بشكل يومي، حيث يستخدمون الإنترنط بشكل مستمر نتيجة لتوفرها في المنزل، ونلاحظ أن الذكور أكثر استخداماً للإطلاع على مختلف الأخبار وتحميل البرامج والملفات والدردشة مع الأجانب والزملاء... أما الإناث فيستخدمنها للبحث وجمع المعلومات التي تخص الدراسة.

أما التلاميذ الذين يستخدمون الإنترنط بمعدل مرة في الأسبوع وجد أن الإناث أكثر استخداماً مقارنة بالذكور فهي ضئيلة جداً، وهذا ما يوضح أن الإناث ينظمن أوقاتهن في إستخدام الإنترنط بعد مراجعة دروسهن، وكذا إستخدامها عند الحاجة أو إنجاز البحث، أو وجود الرقابة من طرف الآباء ومساهمتهم في تنظيم أوقات إستخدام الإنترنط حتى لا تؤثر على دراستهم.

وللحاق من وجود علاقة بين المتغيرات قمنا بحساب k^2 الذي يساوي 5.14 عند درجة حرية 2 وعند مستوى دلالة 0.05، فتوصلنا إلى أن k^2 المحسوبة أقل من k^2 المجدولة، وهذا يعني عدم وجود علاقة بين المتغيرين أي لا توجد فروق بين الجنسين ومعدل الاستخدام.

* الجدول رقم (04): يوضح معدل الاستخدام وعلاقته بمستوى التحصيل الدراسي للتلميذ:

ضعف		متوسط		جيد		مستوى التحصيل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%44.3	47	%26.4	28	%04.7	05	يومي
%07.5	08	%01.9	02	%05.7	06	مرة في الأسبوع
%05.7	06	-	-	%03.8	04	أكثر من ذلك
%57.5	61	%28.3	30	%14.2	15	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن التلاميذ ذوي المستوى الضعيف هم أكبر نسبة تستخدم الإنترن特 بشكل يومي، فقد يستخدمونها للبحث عن المعلومات لتطوير أنفسهم والتخلص من ضعفهم في الدراسة وفشلهم أو يستخدمونها لقضاء وقت الفراغ والتسليمة والتحادث مع الآخرين، مما يؤثر على مستواهم الدراسي وضعف معدلاتهم، أما التلاميذ ذوي المستوى المتوسط يستخدمون الإنترنط بشكل يومي، فهذه الفئة تستخدم الإنترنط لجمع المعلومات التي تخص الدراسة والإطلاع على مختلف الواقع التعليمية، التي قد تساعدهم على في دراستهم وتحسين مستواهم ومعدلاتهم الدراسية.

وبالنسبة للتلاميذ ذوي مستوى جيد يستخدمون الإنترنط بمعدل مرة في الأسبوع، حيث يقضون معظم أوقاتهم في مراجعة دروسهم وممارسة أنشطتهم المختلفة ويستخدمونها بعد الإنتهاء من المراجعة وإنجاز بحوثهم أو للترفيه عن أنفسهم، وهذا ما يوضح أنهم يخضعون للرقابة الوالدية.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن التلاميذ الذين يستخدمون الإنترنط بمعدل يومي قد يؤثر على دراستهم ومنه تحصيلهم الدراسي من خلال قضائهم لوقت طويل في تصفح موقع الإنترنط وإهمال مراجعة الدروس أو تأخيرهم عن الدراسة. ولإختبار ما إذا كانت هناك علاقة بين المتغيرات قمنا بحساب k^2 الذي يساوي 17.29 عند درجة حرية 4 وعند مستوى دلالة 0.05، وجدنا أن k^2 المحسوبة أكبر بكثير من k^2 المجدولة. وهذا يعني وجود علاقة بين معدل الاستخدام ومستوى التحصيل الدراسي.

الجدول رقم (05) : يوضح الأوقات التي يسمح بها الآباء باستخدام الأنترنط:

أوقات استخدام الأنترنط	النسبة	النكرار
قبل المراجعة	-	-
بعد المراجعة	%35.9	38
في أي وقت	%20.7	22
حسب الحاجة	%43.4	46
المجموع	%100	106

يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن استخدام الإنترنت قبل المراجعة تمثل نسبة منعدمة ويرجع السبب لعدم سماح الآباء لأبنائهم بإستخدامه إلا بعد مراجعة الدروس ولبعض الساعات فقط دون قضاء وقت طويل، حيث يستغلونها لجمع بعض المعلومات تخص الدراسة، وكذا الترفيه عن أنفسهم من الضغوط.

وبالنسبة للأباء الذين يسمحون لأبنائهم بإستخدام الإنترنت وقت الحاجة كإنجاز البحث والواجبات المنزلية أو للحصول على معلومات من الواقع التعليمية لتوسيع دائرة المعرف لديهم وتدعم دروسهم وكذا لتحضير أنفسهم للفروض والإختبارات.

أما الآباء الذين يسمحون لأبنائهم بإستخدام الإنترنت في أي وقت، قد يرجع هذا لعدم درايتهم بسلبيات الإنترنت التي قد تؤثر على دراستهم ومستواهم الدراسي، إذ لم تستغل بالشكل الجيد، وذلك يرجع لكون مرحلة المراهقة التي تجعله شغوف بها وكذا إشباع احتياجاته، أوتركهم على حرية لهم للحصول على معلومات من الواقع التعليمية لتوسيع دائرة المعرف لديهم وتدعم دروسهم، وكذا لتحضير أنفسهم للفروض والإختبارات.

* الجدول رقم (06): يوضح تنظيم الآباء ساعات إستخدام أبنائهم للأنترنت:

النسبة	التكرار	تنظيم ساعات استخدام الأنترنت
%34	36	نعم
%35.9	38	لا
%30.1	32	أحيانا
%100	106	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة معتبرة من الآباء ينظمون لأبنائهم ساعات إستخدامهم للإنترنت، وهذا نتيجة لوعي بعض الآباء ومعرفتهم بمدى خطورته في حالة الإستعمال المفرط لها والتأثيرات السلبية التي قد تترجم عنها كالإدمان عليها، إنخفاض التحصيل الدراسي والعزلة... أما نسبة الآباء الذين لا ينظمون لأبنائهم ساعات إستخدامهم للإنترنت هي أكبر نسبة، ويبين بعض الآباء بأن أبنائهم يستخدمونه في أوقات الفراغ وال حاجة، كما ينظمون بأنفسهم أوقاتهم لمراجعة الدروس وإستخدام الإنترت بإعتبارها وسيلة لدعم وتسهيل البحث، وقد برر البعض بأنهم يعملون بعيداً ولكرة إشغالاتهم وتعدد مسؤولياتهم لا يوجد الوقت للجلوس مع الأبناء وتنظيم ساعات استخدامهم للإنترنت.

* الجدول رقم (07): يوضح جلوس الآباء مع أبنائهم عند تصفحهم للأنترنت من فترة أخرى:

النسبة	التكرار	جلوس الآباء مع الأبناء
%24.5	26	نعم
%28.3	30	لا
%47.2	50	أحيانا
%100	106	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم الآباء يجلسون مع أبنائهم من فترة لأخرى في تصفح مختلف مواقع الأنترنت، حيث يقومون بتوجيههم وتعليمهم كيفية البحث عن المعلومات بين الواقع وإرشادهم للمواقع

التي تقيدهم في دراستهم وترك الحرية لأنبائهم في التصفح لوحدهم حتى لا يشعروا بالضغط من المراقبة المستمرة.

كما لاحظنا نسبة معتبرة من الآباء أجابوا بنعم أي يجلسون مع أنبائهم أثناء تصفح الإنترنت، وذلك لتقديم المساعدة في البحوث العلمية والدراسة من جهة، ومن جهة أخرى يتم توجيههم إلى بعض الواقع التي تساعدهم في تخصصهم وتزيد من معلوماتهم وثقافتهم.

أما بالنسبة للأباء الذين لا يجلسون مع أنبائهم عند تصفحهم للإنترنت، قد يرجع إلى أن بعض الآباء لا يحسنون استخدام الإنترنت ليسوا على دراية بهذا الفضاء الواسع من جهة، ومن جهة أخرى نجد أن بعض التلاميذ يخلوون من مراقبة أحد الآباء في تصفح الإنترنت، وذلك لأنهم يزورون بعض الواقع لا يصح أن يراها أوليائهم.

ومنه نستنتج أن التلميذ يسعى إلى الإستقلال عن والديه وعدم الخضوع لسلطتهم، فهو يود أن يكون مسؤولاً عن نفسه وعن تصرفاته وأن يفعل أي شيء يريد دون تدخل الوالدين في حياته الشخصية لأنه يعتبره طفل ومحاولة للمساس بقيمة ومكانته، فهو يحاول أن يظهر شخصية الراشد ولا يحتاج لمراقبة أو توجيه لأنه يشعر أنه قادر على توجيه نفسه والتخطيط لها وتحمل المسؤولية.

* الجدول رقم (08): يوضح مدى تأثير الانترنت منذ بداية استخدامها على مستوى التحصيل الدراسي للتلميذ:

نسبة	النكرار	تأثير الانترنت على التحصيل الدراسي
%24.5	26	زاد المعدل
%54.7	58	انخفاض المعدل
%20.8	22	لم يتغير
%100	106	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن الانترنت أثر سلباً على التحصيل الدراسي للتلميذ، حيث وجد أن أكثر من نصف المبحوثين انخفض معدلهم التحصيلي منذ بداية استخدام الانترنت، وهذا يبين أنها تستهلك وقت التلاميذ، لما تتميز به من مميزات جعلتها تجذب كل الفئات إليها وقضائهما وقت طويلاً في تصفح مواقعها المتنوعة، مما أثر على نشاطاتهم كالدراسة والنوم والجلوس مع العائلة... كما سلبتهم وقت كان يجب أن يكسبهم تجارب وخبرات مباشرة من الحياة، وكذا تسببت لهم من إندثار في مستوى التذكر والحد من الخيال والمقدرة على التعلم.

أما التلاميذ الذين أثر عليهم الانترنت إيجاباً، حيث زادت من معدل تحصيلهم الدراسي، وهذا يبين أنهم ينظمون أوقاتهم في المراجعة وإستخدام الانترنت ولا يستغلونه إلا في أوقات فراغهم لإزالة القلق والترفيه عن أنفسهم من خلال اللعب بالألعاب الإلكترونية التعليمية التي تبني ذكائهم وتوسيع خيالهم، كما ساعدهم مختلف الواقع على إكتساب معلومات جديدة ومتعددة وتوظيفها بطريقة إيجابية في حل مشاكلهم، وكذا تدعيم دروسهم، وحصولهم على معلومات لإنجاز بحوثهم من عدة مواقع، مما يؤدي بهم إلى مراجعتها وإعادة صياغتها وبهذا تترسخ المعلومات في أذهانهم.

3- مناقشة نتائج الدراسة:

بعد المعالجة الإحصائية لمختلف البيانات التي استخدمناها لاختبار فروض الدراسة الخاصة بظاهرة الإستخدام المنزلي للإنترنت لدى التلميذ الثانوي وعلاقته بتحصيله الدراسي، توصلنا إلى العديد من النتائج أهمها:

- لا توجد فروق بين الجنسين (الذكر والأنثى) في ساعات استخدام الإنترت عند تصفحها أي استقلالية متغير الجنس عن ساعات الاستخدام، وهذا ما أكدته بعض الدراسات بأنه لا توجد علاقة بين الجنسين وتخصص الطلبة من جهة وعدد الساعات التي يقضونها في تصفح الإنترنت من جهة أخرى (فواز عبد الله، 2009؛ إبراهيم شوقي عبد الحميد، د س).

- لكن توجد علاقة بين ساعات الإستخدام والمستوى التحصيلي للتلميذ، حيث وجد أن التلاميذ ذوي التحصيل المتوسط والضعيف يستخدمون الإنترت للتسلية والترفيه من خلال قضائهم ساعات طويلة في تصفحه؛ مما قد يؤدي إلى اضطراب وتغير في عادات النوم وتوقفهم عن ممارسة الهوايات والأنشطة الأخرى المفيدة، وبالتالي وجود مشكلات في التوافق مع الدراسة ومتطلباتها، مما يفسر تدني مستوى تحصيلهم الدراسي مقارنة بالذين يستخدمون الإنترنت من أجل التعلم بإعتبارها وسيلة ميسرة للتعلم وتحسين المستوى الدراسي.

- كما تبين أنه لا توجد فروق بين الجنسين (الذكر والأنثى) في معدل إستخدام الإنترنت، ولكن وجدت علاقة بين معدل الإستخدام ومستوى التحصيل الدراسي، أي أن التلاميذ منخفضي التحصيل يستخدمون الأنترنت بمعدل يومي لمدة 3 ساعات إلى 6 ساعات بداع شغل وقت الفراغ أو محاولة الهروب من الضغوط الدراسية لتجنب الشعور بالفشل نتيجة ضعف تحصيلهم الدراسي أو الصعوبات التي يواجهونها في دراستهم.

- إن التلاميذ الذين يستخدمون الإنترنت في مجال التعليم من أجل التعلم وإنجاز البحث وزيادة رصيدهم المعرفي أثر على تحصيلهم الدراسي إيجاباً، وكان التأثير على الذكور أكثر منه عند الإناث، أما بالنسبة للتلاميذ الذين يستخدمون الإنترنت في المجال الترفيهي كالتراسل عبر البريد الإلكتروني والتواصل مع الآخرين عبر غرف الدردشة كان تأثيرها سلبي على التحصيل الدراسي لكلا الجنسين من التلاميذ من خلال قضائهم ساعات طويلة في التراسل والتحدث مع الآخرين وتأجيل مراجعة الدروس وإنجاز الواجبات اليومية.

- وقد تبين أنه لا توجد علاقة بين تنظيم الأباء لوقت استخدام أبنائهم للإنترنت ومستوى التحصيل الدراسي، وهذا ما يوضح نظرياً أن الأباء يقدمون توجيهات لأبنائهم ويشجعونهم على استخدام الإنترنت لزيادة معارفهم واستفادتهم منها لتحسين التعليمي، ولكن لا توجد رقابة مستمرة ودائمة لتنظيم ساعات الإستخدام، مما أدى بالتلاميذ إلى قضائهم ساعات طويلة في تصفح مختلف الواقع والترفيه عن أنفسهم وعدم توظيف المعلومات المتحصل عليها في تحسين تحصيلهم الدراسي. وفي الأخير،

توصلنا إلى أنه منذ بداية استخدام التلاميذ للإنترنت أثر سلباً على تحصيلهم الدراسي وإنخفضت معدلاتهم الدراسية. وهذا عكس ما أثبتته دراسة (محمد محمود الحيلة، 2000) بأنه توجد فروق بين معدلات الطلبة في نهاية الفصل الثاني ونهاية الفصل الأول وترجع النتيجة إلى وجود متابعة من طرف الآباء في المنزل من حيث تنظيم ساعات استخدام أولائهم للإنترنت ونوعية البرامج المراد الحصول عليها والمواقع التي يزورها أبناؤهم، وهذا ما يعزز المشاركة بين الآباء والأبناء في الوصول إلى المعرفة والمعلومات التي يحتاجونها في دراستهم وتوظيفها إيجابياً، مما يساعد على زيادة معدلاتهم الدراسية.

خاتمة:

أصبح التلاميذ يستخدمون الإنترت كوسيل للحصول على المعلومات من خلال موقع متعدد تتضمن مواد تعليمية لهم تخصصهم الدراسي، وبهذا فهم يوظفونها كمصدر للمعلومات ووسيل في التعليم، وبالتالي نشوء بيئه تعليمية جديدة مشوقة وممتعة لتعليم وتعلم التلاميذ، مما يزيد من دافعيته للتعلم وإنقان ما تعلمه وتنمية مهارة البحث لديه.

فوجد أن معظم التلاميذ يشتركون بالمنتديات التعليمية لإكتساب معارف وخبرات أكثر، والإطلاع على أهم ما توصل إليه العلم وتنمية ثقافتهم وتطوير قدراتهم وأفكارهم في مجال الدراسة من خلال تحميل الملفات الخاصة بالدروس الملخصة، إنجاز البحوث والواجبات المدرسية بالتعاون مع الزملاء أو أعضاء المنتدى وحل المسائل الصعبة... وهذا ما مكّنهم من الحصول على معلومات أفادتهم في دراستهم وتحصيلهم الدراسي.

كما وجدنا بعض التلاميذ يستخدمون الإنترت للمتعة والترفيه من خلال مشاركتهم في غرف الدردشة للتواصل مع الزملاء أو أفراد آخرين عبر العالم أو التراسل عبر البريد الإلكتروني ملفات متنوعة وتكوين علاقات إجتماعية جديدة وزيادة ثقافتهم والإطلاع على كل ما هو جديد. ولكن لا يغفل علينا بأن الإنترت سلاح ذو حدين لأن التلاميذ يجدون في هذه الوسيلة متعتهم وضالاتهم، مما قد يؤدي بهم إلى الإفراط في إستعمالها لوقت متأخر من الليل ما يجعلهم يتأخرون في الالتحاق بمقاعد الدراسة وإهمال المراجعة اليومية للدروس، وبالتالي حصولهم على علامات ضعيفة في مختلف المواد وهذا ما أثر سلباً على تحصيلهم الدراسي وضعف معدلاتهم.

وبهذا، لابد على الآباء من متابعة أولائهم في المنزل عند استخدامهم للإنترنت من حيث تحديد ساعات استخدامهم للإنترنت ومعرفة نوعية البرامج والمواقع التي يتصفحونها وتوعيتهم بإيجابيات وسلبيات هذه الشبكة، وأن لا يتركوا لأبنائهم مجالاً للوصول إلى برامج فيها مضيعة لوقت كغرف الدردشة والبريد الإلكتروني أو مشاهدة مواضيع لا أخلاقية.

قائمة المراجع:**أولاً - الكتب:**

- 1- أكرم مصباح عثمان(2002)، مستوى الأسرة وعلاقته بالسمات الشخصية والتحصيل الدراسي للأبناء، دار ابن حزم، لبنان.
- 2- أكرم فتحي مصطفى(2006)، إنتاج موقع الأنترنت التعليمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 3- جمال محمد أبو شنب(2006)، نظريات الاتصال والاعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- 4- كمال عبد الحميد زيتون(2004)، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصالات، ط2، عالم الكتب، دون بلد.
- 5- ماهر حسن رياح(2004)، التعليم الإلكتروني، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- 6- مجد هاشم الهاشمي(2001)، الاتصال التربوي وتكنولوجيا التعليم، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- 7- محمد محمد الهدابي(2001)، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
- 8- محمد علي البدوي(2006)، دراسات سوسبيو-إعلامية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت.
- 9- عبد اللطيف حسين فرج(2007)، تحفيز التعلم، ط1، دار الحامد، عمان.
- 10- صالح خليل أبو اصبع (2005)، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، ط1، دار مجلاوي، عمان.

ثانياً: الجرائد:

- 1- إيمان ب. ب(2009)، تحقيق (ويب ديالنا) يكشف مشتركيوا الأنترنت في الجزائر سليبيون، جريدة الشروق، العدد 2732، الجزائر.
- 2- فضيلة مختارى (2010)، مسابقة جوائز لمرشحين و"بكالوريا بيضاء" نهاية الموسم، جريدة الشروق اليومي، العدد 2845، الجزائر.

ثالثاً: الرسائل:

- 1- بخوش لامية(2003)، العلاقة التربوية بين المعلم والمتعلم المراهق وانعكاسها على التحصيل الدراسي من وجهة نظر التلميذ، رسالة الماجستير في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة متوري قسنطينة، الجزائر.

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

- 1- أحمد جميل حمودي، المتغيرات الاجتماعية - غير المدرسية - المرتبطة بكل من التحصيل الدراسي والإستبعد الاجتماعي: دراسة سوسنولوجية نقدية، مجلة علوم إنسانية، العدد 41، ربىع 2009. الموقع الإلكتروني: www.ulom.nl

- 2- إيمان محمد ترسن هاشم و محمد نيازي البخاري، أهمية استخدام موقع تعليم اللغة الإنجليزية على شبكة الأنترنت في تحسين مهاراتي الاستماع والتحدث مع وجهة نظر معلمات ومشرفات المرحلة الثانوية بمدينة جدة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس اللغة الإنجليزية، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ-1429هـ. الموقع الإلكتروني: libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7271.pdf

- 3- أميمة محمد ضاهر، التحصيل الدراسي وعلاقته بمفهوم الذات لدى طلاب الثانوية الفنية، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم ارشاد نفسي، 2005-2006. الموقع الإلكتروني: www.gulfkids.com/AR/index

- 4- عبد الله بن عبد العزيز الموسى، استخدام خدمات الاتصال في الأنترنت بفاعلية في التعليم. الموقع الإلكتروني: <http://www.riyadhedu.gov.sa>

5- فواز العبد الله، إتجاهات طلبة كلية التربية نحو استخدام الأنترنت في التعليم والتعلم في ضوء مجموعة من المتغيرات، جامعة دمشق، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، 2008-2009. الموقع الإلكتروني:

www.damas.univ.shern.net

6- رانيا بنت أبويا سالم بلجون، فاعلية استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية لأداء الواجبات المنزلية وأثر ذلك على تنمية التحصيل الدراسي لدى طالبات الصف الأول ثانوي في الكيمياء بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم، جامعة أم القرى، كلية التربية بمكة المكرمة، قسم المناهج وطرق التدريس، 1428هـ-

<http://libback.uqu.edu.sa/hipres/FUTXT/7101.pdf> الموقع الإلكتروني: 1429هـ.

الملاحق : إستماراة لإنجاز البحث**الاستخدام المنزلي للانترنت لدى التلميذ الثانوي وتأثيره على التحصيل الدراسي****The home use of the Internet by the secondary student and its impact
on academic achievement**

دراسة ميدانية بثانوية بلخير ومتقن شعلال مسعود

بمدينة قالمة

تخصص:
علم اجتماع التربية

من إعداد الدكتورة:
بولبازين حنان .

I- البيانات الشخصية: أنثى ذكر

1- نوع الجنس:

 ثلاثة ثانوي ثانية ثانوي

2- السن:

 تقني أولى ثانوي أدبي علمي نفسي

.....

.....

3- المستوى التعليمي: أولى ثانوي

4- الشعبة: علمي

5- مهنة الأب:

6- مهنة الأم:

 ضعيف متوسط جيد

7- المستوى المعيشي: جيد

8- ما هو المعدل العام المتحصل عليه في نهاية العام الدراسي للعام الفائت:

9- ما هو المعدل المتحصل عليه في الفصل الأول لهذه السنة:

II- عادات استخدام المنزل للاינטרנט :

10- منذ متى بدأت تستخدم الانترنت:

11- هل تستشير أبويك عند استخدامك للاינטרנט:

12- عدد ساعات الإستخدام اليومي للاינטרנט:

13- الأوقات المفضلة لـ لاستخدام الانترنت:

14- معدل استخدامك لـ لاستخدام الانترنت:

15- هل تستخدم الانترنت:

16- رتب الدوافع التي تجعلك تستخدم الانترنت:

**III- مجالات استخدام الانترنت:**

17- رتب المجالات التي أفادتك من الانترنت:

المجال التعليمي:

المجال تخصصك الدراسي:

المجال اللغة:

المجال البحوث:

الدرشة:

المراجعة:

للترفيه:

للتعرف على الآخرين:

للاطلاع على المستجدات:

هل تتصفح المنتديات و المواقع التعليمية؟

 لا نعم

إذا كانت الإجابة بـ لا:

لماذا؟.....

19- هل تستقيد من هذه الواقع؟

 لا نعم

- في ماذا تقيدك.....

20- هل أنت مشارك في هذه المنتديات و الواقع التعليمية؟

 لا نعم

- إذا كانت الإجابة بـ لا: لماذا؟.....

- إذا كانت الإجابة بـ نعم: أذكر هذه المنتديات والواقع التعليمية؟.....

21- هل تحصل على المعلومات التي تقيدك في تخصصك من هذه الواقع؟

 لا نعم

- إذا كانت الإجابة بـ لا، لماذا؟.....

- إذا كانت الإجابة بـ نعم ؟ أذكر بما أفادتك؟.....

22- هل تحصل على المعلومات من هذه الواقع من أجل:

 إجراء البحث تدعيم الدروس زيادة الرصيد المعرفي

أخرى تذكر.....

23- هل ساعدتك الأنترنت على توسيع دائرة الإطلاع لديك؟

 لا نعم

- إذا كانت الإجابة بـ نعم:

كيف ذلك؟.....

- إذا كانت بـ لا لماذا؟.....

24- هل استخدامك المستمر للأنترنت زاد من مهارات البحث عن المعلومات؟

 لا نعم

25- هل تحمل من موقع الأنترنت الملفات الخاصة بالدروس النموذجية والإختبارات؟

<input type="checkbox"/> احيانا	<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
---------------------------------	-----------------------------	------------------------------

26- هل استخدامك للانترنت زاد من دافعيتك للتعلم؟

<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
-----------------------------	------------------------------

27- عندما يكلفك أستاذك بإنجاز بحث هل تتجه مباشرة إلى استخدام الأنترنت:

<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
-----------------------------	------------------------------

- إذا كانت الإجابة بـ نعم :

28- هل تبحث عن المعلومات حول هذا البحث في الانترت:

<input type="checkbox"/> تكلف أحد آخر	<input type="checkbox"/> مع زميل	<input type="checkbox"/> لوحده
---------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------

29- هل تجمع البحث من:

<input type="checkbox"/> عدة مواقع	<input type="checkbox"/> موقع واحد
------------------------------------	------------------------------------

30- كيف تتعامل مع البحث عند إستخراجه:

<input type="checkbox"/> تعيي صياغته	<input type="checkbox"/> تحمله مباشرة
<input type="checkbox"/> تراجعه قبل عرضه	<input type="checkbox"/> تسلمه مباشرة للأستاذ

31- هل تناقش البحث مع زملائك؟

<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
-----------------------------	------------------------------

32- كم ساعة تقضيها في تصفح الموقع والمنتديات التعليمية؟

<input type="checkbox"/>

33- بإستخدامك للأنترنت هل وجدت نفسك لديك معلومات أكثر من زملائك:

.....
.....

34- فيماذا أفادك المجال التعليمي؟

<input type="checkbox"/> إكتساب لغة جديدة	<input type="checkbox"/> في مجال تخصصك الدراسي
---	--

35- هل أثر استخدامك للمجال التعليمي على تحصيلك الدراسي؟

<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
-----------------------------	------------------------------

المجال الترفيهي:

36- هل تشارك بالدردشة عبر الانترت؟

<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
-----------------------------	------------------------------

- إذا كانت الإجابة بنعم : هل تتصل به:

<input type="checkbox"/> زملاء الدراسة	<input type="checkbox"/> أجانب	<input type="checkbox"/> أحد أفراد عائلتك
--	--------------------------------	---

37- ما هي المواضيع التي تتحدث فيها معهم؟

.....
.....

38- هل تتصل بزملائك لمناقشة الدروس أو تقديم مساعدة في حل الواجبات المنزلية؟

<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> أحيانا
-----------------------------	---------------------------------

39- إذا كنت تقوم بالدردشة مع الآخرين هل أكتسبت من خلله:

نعم

زيادة تفافتك صداقات أفكار بعض العبارات باللغة الأجنبية

40- كم ساعة تقضيها في في الدردشة مع الآخرين؟

- أيام الدراسة:

- أيام العطل:

41- هل تمتلك البريد الإلكتروني:

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة بنعم : فمع من تراسل:

زملاء الدراسة أقارب أجانب أفراد العائلة

42- هل تراسل مع زملائك المعلومات التي تخص دراستك:

لا

نعم

43- هل تتوافق مع أسانتذك حول المواضيع التي لم تفهمها في المدرسة؟

لا

نعم

44- إذا كانت الإجابة بـ نعم:

هل أستفدت من المعلومات التي قدمها لك الأستاذ عبر البريد الإلكتروني أكثر منها في القسم؟

لا

نعم

45- كم ساعة تقضيها في التراسل عبر البريد الإلكتروني:

46- هل تراسل مع زملائك ملفات خاصة:

أغاني أفلام بالدراسة

47- هل أثر استخدامك لهذا المجال على تحصيلك الدراسي؟

لا

نعم

..... - في كلتا الحالتين وضح كيف أثر عليك؟.....

48- هل ساعدتك الأنترنت في الحصول على معلومات لا تحصل عليها في المدرسة؟ نعم لا أحياناً

49- هل تستخدم الأنترنت:

قبل مراجعة الدروس بعد المراجعة في أي وقت عند الحاجة

50- هل أثر استخدامك للأنترنت على النشاطات التالية:

سلبا

إيجابيا

لا

- إنجاز الواجبات المنزلية:

- مراجعتك اليومية للدروسك :

نعم

لا

نعم

51- هل حدث وأن تأخرت عن الدراسة بسبب سهرك في استخدام الأنترنت؟

52- هل تحصلت على علامة ضعيفة في أحد المواد بسبب استخدامك المفرط للأنترنت؟

.....

53- هل سبق لك وأجلت مراجعة دروسك من أجل التراسل عبر البريد الإلكتروني مع زملائك؟

نادرا
 نادرا
 نادرا

أحيانا
 أحيانا
 أحيانا

دائما
 دائما
 دائما

- خلل أيام الدراسة:

- خلل فترة الامتحانات:

- خلل أيام العطل الدراسية:

54- هل سبق لك وأجلت مراجعة دروسك من أجل الدردشة مع زملائك؟

نادرا
 نادرا
 نادرا

أحيانا
 أحيانا
 أحيانا

دائما
 دائما
 دائما

- خلل أيام الدراسة:

- خلل فترة الامتحانات:

- خلل أيام العطل الدراسية:

55- هل ترى أن الأنترنت أفادك منذ بدأ استخدامه في:

إكتساب معارف جديدة
 تحسين مستوى الدراسي
 الإطلاع على كل ما هو جديد

56- هل ضبطك والدك وأنت تشاهد الواقع المشبوهة؟

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة بـ نعم:

اللامبالاة
 وجهك

عقوبة

57- هل وجه لك والدك: عقوبة ما نوع العقوبة التي تعرضت لها؟.....

59- هل أعادت مشاهدة هذه الواقع مرة أخرى؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة بـ نعم : لماذا؟.....

60- هل أثر ذلك على استخدامك للأنترنت؟

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة بـ نعم كيف ذلك؟.....

61- هل أنت راض عن هذا؟.....

I- البيانات الشخصية الخاصة بالأولياء:

1- المستوى التعليمي:

جامعي ثانوي متوسط إبتدائي

2- المهنة:.....

3- المستوى المعيشي :

ضعيف متوسط جيد

4- مستوى تحصيل ابنك:

ضعيف متوسط متوفق

١٠- إشراف و توجيه الأباء للأبناء في تنظيم أوقات الاستخدام المنزلي للأنترنت:

..... ٥- منذ متى كان إشتراكك المنزلي للأنترنت:

..... ٦- هل تنظم لأبنك ساعات استخدامه للأنترنت؟

أحيانا

لا

نعم

..... - إذا كانت الإجابة بـ لا، لماذا؟.....

..... ٧- ما هو معدل استخدام ابنك للأنترنت؟

شهريا

مرة في الأسبوع

يوميا

..... ٨- كم ساعة يقضيها ابنك في تصفحه للأنترنت؟

في عطلة الأسبوع:

في اليوم:

..... ٩- هل يستخدم ابنك الأنترنت؟

مع أحد الوالدين

مع إخوته

لوحده

..... ١٠- هل يمتلك ابنك بريد إلكتروني؟

لا

نعم

..... ١١- هل تطلع على أسماء الأشخاص الذين يراسلهم ابنك ويرسلونه:

أحيانا

لا

نعم

..... - إذا كانت الإجابة بـ لا لماذا؟.....

..... ١٢- هل أثر استخدام ابنك للبريد الإلكتروني على تحصيله الدراسي؟

لا

نعم

..... ١٣- هل تخصص لإبنك وقت للتحديث عبر برامج المحادثة؟

أحيانا

لا

نعم

..... ١٤- هل تشرف وتتحقق من هوية الأشخاص الذي يتعامل معهم ابنك؟

أحيانا

لا

نعم

..... ١٥- هل أثر استخدام ابنك لبرامج الدردشة على تحصيله الدراسي؟

لا

نعم

..... ١٦- هل تتحقق من الملفات التي يحملها ابنك من الانترنت؟

لا

نعم

..... ١٧- هل ضبطت مرة ابنك وهو يشاهد أشياء لا ترضي عنها (أفلام وصور إباحية)؟

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة بـ نعم: هل قمت بـ:

اللامبالاة

توجيهه

عقابه

..... - إذا كانت الإجابة بالعقاب: ما نوع العقوبة التي وجهتها له؟.....

- إذا كانت الإجابة بالتجيّه : كيف تعاملت معه؟.....

18- هل ترى أن ابنك يحصل من الأنترنت على المعلومات تخص دراسته وتخصصه؟

لا نعم

19- هل تجلس مع ابنك من فترة لأخرى وتحدث معه عن المواقع التي يزورها؟

أحياناً لا نعم

20- هل توجهه إلى موقع معينة تقيده في دراسته؟

أحياناً لا نعم

21- هل ترى أن برامج الدردشة والبريد الإلكتروني ساعدت على:

زيادة مهارات الإبداع لديه للتسلية والترفيه

إكتساب معلومات وأفكار جديدة قضاء وقت طويل وإهمال الدراسة

22- هل تشجع ابنك على استخدام الأنترنت لتنمية معارفه و تحصيله الدراسي؟

أحياناً لا نعم

23- هل تقيم مدى إستفادة ابنك من إستخدام الأنترنت؟

أحياناً لا نعم

24- هل المعلومات التي يحصل عليها ابنك من الأنترنت تخص:

للتسليه والترفيه مواضيع متعددة

إجراء البحث للتسلية والترفيه

25- هل تناقش ابنك حول هذه البحوث؟

أحياناً لا نعم

26- متى تسمح لإبنك بإستخدام الانترت؟

قبل مراجعة الدروس بعدها في أي وقت حسب الحاجة

27- هل لاحظت أنه منذ بدأ ابنك في استخدام الأنترنت؟

زاد معدله الدراسي انخفض معدله الدراسي لم يتغير

28- بماذا تتصح الآباء عند استخدام أبنائهم للأنترنت؟

الحرك الشعبي في ظل إعلام النقرة

(دراسة ميدانية لعينة من المتظاهرين الجزائريين)

The popular mobilization and the context of the press.
(fieldstudy on a sample of Algerian protesters)

خيرة مكرتار

دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال - جامعة مستغانم - الجزائر

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على دور إعلام النقرة في دفع وتحريض الشعب الجزائري للمشاركة في فعاليات الحراك الشعبي، باستخدام منهج المسح الاجتماعي، على عينة قوامها 200 مفردة، مكونة من عدد من المواطنين الجزائريين على اختلاف سماتهم وخصائصهم والذين خرجوا في مظاهرات سلمية عام 2019.

فقد انطلقت منذ 22 فيفري 2019 مظاهرات سلمية على مستوى مختلف الولايات الجزائرية، طالب فيها الشعب الجزائري من القائمين على النظام الحاكم الرحيل، إضافة إلى عدول رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة عن الترشح لعهدة خامسة، وإبعاد المفسدين أيا كان انتماؤهم السياسي.

هذا، وقد طالب المنظمون لهذه المسيرات والاحتجاجات بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية على مستوى الوطن، بحيث تحظى هذه المسيرات والاحتجاجات بمشاركة جميع أطياف المجتمع الجزائري.

وبناءً على ذلك جاءت هذه الدراسة لتحاول رصد دور إعلام النقرة في دفع المواطن الجزائري للمشاركة في الحراك الشعبي.

الكلمات المفتاحية:

إعلام النقرة، موقع التواصل الاجتماعي، المظاهرات السلمية، الويب 0.2، الحراك الشعبي.

Abstract

The purpose of this study is to identify the role of press freedom for encouraging the Algerian people to participate in the activities of the popular mobilization, we use the survey method, on a sample of 200 persons, which participated on February 22, 2019 in the peaceful demonstrations.

Keywords:

Social media, web 0.2, popular mobilization, context of the press.

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقة في عالمي الاعلام والاتصال، الأمر الذي جعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم وأوقاتهم، و من بين أبرز تلك الإهتمامات "التواصل الاجتماعي" بين الأفراد، فقد توفر لهم ذلك عن طريق شبكات اجتماعية عبر شبكة الانترنت، وكان لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد وحتى في التحفيز على الحراك الشعبي، فقد أثرت في تغيير أوضاع العديد من المجتمعات، وهذا الأثر على جانبي إيجابي وسلبي، وبحكم أن الإنسان اجتماعي بطبيعته فإغفال الجانب الإيجابي لهذه الشبكات أمر لا يخفى عن أحد، فأصبح الإنسان اليوم يعتبر مجتمعه الإفتراضي من ضمن اهتماماته وربما طغى على الجانب الاجتماعي الواقعي.

وتعرف موقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الإطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتاحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الإفتراضية. وسنتناول في هذه الدراسة دور إعلام النقرة بوسائله المختلفة في دفع الشعب الجزائري للتظاهر وخلق الحراك الشعبي.

الإشكالية:

أفرزت التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والإتصال ظهور وتطور ما يسمى بإعلام النقرة وشبكات التواصل الاجتماعي، التي بدأت تظهر بوادرها خلال العقد الأخير من القرن الماضي، فتعددت وجهات النظر والدراسات حول المضامين التي تنشر من خلالها في مختلف المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية... الخ وخاصة على المستوى الإعلامي، فسرعة وتحديث المعلومات التي تنشرها، إضافة إلى إفصاحها المجال للفرد العادي في التفاعل معها والتعليق على محتوياتها، كلها مميزات جعلت العديد من الناس يقبلون عليها من مختلف الأعمار والأجناس، فقربت الشعوب من مختلف أقطار العالم، بالنظر للمعلومات المتداولة فيها ذات الطابع المحلي، الدولي والإقليمي، فقد قال "كريس هيوز" أحد مؤسسي موقع "فيسبوك" في بوسطن أنه "خلال عامين إلى خمسة أعوام من الآن سيختفي السؤال عن أي الموضع تستخد بخلاف الشبكات الاجتماعية لأن جميعها ستكون اجتماعية"، وقال "هيوز" خلال حلقة نقاشية في مؤتمر استثمار "شارلز شواب" "الموقع الاجتماعية أصبحت الإطار... المصفاة لكثير من المعلومات". أما "بيز ستون" وهو أحد مؤسسي موقع "تويتر" يقول أن "اتساع نطاق التواصل الاجتماعي عبر الانترنت سيتواءكب

مع ارتفاع في حركة التقل الشعبي وذلك في ظل إحلال أجهزة الكمبيوتر التقليدية بالهواتف النقالة الذكية¹.

كل هذه التطورات أدت إلى ظهور وعي واضح وفي مختلف المجالات على مستخدمي هذه المواقع واتفاقهم على مسائل تخص مشاكل مجتمعاتهم، فخلقت بذلك حراكاً شعبياً في العديد من الدول كالجزائر من خلال طريقة تفاعل المستخدمين مع هذه الوسائل وفضاءاتها المختلفة. ومن هنا فإن مشكلة هذه الدراسة تتعدد في رصد دور موقع التواصل الاجتماعي في الحراك الشعبي بالجزائر خلال سنة 2019. مما سبق، نطرح الإشكال التالي:

- إلى أي مدى ساهم إعلام النقرة في خلق وتنظيم الحراك الشعبي بالجزائر؟
- وفي ظل التحولات الراهنة نستهدف معالجة هذا الإشكال من خلال طرح التساؤلات الآتية:
 - ما هي أسباب ودوافع خروج الشعب الجزائري للشارع في مظاهرات سلمية؟
 - ما مدى اعتماد مفردات العينة على وساطة إعلام النقرة في إيصال مطالبهم؟
 - كيف أثر ظهور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي بالجزائر؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف ممكنة التحقق وهي كالتالي:

- الكشف عن دور إعلام النقرة في تنظيم وتحفيز الحراك الشعبي في الجزائر.
- التعرف على أهم وسائل إعلام النقرة المستخدمة لدى المتظاهرين الجزائريين.
- التعرف على المطالب التي يطالب بها الشعب الجزائري في مظاهراته السلمية.
- قياس مستوى الوعي السياسي لدى الفرد الجزائري.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تسلیطها الضوء على موضوع سياسي راهن، تشهده الجزائر ألا وهو دور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي، حيث يعد إحدى الاشكاليات الهامة خلال هذا العقد الأخير في المنطقة العربية عموماً والجزائر خصوصاً، أين اكتسب الفرد الجزائري وعيّاً سياسياً غير مسبق، عبر فيه عن مطالبه بمظاهرات سلمية تناقلتها كبريات وسائل الاعلام العربية والدولية.

الإجراءاتمنهجية:

تدرج هذه الدراسة ضمن مجموعة الدراسات الوصفية، والتي تهتم بوصف البيانات وتكميمها ثم تحليلها، إذ يعني هذا النوع من الدراسات بجمع وتلخيص وتصنيف المعلومات والحقائق المدروسة والمرتبطة بسلوك عينة من الناس أو وضعيتهم، أو عدد من الأشياء أو سلسلة من الأحداث أو أي نوع آخر من الظواهر أو

¹ - إحصائيات: تاريخ دخول الموقع 14-03-2019، على الرابط التالي:
<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

القضايا أو المشكلات التي يرغب الباحث في دراستها بغرض التحليل والتفسير والتقييم، للتنبؤ بها والتحكم في مختلف جوانبها¹.

1- منهج الدراسة:

افتضلت ضرورة البحث العلمي -كما يقول موريس أنجرس- تخصيص جزء منه لتعريف وتوضيح المنهج المستعمل، حيث أن النتائج في حد ذاتها لا تعني شيئاً بل إن الأساس المتبين لبحث ما يمكن في منهجه. وقد لجأنا في هذه الدراسة إلى المنهج المحسّي، الذي يعد من أكثر مناهج البحث الأكاديمي استعمالاً، بالنظر لكونه يمكننا من جمع وقائع ومعلومات موضوعية قدر الإمكان عن ظاهرة معينة، أو حادثة مخصوصة، أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي ويعمل الباحث فيه على تحليل واقع الحال للأفراد في منطقة معينة من أجل توجيه العمل في الوقت الحاضر وفي المستقبل القريب.

2- أداة جمع البيانات:

انطلاقاً من طبيعة موضوع هذه الدراسة اعتمدنا على أداة استمار الاستبيان، التي تساعده في جمع المعلومات من الميدان (الحرك الشعبي) ثم تكميمها للوصول إلى نتائج و إحصائيات رقمية تخدم أهداف البحث ومن ثمة تدعيم النتائج الرقمية التي توصلت إليها نتائج الاستمار بتحليل و تفسير يعمق أكثر في أسباب ظهور هذا الحراك الشعبي في الجزائر ودور إعلام النقرة في تحفيزه، بغية الوصول إلى نتائج دقيقة موضوعية، ويعرف الإستبيان بأنه أسلوب لجمع البيانات، حيث يستهدف استمار المبحوثين بطريقة منهجية ومقنة، لتقديم حقائق وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات²، ويعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعاً واستخدامها في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.

3- مجتمع الدراسة:

بعد تحديد مجتمع البحث خطوة أساسية من الخطوات المنهجية لأية دراسة، إذ لا يمكن لأي باحث إقامة حصر شامل لكل المفردات وإنما اختيار جمع محدود وغير محدود من المفردات التي تنتهي إلى الظاهرة المدروسة.

يقصد بمجتمع البحث "مجموع محدود أو غير محدود من المفردات، العناصر والوحدات المحددة مسبقاً، حيث تتصل الملاحظات وهو أيضاً جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وقد عرفه أحمد بن مرسل على أنه: "المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة أو غير المحدودة"³.

¹- موسى بن ابراهيم حريري و صبرينة غربى: دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية و موضوعاتها في البحوث الاجتماعية و التربية و النفسية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مر拔ح ورقاة، الجزائر، ديسمبر 2013، العدد 13، ص 26.

²- محمد عبد الحميد: *البحثالعلمي في الدراسات الإعلامية*، عمالكت، القاهرة، 2000، (د.ط)، ص 33.

³- أحمد بن مرسل: *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال*، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، (ط. 1)، ص 166.

وقد تمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في جميع المتظاهرين في الحراك الشعبي بالجزائر من شعب من كلا الجنسين وب مختلف مستوياتهم العلمية وعلى اختلاف أعمارهم، والمناصب التي يتقلدونها والذين خرجوا في الحراك الشعبي بالجزائر منذ 22 فيفري سنة 2019.

4- عينة ومعاينة الدراسة:

لقد اخترنا في هذه الدراسة من المجتمع الأصلي (الحراك الشعبي) عينة ممثلة، فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله، تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت، بحيث يمكن تعليم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها¹ ونظر الصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، حيث اكتفينا بعدد من المفردات، أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانات، حيث اشتغلت عينة هذه الدراسة على (200) مفردة، تم توزيع استمرارات الاستبيان عليهم بدوياً خلال مظاهرات الفاتح من مارس بالجزائر، بطريقة عشوائية، معتمدين في ذلك على معاينة عشوائية بسيطة لصعوبة وصولنا للمبحوثين كل، لأن الظاهرة حديثة في الجزائر وهي تلك العينة التي يقوم الباحث فيها باختيار مفرداتها، أين تكون الفرص متكافئة أمام كل مفردة من مفردات المجتمع للظهور فيها باحتمال متساوٍ مع المفردات الأخرى².

المدخل المفاهيمي:

أحدث ظهور "الدوت-كوم" (dot-com) في خريف 2001 نقلة نوعية في الويب 2.0 الكثير من الباحثين استنجدوا أن الويب أخذ أكثر من حجمه الطبيعي، بينما في الحقيقة تشير التقلبات في السوق (Shakeouts) عادة إلى النقطة التي تكون فيها التقنية الصاعدة جاهزة لأن تأخذ مكانها في مكان ما في المنتصف، بدأ مفهوم الويب 2.0 لأول مرة في جلسة اجتماع جمع جهتين هما: "أوريلي وميديا لايف" الدولية، ديلادوتيري - رائد في مجال الويب ونائب الرئيس في أوريلي - أشار إلى أن الويب أصبح أكثر أهمية منذ ي قبل، بوجود تطبيقات جديدة وموقع تظهر بشكل منتظم علاوة على ذلك، الشركات التي اجتازت الفشل بدت وكأن بينها عوامل مشتركة³، هل هناك احتمال أن يكون "الدوت كوم" حدد نقاط تحويلية للويب أدت إلى ظهور حدث مثل: الويب 2.0 ، هل مث لهذا الاحتمال يمكن أن يكون وجيه؟ اتفقا في تلك الجلسة على أنه تلك اللحظة قد ولد مؤتمر "الويب" 2.0.

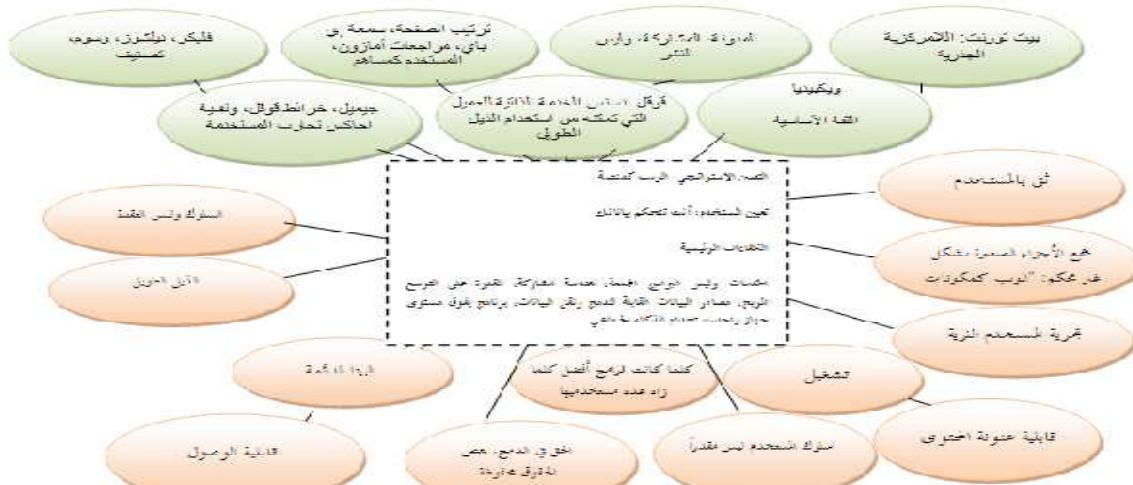
سنحاول التعرض إلى الدراسة نظرياً من خلال التطرق إلى العناصر التالية:

أولاً: الويب 2.0 : يمكن القول بأن الويب 2.0 هو "مجموعة من المبادئ والممارسات التي تجتمع مع بعضها البعض لتكون أشبه ما يكون بنظام من الواقع التي توضح بعضاً من تلك المبادئ أو كلها على اختلاف بعدها من تلك النقطة المركزية الأساسية".

¹-أحمد بنمرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، المرجع نفسه، ص 197.

²- ذوقان العبيدات وأخرون: منهجة البحث العلمي، المفهود والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1997، ص 90.

³- Edward Elgar, Cheltenham : **Technological Revolutions and Financial Capital, The Dynamics of Bubbles and Golden Ages**, 2002, p97.



يوضح هذا الشكل باختصار الويب 2.0 * الذي تم إنتاجه بعد جلسة في مؤتمر FOO Camp أحد مؤتمرات "أورابلي ميديا" العمل عليها لا يزال جارياً، وكما يظهر الشكل أن كثيراً من المشاريع انطلقت من جوهر الويب 2.0 على سبيل المثال، في الإجتماع الأول للويب 2.0 ، في أكتوبر 2004 م، أعد "جونباتيل" وصديقه مجموعة من المبادئ التمهيدية، أو لذلك المبادئ كان "الويب كمنصة" وكان هذا أشبه ما يكون بصدمة لمدعم الويب 1.0 نت سكيب * ، والذي تحطم بعد منافسة حادة مع مايكروسوفت، ولتوسيع مفهوم الويب 1.0 "دبل كليك وأ Kami" كانا رواداً في التعامل مع الويب كمنصة لدرجة أن الناس كانوا يظنون أن "خدمات الويب" في موقع دبل كليك يعامل كل حدث إعلاني بمعدل عن الواقع الأخرى، ويعرض للقارئ معلومات ذات صلة في كمبيوتر آخر، وكذلك "أ Kami" التي تعاملت هي الأخرى مع الشبكة كمنصة حيث بنت في طبقة سفلية جداً طبقة خفية عملت على تسهيل وصول المعلومة بين الأطراف المستقيدة وتقليل الإزدحام.

مع ذلك قام هؤلاء الرواد بتوفير بدائل مفيدة استفادت منها شبكات النطاق العريض entrants مع الإستفادة من التجارب وتطويرها لفهم حقيقة المنصة الجديدة وطبيعتها، لقد كان كل من "دبل كليك وأ Kami" من رواد الويب 2.0 ، وفي المقابل بالإمكان النظر لرؤية احتمالات أكثر تتضمن أساليب تصميم ويب 2.0 لاختبار العناصر الأساسية للفروقات، وللتعمق أكثر نستعرض هذه الأمثلة الثلاث:

ـ نت سكيب وغوغل ودبل كليك &DoubleClick: Netscape & Google

* Web 2.0 Summit: قمة الويب 2.0 المعروف سابقاً باسم مؤتمر ويب 2.0 هو الحدث السنوي، الذي يعقد في سان فرانسيسكو، ويضم مناقشات حول شبكة ويب العالمية. وقد بدأ هذا الحدث في عام 2004 من قبل تيم أورابلي، Tim O'Reilly ، الذي هو أيضاً صاحب مصطلح "ويب" 2.0 وينظم من قبل شركة O'Reilly Media ، وأورابلي وسائل الإعلام، التي هي أمم الأحداث في الساحة العالمية لтехнологيا المعلومات، وعقد بمدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا الأمريكية San Francisco California CA أيام 17-19/10/2012.

** نتسكيب باللغة الإنجليزية "netscape communications": وهي شركة خدمات حاسوب أمريكية أشتهرت على خلفية مستعرض الويب الذي طورته تحت اسم "نتسكيب نفيغاتور" netscape navigator ، والذي سيطر لفترة على سوق مستعرضات الويب.

إذakan "نت سكيب" المثال النموذجي الذي يعكس الويب 1.0 فإن غوغل هي المثال النموذجي الذي يمثل ويب 2.0 لأن القائمين على غوغل قاموا بإعداد فعاليات متنوعة لكل حقبة من الزمن، وبمقارنة الشركة مع منافستها، قامت نتسكيب بتأطير "الويب" كمنصة بناء على النهج القديم حيث كان الاعتماد الأساسي على متصفح الويب، وتطبيق سطح المكتب، بالإضافة إلى استراتيجهتهم القائمة على الإستفادة من سيطرة الشركة على سوق المتصفحات لبدء سوق من المنتجات الباهظة المعتمدة على الخوادم.¹

لقد أصبح تمت صفحات الويب و خدماتها في نهاية المطاف مجرد وسيلة، في حين انتقلت القيمة الفعلية إلى الخدمات التي تقدم عن طريق منصة الويب والتي يتم الوصول إليها عبر محركات البحث وأهمها هو محرك شركة غوغل Google^{*} وعلى النقيض تماماً فإن غوغل عندما بدأت كتطبيق ويب لم يتم بيعها أو توزيعها، وإنما تم تقديمها كخدمة تُستخدم من قبل الذين يدفعون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مقابل استخدام تلك الخدمة. وكما هو حال برامج شركات العهد القديم قامت "غوغل" بتقديم خدماتها للعالم وقتها لم يكن هناك إصدارات للتطبيقات ولكن تحسينات مستمرة ولم يكن هناك بيع أو ترخيص وإنما كان هناك استخدام.

لقد كانت تطبيقات غوغل تعمل على جميع الأجهزة بدون الحاجة إلى تنصيب برامج خاصة لتتوافق مع المنصات على عكس التطبيقات الأخرى المصممة من قبل شركات أخرى، وكل هذا تم إنتاجه داخل الشركة الأم تحت أنظمة مفتوحة المصدر ودون الاستعانة بجهات أخرى من خارج الشركة، تتطلب غوغل نوعاً من المنافسة التي لم تحتاجها نت سكيب ألا وهي إدارة قواعد البيانات، فغوغل ليست مجرد مجموعة من أدوات التطبيقات وإنما قاعدة بيانات متخصصة، بدون البيانات تصبح الأدوات عديمة المنفعة وبدون البرامج لا يمكن إدارة البيانات، إن ترخيص البرامج والتحكم بها عن طريق APIs التي كانت الإنضار الأكبر في الحقبة السابقة لم يعد لها مكان الآن لأن التطبيقات يتم تفيذهها ولا يتم توزيعها، إضافةً إلى ذلك إن المنفعة من التطبيقات لن تكون كبيرة من دون القدرة على جمع وإدارة المعلومات، في الواقع إن قيمة التطبيق تتناسب طردياً مع ديناميكيته وقدرته على معالجة المعلومات، لا تعد خدمات غوغل خوادم وعلى الرغم من أنها تقدم عن طريق مجموعة من خوادم "الويب" وليس المتصفح إلا أن المستخدمين يتعاملون معها عن طريق المتصفح، فمحرك بحث غوغل الشهير لا يتطلب تنصيب أية برامج إضافية، حيث يتم الوصول إليه واستخدامه عن طريق المتصفح فقط، هذا الأمر أشبه ما يكون بمكالمة هاتفية، والتي تكون بين متصل ومتنقي لهذا الاتصال، فغوغل هنا تلعب دور شبكة الاتصال التي توفر لهذا الاتصال المناخ الملائم والربط مع الخوادم للوصول للنتيجة النهائية لخلاصة تجربة المستخدم لخدمة محرك البحث.

بالرغم من أن كلا من "نتسكيب" و"غوغل" تصنف على أنها شركات تطبيقات حاسوبية إلا أننا نستطيع القول وبوضوح أن نتسكيب تنتهي إلى نفس الشركات التطبيقات المشركتات التي تنتهي لها شركات الجيل الأول مثل

¹-Beer, David: Social network(ing) sites...revisiting the story so far,Aresponse to danahboyd& Nicole Ellison, Journal of Computer-Mediated Communication,p 13.

لوتس، مايكروسوفت، وأوراكل، وساب، وغيرها من الشركات التي بدأت نشاطها في ثورة التطبيقات الحاسوبية عام 1980 بخلاف غوغل حيث يمكن تصنيفها على أنها تتبع تطبيقات "ويب" شهيرة مثل: "أمازون"، "إوبيري"، و"تابستار"، و"دبليوكليك".¹

يُظهر بتorrent Bit² بوضوح مبدأً أساسياً من مبادئ الويب 2.0 ألا وهو أن الخدمة تتحسن تلقائياً عندما يتم استخدامها من قبل عدد أكبر من الناس، بينما تقوم آكمي بإضافة خدمات إضافية لتحسين خدمتها، فإن "البت تورنت" تتحسن خدمتها بمجرد استخدام المستخدمين لها، هناك أشبه ما يكون بـ "هندسة المشاركة"، تقافة جزئية للمشاركة وهي تقوم على أن الخدمة تعمل عمل وسيط ذكي يربط الآخرين ببعضهم البعض ويفعل إمكانيات المستخدمين بعضهم ببعض.

ثانياً: إعلام النقرة وموقع التواصل الاجتماعي

1- إعلام النقرة:

ويشار به إلى حالة الإندامج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو والتي يلجأ فيها المتلقي إلى استخدام نقرة الإصبع للحصول على المعلومة أو التفاعل معها، فهو يمكن من خلق شبكة معلومات متصلة ببعضها البعض عن طريق وصلات تشعبية(Hyperlinks) ومن أهم وسائله نجد موقع التواصل الاجتماعي.

2- موقع التواصل الاجتماعي:

ويصطلاح بها على مجموعة من المواقع في شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باللويب 2.0 نتيحة التواصل بين الأفراد في بيئه مجتمع افتراضي يجمعهم حسب جماعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية لآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتاحونها للعرض.³

هذا وتعرف أيضاً بأنها حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق في أنها تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ودرسات وتعرف وهي موقع مبنية على فكرة الشبكات الإجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم⁴ مثل:

"Facebook و Myspace

¹ - Beer, David: **Social network(ing) sites...revisiting the story so far**, (Op.cit), p 15.

* "بتورنت" Bit Torrent : هوبر وتوكلو يستخدم لتوزيع كميات كبيرة من البيانات عبر شبكة الانترنت، تورنت هو واحد من البروتوكولات الأكثر شيوعاً لنقل الملفات الكبيرة، وتشير التقديرات إلى أنه يمثل من 43% إلى 70% من مجموع حركة المرور على الانترنت.

²-Schulze, Hendrik , Klaus Mochalski : "**Internet Study 2008/2009**"

Leipzig, Germany: ipoque Retrieved 3 Oct 2011. "Peer-to-peer file sharing (P2P) still generates by far the most traffic in all monitored regions – ranging from 43 percent in Northern Africa to 70 percent in Eastern Europe.

³-Bonneau, Joseph, Anderson, Jonathan, and Danezis, George: **Prying Data Out of a Social Network**, opcit, p 55.
⁴-سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، سوريا، 2010، المجلد 26، العدد الأول و الثاني، ص 85.

و عموماً يمكن تعريفها بأنها عبارة عن موقع اكتسبت صفة موقع الشبكة الاجتماعية، التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة، و ذات شعبية كبيرة، فعل سبيل المثال، الفيسبوك ي العمل كأداة للإتصال الشخصي والتفاعل الذاتي مثله مثل ما يعرف ب Blog وموقع على شبكة الانترنت الشخصية، يتيح خدمة الرسائل الفورية، ويمكن استخدامه كمنتدى للنقاش¹...الخ

ثالثاً: الحراك الشعبي (الجماهيري)

يعرف الحراك على أنه سعي الأفراد للتحول من مكانة إلى أخرى داخل إطار الجماعة الأهلية الواحدة، وذلك بتبني أسلوب جديد نوعياً ومؤقت من أجل إحداث النقلة، والحراك بمعناه الإجرائي هنا هو التخلّي عن البيوت والمنازل التي تفرق الجمهور وتشتته، والنزول إلى الميادين العامة لإيصال فكرة واحدة إلى القائمين على الشأن العام، ملخصها أنه يريد المشاركة في تحديد المصير العام للجماعة الأهلية، بحيث لا يجد القائمون على الشأن العام إلا الاستجابة، ف تكون الغاية انتantan:

- 1- السعي لبناء هيكل تسيير الشأن العام على المدى القريب بإرساء أشخاص ونظم جديدة للتأسيس لمرحلة جديدة.
- 2- انتظار النتائج الإيجابية التي تترتب عن ذلك مستوى الشأن الفردي على المديين المتوسط والطويل².

أما الحراك الشعبي في هذه الدراسة فنقصد به جميع الفعاليات و المظاهرات السلمية التي نظمها الجزائريون منذ 22 فيفري من هذه السنة (2019)، والتي تشتمل على المسيرات و الاحتجاجات و الاعتصامات المطالبة بالإصلاحات السياسية، الاقتصادية و الاجتماعية، الرافضة لترشح الرئيس بوتفليقة لعهدة خامسة.

رابعاً: دور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي بالجزائر.

إن ما جاء به الويب 2.0 في عالم التكنولوجيا، أنتج أشكالاً وممارسات إعلامية جديدة، ما خلق أدواراً جديدة في المجتمع، فقد تم توظيف موقع التواصل الاجتماعي كوسيط من وسائل إعلام النقرة في توعية الشباب الجزائري وتعزيز قيم المواطنة الرقمية والديمقراطية الرقمية والحفاظ على السلم بالدولة الجزائرية والمشاركة السياسية الديمقراطية المبنية على انتخابات رئيسية نزيهة ومرشحين صالحين، من خلال تنظيم ورشات افتراضية توعوية حول أخلاقيات التظاهر السلمي والطرق السليمة للتعبير عن القضايا السياسية حتى لا يتم إساءة استغلال شعبية إعلام النقرة في نشر معلومات مشوهة وبث الإشاعات المغرضة³.

هذا، وقد تم إنشاء العديد من الصفحات الإلكترونية التي تروج لبعض المشاكل الداخلية كالبطالة والفقر والفساد، بحيث تنشر تلك الصفحات أخباراً سلبية عن الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في

¹- بارعة شقير وسميرة شيخاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مطبع جامعة دمشق، سوريا، 2004، ص 205.

²- محمد عبد النور: الحراك الجزائري من منظور اجتماعي، مدونات الجزيرة، مقال منشور يوم 14-03-2019 على الرابط التالي:

<https://blogs..aljazeera.net>

³- مراد خورشيد: دور الإعلام في تشويش الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي – وسائل الإعلام أدوات تغيير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان، 2011.

الجزائر. لجأ العديد من مستخدمي شبكة الإنترنت إلى طرح مشاكلهم الاجتماعية والسياسية الكترونياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لتحفيز باقي الجزائريين وتحريضهم على النظاهر، لتغيير الوضع المعاش والإحتجاج عن ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة ومحاربة الفساد السياسي في الجزائر أو ما يسميه متظاهري هذا الحراك الشعبي بالعصابة.

نتائج الدراسة:

لقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- أظهرت النتائج أن ما يقارب 78.6% من المتظاهرين يشاركون مشاكلهم وأراءهم السياسية في موقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أهم وسائل إعلام النقرة وأن ما نسبته (21.4%) لا يستخدمنها، مما يعكس الدور الذي باتت تلعبه هذه الوسائل في توعية الشباب لبعضهم البعض على رغم بعد المسافات، فساهمت بذلك في إيصال صوت مستخدمي هذه الوسائل لمختلف شرائح المجتمع، على عكس ما كان عليه الأمر في وسائل الإعلام التقليدية التي اكتفت ببث كل ما يخدم النظام فقط، وبالتالي يكون إعلام النقرة قد ساهم بشكل كبير في التحفيز على تنظيم الحراك الشعبي بالجزائر.
- يشير ما نسبته (65,5%) إلى أن أسباب خروجهم في مظاهرات سلمية بالشوارع الجزائرية ترجع إلى رفضهم للعهدة الخامسة تلتها القضاء على الفساد بنسبة (13,5%) ورغبتهم في تحسين الظروف المعيشية للمواطن الجزائري بنسبة (21%) وهو ما يعكس وعي متظاهري هذا الحراك الشعبي بممواد الدستور والمطالبة بتغيير الوضع السياسي-سياسي في الجزائر إلى ما هو أحسن.
- اقتصرت استخدامات أفراد العينة المدروسة على ثلاثة مواقع هي: فيسبوك بنسبة (67.5%)، يوتيوب بنسبة (24,7%) وتويتر بنسبة (7.8%) وهو ما يعكس الواقع التكنولوجي في الجزائر خاصة وأن الفيسبوك هو الموقع الوحيد المتاح للشعب الجزائري مجاناً، مما يجعله الأكثر استخداماً بين مختلف المتظاهرين على اختلاف دخلهم وبالتالي أصبح هو الوسيط الوحيد بين المتظاهرين الجزائريين لإيصال صيغتهم للعالم كله والتعبير عن مطالبهم الراضة للنظام وحاشيته.
- بينت النتائج أن (58.5%) من المبحوثين يشاركون في الحراك الشعبي عبر موقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة وأن (26.3%) منهم يشاركون أحياناً، فيما أن (15.2%) لا يشاركون.
- توضح النتائج أن (87,5%) من المبحوثين يقدمون أنفسهم لآخرين عبر إعلام النقرة بصورة واضحة وحقيقة، وأن ما نسبته (12,5%) لا يعرضون أنفسهم بهوياتهم وصورهم الحقيقة.
- توصلت النتائج إلى أن دوافع استخدام الشعب الجزائري لإعلام النقرة عموماً ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً كانت متقاولة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (71,5%)، تلته الدافع المتعلق بالاتصال مع الأصدقاء والمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (28.5%).

- يرى ما نسبته (67,5%) من متظاهري الحراك الشعبي أن إعلام النقرة قد وعاهم بم مواد الدستور وبالتالي خلق مواطناً واعياً سياسياً، وهو ما ظهر جلياً في شكل المظاهرات التي كانت سلمية ولاقت اهتماماً من كل الدول، بينما يرى ما نسبته (42,5%) أن التراكمات السياسية والأحداث الاجتماعية التي حصلت خلال العقدين الماضيين هي التي حفزت على هذا الحراك الشعبي وما كان لإعلام النقرة إلا أنه نظمها لتشمل مختلف ولايات الجزائر فقط، وهو ما يعكس الوعي السياسي والمستوى الحضاري الذي خلقه إعلام النقرة في أوساط الحراك الشعبي ليكون بهذا الانسجام والتلاحم.

خاتمة

إذن أصبح إعلام النقرة أو موقع التواصل الاجتماعي يحظى باهتمامات الفرد الجزائري على جميع المستويات، كعالم جديد مختلف عن سابقه، حيث تقدم هذه المواقع مجموعة من الخدمات الاجتماعية، السياسية والثقافية وتشترك في دفع الحراك الشعبي، كانت هذه الشبكات وليدة تطورات تكنولوجية تمثلت في ظهور الويب 2.0، وعليه فإنها لديها تأثير مباشر على واقعنا كمستخدمين، نحن لا نمثل أدواراً فيها فحسب، بل نحاكيها ونتفاعل مع مواقعها فنتقبلها ونتعامل معها كحقيقة واقعة في عالم افتراضي رقمي.

فلم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضي" من المفاهيم الغامضة، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، ليس على مستوى التحليلات العلمية فحسب، بل أصبح مفهوماً متداولاً لدى العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت، ويرجع المفهوم إلى هاورد رينجولد الذي وضع كتاباً هو الرائد في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي "VirtualCommunity" ، والذي عرف المجتمع الافتراضي بأنه: "مجتمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني، يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الإنترن特، حيث يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية، وبشكل الفضاء المعلوماتي (CyberSpace) الحيز والإطار الذي يتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية.

إذن ساعد إعلام النقرة في الجزائر بوسائله المتعددة على دفع المواطن الجزائري وتوعيته بالواقع المعاش والمشاكل التي يعيشها، فخلفت نوعاً من الحراك الشعبي انقض فيه الشعب بمختلف أطيافه مطالبًا بحقوقه وباتخابات نزيهة، رافضاً لعهدة خامسة مع تغيير راديکالي لجهاز الحكم في البلاد، حيث شدت مظاهرات الجزائر انتباه العالم، بعدها راح الشعب يطالب الرئيس بوتفليقة بالعدول عن الترشح للانتخابات الرئاسية بطرق سلمية، وقد كان لهم ذلك، باستقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة مطلع شهر أبريل من هذه السنة، ليكون بذلك أول حراك شعبي يأتي بثماره في أقل من شهرين، مزيحاً رئيسه دون شغب أو عنف، لتحشد بذلك هذه المظاهرات الجزائرية ملابسين الرافضين لاستمرار الوضع السياسي والاقتصادي للبلاد، فاهتمت كبريات وسائل الإعلام في العالم بهذا الحراك الشعبي.

وفي نهاية هذه الدراسة نقترح عدداً من التوصيات، هي كالتالي:

- ضرورة الاستثمار في إعلام النقرة بمختلف وسائطه للرفع من درجة الوعي السياسي لدى الفرد الجزائري.
- إجراء المزيد من الدراسات المعمقة حول دور إعلام النقرة في التحفيز على الحراك الشعبي في الجزائر، باعتباره موضوع الساعة وإحدى الظواهر المثيرة للجدل.
- ضرورة الاهتمام بموضوع تدخل رجال المال والأعمال في وسائل الإعلام الكلاسيكية بحجب أخبار الحراك الشعبي بالجزائر عن الجمهور.

قائمة المراجع:

- 1- أحمد بن مرسل (2003)، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال**، (ط.1)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 2- بارعة شقير و سميحة شيخاني (2004)، **تكنولوجيا المعلومات والإتصال**، (د.ط)، مطبع جامعة دمشق، سوريا.
- 3- ذوقان العبيادات وأخرون (1997)، **منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات**، (د.ط)، دار وائل للنشر، عمان.
- 4- سميحة شيخاني(2010)، **الإعلام الجديد في عصر المعلومات**، مجلة جامعة دمشق، م 26، ع 01 و 02، سوريا.
- 5- محمد عبد الحميد (2000)، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة.
- 6- مراد كامل خورشيد(2011)، **دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير -**، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان.
- 7- موسى بن ابراهيم حريزي و صبرينة غربى(2013)، **دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحث الاجتماعية والتربوية والنفسية**، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، ع 13، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر.
- 8- Beer, David: **Social network(ing) sites...revisiting the story so far**, A response to danah boyd& Nicole Ellison, Journal of Computer-Mediated Communication.
- 9- Bonneau, Joseph, Anderson, Jonathan, and Danezis, George: **Prying Data Out of a Social Network..**
- 10- Edward Elgar, Cheltenham(2002), **Technological Revolutions and Financial** , UK, Capital, The Dynamics of Bubbles and Golden Ages.
- 11- Sarah Milstein(2013), **What Is Google AdSense**, RaelDornfest.
- 12- Schulze, Hendrik , Klaus Mochalski (2009), "Internet Study 2008/2009"
- 13-Leipzig, Germany: ipoque Retrieved 3 Oct 2011. "Peer-to-peer file sharing (P2P) still generates by far the most traffic in all monitored regions
- 14-<http://www.google.com/doubleclick/>
- 15- <http://www.comscore.com>
- 16<http://www.oreillynet.com/pub/a/network/2013/07/26/WhatIsAdSense.html>.
- 17-<http://www.comscore.com>
- 18- <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

تأثير موقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية-دراسة ميدانية-

**The impact of social networking sites on the Algerian youth's
-view of the historical Arab TV drama**

د. سلمى حميدان

أستاذة محاضرة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة محمد الشريف مساعدية-سوق

أهراش - الجزائر

أ. أ. رمزي بوفجي

ماجستير بجامعة صباح الدين زعيم-اسطنبول - تركيا

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز موقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجزائري، ومدى تأثيرها على مشاهدته للدراما التاريخية العربية التلفزيونية، واعتمدنا فيها منهج التحليل الوصفي الذي يلائم أهداف الدراسة، وقد تم اختيار عينة مكونة من 50 مفردة من الشباب الجزائري المستخدم لهذه المواقع ذكورا وإناثاً، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- ✓ كشفت الدراسة أن نسبة 60.28% من العينة يستخدمون موقع فيسبوك أكثر من باقي موقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
- ✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن 66% من عينة الدراسة لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية، في حين يشاهدها مابنسبة 34%.
- ✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 82% يؤكدون أن موقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية في حين يرى 18% عكس ذلك.

