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

مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة

العدد العاشر فبراير/ شباط 2020م

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B

المركز الديمقراطي العربي

مجلة الدراسات الإعلامية

Journal of Media Studies

International scientific periodical journal

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

مجلة الدراسات الإعلامية

مجلة علمية دورية 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

هيئةالتحريـــر

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. سليمة منادة بوشفرة

مساعد التحرير

د. نوال المجدوب

الهيئة الاستشارية العليا

د. هويدا سيد علي مصطفى

أ.د. محمد ضريف

د. سعيد الخمري

د. رشيد البكر

د. حسن الخطابي

د. محمد شادي

د.العربي بوعمامة

د. أسماء حسين ملكاوي

اللجنة العلمية للتحكيم

- أ. د. هويدة سيد علي مصطفى : عميدة كلية الاعلام، بجامعة القاهرة، جمهورية مصر
- أ. د. شيماء الهواري: دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام السياسي جامعة الحسن الثاني. المملكة المغربية
- د. م. محمد محمد عبد ربه المغير : دكتور في هندسة التخطيط، استاذ مساعد في التخطيط ادارة المخاطر بالجامعات الفلسطينية، جمهورية فلسطين
- أ. د. فاطمة الزهراء عبيدي : دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، استاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، جمهورية الجزائر
- د. صالح الدين المختار لطيف: دكتور في القانون العام والعلوم السياسية، كلية سطات، المملكة المغربية
- أ. د. نصر الدين الشيخ : استاذ المساعد بقسم اللغة العربية جامعة حائل. المملكة العربية السعودية
- أ. د. نداء مطشر صادق : كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية. جمهورية العراق
- د. مجدوب نوال : دكتورة متخصص في القانون الجنائي للإعمال استاذة مساعدة بالمركز الجامعي مغنية تلمسان. جمهورية الجزائر
- أ. د.عائشة محمد أحمد محمد الجميل : دكتورة وباحثة علوم سياسية، معلم خبير بالتربية والتعليم ومدربة بالأكاديمية المهنية للمعلم المهنية ، جمهورية مصر
- أ. د. سليمة منادة بوشفرة: استاذة باحثة في جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، جمهورية الجزائر
- أ. د. مرتضى البشير عثمان الأمين : أستاذ مشارك بقسم الإعلام، جامعة وادي النيل، جمهورية السودان
- أ. د. تركي امحمد: استاذة الشعريات و تحليل الخطاب المركز الجامعي احمد زبانة غليزان، جمهورية الجزائرية
- د. العربي بومسحة: استاذ محاضر بمعهد الاداب و اللغات ،المركز الجامعي احمد بن يحي الونشريسي ، تيسمسيات، جمهورية الجزائرية
- د. خولة الهواري: دكتورة في النص العربي القديم و الخطاب التاريخي، متخصصة في تحليل الخطاب الاعلامي جامعة عبد الملك السعدي، تطوان، المملكة المغربية
- د. عكوباش هشام: استاذ محاضر بجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 ، الجمهورية الجزائرية

- د. عذراء عيواج: استاذة محاضرة بجامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجمهورية الجزائرية
- د. امينة علاق: استاذة محاضرة في جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي جمهورية الجزائرية
- أ. د. سامية غشير: استاذة بجامعة باجي مختار، عنابة– البلد، جمهورية الجزائرية
- د. فيروز المطاعي : استاذة محاضرة أ، كلية الاعلام و الاتصال جامعة الجزائر، الجزائرية
- د. سهام بدبودي: دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجمهورية الجزائرية
- أ. د. علي عبد الهادي الكرخي: استاذ في علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جمهورية العراق
- أ. د. نادية لمهيدي: استاذة باحثة بالمعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، المغرب، دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باريس الثانية للقانون والاقتصاد والعلوم الانسانية، paris 2، pantheon
- د. رقاد حنان : أستاذ محاضر بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة المسيلة، جمهورية الجزائر
- د. فتحي زرنيز : استاذ محاضر ب، علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، جمهورية الجزائر
- أ. د. طارق اسماعيل محمد : : استاذ تصميم المنتجات والاتصال البصري كلية الإعلام – جامعة عجمان، دولة الإمارات العربية المتحدة
- أ. د. سرمد جاسم محمد الخزرجي: جامعة تكريت، تدريسي في كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، ومحاضر في كلية العلوم السالمية، ومحاضر في كلية التربية للبنات قسم الاقتصاد المنزلي. جمهورية العراق
- د. مسعودة فلوس : جامعة محمد خيضر بسكرة، جمهورية الجزائر
- د. مصطفى المريط : دكتوراه في التواصل والإعلام جامعة محمد الأول – المملكة المغربية،
- د. شهيرة بن عبد الله: مساعدة للتعليم العالي بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بمنّوبة. جمهورية تونس
- د. مي عبد الغني يوسف محمود : استاذ مساعد في ليبيا، عضو هيأة تدريس في كلية الإعلام جامعة بنغازي، التخصص :إذاعة وتلفزيون ، التخصص الدقيق : تكنولوجيا البث الفضائي ، جمهورية ليبيا

شروط وضوابط النشر على مجلة الدراسات الإعلامية الدولية المحكمة الصادرة عن المركز الدنمقراطي العربي ألمانيا_ برلين

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

أولا :إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

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

ثانيا : كيفية إعداد البحث للنشر:

- أن تكون المادة المرسلة للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقرارا بذلك
- أن يكون المقال في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور
- أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، وبإثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الإحالات والمراجع والمصادر (وجوبا)
- تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الالكتروني وملخصين، في حدود مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، (حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و 12 Times New Roman للملخص باللغة الانجليزية)، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوبا)
- 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 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي(A4) (وجوبا)
- يجب أن يكون المقال خاليا من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوبا)

- 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 وتخصصها، 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 الاعلامية، مجلة دولية محكّمة، تصدر بشكل دوري، ولها هيئة علمية دولية فاعلة، تشمل مجموعة كبيرة لأفضل الاكاديميين من عدة دول، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة وتنقيحها وتقويمها. وتهتم المجلة بنشر البحوث العلمية في ميدان علوم الاعلام والاتصال، وقوانين الاعلام والاتصال والصحافة والنشر سواء الرقمي أو الورقي، إضافة إلى الإعلام الإلكتروني..

وتستند المجلة إلى ميثاق أخلاقي لقواعد النشر فيها، وإلى لائحة داخلية تنظّم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات الاعلامية " في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكّمة.

وتصدر المجلة عن "المركز الديمقراطي العربي للدارسات 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 والدولي بصفة عامة.

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

محتويـــــــــات العدد

المقـــــــالات	الباحث	الصفحة
كلمة رئيسة التحرير	د. شيماء الهواري	13
دور المنظومة الاعلامية في تفعيل وحماية النظام الدستوري للمملكة المغربية – نموذجا الفصل الاول من دستور 2011 The role of the media system in activating and protecting the constitutional order of the kingdom of morocco - The first .chapter of the 2011 constitution	الدكتورة شيماء الهواري	14
صورة المرآه في الدراما التركية الجديدة مسلسل "HALKA" أنموذجاً THE IMAGE OF WOMEN IN THE NEW TURKISH DRAMA SERIES "HALKA" CASE OF STUDY	أ. هاله هلال عيسى	36
اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو تغطية وسائل الإعلام لأحداث الثورة دراسة ميدانية في الفترة من {2019 –2020م} Trends of the Sudanese media elites towards the media coverage of the events of the revolution - 2019 – 2020	د. مصطفى حميد الطائي د. نصرالدين عبد القادر عثمان	52
التأثير الاجتماعي والنفسي للعنف، والخيال للسينما التجارية (الأمريكية، المصرية)، في ثقافة الجماهير الشعبية The sociological and psychological effect of violence and imagination of commercial cinema (American, Egyptian) on the culture of popular .audiences	د. رانيا العشران	71
دور قنوات اليوتيوب الجزائرية في التّرويج للسّياحة في الجزائر –دراسة وصفية تحليلية لقنوات– Mohamed Djamel Taleb-Dz Rami-MounirMK The role of Algerian YouTube channels in	أ/ إيمان فوال أ/ سلمى لفزة	89

		promoting tourism in Algeria Descriptive and analytical study of Mohamed Djamel Taleb-Dz Rami-MounirMK channels-
108	أ. صباح عبيد	دور الاعلام والدعاية المضادة في تغيير منحى الحروب وتقنين الوعي السياسي لشعوب دراسة تحليلية للدعاية الألمانية خلال الحرب العالمية الأولى أنموذجا. The Role of Media and Counter-Propaganda in Changing the Orientation of Wars and Raising the Political Awareness of Peoples. An Analytical Study of German Propaganda during World War I as a Model
129	أ. بن خليفة نوفل	اتجاهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية –دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين– Algerian sports journalists' attitudes toward using electronic sports journalism a field study on a sample of sports journalists
143	أ. ياسين برُوك أ. سفيان بوغارب	الأساليب الاِتِّصاليَّة المستخدَمة في إدارة اِجتماعات العمل بالإذاعات الجهويَّة في الجزائر –دراسة ميدانيَّة بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة – أنموذجًا– Communication styles used in managing works meetings in regional radios in Algeria - A field study in Regional Radio of Souk Ahras - a model -
169	د. مهري شفيقة	نحو تفعيل برنامج ارشادي للتربية الاعلامية في ظل تحديات تكنولوجيا الاعلام والاتصال لدى الطفل في المرحلة المبكرة Towards activating a guidance program for media education in light of the challenges of information and communication technology in the early childhood
185	أ. عبدالعالي الزهر	تغطية الصحافة الورقية في المغرب لأخبار المغربية الجزائرية The Moroccan Print Media coverage of

		Moroccan – Algerian relations
201	أ. حيدر أحمد حسين	مشاركه المستخدمين في تزايد المعلومات المضطربة على الشبكات الاجتماعية The participation of users in the increase information disorder on social networks
213	أ. قرناني ياسين أ. ريم بن دعاس	دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة الاستشفائية –دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين الكبيرة– The Role Of Communicative Tools In Improving The General Service In Hospital Institution Practical Study In The Generality Institution Of Vicinage Healthiness – Ain El Kebira–
246	نورالدين اليزيد	السياسي والدّيني في خطاب حزب "العدالة والتنمية" الإسلامي مِن المرجعية إلى الواقع The Political and the religious in the discourse of the Islamic Party "The Justice and The Development" From the reference to reality
275	د. نجاة علمي	أثـر استخدام التكنولوجيا في اللافتات الاشهارية على اللغة العربية دراسة تحليلية على عينة من لافتات المحلات التجارية بالجزائر The effect of using technology in advertising banners on the Arabic language An analytical study on a sample of the signage of shops in Algeria
294	د. محمد عبد القادر عثمان علي	العلاقات العامة ودورها في مكافحة الجريمة (جريمة المخدرات) الإدارة العامة لمكافحة المخدرات –السودان Public Relations and Their Role in Combating Crime (Drug Crime) General Directorate for Drug Control
315	أ. توفيق ذبـــــاح أ. الشيـــــــكر آنـــــــــسة	المُعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد دراسة وصفية تحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات

		على الفايسبوك أنموذجا Media treatment of environmental issues through new media An analytical descriptive study of the National Waste Agency page on Facebook as a model
334	حمزة عقون د. سامي عبد القادر	دور الإعلام الرياضي المكتوب في المحافظة على القيم الاجتماعية The role of sports media written in the preservation of social values
350	REDOUANE QOTBI	الاتصال السياسي الرقمي : حالة الأحزاب السياسية المغربية Communication politique numérique : Cas des partis politiques marocains Digital political communication: The case of Moroccan political parties

كلمة رئيسة التحرير

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين

السادة الباحثات والباحثين الكرام

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسعد مجلة الدراسات الاعلامية الدولية المحكمة ان تشارككم عددها الجديد الذي يعتبر من الاعداد المميزة للمجلة، وهو ثمرة لمجهودات الهيئة العلمية والاستشارية وهيئة التحرير الخاصة بالمجلة، وتحت الرعاية الكريمة من السيد الدكتور مدير المركز الديمقراطي العربي عمار شرعان الذي لا يتوانى في دعم المجلة والعاملين فيها من خلال افكاره ونصائحه البناءة، وبهدف ترسيخ مفهوم حرية الاعلام والاتصال ودعم البحث العلمي في هذا الميدان الذي يرعاه بنفسه ويحرص على حمايته .

مجلة الدراسات الاعلامية مجلة لحرية التعبير، وللقلم الحرّ لا تتدخل في الآراء المنشورة ولا في توجهاتها، تدعم الرأي والرأي الاخر، وهو مبدأ لن ولم تحيد عنه المجلة في جميع اعدادها السابقة واللاحقة، وهو الشيء الاساسي الذي تحرص على ترسيخه رئيسة التحرير الدكتورة شيماء محمد الهواري والذي تعتبره ما يميز المجلة عن نظيراتها في المجال ويجعلها غير قابلة للمنافسة .

لذلك فنحن فخورين بالنتيجة التي حصلنا عليها من نشر العلم التثقيفي وتعميم الافادة والاستفادة على جموع المهتمين بهذا المجال .

من هنا ندعوا الاكاديميين، الباحثات والباحثين، الصحفيات والصحفيين المتخصصين.. الى اغناء المجلة من خلال ارسال بحوثهم ومقالاتهم ودراساتهم العلمية في مجال الدراسات الإعلامية ككل، لدعم مجال البحوث في ميدان علوم الاعلام والاتصال.. والصحافة الورقية والالكترونية.. وكذلك

المجال القانوني لهم والاقتصادي والاجتماعي بجميع اللغات سواء العربية او الفرنسية والانجليزية وايضا الالمانية.

وفي الاخير نسعى لأن تكون المجلة متنفسا للأقلام الحرّة ولإخراج حرية الإعلام والاتصال من حدود اللاممكن الى الآفاق اللامتناهية من حرية الفكر والرأي والابداع الإعلامي .

رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيماء الهواري

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

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

دور المنظومة الاعلامية في تفعيل وحماية النظام الدستوري للمملكة المغربية نموذجا الفصل الاول من دستور 2011

The role of the media system in activating and protecting the constitutional order of the kingdom of morocco The first chapter of the 2011 constitution.

الدكتورة شيماء الهواري

دكتورة قانون عام وسياسات عمومية جامعة الحسن الثاني الدارالبيضاء المملكة المغربية

الملخص:

تعتبر وسائل الاعلام او المنظومة الاعلامية ككل سلطة رابعة في الدول المتقدمة التي تحترم مفهوم الديمقراطية وتطبقه.

وكسلطة رابعة لها صلاحيات عدة اهمها مساءلة المسؤولين، وطرح القضايا السياسية والقانونية للنقاش الشعبي، دون ان يعتبر ذلك مساسا باختصاصات احدى السلط إما التشريعية او القضائية، فللإعلام ادوات وتقنيات تجعله داعما ومساندا للحقوق والحريات، إن كان في بيئة تحترم القانون والحريات والعدالة.

وقد نجد الاعلام الحر مساندا للمنظومة القانونية للدولة ويعمل على توضيحها وتفسيرها للمواطنين، ليس دعما منه لتوجهات الحكومة لكن ليعي المواطن حقوقه وواجباته الدستورية والقانونية.

اغلب المؤسسات الاعلامية لا تقوم بهذه المهمة الا إذا كانت في الاصل مؤسسات اعلامية ذات توجه قانوني تهتم بالشؤون القانونية والمؤسساتية.

لكن لو اعتمدت وسائل الاعلام اسلوب الشرح والتوضيح على المستوى المرئي والسمعي والالكتروني للمواد والقوانين ولفصول الدستور لكنا امام توعية قانونية مهمة تفوق ما تقوم به الاحزاب السياسية ابان الانتخابات وفي البعض الفترات بينها، ولكان الشرح مهنيا ومحايدا ومستفيضا بدل الشرح المقتضب والبسيط والذي يعتمد على فصول معينة بالذات مثلما تقوم به الاحزاب السياسية.

ويعد الفصل الاول من الدستور المغربي لسنة 2011 اهم فصل دستوري واكثرها شمولية ووضوح، فهو يحدد طبيعة الدولة ونظام الحكم فيها، وايضا النظام الدستوري المتبع، والتنظيم الترابي للمملكة. لذلك ارتأينا دراسته والتركيز عليه وابراز دور المنظومة الاعلامية في تفسيره، وتوضيحه، وتعميمه على كافة فئات الشعب.

الكلمات المفتاحية: الاعلام–حرية التعبير والرأي –الجهوية–الديمقراطية التشاركية–التنمية البشرية والمستدامة–المعاهدات والمواثيق الدولية–الدستور–القانون–محاربة الفساد–ربط المسؤولية بالمحاسبة–فصل السلطة –الحكامة الجيدة.

Abstract

The media or the media system as a whole is a fourth authority in developed countries that respect and apply the concept of democracy.

As a fourth authority, it has several powers, the most important of which is to hold officials accountable, and to raise political and legal issues for popular debate, without considering that...

Free media may find support for the legal system of the State and seek to clarify and interpret it to citizens, not in support of orientation...

Most media organizations do this only if they are originally legal-oriented media organizations...

But if the media adopted the style of explanation and clarification on the visual, audio and electronic level of the articles, laws and chapters of the constitution...

The first chapter of the Moroccan Constitution of 2011 is the most important, comprehensive and clear constitutional chapter, defining the nature of the state and the system of government...
Keywords: Media - Freedom of expression and opinion - Regional - participatory Democracy - Human and Sustainable Development - International Treaties and Conventions -...

تمهيد

يعتبر الحق في حرية التعبير والرأي والفكر ونشر المعلومات.. من اهم الحقوق التي يسعى دوما الانسان الى تحقيقها، لذلك ومع الطفرة في وسائل التعبير الحر عن الرأي كان من اللازم تأطير هذا الجانب باعتماد مجموعة من القوانين تحمي هذا الحق، لذلك تم التنصيص على حري التعبير والرأي والفكر في العديد من المواثيق والمعاهدات الدولية والاقليمية والقوانين الوطنية. ولكن مع التطور التكنولوجي ظهر الى العلن نوع جديد من الاعلام وهو الاعلام الإلكتروني او البديل او الجديد او اعلام المواطن او الصحافة على النت..

لعب الاعلام الإلكتروني دورا رياديا في تدعيم الحراك العربي ونشره، وبسبب الاعلام الإلكتروني والمدونون ومواقع التواصل الاجتماعي تمت العديد من الاصلاحات في العديد من البلدان العربية واهمها المملكة المغربية، وكان نتاج ذلك خروج دستور 2011 لأرض الواقع بالعديد من الاصلاحات المهمة خاصة في مجال الحريات العامة وحرية التعبير والرأي.

فالمغرب قبل الحراك العربي بكثير يعد من الدول السباقة في مجال الحريات العامة وحرية التعبير والاعلام مقارنة مع دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا وهذا يرجع الى الترسانة القانونية والمؤسسات الداعمة لحرية الاعلام وحمايتها وقد تم دعم هذا المجال كثيرا في دستور 2011.

ونجد اضافة الى الفصول الخاصة بالحريات العامة وحقوق المواطنين التي تعتبر من اهم الفصول فصلا يعد اهم فصل دستوري و اكثرها شمولية وهو يحدد معالم وصفات وركائز المملكة من حيث نظام الحكم والتنظيم الترابي وغيره ونتحدث هنا عن الفصل الاول من الدستور، لكن اغلب العامة من المواطنين لا يعرفونه طبعا شانه شان باقي الفصول الا انه يتميز عنها انه اول فصل واهم فصل في دستور 2011 ، لذلك ارتأينا ان نقوم بدراسته وتسليط الضوء عليه وطرح اشكالية مهمة وهي دور المنظومة الاعلامية بالتعريف بالقوانين والفصول الدستورية للمواطنين في اطار برنامج ممنهج للتعريف بالحقوق والواجبات، وايضا التعريف بقنوات عمل الدولة واساسياتها .

اشكاليات الموضوع:

وللتعمق اكثر في دور الاعلام المغربي في التعريف ودعم تطبيق الفصل الاول من الدستور على ارض الواقع. وينص هذا الفصل على:

الفصل 1

{نظام الحكم بالمغرب نظام ملكية دستورية، ديمقراطية برلمانية واجتماعية. يقوم النظام الدستوري للمملكة على أساس فصل السلط، وتوازنها وتعاونها، والديمقراطية المواطنة والتشاركية، وعلى مبادئ الحكامة الجيدة، وربط المسؤولية بالمحاسبة.

تستند الأمة في حياتها العامة على ثوابت جامعة، تتمثل في الدين الإسلامي السمح، والوحدة الوطنية متعددة الروافد، والملكية الدستورية، والاختيار الديمقراطي. التنظيم الترابي للمملكة تنظيم لا مركزي، يقوم على الجهوية المتقدمة}

ومن اهم الاشكاليات التي سنذرحها للنقاش في هذه الدراسة:

- دور الاعلام في دعم الرؤى الاستراتيجية الوطنية لتقوية أسس دولة الحق والقانون والمؤسسات والديمقراطية المواطنة التشاركية؟
- كيف يمكن للإعلام ان يدعم قيم ومبادئ الحكامة الجيدة والجهوية المتقدمة؟
- كيف يمكن للمنظومة الاعلامية دعم مبدأ فصل السلط وربط المسؤولية بالمحاسبة؟

اهمية الموضوع:

تتجلى اهمية الموضوع في طرحه لإشكالية دعم المنظومة الاعلام لاهم فصل سيادي من فصول الدستور المغربي لسنة 2011 الذي يبرز الاسس السيادية للمملكة من حيث نظام الحكم والنظيم الترابي للمملكة، وفصل السلطات وتوازنها وتعاونها، وفرض المساءلة على كل فاسد وربطها بالمحاسبة مهما كانت مكانته في الدولة وداخل مؤسساتها، وتبني الحكامة الجيدة كأسلوب تسيير وتدبير رشيد للمؤسسات، والجهوية المتقدمة واللامركزية كأساس ترابي للمملكة.

دراسات سابقة:

لم نجد أي دراسات سابقة عن هذا الموضوع الذي بين ايديكم حول دراسة دور وسائل الاعلام في دعم تطبيق الفصل الاول من الدستور المغربي .

وللإجابة عن اشكاليات الموضوع نقدم التصميم التالي:

المطلب الاول: الاطار القانوني والدستوري لحرية التعبير والرأي : دوليا ووطنيا

الفقرة الاولى: الاطار القانوني لحرية التعبير والرأي دوليا

الفقرة الثانية: الاطار القانوني والدستوري لحرية الإعلام والصحافة والرأي وطنيا

المطلب الثاني: الاعلام ودعم النظام الدستوري والترابي للمملكة المغربية

الفقرة الاول: ترسيخ الاعلام لمرتكزات الجهوية المتقدمة والتنمية المستدامة

الفقرة الثاني: دور الاعلام في دعم مفهوم فصل السلط وتوازنها وتعاونها

الفقرة الثالث: محاربة الاعلام للفساد ودعمه لربط المسؤولية بالمحاسبة

الفقرة الرابع: دعم الاعلام لمفهوم الديمقراطية والمواطنة التشاركية

الفقرة الخامس: تعريف الاعلام بمبادئ الحكامة الجيدة

الخاتمة

المطلب الاول: الاطار القانوني والدستوري لحرية التعبير والرأي: دوليا ووطنيا

خص المشرع المغربي جانب الحريات العامة بالكثير من العناية والحماية من خلال التنصيص على العديد من القوانين التي تساعد على ابراز المكانة المتقدمة للحريات العامة وخاصة حرية التعبير والرأي والاعلام وهذا ليس أمرا مقتصرا على المغرب فقط بل ان جانب حرية التعبير مصون بالعديد من المواثيق والمعاهدات الدولية والاقليمية ولذلك نجد ان المغرب قد صادق على جلها، وبهذا أصبح لحرية التعبير التي تتجلى في الاعلام والصحافة مكانة او سلطة تساوي في بعض الدول السلطات الثلاث الاساسية اي اصبحت سلطة رابعة تنتقد وتحمي وتدعم.. المخططات الاصلاحية بالبلاد.

الفقرة الاولى: الاطار القانوني لحرية التعبير والرأي دوليا

عان العالم من العديد من الكبوات في مجال حقوق الانسان والحريات العامة خاصة مع الانظمة الديكتاتورية التي خلفتها الحروب العالمية خاصة الثانية والحر بالباردة؛ حيث تعمد هذه الاخيرة الى تضيق الخناق في مجال الحريات العامة والحقوق لحماية مصالحها السياسية عامة والحفاظ خاصة على كرسي الحكم الذي يكون في غالب الاحيان غير شرعي.

فنص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في المادة 19 على: "**أن لكل إنسان الحق في اعتناق الآراء دونما مضايقة والتعبير عنها بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود**"، كما كرس العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية هذا الحق في المادة 19 منه، وبينما يكون الحق في حرية الرأي والتعبير مطلقا، يجوز بمقتضى العهد إخضاع هذا الحق لبعض القيود التي يجب أن يتم التنصيص عليها في النصوص التشريعية.

كما اهتم الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب الذي صدر عام 1981 بحرية الرأي والتعبير، حيث نص في المادة 9 منه على أنه: "**يحق لكل فرد أن يعبر عن أفكاره وينشر آراءه في إطار القوانين**"، ونصت المادة 23 من مشروع الميثاق العربي لحقوق الإنسان على أن: "**للأفراد من كل دين الحق في التعبير عن أفكارهم عن طريق العبادة أو الممارسة أو التعليم، بغير إخلال بحقوق الآخرين، ولا يجوز فرض أي قيود على حرية العقيدة والفكر والرأي، إلا بما نص عليه القانون**".

وتتضمن حرية الرأي والتعبير كما ورد في الدراسة السابقة –وفقا للنصوص الدولية–الحق في تلقي وإرسال المعلومات من خلال وسائل الإعلام المختلفة بحرية، وترتبط حرية الرأي والتعبير ارتباطا وثيقا للغاية بالممارسات الحاكمة لوسائل الإعلام كافة، ومنها بالطبع ضمانات حرية الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية.

ونخلص مما سبق إلى القول بأن حرية الرأي والتعبير مصدر أساسي للكثير من الحريات، كما تعد عاملا أساسيا لمباشرة الحقوق السياسية، فهي التعبير المباشر لحرية تكوين الأحزاب، وهي الصوت الناقد لآراء الحكومات، ومن هنا أتت أهميتها، وأكدت عليها المواثيق والمنظمات الدولية كونها ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية.

الفقرة الثانية: الإطار القانوني والدستوري لحرية الإعلام والصحافة والرأي وطنيا

ان اعتماد المغرب على المواثيق الدولية جعله يحسن من ترسانته القانونية في مجال الحريات وحقوق الانسان لذلك اولى اهتماما بالغا بها في دستور 2011 وقبل منه دستور 1996 الذي نص على حرية التعبير والرأي في المادة 9 منه.

ويعتبر الدستور بالمغرب القانون الاسمى والسند الذي تنبثق منه باقي القوانين بالمملكة، والأساس المتين للنموذج الديمقراطي التنموي المغربي المتميز، وقد اكد الدستور على مجموعة من الحريات في الفصول 28/27/25/6 من الباب الثاني من الدستور وهي كالتالي :

الفصل 6:" القانون هو أسمى تعبير عن إرادة الأمة.

والجميع، أشخاصا ذاتيين أو اعتباريين، بما فيهم السلطات العمومية، متساوون أمامه، وملزمون بالامتثال له.

تعمل السلطات العمومية على توفير الظروف التي تمكن من تعميم الطابع الفعلي لحرية المواطنات والمواطنين، والمساواة بينهم، ومن مشاركتهم في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية.

تعتبر دستورية القواعد القانونية، وتراتبيتها، ووجوب نشرها، مبادئ ملزمة. ليس للقانون أثر رجعي ".

الفصل 25: "حرية الفكر والرأي والتعبير مكفولة بكل أشكالها. حرية الإبداع والنشر والعرض في مجالات الأدب والفن والبحث العلمي والتقني مضمونة."

الفصل 27:" للمواطنات والمواطنين حق الحصول على المعلومات، الموجودة في حوزة الإدارة العمومية، والمؤسسات المنتخبة، والهيئات المكلفة بمهام المرفق العام.

لا يمكن تقييد الحق في المعلومة إلا بمقتضى القانون، بهدف حماية كل ما يتعلق بالدفاع الوطني، وحماية أمن الدولة الداخلي والخارجي، والحياة الخاصة للأفراد، وكذا الوقاية من المس بالحريات والحقوق الأساسية المنصوص عليها في هذا الدستور، وحماية مصادر المعلومات والمجالات التي يحددها القانون بدقة."

الفصل 28: "حرية الصحافة مضمونة، ولا يمكن تقييدها بأي شكل من أشكال الرقابة القبلية.

للجميع الحق في التعبير، ونشر الاخبار، والافكار والآراء، بكل حرية، ومن غير قيد، عدا ما ينص عليه القانون صراحة.

تشجع السلطات العمومية على تنظيم قطاع الصحافة، بكيفية مستقلة، وعلى اسس ديمقراطية، وعلى وضع القواعد القانونية والاخلاقية المتعلقة به.

يحدد القانون قواعد تنظيم وسائل الاعلام العمومية، ومراقبتها، ويضمن الاستفادة من هذه الوسائل مع احترام التعددية اللغوية والثقافية والسياسية للمجتمع المغربي.

وتسهر الهياة العليا للاتصال السمعي البصري على احترام هذه التعددية وفق احكام الفصل 165 من هذا الدستور".

هذا ما يخص الدستور، اما على مستوى القوانين فحرية التعبير والرأي مضمونة من خلال قانون الحريات العامة، اما حرية الصحافة والاعلام فقد خصص لها المشرع المغربي قانونا خاصا بها الا وهو قانون الصحافة والنشر رقم 88.13، وقانون الاتصال السمعي البصري رقم 77.03، والقانون رقم 11.15 المتعلق بإعادة تنظيم الهياة العليا للاتصال السمعي البصري، وايضا مرسوم قانون رقم 2.02.663 انهاء احتكار الدولة في ميدان البث الاذاعي والتلفزي .

كما توجد هيئات وطنية تحمي حرية الصحافة والنشر والاعلام تتجسد في: النقابة الوطنية للصحافيين، الهيأة العليا للاتصال السمعي البصري، المجلس الوطني للصحافة، المجلس الوطني لحقوق الانسان.

اما على مستوى هيئات المجتمع المدني المغربي والمنظمات غير الحكومية نجد مثلا منظمة حريات التعبير والاعلام التي تهتم بحرية التعبير وابداء الرأي، المنظمة المغربية لحقوق الانسان، المنتدى المغربي للديمقراطية وحقوق الانسان..، ونجد ايضا على المستوى الدولي على سبيل المثال وليس الحصر منظمة مراسلون بلا حدود .

المطلب الثاني: الاعلام ودعم النظام الدستوري والترابي للمملكة المغربية

نظرا للمكانة القوية التي يتمتع بها الاعلام بشتى انواعه المكتوب والمرئي والسمعي والالكتروني، اصبح له دور قيادي في تدعيم الخطط التنموية والمشاريع الوطنية ودعم النظام الدستوري والترابي للمملكة، والمخططات الاستراتيجية والقضايا المحورية التي تهم التراب الوطني والامن القومي. ومن اهم المشاريع والقضايا التي يدعمها الاعلام نجد:

الفقرة الاول: ترسيخ الاعلام لمرتكزات الجهوية المتقدمة والتنمية المستدامة

لا يخفى على اي متتبع للشأن المغربي ان للجهوية مكانة مهمة في الخطابات الملكية، وهذا ان كان يحيل على شيء فانه يبين الدور الجوهري للجهوية المتقدمة في تطوير البلاد وخاصة مجال التنمية البشرية والمستدامة واصلاح المجالس الجهوية وتحسين مردودية العمل بالمجالس الجماعية، فالجهوية تهدف الى :

- تدعيم اللامركزية واللاتمركز الاداري ودمقرطة المؤسسات الجهوية؛
- تقريب الادارة من المواطن وإحدى اساليب ادارة المرافق العمومية لتلبية حاجيات المواطنين؛
- تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية؛
- دعم الديمقراطية المحلية والحكامة التشاركية؛
- تدعيم التنمية المحلية ودمج سياسة القرب للقضاء على الفوارق الجهوية والاجتماعية خاصة في المناطق النائية؛

ومنه نستشف ان الجهوية هي: "**آلية تدبيرية لتعزيز لامركزية صنع وتنفيذ القرار ولدمقرطة تسيير وتنظيم وهيكلة مختلف دواليب ومجالات ومكونات المجتمع**".

ومن خلال ما سبق نتأكد من الدور الريادي الذي تلعبه الجهوية المتقدمة في الاصلاح لذلك فقد تم التنصيص عليها في دستور 2011 اي تم دسترة الجهوية وافراد بابا خاص بها وتم التأكيد عليها في الفصل الاول من الدستور: ".. **التنظيم الترابي للمملكة تنظيم لامركزي يقوم على الجهوية المتقدمة**".

لقد بوأ المشرع المغربي الجهة مكانة متميزة عن باقي الجماعات الترابية وتحت اشراف رؤساء مجالسها خاصة في عمليات اعداد وتتبع برامج التنمية الجهوية والتصاميم الجهوية لإعداد التراب وهذا ما نجده منصوصا عليه في الفصل 143 من الدستور الباب التاسع،

وفي إطار تفعيل مبدا التفريع في ممارسة الصلاحيات اكد المشرع المغربي على ان للجماعات الترابية اختصاصات الذاتية ومنقولة لها من طرف الدولة مع مراعاة الاختصاصات المشتركة الاخرى مع الدولة هذا ما نص عليه الفصل 140 من الدستور الباب التاسع. ولا شك ان الهدف من دسترتها وتوسيع نطاق صلاحياتها انما هو انعكاس للمكانة والصدارة التي منحها الدستور بغية الارتقاء بها وجعلها محور ترابي مهم في تحقيق التنمية الشاملة والمندمجة واداة للتدبير الحرّ والتضامن والتعاون واشراك الساكنة في تسيير شؤونهم وهذا ما اكده الفصل 136 من الدستور.

ولأجل ذلك وحفاظا على صون اهدافها المسطرة، واكبها المشرع بمؤسسات طالما لعبت دور الوسيط وحلقة الوصل بين المؤسسات الجهوية والادارات المركزية، هذه المؤسسات تجلت في تمثيلية كل من الولاة الجهات وعمال الاقاليم والعمالات للسلطة المركزية في الجماعات الترابية وحرصهم على تأمين تطبيق القانون، وتنفيذ النصوص التنظيمية للحكومة ومقرراتها، كما يمارسون المراقبة الادارية يساعدهم في ذلك رؤساء الجماعات الترابية وخاصة رؤساء المجالس الجهوية في تنفيذ المخططات والبرامج التنموية، وهذا ما نص عليه الفصل 145 من الدستور الباب التاسع.

ولبلوغ اهداف الانسجام بين المصالح الممركزة ونظيرتها اللاممركزة، يقوم الولاة والعمال تحت سلطة الوزراء المعنيين بتنسيق انشطة المصالح اللاممركزة للإدارة المركزية ويسهرون على حسن سيرها.

وبذلك يكون المشرع المغربي قد حدد آليات العمل التشاركي بين كل من ممثل الدولة على الصعيد المركزي من جهة ومن جهة اخرى ممثلي الجماعات الترابية بشكل يضمن استقرار المؤسسات في إطار من التعاون والمساعدة بين المركز والمحيط.

لكن كيف للإعلام ان يساعد في تفعيل الجهوية المتقدمة؟

يمكن للإعلام بشتى انواعه ان يساعد في تدعيم اسلوب وفكر الجهوية المتقدمة واللامركزية عن طريق افراد مساحات او فقرات اعلامية في الاعلام السمعي البصري والصحافة المكتوبة والإلكترونية للتعريف بها وتقريب المواطن العادي الذي هو ملزم بالعمل على تحسين وتطوير الشأن المحلي والجهوي، وهذا ما نص عليه الدستور والمقصود بالديمقراطية التشاركية والمواطنة في تدبير الشأن المحلي.

ونظرا لمكانة الجهوية في الدستور وفي المخططات الاستراتيجية للبلاد فانه من الاحسن ولأفيد تدعيم تقوية الاعلام المحلي الجهوي داخل الجهات بدعم انشاء صحف محلية تعنى بالشأن الجهوي والمحلي، ولما لا انشاء قنوات جهوية تلفزية خاصة وعامة مثلما نجد في اسبانيا وايطاليا وفرنسا مثلا.