Abstract:

This study aims to identify the most prominent social networking sites used by young Algerians, and how they impact on watching Arab TV drama. We adopted a descriptive analysis approach that fits the study objectives. A sample of 50 Algerian youth used for these sites was chosen, male and female , And the study reached a number of results, the most important of which:

- *The study revealed that 60.28% of respondents use Facebook more than other social media sites.*
- *The results of the study indicated that 66% of the sample did not watch the Arab TV drama, while 34% viewed it.*
- *The results of the study indicated that 82% affirm that the social networking sites made them retreat from watching the historical drama while 18% see the opposite.*

الإشكالية : وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحا نقل الإعلام إلى آفاق جديدة وأتاح لمستخدميه فرصاً للتأثير والتأثير والانتقال عبر الحدود دون رقابة أو قيود، وقد باتت هذه المواقع تباشر تأثيرها بشكل كبير على فئة الشباب ومن مظاهر الخطر والتناقض التي تثير الفلق حالة الضياع التي تعيشها هذه الفئة في العصر الراهن بين ما تعرفه من ماضٍ مشرق وما تعشه في حاضرها من تحديات لثوابتها الحضارية. وما لا شك فيه أن الدراما التاريخية العربية التلفزيونية تعد واحدة من الأساليب الإعلامية الهامة في غرس القيم في النفوس، وتقريب الشباب من تاريخه وتراثه الثقافي والحضاري، وقوية معينه من قيم الانتماء للذات والصمود في وجه رياح التحول العاصف العابرة للفارات، إلا أن تأثيرها بدأ يضعف بسبب الإقبال منقطع النظير على موقع التواصل الاجتماعي ونظرًا لما نشهده من ولع شبابنا بهذه الشبكات التي أثرت بشكل جلي على مشاهدته للدراما التاريخية العربية التلفزيونية، جاءت هذه الدراسة الميدانية لعينة من الشباب الجزائري لمعرفة مدى تأثير هذا الوافد الجديد على مشاهدتهم لهذا النوع الدرامي الذي يروي سير البطولات والملامح والانتصارات التي غابت عن حاضرنا وتتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: هل أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية؟

تساؤلات الدراسة:

- 1/ ما هي موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لدى الشباب الجزائري؟
- 2/ ما هي أسباب استخدام الشباب الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي؟
- 3/ ما مدى مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية؟
- 4/ هل أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري لهذه الدراما؟

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1/ التعرف على أبرز موقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الجزائري.
- 2/ التعرف على أهم أسباب استخدام الشباب الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي.
- 3/ التعرف على مدى مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.
- 4/ التعرف على أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على مشاهدة الشباب الجزائري للدراما التاريخية.

مفاهيم الدراسة:

- 1) **التأثير:** هو كل ما تحدثه المضممين أو الرسائل الإعلامية من تعديل أو تغيير أو تثبيت لموافق الجمهور سواء على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.
- 2) **موقع التواصل الاجتماعي:** هي منظومة من الشبكات الالكترونية تتيح للأفراد إنشاء صفحات خاصة بهم يقدمون فيها لمحات عن شخصيتهم وتسمح لهم بالتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات مع أعضاء يشاركونهم الاهتمامات والميولات نفسها بغرض تكوين علاقات اجتماعية.

(3) الشباب: هم أولئك الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة¹، وإجرائيا هم مجموعة من الشباب الجزائري ضمن الفئات العمرية من (18 إلى 38 سنة)، الذين يعيشون ضمن النطاق الجغرافي لدولة الجزائر.

(4) الدراما التاريخية العربية التلفزيونية: هي مجموعة المسلسلات التاريخية العربية المعروضة في التلفزيون والتي تعرف الشباب الجزائري بتاريخه العربي الإسلامي، وتشدء إلى استثمار القيم الإسلامية من تراثه الحضاري العريق.

الدراسات السابقة:

دراسة أفنان طلت عبد المنعم عرفة بعنوان "استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية"² وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة سمات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في مصر، والوقوف على أسباب الاستخدام، وربط ذلك بالتأثير على العلاقات الاجتماعية وعلاقتها بتبادل الخبرات المجتمعية بين الشباب. واعتمدت الباحثة في دراستها صحفة الاستقصاء وفقاً لأسلوب الأسئلة المفتوحة والمفتوحة، وتم تطبيقها على عينة عدديّة من الشباب المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي وبلغ عددهم 400 مفردة. وخُلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- احتل موقع فيسبوك المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى الشباب بنسبة 94,8%.
- كشفت الدراسة أن أهم أسباب اشتراك الشباب في هذه المواقع هو اشتراك أصدقائهم فيها بنسبة 59%，يليه سبب معرفة الأخبار بنسبة 55,8%， بينما شكل سبب سهولة التصفح نسبة 28,8%.
- أشار 66,2% من عينة الدراسة أن النوع لا يتحكم في إضافة الأصدقاء.
- أثبتت الدراسة أن دافع التفاعل الاجتماعي في مقدمة دوافع عينة الدراسة لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي.
- يؤكد 76,7% من أفراد العينة أن موقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم على تبادل الخبرات المجتمعية.
- أثبتت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية سلبية بين كثافة استخدام موقع التواصل الاجتماعي والتواصل داخل الأسرة.
- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين زيادة أعداد الأصدقاء والمشاركة المجتمعية.

¹تعريف فئة الشباب، مؤتمر داكار 2001.

²أفنان طلت: استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.

2/ دراسة حنان بن شعشوغ الشهري بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية فيس بوك و تويتر نموذجاً - دراسة ميدانية"¹ وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي لمعرفة دوافع وأسباب استخدام شبكات التواصل الإلكترونية وتأثيراتها المختلفة لدى طالبات الجامعة ووضع مقتراحات وحلول لتدعم الإيجابيات والحد من السلبيات، واعتمدت أداة الاستبيان لجمع البيانات، وبلغ حجم العينة 150 مفردة تم اختيارهم بطريقة قصدية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- دلت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات وجدن في موقعي فيسبوك وتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهم و توجهاتهن الفكرية التي لا يستطيعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.
- أكدت الدراسة أن 75% من مجموع مفردات العينة عرفن الكثير من عادات الشعوب الأخرى من خلال استخدام الفيس بوك و تويتر.
- بينت الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثات لم يشغلنن استخدام فيسبوك وتويتر عن القيام بواجباتهن الاجتماعية.

دراسة المركز الوطني لأبحاث الشباب بعنوان "اتجاهات الشباب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"² وأجريت على عينة عشوائية من الشباب المستخدمين لهذه المواقع في المملكة العربية السعودية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- أظهرت النتائج أن نسبة مستخدمي شبكة فيسبوك تعد أعلى من غيرها من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.
- كما بينت الدراسة أن أبرز دافع لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي هو الاطلاع على كل ما هو جديد.
- وأظهرت النتائج أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يتواصلون مع الناس بهدف الشعور بأنهم جزء من هذا العالم ، ومن أجل تكوين رأي عام يشعر به المسؤولون إضافة إلى التعبير عن السلوكيات غير المقبولة اجتماعياً.

دراسة الباحث "أيمان محمود عباس الشربيني" بعنوان: **الدراما التاريخية في التلفزيون ودورها في نشر الوعي التاريخي - دراسة تحليلية و ميدانية³** وقد اعتمد فيها المنهج المحيي باستخدام صحفية تحليل

¹ حنان بن شعشوغ الشهري: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك و تويتر نموذجاً- دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة- رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع و الخدمة الاجتماعية، كلية الآداب و العلوم الإنسانية،جامعة الملك عبد العزيز جدة، 1434-1433 هـ.

² مجموعة باحثين: اتجاهات الشباب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المركز الوطني لأبحاث الشباب، جامعة الملك سعود، الرياض، 2011.

³ أيمان محمود عباس الشربيني: الدراما التاريخية في التلفزيون و دورها في نشر الوعي التاريخي- دراسة تحليلية و ميدانية. رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1999.

المحتوى وصحيفة الاستقصاء واختار عينة عشوائية طبقية عددها 400 مفردة ومن أبرز النتائج التي توصل إليها الآتي:

- ارتفاع معدلات المشاهدة بصفة عامة وتراوحت بين ساعتين إلى أربع ساعات يومياً وظهر أن الإناث أكثر انتظاماً وكثافة في التعرض من الذكور كما أتضح أن الأفلام العربية والمسلسلات والمواد الدرامية بصفة عامة من أكثر المواد التلفزيونية التي يتعرض لها الشباب ويحرضون على متابعتها.
 - وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للدراما التاريخية وبين الوعي التاريخي للمشاهدين.
 - أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين الصور النمطية للشخصيات التاريخية لدى المشاهدين ونفس الصور النمطية التي تعرضها الدراما التاريخية في التلفزيون.
 - بينت الدراسة أن المستوى اللغوي المستخدم في كافة الأعمال الدرامية التاريخية هو اللغة الفصحي.
- دراسة الباحث عبد الله محمود محمد عدوى "عنوان: دور المعالجة التلفزيونية للدراما التاريخية- دراسة تحليلية لمسلسل عمر"**¹ واعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي مستخدماً أسلوب تحليل المضمون لتحليل كيفية المعالجة التلفزيونية للدراما التاريخية في المسلسل، وكذلك تحليل بيانات عينة من مجتمع الدراسة لمعرفة قدرة المعالجة الدرامية على تحقيق الجذب والتفاعل والفهم وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أن لعناصر المعالجة الدرامية علاقات إيجابية ذات دلالة إحصائية مع عوامل فاعلية الدراما التاريخية تتراوح بين متوسطة وقوية.
- وجود أثر لعوامل المضمamins بنسبة 34.00% والمكان بنسبة 23.00% ومشاهدة الدراما بنسبة 10.60% في فهم المادة الدرامية.
- أن أهم العوامل المؤثرة في جاذبية المشاهد للدراما التاريخية هي المضمamins بنسبة 34.80%， ثم الدقة المعلوماتية بنسبة 23.40% والبناء الدرامي بنسبة 17.70% ومشاهدة الدراما بنسبة .%08.30.

منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المناسب لتوفير البيانات عن الموضوع وتقسيمها وتحليلها.

مجتمع الدراسة وعيتها: تم حصر مجتمع الدراسة في الشباب الجزائري المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لكثرة عددهم وصعوبة حصرهم تم الاقتصار على مجموعة منهم، وقد تم اختيار عينة عشوائية تمثلت في 50 مفردة من الجنسين، وتم اختيار فئة الشباب كعينة للأسباب الآتية:

- لأن هذه الفئة تمثل الشريحة الأكثر في المجتمع الجزائري.
- لأن مستوى شريحة كبيرة منهم يدفعهم للمشاركة في هذه الواقع و استخدامها .

¹ عبد الله محمود محمد عدوى: دور المعالجة التلفزيونية للدراما التاريخية دراسة تحليلية لمسلسل عمر- رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية القيادة والإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية، نيلاني، ماليزيا، 2016.

لأن هذه الفئة تمتلك استخدام المهارات التكنولوجية أكثر من غيرها.

محددات الدراسة: تقتصر هذه الدراسة على المحددات الآتية:

1/ دراسة عينة من الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، في شهر جانفي 2019.

2/ أداة الدراسة هي استماراة الاستبيان، تم تحكيمها¹ ثم توزيعها عبر الفيسبوك.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم موقع التواصل الاجتماعي: يعرف MichelForsé و Armand Degenne شبكات التواصل الاجتماعي على أنها شكل لتنظيم جديد للتعبئة السياسية والتبادل، فالشبكات الاجتماعية تولد كمية كبيرة من خطابات من جميع الأنواع والكثير منها ذو طبيعة مجانية.²

ويعرفها الباحث مرسى مشرى على أنها تلك الشبكة الاجتماعية الرقمية التي لها هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة³

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضاً على أنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها، وتتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بقاع العالم.⁴

وتعرف أيضاً على أنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية التي تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالقاء والتجمع على الإنترت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.⁵

وتعرف موقع التواصل الاجتماعي: على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"⁶

ومن خلال التعريفات السابقة نستخلص أن هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترت انتشاراً واستمراً، لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنت من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو وغيرها.

¹ الأستاذة ليلي زادي جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الأستاذة نيف سهام (جامعة سوق أهراس).

² Alain Degenne et Michel Forsé, *les réseaux sociaux*, flux, 1995, p56

⁴ مرسى مشرى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد: 395، 2012، ص149-166

⁵ عبد الرحمن الحسيني: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي. تاريخ الزيارة 10/1/2019. www.almustagbal.com/node/78110 14:22

⁶ <http://computing dictionary.the freedictionary.com/new+media>,

⁷ زاهر راضي: استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الاهلية، عمان، 2003، ص23.

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد تم إطلاق أول موقع للتواصل الاجتماعي عام 1998 تحت اسم Six Degrees إذ حاول الموقع جمع ميزات مجموعة من مواقع الانترنت التي لا تتيح للأفراد بناء ملفاتهم الشخصية أو تكوين قوائم للأصدقاء، وقد روج نفسه كأداة لمساعدة الناس على الاتصال والتواصل وإرسال الرسائل إلى الآخرين، جمع الملايين من المستخدمين إلا أنه لم يستمر فأغلق عام 2000. وفي الفترة ما بين 1998/2001 ظهرت بعض شبكات التواصل الاجتماعي التي تسمح للأفراد بتكوين ملفات تعريف شخصية و اختيار الأصدقاء دون شرط الحصول على موافقهم

ونذكر منها Black Planet وظهرت شبكتي My Space سنة 2003. وشبكة Facebook سنة 2004.

وظهرت شبكات أخرى مثل Youtube Twitter وغيرها.¹

أنواع موقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ **الشبكات الاجتماعية:** هي موقع تهدف لجمع المستخدمين ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، و تكوين الصداقات ومن أشهرها:²
 - **فيسبوك Facebook:** وهو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم.
 - **تويتر Twitter:** وهو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر يسمح لمستخدمه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرفاً (ورمز) وهذه التعليقات تعرف باسم تغريدات (tweets).
 - ✓ **موقع المفضلات الاجتماعية:** هي موقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وتسجيلها، ومشاركتها مع باقي الأعضاء المشتركين في هذه الموقع، وهي مفضلة لا ترتبط بجهاز الكمبيوتر بل تكون موجودة على شبكة الانترنت، ومن أشهر هذه الموقع موقع ديج .digg.
 - ✓ **موقع استضافة المدونات:** هي موقع تمكن المستخدمين العاديين من الحصول على مدونة بشكل مجاني، بعد التسجيل فيها، ومن أشهرها: الورديبس، بلوجر، تيب باد.
 - ✓ **موقع مشاركة الفيديو والبث المباشر:** وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويبثونها، كما تقدم خدمة مشاركتها على الموقع الاجتماعي الأخرى، و إمكانية تفاعل المشاهدين فوراً وفي نفس لحظة البث، ومن أبرز هذه الموقع youtube، Sevenload,livestream
 - ✓ **شبكات التصوير والفن:** وهي موقع تمنح مكاناً لحفظ و تخزين و عرض الأعمال الفنية سواء كانت صوراً أو رسومات، حيث يمكن الناس من رؤيتها و إبداء الإعجاب أو النقد لها، كما تقييد في إمكانية بيع أعمالك للغير و إيجاد دخل مالي منها ومن أبرز هذه الموقع: Photobucket,Picasa,Flicker

¹ خالد سليم: ثقافة موقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2008، ص.33.

² خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ما هي؟ موقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار الفانس، الأردن: ص 24.

✓ **موقع الأخبار الاجتماعية:** وهي موقع تعتمد على شبكة واسعة من المستخدمين يقومون بتقديم الأخبار المهمة، وبإمكان القراء ترقيتها إن كانت فعلاً مهمة، كما تتيح تصنيفات كثيرة تساعدك على تحديد مجال اهتمامك، ومن أشهرها: NowPublic, Technorati, Newsvine.

✓ **موقع الفعاليات:** وهي موقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعويين، كما يمكنها استخدام خدمات تحديد الموقع الجغرافية لتحديد موقع التجمع، وتتميز هذه الموقع بإمكانية التحديث التلقائي، فيمكن للداعي تغيير المكان والزمان ويطلع عليه المدعون دون الحاجة إلى إخبارهم كل على حدة، ومن أشهر هذه المواقع: Meetup, Tweetvite, Eventful.

خصائص موقع التواصل الاجتماعي: تتمثل أهم سمات هذه المواقع في الآتي:¹

1) **التواصل الشبكي المتداخل "interconnectedness"** بحيث تسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

2) **سهولة الوصول والدخول "access"** من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمراسلين ومستقبلين ومنتجين.

3) **عنصر التفاعلية "interactivity"**: يعتبر هذا العنصر أهم ما يميز هذه المواقع عن الإعلام التقليدي القديم، وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، ويتتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chatting" حول م الموضوعات يتداولها أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية كما يتتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.

4) **التنوع الغير في المحتوى** مقارنة بالإعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية.

5) **تعدد الاستخدامات وخاصية الانفتاح open-ended** على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المضامين.

6) **سعة الانتشار والتحرر من المكان delocatedness** وعدم ارتباط موقع التواصل الاجتماعي بمنطقة جغرافية محددة ، أي أنها تتخطى حواجز المكان الجغرافي.

الدراما التاريخية العربية التلفزيونية:

مفهوم الدراما: تعرف الدراما التلفزيونية على أنها: "مرأة الحياة"، التي تعكس الاهتمامات الخاصة بالبشر، وترتبط خبرات الأفراد بالبناء الأخلاقي والقيمي، وتكون قادرة على توسيع تعاطف المشاهدين، وجذبهم بعيداً

¹ خالد بن عبد الله الحلوة: الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض:جامعة الملك سعود 24/23 جمادي الأولي 1433هـ، 15/16 ابريل 2012م.

عن قيود الواقع، لفقدانهم إلى رؤية متعمقة في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من التشويف والتعاطف والإثارة¹، وتعرف على أنها نوع من الأنواع الفنية التي واكب ظهور التلفزيون تحكي رواية أو قصة ما عبر تشخيصها على الشاشة.²

وتعرف أيضاً بأنها قصة يتم معالجتها تلفزيونياً وتروى بواسطة شخصيات مثيرة للاهتمام يجري على أسنتها حوار واضح فيه سمات الحقيقة.³

الدراما التاريخية العربية التلفزيونية: هي الدراما التي تستقر الماضي للوقوف على أبرز المحطات فيه، من خلال نظرة تحليلية تتجاوز الأحداث الظاهرة فيها، و يتم توظيف هذا التاريخ في إطار إعطاء الدروس وال عبر لخدمة قضايا المجتمع ومشكلاته.⁴

أشكال الدراما التاريخية العربية:

- **الفانتازيا التاريخية:** وهي عبارة عن أعمال تعالج أحداثاً تاريخية يتخيلها الكاتب ولا وجود لها في الواقع وهي نوع يكون فيه الزمن محدد و معلوم، ونوع يكون فيه الزمن و الحدث غير معلومين. وتعتمد طريقة الإخراج هذه على الإبهار البصري وتغليب لغة الصورة على لغة الحوار وتصوير المعارك القتالية في الأماكن الطبيعية، كما تم الاستعانة بالخبرات الأجنبية كالأيرانيين في تصميم الملابس والروس في تصميم المشاهد القتالية. ليس هذا فحسب فال فكرة التي تدور حولها حلقات المسلسل من خيال الكاتب، فأحداث المسلسل كلها مفتوحة من أولها إلى آخرها.⁵
- **الدراما المؤثقة:** وهي أعمال يتم فيها التوثيق الدقيق للتاريخ مع استخدام الإبداع الفني دون مساس بالأمانة العلمية أو تشويه الحقائق التاريخية.

خصائص الدراما التاريخية:

- استحضارها للتاريخ حيث أنها تدفع المشاهد لاستعادة لحظات تاريخية ومشاهدتها مجسدة في أشخاص مفترضين يعبرون عن ماضٍ نتوّق لمعرفته بأدق تفاصيله.
- استخدام العناصر الفنية المتنوعة مثل الإضاءة واللباس والتوصير الجيد و اختيار الأماكن والكمبارس، والشخصيات المناسبة لآداء الأدوار مما يجعل الحدث التاريخي يتجلّى بكل تفاصيله.
- تقديمها باللغة العربية الفصحى المفهومة لدى جميع الأقطار العربية.
- ربطها بين الذائقـة الجمالـية وأسئلة الواقع مع تجاوز المكان والزمان.
- الاعتماد على تعشـيق الرواـيات التـاريخـية المتـعدـدة في بنـاء الأـحداث ورسم الشخصـيات.
- الخروج من القـالـب النـمـطـي (التـصـوـير فـي الأـسـتـودـيو) إلـى التـصـوـير الـخارـجي الـطـبـيعـي.

¹Sun thon ham, tony purvis. **television drama: theories and identities**, new york :palgrave macmillan.(2005),p21.
² عز الدين عطية المصري: الدراما التلفزيونية مقوماتها و ضوابطها الفنية دراسة تحليلية وصفية. قسم اللغة العربية ، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين- رسالة ماجستير، 2010، ص 98.

⁴ محمد عمارة: الدراما التاريخية وتحديات الواقع المعاصر، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005، ص 09.

⁵ جمال قواس: القيم الاجتماعية في المسلسلات السورية التاريخية دراسة تحليلية- رسالة ماجستير، قسم الدعوة و الإعلام و الاتصال، كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2006/2005، ص 65.

- اعتمد طريقة جديدة في توصيل الفكرة إلى المشاهد عن طريق الصورة أولاً ثم الحوار ثانياً وقد ساعد على هذا التحول في شكل الإخراج قدره بعض المخرجين من الإخراج السينمائي إلى الإخراج التلفزيوني.
- الميزانيات الضخمة التي ترصد لهذه الأعمال، وقد ساعد على هذا مساهمة بعض المراكز الفنية والقنوات الفضائية الخليجية في عملية الإنتاج التلفزيوني كتلفزيون دبي وتلفزيون قطر ومركز دبي للأعمال الفنية.¹
- الدراسة الميدانية:

عرض وتحليل بيانات الدراسة:

جدول (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	النكرارات والنسب
100	50	46	23	54	27	العدد

المصدر: الدراسة الميدانية

يوضح هذا الجدول أفراد العينة المكونة من 50 مبحوثاً من الشباب الجزائري من الجنسين 27 من الذكور و 23 من الإناث.

جدول (2): الفئات العمرية للعينة المدروسة.

النسبة (%)	النكرار (ك)	الفئة العمرية
44	22	(24_18)
40	20	(31_25)
16	08	(38-32)
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول الفئات العمرية للعينة المدروسة وقد مثلت الفئة (من 18 إلى 24) سنة الفئة الأكثر من العينة بنسبة 44 %، تليها الفئة من (25 إلى 31) سنة بنسبة 40 %، مما يؤكد ما تصرح به الإحصائيات الجزائرية حول النسبة المرتفعة للمسجلين في هذه المواقع والذين لا تتجاوز أعمارهم 35 سنة، أما الفئة (من 32 إلى 38) سنة فقد شكلت نسبة 16 %، مما يدل على أن هذه الفئة قليلة الاستخدام والتفاعل مع هذه المواقع.

جمال قواس: القيم الاجتماعية في المسلسلات السورية التاريخية، مرجع سابق، ص: 70.

جدول (3): المستوى التعليمي للعينة المدروسة.

النسبة (%)	التكرار (ك)	المستوى التعليمي
06	03	متوسط
08	04	ثانوي
66	33	جامعي
20	10	دراسات عليا
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي للعينة المدروسة وقد شكل المستوى الجامعي أكثر مستويات هذه العينة بنسبة 66 %، يليها المستوى العالي بنسبة 20 %، مما يؤكّد على أن أكثر فئات العينة المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي من الطبقة المثقفة، ثم المستوى الثانوي بنسبة 08 %، و أخيراً المستوى المتوسط بنسبة 06 %.

جدول(4): نوع موقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العينة.

موقع التواصل الاجتماعي (%)	التكرار (ك)	موقع التواصل الاجتماعي
60.28	44	فيسبوك
16.43	12	تويتر
16.43	12	انستغرام
06.84	05	أخرى تذكر
100	73	المجموع

73 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)
المصدر: الدراسة الميدانية.

تعكس معطيات الجدول أن أغلب مفردات العينة يستخدمون موقع فيسبوك بنسبة 60.28 % مما يدل على تصدر هذا الموقع للشبكات الاجتماعية بقدرته على استقطاب عدد كبير من الشباب، ويليه كل من تويتر وانستغرام بنسب متساوية مثلت 16.430 %، أما ما قدرت نسبته ب 06.84 % من العينة فيستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الأخرى إلى جانب التي ذكرت على غرار موقع يوتيوب ولنكد إن وفاير وواتساب.... والجدير بالذكر أن الشباب على دراية بهذه الواقع رغم عدم شهرتها كالفيسبوك وتويتر.

جدول(5): مدة استخدام العينة لموقع التواصل الاجتماعي.

مدة استخدام موقع التواصل الاجتماعي (%)	التكرار (ك)	مدة استخدام موقع التواصل الاجتماعي.
16	08	منذ أقل من سنة
34	17	من سنة إلى ثلاث سنوات
50	25	أكثر من ثلاث سنوات
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يبين هذا الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 50 % يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاثة سنوات مما يدل على قوة الجذب التي تتمتع بها منذ نشأتها، وبال مقابل نجد نسبة 34 % تتراوح مدة تسجيلهم

في هذه الشبكات بين سنة و ثلاثة سنوات، وأخيراً مثلت نسبة 16% نسبة الذين سجلوا حديثاً في هذه المواقع إذ لم تتعذر مدة مشاركتهم فيها سنة.

جدول (6): عدد الساعات التي تقضيها العينة على هذه المواقع بشكل يومي.

النسبة (%)	النكرار (ك)	عدد الساعات التي تقضيها العينة على هذه المواقع في اليوم
10	05	أقل من ساعة
32	16	من ساعة إلى ساعتين
30	15	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
28	14	أكثر من ثلاث ساعات
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

ذكر أغلب المبحوثين بنسبة 32% أنهم يقضون من ساعة إلى ساعتين على هذه المواقع بشكل يومي، في حين يقضي ما نسبته 30% من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً في استخدام هذه الشبكات، وتليها نسبة 28% من يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات في اليوم، أما 10% منهم فيقضون أقل من ساعة على هذه المواقع، والملاحظ هنا أن نسبة استخدام العينة للشبكات الاجتماعية لأقل من ساعة متدنية إذا ما قورنت بنسب المستخدمين لها من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات مما يدل على طول الزمن الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع بشكل يومي.

جدول (7): سبب استخدام العينة لموقع التواصل الاجتماعي.

النسبة (%)	النكرار (ك)	سبب استخدام موقع التواصل الاجتماعي
30.76	24	لزيادة المعرف
19.23	15	للتسليه والدردشة وتمضية الوقت
46.15	36	للتواصل مع الآخرين
03.84	03	أخرى تذكر
100	78	المجموع

78 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 46.15% يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الآخرين مما يدل على فاعلية هذه المواقع في تعميق العلاقات و تعزيز الصداقات وتقارب الأفراد مكانياً عبر اختزال المسافات الجغرافية بينهم، في حين ترجع نسبة 30.76% سبب استخدامهم لزيادة المعلومات والمعرف، أما نسبة 19.23% فتستخدمها للتسليه وتمضية الوقت حيث أصبحت هذه الفضاءات متفسراً للكثرين من ضغوط العمل والدراسة والمجتمع، كما ذكرت نسبة 03.84% أسباباً أخرى لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في مواكبة التطور التكنولوجي وتطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة، إضافة إلى اعتبارها مصدرًا للأخبار العاجلة والآنية، وكذا استخدامها كقناة للتسويق والوصول إلى علامة جدد محلياً وعالمياً.

جدول(8): مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

النسبة (%)	النكرار (ك)	مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية
34	17	نعم
66	33	لا
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 66% لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية في حين ذكر باقي أفراد العينة بنسبة 34% أنهم يشاهدونها.

جدول(9): سبب عدم مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

النسبة (%)	النكرار (ك)	سبب عدم مشاهدة العينة للدراما التاريخية العربية التلفزيونية
44.70	20	لأنها تُعرض في أوقات غير مناسبة
23.53	38	لأن مضمونها لا تعجبك
31.77	27	أخرى تذكر
100	85	المجموع

85 هو عدد التكرارات وليس عدد أفراد العينة (يستطيع المبحوث اختيار أكثر من إجابة)

المصدر: الدراسة الميدانية.

تشير معطيات الجدول إلى أن أغلب المبحوثين بنسبة 44.70% لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية لأن مضمونها لا تعجبهم، أما نسبة 23.53% فلا يشاهدونها لأن أوقات عرضها لا تتناسب، في حين ترى نسبة 31.77% أن أسباب عدم مشاهدتهم للدراما التاريخية العربية التلفزيونية تمثل في استخدامهم للإنترنت وعدم الاهتمام كثيراً بمشاهدة التلفزيون، بالإضافة إلى أنهم يفضلون مشاهدة الدراما التركية والأجنبية.

جدول(10): استخدام موقع التواصل الاجتماعي و التراجع عن مشاهدة الدراما التاريخية العربية التلفزيونية.

النسبة (%)	النكرار (ك)	هل سبب استخدامك لموقع التواصل الاجتماعي تراجعاً عن مشاهدتك للدراما التاريخية العربية التلفزيونية.
66	33	نعم
34	17	لا
100	50	المجموع

المصدر: الدراسة الميدانية.

يشير أغلب المبحوثين بنسبة 66% إلى أن استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي جعلهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية العربية التلفزيونية وهذا ما يؤكد التأثير الكبير لهذه المواقع على فئة الشباب، في حين ترى نسبة 34% من العينة أن استخدامهم للشبكات الاجتماعية لم يؤثر على مشاهدتهم للدراما العربية التلفزيونية.

نتائج الدراسة :

- ✓ أكدت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الخاصة بالعينة من (18 إلى 24) سنة جاءت في المرتبة الأولى كمتغير فاعل حيث بلغت نسبتهم 44%， الأمر الذي يؤكد أن هذه الفئة الأكثر اهتماماً باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن 66% من أفراد العينة ذو مستوى جامعي في حين بلغت نسبة أصحاب المستوى العالي 20%， أما باقي العينة فكانوا ذو مستوى ثانوي وبلغت نسبتهم 08% و ذو مستوى متوسط وبلغت نسبتهم 06%， ويدل هذا على أن النخب من فئة الشباب هم الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ كشفت الدراسة أن نسبة 60.28% من عينة الدراسة يستخدمون موقع فيسبوك مما يدل على تصدر هذا الموقع للشبكات الاجتماعية بقدرته على استقطاب عدد كبير من الشباب، ويليه كل من تويتر وإنستغرام بنسب متساوية مثلت 16.43%， أما ما قدرت نسبته ب 06.84% من العينة فيستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الأخرى إلى جانب التي ذكرت على غرار موقع يوتيوب ولنكد ان وفايير وواتساب.... والجدير بالذكر أن الشباب على دراية بهذه المواقع رغم عدم شهرتها.
- ✓ توضح الدراسة أن 50% من أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاثة سنوات مما يدل على قوة الجذب التي تتمتع بها منذ نشأتها، وبالمقابل نجد نسبة 34% تتراوح مدة تسجيلهم في هذه الشبكات بين سنة وثلاث سنوات، أما 16% من أفراد العينة فلم تتجاوز مدة تسجيلهم في هذه المواقع سنة واحدة.
- ✓ بينت الدراسة أن نسبة 32% من المبحوثين يقضون من ساعة إلى ساعتين على هذه المواقع بشكل يومي، في حين يقضي ما نسبته 30% من ساعتين إلى ثلاثة ساعات يومياً في استخدام هذه الشبكات، وتليها نسبة 28% من يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات في اليوم، أما 10% منهم فيقضون أقل من ساعة على هذه المواقع، مما يدل على طول الزمن الذي يقضيه الشباب على هذه المواقع بشكل يومي.
- ✓ أفادت النتائج أن نسبة 46.15% من العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الآخرين مما يدل على فاعلية هذه المواقع في تعزيز العلاقات وتعزيز الصداقات وتقارب الأفراد مكانيًا عبر اختزال المسافات الجغرافية بينهم، في حين تستخدمها نسبة 30.76% لزيادة المعلومات والمعارف، أما نسبة 19.23% فتستخدمها للتسلية الدردشة وتمضية الوقت حيث أصبحت هذه الفضاءات متفسّاً للكثيرين من ضغوط العمل والدراسة والمجتمع، كما ذكرت نسبة 03.84% أسباباً أخرى لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في مواكبة التطور التكنولوجي وتطوير قدراتهم على استيعاب التقنيات الجديدة، إضافة إلى اعتبارها مصدراً للأخبار العاجلة والآنية، وكذا استخدامها كقناة للتسويق والوصول إلى عملاء جدد محلياً وعالمياً.

- ✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن 66% من عينة الدراسة لا يشاهدون الدراما التاريخية العربية التلفزيونية، في حين يشاهدها مانسبته 34%.
- ✓ بيّنت الدراسة أن نسبة 23.53% لا يشاهدون الدراما التاريخية لأن مضمونها لا تعجبهم في حين نسبة 44.70% ذكروا أن أوقات عرضها لا تتناسب معهم، أما نسبة 31.77% فقد كان سبب عدم مشاهدتهم ميلهم لاستخدام الإنترنت وفضيلهم مشاهدة الدراما التركية والأجنبية.
- ✓ أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 66% يؤكّدون أن موقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يتراجعون عن مشاهدة الدراما التاريخية في حين يرى 34% عكس ذلك.

قائمة المراجع:

1/ الكتب:

- خالد سليم (2008)، ثقافة موقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتّبّي للنشر والتوزيع، قطر.
- عادل النادي (1987)، مدخل إلى فن كتابة الدراما، مؤسّسات عبد الكريم بن عبد الله للنشر والتوزيع، تونس.
- مجموعة باحثين (2011) اتجاهات الشباب نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، المركز الوطني لأبحاث الشباب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- محمد عمارة (2005)، الدراما التاريخية وتحديات الواقع المعاصر، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005.

2/ الكتب الأجنبية:

- Alain Degenne et Michel Forsé (1995), *les réseaux sociaux*, flux.
- Sun thon ham, tony Purvis (2005), *television drama: theories and identities*, new york.

3/ الرسائل الجامعية:

- أفنان طلعت (2015)، استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجистير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أيمن محمود عباس الشربيني (1999)، الدراما التاريخية في التلفزيون ودورها في نشر الوعي التاريخي - دراسة تحليلية وميدانية - رسالة ماجистير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- جمال قواس (2006)، القيم الاجتماعية في المسلسلات السورية التاريخية - دراسة تحليلية - رسالة ماجистير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.
- حنان بن شعشوو الشهري (1434هـ)، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة - رسالة ماجистير غير منشورة، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز بجدة.
- عبد الله محمود محمد عدوى (2016)، دور المعالجة التلفزيونية للدراما التاريخية - دراسة تحليلية لمسلسل عمر - رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية القيادة والإدارة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية، نيلي.
- عزالدين عطية المصري (2010)، الدراما التلفزيونية مقوماتها ومواضيعها الفنية - دراسة تحليلية وصفية - رسالة ماجستير غير منشورة، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

4/ المجلات و الدوريات:

- زاهر راضي(2003)، استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- مرسي مشرى (2012)، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد: 395، بيروت، لبنان.

5/ المؤتمرات:

- خالد بن عبد الله الحلوة (2012)، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود الرياض.

6/الموقع الإلكترونية:

- عبد الرحمن الحسيني: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي، www.almustagbal.com/node/78110

استماراة الدراسة

أولاً: البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى الفئة العمرية: (24-32) (31-32) المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا

ثانياً: ما نوع موقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

 فيسبوك تويتر انستغرام أخرى تذكر

ثالثاً: ما هي مدة استخدامك لموقع التواصل الاجتماعي؟

 منذ أقل من سنة من سنة إلى ثلاثة سنوات أكثر من ثلاثة سنوات

رابعاً: ما هو عدد الساعات التي تقضيها على هذه المواقع بشكل يومي؟

 أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ساعتين إلى ثلاثة ساعات أكثر من ثلاثة ساعات

خامساً: ما سبب استخدامك لموقع التواصل الاجتماعي؟

 لزيادة المعرفة للتسلية و الدردشة و تمضية الوقت للتواصل مع الآخرين أخرى تذكر

سادساً: هل تشاهد الدراما التاريخية العربية التلفزيونية؟

 نعم لا

سابعاً: ما هو سبب عدم مشاهدتك للدراما التاريخية العربية التلفزيونية؟

 لأنها تعرض في أوقات غير مناسبة لأن مضمونها لا تعجبك أخرى تذكر

ثامناً: هل سبب استخدام كل موقع التواصل الاجتماعي تراجعاً عن مشاهدت كل دراما التاريخية العربية التلفزيونية؟

 نعم لا

الإعلام الأمني الأردني ودوره في التوعية الأمنية من مخاطر الألعاب الإلكترونية: دراسة ميدانية على عينة قصديرية من طلبة المرحلة الابتدائية

والإعدادية في مدارس منطقتي (مرج الحمام، ناعور)

Jordanian Security Media, And Its Role In The Security Awareness Of The Dangers Of Electronic Games:Field study On A Target Sample Of Primary And Middle School Students in The school of (marj alhamam, Naour)

د. رانيا عبد النعيم العشران

باحثة في الشؤون الأمنية والاجتماعية

الملخص:

تتناول هذه الدراسة الدور الذي يقوم به الإعلام الأمني الأردني في التوعية الأمنية من مخاطر الألعاب الإلكترونية، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة السلبيات (السلوكية، المعرفية، الصحية) المتراوحة والناتجة عن ممارسة تلك الألعاب، تم استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة، حيث تم اختيار (263) طالب وطالبة من مدارس منطقتي (مرج الحمام، ناعور) بطريقة العينة القصديرية من الصفوف الابتدائية (الخامس، السادس)، والإعدادية (التاسع والعشر)، وتم إدخال البيانات بواسطة الحاسوب باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأعلى كانت للمجربين بعدم وصول رسائل نصية من جهات أمنية على صفحة الفيس بوك الخاصة بهم لتوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية وبلغت (66.5%)، وبالنسبة للهاتف المحمول بلغت النسبة (58.9%)، كما توصلت النتائج أن النسبة الأعلى هي للمجربين بعدم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدارس وبلغت (60.0%).

الكلمات المفتاحية: الإعلام الأمني، التوعية الأمنية، الألعاب الإلكترونية.

Abstract:

This study deals with the role played by the Jordanian security media in raising awareness about the dangers of electronic games. The study also aims at identifying the negative (behavioral, cognitive, health) problems associated with the exercise of these games. The selection of 263 male and female students from Marj al-Hamam and Naour schools was done by means of the sample of the elementary grades (fifth, sixth) and intermediate (ninth and tenth). The survey found that the highest percentage was respondents who did not receive text messages from security authorities on their Facebook page to raise awareness of the dangers of online games and reached 66.5%. For the mobile phone, the percentage was 58.9% Not to hold awareness lectures on the dangers of electronic games in schools (60.0%)

Keywords: Security Media, SecurityAwareness,Electronic Game.

المقدمة :

في ظل الثورة الرقمية لم يعد للمفاهيم معنى واضح، فقد دخلت في حالة فوضى وغياب للمعايير، فالتحول من تضامن آلي متشابه في النواحي الأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية، إلى تضامن عضوي تبادلي وتعاقدي حال دون ذلك. ومن ضمن تلك المفاهيم كان مفهوم "اللعبة" والذي كانت الغاية منه سابقًا الترفيه، كنشاط لامنهجي يساعد الطفل على توسيع مداركه المعرفية والحسية والجسدية وتوازنه الانفعالي والعاطفي، إلا أن الواقع اليوم بات مختلف، فألعاب الطفولة تحولت إلى أدوات للقتل تحمل في مضمونها أفكارًا تشجع من يمارسها على العنف والإيذاء والتعصب الذي يؤول إلى التطرف الفكري في السلوكيات كل ذلك تحت مسمى "اللعبة"، لم يراعي من قام بتصميمها الجانب الأخلاقي والقيمي، فالهدف التجاري كانت قيمته أسمى، إذ تحقق هذه الشركات مكاسب مالية ضخمة من وراء بيع ألعاب الموت، فتصميم هذه الألعاب يقوم على عناصر التسويق والإثارة وإظهار القوة، لذلك تلقى إقبالاً ورواجاً كبيراً من الفئات العمرية الناشئة والتي يتملكها حب الإثارة والمغامرة والتحديات، جاهلة الهدف الكامن التي صممته لأجله تلك الألعاب، وهو تدمير المنظومة الفكرية والقيمية لديهم، فالبقاء لمدة زمنية طويلة في اللعب دون رقابة أو توعية يعتبر طريقة سهلة لغسل الأدمغة الناشئة بأفكار هدامة تجعله يظن أن هذا العالم الافتراضي يمكن إسقاطه على الواقع ومعالجة مشكلاته بنفس طريقة اللعبة، أي خلق مجتمع القوة الجبرية (إرهاب فكري الكتروني)، وليس مجتمع قائمه على التعاون واحترام الآخر. وبما أن فكرة السيطرة والتحكم أصبحت قيمة في المجتمع المتواصل عبر شبكة الانترنت، ففضاء الانترنت مطلق واخراق الحسابات عمليات رائجة لذلك يمكن اعتباره مهدد للأمن الاجتماعي، وخاصة في المجتمعات المحافظة حيث أن تعرض هذه المجتمعات لقيم وسلوكيات المجتمعات الأخرى قد تسبب تلوث ثقافي يؤدي إلى انهيار وتفسخ في النظام الاجتماعي لتلك المجتمعات. فالاستخدام غير الأخلاقي وغير القانوني للشبكة يصل إلى مئات المراهقين والهواة مما يؤثر على نمو شخصياتهم النمو الصحيح ويوقعهم في أزمات نمو ويكون لديهم عقدًا نفسية وقيمية لا تتماشى مع النظام الاجتماعي السائد. ولخطورة ما تم ذكره فإن الإعلام بشكل عام، والإعلام الأمني بشكل خاص يقع على عاتقه واجب نشر الوعي الأمني وتبصير أفراد المجتمع بأخطار الكامنة والمترتبة على استخدام أطفالهم لتلك الألعاب التي تعيق حركة تطورهم الذهنية والجسدية والفكرية وتغرس فيهم أفكار متطرفة وهدامة غاييتها الربح المادي والإثارة والتعصب، فالثقافة الأمنية ونشرها من خلال الإعلام الأمني يعتبر من الأساليب الناجعة لإعادة بناء المجتمع وتنظيم علاقاته الاجتماعية، لمواجهة التغيرات الثقافية وخاصة في مجال الانحراف والجريمة.

المبحث الأول: الإطار المنهجي**أولاً: إشكالية الدراسة**

يعتبر الإعلام اليوم المحرك الأساسي للتعامل مع أي حدث أو مشكلة بتصعيدها أو التخفيف من حدتها من خلال التوعية بها، وهذا يعتمد على طريقة تعامل الوسيلة الإعلامية - سواء المقرؤة أو المشاهدة أو المسموعة - مع الحدث والمساحة التي تفرد لتعطيته. إن إشكالية الدراسة تتلخص في دور الإعلام الأمني

في التعامل مع مشكلة الألعاب الإلكترونية والتوعية بمخاطرها، والتعرف على مدى استفادة الجهات الأمنية من استخدام وسائل الإعلام المتطرفة وتقنيات الاتصال الحديثة في تزويد فئات المجتمع بكافة التفاصيل عن خطورة الألعاب الإلكترونية وأثرها المضلل للفكر والمشجع على التعصب والإجرام. إن خطورة تلك الألعاب تكمن في أنها تستهدف فئة عمرية مهمة في المجتمع، فئة يقع على عاتقها العمران والتنمية، إذ تطالعنا أرقام الإحصائيات إن أكثر من يمارس تلك الألعاب هم من الفئة العمرية الواقعة ما بين 10-25 سنة بمعدل ساعات لعب تصل إلى أكثر من ثمانية ساعات يومياً في غياب مراقبة الأهل، الأمر الذي يتطلب تضافر الجهود الإعلامية الأمنية وجهود أفراد المجتمع من أجل حماية تلك الفئة من الانحراف الفكري والتعصب، وتحقيق الأمن الشامل لكافة أفراد المجتمع.

ثانياً: أهمية الدراسة

تأتي من أهمية الموضوع إذ يعالج ظاهرة اجتماعية تغزو الفكر الناشئ، وتوجهه نحو العنف والتعصب، مستهلكة قدرات جسدية وذهنية لفئة عمرية مهمة في المجتمع، يعول عليها في المستقبل خدمة مجتمعها وتنميته وتطوره الاقتصادي والثقافي والاجتماعي، أما الأهمية العلمية هي رفد المكتبة العلمية ببحث يركز على أهمية الجانب الأمني في مواجهة الفكر المتطرف وكشف الهدف الكامن لهذه الألعاب الإلكترونية، فتحقيق الأمن الفكري والنفسي لتلك الفئة له عائد على المنظومة الأمنية للمجتمع بكافة جوانبه.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة

- ما الخصائص الاجتماعية والديمغرافية لعينة الدراسة؟
- ما هي اللعبة الأكثر ممارسة عند أفراد عينة الدراسة من هذه الألعاب الإلكترونية؟
- ما معدل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب؟
- ما هي السلبيات الناتجة عن ممارسة هذه الألعاب من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ما مدى إسهام الإعلام الأمني في التوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

رابعاً: أهداف الدراسة

يشير مصطلح الأهداف إلى النتائج التي يسعى الباحث إلى تحقيقها من خلال بحثه، وقد هدفت الدراسة الحالية إلى بناء تصور معرفي عن بيئه الأطفال من خلال معرفة الخصائص الاجتماعية (الجنس، العمر، الصف الدراسي)، ثم تنتقل إلى معرفة نوع اللعبة المفضلة وعدد الساعات التي يقضيها الطفل في ممارسة اللعبة، والتي تسهم لاحقاً في ظهور سلوكيات غير سوية وغير مقبولة اجتماعياً، من قبل الطفل أثناء تفاعله الاجتماعي مع أقرانه، ثم تصل الدراسة إلى الهدف الأساسي، وهو معرفة مدى إسهام وفعالية وسائل الإعلام الأمني سواء المقروء أو المشاهد أو المسنون في التوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية.

خامساً: منهج الدراسة

يتم الاستناد في هذه الدراسة للمنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق أغراض الدراسة، هذا وعرفه (القططاني وأخرون، 2001)، بأنه "المنهج الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات، أو التقييم والمقارنة، أو التعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية"، ويتم استخدام التحليل الإحصائي لأجل التعرف على إجابات أسئلة الدراسة⁽¹⁾.

سادساً: مجتمع الدراسة

يتمثل بجميع طلبة الصفوف المرحلة الأساسية الأولى (الخامس، السادس) والإعدادي (التاسع، والعشر)، في مدارس منطقتي مرج الحمام، وناعور وتم تحديد ثلات مدارس (مدرسة البيان للذكور والإإناث قطاع خاص، مدرسة البراء للذكور) منطقة مرج الحمام، (مدرسة أبونبلة للإناث) بمنطقة ناعور قطاع عام، وبالبالغ عددهم (811) طالب وطالبة، (تم التوصل إلى رقم مجتمع الدراسة من سجلات الطلبة في المدارس المذكورة لعام 2018/2019).

سابعاً: عينة الدراسة

تم اعتماد العينة القصديّة في اختيار مفردات الدراسة بطريقة تحكميّة لا مجال للصدفة فيها وتلبي حاجات الدراسة، والمتمثلة بطلبة الصفوف الأساسية الأولى (الخامس، السادس)، والإعداديّة (التاسع، والعشر)، في مدارس (البراء للذكور ومدرسة البيان للذكور والإإناث ومدرسة أبو نقلة للإناث) بمنطقة مرج الحمام وناعور، وحدة المعاينة تكونت من طلبة الصفوف الأساسية الأولى (الخامس، السادس)، والإعداديّة (التاسع، والعشر)، إذ بلغت العينة الأمثل وفقاً لهذه التقديرات (263) من طلبتها، هذا واستخدمت الدراسة نظام برنامج التحليل الإحصائي (Spss) للوصول إلى نتائج الدراسة.

ثامناً: أدوات الدراسة

تم استخدام (الاستبانة) كأداة للدراسة نظراً ل المناسبتها لمشكلة الدراسة وللمنهج المستخدم وهي أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث معين عن طريق استمارة تجري تعبيئة فقراتها من المستجيب.

تاسعاً: مفاهيم الدراسة

الإعلام: هو القيام بالإرسال أو الإيصال، وإعطاء وتبادل للمعلومات سواء أكانت مسموعة، أم مرئية، أم بالكلمات والجمل أم بالإشارات والصور والرموز⁽²⁾.

الإعلام الأمني: "هو فرع من فروع الإعلام المتخصص الذي يهدف إلى إخبار الجمهور بموضوعات تخص الأمن، عن طريق أجهزة الإعلام ووسائله المتخصصة (صحافة، إذاعة، قنوات فضائية، شبكات التواصل الاجتماعي)؛ من أجل تحقيق أكبر قدر من التوازن الاجتماعي بغية المحافظة على أمن الفرد وسلامته،

⁽¹⁾القططاني، سالم، العماري، أحمد، آل مذهب، العماري، العمر، بدران، مناهج الدراسة في العلوم السلوكية مع تطبيقات على spss ، المطبع الوطني الحديث، الرياض، 2001، ط1، ص2.

⁽²⁾المتوكل، محمد: مدخل إلى الإعلام والرأي العام، جامعة اليمن، صنعاء، 2005، ط2، ص14.

وسلامة الجماعة والمجتمع، ويقوم به رجال الأمن ذاتهم، كما يقوم به رجال الإعلام إذا كان الأمر متعلقاً بـ رجال الأمن⁽¹⁾.

الألعاب الإلكترونية: "عبارة عن الألعاب المتوفرة على هيئة الكترونية". كما يعرفها الباحث إجرائياً بأنها جميع أنواع الألعاب المتوفرة على هيئات الكترونية، وتشمل ألعاب الحاسب، وألعاب الإنترنت، وألعاب الفيديو PlayStation وألعاب الهاتف النقالة، وألعاب الأجهزة الكفية⁽²⁾.

الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى: للباحثة (برتيمة، سميحة) بعنوان "الألعاب الإلكترونية والعنف المدرسي"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الألعاب الإلكترونية على الأطفال وعلاقتها بالعنف المدرسي، تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 100 طالب تراوحت أعمارهم 10 - 18 عاماً، وتم استخدام أسلوب الملاحظة، والاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن هناك علاقة ارتباطية بين الألعاب الإلكترونية والعنف المادي الذي يتجلّى من خلال إلحاق الضرر من الناحية المادية كالجسد والممتلكات مثل: الصفع والضرب فهي تعمل على زرع السلوك العدواني في شخصية الطفل خاصة، وإنه صغير السن ولا يدرك خطورة ما يشاهده⁽³⁾.

الدراسة الثانية: للباحثة (قويدر، مريم) بعنوان "أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، أجريت هذه الدراسة في الجزائر العاصمة على عينة عشوائية من طلبة المرحلة الابتدائية في مدرسة الأخوة أوريج بحيرة ومحمد بن الأعوج بالقبة، أبو ذو الغفار وعبد الحليم بن سماعة بباب الوادي، تم استخدام المنهج الوصفي، وتم استخدام أسلوب المقابلة وأداة الاستبانة لجمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن أغلبية أفراد العينة يقلدون أبطالهم المفضلين في الألعاب الإلكترونية وهذا ما يجعلهم يتقمصون شخصياتهم حسب مبادئ وقيم البطل الذي يفضلونه، وهذا ما يجعلهم يميلون للتقليد الذي يؤثر في تكوين شخصياتهم واعتمادهم على أنفسهم وثقتهم بها. كما توصلت الدراسة أن الألعاب الإلكترونية ليست بريئة، فهي محكومة بالمنظومة القيمية لمنتجيها والتي ليست ذاتها لدى المجتمع الجزائري، وتؤدي بحسب "روبير ميرتون" وظائف ظاهرة وأخرى مستترة، ظاهرة هي التسلية ومستترة منها ما هو مرتبط بنشر ثقافة منتجيها والترويج للعنف وفساد الأخلاق⁽⁴⁾.

الدراسة الثالثة: للباحث (الشerman، عديل) بعنوان "دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة"، وقد هدفت إلى معرفة دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة من وجهة نظر عينة من المشاهدين، وفي ضوء مجموعة من المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي

⁽¹⁾ عدلي، عصمت وسعد، محمد: المدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009، ص 261.

⁽²⁾ Salen & K.: Zimmerman, Rules of play: Game design fundamentals Cambridge, MA: MIT Press 2004, p8

⁽³⁾ برتيمة، سميحة : الألعاب الإلكترونية والعنف المدرسي، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، بيروت، 2017.

⁽⁴⁾ قويدر، مريم: أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم والاتصال ، الجزائر، 2012.

المهنة، الدخل الشهري)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي ومن أهم نتائج الدراسة:- أظهرت الدراسة ضعف العلاقة بين أجهزة الشرطة والأمن من جهة، وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى، وتواترها في بعض الأحيان، وضعف التنسيق بينهما لخلق مناخ من القاهم تجاه القضايا الأمنية المعاصرة. ومن أهم توصيات الدراسة: العمل على زيادة المدة الزمنية والمساحات لبرامج الإعلام الأمني في التلفزيون الأردني التي تتناول أخبار الجريمة وطرق الوقاية منها. وتحصيص عدد من الساعات المعتمدة لمادة الإعلام الأمني تدرس في كليات الإعلام في الجامعات. ورفد أجهزة الشرطة والأمن بالكوادر البشرية المؤهلة إعلامياً وتأهيلهم في مجال الإعلام الأمني في ظل المتغيرات الأمنية⁽¹⁾.

الدراسة الرابعة: للباحث (MOYER,2008) بعنوان "دور تحفيز المستخدم بالاعتدال: العلاقة بين ألعاب الفيديو وتعديل الأطفال"، وقد أظهرت هذه الدراسة أنه من خلال العقود أصبحت ممارسة الألعاب مرتفعة بدرجة كبيرة بين الأطفال والمرأهقين، وبالتالي ركز الباحثون على تعريف النتائج المحتملة للعب بألعاب الفيديو والهدف من الدراسة هو الضبط بحثاً عن سلوكيات لعب الفيديو مع بحث الدافعية باستخدام نموذج معرفة اجتماعية، مع التكيف الاجتماعي، والعدوانية، الدافع الذاتي، ومهارة المعرفة. كذلك بينت الدراسة أن استخدام ألعاب الفيديو يبلغ ذروته في نهاية مرحلة الطفولة للمرأهقة المبكرة وينخفض مع التقدم في العمر، وفي غالبية الحالات أشار الأطفال إلى أن لعبهم لألعاب الفيديو نادراً ما يكون تحت إشراف الوالدين وأن آباءهم نادراً ما يحددون وقت اللعب، أو يوجدون القوانين التي تتعلق بأنواع الألعاب المقبولة وأن ألعاب الفيديو هي صفة مشتركة في حياة معظم الأطفال والمرأهقين⁽²⁾.

الإطار النظري :

اولاً: أنواع الألعاب الإلكترونية

يمكن تصنيف أنواع الألعاب الإلكترونية اعتماداً على طريقة إدارة اللعبة وأسلوب التحكم بها، ولابد من القول هنا أن هذا التصنيف لا يراعي التأثيرات الفكرية والسلوكية للعبة على الأطفال، ومن أنواع هذه التصنيفات:⁽³⁾

1- ألعاب المحاكاة: وهي ألعاب تتمتع بقدر كبير من الواقعية وتنطلب خبرة اللاعب في مجالها، لذلك لم يكن غريباً أن تكون وراء هذه الألعاب مؤسسات عسكرية في بعض الأحيان كسلسة الألعاب المرتبطة بموديلات الطائرات القتالية الأمريكية.

2- ألعاب قتالية: هي ألعاب تعتمد على مواجهات قتالية اعتماداً على فنون القتال اليدوية كالملامكة أو الكاراتيه.

(1) الشرمان، عديل: دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة، دار جامعة نايف للنشر، الرياض، 2015 .

2)-Moyer,valeie S: The role of User Motivations in Moderating The Relation Between Video Games blaying and Children Adjustment, Bowling Green ST ate University,2004

(3) الشحروري، مها: الألعاب الإلكترونية في عصر العولمة (مالها وما عليها)، ط1، دار المسيرة عمان، 2008، ص 48.

3- ألعاب إطلاق النار: وهي ألعاب ترتبط بإطلاق النار واستعمال الأسلحة على أهداف مختلفة حية، ألعاب المغامرات: هذه النوعية تعتمد على القصة بمحاذاة فعل اللاعب نفسه، فاللاعب يذهب في رحلة بحث ويصبح أمامه مجموعة من الألغاز التي عليه حلها، وموافق عليه أن يختار فيها أي المسارات سيسلك وتتمتع هذه اللعبة ببيئة قد تكون مختلفة، كأجواء ما قبل التاريخ أو المستقبل في الفضاء.

4- ألعاب الحركة: وهي الألعاب التي تعتمد على فعل جسماني حيث يتحرك اللاعب بشخصية الكترونية داخل أجواء تتطلب منه المقابلة أو تسلق أشياء كجبال والجري.

ومن أشهر الألعاب الإلكترونية ممارسة من قبل الأطفال والشباب في العالم اليوم هي كالتالي: فورت نايت: وهي لعبة فيديو الكترونية من نوع البقاء صدرت عام 2017، وتعمل على نظام تشغيل بلاي ستيشن، وإكس بوكس ون، ومايكروسوفت، وبيندوز، وماك أو آي أو أس والأندرويد، تتم أحداث هذه اللعبة في الأرض المعاصرة حيث يؤدي الظهور المفاجئ لعاصفة عالمية إلى اختفاء 98% من سكان العالم، وتظهر المخلوقات الشبيهة بالزومبي لتهاجم الباقى وتسمح هذه اللعبة للمشاركة بين أكثر من لاعب هذا باللعب اون لاين من أجل التعاون في إنشاء الخطط، وجمع الموارد وبناء التحصينات حول الدفاعات التي تهدف إلى المساعدة في محاربة العاصفة وحماية الناجين، وبناء الأسلحة والفاخ للمشاركة في القتال ضد موجات من هذه المخلوقات التي تحاول تدمير الأهداف، ويحصل اللاعبون على مكافآت من خلال هذه المهام لتحسين مواصفات البطل وفرق الدعم وترسانة السلاح والمصائد لكي يتمكنوا من القيام بمهام أكثر صعوبة، وتدعى اللعبة من خلال **microtransactions** شراء عملة خاصة يمكن استخدامها من أجل التطورات.

لعبة **GTA** لعبة سرقة السيارات الكبيرة، قصة هذه اللعبة تدور حول تجسيد اللاعب لشخصية مجرم يخرج من السجن ويصبح مطارد يقوم بالقتل والاجرام من أجل الحصول على المال، حيث يكون للاعب مطلق الحرية في اختيار المهام، وحرية الوصول إلى المبتغي من خلال ممارسة الجرائم، لا يوجد قيود في هذه اللعبة فهي أداة تدمير للمنظومة القيمية فهي تشجع على العنف والتطرف ونفي الآخر وتصفيفه⁽¹⁾.

لعبة **كونترسترايك** (الهجوم المضاد) تصنف هذه اللعبة ضمن ألعاب الحركة، وتمارس بشكل فردي أو جماعي تقوم فكرة اللعبة على أساس مواجهة ارهابيين ومكافحة ارهاب خالد عدة جولات، ويسجل اللاعبون نقاط عند تحقيق الأهداف الموجودة في خريطة اللعبة والقضاء على منافسيهم من أجل فوز فريقهم لعبه تجسد قيم القتل والعنف والاستخدام المفرط للقوة، وخطورة اللعبة أن اللاعب ممكّن أن يختار شخصية الإرهابي أي يحاكي الإرهابي وعاداته يصبح يدافع عن فكره. لعبة نداء الواجب **Call of duty** تلعب سواء كانت متصلة بشبكة الإنترنت أو خارج نطاقها أي تحميلها على الهاتف تلعب بصورة جماعية على شكل فرق تكون من أربعة أشخاص أو أكثر ويقابلهم فرقة أخرى، يختار كل لاعب سلاح يتدرّب عليه حتى يتقن لاستخدمه في تصفيه فرد من الفريق الآخر، وهنا محاكاة لفيلم ألعاب الجوع، وكلما قتلت أكثر استحق اللاعب الجوائز والانتقال لمستوى أعلى، فالقتل والعنف وترسيخ قيم العداء والدماء وقتل المنافس حتى لو لم

(¹ سعيد، خلون: نمو الألعاب الإلكترونية وتزايد الاهتمام بالأجهزة الشخصية في المنطقة العربية تم الإطلاع عليه بتاريخ 28/9/2018، www.aawast.com

يُكَن عدو مضمون هذه اللعبة. لعبة الحوت الزرق التي حصدت أرواح أطفال بريئون ظهرت هذه اللعبة 2016 حيث تكون اللعبة من تحديات لمدة 50 يوم وفي التحدي النهائي يطلب من اللاعب الانتحار، ومصطلح الحوت الأزرق يأتي من ظاهرة حيتان الشاطئ والتي ترتبط بفكرة الانتحار ويتشبه في كونها أصل عدد من الحوادث الانتحار لاسيما في صفوف المراهقين. تعتمد هذه اللعبة على غسيل الدماغ تدريجياً حتى يصبح اللاعب جاهزاً نفسياً وذهنياً للتنفيذ المباشر دون تفكير أو مقاومة⁽¹⁾.

لعبة جنية النار والتي توهם الأطفال بتحويلهم إلى مخلوقات نارية خارقة وتدعوهم إلى التواجد في الغرفة منفردين حتى لا يزول مفعول الكلمات السحرية التي يرددونها، ومن ثم حرق أنفسهم بالغاز ليتحولوا إلى جنية نار. لعبة مريم ومضمونها يتلخص بوجود طفلة صغيرة تاهت عن منزلها والمشترك يساعدها للعودة إليه، وخلال ذلك تقوم بالطرح الكثير من الأسئلة عن حياته الشخصية والسياسية وتهدهم بإيذاء أهلهم إذا لم يستجيبوا لها فهي تطلب منهم في إحدى المراحل الانتحار، أي جمع معلومات ممكن أن تستغل بعيداً عن مجال الأطفال كالمتاجرة بالأعضاء أو التجار بالأطفال، لعبة "دوكي دوكى" وهذه اللعبة ظهرت أثناء كتابة الدراسة حيث حذرت المدراس البريطانية أولياء الأمور من لعبة هي بمثابة تطبيق مواعدة بين طلبة المدارس ورغم أن التطبيق الذي يأخذ شكل لعبة يبدأ بصورة مبهجة لكنه سرعان ما يحظى بطابع سوداوي يدفع المراهقين للاكتئاب، وتتحدث بعض شخصيات اللعبة عن اصابتها بالاكتئاب ورغبتها بالانتحار، ثم تظهر في مشاهد لاحقة بعد اقدامها على الانتحار بالفعل.

لعبة ببجي: صدرت لعبة ببجي والمسماة بلعبة "ساحات معارك اللاعبين المجهولين عام 2017، وكانت نسختها الأولى مخصصة لأجهزة الكمبيوتر وأنظمة تشغيل ويندوز وإكس بوكس ون، ليتم فيما بعد طرح النسخة الجديدة للهواتف المحمولة وأنظمة تشغيل آندرويد ونظام iOS. اللعبة تتبع إلى ألعاب البقاء حيث يحاول اللاعب أن يحافظ على حياته داخل اللعبة حتى النهاية، وذلك من خلال اتباعه استراتيجية ناجحة في تجميع الأسلحة والذخائر والدروع والحفاظ على نفسه بمواجهة اللاعبين الآخرين وقتلهم جماعياً، حيث تتميز هذه اللعبة بقدر كبير من العنف واستخدام الأسلحة النارية والأسلحة البيضاء. وهكذا نرى ألعاب موت صممها مختلين نفسياً أو مؤسسات لدى أصحابها أهدافاً مادية غير أخلاقية هدفها الربح وتنمية الجانب الشرير لدى اللاعب، الذي يرى في القتل والعنف وسيلة وحيدة للنجاة والفوز، ناقلاً هذا البعد الافتراضي إلى الواقع، وممارساً إياه في علاقاته الاجتماعية.

ثانياً: واقع انتشار الألعاب الإلكترونية في العالم العربي:

منذ سبعينيات القرن الماضي ومن ظهور أول جهاز لألعاب الفيديو عام 1972، اجتاحت تلك الظاهرة العالم وصارت أحد مصادر الترفيه الأساسية في جميع أنحاء العالم وتسابقت أقطاب صناعة الإلكترونيات في العالم على الاتيان بأفضل وسيلة أو لعبة يقبل عليها الجميع ومع التطور الكبير والسريع في تكنولوجيا الألعاب لم يستطع العالم سوى أن ينتظر الجديد في كل لحظة بإقبال كبير، وفي إحصائية نشرها موقع

(1) موقع صحفي تم الإطلاع عليه 28/9/2018 www.arabic.sputniknews.com

"الإحصائي لسوق الألعاب العالمي ستترفع قيمته من عام 2011 بإجمالي 54.15 مليار دولار إلى قيمة تقديرية 90.7 مليار دولار بحلول عام 2020"⁽¹⁾.

ومنذ المراحل الأولى لانتشار الألعاب الكترونية، كان العالم العربي واحداً من المستهلكين الكبار لهذا النوع من الترفيه بشكل مت坦 سريع، ففي عام 2012 نشرت رويتز تقريراً عن الألعاب في العالم العربي ذكرت فيه أن 60% من مجمل 350 مليون عربي أنداك هم من الشباب الأصغر من 25 عاماً، وينشر بينهم الإقبال على الألعاب بشكل كبير وبتتبع ذلك أظهرت الإحصاءات الأخيرة بنهاية عام 2017 أن السوق العربية للألعاب الإلكترونية قد ارتفعت بمعدل كبير وما زالت تتبايناً بمزيد من الصعود، فقد أظهرت إحصاءات موقع "newh zoo" المتخصص في إحصاءات سوق الألعاب عام 2015 أن السعودية جاءت في المركز الأول عربي ضمن إحصائيات منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا في قيمة سوق استهلاك الألعاب بإجمالي 283 مليون دولار، في العام التالي 2016 جاءت في المركز الأول عربياً بإجمالي 502 مليون دولار بزيادة قيمتها 219 مليون دولار عن العام السابق، وفي آخر الإحصاءات المحدثة لعام 2017 جاءت السعودية على رأس القائمة مرة أخرى بإجمالي قيمة، ربحية للسوق 645 مليون دولار، بزيادة قدرها 143 مليون دولار عن العام السابق له، وفي إجمال قيمة الأرباح للأعوام الثلاثة أتفق في السعودية وحدها مبلغ مليار و 430 مليون دولار على سوق الألعاب الإلكترونية ما بين ألعاب الهاتف المحمول، وألعاب الحاسوب، وألعاب الأجهزة المستقلة.

بعد السعودية جاءت الإمارات في عام 2015 أنفقت الإمارات مبلغ 159 مليون دولار ارتفعت القيمة إلى 249 مليون دولار عام 2016 بزيادة قدرها 90 مليون دولار، وفي عام 2017 كانت أرباح الألعاب في سوق الإمارات 276 مليون دولار بزيادة 27 مليون دولار، هكذا تكون الإمارات أنفقت إجمالي مبلغ 657 مليون دولار خلال السنوات السابقة.

أما باقي الدول جاء الإنفاق على نحو التالي: حسب تقرير new zoo لعام 2017

- السعودية بأرباح سوق 645 مليون دولار - المركز 19 عالمياً.
- الإمارات 276 مليون دولار - المركز 35 عالمياً.
- مصر 205 مليون دولار - 41 عالمياً.
- قطر 144 مليون دولار - 49 عالمياً.
- الكويت 117 مليون دولار - 55 عالمياً.
- الجزائر 104 مليون دولار - 57 عالمياً.
- المغرب 86 مليون دولار - 59 عالمياً.
- عمان 81 مليون دولار - 60 عالمياً.
- العراق 79 مليون دولار - 62 عالمياً.

⁽¹⁾ موقع إحصائي لسوق الألعاب العالمي ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 18/10/2018، www.statista.com

- 10- سوريا 51 مليون دولار - 71 عالمياً.
- 11- لبنان-50 مليون دولار - 73 عالمياً.
- 12-الأردن 44 مليون دولار - 78 عالمياً.
- 13-البحرين 35 مليون دولار - 81 عالمياً.
- 14- تونس 30 مليون دولار - 89 عالمياً.

وبجمع المبالغ المنفقة في سوق الألعاب لعام 2017 للدول العربية فقد أنفقت 14 دولة مليار و 947 مليون دولار أمريكي، بينما أنفق في كل من السعودية والإمارات ومصر مبلغ مليار و 126 مليون دولار أي ما يقوف إجمالي أرباح السوق للدول العربية كلها الذي يساوي 821 مليون دولار لإجمالي 11 دولة باقية⁽¹⁾.

ثالثاً: واقع انتشار الألعاب الإلكترونية في الأردن:

لا يكاد يخلو منزل في الأردن من شبكة إنترنت مهما كان وضعه الاقتصادي، فتواجه الإنترت أصبح من الضروريات الكمالية، إذ يستخدمه جميع أفراد العائلة من أجل التفاعل الاجتماعي على منصات موقع التواصل الاجتماعي، ومن أجل ممارسة الألعاب الإلكترونية، واللعب أون لاين مع الآخرين. حيث ظهر موقع "new zoo" المتخصص في إحصاءات سوق الألعاب لعام 2015/2016، أن الأردن أنفق ما مقداره 44 مليون دولار على شراء الألعاب الإلكترونية. ومع حجم الإنفاق الكبير حذرت وحدة الجرائم الإلكترونية التابعة لمديرية الأمن العام في الأردن والتي أنشئت عام 2008 أفراد المجتمع من خطورة بعض الألعاب الإلكترونية والتي تدعو إلى هدم المنظومة الأمنية، وتشجعه على العنف وعدم احترام القوانين، حيث أنها تستدرج الأطفال إلى إيذاء أنفسهم وإنهاء حياتهم من خلال التحديات المخيفة. وتتساعد على ظواهر إجرامية كالسرقة والعنف والتعصب والتتمرر، وقد حذرت الوحدة من أن للتنظيمات الإرهابية عناصر يجندون للتسلل إلى عقول هؤلاء الأطفال والشباب لغسل عقولهم وجذبهم إلى التنظيم من خلال الألعاب الإلكترونية خاصة عند اللعب بشكل مباشر أون لاين⁽²⁾.

إن التأثيرات السلبية التي ترافقت مع ممارسة هذه الألعاب في الأردن، تجسدت بمظاهر مختلفة رصدتها المتعلمون في المدراس، خاصة بعد افتعال المشاكل من قبل الطلاب وفي إحدى المدراس في محافظة الكرك حيث قام الطلاب بإيذاء أنفسهم بأدوات حادة وعند التحقيق معهم تبين أنهم يقلدون إحدى الألعاب الإلكترونية التي تطالب صاحب اللعبة أن يؤذني نفسه، لأجل ذلك أخذت ذلك وسائل الإعلام تحذر الأهالي من أنه لابد من توعية الأطفال وبالأخص الشباب من تأثير هذه الألعاب. خاصة أن نسبة مشاهدتها في الأردن من قبل الذكور أعلى من الإناث بحكم أن الإناث لا يفضلن العنف وممارساته، بعكس الذكور الذين يجدون أن العنف يحقق القوة والبطولة.

⁽¹⁾ النشار، جمال: كيف ينفق العرب على الألعاب الإلكترونية، تم الاطلاع عليه بتاريخ 31/5/2018 www.sasapost.com

⁽²⁾موقع مديرية الأمن العام الأردني، www.psd.gov.jo

رابعاً: ماهية الإعلام الأمني

يعتبر الإعلام الأمني (Security Media) من المفاهيم الحديثة التي ظهرت على الساحة الإعلامية نتيجة لتطور الحياة الاجتماعية في العقد الأخير من القرن العشرين خاصة، ونتيجة للتقدم المذهل لوسائل الإعلام وال الحاجة إلى الاستفادة من إمكاناتها المختلفة، كوسائل تأثير فعالة ساعدت كثيراً من المؤسسات على تحقيق أهدافها وتحسين صورتها لدى المتعاملين معها.

كانت بداية إطلاق مصطلح الإعلام الأمني (Security Media) في عام 1980م، وقد تم تعريفه وقتها من قبل "الجنحي" أذاك بأنه "ما يصدر عن أجهزة الأمن من مجلات ونشرات وبرامج وجميع الأنشطة الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق الوعي الاجتماعي لتساعد على تدعيم المبادئ والقيم الإسلامية التي تشكل سداً منيعاً ضد الجريمة"⁽¹⁾. كما يعرفه "Donald Rimer" بأنه "الإعلام الذي يراعي المصالح الوطنية لكل دولة دون أن يتناقض مع رسالة الإعلام وأهميتها"⁽²⁾.

خامساً: الإعلام الأمني الأردني:

أنشئ المركز الإعلامي الأمني في المملكة الأردنية الهاشمية في العام 2005 تحت مسمى (المكتب الإعلامي) استجابة للحاجة المتزايدة لدى مديرية الأمن العام، لتوسيع نطاق علاقتها مع وسائل الإعلام وإدراكتها أن حجب المعلومة الأمنية عن وسائل الإعلام سيؤدي إلى وصولها إلى الجمهور بطريقة غير صائبة مما يعكس سلباً على ثقة المواطن وأمن المجتمع، فالمركز الإعلامي الأمني يعد وحدة مختصة تمثل حلقة الوصل بين مديرية الأمن العام ومؤسسات الإعلام والصحافة من أجل تمكينهم من الحصول على المعلومة الصحيحة التي تسهل مهمتهم في صياغة الأخبار التي تهم عموم المواطنين، خاصة في ظل التخطيط في استقاء المعلومات المتعلقة ببعض المتغيرات الأمنية⁽³⁾.

وتم تحقيق ذلك من خلال إصدار الأخبار والبيانات الصحفية، وإعداد التقارير الإخبارية التلفزيونية، وإنتاج مواد فلمية للتعرف بخدمات الأمن العام وما يقوم به في التعامل مع المتغيرات الأمنية، من ضمنها البرنامج التلفزيوني الأسبوعي (العين الساهرة)، ومن خلال إذاعة (أمن أُف أُم)، وعقد المؤتمرات الصحفية، وتلقي استفسارات الصحفيين على مدار الساعة، وترتيب اللقاءات الصحفية والتلفزيونية مع المديرين ومنتسبي الأمن العام، وإصدار مجلة الشرطة.

سادساً: الأضرار السلوكية والأمنية والصحية لممارسة الألعاب الإلكترونية:

أوجدت الدراسات العديد من الأضرار التي تسببها الألعاب الإلكترونية حيث أن نسبة كبيرة من الألعاب الإلكترونية تعتمد على التسلية والاستمتاع بقتل الآخرين ودمير أملاكهم والاعتداء عليهم بغير وجه حق، وتعلم الأطفال والمرأهقين أساليب ارتكاب الجريمة وفنونها وحيلها وتنمي في عقولهم قدرات ومهارات العنف

⁽¹⁾ الجنحي، علي : الإعلام الأمني والواقية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002،ص 161.

⁽²⁾ مخامر، ماهر. التورة التربوية: تنمية مهارات العاملين في أجهزة الإعلام الأمني، خلال الفترة من 1435/4/3-9، قسم البرامج التدريبية، كلية التدريب، جامعة

نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ، 2014،ص 24.

والعدوان التي تقودهم في النهاية إلى ارتكاب الجرائم حقيقة في المجتمع الذي يعيشون فيه أو ممارسات متطرفة، كتدمير بعض الملكيات الخاصة أو سرقتها، فالصور العنيفة تأثر على المستوى العاطفي لدى الطفل إذ تثير الذعر والخوف في نفسه مما ينعكس على تصرفاتهم فتظهر مضطربة أحياناً وتميل إلى الشروق الذهني لما يحصل بالواقع أن بعض الألعاب تضاهي أعمال القتل، تلك التي تعلم مع مرور الوقت تحدي الشخص بقتل شخص آخر ووضع حد لحياته لينجوا هو ويحقق انتصاراً بقتل الآخر وتصفيته، أي يجعل الشخص مسلوب الإرادة ينفذ من غير تفكير⁽¹⁾.

أما الأضرار الصحية تتمثل بمجموعة من الإصابات المتعلقة بالجهاز العضلي والعظمي والعصبي نتيجة الحركات السريعة والمتركرة ، فالجلوس لساعات طويلة يسبب الألم في منطقة أسفل الظهر، إن كثرة حركة الأصابع على الموبايل تسبب أضرار بالغة لإصبع الإبهام، ومفصل الرسغ نتيجة لتشتيهما بصورة مستمرة، وهناك تأثير سلبي على النظر واضعافه بسبب الساعات الطويلة التي يقضونها باللعب، كذلك جفاف العين وتعرضها لالتهاب بسبب الضوء المسلط عليها، كذلك الصداع والقلق والاكتئاب الناجمة عن الإدمان والخوف من التعرض للهزيمة أو الانقطاع المفاجئ للإنترنت، كذلك مشاكل سوء التغذية والبدانة حيث يفضل الطفل ممارسة الألعاب على تناول الكل مع العائلة أو أن يأكل وهو يلعب معتمد على الوجبات الظاهرة .

الجانب التطبيقي للدراسة :

أولاً: وصف خصائص عينة الدراسة

من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بعينة الدراسة، تبين النتائج المشار إليها في الجداول التالية خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث (الجنس، العمر، الصف الدراسي).

ثانياً: الأسئلة المرتبطة بخصائص أفراد عينة الدراسة:

1-(الجنس): يبيّن الجدول الآتي: التكرارات والنسبة المئوية لمتغير (الجنس).

الجدول رقم (1) التكرارات والنسبة المئوية لمتغير " النوع الاجتماعي "

%	العدد	الجنس
54.3	143	ذكور
45.7	120	إناث
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (1) أن النسبة الأعلى هي للذكور، إذ بلغ عددهم (143)، شكلاً ما نسبته (54.3%)، من عينة الدراسة، أما بالنسبة للإناث، فبلغت نسبتهم (45.7%).

(1) الكعبي، حيدر: الألعاب الكترونية وأثرها الفكري والثقافي، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف، 2012، ص ص 45-46.

2-العمر: يبين الجدول الآتي (التكارات والنسب المئوية لمتغير العمر).

الجدول (2) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العمر)

%	العدد	العمر
35.4	93	سنة 12-10
40.7	107	سنة 14-13
23.9	63	سنة 16-15
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول(2) أن نسبة الأعظم في هذه الدراسة هي لذوي الأعمار (13-14) سنة، إذ بلغت النسبة (40.7%)، يليهم ذوي الأعمار (10-12) سنوات، بنسبة بلغت (35.4%)، يليهم ذوي الأعمار (15-16 سنة)، بنسبة بلغت (23.9%).

3-الصف الدراسي: يبين الجدول الآتي (التكارات والنسب المئوية لمتغير الصف الدراسي).

الجدول (3) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الصف الدراسي)

%	العدد	الصف الدراسي
19.1	50	الخامس
21.7	57	السادس
31.9	84	التاسع
27.3	72	العاشر
%100.0	263	المجموع

من خلال الجدول(3) يتكشف لنا بأن النسبة الأعلى هي للصف التاسع بنسبة بلغت (31.9%)، يليهم المنتسبين للصف العاشر بنسبة بلغت (27.3%)، ومن ثم ذوي الصف السادس بنسبة بلغت (21.7%)، ومن ثم ذوي الصف الخامس بنسبة بلغت (19.1%).

ثالثاً: الأسئلة المرتبطة بموضوع الدراسة:

4- ما هي اللعبة الأكثر ممارسة عند أفراد عينة الدراسة من هذه الألعاب الإلكترونية؟

يبين الجدول الآتي (التكارات والنسب المئوية لمتغير مكان السكن).

الجدول (4) التكرارات والنسب المئوية لمتغير اللعبة الأكثر ممارسة عند أفراد عينة الدراسة من هذه الألعاب الإلكترونية

%	العدد	الفئة
12.5	33	كونترسترايك (المهاجم المضاد)
9.5	25	لعبة جنية النار
14.8	39	فورت نايت
14.1	37	لعبة ببجي
12.9	34	لعبة السرقة الكبيرة للسيارات (GTA 5)
12.2	32	لعبة مريم
11.8	31	لعبة " دوكى دوكى "
12.2	32	لعبة البوكيمون
%100.0	263	المجموع

من خلال الجدول(4) يتبيّن لنا بأن النسبة الأعلى ممارسة هي لعبة فورت نايت إذ بلغت النسبة (14.8%)، يليها (لعبة ببجي)، بنسبة بلغت (14.1%)، ولعبة 5 GTA بنسبة (12.9%)، وهذه الألعاب التي تصدرت الإجابات تحتوي على مضامين خطيرة فهي تشجع على العنف وتصفية الآخر ونيل المكافآت إذا تم ذلك، وتتفاوت تلك النتائج مع دراسة برتيمة 2017، ودراسة قويرد 2012.

5- ما معدل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب:

الجدول(5) التكرارات والنسب المئوية لمتغير "معدل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب"

%	العدد	معدل الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة بممارسة تلك الألعاب
31.6	83	ساعتين
37.3	98	أربع ساعات
16.3	43	ثماني ساعات
14.8	39	ثماني ساعات وأكثر
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول (5) أن نسبة الأعلى هي لمن يقضون بممارسة الألعاب (أربع ساعات) بنسبة بلغت (37.3%)، وأدنى نسبة هي لمن يقضون (ثماني ساعات وأكثر) بنسبة بلغت (14.8%)، وهذا مؤشر على غياب الدور الأسري في التوعية، فالأسرة شريك أساسي في الدور التوعوي والتربوي، وتتفاوت هذه النتائج مع دراسة Moyer, 2008.

6- ما هي السلبيات الناتجة عن ممارسة هذه الألعاب من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية لمتغير السلبيات الناتجة).

الجدول(6) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (ما هي السلبيات الناتجة عن ممارسة هذه الألعاب من وجهة نظر عينة الدراسة)

%	العدد	الفئة
11.0	29	توقف واجباتك من أجل ممارسة اللعبة
10.3	27	ترفض الالقاء بأصدقائك من أجل إكمال اللعبة
13.7	36	تعزلك ممارسة الألعاب عما يدور في البيت من أحداث
8.7	23	تستخدم العنف لحل مشاكلك كما في اللعبة
13.3	35	تؤثر الألعاب على البصر والتركيز
11.8	31	تمارس بعض الحركات في اللعبة على أصدقائك
11.4	30	لا ترغب بتناول الطعام أثناء اللعب
12.9	34	تشعر بالقلق اذا فصل الانترنت
6.9	18	لا تحبذ الزيارات الاجتماعية اثناء ممارستك للعبة
%100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول (6) أن النسبة الأكبر فيما يخص السلبيات الناتجة عن ممارسة الألعاب تتمثل في (تعزلك الألعاب عما يدور في البيت من أحداث) بنسبة بلغت (13.7%)، يليها (تؤثر الألعاب على البصر والتركيز) بنسبة بلغت (13.3%)، يليها (تشعر بالقلق اذا فصل الانترنت) بنسبة بلغت (12.9%)، وهذه النتائج تشير إلى وجود سلبيات يجبأخذها بعين الاعتبار والتوعية، فالاغتراب وعدم المشاركة في النشاطات العائلية يؤدي إلى الانفصال عن العالم الواقعي وحصر العالم في ذهنه في العالم الافتراضي

الذي يشاهده، كذلك ظاهرة القلق وهي متعلقة بالإدمان على ممارسة تلك الألعاب، كذلك الضرر الصحي على أعضاء الحواس والعضلات والأعصاب

7- ما مدى إسهام الإعلام الأمني الأردني في التوعية من مخاطر الألعاب الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة؟.

- سبق لك أن شاهدت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية على شاشة التلفاز. يبين الجدول الآتي (النكرارات والنسب المئوية).

الجدول(7) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (سبق لك أن شاهدت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية على شاشة التلفاز)

%	العدد	سبق لك أن شاهدت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية
62.4	164	نعم
37.6	99	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول (7) أن نسبة الأعلى هي للإيجاب، بنسبة بلغت (62.4%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالسلب، وهذا مؤشر على أن دور الإعلام الأمني المرئي يحقق مشاهدة جيدة من قبل تلك الفئات العمرية .

- يتم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة ؟
يبين الجدول الآتي (النكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول(8) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (يتم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة)

%	العدد	يتم عقد محاضرات توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة
40.0	105	نعم
60.0	158	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول(8) أن نسبة الأعلى هي للمجربين بالسلب، بنسبة بلغت (60.0%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالإيجاب. وهنا لابد من التشبيك ما بين الاجهزة الأمنية والمؤسسات التعليمية كالمدارس، وتعزيز التواصلية والتشاركية والاستماع من الطلبة ومعرفة آراءهم حول تلك الألعاب وتصحيح المفاهيم واطلاعهم عن الاهداف الكامنة من وراء تلك الألعاب، وتتقاطع تلك النتيجة مع توصيات (دراسة الشرمان 2015) .

- سبق لك أن استمعت إلى برامحأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية ؟
يبين الجدول الآتي (النكرارات والنسب المئوية السابق).

الجدول(10) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (حصل أن سمعت إحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر تلك الألعاب)

%	العدد	سبق لك أن استمعت إلى برامحأمنية تتحدث عن مخاطر الألعاب الإلكترونية
63.1	166	نعم
36.9	97	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول(10) أن نسبة الأعلى هي للإيجاب، بنسبة بلغت (63.1%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالسلب، وهذه يظهر أن الإعلام الأمني المسنوع يؤدي واجبه من خلال إذاعة أمن إف إم.

- يصلاح رسائل نصية على أجهزة المحمول تتعلق بالتروية من مخاطر الألعاب الإلكترونية؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابقة).

الجدول(11) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (يصلاح رسائل نصية على أجهزة المحمول تتعلق بالتروية من مخاطر الألعاب الإلكترونية)

%	العدد	يصلاح رسائل نصية على أجهزة المحمول تتعلق بالتروية من مخاطر الألعاب
41.1	108	نعم
58.9	155	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول (11) أن نسبة الأعلى هي للسلب، بنسبة بلغت (58.9%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالإيجاب، هنا نرى غياب الجهات الإعلامية بشكل عام والمتخصصة عن التروية، غياب التشبيك بين شركات الاتصالات والأجهزة الإعلامية والأمنية لبث رسائل أمنية على غرار الرسائل التي أصبحت ترسل إلى مشتركي شبكات الاتصال للتذير من مخاطر الكوارث الطبيعية (خدمة 911).

- يصلاح رسائل نصية على صفحة الفيس بوك الخاصة بكم من أجل التروية من مخاطر الألعاب؟

يبين الجدول الآتي (التكرارات والنسب المئوية السابقة).

الجدول(12) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (يصلاح رسائل نصية أمنية على موقع صفحة الفيس بوك الخاصة بكم من أجل التروية من مخاطر الألعاب)

%	العدد	يصلاح رسائل نصية على صفحة الفيس بوك الخاصة بكم من أجل التروية من مخاطر الألعاب
33.5	88	نعم
66.5	175	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول (12) أن نسبة الأعلى هي للمجربين بالسلب، بنسبة بلغت (66.5%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالإيجاب، لابد من الذكر أن موقع فيس بوك من أكثر المواقع المستخدمة لتلك الفئات وهم أكثر نشاطاً وتفاعلًا، ومؤخرًا تم مشاهدة الجريمة التي هزت مجتمع نيوزلندا في بث مباشر على موقع

فيسبوك، وكانت الطريقة القتل محاكاة للعبة ببجي، لذلك لابد من الاستفادة من تفعيل خدمة الرسائل على موقع التواصل الاجتماعي.

- سبق لك أن قرأت في الصحف أو المجلات مقالات تتناول خطورة الألعاب الإلكترونية ؟
يبين الجدول الآتي (التكارات والنسب المئوية السابق).

الجدول(13) التكرارات والنسب المئوية لمتغير سبق لك أن قرأت في الصحف أو المجلات مقالات تتناول خطورة الألعاب الإلكترونية

%	العدد	- سبق لك أن قرأت في الصحف أو المجلات مقالات تتناول خطورة الألعاب الإلكترونية
62.0	163	نعم
38.0	100	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول(13) أن نسبة الأعلى هي للإيجاب، بنسبة بلغت (62.0%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالسلب، من تلك النتيجة نرى أن كل من الإعلام المرئي والمسموع والمقرؤ يقوم بتغطية ملحوظة من قبل فئات العينة، وهذا مؤشر جيد.

- قبل فتح تطبيق أي لعبة جديدة، تجد أي رسالة أممية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك.
يبين الجدول الآتي (التكارات والنسب المئوية السابق).

الجدول(14) التكرارات والنسب المئوية لمتغير (قبل فتح تطبيق أي لعبة جديدة، تجد أي رسالة أممية تحذيرية أن ما تشاهده لا

يتناصف مع عمرك)

%	العدد	قبل فتح تطبيق أي لعبة جيدة تجد أي رسالة أممية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك
35.4	93	نعم
64.6	170	لا
100.0	263	المجموع

تظهر بيانات الجدول(14) أن نسبة الأعلى هي للمجربين بالسلب، بنسبة بلغت (64.6%)، والنسبة المتبقية هي للمجربين بالإيجاب، هنا لابد من حظر بعض تطبيقات الألعاب التي لا تحتوي على أي رسالة تحذيرية مما قد تحتويه من مضمون لا يتناسب مع عمر المتلقى .

النتائج والتوصيات:

تم التوصل إلى عدد من النتائج والتي على ضوئها قدمت الباحثة عدداً من التوصيات؛ وتالياً عرض ما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج:

أولاً: النتائج

يمكن تلخيص نتائج التحليل وتساؤلات الدراسة، على النحو الآتي:

- إنّ النسبة الأعلى هي للذكور، إذ بلغ عددهم (143)، شكلوا ما نسبته (54.3%)، من عينة الدراسة، أما بالنسبة للإناث، فبلغت نسبتهم (45.7%).

- إنّ نسبة الأعلى في هذه الدراسة هي لذوي الأعمار (13-14) سنة، إذ بلغت النسبة (%) 40.7.
- إنّ النسبة الأعلى هي للصف التاسع بنسبة بلغت (%) 31.9، يليهم المنتسبين للصف العاشر بنسبة بلغت (%) 27.3.
- إنّ النسبة الأعلى ممارسة هي لعبة (فورت نايت)، إذ بلغت النسبة (%) 14.8.
- إنّ نسبة الأعلى هي لمن يقضون بممارسة الألعاب (أربع ساعات) بنسبة بلغت (%) 37.35.
- إنّ نسبة الأعلى هي للمجربين بعدم عقد محاضرات أمنية توعوية من مخاطر الألعاب الإلكترونية في المدرسة ، بنسبة بلغت (%) 60.0.
- إنّ نسبة الأعلى هي لمن سمعوا بإحدى البرامج الأمنية تتحدث عن مخاطر تلك الألعاب) بنسبة بلغت (%) 63.1.
- إنّ نسبة الأعلى هي للمجربين بأنه لا يصلهم رسائل نصية على أجهزة المحمول من أجل التوعية من مخاطر بعض الألعاب ، بنسبة بلغت (%) 58.9.
- إنّ نسبة الأعلى هي للمجربين بأنه لا يصلهم رسائل نصية على موقع التواصل الخاصة بهم من أجل التوعية من مخاطر بعض الألعاب بنسبة بلغت (%) 66.5.
- إنّ نسبة الأعلى هي للمجربين ومن قرأوا مقال في جريدة أو وسيلة أخرى يتحدث عن أهمية التوعية الأمنية لمخاطر الألعاب الإلكترونية، بنسبة بلغت (%) 62.0.
- إنّ نسبة الأعلى هي للمجربين بأنهم لا يستقبلون (رسالة أمنية تحذيرية أن ما تشاهده لا يتناسب مع عمرك)، بنسبة بلغت (%) 64.6.

ثانيًا: توصيات الدراسة

- من خلال النتائج السابقة نستطيع التوصل إلى وضع مجموعة من التوصيات تتمثل في الآتي:
1. العمل على زيادة التوعية الأمنية فيما يخص مخاطر وأضرار الألعاب الإلكترونية، وذلك من خلال تنظيم دورات توعوية في المدارس لكلا الجنسين وبمشاركة الأهالي .
 2. زيادة فاعلية الإفادة من موقع شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، وذلك من خلال إجراء تثبيك بين موقع صفحة المدرسة وموقع صفحة الإعلام الأمني وصفحات الطلبة حيث يتم الاطلاع ومتابعة كل المنشورات الأمنية والمتعلق منها بخطورة الألعاب الإلكترونية .
 3. ضرورة نشر الوعي بين الطلبة حول مخاطر الألعاب الإلكترونية من خلال الرسائل النصية على أجهزة المحمول وهذا يتطلب تشاركيّة شركات الاتصالات والاجهزة الامنية مثل على ذلك خدمة 911 لتوعية بمخاطر الكوارث الطبيعية .
 4. عمل تطبيق أمني مجاني والترويج له من خلال موقع التواصل الاجتماعي وشركات الاتصالات للتوعية الأمنية من الظواهر المهددة لأمن المجتمع .
 5. ضرورة تعليم نتائج هذه الدراسة على القطاعات المهتمة، وكذلك على القطاعات ذات الصلة.

قائمة المراجع

- برتيمة، سمحة (2017)، الألعاب الإلكترونية والعنف المدرسي، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، بسكرة، الجزائر .
- الجنحي، علي (2000)، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الشحوري، مها(2008)،الألعاب الإلكترونية في عصر العولمة (مالها وما عليها)،ط1، دار المسيرة، عمان ،الأردن .
- الشرمان، عديل (2015) دور برامج الإعلام الأمني التلفزيونية في الوقاية من الجريمة، دار جامعة نايف للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية .
- عدلي، عصمت وسعد، محمد(2009). المدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، مصر .
- القحطاني، سالم، العامری، احمد، آل مذهب، العامری، العمر، بدران (2001). مناهج الدراسة في العلوم السلوكية مع تطبيقات على spss ، ط1، المطبع الوطنية الحديثة، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- قويدر، مريم(2012) أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال،رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم والاتصال ، الجزائر .
- الكعبى، حيدر(2012) الألعاب الكترونية وأثرها الفكرى والثقافى، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، النجف، العراق.
- المتوكل، محمد، (2005)، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، ط2، جامعة صنعاء، اليمن .
- مخامرة، ماهر(2014). الدورة التدريبية :تنمية مهارات العاملين في أجهزة الإعلام الأمني، خلال الفترة من 9/3/1435هـ، قسم البرامج التدريبية، كلية التربية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ، المملكة العربية السعودية.
- Donald,R. (1999) Principles of Crime. University of Chicago.U.S.A.
- Jones,M.&DeGuzman,M.C.(2010 - B)"E - policing;TheValue of police Websites for Citizen Empowered participation.E - Government website development: Future trends & strategic models "Hershey, PA:IGI Global.211- 217.
- Moyer,valeie S.(2004).The role ofUser Motivations in Moderating The Relation Between Video Games blaying and Children Adjustment, Bowling Green ST ate University
- Retrieved on 15.08.2010 <http://www.mediawise.org/>
- Salen, K.,& Zimmerman, E (2004). Rules of play: Game design fundamentals. Cambridge, MA: MIT Press.

موقع الانترنت:

- سعيد، خلدون: نمو الألعاب الإلكترونية وتزايد الاهتمام بالأجهزة الشخصية في المنطقة العربية تم الاطلاع عليه بتاريخ 28/9/2018 www.aawast.com.
- موقع إحصائي لسوق الألعاب العالمي ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 18/10/2018 www.statista.com
- موقع صحفي تم الاطلاع عليه بتاريخ 2/9/2018 www.arabic.sputniknews.com
- موقع مديرية الأمن العام الأردني، www.psd.gov.jo
- النشار، جمال :كيف ينفق العرب على الألعاب الإلكترونية، تم الاطلاع عليه بتاريخ 31/5/2018 www.sasapost.com

تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية

The Impact of The New Media on Arab Cultural Identity

أحمد اسماعيلي

أستاذ فلسفة، وباحث في سلك الدكتوراه بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بوجدة، مختبر استراتيجيات صناعة

الثقافة والاتصال ورهانات التنمية بالمغرب

الملخص:

يشكل الإعلام الجديد تهديداً للهوية الثقافية العربية وتحدياً ضارياً لها، من خلال استثمار مكتسبات العلوم والتقنيات التكنولوجية في مجال ثورة الاتصال والمعلومات، لتهييشها وخلخلة بنائها والنيل من مكانتها التاريخية. وتأتي هذه الورقة للبحث والتحقيق في تأثير عصر المعلومات التي شكلتها وسائل الإعلام الجديدة على مقومات هذه الهوية ومدى قدرتها على الصمود بذاتها وخصوصياتها في ظل عالم متغير ومتتسارع خاضع لسلطة الإعلام وجبروته.

Abstract

The new media poses a threat to the Arab cultural identity and a fierce challenge to it, through the exploitation of the gains of science and technological progress in the field of communication and information revolution, to marginalize it and to undermine its historical status. This paper investigates the impact of the information age on the foundations of this identity and its ability to stand alone and its specificities in a rapidly changing world subject to the power of the media.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الجديد - الهوية الثقافية العربية - الدين - اللغة - التاريخ - التراث

كل تقديم:

كثر الحديث في السنوات الأخيرة عن موضوع الإعلام الجديد لما له من أهمية بالغة في التأثير على الشعوب والمجتمعات، خاصة في عصر العولمة التي أصبح العالم في ظلها قرية صغيرة، إذ ما يحدث في بقعة جغرافية معينة سرعان ما ينتقل كالنار في الهشيم إلى كل بقاع المعمورة، لذلك صار عصرنا الحالي عصر الإعلام بامتياز، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة وتقنياته المتقدمة بلغت غايات بعيدة في عمق التأثير وقوة التوجيه وخطورة التشكيل، أدت إلى تغيرات جوهرية مسيرة بالأساس هوية الشعوب ومنظومات قيمها ومبادئها، بإرثها على الانحراف في ثقافة واحدة تتناقض وتتتافر مع منظومات قيمها ومبادئها. فالإعلام الجديد المتخطي للحدود القومية، وما يقوم عليه من تكنولوجيا وصناعات متقدمة، أدى إلى تقويض الشعور بالانتماء وإعادة رسم الخريطة الثقافية المحددة وطنياً، بإضعاف المقومات والثوابت المحلية وجعل أمر التحكم فيها ممكناً وسهلاً.

وليس ثمة مبالغة في القول بأن الإعلام الجديد أصبح يشكل تهديداً للهوية الثقافية العربية وتحدياً ضارياً لها، من خلال استثمار مكتسبات العلوم والتقدم التكنولوجي في مجال ثورة الاتصال والمعلومات، لتهميشهما وخلخلة بنياتها والنيل من مكانتها التاريخية، وترسيخ ضعف الولاء لها من قبل أبنائها، وبالتالي قطع الصلة وتحطيم الجسور الواسلة بين الشعوب العربية وحضارتهم العريقة وتفتيت الوحدة المأمولة بينهم.

إن الهوية العربية، بخصائصها ومقوماتها الأساسية، تمثل روح الأمة ومنبع فكرها وأسلوب حياتها، منها تستمد عناصر بقائها وطاقة إبداعها، لذلك يمكن الجزم أنها الركيزة الأساسية في نهضتها والعنصر الأهم في رقيها واستقرارها، فلا تطور ولا تنمية في بلد تعرضت أوصاله الثقافية للتفكك وخضعت هوبيته للطمس والتهميش، لذلك كان من واجب الأمة العربية أن تُسخر جهودها من أجل المحافظة على هذه الهوية عزيزة قوية، تَصُدّ عنها كيد الأعداء وهجمات المترصدين وسهام الحاقدين، حتى تكون مرجعية تتربّخ في اللاوعي الجمعي للأمة، يشعر من خلالها كل فرد عربي بانتمائه لها فيسخر جهوده، في إطار من التكامل والتضامن مع غيره، للدفاع عن مكانتها ورسم المكانة اللائقة بها.

1- الإطار المنهجي:**1-1: إشكالية البحث:**

برز مفهوم الإعلام الجديد بقوة في عصر العولمة، التي تعاظمت من خلالها مساحات الاحتكاك الحضاري بين الشعوب والأمم، وطرح معه رهانات تتعلق بعمق التحولات التي من الممكن أن يحدثها في المجتمعات، لذلك سيحاول هذا المقال أن يتفاعل مع هذا الصراع القائم بين الإعلام الجديد الذي يشكل ذراع العولمة الكاسحة والهوية الثقافية العربية التي تحاول الصمود بخصائصها في وجه هذا الاختراق الغاشم، من خلال الإجابة على لغيف من الأسئلة نلخص أهمها فيما يلي:

- ما المخاطر والتحديات التي يفرضها الإعلام الجديد على الهوية الثقافية العربية؟ وكيف يمكن لهذا الإعلام في ارتباطه بالعولمة أن يكتسح الخصوصيات الثقافية للأمة العربية، ويهدد أسسها ومقوماتها الحضارية؟.
- إلى أي حد يمكن لهذه الهوية الصمود بذاتها وخصوصياتها في ظل عالم متغير ومتسارع خاضع لسلطة الإعلام وجبروته؟.
- ما السبل والآليات الاستراتيجية الكفيلة بمواجهة تحديات الإعلام الجديد وحماية هويتنا الثقافية من كل طمس وتهبيش؟.

1-2: أهمية البحث:

غني عن البيان، أن الهوية الثقافية العربية تشهد اليوم هجمة كبيرة، وتجابه تحديات جمة، تتمت في ظل ظاهرة الإعلام الجديد، فأصبحت المجتمعات الغربية تروج لثقافاتها وقيمها وأنماطها السلوكية المتقاضة مع ثقافتنا المحلية ومقومات هويتنا، معتمدة على تفوقها التقني وترسانتها الإعلامية، ولعل ما نشاهد اليوم من انسلاخ أفراد أمتنا عن ثوابتهم، واغترابهم عن واقعهم ومقومات هويتهم، خير دليل على هذا الصراع الناعم الذي يشكل إطاراً مرجعياً لأهمية هذه الدراسة، التي تتناول قضية الهوية العربية في ظل تحديات الإعلام الجديد، ويمكن تحديد المؤشرات الأساسية التي تضفي على هذه الدراسة أهمية علمية كما يلي:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الهوية بالنسبة للمجتمع، حيث ترمي من خلال البحث في خصائصها ووظائفها المختلفة إلى الكشف عما يبقيها هوية أصلية، فحين نقر بأن الهوية تتأسس على مقومات وأبعاد تشير إلى تشابه الأفراد في المجتمع الواحد، فإن ذلك يتطلب استمرارية تاريخية وشعوراً قوياً بالانتماء، ويفرض بالضرورة صيانتها من كل أشكال الطمس والتهبيش، خاصة في عصر الإعلام الجديد ذراع العولمة الكاسحة الجارفة، بتجلياتها وانعكاساتها على جميع مناحي الحياة، وتحديداً على الهوية الثقافية لأمتنا العربية، وهذا بالضبط ما تسعى الدراسة إلى بلوغه.
- تتبع أهمية هذه الدراسة أيضاً من الحاجة الكبيرة إلى دراسة مسألة الهوية الثقافية العربية وما تواجهه من تحديات، على نحو يسمح برصد واقعها والوقوف على حدود تأثير الإعلام الجديد على مكوناتها، والوصول إلى نتائج ووصيات قد تساهم في توعية أفراد المجتمع العربي وتصحيح توجهاتهم وقناعاتهم في التعامل مع أدوات العولمة الإعلامية، وإكسابهم القدرة على المواجهة والتصدي.

3-1: منهج البحث:

لما كان البحث في المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية يتطلب بالضرورة وصف المشكلة التي يريد الباحث دراستها وجمع أكبر قدر ممكن من الأوصاف والمعلومات الدقيقة عنها، فإن المنهج الذي سيتم اعتماده في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج يقوم على رصد الظواهر ووصفها بهدف الوصول إلى تفسير علمي مقبول لها، وذلك عن طريق استخدام الأساليب التحليلية، ويُعرف هذا المنهج بأنه

"استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر، بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى".¹

فالمنهج الوصفي التحليلي المعتمد في هذه الدراسة، سيساعد على تشخيص الواقع الحالي للهوية الثقافية العربية، وما تواجهه من تحديات، مع إبراز حدود تأثيرات الإعلام الجديد على مكوناتها وكيفية تفاعل الأفراد مع مظاهرها، والسبل الكفيلة بتحصين هذه الهوية من الأخطار المحدقة بها.

2- دلالات مفاهيم الدراسة.

تحتل المصطلحات والمفاهيم موقع حجر الزاوية في البناء الفكري لأي نسق معرفي، وتشكل العمود الفقري بالنسبة للحقول المعرفية جميعها، فمما لا شك فيه أن أي دراسة لا تخلو من مصطلحات تُؤطر ظواهرها وتعُون معانيها، والدراسة الجادة التي تتroxى الدقة والموضوعية لابد لها من ضبط بنيتها المفاهيمية، مادامت المصطلحات حمَّالة أوجه، وليس بريئة من الخلفيات المذهبية والأيديولوجية، بحيث لا يمكن تصوُّر أي مجال بحث تصوراً صحيحاً بغير فهم جهازه الاصطلاحي وإدراك منظومة مفاهيمه، خاصة إذا كان مجال البحث يقوم على مصطلحات لها معان متعددة ولها امتدادات متداخلة في فنون أخرى، كما هو الحال بالنسبة لمفهومي الإعلام الجديد والهوية الثقافية، لذلك تقتضي هنا هذه الورقة البحثية وقفة منهجية لتعريفهما تعريفاً ينسجم مع مقتضياتها.

أ- الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media "مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا"²، وهو إعلام يتضاد مع الإعلام التقليدي، لأنه يتجاوز الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، ويوفر فرصة التفاعل والتواصل بين الناس للمشاركة بأنفسهم في صناعة الخبر ونشره بأقصى سرعة، كما يتجاوز حالة السكون التي طبعت مضامين الإعلام القديم، إلى حالة الديناميكية والتجدد المستمر، اعتماداً على ما تقدمه تكنولوجيا الإنترنٌت والتقنيات الإعلامية الجديدة من خدمات متعددة.

الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات الذي يعتمد على نظم الاتصالات الحديثة عبر الأقمار الصناعية ونظم معالجة المعلومات المرتبطة بالحواسيب الإلكترونية، وقد أعطى هذا التزاوج بين ظاهرتي الاتصال عن بعد وتفجر المعلومات مجالاً أكثر اتساعاً للإعلام الجديد في قدرته على جمع المعلومات إلكترونياً وتوصيلها عالمياً، وفي توفير بنية اتصالية شديدة التنوع ومتنوعة الموقع، فلم يعد هذا الإعلام رأسياً هابطاً من المرسل إلى المتلقى، بل صار تفاعلياً يقوم على تبادل الأدوار بينهما، فغير بذلك المسار

¹- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، سلسلة المنهل في العلوم التربوية، دار مجلة، عمان، ط1، 2008، ص.97.

²- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحبيات والفرص، ورقة مقدمة في المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جكارتا، 13-15 جنبر 2011، ص.6.

الخطي لبيئة العمل الإعلامي، واتخذ مساراً يتسم بالتنوع في آلياته وأدواته، والسرعة والسهولة في نقل محتواه، وتعدد بدائله وخياراته، وصار يتمتع بمجموعة من الخصائص والمميزات "تتمثل في دمجه للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينبع عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث، بما يسمح لفرد العادي من إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلاً عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي، وتعددية الوسائل وتحقيقه لميزات الفردية والتخصص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية"¹. استناداً إلى مجموع هذه الخصائص التي تتسم بها وسائل الإعلام الجديد، يمكن الاستنتاج بأن هناك مفاهيم متراوحة كسميات لهذا الإعلام، فهو:

- **إعلام إلكتروني**: يتم عبر التقنيات الإلكترونية الحديثة، ويعتمد بشكل رئيس على شبكة الإنترنت، التي تتيح للمرسلين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحثة، والتفاعل معها من قبل مستقبليها.

- **إعلام مجتمعي**: "لتتمتع بخاصية مشاركة أفراد المجتمع بصنع محتواه، خاصة مع انتشار الوسائل التي تساعد على ذلك، مثل الكاميرات المختلفة وأجهزة الموبايل... والتي أتاحت المجال أمام المواطن العادي ليصبح صحيفياً ينتج ويبث الأخبار والمعلومات، مسومة ومرئية ومقرؤة"².

- **إعلام تفاعلي**: لأنه يفسح المجال أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة، ويخلق بيئة تمتاز بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل سواء بشكل متزامن أو غير متزامن.

- **إعلام شبكي**: باعتبار أن أهم تطبيقات الإعلام الجديد توظف الشبكات، ولعل أهم وعاء شبكي لهذا الإعلام هو شبكة الإنترنت، التي تسمح لأي شخص بالتجول في مساحتها الواسعة والمفتوحة، وباستقبال الأخبار والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو بأسلوب سهل وسريع.

- **إعلام رقمي**: يتم فيه الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في إنتاج وبث الرسائل والمضمون الإعلامية، من خلال النظم الرقمية ووسائلها المختلفة لتحقيق أهداف محددة.

بـ- الهوية الثقافية العربية:

ثمة علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة بحيث يتذرع الفصل بينهما، فلا هوية من دون ثقافة تستند إليها وتوسّس لها، وهما عنصران متلازمان من عناصر الذات، ومكونان متكاملان من مكونات الشخصية الفردية والجماعية، أي أن لكل جماعة هوية تتميز بها، وثقافة معلومة تُعرف بها، مما من هوية إلا وتخزل ثقافة، بل إن مفهوم الهوية يبقى متعلقاً بمفهوم الثقافة في مجل التعاريفات التي تناولته إما بشكل صريح أو ضمني، لأن هوية الفرد تتشكل من خلال الثقافة التي يحيا فيها، ودور الثقافة يتجلّى في تعزيز وتكريس هذه

¹- حسين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، دار فكر وفن، مدينة السادس أكتوبر، الجيزة، مصر، ط 1، 2015، ص 36.
²- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسماء، عمان، الأردن، ط 1، 2014، ص 54.

الهوية من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والاحتكاك بالمحیط. فالهوية معناها في الأساس، التفرد، والهوية الثقافية هي التفرد الثقافي، بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط وسلوك وميول وقيم ونظرة إلى الكون والحياة¹.

يتحدد مفهوم الهوية الثقافية في "مجموع المقومات والعناصر الثقافية التي تسمح بالتعرف على الانتماء الثقافي لشخص ما، أو لمجموعة بشرية معينة، كما يمكن أن يحيل عموماً إلى الوعي، الضمني أو الصريح، بالانتماء إلى جماعة بشرية معينة تعيش في فضاء جغرافي محدد، ولها تراث ثقافي متميز، يشمل تاريخاً مشتركاً، ولغة، وعادات وتقاليد، وتطورات مستقبلية"²، وبذلك، تُعبّر هذه الهوية الثقافية عن مجموع الروابط المادية والروحية التي يشترك فيها أفراد الأمة الواحدة، فتجعل منهم كياناً مُنصهراً، يشعر بأصالة انتمائه، ويتطلع إلى الحفاظ على قيمه وثوابته، والاعتزاز بثقافته، والتمسك بتاريخه وتراثه، والعمل على إبراز عناصر الجودة والتفوق لديه.

وإذا كانت ثمة تصورات تعتبر الهوية الثقافية خصوصية ما هوية ضيقة ومنغلقة، تربطها بما هو ثابت لا يقبل التحول، ولا يراد لها أن تتغير حتى لا تندثر معالم ما يحفظ للأمة تميزها، فإن تصورات أخرى تعتبرها شيئاً حركياً قابلاً للتطور والتحول الدائم، وأمراً يتجدد باستمرار في الممارسات وال العلاقات والأفكار والرموز الموجودة، فهي "ليست كياناً يعطي دفعه واحدة وإلى الأبد، إنها حقيقة تولد وتنمو، وت تكون وتتغير، وتشيخ وتعاني من الأزمات الوجودية والاستلاب"³، وهذا ما يؤكد عليه المفكر المغربي عابد الجابري حينما عَرَفَ الهوية الثقافية بأنها "كيان يصير، يتطور، وليس معياناً جاهزاً ونهائياً، هي تشير وتنطوي، إما في اتجاه الانكماس وإما في اتجاه الانتشار، وهي تفتني بتجارب أهلها ومعاناتهم، بانتصارتهم وتطوراتهم، وأيضاً باحتكاكها سلباً وإيجاباً مع الهويات الثقافية الأخرى التي تدخل معها في تغير من نوع ما"⁴، فالهوية ليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنما هي مشروع مفتوح على المستقبل، أي أنها مشروع متشابك مع الواقع والتاريخ، ومنفتح على طموح الأمة وأمالها في المستقبل، لأنها ليست مستقلة عن الواقع العام وعن الهويات الأخرى، بل تتفاعل معها، فتؤثر وتنتأثر، وهذا التفاعل قد يجعلها تتراجع وتتكشم إذا كان التأثير فيها قوياً، حيث تخترقها وتطغى عليها هويات أخرى بقيمها ومبادئها، وأنماط تفكيرها وأساليب حياتها، وقد تتسع وتنتشر إذا كانت مؤثرة وفاعلة في غيرها من الهويات، لهذا فهوية المجتمع هي بالضرورة في تجده لا في جموده، وفي تفاعله وتفتحه لا في عزلته، لأن المجتمع الذي يتثبت بمقومات وخصائص بعينها تشتتاً أعمى، ولا يبدي أي استعداد لإجراء تغييرات ثقافية تتوافق مع طبيعة مستجدات العصر والمستقبل لا يمكن أن تتحقق له شروط التقدم والازدهار.

¹- جلال أمين، العولمة، دار الشروق، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 1، 2009، ص 50.

²- عبد الرزاق الواي، في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات، حوار الهويات في زمن العولمة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، ط 1، 2013، ص 154.

³- اليكس مكشيلي، الهوية، ترجمة علي وطفة، دار الوسيم للخدمات الطباعية، دمشق، سوريا، ط 1، 1993، ص 7.

⁴- محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحتات، العرب والعلوم، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 1998، ص 298.

في هذا الإطار، يمكن تعريف الهوية الثقافية العربية، التي تشكل موضوع هذه الورقة، بأنها جوهر وحقيقة ثوابت الأمة العربية التي تميزها عن غيرها من الهويات الكونية الأخرى، حيث تشمل مجموع الخصائص المادية والمعنوية الملزمة للمجتمع العربي، والتي أثرت بشكل فاعل وحاصل في رسم ملامحه، وتكونين كيانه، وجعله كتلة بشرية متاجنة، تشتراك في عناصر تاريخية ودينية ولغوية وفنية... إنها نتاج عوامل ومكونات أسهمت، عبر الزمن، في إقامة مجتمع واضح المعالم وعميق الجذور، يستمد مقوماته من عناصر راسخة شكلتها الأساسية العقيدة الإسلامية السمحاء، التي تقوم على معاني التسامح والتعايش السلمي رغم التباين في الأعراق والأنساب، اللغة العربية التي تمثل ذاكرة هذا المجتمع ومادة التوثيق التي تضمن لثقافته البقاء والاستمرارية، التراث بأبعاده التاريخية والحضارية والذي يمتد في الماضي السحيق، ليؤرخ لتاريخ المجتمع العربي وأمجاده العظيمة، بالإضافة إلى التاريخ المشترك الذي يمثل في الحقيقة خلاصة ما خلفته الأجيال السابقة، ويعكس الكثير من الدروس وال عبر التي تسترشد بها الأجيال اللاحقة في حياتها، لمواصلة مسيرة الأجداد في تطوير المجتمع والرقي به.

3- مقومات الهوية الثقافية العربية ودورها في تحقيق التماสك الاجتماعي.

يُقصد بمقومات الهوية الثقافية العربية تلك الخصائص والسمات المشتركة التي تمثل المرجعية الحقيقة لهذه الهوية، وترسم خصوصياتها وتحدد معالجتها الأساسية التي تميزها عن سائر الهويات الكونية الأخرى، فتصير كياناً ونسقاً متكاملاً تتفاعل فيه كل هذه السمات لخلق نوع من التجانس والانسجام الفكري والسلوكي بين أفراد المجتمع العربي، وتعزيز مواقعهم في شبكة العلاقات الاجتماعية، ومدهم بشعور داخلي يدركون من خلاله ماهيّتهم، ويتحققون به معناهم في الحياة. وبشكل الدين، واللغة، والتاريخ المشترك، والعادات والتقاليد... أهم هذه المقومات، بحيث تظل شديدة الترابط والتكامل في ما بينها، وكل ضعف أو فتور يصيب إحداها في التأثير على الأفراد ينعكس مباشرة على باقي المقومات الأخرى.

وفيما يلي سنلقي الضوء على أهم مقومات هويتنا الثقافية العربية:

أ- اللغة العربية:

العربية مشتقة من "عَرَبٌ يَعْرُبُ عُرُوبًا وَعُرُوبَةً وَعَرَابَةً وَعُرُوبِيَّةً: فَصُنْحَ، وَيُقَالُ عَرَبٌ لِسَانٍ. أَعْرَبْ فَلَانَ: كَانَ فَصِيحَاً فِي الْعَرَبِيَّةِ إِنْ لَمْ يَكُنْ مِنَ الْعَرَبِ، وَأَعْرَبَ الْكَلَامَ بَيْنَهُ وَأَتَى بِهِ وَفَقَ قَوَاعِدُ النَّحْوِ، وَأَعْرَبَ بِمَرَادِهِ: أَفَصَحَّ بِهِ وَلَمْ يُوَارِبْ، وَأَعْرَبَ عَنْ حَاجَتِهِ أَبَانَ، وَعَرَبَ الْإِسْمَ الْأَعْجَمِيَّ نَطَقَ بِهِ عَلَى مَنْهَاجِ الْعَرَبِ. عَرَبٌ عَنْ صَاحِبِهِ: تَكَلَّمَ عَنْهُ وَاحْتَجَ، وَيُقَالُ عَرَبٌ عَنْ لِسَانِهِ: أَبَانَ وَأَفَصَحَّ، وَعَرَبٌ فَلَانَا: عَلَمَهُ الْعَرَبِيَّةُ، وَعَرَبٌ مَنْطَقَهُ: هَذِهِ مِنَ الْلَّهْنِ".

تعَرَبٌ: تَشَبَّهَ بِالْعَرَبِ وَأَقامَ بِالْبَادِيَّةِ وَصَارَ أَعْرَابِيًّا. اسْتَعَرَبَ: صَارَ دَخِيلًا فِي الْعَرَبِ وَجَعَلَ نَفْسَهُ مِنْهُمْ... وَالْعَرَبُ أُمَّةٌ مِنَ النَّاسِ سَامِيَّةُ الْأَصْلِ، كَانَ مَنْشُؤُهَا شَبَهَ جَزِيرَةَ الْعَرَبِ، جَمْعُ أَعْرَابٍ، وَالنَّسْبُ إِلَيْهِ أَعْرَابِيٌّ. يُقَالُ: لِسَانٌ عَرَبِيٌّ وَلِغَةٌ عَرَبِيَّةٌ¹.

¹- المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية، باب العين، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية، ط 4، 2004، ص 592.

واللغة العربية من "أثرى اللغات الإنسانية وأكثراها انتشاراً بين الأسرة البشرية، وهي إحدى اللغات السامية، أي التي كان يتكلّمها بنو سام، وتلك اللغات هي العربية والسعانية والعبرية والفينيقية والآشورية والبابلية والحبشية، ولا يعلم لآن أي هذه اللغات أصل لسانها"^١، وقد شرفها المولى عز وجل وعظمها، فأوحى بها إلى خير خلقه وجعلها محفوظة بحفظ الذكر الحكيم وباقية ببقاءه، مصداقاً لقوله تعالى: «إِنَّا نَحْنُ نَرَأَنَا ذَكْرَ إِنَّا لَهُ لَحْفِظُونَ»^٢، واستطاعت بذلك أن تبقى صامدة، محافظة على وجودها وصفاتها بفضل ما تمتلكه من مقومات التكيف والمرونة، وما تتميز به من بلاغة التركيب ودقة المعاني، "ففيها من الأصوات ما ليس في غيرها من اللغات السامية، وفيها ظاهرة الإعراب ونظامه الكامل، وفيها صيغ كثيرة لجموع التكسير، وغير ذلك من ظواهر لغوية"^٣، جعلت منها المقوم الأساس للأمة العربية، الذي يحمي ذاكرتها، وينظم نمط تفكيرها، وينسج سياجها الثقافي ويحميه من كل غزو واحتراق.

والأمة العربية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بلغتها، حيث تكتسب هذه اللغة أهمية بالغة في النسيج الاجتماعي العربي، بالنظر إلى طبيعة الوظائف التي تؤديها في سياقها التاريخي والسياسي والثقافي... فهي ولا شك، رمز للهوية العربية والإسلامية وحاضنة لذاكرتها الخصبة وتراثها الغني، لأنها حاملة كلام الله تبارك وتعالى، وتنتمي بحقيقة عقدية راسخة هي الإسلام، فقد عملت هذه اللغة على حماية التاريخ والحضارة والثقافة العربية عبر الزمن، وكانت إحدى العوامل البارزة التي وحدت العرب من المحيط إلى الخليج، فاللغة العربية ركن أساس من أركان الأمن الثقافي والحضاري والفكري للأمة العربية الإسلامية في حاضرها وفي مستقبليها، وهي القاعدة المتينة للسيادة الوطنية والقومية والإسلامية، وهي ليست لساناً فحسب، ولكنها عنوان لهذه السيادة التي تحرص عليها كل دولة من دول المجموعة العربية الإسلامية^٤، وبالنظر إلى الدور الريادي الذي تقوم به اللغة والمكانة التي تحتلها في كيان كل شخص عربي يقول الشاعر الجاهلي زهير بن أبي سلمى:

لِسَانُ الْفَقَى نِصْفٌ وَنِصْفٌ فُؤَادُهُ فَمَّا يَبْقَى إِلَّا صُورَةُ الْلَّحْمِ وَالدَّمِ^٥.

وهذا التأكيد على مكانة اللغة الضاد في نفوس المنتسبين لها لم يأت على لسان بني جنسها فحسب، بل أكد مفكرون غربيون كثُر على دورها الفعال في توحيد الأمة والحفاظ على كيانها وتحقيق استقلاليتها، منهم عالم الاجتماع الفرنسي جاك بيرك Jacke Berque (1910-1995) حيث يقول: "إن أقوى القوى التي قاومت الاستعمار الفرنسي في المغرب هي اللغة العربية، بل اللغة العربية الكلاسيكية بالذات، فهي التي حالت دون ذوبان المغرب في فرنسا. إن الكلاسيكية العربية هي التي بلورت الأصالة الجزائرية، وقد كانت هذه الكلاسيكية العربية عاملاً قوياً في بقاء الشعوب العربية".^٦

^١ محمد فريد وجدي، دائرة معارف القرن العشرين، المجلد السادس، حرف العين، دار الفكر بيروت، لبنان، د ط د ت، ص 276.
^٢ سورة الحجر، الآية ٩.

^٣ إبراهيم أنيس، في اللهجات العربية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، د ط 2003، ص 31.

^٤ عبد العزيز بن عثمان التويجري، مستقبل اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة الإيسسكو، الرباط، المملكة المغربية، ط 2، 2015، ص 53.

^٥ علي حسن فاعور، شرح ديوان زهير بن أبي سلمى، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط 1، 1988، ص 112.
^٦ أنور الجندي، الفصحى لغة القرآن، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، د ط، 1982، ص 304.

بـ- الدين الإسلامي:

الإسلام هو "توحيد الله والانقياد والخضوع وإخلاص الضمير له، والإيمان بالأصول الدينية التي جاءت من عند الله"¹، إنه منهج حياة الإنسان والغاية الأسمى من وجوده، يعكس مبادئ ومعايير تنظم سلوكه داخل المجتمع وفق الطريق المستقيم، يقول المولى عز وجل في سورة النساء: ﴿وَمَنْ أَحَسَنَ دِينًا أَسْلَمَ وَجَهُهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحَسِّنٌ وَأَتَبَعَ مِلَّةً إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَأَتَّخَذَ اللَّهَ إِبْرَاهِيمَ خَلِيلًا﴾². إن جوهر دين الإسلام، وأساس بنائه هو عقيدة التوحيد المقرونة بحسن الخلق والتزام الأدب مع الآخر، ووسطية في السلوك تترجم معاني التسامح والتعايش رغم التباين في الأعراف والأعراف، فقد منح هذا الدين السمح للأمة العربية والإسلامية شعوراً بكينونتها ووحد بين أطيافها، إذ "أهل وحدة العبادة محل التعبد والبعثة، ورفض العصبية القبلية المفرقة وأحل رباط العقيدة محلها، ونبذ الأعراف القبلية، وهيأ قيماً ومثلاً جديدة ووجهة مشتركة في الحياة وأساساً لتشريع شامل، وأبطل الغزو وفرض الجهاد في سبيل العقيدة وحفظ الأمة، وجاء بفكرة الأمة التي تستند إلى العقيدة، وكان من أساسها المساواة والتفاضل بالعمل وحرمة الفرد والتأكيد على الشورى في الأمور العامة".³

وبذلك، شكل الدين الإسلامي أحد مقومات هويتنا الثقافية العربية، وعاملًا حاسماً في رسم ملامحها، كونه يحمل طاقة تعبوية هائلة في شحن الوعي الجمعي للأمة بمجموعة من الرموز والقيم والعادات لتعزيز الوحدة بين أفرادها وجماعاتها. فالهوية بناء يقوم به الإنسان في مراحل متعددة من حياته، من خلال علاقته بذاته وبالآخرين، ولا تتم هذه العلاقة إلا بوازع ديني يشد الأفراد بعضهم ببعض، حتى يكون من مجموعهم أمة متلاحمة، تعترى بثوابتها وقيمها، وتقتصر بهايتها المحضنة لغنى التنوع والتنوع بنهج الحرية المسؤولة.

جـ- التراث والتاريخ المشترك:

إن التاريخ في جوهره نظر وتدقيق في معطيات ووقائع الماضي لإفاده الحاضر واستشراف المستقبل، يساعد على تكوين حواجز وقيم لدى الناشئة من أبناء الوطن، بما يبيه فيهم من توعية قومية يجعلهم يحيطون بإحاطة تامة بتاريخ أمتهم، ويعتزون بتراثها الحضاري والإنساني، لذلك وصفه ابن خلدون في مقدمته بقوله: "التاريخ فن عزيز المذهب، جم الفوائد، شريف الغاية، إذ هو يوقفنا على أحوال الماضيين من الأمم في أخلاقهم والأنبياء في سيرهم، والملوك في دولهم وسياساتهم، حتى تتم فائدة الاقتداء في ذلك لما يرومته في أحوال الدين والدنيا".⁴

إن اهتمام أمة من الأمم بتاريخها القومي دليل وعي ونضج وتطور للأفضل، إذ هو الوعاء الحافظ لإبداعاتها وضرور عطائها والصور المضيئة من أرشيف حياتها، و"المدخل الصحيح لتقسيم مفردات

¹- عفيف عبد القناح طهاره روح الدين الإسلامي، عرض وتحليل لأصول الإسلام وأدابه وأحكامه تحت ضوء العلم والفلسفة، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط 28، ص 14.

²- سورة النساء، الآية 125.

³- عبد العزيز الدوري، التكوين التاريخي للأمة العربية، دراسة في الهوية والوعي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط 4، 2003، ص 37.

⁴- ابن خلدون، المقدمة، تحقيق عبد الله محمد الدرويش، ج 1، دار يعرب، دمشق، سوريا، ط 1، 2004، ص 92.

الحاضر واستيعاب تناقضاته بناء على مسلمة أن الحاضر امتداد للماضي ومتولد عنه سلباً أو إيجاباً¹، لذلك لا يمكن للأمة العربية أن تشعر بوجودها بين الأمم، ولا يمكن أن ترقى بمستوى وعيها الحضاري إلا بالرجوع لتاريخها والغوص في أعمق فكرها وما نشأت عليه من قيم ومثل وفضائل، فمن خلال فهمها للماضي تستطيع الحصول على خبرات السنين السابقة، والوقوف على تراثها المجيد، مما يجعلها أكثر قدرة على معرفة ذاتها وأقدر على حسن التصرف في مواجهة المواقف في الحاضر والمستقبل.

لا شك، إذن، أن البعد التاريخي يمثل إحدى العناصر الأساسية البنائية لثقافة أمتنا، وخلاصة ماضي تجاربها الإنسانية، بحيث يجد فيها أفراد المجتمع العربي ما ينشد ذاكرتهم، ويشكل لهم مصدر إلهام في العطاء والإبداع، فالامة لا يمكن أن تعيش منغلقة في لحظتها الحاضرة، بل لا بد لها من العودة إلى ماضيها لاستحضار وتمثيل ما خلفته الأجيال السابقة قصد فهمه واستيعابه واستخلاص العبر والدروس منه لحفظ الوعي الجمعي من التلف والاضمحلال، ومواصلة مسيرة الأجداد في تطوير المجتمع والرقي به، لأنه "من غير معرفة تاريخية صحيحة يتذرع حسن استيعاب مفردات واقعنا الذي نرغب في تغييره وتجاوزه، فتبرز بمقتضى هذا العجز صور الاصطلاح مع الواقع المكروه، ومشاريع تأييد الأزمة في مجتمعات الأمة، مما يؤدي في النهاية إلى تضليل الرؤية المستقبلية، وانسداد الأفق الحضاري".²

4- مظاهر تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية العربية.

إن أية ثقافة تشعر بتقوّفها تميل ذاتياً إلى تعميم نفسها على العالمين، من خلال فرض نموذجها الحضاري على الآخرين، وتسويقه كخيار استراتيجي وحيد للحداثة والتطور ومواكبة مستجدات العصر، لذلك تصر الإمبريالية العالمية، في عصر السماوات المفتوحة، على فرض هيمنتها على الشعوب المستضعفة بأساليب جديدة وآليات مستحدثة، تتجلى خصوصاً في وسائل الإعلام الجديد، التي تهيأت لها الظروف الخصبة مع سيادة ثورة المعلومات والتطور العلمي والتكنولوجي.

والحاصل أن هذا القالب المفروض من العولمة الإعلامية صار يشكل عدواً صارخاً على هويتنا الثقافية العربية، بحيث سعت هذه الظاهرة المت渥حة بأدواتها المختلفة إلى "تحفيز الذات عندنا، وعمقت الشعور بالنقص لدينا، وأعلنت من شأن الآخر وتفوقه بالإبداع والعبقرية، حتى لكان العقل الآري خلق للإبداع، وخلقنا نحن للاستهلاك، فتحولت لدينا حالة من الإحباط والشعور بالقماءة، كذلك الحالة التي تعتري العبد الذي يقف أمام سيده مبهوراً بماله أو قوته أو لونه"³، ولنا أن نستجلِّي هذا الأمر بالقرائن التالية التي تدل على صحته:

أ- على مستوى الدين:

¹- محمد بن محمد رفيع، سؤال الوعي التاريخي وإشكال بناء الرؤية المستقبلية، إسلامية المعرفة، عدد 60، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمانالأردن، 2010، ص 95.

²- المرجع نفسه، ص 95.

³- شلاغ عبود، الثقافة العربية بين التعرّيف والتأنصيل، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2001، ص 104.

نجح الغرب في توظيف كل ما توافر بين يديه من وسائل الإعلام الجديد لتشويه صورة الإسلام، وتكونى وصناعة صور ذهنية مسيئة له، مستغلًا قدرة هذه الوسائل الهائلة على تجاوز الزمان والمكان ومخاطبة كل الناس بمختلف فئاتهم وانتقاماتهم، من أجل ترسيخ تصور مفبرك عن تعاليم الدين الإسلامي ومنهاجه، ورسم صورة نمطية عن المسلمين تثير الشك والريبة والخوف، وتحوّل أسباب النفور من كل ما له صلة بالإسلام والمسلمين، حتى صارت النظرة إلى عقيدتنا في مخيلة معظم الغربيين مرتهنة بالإرهاب والعنف والتطرف، وأمسى المسلم في اعتقادهم وفي اعتقاد العديد من ينتمي لهذه الأمة متخلّفاً غارقاً في بؤر الفسق والفجور، لا هنّا وراء غرائزه وشهواته الرخيصة. والقصد من وراء هذا كله هو اختزال ديننا الحنيف في أفعال وأقوال المتطرفين من أبنائه، والذين لا يخلو منهم مجتمع أو دين، للنيل من دورنا الحضاري كمسلمين، وترسيخ صورة نمطية في الوعي العالمي على أننا مجرد حثالة من الهمج والإرهابيين.

لقد عملت وسائل الإعلام الجديد على تشويه صورة الإسلام والنيل من معانيه السامية في نفوس العالمين، من خلال إلحاقي صفت الإرهاب والتطرف به، حيث اتخذت من عمليات العنف والاقتتال التي طالت العديد من البلدان العربية، وكذا من هجمات الحادي عشر سبتمبر مادة إعلامية دسمة، لتنميّط صورة الإسلام، وتشويه قيمة ومبادئه، وتقديمه لجماهيرها - سواء في المجتمعات الغربية أو غيرها من المجتمعات الأخرى في هذا العالم الفسيح - كدين يتعطش لسفك الدماء وإثارة النعرات بين الشعوب، متجاهلة الكشف عن مبادئه السامية ومعانيه الإنسانية النابعة من نقاط رسالته السمحاء، فـ"الباحث المتفحص في اتجاهات صياغة وتكوين الصور النمطية في الإعلام الغربي يلاحظ - دون عناء كبير - أنه لم يلق دين من الأديان، أو حضارة من الحضارات، أو أمّة من الأمم، من التشويه المنتظم والتحريف المستمر في تلك الوسائل ما لقيه الدين الإسلامي وحضارته وأمّته، حتى لمكّنا القول - دون مبالغة - إن التشويه المستمر لصورة الإسلام والعرب في وسائل الإعلام الغربي المعاصر، ظاهرة فريدة في طبيعتها ودلالتها ونتائجها، وهي - في الوقت نفسه - ظاهرة متميزة ومختلفة عن غيرها من محاولات تشويه صور الشعوب الأخرى، سواء في حجمها أو نوعها".¹

لقد حاول الإعلام الجديد الذي تهيمن عليه الرساميل واللوبيات الصهيونية خلخلة التصور الشمولي للإسلام في نفوس المسلمين، بإثارة العديد من التساؤلات المشككة في القرآن الكريم وفي صدق نبوة محمد ﷺ، حيث توجهت مضموناته ورسائله إلى شن حرب هوجاء على القرآن الكريم حتى تنتزع القدسية عنه، وتثبت أنه ليس من عند الله تعالى، بل من نظم أهواء وتخيلات محمد ﷺ، كما أُسندت إلى الرسول الكريم الكثير من الصفات والنعموت الباطلة التي تعطن في شخصه، وترمي بالكذب والجنون والسحر والاستبداد والتهاافت على الشهوات، حتى ينطفئ نور الحق الذي جاء به، وتحقيق الغاية في إبعاد المسلمين عن مصدر توحيدهم وسر قوتهم، ويصبحون صيداً يسهل ترويضه والنيل منه.

¹ عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 2، 1994، ص 67.

لقد درج الإعلام الجديد الموجه والمسيس على إفساد قيم المسلمين وهدم ضوابطهم الدينية، لخلق مجتمع إباهي متفسخ من الفضائل ومنغمس في الرذائل، حيث صارت الحتمية التكنولوجية تروج لرسائل مغلفة يزينها الشيطان، تدفع الأفراد إلى اعتناق مضمونها دون إعارة أي اهتمام للضوابط المرجعية، بغرض كسر هالة القدسية التي تحيط بالدين وثوابته، مستغلة في ذلك الترويج للنموذج المادي الاستهلاكي حيث لا مكان للمقدسات، وجعل فكرة الركض وراء السعادة المادية بأنواعها المالية والجنسية والترفيهية قاعدة أساسية في سياستها ونشاطها الإعلامي، فصار الانحراف الأخلاقي سمة طاغية على المشهد الإعلامي الجديد حيث تعدد وتتنوع الرسائل ذات المضمون الهابط.

ولا يخفى في هذا السياق أن روح الإسلام لم تبق على أصالتها في أذهان المسلمين، بل طالها التغيير والتحريف حتى امترجت بروح الثقافة الغربية التي تبشر بها العولمة الإعلامية في كل وقت وحين، فذابت المفاهيم الصحيحة للقيم الإسلامية في ظلمات المفاهيم الغربية المغرضة، مما قدف الشك والريبة في نفوس أبناء أمتنا، وحملهم على الإيمان ببعض الكتاب والكفر ببعضه، فشكل بذلك ضربة قاسمة حولت البلدان الإسلامية إلى بؤر صراع دموي أهلك الحرج والنسل، وخرجت من تحت أنفاصه جماعات بلا هوية، اتخذت الإسلام ستاراً لتحقيق مآربها، فكانت وبالاً على الإسلام والمسلمين، بل على الإنسانية جماء، يقول الله تبارك وتعالى: ﴿فَمَنْ أَذْنَى فِي قُلُوبِهِمْ رَيْغَ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَبَّهَ مِنْهُ أَبْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَأَبْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ﴾¹.

ب- على مستوى اللغة:

عمل الإعلام الجديد على تتميط اللغة العربية وتحجيمها واحتواها بشكل يذيبها بالتدريج ويضعفها إلى أقصى الحدود، ويدفعها إلى التراجع لصالح لغة العولمة المهيمنة، وبالخصوص اللغة الإنجليزية التي استطاعت أن تخترق صُوفَّ اللغات وتتصدرَّها جميعاً وتحكرَّ أغلب المجالات التواصلية والحيوية في حياة المجتمعات المعاصرة، وتصبح لغة العولمة بامتياز.

لقد أصبح بادياً للعيان، اليوم، إصرار القوى الاستعمارية على فرض هيمنتها على الشعوب المستضعفة بأساليب جديدة وأليات مستحدثة، تتجلى خصوصاً في ظاهرة العولمة الإعلامية، التي تهأت لها الظروف مع النطور العلمي والتكنولوجي، ولطالما كانت لغتنا العربية أبرز ضحايا هذا الغزو الفكري والثقافي، بحيث سعت هذه الظاهرة المت渥حة بأدواتها المختلفة إلى "تحثير الذات عندنا، وعمقت الشعور بالنقص لدينا، وأعلنت من شأن الآخر وتقوّه بالإبداع والعبقرية، حتى لكان العقل الآري خلق للإبداع، وخلقنا نحن للاستهلاك، فتولدت لدينا حالة من الإحباط والشعور بالقماءة، كذلك الحالة التي تعترى العبد الذي يقف أمام سيده مبهوراً بماله أو قوته أو لونه"².

ولعل أبرز تجليات هذا الانبهار يظهر في اللغة الأجنبية التي تمتلك مقومات القوة والهيمنة بحكم قوة الفعل السياسي والنقل العلمي والتقني لشعوبها، مما أدى إلى إضعاف اللغة العربية في الحياة اليومية سواء في

¹- سورة آل عمران، الآية 7.

²- شلاغ عبود، الثقافة العربية بين التعرّيف والتأصيل، مرجع سابق، ص 104.

الكلام أو في وسائل الإعلام بل حتى في مجال التعليم. لذلك صارت "اللغة الغازية الأجنبية"، وهي في واقعنا المعاصر لغات الشعوب الغربية المستعمرة، تحارب اللغة المَعْرُوفَةَ وتبعدها عن الحياة، وتُنْقِدُها المناعة الذاتية، فتنهار وتسقط، ولربما تتلاشى وتتموت، وبذلك تقطع الصلة بين الإنسان وبين جذوره، فيصبح بلا هُوية، ويكون غير قادر على حماية مقوماته الدينية والحضارية، لفقدانه السلاح للدفاع عن الذات، الذي هو قبل كل شيء اللغة الوطنية".¹

ومما لا شك فيه أن كل غيور على هويتنا الثقافية العربية يأسى لما آل إليه حال لغتنا الفصحى، لا سيما في ظل عصر تفجرت فيه المعلومات وتطورت فيه الاتصالات وبدأت شبكات الاتصال والإعلام في اكتساح شتى المجالات والتطبيقات، حيث تعددت المخاطر وتتنوعت مخططات التغريب الحاقدة لإلbas لغتنا ثوب اللغات الغربية، تمهدًا لضعف كياننا العربي بالكامل. ويمكن أن نخزّل أهم هذه التحديات في ما يلي:

- ظهر ما اصطلح عليه باسم العربيزي أو الفرنكواراب، ويشير إلى اللغة المهجنة التي يتواصل بها أفراد المجتمع العربي في العالم الافتراضي، وهي ظاهرة لغوية وليدة الشبكة العنكبوتية وموقع التواصل الاجتماعي، تناولت بشكل سريع في أوساط الشباب العربي في العقدين الأخيرين من الألفية الثالثة، بسبب حاجتهم إلى السرعة في التواصل بينهم والاختصار في كتابة الألفاظ والتراكيب، وفيها تتدخل المفردة الأجنبية في نسيج بنية اللغة العربية مع استخدام أحرف لاتينية في كتابة الكلمات العربية أو ظاهرة كتابة العربية بحروف لاتينية أو العكس، وذلك الظاهرة جد خطيرة، حيث تؤدي - ضمن أشياء أخرى - إلى حقن البناء اللغوي للغربية بمئات بل بآلاف الكلمات الأعمجية، وهو حقن عشوائي مريض للغة العربية وموهن لقدراتها وفعاليتها ومشوه لبنائها ومنظومتها²، يؤدي إلى تلوينها بالعجمة والرقمنة والرموز التصويرية. إن العربيزي أو الفرنكواراب وإن كان البعض يعتبرها لغة سريعة وسلسة تتسم بروح العصر، فإنها تظل في الحقيقة خطراً داهماً يروم تشويه فكر أمتنا وتضليل إرث خطته لقرون بحروف أبجدية أصلية.