كما لا ننسى دور الاعلام الالكتروني في دعم الجهوية عبر انشاء صفحات الكترونية خاصة بالجهات تهتم بشؤون الجهة واخر التطورات بها، وليس بالضرورة ان تكون تابعة للمجالس الجهوية او الجماعية، فللمجتمع المدني دور ريادي في دعم الجهوية هو ايضا.

كما يجب على مؤسسات الجهة ان تعتمد نظام الادارة الإلكترونية، التي تساعد على تقريب الادارة من المواطن، وتقديم الخدمات بسرعة وفعالية. وهذه الخدمات تكون متبادلة؛ حيث يمكن للمواطن ان يدعم الجهة من خلال تقديم مقترحات حول اصلاح او خلق مشروع معين او مؤسسة ما بهدف تحقيق المصلحة العامة.

ان هذه الخطوات ولبساطتها قد تؤثر بشكل ايجابي في العمل داخل الجهات، ولكن في المقابل تشوبها بعض المشاكل الدقيقة التي قد تعيق عملية الاصلاح والتطوير خاصة في مجال الاعلام على مستوى الجهات، ولتفادي ذلك نقترح ان تكون كل جهة مسؤولة عن اعطاء الرخص داخل حدودها الترابية لتأسيس صحيفة او اذاعة، ولما لا قناة تلفزية، لتبسيط المساطر، وايضا لتحرير القطاع السمعي البصري والمكتوب وخوصصته، فهذه الطريقة يمكن ان تزيد من مكانة الجهة المتقدمة ومن فعاليتها في تطوير المنطقة.

ومن الواضح أن الصحافة الجهوية والمحلية خاصة لها أهمية بحكم ارتباطها بمجال ومحيط معين وقدرتها على المتابعة والمواكبة لمختلف القضايا والأحداث. لكن من جانب آخر، فهذه الوظيفة تقترن بوجود مناخ وشروط مواتية وقادرة على المساهمة في تطوير أداء الإعلام الجهوي، وهو ما يفتقد إليه هذا الأخير .

فهناك ما يرتبط بالشروط المادية والتقنية التي تعد أهم إكراه يواجه هذا الصنف من الإعلام، لاسيما في غياب العديد من وسائل الاشتغال التي توفر إمكانيات العمل الصحفي. من هنا يبقى من الضروري دعم الإعلام الجهوي والمحلي بمختلف الوسائل والإمكانيات وهيكلته ومأسسته وتطويره .

أما ما يتعلق بالموارد البشرية، فالوضعية الاجتماعية للعاملين في حقل الإعلام الجهوي والمحلي سلبية نتيجة غياب معاهد جهوية للتكوين المهني في ميدان الصحافة، وكذا غياب التأطير والدورات التكوينية التي من المفروض على وزارة الاتصال والمعهد العالي للإعلام والاتصال، والمؤسسات الأخرى، القيام بها بشكل دوري ومستمر تماشيا مع التوجهات الجهوية التي يطرحها المغرب في مجالات مختلفة.

كما يكتسي تنظيم الحقل الصحافي أهمية قصوى على مستوى تطوير وخلق آفاق واعدة لإعلام القرب. إضافة إلى ضرورة الانكباب على معالجة المشاكل التي يتخبط فيها هذا الإعلام وكذا تخصيص دعم خاص له، انطلاقا من منظور واستراتيجية تتوخى تأهيل وتطوير وضمان استمرارية صعبة لإعلام مواطن .

إن قراءة إجمالية لطبيعة شروط وإمكانيات اشتغال أغلب المؤسسات الصحفية والمنابر الإعلامية الجهوية والمحلية، تعكس حقيقة الوضع القائم الذي ينبغي تجاوزه من خلال مجموع متطلبات وحاجيات دعم وتأهيل

هذا القطاع بالنظر لدوره ووظيفته وأهميته في هذا الوقت الراهن، وأيضا لما يطرحه من تحديات في المستقبل .

الفقرة الثاني: دور الاعلام في دعم مفهوم فصل السلط وتوازنها وتعاونها

يعتبر مبدأ فصل السلط principe de la séparation des pouvoirs، مفتاح الديمقراطية وركيزتها الاساسية سواء على مستوى الفقهي او على صعيد الممارسة السياسية، ومفاد هذا المبدأ ان تمارس كل سلطة صلاحياتها الذاتية او خاصة بها بشكل منفصل عن الاخرى ونقصد هنا السلطات الثلاث التنفيذية والتشريعية والبرلمانية.

ومعروف في التاريخ السياسي أن الدعوة الى هذا المبدأ ترجع إلى الفيلسوف جون لوك، وكذا الكاتب والفيلسوف الفرنسي مونتسكيو خصوصا في كتابه الشهير «روح القوانين». ومعروف أن تجميع السلطات يضاعف من خطر الاستبداد لأن السلطة بطبيعتها تغري بالانحراف والوسيلة المثلى لتجنب ذلك هي توزيع تلك السلطات بين هيئات مختلفة (تشريعية، تنفيذية، قضائية). وهذا الفصل هو الذي أصبح يميز الأنظمة الديمقراطية عن المستبدة؛ حيث تتولى السلطة التشريعية المهام الموكلة لها من تشريع ومراقبة للعمل الحكومي، بينما تهتم التنفيذية السهر على تنفيذ السياسات العامة والقوانين التي يجيزها البرلمان، في حين تستأثر السلطة القضائية بالبت في النزاعات.

وتختلف درجة الفصل بين السلط من نظام سياسي لآخر؛ حيث يكون الفصل التام بينها في النظام الرئاسي، على العكس من البرلماني الذي يتميز بطابع من المرونة من خلال التوازن والتعاون بينها. ولقد سار الدستور المغربي على هذه العادة الديمقراطية من خلال النص على مسألة فصل السلط وتوازنها وتعاونها واعتبارها أحد أسس النظام الدستوري للمملكة الى جانب الديمقراطية المواطنة والتشاركية ومبادئ الحكامة الجيدة بالإضافة الى ربط المسؤولية بالمحاسب، وهذا ما اكده الفصل الاول من الدستور المغربي 2011.

اذن ما هو الدور الذي قام به الاعلام بشتى انواعه في دعم وتفعيل ومراقبة تطبيق هذا الفصل على ارض الواقع خاصة وان الاعلام يعد السلطة الرابعة بعد السلطات الثلاث الاساسية.

يطلع الاعلام باعتباره السلطة الرابعة في الانظمة الديمقراطية بدورين اساسيين: مراقبة اداء السلطات، وتمثيل مصالح الشعب؛ حيث نجد ان وسائل الاعلام باختلاف انواعها تعمل على مراقبة والتحقيق في اعمال وكيفية اداء وظائف السلطات الثلاث الاساسية، من خلال الربورتاجات والتحقيقات الصحفية، كما تعمل وسائل الاعلام على الدفاع عن حقوق المواطنين عند حصول اي خرق للقوانين من طرف احدى تلك السلط او تفعيلها لقوانين او مشاريع قد تضر بالمصلحة العامة للشعب.

وقد شهد التاريخ الاعلامي المغربي العديد من المقالات والتحقيقات الصحفية التي نددت واتهمت الحكومة باعتبارها السلطة التنفيذية بإضرارها بمصلحة المواطنين. لكن للأسف مازالت السلطة الرابعة ضعيفة في

المغرب ليس لها التأثير القوي الذي قد يدفع بالحكومة والمؤسسات الحكومية او السلطة القضائية او حتى المؤسسة الملكية او المحكمة الدستورية، الى الاصغاء لها او حتى النظر فيما توصلت اليه من خروقات.

ولا تهتم المنظومة الاعلامية فقط بمراقبة اعمال السلطات الثلاث بل تهتم ايضا باحترامها لمبدأ فصل السلط وتوازنها وتهاونها باعتبارها من الركائز الاساسية لدولة الحق والقانون، فأي تسلط من اي سلطة على اختصاصات السلطة الاخرى يعتبر خرقا للدستور يجب مجابهته وايقافه. لكن وفي ظل برلمان يؤمه مجموعة من النواب الاميين او ضعاف التعليم والتكوين خاصة القانوني، فأكيد ان للسلطة التشريعية دور شكلي صوري فقط امام السلطة التنفيذية. وقد نددت وسائل الاعلام المغربية بوصول مثل هؤلاء لسدة البرلمان وبقلة تكوينهم وضعف تعليهم وقلة خبرتهم، وطالبت كثيرا بتعديل المادة الانتخابية التي تسمح لهؤلاء بالترشح لكن لا حياة لمن تنادي. غير ان السلطة القضائية هي السلطة الوحيدة التي مازالت تحترم استقلاليتها وتفردها مقارنة بباقي السلط وهذا يزرع الامل في مستقبل أفضل.

الفقرة الثالث: محاربة الاعلام للفساد ودعمه لمبدأ ربط المسؤولية بالمحاسبة

ان تكريس مبدأ ربط المسؤولية بالمحاسبة يحيلنا الى مبدأ دولة الحق والقانون التي يسمو فيها القانون وتكون فيها السلطات مقيدة بالقانون، وتكون فيها المساواة أمام القانون، ويتم فيها فصل السلط والاعتراف بالحقوق والحريات.

والملاحظ ان تقدم المجتمعات وتطورها رهين بربط المسؤولية بالمحاسبة، يعني ان جميع الدول الديمقراطية التي راكمت تجربة في هذا المجال عرفت تقدما في شتى المجالات، فقد جاء هذا المبدأ قطيعة مع كل اشكال الرشوة والفساد الاداري، والواسطة، والمحسوبية، والسرقة، والاختلاس، واستغلال النفوذ، وخيانة الامانة، والاستغلال اللامشروط للممتلكات العمومية، والشطط في استعمال السلطة، ومع سلوك الريع السياسي والاقتصادي الذي كانت تعرفه البلاد قبل صدور دستور 2011.

كما جاء من اجل متابعة المفسدين وعدم افلاتهم من المحاسبة والعقاب، عند ثبوت تورطهم في تقصير او اخلال في النهوض بمهامهم، فالمسؤولية دائما تقابلها المحاسبة؛ بمعنى كلما كانت هناك مسؤولية كانت المحاسبة وكلما كان الفساد كانت المحاسبة.

هذه المحاسبة تطبق على جميع المغاربة وفي هذا الصدد قال جلالة الملك محمد السادس في خطابه للامة بمناسبة الذكرى الثامنة عشرة لتربعه على العرش:" **كما يطبق القانون على جميع المغاربة يجب ان يطبق اولا على كل المسؤولين بدون استثناء او تمييز وبكافة مناطق المملكة**" كما قال جلالته "**اننا في مرحلة جديدة لا فرق فيها بين المسؤول والمواطن في حقوق وواجبات المواطنة، ولا مجال فيها للتهرب من المسؤولية او الافلات من العقاب**".

ولقد نص الدستور صراحة على ربط المسؤولية بالمحاسبة في الفصل الاول واعتبرها من المقومات الدستورية للمملكة اضافة الى الحكامة الجيدة، وفصل السلط، وتعاونها، وتوازنها، والديمقراطية المواطنة والتشاركية.

كما نجد التكريس الدستوري لمبدأ ربط المسؤولية بالمحاسبة من خلال تخصيصه بابا كاملا للحكامة الجيدة الباب 12 ، ونص المشرع المغربي على مبادئ العامة للحكامة الجيدة واكد في الفصل 154 منه على ان :"**المرافق العمومية تخضع لمعايير الجديدة والشفافية والمحاسبة والمسؤولية وتخضع في تسييرها لمبادئ والقيم الديمقراطية التي افرزها الدستور**"، كما نص نفس الفصل على ان "**تنظيم المرافق العمومية يتم على اساس المساواة بين المواطنين والمواطنات في الولوج اليها والانصاف في تغطية التراب الوطني والاستمرارية في اداء الخدمات**"، وبالتالي يشكل الدستور قطيعة مع كل اشكال الفساد التي تشوب العمل الاداري، وقد احاط المسؤولية بمجموعة من الضوابط والقواعد، فأعوان المرافق العمومية يمارسون وظائفهم وفق مبادئ احترام القانون والحياد والشفافية والنزاهة والمصلحة العامة، وبذلك تتوطد اسس الحكامة الادارية الجيدة،

وعليه فعلى كل شخص يمارس المسؤولية العمومية منتخبا كان او معينا يجب ان يقدم طبقا للقانون تصريحا كتابيا بالممتلكات والاصول التي في حيازته، بصفة مباشرة او غير مباشرة بمجرد تسلمه لمهامه وخلال ممارستها وعند انتهائها (الفصل 158 من الدستور).

ونجد من بين اهم المؤسسات الاجهزة التي تتدخل في ربط المسؤولية بالمحاسبة نجد: المجلس الاعلى للحسابات، والمفتشية العامة للإدارة الترابية، والمفتشية العامة لوزارة المالية، وايضا الفرقة الوطنية للشرطة القضائية، والقضاء بجميع انواعه. اضافة الى مؤسسات الحكامة الجيدة و التقنين وعلى رأسها الهيئة الوطنية للنزاهة والوقاية من الرشوة ومحاربتها التي نص عليها الدستور في الفصل 167 من الباب 12، ومجلس المنافسة الفصل 166، وهيئة الوسيط الفصل 162، والهيئة المكلفة بالمناصفة الفصل 164، ومجلس الجالية المغربية بالخارج الفصل 163، والمجلس الوطني لحقوق الانسان الفصل 161، اضافة الى المجلس الاستشاري للأسرة والطفولة الفصل 169، والمجلس الاستشاري للشباب والعمل الجمعوي الفصل 170، اضافة الى المجلس الاعلى للتربية والتكوين والبحث العلمي الفصل 168، واخيرا الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري الهاكا الفصل 165 .

ولا ننسى ايضا ان للملك صلاحيات الاعفاء من المناصب لكل من تم التأكد من مخالفته للقانون ولصلاحياته من الموظفين المعينين او بمبادرة من رئيس الحكومة او المنتخبين في الحكومة او البرلمان بمجلسيه.

إذا كان الدستور والهيئات الدستورية والحكماتية قد قننت مبدأ ربط المسؤولية بالمحاسبة ووضعت أسس علاجية لمحاربة الفساد بشتى انواعه، اذنن، ما دور الاعلام في دعم هذا المبدأ؟

تعد وسائل الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والاعلام البديل والمواطن من اهم ادوات المراقبة على الشأن العام فهي تعتبر عين المواطن على ما يحدث من تغييرات وتطورات في الشأن العام الوطني وعلى السياسات العمومية المتخذة لتدبير القطاعات العمومية والشبه العمومية والخاصة ايضا.

لذلك نجد ان للمنظومة الاعلامية دور ريادي في مراقبة الفاعلين المحليين والمؤسسات العمومية ومدراء القطاع الخاص وبالأخص الوزراء والمسؤولين الحكوميين.. ولا يقتصر دورها على المراقبة فقط بل يصل الى التحقيق والتدقيق واعلان المحاسبة على اي مسؤول متورط او تورط في اي عمل يضر بالمصلحة العام للبلاد والمواطن.

وهناك العديد من الامثلة الحية على ان وسائل الاعلام بشتى انواعها تسهر على مراقبة جميع القطاعات من القضاء الى جهاز الشرطة الى المؤسسات والمديريات العمومية وصولا الى القطاع الخاص وشركات التدبير المرفقي، وتقدم الادلة على اي فساد اداري او شطط في استعمال السلطة .. لأي مسؤول مهما كانت صفته، وتنادي بتطبيق مبدا المحاسبة عليه بحسب ما نص عليه الدستور اولا والقانون ثانيا. كما تقوم بنشر المواد التي حصلت عليها والتي تجرم المسؤول وتضعه على كرسي المحاسبة امام الشعب اولا والسلطات المعنية ثانيا.

غير ان هذا الاسلوب متبع من وسائل الاعلام قد يشوبه بعض التحيز خاصة من طرف المؤسسات الاعلامية الموجهة سواء وسائل الاعلام الحزبية او الجمعوية او الحكومية.. فهي تعتبر سلاحا قويا في الحروب السياسية خاصة ابان الانتخابات .. لذلك نجد ان السلطة القضائية باعتبارها المسؤولة الاولى والاخيرة عن فرض المحاسبة على اي مسؤول حكومي استغل سلطاته لأغراضه الخاص تؤكد وتطالب وسائل الاعلام بتقديم ملفات الفساد اليها مباشرة قبل نشرها على الملأ للتحقق أكثر ولكي لا يذهب ضحيت البروباغندا الاعلامية احد المسؤولين، وهذا ما تعارضه اغلب المؤسسات الاعلامية حيث تعتبر ذلك مساسا بحرية الاعلام والحق في الحصول على المعلومات ونشرها وسرية المصدر.

ولكن في النهاية ليس كل خبرا يمكن نشره متذريعين بحرية التعبير والرأي والاعلام.

الفقرة الرابع: دعم الاعلام لمفهوم الديمقراطية والمواطنة التشاركية

ادت التغيرات المتلاحقة التي عرفتها المجتمعات المعاصرة الى اعادة النظر في منظومة المفاهيم المرتبطة بالدولة والمجتمع، وفي طبيعة العلاقة بينهما وفيما يربط الافراد بمجتمعاتهم ودولهم، واصبحت قوة الدولة لا تقاس فقط بقدراتها العسكرية، ولكن تقاس اساس بقدرتها على تنفيذ السياسات العامة التي توفر الخدمات الاساسية للمواطنين، وقدرتها على توزيع الادوار مع المجتمع المدني بما يزيد المشاركة ويحقق متطلبات المواطنة العالمية.

ان الدولة لم تعد الفاعل الوحيد على تدبير الشأن العام وانما اصبحت ملزمة بتقاسم سلطتها مع فاعلين مستقلين عن اجهزتها، وبعيدين عن رقابتها المباشرة، ومن هنا تبرز اهمية اشراك المجتمع المدني في تدبير الشأن العام المحلي وذلك من خلال تعبئة وتنظيم المواطنين واشراكهم في الانشطة الاجتماعية ولاقتصادية التي تهم كل جماعة من الجماعات وهو الامر الذي يمكن ملاحظته من خلال التزايد الملحوظ في عدد هيئات ومنظمات المجتمع المدني التي تهتم بالتأثير والمشاركة في برامج التنمية المحلية.

وقد اكد الدستور المغربي على ضرورة اشراك المواطنين والفاعلين الجمعويين والمجتمع المدني في الشأن المحلي وفي دعم الديمقراطية من خلال الفصل الاول من الدستور حيث اكد على:" ..

يقوم النظام الترابي للمملكة على اساس فصل السلط وتعاونها وتوازنها، والديمقراطية المواطنة والتشاركية، وعلى مبادئ الحكامة الجيدة، وربط المسؤولية بالمحاسبة... ."

ويعد مفهوم المجتمع المدني من المفاهيم الصعبة التحديد، وبذلك نظرا لتعدد مضامينه وتوسع مجالات استخدامه، ويختلف الباحثين حول رصد ونشأة وتطور هذا المفهوم، ويذهب اغلبهم الى ربط ظهوره بالتحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، التي عرفتها المجتمعات الاوروبية بداية من القرن الثالث عشر الميلادي وخصوصا القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، غير ان هذا المفهوم اخد ابعاد جديدة نبعا لتطور الدولة الحديثة والتحولات التي عرفها النظام الدولي وعلى راسها العولمة وثورة الاتصالات ونظم المعلومات كما تأثر المفهوم بالتحولات التي عرفتها دول اوروبا الشرقية خلال فترة الثمانينات من القرن الماضي والتي ترتب عنها تقليص سيطرة الدولة على وسائل الانتاج الاقتصادي والتشكيلات السياسية والحركات الاجتماعية والنقابية والمهنية.

كما ظهر مفهوم الديمقراطية التشاركية نتيجة بروز متغيرات سياسية واقتصادية ومطالب اجتماعية جديدة اظهرت محدودية الديمقراطية التمثيلية وذلك نظرا لتشعب المشاكل على جميع المستويات وتزايد اعباء تدبير السياسات العمومية ولم تكن ولادة الديمقراطية التشاركية اذن منعزلة عن فلسفة الجديدة في اعطاء البعد المحلي والجهوي مكانة اساسية في هذا التدبير كاستراتيجية لإعادة هيكلة السياسات العمومية وتجويدها باشراك مختلف الفاعلين.

وعلى المستوى الواقعي لم يكتمل التصور الجديد لمفهوم الديمقراطية التشاركية الا من خلال تبنيها لآليات قانونية تمكن المواطن من الاشتراك في تسيير الشأن المحلي والمشاركة في صياغة السياسات العمومية الترابية لدى المؤسسات عبر تقديم العرائض والملتمسات، وهذا ما نجده منصوصا عليه في الفصل 12 و 13 و 14 و 15 الباب الاول من الدستور وكذلك الفصل 139 من الدستور الباب التاسع والفصل 156 من الدستور الباب 12 .

ويرى الدكتور سعيد خمري استاذ قانون الاعلام والاتصال جامعة الحسن الثاني الدار البيضاء في مقال له بتاريخ 2007، ان العلاقة بين الاعلام والديمقراطية قديمة قدم مفهوم الديمقراطية وتطوره وان للإعلام ستة ادوار مهمة يؤثر من خلالها على الحياة السياسية والديمقراطية بشكل عام وهذه الادوار هي:

1. يمكن أن نسميه بشخصنة السلطة (La personnalisation du pouvoir) عبر وسائل الإعلام وبالخصوص التلفزة : إذ من خلال تقديمها للصورة، فهي تعطي حمولة خاصة للظاهرة، من جهة من خلال تلخيصها للنقاش السياسي الدائر، ومن جهة ثانية بتبسيطها لصراع الأفكار والقوى انطلاقا من الشخصيات المتواجهة، حيث أن التلفزة تقدم الحياة السياسية والانتخابية وكأنها مواجهة بين الزعماء، أو كمباراة رياضية . وبتقريبها للزعماء، والمشاهدين داخل بيوتهم، وباختيارها لأبرز

الزعماء، وتشجيعها على " النجومية " وخلقها نوعا من الألفة مع الزعماء المقدمين على الشاشة الصغيرة، فإن التلفزة تدفع بقوة إلى تطوير الشخصانية السياسية. وعلى سبيل المثال فقد لعبت التلفزة دورا مهما في تقديم صورة إيجابية عن " جون كينيدي " و " الجنرال دوغول " لدى الجماهير . كما أنها بقدر ما يمكن أن تبرز زعماء مغمورين يمكن أن تنزل من شعبية آخرين مشهورين .

2. الدور الثاني الذي تؤثر من خلاله وسائل الإعلام على السير العادي للأنظمة الديمقراطية يتمثل في وضع " جدولة " للمشاكل و الرهانات المطروحة الساخنة في الساحة السياسية، أو ما يسميه علماء الاجتماع الأنجلوساكسونيون " الأجندة سيتين (Agenda Setting) " ذلك أنه في خضم ردود فعل الأحزاب، والحكومات والمؤسسات السياسية والقوى الضاغطة بخصوص مواضيع وظواهر معينة، ومن خلال اقتراح هذه الهيئات حلول لهذه الظواهر، ونشرها بلاغات وبيانات بخصوص ذلك، فإن وسائل الإعلام تلعب دورا لمصفاة (un filtre) لهذه الحلول وترتيبها حسب الأولويات والأهمية قبل تقديمها للمستهلك / المشاهد أو المستمع .

3. الدور الثالث يتمثل في توفق وسائل الإعلام في تغيير أماكن السياسة؛ حيث أمست وسائل الإعلام (ومنها التلفزة بالخصوص)، المكان الرئيسي للسياسة. وباتت البرامج الكبرى، والنقاشات الكبرى المتلفزة، تشكل الأوقات الساخنة للحياة السياسية وللحملات الانتخابية؛ وحيث أن الأحداث السياسية تدور تحت أنظار الكاميرات التلفزية، وفي الاستوديوهات. من هنا بدأت الهيئات الوسيطة البرلمانية والحزبية تفقد جزءا من أدوارها لصالح التلفزة، وهنا يمكن التذكير بالنقاشات السياسية الكبرى والتي احتضنتها وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية بين "كينيدي" و "نيكسون" سنة 1960، وبين "كارتر" و "ريغن" في 1982، وبين "بوش" و " كلينتون" سنة 1992. وفي فرنسا خلال الدورات الانتخابية الرئاسية بين "دستان" و"ميتران" سنة 1974 وسنة 1981، وبين "شيراك" و "ميتران" في 1988، وبين "شيراك" و "جوسبان" في 1995 ... حيث بدت التلفزة، وأيضا الصحف، وموجات الإذاعة كفضاءات رئيسية تدور فيها النقاشات السياسية أكثر من البرلمانات والهيئات الحزبية .

4. الدور الرابع الذي تمارسه وسائل الإعلام في علاقتها بالحياة السياسية يتمثل في كونها تمكن المواطن من معرفة أهم الأحداث خصوصا منها السياسية، إذ أنها هنا تكمن خطورة هذا الدور؛ حيث يطرح مسألة مصداقية وأخلاقية هذه الوسائل، باعتبار أن المواطن يتلقى المعلومات منها وكأنها حقائق، لكن مع ذلك تبقى له إمكانية انتقاء وتأويل الرسالة الإعلامية حسب اعتقاده وفكره وانتمائه .

5. الدور الخامس أو التأثير الخامس يمكن أن نسميه بمسرحة السياسة أو احتفالية السياسة (La spectacularisation) ويتعلق الأمر على التكييف التدريجي للخطابات السياسية شكلا

ومضمونا مع القانون الإعلامي : إذ بمجرد تقرير ترويجه عبر التلفزة، فإن الخطاب السياسية يكون ملزما بمراعاة القواعد الخاصة بالتلفزة، وهنا تأتي " الفرجة " كخاصية أساسية لفعالية التلفزة .

6. الدور السادس الذي يؤثر من خلاله وسائل الإعلام على الحياة السياسية والديمقراطية يتجسد في ما للرسالة الإعلامية من تأثير على السلوك السياسي وبالخصوص الانتخابية للمواطنين؛ حيث تفيد الأبحاث السوسيولوجية في هذا الصدد بأن للإعلام دور أساسي في تثبيت القناعات والآراء الموجودة سلفا لدى المواطنين. وبأن هذا الدور يكون أكثر فاعلية لتثبيت الآراء المتذبذبة، وأحيانا قليلة قد تنجح في تحويل أصوات الناخبين من هذا المعسكر إلى ذاك خصوصا في حالة تقارب الأصوات؛ بحيث نكون كما لو أننا بصدد ميزان انتخابي كل كفة فيه تحتوي على 50 % من الأصوات، في هذه الحالة يكون ترجيح أصوات المترددين من الناخبين لهذا الاتجاه أو الآخر جد مؤثر، بل إنه موضوع الحملة الانتخابية والتي يلعب فيها الإعلام دورا كبيرا خصوصا وأن المصدر الرئيسي للإخبار عن العالم السياسي.

اما فيما يخص علاقة الاعلام بالديمقراطية والمواطنة التشاركية نجد ان للإعلام دور مهم في التبليغ والاخبار بكل المشاريع والمخططات التنموية التي تسهر على تطبيقها الجهات الحكومية سواء على المستوى المركزي او الجهوي. ونجد ان المشرع المغربي قد اولى اهمية كبيرة لدور المواطن في دعم المخططات التنموية الجهوية عبر اعطاءه حق المشاركة وابداء الرأي ووضع الملتمسات هو وهيئات المجتمع المدني لدى المجالس الجهوية للتعبير عن طلباتهم واحتياجاتهم على المستوى المحلي.

ونجد ان المشرع قد اكد على دور الاعلام بشكل واضح في الميثاق الجماعي 78.00 وهذا ما وضحه الدكتور خمري في مقاله السابق اعلاه، حيث وجد:

- ✓ **من الناحية القانونية:** الحق في الإعلام من خلال الميثاق الجماعي قانون 78.00 ينص الميثاق الجماعي في مادته 41 البند الثالث على تكفل المجلس الجماعي "**باتخاذ كل الأعمال من أجل الحسيس والتواصل والإعلام** ..." من أجل تعبئة المواطن.

ويشكل هذا النص من الناحية القانونية خطوة متقدمة بالمقارنة مع القانون السابق: ظهير 1976 المنظم للجماعات الذي لم يشر البتة إلى مصطلحي الإعلام والتواصل.

- ✓ **حق المواطن داخل الجماعة في الإعلام ويتيح هذا الحق للمواطن داخل الجماعة :**

–**الإعلام بقرارات المجلس الجماعي:** وذلك من خلال الحضور في الجلسات العامة للمجلس التي تنص المادة 63 من الميثاق على عموميتها لكن حق الحضور هذا قد يواجه بالسلطة التقديرية للرئيس التي تمنحه صلاحية طرد مواطن بين الحضور والاستعانة بالسلطة الإدارية المحلية إذا تطلب الأمر ذلك . كما يمكن أن يواجه هذا الحق في الحضور بتحويل الجلسة من علنية إلى سرية بطلب من الرئيس أو ثلاثة أعضاء.

وفضلا عن عمومية الجلسات المنصوص عليها في المادة 63، تنص المادة 67 من الميثاق الجماعي على أنه يعلق ملخص قرارات المجلس في ظرف ثمانية أيام بمقر الجماعة ويحق لكل ناخب بالجماعة الإطلاع عليها وأخذ نسخة كاملة أو جزئية منها على نفقته ونشرها تحت مسؤوليته .

غير أنه بالمقارنة مع ظهير 1976 نجد أن فصله الثالث والعشرون كان يتحدث عن الناخب فقط وليس بالضرورة أن يكون منتميا للجماعة أما المادة 67 السالفة الذكر فهي لا تؤكد فقط على صفة المواطن المنتمي للجماعة بل تضيف إلى صفة المواطن الناخب، صفة الملزم بأداء الضريبة، وهو ما يعني إيجاد الناخب غير المنتمي إلى لجماعة وأيضا الملزم بأداء الضريبة غير الناخب وهذا في حد ذاته يشكل تراجعا فيما يخص حق المواطن في الإعلام بشؤون الجماعة مقارنة مع ما كان منصوصا عليه في ظهير 1976.

- ✓ **الإعلام الوقائي:** هناك إرهاصات أولى لهذا الحق يمكن أن نستشفها من مقتضيات المادة 50 من الميثاق الجماعي المتعلقة بالشرطة الإدارية وذلك لاتخاذ التدابير اللازمة للوقاية من الحريق والآفات والفيضانات وجميع الكوارث العمومية الأخرى.

قد يجد البعض ان لعلاقة الاعلام بالديمقراطية والمواطنة التشاركية علاقة باهتة ضعيفة بعض الشيء، خاصة في وقت نجده فيه الاعلام الجهوي او المحلي ضعيفا؛ من حيث المادة والتقديم، وضعيفا من حيث التكوين والدعم المالي والاستقلالية في التحرير والتوجه. لكن المنظومة الاعلامية وعلى رأسها وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام المواطن خاصة، قد لعبة دورا مهما في توصيل مطالب الساكنة المحلية للمجالس الجهوية، دون الرجوع لا لأسلوب الملتمسات او العرائض، ولا للرضوخ للأجندات السرية لهيئات المجتمع المدني او الاحزاب السياسية. فحرية الاعلام البديل مكنت المواطن من بلوغ مطالبه دون المرور من سلم البيروقراطية الادارية، والعصبية الحزبية السياسية، ولا المصالح المستترة لبعض الجمعيات المدنية.

الفقرة الخامس: تعريف الاعلام بمبادئ الحكامة الجيدة

الحكامة كالهندسة، أي تحديات أفرزتها ممارسات ملموسة تتصل بآليات صناعة القرار وتدبير الشأن العام، من خلال رؤية استراتيجية تقع بلورتها ويجري تجسيدها عمليا، اعتمادا على مقاربة التشارك بجانب التوفر على نظام توقعي للتعاطي مع مختلف أنواع ومستويات المخاطر، حسب معايير تشكل مجتمعة منظومة قيم متكاملة تؤطر العمل، وتقود صوب تحقيق التنمية المنشودة، كربط المسؤولية بالمحاسبة، الشفافية والفعالية في الأداء، تدعيم عدم التمركز الإداري على صعيد الإدارة الترابية للدولة، توطيد اللامركزية الترابية والمرفقية ...

والحكامة تسمية متداولة بصيغ أخرى: الحكم الراشد، الحكمانية، القيادية، فلا مشاحة في اللفظ كما يقال مادامت العبرة بالمدلول. كما نجد من يصر على استعمال المصطلح وفق مرجعيته اللغوية الأصلية .Gouvernace /Governance .

وتؤكد دراسة الاشتقاق اللغوي لمصطلح الحكامة في ضوء عدد من القواميس أن هذه الكلمة دخيلة على اللغة العربية، فهي ترجمة حرفية للكلمة الفرنسية Gouvernance، لأن العديد من المفاهيم قد لا تكون لها

ترجمة حرفية، تعكس المعنى ذاته أو الدلالات نفسها التي تعكسها اللغة الإنجليزية أو الفرنسية .ويعد مفهوم الحكامة نموذجا جديدا آخرا من هذه النماذج.

وأصل كلمة الحكامة يوناني، حيث كانت تعني أسلوب إدارة وتوجيه السفينة، [3] ثم انتقلت إلى اللغة اللاتينية لتستعمل في اللغة الفرنسية القديمة من أجل الدلالة على فن أو طريقة الحكم "كمرادف للحكومة"، كما ستنتقل للاستعمال في اللغة الإنجليزية خلال القرن 14 بتسمية .Governance وبعد ذلك اختفى اللفظ في اللغة الفرنسية باعتباره شريكا للنظام القديم، بيد أنه ظل حيا في اللغة الإنجليزية يستعمله النبلاء ورجال السياسة والحكام، ثم تناوله فيما بعد الكتاب والباحثون.

وعلى إثر تطور تاريخي طويل، شهد مفهوم الحكامة تطورا مفاهيميا ارتبط بسياق بروزه وتداوله وبدوافع استعماله. ففي القرن 18 اقتحم المفهوم عالم الاقتصاد خاصة في أواخر القرن 19 مع ظهور المقاولة الصناعية وتطورها في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، عندما كانت الحكامة تدل[5] على طريقة تسيير ومراقبة المقاولة، لتتم بعد ذلك ترجمة عبارة corporat governance باللغة الانجليزية إلى عبارة Gouvernance d'entreprise باللغة الفرنسية.

لكن ينبغي الانتباه إلى كون كلمة الحكامة هي في اللغة الإنجليزية مختلفة عن كلمة الحكومة .Gouvernement فإذا كانت هذه الأخيرة سلطة عمومية على رأسها جهاز حكومي يحتكر القرار. فإن الحكامة نظام يتشكل من مؤسسات وقواعد وعلاقات وسلوكيات، وهو مختلف عن نظام حكومة الدولة.

إن اقتران الحكامة بالمقاولة كان وراءه دافع البحث عن الترتيبات التي تتيح التدبير الأمثل للتنسيق بين بنيات المقاولة وشركائها والفاعلين في محيطها، أما الهدف فكان هو الحفاظ على التوازنات داخل هذا الكيان الاقتصادي الذي أصبح يضطلع ببعض الوظائف بدلا عن الدولة. وقد كان الانشغال الأكبر آنذاك هو تنمية الرأسمال المادي عبر تطوير المقاولة الكبرى.

وفي سياق اندلاع الحرب العالمية الثانية زادت اهتمامات أعمال ودراسات الاقتصاديين الأمريكيين بحكامة المقاولة، وعلى وجه الخصوص الباحث الأمريكي رونالدو كاوز Ronald Coase كما حضت حكامة المقاولة باهتمام البنك الدولي، وهنا يشير البعض إلى ظهور المفهوم في أدبيات هذه المؤسسة المالية الدولية أثناء سنوات الخمسينات من القرن الماضي.

لكن مدلول الحكامة في بريطانيا وفرنسا، سيأخذ في سنوات السبعينات والثمانينات منحا آخرا يقترب من دلالته في اللغة الفرنسية القديمة تماشيا في تلك الفترة مع إثارة مسألة تجويد تدبير القطاع العام.

وخلال الثمانينات سيبرز من جديد مفهوم الحكامة بقوة في أدبيات البنك الدولي الذي أقحمه في المجال السياسي، بعدما أثبتت تجارب التنمية في العديد من دول إفريقيا والعالم العربي أن فشل سياسات التنمية مرتبط بسلامة طرق ممارسة السلطة ونزاهتها. ولاعتبارات تتعلق باستقرار مبدأ السيادة لكل دولة، كانت المنظمات والمؤسسات الدولية تواجه صعوبة في التوفيق بين احترام مبدأ عدم التدخل في الشؤون الداخلية

للدول والحاجة إلى لفت الانتباه إلى أهمية شرعية ونجاعة أسلوب نظام الحكم، لذا كان سك لفظ جديد منفذا لتجاوز هذا العائق.