- شيوع العامية في العديد من البرامج المقدمة للمواطن العربي بسبب "تراجع المعايير المهنية في الحرص على اللغة العربية والالتزام بموجباتها في وسائل الإعلام، ولا سيما الإعلام المرئي، حتى باتت العامية هي الأسلوب الأكثر شيوعاً في العديد من البرامج التي تبثها الفضائيات العربية"³، والإعلاء من شأن العامية في وسائل الإعلام العربية، "أمر له خطورته المركبة، أولاً لسرعة انتشار وتأثير وسائل الإعلام، وآخر لأن هدم الفصحى بالعامية قد جاء بمعاوننا ومن داخلنا هذه المرة، وكأننا حفينا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز، ولنحقق رغبة استعمارية فشل الاستعمار في الفوز لها سابقاً"⁴، وهذا التهميش

¹ - عبد العزيز بن عثمان التويجري، حاضر اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة الإيسسكو، الرباط، المملكة المغربية، دط 2013، ص 19.

² - عبد الله البريدي، اللغة هوية ناطقة، منظور جديد يمزج اللغة بالهوية والحياة، مرجع سابق، ص 43.

³ - اعتراض اللغة أم اعتراض الشباب: قراءة في استطلاع رأي لمؤسسة الفكر العربي، التقرير الرابع للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، ط 1، 2011، ص 476.

⁴ - محمد حمزة الجابري، اللغة الإعلامية، المفهوم والخصائص الواقع والتحديات، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان،الأردن، ط 1، 2013، ص 16.

المقصود للغة العربية الفصحى رsex في اللامعور الجمعي ضعفها وعدم فعاليتها، مما أدى إلى عزلها عن الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية للأفراد.

- مخاصمة الفنون الإبداعية لمقتضيات اللغة العربية ما بين بينما عربية لا تتجاوز أفلامها الناطقة بالعربية الفصيحة عدد أصابع اليد الواحدة، ومسرح تشهد إغواءات العامية إلا نادراً، أما الأغنية العربية فقد ولّى زمن قصائد المغناة بالعربية الفصيحة، وأضحت العامية بل "العاميات" العربية السائدة في الغناء العربي من المحيط إلى الخليج¹، وهذا الواقع يعزز الانحراف اللغوي، ويكرس الكثير من التغييرات التي تطرأ على استعمال اللغة في مستوياتها المختلفة التركيبية والنحوية والصرفية، بمحاجنة المستوى المعياري لها والانحراف عنه.

- "ترويج لغات الأجنبية بعرض إعلانات بهذه اللغة، أو بطبعيم الإعلانات العربية بكلمات أجنبية، وكل أولئك يكون طبعاً على حساب مساحة من اللغة العربية"²، حيث يعمد كثير من المنتجين ووكلاء المنتوجات الأجنبية على استخدام لغة أجنبية في عملية الاتصال الإعلاني كلغة إقناعية توحّي بجودة المنتوج وتجعل مستهلكه يشعر بالفخر والتميز، وينظر باحترام إلى هذا الخطاب الإشهاري مقابل الحط من قيمة لغته الوطنية.

- ترويج الازدواجية بين اللغة الفصحى واللغات الأجنبية، فصار كثير من الأفراد لا يخاطبون فيما بينهم إلا بلغة أجنبية أو على الأقل حشر بعض الألفاظ الأجنبية في حديثهم، ظناً منهم أن ذلك يعتبر تحضراً وتحرراً من التخلف، إذ تمثل اللغة العربية بالنسبة إليهم نوعاً من الانحطاط الذي ينبغي مقاومته، "وهذه الازدواجية اللغوية في بيئتنا الآن إنما هي صورة صادقة لما يمر به العقل العربي الآن من مرحلة التخطّي وعدم تركيز الذهن، أو ما يطلق عليه التشتت الذهني، مما يجعله مستعداً لقبول أي وافد فكري عليه، يفكّر له ويرسم له"³.

ج- على مستوى التراث والتاريخ المشترك:

عندما نتحدث عن تأثير الإعلام الجديد في تراثنا وتاريخنا العربي المشترك، فإننا نتحدث عن التلوث التاريخي الذي "يراد به اغتيال الذاكرة العربية وسلب أحد أهم المكونات الحضارية لأمتنا، وتغييب الحقيقة التي شاعت الأيدي التي امتدت لتاريخنا أن تبعث بها، ولنجبر نحن وأجيالنا القادمة على العيش بلا تاريخ في زمن عولمة الرعب"⁴. فلكي تحقق الإمبريالية العالمية المتوجهة سطوطها علينا إلى أبعد الحدود، سخرت وسائل الإعلام الجديد بشكل يتاغم مع مصالحها وأهدافها لطمس تراثنا الثقافي والحضاري، والتعتيم على حركة التاريخ العربي وتحريف مسببات الواقع، وتكوين واقع تاريخي مزيف أدى إلى تمييع وعي الأمة بماضيها القريب منه والبعيد، فصار "تاريخ الأمم كلها - من وجهة نظر الغرب ودعاة التغريب عندنا-

¹- اغتراب اللغة أم اغتراب الشباب: قراءة في استطلاع رأي لمؤسسة الفكر العربي، التقرير الرابع للتنمية الثقافية، مرجع سابق، ص 476.

²- جابر قبيحة، أثر وسائل الإعلام المفروعة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، مكتبة الملك فهد الوطنية، المدينة المنورة، السعودية، دط، 1418هـ، ص 99.

³- محمد حمزة الجابري، اللغة الإعلامية، المفهوم والخصائص الواقع والتحديات، مرجع سابق، ص 250.

⁴- مسح الصورة، سرقة وتحريف تراث الأمة: سلسلة عندما نطق السراة، قسم الدراسات والبحوث، جمعية التجديد الثقافية الاجتماعية، مملكة البحرين، ط 1، 2005، ص 14.

وتاريخ المسلمين خاصة، ليس شيئاً، وأن التاريخ يبدأ من الغرب وينتهي بالغرب. وأن الإنسان الأبيض - لا الإنسانية عامة - هو تاج الخليقة، وإن الغلبة له في كل صراع ينشب على وجه الأرض، حتى إنه جرى بين الغربيين مجرى الأمثال قولهم: الرجل الأبيض لا يُغلب. وإن نظرة كهذه لتاريخ الأمم، لن يتوقع منها إلا الإعلاء من تاريخ الغرب والتهوين والتشويه والإهمال لمنجزات الأمم على مدى التاريخ الإنساني الطويل¹. لقد أصبح من الواضح أن الإعلام الجديد يحمل بذور التهديد للكينونة الثقافية لمجتمعنا العربي، حيث عمل على تشويه بطولات أسلافنا الذين سطروا أروع ملامح التضحية والوحدة في سبيل صون هويتنا الثقافية، وتدمير تاريخنا "الحافل بالموافق الخالدة، وتغريغه من نبضه الحي، وإخراجه من ضوئه اللامع الآخذ بالألياب، لتفسيره بأسلوب مادي يطفئ أنواره ويحيل ضوءه ظلاماً، و يجعله حريّاً وخلافاً وصراحاً، حتى لا يستطيع أن يحقق في قلوب المسلمين قدرته على العطاء، أو يبعث في نفوس الناس روح المقاومة والكافح، والقدرة على المرابطة وحماية الشعور، والاستعداد في مواجهة مؤامرات الغزو والسلط².

لقد حاول الإعلام الجديد، الذي هو بحق أمير الفضاء الكوني بكل أبعاده، أن يصور تاريخنا العظيم على أنه تاريخ صراع واقتتال، صنع أمجاده بالسيف والعنف، وأن يُلحق به شتى الفتن والمكابيد والاضطرابات التي عرفتها البشرية من بداية الإسلام إلى اليوم، كما عمل بكل ما يمتلكه من وسائل النفوذ والاختراق على إذكاء الخلافات والخصومات بين أبناء أمتنا، من خلال إحياء النزعات العصبية القديمة وإعادتها إلى الوجود، فكانت من نتائج هذا التلوث التاريخي أن تمزقنا إلى أشلاء وأوزاع متباشرة، وصارت كل طائفة منا تلعن أختها بسبب الاعتقاد الخاطئ الناتج عن الدس والتحريف في وقائع التاريخ. ويمكن أن نمثل لهذا التشرذم في كيان الأمة بالطائفية المقيتة التي تجاوزت الحدود الصحية للاختلاف الذي يندرج تحت مفهوم الت النوع، ودخلت في اختلاف التضاد ومحاولة نفي الآخر وتشبيهه، حيث صارت تنهل وتتغذى من معين هذا التلوث التاريخي، فشاعت مظاهر التقتيل والتروع والتهجير في صفوف أبناء الدين الواحد.

ويبدو ملمساً فعلاً أن وسائل الإعلام المختلفة قد بثت في بيئتنا الثقافية لغة جديدة تحمل في باطنها تهجيناً لتراثنا وإعاقة ل بتاريخنا التليد، تستبعد كل ما يتصل بهما من جانب القوة وعظمي الأثر، رغبة منها في إحداث قطيعة وطلاقٍ بائنٍ لا رجعة فيه مع التاريخ والتراث، وتدجين عقول أجيالنا، وجعلهم أبوافاً تناه عن ثقافة غيرها، حتى يصيروا "بقضفهم وقضيضهم لقمة سائفة بين أضراس غيرهم، فيقادون ولا يقودون، ويؤمنون ولا يأمرؤون، وتكون لهم المواقع المتأخرة دائمًا في سلم الحضارات والمدنيات"³.

إن هذا المد الإعلامي الذي يخترق المجتمع العربي اليوم يؤثر بشكل مباشر على نمط ثقافته وعلى امتداده الحضاري، حيث أدى إلى إحداث تناقضات بين ما ورثه من قيم مستقاة من أصالة الثقافة التي ينتمي إليها، وبين روافد الثقافة الغربية القادمة على أنسنة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث انزلق أفراده إلى الارتماء

¹- شلاغ عبود، الثقافة العربية بين التعرّيف والتوصيل، مرجع سابق، ص 97.

²- أنور الجندي، أهداف التغريب في العالم الإسلامي، سلسلة قضايا إسلامية معاصرة، الأمانة العامة للجنة العليا للدعوة الإسلامية بالأزهر الشريف، القاهرة، جمهورية مصر العربية، د ط، د ت، ص 174.

³- عبد السلام رياح، التراث وأثره في بناء الحاضر وإيصال المستقبل، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ط 1، 2019، ص 10.

في أحضان كل ما هو آت من الغرب والانتصار لحضارته. فعندما نراقب بعين المتفحص بعض ما يتبدى من السلوكيات والظواهر الاجتماعية نقف على مدى تأثرهم بالقيم والثقافات الوافدة سواء على مستوى العادات والتقاليد أو أساليب اللغة وأنماط التواصل أو مسارات طرق العيش، ذلك أن العولمة الإعلامية لا تعمد على تقديم التاريخ والتراث العربيين كعاملين للتخلُّف والانحطاط فحسب، بل تسعى إلى طمسه وتحريفه بتأويلاتٍ مشوّهة لأفكار الأجداد وإثارة الشبهات حول كنوزه بهدف صرف الأفراد عن التعلق والاعتقاد به، وإخراجهم من ماضيهما العريق إلى حاضر معطوب يقودهم إلى مستقبل غامض، فيصير هذا العطب في إدراك أبعاده "مدخلاً إلى فساد عريض، ومنفذًا إلى هدر مولدات القوة الروحية والنفسية في أجيالنا الجديدة، بما يؤذن بجمود الانطلاق، ثم توقفها وتراجعها وضياع الأمل في مشروع حضاري جديد".¹

إنها حرب ضارية شرسة، تلك التي يواجهها المجتمع العربي اليوم، محورها تراثه وتاريخه الإنساني المتراكم عبر العصور، مما يستوجب تضارف الجهد للتصدي لها، وكل المتربيين الذين يسعون إلى النيل من موروثنا الثقافي، حتى نحافظ على أصالتنا، ونبني حاضرنا، ونستشرف المستقبل بخطوات ثابتة كلها عزم وثقة، باعتبار أن التراث يضطلع بوظيفة تاريخية جوهيرية، تتمثل في استثمار ما ورثاه عن الأجداد من عقيدة وثقافة وقيم وفنون وآداب وسائل المنجزات المعنوية والمادية، والتعاطي معها بثقة واطمئنان لـ "بناء الحاضر، لأن حاضر أمة مهما بلغ من رقي معرفي، أو تقدم صناعي، أو تطور في التسيير والتدبير في مختلف واجهات الحياة، إذا لم يكن له تراث يمثل ركيزته المعنوية، ورمزيته الثقافية، فإنه يكون على شاكلة حاضر الأمم التي تستعيir مجد غيرها، وتركن إلى ما يوجد به الآخرون".²

5- سبل حماية الهوية الثقافية العربية من أخطار الإعلام الجديد.

ما سبق إذن، كان وقفة متأنية على أشكال تأثير الإعلام الجديد في مقومات هويتنا الثقافية، بينما من خلالها أن هذه الهجمة المغرضة ليست مجرد تهم وازدراء عابرين، وإنما هي تعبير صادق عن نية حاقدة مع سبق الإصرار والترصد للنيل من مكانتنا الحضارية وإعادة تشكيلنا ثقافيًا بواسطة الأوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات الرقمية المتطرفة. وهذا ما لا نقوله نحن فحسب، بل ما يؤكده العديد من المفكرين والمصلحين وكل الغيورين على شرف هذه الأمة، وما تؤكده الشواهد الحضارية ومحريات الواقع المعاش، في أن مجتمعنا أصبح أكثر تأثُّرًا بما تنقله إليه وسائل الإعلام الجديد، التي أوقعت أفراده في أزمة هوياتية أدخلتهم في منعطف صار يهدد ثوابتهم وبينال من وحدة نسيجهم.

وانطلاقًا من التأثيرات التي تتركها هذه الوسائل الجارفة المندفعة على مقومات الهوية الثقافية العربية، وتأكيدًا على ضرورة حماية هذه الهوية من المخاطر والتحديات المحدقة بها، كان لابد لنا أن نقف - في ختام هذه الورقة - عند الآليات والأساليب الكفيلة بصون هويتنا، ودعمها للصمود والثبات بذاتها في وجه هذا الاختراق الغاشم، لنؤكد أن حماية هويتنا الثقافية وتحصينها مسؤولية تتقاسمها كل مكونات الأمة،

¹- جمال سلطان، الغارة على التراث الإسلامي، مكتبة السنة، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 1، 1990، ص 147.

²- المرجع نفسه، ص 30.

حكومات وشعوباً، مؤسسات وأفراداً. حتى تكون هذه المواجهة شاملة وفعالة لا بد أن تقوم على أربع منظومات متكاملة:

أ- منظومة التحسين:

يقصد بها تحسين أفراد الأمة العربية من أخطار الإعلام الجديد وصون هويتهم الثقافية عن طريق التربية والتعليم، باعتبارهما طوق النجاة من براثن الإعلام الجديد، والدرع الواقي من أي اختراق ثقافي، من خلال غرس روح المسؤولية في نفوسهم، وتعويذهم على الالتزام الأخلاقي الذي يحمي الأمة من أخطار الفساد والانحلال والإباحية، ويجعل منها أمّة قوية قادرة على مواجهة التحديات والوقوف في وجه كل العواصف. فتعزيز الفرد لوحدته مع بني أمته، وانسجامه معهم، والشعور بقيمة داخل النسيج الاجتماعي، يبقى أساس القوة التي تضمن له التمييز والاعتراف به كإنسان له جملة من الوظائف والمسؤوليات، التي من خلالها يشعر بأنه ذات فاعلة، قادرة على العطاء والمساهمة في بناء المجتمع، وتجنبه "الذوبان في النمط الأحادي الذي تسعى العولمة إلى فرضه على الجميع، بواسطة تذويب المعايير التي تمكّن الفرد من التعرف على ذاته وبالافتخار بسميزاته الثقافية والحضارية".¹

ب- منظومة التأثير:

إن تعزيز الشعور بالانتماء للهوية بأبعادها المختلفة، ومد جذوره في أعماق نفوس أبناء أمّتنا العربية، لن يكون له الأثر الواضح إلا إذا قابله صون حقوق الأفراد وإقامة مجتمع ديمقراطي ينعم كل أفراده بحقوق المواطنة والعدالة الاجتماعية، لأن الإنسان العربي إذا شعر أنه يعيش بكرامة وتقدير في أحضان أمته، وله الرعاية والعدل والكافية، فإنه من الطبيعي أن تقipض مشاعره حباً وولاء لدينه ووطنه، وأنه لن يدخل جهداً في الدفاع عن ثوابته ومقدساته بكل ما أوتي من قوة، فالهوية الثقافية العربية لا تستوي إلا كهوية يتساكن فيها الحق والواجب، ويتمكن كل فرد من أن يأخذ حقوقه الكاملة بوصفه فرداً تتساوى فرصه وحظوظه مع بقية الأفراد دون تمييز أو تفاضل.

ج- منظومة المواجهة:

وهي أن نواجه الهجوم على هويتنا الثقافية بكل الوسائل الممكنة، بكشف الشبهات والرسائل الإعلامية المغرضة الساعية إلى النيل من خصوصياتنا الثابتة، وهذا يستلزم في المقام الأول بناء مشروع إعلامي عربي قوي وفاعل، يكون حامل رسالة هذه الأمة وثقافتها وآدابها، والمدافع عن تراثها وقيمها، فالفرصة اليوم، سانحة كي "يستيقظ الوعي فينا ونزعج نومنا الطويل بإعلام عربي فعال، نتمنى أن توجه طاقاته لحفظ الهمم، ويركز جهده للبناء والعمل، وتوضع إمكاناته لتنشيط القدرات من أجل التنمية والتطور، مما أحوج أن ينقاد عالمنا العربي من التيه إلى الرشاد! وما أعظم إعلامنا العربي لو توحدت وجهته واتجه بإنسانه إلى هذه الغاية!".²

¹- محمد مسلم، خصوصيات الهوية وتحديات العولمة، دار قرطبة، المحمدية، الجزائر، ط 1، 2004، ص 25.

²- محمود محمد سفر، الإعلام موقف، تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية، ط 1، 1982، ص 66.

د- منظومة الحجب:

نقصد بها حجب المواقع والقنوات المغرضة التي تهاجم وتستهدف مقومات هويتنا الثقافية، وهذا بطبيعة الحال يتطلب إرادة سياسية واعية، فاعلة ومؤمنة بحجم الوضع وخطورته.

إن هذه المنظومات الأربع لا تروم انغلاق الأمة على ذاتها وتعيق الهوة مع الآخر بحجة الخشية على الخصوصية من خطر الاختراق الثقافي، لأن مثل هذا الانغلاق لم يعد ممكناً في عصر السمات المفتوحة، فمجابهة هذا التحدي لن تكون مجدها بعقلية الرفض والنقد المفرط، بل تتم من خلال الافتتاح على الأمم الأخرى وإنتاج أفكار ورؤى جديدة، تعيد صياغة إشكالية علاقتنا معها، وغرس أنماط من التفكير تعيننا على التكيف والتغيير في الشكل الإيجابي الذي تحدده حركية المجتمع العربي، وتفاعلاته مع المجتمعات الأخرى التي تشكل شطره الثاني على الصعيد الوجودي، والعمل على استدماج ما توصلت إليه من جوانب إبداعية خلاقة.

وينبغي التأكيد على أن الحلول المنطقية لمشكلة الغزو الثقافي من قبل الإعلام الرقمي ينبغي أن تتأسس في المقام الأول على العقيدة والأخلاق، بالعودة إلى مبادئ الدين الإسلامي، وتربيبة أبناء الأمة على تمسكهم بشرعيته السمحاء، وأخلاقه، وقيمه الروحية، لأن الهزيمة الحقيقة هي الهزيمة النفسية من الداخل؛ حيث يصير المغلوب مولعاً أبداً بالاقتناء بالغالب في سائر أحواله وعوائده، أما إذا حُصنت الهوية ولم تستسلم من الداخل؛ فإنها تستعصي ولا تقبل الذوبان. كما ينبغي الاعتذار باللغة العربية والتوعية بأهميتها، والعمل على ترقية تراثنا وتاريخنا العريق مما علق به من تشويه وتحريف، فضلاً عن إعادة قراءة واقعنا المعاش بناء على المفاهيم الصادقة للقرآن الكريم والممارسات الممزوجة للرسول الكريم، وتخلصه مما فيه من سوء الفهم وتحريف التأويل، حتى يعود المجتمع العربي وحدة متماضكة قائمة على معاني التكافل والتراحم والتواصل البناء، ناهيك عن إعادة النظر في المناهج الدراسية لمختلف المراحل التعليمية، بما يواكب التطور والتقدير العلمي والمعرفي الذي يشهده العالم اليوم، من خلال استخدام كافة الوسائل والأساليب والطرق المتاحة، كي ننجح في تأصيل القيم النبيلة، والمهارات والمعارف الهدافة داخل مؤسسات المجتمع ومنظماته. أما واجبنا كدارسين وباحثين، كمستهلكين ومتلقين للمضمادات الإعلامية التي طغت عليها مظاهر التدليس والتحريف، فيتجسد في تلك النظرة النقدية الفاحصة لكل ما تحمله إلينا وسائل الإعلام الجديد، لكشف أباطيلها وأهدافها المغرضة، وزيادة مستويات الوعي في أذهان أبناء أمتنا. عليه، فإن الغيرة الجامحة في دواخلنا اتجاه صون هويتنا الثقافية من طوفان التغريب الذي يتربص بها، يدفعنا إلى رفع التوصيات التالية:

- تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية كالأسرة، المدرسة والمسجد، من خلال قيامها بمراقبة ما يشاهده الشباب والأطفال من برامج عبر وسائل الاتصال والإعلام الحديثة، وتوعيتهم بمدى خطورتها على عقيدتهم وحياتهم وإيقاظ هممهم.

- اعتماد تخطيط لغوي ناجع يعيد اللغة العربية توهجها، من خلال رصد مختلف المشاكل المحدقة بها، ووضع خطة منهجية تقوم على جهود منسقة وفاعلة، وتأخذ بعين الاعتبار كل القضايا المؤثرة فيها، مع العمل على تنفيذها ومتابعتها، تحقيقاً لأمننا اللغوي والمجتمعي.
- ضبط الأنشطة الإعلامية وإخضاعها لمراقبة صارمة، وفتح قنوات اتصال فعالة بين مختلف المؤسسات الإعلامية والأجهزة المعنية بهدف صون هويتنا وحذف كل ما يتناهى مع قيمنا الأخلاقية.
- تبني نهج نظامي للتربية الإعلامية يهدف إلى تنشئة الفرد العربي بطريقة يستطيع من خلالها التعامل والتعاطي مع البرامج والمصامين التي تروج لها وسائل الإعلام الجديد على نحو إيجابي، يسهم في افتتاحه الواعي على الثقافات والمنجزات الحضارية الأخرى دون التفكير لقيمه وخصوصياته القومية.
- تحمل الجهات المسؤولة واجبهما اتجاه هويتنا الثقافية بسن تشريعات قانونية ملزمة واستصدار قرارات حاسمة، تحميها من مختلف الأخطار المحدقة بها، وتجعل منها قضية استراتيجية تمس الأمن الثقافي والحضاري للأمة.
- ترسیخ مبادئ القانون، والعدالة الاجتماعية والاقتصادية، وإيجاد حلول لمشاكل الفقر والبطالة والجهل التي استشرتاليوم وبشكل متزايد في مجتمعاتنا العربية، حتى لا يغترب الأبناء عن واقعهم، ويتنصلوا من انتمائهم لمجتمعهم العربي.

خاتمة:

إن الإعلام اليوم، في عصر ثورة الاتصالات الرقمية، وإن كان يحمل في طياته الكثير من المحسن والمزايا ذات التأثير الإيجابي على الإنسان العربي، فإنه يُضمر في الوقت ذاته العديد من التحديات والأخطار التي تمس الكيان العميق لأمتنا العربية، ويمارس - بما يقدمه من مصامين ورسائل - سطوة ونفوذاً قائحاً على ثوابتها ومقدساتها، وتزداد هذه الأخطار تأثيراً بسبب ما تعانيه شعوبنا من ضعف وهوان في شتى المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية... لذلك بات من الضروري - اليوم - العمل على النهوض بأوضاع أمتنا والقيام بعملية إصلاح جذرية تخلص هويتنا من كل ما علق بها من شوائب ومحالطات، لما تمثله من ضرر واسع على حاضر الأمة ومستقبلها، لأنه في غياب استراتيجية عربية واضحة تتصدى لهذا الاختراق الثقافي وترجع هيبة الأمة المختطفة، وفي عدم وجود مؤسسات إعلامية وثقافية وسياسية قوية، تساهم في بناءوعي الجماعي للإنسان العربي، وتكتسبه قدرة التمييز بين الغث والسمين، يمكن لك - أيها القارئ الكريم - أن تخيل معي القادم المؤلم.

المصادر والمراجع:

- 1- القرآن الكريم برواية ورش.
- 2- اغتراب اللغة أم اغتراب الشباب (2011): قراءة في استطلاع رأي لمؤسسة الفكر العربي، التقرير الرابع للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان.
- 3- المعجم الوسيط (2004)، مجمع اللغة العربية، باب العين، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية.
- 4- عبد العزيز الدوري(2003)، التكوين التاريخي للأمة العربية، دراسة في الهوية والوعي، ط4، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 5- إبراهيم أنيس (2003)، في اللهجات العربية، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، مصر.
- 6- ابن خلدون (2004)، المقدمة، تحقيق عبد الله محمد الدرويش، ج 1، ط 1، دار يعرب، دمشق، سوريا.
- 7- أنور الجندي (1982)، الفصحي لغة القرآن، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان.
- 8- جابر قبيحة (1418هـ) ، أثر وسائل الإعلام المفروعة والمسنوعة والمرئية في اللغة العربية، مكتبة الملك فهد الوطنية، المدينة المنورة، السعودية.
- 9- جلال أمين (2009)، العولمة، ط 1، دار الشروق، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 10- حسن بن شفيق (2015)، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، ط 1، دار فكر وفن، مدينة السادس أكتوبر، الجيزة، مصر .
- 11- سعود صالح كاتب (2011)، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة مقدمة في المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جكارتا، 13 - 15 ديسمبر 2011.
- 12- شلتاغ عبود(2001)، الثقافة العربية بين التعريب والتأصيل، ط 1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
- 13- عبد الرزاق الدواي (2013)، في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات، حوار الهويات في زمن العولمة، ط 1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر .
- 14- عبد العزيز بن عثمان التويجري (2015)، مستقبل اللغة العربية، ط 2، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مطبعة الإيسسكو، الرباط، المملكة المغربية.
- 15- عبد القادر طاش(1994)، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، ط 2، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 16- عبد الله البريدي(1434هـ)، اللغة هوية ناطقة، منظور جديد يمزج اللغة بالهوية والحياة، المجلة العربية عدد 197، الرياض، المملكة العربية السعودية
- 17- عفيف عبد الفتاح طباره، روح الدين الإسلامي، عرض وتحليل لأصول الإسلام وأدابه وأحكامه تحت ضوء العلم والفلسفة، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان.
- 18- علي حسن فاعور (1988)، شرح ديوان زهير بن أبي سلمى، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان.
- 19- علي خليل شقرة (2014)، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة، عمان، الأردن.
- 20- محمد بن محمد رفيع(2010)، سؤال الوعي التاريخي وإشكال بناء الرؤية المستقبلية، إسلامية المعرفة، عدد 60، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمان الأردن.

- 21- محمد حمزة الجابري (2013)، اللغة الإعلامية، المفهوم والخصائص- الواقع والتحديات، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن.
- 22- محمد عابد الجابري (1998)، العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحت، العرب والعولمة، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 23- محمد فريد وجدي، دائرة معارف القرن العشرين، المجلد السادس، حرف العين، دار الفكر بيروت، لبنان.
- 24- محمد مسلم(2004)، خصوصيات الهوية وتحديات العولمة، ط 1، دار قربطة، المحمدية، الجزائر.
- 25- محمود محمد سفر(1982)، الإعلام موقف، ط 1، تهامة، جدة، المملكة العربية السعودية.
- 26- مسخ الصورة(2005).، سرقة وتحريف تراث الأمة: ط 1، سلسلة عندما نطق السراة، قسم الدراسات والبحوث، جمعية التجديد الثقافية الاجتماعية، مملكة البحرين.
- 27- اليكس مكشيللي (1993)، الهوية، ط 1، ترجمة علي وطفة، دار الوسيم للخدمات الطباعية، دمشق، سوريا.

تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية

Interactivity Appearances in the new communication environment and their impact on the structure of the communication process

أ. عائشة نواري

أستاذة مساعدة - أ. ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العقيد آكلي محنـد أول حاج -
البويرة - (الجزائر)

الملخص:

تهدف هذه الورقة إلى البحث في خاصية أساسية من خصائص البيئة الاتصالية الجديدة، والتي تتمثل في التفاعلية، السمة الجوهرية للميديا الجديدة والتي فتحت المجال واسعاً للمنتقى ليصبح عنصراً فعالاً وإنجازياً في العملية الاتصالية، يساهم في إنتاج المضمون الاتصالي بعد أن كان دوره في وسائل الإعلام التقليدية يقتصر على تلقّي الرسالة الإعلامية فقط، كما فسحت المجال واسعاً لحرية الاتصال أو بالأحرى ديمقراطية الاتصال، لذا ستنطرق في هذه الورقة إلى ظاهرة التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على أطراف العملية الاتصالية، وذلك من خلال توضيح مفهوم التفاعلية وأشكالها، ونتوقف في الأخير عند انعكاسات التفاعلية على بنية العملية الاتصالية.

الكلمات المفتاحية: إعلام المواطن، التفاعلية، البيئة الاتصالية، ديمقراطية الاتصال، المتقى.

Abstract:

The aim of this paper is to investigate a fundamental characteristic of the new communicative medium, which is the interactivity, the core character of the new media, which has opened the door to the receiver to become an active and positive element in the communicative process that participate to the production of communicative content To receive the media message only, and gave way to freedom of communication or rather the democracy of communication, so we will address in this paper to the phenomenon of interactivity in the new communication environment and its implications on the parties to the communication process, Attic and dimensions, then we address the genesis of this concept and its development in communication studies, as well as show the most important aspects of interactivity and forms, and in the last stop when interactivity reflections on the structure of the communication process.

Keys Words :Citizenmedia, interactivity, new communicative medium, the democracy of communication, the receiver

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي ثورة هائلة في مجال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية جعلت من العالم قرية كونية صغيرة خصوصاً مع تطور الحاسوب الآلي، الهاتف وشبكات المعلومات وظهور البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، انتشار الإذاعات التي تبث عبر موجات FM إضافة إلى الوسائل المتعددة وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة (التلفزيون التفاعلي، الإذاعة التفاعلية، السينما التفاعلية...). وفي هذا السياق تعتبر شبكة الانترنت من أهم مستحدثات هذا العصر نظراً لما تفرد به من ميزات حيث تجمع بين خصائص الاتصال الشخصي من خلال خدماتها المتعددة (التراسل الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني، والتحاور عبر غرف الدردشة والمنتديات ومجموعات الحوار والشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات وغيرها...) وخصائص الاتصال الجماهيري كالجماهيرية، التزامنية واللاتزامنية، وتعدي سمة التفاعلية أهم خاصية مرتبطة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، هذه الميزة التي ساهمت في كسر حاجزى الزمان والمكان وغيرت في بنية العملية الاتصالية ككل، حيث لم يعد المتلقى يكتفى بتلقي الرسالة الاتصالية فحسب، بل أصبح بإمكانه المشاركة في بناء محتوى الرسالة الاتصالية، وبات بإمكان المرسل والمتلقي تبادل الأدوار بحيث يصبح المرسل متلقياً والمتلقي مرسلاً.

1. مفهوم التفاعلية وأبعادها:

يعد مفهوم التفاعلية من بين المفاهيم القديمة - الحديثة في آن واحد الذي حاز على اهتمام وإقبال عدد كبير من الباحثين على اختلاف مجالات البحث التي ينشطون فيها، حيث حاول العديد من الباحثين لفترة طويلة من الزمن الوقوف عند هذا المفهوم من خلال تقديم تعريف واضح ومحدد للمفهوم، توضيح أبعاده، وإبراز خصائصه والكشف عن أهم مظاهر التفاعلية ومستوياتها وأشكالها وأنواعها.

فمن الناحية اللغوية التفاعلية (*Interactivité*): كلمة يونانية الأصل مركبة من مقطعين *Inter* ويعني بين أو فيما بين، وكلمة *Activus* وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه عندما تترجم الكلمة من اللاتينية يمكن أن نفهم معناها بأنها "ممارسة بين اثنين" أي تبادل وتفاعل بين شخصين. وبفهم أن جوهر التفاعلية يمكن في التبادل والتفاعل، حوار بين اثنين، أي اتصال في وضعية الوجه للوجه وعليه في فهي ممارسة اتصالية قديمة.¹

وعلى الرغم من الجهود الحثيثة للباحثين من أجل تحديد هذا المفهوم إلا أنه لم يتم الاتفاق على تعريف واحد للتفاعلية فهناك من ينظر إلى التفاعلية على أنها خاصية المتلقى في العملية الاتصالية، ومنهم من ينظر إليها على أنها سمة أساسية وطبيعية في الاتصال الشخصي، ومنهم من يرى أن ميزة التفاعلية تقتصر على وسائل الاتصال الحديثة ومنهم من يعبر عنها بالعلاقة الثنائية بين المرسل والمتلقي وغيرها... وقد نتج عن هذا الاختلاف في تحديد تعريف دقيق لمفهوم التفاعلية اختلاف أيضاً في الرؤى حول أنواع التفاعلية،

¹ خالد زعمون، السعيد بوعزيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (61)، تونس، 2007، ص .26

مقوماتها أو أبعادها وأيضاً مظاهرها أو أشكالها ومستوياتها. لذا فيما يلي نورد بعض التعريف المقدمة للتفاعلية حسب اختلاف وجهات النظر.

أ. تعريف التفاعلية من حيث الوسيلة:

يعد التعريف الآلي من بين أهم التعريفات الحديثة التي قدمت للمفهوم، إذ أنه وعلى الرغم من أن استعمال المفهوم يعود إلى نصف قرن من الزمن إلا أن أغلب الباحثين يحصرون ميزة التفاعلية في وسيلة الانترنت، ويعتبرون أن الانترنت تفرد عن باقي وسائل الإعلام والاتصال التقليدية كالصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون، كما أنها حسب وجهة نظرهم خاصية تتعلق بعملية أكثر منها كمنتج اتصالي.

ومن أهم التعريفات التي تصب في هذه الخانة: "التفاعلية هي إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الاتصال الجديدة"¹. من خلال التمعن في هذا التعريف نلمس إشارة إلى الجانب التقني للوسيلة والتي اقتصرت على الوسائل الحديثة أي الانترنت والحواسيب الآلية فحسب دون الوسائل التقليدية.

وفي نفس الوجهة يصب التعريف الذي ورد في مؤلف الإعلام التفاعلي لحسنين شفيق حيث تعرف التفاعلية بأنّها: "خاصة الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل والمضمون في آن واحد".² يتبيّن من هذا التعريف أن التفاعلية هي ميزة تسمح للمتلقي بالتفاعل مع المرسل والمضمون حيث يركز أهمية الوسيلة ودورها الفعال في إحداث التفاعلية.

وعرف (نيوهاجن) Newhagen التفاعلية بأنّها: "أكثر الخواص التي يشار إليها غالباً والمستخدمة لتمييز الانترنت عن وسائل الإعلام الأخرى".³ نلاحظ من خلال التمعن في هذا التعريف أن التفاعلية كعملية تقتصر على وسيلة الانترنت دون الوسائل الإعلامية الأخرى

أما الباحث (محمد لعاقب) فيحصر ميزة التفاعلية في الانترنت، ويربط هذه الخاصية بمميزتين آخرتين تميز بهما الانترنت فعلى حد تعبيره: "تشير التفاعلية إلى التزامنية التي تعني إمكانية التعرض للمعلومات والأخبار في الوقت الحقيقي، واللاتزامنية التي جعلت من شبكة الانترنت وسيلة تفوق على التفاعلية التي توفرها وسائل الإعلام التقليدية مثل الهاتف والتلفزيون والصحافة المكتوبة فهي تحيلك فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال أو إرسال بريد الكتروني إليه في جو من الحرية التامة مما يجعل التفاعلية فعلية وحديمية عبر الشبكة وتتفوق على تفاعلية الوسائل التقليدية".⁴ وعلى الرغم من أن الباحث ينظر إلى التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة (الانترنت) إلا أن هناك اهتمام ولو بقدر نسيبي بالمتلقي إضافة إلى الوسيلة فهو يرى أن التفاعلية عبارة عن عملية يقوم بها المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال وبشكل خاص الحديثة تتيح له فرصة التخاطب مع المرسل، مما يدلّ على أنه لم يهمل إدراك المستخدم لفعل الاتصال التفاعلي الذي يقوم به على سبيل المثال المشاركة في منتديات الدردشة أو إرسال رسائل الكترونية أو التعليقات على المقالات

¹ شريف درويش اللبناني، الصحافة الالكترونية- دراسات في التفاعلية وتصميم الواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص80

² حسنین شفیق، الاعلام التفاعلي – ثورة تكنولوجية في نظم الحاسوبات والاتصالات، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال، مصر، 2008، ص: 33

³ شريف درويش اللبناني، مرجع سبق ذكره، ص: 80

⁴ محمد لعاقب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2007، ص: 57

المنشورة على صفحات الواب. وغير بعيد عن التعريف السابق يؤكد أيضاً الباحثان Luc Olivier Pochon (et Michèle Grossen) بأن: "الوسيلة الإعلامية تصبح تفاعلية عندما تنشأ علاقة تفاعلية بين الوسيلة والمتلقي أو المشاهد في حدث فضاء اتصالياً خاصاً، إذ لا يمكن أن تحدث تفاعلية إلا بنشوء تفاعل بين مختلف عناصر العملية الاتصالية الإعلامية أي بين الوسيلة الإعلامية والمتلقي للرسالة الإعلامية".¹

من بين التعريفات التي تدرج ضمن هذا الاتجاه نجد أيضاً: "التفاعلية من أهم خصائص وسمات شبكة الإنترنت من خلال العديد من الأنماط الاتصالية، فقد أدت التفاعلية إلى إمكانية تعدد الأطراف المشاركة في العملية الاتصالية، وهي تظهر في التفاعل بين الفرد والوسيلة، بين الأشخاص المستخدمين لها، وأيضاً تتجلى في تفاعل المستخدم مع المحتوى...".²

وهناك مجموعة أخرى من الباحثين ترى أن: "التفاعلية تمثل الانتصار الكبير للمعلوماتية، بحيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا، وهذا ما غير من مفهوم التفاعلية بحيث أعاد منظرو النظريات الحديثة للاتصال النظر إلى نموذج لاسوبل Laswell سنة 1948 حول تدفق الاتصال في اتجاه واحد".³ من بين التعريفات المقدمة للتفاعلية تعريف (كاواموتو) Kawamoto حيث يرى أن التفاعلية عبارة عن: "عملية اشتراك بين الآلة والفرد في عملية إدارة البحث عن المعلومات وعملية المشاركة في تلك المعلومات، وينقل نموذج التفاعلية بثلاثة مستويات":⁴

- الاتصال غير التفاعلي (الاتصال في اتجاهين):

- الاتصال التفاعلي الشكلي:

- الاتصال التفاعلي بالكامل:

وبعد استعراض مجموعة التعريفات التي اهتمت بالتفاعلية وركزت على الوسيلة نخلص إلى مجموعة من الملاحظات من بينها:

- أن مجمل الباحثين صبوا اهتمامهم على تعريف التفاعلية في شكلها الحديث والتي ترتبط بتكنولوجيا الإنترنت والوسائل المتعددة مهملاً بذلك التفاعلية التقليدية التي ظهرت مع وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون) والتي عبر عنها (هارولد لاسوبل) في نموذجه الخماسي الشهير برجع الصدى (Feed Back) أو التغذية العكسية التي تتجسد في الصفحات التي تخصص في الجرائد والمجلات اليومية والأسبوعية لبريد القراء والرد عليه، أو قراءة الرسائل البريدية أو الرسائل عبر الفاكس أو المكالمات الهاتفية عبر البرامج الإذاعية والتلفزيونية ومختلف الأشكال هذا من جهة،

¹فضيلة تومي، التفاعلية في التلفزيون الجزائري- البرامج الموضوعاتية نموذجا-. رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007/2008، ص: 41.

²محمد صلاح سالم، العصر الرقمي وثورة المعلومات- دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع-، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية، الرياض، 2002، ص: 81.

³ميشال أنطولا، الوسائل المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربيـة، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق راجـ، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004 ، ص: 19.

⁴عباس مصطفى الصادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الانترنت، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديـات، جامعة الشارقة، 22 - 24 نوفمبر 2005، ص: 11.

ومن جهة أخرى وعلى الرغم من اهتمام أصحاب هذا المنظور بوسيلة الإنترنت، التي يتفق على أنها غيرت من دور المتنقي، فالمستخدم لเทคโนโลยياً الإنترت لم يعد متنقياً سلبيات تحدد سلوكياته وفق برامج الآلة أو الوسيلة، بل يمكن له أن يصبح مرسلًا للرسائل الاتصالية في آن واحد مما يحقق نسبة مرتفعة من التفاعل إلا أن هذه التعريفات تناولت المتنقي بنوع من السلبية، لذا وأمام الاختلاف في وجهات النظر نتطرق إلى تعريف التفاعلية من حيث المستخدم.

ب. تعريف التفاعلية من حيث المستخدم:

لقد حاول بعض الباحثين تقديم تعريف للتفاعلية خلال التركيز على المستخدم ودوره في العملية الاتصالية ومن بين ما ورد منها نجد التعريف الذي جاء في المعجم الكامل للمعلوماتية حيث تعرف بأنها: "طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج.¹ وعلى الرغم من الجانب التقني الذي يغلب على هذا التعريف إلا أنه يتضح أن هناك اهتمام بالمستخدم لهذه الوسيلة.

ويرى باحثون آخرون أنه: "وحتى تتحقق التفاعلية لابد على المستخدم أن يتبع مجموعة من الخطوات والطرق ومن ثم يعمد إلى مراقبة النتائج ولو أن النتائج تكون متوقعة نوعاً ما. ويقترب هذا التعريف قليلاً من التعريف الموالي غير أن هذا التعريف يربط التفاعلية بالإعلانات التجارية، حيث تعرف بأنها: "مدى مقدرة شخص على الدخول في معالجة إعلانية بصفة نشطة من خلال التفاعل الإعلانية والمعلنين".²

من بين التعريفات المقدمة للتفاعلية نجد أيضًا: "التفاعلية هي مفهوم متعدد الأبعاد قوامه تعدد فرص المشاركة والاختيار أمام المستخدم، تشير إلى سلطة المستخدم وتحرره من الاستعمال البسيط العشوائي للوسيط الاتصالي، كما تجعل منه شريكاً أو مشاركاً للمرسل في العملية الاتصالية".³

وبعد أن تطرقنا لمفهوم التفاعلية من حيث المستخدم للوسيلة ودوره في صياغة أو تعديل رسائل إعلامية أو اتصالية نتوصل إلى أن أصحاب هذا الاتجاه في تعريفهم للتفاعلية وعلى الرغم من بعض الزوايا الإيجابية التي سلطت عليها التعريف الضوء خصوصاً فيما يتعلق بتحول المستخدم من الاستهلاك السلبي إلى الاستهلاك المخطط والإيجابي للمضمون الإعلامي أو الاتصالي إلا أنها نلاحظ أنهم أهلوا عنصر آخر مهم من عناصر العملية الاتصالية وهو المرسل وطبيعة العلاقة التي تنشأ بينهما (المرسل والمتنقي)، لذا حاول فيما يأتي أن نتطرق البعض للتعريفات التي تتناول مفهوم التفاعلية من خلال العلاقة بين المرسل والمتنقي.

ج. مفهوم التفاعلية من خلال العلاقة بين المرسل والمستخدم:

تعرف التفاعلية بأنها: "اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل".⁴ بمعنى أن التفاعلية في هذه الحالة يعبر عنها

¹ عبد الحسن الحسيني، المعجم الكامل في المعلوماتية، دار العلم، بيروت، 1996، ص: 220.

² خالد زعوم وسعید يومیز، التفاعلية في الإذاعة، مرجع سبق ذكره، ص: 28.

³ بسيونی ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وтехнологيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، مصر، 2008، ص122.

⁴ حسن شفيق، الإعلام التفاعلي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 32-33.

بذلك العلاقة الثانية الاتجاه (مرسل ومستقبل)، والتي يتتبادل فيها المرسل والمتلقي الأدوار، بحيث يصبح المرسل متنقلاً والعكس صحيح إذ يصبح المتنقلي مرسلًا مما يصعب من التمييز بين المرسل والمتنقلي. وفي نفس السياق يرى العديد من الباحثين أن صفة التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في العملية الاتصالية تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على هذه الممارسة "الممارسة المتبادلة أو التفاعلية" **Interactive Communication**، بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل في ثنائية التبادل ومثال على ذلك أنظمة النصوص المختلفة.¹

تعرف أيضاً على أنها المدى الذي يمكن فيه للمرسل والمتنقلي أن يتبدلاً الاستجابة للرسالة الاتصالية التي يرسلها كل من المرسل والمستقبل وهما بذلك يضعان في اعتبار اختلاف الاحتياجات الاتصالية للمستقبل، فأحياناً يكتفي المستقبل بتلقي الرسالة الاتصالية والتمنع بحرية الإبحار بين موقع الانترنت المختلفة وانتقاء التعرض لبعض الرسائل دون غيرها، وأيضاً دون الاتصال بمصدر الرسالة وأحياناً ما يرغب المستقبل في تبادل الرسائل مع مصدر الاتصال.²

ويؤكد الباحث (علي قسايسية) أن: "التفاعلية هي أحدث وأرقى أشكال التفاعل التبادلي، تختفي فيه الحدود الفاصلة بين المرسل والمتنقلي، بحيث تتحول استجابات المتنقلي إلى منبهات جديدة يتلقاها المرسل الأول ويستجيب لها في شكل من الأشكال لتصبح منبهات أخرى ويتراءى ذلك في نوادي الحوار والمناقشة والدردشة وتبادل الرسائل الفورية المباشرة على موقع الواب المتخصصة، وموقع النشر الإلكتروني والبث الإذاعي والتلفزي خاصية، إن الحديث عن التفاعلية يعني التخلّي عن النظرة التقليدية لوسائل الإعلام كوسائل غير تفاعلية (تدفق المعلومات في اتجاه واحد) والتخلّي أيضاً عن فكرة أن الجمهور المتنقلي للرسائل دون مشاركة حقيقة".³

وعلى الرغم من اختلاف وجهات نظر الباحثين حول تحديد مفهوم واضح ودقيق للتفاعلية، إلا أنه وبناء على التعريف السابقة نستعرض بعض النقاط الأساسية التي يتفق عليها أغلب الباحثين والتي وردت بشكل أو آخر في تعريفهم:⁴

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الإنترن特، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعلية.

¹ عبد الأمير مويت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، عمان (الأردن)، 2006، ص ص: 24-25.

² سعد سليمان عبد الله، معوقات التفاعلية في الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت- دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت لعام 2010، مجلة أداب الفرايدي، العدد 3، حزيران 2010. ص: 510.

³ علي قسايسية، المنظفات النظرية والمنهجية لدراسات التالق- دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولية في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص: 43.

⁴ شريف درويش اللبناني، مرجع سابق ذكره، ص ص: 80-81.

- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والتي تتجلى فيما يطلق عليه تسمية رجع الصدى (feed back) والتفاعلية كمفهوم حديث ارتبط بتكنولوجيات الاتصال الحديثة، والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الإنترن特، فالمتلقى على شبكة الإنترن特 لم يعد مجرد متلقى سلبي للرسائل فحسب بل بإمكانه أن يصبح مرسلًا في آن واحد مما يؤدي إلى تحقيق مستوى عالي جدًا من التفاعلية.
- التفاعلية عبارة عن عملية اتصالية تبادلية - ثنائية الاتجاه- من المرسل إلى المستقبل والعكس صحيح أي من المستقبل إلى المرسل مما قد يصعب التمييز بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية الواحدة.
- الاستجابة هي جوهر العملية الاتصالية التفاعلية وبدونها لا يحدث تفاعل.
- سيطرة المستقبل في العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيات الاتصال التفاعل أن يقوم بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائم.
- ينبغي على المشارك في العملية الاتصالية أن يدرك أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.
- التفاعلية خاصية الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

وزيادة على النقاط السابقة الذكر، يضيف الباحث (سامي الشريف) بعض الملامح من بينها:¹

- يمكن للتفاعلية عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة أن تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالتحاور الإلكتروني عبر منتديات وغرف الدرشة أداة تزامنية (الوجود المرسل والمستقبل في آن واحد)، أما البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية حيث لا يتشرط تواجد كلا من المرسل والمستقبل في آن واحد.
- أعطت التفاعلية في الاتصال الجماهيري دوراً أكثر قوة وأكثر فاعلية للمتلقى في التحكم في عملية الاتصال، ذلك أن المتلقى يستطيع أن يعدل ويغير شكل ومضمون الرسالة الإعلامية، والتحكم في التوقيت الذي يشارك فيه في عملية الاتصال، ويتبادل رسائله مع المرسل في ذات الوقت وهي أمور لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية تحقيقها.
- أن التفاعلية خاصية ترتبط بشكل أكبر بالوسيلة، فالوسيلة التفاعلية تتيح للمتلقى فرص التفاعل مع المرسل والمضمون المقدم في نفس الوقت.
- أن التفاعلية تعبّر عن انتهاء فكرة الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقى أو ما يعرف بالاتصال الخطى بل هي عملية تبادل ومشاركة في العملية الاتصالية.

¹سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ط١، مصر، 2009، ص ص: 41-42.

وبحسب وجهة نظرنا أنه بالفعل إن التكنولوجيا الحديثة للاتصال خاصة الإنترنت، قد غيرت بالفعل مفهوم الاتصال فلم يعد يعرف على أنه نقل رسالة من مرسل إلى متلقى أو مستقبل بل أصبح الاتصال يستخدم كمرادف للتفاعل بين طرفي العملية الاتصالية أو حتى بين المستخدم والآلة لكن هذا لا يعني أن ميزة التفاعلية محسومة في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة فقط، وإنما التفاعلية موجودة في وسائل الإعلام التقليدية ولو بدرجة أقل كما أن أشكال أو مظاهر التفاعلية ليست نفسها الموجودة في الوسائل الحديثة.

2. أبعادها:

لقد ظلت التفاعلية لفترة طويلة مفهوماً أساسياً سعى عدة باحثون لضبطه، وتحديد أبعاده، وقد اقترحت الباحثة الألمانية (كارري هيتر) Carrie HEETER في دراستها المعنونة بأثر التكنولوجيا التفاعلية على مفاهيم الاتصال والتي صدرت في كتاب لها سنة 1989 ستة أبعاد لتفاعلية تتمثل في:

- تعدد الاختيارات المتاحة أمام المتلقى.
- ممارسة المتلقى لبعض الجهد.
- استجابة الوسيلة للمستقبل من خلال عرضها للمضمون الذي يرغب المتلقى التعرض إليه.
- رصد استخدامات المتلقى لوسيلة الاتصال الكترونياً حيث أن التقنيات الحديثة سمحت برصد استخدامات كل مستقبل للرسالة أوتوماتيكياً، فوسائل الاتصال الحديثة غيرت من الأسلوب التقليدي للتعرف على رد فعل المستقبل في الإذاعة أو الصحافة المكتوبة أو التلفزيون والمتمثلة في إرسال رسالة للوسيلة أو الاتصال بها باستخدام التليفون أو تنظيم استبيان للتعرف على آراء الجمهور.
- سهولة إضافة معلومات للرسالة الاتصالية، مما يحول المتلقى إلى مصدر للمعلومات أيضاً.
- سهولة الاتصال الشخصي بين جمهور وسيلة الاتصال، وتعني السهولة التي يتتيحها نظام الاتصال ويمكن من خلالها لعدد من مستخدمي الوسيلة تبادل الرسائل فيما بينهم. فالتفاعلية تعبر عن سلسلة من العمليات (الأفعال وردود الأفعال) التي تحدث بين الفرد والعالم الخارجي الذي يشمل البيئة الاتصالية بمختلف مكوناتها.¹

3. نشأة وتطور مفهوم التفاعلية في الدراسات الاتصالية:

زيادة على ذلك ومن باب الإشارة من المصحف منا أن نرجع الفضل في تطور مفهوم التفاعلية في الاتصال إلى تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، دون أن نشير إلى مساهمة الدراسات التي اهتمت بدراسة علاقة الأفراد بوسائل الإعلام والاتصال منذ فترة الأربعينيات إلى اليوم. حيث كان فقدان وسائل الإعلام التقليدية للتفاعلية سبباً للاهتمام بدور التفاعلية في الاتصال الجماهيري منذ بداية القرن الماضي فلقد اهتم كل من (Brecht and Benjamin) بموضوع قصور الاتصال التقليدي ذي الاتجاه الواحد (الأحادي الاتجاه) الذي تميز به وسائل الإعلام التقليدية، حيث قام "بريتشت" بتطوير نظرية الراديو "Radio

¹ عائشة نواري، الإذاعة المحلية وجمهور الشباب دراسة في الاستخدامات والاشياع والتفاعلية على عينة من جمهور إذاعة المدينة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011، ص:119

"Theory في أواخر العشرينات من القرن الماضي والتي أكد فيها على ضرورة أن يصبح الراديو وسبل اتصال تبادلية ديمقراطية، إلا أن هذا الاهتمام لم يلق القبول والتأييد وإنما قوبل باعتراض شديد من طرف الفاشية الأوروبية في ذلك الوقت، إذ اعتبروا هذا الفكر أنها تشكل تهديداً لبقاء الفاشية بسبب دعوتها لتحقيق الديمقراطية وحرية الإعلام، وفي نفس السياق دعا (بينجامين) إلى ضرورة استخدام وسائل الإعلام التقليدية وفق طريقة أكثر تبادلية وتفاعلية بين المرسل والمتلقي.¹

ويرجع (تانجييف شولتز) Tanjef Schultz عدم مقدرة وسائل الإعلام التقليدية على التفاعلية مع جمهورها إلى مجموعة من النقاط من بينها:²

- أن وسائل الإعلام التقليدية لا تمتلك القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح للجمهور الفرصة للمشاركة وتبادل الرسائل الإعلامية وتجاهل سيطرة الجمهور.

- أنها لا تستطيع إثبات الدوافع الاتصالية لكافة الجماهير نظراً لمحودية مضامينها وأمكانياتها.

- أن جمهور تلك الوسائل لا تتوفر أمامه إلا فرضاً قليلاً للمشاركة في صياغة مضامين هذه الوسائل، كما أن النقاش والمشاركة تقتصر على صفة المجتمع (الطبقة السياسية والطبقة المثقفة).

وتعد النقاط السابقة الذكر والتي حددتها (شولتز) دافعاً قوياً لظهور الحاجة إلى وسائل إعلامية حديثة تعمل على تحقيق التفاعل مع الجمهور حتى يتمكن من خلالها كلاً من المرسل والمستقبل من تبادل الرسائل الاتصالية، ولقد أدى التقدم التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصال الجماهيري إلى ظهور ما يسمى بـ"اللامركزية الإعلامية" أو الاستخدام القاعلي لوسائل الإعلام والذي يتجلّى في ظهور وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها شبكة الإنترنت التي تعد من أقوى وسائل الاتصال التفاعلي، وذلك لما تمتلكه من إمكانيات اتصالية وما تقدمه من خدمات تفاعلية تتيح للمستخدم التصفح والتفاعل مع الآخرين.

وتعود بدايات الاهتمام الفعلي بدراسة التفاعلية كعنصر أساسي في العملية الاتصالية إلى الأربعينيات من القرن الماضي عندما طرح الباحث (Nobert Wiener) في مقال صدر له سنة 1943 بالتعاون مع كل من

"Behaviour Purpose and teleology" (Arturo Rosenbleuth Julian Bigelou and) الذي حمل عنوان "Feed Back" في العملية الاتصالية.³

وقد عرف هذا المصطلح شعبية أكثر في سنوات الخمسينات خصوصاً مع صدور كتاب لـ (Wilbur Schram) عام 1954 بعنوان "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها" والذي جاءت فيه أول إشارة مباشرة لمصطلح التفاعلية، حيث أكد (ويلبر شرام) على ضرورة وجود مجال خبرة مشترك بين المرسل والمستقبل، وعن طريق هذا المجال يتم توصيل نوعين من رجع الصدى، هما رسالة من المستقبل إلى المرسل ورسالة من المستقبل إلى ذاته⁴، فالتفاعلية حسب ويلبر شرام تعد بمثابة البديل لرجع الصدى

¹ شريف درويش اللبناني، مرجع سابق ذكره، ص: 65.

² المرجع نفسه، ص: 66 .67

³ عائشة نواري، مرجع سابق ذكره، ص: 116

⁴ شريف درويش اللبناني، مرجع سابق ذكره، ص: 65.

وبالموازاة مع أبحاث (ويلير شرام ووبنر) ظهرت مجموعة أخرى من الباحثين في علم الاجتماع (رواد نظرية التفاعلية الرمزية) التي تقوم في أساسها على فكرة التفاعل أو التفاعلية، هذا النظرية التي شكلت أيضاً منطلقاً أساسياً للباحثين للبحث في التفاعلية في الاتصال الجماهيري. وأعمال (جورج هيربرت بلوم) "Herbert Blumer" الذي يعد أول من استخدم تسمية التفاعلات الرمزية، هذه النظرية التي تستند إلى مجموعة من المبادئ من بينها:¹

- أن الأفراد في سلوكاتهم اتجاه الأشياء يرتبطون بالمعنى الذي تحمله هذه الأشياء.
- أن معاني هذه الأشياء تتبقى عن التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.
- أن الأفراد يتناولون هذه المعاني وتعديلها في سياق صيغة تأويلية أثناء تعاملهم مع الأشياء التي يتلقونها. وفي محاولة المقاربة الإعلامية لمنظور التفاعلية الرمزية حاول (Michel Solomon) تلخيص أفكار (جورج هيربرت ميد) في علاقة النظرية بوسائل الإعلام في النقاط الآتية:

- * التفاعل هو مجال اكتساب وتعلم الرموز الثقافية التي تصبح فيما بعد ذلك وسيلة لهذا التفاعل.
- * المعاني المشتركة بين الناس في الثقافة الواحدة هي التي تساعدهم على رسم التوقعات الخاصة بسلوك الآخرين في نفس الثقافة.
- * من الطبيعي أن يتم تعريف الذات اجتماعياً، وهذا يتم من خلال التفاعل مع البيئة.
- * يؤثر سلوك الفرد مع الآخرين بمدى مشاركة الفرد في التوحد الاجتماعي وقوته هذا التوحد.

وفي نفس السياق نشير إلى ما أطلق عليه (بورغنهايرمانز) "HabermasY" تسمية المجال العام Public أو الفضاء العمومي هذه الفكرة أصبحت فيما بعد نقطة مرجعية في المناوشات المعاصرة لديمقراطية الاتصال أو المشاركة في العملية الاتصالية.

وفي محاولة من بعض الباحثين في مجال الإعلام والاتصال لمقاربة منظور التفاعلية الرمزية أكد (فولس ودينيس ألكسندر) D.F.Foules and D.C Alexander أن العملية الاتصالية تشمل عمليات تفاعل معقدة فهو يشمل الفعل والاعتماد المتبادل، والتأثير المتبادل، كما تحدث (ماكويل) Mcquail عما أسماه نظرية ديمقراطية المشاركة والتي لخصها في النقاط التالية:³

- أن للأفراد الحق في النزول إلى وسائل الإعلام.
- أن وسائل الإعلام هي التي تقوم على خدمتهم وأن يقوموا بتحديد احتياجاتهم بأنفسهم.
- أن وسائل الإعلام المحدودة النطاق ذات التفاعل التبادلي والمشاركة أو كما يفضل الباحثين تسميتها بـ "Small Scale interactive and participative media"
- "One- way professionalized media"

¹ عزيز عبد الرحمن، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص ص: 38-39.

² بلقاسم بن روان، الإعلام والمجتمع، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص: 52.

³ طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص: 104.

وكمحصلة لهذه النقاشات وغيرها بُرز مفهوم الحق في الاتصال لأول مرة عام 1969 على يد (جان دارسي) Jean Darcy الذي دعا إلى حق أوسع نطاقاً من الحق في الإعلام، يتمثل هذا الحق في حق الفرد في الاتصال، بمعنى أن الفرد من حقه أن يعلم فلا تخفي عنه أية حقيقة، وأن يتتفق، يرفعه عن نفسه، حق الفرد في أن يسأل ويستفسر عن شؤون حياته وأن يتلقى كافة الأوجبة عن انشغالاته وأن يتناول ويدافع عن أفكاره ويعبر عن نفسه، وعن احتياجاته واهتماماته عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري وعلى صعيد آخر أكدت نماذج الاتصال التقليدية المختلفة بداية من نموذج "شانون و ويفر" Shannon and Weaver (ويعتمد هذا النموذج على نظرية المعلومات التي قدمها شانون عام 1948)، وتقوم النظرية على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شيئاً بعمل الآلات التي تنقل معلومات والمكونات الأساسية التي تضع النظام الاتصالي وفقاً لهذا النموذج هي وهو مصدر المعلومات (Source) يقوم بنقل رسالة (Message) عبر جهاز إرسال (Transmitter) يحمل رموز (Encoding) يحدث تشويش (Noise) جهاز استقبال يتلقى الإشارات أو الرموز (Decoding) بالإضافة إلى الهدف (Destination). بمعنى أن هناك مصدر يقوم باختيار رسالة، ويضعها في رموز وإشارات تحول بواسطة جهاز إرسال أين يقوم جهاز الاستقبال بفك تلك الرموز ويتحولها إلى رسالة يستطيع المتلقي أو الهدف أن يستقبلها، أما عن التشويش فهو تلك التغيرات التي تطرأ على الرسالة في جهاز الإرسال والاستقبال بسبب حدوث بعض الاختلافات بين الإشارات بين المرسل والمتلقي) مروزاً بنظرية القذيفة السحرية (Magic Bullet Theory) ونموذج تدفق الاتصال على مرحلتين ونموذج الانتباه والإدراك الاختياريين وصولاً إلى نموذج (Westly and Mclean Model) والمفاهيم التي طرحتها حول حارس البوابة (Gatekeeps) ورجع الصدى (Feed Beck) وعلى أن وسائل الإعلام التقليدية وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد وتتفقر إلى رجع الصدى، في حين نجد أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذات اتجاهين أو ذات اتجاهات متعددة.¹

مع بداية الثمانينيات من القرن الماضي وتزامناً مع ظهور مجموعة من المصطلحات الجديدة في مجال الاتصال، كالاتصال التفاعلي (interactive communication) الذي يستخدم لدى بعض الباحثين كمرادف لمصطلح الاتصال عبر الكمبيوتر، الجماعة الافتراضية (virtualcommunity) والفضاء الافتراضي (virtualspace) وغيرها من المصطلحات المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة عرف مفهوم التفاعلية اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين والمنظرين في شتى العلوم خاصة منها علوم الإعلام والاتصال. وكانت هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بطبيعة التفاعلية ودورها في الاتصال خصوصاً في وسائل الاتصال التفاعلية الحديثة.

¹ شريف درويش اللبناني، مرجع سق ذكره، ص: 66.

* من بين الدراسات الأجنبية الرائدة:

- دراسة الباحث "SheizafRafaeli" بعنوان "Interactivity:from new media to communication" سنة 1988

- دراسة "Carrie Heeter" بعنوان "Implication of new interactive Technologies for Conceptualizing communication" ، سنة 1989

- دراسة (SheizafRafaeli) بعنوان: "Interacting with media: para-social interaction and real interaction" سنة 1990

4. مظاهر التفاعلية وأشكالها:

يفيد العديد من الباحثين أن خيارات التفاعلية في وسائل الإعلام الحديثة تقسم إلى ثلاثة أقسام:¹

- **التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity**: وهي التي ترشد المستخدم إلى الصفحة التالية، أو إلى الرجوع إلى الوراء، أو العودة إلى الأعلى.....
- **التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity**: وهي تلك التي تتم عبر مجموعات الحوار، والروابط
- **التفاعلية التكيفية Adaptec Interactivity**: وتم عبر غرف المحادثة، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين.

فالتفاعلية هي واحدة أهم الخصائص التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهي تعكس علاقة المتلقي مع المرسل أو القائم بالاتصال في وسائل الإعلام، والتي بدورها تقسم إلى شكلين اثنين هما:

أ. **التفاعلية المباشرة**: أو الاتصال التفاعلي المباشر، وهو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر وفوري، فالتفاعلية المباشرة هي تفاعلية تزامنية أي أنها توفر الاتصال المباشر الآني الذي يحدث في نفس الوقت بين المرسل (القائم بالاتصال) وبين المستقبل (المتلقي) بحيث توفر اتصالاً آنياً بين الطرفين في نفس وقت الاتصال مما يزيد من فرص التفاعل بين الوسيلة الإعلامية والجمهور بالشكل الذي يجعل من الاتصال الجماهيري وكأنه اتصال شخصي بكل ما يميز الاتصال الشخصي من مميزات التحاور والتفاعل وإمكانات التأثير بين المصدر والمتلقي في بعضهما الآخر ومن بين مظاهر الاتصال التفاعلي المباشر في وسائل الإعلام الجديدة:

- **غرف التحاور الإلكتروني**: أو منتديات الدردشة وهي عبارة عن فضاءات تواصلية لتبادل الأفكار والآراء مباشرة على الخط (بأنها تتم بصفة آنية) مفتوحة أمام الجميع للمشاركة شرط أن يتم التسجيل مجانياً في المنتدى.² وتم المحادثة الإلكترونية عبر عدة أساليب:

* **المحادثة عبر الإنترن트 باستخدام خدمة(IRC)**: فمن خلال استخدام

هذا البرنامج، يستطيع أكثر من شخص واحد وفي وقت واحد التحدث عن طريق الكتابة.

* **المحادثة (Talk)**: فباستخدام هذا النوع يستطيع أحد المستخدمين كتابة رسائل للمستخدم الآخر، واستقبال رسائل منه ويتم التحدث في الوقت نفسه دون تداخل بين الرسائل المرسلة من المستخدم الأول والرسائل المستقبلة من المستخدم الآخر.

- دراسة (Newhagen) "Audience Scope and the perception of interactivity in viewer Mail on the Internet" وآخرون بعنوان: سنة 1995

- دراسة الباحثين (SheizafRfaeliFaySudweek) بعنوان: "interactivityNetworked" ، سنة 1997

- دراسة "Ha and E.I. James" "interactivity reexamined: abaseline analysis of early business web sites. Journal of broadcasting and ele – tronic media" بعنوان "S.Iee" دراسة 1998 ، صدرت سنة 1998

interactivity : a new approach paper presented at the communication technology and policy division ، صدرت سنة 2000

¹ محمد لعواب، مرجع سبق نكره، ص: 11

² عائشة نواري، مرجع سبق نكره، ص: 140

* **الدردشة الجماعية (Realy Chat)**: تتيح هذه الخدمة التحدث بطريقة مباشرة (On line) مع مجموعة من الأشخاص في الوقت نفسه، أي أنه يستطيع من خلال هذه الخدمة المشاركة في محادثة عامة تتعلق بموضوع معين بين مجموعة كبيرة من الأشخاص.¹

ب. التفاعلية غير المباشرة: أو الاتصال التفاعلي غير مباشر والذي لا يتطلب التفاعل بشكل مباشر وفوري، وتنتمي عبر عدة أشكال من أهمها:

- **البريد الإلكتروني E-mail**: ويعتبر من بين أهم أشكال التفاعلية في وسائل الإعلام الجديدة، نظراً لما يتمتع به من مزايا كسهولة الاستخدام، توفير إمكانية تبادل المعلومات والآراء، سرعة تبادل الرسائل، انخفاض التكلفة، إمكانية إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأشخاص في آن واحد، إمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني، إضافة إلى تهيئة المترافق نفسه لقراءة الرسالة والرد عليها في الوقت الذي يناسبه.

- **مجموعات النقاش أو الحوار (Discussion Groups)**: تعرف مجموعات النقاش بأنها عبارة عن خدمة من خدمات الإنترنت التفاعلية التي استخدمت لأول مرة سنة 1996، وهي في الأصل عبارة عن فضاءات أو مساحات افتراضية يلتقي من خلالها مستخدمي الإنترنت ذوي الاهتمامات المشتركة للتحادث وتبادل البيانات، معلومات، وأفكار حول موضوع أو قضية معينة. كذلك لإبداء الآراء والاقتراحات حول مختلف المواضيع، مما يجعلها أيضاً إحدى مظاهر التخلي عن فكرة الإعلام الجماهيري وانتشار مفهوم الإعلام الجديد. وتعمل مجموعات النقاش وفق نظامين اثنين:²

* **مجموعات الأخبار News Groups**: وتمثل نوعاً من لوحات النشر الإلكترونية، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشتراك في مناقشات أكثر من مجموعة حسب اهتماماته، كما يستطيع مراجعة هذه المجموعات من حين لآخر مع منحه إمكانية إضافة خبر أو مذكرة مع حق الرد عليه.

* **القوائم البريدية (Mailing lists)**: تشمل القوائم البريدية على مجموعات كبيرة في مختلف التخصصات وال مجالات لعرض الأخبار وطرح الأسئلة أو نشر المذكرات المختلفة وتنتمي إدارة بعض هذه القوائم بصورة آلية، ويتم إدارة البعض الآخر من القوائم البريدية عن طريق شخص مسبق يتلقى الرسائل البريدية الإلكترونية للأشخاص الذين يرغبون في الاشتراك في المجموعات المختلفة، ويختلف العنوان الخاص بهذه المجموعات عن عنوان مجموعات الأخبار، وينطبق على عنوان القوائم البريدية نفس شروط البريد الإلكتروني.

- **المدونات Blogs**: تعرف المدونة (Blog) بأنها عبارة عن موقع على شبكة الانترنت، يتم تحديثه بصفة مستمرة، يشتمل على تدوينات مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً. ويشير مصطلح (Bloggers) أو المدونين إلى الأشخاص الذين يكتبون المدونات وبرامج التدوين، كما يشار إلى عالم المدونات

¹ ماجد سالم تربان، الانترنت والصحافة الالكترونية "رونية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2008، مصر، ص:65.

² محمد الهادي محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص: 208.

(Blogosphere) بالمجتمع الذي يربط كل المدونين والمدونات المتاحة على الإنترنت في كل أنحاء العالم والتي يمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث أو من خلال كشافات المدونات (Index)، وقد أضيف إلى مصطلحات التدوين مصطلح جديد كتعريب كلمة (Podcast)، اتفق على تسميتها مدونة صوتية.¹

وتعتبر المدونات أهم مظاهر التفاعلية المتوفرة في وسائل الإعلام الجديدة بحيث بإمكان القائم بالاتصال سواء كان صحفيًا، أو محررًا أو رئيس تحرير نشر أفكاره عبر مدونته الشخصية، وبإمكان المتلقى الرد والتعليق عليه، وحتى بالنسبة للفرد العادي بإمكانه إنشاء مدونات ونشر أفكاره وأراءه من خلالها ليتيح للقاريء إمكانية الرد والتعليق وقت ما شاء. فتح هذا النوع الجديد المجال لظهور نوع حديث من الصحفة ستنطرق له لاحقا.

- **موقع التواصل الاجتماعي:** وهي عبارة عن مجموعة من البرامج والأدوات على الإنترنت يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى والآراء والأفكار والخبرات عبر وسيلة إعلام تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعة من الناس عبر الانترنت.² ونظرًا للخصائص التي تتفرد بها موقع التواصل الاجتماعي، كتبادل المعلومات على نطاق واسع، انخفاض التكلفة، سرعة نقل الحدث أو المعلومة، توفرها على خدمات متعددة كلها عوامل ساعدتها على أن تكون من بين أهم مظاهر التفاعلية غير المباشرة من خلال مختلف الخدمات التي توفرها كإمكانية إنشاء حساب على أحد هذه المواقع، حيث يسمح لها هذا الحساب نشر صور، فيديوهات، الكتابة على حائطه، إضافة أصدقاء، الانضمام إلى مجموعات اهتمام مشتركة سواء من خلال التعليق على منشورات الآخرين، أو من خلال نشر صور، ونشرات مختلفة في المجموعة، والاطلاع على تعليقات الآخرين، وجدير بالذكر أنه وفي نفس الوقت تتيح موقع التواصل الاجتماعي أيضًا إمكانية التفاعلية المباشرة وذلك من خلال التحاور والدردشة عبر الرسائل فورية،...

- **صناديق الاقتراع أو الاستفتاء Poll Box:** وهي من أكثر الأدوات انتشاراً في وسائل الإعلام الجديدة حيث يطرح القائمون على وسائل الإعلام الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة. "وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض، أو التامين أو المعارضة أو الحياد في المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل، أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة.³

¹ أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال - ، مؤتمر نقاشات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-17 مارس 2009، ص: 1.

² عامر إبراهيم قنلاجي وإيمان السامرائي، شبكة المعلومات والاتصالات، دار المسيرة، ط2،الأردن، 2012، ص: 341.

³ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007، ص: 87.

إضافة إلى تلك المظاهر والأشكال المختلفة للتفاعلية نجد خدمات أخرى وفرتها شبكة الانترنت والتي زادت من فرص الجمهور للتفاعل والتجاوب مع وسائل الإعلام كالفيديو التشاركي، موقع الصور التشاركية...

5. انعكاسات التفاعلية على بنية العملية الاتصالية:

لقد أحدثت التطورات المتلاحقة والهائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغيرات كبيرة في هيكلية العملية الإعلامية ونقلتها إلى آفاق واسعة تضاف إلى السمات والمميزات التي كانت تميز بها تقليدياً، ومن أهم التطورات الجوهرية التي أحدثتها التقنيات الحديثة في عملية الاتصال بالجماهير إمكانية مشاركة الجمهور للقائم بالاتصال في صياغة الرسائل الاتصالية واختيار التوقيت المناسب له في استلامها وسرعة إيصال تعليقاته وآرائه وملحوظاته ورغباته إلى مرسل الرسالة الاتصالية (القائمون بالاتصال في الوسائل الإعلامية) بفعل التطور التقني الهائل في مجال تكنولوجيا وسائل الإعلام التي مكنت المتنقل ووفرت له كل أسباب المشاركة الفاعلة في استلام الرسائل الإعلامية ونقلته من حالة السلبية التي أضفتها عليه وسائل الإعلام التقليدية إلى حالة الإيجابية عن طريق المشاركة وإيجاد الدور الفاعل له في العملية الاتصالية والتي افتقدها سابقاً بسبب عدم توفر عوامل المشاركة له كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية (فالرسائل الاتصالية الموجهة في وسائل الإعلام التقليدية لا يعرف مدى تأثيرها على الجمهور أو مدى تقبله أو رفضه لها بسبب بطء معرفة آرائه وردود أفعاله ورغباته وتعليقاته (رجع الصدى لهذه الرسائل) وصعوبة إرجاعها إلى المرسل من أجل أن يعرف مدى نجاحه في إيصال المادة الإعلامية المراد إيصالها إليه وبالطريقة المخطط لها أم لا) فالتفاعلية إذن تؤدي دوراً مهماً يتمثل في أنها غيرت في العملية الإعلامية بحيث حولت المتنقل من عنصر سلبي إلى عنصر إيجابي فهي تعطي المتنقل دوراً مؤثراً ومشاركاً في العملية الاتصالية، وبعد أن كان يكتفي بتنقل الرسالة الاتصالية فقط، بات يتداول الرسالة الاتصالية بشكل إيجابي مع المرسل، وبالتالي تغيرت أدوارهما في العملية الاتصالية، وفي هذا السياق يرى الباحث التونسي الصادق الحمامي أن التفاعلية تعني الإمكانيات المتوفرة للجمهور للتواصل مع الصحفي ورد الفعل على ما يقرأه وما يشاهده ويسمعه، والتفاعلية ليست كما يعتقد البعض بأنها الإمكانيات المتوفرة لانتقاء البرامج بل تعني الفرص المتاحة للفرد للمشاركة في إنتاج المضمومين الإعلامية، حيث يستعمل الصحفيون موقع الويب ك مجال لتمديد وتعزيز العلاقة مع القارئ، المشاهد، المستمع خارج إطار المشاهدة، الاستماع، القراءة.¹

هذا الشكل من التفاعلية بين الجمهور والقائم بالاتصال بات في حد ذاته ظاهرة جديدة أطلقت عليها عدة تسميات "إعلام المواطن" Citizen media، أو "إعلام النحن" (We media) وإعلام الجماهير، الإعلام التشاركي، الإعلام التحاوري، الإعلام التعاوني، الإعلام البديل... وغيرها من التسميات، وأصبح إستراتيجية عديدة توظفها العديد من وسائل الإعلام في الدول الغربية.

جاء هذا النوع من الصحافة ليعمل على دمقرطة وسائل الإعلام La démocratisation des médias أي إتحادة الاستعمال الديمقراطي والتدابري لوسائل الإعلام دون رقابة وضغط الناشر والمديرين والمسيرين

¹ الصادق الحمامي، الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، سنة 2006، تونس، ص: 09

لوسائل الإعلام، وإتاحة الفرصة للمستعمل بإيصال صوته والتعبير عن آرائه والتغطية الإعلامية لقضاياه وشؤونه وفقاً لوجهة نظره الخاصة وبعيداً عن الخط السياسي والانتماءات التي يمكن أن تؤثر على وسائل الإعلام التقليدية.¹

فنهضة الجمهور **audience** بمفهومه التقليدي واستبداله بمفهوم المستخدم **Users** في الإعلام الجديد يمثل واحداً من بين انعكاسات التفاعلية على بنية العملية الاتصالية، والمستخدم في البيئة الاتصالية الجديدة يختلف في سماته وممارسته عن المتنقي في وسائل الإعلام التقليدية.

ذلك من بين التحولات البارزة في أدوار العملية الاتصالية والتي تعتبر من النقاط الهامة التي لا يجب إغفالها، هو دور الصحفي كقائم بالاتصال والذي كان يمارس مهمة حارس البوابة في وسائل الإعلام التقليدية بحيث يقوم بمراقبة سير أو تدفق المعلومات من نقطة إلى أخرى، بفعل ميزة التفاعلية لم يعد هذا الدور يمارس بشكله التقليدي الأحادي الاتجاه من أعلى إلى أسفل، بل أصبح عبارة عن عمليات تفاعلية مركبة تختفي فيه البوابات التي يتم خلالها حذف، تعديل، أو تغيير المعلومات، وأصبحت تتم من خلال عملية تفاعلية تختفي فيها وظيفة المرسل ووضعية المتنقي وإنما أصبحت تتم بصفة ديمقراطية، فهي عملية شاركية بين جميع المستخدمين.

خاتمة:

وفي الختام يمكن القول أن خاصية التفاعلية في وسائل الإعلام الجديدة قد قلبت الأدوار في العملية الإعلامية، وبعد أن ظل مفهوم الجمهور ولزمن طويل يشير إلى ذلك العنصر الذي يكتفي بتلقي المحتوى الإعلامي فحسب أصبح يمتلك السيادة في اختيار الوسيلة والمضمون الذي يرغب في التعرض له، هذا التغيير في الأدوار فسح المجال لظهور أشكال إعلامية جديدة مثل إعلام المواطن كأولى أشكالها، ولازال المجال مفتوح لظهور أشكال إعلامية جديدة طالما مازلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطور مستمر، لذا وعلى ضوء هذه النتيجة نورد مجموعة من الاقتراحات والتوصيات:

1. اهتمام الباحثين بمثل هذه المواضيع المتعلقة بإفرازات الثورة التكنولوجية الحديثة وآثارها على عناصر العملية الإعلامية والاتصالية بكل سواء على المرسل، الرسالة، المتنقي، الوسيلة، ورجع الصدى.
2. تسلط الضوء على التحولات الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية التي فرضتها البيئة الاتصالية الجديدة وما تتمتع به من خصائص ومميزات من خلال التظاهرات العلمية (الملتقيات العلمية، الأيام الدراسية، الندوات...)
3. الاعتماد على مقاربات نوعية (كيفية) في دراسة هذه الظواهر والتحولات بحيث تسمح للباحث بفهم وإدراك أكثر عمقاً لتلك الظواهر.

¹ابراهيم بعزيز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتنقي إلى مرسل وظهور صحفة المواطن، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 03، 2011 تونس، ص: 51

4. حرص الجامعات على تلقين الطلبة وتدريبهم على البحث في مثل هذه المواضيع (التفاعلية) وواقعها في وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون، الصحف) والحديثة (الإعلام الجديد) من خلال البحث في مدى حرص القائمين على العملية الاتصالية في وسائل الإعلام على توفيرها والتركيز أيضاً على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التفاعلية وفق مناهج تسمح بالوقوف على كيفية استخدامه – الجمهور – لوسائل الإعلام الجديدة وسياق استخدامه لها.

قائمة المراجع:

• الكتب:

1. بسيوني إبراهيم حمادة(2008)، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، مصر.
2. بلقاسم بن روان (2007)، الإعلام والمجتمع، ط1، دار الخلوانية، الجزائر.
3. حسنين شفيق (2008)، الإعلام التفاعلي – ثورة تكنولوجية في نظم الحاسوبات والاتصالات، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال،....
4. عامر قندلجي وإيمان السامرائي (2012)، شبكة المعلومات والاتصالات، ط2، دار المسيرة،الأردن.
5. عبد الحسن الحسيني (1996)، المعجم الكامل في المعلوماتية، دار العلم، لبنان .
6. عبد الأمير الفيصل (2006)، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، الأردن.
7. عزيز عبد الرحمن (1995)، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، ط1، دار الأمة، الجزائر.
8. سامي الشريف (2009)، الإذاعات والقنوات المتخصصة، ط1، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
9. شريف درويش اللبناني (2005)، الصحافة الالكترونية- دراسات في التفاعلية وتصميم الواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
10. طارق سيد أحمد (2004)، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر .
11. ماجد سالم تربان (2008)، الأنترنت والصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية"، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
12. محمد الهادي محمد (2001)، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر .
13. محمد صلاح سالم (2002)، العصر الرقمي وثورة المعلومات- دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع-، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية ،.....
14. محمد عبد الحميد (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترت، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر .
15. ميشال أنبيولا (2004)، الوسائل المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة وال التربية، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة.

• الرسائل والأطروحات:

1. علي قسايسية (2006)، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التأقي- دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995 -2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولية في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ،
2. فضيلة تومي (2008)، التفاعلية في التلفزيون الجزائري- البرامج الموضوعاتية نموذجا- رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر .

3. عائشة نواري (2011)، *الإذاعة المحلية وجمهور الشباب دراسة في الاستخدامات والاشباعات والتفاعلية على عينة من جمهور إذاعة المدينة المحلية*، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

• المقالات:

1. ابراهيم بعزيز (2011)، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقى إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 03، سنة 2011 ، تونس
2. الصادق الحمامي (2006)، *الإعلام الجديد: مقاربة تواصلية*، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 4، سنة 2006، تونس.
3. خالد زعموم، السعيد بومعيبة (2007) ، *التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها*، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (61)، تونس.
4. سعد سلمان عبد الله (2010)، *معوقات التفاعلية في الصحف الالكترونية العراقية على شبكة الانترنت*- دراسة تطبيقية على طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت لعام 2010، مجلة آداب الفراهيدى، العدد 3، جامعة تكريت، العراق.

المؤتمرات والملتقيات:

1. أحمد حسين، ظاهرة المدونات في الشبكة العنبوتية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-17 مارس 2009
2. عباس مصطفى الصادق، *التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الانترنت*، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22 - 24 نوفمبر 2005

إشكاليات الثقافة التكنولوجية وجاهزية التعليم الإلكتروني ومقرراته

The Problems of Technological Culture and The Readiness of E-Learning and its Decisions

حسين يوليد

دكتوراه اتصال تنظيمي - جامعة الجزائر

بوطهرة اسيا

دكتوراه اتصال تنظيمي - جامعة الجزائر

ملخص :

شكلت ثورة تكنولوجيات المعلومات والاتصالات واحدة من اكبر التغيرات المحددة لفضاء مجتمع المعلومات محققة تحول نوعي في مجال التقىب عن المعرفة والاستثمار فيها، فقد فرضت المعلومات وإعادة صناعتها وطابع إنتاج المحتوى المعرفي الذي تتسم به هذه الثقافة المعلوماتية وتلك الصناعة المعرفية إلى ظهور مفاهيم اقتصادية عديدة عولج فيها التعليم الإلكتروني وفق منظور معلوماتي الذي عكس بوادر توطين منظمات حدد معالمها الفضاء السiberiani، وفق ما دعت إليه الحاجة الإنسانية لتلبية متطلبات الأفراد دون قيود زمانية وحدود مكانية في إيصال المعرفة عن بعد بأقل وقت وتكلفة ممكنين، والجزائر من الدول التي راهنت في استراتيجياتها على تبيئ هذا النموذج الجديد وفق مخططات زمنية تستدعي تحول كيفي يضمن نقلة نوعية للجامعة الجزائرية على غرار البنية التحتية الالزمة بجميع أنواعها وغيرها من المتطلبات التي ترافق هذا التحول وتكييفه مع الخصوصية التي تفرضها البيئة الثقافية الجزائرية التي تستدعي نوع من اليقظة المعلوماتية والوعي المعلوماتي في إطار عام تكفله الثقافة التكنولوجية للتعامل بوعي ومهارة مع الأنظمة المعلوماتية خاصة في جانبها الأمني بشكل يحدد مسارات المعلومة المقدمة ناهيك عن العمل لنشر ثقافة التعليم الإلكتروني من خلال برمجة فضاءات تسمح بتوجيه الذهنيات نحو هذا المسعى التأقي.

الكلمات المفتاحية: التعليم الإلكتروني - الثقافة التكنولوجية - الأمان المعلوماتي - تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

Abstract

The ICT revolution has been one of the most significant changes in the information society space, with a qualitative transformation in the field of knowledge exploration and investment. Information and the remanufacturing of the knowledge content of this information culture and knowledge industry have led to the emergence of many economic concepts in which education Based on an information perspective that reflected the signs of the settlement of organizations defined by cyberspace, as called for by the humanitarian need to meet the requirements of individuals without temporal limitations and spatial limits in the delivery of distance knowledge in the least time and cost, Algeria is one of the countries that have bettered in its strategies to present this new model according to timetables that require qualitative transformation to ensure a qualitative leap for the Algerian University along the lines of the necessary infrastructure of all kinds and other requirements that accompany this transformation and its adaptation to the privacy imposed by the Algerian cultural environment, Informatics and information awareness within a general framework guaranteed by the technological culture to deal with the awareness and skill with the information systems, especially in its security aspect in a way that determines the courses of information provided, not to mention work to spread the culture of e-learning through programming This allows for directing the mindset towards this technical endeavor.

Keywords: e-learning - technological culture - information security - information and communication technology

مقدمة:

لأشك ان الثورة في تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال حولت العالم اليوم الى قرية الكترونية تتلاشى فيها الحاجز الزمنية والمكانية فقربت المسافات وأزالـت الحاجز السياسي والثقافي، وهذا التغيير يفرض على المؤسسات التعليمية أن تقدم حلولاً للاستفادة من تلك الثورة وتوظيفها في النسيج التعليمي بما يتماشى مع أهدافها وسلماتها، كما يفرض عليها أن تقدم المبادرة للاستفادة من التكنولوجيا في رفع مخرجات العملية التعليمية، إذ إن دمج التكنولوجيا في عملية التعليم و التعلم لم يعد ترفا بل أصبح مطلبا حيويا لتطوير البنى والهيكل التعليمية لما تقدمه التكنولوجيا من نقلة نوعية في إعادة صياغة المنهج بمفهومه الشامل والرفع من مستوى المخرجات التعليمية وذلك بجهد أقل و نوعية أفضل.

فقد أصبح الإنترنـت وما يقدمـه من خدمات جـزء من حـياة المجتمعـات وأخذـت تقـنياتها المـبنـية عـلـى الحـواسـيب والـشبـكات تـغـزو كلـ مـرافقـ الـحـيـاة فـاستـطـاعـت أـن تـغـيرـ وجـهـ الـحـيـاةـ الـمـخـتـلـفةـ بـتـقـيـفـهـاـ إـمـكـانـيـاتـ الـتـوـاـصـلـ الـمـسـتـمـرـ وـبـشـكـلـ تـقـاعـيـ بـيـنـ مـخـتـلـفـ شـرـائـحـ الـمـجـتمـعـاتـ الـمـخـتـلـفـةـ، فـكـانـ لـازـماـ عـلـىـ كـلـ مجـتمـعـ يـرـيدـ الـلـاحـقـ بـالـعـصـرـ الـمـعـلـومـاتـيـ أـنـ يـعـلمـ أـجيـالـهـ تقـنيـاتـ الـحـاسـوبـ وـيـؤـهـلـهـ لـمـواـجـهـةـ الـتـغـيـرـاتـ الـمـتـسـارـعـةـ لـمـواـكـبـةـ الـطـورـاتـ الـحـدـيثـةـ الـجـارـيةـ بـالـدـولـ الـمـقـدـمـةـ وـمـنـ ثـمـةـ الـاستـعـدـادـ لـمـواـجـهـةـ تـحـديـاتـ الـطـلـبـ الـمـتـرـاـيدـ فـيـ مـجاـلـاتـ الـتـكـوـينـ وـالـتـعـلـيمـ مـنـ خـلـالـ الـاسـتـفـادـةـ مـنـ هـذـهـ الـتـكـنـوـلـوـجـيـاتـ لـتـعـزيـزـ كـلـ مـنـ الـتـعـلـيمـ الـاقـتـراـضـيـ أـوـ لـأـنـ حـضـورـيـ مـنـ خـلـالـ استـغـالـ كـلـ إـمـكـانـيـاتـ الـتـيـ تـتـيـحـهـاـ الـتـقـنـيـاتـ الـحـدـيثـةـ وـالـمـتـطـورـةـ لـلـإـعـلـامـ وـالـاتـصـالـ فـيـ عـلـمـيـةـ الـتـعـلـيمـ لـذـاـ أـصـبـحـ الـتـعـلـيمـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـ ضـرـورـةـ مـلـحةـ فـرـضـتـهـ مـقـضـيـاتـ الـعـصـرـ الـراـهنـ، إـلـاـ أـنـ هـذـاـ التـطـوـرـ مـرـهـونـ هـوـ الـآـخـرـ بـتـقـافـةـ تـكـنـوـلـوـجـيـةـ تـحـكمـهـ عـلـىـ اـعـتـبـارـ أـنـهـ نـمـطـ تـعـلـيمـ مـتـطـورـ حـدـيثـ نـوـعـاـ مـاـ عـلـىـ الـمـجـتمـعـاتـ الـعـرـبـيـةـ عـامـةـ وـالـجـازـيـرـ خـاصـةـ لـذـاـ حـاـولـنـاـ فـيـ هـذـهـ الـمـاـخـلـةـ تـسـلـيـطـ الضـوءـ عـلـىـ الـعـلـاقـةـ بـيـنـ الـتـكـنـوـلـوـجـيـةـ وـالـتـعـلـيمـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـ بـالـجـازـيـرـ الـذـيـ بدـأـ يـخـطـوـ خـطـوـاتـهـ الـأـوـلـىـ فـيـ تـبـيـنـ هـذـاـ النـمـطـ الـتـعـلـيمـيـ وـالـتـركـيزـ عـلـيـهـ.

الإشكالية:

من أبرز الانتقادات الموجهة للتعليم الجامعي في الجزائر الميل إلى الجانب المعرفي الذي يركز على حفظ المعلومات وإغفال الجوانب العملية الأخرى، فالتعليم الجامعي كثيراً ما يعتمد العمليات المنطقية لحساب نمو مهارات وكفاءات الطالب، وتطوير اتجاهاته، وإكسابه المفاهيم والمعلومات التي تساعده على تطبيق المهارات في مختلف المواقف الحياتية، لذا كان التعليم الجامعي الذي يؤخذ مسعاً نحو توظيف التعليم الإلكتروني في الأنشطة التدريسية والتعلمية يخلق جواً والرغبة في المشاركة وإدارة عمليات التعلم مما يمنح الطالب مهارات وفنيات في الوصول إلى الجيوب المعرفية وبالتالي إدراك البعد المعرفي، لكن تزداد أهمية هذا النوع ويصبح نموذج فرضته المستجدات العالمية المعرفية لما تتحقق التوازن بين طرفي المعادلة التي تضمن شيوخ ثقافة تكنولوجيا تمكن من توطين التعليم الإلكتروني في الجزائر، خاصة وأن المستهدف من هذه التجربة العالمية الرائدة الطالب بإكسابه المفاهيم وإنقاذ المهارات الأساسية اللازمة في استخدام تقنية المعلومات من الضرورات الهامة في التعليم الجامعي، لما لها من دور هام في تسهيل التواصل العلمي

والحصول على المعلومات، وبالتالي عدم إلمامه بالمفاهيم التكنولوجية وإتقان مهارات التواصل الإلكتروني، تحد من تفاعل بين الطرفين يعني عدم الوصول إلى مصادر المعرفة الضرورية للتعلم، زيادة عن إشكالية جاهزية كواذر فنية وإدارية مؤهلة بشكل يتناسب مع متطلبات هذا النموذج خاصة وأن الفضاء الإلكتروني لهذا النوع تحده مخاطر أمنية من ضياع المعلومة وتلفها، لتبقى الإرادة في التخطيط والتدرج في التبني محكوم بمدى فاعلية كفاءة وخبرة القائمين على زمنية هذه التوجه التقني، في ظل تذبذب مستويات الدعم التي بقيت حبيسة ظروف اقتصادية بجميع أنواعها بما فيها واقع خدمات الإنترن特 والشبكات المحلية وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى. وهنا نطرح الإشكالية :

إلى أي حد يمكن أن تحكم أبعاد الثقافة التكنولوجية في جاهزية التعليم الإلكتروني في الجزائر؟

1. ما هو مفهوم الثقافة التكنولوجية؟ وما هي محدداتها؟
2. ما هي المحددات الضابطة لمفاهيم التعليم الإلكتروني؟ وما هي تحليات أهدافه في المؤسسات؟
3. ما مدى حاجة التعليم الإلكتروني في الجزائر إلى ثقافة تكنولوجية لضمان نجاح توطينه؟ وما هي مؤشرات ذلك؟

أهمية الدراسة:

تبثق أهمية الدراسة إلى تحديد طبيعة البيئة التعليمية الحالية ومدى الحاجة إلى إيجاد بيئه تعليمية جديدة مبنية، مع تقنيات البيئة الإلكترونية التي توأم روح العصر وتتضخح أهمية الدراسة فيما يلي:

1- التركيز على مدى وضوح الرؤية الاستراتيجية كدافع محفز يساعد القائمين على وضع خطط وإستراتيجية وفق كل مرحلة.

2- ضمان الموازنة بين طرفي المعادلة كالإداريين وأساتذة من جهة والمستفيد النهائي من جهة أخرى.

3- التوسيع إلى الأمان المعلوماتي كضرورة لحماية المعلومات من القرصنة وتلفها وضياعها.

من أهمية الموضوع والمتمثل في الثقافة التكنولوجية ودورها في تحسين الخدمة الإلكترونية وبالتالي فإن الدراسة تستمد أهميتها من الاعتبارات التالية:

4- التأكيد على أهمية الثقافة التكنولوجية ونشرها بين العاملين في المؤسسات والتي تسهم في تحقيق أهداف المؤسسة ومنها تحسين جودة الخدمات الإلكترونية التعليمية المقدمة.

أولاً- الثقافة التكنولوجية

1- الثقافة التكنولوجية والمفاهيم المشابهة:

1-1: الثقافة التكنولوجية :

انتشر مصطلح الثقافة التكنولوجية بشكل كبير في الآونة الأخيرة حتى حظي بعناية كبيرة من الباحثين، نظراً للأهمية التي تحملها الثقافة التكنولوجية في حياة الفرد والمجتمع، ويدل هذا المفهوم كغيره من المفاهيم على المجال المرتبط فيه وهي التكنولوجيا، الرقمنة، المعرفة، الثقافة الحاسوبية، أو الثقافة المعلوماتية وغيرها من

المفاهيم، ويرى عدد من الباحثين أن مصطلح الثقافة التكنولوجية له العديد من المصطلحات المرادفة مثل الثقافة التقنية، الثقافة الرقمية ، الثقافة الحاسوبية وغيرها وبالتالي فهي تعبر عن نفس المفهوم.

ويعتبر مفهوم الثقافة التكنولوجية من المفاهيم الحديثة في ساحة العلوم الاجتماعية، فهو يشير إلى المجال الذي يرتبط به المجال الرقمي مثل الثقافة الصحية، الثقافة البيئية، وتعني هذه المصطلحات التمكن من مجال معين أو امتلاك الفرد للسلوكيات المعرفية التي يستطيع من خلالها التفاعل مع هذه المجالات¹.

تعرف الثقافة التكنولوجية على أنها "ال المعارف والمهارات والقيم الأخلاقية التي يجب أن يتمتع بها الفرد بصرف النظر عن تخصصه الأكاديمي، حتى يستطيع التعامل مع الكمبيوتر بسهولة ويسر دون رهبة أو قلق"

وتعرف أيضا على أنها "ذلك القدر المناسب من المعارف والمهارات والاتجاهات المرتبطة بالحاسوب، والتي ينبغي إكسابها للفرد حتى يتمكن من حل المشكلات وتساهم في تشكيل سلوك ايجابي نحو التقنية"².

1-2: اليقظة التكنولوجية :

إن الحراك الذي تعرفه كل المؤسسات في ظل البيئة الجديدة يستدعي جاهزية وفطنة كبيرة على مختلف الاتجاهات لتامين سيرورة نشاط هذا الأخيرة والتصدي لكل المحاولات التي تعيق وفاعلية العمل الإلكتروني ولعل من المفاهيم الجديدة التي تومن نشاط كل الأعمال في هذا الفضاء الإلكتروني نجد:

اليقظة التكنولوجية التي تعبر عن مجموع المجهودات التي تقوم بها المؤسسة والترتيبات التي تتتخذها من أجل البقاء في مأمن، وكذلك من أجل الكشف عن جميع التطورات والمستجدات الطارئة في مختلف الميادين خاصة التكنولوجية³

كما تعرف بأنها: مراقبة وتحليل المحيط العلمي، التقني والتكنولوجي والتأثيرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية من أجل توقع المخاطر والتهديدات وفرص التطوير التي يمكن أن تحد من ذا النشاط. أي ملاحظة وتحليل المحيط العلمي والتكنولوجي والانعكاسات الاقتصادية والمستقبلية لطرح واستنتاج أخطار وفرص التطوير وبشكل دقيق. فالمعنى اليقظة التكنولوجية في مراقبة المنظمة للحصول على أكبر كمية ممكنة من المعلومات والمعرف في مختلف المصادر بهدف إيجاد الحلول الأنفع للمشاكل التي تواجهها المؤسسة، وبذلك فهي تتم بالبحث وانتقاء المعطيات العلمية والمعطيات المتخصصة زيادة عن المعطيات النمو الاقتصادية وهذا عن طريق:

- المراقبة المستمرة للمحيط التكنولوجي من خلال رصد المعلومات والتقييم عليها مع تحديد مصادرها.
- استغلال هذه المعلومات في صياغة استراتيجية المؤسسة بشكل يومي من خلال تعزيز المعلومات المؤكدة.⁴

¹ - حسيبة لولي، الثقافة الرقمية في وسط الشباب، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 29، جوان 2017، ص 67.

² - سنا مرزوق محمد شحير، دور الثقافة التكنولوجية في تحسين الخدمات الإلكترونية من وجهة نظر مقدم الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال ، الجامعة الإسلامية ، غزة، 2017، ص 16.

³ - رزاق الياس، أهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها في تفعيل اليقظة الاستراتيجية، رسالة ماجister علوم اقتصادية ،جامعة الجزائر 2013،03،ص48.

⁴ - بوizard مروان ،دور اليقظة التكنولوجية في ترقية القدرة التنافسية للمؤسسات، رسالة دكتوراه علوم اقتصادية ،جامعة الجزائر 2015،03،ص175-182.

1-3: الوعي المعلوماتي

عرفت منظمة اليونيسكو الوعي المعلوماتي: تحديد الحاجات والاهتمامات المعلوماتية والقدرة على تحديد مكانها وتقديرها وإعدادها بكفاءة واستخدامها والاتصال بالمعلومات لمعالجة القضايا والمشاكل، فهو شرط المشاركة في مجتمع المعلومات وجزء أساسي من حقوق الإنسان للتعلم مدى الحياة.

كما عرفه المنتدى القومي للوعي المعلوماتي: بأنه القدرة على معرفة متى تكون هناك حاجة للمعلومات التي في متناوله ليكون قادراً على تحديد وتميز مكان المعلومات وتقديرها واستخدامها.¹

فالوعي المعلوماتي تكوين ثقافة تقنية للفرد تمكّنه من التعامل مع الأجهزة التكنولوجية دون مشاكل تعيق عملية الحصول على المعلومات والاستفادة منها في أغراض متعددة، وللإشارة فإن الوعي المعلوماتي يعمل على تمكين الأفراد من حل المشكلات التي تواجههم والإلمام بالتغييرات الأساسية التي تيسّر وصولهم إلى ما يحتاجونه من معلومات حياتهم وأعمالهم، ويمكن تحديد أهمية الوعي المعلوماتي في :

***التعامل مع المتغيرات السريعة للمعلومات:** لأن هناك زيادة مستمرة في المعلومات التي أصبحت متوفّرة بشكل مكثّف على شبكة الانترنت، إلا أن صلاحية هذه المعلومات تكون خدمة متفاوتة بناء على وعي الأفراد ومهاراتهم

***الاستخدام الأخلاقي للمعلومات:** فالوعي المعلوماتي يضمن من المهارات والمعايير التي تمكّن من الاستخدام الأخلاقي للمعلومات ، حتى تلقى الخدمة قبول لمستحقيها وطالبيها .

***التعلم مدى الحياة:** يسهم الوعي المعلوماتي في تسليح الفرد بمهارات فنية تمكّنه من تربية قدراته التفاعلية مع المحيط التكنولوجي².

من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن الثقافة التكنولوجية تتضمن الجوانب التالية:

- توفر للقائمين على المؤسسة الوعي والرغبة في القيام بالاستثمار في عملية ومسيرة التوجهات العلمية والเทคโนโลยية.

- متابعة عملية الرصد والتربّب الانفعالي المنظم والجدية والاستمرارية في عملية الرصد والمراقبة خاصة في الميادين التي تمكّن من تحسين القدرات التكنولوجية .

- التنقيب المستمر عن المعرفة والمعارف والمعلومات التي تغذّي الاستراتيجية الداخلية للمؤسسة.

- إلمام الفرد بالقدر المناسب من المعرفات والمهارات والقيم الأخلاقية والاجتماعية المتعلقة بالتكنولوجيا والتقنيات الحديثة ، مع القدرة الفعلية على التعامل مع الحاسوب بمهارة وحرفية عالية .

- الاستخدام الايجابي والفعال للمعارف والمهارات .

¹- عزت فاروق جوهري، الوعي المعلوماتي بجامعة الملك عبد العزيز، ص14.

²- حمد بطيوي، الحكومة الالكترونية كأداة لتبسيط الإجراءات الإدارية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر 03، 2013 ، ص60.

2- ملامح الثقافة التكنولوجية :

الثقافة هي كم المعرف والمهارات والخبرات التي تعكس الفكر السائد والقيم الأصلية سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع، حيث تعبّر أشكال الثقافة المعاصرة عن تطور تكنولوجي مؤثر وعلاقته بالتحولات الاجتماعية والمعرفية والتكنولوجية في ميادين العلوم والفنون المختلفة ومن أهم ملامح الثقافة الرقمية سيادة الفكر المعلوماتي والتكنولوجي والعلمي والذي يتمثل في المظاهر التالية:

* **ثقافة المعلومات:** ليس من المبالغة القول بأن تكنولوجيا المعلومات قد جعلت من الثقافة صناعة قائمة بذاتها لها أبجديتها وسلعها وخدماتها، حيث تمثل المعلومات أهم مقومات صناعة الثقافة في مختلف أشكالها، وتحتاج ثقافة المعلومات المستخدم آفاقاً واسعة وممتدة لإثراء خبراته الإبداعية، وتنمية مداركه المعرفية، وقدراً أعلى من التفاعل مع المستجدات، ومواكبة التطور العالمي في مجالات تخصصه وتفتح آفاقاً جديدة للتعبير عن نفسه والترويج لأعماله وتقديم خدماته.

* **العلوم التقنية:** حيث تعتبر العولمة التقنية ظاهرة إيجابية تهدف إلى التقارب بين الشعوب والثقافات المختلفة والتبادل المعرفي، من أجل العمل على التغيير الإيجابي والارتقاء الفعال، من خلال الدعوة إلى تحديث فنون الإنتاج والاستخدام الأوسع للآلية والتقييمات الحديثة، بالإضافة إلى إنتاجية فائقة في الجودة والتحول في مقاييس التقييم وأساليب المنافسة، فالعلوم تفتح آفاقاً جديدة وتحتاج فرصة هائلة لمن لديهم المهارة والقدرات الذاتية التي تمكّنهم من الحركة والازدهار في الأسواق العالمية¹.

3- أبعاد الثقافة التكنولوجية :

-**البعد المعرفي:** حيث يركز على إمام الفرد بالمعرف والمعلومات الأساسية التي تتعلق بمجال الحاسوب، بحيث يصبح قادراً على توظيفها في الأغراض المهنية وهي تشمل الأمور التالية:

* مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبرامجها وتطبيقاتها وكيفية استخدامها.

* الاطلاع الدائم والمستمر على الآراء والأبحاث المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

* كيفية حل المشكلات التكنولوجية باستخدام برامج الحاسوب² .

-**البعد المهاري:** ويشتمل هذا بعد على كافة أنواع المهارات التي ينبغي تزويد الأفراد بها حول مجالات تكنولوجيا المعلومات، حيث يضم هذا بعد : المهارات العقلية كمهارات التفكير العلمي، ومهارات التفكير الناقد، ومهارات التفكير الإبداعي ومهارات العملية كمهارات استخدام الحاسوب وكيفية التعامل مع ملحقاته وصيانته.

¹ -samirajamaljameel ,technological culture repercussions and its effect on the future of architecture, journal of engineering sciences, assiut university, vol 36, n01, 2008, p p 226-227

² - محمد صلاح خليل شرف، تقويم مساق تكنولوجيا المعلومات وشبكات الحاسوب الآلي بجامعة الأقصى في ضوء معايير الثقافة الحاسوبية ومدى اكتساب الطلبة لها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص 45.

-**البعد الوج다**ني: ويتضمن هذا البعد جوانب الشعور والرغبة والميول العاطفي والرد الانفعالي تجاه التكنولوجيا واستخداماتها كالوعي التكنولوجي والحس التكنولوجي وغيرها¹

4- أهداف الثقافة التكنولوجية :

إن الهدف من الثقافة هو إعداد جيل قادرًا على تحقيق التنمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعلمية، وقد تضافت عديد المنظمات لوضع معايير ومقاييس تضبط الوعي المعلوماتي ومحو الأمية المعلوماتية، وكان من أبرز المعايير التي وضعتها المعايير البريطانية الصادرة، والمعهد الاسترالي لمحو الأمية المعلوماتية وقد تضمنت:

- * الفرد المثقف معلوماتيًّا يحدد مدى وطبيعة حاجاته للمعلومات .
- * الفرد المثقف معلوماتيًّا يمكنه من الوصول للمعلومات بكفاءة وفعالية .
- * الفرد المثقف معلوماتيًّا يستخدم المعلومات بكفاءة لإنجاز هدف معين .
- * الفرد المثقف معلوماتيًّا يقيم المعلومات ومصادرها تقريباً نقدياً، مع دمج المعلومات الجديدة مع ما لديه معرفياً².

إن الهدف الرئيسي للثقافة التكنولوجية هو إعداد الفرد المثقف تكنولوجيا بمستوى يتواكب مع التطورات التقنية الحديثة نتيجة الثورة التكنولوجية ولتحقيق هذا الهدف الرئيسي ينبغي العمل على تحقيق عدد من الأهداف الفرعية أهمها:

- تعريف الأفراد بمبادئ وأسس التكنولوجيا الحديثة وربط ذلك بالتطبيقات المتطرفة.
- زيادة الوعي لدى الأفراد بتأثيرات التكنولوجيا على كل من الفرد والمجتمع.
- تنمية مهارات الأفراد التكنولوجية استخدامها في حل ما يواجههم من قضايا ومشكلات في حياتهم اليومية وتدريبهم على ممارسة التفكير العلمي الناقد.
- زيادة الحس الأمني لدى الأفراد تجاه التكنولوجيا وتطبيقاتها، وإكسابهم القدرة على التمييز أيها أكثر جودة وأقلها خطراً.
- تنمية وعي الأفراد بمواطن الخطر في بعض المنتجات التكنولوجية وقواعد التعامل معها.
- تنمية مهارات الأفراد وقدراتهم التي تؤهلهم للعمل في مجال التكنولوجيا، وتدريبهم عملياً على ممارسة هذه المهارات.
- زيادة اهتمام الأفراد بمتابعة كلما هو جديد في مجال التكنولوجيا .
- تعريف الأفراد بمتطلبات ومواصفات العمل في مجالات التكنولوجيا، وطبيعة الأدوار والمهام التي يجب القيام بها.

¹ فؤاد عياد، مدى توافر معايير الاستنارة التكنولوجية في كتابي التكنولوجيا للصفين (الخامس والسادس) الأساسيين بفلسطين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، ع16، 2007، ص148.

² عزت فاروق جوهري ، عزت فاروق جوهري، الوعي المعلوماتي بجامعة المك عبد العزيز، ص15.

- إنها تسهم في إكساب الأفراد العديد من المفاهيم والمهارات التكنولوجية التي تسمح لهم بالتفاعل الإيجابي مع المستجدات التكنولوجية¹.

خصائص الثقافة التكنولوجية:

تنسم الثقافة التكنولوجية بعدة خصائص أهمها:

- باتت الثقافة التكنولوجية ضرورة حتمية للمورد البشري في المؤسسة حتى يمكنه من مسيرة التطورات التكنولوجية.

- يصعب تحديدها بشكل مطلق، كما يصعب تحديد مستوياتها ذلك ان مواصفات وخصائص الفرد المثقف تقنياً تختلف من مؤسسة لأخرى.

- الثقافة التقنية متغيرة بتغير الزمن، فما كان يمثل قمة التقنية منذ عدة سنوات أصبح اليوم من مخلفاتها، ويرجع ذلك الى تراكمية التطورات التقنية.

- تتأثر الثقافة التكنولوجية بالمتغيرات العالمية والمحلية ، فالثقافة التكنولوجية في أي مؤسسة تتأثر بمدى توفر الوسائل والتقييات التكنولوجية الحديثة².

الخبرات التي ينبغي إكسابها للفرد لكي يكون مثقفاً تكنولوجياً :

هناك مجموعة من الخبرات التي ينبغي إكسابها للفرد لكي يكون مثقفاً تكنولوجياً وهي:

- فهم طبيعة التقنية وطبيعة علاقتها بالعمل من ناحية وبالمجتمع من ناحية أخرى.

- متابعة التطورات المتلاحقة والمستمرة في شتى مجالات وميادين التقنية .

- معرفة المبادئ والمفاهيم والنظريات العلمية التي قامت عليها التطبيقات التقنية ومعرفة المعلومات الخاصة بتركيب هذه التطبيقات وقواعد التعامل معها واستخدامها.

- استخدام التطبيقات التقنية الموجودة المتوفرة على مستوى المؤسسة وذلك بأسلوب صحيح يحقق الفائدة له ولمجتمعه ويحافظ على تلك التطبيقات .

- إتقان المهارات العملية والعقلية الازمة للمورد البشري للتعامل مع الأجهزة والمواد التقنية.

- تحديد الحدود الأخلاقية لاستخدام التقنية، وفهم الآثار الاجتماعية والقانونية المترتبة على تخطي تلك الحدود.³

وأما التحديات التي تفرضها البيئة الالكترونية يقتضي على الفرد التحلي بمجموعة من المهارات :

1- مهارات أساسية:

-استخدام الحاسوب (تشغيل، استخدام الفارة، التعرف على الواجهة الرسومية الأساسية لنظام التشغيل).

-نظام الملفات والمجلدات (وصفها-بنية الملفات -كيفية مشاهدتها)

¹ - سنا مرزوق محمد شحير، مرجع سبق ذكره ، ص 27-28.

² - ماهر صبرى، صلاح توفيق، التطور التكنولوجي وتحديث التعليم، المكتب الجامعى الحديث، الاسكندرية، 2004، ص 76.

³ - عبير عباس يوسف الحداد، مدى توافق ابعاد التطور التقنى لدى معلمات اللغة العربية بالمرحلة المتوسطة بدولة الكويت، مجلة الارشاد النفسي، ع 49، جانفي 2017، ص ص 128-129.

-استخدام التطبيقات والبرمجيات (تشغيل -إنشاء الملفات-فتح ملفات موجودة-حفظ الملفات -استخدام أدوات تحرير النصوص)

-استخدام مستعرض الانترنت (الاتصال بالانترنت-الروابط في الصفحات)

2-استخدام البريد الإلكتروني :

مفاهيم البريد الإلكتروني-إنشاء رسالة الكترونية -الملفات المرفقة-إيجاد عنوان بريد -حجز عنوان البريد الشخصي (من موقع البريد المجاني ما لم يكن متوفراً في البوابة).

3-الوصول إلى محتوى الشبكة:

فهم المحتوى المتوفر على الشبكة -البحث على الشبكة -فهم شرعية المحتوى والمصادر الموثوقة للمعلومات والبيانات -التعامل مع العناصر التفاعلية على الشبكة .

4-الحصول على خدمة عن طريق الانترنت:

تقديم الخدمات المتاحة عن طريق الانترنت -عرض قضية البيانات الشخصية (أمن المعلومات الشخصية والخصوصية-أمن البيانات-أرقام البطاقات ...الخ)

5-إنتاج المحتوى :

التعرف على أنواع محتوى في موقع الانترنت- أمن المعلومات -استخدام لوحة النقاش والتعليقات -إنشاء موقع بسيط باستخدام أدوات الويب الأساسية¹.

ثانيا - التعليم الإلكتروني

2-1: مفاهيم التعليم الإلكتروني المفهوم .النشأة . و التطور

اختلاف الباحثون في وضع مفهوم محدد وموحد لمصطلح التعليم الإلكتروني E-Learning حاله كحال غيره من المصطلحات خاصة في ظل وجود مصطلحات أخرى بينها وبينه تداخل مثل: التعليم عن بعد- التعليم المرن والتعليم الافتراضي وجاء الاختلاف على النحو التالي :

* التعليم الإلكتروني كطريقة في تقديم المحتوى التعليمي مع ما يتضمنه من شروح و تمارين و متابعة عبر شبكة الانترنت.

* التعليم الإلكتروني نظام في تقديم المناهج (المقررات الدراسية) عبر شبكات.

* وكمفهوم عام للتعليم الإلكتروني هو طريقة للتعليم باستخدام آليات الاتصال الحديثة من حاسب وشبكته ووسائله المتعددة من صوت و صورة ورسومات وآليات بحث ومكتبات الكترونية و كذلك بوابات انترنت سواء كان عن بعد أو في الفصل الدراسي المهم المقصود هو استخدام التقنية بجميع أنواعها في إيصال المعلومة للمتعلم بأقصر وقت و أقل جهد و أكبر فائدة. وقد مر بمراحل تطور وهي:

¹ منال قدواح، مشروع بوابة المواطن الإلكتروني في إطار استراتيجية الحكومة الإلكترونية الجزائرية 2013، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، 2017، ص8

1- التعليم عن بعد : يعرفه David James Clarke بأنه يعني استخدام الوسائل التكنولوجية لتوسيع المحتوى التعليمي وتنظيم وإدارة المتعلمين أثناء عملية تعلمهم واختبار الطلاب في مجلهم ويتم توصيل المحتوى والاتصال بالطالب في أي وقت وفي أي مكان من خلال شبكة الاتصالات الدولية الإنترنت .¹

2- التعليم المعتمد على الحاسب : ويشمل :

1- التعليم المعزز بالحاسب: COMPUTER-ASSISTED LEARNING: وهو تفاعل بين المتعلم ونظام الحاسب يرسم لتعليم الطالب وقد كان مقتصرًا على برمجيات التدريب الممارسة drillantpractice وأن أصبح يضم نمط المعلم الخصوصي والمحاكاة وبيئة الواقع الافتراضي والتي يمكن أن تقدم العديد من وضعيات التعلم المركبة.²

ب- التعلم المدار بالحاسب COMPUTER MANAGED INSTRUCTION

ج- التعليم والتعلم لتنمية الفكر الابتكاري COMPUTER BASED CREATIVE THINKING

د- استخدام الحاسب كمادة تعليمية يتم فيه تدريس الحاسب كمادة تعليمية وهو مجال يخص في الغالب فئة مهتمة بعلوم الحاسب والمعلوماتية كالمختصين في كليات علوم وهندسة الحاسب الآلي .

3- التعليم المعتمد على تقنية الانترنت: تعرف الانترنت بأنها مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بمليين الأجهزة حول العالم والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة

4- التعليم الافتراضي: هو تعليم قريب من مفهوم التعليم المعتمد على الانترنت ولكنه يختلف عنه في أنه يستخدم تقنية الانترنت ويضيف إلى ذلك أدوات يتم فيها التحكم في تصميم وتنفيذ عملية التعليم والتعلم فيكون هناك برنامج مثل BLACK BOARD -WEBCT .

2-2- أهداف التعليم الإلكتروني:

يقوم التعليم الإلكتروني على اعتماد المتعلم أساساً على نفسه أي تحول عملية التعليم إلى تعلم وفيها يعتمد المتعلم بنسبة كبيرة جداً على ذاته وعلى هذا الأساس تأتي أهدافه على النحو التالي³:

- ❖ دمج التكنولوجيا في الوسط التعليمي
- ❖ تأكيد الجودة والنوعية في التعليم
- ❖ تحقيق ديمقراطية التعليم.
- ❖ حقيق التعليم الذاتي.
- ❖ يساهم في ترسیخ الثقافة المعلوماتية.

2-3- بيئة التعليم الإلكتروني:

¹ احمد محمد سالم ، تكنولوجيا التعليم و التعليم الإلكتروني ، مكتبة الرشد، الرياض، 2004،ص59

² سالم احمد ،تكنولوجيا التعليم و التعليم الإلكتروني ، ط1، مكتبة الرشد، الرياض، 2004،ص55

³ سالم احمد ،مرجع سبق ذكره ،ص36

يعتمد التعليم التقليدي على عنصر المواجهة بين المعلم والمتعلم في الموقف التعليمي وهذا اللقاء المباشر هو أقوى عنصر لتوفير التفاعل الإيجابي لحدث التعلم واكتساب المعرفة. أما في التعليم غير التقليدي أو الإلكتروني فيستند إلى أحدث التقنيات لتوفير بيئة التعلم¹. هناك عدد من البرمجيات التي تم تطويرها لنقوم بإدارة العمليات المختلفة للتعليم الإلكتروني اصطلاح على تسميتها ببيئات التعلم الإلكترونية كما أن هناك بعض أدوات إدارة التعلم عن طريق الشبكة وأدوات تصميم المقرر المعتمد على الويب أو على الشبكة. فمفهوم بيئة التعلم الإلكتروني يعني البرنامج المصمم لتنظيم وإدارة عمليات التعلم والتعليم فالبيئة التعليمية الإلكترونية التي تساعده على دمج التقنيات في التعليم بمميزات خاصة بها حدتها الباحثة إيمان محمد العزو في ما يلي²:

* أن تكون بيئة نشطة بمعنى أن يشارك الطلبة في عمليات عقلية مختلفة وأن يكونوا مسؤولين عن النتائج التي يحصلون عليها كما يمكنهم من استخدام الحاسوب الآلي لإجراء العمليات الحسابية والمنطقية.

* أن تكون بيئة تعاونية وفي هذه البيئة يعمل الطالب على شكل مجموعات صغيرة حيث يساعد كل منهما الآخر لتحقيق التعلم الأفضل وفي هذه الحالة يمكنهم استخدام البرمجيات المختلفة لتعزيز التعليم التعاوني باستخدام الحاسوب كأداة اتصال فيما بينهم لتبادل المعرفة .

* أن تكون بيئة تأمل يمكن للمتعلمين التأمل في العمليات المعرفية التي حصلت في بيئة التعلم وكذلك في القرارات التي تم اتخاذها للوصول للحل المطلوب ويمكن استخدام الحاسوب كأداة إنتاج لعرض ذلك أو كأداة ل القيام بالعمليات المعرفية المختلفة

2-4-عيوب و معوقات التعليم و التعلم الإلكتروني:

رغم ما يتميز به التعليم الإلكتروني من إيجابيات ساهمت في تطوير قطاع التعليم إلا أن لا يكاد يخل من العيوب والنقائص تحد من فعاليته و تعيق استخدامه³

المعوقات: يمكن النظر إلى معوقات التعليم الإلكتروني كما يلي:

- صعوبة التحول من طريقة التعلم تقليدية إلى طريقة تعلم حديثة.
- قد يؤدي توجيه بعض المعلمين أحياناً إلى عدم الفهم الجيد واللبس
- التركيز على التعلم من خلال التعليم الإلكتروني يضعف مهارات الكتابة والإملاء لدى الطالب.
- إن التعامل مع الأجهزة وطول الجلوس أمام الحاسوب الآلي قد يكون له تأثيرات سلبية على صحة الطلاب.

¹ سلام محمد توفيق ، التعليم الإلكتروني كمدخل لتطوير التعليم تجارب عربية و عالمية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع المنصورة، 2008، ص34

²Roy .s -distance learning around the world .UNESCO confon educational development through utilization of technology .UAE,2001,p66

³ الهادي محمد، التعليم الإلكتروني عبر شبكة الانترنت ،ط1.دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص58

- صعوبة التعامل مع متعلمين غير متعددين أو مدربين على التعلم الذاتي.
- صعوبة التأكيد من تمكن الطالب من مهارة استخدام الكمبيوتر.
- الجهد والتكلفة المادية في حال عدم توفر خبرة كافية لدى المعلم في التطبيق والتصميم التعليمي.
- أكثر القائمين على التعليم الإلكتروني هم من المتخصصين في مجال التقنية ولا يؤخذ برأي المتخصصين في المناهج وال التربية والتعليم.

عيوب تقنية:

- يحتاج التعليم الإلكتروني إلى إنشاء بنية تحتية من أجهزة ومعامل وخطوط اتصال بالإنترنت
- يتطلب تدريب مكثف لأعضاء هيئة التدريس والطلاب على استخدام التقنيات الحديثة قبل بداية تفزيذ التعليم الإلكتروني
- يحتاج إلى أعضاء هيئة التدريس ذوي تأهيل عالي للتعامل مع المستحدثات التكنولوجية المستخدمة في هذا النوع من التعليم.
- كما يحتاج أيضاً إلى هيئة إدارية مؤهلة للقيام بالعملية وإلى متخصصين في إعداد وتصميم البرمجيات التعليمية

ثالثاً- الثقافة التكنولوجية والتعليم الإلكتروني :

تمثل الثقافة في عمومها تحديات كبيرة للتعليم الإلكتروني في عصر العولمة ومع ذلك يمكن تحسين التحديات مع الانتباه إلى الاحتياجات الثقافية للمستخدمين أي هناك حاجة إلى تكيف استخدام التكنولوجيا، ويستتتج Mac Vicar و Vaughan أن التعلم الإلكتروني محكم عليه بالفشل عندما لا يتم النظر بعناية في الاحتياجات التعليمية. لذلك فإن الحاجة إلىأخذ في الاعتبار الوصول إلى البنية التحتية وترامك التكاليف. يشير إلى أن رسوم الوصول إلى الإنترت غالباً ما تعرقل طرفي المعادلة من الوصول إلى التعلم الإلكتروني مناهج. يجب توفير مخصص للمتعلمين للوصول إلى أنظمة التعليم الإلكتروني.

3-1- الفهم الوظيفي لاستراتيجية التغيير الإلكتروني في مؤسسات التعليم

إن استعداد الجامعة لتبني استراتيجية دمج تطبيقات الوعي المعلوماتي في التعليم، لأن مجرد قبول فكرة التغيير لا يعني ضمان نجاحه واستمراريته ما لم يصل إلى مرحلة الدمج الكامل في السلوك اليومي، فالوجه الشائع لتبني تطبيقات الوعي المعلوماتي يقوم على استراتيجية إضافة إلى التقنية على أنها الإجابة والحل للمشكلات التعليمية؛ وذلك قبل أن تحدد طبيعة تلك المشكلات، فخصائص الإمكانيات التقنية ليست وحدتها التي تحدث التأثير على بيئة الإنسان وتشكلها، وإنما الأساليب التي تستخدم بها هذه الخصائص والإمكانات المتوفرة هي التي تحدث وتفعل هذا التأثير، فالدمج الفعال لتطبيقات الوعي المعلوماتي يتطلب تخطيط استراتيجي مدروساً بعناية ومرتكزاً على أسس منبقة من النظريات التربوية، وترى الباحثة أن تبني نظرية

توزع الإبداع لروجر قد تشكل مرتكزاً علمياً تتطرق منه دورات تدريبية لتوظيف كفايات تطبيقات الوعي¹.
ذلك يمكن أن نشير إلى:
أ)- غموض المفهوم :

لا تزال الكثير من الكوادر البشرية تجهل حتمية هذا النموذج الجديد واستيعاب ثقافته الضمنية والبعض لا يعرف حتى المصطلح لذلك فإن الأمر يحتاج إلى توضيح المفهوم و توفير الأرضية الفكرية له في المنظمات.

ومن خلال نشر المفهوم ستكون لكل مؤسسة وجهة نظرها الخاصة مما ينتج عنه وجود رؤية خاصة بها، ونظرًا لتنوع الرؤى المختلفة للمؤسسات واختلاف وجهان نظرها تأتي مرحلة توحيد الرؤى المختلفة للمؤسسات، وهذا يعتمد على بلورة استراتيجيات وسياسات ثم أهداف وغايات².

ب)- مقاومة التغيير :

إن إقامة مثل هذا المشروع يحمل الكثير من التغيرات على صعيد المنظمات والأقسام والشعب وإعادة توزيع المهام والصلاحيات مما يستلزم تغييرًا في القيادات الإدارية والمراكز الوظيفية والبحث عن تخصصات جديدة يحتاجها هذا النموذج الإلكتروني وهو الأمر الذي يؤدي إلى نوع من التغيير³. وبالتالي هذا النموذج يحتاج :

* توفر الموارد البشرية التي تمتلك الخبرة والمهارة في مجال المعرفة والمعلومات، والقادرة على التعامل مع هذه الاستراتيجية.

* الارقاء بالكوادر البشرية الحالية وإعادة تأهيلها لحفظ على مستويات عالية من المهارات والقدرات في عملية القيادة الإلكترونية، وذلك من خلال إقامة الدورات، وعقد البرامج التدريبية المختلفة في مجال التطورات الجديدة .

* الحاجة إلى تكوين قيادات إدارية قادرة على التغيير وخلق أنماط العمل الجماعي كقاعدة تنظيمية للاتصالات الإلكترونية .

* إيجاد الثقافة الملائمة لخلق القناعة لدى الأفراد بقانونية المخرجات التنظيمية وصحتها ودقتها⁴.

3-2- غياب الأرضية التكنولوجية :

لا تكتسب المنظومة التعليمية الطلبة إلا الحد الأدنى من مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالغالبية من المؤسسات لا تتوفر على الإمكانيات المادية والبشرية لتقديم الحصص النظرية والتطبيقية الازمة في هذا المجال، ونضيف إلى عدم مجاراة المناهج والمقررات للتطورات المتتسعة التي يشهدها القطاع، وهو ما

¹- خديجة بنت محمد عمر حاجي ، تطبيقات الوعي المعلوماتي في التعليم الجامعي بين استراتيجية الإضافة والدمج، ص11

²- محمود القدوة ،الحكومة الإلكترونية والإدارة المعاصرة ،ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان ،2010،ص61.

³- مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق، ص100.

⁴- عادل حرحوش المفرجي وأخرون ،الإدارة الإلكترونية (مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيسية عملية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،القاهرة 2016،ص155.

لا يسمح بإعداد أفراد متمكنين من التكنولوجيات ومكتسبين لثقافتها التي تتجاوز حدود العلم بالشيء إلى تعاطي معه بما يلزم منوعي¹. فتوفير بنية تحتية جيدة من الشبكات والمعدات والبرمجيات ونظم تشغيل قوية لكن ذلك يتوقف على توفير اعتمادات مالية معتبرة لإنجازها، وبدونها لن تتمكن الدولة من تعميم استعمال الإدارة الإلكترونية بالصورة المثلثى في كافة المرافق العمومية وفي أوسع نطاق جغرافي.

وبناءً لنقص الاعتمادات وعدم تصبيب شبكات رقمية نوعية، لذلك سينعكس بشكل مباشر على نوعية الخدمات من خلال محدودية انتشار الإنترنت وضعف تدفقها، فولوج عالم التحديث والعصرية، يتطلب توظيف الإمكانيات التكنولوجية الحديثة، وهو ما يجب أن تدركه الجهات المسؤولة بغرض تحسين نوعية الخدمة المقدمة للجمهور².

3-3- التدفق الحر للمعلومات واشكالية الانتقاء

توفر الكثير من المعلومات على شبكة الانترنت والتي من شأنها إلحاق الضرر بالأمانة الأكademie والتأثير على نوعية المعرفة التي يحصل عليها الطالب. ولأن الضرر بالأمانة الأكademie والتأثير سلباً شبكة الانترنت تكتظ بالبحوث والأوراق الجاهزة "للنسخ واللصق" وهي بأعداد لا حدود لها عبر الشبكة، وعلى هذا الأساس يستطيع الطالب الغش كأي بحث يتم إعداده وانتقال بحوثهم من الانترنت بحيث تبدو سليمة من الناحية الأكademie تماماً وهذا هي المعلومات والبحوث واسعة الانتشار على الانترنت والتي يمكن أن بكل أمانة. إذا توفر طريق سهلاً بدلاً من بذل الجهد واكتساب المعرفة وهذا التوجه كمفهوم يمكن أن يدمر الأكademie في أي مؤسسة تعليمية. يتم تذليل هذه العقبة بوضع سياسة صارمة غير متسامحة إزاء الأمانة الأكademie. يتبعن على جميع المدارس الراغبة في البقاء والمحافظة على جودة مخرجاتها التعليمية في عصر الانترنت أن تضع نصب عينها قضايا الأمانة الأكademie؛ وذلك بوضع سياسة شديدة الصرامة ضد كل من يقوم بمخالفة القواعد عند استخدام الانترنت³.

إن الافتقار إلى الأمان وتدخلات الهواة بشبكة الانترنت ولذلك فإن الأمان في الانترنت يعتبر قضية شائكة لدى الكثير من المؤسسات وتقنيات وخبرات لا حدود لها لا تسلم من مثل هذه الهجمات أيضاً المقصود بسياسة الأمان الصارمة هو القدرة على تحديد من يسمح له ومن لا يسمح له بالوصول إلى معلومات المدرسة أو الجامعة مع ضرورة الالتزام بهذه السياسة ووضعها موضع التنفيذ العلمي باستخدام الوسائل التقنية مثل جدار النار Firewall وهو عبارة عن برنامج حاسوبي يعمل لحماية الشبكة ضد التهديدات الخارجية، وهناك العديد من التقنيات الحاسوبية وخدع الاتصال التي يمكن أن تخدم هذا الغرض ولكن الأهم هو ضرورة الوضوح في قضية من يسمح له بالدخول إلى الشبكة. طالما أن النظم التعليمية تتميز

¹- منير الحمزة ،اشكالية الثقافة المعلوماتية وتحديات البيئة الرقمية في المكتبات الجامعية ، المجلة العربية للمعلومات ،المجلد 25 ،العدد الثاني 2015، ص.41.

²- بوحنيه قوي ،عبد المجيد رمضان،الإدارة الإلكترونية كآلية لتطوير أداء الجماعات المحلية بالجزائر، المجلد الخامس، العدد الأول، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ،الجزائر ،2016.

³- خياض عبد الله علي، التعليم الإلكتروني والتقييدي ، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ،العدد 2009:19، ص.9.

بخاصية الرقابة والكفاءة التقنية فإنه يمكن السيطرة على كل شيء يتعلق بالتعليم الإلكتروني بما في ذلك موارد ونوعية¹.

3-4- محددات جودة الثقافة التكنولوجية للطالب

1- منفتح على العالم الخارجي بحيث يستفيد من خبراته السابقة والعالمية من حوله في مجال المادة التعليمية المقدمة له عن طريق التعلم الإلكتروني.

2- لديه دافعية مستمرة من خلال التغلب على الصعوبات التي تواجهه، كعدم وجود المهارات الكافية للتعامل مع التكنولوجيات، أو ضعف خدمات الإنترنت المقدمة له كالبطء في الاتصال وخلافه.

3- لديه قوة المشاركة بفاعلية بحيث إن التعليم الإلكتروني يهدف إلى تعزيز العمل الجماعي بين المتعاملين مع بعضهم البعض.

4- أن يكون على وعي بأهمية التعليم الإلكتروني وتقديره، فإن كان غير واعٍ بأهمية هذه التقنية أو غير مقدر للمجهودات التي يؤطرها الآخرون فهذا يؤثر سلبياً.

- تحديات الأمن المعلوماتي والمؤسسات الإلكترونية:

يعتبر الأمن المعلوماتي من أهم الصعوبات التي تجاهله العمل الإلكتروني في كل الأنشطة التي تمارسها المؤسسات على اختلافها باعتبار هناك العديد من الأساليب لاختراق المنظومة المعلوماتية وما يتربّ عليه من فقدان خصوصية المستفيدين وسرريتهم، حيث من مظاهر الأمن المعلوماتي سرية المعلومات وسلامتها وضمان بقائها وعدم حذفها أو تدميرها. ومن جوانب الأمن المعلوماتي :

- الجانب الأمني التقني: ويتصل بالأنظمة التقنية والشبكة، والأجهزة والبرامج المستفاد منها .

- الجانب الإنساني: والمتعلق بالإنسان المستفيد والمستخدم .

- الجانب البيئي: ويقصد بها البيئة المحيطة بالتقنيات المستخدمة².

كما يعرف أمن المعلومات كذلك: "هو الوقاية وسلامة وسرية المعلومات قانونياً".³ من خلال إيجاد إطار قانونية حامية تتصل على ضرورة حماية المعلومات وترتيب جزاءات عقابية رادعة، فهو يركز على حماية الخصوصية والسرية أمن المعلومات وتتوفر وسلامة المعلومات كأصل في مراحل المعالجة والحفظ والنقل، ويتحقق ذلك عبر التطبيق الفعلي لسياسات الأمانة ومن خلال تعزيز الوعي والتعليم والتدريب⁴.

ومصطلح أمن المعلومات وجد في نطاق شيوخ أنشطة معالجة ونقل البيانات بواسطة الوسائل التكنولوجية لمعالجة وتخزين البيانات وتبادلها والتفاعل معها عبر شبكات المعلومات وتحديداً الإنترن特، فأغراض أبحاث واستراتيجيات أمن المعلومات سواء من الناحية التكنولوجية أو الادارية قصد:

¹ فياض عبدالله علي، التعليم الإلكتروني والتقليدي، ص.9. مرجع سابق

² محمود صبحي، مرجع سابق، ص.62.

³-Micki Krause ،Harold F ،TPTON ،Information Security Management Hand Book ،Sixth edition ،Auerbach Publication New York ،2008 ،p 16.

⁴- Whitman Michael ،MattodHerbet ،Principles of Information Security ،4th edition ،Baston Cengage Learning/ course Technology ،2011 ،p 36.

- **السرية والموثوقية (خصوصية المعلومات)**: وتعني أن المعلومات لا يطلع ولا يكتشفها أشخاص غير مخولين بذلك، وبالتالي هي قواعد تحكم وإدارة جميع البيانات الخاصة مثلًا معلومات بطاقات الهوية، معلومات سجلات معلومات معرفية... الخ وهي المعبر عنها عادة باصطلاح حماية البيانات.¹
- **التكاملية وسلامة المحتوى**: التأكيد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به، وبشكل خاص لن يتم تغيير المحتوى والتصرف في بيانته في أي مرحلة من مراحل المعالجة والتبادل.
- **استمرارية توافر المعلومات أو الخدمة**: التأكيد من استمرار عمل النظام المعلوماتي واستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات وتقديم الخدمة لموقع معلوماتية، وأن مستخدم المعلومات لن يتعرض إلى منع استخدامه أو دخوله إليها.²

لقد أشارت دراسة إحصاءات الإنترنت إلى أن أكثر من 85% من مستخدمي الشبكة لا يزالون قلقين حيال استخدامهم معلومات حساسة عند إجراء الخدمات الإلكترونية، وقد أدت بعض حوادث اختراق أنظمة وشبكات المعلومات التي حصلت في العالم إلى اهتزاز ثقة المواطن بالشبكة وأمنها وهو ما يؤدي إلى العزف عن الاستفادة من الخدمات التي تتيحها الشبكات الإلكترونية، فالخطأ المتولد عن عدم القدرة عن إنشاء جهاز مناعة معلوماتي قد يؤدي إلى تعطيل وتخريب مشروع التحولات الإلكترونية من أساسه.³

فمع التطورات السريعة في جمع وحفظ المعلومات واستخدام التكنولوجيا الحديثة في التعامل بالمعلومات، ومع دخول الحواسيب الإلكترونية في مختلف مراحل بناء الثورة المعلوماتية، بالإضافة إلى التطورات المتسارعة من حيث الإمكانيات والتقنيات المتقدمة فقد بات من الضروري الحفاظ على المعلومات ووضع الأسس والثوابت الكفيلة بالحفاظ عليها وتحديد الإجراءات الوقائية لمنع تسربها أو السطو عليها .

في الأساس لابد من وضع سياسة عامة لأمن المعلومات لدى المؤسسات الساعية نحو هذا النموذج التي تشمل ما يلي :

- 1- تشكيل وإنابة مسؤولية أمن المعلومات والممتلكات الخاصة بها بتتنظيم امني على مختلف مستويات الإدارة .
- 2- تصنيف المعلومات حسب أهميتها وتحديد الوصول إليها من قبل الأشخاص المسموح لهم الاطلاع عليها وحسب متطلبات عملهم .
- 3- المحافظة على المعلومات المصنفة حسب إجراءات وقاية خاصة تدرج ضمن تعليمات المؤسسة.⁴

خاتمة

¹ مروءة زين العابدين صالح، الحماية القانونية الدولية للبيانات الشخصية عبر الانترنيت ،ط1،مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر،2016، ص59.

² محمود صبحي ،مراجع سابق، ص243.

³ سميرة بومروان ، الحكومة الإلكترونية ودورها في تحسين اداء الادارات الحكومية ،ط1،مكتبة القانون والاقتصاد ،الرياض،2014،ص79.

⁴ زياد محمد الشرمان ،مقدمة في نظم المعلومات الادارية ،ط1،دار صفاء للنشر والتوزيع ،عمان ،2004،ص23.

في ختام هذا المقال يمكننا القول أن الجزائر سعت مثلاً باقي الدول العربية من خلال محاولات فردية ومشتركة لتقليل الفجوة في مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال التعليم العالي فسيطرت بذلك استراتيجيات وبرامج لتحقيق هذا الهدف ولتجسيده ما يسمى بالتعليم الإلكتروني على نطاق واسع إلا أن هذا الأخير مرتبط بصفة كبيرة بثقافة التعامل مع المستحدثات التكنولوجية فمن خلال ما سبق التطرق إليه يمكننا الجزم أن تبني نمط التعليم الإلكتروني في الجزائر كنظام تعليمي حديث يساير التطورات المتسرعة التي يشهدها العصر الحالي تسبقها خطوة هامة وضرورية وهي السعي لتجسيده ما يسمى بثقافة التعامل مع المستحدثات التكنولوجية التي تعد الأساس الأول لبني أي ابتكار أو مستحدث فالخطوة الأولى للحكم على مدى جاهزية الدولة الجزائرية لتبني نمط التعليم الإلكتروني هي تأسيس قاعدة صلبة حول ثقافة التعامل مع هذا النوع الحديث من التعليم:

- اعداد رؤية لتكامل المكونات الرقمية للمنظومة التعليمية .
- قياس آراء الطلاب والأساتذة حول سهولة التعلم في المعلومات.
- العمل على توفير بيئة تشجع الطالب على الاستعداد لقبول التعليم الإلكتروني
- توفير ضمانات للوصول إلى المعلومات في التعليم الإلكتروني.
- تطوير التعليم وتحقيق استدامة برامج التطوير من خلال جودة الخدمة التعليمية المقدمة وسهولة الوصول إلى الخدمة التعليمية، وتطوير البيئة التعليمية الداعمة لاكتساب العلاقات الإنسانية الإيجابية وجودة عناصر التوظيف المستجيبة للمساءلة.
- التركيز على تحسين المستمر للنوعية التعليمية ومواكبة التوسع الكمي والنوعي لسوق العمل واحتياجاته من خلال التعليم والتعلم وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بفاعلية كوسيلة لتمكين في عصر العولمة وثورة المعرفة
- إعداد رأس المال البشري الأكثر كفاءة من خلال تطوير وتوجيه البرامج التربوية نحو الاقتصاد المعرفي وإحداث التغيير والتحول في النظام التربوي والتعليمي بصورة شاملة تكاملية لتهيئة خريجين مؤهلين بالمعرفة والمهارات والكفايات المطلوبة من أجل الاقتصاد المعرفي.