ومن هنا جاءت صيحة البنك الدولي في سنة 1989 بكون أزمة إفريقيا هي أزمة الحكم الصالح Governance of crise. وكانت هذه الخاصية ميزة أكثر منها عيبا، لأن المنظمات الدولية استطاعت الاختفاء وراء الاختلالات لطرح قضايا حقوق الإنسان والفساد والديمقراطية والمشاركة".

كما تعمقت الدراسات والأبحاث حول أشكال التدبير التي تعتمد على نظريات تحليل السياسات والتخطيط الاستراتيجي وإدارة الأعمال كمؤشر للإصلاح والفعالية والمردودية، استنادا على ميكانيزمات التعاقد وآليات السوق، وذلك بعدما كان هناك فصل بين القطاعين العام والخاص بين الدولة أو الجهاز العمومي وباقي الفاعلين من حيث طريقة التدخلات وميادينها وحدودها وآفاق كل قطاع.

ولا مراء كمحصلة طبيعية أن تجدد تداول مفهوم الحكامة، تزامن مع التغيير الذي مس طبيعة دور الدولة، فالنظرة التقليدية إليها كفاعل رئيسي في اختيار وحسم القرارات قد تغيرت بحكم تزايد أهمية العامل الخارجي، كما اتضح في ظل العولمة عدم قدرتها على مقاومة الضغوط الدولية، علاوة على بروز متدخلين آخرين لهم تأثير ودور مهم في رسم السياسات العامة. ويتعلق الأمر بفعاليات مختلفة الاهتمامات والانشغالات الحيوية، والتي يمكن تصنيفها ضمن خانة مكونات المجتمع المدني والقطاع الخاص. وبدورها الإكراهات الداخلية المعيقة لتحقيق التنمية الشاملة والمستديمة، عجلت باكتساح المفهوم لجل مجالات تدبير الشأن العام قطاعيا وترابيا، فأصبحنا بصدد حكامة أمنية، حكامة صحية، حكامة برلمانية، حكامة جهوية، حكامة محلية...

وبإيجاز يمكن القول، إن مفهوم الحكامة شهد تحركات في الجغرافية والتاريخ، وفي كل مرة كان يكتسي حلة مغايرة. ففي أوربا حيث أصوله اليونانية ارتبط بممارسة السلطة والفكر السياسي، وفي الولايات المتحدة الأمريكية ارتبط بالتدبير والاقتصاد. أما في النقلة الأخيرة فإن مفهوم الحكامة تبلور وتعمم في شكل معايير دولية لتحقيق الاندماج العالمي ومجابهة التحديات المشتركة بين عالم متقدم وآخر يعيش على الهامش[1].

قام دستور 2011 بتكريس مفهوم الحكامة الجيدة في الفصل الاول منه حيث أكد على ان: "**النظام الدستوري للمملكة يقوم على اساس فصل السلط، وتوازنها، وتعاونها، والديمقراطية المواطنة والتشاركية، وعلى مبادئ الحكامة الجيدة، وربط المسؤولية بالمحاسبة**". كما تجد الحكامة الجيدة أسسها في الخطب الملكية، والمخططات التنموية والاصلاحية التي تعتمدها المملكة.

وللحكامة تعاريف متعددة ومتنوعة، نذكر منها تعريف البنك الدولي: "**اسلوب ممارسة السلطة في تدبير الموارد الاقتصادية والاجتماعية للبلاد من اجل التنمية**". وهناك تعريف مقترح من طرف برنامج الامم المتحدة الانمائي : "**اسلوب تشاركي للحكم ولتدبير الشؤون العامة الذي يرتكز على تعبئة الفاعلين**

[1] _ لمحة حول ظهور مفهوم الحكامة وتطورها: عصام خريوش، مقال الكرتوني على صفحة سياسي بتاريخ 21/06/2018 الموقع الالكرتوني: www.siyassi.com

السياسيين والاقتصادين والاجتماعيين، سواء من القطاع العام او الخاص وكذلك من المجتمع المدني بهدف تحقيق العيش الكريم المستدام لجميع المواطنين"، اما التعريف الذي قدمته لجنة الحكامة العالمية: "**مجموعة من الطرق التي تدبر بها المؤسسات العمومية و الخصوصية قضاياها**"، وافضل تعيف وجدناه واكثرها شمولية :"**الحكامة هي الطريقة التي تباشر بها السلطة في ادارة موارد الدولة الاقتصادية منها والاجتماعية بهدف تحقيق التنمية**".

وترتكز الحكامة الجيدة على دعامات اساسية وهي:

- **النزاهة:** كمنظومة او اسلوب للحفاظ على موارد والممتلكات العامة واستخدامها بكفاءة
- **الشفافية:** اتاحة الفرص للجميع للاطلاع على المعلومات الدقيقة ونشرها
- **المساءلة:** وربطها بالمسؤولية
- **التنظيمية:** توسيع دائرة مشاركة المجتمع بجميع فعالياته في تحضير وتنفيذ السياسات العمومية.

كما نجد ان الحكامة الجيدة تم تخصيص باب كامل لها في الدستور المغربي وهو الباب 12 حيث تم تحديد العديد من المبادئ فيه والتنصيص على دسترة وانشاء مجموعة من المؤسسات الحكماتية.

وتتجسد روح الحكامة الجيدة من خلال التأصيل الدستوري لقواعدها في هذه الجوانب وهي:

1. فصل السلط وتوازنها وتعاونها
2. التكريس الدستوري لدولة الحق والقانون
3. الارتقاء بالقضاء الى سلطة مستقلة في خدمة حماية الحقوق والحرص على احترام القوانين
4. الحكامة الترابية
5. المساءلة واعطاء الحساب
6. الديمقراطية المواطنة والتشاركية
7. التخليق والحكامة الجيدة

وتعتبر قيم ومبادئ الحكامة الجيدة من ركائز الديمقراطية. وفي النظم الديمقراطية تعد وسائل الاعلام سلطة رابعة في الهندسة المؤسساتية للنظام.

وتغطي وسائل الاعلام التي تؤثر بشكل متزايد على رأي المواطن/الناخب في الوقت الراهن عمليا جميع جوانب الحكامة الجماعية وتطبع مبادئ وقيم ما يسمى في مفهوم منظومة الامم المتحدة ب الحكامة الجيدة. ويعتبر هذا الواقع الجديد اوسع وأعمق من الرؤية التي كانت سائدة عن لوسائل الاعلام والتي كانت تحدد في دورها الاجتماعي او عن مهمة اجتماعية للصحافة ووسائل الاعلام او الصحفيين، فقد اصبحت وسائل الاعلام ومهنيو الاعلام في الوقت الراهن فاعلين عضويين في معادلة الديمقراطية بالمعنى الذي اعطاه غرامشي لمفهوم المثقف العضوي.

وينتقد الفرنسي ريجيس دوبرييه هذه المكانة الكبرى التي تحتلها وسائل الاعلام والتي اصبحت بفعل ذلك بمثابة حكم وسائل الاعلام، وقد ازدادت اهمية وسائل الاتصال والاعلام وتقوت مع فورة تكنولوجيات

الاعلام والاتصال والانترنت والبوابات الالكترونية والشبكات والمواقع الاجتماعية والمواقع المنتجة للأخبار والانتاجات المتعددة الوسائط الموضوعة على شبكة عبر العالم.

هناك خمسة دعامات اساسية من شانها ان تيسر مساهمة وسائل الاعلام في دعم الحكامة الجيدة وهي:

أ.مبدا الشفافية:

يتقاطع هذا المبدأ الاساسي في الحكامة مع جوهر مهنة الصحافة، ومهمتها الاساسية مكافحة المتستر عليه والمجهول، وما يتم اخفاءه عن معرفة الجمهور. وتترجم هذه المهمة بالنسبة لوسائل الاعلام ببساطة بفعل الاخبار والحق في الاخبار والحق في الحصول على المعلومات.

والدفاع عن الشفافية والنهوض بها يترجم العمل الاساسي لوسائل الاعلام اي الكشف بما يعنيه من الاخبار بكل ما يكون مستورا او مخفيا او مقدما للعموم على غير حقيقته، وتفترض هذه المهمة التحري والتوثيق وتقديم الحجج ووسائل الاثبات. وعليه فإن الحكامة الجيدة لا يمكن اشاعتها الا في ظل الحقيقة التي تضعها وتؤكد عليها جميع مواثيق اخلاقيات الصحافة. ومن البديهي انه لا يمكن تصور البحث عن الحقيقة دون شرط استقلالية وسائل الاعلام على مستوى حكامتها وتدبيرها وتمويلها وخططها التحريرية.

ب.مبدأ الحرية:

يتعلق الامر بمبدأ حرية التعبير الذي بدونه لا يمكن لأي وسيلة اعلامية ان تدعي المساهمة الحقيقية في الحكامة الجيدة، فالحرية تيسر الاقدام واليسر بعديا في التحري والكشف والنشر كما تيسر حرية التعليق والرأي. ان الحرية هي التي تعطي الدليل على استقلالية وسائل الاعلام من ان تكون فاعلا في مسار ومستقبل الحكامة، والحرية هي الضامنة لجودة الخبر واستقلاليته وتساهم بقيمة مضافة في الحكامة الجيدة.

ت.مبدأ التنوع:

يعد مبدأ التنوع دعامة الانفتاح على المساواة والانصاف والتسامح والتضامن، كما انه يشجع الاختلاف والكشف عن مناطق العتمة.

ويمكن هذا المبدأ وسائل الاعلام على المستوى المهني من مبدأ القرب ويقوي حظوظها في الجذب والتأثير، خاصة في الاوساط التي يشعر بأنها اقلية او هامشية او موضوع تمييز، مما يمكنها من النهوض بمستوى هام من الحكامة والمساهمة في اعمالها كالدفاع عن حقوق الاقليات او المهمشة والنهوض بها.

الا ان احترام مبدأ التنوع لا يمكن ان يكون موضوع اثراء في ممارسات وسائل الاعلام الا إذا كانت هذه الاخيرة تتوفر على الاستقلالية الضرورية حتى تذهب فيه وتعمقه الى ابعد حد بما يفيد الحكامة الجيدة.

ث.مبدأ الحوار:

يمثل مبدا الحوار جوهر وجود وسائل الاعلام في مجتمع ما. ويشجع هذا المبدأ ايضا قدرات وسائل الاعلام ومهنيي القطاع ويطورها في اتجاه تعددية الاجناس الصحفية والتحكم في مواضيع وتقنيات التنشيط والوساطة.

ومن خلال متطلبات تحقيق الحوار الناجح والفعال تضع وسائل الاعلام على المحك حس الاخلاق لديها وممارساتها في شقها المتعلق بأخلاقيات وآداب المهنة.

وان من شأن اعمال هذا الدور ان يعزز مكانة وسائل الاعلام في المجتمع ويضفي الشرعية ويمنح المصداقية لوجودها وخدماتها، مما من شأنه ضمان الاحترام الذي تبحث عنه.

ولا يمكن لوسائل الاعلام باعتبارها مساهما لا محيد عنه في تنشيط الحوار الديمقراطي ان تتطلع الى هذا الاحترام الا إذا برهنت على استقلاليتها في قيادة هذا الحوار، مما يفرض عليها الاستقلالية على مستوى تدبيرها الخاص كما على مستوى علاقتها مع الطرف او ذاك من أطراف الحوار. وكلما برهنت وسائل الاعلام عن استقلاليتها في اعمال مبدأ الحوار كلما برهنت عن مهنيتها مما يجعلها تعزز دورها في الحكامة الجيدة.

ج. مبدأ المنفعة العامة:

يعتبر مبدا المنفعة العامة قلب الحكامة الجيدة حيث يدعم العديد من مبادئ الحكامة الجيدة من قبيل السلم والتقدم الجماعي وسمو القانون.

وهذا المبدأ يمكن وسائل الاعلام أن تتطلع الى الاستقلالية أكبر وحيادية أكثر مقبولة من مجموع الجماعة.

وتتميز جميع الديمقراطيات الحكماتية على وسائل اعلام عمومية وهكذا يساهم مفهوم المنفعة في تعزيز مساهمة وسائل الاعلام بشكل عام في الحكامة الجيدة ولكن بشرط ان تكون مستقلة عن كل الاطراف وعن السلط الاخرى المعروفة في النظام الديمقراطي.

وتتمتع وسائل الاعلام بموقع يجعلها قادرة الى حد ما على استباق أحسن حكامة ممكنة في المجتمع، وبصيغة اخرى فان الاعلام الذي يدرك دوره في الديمقراطية يحتل مركزا متقدما في المشروع المجتمعي المرتكز على الحكامة الجيدة، ويتوفر على الحرية والاستقلالية والادوات الضرورية للقيام بهذا الدور الى ذلك فهي ليست سلطة محدودة في إطار مؤسساتي كما هو الشأن بالنسبة للسلطات الدستورية التي يحددها الدستور ويراقب اداءاها.

وبإمكان وسائل الاعلام، بفضل اتساع مبدا حرية التعبير وتحررها شبه المطلق في ممارسة هذه الحرية ان توضح الرؤية في ما يرجع الى الحكامة الجيدة مدعومة في ذلك بقدرتها على مراقبة الواقع وتطور الحكامة يوميا وفي كل مناحي الحياة.

واخيرا، لكي تساهم وسائل الاعلام في مشروع الحكامة الجيدة وتدعمها فإنها أولا مطالبة باعتمادها في ادائها وان تعطي مثالا حيا بذلك.

الخاتمة:

قد يعتبر البعض ان وسائل الاعلام بشتى انها مجرد ادوات تسير وفق توجهات القيادات الكبرى للدول سواء كانت قيادات سياسية او اقتصادية او دينية. لكن في بعض الدول الديمقراطية التي تحترم حرية التعبير

والرأي والاعلام والصحافة، هي كيان مستقل، له كامل الحرية في مناقشة مواضيع الوطن بكل حياد وشفافية.

وتعد قوانين البلد هي اهم موضوع قد تقوم هذه المؤسسات الاعلامية بتحليله ومناقشته امام الشعب اولا لأنه حق لا يمكن التغاضي عنه، ثانيا لأنه من حق الشعب فهم قوانينه والاطلاع عليها، حتى وان لم تعجبه، من حقه المطالبة بتغييرها.

واهم قانون يمكن ان يتم شرحه ودراسته والتدقيق فيه هو الدستور باعتباره أسمى قانون في أي بلاد، لذلك فمن واجب المؤسسات الاعلامية ان تقوم بهذه المهمة، فاغلب المواطنين لا يعون معنى الدستور وما الفائدة منه، ولأي غرض وضعت تلك المواد والفصول الدستورية، وما معنى دولة، وما معنى فصل سلط، ما معنى انتخابات...كل هذا نجده في الدساتير لذلك يجب توضيحها للمواطنين من العامة غير الدارسين للحقوق ليعرفوا ما لهم وما عليهم.

لائحة المراجع

[1]_عصام خربوش: لمحة حول ظهور مفهوم الحكامة وتطورها، مقال الكرتوني على صفحة سياسي بتاريخ 21/06/2018 الموقع الالكتروني: www.siyassi.com

صورة المرآه في الدراما التركية الجديدة
مسلسل "HALKA" أنموذجاً

THE IMAGE OF WOMEN IN THE NEW TURKISH DRAMA SERIES "HALKA" CASE OF STUDY

أ. هاله هلال عيسى

صحفية يمنية وباحثة في الإعلام والعلاقات العامة. باحثة ماجستير في الإعلام لدى جامعة كوجيلي

معهد العلوم الاجتماعية، قسم العلاقات العامة – تركيا

مُلخص:

يسعى هذا المقال إلى دراسة صورة المرأة التركية في الدراما التركية الجديدة، وما طبيعة الأدوار الاجتماعية التي تلعبها المرأة التركية كما جسدتها المسلسلات التركية في ضوء النظرية النسوية (Feminist Theory). وقد تركزت الدراسة على تحليل المسلسل التركي (HALKA)، حيث قامت الباحثة بدراسة وتحليل الحلقتين 15 و16 من المسلسل باعتبارها الحلقات الأكثر تركيزاً لوضوح الأدوار التي تقوم بها المرأة. وتقوم الدراسة على استخدام منهجية تحليل الخطاب الدرامي ومنهجية التحليل النقدي، حيث يعد المقال دراسة تحليلية نقدية. وقد توصلت هذه المقالة إلى أن مسلسل (حلقة) عمل على تقديم صورة المرأة التركية باعتبارها امرأة جسورة وقوية وواثقة من نفسها، إضافة إلى كونها مناضلة وصادقة وتعمل جنباً إلى جنب بالتساوي مع شقيقها الرجل في مختلف ميادين الحياة.

الكلمات المفتاحية: الدراما التركية الجديدة–صورة المرأة التركية – النظرية النسوية

Abstract:

The article seeks to examine the image of Turkish women in the new Turkish drama, and the nature of the social roles which are played by Turkish women as embodied in Turkish series in the light of feminist theory (Feminist Theory). The study focused on the analysis of the Turkish series "HALKA", where the researcher studied and analyzed the 15 and 16 of the series as the most focused episodes to clarify the roles which played by women. The study is based on the use of dramatic speech analysis and critical analysis methodology, where the article is a critical analytical study. This article concluded that the series "Halka" has presented the image of the Turkish woman as a woman who is brave, strong and confident. In addition, she has been portrayed as fighter, honest and working side by side with men in different fields of life.

Keywords: The new Turkish drama - the image of Turkish women - feminist theory.

تمهيد

تعد الدراما عنصراً مهماً في نشر الثقافات والأفكار التي تتميز بها كل دولة عن الأخرى، وتقوم بترويج مظاهر القوة الناعمة من خلال القالب الدرامي التلفزيوني. هذه الأعمال الدرامية لها دور في خلق تأثير معين لدى المشاهدين من خلال الأحداث التي تدور في المسلسل وقد تأخذ طابعاً ايجابياً أو العكس. ويترجم هذا المقال بعض الأحداث والمواقف التي دخلت على الساحة التركية أو العربية معاً، فمنذ أن بدأت تركيا ببث المسلسلات المترجمة الى اللغة العربية ازداد اهتمام المشاهدين العرب وزاد عددهم بشكل كبير مما ساهم في نشر الثقافات والأفكار التي يريدون انفتاح واطلاع الأخرين عليها. وفيها يتم تناول العديد من كافة القضايا الحياتية التي تهم جميع مستويات المجتمع والتي تحقق شغف لدى المتفرج في متابعة المسلسل بشكل كبير.

الدراما التركية والتي بدورها دخلت معظم البيوت وباتت تتربع على العرش في كافة المجتمعات والتي أطلق عليها اسم " المربية الإلكترونية". عناصر الجذب والابهار التي تتصف بها الدراما التركية في تجسيد القصص الإنسانية والاجتماعية أيضاً والحبكة الدرامية والأداء البارع للممثلين والإنتاج الفني المميز في تناول قضايا اجتماعية سواءً كانت عامة أو خاصة فيما يخص الفرد وقضاياه المختلفة كقضايا الزواج والإنجاب وحقوق الرجل والمرأة وواجباتهما وأساليب التنشئة الاجتماعية، أيضاً قضايا الوعي السياسي وتعديل السلوكيات السلبية لدى الشارع العام. لهذا تعد الدراما التركية في القرن العشرين إحدى أهم المضامين التي تبنتها وسائل الإعلام المرئية حول العالم.[1]

من خلال طرح هذه القضايا المختلفة بصورة متجددة ينتج لدى الأفراد عملية التغيير الاجتماعي والثقافي اللاشعوري المرتبطة بالقيم والتوجهات المتأصلة فيهم، كل هذا بدوره ينعكس على مستوى الوعي والسلوكيات التي يتبناها الفرد لنفسه. وقد اتجهت الدراما في الآونة الاخيرة إلى تعزيز مكانة المرأة وإظهارها بالشكل اللائق ومن هذا المنطلق يهدف هذا المقال الى دراسة الكيفية التي عكست الدراما التركية الجديدة صورة المرأة التركية في المجتمع التركي وكيفية تأثيرها على الوسط الذي تمثله وتكمن فيه، وذلك من خلال استخدام منهجية التحليل النقدي للخطاب الدرامي الذي تضمنته الحلقتان (15& 16) من مسلسل هالكا (HALKA) في سياق النظرية النسوية. وتم اختيار الحلقتين مكان التحليل وذلك لاحتواء هاتين الحلقتين على مادة درامية مكثفة حول دور المرأة في الوسط الاجتماعي والسياسي معاً والتي تعكس صورة المرأة التركية في المجتمع بشكل عام. ويناقش هذا المقال طريقة عكس المسلسل التركي هالكا صورة المرأة التركية وكيف تم تقديمها وماهي الطرق المستخدمة لترويج مظاهر القوة الناعمة التي جسدها الخطاب الدرامي في هذا المسلسل.

---

[1] ندى إبراهيم عبد العاطي إبراهيم (2014)، "المحتوى القيمي للدراما التركية وأثرها على المكون الثقافي والاجتماعي للمجتمع السوداني"، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، قسم المناهج والدراسات العليا، معهد إسلام المعرفة، جامعة الجزيرة، ص10

الدراما التركية الجديدة

شهدت الدراما التركية تطوراً ملحوظاً على جميع الأصعدة السياسة والثقافية والاجتماعية، فقد عملت على جذب اهتمام الباحثين والصحفيين والنقاد ورجال الدين في العالم العربي، وحققت كذلك مؤخراً نجاحاً لافتاً على الفضائيات العربية، إذ بلغت نسبة المشاهدة أرقاماً قياسية. [1]

ففي أغسطس/ آب 2008م حققت نسبة مشاهدات كبيرة، فقد تابع حوالي 85 مليون عربي الحلقة الأخيرة من المسلسل التركي الشهير "مهند ونور"، الذي عرضته قناة MBCحينها، وكانت أول قناة تبدأ بعرض المسلسلات التركية آنذاك. وما زالت هذه المسلسلات تحتل أغلب أوقات الذروة في جدول المحطات العربية؛ حيث بدأت العديد من القنوات بالتنافس الشديد لجذب أكبر عدد من المتابعين وذلك من خلال بث المزيد من الدراما التركية.[2]

تعد الدراما التلفزيونية التركية أحد أهم البرامج الأكثر متابعه، ويشكل المحتوى الصوري والرسائل الاعلامية الثقافية تأثيراً كبيراً في إحداث تغييرات معينة في أي مجتمع؛ وذلك من خلال تناولها لمواضيع عدة تخص المجتمع سواء كانت اجتماعية أو عاطفية أو سياسية أو تاريخية كحد سواء، ناهيك عن طريقة المعالجة لهذه المواضيع، فتقوم بتقديمها بطريقه تجعلها أكثراً قرباً من الجمهور المشاهد.[3]

أيضًا الأفلام التركية أصبحت عنصراً هاماً وحاضراً في المحافل الدولية، وقد حصل المخرجون الأتراك على السعفة الذهبية بمهرجان كان، والدب الفضي من مهرجان برلين والتي تعد من أهم وأشهر الجوائز السينمائية في العالم وأوروبا.[4]

"ولا شك إن وسائل الإعلام التركية بمختلف أشكالها تعتبر العامل الأساسي الكفيل بترويج مظاهر القوة الناعمة واهم وسيلة استراتيجية في هذا الصدد هي السينما التركية، فالأفلام والمسلسلات التركية صار لها صيت ما بين الشعوب كما أنها تبعث برسائل سياسية بليغة للأمم الأخرى".[5]

في ذات السياق استطاعت تركيا من خلال استخدام هذه القوة الناعمة في سياستها الخارجية في تحقيق الأهداف التي تسعى إليها، ففي الدول العربية ركزت على البعد الثقافي والقواسم المشتركة بين العرب والأتراك واستثمرت تركيا العالم كقوة ناعمة مستخدمة الدراما التركية كعنصر مهم لشد انتباه المشاهد العربي الذي تربط بلاده بتاريخ عميق في العلاقة مع العثمانيين.[6]

---

[1] علاء عبد المنعم إبراهيم، "الدراما التركية التاريخية... العزف على أوتار النجاح"، مجلة عربية، العدد، 513، 2019، ص01.

[2] صحيفة الفرات: "الدراما التركية وأثرها على الثقافة المحلية والاخلاقيات العامة "، يومية سياسية تصدر عن مؤسسة الصحافة الوحدة، دير الزور العدد 3583، 2019 alwehda .gov.sy/mode ، www.furat، 6:00 مساءاً

[3] سديرة أسامة (2017)، "تأثير الدراما التركية على القيم المجتمعية لدى الطالبات الجامعيات دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الإعلام والاتصال"، ماجستير صحافة وإعلام الكتروني، العلوم الإنسانية، كلية العلوم والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي– أم البواقي.

[4] فتحي عاطف،"السينما التركية: محاولة تأكيد الهوية"،(أدب و نقد،2013)ع329، ص89.

[5] جلال خشيب، "السينما.. قوة ناعمة فاعلة في السياسة الخارجية التركية"، مقال، مركز إدراك للدراسات، (2016) ، ص2

[6] سهام العيدي (2019)، "الأدوات الناعمة في السياسية الخارجية التركية تجاه الدول العربية"، ماجستير (العلاقات الدولية)، العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف.

ولتحقيق صدى أكبر لهذه المسلسلات فقد انطلقت قناة تركية تبث برامجها باللغة العربية؛ كاستراتيجية أخرى لجذب أكبر عدد من السائحين العرب إلى تركيا، وقد تم توظيف عرض المسلسلات الملامسة لشغف المشاهدين العرب في حين يمثل العرب مورد سياحي مهم لتركيا بعد روسيا والصين والاتحاد الأوروبي.

ولا شك أن الدراما التركية بمختلف أشكالها تعد العامل الأساسي لترويج مظاهر القوة الناعمة، وفي حقبة الثمانينات كان هناك انعزالاً ملحوظًا عن الدراما التركية ذات الميول السياسي، وتم التركيز على الفرد وقضايا المرأة بشكل كبير، وبذلك تمكن هذا النوع من الدراما الانتشار بشكل ملحوظ آنذاك.[1] ومن جانب أخر فقد أصبحت حياة المرأة وقضاياها بارزة في السينما التركية وهذا بدورة أدى إلى إنتاج مجموعة واسعة ومتسلسلة من الأفلام النسائية واستخدم مصطلح "أفلام النساء" للإشارة إلى الأفلام التي تقدم وجهة نظر سردية لشخصية أنثوية وتركز على قضايا المرأة بشكل عام.[2]

النظرية النسوية في السينما

هي نظرية تبحث حول الدور الاجتماعي، والتجارب والاهتمامات والأعمال الروتينية. كما أنها تبحث في السياسات النسوية للمرأة والرجل في مجالات عدة مثل علم دراسة الانسان، وعلم الاجتماع، والتحليل النفسي وعلم الاتصال، بالإضافة الى الأدب والفلسفة. وهي امتداد لنظرية المساواة بين الرجل والمرأة وتهدف الى فهم طبيعة العلاقة بينهما.

لقد ظهرت النظرية النسوية لأول مرة في عام 1794م، حينما استخدمت ماري ولسكوفكرافت بعض المصطلحات التي توحي للدفاع عن حقوق المرأة، مستوحية بمنشورات قامت بنشرها أنذاك كـ "تغيير امرأة "، " خطاب بعد الاعتقال للتصويت غير القانوني"، " مقالة تغيير المرأة" وفي النهاية تم تداول هذا المقال في عام 1851م.

"سوجورنرتروت" تناولت مسألة حقوق المرأة من خلال منشور "ألست امرأة"، تناولت العديد من القضايا منها مسألة وجود حقوق محدودة للمرأة مقابل الرجل بسبب الإدراك الخاطئ من قبل الفئة الذكورية لتفاصيل تتعلق بالمرأة. [3]

وناقشت "سوجورنرتروت" مسألة إذا بالإمكان أن تقوم المرأة السوداء بالعديد من المهام التي من المفترض أن يقوم بها الرجال ومقتصرة عليهم فإنه بالإمكان لأي امرأة من أي لون أن تقوم بنفس تلك المهام [4].

وبعد القبض على سوزان بي انتوني بسبب التصويت غير الشرعي ألقت خطاباً في عام 1872م داخل المحكمة، وتناولت مسألة اللغة في الدستور وهي متواجدة في منشور "خطاب بعد الاعتقال للتصويت غير

---

[1]Atakav, E. (2012). Women and Turkish Cinema: Gender Politics, Cultural Identity and Representation. Routledge. p2-4.

[2]Atakav, E. (2012). Women and Turkish Cinema: Gender Politics, Cultural Identity and Representation. Routledge. p3.

[3]Smelik, A. (2007). Feminist film theory. The Wiley Blackwell encyclopedia of gender and sexuality studies, 1-5.

[4]Gaines, J. (1988). White privilege and looking relations: Race and gender in feminist film theory. Screen, 29(4), 12-27.

القانوني" في عام 1872م، وقالت: "لماذا المرأة معرضة للمعاقبة بالقانون"، ولكنها لا يمكن أن تستخدم القانون لحماية نفسها، "النساء لا يمكنهن التصويت" وانتقدت اللغة الذكورية فيه متسائلة " لماذا يجب على النساء أن تلتزم بالقوانين التي لا تخدم النساء"[1]

وقامت بمناقشة نانسي كوت حول الفرق بين الحركة النسائية الحديثة والقديمة، وبالأخص حقهن في التصويت، ومشكلة نقطة التحول في الولايات المتحدة الأمريكية في حصول المرأة على حق التصويت عام 1920.

لقد كشفت نظرية الأفلام النسوية عام 1970 تفاصيل كثيرة عن الجنس الأنثوي من خلال تحليل مفصل للنصوص السينمائية وأنماط السرد كذلك أنماط تحديد الهوية[2]، وتعد النظرية النسوية للسينما حركة اجتماعية لها تأثير كبير على الفيلم وآليه النقد، في حين تعتبر عبارة عن ممارسة ثقافية تمثل الأساطير حول المرأة والأنوثة، وكذلك الرجل والذكورة، وتعتبر قضايا التمثيل والمشاهدين هي أساس محوري لنظرية السينما النسوية والنقد.[3]

تم توجيه النقد النسوي في وقت مبكر عن الصور النمطية للمرأة، معظمها في أفلام هوليود واعتبرت هذه الصورة الثابتة والمتكررة تشوهات غير مقبولة من شأنها أن يكون لها تأثير سلبي على المشاهدات من الإناث، وبالتالي فإن الدعوة الى صور إيجابية للمرأة في السينما بات أمر مطلوب. حاول النقاد النسائيون فهم القوة الشاملة للانتشار الأبوي بمساعدة الأطر النظرية البنوية مثل علم التحليل النفسي وتحليل الرموز، وأثبتت هذه الخطابات أنها متمردة في تحليل الطرق التي يتم بها ترميز الاختلاف الجنسي في السرد الكلاسيكي. كان التحليل النفسي في فترة زمنية تجاوزت العقد هو النموذج السائد في نظرية الأفلام النسوية، ولكن مؤخراً أصبحت هناك رؤية للابتعاد عن الفهم الثنائي للفرق بين الجنسين والاتجاه نحو وجهات النظر المتعددة، كل هذا بدوره أدى إلى الانفتاح على زيادة الاهتمام بالمسائل المشتركة [4].

كانت "جين غير" عام 1988 واحدة من أوائل النقاد للنظرية النسوية والتي أشارت إلى مفهوم التحليل النفسي للاختلافات الجنسية.

ويقول أخرون من الأكاديميين والباحثين بأن الظهور الأولي للحركة النسوية في القرن التاسع عشر، وتحديداً عند بدء فهم المرأة لذاتها بشكل كبير، محاولة إزاحة التعسف الذي تواجهه في زمن بدأت فيه حركات المساواة والحرية ومواجهة العنصرية بشتى أشكالها. إلا أن التغيير الحقيقي لم يبدأ إلا في القرن العشرين، عندما بدأت الحركات النسوية بتشكل ممنهج نحو جملة من الأفكار الواضحة والرؤى المؤطرة وأطلق عليها

---

[1] واصل عثمان (2011)، "النظرية النسوية وإشكالية المصطلح"، ع (26)، دار المنظومة، الجزائر، ص39-40

[2] http://hamdisocio.blogspot.com/2011/07/blog-post.html، 12:00 pm

[3] (OP,CIT.P1-3)

[4] المرجع السابق ص4-5

"النسوية"، وتناولت أيضاً مجموعة من القضايا الاجتماعية والفلسفية التي تعمل على تحويل وضع النساء المتدني ومواجهة التحيز الذكوري الذي أثر على البنية الثقافية بشكل عام.[1]

قراءة في الوضع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي للمرأة التركية تاريخياً

يقاس تطور مجتمعٍ ما عن غيره من خلال نظرته للمرأة وموقعها الطبيعي الذي يمنحها المحيط الاجتماعي، ويعتبر وضع المرأة من أبرز الموضوعات التي ترتبط بهوية الدولة بشكل أساسي، وتتأثر سلباً أو إيجاباً بصورة مباشرة بطبيعة النظام السياسي. وتعد تركيا من الدول التي تسير في مخاض متقلب بين الأنظمة السياسية في تأريخها القديم والحديث، فبين النظام الإسلامي في إطار الإمبراطورية العثمانية إلى العلمانية التي قادها مصطفى كمال أتاتورك في مطلع عشرينات القرن العشرين 1923م، ثم العودة إلى الهوية الإسلامية التي أحياها قدوم حزب العدالة والتنمية ذو التوجه الإسلامي إلى السلطة مطلع القرن الحالي 2002. وخلال هذه التحولات التي شهدتها وتشهدها تركيا تتأثر معها وضعية المرأة في المجتمع التركي من الناحية الثقافية وفي إطار الدولة التركية من الناحية القانونية بما ينسجم والتصورات التي يحملها النظام السياسي القائم.