قائمة المصادر و المراجع :

-المراجع باللغة العربية

- بوحية قوي، عبد المجيد رمضان، الإدارة الإلكترونية كآلية لتطوير أداء الجماعات المحلية بالجزائر، المجلد الخامس ،العدد الاول، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2016.
- حسيبة لولي، الثقافة الرقمية في وسط الشباب، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 29، جوان 2017.
- محمد، يحياوي، الحكومة الإلكترونية كأداة لتيسير الإجراءات الإدارية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر 03، 2013.
- زياد محمد الشرمان، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

- سمية بومروان، الحكومة الالكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات الحكومية، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2014.
- سناه مرزوق محمد شحير، دور الثقافة التكنولوجية في تحسين الخدمات الالكترونية من وجهة نظر مقدم الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.
- عادل حروش المفرجي وأخرون، الإدارة الالكترونية (مرتكزات فكرية ومتطلبات تأسيسية عملية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، 2016.
- عبير عباس يوسف الحداد، مدى توافر أبعاد التور التقني لدى معلمات اللغة العربية بالمرحلة المتوسطة بدولة الكويت، مجلة الارشاد النفسي ، ع 49، جانفي 2017
- عزت فاروق جوهرى، عزت فاروق جوهرى، الوعي المعلوماتى بجامعة الملك عبد العزيز .
- فؤاد عياد، مدى توافر معايير الاستنارة التكنولوجية في كتابي التكنولوجيا للصفين (الخامس والسادس) الاساسيين بفلسطين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية ،ع16، 2007
- محمد صلاح خليل شرف، تقييم مساق تكنولوجيا المعلومات وشبكات الحاسوب الآلي بجامعة الأقصى في ضوء معايير الثقافة الحاسوبية ومدى اكتساب الطلبة لها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009
- محمود القدوة، الحكومة الالكترونية والإدارة المعاصرة، ط1، دار اسمامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010
- مروة زين العابدين صالح، الحماية القانونية الدولية للبيانات الشخصية عبر الانترنت، ط1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2016
- منال قدواح، مشروع بوابة المواطن الالكتروني في اطار استراتيجية الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ، 2017
- سلام محمد توفيق، التعليم الالكتروني كمدخل لتطوير التعليم تجارب عربية وعالمية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع المنصورة،2008.
- فياض عبدالله علي، التعليم الالكتروني والتقليدي ، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ،العدد ،2009
- ماهر صبري، صلاح توفيق، التور التكنولوجي وتحديث التعليم، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004
- منير الحمزة ،اشكالية الثقافة المعلوماتية وتحديات البيئة الرقمية في المكتبات الجامعية ، المجلة العربية للمعلومات ،المجلد 25 ،العدد الثاني ، 2015
- المراجع باللغة الفرنسية ::**

Roy .s –distance learning around the world .UNESCO confon educational development through utilization of technology .UAE.2001‘

-SamiraJamal ,technological culture répercussions and its affect on the future of architecture, journalof engineering sciences, assaut university, vol 36, n01, 2008

-Mick Kraus ‘Harold F ’PTTON ‘Information Security Management ‘Hand Book ‘Six th Edition ‘Auer Bach Publication New York ,2008

- Whitman Michael ‘Principales of Information Security ‘,4th Edition ‘Baston Cengage Learning/ course Technology ,2011.

التربية الإعلامية كآلية لتحقيق الأمن الفكري والاستقرار الاجتماعي

Media education as a mechanism to achieve intellectual security and social stability

ط/د مدفوني جمال الدين

جامعة الجزائر 3، ماجستير في الإعلام الإسلامي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملخص:

يتناول المقال موضوع التربية الإعلامية باعتبارها آلية تساهم في تحقيق الأمن الفكري، الذي يمثل أحد الركائز الأساسية لضمان استقرار المجتمع واستمراره، في ظل تصادم المصالح وصراع الأيديولوجيات التي تغذيها وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال المتغلغلة عميقاً في النسيج الاجتماعي والعلائقي، وتوظيفها من قبل أصحاب المصالح والقوى المهيمنة كأدوات ناعمة للتأثير في وعي الأفراد وتوجيه طرق تفكيرهم، بما يهدد الأمن الفكري واستقرار المجتمع.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الأمن الفكري، الاستقرار الاجتماعي، صراع الأيديولوجيات.

Abstract

The article deals the subject of media education as a basis a mechanism to contribute to the reinforcement of Intellectual Security, Whichrepresents one of the main pillars for ensuring the stability and continuity of society in light of the discrepancy of interests and the conflict of ideologiesfeded by the media and communication technologies Whichdeeplypenetration in the social and relationalfabric and theirUsed by stakeholders And the dominant forces as soft tools to influence the consciousness of individuals and guide theirways of thinking, whichthreatensintellectualsecurity and stability of society .

Keywords: Media education, Intellectual Security, Social stability, Ideologiesconflict.

مقدمة:

يقال أن كلمة الإعلامي وقلم الصحفي، لا يقلان أهمية عن السلاح في يد العسكري؛ وفي حالي الدفاع والهجوم، وأننا نعيش زمن الانفتاح الإعلامي والانفجار المعلوماتي والانتشار المتتسارع لتقنيات الإعلام والاتصال؛ التي فرضتها العولمة وما تقتضيه ظروف العصر ورهاناته، لا بد على المسؤولين والمهتمين إعداد مشروع يمكن للأفراد وبؤهلهم لفهم طبيعة الوسائل الإعلامية وأدوات عملها وتوظيفها، بغية تحصين الأبناء ثقافياً وأمنياً، لضمان تماستك المجتمع واستقراره، إذ تحتل معركة الأفكار موقعاً متقدماً في الاستراتيجية الداعية والهجومية على حد سواء، والإعلام اليوم لم يعد ينقل الواقع؛ بل يعيد انتاجه، وفي كثير من الأحيان صناعته وفق مصالح وأهداف من يقف وراءه، فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها أفرز صناعة إعلامية مرتكزة على المنطقات الفكرية والأيديولوجية، وأضحت وسائل الإعلام المختلفة أجهزة توظف بشكل فعال وحاصل ضمن الاستراتيجيات الوطنية، خاصة ما تعلق بموضوع الأمن الفكري المفضي إلى تهديدي الاستقرار الاجتماعي.

وفي ظل هذا الواقع، ونظرًا لاستحالة مواجهة المد الإعلامي؛ الحامل لأفكار وقيم؛ قد تغرس أنماط سلوكية مهددة لاستقرار المجتمع وتماسكه، لابد من تعليم الصغار والكبار كيفية فهم وتحليل الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام وتروج له، من خلال التربية على استخدام هذه الوسائل، لضبط سلوك الأفراد وتعزيز اتجاهاتهم وتحصينهم فكريًا وثقافياً، لأن تحقيق أمن العقل أو الفكر يلزمه تحقيق الأمن في جميع المجالات الأخرى، والعكس بالعكس صحيح.

و سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة على السؤال التالي هل يمكن اعتبار التربية الإعلامية آلية ناجعة لتحقيق الأمن الفكري والاجتماعي.

وللإجابة على هذا التساؤل تم تفكيك موضوع البحث إلى ثلاثة نقاط محورية:

- الأمن الفكري وعلاقته بالاستقرار الاجتماعي.
- الأمن الفكري في ظل المد الإعلامي.
- التربية الإعلامية ودورها في الحفاظ على الأمن الفكري وتعزيز الاستقرار الاجتماعي.

ونرموا من خلال موضوع هذا البحث؛ تسلیط الضوء على أهمية التربية الإعلامية، باعتبارها آلية فعالة قابلة لتجسيّد، يمكن لمختلف مؤسسات المجتمع الانخراط ضمن ورشات، ندوات ومخابر بحثية تتلاقي فيها الأفكار والرؤى والتوجهات، لوضع تصورات قابلة للتحقق بالموارد المتاحة، لصيانة الوعي وتحقيق الأمن الفكري، من خلال تنمية الحس النقدي لدى الأفراد بما يضمن استقرار المجتمع؛ على اعتبار أنّ الأمن الفكري شرط من شروط النماء والبقاء، وصمام الأمان والحسن المنبع أمام ما يُبذر من قبل أصحاب المصالح داخل المجتمع وخارجـه؛ لزرع أسباب الخلاف والصراع وتهديد كيان المجتمعات من خلال زعزعة الاستقرار الاجتماعي.

وتتجلى أهمية هذا البحث في أهمية موضوعه؛ في ظل واقعنا المعايش وما يميزه من صراع يطغى على محيطنا الجيوسياسي، والذي يمثل الوعي / الأمن الفكري ساحة لإدارة معاركها، بالموازاة مع الانتشار الواسع لتقنيات الإعلام والاتصال؛ واستخدامها من طرف الأفراد بمختلف فئاتهم الاجتماعية ومستوياتهم الثقافية، وغزاره رسائلها المشبعة ايديولوجياً ومضمونها المسيطر عليها بالقوة الحدبية؛ ونقصد هنا المنظومة القانونية والتشريعية، أو بالقوة المرنة؛ ونقصد بها اللobbies الاقتصادية والثقافية وجماعات الضغط والمصالح المحتركة للسوق الإعلامية، بالإضافة إلى تعاظم دور وسائل الإعلام عموماً والحديثة منها خصوصاً، وسيادتها على مجال عرض الحقائق ونشرها، جعلت الفرد في المجتمع (الجماهيري ثم الرقمي / الإلكتروني) يعتمد عليها في البناء الاجتماعي للحقائق وتشكيل الصور الذهنية عن العالم المحيطة، والواقع الحقيقي؛ أو المحرف والمنحر، للتأثير أو التلاعب بوعي للأفراد.¹

1. الأمن الفكري وعلاقته بالاستقرار الاجتماعي:

1.1. نشأة مفهوم الأمن الفكري وأبعاده

يعتبر الأمن الفكري مفهوم حديث ومعقد؛ نتيجة ارتباطه ب مجالات شتى، استرعت انتباه المسؤولين واهتمام الباحثين، منذ أواخر القرن العشرين، إذا نجد من يربط هذا المفهوم بالسياسة والعلاقات الدولية، التي ميزت العالم بعد نهاية الحرب الباردة، ومنهم من يرى بأن الأمن الفكري مرتبط أساساً بالجانب النفسي للفرد؛ فالأمن حسب هذا التيار هو مسألة إحساس وشعور وإدراك، و موقف غير موضوعي، وأن الفكر / التفكير الإنساني مرتبط بسياقاته التاريخية، وانطلاقاً مما يشهده العالم من تنامي لظاهرة الإرهاب، صدام الحضارات وصراعات مردها التطرف الإيديولوجي؛ دون تخصيص أو استثناء، رأى البعض بأن الأمن الفكري اليوم لابد من معالجته من منظور ديني؛ على اعتباره من أبرز مكونات الفلسفة الفكرية أو الإيديولوجية، وإذا كان الفكر البشري يولي مسألة الأمن أولوية كبرى، فإن الشرائع الدينية كانت الأسبق في طرح قضية الأمن وأبعادها.

وللإشارة؛ فإن تحقيق الأمن بمفهومه المعاصر قديم قدم الإنسان، لكنه كمصطلح ظهر بعد نهاية الحرب العالمية الثانية؛ وبالضبط سنة 1947 تزامناً مع إنشاء المركز القومي الأمريكي، وظهور تيار يبحث في كيفية تحقيق الأمن وتلافي الحرب، على اعتباره مفهوماً مركزياً في حياة المجتمعات، ويثير في الأذهان معاني البقاء، التكامل الإقليمي، التماسك الاجتماعي، حماية المصالح والقيم الجماعية ضد التهديدات الخارجية.²

ولا يزال الأمن كمفهوم يعتريه الغموض والتشابك بين أبعاده السياسية، الثقافية، الدينية والاقتصادية، ويعكسه وجود تداخلات بين متغيرات المفهوم تحول دون الاتفاق حول تعريف جامع مانع للأمن، تبعاً لاختلاف ثقافة المجتمعات وموقعها، ونتيجة لهذا الغموض والتشابك تمدد حقل الدراسات الأمنية، وأضحت نقاشاته

¹. بقاسم بن روان: *وسائل الإعلام والمجتمع*، دط، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص.41.

². علي الدين هلال: *تحديات الأمن القومي في العقد القائم*، دط، منتدى الفكر العربي، عمان، 1991، ص.21.

ميزة الانتاج النظري في مختلف فروع العلم والمعرفة، ما أدى إلى بروز مقاربة جديدة تهدف إلى توسيع مفهوم الأمن ليشمل المسائل المتعلقة بالجانب الاقتصادي، البيئي والاجتماعي، وذلك بالاعتماد على الفرد كموضوع مرجعي أو وحدة تحليل أساسية، فيحيل إلى فكرة/ مفهوم الأمن الإنساني؛ الذي ظهر كمصطلح لأول مرة في ثانيا تقرير التنمية البشرية الصادر عن الأمم سنة 1994، أو المجتمع ككل فيحيل إلى فكرة/ مفهوم الأمن المجتمعي؛ الذي يشير إلى قدرة المجتمع على الاستقرار والاستمرار بالمحافظة على مقوماته في ظروف مقبولة للتطور أو التغيير، والقدرة على الحفاظ على معالم هويته الوطنية، لأن المجتمعات التي تفقد قدرتها على التغير الكافي والملائم للظروف التي تواجهها وتعايشها، لا تستطيع الاستمرار باقتدار وتكافؤ مع نظيراتها.¹

ويرى حيدر عبد الرحمن أن الأمن الفكري عملية تهدف إلى تحصين للفرد ضد ما يمكن أن يهدد شخصيته ويضمن تكاملها مع بيئتها ومحيطها الاجتماعي الذي تعيش فيه، ومن ثم فهو يعمل على درء الأخطار عن ذاته ومن حوله، بل يعمل على تحصين نفسه بتشرب المبادئ الأخلاقية والسلوكية التي تعمل على حفظ هذه الشخصية، في حين نجد من يشير إلى أن الأمن الفكري ينعكس في وقاية الأفراد والمجتمع من أي خلل عقلي وغلو ديني أو انحلال خلقي أو انحراف سلوكى، كما نجد أيضاً من قدم له تعريفاً على أنه جملة النشاطات والتداريب المشتركة بين الدولة والمجتمع لتجنيب الأفراد والجماعات شوائب، اجتماعية، فكرية أو نفسية تكون سبباً في انحراف السلوك، الأفكار والأخلاق عن جادة الصواب أو سبباً للإيقاع في الهالك.² ويمكن أن نستشف من خلال هذان الطرحين أن الأمن الفكري شكل أو مظهر من مظاهر الأمن القومي، الذي يعني قدرة الدولة على حماية قيمها الداخلية و מורثها الثقافي والحضاري من التهديدات الخارجية.³

والأمن في الفكر الغربي يعني في جوهره و سياساته حماية الأمة والمحافظة عليها من عدو خارجي؛ دون تحديد لماهية أو طبيعة هذا التهديد، الذي يختلف باختلاف ظروف الزمان والمكان.⁴ ومن خلال هذا الطرح؛ يمكن القول أن الأمن الفكري هو عملية تهدف إلى حماية القيم الأساسية التي تكونت داخل نسق المجتمع، من التدخل/تأثير الذي عادة ما يكون غير مباشر وتحت غطاء، و تعمل المؤسسات الرسمية والأهلية على تحقيقه من خلال توفير مسبباته؛ حتى تضمن استقرار واستقرار أفرادها ومجتمعها.

2.1. الأمن الفكري والمد الإعلامي

إن الاهتمام بالأمن الفكري، ناتج عن فناعة علمية مفادها أن السلوك الإنساني، هو ترجمة أو تطبيق لأفكار تبلورت مسبقاً في ذهن الفرد، لذا تسعى مختلف دول العالم على اختلاف توجهاتها ومكانتها، وموقعها

¹. سفيان بو عطيط: القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بتوافق المهنـي، رسالة دكتوراه، قسم علم النفس وعلوم التربية والأطهوفونيا، جامعة متنوري، الجزائر، 2012، ص115.

². رمضانى مريم: الأسرة ودورها في تحقيق الأمن الفكري داخل المجتمع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 01، العدد 05، الجزائر، 2017، ص328.

³. ميشى لمان: موسوعة العلوم الاجتماعية، تر: عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مكتبة الفلاح، القاهرة، 1994 ،ص127.

⁴. محمد الحبيب حريري: واقع الأمن الفكري، ضمن كتاب الأمن الفكري، ط1، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2005، ص81.

ضمن الخارطة السياسية للعالم، لتبني الأمن الفكري كخيار استراتيجي ووسيلة وقائية لتجنب الأفكار الهدامة التي من شأنها الإضرار بالشعوب حاضرًا ومستقبلاً، كما يمثل هذا الموضوع واحداً من أكبر التحديات القائمة في إطار "الأزمة الأمنية العالمية" التي جعلت منه مركز الاهتمام والقلب النابض فيما يخص استراتيجيات الأمن العام/القومي، وبشكل خاص في ظل العولمة التي أزاحت الحاجز وكسرت القيود وسمحت بشكل متزايد في انتقال المعلومات، وتبادل الأفكار والأراء بين مختلف الأفراد من شتى أنحاء العالم، وبين فئات المجتمع ووحداته المشكلة له، فالحكومات فقدت أهم أدبيات سيطرتها على الوعي الجماهيري، بفعل فقدانها السيطرة الجغرافية على مجالها الإعلامي،¹ فالانتقال الفوري والسريع للمعلومات وتلقّيها من طرف الجماهير أو المستخدمين، يُمكنهم من معرفة ما يدور في العالم ويضاعف من القوى الضاغطة، ويقلل من قوة وسطوة السلطة داخل الدولة،² ما يفرض مزيداً من التحديات والضغوطات على مؤسسات المجتمع المسؤولة عن تحصين الوعاء الفكري وسلامة البناء الثقافي والحضاري للأفراد، وفي هذا الصدد يقول وزير الخارجية الأمريكي جون فوستر 'John Foster' 1953/1956: "لو مُنحت مجالاً واحداً من مجالات السياسة الخارجية دون غيره لخصنته حرية تدفق المعلومات".³ وبعد نهاية الحرب الباردة شهد العالم تغيرات جذرية على مختلف المستويات، حولت طابع الصراع أو التدافع بين الوحدات السياسية في المجتمع الدولي من صراع عسكري إلى صراع حضاري وثقافي، دفع بالمختصين في مختلف فروع العلم والمعرفة لإعادة النظر في مفهوم الأمن؛ والنظر إليه وفق اتجاهات ثقافية وحضارية أكثر من أي وقت مضى، في ظل الصراع الناعم المميز لهذا القرن، وأفرز مصطلح القوة الناعمة؛ الذي يوظف لوصف قدرة الفاعلين الدوليين على التأثير بطريقة غير مباشرة في سلوك ومصالح غيرها من الدول عبر الوسائل الثقافية والأيديولوجية.⁴ ويعتبر جوزيف ناي أول من استخدم هذا المصطلح في كتابه "ملزمون بالقيادة" الذي نشر سنة 1990، وتم تفككه وربطه بواقع ممارساته الظرفية من خلال كتاب "مفارة القوة الأمريكية" الصادر سنة 2001، وانتهى إلى صياغة علمية دقيقة ومفصلة من خلال كتابه "القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية" سنة 2004.⁵

وفي هذا الشأن أيضًا يرى بيار بورديو، أن المواجهات الأيديولوجية التي سادت خلال الحرب الباردة انتهت؛ بصورها القديمة، وظهر صراع جديد أطلق عليه 'صراع الأيديولوجيا الناعم' الذي تتصدر وسائل الإعلام أعلى مراتب أدواته، فتركزت معادلة الصراع في من يمتلك المعلومات يُسيطر، فكل جماعة أو نظام؛ متحكم أو محتكر، يقوم بإخفاء الحقائق التي لا يريد وصولها لل العامة أو تعديلها وفق ما يراه مناسباً، سواء تعلق الأمر بمعلومات لها علاقة بالأشخاص، الأحداث أو الأفكار، وفق القاعدة الشهيرة لوزير الحرب والداعية

¹. عزام أبو الحمام: تأثيرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على حافة الانترنت من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط 2011، ص26.

². مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، دط، الأهلية للنشر، عمان، 2002، ص137.

³. هربير تشيلر: الاتصال والهيمنة الثقافية، تر: وجيه سمعان عبد المسيح، مختار محمد التهامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2007، ص44.

⁴. حسين عليغييري: القوى الناعمة، مجلة مفاهيم الأساس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، 2007، ص06.

⁵. جوزيف ناي: القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر: محمد توفيق، عبد العزيز الثنائيان، ط، دار العبيكان للنشر، الرياض، 2007، ص15.

الألمانية جوزيف فويلاز : "نحن لا نتكلم لنقول شيء ما، ولكن لإحداث نتيجة معينة".¹ وفي هذا السياق أجرت سالي أثيلسون 'Sally Athelson' ومارتا ونجر 'Martha Wenger' دراسة بعنوان "من يملك المعلومة" أظهرت أن وسائل الإعلام المختلفة أصبحت أدوات محتكرة من قبل قنوات قليلة لها علاقات اقتصادية وسياسية مشابكة، تطوع الوسائل الإعلامية لخدمة مصالحها وترويج أفكارها ومنظوماتها القيمية.²

وفي السياق ذاته؛ يؤكد كل من هوركهايم وأندورا؛ أبرز رواد الاتجاه الندي، أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة تلعب دوراً هاماً في صياغة الأفكار والثقافة، وأنَّ من يملك الوسائل الإعلامية ويتحكم بها، يمكنه التحكم بما يكتسبه الفرد من فكر وثقافة، يمكن أن تُعزز أو تهدد الأمن الفكري للأفراد بما ينعكس على استقرار / عدم استقرار المجتمعات.³ فأصحاب السلطة السياسية، الاقتصادية، الثقافية أو الدينية يقومون بتوظيف الإعلام كأداة لاستيلاب الوعي، وأن الإعلام بمختلف مؤسساته وأدواته يساهم في إعادة بناء الرموز والمعاني، وتشكيل الاتجاهات والموافق،⁴ وأن إنتاج وصناعة المعلومة المفضية إلى تشكيل المعرفة يكون دائماً في صالح أولئك الذين يبدهم السلطة، أو من يساندهم من أصحاب المصالح.⁵ وللإضافة يمكن الاشارة هنا إلى أن المعلومات تعتبر من الأشكال الأساسية الأولى للمعرفة، وطريقة للحظة العالم والتفكير فيه، ومصدر أساسى لل فعل في المجتمع، لأن الأفعال؛ الفردية والجماعية، مبنية على المعلومة التي تحدد اتجاهاتهم نحو المواضيع، الأفكار والأشخاص، وعلى أساسها يتم تبني المواقف التي تتعكس على سلوكياتهم.⁶

إن الواقع الإعلامي اليوم؛ يدفعنا لطرح سؤال؛ ملِحٌ، من يحمي المجتمع من ممارسات وسائل الإعلام؟ في ظل اهتمام الدول الغربية؛ على سبيل المثال لا الحصر، في إيجاد قنوات ووسائل للإعلام الموجه، الذي يستهدف جمهور المنطقة العربية يثير تخوفات وتساؤلات مشروعة، حول أسباب هذا الاهتمام المتزايد، مما يحدث اليوم من انتشار واسع للإعلام الغربي الناطق باللغة العربية، يشبه إلى حد بعيد إنشاء الإذاعات الغربية التي كانت موجهة لدول شرق أوروبا منذ سنة 1956م وساهمت بشكل كبير في قيام ثورات ضد الحكومات، تتماشى وأهداف الدول المنتشرة لهذه الإذاعات، وبهدف الإعلام الموجه إلى السيطرة على الرأي العام العربي وتوجيهه، بحيث يكون أكثر إيجابية تجاه المشاريع السياسية، الثقافية والاجتماعية التي تدعمها الدول المملوكة لهاته المؤسسات، معتمدين في هذا منهج التضليل الإعلامي، يقابلها تخلي الإعلام في الوطن العربي؛ في عمومه، عن أدواره المفترضة ليمارس اصطفافاً ايديولوجيَا، سياسياً، وانسيقاً غير مبرر أخلاقياً ومهنياً وراء المخططات والأطمام الفردية والجماعية، المحلية والدولية، فعلى سبيل المثال لا الحصر دائماً،

¹. عبد الغني أمين سعيد: *وسائل الإعلام الجديد والموجة الرقمية الثالثية*، دط، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص.21.

². محمد حمدان: *الحرب الناعمة*، دط، دار الولاء، بيروت، 2010، ص ص 31،28.

³. عثمان إبراهيم: *النظرية المعاصرة في علم الاجتماع*، ترجمة درويش الحلوجي، ط1، دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 2008، ص 188.

⁴. بيار بورديو: *التلفزيون وأليات التلاعب بالعقل*، ترجمة درويش الحلوجي، ط1، دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 2004، ص 27،26.

⁵. السعيد يوميزة: *أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب*، دكتوراه، الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 46.

⁶. مدغوني جمال الدين: *وسائل الإعلام والمجتمع.. التربية الإعلامية لمواجهة التضليل*، المتنبي العالمي التربوية الإعلامية في ظل عالم متغير رهانات الواقع وتطورات المستقبل، جامعة تبسة، الجزائر، 2018، ص.03.

ألفى غارد كوهين عام 2007م محاضرة في معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى تحت عنوان "النساء والشباب والتغيير في الشرق الأوسط ومفهوم الديمقراطية الرقمية"، حيث تحدث فيها عن استراتيجية الدبلوماسية الرقمية قائلاً: "الشباب والنساء في الشرق الأوسط أصبحوا ناضجين لاستقطاب التأثير الخارجي عبر البوابات التي تشتمل على مختلف التكنولوجيات، وجاء في تقرير الشؤون الخارجية الأمريكية: "يمكن أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية، بدلاً من التعامل مع حكوماتها، من خلال استخدام الأدوات الحديثة وفنون الاتصال، فيمكنا اليوم أن نصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد، والقيام بإعلامهم والتأثير على اتجاهاتهم، بل يمكن في بعض الأحيان أن نحرضهم على سلوك طريق معين".¹

2. التربية الإعلامية والأمن الفكري

2.1. ماهية التربية الإعلامية:

توصف التربية الإعلامية في إطار العالم الحديث على أنها عملية تساهم في بناء الإنسان، والمساعدة على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام والاتصال، تهدف إلى تشكيل ثقافة التفاعل مع تلك الوسائل، وتنمية المهارات الابتكارية والاتصالية، التفكير الناقد، الاستقبال، التفسير، التحليل، تقييم النصوص الإعلامية والرسائل الاتصالية.

يعرف المركز الثقافي العالمي التربية الإعلامية على أنها القدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي للرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة، والوعي بما يجري حول الفرد بدلاً من أن يكون سلبياً ومعرضًا للاختراق، ويؤكد المركز على أن التربية الإعلامية أصبحت أمراً ضرورياً لا غنى عنه، ولا بد للجهات الرسمية وغير الرسمية العمل على تعزيز أدائها.²

عرفها سلفيات 'Silverblatt' على أنها: "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير استراتيجيات تمكنا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستماع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام".³

ويرى محمد عبد الحميد أن أهم المعاني التي ركزت عليها التربية الإعلامية تتلخص في الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصالية بوسطتها، ولا يتأتي ذلك إلا من خلال تنمية المعرفة والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، التحليل الناقد للرسائل والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والمشاركة الديمقراطية.⁴

¹ روئنجلس وأخرون: *التلفزيون والطفل*، ترجمة أبيب خضور، ط1، دناشر، دمشق، سوريا، 1990، ص100.

² بشري الحسين الحمداني: *التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية*، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2015، ص96.

³ Silveblatt.A: **Media literacy:** Keys to interpreting media messages, 2ne edition, praeger, Westport, CT, p08.

⁴ محمد عبد الحميد: *التربية الإعلامية والوعي بالاداء الإعلامي*، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012، ص118.

و قبل التفصيل في ماهية التربية الإعلامية، يجب أولاً أن نوضح للقارئ أمراً مهماً، وهو أن مفهوم التربية الإعلامية؛ عانا ولا تزال، من الخلط بينها وبين مفهوم الإعلام التربوي أو التربية بوسائل الإعلام، كما لا يمكن حصر التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية أو التعليمية، لأن نجاح التربية الإعلامية يتطلب جملة من المعايير التي يجب مراعاتها من قبل المدرسة، الأسرة، المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني، بمعنى تكامل كل من الأنظمة الرسمية والأنظمة غير الرسمية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية، لأن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لا يحذب بمفرز عن تأثيرات النظم الاجتماعية والبيئة الاتصالية وسياقاتها،¹ فإن إرساء مقومات التربية الإعلامية ليست مسؤولية جهة معينة فقط وإنما هي مسؤولية جماعية، فالأسرة تشارك في عملية التخطيط لاستخدام الأبناء لوسائل الإعلام، ومناقشة الخيارات واتاحة الفرصة لتطبيق بعض مهارات التحليل والنقد،² عكس ما يراه البعض بأن التربية الإعلامية هي: "تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهم ووعي". وهو تعريف للتعليم الإعلامي 'Media Education' الذي يعتبره الباحثون آلية لتنفيذ استراتيجيات التربية الإعلامية.³

هذا الخلط بين مفهوم التربية الإعلامية والمفاهيم ذات الصلة؛ محور الأممية الإعلامية والرقمية، مردهارتبط المفهوم بالسياقات التاريخية، التكنولوجيا والحضارية التي حددت أدوار وسائل الإعلام ووظائفها بالنسبة للفرد والمجتمع، التي يمكن أن نجملها في النقاط التالية:

- **المرحلة الأولى:** ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم أول مرة أو آخر ستينيات القرن الماضي، حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة؛ أي اعتبارها "وسيلة تعليمية" وتعتبر كندا السباقة في هذا المجال حيث أدرجت مادة التربية الميدياتيكية ضمن مقررات التعليم سنة 1960، لما لها من مميزات كوسائل تعليمية، وأنشأت مخابر لإنتاج حرص وبرامج تكون قريبة من الطفل ومثيرة له.⁴

- **المرحلة الثانية:** بحلول السبعينيات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم الفرد وتزويده بمعرف حول الإعلام، وإنصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة، والقيم غير الملائمة؛ تزامناً مع بروز باحثين ينتمون إلى المدرسة النقدية ورواد الدراسات الثقافية في بريطانيا، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها، بمعنى آخر "مشروع حمائي" protectionist يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وما عزز هذا التوجه تبلور نظرية الغرس الثقافي بعد الدراسات التي أجرتها لجنة مختصة معينة من قبل الكونغرس الأمريكي لدراسة ظاهرة تنشي العنف في المجتمع

¹. فريال مهنة: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2002، ص116.

². بسام محمد الدسوقي: التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر المعلومات، نظر دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2010، ص211.

³. رشا عبد اللطيف: معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضمون التلفزيوني من منظور الخبراء، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر، 2011، ص77.

⁴. Renee Hobbs and Amy Jensen: *The Past, Present, and Future of Media Literacy Education*, Journal of Media Literacy Education(JMLE), 2009, p01.

الأمريكي، فالهدف الأساسي من التربية الإعلامية هو حماية أفراد الأسرة والأطفال تحديداً من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة.¹

- **المرحلة الثالثة:** في السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب، بل "مشروع تمكين" empowerment أيضاً يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية واكتساب المهارات الاتصالية،² لاستخدام مضامينها وإدارة أدواتها الحديثة، في ظل تحول المجتمعات الاستهلاكية الصناعية، إلى مجتمعات استهلاك المعلومات وإدارة التكنولوجيا لتنمية الوعي بالتربيـة الإعلامية.³

2.2. مجالات التربية الإعلامية أهدافها:

على الرغم من جدة وحداثة هذا الحقل البحثي، إلا أنه تعدّت المقاربات النظرية والتطبيقية، التي تصدرت بالدراسة لموضوع التربية الإعلامية، بدأ بالمقاربة السيمبولوجية والجمالية؛ التي تُركز على دراسة المحتوى الاتصالي من حيث اللغة؛ أشكال الخطاب؛ الرموز والصورة،⁴ ثم المقاربة الأخلاقية والسوسيopolitique، التي ركز المهتمون بها والداعمون لها على مسألة القيم، التي تروج من خلال الرسائل الإعلامية، والتتبّع إلى التأثير الذي تمارسه مختلف وسائل الإعلام على القيم السائدة، كالبحث في كيفية غرس الاشهار لمفهوم السعادة وقيم النجاح، وكذا البحث في القيم المزروعة بالبرامج التلفزيونية والألعاب الإلكترونية، والتي تتضمن حلولاً للمشاكل التي يعاني منها الفرد والمجتمع، أما المقاربة السوسيوتاريخية والاقتصادية فتركيز على ضرورة فهم التاريخ الثقافي والاجتماعي لتطور وسائل وتقنيات وتقنيات الإعلام، والبنية الاقتصادية (المؤسساتية) لهذه الوسائل ودورها في تنمية المجتمع وأدائها ضمن الاقتصاد العام، والعلاقة التي تربطها أو تفرضها على انتاج المحتوى الإعلامي، وأخيراً مقاربة استخدامات المتلقى؛ تهتم بدراسات أنماط وعادات استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وامتلاكها، من أجل تطوير الممارسات المعرفية في كيفية استخدام الوسائل الإعلامية وتطويرها.⁵ ويمكن القول أن قياس أهمية التربية الإعلامية تتجلى من خلال أهدافها التي ترمي إلى تحقيق تنمية الأفراد وتمكينهم من:

- القدرة على الوصول إلى المعلومة من مصادر متعددة، حتى يتسع للفرد المقارنة بينها، فالحقيقة ليست مفهوماً ثابتاً؛ فكما يقال الحقيقة لها عدة أوجه، وتنمية مهارات حسن الاختيار، واتخاذ قرار التعرض الانقلي للمضمون الإعلامي الذي يناسب الفرد، ومن ثم الوسيلة الإعلامية التي يتبعها ويتفاعل معها.

- تطوير قدرات الفرد المستخدم لتمكينه من التعرف على العلاقة بين المحتوى الإعلامي والواقع، وتلقيهم المبادئ الرئيسية للتفسير والانتقاد، مما يساهم في بناء الوعي الإعلامي وثقافة اتصالية لدى

¹. فاضل محمد البرانى: التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، مجلد 39، العدد 452، لبنان، 2016، ص142.

². سامية خضر صلاح: أهمية التربية الميدياتيكية في زمن تعدد وسائل الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2005، ص42.

³. Barbro Oxstrand : Media Literacy education, a discussion about Media education in the Western countries, Europe and Sweden, Paper presented at the Nordmedia09 conference in Karlstad University, Sweden, 2009.p06.

⁴. Alexander Fedorov : modern media education models, Actadidacticanapocensis, vol04, 2011, p74.

⁵. عبد الوهاب بوخونفة: الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية الدور الغائب للمدرسة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 02، تونس، 2005 .80

الإنسان، ويساعد على تقييم الرسائل الإعلامية الصريحة والضمنية، من خلال طرح أسئلة لماذا تتكرر القوالب النمطية؟ كيف يتم اتخاذ قرارات النشر، ولماذا؟ ما علاقة المضمون الإعلامي بتوجهات المؤسسة؟ من المتضرر ومن المستفيد؟

- تحديد، تجنب أو مواجهة محتوى وسائل الإعلام والخدمات التي قد تكون غير مرغوب فيها والمسيئة لقيم الفرد ومعتقداته.¹
- مساعدة الأفراد على امتلاك المهارات الازمة والضرورية، لتمكينهم من الانخراط بشكل ايجابي مع بيئتهم الإعلامية الجديدة؛ والمعقدة بشكل متزايد،² من خلال دفعهم لإنتاج محتويات ذو قيمة وفائدة، تحذفهم الانسياق وراء الممارسات غير أخلاقية والمسائلة القانونية.³
- تكريس الوعي الإعلامي الذي يمكن القول أنه عملية عقلية معقدة تؤسس من المعرفة، التفكير والإدراك، يتيح للملتقي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهماً صحيحاً، والإحاطة الكافية بمهنية المؤسسات الإعلامية وعلاقتها بمختلف المؤسسات والنظم الأمنية، السياسية، الاقتصادية والثقافي، وملكيتها ومصادر تمويلها، حتى تتجلى للفرد المتلقي أو المستخدم خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبني موقف صحيح إزائها، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها، للكشف عن الممارسات الإعلامية غير الأخلاقية وغير المهنية؛ كالتضليل، نشر الأكاذيب والدعائية، والتعرف على الأجنadas والأهداف المعلنة أو الضمنية التي يسعى القائمون على المؤسسات الإعلامية إلى تحقيقها.

3. التربية الإعلامية دورها في الحفاظ على الأمن الفكري وتعزيز الاستقرار الاجتماعي:

إن السعي لتحقيق الأمنالفكري؛ وإثارة موضوعه وأبعاده المتعلقة بالأمن المجتمعي/القومي هدفه المحافظة على الموروث الثقافي والحضاري المشكل لمعالم الهوية وتحقيق ذاتها، بما يفضي إلى تحقيق التلامم بين أفراده في الفكر، المنهج، السوق والهدف، بما يوفر الاستقرار في الأفكار الراقية والإيجابية وبؤدي إلى بناء الوعي السلمي، ويصبح بذلك هذا الأمن أداة تساهم في النماء وتحقيق البقاء وضمانة تمنع التلاشي والفناء، وفي المقابل فإن انعدام الأمن الفكري، وما يشكله من تحديات ومخاطر على استقرار المجتمعات، لا يتوقف أثره على المستوى الثقافي فحسب، بل يمتد انعكاسه ليشمل مختلف الأسواق الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، بما يهدد كيان المجتمعات وحضاراتها بكمالها.⁴

¹.TarlachMcGonagle : **MediaLiteracy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?**,European Audiovisual Observatory, Strasbourg, France, 2011, P09.

².Tibor koltay : **The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy**, SAGE Publications, Media Culture & Society, Vol 33, N02, 2011 , PP211,221.

³.Bruce Christine : **Information Literacy as a Catalyst for Educational Change ; a Background Paper**,university of arizona, 2002, P01.

⁴. جفال نور الدين: دور المعتقدات الدينية في الحفاظ على الأمن الفكري والسلوكي للأفراد في المجتمع الجزائري، مجلة التواصل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد36, 2013، ص.63

وفي هذا الشأن يقول إدوارد بيرنز: "لو فهمنا أليات الفعل الجماعي ودفافعه، أليس من الممكن التحكم والسيطرة على الجماهير".¹ فعلى سبيل المثال لا الحصر تمثل موقع التواصل الاجتماعي الوسيط الاتصالي الذي يمكن للفرد المستخدم من الكتابة، القراءة والمشاهدة، وانتاج المحتوى والتفاعل، التعارف وإنشاء جمادات افتراضية ذات الاهتمام؛ أو النشاط المشترك في نفس الوقت،² إلا أنه أثار في الجهة المقابلة عدم منالقضايا؛ كالخصوصية، الهوية، العلاقات الاجتماعية، وتبرز قضية سلامة البناء الفكري والتماسك الاجتماعي كواحدة من أهم القضايا المطروحة والمتعلقة بالموقع والشبكات الاجتماعية؛ وعمق هذا الاتجاه غياب عامل الثقة في العالم الافتراضي؛ الذي يطرح مزيداً من التحديات فيما يخص قضية الأمن الفكري والاستقرار الاجتماعي، خاصة بعد الأحداث التي عاشتها المنطقة العربية منذ سنة 2011، وأطلق عليها بعض الأكاديميين والباحثين "ثورات القورة الناعمة في العالم العربي" لذا تبرز الضرورة الملحّة لتعزيز التربية الإعلامية كآلية لحماية الأمن الفكري؛ تعزيزاً وحفاظاً على الاستقرار الاجتماعي، فالمجتمع الجزائري على سبيل المثال، يعتبر من بين أكبر المتضررين من انعدام الأمان الفكري وغياب استراتيجية واضحة لحماية مقوماته، نتيجة للتحولات الاجتماعية، الاقتصادية والت الثقافية التي تمر بها المجتمع؛ ولا يزال يجتاز مرحلة الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث؛ في إطار استراتيجيات الدولة وخططها للنهوض بالدولة الجزائرية، الذي أثر نتائج إيجابية على مستوى الوعي والتفكير، إلا أنها التغيير والتحديث؛ غير مخطط له بما فيه الكفاية وغير مكيف مع معنى من استدmar غاشم، وسنوات من أعمال عنف وإرهاب، أدى إلى تبلور معالم ظاهرة؛ أطلق عليها في الأوساط الأكademie الصدمة الحضارية،³ أدت إلى حدوث انسلاخ عنيف ومحاولات المبادئ التي سادت ولفترات طويلة، تجلي في أساليب ونمط عيش الأفراد وطرق تفكيرهم، والقرارات التي تتخذونها في ضوء تلاشي تدريجي لمعالم الهوية وتماسكها، وأدى إلى حدوث اختلالات في مختلف نواحي الحياة الفردية والجماعية.⁴ وانطلاقاً من القاعدة المترافق والمتفق عليها "الفكر لا يعالج إلا بالفكر" يطرح الباحث فكرة وموضوع التربية الإعلامية كأداة أو آلية يمكن من خلالها تحقيق الأمن الفكري وتعزيز استقرار المجتمع. لكن السؤال المطروح هل إذا تم الحجر على الأفكار والطروحات التي من شأنها تهديد الأمن الفكري واستقرار المجتمع، يعتبر الحل الأنسب للحفاظ على البيئة التي تساهم في البناء السليم للوعاء الفكري والحضاري للأفراد؟ أم بالانفتاح على مختلف تيارات الفكر الإنساني في إطار يميزها احترام القواعد الأخلاقية التي تضبط النقاشات أيًّا كان موضوعها؟ وإذا اعتربنا الحجر جدلاً الأنسب، هل يمكن فعلاً تحديد الفرد ومنعه من استخدام مختلف وسائل الإعلام والاتصال؟ في ظل انتشارها الواسع وتغفلها العميق في النسيج الاجتماعي والعلائق، وبين مختلف فئات المجتمع ومكوناته، وهل يمكن الوقوف في وجه المد الإعلامي الجارف العابر للحدود، بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام الحديثة يميزها بوجه عام أو تتخطى في جوانبها التكنولوجية على الميل إلى توليد السلبية،

¹ محمد علي فرح: صناعة الواقع؛ الإعلام وضبط المجتمع، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014، ص.80.² صادق راجح الحمامي: عالم المواطن؛ بحث في المفهوم والمقارب، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 06، المملكة العربية السعودية، 2010، ص225.³ سفيان بو عطيط مرجع سبق ذكره، ص146.⁴ دحماني سليمان: ظاهرة التغير الاجتماعي في الجزائر؛ العلاقات، مذكرة ماجستير، قسم الثقافة الشعبية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2006، ص.03.

فليس هناك ما هو أسهل من إدارة مفتاح التشغيل، وترك الصور والأفكار تشق طريقها إلى العقل دون وساطة في غالب الأحيان، أو بوساطة مشبعة بالإيديولوجيا والتحريف، فمصادر المعلومات وأدوات النشر والتفاعل والتنشئة أضحت بفعل التكنولوجيات الحديثة خارج آليات السيطرة والتحكم، خاصة بالنسبة للدول النامية التي يميزها نقص الامكانيات والتدابير،¹ ويمثل أهم التحديات الأمنية المعاصرة بالنسبة لهاته المجتمعات.

لذا يرى الباحث مفهوم أن الأمن الفكري يكتسي دلالة أعمق في واقع محفوف بالمخاطر والصراعات، وبيئة اجتماعية يميزها التشعب المتزايد بمختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال، التي تساهم في تشكيل اتجاهات الفرد وبناء تصوراته وتوجيهه تفكيره، من خلال وظيفة التفسير والشرح، التي لا تخل من الصبغة الإيديولوجية، كما يمكن أن تتحول بوصلة وظائفها نحو وجه ومنطق من يقف وراءها ويتحكم في مضامينها، فتتحول وظيفة التوجيه إلى خلل وظيفي يتجسد في التضليل، ومن نقل الواقع إلى تحريفها وتزييف الحقائق، بما يؤثر على سلامة البناء الفكري للأفراد وينعكس سلباً على استقرار المجتمع، فوسائل الإعلام أضحت تساهم، بما لا يدع مجالاً للشك في توجيه الميول والمشاعر، وتنمية القدرات والمواهب، وفي إعداد الروح وبناء الجسم، نتيجة توفر هذه الوسائل على آليات الاختراق والجذب والابهار، والقدرة على تكوين شخصية الفرد وتشكيل معالم هويته؛ وفق خصوصية كل وسيلة وفي إطار البيئة الاجتماعية التي تتوارد فيها وتنق用力 مع باقي عناصرها، فالتغيرات الاجتماعية والت الثقافية التي يشهدها العالم بفعل الضغط المتزايد للعلمة، أثرت في بنية المجتمعات وتركيبتها واستقرارها،² ومكنت الوسائل والتكنولوجيات من تبوء مكانة لتصبح بمثابة الرافد الذي ينهل منه الصغار والكبار أفكارهم ومعلوماتهم وتشكل خبراتهم، وأضحت هذه الوسائل تشغل أوقاتهم أكثر مما يفعله أي نشاط آخر؛ في الغالب، أثر هذا الواقع والتغيرات العميقة في مراكز وأدوار وأهمية مؤسسات، والتنشئة الاجتماعية، التي كانت منذ عهد قريب، محصورة في الفضاء الأسري والمدرسي، لصالح المؤسسات الإعلامية وتقنيات الاتصال الحديثة، والتي تقوم بدور أساسى في تلقين المنظومة المعرفية المنسخة عن سياقها التاريخي للقيم السلوكية والنزوح باستمرار نحو الترعة الاستهلاكية، ومن خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدواره الاجتماعية التي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر لتكيفهم مع متطلبات العولمة وشروطها.

ونظراً لهذا الواقع؛ وجب التسلح بالمعرفة التي يمكن لها إلى حد بعيد أن تحصن الأفراد وتقيمهم المخاطر الإعلامية، من خلال محاولة تمكينهم من فهم آليات عملها، وطبيعة العلاقة التي تربطها بالنظم السياسية والاقتصادية، المؤثرة في مخرجات الوسائل الإعلامية ووظائفها بالنسبة لفرد والمجتمع، فالباحث محمد عبد الحميد يرى بأن التربية الإعلامية تهدف إلى المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحليّة، إضافة إلى ملاحقة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات والمجتمعات

¹ باقر النجار: الفضاء السيبراني وتحولات القيم؛ مقاربة عربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 382، 2011، ص.69.

² معتصم زكي: الشاشة الصغيرة واثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، اللجنة الوطنية للطريقة للتربية والتربية والعلوم، العدد 154، قطر، 2005، ص.264.

الافتراضية، والإفادة منها بشكل جيد بالنسبة للفرد والمجتمع.¹ وأن نجاح التربية الإعلامية يتطلب مجموعة من المعايير التي يجب مراعاتها من طرف المدرسة، الأسرة، المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني، بمعنى آخر ضرورة تكامل كل من الأنظمة الرسمية والأنظمة غير الرسمية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية التي تصب كلها في خندق بناء الوعي الفكري وتحقيق التماสک الاجتماعي.

خاتمة:

إن الحديث عن الأمان الفكري لا يمكن بأي حال من الأحوال تصنيفه ضمن خانة الترف الفكري، ببساطة لأنه يمثل أحد مقومات الحياة وسبب في الاستقرار والاستمرار أو العكس، في ظل توفر أدوات الاختراق والهيمنة التي يغذيها صراع المصالح، والسعى الحثيث منذ نهاية القرن الماضي إلى إحداث التغيير التقافي والفكري على المستوى العالمي بتوظيف الأدوات والأساليب الناعمة، وهذا يؤشر على ارتباط الأمان الفكري عضوياً بهوية الأمم وموروثها التقافي والحضاري، لذلك نجد أن وحدة الأمم ووحدة فكرها هي هدف رئيسي لكل من يريد ضرب استقرار الدول والجماعات، ما يستدعي من الجهات الرسمية والأهلية وشركاء التنمية تبني استراتيجية متكاملة يمكن من خلالها التصدي لهذا الخطر الذي يهدد أمن الوطن ويزعزع استقرار المجتمع، والسعى بجد لتوفير الآليات الضرورية لتحقيق الأمان الفكري لدى الأفراد، والتي يمكن أن تمثل التربية الإعلامية أحداً لمواجهة التحديات التي يفرضها المد الإعلامي والانفجار المعلوماتي، فالافتتاح اللامحدود على العالم بثقافاته المختلفة، أوجد العديد من الإشكاليات المعرفية، كما أحدث نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، تستدعي من المسؤولين، الباحثين والمهتمين التعمق في دراسة مخرجات إعلام القرن الواحد والعشرين، وبناء استراتيجيات تتيح للأفراد التعامل الوعي معها، واقتسابهم المهارات والقدرات لتجنب كل ما قد يؤثر على سلامة البناء الفكري، الأخلاقي والسلوكي للأفراد ويدعم استقرار المجتمع، على اعتبار أن التربية الإعلامية آلية لرفع معايير الذوق والجودة، والحفاظ على الهوية وتعزيز قيم المواطنة.

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

قائمة المراجع:

الكتب:

- بشرى الحسين الحمدانى (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط(1)، دار وائل للنشر، عمان.
- بقاسم بن روان (2007)، وسائل الإعلام والمجتمع، د(ط)، دار الخلدونية، الجزائر.
- بيار بورديو (2000)، التلفزيون وأليات التلاعب بالعقل، ترجمة درويش الحلوji، ط1، دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، سوريا.
- جوزيف ناي(2007)، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر: محمد توفيق، عبد العزيز الش bian، ط(1)، دار العبيكان للنشر، الرياض.
- روث أنجلس وأخرون (1990)، التلفزيون والطفل، ترجمة أديب خضور، ط(1)، دناشر، دمشق، سوريا.
- سماح محمد الدسوقي (2010)، التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر المعلومات، د(ط)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر.
- عبد الغنى أمين سعيد (2008)، وسائل الإعلام الجديد والموجة الرقمية الثانية، د(ط)، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- عثمان إبراهيم (2008)، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، د(ط)، دار الشروق، عمان.
- علي الدين هلال (1991)، تحديات الأمن القومي في العقد القائم، د(ط)، منتدى الفكر العربي، عمان.
- فريال مهنة (2002)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط(1)، دار الفكر، دمشق، سوريا.
- محمد الحبيب حريز (2005)، واقع الأمن الفكري، ضمن كتاب الأمن الفكري، ط(1)، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- محمد حمدان (2010)، الحرب الناعمة، د(ط)، دار الولاء، بيروت.
- محمد عبد الحميد (2012)، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط (1)، عالم الكتب، القاهرة.
- محمد علي فرح (2014)، صناعة الواقع؛ الإعلام وضبط المجتمع، ط(1)، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت.
- مؤيد عبد الجبار الحديثي (2002)، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، د(ط)، الأهلية للنشر، عمان.
- ميشي لمان(1994)، موسوعة العلوم الاجتماعية، تر: عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مكتبة الفلاح، القاهرة.
- هرير تشيلر (2007)، الاتصال والهيمنة الثقافية، تر: وجيه سمعان عبد المسيح، مختار محمد التهامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

المقالات العلمية:

- باقر النجار (2011)، الفضاء السيبراني وتحولات القيم؛ مقاربة عربية، مجلة المستقبل العربي، العدد(382)، دبلد.
- جفال نور الدين (2013)، دور المعتقدات الدينية في الحفاظ على الأمن الفكري والسلوكي للأفراد في المجتمع الجزائري، مجلة التواصل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(36)، الجزائر.
- حسين علي بحيري (2007)، القوى الناعمة، مجلة مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، د بلد.
- رمضانى مريم (2007)، الأسرة ودورها في تحقيق الأمن الفكري داخل المجتمع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد(01)، العدد(05)، الجزائر، 2017، ص 328.
- سامية خضر صالح (2005)، أهمية التربية الميدياتيكية في زمن تعدد وسائل الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد (02)، تونس.

- صادق رابح الحمامي (2010)، إعلام المواطن؛ بحث في المفهوم والمقاربات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد (06)، المملكة العربية السعودية.
- عبد الوهاب بوخنوفة (2005)، الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية الدور الغائب لمدرسة، مجلة الإذاعات العربية، العدد (02)، تونس.
- فاضل محمد البداني (2016)، التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، مجلد (39)، العدد (452)، لبنان.
- معتصم زكي (2005)، الشاشة الصغيرة وأثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد (154)، قطر.

الرسائل والأطروحات:

- دحماني سليمان (2006)، ظاهرة التغير الاجتماعي في الجزائر؛ العلاقات، مذكرة ماجستير، قسم الثقافة الشعبية، جامعة تلمسان، الجزائر.
- رشا عبد اللطيف (2011)، معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقاتها في مصر على المضمادات التلفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، مصر.
- السعيد يومعيبة(2007)، أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، دكتوراه، الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- سفيان بوعطيط (2012)، القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، رسالة دكتوراه، قسم علم النفس وعلوم التربية والأطروافونيا، جامعة منتوري، الجزائر.
- عزام أبو الحمام (2011)، تأثيرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على حافة الانترنت من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

الملتقيات:

- مدفوني جمال الدين (2018)، وسائل الإعلام والمجتمع.. التربية الإعلامية لمواجهة التضليل، المنتدى العالمي؛ التربية الإعلامية في ظل عالم متغير... رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، جامعة تبسة، الجزائر.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Alexander Fedorov (2011), **modern media education models**, Actadidacticnapocensis, vol04.
- BarbroOxstrand (2009), **Media Literacy education, a discussion about Media education in the Western countries, Europe and Sweden**, Paper presented at the Nordmedia09 conference in Karlstad University, Sweden.
- Bruce Christine (2002),**Information Literacy as a Catalyst for Educational Change; a Background Paper**, university of arizona.
- Renee Hobbs and Amy Jensen (2009),**The Past, Present, and Future of Media Literacy Education**, Journal of Media LiteracyEducation(JMLE).
- Silveblatt.A, **Media literacy**, Keys to interpreting media messages, 2ne edition, praeger, Westport, CT.
- TarlachMcGonagle(2011),**Media Literacy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?**, EuropeanAudiovisualObservatory, Strasbourg, France.
- Tibor koltay (2011),**The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy**, SAGE Publications, Media Culture & Society, Vol 33, N02.

القنوات التلفزيونية الخاصة في علاقتها بالسلطة السياسية وثنائية الدعاية والتهويل - قناة النهار TV أنموذجا

The private television channels in relation to political authority and bilateral publicity and intimidation. El NAHAR TV as a model.

كرياس الجيلالي

باحث دكتوراه علوم، الجامعة الأصلية: جامعة وهران 2 ،الجزائر

عباس الزهرة

باحثة دكتوراه LMD، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر

درباليي أحمد

دكتوراه علوم علم الاجتماع الجنائي، الجامعة الأصلية: جامعة الجزائر

الملخص:

يبقى الإعلام سلطة بما يمارسه من هيمنة وتأثير على الرأي العام، خصوصاً بعد ظهور القنوات الخاصة في الجزائر وخروجها من نظام الأحادية (القطاع العام)، أين شكل متغير هام في اللعبة السياسية، من حيث الضغط على توجهات السلطة السياسية أحياناً، وأحياناً أخرى يمارس نوع من الداعية لها، وهذا راجع إلى نوع العلاقة التي تحكم السلطة بوسائل الإعلام، إذ يبدو الفيصل جد واهي بين فكرتي التهويل الإعلامي والداعية المبتلة، في المشهد الإعلامي الجزائري، وهنا يصبح من الضرورة طرح مسألة الاحترافية والمهنية، فهل تستوجب صدام دائم مع السلطة السياسية أو تتطلب العكس، من ممارسة لدعائية مجانية للسلطة الحاكمة؟ وهذا ما دفعنا إلى الاقتراب من القنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر، وتسلیط الضوء على مدى احترافيتها ومهنيتها في تناول الشأن العام السياسي، وعلاقتها بالسلطة، وهذا انطلاقاً من مواقف المشاهدين وردة فعلهم عبر موقع التواصل الاجتماعي .

الكلمات المفتاحية: السلطة السياسية، التهويل الإعلامي، الداعية المبتلة، الاحترافية، الرأي العام

Summary :

The media remains empowered by the influence exercised by the hegemony and influence on public opinion, especially after the emergence of private channels in Algeria and its departure from the system of monopolization (public sector) where it made an important variable in the political game in terms of pressure on the orientations of political power sometimes other times it practiced a kind of propaganda and this is due to the type of relationship governing power in the media, and it seems to be very much between the ideas of media intimidation and vulgar propaganda in the Algerian media scene, here it is necessary to expose the issue of professionalism and does it require a permanent clash with the political authority or demand the opposite of free propaganda for the ruling authority? This has led us to approach special channels in Algeria and to highlight the extent of its professionalism in dealing with the public political issue and its relationship to power and this is based from the viewer's attitudes and their reaction through social networking sites.

Key words: Political power Media intimidation Vulgar advertising Professionalism Public opinion.

مقدمة:

يقول «نعم تشو مسكي»: «إن الدعاية الإعلامية في النظام الديمقراطي هي بمثابة الهراوات في النظم الشمولية»¹، إنها مقوله تشير بوضوح إلى الدور المحوري والخطير، الذي تلعبه وسائل الإعلام، ومدى تأثيرها في توجه الرأي العام، وكذلك وجود علاقة تكاملية بينها وبين السلطة الحاكمة في النظم الديمقراطية، حيث يختفي القمع المادي، أو ممارسة العنف من أجل توجيه الرأي العام، ويتحول إلى نوع من القوة الناعمة، التي تحدث عنها الأستاذ جوزيف ناي حيث يقول: القوة الناعمة هي جعل الآخرين يريدون ما تريد، تختار الناس بدل إرغامهم²، أي التأثير دون حاجة إلى استعمال القوة أو القهر، وهذا ما تحتاجه الأنظمة الديمقراطية، توجيه الرأي العام بنوع من السلامة.

وهنا يبرز دور وسائل الإعلام، التي تلعب دور الدولة البوليسية في إسكات الناس أو توجيه آرائهم، حيث أن جاذبية الإعلام وتحالفه مع قوى المال والسلطة، سيؤثر حتماً في توجه المواطنين، ويعود إلى تمرير العديد من السياسات والقرارات، لكنه أيضاً يمكن أن يكون هاجساً للسلطة السياسية، إذا انفلت من بين يديها، وتحول إلى ممارسة التهويل الإعلامي وتسويد المشهد.

إن ثنائية التهويل والدعاية واضحة الوجود في المشهد الإعلامي الجزائري في طابعه المتسلل، خاصة مع اعتماد جملة من القنوات الخاصة، التي تربطها علاقة رمادية بالسلطة السياسية، فمن جهة نجدها تمارس نوع من الدعاية، ومن جهة أخرى تعمل على تمرير الخطاب السياسي الرسمي، وهنا يمكن طرح إشكالية هذه الدراسة، والتي اخترنا لها قناة النهار كنموذج لقناة خاصة، لها مكانتها في المشهد الإعلامي السياسي في الجزائر، وقد جاء سؤالها المحوري كالتالي: ما هي تصورات وموافق المتنقي الجزائري من مصداقية المحتوى الإعلامي الذي تقدمه القناة الخاصة النهار TV؟ حيث قما بتفريغ هذه الإشكالية إلى جملة من التساؤلات الفرعية: ما مدى احترافية القنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر؟ وما طبيعة العلاقة التي تحكمها بالسلطة السياسية؟ وهل المتنقي الجزائري يثق فيما تقدمه هذه القنوات من دعاية مفرطة أو تهويل مبنّى؟

وبهدف الإجابة عن هذه التساؤلات، قمنا بوضع فرضيتين أساسيتين لإشكالية دراستنا تمثلتا في:

- ♦ المتنقي الجزائري لا يثق في مصداقية قناة النهار وما تقدمه من أخبار حول المشهد السياسي في الجزائر.

- ♦ السلطة السياسية هي من توجه مضمون ونوعية المحتوى الإعلامي لقناة النهار TV.

ومن أجل إضفاء الصبغة العلمية والمنهجية لبحثنا هذا، اعتمدنا في الإطار النظري على فكرة نعم تشو مسكي حول سلطة وسائل الإعلام، والدور الذي تلعبه في الضغط على الرأي العام، وعلى السلطة السياسية في نفس الوقت. ولوصف وتحليل الظاهرة محل الدراسة، تبنياً المنهج الوصفي، وتقنيّة الملاحظة البسيطة،

¹- نعم تشو مسكي، السيطرة على الإعلام، تر: أمينة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية، 2003 ط 1، ص 12.

²- جوزيف ناي، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، ترجمة محمد توفيق البرجيمي، العبيكان للنشر، السعودية، الطبعة الأولى، 2007 ص 25.

وذلك عن طريق تتبع محتوى منشورات وتعليقات المتكلمين حول قناة النهار TV على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، خاصة ما تعلق منها بالسلطة السياسية. لكن قبل الولوج في مضمون الدراسة، كان لابد لنا من توضيح المفاهيم، التي اعتمدناها في تحليلنا حيث ركزنا على جملة من التعريفات الاجرائية، وذلك من أجل تجنب الحشو والتكرار، عن طريق الخوض في التعريفات الاصطلاحية واللغوية.

أ. السلطة السياسية: ونقصد بها مؤسسة الحكم في بلاد ما، التي تسعى إلى الاحتفاظ بالسلطة والقيادة عن طريق توظيف مختلف الوسائل، كوسائل الإعلام من أجل الترويج ل برنامجه وأيديولوجيتها، عن طريق الضغط عليها أو تمويلها، بهدف تمرير خطاباتها والحصول على مساندة.

ب. التهويل الإعلامي: ونقصد به عملية تضخيم الأخبار والأحداث، وتوجيه المتكلمي نحو تكوين فكرة معادية للسلطة السياسية، عن طريق التركيز على الأخبار والأحداث والمشاكل الاجتماعية والاقتصادية، وتحميل المسؤولية للسلطة السياسية.

ت. الدعاية المبتذلة: ونقصد بها تلك الدعاية والترويج المجاني للسلطة السياسية، عن طريق المبالغة في تأسيع صورتها، وربط كل الأمور الجيدة بها، ونفي كل المشاكل عنها، بطريقة مكشوفة ومفضوحة، لدى المتكلمي.

ث. الاحترافية: ونقصد بها موضوعية الفنون الإعلامية في نقل الأخبار بحيادية، دون إقصام الذاتية وذلك بابتعاد عن فكرة الترويج أو التحرير، ودون ممارسة أي نوع من أنواع الإكراه على المتكلمي.

ج. الرأي العام: ونقصد به المزاج السياسي والاعلامي، الذي يكونه المتكلمي حول الوضع العام، من خلال ما تنقله وسائل الإعلام من أخبار، وهو مزاج أحياناً يكون مؤيداً للسلطة السياسية، وفي أحياناً أخرى معادي لها، ووسائل الإعلام تلعب دوراً بارزاً في توجيهه وتقويته.

1. وسائل الإعلام وفكرة صناعة الرأي العام:

يقال أن "الإعلام وسيط بين الحكومة والمجتمع" لأنه ميكانيزم مهم، يلعب دوراً في إعطاء صورة واضحة حول الوضع العام، والأحداث السياسية في المجتمع، وبالتالي توجيه بوصلة الرأي العام، إلا أنه ومن الصعب القول: إن هناك رأياً عاماً، يجمع الناس عليه، فهم ينقسمون من حيث رضاهما عن الأوضاع القائمة، إلى أمزجة أربعة¹ حسب أورانسلووبل LURANS LOUWEL. ولعل ما يفسر هذا الرأي، هو تمایز درجة تأثير الإعلام، سيما التلفزيون في طبقات المجتمع، كون هذا الأخير يقوم بنوع من الدعاية، فليس هناك إعلام محايده، خاصة عندما تكون التجربة حديثة، في بلد ما، حكمه لزمن طویل الرأي الواحد،

¹- تتمثل هذه الأمزجة التي ذكرها أورانسلووبل في كتابه 'رأي العام في الحرب والسلم' في ما يلي:

أ. مزاج رجعي: لا يرضي عن الوضع القائم ولا يستبشر بالمستقبل.

ب. مزاج محافظ: أصحابه راضون بما هو موجود، ويحاولون دافماً المحافظة عليه دون آية محاولة للتجديد أو تقبل الجديد.

ت. مزاج حر: أصحاب هذا الاتجاه يرون بعض الحاضر، أو بعض الوضع القائم، لا كله مع تقاعدهم بالمستقبل واستعداداتهم لقبول الجديد إلى حد كبير.

ث. مزاج رايكالي: أصحاب هذا الاتجاه راضون للأوضاع القائمة، ولا يرضون بالحاضر ويررون أنه لا أمل إلا في المستقبل وفي تغييرات جذرية لما هو موجود. (انظر: بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية والواقية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2012، ص 88).

والتلفزيون العمومي الموجه، فتجربة الانفتاح والتعدد، تبقى لفترة من الزمن وفيه لل الفكر الاحادي، وهي تتتجنب الصدام المباشر مع السلطة الحاكمة، خاصة عندما نتحدث عن أزمة التمويل، وذلك الارتباط الجنيني بالخزينة العمومية، فالقنوات الخاصة اليوم في التجربة الجزائرية، هي قنوات لا تزال مرتبطة بالنظام أو ما يمكن التعبير عنه بعلاقة المشيمة بالرحم، وهنا نجد تلك القنوات وإن تبنت خطاب حاد ومنتقد اتجاه السلطة السياسية، إلا أنها لا تختلف مسافة الأمان، ولا تتعذر الخطوط الحمراء، خاصة إذ حاولنا تتبع ما هو مسكون عنه، والهدف من وراء أي عملية إعلامية، فما بين السطور يعتبر أهم من المتصح به، إنها قواعد أسس لها علم الاجتماع في تفككه للخطاب. حيث نجد نعوم تشومسكي يتحدث عن دور الإعلام في صناعة الرأي العام، موظفاً فكرة الآثار الانعكاسية للخطاب الموجه نحو مجتمع متعدد التوجهات والفتات، حيث يقول: "البحث عما هو محفوظ في الحملات الدعائية أمر بنور العقول"¹

فالأمر يتعلق بالمستوى الثقافي والاجتماعي، وكذا الفئة العمرية، وكيف يستطيع الإعلام مخاطبة كل فئة عن طريق خبر واحد، هو يدرك جيداً الفئة المستهدفة، التي ستتبني خطابه، وتقعه على أنه خطاب محайд، أو ينقل الواقع، لكن سرعان ما يتحول الواقع إلى نوع من الحشو والأدلة، للمتابعين، وخلق مزيد من الموالين للنظام وللقناة، عن طريق خطاب حاد لكن دائماً يفصل بين السلطة المركزية كسلطة نزيهة وبين السلطات المحلية، سلطة فاسدة، أي ثنائية المركز والأطراف، وبذلك فإن القناة تضمن عدد كبير من المشاهدين، وفي نفس الوقت تدافع عن صانع القرار في مستوى الأعلى، وبذلك تكون درجة التأثير قوية على المتنقي، من الطبقة البسيطة والكافحة، في المجتمع الجزائري، التي طالما تكون المتضرر الأول من التغيرات والأحداث المفاجأة، ومما يحدث على المستوى المحلي، فالمنتقي البسيط لا يدرك أو لا يستوعب الصراعات السياسية على المستوى هرم السلطة، لكنه ناقم على الأوضاع المحلية، ويبحث عن نبرة إعلامية حادة في التعامل معها.

فلا نستطيع إنكار أن الإنسان أصبح أسير الإعلام ووسائله، لأنها اليوم، هي من تشكل الرأي العام وتحاصر الإنسان ليلاً ونهاراً، لتتمده بالمعلومات والأخبار، صحيحة كانت أو غير صحيحة.² إن هذه المقوله تعكس مدى خطورة الرأي العام، فليس هناك مفر من وسائل الإعلام التي أصبحت بمثابة التقويب السوداء التي تتمدد باستمرار، وتبتلع كل شيء في طريقها، حيث أن لها قدرة كبيرة على التأثير في المتنقي وتزييف الحقائق، وحصر اهتماماته في الشأن المحلي، بعيداً عن الوضع السياسي العام. فنحن مجبرون على البحث عن ما يدور حولنا، رغم كثرة الاختيارات، فالنتقل من قناة إلى أخرى ومن جريدة إلى أخرى ومن موقع إلى آخر، ما هو إلا عملية مفاضلة بين الأيديولوجيات وبين التخندقات الفكرية. فالإعلام لا يسعى إلى تتوير العقول، لكنه يسعى إلى تدجينها وخلق الكثير من المؤيدين لطرح ما ولتعسف ثقافي ما على حد تعبير باير بورديو، فنحن أحجار فقط في اختيار التعسف الإيديولوجي، الذي يريحنا لا أكثر ولا

¹ ديفيد ماسيان، أحاديث مع نعوم تشومسكي: الدعاية والرأي العام ، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2004، ط، ص 17
² جون ميرل رالف لونشتين، الإعلام ووسيلة وغاية، تر: حضر الحرabi الحرثي، دار المربخ، السعودية، 1989، ص 38.

أقل، حيث يقول زيج مونتيما ومن: "هناك ستة مظاهر وأنت حر في الاختيار، لكن اختيار واحد من بين الستة، حيث ليس هناك اختيارات أخرى"¹، وهذا ما يقوم به الإعلام اليوم، فهو يحاصر المتنقي، ويوجه رأيه العام، لكن تلك التوجهات محسومة ومدرورة مسبقاً، أي إحداث نوع من الإشباع، لكن في نفس الوقت، نوع من العجز أمام السلطة بصفتها آلة ضخمة لا يمكن مواجهتها، ولذلك نجد تعليقات المتابعين لقناة النهار محصورة بين متتبع مؤيد ومنسجم، كونها ترصد الواقع المحلي وتكتشف مكانن الخل، وبين متتبع ناقم يعتر أن ما تقدمه قناة النهار لا يعدو أن يكون حبات اسبرين من أجل تهدئة كل من هو مصاب بمرض مزمن وصداع أرس لا يكاد يفارقه، حيث نجدها تخطاب الواقع وتحاول تعریته، لكن دون تجاوز الخطوط الحمراء، أو دخول منطقة الخطر الخاصة بهرم السلطة.

إن الإعلام اليوم الذي حررنا من خوف مواجهة السلطة بأخطائها، قمعنا بخوف عدم جدوى، هذه المواجهة واستحالة نجحها، إنها تلك الفكرة التي عبر عنها هارير ماس بالسيطرة القامعة والسيطرة المحررة². فنحن انقلنا من سيطرة التلفزيون العمومي⁴، الذي نعرف توجهاته السياسية، إلى عدد لا متناهي من القنوات التي يستحيل معرفة لصالح من تعمل، وماذا تريد أن تمرر لنا، حيث تحول التلفزيون إلى بوابة للزمن، فنحن نشغل الشاشة لتنقل في برهة من الزمن إلى عوالم وأشكال مبهرة، تشذنا حد التسمر في أماكننا، إنها تعرفنا على ثقافات ديانات، أخلاق، أعراف، أجناس، لم نكن لنعرفها، لو لا ارتباط هذه الشاشة بالكون وتحولها إلى أحد أهم الموظفين لدى العولمة، التي تريد تدمير كل ما هو محلي، والتأسيس لكل ما هو معولم، فالتلفزيون اليوم يضيق على الوطن، ويفتح بيوتنا الصغيرة لتحتضن الكون، إنها نبوءة جيل لوبفسكي وجان سيررو في كتابهما شاشة العالم حيث صرحاً قائلين: "القرن الذي يبدأ هو قرن الشاشة كلية الوجود والمتعددة الأشكال، كوكبية ومتعددة الوسائل الإعلامية".³ وهنا تكمن خطورتها، فشكلها وتقنياتها هو في حد ذاته عامل للتأثير ولصناعة الرأي العام، لدى مشاهد يبحث عن من يخفف عنه مآسيه.