فمع قيام الجمهورية التركية في 1923 بقيادة مصطفى كمال أتاتورك الذي سعى من خلالها إلى حرف البوصلة التركية نحو الثقافة والأنظمة الغربية بالشكل والمضمون الذي تحمله، حيث اتجه نحو إلغاء الشريعة الإسلامية كإطار يحكم علاقة الدولة بالأفراد، وقام بإدخال قوانين ومبادئ مدنية علمانية من شأنها المساواة بين الرجل والمرأة في شؤون مختلفة منها الزواج والطلاق والإرث وحق المرأة في الاقتراع في 1930 إضافة إلى منعها من ارتداء الأزياء الإسلامية، وبهذا تحول وضع المرأة بصورة مغايرة تماماً عما كانت في وضعها السابق الذي كان ينظر إليها في ظل الدولة العثمانية على اقتصار دورها في التربية والإنجاب.[2]

إذا يمكن ملاحظة تركيز النظام السياسي التركي في ظل زعامة أتاتورك تركيزه بصورة أساسية على المرأة باعتبارها رمزاً مهماً في إبراز هوية الدولة وملامح النظام السياسي. حيث سعى أتاتورك إلى تقديم المرأة التركية باعتبارها رمزاً للتحرر وكذا الترويج للفكر التحرري باعتباره وضعية جديدة للمرأة التركية في الدولة الحديثة. وفي هذا السياق نشأت حركات نسوية ذات طابع إسلامي تنتقد وضع المرأة في ظل النظام العلماني ومساوئه التي انعكست بصورة سلبية على وضع المرأة وتطالب بحرية الحجاب وإلغاء القوانين العلمانية والعودة إلى الأصالة الإسلامية التي كان عليها المجتمع التركي سابقاً. ومع صعود حزب العدالة والتنمية ذو التوجه الإسلامي إلى السلطة في 2002 اتجه إلى انتهاج سياسية مختلفة عن الهوية العلمانية للدولة وسعى إلى استعادة الهوية الإسلامية للدولة التركية وتغير مع ذلك وضعية علاقة الدولة بالأفراد، وترافق مع ذلك تغييرات شملت المرأة واستجابت للمطالب التي سعت إليها الحركات التي نددت بالعلمانية

---

[1] رياض القرشي، النسوية قراءة في الخلفية المعرفية لخطاب المرأة في الغرب، دار حضرموت للدراسات والنشر، المكلا، ط:2008م: ص25

[2] المفكرة القانونية: https://cutt.us/aT57H

وطالبت بإعادة الهوية الإسلامية لقيم المجتمع التركي، وهنا فقد تبنى النظام السياسي الجديد بزعامة الرئيس رجب طيب أردوغان بانتهاج سياسيات محافظة تجاه المرأة من خلال تحفيز المرأة على الإنجاب والتشجيع على لعب دور الأم بصورة أساسية، ونتج عن ذلك تراجع حضور المرأة في ميدان العمل، كما أعيد السماح بارتداء الحجاب وغيرها من التغييرات التي استهدفت وضع المرأة في المجتمع.[1]

وعلى الصعيد السياسي فإن المرأة التركية قد حصلت على بعض الحقوق السياسية منذ وقت مبكر، حيث حصلت على حق التصويت في العام 1930، إلا أن انخراط المرأة بصورة فعلية في المجال السياسي واستخدامها الفاعل لحقها السياسي ظل متراجعاً وغير فاعلاً حيث يعود ذلك على أسباب مختلفة منها الاجتماعية والسياسية ويتمثل الجانب الاجتماعي والتاريخي إلى الموروث الثقافي العثماني الذي كان يرى أن الحياة السياسية حكراً على الرجل وأن المرأة غير مؤهله للمشاركة السياسية. أما العامل السياسي فيعود إلى السياسات التي انتهجها النظام العلماني الذي كان يمنع المحجبات التي يمثلن نسبة 60% من المجتمع التركي من حق التصويت والمشاركة السياسية ومنع التصويت في بعض المناطق التي ترشح المحجبات كنواب في البرلمان التركي، ولكن بعد تولي حزب العدالة والتنمية استفادة المرأة من استخدام حقها من التصويت بصورة كاملة دون أي حواجز ودخول 4 نائبات محجبات عن حزب العدالة والتنمية في نوفمبر 2013 بعد أن كان أمراً مستحيلاً ودخول 21 نائبة للبرلمان من كافة الأحزاب بعد إجراء انتخابات يونيو 2015 حيث يعد أكبر عدد لمشاركة المرأة في البرلمان منذ تأسيس الجمهورية التركية الحديثة. ومهما تكن طبيعة النظام السياسي، وإن كان هو المحدد الرئيس في تشكيل وضع المرأة قانونيا وثقافياً، إلا أن الحركة الثقافية العالمية والثقافة الخارجية بمختلف جوانبها لعبت وتلعب دوراً مهما في تشكيل الحياة الثقافية في أي مجتمع وخصوصاً على وضعية المرأة، التي تعد أحد الركائز المجتمعية وبذلك تتغير معها البنية الفكرية المجتمعية تجاه المرأة وخصوصاً في المجتمع التركي المتفاعل مع مختلف الثقافات العالمية بحكم موقعه الجغرافي بين الشرق والغرب والهوية الإسلامية الشرقية والأنظمة المدنية القادمة من الغرب.[2]

تمثل الخطوات التركية في هذا المجال خبرة ثرية على الجانب الثقافي، وتمثيل الواقع الذي تشهده المرأة التركية مرآة لخبرة المجتمع التركي، سواءً فيما يخص التطورات التي تحدث له ليصبح جزءاً من الاتحاد الأوربي، أو يفسر الوسط الممزوج بالعلمانية والاسلامية معاً والذي يترك أثاره من الجانب المجتمعي والسياسي أيضاً. [3]

أيضاً هناك تقدماً ملحوظاً في مجال حماية المرأة وضمان حقوقها في تركيا بحسب إقرار المفوضية الأوربية بوجود تقدم في هذا الأمر، وقد أشارت الى ضرورة استمرار العمل نحو مزيداً من الإصلاحات التشريعية

---

[1] المرجع السابق

[2] ترك برس: https://www.turkpress.co/node/12274

[3] شيماء بهاء الدين (2015)، "المرأة التركية... بين تقدم سياسي وتعثر مجتمعي (فهل تبقى أسيرة التناقضات؟)"، مركز الحضارة للدراسات السياسية، ص 2

بخصوص حقوق النساء بشكل عام، مع العمل المستمر على جودة وحث المرأة التركية على العلم والتعليم والتركيز على تحسين نسبة التمثيل للمرأة التركية في الوسط السياسي.[1]

وعلى الصعيد الاقتصادي تواجه المرأة التركية صعوبات في بدء الأعمال التجارية ومسألة تطويرها، وذلك يعود لمجموعة من الأسباب منها رؤية المجتمع للمرأة، صعوبة إيجاد رأس المال، أيضاً الصعوبات التي تواجهها أثناء سير العمل مثل ثقة العملاء وصعوبة الحصول على البضائع التجارية والمواد الخام، التسويق والتخطيط الاستراتيجي كذلك مسألة الائتمان المصرفي والتي تعد من إحدى أهم الصعوبات التي تواجه المرأة التركية أثناء سير العمل.[2]

مسلسل الحلقة HALKA

مسلسل درامي تركي تلفزيوني ذو قالب بوليسي (action) رومانسي، بدء عرضه يوم الثلاثاء الموافق 15 يناير 2019م على شاشة TRT1، وعدد حلقاته 19 حلقة، هو في موسمه الأول ولم يفصح بعد أن كان هناك موسم أخر له، حقق أعلى نسبة مشاهدة منذ أول حلقة بُثت، حيث حصل على نسبة تقييم من قبل المشاهدين 10/ 8.9 حسب موقع IMDB [3]، وهو من إنتاج شركة ES film شركة إنتاج عملاقة قامت بإنتاج أعمال كبيرة مثل مسلسل المجهولون ومسلسل فيلينتا مصطفى والمسلسل الشهير السلطان عبد الحميد، وقامت العديد من المواقع بترجمته إلى اللغة العربية بسبب شغف المشاهدين العرب لمشاهدته، حيث حصد المسلسل على المركز الأول من بين المسلسلات والأعمال الدرامية التي تزامن موعد عرضها مع موعد عرض المسلسل، وذلك يعود إلى الأحداث المتميزة فيه والتي لامست شغف المشاهدين بالإضافة إلى وجود شخصيات مشهورة والمعروف بقدرتها العالية على تقمص الدور ومحاكاته بشكلٍ بارع. وهي "موجدة" وتلعب الدور الممثلة التركية"Hande Arçel" والتي شاركت في الموسم الفائت من بطولة مسلسل اللؤلؤة السوداء، "جيهانجير" ولعب الدور الممثل التركي"Serkan Çayoğlu" بطل المسلسل التركي في موسم الكرز الذي حصل على أعلى نسبة مشاهدة في عام 2014، أيضاً السيدة "حميراء" والتي لعبت الدور الممثلة التركية "Nazan Kesal" ويعود سبب تسمية المسلسل بالحلقة إلى وجود ثلاث حلقات معقدة فيه منذ 40 سنه.[4]

تدور قصة المسلسل حول منظمة اسمها حلقة، منظمة غير قانونية وتعمل بالتجارة غير المشروعة أيضاً. "الهان" أمر "اسكندر" بقتل "إيران" من أجل انتقام شخصي وترك "إيران" ورائه زوجة وطفل "كاهان" وبعد قيام

---

(1) المفوضية الأوروبية تقرر بوجود تقدم بمجال حقوق المرأة في تركيا: http://www1.adnkronos.com/AKI/Arabic/Politics/?id=3.1.4183124079

(2) Stevenson, L. (1988) Women and economic development: A focus on entrepreneurship. In Journal of Development Planning, Entrepreneurship and Economic Development (Ed.by H. Leibenstein and D. Ray), pp. 113–126. United Nations Publication, New York

(3) موقع IMDB، تم الاطلاع عليه بتاريخ 11 نوفمبر 2019، الساعة 9 مساءاً https://www.imdb.com/title/tt9471962/

(4) موقع جنتك، تم الاطلاع عليه بتاريخ 10 نوفمبر 2019، الساعة 9 مساءاً: https://cutt.us/tABVh

"اسكندر" بقتله ارتفع اسم ومقام "اسكندر" والذي لديه ابنة اسمها "موجدة"، وأصبح بمكانه "الهان" الذي لديه ابن يدعى "جيهانجير"، وبعد مرور سنوات عديدة دخل "كاهان" السجن ظلماً، وبعد تحقيق الشرطة في من يكون والده عرض عليه الانتقام لقاتلي والده ليدخل في منظمة الحلقة كي يسقطها ويسلمها إلى الشرطة لتعاقب في إطار قانوني، وتمت الموافقة من قبله، دون علمه بأنه سيعمل مع "جيهانجير" الذي سيصبحون أصدقاء فيما بعد الأمر الذي يجعله يشعر بالذنب؛ لأنه بيوم من الأيام سيضطر لتسليمه إلى الشرطة. "جيهانجير" سيعمل مع الحلقة أيضاً؛ لأن والده "الهان" علمه على هذا الأساس ولكنه خفياً يسعى إلى دمارها، ومن جهة أخرى موجدة ابنة "اسكندر" تود الاستمرار في متابعة أعمال والدها الذي يحاول أن يبعدها من هذا الوسط ويقوم بحمايتها باستمرار ستقوم بمساعدة "جيهانجير" في تنفيذ خططه الأمر الذي يؤدي إلى وقوعهما بحب بعضهما بعد مرور فترة من الزمن.[1]

قصة الحلقة مغامرة متواصلة في عالم مظلم، إنه ماض نزيف ومؤلم، يعرض قضية شائكة "الخير مقابل الشر". هذا المسلسل يسير بخطىً سريعة تحت عنوان المغامرة يستخدم حيل الجريمة، ويأتي اسم الحلقة من شبكة إجرامية معروفة بثلاثة رموز مهمه. الميزة الأكثر أهمية في الحلقة هي أنه على عكس الإيقاع الغامض في روايات المافيا الكلاسيكية لكل قسم، تتمتع النساء بمحتوى حرفي قوي وموجه، أبطال القصة هما "كان" و"جيهانجير"، اللذان يتعلمان أنهما ضحية الحلبة، ويكافحان مع المنظمة الإرهابية إلى أن يصلا للحقيقة. وبدأت أحداث قصة المسلسل بجريمة قتل مصورة وتبدأ عملية البحث والتحقق فيها وبعد التحقق وجد أنها مجرد تصفية حسابات لا غير.[2]

ممثلي المسلسل:

"سيركان شاي أوغلو" (Serkan Çayoğlu) بدور "جيهانغير"

"هاندا أرتشيل" (Hande Erçel) بدور "موجدة" ودورها في المسلسل بنت رجل المافيا

"كان يلدرم" (Kaan Yıldırım) بدور "كان كارابولوت"

"هازال صوباسي" (Hazal Subaşı) بدور "بهار"

"نازان كيسال" (Nazan Kesal) في دور "حميراء"

التحليل والمناقشة

تحليل المضمون إحدى الأساليب الدراسية لتحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استنتاجات واستدلالات معينة، أيضاً في حالة إعادة الدراسة أو التحليل الوصول الى نتائج مطابقة أيضاً.[3] ويرى

---

[1] موقع ويكيبديا، تم الاطلاع عليه بتاريخ 4 نوفمبر 2019، الساعة 12 مساءاً https://cutt.us/wSU9y

[2] موقع TRT1، تم زيارته في تاريخ 5 نوفمبر 2019، الساعة 11 مساءاً https://www.trt1.com.tr/diziler/halka

[3] فوزية فيم " تحليل المضمون "، مجلة الإذاعات العربية، العدد، 185، نوفمبر 1986، ص 46

سيجفريد " Siegfried" أن الدراسات التي تخص التحليل الكيفي لا تركز على المحتوى فحسب بل تمتد الى معرفة المقاصد والمعاني الخفية والأثر المتوقع مستقبلاً[1].

تتجسد صورة المرأة في المسلسل بصورة أساسية بشخصية "حميراء" التي تلعب دور الممثلة التركية "Nazan Kesal"، ايضاً شخصية "موجدة" التي تلعب دور الممثلة التركية" Hande Ercel "، قصة المسلسل وأحداثه مثلت دور الشخصيات النسوية القيادية في تفتيت أعضاء الحلقة الذين يمارسون أعمالاً غير قانونية. وقد تجلت صورة المرأة التركية في المسلسل بطرق مختلفة انعكست من خلال الموسيقى والنص والصورة، حيث سعى المسلسل الى إبراز دور المرأة في الجانب السياسي والاجتماعي أيضاً، وإبراز دورها في الحفاظ على وحدة كيان الأسرة وعدم تشتتها. اختارت الباحثة الحلقة (15) و(16) و ذلك لدور المرأة المكثف و الذي حاول المسلسل إبرازه وهذا بدورة يضيف الكثير لهذه الورقة من خلال استنتاج مجموعة من القيم التي تحافظ عليها وفي الحلقتين تناولت الباحثة دور المرأة التركية في القيام بأدوار مماثلة للرجل و خاصة على الصعيد السياسي، ومن خلال استراتيجية تحليل المضمون جسدت شراكة المرأة للرجل في مختلف المجالات، ففي الشرطة لعبت "بهار" دور بارزاً في تتبع الخلية المسماة بالحلقة إلى جانب مدراءها وزملاءها من الرجال، وهنا يعرض إحدى القيم المهمة وهي تكافئ الحقوق والواجبات بين الرجل والمرأة.

وكمثال للمرأة المناضلة حيث يتجسد بموقف "حميراء" التي تحملت كل ضغوط وقرارات الحلقة لحماية أبناءها كاهان و"جيهانجير" واتخذت كل التدابير اللازمة لحمايتهم في حين قامت بوضع إحدى الخادمات "نورتان" في بيت "الهان تبيلي" لاطلاعها على كل التحركات التي تتعلق "بجيهانجير" وذلك من خلال اتصال "نورتان" بالسيدة "حميراء" قائلة: " سيدة حميراء هناك شيء ما حدث. أصيب كاهان، أخذه أحدهم وذهب ولكن لم أسمع من يكون" [2]. وكذلك عرض المسلسل قدرة المرأة التركية للعمل في مختلف الجوانب حتى أعلى الأدوار ويتمثل ذلك دور "حميراء" التي شغلت منصب رأس الحلقة بجانب "جينكيز خان" الذي يمثل الرأس المنفذ في منظمة الحلقة. وأظهر المسلسل قوة وشجاعة المرأة التركية ويمثل بتنفيذ "بهار" لبعض المهمات الأمنية في ملاحقة أطراف العصابة وأطلقت النار على "كاهان"، إلى جانب قوتها الشخصية واعترافها أمام والدة كاهان وتحملها المسؤلية الشخصية عن ذلك بقولها " اعتذر. لقد وقع حادث، كان المكان مظلماً، كاهان خرج أمامي ولم أعرف انه كاهان، لقد حدث كل شيء بشكل مفاجئ للغاية، أرجو منك المسامحة"[3]. أيضاً قوة شخصية وشجاعة وقدرة "حميراء" على السيطرة على "وكيل الخرج" الذي يعتبر أمين سر الحلقة وحصولها على مختلف المعلومات منه التي يمارسها "شاتاي" ابن "جنكيز خان" الذي

---

[1] عبد العاطي احمد، محمد عبد السميع، "محاضرات في مناهج الدراسة والمكتبات" (القاهرة كلية التربية جامعة الأزهر،1983م، ص127.

[2] الحلقة 15

[3] الحلقة 15

يسعى للانقلاب على والده من خلال قولها "سأتكلم مع وكيل الخرج، علينا أن نعرف أين كاهان!"[1]. وقوف "هاندا ارتشل" الى جانب والدها يجسد قوة المرأة وقدرتها على ممارسة دورها بصورة مكافئة للرجل حيث تقوم بمساعدة والدتها واقتحام الميادين التي يخوضها ومن ثم تقوم بتوفير الحماية له مستشهدة بقولها "الوسط معقد وتذهب؟ الى أين تذهب؟"[2]. وفي المشهد الذي عرض دخول والد هاندا الى المطعم وهي كانت بمعية "جيهانقير" قائلاً: "لديك بنت أذن لديك مصيبة "[3]، هنا يجسد نظرة الأب المتحيزة ضد المرأة لكن هاندا حاولت أن تفرض نفسها بقوة في المشهد الذكوري وتثبت وجودها وترفض أن ينتقص منها على الاطلاق. وفي الحوار الذي دار بينهم يحاول والد "هاندا" أن يقلل من وجودها وهي تحاول بكل قوة وجرأة أن تثبت نفسها وحضورها وحقها في معرفة الموضوعات التي يتخذون القرار بشأنها، إذا تسعى لأن تنتزع مكانتها في ظل هيمنة الفكر الذكوري الذي يسيطر على ثقافة والدها الذي يعتبرها ذو دور ثانوي في ظل وجوده وذلك بقولها "كيف؟ من أطلق النار عليه؟ أريد أن أعرف! "[4].

أيضاً في المشهد الذي جسد قيم الاحترام للأباء وأعطاهم الأولوية في كل شي فقد قامت "هاندا" من مكانها حال وصول أبوها لتجعل والدها يجلس في المقدمة لمكانته اللائقة بهذا المكان قائلة "تفضل ياأبي ..هنا أجلس"[5]، أيضاً مثلت قيمة الإحساس بالمسؤولية الذي تتحلى بها المرأة التركية نحو عائلتها إذ تهتم "هاندا ارتشل" بكل خطوات والدها وحركاته خوفاً من أن يتم استهدافه من قبل الحلقة التي هو عضو فيها، وفي أحد الحوارات حين غادر دون رغبة منها لمغادرته قائلة : "لديك أب اذا لديك هم "[6]، وكذا حرص "بهار" على صحة مديرها وسؤالها باستمرار على صحته في قولها "هل أنت بخير"[7]. وفي الدور الذي قامت به "هاندا ارتشل" مقام والدها "اسكندر" في غيابه عند استقبال "شاتي" للمطعم يشير إلى ثقة المرأة بنفسها ودورها المكافئ للرجل في مختلف الميادين قائلة "تفضل لنجلس كلنا معاً ".[8]

جسد مشهد حوار "بهار" مع "كاهان" عندما تحدثت "بهار" أن المدير "جمال" ربما يخفي عنها بعض التفاصيل التي لا تعرف عنها والتي من المفترض أن تكون مطلعة عليها قائلة "لم أفهم كثيراً و لكن السيد جمال لديه اشياء كثيرة يخفيها عني"[9] هذا بدوره يرمز إلى ذكائها ودقتها وشدة ملاحظتها في طبيعة طبيعة المهمة الأمنية التي تقوم على عاتقها، وهذا يعني إحساسها بالمسؤولية وحرصها على إيضاح كلما

---

(1) الحلقة 15
(2) الحلقة 15
(3) الحلقة 15
(4) الحلقة 15
(5) الحلقة 15
(6) الحلقة 15
(7) الحلقة 15
(8) الحلقة 15
(9) الحلقة 16

يَدور في عملها كما يعبر عن رفضها عن أي تجاوز من قبل مديرها "جمال" كونها امرأة وترى أن من حقها أن يتم التعامل معها على قدر عالٍ من الوضوح دون أي مواربة.

مشهد حوار "حميراء" و"جولاي" و"جيهانقير" و"الهان تبيلي" حيث كانت "جولاي" هي من تطرح الموضوع وتناقشه وتدير الجلسة بقولها "شراكة أبناءنا ليست شراكة عمل فقط بل رفقة حياه وهذا يعجبني"[1] يعجبني"[1] وفي هذا يوضح دور المرأة القوي وتمكينها في المجتمع التركي كصانعة قرار في بيتها وليست مجرد تابع تخضع للآوامر الذكورية من فوقها، بل هي شريك أساسي كما الرجل في صناعة الأسرة والمجتمع. وفي المشهد الخاص "بهاندا" و"جيهانقير" على البحر يتحدث لها عن مخاوفه كانت تسانده وتعزز ثقته بنفسه وتدفعه لكسر مخاوفه قائلةً: "جيهانجير الانسان يخاف من الشيء الذي لا يعرفه، الجميع يرتكب أخطاء ونحن نكبر كلما تعلمنا العيش معها"[2] وهذا يشير إلى دور المرأة التركية القوي بجانب شريكها ومساندته ونصحه كشريك وليس كتابع وقد يعني ذلك أنها ربما تملك أكثر منه معرفة وثقة بنفسها وهذا يعزز صورة المساواة التي تتمتع بها المرأة في ثقافة المجتمع وبالمكانة المهمة التي تحظى بها.

كذلك في مشهد حوار "جولاي" وزوجها "الهان تبيلي" وهي تطالبه بالتوضيح حول حقيقة "جيهانقير" ومقتل والده الذي قتله "الهان" قائلة: "ماذا حدث يا الهان؟ هل قتلت إيران كارابولوت وأحضرت طفلة الى بيتنا؟ "[3] يعكس قوة شخصية المرأة ووقوفها أمام سلطة الرجل ومطالبتها بالتوضيح لها في الأفعال التي يمارسها بدون علمها إذ أنها لا تتراجع أمام سلطته بل تسعى لإثبات وجودها وتحقيق هويتها كأنثى وكزوجة بصورة مكتملة، إضافة الى أنه يدل على صدقها وأمانتها وحرصها على ألا يكون قد ارتكب أمراً خاطئاً بخصوص مقتل والد "جيهانقير" وكذلك شعورها بالمسؤولية المشتركة مع زوجها والبحث عن حلول مشتركة في القضايا التي يتخلفون بشأنها وهي قيم مثالية تعكسها الدراما عن المرأة التركية.

يجسد مشهد حوار "جيهانقير" مع هاندا في الحديقة على البحر شخصية "هاندا" التي تتفهم مخاوف وقلق "جيهانقير" وظروفه النفسية ما يعني أنها واعية ومنطقية وذات مسؤولية ومتفهمة للشريك المقابل وتسعى بطرق مقنعة لمساعدته وتبديد مخاوفه إضافة الى أنها تحترم خياراته في أن يطلعها على موضوع لا يريد حديث عنه بقولها " لا تعتقد أبداً أني أصر عليك.. بإمكانك أن تخبرني متى تشاء".[4] وفي مشهد حوار

"حميراء" مع "جمال" تتحدث "حميراء" بكل ثقة عن دورها في حماية أبناءها وعن شجاعتها برغم الصعوبات التي واجهتها بقولها "خرجت في هذا الطريق لأحمي أولادي ، تصرفت بشجاعة دون معرفة النهاية من قبل"[5] وهذا يوضح صلابة وقوة المرأة التركية ونضالها في سبيل عائلتها، وثانياً في خدمة بلدها حيث

---

[1] الحلقة 16

[2] الحلقة 16

[3] الحلقة 16

[4] الحلقة 16

[5] الحلقة 16

سعت الى مساعدة الشرطة في تفتيت شبكة الحلقة وقدمت "كاهان" ابنها ليساعد الشرطة في القضاء على تمرد تلك الجماعات الغير قانونية كما يشير الحوار إلى قوة منطقها وشخصيتها في مواجهة الصعاب التي تتهدد حياتها وحياة أبناءها.

وفي المشهد الخاص بحوار "جولاي" وزوجها و"جيهانقير" قاما بتقديم سؤال "لجيهانقير" في نفس الوقت ولكنه أعطى "الهان" زوجته فرصة الحديث مع "جيهانجير" بدلاً عنه وكان سؤال "جولاي " طردت نورتان من العمل؟ ماذا حدث ولهذا أسأل يا ابني؟ "[1] وهذا يرمز إلى أن المرأة تلعب دور رئيسي في البيت على زوجها وأبناءها وليست مهمشة أو تقبع تحت سلطة الرجل خصوصاً في قضايا العائلة المصيرية حيث كانا يتحدثان عن مصير علاقتهم "بجيهانقير". كما يدل مشهد حوار "هاندا" وأبوها "اسكندر" حيث تصر "هاندا" على مطالبة والدها بالتوضيح فيما يتعلق "بجيهانقير" وترى أن من حقها أن لا يخفى عنها شيء وليست تلك المعلومات حكراً على سلطة الأب وحده بل لها حق معرفة ما يقوم به أبوها والمسؤوليات التي تبقى على عاتقه بقولها " أبي، أنا لست معتادة على هذا؟ هلا أخبرتني ما الذي حدث؟"[2] وهذا بدوره يوضح محورية دور المرأة وحضورها في المجتمع التركي.

في مشهد حوار "جولاي" مع زوجهان "الهان" عندما لم يرد "جيهانقير" على الجوال تصرخ "جولاي" على زوجها من منطلق حرصها على ابنها قائلة " الهان لنفعل شيئاً"[3] وهذا يرمز إلى دور المرأة في الحفاظ على العائلة وتسيير أمور البيت وانتزاع الأدوار بالمشاركة من قبل الرجل لا يوجد هناك سلطة واحدة تتجسد في الذكورة كما هي سائدة في مختلف البلدان العربية مثلاً. وفي مشهد حوار "جيهانقير" مع "هاندا" على البحر تطلب منه توضيح سبب تصرفاته غير المفهومة قائلة له: " سألتك ولم تجب! ثم تأتي وتتشاجر مع أبي! أتخفي عني!"[4] وهذا يدل على قوة شخصيتها وحرصها على معرفة كلما يدور حولها ولا تترك مجالاً لأحد أن يتجاوزها في حين أنها تتحدث مع "جينهانقير" وكأنها تنازعه السلطة الذكورية التي يحاول أن يحتكرها بنفسه ويعمل ما يراه صحيحاً بينما هي تريد أن تكون في ذات المستوى وتفهم وتقيم الأمور والأسباب بنفس الطريقة، وتسعى لفرض ذاتها وانتزاع حقها وترفض أن يتم استغفالها. فضلاً عن رفضها لإقامة علاقة مع الشريك المقابل بدون قواعد وقيم سامية كالثقة والمكاشفة قائلة "إن كانت هذه طريقة تكلمك فلا يمكنك الاستمرار معي هكذا!".[5]

وفي مشهد حوار "بهار" مع "كاهان" حول الرسالة التي طلب منها مديرها "جمال" إخفاءها المتعلقة باعتراف "حميراء" أم "كاهان" ترفض "بهار" أي نقاش حول الورقة باعتبارها أمانة عندها من مديرها "جمال" لا يمكن فتحها إلا وفقاً للشروط التي وضعها هو وهذا يشير إلى تمسك المرأة بالقيم التي تحملها في حفاظها

---

[1] الحلقة 16

[2] الحلقة 16

[3] الحلقة 16

[4] الحلقة 16

[5] الحلقة 16

على الأمانة والتزامها بالمهام الموكلة إليها في سبيل خدمة بلدها كونها شرطية حتى وإن كان "كاهان" الشخص المقرب منها والذي تحبه لكنها ترفض قطعاً الخروج عن القيم التي تتحلى بها والثقة التي أوكلت إليها و لشدة حرصها قالت له: "إذا كررت مناقشة هذا الموضوع سنتخاصم ،نتخاصم بشكل شيء" ومضت وهي غاضبة منه قائلة له " أنظر لا تقل هذه الكلمة مرة أخرى هل أتفقنا؟ سنتقاطع".[1]

الخاتمة

تعتبر الدراما التركية إحدى أهم الوسائل المستخدمة لنشر الثقافة التي يمثلها المجتمع التركي ويدعو المجتمعات المختلفة إلى التعرف عليها، فالدراما التركية بطبيعة حالها تغطي نطاق واسع في مختلف المجتمعات ومنه تتسع دائرة التأثير لهذه المجتمعات و خصوصاً المجتمعات العربية كما تم توضيحه في الإطار النظري، و بحكم التقارب الثقافي بين الأتراك والعرب، تركز تركيا على إحداث التأثير الكبير فيها من خلال المحتوى الإعلامي المقدم، في حين تعتبرها تركيا ضمن محيطها الجيوبوليتكاليه، و تربطها علاقات تاريخية طويلة الأمد .ويجسد هذا الإنتاج الدرامي صورة المرأة التركية بشكل عام و القيم التي تمثلها سواءً كانت على الصعيد السياسي أو الاجتماعي أيضاً ، بحكم طبيعة المساواة التي تتحلى بها المرأة التركية، وهذا بدوره يساهم في تقديم صورة مثالية للمرأة التركية متجلية في مجموعة من القيم منها كقيم الحب ، الوضوح و الصراحة ، الكفاح و الصبر و تحمل المسؤولية ، أيضاً مواجهة الأزمات بشجاعة ، التشارك مع الرجل في كافة المسؤوليات و الوقوف إلى جانبه في الظروف الصعبة ، الأمانة في العمل و تجاوز الأسى و اليأس و الإقدام أيضاً .

وفي المقابل تم تجسيد في بعض المشاهد مجموعة من الجوانب السلبية وكان الدور الذكوري لهم التأثير الأكبر فيها كالحقد الشديد والانتقام، وتصفية الحسابات أيضاً، كذلك المكر والاحتيال والكذب مع الإيحاء بأن المال فوق كل شيء من خلال دور شاتاي ورغبته في العثور على أخيه من أجل أن يقوم بقتله حتى لا يقاسمه الورث المتروك من أبيه، أيضاً أسلوب الأب المتسلط والمستبد و المتحيز، ناهيك عن جرائم القتل و الإجرام و السلب و النهب معاً. فيما جسدت شجاعة المرأة بشكل كبير في هاتين الحلقتين وعدم رغبتها في الاستسلام والمواصلة في محاولتها لتفكيك كل عنصر يحاول المساس بسلامة وأمن الأحياء. وقد اتجه المسلسل في إبراز الصراع باعتباره نزاع قيم ومبادئ أمام منظمات الدمار والإجرام، فهو صراع بين الخير والشر وتم تجسيد دور المرأة في صناعة الحياة ونشر السلام كقيم لا يمكن التخلي عنها وهو ما تحتاجه جميع المجتمعات المختلفة حالياً وخصوصاً المجتمعات العربية.

---

[1] الحلقة 16

المصادر والمراجع

- صحيفة الفرات: "الدراما التركية وأثرها على الثقافة المحلية والاخلاقيات العامة "، يومية سياسية تصدر عن مؤسسة الصحافة الوحدة، دير الزور العدد 3583.
- جلال خشيب، "السينما.. قوة ناعمة فاعلة في السياسة الخارجية التركية"، مقال، مركز إدراك للدراسات،(2016).
- رياض القرشي، النسوية قراءة في الخلفية المعرفية لخطاب المرأة في الغرب، دار حضرموت للدراسات والنشر، المكلا، ط:2008م.
- سديرة أسامة (2017)، "تأثير الدراما التركية على القيم المجتمعية لدى الطالبات الجامعيات دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الإعلام والاتصال"، رسالة ماجستير صحافة وإعلام الكتروني، العلوم الإنسانية، كلية العلوم والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي– أم البواقي.
- سهام العيدي (2019)، "الأدوات الناعمة في السياسية الخارجية التركية تجاه الدول العربية"، ماجستير (العلاقات الدولية)، العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف.
- شيماء بهاء الدين (2015)، "المرأة التركية... بين تقدم سياسي وتعثر مجتمعي (فهل تبقى أسيرة التناقضات؟)"، مركز الحضارة للدراسات السياسية.
- فتحي عاطف، "السينما التركية: محاولة تأكيد الهوية"، (أدب ونقد،2013) ع329.
- فوزية فيم " تحليل المضمون "، مجلة الإذاعات العربية، العدد، 185، نوفمبر 1986.
- عبد العاطي احمد، محمد عبد السميع، "محاضرات في مناهج الدراسة والمكتبات" (القاهرة كلية التربية جامعة الأزهر،1983م.
- علاء عبد المنعم إبراهيم، "الدراما التركية التاريخية... العزف على أوتار النجاح"، مجلة عربية، العدد، 513، 2019.
- ندى إبراهيم عبد العاطي إبراهيم (2014)، "المحتوى القيمي للدراما التركية وأثرها على المكون الثقافي والاجتماعي للمجتمع السوداني"، ماجستير في علوم الاتصال، قسم المناهج والدراسات العليا، معهد إسلام المعرفة، جامعة الجزيرة.
- واصل عثمان (2011)، "النظرية النسوية وإشكالية المصطلح"، ع (26)، دار المنظومة، الجزائر.
- يعدي السعيد، "سياسة تركيا الخارجية في ظل حزب العدالة والتنمية وانعكاساتها على العلاقات التركية العربية"، مجلة الفكر، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- Atakav, E. (2012). Women and Turkish Cinema: Gender Politics, Cultural Identity and Representation. Routledge .p2-4.
- Gaines, J. (1988). White privilege and looking relations: Race and gender in feminist film theory. Screen, 29(4), 12-27.
- Smelik, A. (2007). Feminist film theory. The Wiley Blackwell encyclopedia of gender and sexuality studies, 1-5.
- Stevenson, L. (1988) Women and economic development: A focus on entrepreneurship. In Journal of Development Planning, Entrepreneurship and Economic Development

(Ed.by H. Leibenstein and D. Ray), pp. 113–126. United Nations Publication, New York

- المفوضية الأوروبية تقر بوجود تقدم بمجال حقوق المرأة في تركيا:https://cutt.us/JmOkT
- المفكرة القانونية: https://cutt.us/S2YMF
- ترك برس: https://www.turkpress.co/node/12274
- موقع ويكيبديا https://cutt.us/s1bZe
- موقعTRT1 https://www.trt1.com.tr/diziler/halka
- موقع IMDB https://www.imdb.com/title/tt9471962/
- http://hamdisocio.blogspot.com/2011/07/blog-post.html
- موقع جنتك https://cutt.us/hRdRJ
- الحلقة 15 https://cutt.us/nOfOa
- الحلقة 16 https://cutt.us/N12On

اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو تغطية وسائل الإعلام لأحداث الثورة

دراسة ميدانية في الفترة من {2019 –2020م}

Trends of the Sudanese media elites towards the media coverage of the events of the revolution - 2019 – 2020

د. مصطفى حميد الطائي

أستاذ الإعلام المشارك بكلية الإعلام جامعة عجمان

د. نصرالدين عبد القادر عثمان

أستاذ الاعلام المساعد. كلية الإعلام جامعة عجمان

ملخص

يهدف البحث الى الكشف عن اتجاهات النخب الإعلامية السودانية نحو التغطية الإعلامية لأحداث الثورة. مع توضيح مدى اسهامها في عكس صورة الأحداث. تجدر الإشارة الى ان التغطية اشتركت فيها وسائل اعلام وطنية سودانية وعربية ودولية، إضافة الى مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت الإشكالية تركز الأضواء على النخب الإعلامية في السودان والأدوار المفترض أن يقوموا بها للتعبير عن احداث الثورة ، حيث تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي لتوصيف مشكلة البحث ومسح عينة ممثلة لهذا المجتمع، كما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل المعلومات والبيانات التي تم التوصل اليها في الدراسة الميدانية، وخرج البحث بنتائج أهمها: 81% من مجتمع البحث ترى أن تغطية المؤسسات الإعلامية لأحداث الثورة السودانية لم تكن متوازنة. فيما 78% من مجتمع البحث غير راضية عن تغطية المؤسسات الاعلامية للأحداث. وأن 69% من المجتمع أنها غير موافقة عن تغطية التلفزيون الرسمي السوداني، وقد أوصى البحث: بضرورة تشريع وتفعيل القوانين التي تنظم عمل وسائل الإعلام وتنص صراحة على استقلاليتها وارتباطها بالمصالح العليا للمجتمع، مع انتخاب قيادات النخب الإعلامية من قبل الجماهير وعدم تعيينها من قبل أية جهات أخرى. مع ضرورة استقلال ميزانية تمويل وسائل الإعلام عن أية مؤسسات أو جهات، حتى لا تخضع للمساومة والابتزاز.

الكلمات المفتاحية: النخب الإعلامية – الثورة السودانية – التغطية الإعلامية – قادة الرأي – القيادات الإعلامية.

Abstract

The research aims to reveal the trends of the Sudanese media elites towards media coverage of the events of the revolution. With clarification of its contribution to reversing the image of events. It is worth noting that the coverage was shared by national Sudanese, Arab and international media, in addition to social media, and the problem was focusing on the media elites in Sudan and the roles they are supposed to play to express the events of the revolution, where the descriptive approach was used to describe the research problem and survey a representative sample. For this community, as the analytical method was used to analyze the information and data that was reached in the field study, and the research came out with the most important results: 81% of the research community believes that the media institutions coverage of the events of the Sudanese revolution was not balanced. While 78% of the research community is not satisfied with the media coverage of events. And 69% of the society said that it does not agree with the coverage of Sudanese official television, and the research recommended: the need to legislate and activate the laws that regulate the work of the media and expressly stipulate their independence and relevance to the higher interests of society, with

the leadership of the media elites being elected by the masses and not appointed by any party Other. With the necessity of independence of the media financing budget from any institutions or entities, so as not to be subject to bargaining and blackmail.

Key Words: Media elites - the Sudanese revolution - media coverage - opinion leaders - media leaders.

المقدمـــة:

تناول البحث إشكالية تتعلق بالأدوار المفترض بالنخب السودانية أن تقوم بها، لتقديم تغطية موضوعية لحقيقة ما كان يجري في الشارع السوداني، وتغني المجتمع السوداني والمتابع العربي من البحث عن مصادر إعلامية دولية وعربية لمعرفة حقيقة الأحداث، بعيداً عن توجهات أي طرف من أطراف الأزمة السودانية، بعد أن شكلت تغطية الاحتجاجات في الثورة السودانية معضلات مختلفة للمجتمع السوداني والمجتمع العربي، الذي كان يتابع حقيقة ما كان يجري في مواقع الأحداث من خلال الوكالات الوطنية والإقليمية والدولية ومواقع التواصل. وتظهر الإشكالية بوضوح أكبر في تعدد مصادر التغطية واختلاف أجنداتها وتوجهاتها مع بعضها البعض ومع الإعلام السوداني ذاته.

المبحث الأول /الإطار المنهجي للبحث:

أولاً / مشكلة البحث: جاء الاحساس بالمشكلة من خلال متابعة التغطية الإعلامية لأحداث الثورة السودانية، وتقييمها في ضوء معايير الأداء المهني والمواثيق الأخلاقية، وخاصة في أوقات الأزمات التي تمر بها المجتمعات. إذ يجب أن تظل المؤسسات الإخبارية على معرفة باتجاهات جمهور وسائل الإعلام، حيث وجدت العديد من الوسائل الإعلامية نفسها في مواقف حرجة حين كانت تغطي الأحداث بأساليب وتوجهات مختلفة عن الإعلام السوداني الرسمي، الذي غطى الأحداث بأنماط متباينة، مما فتح الباب أمام منصات التواصل الاجتماعي لتقول كلمتها، خاصة وأنه في أوقات الأزمات دائما ما يصحبها ضعف في المهنية الإعلامية والحاجة الماسة إلى المعلومة الرسمية الدقيقة التي تحدد الاتجاهات والتي تساعد بدورها في تطمين الشارع بحقائق ما يجري، وقطع الطريق على الشائعات واختلاق الأخبار المفبركة. لذا سعى الباحثان إلى دراسة الموضوع من وجهات نظر النخبة الإعلامية السودانية، باعتبارها من أكثر فئات المجتمع اطلاعاً على الأحداث، ولكونها الفئة المهنية الأكثر تأثيراً على في الحياة الاجتماعية على الرغم من تعدد اتجاهاتها.

ثانياً/ أهمية البحث: تنبع أهمية البحث من أنه يعد أول بحث علمي يتناول التغطية الإعلامية لأحداث الثورة السودانية، خاصة إذا علمنا أن الأحداث بدأت في ديسمبر 2018م ووصلت قمتها في يونيو 2019م، ما يفتح الباب أمام الباحثين لإجراء المزيد من البحوث العلمية التي تتناول قضايا التغطية الإعلامية من حيث الموضوعية والمصداقية والشمولية ، علاوة أن دراسة مدى اخلاف تغطية النخب الإعلامية في المؤسسات غير الحكومية عن التغطية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية الرسمية التي تمثل وجهات نظر الدولة لكل ما يتعلق بالأحداث السودانية ، من حيث المهنية والمصداقية وشمولية التغطية ،

ومعرفة الأسباب التي دفعت العديد من المتابعين السودانيين والعرب إلى البحث عن مصادر إعلامية غير سودانية عربية ودولية .

ثالثاً/ أهداف البحث: – سعى الباحثان الى تحقيق الأهداف الآتية: –

1. الكشف عن اتجاهات النخب الإعلامية نحو تغطية الإعلام السوداني لأحداث الثورة.
2. تبيان مدى اسهام الإعلام السوداني في عكس صورة الأحداث.
3. معرفة المصادر التي اعتمدت عليها النخبة الإعلامية السودانية لمتابعة الأحداث.
4. الكشف عن الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة لأحداث الثورة السودانية من وجهة نظر النخب الإعلامية السودانية.
5. التعرف على أسباب تفضيل النخبة الإعلامية السودانية لمصادر إعلامية دون غيرها لمعرفة حقائق الأحداث.

رابعاً/ تساؤلات البحث: تحقيق أهداف البحث يتطلب الحصول على معلومات من خلال إجابة المبحوثين عن التساؤلات الأتية: –

1. ما هي اتجاهات النخبة الإعلامية عن تغطية الإعلام السوداني لأحداث الثورة؟
2. هل أسهمت الوسائل الإعلامية السودانية في عكس صورة الأحداث؟
3. ماهية المصادر التي اعتمدت عليها النخبة الإعلامية السودانية لمتابعة أحداث الثورة؟
4. أسباب تفضيل النخب الاعلامية السودانية لمصادر اعلامية معينة دون غيرها؟
5. ما هو تقيم النخبة الإعلامية للتغطية الإعلامية لأحداث الثورة السودانية؟

خامساً/ منهجية البحث: وهي الطرق العلمية التي يستخدمها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع واختيارها ومعالجتها وتحليلها. وتطبيق الإجراءات الميدانية بما يجيب عن تساؤلات البحث ويحقق أهدافه، وقد تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي لمسح عينة من مجتمع البحث بالطرق العلمية التي تضمن التوصل إلى نتائج دقيقة. كما تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل المعلومات والبيانات التي تم التوصل اليها في الدراسة الميدانية، واستخلاص النتائج والتوصيات التي تسهم في وضع الحلول العلمية لمشكلة البحث.

سادساً/ أدوات جمع البيانات والمعلومات: –ويقصد بها الأدوات المراد توظيفها في الحصول على بيانات الدراسة، لذلك استخدم الباحثان الأدوات الآتية:

1. **الملاحظة:** تُستخدم الملاحظة لتلقي المعرفة من العالم الخارجي من خلال حواسنا، أو تسجيل المعلومات باستخدام الأدوات العلمية. ويمكن تسمية أي بيانات مسجلة أثناء التجربة بالملاحظة [1]، وقد أُستهدف بالملاحظة الكشف عن تغطية الوسائل الإعلامية السودانية لأحداث السودان.

[1]. Prabhat Pandey. Menu Mishra. RESEARCH METHODOLOGY: TOOLS AND TECHNIQUES. Bridge Center. 2015. P58.

2. **المقابلة:** –تُعرف بأنها تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث المبحوثين حول أهم المحاور المتعلقة بمشكلة البحث. واستخدم الباحثان المقابلة مع عدد من المختصين في مجال الاعلام، لمعرفة آراء واتجاهات هذه الفئة النخبة الإعلامية حول ما قدمته الوسائل الإعلامية السودانية في تغطيتها للأحداث، وهل تمت المعالجة الإعلامية المطلوبة بالشكل المهني والموضوعي السليم.
3. **الاستبيان:** –وهو اسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة أفراد العينة بطريقة منهجية ومقنعة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة [(1)]. وقد استخدمت الأداة لمسح عينة من النخبة الإعلامية لقياس تقييم النخب الإعلامية للتغطية الإعلامية للأحداث السودانية.

سابعاً/ حدود البحث:

1. **الحدود الموضوعية:** يتقيد البحث بموضوعه الموسوم: اتجاهات النخبة الإعلامية السودانية نحو تغطية الإعلام التقليدي لأحداث الثورة (دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين السودانيين في الفترة من {2019 –2020)
2. **الحدود الجغرافية:** وقع الاختيار على تغطية الإعلام التقليدي لأحداث الثورة السودانية، حيث تشمل الدراسة النخب الإعلامية الذين يتمتعون بالخبرة والدراية والمتابعة، علاوة على المامهم التام بما يعرض ويبث في وسائل الإعلام السودانية، وهو ما أفاد البحث بالخروج بآراء قيمة تم تضمينها في توصيات البحث.
3. **الحدود الزمنية:** تعتمد الحدود الزمنية للبحث على تاريخ المباشرة بإجراءات البحث والمدة المتوقعة لاستكماله وهي: المدة المحصورة بين 2019 –2020l

عاشراً / الكلمات المفتاحية:

النخب الإعلامية – الثورة السودانية – التغطية الإعلامية – قادة الرأي – القيادات الإعلامية.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث:

أولا/ التعريف بالمصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالبحث:

هناك مصطلحات ومفاهيم في البحوث العلمية قد لا تكون واضحة للباحثين الجدد مما يتوجب التعريف بها وايضاحها لكي تكون مدخلاً لما سيرد في البحث من مضامين لذلك سنعرف هذه المفاهيم كما يلي:

1. **الاتجاهات:** هو "استعداد واتخاذ وضع معين لأداء فعل ما" إلا أن هذا المعني، أخذ يتسع شيئاً فشيئاً لكي يغطي جميع أنواع الاستعدادات، التي تتخذ للقيام بأفعال سواء كانت هذه الاتجاهات ظاهرة أو كامنة[2]، وبذلك فان الاتجاه هو: تلخيص لعدة آراء ومعتقدات عن موضوع معين. ويتضح

[1] .Robson, C. (2011). Real World Research: A Resource for Users of Social Research Methods in Applied Settings, (2nd Ed.). Sussex, A. John Wiley and Sons Ltd...

[2] . محمود عودة، **أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي** (القاهرة: دار المعارف، 1981م) ص157.

الجانب التقييمي لهذه الآراء والمعتقدات في حالة التفضيل أو عدم التفضيل، كالحسن والرديء، وذلك فيما يتعلق بصفات الموضوع[1].

2. **النخب الإعلامية** مصطلح فرنسي من أصل لاتيني يشتمل معناه الحرفي على عدة مفاهيم منها الأقلية المنتقاة. هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً، ما يؤهلها للقيام بدور قيادي في المجتمع، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة من حيث قدرتها على اتخاذ القرارات[2]. وهناك من يقصد بالنخبة الأشخاص أصحاب التخصص والعمل المهني في مجال الإعلام السوداني.
3. **الإعلام التقليدي**:" هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه." وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام يعتمد على دور وسائل الاتصال الجماهيري التي نشأت مع مطلع القرن الماضي واختصت بتزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات والاخبار والبرامج المصورة بمختلف اشكالها. ونقصد بالإعلام التقليدي في هذا البحث وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية التي اشتركت بتغطية أحداث الثورة السودانية، ويأتي الإعلام التقليدي متميزا عن الإعلام الجديد الذي يتمثل في منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية.

ثانياً/ الدراسات السابقة:

دراسة (أبو قوطة،2015)[3]، هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية – الإسرائيلية، ومعرفة مدى متابعة النخبة للمواقع الإلكترونية. واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث استخدم الباحث أداة المسح الإعلامي في المنهج الوصفي، لمسح عينة قوامها 132 فرداً من النخب السياسية الفلسطينية المتمثلة في: قادة الفصائل الفلسطينية والمسؤولين في الحكومة، وأعضاء المجلس التشريعي، والأكاديميين.

وخلصت الدراسة إلى أن: الغالبية العظمى من النخبة السياسية الفلسطينية يتابعون المواقع الإلكترونية لاكتساب المعلومات عن المفاوضات بنسبة 93.6%، بينما كان هناك 6.4% منهم لا يتابعونها. جاءت المواقع الإلكترونية في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في متابعة قضية المفاوضات الفلسطينية – الإسرائيلية بنسبة 31.9%.

---

[1] . عادل الأشول، **علم النفس الاجتماعي** (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 199م) ص178.

[2] . حنان جنيد، **دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب**، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع 18، أكتوبر، 2002، ص 440.

[3] . محمد أبو قوطة، **اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية**–الإسرائيلية – (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية غزة، 2015م.

وأظهرت الدراسة ان أهم التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية هي: تعرّف تطور مسار المفاوضات بنسبة 28.5%، والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية هي: الدعوة إلى توحيد الصف الفلسطيني وتبني خيار المقاومة بنسبة 24.3%، تلتها المناقشة حول موضوعاتها مع الآخرين بنسبة 22.1%..

دراسة فاروق [1] 2012 استهدفت الدراسة التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011 للتعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل لمعرفة طبيعة التفاعل معها والتعرف على مدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة بالاعتماد على هذه الوسائل أثناء الثورة.

حيث أجريت الدراسة على عينة من 300 مبحوث من مستخدمي الانترنت باستخدام استمارة استبيان الكترونية تم إعدادها وإطلاقها من خلال محرك البحث Google خلال شهري أبريل ومايو 2011. واثبتت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية قد تحققت نتيجة اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام أثناء الثورة. فعلى مستوى التأثيرات المعرفية استطاعت وسائل الإعلام أن تقدم معلومات وتفسيرات للعديد من أحداث الثورة، والأحداث التي سبقتها وأدت إلى حدوثها، كما استطاعت أن تعرض وجهات نظر وآراء مختلفة.

دراسة أحمد عبد الرسول[2]. التي كان من أهدافها: تسليط الضوء على أبرز العوامل المُؤثرة في انتقاء الأخبار في القنوات الفضائية العربية، ومعرفة الوظيفة الأخبارية للقناة التلفزيونية السودانية وقناة الجزيرة، باعتبار أن الأولى تمثل نموذجاً للقنوات العربية الحكومية والأخرى تمثل القنوات الخاصة. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي. وخلص البحث إلى: تدخل السلطة السياسية في سياسة التحرير بتلفزيون السودان، كما أكدت الدراسة أن الجمهور يؤثر في انتقاء الأخبار في القناتين، وذلك لأن القناتين تهتمان بإرضاء احتياجات الجمهور. وقد توصلت الدراسة إلى أن وكالات الأنباء العالمية تؤثر في انتقاء الأخبار في التلفزيون السوداني، أوصت الدراسة بضرورة رفع القيود السياسية عن الادارة التحريرية بتلفزيون السودان وتقديم القنوات الفضائية العربية المادة الاخبارية التي تتناسب مع احتياجات المُشاهدين.

دراسة الخاجة[3]، استندت هذه الدراسة إلى مقوميين، أولهما أن الأزمات من سمات الحياة المعاصرة. وثانيهما أنها يجب أن تكون موجودة على النطاق الفكري والإداري للمؤسسات. وقد تشكل مجتمع الدراسة

---

[1] . أحمد فاروق، " **اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011** " المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39، يناير – مارس كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012م.

[2]. أحمد عبد الرسول، **العوامل المؤثرة في انتقاء الأخبار في القنوات الفضائية العربية: دراسة مقارنة بين التلفزيون السوداني وقناة الجزيرة** دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان – كلية الاتصال، 2012م.

[3] . مي الخاجه، **اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو الأزمات واتصالات الأزمة** دراسة ميدانية تحليلية على المؤسسات الإماراتية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج. 6، ع. 1 (شباط 2009)، ص ص. 85-129

من ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة، التي توجد لديها أجهزة متفرغة للعلاقات العامة بالقطاعين العام والخاص بدولة الإمارات العربية، وتم اختيار أسلوب العينة العمدية في الدراسة.

وكشفت الدراسة عن نتائج عدة ذات دلالة بتأكيدها على ألا تتحدث وسائل الإعلام عن الأزمات وتتعامل معها باسلوب رد الفعل وإخفاء الحقائق لتحقيق أعلى المكاسب المادية. مما يؤدي إلى اجهاض جهود إدارة الأزمات. وهذا القصور في ثقافة إدارة الأزمات يجعل مسؤوليها غير متأهبين للأخطار التي سيقعون بها، إن لم يتسلحوا بمهارات إدارة الأزمات.

ثالثاً/ الجذور التأريخية لنشأة وتطور وسائل الإعلام السودانية التي غطت أحداث الثورة:

يعتبر عام 1903 هو البداية الحقيقية لنشأة الصحافة في السودان رغم وجود بعض المطبوعات التي لا يمكن أن نطلق عليها مصطلح صحيفة، بالمعنى المتعارف عليه، حيث صدرت في هذا العام صحيفة السودان الحديث عن دار المقطم، وكانت صحيفة شبه رسمية وثيقة الصلة بالدوائر الحكومية، وكانت صلتها بالحكومة الاستعمارية قوية، وكانت تؤيد سياسة الحكومة تأييداً مطلقاً.

وبعد الاستقلال صدرت العديد من الصحف الجديدة، وأهمها: أخبار الخرطوم، صوت الشعب، الرقيب، النداء، الزمان. في حين بدأ التلفزيون بث أخباره عبر استديوهات الإذاعة منذ عام 1963م، وكان يشغل الاستوديو محررا واحدا. وفي عام 1964م نقل القسم الإذاعي إلى مبنى التلفزيون في فندق المسرح القومي، وهو المبنى الحالي للتلفزيون. الذي أنشأ فيه قسماً مستقلاً للأخبار..

وقد ساهم إطلاق القمر الاصطناعي العربي في الثامن من فبراير عام 1985م في تطور وتوسع قسم الأخبار بتلفزيون السودان من خلال حقائب التبادلات الإخبارية العربية الواردة من اتحاد إذاعات الدول العربية، وقد أتاح اشتراك التلفزيون السوداني في اتحاد إذاعات الدول العربة فرصة الاهتمام بالأحداث التي تقع في منطقة الشرق الأوسط والدول العربية من خلال فتراته الأخبارية اليومية ، التي أضحت تتسم بالتنويع الأخبار بعد الانتقال في التغطية وسعة الانتشار في التغطية بعد الانتقال من الأخبار المحلية إلى العربية فالعالمية فضلاً عن تعدد مصادر الأخبار .

واستناداً إلى ما سبق ذكره أصبح الإعلام السوداني على درجة من التقدم مكنته من لعب أدوارا إيجابية في تشكيل اتجاهات الرأي العام السوداني. إلا أن سيطرة السلطات السياسية المتتابعة على وسائل الإعلام، من خلال الآليات الرقابية المختلفة وإشراف السلطة الحكومة المباشرة على وسائل الإعلام وتوجيهها أثر على الرسالة الإعلامية وجعلها أقرب إلى الصوت الرسمي، لأن السيطرة الإعلامية وضعت المؤسسة الإعلامية بخاصة الإعلام المرئي في موضع المؤيد دائماً للسلطة، ومن ثم فقد ظل المشهد الإعلامي السوداني ذات طبيعة خاصة ومختلفة عن الدول الأخرى، حيث تخضع الإذاعة والتلفزيون بصورة كاملة لسيطرة الحكومة، بينما تخضع بعض الصحاف والمجلات للقطاع الخاص[1].

[1] . خليل عبد الله: **صناعة الصحافة في السودان: تحديات الواقع وآفاق المستقبل**، مجلة جامعة البحر الأحمر، العدد الخامس، يونيو 2004، ص 68،

تجدر الإشارة هنا إلى أن ارتباط وسائل الإعلام السوداني بالسلطة وأجهزتها المختصة، أدى إلى أن يكون المستفيد الأكبر من وسائل الاعلام السوداني هم النخبة السياسية بحكم ارتباط الإعلام بها، وقد امتازت هذه العلاقة أحياناً بالشد والجذب مما أثر سلباً على أداء الإعلام لأدواره الريادية، وبات دور الإعلام السوداني قاصراً على الاهتمام بقضايا السلطة، وعندما يتناول الشأن العام يكون تناوله سطحياً، لا يتعمق ولا يعبر إلا عن رؤية الناشر، حزباً كان أو فرداً، ولم يعد لدى الكوادر الإعلامية القدرة الكافية على تناول كل ما يهم الشأن العام [1].

رابعاً/ التغطية الإعلامية المحلية والخارجية لأحداث الثورة السودانية.

ان نجاح وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، لابد وان يعتمد على درجة مصداقيتها أمام وسائل الإعلام الأخرى، كما يعتمد على ما تقدمه هذه الوسائل من مضامين تحترم عقل القارئ والمستمع والمشاهد من خلال الدقة والمصداقية ونقل الحقائق، ومقدار التزامها بالموضوعية، حتى يشعر المتابع بمدى التزام هذه الوسائل بقضاياه واحترامها له.

فوسائل الإعلام بجانب نقلها للواقع تقوم بإعطاء وبناء اتجاهات وقيم للمجتمعات، ما يؤكد على على أهمية المصداقية والموضوعية لوسائل الإعلام وخطورة تشويهها للحقائق وانحيازها لأي طرف على حساب الحقيقة[2].

وترى د. نادية إبراهيم، أن وسائل الإعلام المحلية في السودان، سقطت في امتحان تغطية ومتابعة الأحداث، مستخدمة أسلوب التعتيم وإخفاء الحقائق، وقالت أن: "الإعلام المحلى تأخر في متابعة الأحداث حتى في الجوانب التي تصب في مصلحة النظام الحاكم، مما جعلها مصدر تندر بالنسبة للعالم". وتُحمل حراسة البوابة مسئولية التغطية الضعيفة، التي جعلت المواطن السوداني يتجه للقنوات الإقليمية والعالمية بحثاً عن تطورات الأحداث في ظل سبات القنوات المحلية.

وترى د. نادية "أن تغطية القنوات العربية والأجنبية للاحتجاجات بشكل عام تمت بشكل موضوعي عبر نقل الحقائق الى المتلقي عبر الصورة والصوت دون تأويل أو تحريف، مع تنوع في المصادر والضيوف والسماح بوجهات النظر المتباينة"[3].

وهو ما يفتح الباب أم قضية الحيادية في الإعلام والتي تكاد تكون مستحيلة: فكل مؤسسة إعلامية لديها اتجاهها التحريري الخاص بها وسياستها الخاصة سواء كانت ظاهرة أو مخفية. لكن في المقابل لابد من تمكين المجتمع من الاطلاع على الأحداث بشفافية، والسماح لهم بالنقاش وابداء الرأي في القضايا التي تهمه – والتأكد من أن الناس، بمرور الوقت، سوف يستمعون إلى جميع الآراء المهمة وأن لديهم إمكانية الوصول الى المعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ خيار مستنير.

---

[1] . مصعب عبد القادر: **دور الإعلام السوداني في عملية التحول الديمقراطى في السودان لمرحلة ما بعد السلام**، ص 59

[2] . Esther Stock well." The relationship between newspaper credibility and reader attitude toward Korea and Koreans" PHD. (Doctor of Philosophy) RMIT University. January 2006. P19.

[3] . د. نادية ابراهيم، استاذ الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة امدرمان الاسلامية، مقابلة هاتفية يوليو 2019م

وقد أشار د. جلال الشيخ بأن وسائل الإعلام التقليدية السودانية قد تخلفت تماماً عن مواكبة الأحداث وتغطيتها بالشكل المطلوب، وهو ما أثار نقاشاً عميقاً عما الذي أعاق إعلامنا السوداني عن تغطية الأحداث بالمهنية والموضوعية، وحتى بعد سقوط النظام السابق ظلت وسائل الإعلام تتماهى مع النظام العسكري الانتقالي. ولهذه الأسباب يمكن القول: أن وسائل الإعلام التقليدي في السودان لم تكن بالمستوى الوطني المطلوب، الذي يغطي ثورة شعب بل كانت متخاذلة تعبر عن النظام السابق ومؤيدة له في المجمل، ويرى الشيخ أن الإعلام الأجنبي تناول الأحداث بمهنية وموضوعية تفوق في أحيان كثيرة القنوات السودانية[1].

وفي ذات السياق أشار "بهنسي، 2000:" 3" إلى أن درجة ثقة الجمهور بوسائل الإعلام تعود إلى نقاط أساسية هي[2]:

1. قدرة الوسيلة على تقديم الأدلة.
2. مدى المنطقية في معالجة الأزمات.
3. تجارب الجمهور المتراكمة مع الوسيلة.
4. مدى نجاح الوسيلة وصدقها في تلبية احتياجات الجمهور.

إن الأخلاقيات الإعلامية تعتبر الرقيب الفعلي للإعلامي في تغطيته والأحداث، وإرسال الأخبار والمعلومات الصحيحة والحقيقية، للجمهور المتلقي من خلال الاعتماد على الصدق والأمانة، في النقل والموضوعية والدقة والتحري عند التحرير، والتأكد من المعلومات والنزاهة بالتعاطي مع الأحداث والمعلومات، والتوازي في العرض، والمحافظة على كل مواثيق الشرف المكتوبة وغير المكتوبة، والتي ينبغي أن تكون خارطة طريق أساسية وميدانية للإعلاميين، في نقل الأخبار وبثها للجمهور المتلقي دون فبركة أو تضخيم.

المبحث الثالث / الدراسة الميدانية:

تناول الباحثان في هذا المبحث التعريف بمجتمع البحث والعينة والإجراءات المنهجية، التي اتبعت في الدراسة الميدانية المتعلقة اتجاهات النخب الإعلامية نحو تغطية الإعلام التقليدي لأحداث الثورة السودانية، دراسة ميدانية في الفترة من {2019 –2020} **وفيما يلي عرض لهذه الإجراءات: –**

1. **مجتمع الدراسة:** يُقصد بمجتمع البحث الإطار الاجتماعي والقانوني والجغرافي لمشكلة البحث موضوع الدراسة"[3]". حيث يتكون مجتمع البحث من مجموع النخب الإعلامية العاملة بوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في السودان، سواء كانت هذه الوسائل عامة تخضع لسلطة

[1] د. جلال الشيخ، استاذ الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة امدرمان الاسلامية، مقابلة هاتفية يوليو 2019م

[2] . السيد بهنسي، مدى اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام المصرية أثناء الأزمات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 4، أكتوبر – ديسمبر 2000م، ص3.

[3] .Carter, S. M., & Little, M. (2007, December). Justifying Knowledge, Justifying Method, Acting: Epistemologies, Methodologies, and Methods in Qualitative Research. Qualitative Health Research, .17

الدولة وتوجهاتها وتنطق باسمها، أو الوسائل الإعلامية الخاصة التي تمثل جهات استثمارية أو أحزاب سياسية.

2. **عينة الدراسة:** يقصد بعينة الدراسة سحب عينة ممثلة لمجتمع البحث بحيث تكون أمام كل فرد من أفراد هذا المجتمع فرص متساوية لأن يكونوا ضمن العينة. وقد تم تحديد مجتمع البحث بالنخب الإعلامية التي تشمل كافة العاملين بوسائل الإعلام الحكومية الرسمية وإعلام المؤسسات الخاصة، للوقوف على آرائهم حول تغطية الإعلام السوداني المرئي والمسموع والمقروء لأحداث الثورة السودانية. وفيما يلي الخصائص الخاصة بعينة الدراسة:

أ. **نوع العينة:** اعتمد الباحثان العينة الطبقية العمدية تحقيقاً لعدد من الاعتبارات أهمها: تحقيق التساوي بين المبحوثين من حيث تخصصاتهم (الإذاعة والتلفزيون– الصحافة– العلاقات العامة)، فضلاً عن أن العمدية أو القصدية تستهدف النخب الإعلامية دون غيرهم، كونهم هم المعنيون بالتغطية الإعلامية لأحداث الثورة السودانية.

ب. **حجم العينة:** تم تحديد حجم العينة باتباع طريقتين، تتمثل الطريقة الأولى باعتماد الانحراف المعياري لقياس نسبة العينة الى نسبة مجتمع الدراسة، فظهرت النتيجة بعدد العينة البالغ (288) مبحوث، والطريقة الثانية تعتمد على اعتماد السابقة البحثية من خلال مقارنة حجم عينة الدراسة بأحجام العينات في الدراسات السابقة المحكمة والمنشورة لاختيار هذا العدد ممن يمثلون معظم العاملين في وسائل الاعلام وهو أدعى إلى صحة النتائج ودقتها.

ت. **خصائص العينة:** كان من بين الإجراءات المتعلقة بالعينة مراعاة أن يكون هؤلاء المبحوثين مختلفين في النوع والسن ومستوى التعليم لتأكيد دقة النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية كما في الجدول (1)

جدول (1) يمثل الخصائص العامة لعينة الدراسة:

النوع	العدد	النسبة	السن	العدد	النسبة	مستوى التعليم	العدد	النسبة
ذكر	189	65.6	أقل من 35	108	37.5	ثانوي	21	7.2
انثى	99	34.3	45-36	117	40.6	جامعي	72	25.0
الاجمالي	288	100	55-46	54	18.75	فوق الجامعي	195	67.7
			65-56	5	1.7	الاجمالي	288	100
			66 فأكثر	4	1.3			
			الاجمالي	288	100			

يظهر من الجدول رقم(1) أن الذكور العاملين في وسائل الإعلام يمثلون (65.6) مقارنة بالنساء (34.5) ، وقد تعود الزيادة في عدد الذكور للعادات والتقاليد الاجتماعية، التي تقيد العديد من النساء وتمنعهم من العمل في المجال الإعلامي الذي يتطلب انفتاح وسفر، وفي مجال السن شكلت الفئة العمرية (36-45) نسبة (40.6) تليها فئة الشباب 35سنة فاقل بنسبة (37.5) وهي الفئة الشابة التي تشكل الأغلبية في معظم المجتمعات أما كبار السن من(46-66) سنة فلم يشكلوا سوى(0.03) لأن غالبية العاملين في الإعلام يحالون على التقاعد بهذا السن.

أما في مجال مستوى التعليم ظهرت نسبة حملة الشهادة فوق الجامعي أعلى من النسب الأخرى حيث تألفت من (67.7) وهي نسبة تمثل أكثر من نصف العينة، لأن معظم الوظائف الإعلامية تتطلب التخصص والحصول على الشهادة العليا دبلوم ماستر ودكتوراه، أما الطلبة الجامعيين من حملة الشهادة الجامعية فكانت نسبتهم (25.0) ولم يكن من حملة الشهادة الثانوية سوى (7.2)

3. **الإجراءات الميدانية "/ وتتضمن الخطوات الأتية:**

أ. **اختبار الصدق:** – ولاختبار صدق أداة الدراسة فقد قام الباحث بعرضها على عدد من الخبراء في علم الإعلام والبحث العلمي ومن أعضاء هيئة التدريس ممن تتوفر لديهم الكفاءة والخبرة "[1]"، للتأكد من مدى صدق الاستبانة"[2]"، والحكم على مدى شمول صحيفة الاستبيان لدراسة إتجاهات النخبة الإعلامية وقد بلغت نسبة الاتفاق على فقرات المقياس (91.16%) وهي نسبة تؤكد امكانية استخدام الأداة.

ب. **اختبار الثبات** يشير مفهوم الثبات إلى اتساق أداة القياس وإمكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها في القياس للحصول على نفس النتائج[3]، لذا فقد تم تطبيق طريقة الاختبار وإعادة تطبيقه –test (pre–test) بفارق زمني مدته شهر واحد على عينة تجريبية من (29) مبحوث من مجتمع الدراسة ممن لم يتم اختيارهم ضمن العينة، وتم حساب معامل الثبات لأداة الدراسة باستخدام معامل (كرونباج ألفا) فكانت نسبة التأكد على جميع فقرات الاستبيان (93%) وهي نسبة تؤكد إمكانية استخدام الأداة، وقد وفق الباحثان بعد استعانتهم بالمحكمين في اختيار الأسئلة المناسبة للبحث.

ت. **أساليب المعالجة الإحصائية:** تمت عملية المعالجة الإحصائية مرورا بترميز الإجابات وإدخال البيانات على الحاسب من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية "***SPSS***[4]*" وتم إجراء عمليات التدقيق والاتساق الداخلي، وقد تم تحليل البيانات من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية لجميع محاور استبانة الدراسة، واستخراج النتائج وعلى ضوء هذه النتائج تم مناقشتها مع أسئلة الدراسة. كما تم قياس ثبات الاستمارة باستخدام معادلة الاتساق الداخلي "كرونباخ – ألفا" رافقه تحليل التباين بمستويات معنوية معينة، وتم استخدام الإسلوب الوصفي الإحصائي في تحليل البيانات.

---

[1]. د. فخري عبد القادر، د. خليل محمد أحمد، د. عثمان سراج الدين.

[2]. روجر ويمر وجوزيف دوميك، **مقدمة في أسس البحث العلمي، مناهج البحث الإعلامي**، ترجمة صالح أبو أصبع (عمان: دار آرام للدراسات والنشر، 1997م) ص58.

[3] . محمد منير حجاب، **الاسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية** (القاهرة: دار الفجر للنشر، 2000م) ص35.

[4]*. **SPSS** إختصار لكلمة **Statistical package for social sciences** يوجد عادة في جميع البحوث العلمية التي تشمل على العديد من البيانات الرقمية ولا يقتصر على البحوث الإجتماعية فقط ، بالرغم من أن البرنامج أنشأ أصلاً لهذا الغرض ، وله قدرة فائقة في معالجة البيانات وتوافقها مع معظم البرمجيات المشهورة جعل منه أداة فاعلة لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية.

تحليل بيانات الدراسة الميدانية: –

جدول (2) يوضح معدل متابعة المؤسسات الإعلامية السودانية إبان أحداث الثورة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ساعتين	45	%16
من ساعتين إلى خمس ساعات	189	%65
من خمس الى ثمان ساعات	40	%14
ثمان ساعات فأكثر	14	%5
المجموع	288	%100

أظهرت نتائج الجدول أعلاه، أن 65% يتابعون أحداث الثورة السودانية من المؤسسات الإعلامية السودانية بمعدل من ساعتين إلى خمس ساعات، مقارنة بـ 16% تابعوا بأقل من ساعتين، و14% من خمس إلى ثمان ساعات، فيما كانت نسبة 5% لمن كانت متابعتهم 5%

جدول (3) يوضح القناة التلفزيونية التي يفضلها المبحوثين لمتابعة أحداث الثورة السودانية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
قناة تلفزيون السودان	193	%67
قناة النيل الأزرق	81	%28
قناة سودانية 24	99	%34
قناة الشروق	81	%28
أخرى تذكر	90	%31

يتضح من الجدول أعلاه، يلاحظ زيادة حجم العينة نسبة لاختيار المبحوث لأكثر من بديل، حيث تم حساب النسبة المئوية لهم بطريقة مختلفة، نسبة لأن المبحوث اختار أكثر من بديل كما في السؤال (3)، حيث تم استخراج النسبة المئوية بحساب كل تكرار لوحده بمعزل عن بقية التكرارات، وهكذا في الجدول المشابهة، ويتضح من الجدول أن أكثر القنوات السودانية التي تابع عبرها المبحوث أحداث الثورة وكانت نسبتهم كالتالي: –

67% قناة تلفزيون السودان، 28% قناة النيل الأزرق، 34% القناة السودانية 24، فيما 28% قناة الشروق، وكان هناك 31% من المبحوثين يتابعون قنوات ومحطات تلفزيونية وإذاعية أخرى.

وبذلك نستخلص أن (67%) من أفراد العينة تابعوا أخبار الثورة السودانية من قناة تلفزيون السودان.

جدول (4) يوضح راي المبحوثين في مدى تغطية الإعلام السوداني لأحداث الثورة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
موافق	9	%3
موافق الى حد ما	54	%19
غير موافق	225	%78
المجموع	288	%100

يتضح من الجدول أعلاه، أن 78% من مجتمع البحث يرون أنهم غير موافقون تغطية الإعلام السوداني التقليدي لأحداث الثورة السودانية، فيما يرى 19% أنهم موافقون إلى حد ما على اسهام الإعلام السوداني في التغطية الإعلامية، فيما يعتقد 3% من مجتمع البحث أنهم موافقون تماما على اسهام الإعلام في أحداث الثورة. مما يدل على أن معظم أفراد عينة الدراسة غير موافقين على تغطية الإعلام التقليدي السوداني لأحداث الثورة حيث بلغت نسبتهم (78%).

جدول (5) يوضح موقف المبحوث من ضعف وضآلة التحليل الإخباري المتعلق بأحداث الثورة السودانية.

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
موافق	9	%3
موافق إلى حد ما	72	%25
غير موافق	207	%72
المجموع	288	%100

يتضح من الجدول أعلاه، أن 72% من مجتمع البحث غير موافق على الرأي الذي يرى أن التحليل الإخباري للأحداث كان ضئيلا للغاية، مقابل 25% يوافقون إلى حد ما ولم يوافق على هذا الرأي سوى 3% من العينة يوافقون تماما على التحليل الاخباري الذي تم اتباعه في تغطية الاعلام السوداني للأحداث. وبذلك تثبت نتائج الدراسة أن غالبية عينة الدراسة غير موافقون على التحليل الاخباري لأحداث الثورة السودانية حيث بلغت نسبتهم (72%).

جدول (6) يبين أن تغطية المؤسسات الإعلامية السودانية للأحداث كانت متوازنة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
موافق	0	%0
موافق إلى حد ما	54	%19
غير موافق	234	%81
المجموع	288	%100

يتضح من الجدول أعلاه، أن 81% من مجتمع البحث ترى أنها غير موافقة على تغطية المؤسسات الإعلامية السودانية للأحداث وترى أنها لم تكن متوازنة، و19% ترى أنها موافقة إلى حد ما على توازن تغطية المؤسسات الإعلامية السودانية للأحداث، فيما غابت تماما نسبة من توافق على توازن المؤسسات الإعلامية السودانية في تغطيتها للأحداث.

يرى مراقبون أن عناوين وسائل الإعلام السودانية وموضوعاتها وطريقة تناولها للأخبار قد تغيرت بشكل واضح، حيث بدأت في التركيز في رسائلها على رأي الشارع ورغباته، كما تجاوبت مع مساراته، حيث انتشرت عناوين مثل "الشعب ينتصر والثورة مستمرة"، ومقالات تناقش السيناريوهات المحتملة، وغيرها من الموضوعات التي لم يكن الصحفيون يمتلكون حرية الكتابة عنها.