2. السلطة السياسية في علاقتها بالإعلام بين المهنية والقمع:

لطالما شكلت العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية، محور اهتمام العديد من التخصصات، التي تريد تفكير طبيعة هذه العلاقة، التي تأرجحت بين التجاذب والصراع. والمتصفح للتاريخ السياسي والاقتصادي، سيجد أنه منذ أزمة الرأسمالية في جوبيلية (آب) 2008 تسارع التفكير النقدي، على بعد السياسي للعلاقة بين الإعلام والتقنية، كما تمثل أيضاً أزمة إعلام مالي بقي دائماً خارج الرقابة، ولا يمكن فصله عن الانترنت، مما يطرح فكرة إضافية، المسألة السياسية المتعلقة بتنظيم هذه الوسيلة ووضع ضوابط لها، إذ كان المراد فعلاً جعلها وسيلة في خدمة الحرية.⁴ فهاجس السلطة الحاكمة ليس الحرية، بقدر ما هو شرعة وجودها،

¹- زيج مونتيما ومن، الأخلاق في عصر الحادة السائلة، ترجمة سعد البزاوي وبثينة الإبراهيم، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، الإمارات العربية المتحدة، بدون طبعة، 2016، ص 196.

²- يورغونير ماس، إيتينا المناقشة ومسألة الحقيقة، ترجمة عمر مهيل، منشورات الاختلاف، الجزائر، الطبعة الاولى، 2010، ص 50.

³- جيل لوبفسكي وجان سيررو، شاشة العالم ثقافة وسائل الإعلام والسينما في عصر الحادة الفاقنة، ترجمة راوية صادق، المركز القومي للترجمة، مصر، بدون طبعة، ص 2012، ص 14.

⁴- دومينيك ولوتون، الإعلام ليس تواصلاً، تر: فارس غصوب، ط1، دار الفارابي، بيروت – لبنان، 2012، ص 15.

وهي بحاجة إلى آليات لتنفيذ هذه الخطة، وهنا تبرز بوضوح قدرة الإعلام، في مساعدة السلطة السياسية أو معارضتها، كما أن السلطة السياسية تمتلك العديد من الأدوات لتوجيه الإعلام، إما بالهيمنة عليه، مالياً، أو قمعه عن طريق قوانين مجحفة، لكن عصرنا اليوم يميل إلى لعبة المال والمصالح المشتركة، بين صانع القرار السياسي، وبين رجل الإعلام، أكثر من ميله إلى أساليب القمع التي حكمت المشهد الإعلامي لفترة طويلة من الزمن، في مجتمعاتنا العربية، ومن بينها المجتمع الجزائري.

حيث أن هناك تجاذبات للمصالح بين الإعلام وأهداف السلطة السياسية، فهنا يمكن أن نتحدث عن تحالف انبثق عن خطة سير وتنظيم لمسار المشهد الإعلامي، الذي يخدم الطرفين، ودليل ذلك هو العلاقات، التي تجمع الصحفيين ب رجال السياسة، حيث يرى الباحث محمد سيد أحمد أن الإعلام يمكن أن يكون أداة لترسييف الوعي الاجتماعي، متأثراً بأيديولوجيا النخبة السياسية والاقتصادية المسيطرة على وسائل الإعلام.¹ وهذا ما كشفت عنه تلك القنوات الخاصة التي دخلت المشهد الإعلامي الجزائري، حيث ومن خلال تتبع طريقة تناولها للأحداث السياسية، سجد نفس الخبر لكن لكل قناة نكها الخاص، وطريقتها في الإخراج، التي تشير بوضوح إلى الجهة الخفية التي تقف خلفها، وتدعمها، وتسعى من خلالها إلى التشhir بطرحها الأيديولوجي، وخلق مناطق نفوذ وهيمنة بين المتقين، وهنا نحن نقصد تلك الهيمنة المميتة حيث يبدو أن الإعلام منفلت من يد السلطة السياسية ومعارض لها، لكنه في نفس الوقت يؤسس لأطروحتها عن طريق نفي البديل والخيار، فكل المتابعين لقناة النهار مثلاً يدركون قدرت القناة على انتقاد الواقع ومثال ذلك برنامج {الشيخ النوي، طالع هابط} لكن مع مرور الزمن يكتشف المتقني أن للشيخ النوي سليط اللسان سقف في عملية النقد، وهو لا يتجاوزه، إضافة إلى أحد أهم البرامج الذي أكد أن القناة تريد النيل من المعارضة لصالح النظام، حيث قامت باستضافة شخصيات معارضة في برنامج رنا حكماناك الكوميدي الخاص شهر رمضان، لكنها لم تتجأ على إستضافة قياديين مثلًا في التجمع الوطني الديمقراطي، أو جبهة التحرير أو أي شخصية محسوبة على النظام، وهذا في إشارة إلى أن القناة تريد تقييم كل المعارضين وتقديم النظام ورموزه على أنه الأفضل على مستوى الساحة السياسية، وهذا ما بت يدركه المتقني، وبيننقدة في تعليقاته وحواراته، كما أن هذا الواقع يشير وضوح إلى قوة السلطة السياسية ومدى هيمنتها على المشهد الإعلامي، ولذلك تتساق القنوات على خدمة مشروعها، من أجل خلق علاقة وطيدة بينها وبين صانع القرار، وبالتالي الاستفادة من الريع، الذي تسيطر عليه السلطة وتقسمه على شركائها.

أما إذا حدث العكس أي صراع للمصالح، ومحاولة الإعلام توجيه الرأي العام نحو حقيقة الوضع السياسي فستصطدم السلطة السياسية الإعلام وستتضيق عليه، خاصة رجال الإعلام النزهاء كاعتقالهم ونفيهم وتشويه صورتهم، وربما قتلهم إن استدعى الأمر ذلك! مثل ما فعل بالصحفي خاشقجي في تركيا. ومثل ما فعل النظام التركي بكل خصومه عن طريق مصادرة الصحف واعتقال الصحفيين بحججة حماية الديمقراطية، إنها الأنظمة السلطوية، التي لبست ثوب الديمقراطية، لكنها ديمقراطية على المقاس، أي ديمقراطية الصوت

¹- محمد سيد احمد، الإعلام وتجريف العقل الجمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، اطيس للنشر والتوزيع ، مصر، الطبعة الاولى، 2015، ص 15.

الواحد، والتوجه الوحيد، نفس الخطاب بالنسبة لقناة الجزيرة، التي تستثنى النظام القطري من خطابتها، رغم كل التجاوزات التي تحدث هناك، لكن الهيمنة والمال يجعلان الصحفى الحر، قابل للبيع وللتفاوض والم مقابلة، حيث يمكن القول: إن الصحافة العربية اليوم لا تمتلك الأخبار ولا تصنعها، لكنها تنتظر التوجيهات من أجل مهاجمة هذا المسؤول أو ذاك¹ إن هذه الاستراتيجية المتبناة من طرف السلطة السياسية في عالمنا العربي اتجاه الفضاء الإعلامي، ولد صحافة منتهية الصلاحية، أو ضعيفة وتسعى إلى العيش فقط، كون السلطة التي إدعت الانفتاح والتحرر، لا تزال تهيمن على مختلف الفضاءات، خاصة مسألة التمويل، مما ساهم في ظهور الصحفى أو التلفزيون الذى ينشط داخل الدائرة الحمراء، التي تخطها السلطة الحاكمة، وهي استراتيجية ولدت نوعاً من النفور لدى المتلقى العربي من السلطة الحاكمة، ومن الصحافة العربية، التي تعمل بالإيعاز حيث أن طبيعة العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين غير سوية في معظمها، ومحصلتها النهاية اغتراب الإنسان العربي عن ذاته وانتهاك حقوقه وفقدان الثقة في هذين النظامين².

إن هذا الجو العام، هو الذي يحكم العلاقة بين المتلقى الجزائري والقنوات الإعلامية، التي ظهرت دفعة واحدة، وهي غير واضحة التصورات والاتجاهات العامة، كل ما يميزها لدى المتلقى، هو طبيعة علاقتها بالسلطة الحاكمة، حيث تتنافس في لعب دور المعارض لكنه دور مبتدئ وفيه الكثير من التلاعيب بالمتلقى، وتجنب الخوض في القضايا الرئيسية، والتي يسعى المشاهد إلى فهمها. لكن مشكلة تلك الصحافة أنها ولدت يتيمة، وليس لها أي مصدر للتمويل، لتجد نفسها أمام هيمنة السلطة وتحتمية التعامل معها، من أجل البقاء، فبدون مال ليس هناك إعلام حر، ولا محترف، بل هناك فقط سلطة مهيمنة، وإعلام يساير هذه الهيمنة، فيتمدد بتوجيهات منها، وبيهادن بطلب منها أيضاً، حيث يرى الباحث عبد الغني عمار "إن هناك علاقة وثيقة بين الهيمنة المادية بكل صورها والأفكار السائدة والمهيمنة بكل أوجهها"³، إنها عملية إعادة الانتاج لطبيعة التلفزيون الواحد، لكل بعده صور وبعدة أوجه، فهناك من يريد لعب دور المتحرر والحداثي، والأخر إسلامي وملتزم، وثالث شعبي و قريب من الشارع، لكن في حقيقة الأمر كلها أدوار تبحث عن التضليل الإعلامي للمتلقى وقمعه نفسياً، من خلال تدوير فكرة السلطة التي لا تقاوم ولا يمكن مواجهتها. إنه خطاب التبييس الذي تفوق الإعلام العربي في إنتاجه، عن طريق تسوييد الواقع وتضخيم صورة السلطة الحاكمة، وهذا ما جاء به هيربرتشيلر في كتابه المتلاعبون بالعقل⁴: "حيث يتحول الإعلام من جهة إلى عملية التضليل ومن جهة أخرى إلى أداة لقهر المجتمع وقمعه".

كما أن كل قناة خط افتتاحي، يجعلك تعرف توجه القناة وخلفيتها وايديولوجيتها، التي تتاضل من أجلها، لكن القنوات العربية وبما فيها قنوات جزائر ما بعد الانفتاح، يغيب عنها هذا الطرح، كونها عبارة عن شكليات لا أساس لها من الصحة، فهي أشبه بقنوات وبرامج حسب الطلب، فهي لا تستهدف فئة معينة، بل

¹ صالح بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسة (1979 - 1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، يناير 1996، ص 09 - 60.

² أدموند صعب، الصحافة وقانون الحرية، مجلة الدراسات الإعلامية، 78، يناير 1995، ص (102 - 105).

³ عبد الغاني عمار، سوسيولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكك وأعادة البناء، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2017، ص 32.

⁴ محمد سيد احمد، مرجع سبق ذكره، ص 21.

تسعى إلى ارضاء الجميع، التخفيف من نسمة المجتمع، وفي نفس الوقت إرضاء السلطة الحاكمة، إن هذه الهجينية المتبعة، هي التي أفقدت تلك القنوات أي شكل من أشكال الثقة لدى المتلقى، كون كل البرامج تزيد أن تقول إنها معارضة، وهي تعمل لخدمة المواطن وطرح مهمومه، لكنها غير قادرة على التخلص من عقدة التبعية والتوجه السلطوي، حيث يقول نعوم تشومسكي "اقرأ دائما الصفحة الأولى في نيويورك تاميز فهي تبين الرابع والهدف الذي حققه"¹. وهو نفس الأمر بالنسبة للقنوات الخاصة في الجزائر، فأي قناة تشاهدتها ستدرك أن السلطة هي الرابحة وماذا ربحت أيضاً، ومن هنا نستطيع القول: إن هناك هيمنة وقمع يمارس على الإعلام في الجزائر، والإعلام بدوره يمارس التضليل والتحوير في نقل الأخبار للمتلقى.

3. قناة النهار TV وازدواجية الدور - التهويل والدعاية المبتلة:

حظيت قناة النهار^{*} TV وهي قناة خاصة، في بداياتها باهتمام ومتابعة المتلقى الجزائري، ولعل الأمر يرجع إلى كونها مست الواقع المعاش واليومي للفرد في المجتمع الجزائري، أين كانت تبث انشغالات المواطنين ووعضياتهم الاجتماعية، وقد تزامن هذا مع إنتخابات 2012، حيث نجحت في تخويف السلطة السياسية، إذ أبرزت مقاطعة كبيرة للانتخابات، ونفور مجتمعي منها، وجعلت الجميع يقتصر أن قناة النهار ستمارس ضغط اجتماعي وسياسي على الحكومة لم يسبق له نظير. لتنقل بعد ذلك إلى التحذير من انهيار الوضع، وبأن السلطة الحاكمة هي أفضل بديل وليس هناك خيارات أخرى، حيث استطاعت توجيه الرأي العام، عن طريق التهويل الإعلامي اتجاه الوضع السياسي، وبطريقة سلسة انتقلت إلى فكرة الدعاية للنظام والتسويق لأفكاره، لقد كان هدفها الرئيسي هو خلق حالة من الرعب والخوف والقلق من مصير مجهول. حيث أن وسائل الإعلام تتتسابق في نشر أخبار العنف والإرهاب، ليس هذا فقط بل إن تلك الأخبار تتحول إلى منشآت يومية دائمة، مما يعني أنها صحفة تبدو متعددة ومنفلترة، لكنها في حقيقة الأمر واحدة، وهي بدون قصد أو بقصد تثير الرعب.² غير أنه وبعد مدة حاول القائمون على قناة النهار الخروج من ذلك الطابع الإخباري البحت، والدخول في معركة المنافسة مع بقية القنوات الجزائرية الخاصة الأخرى، من خلال اقتراح باقة برامجية متعددة منها الاجتماعية، الثقافية والفنية، وكذا السياسية والرياضية، وهذا من أجل استقطاب أكبر عدد من المشاهدين وتسجيل أعلى نسب مشاهدة. وحقيقة قناة النهار اليوم هي من بين القنوات الخاصة،

¹- ديفيد بارمسبيان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

*القناة حققت نسب مشاهدة خلال "البرأيم تايم" بنسبة بلغت 6 من المئة، كما تصدرت قناة "النهار" كعادتها المشهد الإعلامي في الجزائر، حيث تربعت على عرش القنوات الأكثر متابعة من قبل الجزائريين، متقدمة على باقي القنوات الجزائرية والأجنبية، حسب آخر إحصائيات معهد "إيمار" المتخصص في دراسة سير الأراء في الجزائر. وكشف معهد "إيمار" المتخصص في دراسة سير الأراء في الجزائر، في آخر إحصائياته لشهر أكتوبر 2017 ، أنه في الفترة الممتدة بين 19 و 25 أكتوبر، تصدرت قناة "النهار" ترتيب القنوات العشرات الأكثر مشاهدة في الجزائر بنسبة بلغت 44.3 من المائة، متقدمة بقناة "الشروق" بنسبة 43.2 من المائة، وفي المرتبة الثالثة قنوات "mbc4" بنسبة 39.9 من المائة، ثم قنوات الجزائرية الثالثة بنسبة 35.8 من المائة، وقناة "سميرة تي في" بنسبة 32.2 من المائة.

وكشف ذات النتائج، فإن "النهار"، استطاعت أن تتصدر كعادتها القنوات الإخبارية الأكثر مشاهدة من طرف الجزائريين بنسبة 44.3 من المائة، متقدمة بفارق كبير جداً على كل من "الشروق نيوز" 18.1 من المائة، تليها "دايزير نيوز" بنسبة 6.7 من المائة، ثم "فرانس 24" بالعربي بـ 1.9 من المائة. وحسب إحصائيات معهد "إيمار"، فقد تصدرت قناة "النهار" نسب المشاهدة بنظام الربع ساعة للقنوات الإخبارية في الجزائر، خلال وقت الذروة أو ما يعرف بـ "البرأيم تايم" ، وذلك من الثامنة والرابع مساء إلى الحادية عشر ليلا، بنسبة بلغت 6 من المائة. وتؤكد هذه النتائج بأن "النهار" هي القناة الإخبارية رقم واحد في الجزائر، بفضل وفاء وحب الجزائريين الذي يجعلها دائماً في الصدارة، وبفضل برامجها المتنوعة وتركيزها على نقل مشاكل المواطنين إلى المسؤولين، وتقريرها أكثر من واقع الجزائريين من جهة، واهتمامها بالمعلومة الحصرية والأندية والحقيقة من جهة أخرى. انظر <https://www.ennaharonline.com>

18:22 على الساعة 15/12/2018.

²- صالح بوزة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

الرائدة في المشهد الإعلامي والإخباري في الجزائر، أو كما يفضل صحفيو القناة وصفاً "القناة الإخبارية الأولى في الجزائر". فهي تحوي طاقم شبابي نشيط، مفعم بالطاقة ومستعد لبذل المزيد، ومسلط بالتقنيولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

لكنها من جهة أخرى خسرت مصداقيتها، كونها تحولت إلى كلب حراسة للنظام السياسي، عن طريق أسلوب التحرير ضد أشخاص معينين، وتحبط القناة بين دور المعارض ودور الموالي والمادن، خاصة قضية وزير الطاقة السابق شكيب خليل، وقضية محمد راواوة، إضافة إلى قضية الجنرالات الخمسة، وكيف تم التركيز عليهم إخبارياً، إنها ممارسات جعلت المتلقى في الجزائري، يدرك أن هذه القناة تدار من خارج الأسوار، وأن التعليمات البعيدة عن مجال الصحافة هي التي تتحكم في نبرتها الإعلامية، وهنا تفنن المتلقى في توصيف هذه القناة، مثلًا (قناة "الزيقو" أي الصرف الصحي، قناة "الحمار"، قناة "الشيتة"، قناة العار وقناة الانهيار. وغيرها من المسميات) وهي تثبت وجود نقصة من طرف المتلقى حول القناة ودورها في المشهد الإعلامي، إذ أصبحت تعيش حالة من التناقض في تعاملها مع الأحداث، هذه الخاصية التي تشتراك فيها كل الصحافة الجزائرية، حيث أنها تعاني من تكرار الخطاب السياسي المفرغ من محتواه وتحاول تكريس سياسة الدولة، دون وجود قناعة لدى القائمين بالعمل¹

لذلك نجد هذه القنوات تتحبظ بين التهويل الإعلامي من أجل كسب رضا المشاهد، لكنها لا تتخلى عن سياسة الدعاية المبتذلة من أجل إرضاء الحكومة والنيل من خصومها، وإذا عدنا إلى برنامج الكاميرا الخفية الذي يستضيف شخصيات سياسية ويضعها في مواقف محرجة، نجد أنه اكتفى بالمعارضين، أو حتى بوزراء قد انتهت صلاحيتهم، بينما تجنب أحزاب السلطة، وهذا في محاولة واضحة للتبخيس بالمعارضين والنيل منهم، كما أن أغنية الجنيريك تطرق إلى مؤسسة الأمن DRS ولمديريها آنذاك الجنرال توفيق، وهذا ما يعتبر ضرب تحت الحرام للخصوم الذين يتم تحديدهم من طرف العصب الحاكم داخل النظام السياسي.

وتسعى القنوات الخاصة في الجزائر وراء التميز والمنافسة عبر فكرة "السبق" في الخبر وتغطيته، والوصول إلى المعلومة أولاً، ولعل هذا السباق سيكون على حساب نوعية الخبر المقدم ودرجة أهميته، فما هو ملاحظ على المحتوى الإعلامي، الذي يبث على قناة النهار أنه مبتذل وبعيد عن الاحترافية أحياناً، لأنها لا تهتم بتحليل الحدث بقدر ما تهتم بنقل صورة دون تعليل، ولعل هذا ما جرى في الأحداث الأخيرة في غرفة البرلمان أين أعلن نوابه إضرابهم رافضين بقاء رئيس المجلس، فقد شاهدنا ذلك التهويل الإعلامي "للكادنا" التي وضعت بمدخل قصر البرلمان، وصورتها التي تكررت لأيام على الشاشة، كما إستعمال هذا اللفظ في معظم المقالات التي كتبت والنقاشات التي دارت حول الموضوع، وفجأة توقفت النهار عن متابعة الحدث بعد كل تلك الحركة التهويلية! ليبقى الأمر مبهم ومحل تساؤل، أي من وراء هذه الاستراتيجية؟

¹- سمير عطاء الله، تحية للصحافة في الجزائر، مجلة الدراسات الإعلامية (78)، يناير 1995، ص (17 - 09)

إن ما يبرر الدور المزدوج لقناة النهار بين الدعاية والتهويل، هو كونها مشروع إعلامي إستثماري، أو كما سماها البروفيسور مصطفى راجعي مقاولاتية إعلامية¹، فهي قناة خاصة لا تستقبل أي دعم حكومي بل تعتمد على مداخيل الإشهار التجاري ودعم ساعات المشاهدة. وبالتالي تعمل لتسתר، فتجدها تدعم السلطة السياسية لتكتب الحصانة والحماية، فتقوم بتهويل بعض الأحداث من أجل شغل الرأي العام عن حقيقة الوضع، وتارة أخرى تجدها تبحث عن الجمهورية² وهي المبادرة إلى الاستجابة للجمهور - في خروجها للشارع الجزائري، ونقل انشغالات ومعاناة مواطنية، ومعالجة قضيائهما Peopolisation الاجتماعية، باستضافة أساتذة جامعيين ومحللين ألفا وجوههم في كل نقاش على قناة النهار، وكان لا وجود لغيرهم! أو لأنهم يفهون السياسة الإعلامية لقناة، وهنا يمكن القول: إن القناة تحكمها النظرة الاستبدادية للإعلام، حيث تعتقد نخبتها أنها تفهم الحقيقة أكثر من عامة الجماهير، ويفترضون أن عليهم استخدام الصحافة والراديو والتلفزيون لنقل المعلومات وتقديرها للطبقات الدنيا³ إنه تضخم الأنماط لدى صحافة ناشئة ومتخبطة في نفس الوقت.

ذلك مبدأ "buzz" أو البحث عن النجمية المفعولة، هي من تقود القنوات الخاصة في الجزائر، لا إلى المهنية والاحترافية، بل نحو التخبط وغياب الخط الافتتاحي الواضح، والطرح المقبول اجتماعياً، فدائماً ما تحاول هذه الفضائيات مناقشة القضيائين التي تثير الرأي العام، أو تلك التي تمس جانب من المسكون عنه والطابوهات في المجتمع، وهذا ما تبحث عنه قناة النهار من خلال برنامج "ما وراء الجدران" وهو أحد برامجها الاجتماعية، التي تعنى بمعالجة قضيائياً أسرية ومجتمعية، بأسلوب أقل ما يقال عنه أنه مبتلوكوميدي يمزج بين القانون والدين، بينما يغيب عنه مستوى التحليل الراقي، ويحكمه أسلوب حوار غير واضح وغير مفهوم، لتنتهي كل حلقة بجدال عقيم، لا يفرز أي حل للمشكلة.

وهنا نجد الموضوعية والاحترافية في تراجع مستمر، حيث أصبح هم القناة البحث عن أكبر عدد من المشاهدين، عن طريق برامج مبتذلة، وحوارات تكون مصنوعة، مثلاً برنامج انصحوني، والذي تخرج فيه المواضيع في كثير من الأحيان من الفتوى الدينية إلى الفتوى في قالب فكاهي وهو ما أكسبه شهرة، ورغم ذلك يستمر الشيخ شمس الدين في الرد على الأسئلة الغربية، وما يزيدها غرابة هو استدلاله بالأغاني أو الحكم الشعبية. وهذه النوعية من البرامج تضاف إلى قائمة النقاط السوداء لسمعة القناة عند المتنقي الجزائري، لكن ما يبدو، هو أن الهم الوحيد للقائمين على القناة هو السعي إلى المزيد من الأرباح، وهذا ما يؤكده الباحث ناصر جابي حين يقول: "هناك حالة من التخلّي عن الأخلاقيات عند كثير من الصحفيين، الذين حولوها إلى مهنة للاسترزاق".⁴

¹ مصطفى راجعي، "المادة يكره المتفقون قناة النهار؟" الجزائر 24، http://aljazair24.com/media/43863.html، نشر يوم 29 يوليو 2017، تصفح يوم 02/12/2018، على الساعة 23:07.

² مصطلح اعتمده دومينيك ولتون في كتابه الإعلام ليس تواصل.

³ - شهادات عن تدهور الحرية للصحافة الجزائرية، دراسات اعلامية (78)، يناير مارس 1995، ص 9، 17.

⁴- ناصر جابي، الجزائر سنوات بونقلية: مقالات في السياسة والاجتماع، دار الامة للطباعة و النشر والتوزيع برج الكيفان الجزائر، 2013، ص 226.

من جهة أخرى، فإن الإنسان لا يصدق إلا ما يراه، وهنا يمكن طرح سؤال حول مصداقية تلك الأخبار التي تصرح بها القناة، وهي في الغالب غير مرفقة بالصور! وهذا ما جعل المتنقي الجزائري يشكك في مصداقية الأخبار، التي تبث على قناة النهار، ولا يتبعها دليلاً بصرياً. كذلك الزويبة التي أثيرت حول ما صرحت به مديرها العام أنيس رحماني، حول فوز قناة النهار بالمرتبة الثانية كأحسن قناة إخبارية في العالم، في حين أن الحقيقة كانت هي شهادة مشاركة في حفل "يولتساب" سنة 2016 حسب ما كشفت عنه العديد من وسائل الإعلام الموازية، كون الجائزة استلمتها قناة فرانس 24.¹

وهنا تحولت قناة النهار إلى مؤسسة إعلامية تعاني من ازدواجية الخطاب، حيث تسعى إلى كسب الجمهور والتقارب من السلطة في نفس الوقت، واسترضاء رجال الأعمال، وهذا ما افقدتها مصداقيتها لدى المشاهد، وتحولت إلى قناة فاقدة للمصداقية الإعلامية، وذلك بسبب لعب دور التهويل والدعائية في نفس الوقت.

مناقشة الفرضيات: من خلال هذه الدراسة يمكن القول: تتحقق الفرضية الأولى، حيث أن المتنقي الجزائري لم يعد يثق في ما تقدمه القنوات الخاصة، سيما قناة النهار، حيث أصبحت مواقف المشاهد الجزائري رافضة لسياسة القناة، كونه توصل إلى وجود نوع من التحايل في لعب دور السلطة الرابعة، فمن جهة القناة تسابر وتواكب كل ما هو محلي، لكنها تتغفل أو تسكت عن كل ما هو سياسي وصادر عن السلطة الحاكمة.

أما فيما يخص الفرضية الثانية، فيمكن القول: إن عملية التعامل التي تمارسها قناة النهار اتجاه الوضع السياسي العام، ومسائرتها لتوجهات النظام السياسي، ومهاجمتها لخصمه يشير بوضوح إلى وجود علاقة بين القناة وبين السلطة الحاكمة، وهي علاقة تقوم على التمويل، وذلك فإن السلطة السياسية، هي التي تحكم وتوجه المضمون الإعلامي للقناة، مقابل حصول القناة على امتيازات مادية ومعنوية، حيث تحظى القناة بحصة معتبرة من الإشهار العمومي، وهي أيضاً تستفيد من الحصول على الكثير من السبق الصحفي، والتسريبات الإعلامية المتعلقة بالقرارات الهامة، وبذلك يمكن القول: بتحقق الفرضية الثانية.

الخاتمة:

في الأخير لا نستطيع أن ننكر أن هناك علاقة بين السلطة السياسية والقنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر، فبعيداً عن المهنية والاحترافية الوهمية، فالإعلام الخاص هو إعلام استثماري، يشتغل فوق منطق المقاولة الإعلامية، التي ذكرها بروفيسور راجعي كممارسة معيبة في حق مؤسسات الإعلام والرأي، وهذا ما أذهب بريق المشهد الإعلامي وشفافيته، وشكك في مصداقيته لدى المتنقي، الذي أصبح يعتبر هذه القنوات مجرد مؤسسات ربحية، وعلى علاقة وطيدة بالسلطة الحاكمة، وإن كانت تمارس المعارضة في العلن، فإنها تمرر الخطاب السياسي الرسمي في السر، لكن بمرور الوقت لم يبقى هناك ما تحت الطاولة، حيث أصبحت كل القنوات محل إتهام من طرف المتنقي، الذي شعر بوجود نوع من الاتفاق الضمني بين السلطة الحاكمة والقنوات الخاصة، سيما قناة النهار.

¹- فايسيوكيون يهاجمون قناة النهار بعد كذبة يولتساب، موقع الجزائر وان، <http://aljazair1.com>، تصفح يوم: 26/11/2018، 20:24.

وبعيداً عن المقاولاتية، فلا يبدو أن القنوات الخاصة في الجزائر تمارس حرية الرأي والتعبير، رغم دمقرطة نظام الدولة، الذي يحفظ لها هذا الحق. لأن هناك نوع من الهيمنة الخفية للسلطة السياسية، على مضمون المحتوى الإعلامي، الذي تتبه مختلف وسائل الإعلام، لأن هذه الأخيرة يمكن أن تهز استقرار الدولة وتتدخلها في حلقة صراعات لا تنتهي، مثل ما لعبه الإعلام في الحرب العالمية الأولى أين أرجع هتلر هزيمة ألمانيا في الحرب إلى تأثير الإذاعة كأحد الأسباب، وهذا يمكن الإشارة إلى بعض التوصيات التي خلصت إليها الدراسة:

- ضرورة الفصل بين العمل السياسي والعمل الإعلامي.
- تحديد رجال المال والإعلام عن المشهد الإعلامي.
- ضرورة تكون الصحفيين وتزويدهم بتجارب عالمية وعلمية في مجال الصحافة.
- عدم السماح للإعلام بالمساس بهيبة الدولة ومؤسساتها، حيث أن هناك فرق بين المهنية والتشهير.
- تحرير القنوات الإعلامية من حاجس التمويل، وبذلك ضمان هامش من المصداقية.
- سن قوانين في مجال الإعلام والصحافة تحدد الحقوق والواجبات والمسؤوليات كل الاطراف.

قائمة المراجع:

- (1) بن عباس فتحية، (2012)، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2012.
- (2) جوزيف س ناي، (2007)، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، تر: محمد توفيقالجريمي، ط1، العبيكان للنشر، السعودية.
- (3) جون ميرل رالف لونشتين، (1989)، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرabi الحرثي، دار المريخ، السعودية.
- (4) جون ميرل رالف لونشتين، (1989)، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرabi الحرثي، دار المريخ، السعودية.
- (5) جيل لويوفسكي وجان سيرو، (2012)، شاشة العالم ثقافة وسائل الإعلام والسينما في عصر الحادثة الفانقة، ترجمة راوية صادق، المركز القومي للترجمة، مصر.
- (6) ديفيد بارناسيان، (2004)، أحاديث مع ناعوم تشومسكي: الدعاية والرأي العام ، ط1، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية.
- (7) دومينيك ولتون، (2012)، الإعلام ليس تواصلا، تر: فارس غصوب، ط1، دار الفارابي، بيروت - لبنان.
- (8) زيمونتباون، (2016)، الأخلاق في عصر الحادثة السائلة، ترجمة سعد البزاعي وبثينة الإبراهيم، هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة، الإمارات العربية المتحدة.
- (9) شهادات عن تدهور الحرية للصحافة الجزائرية، دراسات اعلامية(78)، يناير مارس 1995، ص ص 9، 17.
- (10) صالح بوزة، (يناير 1996)، السياسة الاعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسة (1979 - 1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13.
- (11) عبد الغاني عmad، (2017)، سوسيولوجيا الهوية جدليات الوعي والتفكك وإعادة البناء، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان.
- (12) محمد سيد احمد، (2015)، الإعلام وتجريف العقل الجمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، ط1، أطلس للنشر والتوزيع ، مصر.

- (13) ناصر جابي، (2013)، الجزائر سنوات بوتقليلة: مقالات في السياسة والمجتمع، دار الأمة للطباعة و النشر والتوزيع برج الكيفان الجزائري.
- (14) ناعومتشومسكي، (2003)، السيطرة على الإعلام، تر: أمينة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، ط1، جمهورية مصر العربية.
- (15) يورعن هاربر ماس، (2010)، إتيقا المناقشة ومسألة الحقيقة، تر: عمر مهيل، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر.
- الموقع الإلكتروني:**
- (16) "فايسبوكيون يهاجمون قناة النهار بعد كذبة يوتنسات"، موقع الجزائر وان، تصفح يوم: 26/11/2018، 20:24. انظر الرابط: <http://aljazai1.com>
- (17) مصطفى راجعي، "لماذا يكره المثقفون قناة النهار؟" الجزائر24، نشر يوم 29 يوليو 2017، تصفح يوم 02/12/2018، على الساعة ، انظر الرابط: <http://aljazair24.com/media/43863.html>.23:07

الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدرسة المغربية

The need for media education in Moroccan Schools

الشريف الهلالي

باحث دكتوراه، جامعة محمد الأول - وجدة، المغرب

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في أهمية التربية الإعلامية وأدوارها في حماية المترضين للرسائل الإعلامية المختلفة، وال الحاجة إليها ومسؤولية المجتمع والدولة في تفعيلها. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للبحث في هذه الإشكالية. وتوصلت الدراسة إلى ضرورة التكامل والتعاون بين ميداني التربية والإعلام. وأن التربية الإعلامية لم تعد مشروع دفاع فحسب بل مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة. وكذا ضرورة تحمل المجتمع والدولة لمسؤولياتهما في تفعيل التربية الإعلامية أمام تزايد الاستهلاك الإعلامي والمخاطر المحدقة بالشباب.

الكلمات المفتاحية:

التربية، الإعلام، التربية الإعلامية، الإعلام التربوي، مسؤولية المجتمع، المدرسة.

Abstract:

This study aims to investigate the importance of media education, its roles in protecting students from what they are being exposed to through various media messages, a call to the urgency of its needs, and the responsibility of the society and the state to implement them. The study adopts the analytical descriptive approach to research in this phenomenon. The study's results give rise to the need for integration and cooperation between the fields of education and media, and that media education was not merely a defense project but a project of empowerment aims to prepare youths to understand the media culture that surrounds them and to develop selective and critical thinking and to effectively and efficiently participate. Moreover, the prerequisite for the society and the State to take their responsibilities in launching media education because of increased rate of media consumption and the dangers to youths.

key words:

Education, Media, Media education, Educational Media, The responsibility of society, School.

مقدمة:

لا يختلف اثنان على قوة القصف الإعلامي الذي تتعرض له في كل لحظة عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، وذلك بالنظر إلى التطور التكنولوجي الذي أتاح للعديد منا التوفير على هاتف ذكي أو حاسوب لوحي أو أية أداة أخرى للربط بالإنترنت واستقبال رسائل مختلفة من هنا وهناك. ويؤكد قوة هذا القصف وقوتها أنها أفادت به جريدة الصباح المغربية نقلًا عن مركز اليكسا الأمريكي الشهير أن المغاربة يلجون إلى 55 مليون موقع إباحي ويبحثون عن كلمة "جنس" 24 مليون مرة شهريًا، بينما صنف تقرير بريطاني أعدته مؤسسة "Policy Exchange" المغرب من الدول الأكثر ولوجاً لمنشورات "داعش". أما مؤسسة ماروك مترى، المتخصصة في قياس نسبة مشاهدة القنوات التلفزيونية المغربية - والتي جدد المركز المهني لقياس نسبة مشاهدة التلفزة عقدها لست سنوات أخرى - فقد أكدت أن النساء يقضين 3 ساعات و45 دقيقة أمام التلفزيون يومياً، والأطفال 3 ساعات و20 دقيقة حسب الأرقام النهائية الخاصة بسنة 2017، أمام هذه الأرقام الصادمة وفي سياق البحث عن حلول ناجعة، لحماية مختلف الفئات المعرضة للرسائل الإعلامية المختلفة - الوطنية والأجنبية وغيرها - يلوح في الأفق بريقأمل في ما بات يعرف في الأوساط الأكademie بال التربية الإعلامية.

اهتمت منظمة اليونسكو مبكرًا بال التربية الإعلامية منذ سبعينيات القرن الماضي، حيث أكدت على الحاجة الماسة إليها عبر تنظيمها لعدد من المؤتمرات والمنتديات الدولية الوزنة أبرزها جرانوالد وفيينا والرياض وغيرها، وقد سارعت عدد من الدول المتقدمة إلى تفعيلها وتدريسها في الجامعات والمعاهد، بل ومنذ فترات مبكرة من التعليم الابتدائي، الشيء الذي لا زال يشكل تحدي في المغرب والوطن العربي حيث لم يتم التعاطي الإيجابي مع التربية الإعلامية إلا متأخرًا في عدد محدود من الدول العربية وفي مقدمتها لبنان، وقد بادرت الجامعة الأمريكية اللبنانية في بيروت إلى تكوين أطر في التربية الإعلامية من خلال أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية باعتبارها جامعة صيفية تسهر على تكوين أطر عربية وأجنبية في أفق تعميم تدريس التربية الإعلامية في الوطن العربي.

إشكالية الدراسة:

أمام القصف الإعلامي الذي يتعرض له المتتبع والمشاهد لوسائل الإعلام المختلفة، والرسائل المتعددة والكبيرة التي تستهدف فئات المجتمع ذكوراً وإناثاً، صغراً وكباراً، وفي سياق العلاقة الجدلية بين الإعلاميين والتربويين والاتهامات المتبادلة حول التأثير على تربية النشء والمسؤولية المباشرة مما يعنيه المتعلمون في المدارس وخارجها، والدعوة إلى انسجامها وتكامل أدوارهما، فإن الدراسة تناقش أهمية التربية الإعلامية في المدرسة المغربية وال حاجة الملحة إليها باعتبار دورها في الحماية من الرسائل السلبية التي تستهدف الناشئة والشباب على الخصوص، وكذا وعي المسؤولين الإعلاميين والتربويين بتفعيلها. وتكمّن إشكالية الدراسة في السؤال الإشكالي الرئيسي التالي: ما مدى أهمية التربية الإعلامية في المدرسة المغربية وما مدى وعي المسؤولين التربويين والإعلاميين بتفعيلها؟

وانطلاقاً من هذا السؤال، ترفض الأسئلة الفرعية التالية نفسها:

- ماعلاقة التربية بالإعلام؟
- ما مفهوم التربية الإعلامية؟ وما المفاهيم المشابهة لها؟
- ما أهميتها ودورها في حماية الناشئة والمعرضين للرسائل الإعلامية المختلفة؟
- ما مدى قدرتها على مواجهة التحديات التربوية والقيمية؟
- ما مسؤولية المجتمع والدولة في تفعيلها وتدريسها بالمؤسسات التربوية والجامعة؟

أهداف الدراسة:

تروم الدراسة الحالية تحقيق الأهداف التالية:

- بيان الحاجة الماسة إلى التربية الإعلامية في المدرسة المغربية.
- تعرف أهمية التربية الإعلامية في حماية المعرضين لوسائل الإعلام من سلبيات رسائلها.
- التمييز بين مفهوم التربية الإعلامية والمفاهيم القريبة منها.
- بيان العلاقة بين الإعلام والتربية وضرورة التكامل والتنسيق بينهما.
- التعرف على تاريخ وتطور مفهوم التربية الإعلامية.

أهمية الدراسة:

يمكن أن تُثْبِت الدراسة الحالية في:

- دفع وتحث المسؤولون التربويون إلى تفعيل التربية الإعلامية وتدريسها ب مختلف أطوار المدرسة المغربية.
- تشجيع الفاعلون التربويون والإعلاميون على التعاون وتنسيق الجهود في اتجاه الدفاع والحماية وتمكين الشباب والمتعلمين والمعرضين لوسائل الإعلام من امتلاك ثقافة إعلامية وفكر نقدي يمكنهم من فهم رسائل الإعلام المختلفة وتجاوز سلبياتها.
- توعية الأسرة بخطورة وحساسية التهاون مع الأبناء فيما يخص تعاملهم مع وسائل الإعلام و تعرضهم لرسائله دون مصاحبة ولا مراقبة.
- تشجيع المؤتمرات والمنتديات ومراكز الدراسات والبحوث على المزيد من البحث والدراسة في موضوع التربية الإعلامية باعتبارها موضوعاً راهنياً وأنئاً وحديثاً في المغرب والوطن العربي.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف ويحلل مفهوم التربية الإعلامية من خلال المعاجم المختلفة ويبين تطوره بالنظر إلى ما ورد في الأدبيات والمؤتمرات الدولية التي تناولته، ويقارنه بالمفاهيم المشابهة له، كما يحلل العلاقة بين الإعلام والتربية ويبين أهمية التربية الإعلامية وال حاجة إليها ومسؤولية المجتمع والدولة في تفعيلها وتدريسها في مختلف مراحل التربية والتعليم.

أولاً: التربية والإعلام: أية علاقة؟

إن مفهوم التربية الإعلامية من المفاهيم الرئبية التي لازالت تحتاج إلى الكثير من الدراسة والبحث من مختلف الزوايا وال مجالات، وذلك لحداثة المفهوم في الأبحاث والدراسات العربية ولاختلاف الباحثين حول مفهومها وتباعين اتجاهاتهم وتخصصاتهم العلمية والفكرية والمعرفية، وعلى هذا الأساس فإنه لابد من الوقوف على طرفي المفهوم: التربية والإعلام، والتعرف على العلاقة الجدلية والمتيرة بينهما.

1- في مفهوم التربية:

باستقراء المعاجم العربية نجد كلمة تربية تختلف في دلالتها باختلاف أصولها اللغوية، فهي تارة تدل على الزيادة والنماء والارتفاع وتارة أخرى على التنشئة والتأديب والتعليم والإصلاح وثالثة على السياسة والرئاسة. ففي كتاب العين، "ربته وتربيته أي غذؤته، وربا المال يربو في الريا أي يزداد"¹ وفي لسان العرب نجد "ربأت الأرض رباء: زبت وارتقت"² وفي الصلاح "ربوت فيبني فلان وربيت أي نشأت، وربته تربية وتربيته أي غذؤته، كذا لكل ما ينمي كالولد والزرع ونحوه."³ وورد في المعجم الوسيط أيضاً "ربَّ الولد ربًا: ولية وتعهده بما يغذيه وينميه ويؤدبها، وربُّ القوم: رأسهم وساسهم. وربُّ الشيء: أصله ومتنه"⁴ والتربية أيضاً مشتقة من الرب والذي هو "في الأصل: التربية، وهو إنشاء الشيء حالاً فحالاً إلى حد التمام".⁵

في اللغة الإنجليزية كلمة (Education) مأخوذة من اللاتينية E-ducere أي يقود خارجاً⁶ وتطلق على عملية التدريس والتدريب والتعلم، خاصة في المدارس والثانويات، وذلك لتطوير المعرفة وتنمية المهارات⁷ وتحتفل التربية عن التعليم في الجوهر والمضمون على اعتبار أن "التربية تحمل معنى أخلاقياً والتعليم يحمل معنى معرفياً".⁸

ويختلف تعريف التربية اصطلاحاً باختلاف المناطق الفلسفية، التي تسلكها الجماعات الإنساني في تدريب أجيالها، وإرساء قيمها ومعتقداتها، وباختلاف الآراء حول مفهوم العملية التربوية وطرقها ووسائلها.⁹ فال்�تربية عند جون ديوينتف يقف على نقل مكتسبات المجتمع ضماناً لاستمرار وجوده، فهي "حاصل جمع العمليات والسبل التي ينقل بها مجتمع ما -سواء أكان صغيراً أم كبيراً- قوته المكتسبة وأهدافه بقصد ضمان استمرار وجوده ونموه".¹⁰

¹ أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تحقيق: مهدي المخزومي وإبراهيم السامرائي، الجزء الثامن، مؤسسة دار الهجرة، الطبعة الثانية، إيران 1409هـ ص 283

² ابن منظور جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم، لسان العرب، ج 18، طبعة القاهرة، دار المعارف، 1981، مادة ربأ ص 1546
³ إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الجزء السادس، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، الطبعة الثانية، دار العلم للملايين، بيروت سنة 1978، مادة ربأ ص 2350

⁴ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، دط دت، مادة رب ص 321

⁵ الراغب الأصفهاني، مفردات الفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان داودي، الطبعة 4، الدار الشامية، بيروت، 2009، ص 336.
⁶ شبل بدران وأحمد فاروق محفوظ، أساس التربية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الخامسة، الإسكندرية، مصر 2005، ص 16.

⁷ Oxford Advanced Learner's Dictionary International Student's Edition p 467

⁸ شبل بدران وأحمد فاروق محفوظ، أساس التربية، ص 17.

⁹ بهاء الدين الزهوري، المنهج التربوي الإسلامي للطفل، حمص، مطبعة اليمامة، 1423هـ / 2002م، ص 16.

¹⁰ رالف وين، قاموس جون ديوين للتربية مختارات من مؤلفاته، ترجمة محمد علي العريان، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة 1964

ونقصد بالتربيـة في هذه الـدراسة: عملية تـنشـئة الأفراد الفـكرـية والـخـلـقـية وتنـمية قـدرـاتـهم المـخـلـفـة دـاخـلـ المـدـرـسـة وخارـجـها. وهو المعـنى الشـائـع في استـعـمالـه عند الدـارـسـين.

2- في مفهوم الإعلام:

يعتـبرـ الإـعلامـ منـ المـفـاهـيمـ العـصـرـيـةـ التـيـ تـنـطـبـقـ عـلـىـ عـمـلـيـةـ الـاتـصـالـ وـالـتـيـ تـسـتـعـمـلـ الوـسـائـلـ الـحـدـيـثـةـ منـ صـحـافـةـ وـإـذـاعـةـ وـتـلـفـيـزـيونـ وـإـنـتـرـنـتـ،ـ وـلـمـ تـنـطـلـقـ قـدـيـمـاـ كـلـمـةـ إـلـمـاعـمـ عـلـىـ عـمـلـيـةـ الـاتـصـالـ،ـ بلـ عـرـفـ الـدـينـ إـلـاسـلـامـيـ نـوـعاـًـ مـنـ الـاتـصـالـ سـمـيـ الدـعـوـةـ أوـ التـبـلـيـغـ،ـ وـهـوـ أـقـرـبـ إـلـىـ الـمـفـهـومـ الـعـصـرـيـ لـلـإـلـمـاعـمـ،ـ وـهـيـ كـلـمـةـ مـسـتـحـدـثـةـ تـرـجـمـتـ مـنـ الـلـغـاتـ الـأـورـوبـيـةـ".¹

وقد اهـتمـتـ القـوـامـيـسـ الـعـرـبـيـةـ وـالـأـجـنبـيـةـ بـتـعرـيفـ إـلـمـاعـمـ،ـ فـفـيـ لـسـانـ الـعـربـ "إـلـمـاعـمـ"ـ مـشـتـقـ مـنـ عـلـمـ الشـيـءـ أيـ فـهـمـ وـإـدـراـكـهـ،ـ وـإـلـمـاعـمـ هـوـ إـلـخـبـارـ بـالـشـيـءـ وـوـضـعـ عـلـمـةـ عـلـيـهـ"²ـ وـ"أـعـلـمـتـهـ وـعـلـمـتـهـ فـيـ الـأـصـلـ وـاحـدـ،ـ إـلـاـ أـنـ إـلـمـاعـمـ اـخـتـصـ بـمـاـ كـانـ بـإـخـبـارـ سـرـيـعـ وـتـعـلـيـمـ اـخـتـصـ بـمـاـ يـكـوـنـ بـتـكـرـيرـ وـتـكـثـيرـ حـتـىـ يـحـصـلـ مـنـهـ أـثـرـ فـيـ نـفـسـ الـمـتـلـعـمـ".³ـ أـمـاـ فـيـ الـلـغـاتـ الـأـجـنبـيـةـ فـكـلـمـةـ (information)ـ فـيـ الـلـغـةـ الـأـنـجـلـيـزـيـةـ تعـنيـ "ـحـقـائـقـ وـتـفـاصـيلـ حـولـ شـخـصـ مـاـ أـوـ شـيـءـ مـاـ".⁴ـ وـهـيـ فـيـ الـلـغـةـ الـفـرـنـسـيـةـ "ـفـعـلـ إـلـخـبـارـ بـمـجـمـوعـةـ مـنـ الـمـعـلـومـاتـ".⁵ـ وـأـيـضاـ تـدـلـ عـلـىـ "ـالـمـعـلـومـةـ أوـ الـحـدـثـ الـذـيـ يـتـمـ بـهـ إـخـبـارـ فـرـدـ أوـ جـمـاعـةـ مـاـ".⁶ـ وـإـذـ كـانـتـ الـمـقـارـيـاتـ الـلـغـوـيـةـ لـلـمـفـهـومـ لـاـ تـخـرـجـ عـنـ وـجـودـ مـعـلـومـةـ أـوـ مـعـلـومـاتـ مـخـلـفـةـ وـمـتـنـوـةـ يـتـمـ نـقـلـهـاـ مـنـ طـرـفـ إـلـىـ آـخـرـ فـيـ سـيـاقـ مـاـ،ـ فـإـنـ مـفـهـومـ إـلـمـاعـمـ اـصـطـلـاحـاـ قدـ تـنـاوـلـتـهـ عـلـومـ مـخـلـفـةـ كـثـيرـةـ مـنـ زـوـاـياـ مـتـعـدـدةـ،ـ لـكـنـاـ سـنـقـصـرـ اـخـتـصـارـاـ عـلـىـ مـاـ يـفـيـ بـالـغـرـضـ:

فقد أـشـارـ المـهـديـ الـمنـجـرـةـ إـلـىـ تـعرـيفـ الـأـنـثـرـوـبـولـوـجـيـ وـعـالـمـ الـاجـتمـاعـ الـبـرـيطـانـيـ كـرـيكـورـيـ بـاتـسـونـ (Gregory Bateson)ـ لـلـإـلـمـاعـمـ باـعـتـبارـهـ "ـالـتـبـاـيـنـ الـذـيـ يـصـنـعـ التـبـاـيـنـ".⁷ـ وـعـرـفـ الـأـلـمـانـيـ أوـتوـ جـروـثـ (Otto Groth)ـ بـأـنـهـ "ـالـتـعبـيرـ الـمـوـضـوعـيـ لـعـقـلـيـةـ الـجـمـاهـيرـ وـلـرـوـحـهـاـ وـمـيـولـهـاـ وـاتـجـاهـاتـهـاـ فـيـ نـفـسـ الـوقـتـ".⁸ـ كـمـاـ أـنـ الـإـلـمـاعـمـ هـوـ "ـتـزـوـيدـ الـجـمـهـورـ بـالـمـعـلـومـاتـ الصـحـيـحةـ أـوـ الـحـقـائـقـ الـواـضـحةـ".⁹ـ وـهـوـ أـيـضاـ "ـكـافـةـ أـوـجـهـ النـشـاطـ الـاتـصـالـيـةـ الـتـيـ تـسـتـهـدـفـ تـزـوـيدـ الـجـمـاهـيرـ بـكـافـةـ الـحـقـائـقـ وـالـأـخـبـارـ الصـحـيـحةـ وـالـمـعـلـومـاتـ السـلـيـمةـ عـنـ الـقـضـاياـ وـالـمـوـضـوعـاتـ وـالـمـشـكـلـاتـ وـمـجـرـياتـ الـأـمـورـ بـطـرـيـقـةـ مـوـضـوعـيـةـ".¹⁰ـ وـهـنـاكـ تـعـرـيـفـاتـ كـثـيرـةـ لـلـإـلـمـاعـمـ،ـ تـرـتـبـتـ مـرـةـ بـالـمـعـلـومـةـ الـمـنـقـولةـ وـالـمـحتـوىـ وـالـمـضـمـونـ وـأـخـرـىـ تـهـمـ بـأـطـرـافـ الـاتـصـالـ وـثـالـثـةـ بـالـسـيـاقـ وـرـابـعـةـ بـالـوـسـائـلـ

¹ زـهـيرـ إـحدـانـ،ـ مـدـخـلـ لـعـلـمـ الـإـلـمـاعـمـ وـالـاتـصـالـ الـجـازـانـ:ـ دـيـوانـ الـمـطـبـوعـاتـ الـجـامـعـيـةـ،ـ 2002ـ صـصـ 14ـ15ـ.

² ابنـ منـظـورـ،ـ لـسـانـ الـعـربـ،ـ مـادـةـ عـلـمـ.

³ الرـاغـبـ الـأـصـفـهـانـيـ،ـ مـفـرـدـاتـ الـفـاظـ الـقـرـآنـ،ـ مـادـةـ عـلـمـ.

⁴ Oxford Advanced Learner's Dictionary International Student's Editionp 765

⁵ Paul Robert, Le Petit Robert p 346

⁶ Ibid.

⁷ المـهـديـ الـمـنـجـرـةـ،ـ حـوارـ التـوـاـصـلـ مـنـ أـجـلـ مجـتـمـعـ مـعـرـفـيـ عـادـلـ،ـ مـطـبـعـ النـجـاحـ الـجـديـدـ،ـ الطـبـعـةـ 11ـ،ـ الدـارـ الـبـيـضاءـ،ـ 2005ـ،ـ صـ 11ـ.

⁸ يـحـيـيـ الـبـيـحـلـوـيـ،ـ فـيـ الـإـلـمـاعـمـ وـالـسـيـاسـةـ وـالـاخـلـقـ،ـ مـنـشـورـاتـ عـكـاطـ الدـارـ الـبـيـضاءـ،ـ 2015ـ،ـ صـ 21ـ؛ـ وـأـيـضاـ:ـ لـمـعـكـشـوـيـ مـحـمـاديـ،ـ الـمـغـيـدـ فـيـ شـرـحـ قـانـونـ الـصـحـافـةـ وـالـشـرـبـ الـمـالـيـ،ـ مـطـبـعـ النـجـاحـ الـجـديـدـ،ـ الطـبـعـةـ الـأـولـىـ،ـ الدـارـ الـبـيـضاءـ،ـ 2009ـ،ـ صـ 14ـ.

⁹ حـمـزةـ عـبـدـ الـطـيـفـ،ـ الـإـلـمـاعـمـ لـهـ تـارـيـخـهـ وـمـذـاـعـبـهـ،ـ دـارـ الـفـكـرـ الـعـربـيـ،ـ الـقـاهـرـةـ،ـ 1965ـ،ـ صـ 23ـ.

¹⁰ سـمـيرـ مـحـمـدـ حـسـينـ،ـ الـإـلـمـاعـمـ وـالـاتـصـالـ بـالـجـمـاهـيرـ وـالـرأـيـ الـعـامـ،ـ مـطـبـعـ سـجـلـ الـعـربـ،ـ الـقـاهـرـةـ،ـ 1984ـ،ـ صـ 22ـ.

وخامسة بحجم التأثير، إضافة إلى ما توصلت إليه مجموعة من النظريات وعدد من المنظرين لهذا المجال الالامحود.

3- العلاقة بين التربية والإعلام:

لا تكمن إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام في تأثير وسائله على الأفراد المتعلمين بقدر ما ترتبط بكيفية تعامل هؤلاء معها في ما يتعلق بمنتجها ومحتها الإلإعلامي، "على الرغم من هذا الدور الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام والمتمثل في نقل المعلومات والمعارف والاتجاهات والأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلا أنها بالمقابل تلعب دوراً خطيراً سلبياً إذا ما أسيء استخدامها"¹. وهنا يأتي دور التربية الإعلامية في إكساب الأفراد القدرة على الاختيار والنقد ومهارة الانتقاء مما يساعدهم على النمو المتكامل.

فقد أحكم الإعلام سيطرته على العالم، وأصبح يقوم بأدوار ووظائف مختلفة ومتعددة تمس مختلف المجالات، وقد ساعدته على ذلك الطفرة والثورة التكنولوجية التي وظفها بمكر ليبره متبعتيه، المستهلكين لمضمونه والمتعرضين لرسائله وليسحب البساط من منافسيه -المدرسة، الأسرة، المسجد، مؤسسات المجتمع المدني وغيرهم- "ما جعل التربية بوسائلها المحدودة وتطورها التدريجي الخز تفقد سيطرتها على أرضها، وأصبح الإعلام يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه وتربية الصغار والكبار معا"². وتشير دراسة ميدانية للخبير الإعلامي هالوران (Halloran) أجريت على عينة من الأطفال لمعرفة مدى ثقتهم بالإعلام ووسائله وخصوصاً التلفزيون أن "87% من الأطفال يثقون في التلفزيون كمصدر إعلامي أكثر من أي مصدر آخر"³ ومن الإحصائيات الصادمة أيضاً أن "الطالب في البلدان العربية عندما ينهي المرحلة الثانوية العامة يكون قد قضى 10800 ساعة تقريباً في حجرات الدراسة على أقصى تقدير، وقضى في مشاهدة التلفاز 15000 ساعة تقريباً ويترتب على طول تلك الفترة العديد من التبعات الثقافية والصحية والنفسية والاجتماعية وغيرها"⁴. ولا يمكن الحكم بسطحية وبدون عمق على العلاقة بين الإعلام والتربية أنها تتكامل بينها أو تتناقض بل إن هذه العلاقة "تعتريها كثير من المؤثرات والأسباب التي يجعل هذه العلاقة ليست كما يجب أن تكون عليه (التكامل) وليس كما توصف (التناقض)"⁵ وقد بدأ المهتمون بفهم ووجهات شتى في سياق علاقة الإعلام بال التربية نظراً للتطور الهائل في إمكانات الإعلام الحديث وتهديده لوجود المدرسة "فمنهم من ينادي بإغلاق أبواب المدارس وإحلال وسائل الإعلام محلها، ومنهم من ينادي بضرورة تطوير المدرسة من حيث مبنها ومحتها حتى تصبح في مثل جاذبية وسائل الإعلام وتسويقيها، وفريق ثالث أكثر تفاؤلاً ينادي بتحقيق قدر مناسب من

¹ نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، عدد 276، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت، 2001 ص.23.

² فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الإعلام، الطبعة الأولى 2010، ص.18.

³ عباس، نور الدين محمد، قضايا الشباب في المجتمع المعاصر، مطبعة فضالة، المحمدية، المغرب، 2000، ص 29

⁴ حسن بن علي أحمد يحيى، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضمون الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية، (2007)، ص.5.

⁵ سعيد عبد الله حارب، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تتكامل أم تناقض؟ ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض في الفترة 14-17 صفر 1428 هـ ص 27

التعاون والتنسيق بين ما تبذل المؤسسات التعليمية والمؤسسات الإعلامية من جهود وصولاً إلى تحقيق الأهداف والغايات التربوية¹

ورغم ذلك فإن الإعلام ليس شرّاً كله، على اعتبار أن "التربية والإعلام" علمين ثابتين مستقلين وبينهما أرضية مشتركة ووسائل قوية لدرجة يمكن معها القول، إن العملية الإعلامية في بعض جوانبها عملية تربوية وإن العملية التربوية في بعض جوانبها عملية إعلامية²

فال التربية والإعلام يتقان في جانب كثيرة³: يتلقان في تغيير سلوك الفرد وتحويل المعرفة إلى سلوك باعتبار أن التعليم هو تغيير في سلوك المتعلم نتيجة ل Encounter him أو عدة مثيرات وأن الإعلام تغيير في السلوك أيضاً؛ وأن كلاهما يساعد الفرد على التكيف مع ظروف الحياة المختلفة ليستطيع مواكبة تغيراتها والتعايش معها بسهولة؛ كما أن كلاهما عملية تفاهم، فهدف كل من التربية والإعلام تحقيق التفاهم وهو عملية اجتماعية واسعة تبني عليها المجتمعات إذ لا يمكن أن يعيش الفرد معزولاً بعمله دون أن يتقهم معه هذا العمل؛ إنهم يشكلان عملية توجيه للأفراد لأن الإعلام في معناه اللغوي يعني التوجيه والإرشاد، وكلاهما عملية توجيه للأفراد عن طريق تزويدهم بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق المؤكدة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعه من الواقع أو مشكلة من المشكلات.

فالتعاون والتكامل بين ميداني التربية والإعلام مطلب أساسي على اعتبار أنه "يستحيل على رجال التعليم وحدهم أن يحققوا الأهداف التربوية التي يسعون إليها بينما رجال الإعلام يدعون في اتجاهات شتى ليست كلها متوائمة مع أبسط المبادئ التربوية في تكوين الشخصية السليمة"⁴ وأنه عندما تتضارب جهود ووجهات نظر رجال الإعلام ورجال التربية يكون لذلك أسوأ الأثر في عقول الجماهير ووجودهم، ويؤدي إلى تشكك الجماهير في قيمهم ومعتقداتهم وفي انتماءاتهم⁵.

ثانياً: الحاجة إلى التربية الإعلامية

1- فوضى التعريف

تعددت التعريفات التي تناولت التربية الإعلامية واختلفت باختلاف الجهة المحددة حيث نجد تعريف تركز على الرسالة والمضمون الإعلامي وأخرى تقف عند الوسائل الإعلامية وضرورة دمجها في الفصول الدراسية والمؤسسات التربوية وتعريفات ثالثة تؤكد على كيفية تمكين وحماية المستقبل للرسالة الإعلامية. يعرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب (2002) بأنها "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياسي الذي يرد، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية، وإنتاج

¹ صلاح جوهر، "التعليم والإعلام.. دعوة إلى العمل معاً تحت مظلة التربية"، الجمعية المصرية لтехнологيا التعليم المجلد الرابع، الكتاب الثالث، القاهرة 1994، ص 148.

² طلال بن عقيل بن عطاس، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه منشورة في الأصول الإسلامية للتربية، كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1429 / 1430 هـ ص 77.

³ منور عدنان نجم، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، 2005، ص 47-46.

⁴ صلاح جوهر، "التعليم والإعلام.. دعوة إلى العمل معاً تحت مظلة التربية"، ص 148.

⁵ أحمد يحيى، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مسامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ص 7.

هذه المواد وتقسيم الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها¹، فالملحوظ أن هذا التعريف يركز على الوعي بمصادر المحتوى والمضمون الإعلامي وأهدافه المختلفة وأمتالك الشباب للتفكير النقدي التحليلي. بينما نجد مؤتمر فيينا يركز على تمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية والقدرة على انتاجها ويعرفها على أنها "التعامل مع جميع وسائل الإعلام والاتصال -من صور متحركة وثابتة وكلمات ورسوم- التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة".²

المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض أيضًا يتناول المفهوم من زاوية المضمون الإعلامي ويعود على ضرورة امتلاك النشء لمهارات فهمه وحسن التعامل معه، فال التربية الإعلامية محددة عنده في كونها: "عملية ذات طابع تمكيني (تفاعلي)، تمكن النشء من تنمية مهارات التعامل لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم مما ينعكس على حسن الانتقاء والتعامل مع وسائل الإعلام وأيضًا المشاركة فيها بصورة فاعلة"³ أما مكتب التربية العربي لدول الخليج فيعرف التربية الإعلامية بأنها "التربية الناتجة عن استخدام وسائل الإعلام"⁴، مسلطًا الضوء أكثر على التقنيات والوسائل الإعلامية الحديثة التي يتوجب اعتمادها في التربية.

ويعرفها الخطيب بأنها "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلثي من أجل تحقيق الأهداف التربوية الموسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة".⁵ غير أن هذا التعريف يحصر أيضًا التربية الإعلامية في الوسائل والوسائل ولا يشير إلى دور المتنامي والفرد في تحليل وتقدير وإنتاج الرسالة، الشيء الذي جاء به معجم المصطلحات التربوية حيث أبرز دور المستقبل للرسالة الإعلامية وتمكينه من المهارات والمعارف التربوية وقد عرف التربية الإعلامية بأنها: "إعطاء الطالب قدرًا من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعرفة المتوفرة فيه".⁶

ويعرف ماك ديرموت **Mc Dermott** التربية الإعلامية بأنها: "القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه"⁷ وهو من التعريفات التي تتبعها الدراسة باعتباره يؤكد على شخصية المستقبل للرسالة الإعلامية وإعدادها وتزويدها بالمهارات الازمة لحسن التعامل مع الإعلام.

2- مراحل تطور مفهوم التربية الإعلامية

ارتبط تطور مفهوم التربية الإعلامية بتطور العلاقة بين الإعلام والتربية والجدل القائم بين الإعلاميين والتربويين والاتهامات المتبادلة بينهم فيما يخص إسهامهم في التربية والتنشئة السليمة، وقد نتج عن هذا

¹ فاضل محمد البدارني، التربية الإعلامية والرقمية تحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي عدد 452 أكتوبر 2016، ص 135
² المرجع نفسه.

³ الخبري، تقييم التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، ص 104.

⁴ مكتب التربية العربي لدول الخليج، وثيقة استشراف مستقبل العمل التربوي، مكتب التربية العربي، الرياض 1420، الرياض، ص 89.

⁵ محمد بن شحات الخطيب، دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، في الفترة 1428 / 1429 هـ، ص 9.

⁶ أحمد القانوي، وعلي الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 1999، ص 75.
⁷ بشري حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى 2015م، ص .91.

السجال وعي بالدور الإيجابي للإعلام ووسائله المختلفة في الميدان التربوي، ولم يستعمل مفهوم التربية الإعلامية قبل 1977م ولم يطف إلى سطح الكتابات العملية التربوية إلا حين بدأت منظمة اليونسكو تستخدمه في أواخر السبعينيات للدلالة على "التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والإفادة منها".¹

وفي الثمانينيات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام وأنها مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام والاتصال.² وقد حدد إعلان جرنوالد Grenwald - وهو أحد أهم الوثائق المرجعية للتربية الإعلامية- المبادئ التي على أساسها وضعت والمتمثلة في ما يلي: "أن ندين أو نثمن السلطة التي يمارسها الإعلام، والتي أصبحت لا جدال في حقيقتها، يتعمى علينا أن نقبل كأمر واقع التأثير الكبير لوسائل الإعلام المنتشرة عبر العالم وأن نعترف أنها أصبحت تمثل في نفس الوقت عنصراً هاماً في ثقافتنا الراهنة؛ ولا مجال لانتقاد دور الاتصال ووسائل الإعلام في عملية التنمية والوظيفة التي تؤمنها هذه الوسائل في تمكين المواطنين من مشاركة فاعلة في المجتمع وعلى المنظومتين السياسية والتربوية أن تتحملا مسؤولية تطوير معرفة نقدية لظاهرة الاتصال".³ وقد اعتمدته منظمة اليونسكو UNESCO في الملقي الدولي الذي نظمته في مدينة جرنوالد Germany بمشاركة باحثين وإعلاميين من 19 دولة في 1982، وطالبت "ضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز بقوة الرسائل المكتوبة والمصورة والمسموعة".⁴ مؤخراً تطور المفهوم بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب بل مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة.

3- المفاهيم المشابهة للتربية الإعلامية:

عند البحث في التربية الإعلامية لا نجد كثير عناء في إدراك الخلط الواقع بينها وبين عدد من المفاهيم الأخرى والتي قد تتشابه معها في جانب وتحتلت في جوانب ومن بين هذه المفاهيم نجد:

التعليم عن طريق الراديو والتلفزيون: وقد ذكره شحاته حسن وآخرون في معجم المصطلحات التربوية والنفسية وعرفه بأنه "يقوم على استخدام إرسال الراديو والتلفزيون في مجال التعليم، بتقديم برامج تعليمية لهم التلاميذ في مختلف مراحل التعليم، ويستمع التلاميذ إلى هذه البرامج أو يشاهدونها أثناء اليوم الدراسي أو بعده. ومحطة إذاعية تعليمية هي محطة إرسال إذاعي تديرها مؤسسة تربوية لتقديم برامج تربوية أو تعليمية للناس أو لفئة منهم، وقد اقتربنا أخيراً بذلك الوسائل قنوات فضائية مخصصة للبرامج التعليمية"⁵ غير أن هذا القسم لا يتشابه مع التربية الإعلامية إلا في جزئية الافتتاح على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات،

¹ الحارشي، زيد بن زايد أحمد، إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مدير ووكالء المدارس والمشرفين التربويين، رسالة الماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، 1429هـ، كلية علوم التربية جامعة أم القرى، العربية السعودية، ص 18. (بشرى الحданى،

² الشميري، التربية الإعلامية ككيف تتعامل مع الإعلام، ص 19

³ بشري الحدانى، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ص 97-96.

⁴ بشري الحدانى، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ص 95.

⁵ حسن شحاته، وزينب النجار، وحامد عمار، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2003م.

وذلك باستخدام محطات الراديو والتلفزيون والإفادة منها في الفصول الدراسية، بينما تهدف التربية الإعلامية إلى حماية المتعلم من مختلف المضامين الإعلامية التي تتصف عقله يومياً بالنظر إلى المدة الزمنية الكبيرة والمبالغ فيها التي يتعرض فيها المتعلمون والطلبة إلى وسائل الإعلام المختلفة.

الإعلام التربوي: ويعرفه رفعت الضبع بأنه "كل ما يتعلق بالنواحي التربوية من إعداد وتدريب وتطوير في المناهج والمقررات مع توظيف وسائل الإعلام وأجهزته المختلفة مباشرة لتحقيق أهداف التربية."¹ ويعرفه أيضاً بأنه "مختلف أنواع مرافق المعلومات التي تكون أساساً في خدمة الطلبة والمعلمين والأساتذة وأهمها المكتبات المدرسية والوسائل التعليمية والمكتبات الجامعية، التلفزيونات المدرسية فضلاً عن المكتبات العمومية ومراكز التوثيق وغيرها"² ويعتبر مصطلح الإعلام التربوي أكثرها تشابهاً مع التربية الإعلامية وأكثرها خلطاً عند عدد من الباحثين، إلا أن الإعلام التربوي يرتبط بالوسائل والوسائط التي يمكن توظيفها في المؤسسات التربوية أكثر من التركيز على المضمون الإعلامي وتمكن المستقبل للرسالة من مهارات القراءة والفهم والتحليل والنقد لهذه الرسائل والمضامين الإعلامية.

الاتصال التربوي: وهو "نقل للأفكار والمعلومات التربوية والتعليمية بصفة خاصة، من الناظر أو مدير المدرسة إلى المعلم والعكس، أو الناظر أو المدير إلى مجموعة من المعلمين، أو مجموعة من المعلمين إلى مجموعة أخرى، سواء بالأسلوب الكتابي أو الشفهي أو بوسائل أخرى مختلفة بحيث يتحقق الفهم المتبادل بين أسرة المدرسة، وينتج عنه افتتاح من جانب المتصل به مما يؤدي إلى وحدة الهدف والجهود بحيث تتحقق في النهاية أهداف المدرسة وفلسفتها التربوية والتعليمية، ويهدف إلى التحكم في سلوك الفرد عن طريق تنظيم بيئته".³ وهذا المفهوم وإن كان اتصالاً تربوياً داخل المؤسسة التعليمية وتواصلاً بين مختلف الفاعلين التربويين والإداريين إلا أنه لا يحقق أهداف التربية الإعلامية ولا يحل إشكالياتها.

الإعلام المدرسي: هو "نشاط تربوي يقدم فيه للتلميذ وجميع المتعاملين مع المدرسة معلومات عن المسار الدراسي، المحيط الاجتماعي الاقتصادي والمهني مع شروطها ومتطلباتها كما هي موجودة في الواقع فعلًا دون ممارسة أية وصاية أو دعاية، دون إصدار أحكام مسبقة على نمط دراسي أو مهني معين، بغض إنضاج شخصيته وموافقه لتمكينه من حسن الاختيار واتخاذ القرارات التي يراها أنساب لبناء مشاريعه المستقبلية"⁴ والإعلام المدرسي وفق هذا التعريف يدخل في سياق افتتاح المدرسة على محيطها بتوفير المعلومات التي يحتاجها المرتفقون.