جدول (7) يوضح مستوى الرضا عن تغطية الاعلام السوداني لأحداث الثورة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
راض	0	%0
راض ال حد ما	36	%13
غير راض	252	%78
المجموع	288	%100

يتضح من الجدول أعلاه، أن 78% من مجتمع البحث ترى أنها غير راضية عن تغطية المؤسسات الإعلامية السودانية للأحداث، و13% ترى أنها راضية الى حد ما على تغطية المؤسسات الإعلامية السودانية للأحداث، فيما غابت تماما نسبة الرضا عن المؤسسات الإعلامية السودانية في تغطيتها للأحداث وقد تعود أسباب ذلك لارتباطها بالحكومة السودانية التي ثار الشعب عليها.

جدول (8) يبين مدى قدرة الصحف السياسية السودانية من تحقيق اشباعات للقراء عند تغطيتها لأحداث الثورة.

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
موافق	63	%22
موافق إلى حد ما	108	%37
غير موافق	117	%41
المجموع	288	%100

يتضح من الجدول أعلاه، أن 41% من عينة الدراسة ترى أنها غير موافقة على ان الصحف السياسية السودانية حققت اشباعات القراء في تغطيتها للأحداث، مقابل 37% ترى أنها موافقة إلى حد ما على أن الصحف السودانية حققت اشباعات القراء من احداث الثورة، فيما كانت نسبة من يوافقون على أن الصحف السياسية السودانية حققت اشباعات القراء في تغطيتها للأحداث 22%. ولعل النتيجة أعلاه تتفق مع ما قاله أرنود فروجر، رئيس برنامج إفريقيا في مراسلون بلا حدود" :(RSF) من الواضح أن الهدف النهائي هو خنق الصحافة اقتصاديًا".

يلاحظ خلال الأحداث اعتماد جميع الصحف الموالية للحكومة مناهج متشابهة في التعامل مع قضية المظاهرات، التي تعبر عن الموقف الرسمي الذي تراوحت بين الإنكار والإدانة، واتهام بعض أحزاب المعارضة السياسية بالوقوف وراء المظاهرات، إلى القبول المتردّد للمطالب العادلة للمتظاهرين، لكن في المقابل كانت للصحف المعارضة مصير المصادرة، وذلك يعد جزء من استراتيجية الحكومة للحد من تغطية المظاهرات، بل هدفت من ذلك إلى زيادة خنق وسائل الإعلام ماليًا، ووفقا للتقارير صادرت الجهات المسؤولة من الإعلام حوالي 63 صحيفة منذ بداية الاحتجاجات في ديسمبر2018م، بل كان يتم إيقاف الصحف من المطابع قبل طباعتها. وقد تجرأت بعض الصحف على تبني موقف أكثر انتقاداً لمواقف الحكومة، وشملت صحيفتي الوطن والتيار، حيث تم إيقاف كليهما مؤقتاً، وصادرت أجهزة الأمن نسخاً كاملة منها.

جدول (9) لعب التلفزيون الرسمي دوراً مهماً في تقديم تغطية شاملة للأحداث

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
موافق	27	%9
موافق إلى حد ما	63	%22
غير موافق	198	%69
المجموع	288	%100

يتضح من الجدول أعلاه، أن 69% من مجتمع البحث ترى أنها غير موافقة عن تغطية التلفزيون الرسمي السوداني في تغطيته للأحداث، حيث يحظى البث التلفزيوني في السودان باحتكارٍ من قبل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون السودانية، وهو مقيد للغاية ويعكس السياسة الرسمية. ويحتل السودان المرتبة الأولى بين الدول العشر الأولى في مؤشر حرية الصحافة وفقاً للتقرير السنوي لمنظمة مراسلون بلا حدود. بينما يرى 22% أنها موافقة الى حد ما على تغطية التلفزيون الرسمي للأحداث، فيما كانت نسبة من يوافقون على تغطية التلفزيون الرسمي في تغطيته 9% فقط.

جدول (10) يبين القنوات الإعلامية غير السودانية التي اعتمد عليها المبحوثين لمتابعة الأحداث

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
قناة الجزيرة	252	%88
قناة العربية	180	%63
قناة فرنسا 24	126	%44
قناة c.b.b	90	%31
أخرى تذكر	81	%28

يتضح من الجدول أعلاه، المصادر الإعلامية غير السودانية الناطقة بالعربية، التي اعتمد عليها المبحوث لمتابعة أحداث الثورة، حيث تابع 88% من عينة البحث قناة الجزيرة وتابع 63% قناة العربية و44% تابع قناة فرنسا 24، و31% يتابعون قناة BBC، وكانت هناك 28% يتابع قنوات ومحطات تلفزيونية واذاعية أخرى. وبذلك نستخلص من نتائج الدراسة في الجدول رقم (10) أن غالبية المبحوثين تابعوا أحداث الثورة السودانية من قناة الجزيرة بالعربية، التي حصلت على نسبة متابعة مقدارها (88%) وقناة العربية، التي كان يتابعها (63%) من المبحوثين، وقد تعود أسباب ذلك إلى سعت انتشار هاتين القناتين وامتلاكهما شبكة مراسلين حول العالم، واستخدامهما لتقنيات اتصال رقمية متطورة، وامتلاكهما خبرات إعلامية محترفة.

جدول (11) يوضح أسباب تفضيل المبحوثين لمصادر اعلامية معينة دون غيرها

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الدقة والموضوعية في التعامل مع الاحداث	198	%69
السرعة في نقل الأحداث	225	%78
التغطية الشاملة للأحداث	189	%66
التنوع في الضيوف	144	%50
أخرى تذكر	36	%13

أظهرت نتائج الجدول رقم (11) أن (78%) يفضلون متابعة الوسيلة الإعلامية التي تتسم بالسرعة في نقل الأحداث، وكان هناك (69%) يفضلون متابعة القناة الإعلامية التي تعتمد الدقة والموضوعية في نقل الأحداث وتغطية تفاعلاتها، أما من يفضلون متابعة وسيلة الإعلام التي تعتمد الشمولية في تغطية الأحداث فقد بلغت نسبتهم (66%) وتبين أن هناك (50%) يفضلون متابعة القناة الإعلامية التي تتصف بالتنوع في الضيوف الذين تستضيفهم القناة وكان هناك (13%) يتابعون المصادر الإعلامية لأسباب أخرى غي الأسباب التي تمت الإشارة اليها.

وتخلص نتائج الدراسة إلى أن المشاهدين والمستمعين يفضلون متابعة الأحداث من المصادر الإعلامية التي تتسم بالسرعة والآنية بنسبة (78%) ثم المصادر التي تتصف بالدقة والموضوعية التي حصلت على نسبة متابعة مقدارها (69%) ثم القنوات التي اتسمت بشمولية التغطية بنسبة (66%) والتنوع باستضافة الضيوف بنسبة (50%) وتعود أسباب هذه التفضيلات إلى ارتفاع نسبة الوعي والقدرة على التمييز من العاملين بوسائل الإعلام في المجتمع السوداني سيما وان هذه التفضيلات هدف وغاية لكافة أوساط الرأي العام العربي والعالمي.

جدول (12) يبين المقترحات التي يمكن أن تسهم في رفع مستوى رضا المبحوث عن أداء المؤسسات الاعلامية السودانية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
مراقبة الأداء الإعلامي وتقيمه بشكل مستمر	189	%66
تفعيل دور المؤسسات الإعلامية غير الحكومية	171	%59
الاهتمام بالموضوعية بوسائل الإعلام	234	%81
تطوير مستوى التأهيل المهني والأخلاقي للصحفيين	225	%78
أخرى تذكر	54	%19

تبين من نتائج الجدول رقم (12) أن (81%) من المبحوثين يقترحون ضرورة اهتمام وسائل الإعلام السودانية بالموضوعية باعتبارها التعبير المنطقي عن الحقائق المجردة بعيداً عن التحيز

بينما يقترح (78%) ضرورة تأهيل الصحفيين في الجوانب المهنية والأخلاقية، وهي معايير أساسية للعاملين بوسائل الإعلام. كما تبين أن (66%) يقترحون مراقبة الأداء الحكومي وتقييمه بصورة متواصلة ليطلع الجمهور على هذا الأداء، فيما يدعو (59%) من المبحوثين إلى تفعيل دور المؤسسات الإعلامية غير الحكومية لكي تسهم في الرقابة الإعلامية على المؤسسات ونقل الأحداث بشفافية لإرضاء الجماهير وتحقيق تطلعاتها في حرية الرأي وحرية التعبير. وكان لدى (19%) مقترحات أخرى لتطوير أداء وسائل الإعلام السوداني.

النتائج التطبيقية:

1. أظهرت نتائج الدراسة أن 65% يتابعون أحداث الثورة السودانية من المؤسسات الإعلامية السودانية بمعدل من ساعتين إلى خمس ساعات، مقارنة بـ 16% تابعوا بأقل من ساعتين، و14% من خمس إلى ثمان ساعات، فيما كانت نسبة 5% لمن كانت متابعتهم.

2. أظهرت النتائج الميدانية أن 78% غير موافقين على تغطية الإعلام التقليدي السوداني بفروعه المقروء والمسموعة والمرئية لأحداث الثورة وهذه النسبة تمثل غالبية أفراد العينة وقد تعود أسباب عدم الرضا هيمنة الاعلام الحكومي السوداني على التغطية الإعلامية ومحاولة طبعها بلون واحد.
3. أثبتت نتائج الدراسة إلى أن غالبية عينة الدراسة غير موافقون على التحليل الإخباري الذي قدمته وسائل الإعلام السودانية المقروءة والمسموعة لأحداث الثورة حيث بلغت نسبتهم (72%). وكان من أسباب هذه الظاهرة ضعف المهنية وتبني بعض وسائل الإعلام لمحللين يفتقرون الى المهنية والتخصص الإعلامي.
4. أكدت النتائج أن 81% من عينة الدراسة ترى أن تغطية المؤسسات الإعلامية لأحداث الثورة السودانية لم تكن متوازنة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن 78% من عينة الدراسة غير راضين عن تغطية المؤسسات الإعلامية لأحداث الثورة السودانية.
5. أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي 59% من المبحوثين موافقين على أن الصحف السياسية السودانية حققت اشباعات لقرائها، مقابل 41% من العينة ترى أنها غير موافقة على أن الصحف السياسية السودانية حققت اشباعات للقراء عند تغطيتها للأحداث.
6. بينت نتائج الدراسة أن 69% من عينة الدراسة أنها غير موافقة عن تغطية التلفزيون الرسمي السوداني لأحداث الثورة، لأن التلفزيون السوداني يتسم بكونه محتَكَر من قبل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون السودانية الرسمية، وهو مقيد للغاية ويعكس السياسة الرسمية للحكومة.
7. خلصت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين تابعوا أحداث الثورة السودانية من قناة الجزيرة بالعربية، التي حصلت على نسبة متابعة مقدارها 88%، تلتها قناة العربية بنسبة (63%)، وقد تعود أسباب ذلك إلى سعة انتشار هاتين القناتين وامتلاكهما شبكة مراسلين حول العالم، واستخدامهما تقنيات اتصال رقمية متطورة، وامتلاكهما خبرات إعلامية محترفة فضلاً عن حرية العمل التي لا تمتلكها القنوات السودانية في الساحة السودانية.
8. ذكرت نتائج الدراسة إلى أن المشاهدين والمستمعين في المجتمع السوداني، يفضلون متابعة الأحداث من المصادر الإعلامية التي تتسم بالسرعة والآنية بنسبة (78%) ثم المصادر التي تتصف بالدقة والموضوعية بنسبة (69%) ثم القنوات التي اتسمت بشمولية التغطية بنسبة 66% والتنوع باستضافة الضيوف بنسبة (50%) وتعود أسباب هذه التفضيلات إلى ارتفاع نسبة الوعي والقدرة على التمييز من العاملين بوسائل الإعلام في المجتمع السوداني، سيما وان هذه التفضيلات هدف وغاية لكافة أوساط الرأي العام العربي والعالمي.
9. أظهرت النتائج أن 81% من المبحوثين يقترحون ضرورة اهتمام وسائل الاعلام السودانية بالموضوعية، باعتبارها التعبير المنطقي عن الحقائق المجردة بعيداً عن التحيز، بينما يقترح (78%) ضرورة تأهيل الصحفيين في الجوانب المهنية والأخلاقية، وهي معايير أساسية للعاملين

بوسائل الإعلام. كما تبين ان (66%) يقترحون مراقبة الأداء الحكومي وتقييمه بصورة متواصلة ليطلع الجمهور على هذا الأداء، فيما يدعو (59%) من المبحوثين إلى تفعيل دور المؤسسات الإعلامية غير الحكومية، لكي تسهم في الرقابة الإعلامية على المؤسسات، ونقل الأحداث بشفافية، لإرضاء الجماهير وتحقيق تطلعاتها في حرية الرأي والتعبير. وكان لدى (19%) مقترحات أخرى لتطوير أداء وسائل الإعلام السوداني.

التوصيات :يوصي الباحثان بمايلي:

1. ضرورة تشريع وتفعيل القوانين التي تنظم عمل وسائل الإعلام وتنص صراحة على استقلاليتها وارتباطها بالمصالح العليا للمجتمع، وتحظر على العاملين فيها الانحياز لأية جهات داخلية أو خارجية على حساب انتمائها وولائها للمجتمع.
2. انتخاب قيادات النخب الإعلامية من قبل الجماهير وعدم تعيينها من قبل أية جهات داخلية أو خارجية. مع ضرورة استقلال ميزانية تمويل وسائل الإعلام عن أية مؤسسات أو جهات، حتى لا تخضع للمساومة والابتزاز.
3. اعتماد مناهج خاصة لتأهيل الصحفيين والعاملين بوسائل الإعلام، وإعادة تأهيلهم للعمل وفقًا لقوانين الصحافة الحرة والديمقراطية، بحيث تركز هذه المناهج على التربية الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامي والمهنية.
4. ضرورة اهتمام وسائل الاعلام السودانية بالموضوعية باعتبارها التعبير المنطقي عن الحقائق المجردة بعيداً عن التحيز، مع ضرورة تأهيل الصحفيين في الجوانب المهنية والأخلاقية، وهي معايير أساسية للعاملين بوسائل الإعلام. مع مراقبة الأداء الحكومي وتقييمه بصورة متواصلة ليطلع الجمهور على هذا الأداء
5. سن قوانين إعلامية تجرم الإعلامي الذي يخون شرف المهنة ويخضع للرشا أو الابتزاز أو الانحياز لغير مصالح المجتمع العليا.
6. سن القوانين التي تحمي الصحفيين من ملاحقة السلطات، وتهديدات جماعات الضغط والنفوذ، عند تقديمهم تغطيات موضوعية نزيهة وكشفهم الحقائق وقضايا الفساد أمام الرأي العام.

المراجع

1. محمود عودة، **أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي**، القاهرة: دار المعارف، 1981م، ص157.
2. عادل الأشول، **علم النفس الاجتماعي**، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 199م، ص178.
3. حنان جنيد، **دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب**، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع 18، أكتوبر، 2002، ص 440.
4. محمد أب وقوطة، **اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على المواقع الإلكترونية** في اكتساب المعلومات عن المفاوضات الفلسطينية–الإسرائيلية – (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية غزة، 2015م.

5. أحمد فاروق، "**اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة** كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39، يناير – مارس كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012م.
6. أحمد عبد الرسول، **العوامل المؤثرة في انتقاء الأخبار في القنوات الفضائية العربية:** دراسة مقارنة بين التلفزيون السوداني وقناة الجزيرة دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان – كلية الاتصال، 2012م.
7. مي الخاجه، **اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو الأزمات واتصالات الأزمة** دراسة ميدانية تحليلية على المؤسسات الإماراتية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج. 6، ع. 1، شباط 2009، ص ص. 85-129
8. خليل عبد الله: **صناعة الصحافة في السودان: تحديات الواقع وآفاق المستقبل**، مجلة جامعة البحر الأحمر، العدد الخامس، يونيو 2004، ص 68،
9. مصعب عبد القادر: **دور الإعلام السوداني في عملية التحول الديمقراطي** في السودان لمرحلة ما بعد السلام، ص 59
10. د. نادية ابراهيم، استاذ الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة ام درمان الاسلامية، مقابلة هاتفية يوليو 2019م
11. د. جلال الشيخ، استاذ الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة ام درمان الاسلامية، مقابلة هاتفية يوليو 2019م
12. السيد بهنسي، **مدى اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام المصرية أثناء الأزمات**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 4، أكتوبر – ديسمبر 2000م، ص3.
13. د. فخري عبد القادر، د. خليل محمد أحمد، د. عثمان سراج الدين.
14. روجر ويمر وجوزيف دوميك، **مقدمة في أسس البحث العلمي**، مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع (عمان: دار آرام للدراسات والنشر، 1997م) ص58.
15. محمد منير حجاب، **الاسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، القاهرة: دار الفجر للنشر، 2000م، ص35.
16. Esther Stock well." **The relationship between newspaper credibility and reader attitude toward Korea and Koreans**" PHD.
17. (Doctor of Philosophy) RMIT University. January 2006. P19 .
18. Carter, S. M., & Little, M. (2007, December). **Justifying Knowledge, Justifying Method**, Acting Epistemologies, Methodologies, and Methods in Qualitative Research. Qualitative Health Research, .17
19. Prabhat Pandey. Menu Mishra. **RESEARCH METHODOLOGY: TOOLS AND TECHNIQUES**. Bridge Center. 2015. P58.
20. Robson, C. (2011). **Real World Research**: A Resource for Users of Social Research Methods in Applied Settings, (2nd Ed.). Sussex, A. John Wiley and Sons Ltd...

التأثير الاجتماعي والنفسي للعنف، والخيال للسينما التجارية (الأمريكية، المصرية)، في ثقافة الجماهير الشعبية

The sociological and psychological effect of violence and imagination of commercial cinema (American, Egyptian) on the culture of popular audiences.

د. رانيا العشران

باحثة في الشؤون الاجتماعية، والأمنية

الملخص:

يهدف هذا البحث الى معرفة التأثير الاجتماعي والنفسي للعنف، والخيال للسينما التجارية(الأمريكية، المصرية)، في ثقافة الجماهير الشعبية، المتابعة لتلك الأفلام، حيث تفترض الدراسة وجود علاقة بين توظيف القصدي العنف والخيال الغير واقعي في الأفلام التجارية وتحقيق عوائد مالية مرتفعة، وعدم وجود محتوى ترفيهي أو تثقيفي في الأفلام التجارية العالمية والعربية، وجود علاقة بين مشاهدة أفلام العنف ومحاكاة وتماهي بعض أفراد المجتمع لها في الواقع المعاش، تم استخدام المنهج الوصفي لدراسة وتحليل الظاهرة المدروسة حيث تم الاستعانة بالمراجع من كتب ودراسات سابقة تصب في موضوع الدراسة، ومواقع الأنترنت ذات الصلة، وأظهرت النتائج غياب مفهوم الترفيه والتسلية الحقيقي الذي يدعو الى الاسترخاء وتصفية الذهن دون أي انفعالات أو إثارة عصبية تدفع بالمشاهد للقيام ببعض السلوكيات الغير مرغوب بها في مجتمعه، كما أن من يحكم هذه الصناعة أفراد لا ينتمون لعالم الفنون السينمائية، بل أفراد يملكون ثروات مالية ويريدون استثمارها في هذه الصناعة لزيادة ثرواتهم.

الكلمات المفتاحية: *التأثير، السينما، العنف، الخيال، الجماهير.*

Abstract :

The study aimed to know the sociological and psychological effect of violence, and imagination of commercial cinema (American and Egyptian), in the culture of popular audiences, the follow-up to those films where the study assumes that there is a relationship between the intentional use of violence and unrealistic imagination and achieving high financial returns, The absence of entertaining or educational content in the American and Egyptian commercial films, and the existence of a relationship between watching violence films and simulating viewers in their present-day reality. The descriptive method was used in the study to collect information, as books and previous studies related to the subject of the study were used, The results of the study showed the absence of the concept of entertainment and entertainment from the content of the movies, as most of them contain the negative excitement of feelings of violence and hatred. The study also concluded that those who control the filmmaking are businessmen They have nothing to do with cinematic art, their only concern is to increase their wealth.

Keywords: influence, psychology, sociology, cinema, audiences

المقدمة:

كان لظهور البث التليفزيوني في شكله الأول عام 1935م في نيويورك من خلال شبكة (N B C) الأمريكية، أثره في تغيير عملية التواصل وتحولها من الفردية الى الاندماجية والمشاركة الحسية والبصرية، فالعالم وما يدور به من أحداث أصبحت بمتناول الجماهير المختلفة ثقافيا واجتماعيا وسياسيا، الذين يتفاعلون مع الحدث المشاهد على ويتشاركون العواطف الإنسانية بعيدا عن أي حدود ثقافية أو جغرافية[1].

فبعد الانتهاء من يوم شاق بالعمل يلجأ ملايين البشر في العالم الى شاشات الأجهزة الرقمية(التلفاز، الموبايل) الموصولة بالأقمار الصناعية التي تبث من جميع أنحاء العالم مواد متنوعة ومتخصصة، فما أن يمسك الإنسان بجهاز التحكم حتى يفتح لديه عالم من الصور المتحركة التي تحتوي على مضامين ورسائل مختلفة الطرح منها الجاد، كعالم الإخبار السياسية والثقافية والوثائقية، ومنها الفكاهي والاجتماعي كالمسلسلات والأفلام، ويترك لديه حرية اختيار المنتج، فلا رقابة في الإعلام تحت شعار الحرية الإعلامية خاصة فيما يتعلق بصناعة السينما(الأفلام)، هذه الصناعة التي كانت في بدايتها صامتة، ثم ناطقة، ثم تطورت لتصبح رقمية الصورة والصوت مما جعلها صناعة اقتصادية تدر المليارات على أصحابها، وسوف نستعرض بشكل مسهب عن تاريخ تلك الصناعة في الدراسة في موضع آخر. إن الغاية من تلك الصناعة كانت الترفيه والتسلية واستقطاب الجماهير وتحريرها من ضغوطات الحياة حيث يجد الانسان فرصة للابتعاد عن مشاكل العمل والحياة وتصفية الأذهان، لكن لاحقا تطرفت هذه الصناعة لتصبح تحتوي على مضامين تشجع على العنف والإثارة في معالجة المشاكل الاجتماعية والنفسية بدلا من إعطاء حلول منطقية تجعل ذهنية المشاهد تفكر في إيجابية بدلا من الشحن السلبي المترافق مع الإثارة، أما الخيال الوهمي لبعض مضامين الأفلام التي لا ترتبط بما هو وجود في الواقع، كالحديث عن المخلوقات الفضائية وتصويرها بطريقة خرافية والقضاء عليها في النهاية، والتصور الغير منطقي لنهاية العالم وكيفية حدوثه أي التخويف المترافق مع العدمية الواقعية للحدث، هذا ما سوف تناقشه وتفسره الدراسة من خلال تناولها لواقع ما تطرحه السينما الأمريكية(هوليوود)، والمصرية، حيث تم التركيز على صناعة السينما في هذه الدول لكونهما يتصدران القائمة من حيث المتابعة الجماهيرية لما تطرحه الشركات فيها من أفلام.

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث بأنها تحاول التعرف على التأثيرات الاجتماعية والنفسية، التي تنتج عن متابعة بعض الأفلام، في عقول الجماهير المتلقية ذات الثقافات المختلفة اجتماعياً وتعليماً وسياسياً ، فالأفلام عبارة عن رسائل موجهة بمضامين متنوعة لها غايات وأهداف تجارية بالمقام الأول، واجتماعية وسياسية بالمقام الثاني، إذ تنتشر هذه الأفلام في صالات العرض وتكون متاحة للجميع مهما كان مضمونها (عنف، عنصرية، ترويج للمخدرات وتجارة الجنس، خيال وهمي، تزييف الوعي)، فلا يوجد منع لفئات عمرية من

[1] عبد الله الطويرقي (1997)، صحافة المجتمع الجماهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، مكتبة العبيكان، الرياض، ص 65.

عدم الدخول أو رقابة من قبل الاهل، الذين يعتبرون أن الأفلام مساحة للترفيه ولا تأثر نفسيا أو اجتماعيا(منظومة القيم والعادات)،على أبناؤهم، أي المعنى الكامن لغاية الأفلام غير واضح بالنسبة لهم.

فعندما نشاهد الارقام المالية الطائلة لبعض مخرجات الأفلام حيث يكسر أحدها حاجز المليار، هذا يشجعنا كباحثين لرؤية الفيلم لكن بعد الانتهاء من المشاهدة والتحدث مع بعض المشاهدين نجد أن الفيلم أثار مشاعر العدوانية والغضب لدى المشاهد أو قد نجد ملامح الرضا على الوجوه كأن الفيلم أفرغ الكبت النفسي عند هذا المشاهد المقهور ،نأخذ مثال على ذلك فيلم الجوكر هو فيلم يحاكي حياة انسان تم تهميشه من المجتمع وعدم احتواؤه، لذلك أعطى لنفسه شرعية العقاب ويبدأ بعمليات قتل لكل من أساء له، هذه الصور للقتل تعطي تأثير سلبي للمتلقي المأزوم نفسياً واجتماعياً، ومن هنا وجدت الضرورة بالتوعية من مخاطر هذه الأفلام، خاصة أن أفلام اليوم الأمريكية والمصرية منها تشكل جزء من ثقافة أفراد المجتمع وتطلعاته، وهنالك من يتلقى المحتوى بشكله الخام دون تمحيص أو تحليل للهدف الكامن، وهو تحقيق أرباح ضخمة تدر على اصحاب الشركات الملايين والمليارات، فالفائدة المالية تعلو على قيمة المحتوى الذي تم تقديمه بصورة تجارية بحتة.

أهمية البحث:

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع فعندما يتم تحوير مفهوم الترفيه من معناه المتضمن تحقيق سعادة ذهنية وتفكير منطقي تمكن الانسان من استعادة نشاطه الفكري حتى يبدع في مجالات الحياة الاخرى، لمعنى وهمي يثير العصبية والعدوانية خاصة إذا كان المتلقي لا يتحقق مما يشاهده أو كيفية تأثيره عليه، خاصة إذا كانت الشريحة الأكبر لمشاهدة أفلام السينما هي من الأعمار صغيرة السن والمراهقين الباحثين عن بطل أو جماعة مرجعية تنفس عما بداخلهم من ضغوط اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية بعيدا عن ضبط الأهل، فأبواب السينما تفتح للجميع دون استثناء، فحق المشاهدة متاح للجميع في فضاء معولم، فتحقيق الهدف المادي هو جوهر الأفلام التجارية .

أسئلة البحث:

- هل هنالك علاقة بين توظيف العنف والخيال في الأفلام التجارية، وتحقيق عوائد مالية مرتفعة؟
- هل هنالك محتوى ترفيهي أو تثقيفي في الأفلام التجارية (الأمريكية والمصرية)؟
- هل هنالك علاقة بين مشاهدة أفلام العنف ومحاكاة وتماهي بعض أفراد المجتمع لها في الواقع المعيش؟

منهجية البحث: اتبعت الدراسة منهج الوصفي التحليلي، فدراسة ظاهرة معينة تتطلب وصف هذه الظاهرة وتفسيرها، وهذا يتطلب جمع المعلومات بشكل دقيق لتحليلها وتمحيصها من أجل التوصل الى نتائج وحلول لمعالجة الظاهرة، حيث تم الاستعانة بالمراجع من كتب ودراسات سابقة تصب في موضوع الدراسة، ومواقع الأنترنت ذات الصلة.

المبحث الأول: مفهوم السينما

يشير مفهوم السينما لغة:" الى التسجيل الحركي، أو الأسلوب التقني وإنتاج الأفلام وعرضها، وقاعة الغرض ومجموع النشاطات ومجموع المؤلفات المفلمة مصنفة في القطاعات، وهي كلمة أثارت اشكالية في التعريف من خلال نوع المنتوج، أو الغرض منه وأنماطه"، أما اصطلاحا فمفهوم السينما يعرف "بأنه فن أو مجموعة من الفنون الجميلة تساعد في إعطاء المشاهد شيء من عالم الخيال عبر الشاشة الصغيرة، ويعرف البعض الآخر بأنها صناعة وحرفة لها أدواتها وآلاتها تم توظيفها وفقا لقوانين وتقنيات معينة، فصارت صالحة لأن تقدم للإنسان ما يرفه عنه ويمتعه"[1].

وهنالك من يراها بأنها وسيلة إعلامية مؤثرة حيث أنها تستعين بمعظم إنجازات الإنسان الفكرية وقصصه وتطرحها على شكل مادة فلمية لتصل الى ملايين البشر، هنالك من رأى به مصطلح يشار به الى التصوير المتحرك الذي يعرض للجمهور إما في أبنية فيها شاشات كبيرة تسمى دور السينما، أو على شاشات أصغر كالتلفاز، على النقيض الآخر من يعتبرها وسيلة ترفيه من غير أي فائدة، أي هلامية معاييرها متغيرة بتغير الزمان والاحداث، مؤخرا نظر اليها بأنها ثقافة ولغة بصرية كما هي الثقافة واللغة اللفظية، لذلك اعتبروها علم متكامل له أصوله وفروعه وأصبح يدرس في المعاهد، وبعد التخرج يعمل به ويحقق مكتسبات عظيمة. ما أعطى السينما قوتها هي الحركة وهذا نبه صانعي الأفلام الى قدرتها وإمكانيها في تسجيل أجزاء من الحياة ومن الواقع الانساني المعاش وإمكانية عرضه مرة أخرى، فضلا عن استيعابهم لتأثير قوة الصورة السينمائية على المتفرجين في كونها تسجل عالما متحركا، فالحركة كانت المفجر الأول والمحور الأساسي لتحول السينما من كونها مجرد اختراع علمي لتسجيل المرئيات الى كونها فنا، وذلك عندما حدث الوعي بأهمية ومركزية هذه الحركة المرئية، وبهذا تحولت الحركة الى بؤرة الاهتمام وأصبحت تلازم كل تطور وتغير في اسلوب السينما من أجل التعبير عن هذه الحركة بل وتقديمها بشكل أفضل وأكثر فاعلية.

المبحث الثاني: نشأة وتطور السينما.

يمكن إرجاع بدايات السينما الى قسمين من حيث النشأة والتطور:

القسم الأول: من حيث الاختراعات:

هنا يتم الاستدلال بما دونه المهندس والعالم الايطالي "ليوناردو دافنشي"، فقد لاحظ أن الإنسان إذا ما جلس في حجرة تامة الظلام، بينما تكون الشمس ساطعة خارجها، وكان في أحد جوانبها ثقب صغير جدا في حجم الدبوس، فإن الجالس في الحجرة المظلمة، يمكنه أن يرى على الحائط الذي في مواجهة هذا الثقب الصغير ضلالا أو خيالات لما هو خارج الحجرة نتيجة شعاع من ضوء ينفذ من الثقب الصغير.

[1] زينة عقاب(2014)، السينما الإيرانية والخلاف الشيعي حول الخلافة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم دعوة وإعلام واتصال، الجزائر، ص 16.

فمن خلال هذا الاختراع تم التوصل الى أن وضع صندوق ثم تثبيت العدسة في أحد جوانبه وباستخدام عدد من المرايا أصبح من الممكن ظهور الظلال أو الخيالات على حاجز زجاجي في الصندوق وفي وضع صحيح غير مقلوب وقد أطلق على هذا الصندوق "الغرفة المظلمة"[1].

أما البداية الحقيقية لهذه الصناعة فكانت عام 1895م، نتيجة للجمع بين ثلاث اختراعات سابقة: اللغة البصرية، الفانوس السحري، والتصوير الفوتوغرافي، فقد سجل الإخوان أوجست ولويس لوميير اختراعهما لأول جهاز يمكن من عرض الصور المتحركة على الشاشة في 13 فبراير 1895م في فرنسا، وهكذا بدأت السينما عن طريق عرض صور متحركة في نهاية العام نفسه، وكان العرض عبارة عن شريط سينمائي، وقد تم هذا في مسارح عادية مجهزة بشاشة في عدة عواصم أوروبية.

القسم الثاني: من حيث كيفية العرض: ويقسم الى ثلاث أنواع وهي كالآتي:

اولا: السينما الصامتة

تعتبر أول مراحل تاريخ انتاج الأفلام وتعتمد على اللقطة السينمائية المعبرة والاستغناء عن الحوار، ودامت لربع قرن من 1902– 1927 فهي كانت قادرة بالإيحاء والتعبير على جذب المشاهد لها، كما أنها اعتمدت على الصورة في غياب الحوار والموسيقى لتساعد المتفرج على الانصهار مع قصة الفيلم، وميزته أنه موجه لشريحة اوسع من الجمهور على الرغم من اختلاف اللغات، إلا أن كل الأفلام كانت صامتة لعدم تطور تقنية دمج الصوت مع الفيلم، ومن أشهر تلك الأفلام ما قدمه الممثل " شارلي شابلن" وهو الذي كان يستخدم السينما كوسيلة للتعبير دون أن يحاول تطويرها بوصفها فنا، فهو يؤمن أن التمثيل الحقيقي هو ذلك التمثيل الذي تكون فيه الحركة أكثر تعبيريا من اللغة[2].

ثانيا: السينما الناطقة:

بدأت عام 1927 حين ظهر أول فيلم ناطق في هوليوود وهنا تغيرت السينما بدخول تكنولوجيا جديدة ساهمت في اختفاء الأفلام الصامتة وظهور نوع جديد من النجوم ونوع جديد من القصص السينمائية، مما غير كيفية الكتابة والتصوير وعرض الأفلام السينمائية.

ثالثا: السينما الرقمية:

بدأ العصر الرقمي في الأفلام السينمائية في عقد الثمانينيات من القرن الماضي، وكان مصطلح السينما الرقمية يثير الجدل ليس فقط في كونه يمثل النقلة النوعية الأولى التي ستحصل في تاريخ السينما بشأن كاميرات التصوير فحسب، بل في كونه يهدد هيمنة هوليود ويعلن أن السينما ستكون ملكا وحقا للجميع.

إلا أنه اكتسب زخما كبيرا حوالي عام 1990م، ومنذ البداية استخدمت التكنولوجيا الرقمية لابتكار أنواع جديدة من الصورة، فقد أصبح بالإمكان استخدام برامج مثل: الصورة الرقمية، على سبيل المثال إزالة

---

[1] زينة عقاب(2014)، السينما الإيرانية والخلاف الشيعي حول الخلافة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم دعوة وإعلام واتصال، الجزائر، ص 18.

[2] عبدو نادية(2017)، العنف في السينما الأمريكية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران، قسم الفنون الدراسية، وهران، 73.

شخص أو إضافة بناية، مما غير إدراكنا الأساسي للواقع المصور، وساعدت أنظمة المونتاج الرقمي في تكوين أساليب وتقنية سينمائية جديدة، كاستخدام لقطات قريبة جدا، وصور وأشكال تطير حول الشاشة، وأشكال تتغير وتتحول الى أشكال أخرى أمام أعين المشاهدين، فالكاميرا الرقمية تصور وتخزن المعلومات في ذاكرة إلكترونية موجودة بداخلها يمكن للمصور سحب المعلومات ونقلها الى جهاز حاسوب عادي ثم تحريرها حسب رؤيته .

كما أصبح المشاهد لا يعتمد على ما يبث على الشاشة من أفلام، أتاحت السينما الرقمية مشاهدة الأفلام رقميا بواسطة الأقراص المدمجة العادية (VCD) أو الرقمية(DVD)، وتتناقل الصور والأفلام بين أجهزة الجوال الرقمية.

وظائف السينما:

بما أن السينما هي نافذة ووسيلة اتصال يرى من خلالها أفراد المجتمع حالهم في إطار صور متحركة فهذا أعطاها قوة من أجل أن تصوغ الآراء والأفكار والاتجاهات المعبرة عن العواطف والمشاعر، فمن وظائفها نذكر الآتي:

- وظيفة إعلامية: تعمل على تزويد الفرد بالمعلومات.
- وظيفة اجتماعية: تستطيع السينما أن تقدم حلول للمشاكل التي يعاني منها أفراد المجتمع ويجهلون حلها.
- وظيفة ترفيهية: فهي أداة للتسلية والإمتاع
- وظيفة التنمية: حيث يعتقد أنها تعمل على تنمية الشعور بالولاء والانتماء
- تشكيل الرأي العام والاتجاه: فهي تؤثر تأثيرا بالغا على الجمهور إذ يتميز هذا العرض بالواقعية والوضوح فهي تساعد على جلب الانتباه وإثارة الاهتمام.

بعد الاطلاع على الوظائف الظاهرة للسينما نجدها في مضمونها إيجابية لكن ما تقدمه السينما اليوم يفتقر الى محتوى الوظائف المذكورة أعلاه، فهي سينما تجارية وخيالية ومدمرة لبعض القيم مثل التسامح ونبذ العنف، سينما تشجع على إثارة الانفعالات النفسية لبعض أفراد المجتمع مما ينعكس سلبا على تقدم المجتمع وتنميته[1].

المبحث الثالث: سينما ما بعد الحداثة، سوسيولوجيا السينما.

نتحدث هنا عن سينما تخرج من الشكل الكلاسيكي، سينما اعتمدت معايير مختلفة لعبت فيها الحرب العالمية الثانية دورها، إذ أن التعبير عن عالم مستقر ومريح لم يعد ممكنا بعد صدمة الحرب بل أصبح الشيء الممكن هو التعبير عن شعور الضياع وفقدان الثوابت في علاقة الانسان بعالم المتغير، وهذا تتطلب أساليب جديدة وتقنيات مستحدثة.

[1] زينة عقاب (2014)، السينما الإيرانية والخلاف الشيعي حول الخلافة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم دعوة وإعلام واتصال، الجزائر، ص 29.

تعتمد سينما ما بعد الحداثة على اسلوب إعادة الاستخدام حيث يتم توظيف أشكال قديمة في سياقات جديدة مع التوجه لمتفرج قادر على التعرف على تلك الاشكال القديمة والاستمتاع بإعادة توظيفها، بشكل ساخر او غير ساخر، والهدف من استعارة تلك السياقات هي هدف ترفيهي لا يهتم بالمعاني أو الحقائق فليس المقصود من استحضار السياقات الأيدولوجية أو الفلسفية المرتبطة بالأصول. حيث تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في إخفاء ذلك حيث تتناول تلك الأفلام من منظور تقني وربحي ويتم تهميش الرسالة الايدولوجية أو السياسية والتركيز على الجوانب الاقتصادية أو الترفيهية للعمل، فأفلام ما بعد الحداثة تعمل على جذب المشاهد وامتلاك حواسه، فهي لا تمكنه من تكوين حكم أو تشكيل رؤية للعالم لأنه خلال الفيلم يبقى يتساءل: أين أنا؟ يفتقد لوجوده داخل الحدث[1].

فاختيار أصوات حادة ذات ديناميكية عالية، واستخدام تقنيات الليزر والترافلينج السريع للأمام الشائعة في هذه الأفلام كلها تقنيات تعمل على إصابة المشاهد بالدوار وشل قدراته على مواجهتها، فقد تحتل الكاميرا مكان عين المشاهد وتنطلق به في طريق ممتد للأمام في سباق سريع، كما هو الحال في بعض ألعاب الفيديو التي يتخذ فيها اللاعب مكان قائد سيارة سريعة، أو قد تجعل الكاميرا المشاهد يتخذ مكان راكب العربة الطائرة في مدينة الملاهي فيغوص في قلب فضاء عريض هائم يفقد فيه سيطرته ويختفي فيه الحد الفاصل بين الحقيقة والخداع التي يعيشها بكل حواسه داخل القاعة المظلمة.

فأفلام مثل "المدمر" و"حرب النجوم" أو "الذكاء الاصطناعي" تقدم صورة غير واقعية ليس فقط على سبيل المضمون وإنما على مستوى الصناعة، لأن هذه الصور لم تنتج عن طريق التقاط الكاميرا لمشهد دار في الواقع أمام عين الكاميرا التي تصور ما يحدث، إنما هي صنعت من عمليات تركيب تكنولوجية معقدة لعناصر لم تجتمع ابدا في الحقيقة ولم تكن مشهد من أصله، أي خيال مصطنع غير واقعي (وهم) لا يقدم أي فائدة للمشاهد.

يمكن تلخيص سينما ما بعد الحداثة بانها تنتج أفلام خيالية صور ومشاهد ليست من الواقع فالمعرفة الموضوعية هنا تصبح شيئا مستحيلا في ظل استلاب الصورة من قبل من يقومون بتصويرها، وهذا له تأثير كبير على الجمهور الغير مدرك لما يشاهد فهو يثار وجدانيا وانفعاليا دون أن يفهم أو ان يدقق في صحة ما ينظر اليه.

سوسيولوجيا السينما:

دائما ما يكون للتعبير المرئي أساس اجتماعي، فهو يحدد رؤية للمجتمع، لذلك يعتبر ممارسة ثقافية، إذ تتجلى خصوصية الإبداع السينمائي في علاقته بالمجتمع، حيث لا يمكن فهم السينما أو تفسيرها معزولة عن المجتمع والعلاقات التي تربط بين المنتجين والمستهلكين لهذا الإبداع الثقافي، ومن السوسيولوجيين الذين كانت مساهمات في هذا المجال الفرنسي Emanuel Ethis الذي يرى أن السينما فن المشاركة فهو

[1] الصديق الصادقي(2019)، سوسيولوجيا السينما: الصورة والمجتمع، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 30/12/ 2019، www.diae.net.

يرى أن دراسة العلاقة بين السينما والمجتمع لا تتحدد فقط في ما تحمله السينما من مضامين اجتماعية، بل في خصوصيتها التي تتميز بطقس أساسي للفرجة الجماعية، إذ تحضر الجماعة من بداية ولادة الفيلم الى خروجه الى القاعات، فهو يتميز بالطابع الجماعي، كما اعتبرت آن ماري لوران أن السينما كتعبير ثقافي تتخذ من الصورة وسيلة أساسية لإبراز مجموعة من التمثلات حول الواقع، كوثيقة سوسيوثقافية تعتمد الرصد البصري في تتبع الظواهر الاجتماعية والثقافية، وكوسيط لا محيد عنه في التأثير على الجمهور.

كما أن السينما هي الوسيلة المثلى لتقديم صورة مجتمع ما لدى مجتمعات أخرى، فالفعل السينمائي هو قبل كل شيء فعل اقتصادي وثقافي اجتماعي، ولعل هذا السبب في تسابق العديد من دول العالم الى النهوض بهذا القطاع، لأن الجميع قد أدرك الأهمية القصوى للصورة في العصر الذي نعيشه، فهو من جهة يصدر قيمة اجتماعية عبرها، وتذر أموالا طائلة، فعائداته تعد بملايين الدولارات، مثال على ذلك ما وصل اليه فيلم"Titanic" للمخرج جيمس كاميرون، فالشعب الذي لا يخلق له صورا عن ذاته محكوم عليه بالانقراض، فالصورة نوع من التاريخ للسيرورة الاجتماعية والثقافية في واقعها اليومي، لأن التاريخ الاجتماعي للشعوب يسجل من خلال أعمال وإنجازات أفراد هذه الشعوب.

لذلك يمكن القول إن علاقة السينما بالمجتمع تتحدد من خلال عدة مستويات:

أولا: مستوى الانتاج الجماعي والذي يحدده بيير سورلان بقوله:" جماعة من الناس تشتغل على منتوج معين(فيلم)، وعندما نقول منتوجا لابد من إدماج كل من يساهم فيه من قريب أو بعيد، مما يعطي لهذا المنتوج الصفة الاجتماعية.

ثانيا: مستوى التعبير الفني الثقافي والذي يتحدد من خلال وضع مجموعة من الآلات في خدمة فكرة أو أفكار معينة تنهل مضمونها من المجتمع وتستند الى مهارة المخرج ودوره التنسيقي في الربط بين الصورة والواقع.

ثالثا: مستوى التأثير الجماهيري الذي يتحدد في قدرة السينما على التأثير على مختلف شرائح المجتمع، لكونها فنا جماهيريا يوظف سلسلة من المؤثرات لجعل المتفرج مستهلكا، وتحويل حاجته للفرجة الى رغبة خاضعة دوما لسحر الصورة والخيال.

رابعا: مستوى الشهادة ويقصد بها في هذه الحالة أن تصلح الأفلام كوجهات نظر حول حقبة معينة وكشهادات حول ذهنية معينة، هذا النوع الذي يتخذ معيارا أساسيا للربط بين السينما والمجتمع، خاصة أن سوسيولوجين سابقين اتخذوا من السينما مؤشرا للتأكيد على التحولات الاجتماعية والثقافية[1].

بعد هذا الشرح نجد أن السينما مطالبة أن تكون في قلب الأحداث كونها تعتبر وسيلة تعبير جماهيرية تستمد مادتها الأولية من ثقافة المجتمع الذي تعيش به ، وتصوغه برؤية تصويرية تساعد على كشف ما يدور في هذا المجتمع من قضايا اجتماعية وسياسية وثقافية، إلا أن ما نشاهد اليوم العكس تماما إذ أننا ليس أمام

[1] الصديق الصادقي (2019)، سوسيولوجيا السينما: الصورة والمجتمع، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 30/12/ 2019، www.diae.net.

كاميرا محايدة بل أمام عين ورؤية مخرج ومنتج يريدون إبراز قضية معينة بطرق مغايرة للواقع، فالنقل ليس حرفي بل خاضع لايدولوجيا معينة، في هذا الصدد يتحدث بييرسورلان أن المخرجين " لا يصورون ما يرونه، لكن ما يريدون إبرازه أو عرضه، أي أن عين المخرج تتحكم في حقل الرؤية وهندسته بعيدا عن الواقع الاجتماعي والثقافي المطلوب إظهاره.

المبحث الرابع: السينما الأمريكية والمصرية:

شهدت نهاية فترة الأربعينات وبعد الانتهاء من الحرب العالمية الثانية، تكون للمرحلة الذهبية لعصر الاستوديوهات في هوليوود، والتي تقع شمال غرب مدينة لوس أنجلوس وقد كان أول فيلم (الكونت دي مونت كريستو)أول فيلم تم تصويره فيها عام 1908، حيث نشأت في تلك الفترة ثمان تكتلات تجارية كبرى عرفت باسم "استوديوهات هوليود" واحتكرت صناعة السينما الأمريكية بالكامل (فنانين، مؤلفين، مخرجين) كما احتكرت عملية توزيع الأفلام داخل الولايات المتحدة وخارجها، كما يقوم مدير الانتاج في الأستوديو بوضع جداول الإنتاج والتصوير بناء على الهدف المالي للشركة بغض النظر عن أي رؤية فنية أو إخراجية يدلي بها المخرج أو كاتب السيناريو، وتمادى الأمر الى درجة أن المخرج يمنع من دخول غرفة المونتاج حفاظا على الروح الربحية والتجارية للعمل كما يراه المنتج وصاحب رأس المال[1].

وكان تقسيم الشركات الثمان كالآتي: شركات انتاج سينمائي تمتلك سلسلة ضخمة من الصالات السينمائية الممتدة عبر أراضي الولايات المتحدة الأمريكية وهي (بارامونت، إم جي إم، فوكس القرن العشرين، وارنر برذرز، آر كي أو)، أما القسم الثاني هي شركات انتاج سينمائي لا تمتلك صالات العرض الخاصة بها ولكنها تنتج الأفلام وتعرضها بالتعاون مع الشركات الخمس، وهي (كولومبيا، يونفيرسال، يونتايتد آرتست).

ركزت الشركات الإنتاجية على صناعة الأفلام بميزانيات مالية ضئيلة جدا، وسيرها على نمط الواقعية الجديدة في ايطاليا في فترة الأربعينات، وبقربها الشديد من اسلوب السينما المباشرة شبه التسجيلية للأفلام الحربية الوثائقية والأفلام الروائية. كما أن هذه الحرب أثرت على المخرجين والمؤلفين في أنحاء العالم، فظهرت موجة الواقعية التي دفعت السينمائيين الى تصوير المناظر في مواقعها الطبيعية، بدون ديكورات في الشوارع والأماكن وإلى استخدام الممثلين غير المحترفين.

تقدمت السينما الأمريكية كشكل فني جديد عن طريق التجارب المختلفة، والتمست الصناعة طريقها الى الأمام ذلك الاندماج بين جميع القوى الإدراكية الذي يفرضه وجود العالم الناطق الذي لا يتجزأ، وقد استقبل الجمهور هذا استقبل الجمهور هذا المولود الجديد (السينما) استقبالا حماسيا بينما كان عدد الشخصيات السينمائية المعروفة منهم نقادا ومخرجين يتجاهلونه وينادون بانحطاطه منذ أن نطق.

وبعد أن أصبحت الميزانيات ضخمة في القرن الواحد العشرين، ترسخت سيادة الإنتاج والتوزيع السينمائي الأمريكي في العالم الناطق، وأصبحت الشركات الكبرى الامريكية هي التي تحمل التكاليف الحالية للدعاية

[1] هناء البروز(2018)، صناعة السينما ورسائلها وأبعاد تأثيرها على الوطن العربي، ورقة بحثية لمشروع تخرج، جامعة النجاح الوطنية، كلية الفنون الجميلة تصميم جرافيكي، فلسطين.

والانتاج، كما أن الثورة التكنولوجية كان لها الأثر الأكبر في تطور هذه الصناعة وتوسع ايراداتها وهيمنتها على باقي قطاعات الدولة.

مما دفع جاك فالنتي الرئيس السابق لجمعية الأفلام الأمريكية للقول: " إن صناعة السينما الأمريكية هي الصناعة الوحيدة التي تتمتع بفائض في الميزان التجاري مع كل دولة من دول العالم، وليس بوسع أي مشروع تجاري أمريكي آخر أن يدعي مثل هذا الانجاز" فنصيب إيرادات هوليود وهي المنطقة التي تحتوي اهم الشركات الصانعة للإنتاج الأفلام (برامونت، مترو، كولومبيا، الاخوة يبلغ 92% من انتاج هذه الصناعة في العالم .وفي عام 2016 حققت السينما الأمريكية مبيعات لتذاكر أفلامها بلغت 40 مليار دولار وفي حين حققت في أمريكا 11مليار دولار إن السينما الأمريكية المعاصرة أدت الى خلق طفرة استهلاكية في العقل والوجدان خاصة في عقول المتلقين الذين يشكلون الهدف الرئيسي لتلك المنتوجات السينمائية، هذه المشكلة التي أشار لها الدكتور الجابري: " بمصطلح موجها عن طريق الصورة، في ظل الطابع السينمائي الذي يستفز الإدراك والانفعال، ويحجب العقل ويتم بذلك إخضاع النفوس حيث أخذ الناس ينظرون الى السينما باعتبارها تطورا ومنفعة وهم في ذلك يقدرون فوائدها الظاهرية من غير أن يخامرهم شك فيما قد تؤدي من وراها من مضار"، هذا ما تكشفت أثاره لاحقا فقد أصبحت كل ميزة عيب وكل فضيلة آفة, حيث سيطرت التجارة على المضمون.

السينما المصرية وتطورها:

في الغرب انحصرت السينما في هوليوود فمن أراد الشهرة ذهب اليها، أما العالم العربي فقد كانت مصر هي الوجهة لكل من الممثلين والمؤلفين والمخرجين، حيث كانت مصر من أوائل بلاد العالم التي عرفت الفن السينمائي، ففي عام 1896م قدم أول عرض سينمائي في حديقة الأزبكية بالقاهرة، وبدأت عرض الأفلام في القاهرة عام 1900م في صالة قهوة سانتي بجوار الباب الشرقي لحديقة الازبكية بواسطة فرانشسكو بونفيلي وزوجته، وكان هنالك إقبال الكبير على متابعة الأفلام من الجمهور المصري والذي اعتبرها وسيلة رخيصة الثمن للترفيه، بعكس الطبقات المثقفة التي لم تبد أي اهتمام وقتها بالسينما، العائد المالي المرتفع شجع على دعم هذه الصناعة، يعتبر عام 1907 بداية الإنتاج السينمائي المصري من خلال الأفلام الإخبارية القصيرة والتسجيلية، أما الأفلام الروائية الطويلة فكانت سنة 1917 من خلال مجموعة من المحاولات الصغيرة في الانتاج السينمائي في مصر، من سينمائيين أجانب ومصريين مثل: شرف البدوي، الأزهار المميتة من انتاج الشركة السينمائية الإيطالية المصرية، أما مرحلة الانتاج المصري المحض كانت عام 1923م حيث ظهر أول فيلم مصري عربي طويل هو" في بلاد توت عنخ آمون"، وفي نفس العام تأسست شركة مصر للتمثيل والسينما، كإحدى شركات بنك مصر، والتي تولد عنها افتتاح أستوديو مصر عام 1935، والذي بدأ نشاطه الفعلي بعد عام من تأسيسه خاصة بعد عودة البعثة التي أرسلت لأوروبا لدراسة مختلف فروع السينما، وبدأت بتجهيز الأستوديو بالمعدات بمساعدة خبراء أجانب، ومن هنا اطلقت

صناعة الأفلام العربية والتي ساهمت في تنشيط الاقتصاد المصري، وبنفس الوقت تساهم في خلق صورة عن الحضارة العربية والمصرية بشكل خاص[1].

المبحث الخامس: العنف (الفوضى) والخيال (الوهم) في الأفلام الأمريكية والمصرية، وتأثيرهم النفسي والاجتماعي على الجمهور المشاهد:

ظهر مصطلح السينما المتطرفة (Extreme cinema) في بدايات القرن الماضي حيث ظهرت أفلام طابعها العام العنف والتخويف والمؤامرات كل ذلك تحت مسمى الأكشن والاثارة للمشاهد، وإخفاء الطابع التجاري والسياسي العنصري لهذه الأفلام، أفلام كان لبعض النقاد رأيهم بأنها لها تأثير على الجمهور والمجتمع لكونها تهدم القيم الأخلاقية تشجع على العنف والإرهاب ، والابتعاد عن الواقعية، ولا تقدم الترفيه المطلوب الذي ينشده الجمهور ليرفه ويفرغ بما في داخله من كبت يسببه له واقعه ا المتأزم اقتصاديا واجتماعيا فهو عندما يرى مشاهد العنف واستخدامها كحل لتفريغ الغضب قد يحاول اسقاطها على واقعه أي محاكاة ما يشاهده، فالجماهير الغير متجانسة تتأثر بالصور بشكل خاص فهي تبهر من براها وتأثر على نفسيته وعقله غير الواعي الذي يحاكي خياله ورغباته وعواطفه وكيفية تحقيقها حتى وان كانت الوسائل مخالفة للأخلاقيات العامة في محيطه.

يتحدث غوستاف لوبون في كتابه سيكولوجيا الجماهير غن خيال الجماهير فيقول" إن الخيال الخاص بالجماهير، كخيال كل الكائنات التي لا تفكر عقلانيا، مهيأ لأن يتعرض للتأثير العميق، فالصور التي تثيرها في نفوسهم شخصية ما أو حدث ما لها نفس حيوية وقوة الأشياء الواقعية ذاتها، فالجماهير تشبه الى حد ما حالة النائم الذي يتعطل عقله مؤقتا ويترك نفسه عرضة لانبثاق صورة قوية ومكثفة جدا، ولكنها سرعان ما تتبخر على محك التفكير، ولما كانت الجماهير غير قادرة لا على التفكير ولا على المحاكمة العقلية فإنها لا تعرف معنى المستحيل أو المستبعد الحدوث، ونحن نعلم أن الأشياء الأكثر استحالة هي الأكثر ادهاشا وتأثيرا"[2].

هذا التأثير الذي تم تشبيه بالطلقة السحرية، فالأفلام تعتبر مادة ثقافية قادرة على تغيير آراء وتوجهات الجمهور، لذلك قد تغرس في بعض النفوس _خاصة الفئة العمرية صغيرة السن حيث أن فضاء السينما مفتوح للجميع_، حلول سلبية لمشاكلهم، حيث أظهرت الدراسات أن التعرض المتكرر لأفلام تعرض صور عنف وقتل وعنصرية لفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقاد بأن العالم الذي يشاهده صورة عن العالم الاجتماعي الذي يعيشه[3].

واقع الأفلام الأمريكية ومضمونها : مرت الأفلام الأمريكية بمراحل متعددة ففي البدايات كانت تتسم هذه الأفلام بالواقعية وانعكاس للثقافة المعاشة، فصنعت أفلام تصور أبطال خيرين نموذجين يرمزون الى القوة

---

[1] محمود قاسم (2018)، تاريخ السينما المصرية، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، مصر، ص 10.

[2] غوستاف لوبون (2013)، سيكولوجيا الجماهير، ط 5، ترجمة: هاشم صالح، دار الساقي، بيروت، لبنان، ص 86.

[3] حلمي ساري(2005)، ثقافة الأنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص 38.

والشجاعة والذين وظفوا قواهم لعمل الخير لا العكس، أفلام الويسترن من أمثال بطل الكابوي رجل متحضر يرتدي قبعة أمريكية وحزاما يحمل فيه مسدس لا يشهره الا في وجه العدو الذي يريد موته، فهي شخصية مسالمة وتريد تخليص المجتمع من الفوضى، لذلك هذه الشخصية لاقت رواجا في العالم، والكثير قلد هذه الشخصية في أميركا والعالم دون أن يعي أن الهدف الكامن لهذه الشخصية إخافة الخصم وهو وقتها كان الهنود الأحمر سكان المنطقة الأصلية والتي أظهرته السينما الأمريكية بمظهر الهمجي والعنيف والذي يجب إبادته، هنا التعصب الغير المرئي والمدرك لدى المشاهد الذي أغرته الصورة وأحجمت عقله، في ذلك يقول.

أما المرحلة الثانية فكانت أفلام العنف والحروب خاصة مع دخول أمريكا في الحرب العالمية الثانية، كانت الأفلام تتضمن همجية الألمان واليابان ووحشية تصرفاتهم مقابل الصورة المثالية للمواطن الأمريكي، الموجة الثالثة واكبت التقنيات التكنولوجيا فظهرت الحروب الفضائية مع الكوكب الاخرى والمخلوقات الفضائية التي تريد أن تغزو الأرض وتسيطر عليها أي الخيالات الافتراضية التي لا وجود لها أساسا.

بعد هذا الحديث نلقي نظرة على ما أنتجه السينما الأمريكية التجارية من أفلام تجاوزت في أرباحها حاجز المليار وأخلت بالمنظومة الثقافية في أذهان الجمهور المختلف من ناحية السيكولوجيا النفسية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

فيلم Fight Club (نادي القتال) تدور أحداثه حول مجموعة من الرجال تغذوا على كراهية الثقافة الغربية وسيطرتها عليهم فقرروا إنشاء نادي للقتال للتخفيف فيه من أعباء المجتمع، الفيلم تتضمن أغلب مشاهده عنف وقتل يتم تشجيعه من الجميع، هذا الأمر انعكس من الشاشة الى الواقع ففي عام 2009 قام رجل بوضع عدة متفجرات منزلية الصنع في أماكن متفرقة من مدينة نيويورك مستمدا الإلهام من أحداث الفيلم لدرجة أنه أسس ناديا للقتال، الى أن قامت الشرطة بتعقبه وإلقاء القبض عليه. فيلم Inglourious Basterds (أوغاد مجهولون) يتحدث عن انتقام الجنود الامريكيين اليهوديين في فرنسا من قادة نازيين حيث يقومون باغتيالهم، فيلم مضمونه القتل والتعصب والثأر، مع أن الحرب وضعت أوزارها منذ زمن، لكن العنصرية لا زالت تبحث عن عودة من خلال الأفلام.

فيلم The Town(البلدة) تدور أحداثه حول رجل متورط في حب إحدى الشهود على عملية سرقة قام بها مع عصابته، هذا الفيلم استلهم منه مجموعة من الرجال تقنيات السرقة وقاموا بسرقات موسعة في مدينة نيويورك وصل عددها الى 62 سرقة، بإجمالي تكلفة بلغت 217 ألف دولار، الى أن تمكنت الشرطة من إلقاء القبض عليهم. فيلم The Dark Knight(فارس الظلام) تدور أحداث الفيلم حول شخصية الجوكر الذي يقوم هو وزملائه بسرقة بنك مصرفي تملكه المافيا، يقوم الشركاء بقتل بعضهم البعض ضمن خطة وضعها الجوكر الذي يهرب مؤخرا بجميع الأموال وحده، فيلم لا غاية منه سوى تعليم الجريمة وهذا ما حصل في عام 2013 حادثة كولورادو التي قام بها رجل بشعر برتقالي بفتح النار على قاعة سينما مليئة بمعجبي شخصية باتمان بينما يصرخ أنه الجوكر، وفي عام 2009 قام طالب بإشعال النار في مدرسته القديمة بمدينة كلوندالكين الايرلندية، مما تسبب في أضرار هائلة وأعترف الطالب أنه قام عمدا بإحراق

متعمد في المدرسة بينما كان يرتدي ملابس الجوكر عند اشعال النار في المبنى، وبرر الطالب فعله بأنه لا يعجبه إدارة المدرسة ولا الطريقة التي يعاملون أصدقاؤه بها، هنا نرى أن هذه الأفلام تغرس في هذه الفئات طرق سلبية للتعبير عن امتعاضهم من بعض التصرفات للهيئة الإدارية، كتدمير الممتلكات العامة، فهو يعتقد أن ما يراه هو ما يجب تطبيقه في الواقع.

وفي عام 2019 تطرح نسخة جديدة من هذه الشخصية المضطربة نفسيا واجتماعيا وتحقق عائدات الفيلم حاجز المليار، يتحدث الفيلم عن شخص يهمش من قبل الجميع الذين يعتبرونه نكرة مما يولد لديه حقد وغل للجميع فيقوم بعمليات قتل لكل من أساء له، أي تطبيق العقوبة بيده لا بيد القانون، هذا الفيلم قوبل بموجة من التحذيرات من عواقب مشاهدته لما يحتويه من مشاهد عنف غير مسبوقة الطرح أي أن الفيلم يحتفل بالعنف بحد ذاته، إلا أن الفيلم حقق عائدات فاقت التصورات وهذا دليل على عدم وعي الجمهور بما يشاهده ومدى خطورته فالجمهور هنا يتماهى مع المتسلط إذ أنه يتخيل أن هذا الشخص يحقق له العدالة ممن يقومون باضطهاده في عالمه الواقعي، ومن المفارقات المهمة أنه عندما عرض الفيلم في دور السينما قامت الشرطة في كل من نيويورك ولوس انجلوس الى تعزيز أمن السينمات لتفادي أي أعمال شغب ممكن أن تحدث بعد مشاهدة الفيلم، لأنه قد يثير المشاعر الكامنة والمكبوتة لبعض من يعانون أزمات واضطرابات نفسية مما يدفعهم الى ارتكاب أعمال عنف .

فيلم The punisher المعاقب، فيلم أحداثه كلها تدور حول انتقام البطل ممن قتلوا عائلته، بطريقة عنيفة ووحشية، هنا القانون يطبق من الشخص وليس من المؤسسات الأمنية، أي اعطاء السلطة للفرد وليس للدولة. وهنا تكمن الخطورة التي تعطي الفرد حقه من الانتقام ممن يؤذيه حسب ما يرى هو، والأنسان المأزوم والمتوتر وجدانيا قد يستخدم أساليب تتنافى مع حجم ما قام المعتدي به. فيلم Fast & Furious السرعة والغضب: سلسلة حققت أرباح تجاوزت حاجز الاثنين مليار، ومع ذلك الفيلم عبارة عن حرب عصابات لتصفية حسابات لطرف خارجي، الفيلم كذلك فيه عنصر التشويق والإثارة خاصة فيما يتعلق بقيادة السيارات والسرعة الجنونية، هذا ما ركز عليه جمهور الشباب الذين تابعوا هذه السلسة وقاموا بمحاكاة ذلك في الواقع مما نجم عنه حوادث عديدة أزهقت فيها أرواح لا ذنب لهم.

بعد هذا التناول البسيط لجزء ضئيل مما أنتجه هوليود في عالم العنف لتحقق أرباحا خيالية، ظهرت حركة انتقادية في هوليود من كمية العنف وإباحة حمل الاسلحة الظاهرة في الأفلام خاصة بعد حادثة إطلاق النار في ولاية كولورادو عام 2012،الذي قلد فيه جيمس هولمز فيلم الجوكر فقتل 12 شخصا في تصوير لفيلم الخفاش، وحادثة اطلاق نار في مدرسة ابتدائية بساندي هوك عام 2012 التي قتل فيها عشرون طفلا وسبعة بالغين، مما بعض الممثلين في هوليود تنبهوا الى أن ما قاموا به من أفلام عنف لأهداف تجارية أثرت على الجمهور مما دعاهم لاحقا للاعتذار ومنهم الممثل جيم كاري الذي اعتذر عن دوره في فيلم (kick– ass 2) بسبب مستواه العالي من العنف، إلا أن شركات الانتاج لم تهتم فقط قامت بتأجيل عرض

بعض الأفلام في تلك الفترة، واستمرت على هذا النهج فالعوائد المالية تعتبر منجم ذهب لهم فهم يتغذون على جماهير مكبوتة فرصتهم للتنفيس هي مشاهدة هذا النوع من الأفلام.

أما عن سينما الخيال فقد بدأت تظهر في عام منتصف الثلاثينيات القرن الماضي أطلق عليها وقتها سينما المستقبلية التي تدور أغلب مواضيعها التطورات العلمية وعالم الفضاء والحياة على الكواكب الاخرى، لكن هذه السينما لاحقا تطرفت لتخلق لنا بواسطة التكنولوجيا الرقمية وحوش فضائية غايتها القضاء على كوكب الأرض والسيطرة عليه لتعود دائرة العنف والقتال هي المشهد الرئيسي ناهيك عن خلق أساطير وتفكير غير منطقي لعالم الفضاء وما يحتويه, لكن نقطة التحول في هذا المجال كانت على يد " جورج لوكاس"، في أفلام سلسلة حرب النجوم عام 1977 حيث بدأت شخصية البطل الفضائي واستخدام مجسمات جديدة للكواكب والمخلوقات الفضائية الأخرى في حرب النجوم، والتي اقتربت الى حد كبير من الخرافة، حيث يقوم اساس تلك الأفلام على صراع الإنسان في المستقبل مع غزاة من عوالم أخرى قدموا الى كوكب الأرض، ومن هذه الأفلام فيلم " الغريب" الذي أخرجه "بولي سكوت" وفيلم المدمر " The Tenminator"حيث تدور أحداث الفيلم عن مصير العالم عام 2029حيث تحكم الآلات الكرة الأرضية عن طريق تصنيع الآلات لنفسها بعدة أشكال وحقق هذا الفيلم ضجة سينمائية هائلة ومشاهدة بالملايين في العالم، وأرباح فاقت المليار دولار، كما أن الخيال العلمي السينمائي أخذ بعدا جديدا بافتراض حرب عالمية ثالثة حيث تجسدت في فيلم " اليوم التالي" The Day Of After "، وهو صورة خيالية مروعة للعالم بعد أن تقوم الحرب النووية والذي شوهد من قبل ما يقرب من مئة مليون مشاهد أميركي أما خارج أمريكا فقد شاهده مئات الملايين ومن الأفلام الخيالية كذلك (سيد الخواتم، المتحولون، المنتقمون)[1].

وعلى شاكلة هذه الأفلام ظهرت الشخصيات الخيالية المقاومة للشر حيث انتجت هوليود أفلام مثل (سوبر مان، بات مان، كابتن أمريكا، الرجل الحديدي) هذه الأفلام أثرت على مخيلة الأطفال فيما يتعلق بمفهوم البطل الخارق الذي يطير من موقع الى موقع بوسطة رداء أو خيوط هذا لا يصدقه العقل أو الانسان البالغ أما الطفل لا يعي ذلك وهنالك عدد من الأطفال قلدوا ذلك وللأسف منهم من انتهت حياته، وقد يكون للأهل يد في ذلك لغياب الرقابة أو التوعية بما يشاهده أطفالهم والتحدث لهم بأن ذلك لا يحدث في الواقع أبدا.

تتحدث أنا فرويد عن خطورة هذه المحاكاة للأطفال والمراهقين الذين يعانون من اضطرابات نفسية أو مشاكل كالتنمر، فهو قد يتماهى مع الشخصية العدوانية في الفيلم كوسيلة للتغلب على خوفهم من الأخطار الخارجية، فالطفل الذي يخاف من الاشباح مثلا قد يتغلب على خوفه من خلال لعب دور الشبح الذي يخيف طفلا آخر يسقط عليه دور الضحية التي تخاف، كذلك الطفل الذي يخشى اللصوص يقوم بتمثيل

[1] سلمان كاصد(2007)، سينما الخيال العملي، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020/1/10، www.alittihad.ae.

دور اللص القاتل فهو يعمل ازاحة لمخاوفه ومن خلال لعب هذه الأدوار يتحول الطفل من كائن مهدد الى كائن مخيف ومهدد، هنا لا يتم معالجة المشكلة بل تتفاقم وتضر المجتمع[1].

أما بالنسبة للأفلام المصرية، فطبيعية الأفلام المصرية في تلك الفترة كانت تحاكي الطبيعة الواقعية للمجتمع المصري أي إظهار القيم الاجتماعية للبلد، وكذلك معالجة المشاكل الاجتماعية، ففيلم (العزيمة)، كان يعالج مشكلة البطالة والعمل بأسلوب العمل الحر، كما أظهر الفيلم واقعية الحياة في مصر والنماذج البشرية المشكلة للمجتمع المصري، كما ظهرت في تلك الفترة الأفلام الغنائية وأفلام الرومانسية تلك الأفلام كانت تمثل مساحة للاسترخاء والترفيه من قبل الجماهير العربية، فكان الإقبال كبير جدا على صالات السينما في الدول العربية لمشاهدة الأفلام المصرية، أما ما بعد الحرب العالمية الثانية فأخذت الأفلام منحنى آخر إذ يصف رضا الطيار مؤلف كتاب (المدينة في السينما العربية):" وجاءت الحرب العالمية الثانية ولا يخفى أن مصر اكتوت بنارها بشكل غير مباشر، فقد تركت الحرب آثارها في نفوس أفراد المجتمع وفي الاقتصاد، إذ شهدت بروز عدد من أثرياء الحرب، ودخل منهم عدد منهم ميدان السينما فأغرقوها بأفلام عن الحرب تتسم بالسطحية في الطرح والهزل والابتعاد عن الواقع الحقيقي للحدث، فالسينما لم تفلح في تصوير التأثير العميق للحروب في المجتمع تصويرا صادقا في أفلام عميقة، وحتى رواية زقاق المدق لنجيب محفوظ والتي يمكن اعتبارها من أهم الأعمال الأدبية والتي وقفت عند أيام الحرب تم تجريدها من مضامينها من قبل المخرج لتخرج كفيلم تجاري عن ميلودرامية الحرب "، أي أن هذه الفترة اتسمت بالكمية الكبيرة للإنتاج الفني وكانت أغلب الأفلام ذات طابع فكاهي بمضمون يعتمد على النكتة اللفظية والرقص والإغراء

ومع هذا الانحطاط إلا أن العوائد المالية كانت مرتفعة جدا، مما شجع على الاستمرارية بطرح هذه النوعية، فالجماهير وجدت في هذه الأفلام متنفس يحاكي رغبتاهم النفسية المكبوتة واللاواعية، فالتفكير النقدي لما تحتويه تلك الأفلام من انحطاط فكري وأخلاقي كان غير مرحب فيه بالنسبة للجماهير التي تريد أن تنسى ما تعيشه من صعوبات في واقعها.

بعد عملية الخصخصة للسينما المصرية في تسعينات القرن الماضي، بدأ الاقتصاد الحر لتلك الصناعة، بدأ الاستثمارات الخارجية تضخ أموالها في هذه الصناعة وتنميها، فتم تجديد الاستديو هات ودور العرض ورفدها بأفضل المعدات التقنية، كل ذلك من أجل تحقيق ربح مادي أكبر لأصحاب رؤوس الأموال، مع غياب النص الجيد في هذه الفترة كان أغلب محتوى الأفلام مقتبس من روايات عالمية من الأدب الغربي خاصة الأمريكي والإيطالي، والابتعاد عن الأعمال الأدبية العربية أو المصرية، تلك الأفلام المغايرة للواقع العربي بقيمه وعاداته وثقافته ومشاكله، وطريقة معالجه لتلك المشاكل، تلك المحاكاة أنتجت أفلام يطلق عليها بالعامية "أفلام البلطجة والعنف".

[1] مصطفى حجازي(2013)، التخلف الاجتماعي: مدخل الى سيكولوجية الإنسان المقهور، ط 12، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ص125.