¹ رفعت عارف الضبع، الإعلام التربوي تأصيله وتحقيقه، دار الفكر: عمان الأردن، 2007، ص 15.
² المرجع نفسه.

³ مجادة لطفي السيد، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 24-25.
⁴ مصطفى نمر دعمس، الإعلام المدرسي، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 17.

ثالثاً - التربية الإعلامية ومسؤولية المجتمع والدولة:

1- أهمية التربية الإعلامية:

تتمثل أهمية التربية الإعلامية في: "أنها واعدة وتحمل أملاً للأطفال والمرأة والشباب بصفة خاصة ولأفراد المجتمع بصفة عامة بتوعيتهم وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام، ولأن هناك اتفاقاً على أهميتها فهي ليست قضية خلافية بل تؤيدتها مؤسسات وسائل الإعلام كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة".¹

وقد أكد إعلان جرنوالد **Grenwald** الألمانية على أهمية التربية الإعلامية عبر طرح عدد من المسلمات ومنها²: أن أعداداً كثيرة ومتزايدة من الناس يقضون وقتاً كبيراً أمام التلفاز وقراءة الصحف والمجلات وسماع المذيع وأجهزة التسجيل، ويقضي الأطفال أوقاتاً أمام التلفاز أكثر من التي يقضونها في المدارس؛ وأنه لا ينبغي الاستهانة بدور الإعلام كعنصر من عناصر الثقافة وتأثيره في الهوية ودوره في مشاركة المواطنين بفعالية في المجتمع؛ وأن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمين والمختصين في الإعلام وصنع القرار لخلق وعي ندي أكبر بين الأفراد.

وتsem التربية الإعلامية أيضاً في أنها "يسهل وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها في بيئتهم لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكي لهم لها، وتهيئهم للمشاركة في صناعة الإعلام ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة".³

وطرح مؤتمر فيينا أيضاً عدد من المسلمات أبرزها⁴: أن التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام التي يتم تقديمها مع أي نوع من أنواع التقنيات ليتمكن أفراد المجتمع من فهم وسائل الإعلام واكتساب المهارات في استخدامها للتفاهم مع الآخرين.

وتشمل خطورة التربية الإعلامية في أن غيابها يعني "زيادة انتشار التضليل وتزيف الوعي، وإخفاء الحقائق التي تساعد الأفراد على اتخاذ القرار بشأن ما يمس مصالحهم، إضافة إلى غياب الكثير من الأخلاقيات في المجتمع".⁵

ويذهب فهد الشميري إلى أن⁶: التربية الإعلامية تساعده على تكريس الوعي الإعلامي، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام ومضمونها، ومن ثم الخروج من مرحلة الثقة الكلية فيما ينقله الإعلام من مضمونه والتعامل الحذر مع التطور التقني المتتسارع؛ كما أن التربية الإعلامية تعد عاملاً فعالاً في

¹ محمود عبد العاطي، عبد السلام محمد عزيز مسلم، أحمد علي سعد علي جابر الله، "تنمية الوعي بال التربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكademie" (1438 هـ / 2017 م) ص 12

² http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF

³ Jenkins, H., Clinton, K., Purshotma, R. & Weigel, M. (2006). Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for The 21st Century.

نقلاً عن بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقرر للتعليم العام السعودي، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض من 7-4 مارس 2007، ص 2.

⁴ أحمد يحيى، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضمون الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ص 11.

⁵ ضيف ليندة، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، مجلة المعيار، عدد 42، جوان 2017، ص 453.

⁶ الشميري، التربية الإعلامية كيف تعامل مع الإعلام، ص 25-26.

نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم على أن يكون إيجابياً ويشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وبنائه وتقدمه.

وتشجع التربية الإعلامية على التأمل بالقيم الشخصية وتتضمن دمج التقنيات الحديثة في التعلم وتشجع حركة الإصلاح التربوي كما تشجع الحوار في قاعات الدرس الذي بدوره يشجع الحوار خارجها.¹ والذي يجعل من التربية الإعلامية ضرورة ملحة أيضاً حسب مركز حوكمة الأمية الإعلامية (CML)² هي النسبة المتزايدة للاستهلاك الإعلامي في المجتمع ونمو صناعة الإعلام وأهمية المعلومات في العصر الحاضر والأهمية المتزايدة للاتصال المرئي والمعلومات المرئية.

2- مسؤولية المجتمع والدولة:

أمام الأخطار الكثيرة التي يتعرض لها الشباب والناتجة عن القصف الإعلامي المهول والكم الكبير من المعلومات المعروضة عليهم من مختلف الوسائل الإعلامية والتي تفتقر في الغالب إلى المصداقية والموثوقية، تبرز الحاجة إلى التربية الإعلامية، وإلى التدخل لتفعيلها وإعطائها المكانة التي تستحقها، فالكل مسؤول في حماية الناشئة وتعليمهم مهارات التعامل والتفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام المختلفة وما تعرضه من رسائل ومعلومات.

يعي المسؤولون على الشأن التربوي خطورة الأمر وإلحاح المسألة لكنهم لم يقرروا بعد تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات ولا تكوين أطر كفؤة لهذه المهمة الاستعجالية. وتم الاكتفاء بإصدار مذكرات ودوريات تدعوا التلاميذ والمتعلمين إلى الانخراط في مختلف الأنشطة الإعلامية والمسابقات مثل: مبارزة الصحفيين الشباب من أجل البيئة، والمسرح المدرسي والفيلم التربوي وغيرها.. مع قناعتهم أن التربية على الإعلام موجودة فعلاً ووافقاً في المنهاج والبرنامج التربوي ضمناً في عدد من الدروس في بعض المواد المدرسة.

وأمام هذه السلبية من الجهات المسؤولة عن الشأن التربوي لا يمكن المراهنة على الأسرة والوالدين بالنظر إلى قلة وضعف الوعي بالتربية الإعلامية داخلها مع الانشغال بتوفير رغيف الخبز للأبناء، وأن الأسرة أيضاً في حاجة ماسة إلى تربية إعلامية فاعلة ووازنة أمام هذا القصف الإعلامي الذي يستهدفها بالدرجة الأولى ويستهدف كذلك كل الفئات والأعمار.

وسائل الإعلام والإعلاميون والأطر مسؤولون مباشرة عن تفعيل التربية الإعلامية وإبراز دورها وأهميتها في المجتمع وذلك بتخصيص جزء من البرامج والإعلانات لتحسين وتوسيع الآباء والأمهات بمصاحبة أبنائهم ومشاركتهم ومراقبتهم خلال تعرضهم للرسائل الإعلامية ومشاهدة البرامج المختلفة.

¹ Considine, David(2003). The Case For Media Literacy in Toddy's Schools. Center for Media Literacy
نقل عن بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترن للتعليم العام السعودي، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض من 4-7 مارس 2007، ص 3.

² Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media Literacy.
نقل عن بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية، مرجع سابق، ص 2.

زد على ذلك الدور الأساسي للمجتمع المدني في الحملات التوعوية والتحسيسية لحماية المستهلك في السوق الإعلامي، على اعتبار أن المنتوج الإعلامي هو أولى بالاهتمام من باقي المنتوجات التي يقبل عليها الأفراد والجماعات ويفقاعون معها.

التوصيات:

بعد بيان أهمية التربية الإعلامية وإلجاج الحاجة إلى تفعيلها في المؤسسات التربوية والتعليمية الجامعية توصي الدراسة بالآتي:

- الانفتاح والاستفادة من تجارب عدد من الدول العربية والأجنبية في تدريس التربية الإعلامية في مراحل التعليم الابتدائي والثانوي.
- دعوة المسؤولين التربويين إلى تفعيل التربية الإعلامية وتدريسها بمختلف أطوار المدرسة المغربية.
- دعوة المؤسسات التعليمية إلى التوظيف الأمثل لإمكانات مؤسسات الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري في خدمة العملية التعليمية التربوية.
- دعوة الفاعلين التربويين والإعلاميين إلى التعاون وتنسيق الجهود من أجل إخراج المحتوى التربوي الذي يمكن تقديمها للمتعلمين والطلبة.
- دعوة المؤسسات التربوية والتعليمية إلى تفعيل الأندية التربوية المهتمة بالإعلام في اتجاه توعية المتعلمين بإيجابياته والحذر من سلبياته.
- دعوة الوزارة الوصية إلى تكوين أطر متخصصة في التربية الإعلامية وتخصيص ميزانية خاصة لذلك.
- دعوة مراكز الدراسات والبحوث والمخابر البحثية الجامعية والمؤتمرات إلى المزيد من الاهتمام والبحث في التربية الإعلامية.
- دعوة الآباء والأمهات وأولياء التلاميذ إلىزيد من المصاحبة وال الحوار والمراقبة لأبنائهم فيما يخص ما يتعرضون له من رسائل إعلامية.
- دعوة المؤسسات التعليمية والتربوية إلى الانفتاح على الأسر وتنسيق الجهود مع أولياء التلاميذ.

خاتمة:

ونشير في الختام إلى أن مواجهة القصف الإعلامي المحلي أو الأجنبي القادم من الشرق أو الغرب لا يكون بالانعزal واعتزال وسائل الإعلام وتجاهل الزحف التكنولوجي وصم الآذان وحجب الأعين عن موقع التواصل الاجتماعي وحواملها من هواتف ذكية وحواسيب لوحية، من منظور أنها شر كله أو التمرس وراء تحصينات وجدران، لأن الحصون المنيعة تسقط من الداخل، ولأنه لا سبيل للنجاة في تقديرنا إلا عبر التفاعل الإيجابي والوعي الإعلامي والتفكير الندي الذي تؤكده التربية الإعلامية.

فال்�تربية الإعلامية التي تقوم على قراءة المتألق والمترعرع لوسائل الإعلام لكل أنواع الرسائل الاتصالية الإعلامية وتحليلها وتقييمها بل والانتقال للفعل بإنتاجها وفق معايير المصداقية والإيجابية في أفق ترسیخ

ثقافة الإعلام الباني القائم على حتمية القيم الأخلاقية، هذه التربية الإعلامية اهتمت بها اليونسكو منذ سبعينيات القرن الماضي، ودعت في عدد من المؤتمرات ليس أولها جرنوالد (1982) ولا آخرها فيينا (1999) ولا الرياض (2007)، إلى تفعيلها وتدريسها في المدارس والثانويات والجامعات، وإلى تكوين إطار كفؤة لهذه المهمة، يوماً عن يوم يزداد اليقين بأهميتها وال الحاجة إليها في حياتنا اليومية نظراً لانتشار الأخبار الزائفة وخطورتها على المستويات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية، فكم من جرائم ارتكبت وكم من عائلات شردت ودمرت بل كم من حروب اندلعت ومجازر ارتكبت وكم من حقوق انتهكت بسبب عدم القدرة على تحليل خبر زائف أو الحذر من رسالة مضللة ومخادعة.

إننا نعيش زمن "ما بعد الحقيقة" وهي العبارة الذي أعلنها قاموس أوكسفورد مصطلح السنة (2017)، والتي توحى بانهزام الحقيقة أمام العاطفة، وبالتالي الحاجة الماسة إلى تربية إعلامية شاملة تستهدف ليس فقط المتعلمين والشباب في المدارس، بل وكل الفئات الاجتماعية من مختلف الأعمار.

المصادر المراجع:

1. ابن منظور جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم(1981)، لسان العرب، ج 18، طبعة القاهرة، دار المعارف.
2. أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي(1409هـ)، كتاب العين، تحقيق: مهدي المخزومي وإبراهيم السامرائي، الجزء الثامن، مؤسسة دار الهجرة، الطبعة الثانية، إيران.
3. أحمد اللقاني، وعلي الجمل (1999)، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة.
4. إسماعيل بن حماد الجوهرى (1978)، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الجزء السادس، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، الطبعة الثانية، دار العلم للملايين، بيروت.
5. بدر بن عبد الله الصالح، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترن للتعليم العام السعودي، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض من 4-7 مارس 2007.
6. بشري حسين الحمداني (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان الأردن.
7. بهاء الدين الزهوري (1423هـ/2002م)، المنهج التربوي الإسلامي للطفل، مطبعة اليمامه، حمص.
8. حسن بن عايل أحمد يحيى (2007)، بروتوكول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكيرفي مضامين الإعلام، تحقيق التربية الإعلامية ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول صفر 1428 هـ - مارس 2008 م.
9. حسن شحاته، وزيتب النجار، وحامد عمار (2003)، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى.
10. حمزة عبد اللطيف، الإعلام له تاريخه ومذاهبه (1965)، دار الفكر العربي، القاهرة.
11. الراغب الأصفهاني (2009)، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان داودي، الطبعة 4، الدار الشامية، بيروت.
12. رالف ن وين (1964)، قاموس جون ديوبي للتربية مختارات من مؤلفاته، ترجمة محمد علي العريان، مكتبة الانجلو المصرية القاهرة.
13. رفعت عارف الضبع (2007)، الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله، دار الفكر، عمان الأردن.
14. زهير إحدادن (2002)، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
15. زيد بن زياد أحمد الحارثي (1429هـ)، إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديرى ووكالات المدارس والمشرفين التربويين، رسالة الماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، كلية علوم التربية جامعة أم القرى، العربية السعودية.
16. سعيد عبد الله حارب، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟ ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض في الفترة 14-17 صفر 1428هـ.
17. سمير محمد حسين (1984)، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، مطبع سجل العرب، القاهرة.
18. شبل بدران وأحمد فاروق محفوظ (2005)، أسس التربية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الخامسة، الإسكندرية، مصر.
19. صلاح جوهر (1994)، "التعليم والإعلام.. دعوة إلى العمل معا تحت مظلة التربية"، الجمعية المصرية لเทคโนโลยيا التعليم المجلد الرابع، الكتاب الثالث، القاهرة.

20. ضيف ليندة (2017)، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، مجلة المعيار، عدد 42.
21. طلال بن عقيل بن عطاس الخيري (1429 / 1430هـ)، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه منشورة في الأصول الإسلامية للتربية، كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
22. عباس، نور الدين محمد (2000)، قضايا الشباب في المجتمع المعاصر، مطبعة فضالة، المحمدية، المغرب.
23. فاضل محمد البدراني (2016)، التربية الإعلامية والرقمية تحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي عدد 452.
24. فهد بن عبد الرحمن الشميري (2010)، التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الإعلام، الطبعة الأولى.
25. لمعكشاوي محمادي (2009)، المفید في شرح قانون الصحافة والنشر بال المغرب، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الأولى، الدار البيضاء.
26. ماجدة لطفي السيد (2011)، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
27. محمد بن شحات الخطيب، دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، في الفترة 14-17 / 1428 هـ.
28. محمود عبد العاطي (2017)، عبد السلام محمد عزيز مسلم، أحمد علي سعد علي جاب الله، "تنمية الوعي بال التربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكademie".
29. مصطفى نمر دعمس (2009)، الإعلام المدرسي، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن.
30. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، دط، دت.
31. مكتب التربية العربي لدول الخليج (1420هـ)، وثيقة استشراف مستقبل العمل التربوي، مكتب التربية العربي، الرياض.
32. منور عدنان نجم (2005)، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي وسبل تطويره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية غزة.
33. المهدى المنجرة (2005)، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عادل، الطبعة 11، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء.
34. نبيل علي (2001)، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، عدد 276، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.
35. يحيى اليحاوي (2015)، في الإعلام والسياسة والأخلاق، منشورات عكاظ، الدار البيضاء.
36. Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media Literacy.
37. Considine,David(2003).The Case For Media Literacy in Toddy's Schools. Center for Media Literacy
38. Jinkins, H, Clinton,K,Purshotma,R.&Weigel,M.(2006).Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for The 21,s Cntry.
39. Oxford Advanced Learner's Dictionary International Student's Edition.
40. Paul Robert, Le Petit Robert
41. http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_F.PDF

دور "الفايسبوك" في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسات الصناعية الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة قسنطينة 03-

The role of "Facebook" in improving the image of the brand of Algerian industrial enterprises - Field study on a sample of students of the Department of Information and Communication University of Constantine 03-

بن خليفة نوبل

باحث دكتوراه جامعة الجزيرة - السودان

بكار أمينة

باحثة دكتوراه - محمد لمين دباغين - الجزائر

مستغانم - الجزائر

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور Facebook في تحسين صورة المؤسسة الصناعية الجزائرية Condor من وجهة نظر الطلبة، لمعالجة إشكالية البحث قمنا بدراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قسنطينة مُرفقين البحث بمقابلة مع مسؤول على مستوى مؤسسة Condor، أي أننا اعتمدنا المنهج الوصفي والمسح بالعينة ضمن الإطار المنهجي لهما، خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن الطلبة الجامعيين لا يستعملون موقع Facebook من أجل التواصل فقط وإنما يتم توظيفه للاستعمالات الشخصية والمهنية والإطلاع على مختلف منتجات المؤسسات عبر صفحاتهم الرسمية، وفيما يخص استغلال مؤسسة Condor موقع Facebook كقضاء ترويجي لتعزيز صورتها فقد استطاعت المؤسسة أن تستغل شبكات التواصل الاجتماعي بمقدار يخدم تحسين صورتها.

الكلمات المفتاحية: الفايسبوك، صورة المؤسسة، العلامة التجارية، المؤسسة، المؤسسة الصناعية.

Abstract:

This study aims to show the role of Facebook in improving the image of the Algerian industrial institution Condor from the point of view of students.

To address the problem of research, we conducted a field study on a sample of the students of Constantine University accompanied by an interview with an official at the level of Condor. We have adopted the descriptive approach and sample survey within the methodological framework.

The study concluded with a number of results, the most important of which is that university students do not use the Facebook site for communication, but rather used for personal and professional use and access to the various products of the institutions through their official pages. As for the use of Condor Facebook as a promotional space to enhance its image, the Foundation has been able to exploit social networks to serve to improve its image.

Keywords:

Facebook, Enterprise Image, Brand, corporation, Industrial Corporation.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة.**1- اشكالية الدراسة:**

تلعب التكنولوجيا الحديثة دوراً كبيراً في إحداث العديد من التغيرات في مختلف جوانب الحياة اليومية والعملية، وأحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقة في عالم الاتصال، حيث انتشر الإنترن特 وانتشرت معها شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتمد على استخدام تكنولوجيا الإنترنط والمحمول لخلق منصات تفاعلية أصبحت نموذجاً جديداً من الاتصالات بين الناس والتي يتم من خلالها إنشاء، ومناقشة ومشاركة أو تبادل المعلومات حول عدد غير منتهي من المواضيع والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية، فالتواصل عبر الإنترنط يشير إلى الانفتاح على المشاركة بنشاط في المناقشات الافتراضية.

إن شبكات ومجتمعات التواصل الاجتماعي أصبحت الآن العبارات الرائجة حيث يرغب الجميع من منظمات غير حكومية إلى مؤسسات متعددة الجنسيات وحكومات في الانضمام والمشاركة للوصول إلى جمهور الإنترنط، ولكن لا تمثل هذه الموجة مسايرة لما هو راج فقط بل أنها تشكل مجالاً فعالاً وناجحاً، هذه الأحداث أدخلت تغيرات جذرية في البيئة التسويقية للمؤسسات وبالتالي تغيرات في الوظيفة التسويقية بحد ذاتها، حيث أصبح العالم قرية صغيرة جعل كل الأشخاص على اتصال دائم ببعضهم البعض، وعلى الرغم من أن هذه الواقع أنشأ في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد فقد أصبحت عامل جديد يؤثر في عملية اتخاذ القرار الشرائية فالزبائن بإمكانهم تبادل الآراء حول السلع والخدمات من خلالها كما بإمكانهم تقييم ما تقدمه المؤسسات والتعليق عليها وابداء آرائهم وانتقاداتهم.

وتعود العالمة التجارية بوابة الدخول إلى عالم التسويق بغض النظر عن طبيعة المنتج، لأنها بمثابة بطاقة تعريف له، لما تحتويه من مكونات وخصائص تؤدي إلى تمييز المنتج عن المنتجات المشابهة والمنافسة له ومنحه مكانة خاصة في ذهن المستهلك وبالتالي تكوين صورة معينة (سيئة أو حسنة) عن المؤسسة التي أنتجته. إن التسويق عبر موقع التواصل الاجتماعي أصبح حديث المختصين ومسيري المؤسسات، فقد استغلت المؤسسات هذه الشبكات استغلالاً واسعاً كونها تمثل أحد الأدوات التي تمكنها من تحقيق أهدافها التسويقية وتبنّت العلامات التجارية هذه الشبكات حيث فضلت الاستثمار على نطاق واسع في هذه القنوات الاتصالية الحديثة. وقد أصبح ينظر إلى التسويق عبر موقع التواصل الاجتماعي على أنها لا تقوم بدور الاتصال التسويقي فقط بل تتجه إلى إنشاء مجتمع يحيط حول علامتها من أجل تحسين صورتها وتعزيزها، وبإمكانها أن تكون مصدر لشهرة وسمعة العالمة، إذا استطاعت إثبات حضورها على موقع التواصل الاجتماعي، ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو دور الفايسبوك **Facebook** في تحسين صورة عالمة "كوندور" **Condor**؟

وتدرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية نوجزها كالتالي:

- ما مكانة موقع الفايسبوك في الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور"

?**Condor**

- هل يتأثر الأفراد بالتعليقات السلبية لآخرين على الصفحة الرسمية للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor على الفاسبوك؟
- ما مميزات صفحة المؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor على موقع الفاسبوك من وجهة نظر الطلبة؟
- كيف تستغل المؤسسة الصناعية "كوندور" Condor لاتصالات موقع Facebook لدعم صورة علامتها؟

2- فرضيات الدراسة:

إن محمل التساؤلات المطروحة في إشكالية البحث تقوينا إلى وضع وصياغة بعض الفرضيات، فهي عبارة عن إجابة احتمالية للسؤال المطروح في إشكالية البحث، وتختبر لاختبار سواء عن طريق الدراسة النظرية أو الدراسة الميدانية ويمكن صياغة فرضيات البحث على النحو التالي:

الفرضية الأولى: يأخذ موقع الفاسبوك مكانة استراتيجية في الاتصالات التسويقية للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor؟

الفرضية الثانية: لا يتأثر الأفراد بالتعليقات السلبية لآخرين على الصفحة الرسمية لـ "كوندور" Condor على موقع الفاسبوك؟

الفرضية الثالثة: للمؤسسة الصناعية الجزائرية "كوندور" Condor مميزات تتفرد بها عن باقي صفحات المؤسسات الصناعية الأخرى كالتحديث الدائم.

الفرضية الرابعة: تستغل مؤسسة "كوندور" Condor لاتصالات موقع Facebook لدعم صورة علامتها التجارية.

3- أهمية وأهداف الدراسة:

تكمن الأهمية العلمية في هذه الدراسة بتناول ظاهرة هامة في التوجه الحديث للمؤسسات، ومحاولة إلقاء الضوء على أهمية التسويق عبر موقع التواصل الاجتماعي، والتأكيد على ضرورة تبني وإدماج موقع التواصل الاجتماعي كتقنية اتصالية استراتيجية في عملية تكوين صورة جيدة للعلامة وتدعمها، ولهذه الدراسة أهمية من حيث محاولة إعطاء مفهوم لصورة العلامة التجارية وعلاقتها بموقع التواصل الاجتماعي، أما الأهمية التطبيقية فتمثل فيما سترد في توصيات لأهمية موقع الفاسبوك في دعم صورة العلامة التجارية والتبيه على ضرورة التركيز على هذا النوع من الاتصالات بالجماهير، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة مهمة لجماعة البحث والمؤسسة والمجتمع.

4- عينة الدراسة والمنهج المعتمد:

تشير كلمة منهج method إلى الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهدفة إلى بلوغ نتيجة ما، كما عرفه محمد زيان على أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة أفكار، أما من أجل كشف حقيقة مجهولة، أو البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون، ويمكن القول إن دراستنا هذه تتنمي إلى البحوث الوصفية وهي "مجموعة

من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتباينة من أجل الوصول إلى نتيجة، وهو إخضاع الباحث لنشاطه البحثي من أجل تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره، من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول¹. الأمر الذي استلزم الاعتماد على المنهج المسحي (المسح بالعينة) ليسهل جمع المعلومات والبيانات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة الموضحة سالفاً.

وانطلاقاً من موضوع دراستنا الذي يرتكز بالأساس على مؤسسة كوندور فإن عينة دراستنا ستشمل زبائن مؤسسة كوندور Condor من الطلبة الجامعيين قسم علوم الاعلام والاتصال، وبالتالي فان مجتمع دراستنا هو الطلبة، أما نوع العينة فهي عينة قصدية انطلاقاً من أننا سنركز على زبائن مؤسسة كوندور فقط. ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع الدراسة (طلبة علوم الاعلام والاتصال) بكافة المستويات والذي يقدر عددهم بـ 1201 مفردة، ونظراً لكبر حجم المجتمع فقد أخذنا ما يقدر بـ 10 % مفردة، أي ما يعادل 120 مفردة قصدية نظراً لإمكانيات الباحث.

5- أدوات جمع البيانات:

للبحث العلمي أدوات عديدة يلجأ إليها الباحث عند قيامه ببحثه أو دراسته مستعيناً بقدراته ومواربه واستعداده لها، وهي في غاية الأهمية كون نجاحه في رسالته أو بحثه أو دراسته متوقف على حد كبير على قدرته على استخدام هذه الأدوات بكفاءة وفقاً لما يستدعيه الموضوع، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا على أداتين لجمع مختلف المعلومات:

1-المقابلة: تهدف المقابلة بشكل اساسي إلى:

- الحصول على المعلومات التي ي يريدها الباحث عن المبحوثين.

- التعرف على ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة.

بالنظر إلى طبيعة الموضوع وأهدافه فقد اخترنا المقابلة المفتوحة، التي تتيح للمبحوث فرصة الإجابة عن الأسئلة بكل حرية، وضمن تصنيف آخر فإن المقابلة التي اخترناها هي مقابلة شخصية، مع مسؤول مؤسسة condor.

2-استمارة الاستبيان: تحتوي على محاور تمثل فيم يلي:

- المحور الأول: يتعلق بالبيانات السوسيodemografie.

- المحور الثاني: يتمحور حول الفايسبوك كونه أداة اتصال فعالة.

- المحور الثالث: الصورة المدركة للزيون عن هوية وسمعة وشهرة وقيمة عالمة Condor

- المحور الرابع: أهم التحديات التي تقوم بها مؤسسة كوندور على موقع الفايسبوك.

- المحور الخامس: الفايسبوك كفضاء ترويجي، تفاعلي لعلامة condor

¹أحمد بن مرسلاني، (2003)، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص283.

6- تحديد المفاهيم:

تعد مرحلة تحديد المفاهيم مهمة هي الأخرى لأنها تضعنا أمام المصطلحات الرئيسية التي يتضمنها البحث، وتعرف المفاهيم عبر ثلاثة خطوات، ففي الأولى نتعرض للمفهوم من الناحية اللغوية، ثم من الناحية الاصطلاحية لنصل في الأخير إلى التعريف الإجرائي الذي يجمع بين الاثنين فيقدم وصفاً دقيقاً وكافياً للظاهرة التي نحن بصدده دراستها مما يجعل البحث محدداً أكثر فأكثر.

✓ **الدور:** من الناحية اللغوية دار الشيء يدور، دوراً، ودوراً، واستدار، وأدرته، ودورته، الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض، وعند المناطقة توقف كل الشيئين على الآخر وجمعيه أدوار.¹ ومن الناحية الاصطلاحية وحسب "روشب لاقس بينلي" 1962 الدور نموذج منظم من التصرفات المتعلقة بموقع معين للفرد من مجموعة كفاعلية معين، يمكن أن يؤخذ من مستويات مختلفة من الواقع الاجتماعي، حيث أن الأدوار التي يقوم بها الأفراد بإمكانها أن تسهل الاتصال داخل الجماعة، فإنه بعكس ذلك قد يجري اعاقة الاتصال، من حيث الانتظار المتعلق بدور معين.² والدور هو توقف كل واحد من الشيئين على الآخر أما بمرتبة، ويسمى دوراً صريحاً ظاهراً، ومن المعلوم أن الدور يستلزم التسلسل الذي يعتبر محلاً في العقل، وبيان ذلك أن تقول إذا توقف تصور (أ) على (ب)، و(ب) على (أ) تسلسل التوقفات إلى غير نهاية، وثانياً إذا توقف الشيء على الشيء في الواقع يستلزم المغایرة.³

✓ **الفاسبوك:** مصطلح "فيسبوك" facebook كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة. ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى يتصلون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية.

✓ ويعرف "قاموس الإعلام والاتصال Dictionary Of Media And Communications" "فيسبوك"⁴ على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة "profiles" وقد وضع في البداية لخدمة طالب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص⁵ ويكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتالف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل، والجامعة، والمدرسة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات، ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها⁵

¹ ابن منظور: لسان العرب، تحقيق رشيد القاضي، ج 4، دار الأبحاث، ط 1، الجزائر، ص 427.

² رولان دورونفرونسوا، (1997)، موسوعة علم النفس، ترجمة فؤاد شهين، مجلد 3، منشورات عزيزات، ط 1، بيروت، ص 964.

³ محمد الكتبي، (2014) موسوعة المصطلح في التراث العربي الديني والعلمي والأدبي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 1، الدار البيضاء، المغرب، ص 1006.

⁴ مريم نازيمان نومار، (2011) استخدامات موقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام الاتصال، الجزائر، ص 55.

⁵ مريم نازيمان نومار، مرجع سابق، ص 57.

✓ **الصورة:** الصورة هي الشكل أو التمثال المجردة، وصورة الشيء ماهيته المجردة وخياله في الذهن أو العقل.¹ الصورة معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى هيئته يقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته وصورة الأمر كذا أي صفتة.² وتنسخ كلمة الصورة في اللغة الفرنسية **image** لتشمل الصورة الحسية والعقلية على حد سواء، وهي إعادة إنتاج الواقع من خلال رسم ما.³ وتعيد معاجم الأصول اللغوية، كلمة **image** إلى أصل لاتيني فرنسي، فقد استخدمت في المعاجم الإنجليزية لتدل على المفاهيم التالية: التشابه، صنم، صورة تمثل في الذهن، صورة أو تمثيل ليس من الضروري أن يكون بصرياً في الخيال أو الذاكرة، نمط شكل ينتج من شكل آخر يصل كل نقطة فيه بنقطة ثابتة، ومفهوم الصورة الذهنية في البلاغة يعني الاستعارة والتشبيه والصورة العامة الجماهيرية هي صورة في عقول الناس لما تتمثله.⁴

✓ **صورة العلامة التجارية:** تعرف بأنها مخرجات المرحلة التي تتبع كل من مرحلتي تقسيم السوق واستهداف القطاع أو القطاعات المناسبة، والتي تقوم على أساس أين تريد المؤسسة أن تتفاوض بعلامتها التجارية، أي تحديد القطاع أو القطاعات السوقية التي ستعمل المؤسسة فيها وتتفاوض فيها، وبأي خاصية مميزة ستتفاوض وكيف ستتفاوض. وتعرف كذلك على أنها: مجموعة التصورات الذهنية، الشخصية، الانتقائية والمستمرة التي يربطها شخص أو مجموعة من الأشخاص بعلامة ما. وعليه فإنه وعلى ضوء ما سبق يمكن القول بأن صورة العلامة التجارية هي ذلك التمثيل الخيالي الذي يكونه المستهلك عن علامة تجارية معينة، والذي يستطيع رؤيته والنظر إليه من خلال عقله عن طريق استحضاره من الذاكرة بواسطة عملية التذكر في حالة تببئية بأي شيء مرتبط بهذه العلامة التجارية.⁵

✓ **المؤسسة:** المؤسسة نقول: أسس، يومنا، تأسيساً، ويقصد بالفعل أسس، أنشأ، فأسس البيت جعل له أساساً، وأسس المشروع أي أنشأه⁶ والمؤسسة مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المالية طبيعية كانت أو مالية أو غيرها، والتي تشتعل فيما بينها وفق تركيب معين، وتوليف محدد قصد انجاز وأداء المهام المنوطة بها. والمؤسسة بصورة عامة هي تركيبة يبتدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع، ويشمل مفهوم المؤسسة على التنظيمات في المجتمع، وهي منظمة تجمع أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات الانتاج.⁷

ثانياً: الإطار النظري للدراسة.

✓ **المبحث الأول: موقع الفايسبوك وخصوصيته.**

¹ مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط5، مصر، ص568.

² ابن منظور: لسان العرب، تحقيق رشيد القاضي، ج4، دار الأبحاث، ط1، الجزائر، ص546.

³ محمود ابراقن، (2007)قاموس موسوعي الاعلام والاتصال، منشورات ثلاثة، ط2، الجزائر، ص353.

⁴ انتصار ابراهيم عد الرزاق، (2011) الاعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة، الدار الجامعية، ط1، ص65.

⁵ Jacquelandrevie et autres, (2009) Mercator théoriest nouvelle pratique du marketing, 9 edition, dundo, paris, 2009, p778

⁶ ابن منظور: مرجع سابق ذكره، ص60.

⁷ جمال العيفية، (2010) مؤسسات الاعلام والاتصال، الوظائف والهيكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، دط الجزائر، ص05.

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فايسماتش "face match" التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع hit or not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختبار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، ولكي يتمكن زوكربورغ من تأسيس الموقع فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية من شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السلك الجامعي، ولكن سرعان ما تم توجيهه الموقعا إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، وقد تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة الجامعة واتهامه بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد لكن سرعان ما تم اسقاط التهم الموجهة إليه.¹

وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه حق نجاحاً سريعاً في وقت قصير وأطلق موقعه فيسبوك في عام 2003 وكان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقعا رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية إلى التعرف على الحياة الجامعية واستمر قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه حيث ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر 2007 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم بعدها². ومؤخراً سلط موقع gadgetsnow الضوء على أن موقع فيسبوك سيكون الموقعا الأول في العالم، وسيصل عدد مستخدميه إلى 2 مليار مستخدم نشط حول العالم قبل نهاية 2017.

وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة "بالو آلتا" في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200.000 دولار أمريكي، وفي عام 2006 نشرت مجلة "ميديوس ويك" أن المفاوضات قائمة على شراء الموقع، زد على ذلك رفض الموقع عرضاً بالبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار أمريكي من مزيد لم يتم الإفصاح عن اسمه وانتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليار دولار، وقد صرح "ثيل" الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيسبوك آنذاك بأن التقييم الداخلي للموقعا قد بلغ حوالي 8 مليارات دولار بناء على الإيرادات المتوقعة حتى عام 2015، بمعدل 1 مليار دولار سنوياً. وفي 24 أكتوبر 2007 أعلنت شركة مايكروسوفت أنها قامت بشراء حصة في فيسبوك بلغت 1.6 % بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الصافية الكلية للموقعا بحوالي 15 مليار دولار، وفي نوفمبر 2007 قام لي كاش ينج ميلاردير هونج كونج باستثمار 60 مليون دولار في الفيسبوك³، وتمثل الإعلانات حوالي 85% من إيرادات موقع فيسبوك أكبر شبكة للتواصل الاجتماعي في العالم، والتي يصل عدد مستخدميها إلى أكثر من 1.1 مليار مستخدم.⁴

¹ مروءة عاصم صلاح(2015)الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي، ط1، عمان، ص 251.

² محمد سيد محمد: (2009) وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنيت، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 289.

³ عامر ابراهيم القنديجي، (2013) الإعلام والمعلومات والأنترنت، اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان،الأردن، ص 352.

⁴ عبد الحليم موسى يعقوب، (2014) الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، دار العالمية للنشر والتوزيع،الأردن، ط1، ص 23.

وكأي مشروع اتصالي جديد لابد وأن يمر بعض المشاكل التقنية والاجتماعية، فقد تم منعه في كل من إيران وسوريا وكذلك في الدوائر والمؤسسات كي لا يُهدى الموظفون وقتهم في التعارف، لكن ما يثير من مشاكل حقيقة كانت تتعلق أساساً بموضوع الخصوصية، فتأسيس موقع وصفحة خاصة ودخول المشاركين بحرية لهذه الصفحة يعد اختراقاً للخصوصية، ولكن وكما يبدو فإن المجتمعات العربية تجاوزت هذه المشكلة.¹ وبالرغم من أن إنشاء موقع الفيسبوك لم يمر عليه سوى سنوات قليلة إلا أنه في غضون هذه السنوات أصبح لديه الملايين من المشتركين من مختلف الجنسيات، فهو موقع اجتماعي يتم التسجيل فيه والولوج إليه بكل سهولة إلا أنه خلال خطوات التسجيل يفرض الموقع على من يشترك فيه عدة شروط وعلى المشترك الموافقة عليها لإتمام عملية التسجيل، وبعدها يخبره الموقع أنه قد أصبح موافقاً على شروط الموقع رغمًا عنه بناء على تسجيله.²

ويسمح الفيسبوك للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم، وهو ما ينفيه مارك زوكربورج إذ أن مثل هذا النظام يثير تساؤلات عن مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة، ومن جانبها تؤكد الشبكة أنها حرصة على القيام بكل ما هو ممكن لحماية مستخدميها، والنجاح الذي حققه موقع فيسبوك دفع الشركات إلى السير على نفس الدرب، حيث بدأت شركة جوجل بدخول منافسة جديدة ليست مع ياهو أو مايكروسوف特 هذه المرة، ولكن مع موقع فيسبوك، وبعد الانتشار الهائل الذي صاحب هذا الموقع وتحوله إلى أشهر موقع للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، تقوم حالياً جوجل بإنشاء واعداد شبكة الكترونية حديثة على الويب لتوزيع تطبيقات الشبكات الاجتماعية التي تتم عبرها تبادل البرامج³. وبهذا التطور لموقع الفيسبوك فتح الباب على مصراعيه أمام المؤسسات ومحبي التكنولوجيا.

قامت إدارة موقع الفيسبوك بتطوير مجموعة من الخصائص على نظام الموقع، وقد تزامنت هذه التطويرات والتحديثات مع بروز الخدمة الجديدة المنافسة للفيسبوك غوغل بلس، والتي جذبت ملايين المستخدمين بمجرد مرور عدة أسابيع من انطلاقها، حيث:

- أصبح بالإمكان الاشتراك بدلاً من المصادقة: عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدماً آخر في الفيسبوك فإن ذلك معناه أن تصل منشورات كل مستخدم منها إلى الآخر، وتظهر في صفحته الرئيسية⁴، ويمكن صفحات الفيسبوك الشخصيات العامة الشركات والمنظمات والبيانات الأخرى من إنشاء وجود حقيقي وعام على الفيسبوك، على عكس الملف الشخصي تكون صفحات الفيسبوك مرئية للجميع على شبكة الإنترنت تلقائياً، وكل شخص يمكن له الاتصال مع هذه الصفحة، مجموعات الفيسبوك هي أيضاً

¹ كاظم المقدادي: (2012) الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر، الأردن، ط1، ص204.

² محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي، (2011) العلاقات الاجتماعية للتسلیب بين دراسة الانترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، دط، مصر، ص114.

³ محمد سيد محمد: (2014) وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، ص 289.

⁴ ماهر عودة الشمالي، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، (2015) تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ص206.

تتواصل ضمن مجموعة صغيرة وللأشخاص تشاطر الاهتمامات المشتركة فيما بينهم، تسمح المجموعات للأشخاص بالالتقاء حول قضية مسألة، ونشر الصور وتبادل المحتويات ذات الصلة.¹

- قدرة المستخدم على إنشاء قوائم خاصة للاهتمامات الخاصة به، وبهذه القائمة يسمح المستخدم للأصدقاء من متابعتها بالشكل الصحيح، ومن أجل القيام بهذه القائمة والاستفادة منها فقط نضغط على رابط إنشاء قائمة، ومن بعدها يصبح بإمكاننا القيام باختيار كافة الأشخاص أو الصفحات المفيدة لنا والمفضلة لنا، وبعد ذلك نضع القائمة ونحدد خصوصيتها، وبالطبع بمجرد اختيارنا للعامة سيكون سهلاً لأي مستخدم عبر الفيسبوك متابعتها إن كان يريد مشاركة اهتمامه مع الجميع في هذا الوقت.

- قدرة المستخدم على تحميل المعلومات الشخصية هذه الوظيفة حديثة في الفيسبوك، الكثير من المستخدمين لا يعرفونها بالشكل الصحيح ولا يستخدمونها، ولكن من المهم أن نذكرها وهي مساعدة المستخدم للقدرة على تحميل سجل المعلومات الخاص به على الفيسبوك بما في ذلك المنشورات بالجدول الزمني الخاص بها وكافة الرسائل والصور، أيضا الإعلانات التي قمت بالضغط عليها وعنوانين الـ IP المختلفة كلها، التي قمت بالتسجيل بها للدخول للموقع فهي ميزة تحتوي على حياتك الكاملة عبر الموقع، وكل كبيرة وصغيرة قمت بعملها الآن تستطيع تحميلها بسهولة عبر الموقع.²

وفي سعي فيسبوك لتحسين أداء صفحات الأعمال وزيادة سهولتها على المستخدم، قامت شركة فيسبوك بطرح أربع مميزات جديدة لصفحات الفيسبوك، والتي ستساعد على تسهيل عملية التواصل ومنح المستخدمين طرق أخرى عديدة للتواصل المباشر مع العلامات التجارية أو الشركات.

- **الخاصية الأولى:** إمكانية إرسال رسائل خاصة عبر صفحة فيسبوك من خلال الإعلانات المحلية (**direct message via awarenessads**): وتعتبر هذه إضافة جديدة على قوالب الإعلانات المحلية، بحيث تسمح للمستخدمين بالتواصل المباشر عبر الرسائل الخاصة مع الشركات مباشرة من خلال الإعلانات الظاهرة على شاشاتهم، وحينما يضغط المستخدم على زر "إرسال رسالة" ستظهر نافذة ماسنجر فيسبوك، بحيث تتيح للمستخدم كتابة رسالته وإرسالها إلى الصفحة التي رأوا إعلانها، سيتلقى مدير الصفحة هذه الرسالة مرفق معها الإعلان الذي أحال المستخدم للصفحة، مما يجعل المدير يعرف من أين جاء استفسار هذا المستخدم.

- **الخاصية الثانية:** إمكانية الرد على أي تعليق من خلال رسالة خاصة (**message via private**): وهذا اقتباس من تصريح فيسبوك: "حتى اللحظة، بإمكان مدرباء صفحات فيسبوك أن يردوا على تعليقات الزبائن بنفس الطريقة التي نشروا بها التعليق، أي إما من خلال تعليق أو من خلال رسالة خاصة، كما حضي مدرباء الصفحات بإمكانية الرد على التعليقات العامة من خلال رسائل خاصة، مما يساعد في حل مسألة الطلبات الخاصة للزبائن بطريقة أكثر فعالية، وتسهل هذه العملية على

¹ مركز معلومات الجوار الأوروبي، (2014) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة للمشاريع الممولة من الاتحاد الأوروبي، ص7، من موقع: www.empি-info-eu.com/

² خصائص في الفيسبوك متوفّر على الموقع: 12/11/2014 http://pro3xplain.com/2014/11/06 تاريخ الزيارة 2018/11/11 على الساعة 15:38.

الصفحات إقامة تواصل شخصي وتفاعل أكثر خصوصية لحل أي مشكلة تواجه المستخدم، وبالتالي تعتبر إمكانية الرد عبر رسالة خاصة إضافة رائعة، وفي حين أن الشركات أو العلامات التجارية تأخذ في الحسبان التداعيات التي قد تترجم عن أي رد، مما يؤكد حرص مدير الصفحة على تحسين تجربة الزبون وزيادة الاهتمام بأمره.

- **الخاصية الثالثة:** عبارة عن خاصية تتيح للمستخدمين تحديد الصفحات ذات الاستجابة من غيرها (page responsiveness)؛ تلك ميزة رائعة جدًا، بحيث إن كانت الصفحة ذات استجابة عالية للرسائل الخاصة، سيقوم فيسبوك بإضافة تلك الإشارة العلامة إلى تلك الصفحة بحيث تشير إلى أداء استجابة الصفحة، تحظى الصفحات التي ترد على الرسائل بنسبة 90% بمتوسط وقت رد لا يتجاوز الخمس دقائق، وسيتم الإشارة إليها بأنها سريعة الاستجابة للرسائل عبر علامة خاصة تضاف إلى تلك الصفحات، بحسب تصريح فيسبوك. ويتم قياس الاستجابة بشكل دوري كل أسبوع، يشير فيسبوك إلى إمكانية مشاهدة مدرباء الصفحات للمعدل الزمني للردود في رؤى الصفحة أو الإحصاءات، ولكن سيتم وضع العلامة فقط للصفحات التي تتمتع بنسبة 90% من الاستجابة أي في أقل من 5 دقائق بردتها على الرسائل على الأقل حالياً، وربما يتغير الأمر لاحقاً، وتشير إحدى الآراء أو ردود التغذية الراجعة الأولية حول هذه الميزة إلى أنها لا تطبق إلا على الصفحات التي لديها أكثر من 1000 معجب.

- **الخاصية الرابعة:** إمكانية تخزين الردود (cannedresponses)؛ وهي عنصر مضاد إلى صفحة فيسبوك ليتمكن المدراء من إنشاء وحفظ الردود المرسلة ردًا على الاستفسارات، وهي إضافة إلى ميزات المراسلة المتعددة، إنما المميز بها أنها طريقة رائعة لمساعدة الشركات على تسريع عملية الاستجابة، وضمان إرسال الرسالة المناسبة بالطريقة الأكثر فعالية، وملائمة¹.

✓ المبحث الثاني: صورة العلامة التجارية.

تساهم صورة العلامة التجارية في تسهيل عملية معالجة المعلومات الخارجية المتوفرة حول المعروض السلعي مما ييسر عملية التسوق، وبالتالي فإنها تمكن المستهلك من تحقيق التكيف مع البيئة المتغيرة والمعقدة من خلال تنظيم خبراته ومعلوماته تحت مؤشرات محددة، مما يمكنه من تقليل الجهد الفكري المبذول في المواقف المتشابهة، وفيما يلي وظائف الصورة الذهنية للعلامة التجارية:

- **التكيف مع البيئة المحيطة:** تساعد صورة العلامة التجارية المستهلك في التكيف مع متطلبات البيئة التي يعيش فيها من خلال انتقاء علامة تجارية، تتناسب الصورة الذهنية مع ما هو مقبول في المجتمع وتعطيه الصورة المرغوبة لديه، حيث تعتبر صورة العلامة التجارية إطاراً جاهزاً يمكن المستهلك من وضع أو تصنيف سلوكه وذاته ضمن المجموعة التي يرغب أن ينتمي إليها.

¹ ميزات وخصائص جديدة في صفحات فيسبوك، بقلم نائل خضر، متوفّر على الموقع: <http://www.aintnens.com/2015/08/10/23.00> تاريخ الزيارة 06/11/2017 على الساعة 20:15.

- **توفير الجهد والوقت:** نتيجة لعدم قدرة المستهلك على بذل نفس مستوى الجهد في كل مرة يتسوق فيها من أجل اقتناء نفس المنتوج، نظراً لعامل التعلم الذي يمكنه من الاستفادة من التجارب السابقة للتسوق ولاستخدام المنتجات، فإنه يستعمل صورة العلامة التجارية من أجل اختصار الوقت والجهد المبذول في عملية التسوق، من خلال تتميط المعاملات التي يقوم بها وفقاً لصورة العلامات التجارية التي يتضمنها المعروض السمعي الذي يصادفه أثناء قيامه بالتسوق، وعليه فإنها تساعده على ¹ على الانتقاء والتعامل مع هذا المعروض السمعي من خلال تحفيزه لاختيار المنتجات ذات العلامات التي يحمل لها صوراً جيدة، مما يساهم في توصيله إلى مرحلة الرضا على ما يقتنيه من منتجات.

- **توضيح صورة المستهلك:** حيث تسهم الصورة الذهنية للعلامة التجارية في تفسير مواقف المستهلكين وأرائهم، من خلال اشارتهم إلى نمطهم المعيشي وسلوكيهم الاجتماعي، لتوضح بذلك فلسفتهم في الحياة نظراً لارتباطها بقيمهم ومعتقداتهم ومدركاتهم، حيث ترتبط الصورة الذهنية بهذه العناصر الأخيرة لأنها تؤثر في كيفية تشكل وتكون الصورة الذهنية بتأثيرها على معاني الأمور لديهم وقيمتها، كما أن سلوكيات وتصرفات المستهلكين تتأثر بصورة العلامة التجارية بل وتكون مبنية عليها.

- **التسويق بالتزكية:** تستخدم صورة العلامة التجارية في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة، من خلال ما يعرف بتسويق التزكية وبالاعتماد على الكلمة المنطقية لكل المحبيطين به، وهو ما يدعمها لتصل إلى مستوى العلامة التجارية السائدة أو المسيطرة، نظراً لقدرة التسويق بالتزكية أن يغير من إدراك مستهلكين آخرين لصورة علامة تجارية معينة من شكل سلبي إلى شكل إيجابي خصوصاً إذا كان من مصادر موثوقة لأنه ذو مصداقية أقوى من كل عناصر المزيج الترويجي.

- **تلخيص المعلومات:** تعمل الصورة الذهنية للعلامة التجارية كمؤشر ملخص لكم هائل من المعلومات التي يكون المستهلك قد جمعها غير فترة من الزمن عن العلامة التجارية المعنية، سواء كان الأمر بشكل مباشر أو غير مباشر.²

ولصورة العلامة التجارية أهمية كبيرة تكمن في أنها:

- تسمح بتمييز المنتوج وتساعد المستهلك على معالجة المعلومات التي يستقبلها.
- تساهم في تطوير مواقف ايجابية اتجاه العلامة، مما يعطي للمستهلك الثقة والدافع لشرائها.
- تعتبر وسيلة انتقاء أولية، فعندما يقوم المستهلك باستحضار الصورة فإنه يستحضر المهم منها فقط، فإذا كانت جيدة سيواصل البحث عن العلامة، وإن كانت سيئة سيبحث عن علامة أخرى.
- تعطي الحرية للمؤسسة في تسويير منتجاتها وتوسيع علاماتها.³

¹ فاتح مجاهدي، (2011) تأثير الاتجاهات نحو بلد منتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية، دراسة ميدانية للمنتجات الإلكترونية والمشروبات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية، قسم إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، ص 75-76.

² فاتح مجاهدي: مرجع سبق ذكره، ص 75-76.

³ D. Aaker. J l'endrevie, (1998)Le Management du capital-marque, dollouz, paris-France, p 76-79

ويرى "ثيري ليبارت" أن الصورة عبارة عن تركيب تتمثل وحداتها في أربعة عناصر أساسية، قيمتها، شخصيتها، سمعتها، هويتها، هذه العناصر هي خصائص تابعة للعلامة لكنها في نفس الوقت مكونات للصورة الذهنية لها:

- **شخصية العلامة:** مصطلح شخصية العلامة متداول عند رجال التسويق وخاصة مسيري العلامات التجارية، ولا يقصد به مفهوم الشخصية حسب علم النفس، وإنما تمثل صفات الشخصية التي تظهر بها العلامة والتي توافق خصائص شخصية المستهلك أو خصائص الشخصية التي يرغب بلوغها، في نفس هذا السياق فشخصية العلامة توافق مظاهر الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها المستهلك أو يرغب في الانتماء إليها، حيث تظهر هذه الشخصية عادة من خلال النشاطات الاتصالية (أشهر، علاقات عامة...الخ) التي تقوم بها المؤسسة.

- **هوية العلامة:** إن هوية العلامة بالإضافة إلى كونها إحدى مكونات صورة العلامة، هي مجموعة من الخصائص المتعلقة بالعلامة التجارية التي يجعلها العلامة المطلوبة والمرغوبة من قبل فئة الجمهور المستهدفة، وتحقيق الهوية بالخصوص التعريفية التي تؤسس صورة العلامة والتي تشمل: العوامل المحسوسة المتمثلة في المنتوج (سلعة، خدمة) ومكونات العلامة التي ترافقه، العوامل غير المحسوسة المتمثلة في الدور الاجتماعي والأخلاقي للعلامة، والعوامل العاطفية المتمثلة في علاقة العلامة بالمستهلك.¹

- **سمعة العلامة:** تكون السمعة من توليفة من الاعتقادات والأحكام التي يصدرها الجمهور العام اتجاه العلامة خاصة، والمنتوج والمؤسسة عامة، والتي تتعلق بنشاط المؤسسة بما فيه نوعية إدارتها لأعمالها، حجمها المالي، قدرتها الابتكارية، فعالية تسويقها، نوعية وجودة منتجاتها، كفاءة تسخيرها لعلاقاتها مع زبائنها.

- **القيم:** عادة ما تعكس القيم مصطلح الأخلاقيات، حيث تستمدّها المؤسسة من نوعية اتصالها الداخلي والخارجي ورسائلها الإشهارية، وكذا عن طريق الرعاية والوصاية.²

إن مفهوم صورة العلامة التجارية واسع جدًا، لأنّه يرتبط بالعديد من المفاهيم التسويقية الأخرى مثل: الشهرة والتموقع، مما أحدث نوعاً من الخلط بين هذه المفاهيم، لذا سنتطرق في هذا المبحث لكل مفهوم من المفاهيم سالفة الذكر من جهة وعلاقة تلك المفاهيم بمفهوم صورة العلامة من جهة أخرى.

• علاقة صورة العلامة التجارية بالشهرة: يمكن تعريف شهرة العلامة على أنها: " مدى حضور اسم العلامة في ذهن المستهلك" أي أنه يمكن التعبير عن شهرة العلامة بنسبة الأفراد الذين يعرفون العلامة من مجلد الجمهور. كما تعرف على أنها "قدرة المستهلك المحتمل على التعرف أو تذكر علامة

¹ توابتي نادية ياسمين، (2014-2015) دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم صورة العلامة التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، ص 46-47

² توابتي نادية ياسمين: مرجع سبق ذكره، ص 46-47

موجودة وتنتهي لصنف معين من المنتجات، وفي تعريف آخر "عبارة عن النسبة المئوية لعدد من الأفراد داخل الجمهور يعلمون بوجود العلامة، ويعرفون صنف المنتجات التي تنتهي إليها"

- **العلاقة بين الشهرة وصورة العلامة:** للشهرة دور كبير في تكوين صورة العلامة، وهذا من خلال ما يلي:

-**الشهرة أداة لترسيخ عناصر صورة العلامة:** يعتبر هدف تحقيق شهرة مرتفعة أول مرحلة من سياسة الاتصال الموجهة لبناء صورة العلامة، حيث نلاحظ أن العديد من المؤسسات تصرف أموال باهظة من أجل تطوير صورها لدى المستهلكين، بينما علامتها لا تتمتع بشهرة قوية، لذا فمن الأجر على هذه المؤسسات أن تحاول تحسين معدل شهرة علامتها أولاً.

-**الشهرة تخلق حالة من الشعور بالألفة:** فهي تجعل العلامة مألوفة من طرف المستهلكين مما يدفعهم لشرائها.

-**الشهرة معيار لتصنيف العلامات:** إذا كانت العلامة غير معروفة من طرف المستهلك فإنه لا يأخذها بعين الاعتبار في مرحلة جمع المعلومات من أجل تصنيف العلامات.

-**يعتبر المستهلك العلاقة المعروفة علامة شرعية، مما يحسن صورها لديه.¹**

- **علاقة صورة العلامة التجارية بالتموقع:** في الواقع نظراً لازدحام الأسواق بالعديد من المنتجات الحاملة لعلامات مختلفة، دفع بالمستهلك للبحث عن المميزة منها والتي تحقق له أفضل إشباع ممكن، لذا تسعى المؤسسة من وراء تبنيها لمفهوم التمoccus إلى منح علامتها مكانة واضحة في ذهنه، لقد أعطى الباحثين العديد من التعريف لمفهوم التمoccus، سنذكر الأهم منها:

-**التمoccus هو تصميم المؤسسة على إعطاء علامتها أو منتجاتها مكانة في ذهن المستهلك**

-**التمoccus هو " اختيار موقع للعلامة وسط مجال إدراك المستهلك للعلامات الموجودة في السوق، هذا ما يبرز أهمية مفهوم التمoccus، لأن المستهلك لا يأخذ المنتج أو العلامة بعين الاعتبار عند الاختيار إلا إذا كان تموoccus واضح في ذهنه.²**

من أجل تنفيذ التمoccus يجب المرور بمرحلتين أساسيتين هما:

-**المرحلة الأولى:** تحديد وتوضيح فئة المنتجات التي نريد أن ننتهي إليها العلامة، والتي ستقارن بها.

-**المرحلة الثانية:** تحديد ما هو الفرق الأساسي للعلامة مقارنة بالعلامات الأخرى لهذا الصنف؟ وما هو سبب وجودها.

- **علاقة التمoccus بصورة العلامة:** من أجل تبيان طبيعة العلاقة بين التمoccus وصورة العلامة يمكن القول أن التمoccus مفهوم مرتبط تماماً مع مفهوم الصورة، فال اختيار تموoccus العلامة ما هو الا اختيار للصورة التي ترغب المؤسسة أن يبنيها المستهلك للعلامة في ذهنه من جهة، واختيار للصفة المميزة لها

¹نوابتي نادية ياسمين: مرجع سبق ذكره، ص 51
²سنوجي جمال، (2007) سياسة توسيع العلامة كعامل لنحوها، دراسة العلامة الالكترونية condor، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، ص 18

من جهة أخرى، فالتموقع هذا يعكس الرغبة في إيصال الصورة للمستهلك، ويعبر عن نقطة الارتكاز التي تدور حولها جميع السياسات التسويقية بهدف التقارب بين الصورة المرغوبة والصورة المدركة، ففي الواقع، المؤسسة لا تبحث عن زيادة نصيبها من السوق بل تبحث عن زيادة حضورها في أذهان المستهلكين، وهذا يتطلب التكثيف من العمليات التي من شأنها التعريف بالعلامة وخصائصها (الموضوعية والرمزية) مع التركيز على الجانب التاريخي لماله من أثر على خيال المستهلك، حتى يتم الوصول إلى حد يميزها عن ما يقدمه المنافسون وبالتالي يمكن القول أن التموضع هو الدعامة الأساسية لصورة العلامة حيث أنه يسمح بتميزها في أذهان المستهلكين.¹

ثالث: الإطار التحليلي ونتائج الدراسة.

❖ تقديم مؤسسة "كوندور" Condor :

تعرف ولاية برج بوعريريج أو كما تسمى عاصمة البيان نشاطاً اقتصادياً مهماً خاصة في مجال الصناعة الالكترونية وهو ما جعل هذه الولايات تعد من المناطق الرائدة في مجال الأجهزة الكهرومنزلية، ولعل أحسن مثال عن هذا هو مجمع كوندور Condor للصناعات الالكترونية هذا المجمع الذي أصبح ماركة عالمية بخصوصية جزائرية هو شركة خاصة تابعة لمجموعة بن حمادي إحدى أعرق العائلات الجزائرية في ولاية برج بوعريريج. ولا يختلف اثنان على أن هذا النوع من الصناعة قد أسمهم كثيراً في تنمية الولاية بشكل كبير جداً خاصة في مجال توفير مناصب الشغل الذي يقارب 5000 منصب في كوندور Condor وحدها أكثر من 3000 منصب شغل دون استثناء نقاط البيع والتجار القادمين من مختلف الولايات وبالتالي يشكل هذا القطاع الرئة الحقيقة لعاصمة البيان في المجال الصناعي.

بعد قيامنا بإجراء مقابلة شخصية مع مسؤول مصلحة التسويق والعلاقات العامة للمديرية الجهوية بسطيف، ومن خلال استبيان لزيائن مؤسسة كوندور من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي facebook، وبعد عرض مختلف الأسئلة حول موضوع دراستنا، وبغية معرفة مكانة شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية الاتصالية الحديثة للمؤسسة، condor وبعد معالجة المعلومات تم التوصل إلى النتائج التالية:

- من خلال نتائج السؤال الأول تبين أن مؤسسة كوندور condor تستخدم عدة قنوات اتصال وذلك لعرض التعريف بالعلامة وخدماتها ويمكن حصرها في الجدول التالي:

وسائل اتصالية عبر الانترنت	وسائل اتصالية تقليدية
اللافتات المتحركة	الإعلانات على التلفاز والراديو والتلفاز والصحف والمجلات.
الموقع الالكتروني	تشييط المبيعات
موقع التواصل الاجتماعي.	التسويق المباشر
الإعلانات الالكترونية.	العلاقات العامة

¹ - سنوجي جمال: مرجع سبق نكره، ص 19-18

الرسائل القصيرة
البريد الصوتي
الرعاية

انهت المؤسسة وسائل اتصالية وترويجية لا بأس بها تشمل على مجموعة من الوسائل المتنوعة والتي مست مختلف عناصر المزيج الترويجي، حيث نرى أن هذه الجهود الترويجية كافية للتعريف بالعلامة والخدمات التي تقدمها.

- من خلال نتائج السؤال الثاني تتوارد مؤسسة كوندور على مختلف موقع التواصل الاجتماعي المتداولة من قبل جمهورها، فهي تعتمد على LinkedIn، YouTube، Facebook، Twitter.

- من خلال نتائج السؤال الثالث ترى المؤسسة أن دمج شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية الاتصالية الحديثة لعلامة كوندور دور مهم واستراتيجي وذلك لأنها تقنية وأداة فعالة وسريعة وغير مكلفة بل في إطار موارد المؤسسة المتاحة.

- من خلال نتائج السؤال الرابع الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسسة كوندور والخاصة بموقع التواصل الاجتماعي، هي من أجل خلق الحركة وتحقيق حملات تسويقية وترويجية وإعلام الزبائن وبالتالي استقطاب زبائن جدد وخلق الولاء لديهم، بالإضافة إلى استماع آراء وتوقعات الزبائن الأمر الذي يساعدها في معرفة ما يقال عن علامتها وكذا منافسيها.

- أما عن نتائج السؤال الخامس والسادس والسابع والثامن، الأهداف التي تسعى علامة كوندور تحقيقها من خلال استخدام موقع التواصل الاجتماعي هي التعريف بالعلامة، وكذلك فتح قناة اتصال يمكن من خلالها التعرف على آراء واقتراحات الزبائن على موقع الفيسبوك كما تسعى إلى تجديد ودعم وتعزيز صورة العلامة وابرازها بشكل مطور وحديث.

أما عن نتائج الدراسة الميدانية فقد توصلنا إلى:

- من نتائج تحليل جداول الاستبيان، يتضح أن أفراد العينة يستعملون شبكات التواصل الاجتماعي، وبالأخص Facebook كأكثر شبكة يتردد عليها أفراد عينة الدراسة وذلك لأسباب ترجع لشعبته بالدرجة الأولى ثم سهولة استخدامه، كما تعتبر الاستعلامات الشخصية والمهنية كأهم الأهداف من وراء استخدامه، ومنها البحث عن معلومات حول مؤسسة كوندور.

• جدول يوضح: تفضيلات مفردات العينة لموقع التواصل الاجتماعي.

المنوال	فايسبوك	تويتر	يوتيوب	قوقل +	لينك ان
01	03	02	04	05	

من خلال معطيات الجدول، احتل الفيسبوك المرتبة الأولى من حيث الأهمية لمختلف أفراد العينة، ثم تلتها اليوتيوب في المرتبة الثانية، ويحتل كل من التويتر وقوقل+ ولينك ان، المرتبة الثالثة، الرابعة والخامسة على التوالي.

- يتبيّن لنا أن أهم الأسباب التي جعلت الأفراد يتعاملون مع علامة كوندور هي جودة المنتجات الكهرومنزلية... إلخ إضافة إلى عالمية العلامة، فقد استطاعت علامة كوندور أن تثبت نفسها و هويتها في وسط تنافسي.

الاختيارات	المجموع	العروض والمنتجات المتنوعة	علامة دولية	جودة المنتجات المقدمة	النسبة المئوية%
	120				%100
	62				%51.66
	12				%10
	46				%38.33

- نلاحظ من خلال المحور الرابع أن مؤسسة كوندور لديها شهرة واسعة لدى زبائنها كما لديها سمعة طيبة في ذهنهم.

• جدول يوضح: رأي مفردات العينة حول علامة كوندور.

الاختيارات	المجموع	جيد	متوسط	سيئ	النسبة المئوية%
	50	19	31	0	0
	120	38	62		

- فيم يخص استغلال مؤسسة كوندور موقع الفيسبوك كفضاء ترويجي لتعزيز صورتها، نسبة 90% من المستجيبين قالوا إن علامة كوندور تدعم الأنشطة الرياضية والثقافية، كما استطاعت علامة كوندور استغلال الفيسبوك لتدعيم صورتها، وذلك من خلال الرد على التعليقات، والتفاعل مع مختلف الزبائن سواء الحاليين أو المُرتبفين.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

بعد القيام بالدراسة التطبيقية توصلنا إلى مجموعة من النتائج:

- **الفرضية الأولى:** تأخذ موقع التواصل الاجتماعي مكانة مهمة واستراتيجية في الاتصالات التسويقية للمؤسسة كوندور باعتبارها أداة عالية الفعالية وغير مكلفة، من خلال نتائج المقابلة الشخصية، تدمج المؤسسة شبكات التواصل الاجتماعي ضمن استراتيجيتها الاتصالية الحديثة وتولي اهتمام كبير لها من دور مهم باعتبارها أداة فعالة ومتكاملة من مزيجها الترويجي وفي إطار موارد المؤسسة المتاحة، بناءاً على هذا تم اثبات صحة الفرضية الأولى.

- **الفرضية الثانية:** لا يتأثر الأفراد بالتعليقات السلبية لآخرين على صفحة كوندور على الفايسبوك لأنهم متأكدون من سمعتها الطيبة، من خلال نتائج المحور الخامس وجدنا أن الأفراد لا يتأثرون بالتعليقات السلبية للمشتركين الآخرين ولا يفهمون الأمر لأنهم متأكدون من سمعتها الحسنة، فقد استطاعت علامة كوندور رسم صورة إيجابية عنها وعززتها من خلال Facebook، وبالتالي تم اثبات صحة الفرضية.

- **الفرضية الثالثة:** ثبّتت الفرضية من خلال ترکيز المستجوبين على إبراز أهم مميزات الصفحة والتي يعتقد أنها متميزة بنسبة 54.74% عن باقي الصفحات المنافسة ويظهر هذا من خلال التوظيف المستمر للصور، كما أن القائم على الصفحة يعمل على تحديث الصفحة بشكل مستمر من خلال المنشورات اليومية والإجابة على المستهلكين.

- **الفرضية الرابعة:** تستغل مؤسسة كوندور موقع Facebook لتعزيز صورتها من خلال توفير فضاء ترويجي وتفاعلية لزيائتها، من خلال نتائج المحور الخامس من الاستبيان تبين أن مؤسسة كوندور استطاعت أن تستغل صفحة Facebook للترويج لمنتجاتها ورعايتها لأنشطة، وبالتالي تم اثبات صحة الفرضية.

خاتمة:

تعتبر موقع التواصل الاجتماعي فرصة لا يجب تضييعها من طرف المؤسسات وذلك من خلال استغلال هذه التقنيات الحديثة في نشاطها التسويقي، فهذه الشبكات تمكن المؤسسة من الاتصال بزيائتها بسهولة كبيرة، كما تسمح بالترويج لمنتجات وخدمات هذه المؤسسات، من خلال التسويق عبر موقع التواصل الاجتماعي تمكن زبائنها من التكلم بكل حرية وذلك بإبداء آرائهم وتعليقاتهم على ما تقدمه، وتجعلهم على استماع دائم بما ترغب في ارساله لهم من رسائل اعلانية كما تتمكن المؤسسة بفضل هذا الأسلوب الجديد في التسويق من اكتساب ثقة زبائنها، فولوج المؤسسات إلى موقع التواصل الاجتماعي جعل المؤسسات تكتسب ميزة تنافسية وتخلق بذلك صورة إيجابية لدى الزبائن حول العلامة ومنتجاتها ومحاولة دعمها وتعزيزها، فعلى العلامات الاستفادة من التطبيقات التي تمنحها موقع التواصل الاجتماعي، ومن جهة أخرى من سوء استعمال هذه الموقع قد يجعلها تخسر مكانتها السوقية في فترة وجيزة.

قائمة المراجع:**- أولاً: المراجع باللغة العربية****• الكتب:**

- 1- أحمد بن مرسي: (2003) مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 2- ابن منظور: لسان العرب، تحقيق رشيد القاضي، ج4، دار الأبحاث، ط1، الجزائر.
- 3- رولان دورونفرونسوا: (1997) موسوعة علم النفس، ترجمة فؤاد شهين، مجلد3، منشورات عويدات، ط1، بيروت.
- 4- محمد الكتابي: (2004) موسوعة المصطلح في التراث العربي الديني والعلمي والأدبي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الدار البيضاء، المغرب.
- 5- مجمع اللغة العربية: (2011) المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط5، مصر.
- 6- محمود ابراقن: (2007) قاموس موسوعي الإعلام والاتصال، منشورات ثالثة، ط2، الجزائر.
- 7- انتصار ابراهيم عد الرزاق: (2011) الإعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة، الدار الجامعية، ط1.
- 8- جمال العيفي: (2010) مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف والهيكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، دط، الجزائر.
- 9- مروء عاصم صلاح: (2015) الاعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، دار الاعصار العلمي، ط1، عمان.
- 10- محمد سيد محمد: (2009) وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 11- عامر ابراهيم القنلاجي: (2013) الإعلام والمعلومات والإنترنت، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
- 12- عبد الحليم موسى يعقوب: (2014) الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية، دار العالمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1.
- 13- كاظم المقادري: (2012) الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، دار أسامة للنشر، الأردن، ط1.
- 14- محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي: (2011) العلاقات الاجتماعية للشباب بين درישה الانترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، دط، مصر.
- 15- محمد سيد محمد: (2014) وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1.
- 16- ماهر عودة الشمالي، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: (2015) تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.

• المذكرات:

- 17- سنوجي جمال: (2007) سياسة توسيع العلامة كعامل لنموها، دراسة العلامة الالكترونية condor، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر.
- 18- توابتي نادية ياسمين: (2014-2015) دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم صورة العلامة التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية.
- 19- فاتح مجاهدي: (2011) تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية، دراسة ميدانية للمنتجات الالكترونية والمشروعات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية، قسم ادارة الأعمال، جامعة الجزائر.

20- مريم ناريمان نومار : (2011) استخدامات موقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام الاتصال، الجزائر.

- ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

21- D. Aaker, J lendrevie: (1998) Le Management du capital-marque, dollouz, paris-France.

22- Jacquelandrevie et autres : (2009) Mercator théoriest nouvelle pratique du marketing, 9 edition, dundo, paris.

- ثالثاً: المواقع الالكترونية

23- مركز معلومات الجوار الأوروبي:استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسائل للمشاريع المملوكة من الاتحاد الأوروبي، 2014، ص7، من موقع: www.empি-info-eu

24- خصائص في الفيسبوك متوفّر على الموقع: <http://pro3xplain.com/2014/12/> تاريخ الزيارة 2018/11/06 على الساعة 15:38.

25- ميزات وخصائص جديدة في صفحات الفيسبوك، بقلم نائل خضر ، متوفّر على الموقع: <http://www.aintnens.com/2015/08/10> تاريخ الزيارة 2017/11/06 على الساعة 23.00.