هذه الأفلام بدأت تظهر بعد ثورة يناير 2011 أي متزامنة مع حالة التفريغ التي أظهرها الشارع المصري بعد عقود من الكبت النفسي والاجتماعي والاقتصادي، إلا أن المعالجة لتلك الأوضاع كانت مليئة بمشاهد العنف والالفاظ النابية والمشاهد الإباحية أي لم تؤدي غرضها المقصود وإظهار كيف تغلب الوعي المجتمعي على القهر المتمثل بالسلطة ، ومع هذا استقطبت ملايين الجماهير الشعبية حتى أصبح العديد من ضعاف النفوس ومن لديهم ميول إجرامية الى اقتباس مشاهد العنف والقتل من السينما الى الواقع، وحققت عوائد مالية مرتفعة، مما جعل الشركات السينمائية التجارية تنتج أفلام على تلك الشاكلة[1]. ومن هذه الأفلام نستعرض الآتي:

فيلم" ابراهيم الأبيض" يتناول الفيلم قضية طفل غير يقتل والده أمام عينه على يد عصابة كبيرة تتاجر بالمخدرات، فيعيش الطفل وصورة مقتل والده لا تفارقه ويريد أن يكبر بسرعة حتى يثأر لوالده ممن فعل به ذلك، أي ترسيخ ثقافة العنف شرعية الغاب وليس القانون. فيلم " الألماني" وهو الاسم لبطل الفيلم الذي يعيش في العشوائيات ومتهم بالعديد من قضايا السرقة والتي يتخذها وسيلة لغاية هي الوصول الى القمة عن طريق البلطجة والمخدرات. أي خرافة الحلم الأمريكي أنك تستطيع الوصول الى ما تريد لكن الاسلوب غير معلن عنه، الغاية اهم من الوسيلة[2] . فيلم "عبده موته" تدور أحداث الفيلم حول "بلطجي" يعمل بالمخدرات بعد أن يفقد والديه، يتخذ من القوة والعنف سلاحا لفرض إتاوات على أهالي المنطقة التي يسكن بها. فيلم" ريجاتا" وهو كذلك يحمل اسم البطل الذي يعمل في عدة أنشطة غير مشروعه من مخدرات وقتل لصالح رجل أعمال يعطيه الغطاء المشروع لفعل ذلك وكذلك الحماية .

نلاحظ أن أسماء الأفلام سابقة الذكر لا تعكس مضمون هي هلامية أو هي أسماء عشوائية شعبوية للترويج، كذلك أبطال الأفلام هم من فئة الشباب وهذا له مدلول أن منتجي الأفلام يقصدون لتلك الشريحة الكبيرة في مصر والتي تعاني البطالة والفقر والقهر والكبت النفسي والاجتماعي فهم في حالة من التوتر الوجودي العام، مما يراكم العدوانية في عقولهم حتى تأتي اللحظة المناسبة للتفريغ، فالإنسان المقهور في حالة تعبئة نفسية دائمة للصراع، لذلك أقل مثير بصري أو انفعالي قد يثيره ويتحول الى اشتباك لفظي يتحول الى جسدي باستخدام العضلات أو السلاح، فمن خلال هذه الأفلام قد يجد البعض مخرجه بمحاكاة بطل الفيلم الذي تظهره الأفلام أنه ضحية ساقته ظروفه الى هذا الأمر وتغييب الإرادة الحرة له[3].

ومن الشواهد على واقعية ذلك ما حصل بعد متابعة تلك الأفلام من ظواهر إجرامية قام بها شباب في مصر، حادثة قتل مراهق لصديقه الذي حاول الدفاع عن فتاة من التحرش تلك الظاهرة التي أصبحت تؤرق المجتمع المصري لغياب الأخلاق بين فئة الشباب، فقام الشاب باستخدام سكين أو "مطواة قرن غزال"

---

[1] غادة أمين(2012)، معالجة العنف في الأفلام العربية والأجنبية بالقنوات الفضائية وعلاقته بالميول العدوانية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، مصر، القاهرة، ص 4.

[2] وفاء البدري(2013)،أفلام الرقص و "البلطجة" ترفيه أم تسفيه للمصريين، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 15/1/ 2020، www.dw.com.

[3] مصطفى حجازي(2013)، التخلف الاجتماعي: مدخل الى سيكولوجية الإنسان المقهور، ط 12، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ص 176.

والتلويح به بعد الانتهاء من جريمته مقلدا أحد أبطال أفلامه، تلك الحادثة كان لها أصداء واسعة في مصر والدول العربية، حيث ثارت موجة غضب من النقاد والأهالي على شركات الانتاج وما تقدمه من أفلام بعيدة عن القيم المتحضرة التي يجب أن تنمي الجيل وليس تساهم في هدمه وانحطاط خلقه، إلا أن الشركات بقيت مستمرة في ظل الفضاء التجاري الحر في هذه الصناعة، بل وأغرقت السوق بكمية هائلة من هذه الأفلام، فليس أمام المجتمع سوى التوعية من خلال جميع وسائل التواصل الاجتماعي والمراقبة لما يشاهده أبناؤهم.

المبحث السادس ": النتائج والتوصيات

النتائج:

خلصت البحث الى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن من يحكم هذه الصناعة أفراد لا ينتمون لعالم الفنون السينمائية، بل أفراد غير مثقفين يملكون ثروات مالية ويريدون استثمارها في هذه الصناعة لزيادة ثرواتهم.
- غياب النص الواقعي والحلول الواقعية لمعالجة الظواهر الاجتماعية (العنف، البطالة) وإعطاء حلول سريعة وغير شرعية وقانونية هدفها الإثارة للجماهير.
- المعالجة الوهمية والخيال اللاواعي لفكرة ما وراء الطبيعة من حيوات، وتجسيدها بصورة مخيفة لإعطاء الحق بقتلها كونها مختلفة.
- إن صورة البطل في الأفلام ذات طابع مخلد فهو لا يهزم ولا يقهر، وهذا ما يجعله شخصية يريد من يشاهدها تقليدها.
- غياب مفهوم الترفيه والتسلية الحقيقي الذي يدعو الى الاسترخاء وتصفية الذهن دون أي انفعالات أو إثارة عصبية تدفع بالمشاهد للقيام ببعض السلوكيات الغير مرغوب بها في مجتمعه.
- غياب الرقابة على محتوى الأفلام فيها تحتوي على كل المحرمات من مشاهد جنس وتعاطي مخدرات وشرب الكحول وحمل السلاح وقتل وإرهاب.

التوصيات:

في ظل غياب الرقابة المقصودة من الشركات المنتجة للأفلام التجارية لتحقيق أرباح مالية ضخمة بعيدا عن مصلحة المجتمعات توصي الدراسة بتفعيل الوعي و رقابة الأهل ومشاركتهم مع أبناؤهم اثناء مشاهدتهم للأفلام لمناقشتها لاحقا وإظهار الهدف الكامن منها، وتجاوزها للقيم الثقافية، أن هنالك حلول غير المطروحة في الفيلم، مؤسسات المجتمع المدني والمدارس والجامعات لها كذلك دور بالتوعية لأن أغلب المشاهدين هم من تلك الفئة، تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي لما لها من دور كبيرو مؤثر في عقول الجماهير فالأغلبية اليوم تتابع كل ما يدور في العالم من خلال شاشات الهواتف الذكية وتبدي رأيها كذلك ويكون لها تأثير يسمع صداه.

المراجع:

- حلمي ساري(2005)، ثقافة الأنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
- زينة عقاب(2014)، السينما الإيرانية والخلاف الشيعي حول الخلافة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم دعوة وإعلام واتصال، الجزائر.
- سلمان كاصد(2007)، سينما الخيال العملي، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020/1/10، **www.alittihad.ae**.
- الصديق الصادقي(2019)، سوسيولوجيا السينما: الصورة والمجتمع، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 12/30/ 2019، www.diae.net.
- عبد الله الطويرقي (1997)، صحافة المجتمع الجماهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير، مكتبة العبيكان، الرياض.
- عبدو نادية(2017)، العنف في السينما الأمريكية المعاصرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران، قسم الفنون الدراسية، وهران، الجزائر.
- غادة أمين(2012)، معالجة العنف في الأفلام العربية والأجنبية بالقنوات الفضائية وعلاقته بالميول العدوانية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، مصر، القاهرة.
- غوستاف لوبون (2013)، سيكولوجيا الجماهير، ط 5، ترجمة: هاشم صالح، دار الساقي، بيروت، لبنان.
- محمود قاسم (2018)، تاريخ السينما المصرية، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، مصر.
- مصطفى حجازي(2013)، التخلف الاجتماعي: مدخل الى سيكولوجية الإنسان المقهور، ط 12، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان.
- نوال العلي(2011)، العنف في السينما أغلبه غير موظف فنيا، وآثاره على المجتمع تدميرية، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/12/20، www.alghad.com
- هناء البروز(2018)، صناعة السينما ورسائلها وأبعاد تأثيرها على الوطن العربي، ورقة بحثية لمشروع تخرج، جامعة النجاح الوطنية، كلية الفنون الجميلة تصميم جرافيكي، فلسطين.
- وفاء البدري(2013)، أفلام الرقص و"البلطجة" ترفيه أم تسفيه للمصريين، مقال تم الاطلاع عليه بتاريخ 1/15/ 2020، **www.dw.com**.

دور قنوات اليوتيوب الجزائرية في التّرويج للسّياحة في الجزائر –دراسة وصفية تحليلية لقنوات–

Mohamed Djamel Taleb-Dz Rami-MounirMK The role of Algerian YouTube channels in promoting tourism in Algeria Descriptive and analytical study of Mohamed Djamel Taleb-Dz Rami-MounirMK channels-

أ/ إيمان فوال

باحثة دكتوراه، جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل

أ/ سلمى لفزة

باحث دكتوراه، جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل

ملخص:

تتناول هذه الورقة البحثية موضوع جد مهم، وحديث حول الدور الذي تلعبه قنوات اليوتيوب الجزائرية في الترويج للسياحة بالجزائر كدراسة وصفية تحليلية، خاصة في ظل التغيرات والتطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا التي أصبحت تستعمل في كل القطاعات ومنها قطاع الإعلام. ومن خلال هذه الدراسة التي تسعى للكشف عن المدن والمرافق السياحية والمناظر الطبيعية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، معتمدين في جمع البيانات والمعلومات على أداة تحليل المضمون، أين تم الاعتماد على العينة العشوائية الطبقية في اختيار فيديوهات الدراسة بكل من قناةMohamed Djamel Taleb–Dz Rami–MounirMK ، حيث تكونت العينة من 28 فيديو.

الكلمات المفتاحية: اليوتيوب، قنوات اليوتيوب الجزائرية، الترويج، السياحة.

Abstract

This research paper deals with a very important and modern topic on the role that YouTube YouTube channels play in promoting tourism in Algeria as a descriptive analytical study, especially in light of the rapid changes and developments in the field of technology that have become used in all sectors, including the media sector. And through this study, which seeks to discover cities, tourist facilities and landscapes included in the Algerian YouTube channels.

This study is part of the descriptive analytical studies, where the analytical descriptive approach has been relied upon, relying on data and information collection on the content analysis tool, where the stratified random sample was chosen in the selection of study videos in each of the Mohamed Djamel Taleb-Dz Rami-MounirMK channel, where The sample consisted of 28 videos.

Key words: YouTube, Algerian YouTube channels, Promotion, Tourism.

1. موضوع الدراسة:

1-1 مشكلة الدراسة:

يشهد النشاط السياحي نموا وتطورا كبيرا، كون السياحة تعد من أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية التي تحتل موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية، فهي تشكل أحد الركائز المهمة في بناء اقتصاديات المجتمع، نظرا لمساهمتها الفعالة في الدخل الوطني وفي مستوى الاستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية. فهي تهدف إلى إبراز معالم البلد السّياحية ومقوماتها وجهاتها وفي تكوين صورة إيجابية ومتميزة وترسيخها في الأذهان.

وعليه تسعى الجزائر كغيرها من البلدان لتحسين صورة السياحة والترويج لها ونشر الثقافة السياحية في الداخل والخارج من خلال الترويج لها عن طريق وسائل الإعلام من صحافة وتلفزيون وإذاعة التي تتطلب معدات وهياكل لتساهم في التعريف بها.

ولكن مع ما يعرفه العالم اليوم من انتشار وتنوع هائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة شبكة الانترنت والهاتف المحمول، التّي وسّعت من نطاق الخيارات والحلول التكنولوجية للترويج وزادت من فرص الوصول إلى الأسواق الباعثة للسياح، حيث أسهمت بشكل كبير مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية في تسهيل المهمة. كما جعلت هواة السياحة الجزائرية يشاركون فيها بإمكانياتهم البسيطة بهدف التعارف بين الشعوب والتحاور الثقافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لاحظنا الكثير من الشباب الجزائري يروّج لمناطق سياحية في الجزائر عبر **قنوات اليوتيوب** وذلك بنشر ومشاركة مضامين هادفة تساهم في استقطاب السّياح من داخل ربوع الوطن وخارجه أيضا. وعليه برز مفهوم الترويج عبر الوسائط الالكترونية، الذي يتميز بمصداقية عالية في تفعيل السياحة ويتجلى ذلك في نسب المشاهدة المرتفعة التي تحققها قنوات اليوتيوب التي تتناول مضامين السياحة في الجزائر.

من هذا المنطلق، جاءت هذه الدراسة لتحلل المضامين التي تناولت المناطق السياحية في قنوات اليوتيوب الجزائرية ومدى مساهمتها في الترويج للسياحة بالجزائر، بناءً على التساؤل التالي:

كيف تسهم قنوات اليوتيوب الجزائرية في الترويج للسياحة في الجزائر؟

ولمعالجة هذا الإشكال تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي المواضيع المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية؟
- كيف تم تقديم المواضيع المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية؟

1-2 أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، من خلال:

- إنها تناقش موضوعا جديدا في البحث وغائبا عن أذهان الكثيرين من المندفعين في تيار تكنولوجيا المعلومات والانترنت الرافد بكل جديد والمتجاوز للحدود والرافض للقيود؛
- القيمة العلمية التي تتمثل في تقديم إضافات جديدة تتعلق بالبيانات والإحصاءات حول التكنولوجيا الحديثة ودورها في الترويج للسياحة من خلال تحليل مضمون قنوات اليوتيوب الجزائرية؛

- التركيز على كيفية، وطريقة الترويج للسياحة بالجزائر من خلال قنوات اليوتيوب الجزائرية؛
- تمثل إضافة جديدة بالنسبة للدراسات التي تهتم بمجال تحليل المضمون الإعلامي.

1-3 أهداف الدراسة: من خلال الموضوع المعالج نجد أن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن المدن والمرافق السياحية والمناظر الطبيعية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، كما تسعى الدراسة لمعرفة النشاطات السياحية المتضمنة في القنوات محل الدراسة، وتسليط الضوء على التراث التقليدي المجسد في قنوات اليوتيوب الجزائرية، وأخيرا معرفة المؤثرات الصوتية والأغاني الموظفة في فيديوهات قنوات اليوتيوب الجزائرية محل الدراسة.

1-4 ضبط مصطلحات الدراسة:

- **تعريف اليوتيوب:** (**YouTube**) هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجانا ومشاهدتها عبر البث الحي(بدل التنزيل) والتعليق عليها وغير ذلك.[1]
- **تعريف قنوات اليوتيوب الجزائرية إجرائيا:** هي عبارة عن روابط يقوم بها بإنشائها شباب جزائري على موقع اليوتيوب يعرض من خلالها محتوى يعرض مناطق الجزائر والتعريف بها وتتمثل في قنوات: **-Mohamed Djamel Taleb-Dz Rami-MounirMK**
- **تعريف الترويج:** يعرف الترويج بأنه مجموعة من الأنشطة التسويقية التي تقوم بها الشركة لإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة وإثارة اهتمامه بها وإقناعه بقدرتها على إشباع احتياجاته بدرجة أفضل من غيرها من السلع.[2]
- **تعريف السياحة:** "هي السفر بهدف الترفيه أو التطبيب أو الاستكشاف وتشمل السياحة توفير الخدمات المتعلقة بالسفر، والسائح هو الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة ولمسافة ثمانين كيلومترا على الأقل من منزله، وذلك حسب تعريف منظمة السياحة العالمية التابعة لهيئة الأمم المتحدة".[3]

1-5 قراءة في الدراسات السابقة:

– **دراسة نبيلة عيساوة بعنوان: دور الاعلام السياحي في تحقيق التنمية السياحية بالجزائر**[4]، حاولت الباحثة من خلال دراستها النظرية معرفة الدور الذي يلعبه الاعلام باعتباره وسيلة مهمة في الاتصال والتواصل في تحقيق التنمية السياحية بالجزائر، من خلال التطرق إلى مجموعة من العناصر النظرية ومناقشتها في دراستها تتمثل في ماهية الاعلام السياحي، وماهية التنمية السياحية، ومن أهم النقاط التي توصلت لها: تطوير وسائل الاعلام كمصادر للمعلومات تساعد على تنمية السياحة وتحقيق الجذب

---

[1] https://ar.wikipedia.org تم الدخول للموقع بتاريخ 2019/11/15 بتوقيت 20: 21

[2] https://mtwersd.com تم الدخول للموقع بتاريخ 2019/11/15 بتوقيت 30: 22

[3] محمد العطا عمر: صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، د.د.ن، دمشق، 2010، ص03.

[4] مقال منشور في مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 11، العدد 01، 2019.

والترويج السياحي، الدقة في عرض وتقديم المنتج السياحي أو الخدمة وما يتعلق بهما من خصائص ومميزات، الاهتمام بتكوين وتدريب العاملين في القطاع السياحي، والاعتماد على الاعلام الجديد كشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور لقناعهم وترسيخ أهداف السياحة لديهم.

– **دراسة سامية لحول، وريمة باشا، بعنوان تأثير التسويق السياحي على الصورة السياحية للمدينة دراسة ميدانية بمدينة باتنة –الجزائر**[1]، حاولت الباحثة من خلالها معرفة مدى تأثير التسويق السياحي على صورة المدينة من وجهة نظر السكان المحليين لمدينة باتنة من خلال البحث في المفاهيم المتعلقة بالتسويق السياحي، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. حيث قامت الباحثة بتوزيع استمارة استبيان عينة الدراسة المتمثلة في سكان مدينة باتنة والتي قدر عددها 127 مفردة. ومن النتائج التي توصلت إليها إلى أن للتسويق السياحي دور هام في تنمية القطاع السياحي من خلال اعتماده على صياغة الاستراتيجيات والخطط التسويقية، كما أكدت النتائج الإحصائية وجود تأثير ما بين مقومات الجذب السياحي (الطبيعية، الثقافية، التاريخية، الاقتصادية) التي تمتلكها ولاية بانة والصورة السياحية لها.

2. الإجراءات المنهجية للدراسة:

2-1 نوع الدراسة ومنهجها:

تتوقف نوعية الدراسة و إجراءاتها المتعلقة بجمع البيانات و تحليلها و استخلاص النتائج على موضوع البحث وطبيعته ولأن موضوع دراستنا يتمحور حول دور قنوات اليوتيوب الجزائرية في الترويج للسياحة بالجزائر دراسة تحليلية وصفية– والتي تهدف إلى معرفة المدن والمرافق السياحية والمناظر الطبيعية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، و معرفة المؤثرات الصوتية والأغاني الموظفة في فيديوهات قنوات اليوتيوب الجزائرية، فإن نوع الدراسة الأنسب لهذا الموضوع هي الدّراسات الوصفية التحليلية" التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجتمع معين يغلب عليه صفة التحديد، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة دون الدّخول في أسبابها أو التحكم فيها.[2]

ولكون دراستنا تقوم للإجابة على تساؤلات تخص الشكل وتساؤلات تخص مضمون المادة الإعلامية فإن تصميمها الفني" يحتاج إلى عناية كبيرة من حيث البناء الهيكلي والإجراءات المنهجية إلى جانب الاهتمام بجوانب التعبير عن البيانات حتى تكون تامة غير منقوصة وبذلك فان المنهج الوصفي التحليلي هو المنهج الملائم لدراستنا"[3]، ويستخدم المنهج التحليلي في تحديد شكل ومضمون المادة الإعلامية واستخراج أهم الفئات التي تساهم في الوصول إلى نتائج علمية.

2-2 مجتمع البحث والعينة:

---

[1] مقال منشور في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 31، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014.

[2] سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة،2006 ص121

[3] احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر2005، ص ص 51،52

يعتبر مجتمع البحث من الركائز الأساسية التي يقوم عليها البحث العلمي كونه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي ترتكز عليها الملاحظات"[1]. وبما أن دراستنا تستهدف تحليل محتوى قنوات اليوتيوب الجزائرية المروجة للسياحة والمتمثلة في كل من قناة **Mohamed Djamel Taleb- Dz Rami-MounirMK** وقد وقع اختيارنا على هذه القنوات كونها تتناس وموضوع الدراسة كما أن هناك قنوات محتواها لا يتناسب وأهداف الدراسة، إضافة إلى قناة محمد جمال طالب من القنوات الموثقة على اليوتيوب ولها نسبة مشاهدة معتبرة، وبذلك مجتمع بحثنا يشمل كل فيديوهات هذه القنوات الثلاث والذي يبلغ عددها 133 فيديو، ونظرا للعدد الكبير للفيديوهات، فإنه يعد من المستحيل على الباحث دراسة كل مفرداته خلال الفترة المحددة، وانطلاقا من كل هذا اعتمدنا أسلوب المعاينة الذي يسمح بتجاوز هذه الصعوبة كون العينة هي" مجموعة الوحدات المختارة من مجتمع الدراسة وذلك بتوفير البيانات التي تستخدم لدراسة خصائص المجتمع"[2]. حيث اعتمدنا على العينة العشوائية الطبقية، كون المجتمع يتكون من طبقات(03 قنوات) غير متجانسة فارتأينا إلى أخذ نسبة (20%) من كل طبقة، فالقناة الأولى هي [3] **Mohamed Djamel Taleb** تتكون من 105 فيديو وبالتالي عينة الطبقة الأولى تتكون من 21 فيديو، وقد فاز صاحب القناة بأوسكار أحسن يوتوبر لسنة 2019، والقناة الثانية:**Dz Rami**[4] تتكون من 16 فيديو، وبالتالي تتكون عينة الطبقة الثانية من 4فيديوهات، أما القناة الثالثة **MounirMK**[5] تتكون من 12 فيديو وبالتالي تتكون عينة الطبقة الثالثة من 03 فيديوهات، وبذلك فالعينة الإجمالية للدراسة تتكون من 28 فيديو، التي تم تناوله بالدراسة والتحليل.

2-3 أدوات جمع البيانات:

إن أكثر التقنيات شيوعا خاصة ما يتعلق بالدراسات الإعلامية هي تقنية تحليل المضمون، حيث نقصد بكلمة تحليل تفكيك الكل إلى عناصره وأقسامه المكونة له. أما كلمة مضمون فنقصد بها ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التصويري أو الإمائي من معاني مختلفة فيقوم الفرد بالتعبير عنها على شكل رموز وفق تنظيم معين لتحقيق غايات اتصالية مع الآخرين.[6] **تحديد وحدات التحليل** : بعد تحديد الباحث للإطار المنهجي للدارسة المتمثل في تحديد المنهج والعينة وأدوات جمع البيانات والمتمثلة في استمارة تحليل المحتوى و بما أن هذه الأخيرة تسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميا فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات حتى نتمكن بدارسة كل عنصر أو فئة منها، ونتيجة لذلك اعتمدنا في هذه الدارسة **على وحدة الفكرة** التي "تعد من أكثر وحدات التحليل استعمالا في بحوث الإعلام التي تعتمد على

---

[1] موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ترجمة بوزي صحراوي، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 298.

[2] أحمد حسين الرفاعي: مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، 2005، ص24

[3] https://www.youtube.com/user/djamelTFL

[4] https://www.youtube.com/channel/UCYOP9-XJgmHT-u-0FrVkL3Q

[5] https://www.youtube.com/channel/UCHJu2xF8bKiPNS2rbW18GQQ

[6] أحمد بن مرسلي: استخدامات تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية: التآزر التاريخي وبعض الجوانب التطبيقية، المجلة الجزائرية للاتصال معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد14، 1996، ص20.

أداة تحليل المحتوى لأنها تعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة فيه".[1] **واستعملنا وحدات العد والقياس**، لاكتشاف ما إذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة في المحتوى المدروس، وحساب التكرارات التي تظهر من خلالها الفئات أو الوحدات واستخراج النسب المئوية من مجاميع التكرارات.

أ– **تحديد الفئات** :هي تصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بدرجة من الموضوعية والشمول وبشكل يمكن من استخراج النتائج بسهولة وبعد الأخذ بالأسس العلمية المتبعة في تحديد الفئات قامت الباحثتان بتحديد الفئات في هذه الدراسة بغية التعرف على دور قنوات اليوتيوب الجزائرية في الترويج للسياحة بالجزائر بحيث تم تقسيم الفئات إلى نوعين: فئات تجيب على السؤال ماذا قيل؟ وهي الفئات التي تصف المعاني والأفكار والتي تظهر في المضامين، والمتمثلة في فئة **المدن، المرافق السياحية، المناظر الطبيعية، النشاطات السياحية، التراث التقليدي المجسد بقنوات اليوتيوب**، وفئات تجيب على السؤال كيف قيل؟ والتي تصف الجانب الشكلي للمضمون وأسلوب عرضه والمتمثلة في **فئة المؤثرات الصوتية، الأغاني الموظفة بقنوات اليوتيوب الجزائرية**.

3–عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

3–1 عرض وتحليل فئات المضمون: ماذا قيل؟

جدول رقم01: يوضح المدن الجزائرية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / المدن	التكرار	النسبة
الشرق الجزائري	08	**٪34.78**
الوسط الجزائري	06	٪26.09
الجنوب الجزائري	05	٪21.74
الغرب الجزائري	04	٪17.39
المجموع	23	٪100

مدن الشرق الجزائري بنسبة 34.78 بالمائة وهي أعلى نسبة، بينما قدرت نسبة مدن الوسط بـ 26.09 بالمائة وهي أعلى نسبة، كما قدرت نسبة مدن الجنوب بـ 21.74 بالمائة، أمّا مدن الغرب الجزائري فقدرت بـ 17.39 بالمائة. تناولت مضامين قنوات اليوتيوب الجزائرية عند ترويجها للسياحة في الجزائر بعض المدن الجزائرية موزعة كالآتي:

1. **الشرق الجزائري**: تيزي وزو، بجاية، جيجل، القالة (الطارف) مدينة المرجان، قسنطينة مدينة الجسور المعلقة، سطيف قام أحد الناشطين على اليوتيوب (DZ Rami) عبر قناته بشرح كلمة سطيف عند

[1] محمد الفاتح حمدي: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2017، ص55

زيارته لها قائلا "تعني التربة السوداء" كما أنّها "ثالث مدينة من حيث الكثافة السكانية ويطلق عليها في الغالب اسم الهضاب العليا وباتنة...

2. **الوسط الجزائري**: الجزائر العاصمة؛
3. **الجنوب الجزائري**: بسكرة وبشار ؛
4. **الغرب الجزائري**: وهران، تلمسان.

جدول رقم02: يوضح المرافق السياحية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / المرافق السياحية	التكرار	النسبة
المجمعات التجارية	05	٪13.88
حدائق التسلية	02	٪5.55
الفنادق الفخمة	04	٪11.12
الحدائق	04	٪11.12
الشواطئ الاصطناعية	01	٪2.78
أماكن الاستراحة	01	٪2.78
المطاعم الفاخرة	01	٪2.78
المقاهي	10	٪22.22
الأسواق الشعبية	08	**٪27.77**
المجموع	36	٪100

يبين الجدول أعلاه المرافق السياحية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيث قدرت نسبة المجتمعات التجارية بـ 13.88 بالمائة، أمّا نسبة الحدائق فقدرت بـ 5.55 بالمائة، وقدرت نسبة الفنادق، الحدائق وأماكن الاستراحة بـ 11.12 بالمائة لكل منهم، أمّا نسبة الشواطئ الاصطناعية والمطاعم بـ 2.78 بالمائة لكل منهما، أمّا نسبة المقاهي فقدرت بـ 22.22بالمائة وهي أعلى نسبة، كما جاءت نسبة الأسواق الشعبية بـ 27.77بالمائة.

1- **<u>المجمعات التجارية</u>**: تضمن محتوى قنوات اليوتيوب الجزائرية مجمعات تجارية على رأسها:

- **المجمع التجاري "بارك مول" بقلب مدينة سطيف**. يتكون المبنى من برجين ضخمين يتجاوز ارتفاعهما 85 مترا، ويتكون من العديد من محلات التسوق، ومجموعة مكاتب على مساحة تقارب 14 ألف متر مربع، وقاعة للمؤتمرات بـ 1000 مقعد، علاوة على مطاعم بانورامية وقاعة "بولينغ" وحلبة للتزحلق فريدة من نوعها على مساحة 400 متر.

مساحة التسوق داخل "بارك مول" تضاهي المساحات الأوروبية، حيث تتكون من 05 طوابق تتربع على مساحة 30 ألف متر مربع، تضم 90 محلا تجاريا راقيا مُنح لأكبر العلامات التجارية العالمية المتخصصة في الألبسة والعطور والساعات، زيادة على 07 آلاف متر مربع مخصصة للتسوق مع تخصيص الطابق

العلوي لفضاء الخدمات وتقديم المأكولات السريعة والتقليدية والحلويات والمطاعم الفخمة التابعة لسلسلات عالمية، فضلا عن مساحة مماثلة تحتضن فضاء للترفيه والألعاب داخل القاعة. كما سيضمن المركز أيضا الخدمات المختلفة والترفيه لكل الجزائريين، من بينها الخدمات البنكية والسحب الآلي للأموال، إضافة إلى تخصيص مصاعد آلية متحركة وثابتة لتسهيل التنقل.

- **المركز التجاري أرديس بالجزائر العاصمة:** يتوفر على حدائق خضراء تطلّ على البحر، فضلا عن احتضانه لمئات الأمتار من الشاطئ، ووجود محلاّت تجارية عبر رواق يفوق طوله 400 متر تقريبا، بالإضافة إلى عدّة مطاعم بتخصّصات مختلفة، مع إقامة أبواب خاصة" باب الوادي وباب عزون"، حيث يمكن للمتسوّق أن يخال نفسه في شوارع الجزائر العتيقة بطراز عصري. بينما تقرّر أيضا عدم تقاضي أجرة التوقف في الحظيرة التي تتسع لـ5000 سيارة. كما يمنح الشاطئ **في الليل منظرا بانوراميا على العاصمة ابتداء من كنيسة السيدة الافريقية ووصولا إلى مقام الشهيد.**

إنّ مثل هذه المشاريع الكبيرة تعطي صورة جيدة للجزائر، مع تغيير الثقافة التقليدية للتسوق وإعطاء طابع حديث لها، فيما اعتبر الخطوة تحفيزا لتجسيد مشاريع مماثلة في ولايات أخرى.

2- **حدائق التسلية والحيوانات:**

- **حديقة التسلية والحيوانات بمدينة سطيف:** تعتبر من أروع الحدائق في الجزائر حيث تشتمل على الكثير من المرافق الترفيهية فيوجد بها العديد من الألعاب التي يستمتع بها جميع الفئات العمرية، وتحتوي على أقفاص الحيوانات المتعددة فهي حديقة مُتكاملة الخدمات. كما تضم عدد من الآثار التاريخية، ويوجد بها بحيرة كبيرة تضم بعض المراكب حتى يستمتع الزوّار بركوبها، وتحتوي أيضًا على بعض المساحات الخضراء والملاعب الرياضية، فهي تتناسب مع العائلات والفئات الشبابية ذات الطاقة والحيوية.

3- **الشواطئ الاصطناعية**: جاء في مضامين قنوات اليوتيوب الجزائرية أول شاطئ اصطناعي لسكان المدن البعيدة عن الساحل، الذي يقع في مدينة "جرمة" التاريخية بمحافظة باتنة، كما ذكرت أن إدارة المنتجع الترفيهي والمائي حددت 1200 دينار جزائري للشخص الواحد مقابل الدخول إلى الحديقتين المخصصتين للألعاب والألعاب المائية على مدار اليوم. هذا الشاطئ أسهم في استقطاب العائلات ومواطنين من المحافظة، فضلا عن زوار قدموا من محافظات مجاورة، وبالتالي مشاريع كهذه تنعش القطاع السياحي، وتسهم في اكتشاف الموروث الثقافي، الذي تزخر به باتنة، خاصة بالنسبة للزوار الأجانب أو المهاجرين الجزائريين في الخارج. إن مشروع الشاطئ الاصطناعي يعد من أرقى أنواع المشاريع السياحية في باتنة؛ فهو الأول من نوعه في الجزائر، وجرى إنجازه بمقاييس عالمية.

وهذا المشروع سيوفر في شقها الاقتصادي والاجتماعي مداخيل مالية وفرص عمل للشباب البطّال (العاطلين عن العمل)، سواء من أبناء المنطقة أو خارجها. فهو يعتبر إضافة نوعية لقطاع السياحة والثقافة

في باتنة خاصة وللجزائر عموما، إلى جانب العديد من المواقع الأثرية التي تشتهر بها المنطقة، وفي مقدمتها مدينة تيمقاد الأثرية.

كل هذه المشاريع التي كانت على رأسها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ساعدت على القضاء على البطالة من خلال الاستثمار في الفنادق والمطاعم وكذا تشجيع الصناعة التقليدية مثل صناعة الملابس التقليدية، الحلي التقليدي، وغيرها.

جدول رقم03: يوضح المعالم التاريخية والثقافية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / المعالم التاريخية والثقافية	التكرار	النسبة
التماثيل	08	٪10.52
الكنائس	02	٪2.63
الساحات les placettes	05	٪6.57
المساجد	04	٪5.26
الآثار القديمة	09	٪11.84
المتاحف	04	٪5.26
المنارات	03	٪3.94
الجسور	18	٪23.86
الموانئ	02	٪2.63
المسارح	01	٪1.31
الشوارع	20	**٪26.31**
المجموع	76	٪100

يوضح الجدول أعلاه المعالم التاريخية الثقافية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيث قدرت نسبة التماثيل بـ 10.52 بالمائة، أما نسبة كل من الكنائس والموانئ فقدرت بـ 2.63 بالمائة لكل منهما، كما جاءت نسبة الساحات بـ 6.57 بالمائة، أمّا المساجد والمتاحف فقدرت نسبتها بـ 5.26 بالمائة لكل منهما، كما جاءت نسبة الآثار القديمة بـ 11.84 بالمائة، بينما قدرت نسبة المنارات بـ 3.94 بالمائة، وجاءت نسبة الجسور بـ 23.86 بالمائة، كما قدرت نسبة المسارح بـ 1.31 بالمائة، كما جاءت نسبة الشوارع بـ 26.31 بالمائة وهي أعلى نسبة.

تزخَرُ الجزائرُ بالكثير من المعالم التاريخية والثقافية التي تَروي قصةَ تاريخ الحضارات العريقة التي قامت فوق أراضيها، وقد جعلت هذه المعالم من الجزائر وجهة سياحية يتوافدُ إليها الزوّار من جميع أنحاءِ العالم، وقد جاء البعض منها في محتوى قنوات اليوتيوب الجزائرية التي سعت إلى الترويج للسياحة في الجزائر، والمتمثلة فيما يلي:

1- **الشوارع:** عند تنقل المصورين من منطقة لأخرى يبرز لنا جمال طبيعة شوارع المدن الجزائرية وتمثلت في شوارع وهران وشوارع الجزائر العاصمة خاصة منطقة عين طاية اضافة الى شوارع بسكرة،

قسنطينة، وهران، تلمسان، سطيف، بجاية... وهذا ما أعطي انطباعا ايجابيا حول شوارع الجزائر بانها شوارع آمنة وفي نفس الوقت يعطي صورة ذهنية عن المناطق للسائح مما يشجعه على زيارتها.

2- **التماثيل:**

- **تمثال للشهيد سعال بوزيد** اول شهيد في أحداث ومجازر 8 ماي 1945 التي عاشتها الولاية التاريخية والثورية؛
- **تمثال عين الفوراة بمدينة سطيف**، والتي قلب مدينة سطيف في الجزائر، وهي عبارة عن تمثال منحوت من الحجر الأبيض والمرمر ومشيّد فوق عين ماء لتنسكب المياه إليه بكلّ سلاسة، في ساحة الاستقلال على هيئة جسد أنثى نصف عارية، ويعود بنائها إلى سنة 1989.

3- **الكنائس:** كنسية "سانتاكروز" بتمثالها الذي يمثل مريم العذراء بمدينة وهران، وهو في جماله وعظامته ومكانه يكاد يشمخ على تمثال الحرية في مدينة نويورك، كنيسة "سانتاكروز" كنيسة كبيرة تتوسطها ساحة كبيرة التي هي الأخرى عبارة عن قلعة أكثر منها مكانا للعبادة، وتربطها بالقلعة مجموعة من الأنفاق، والتي حولت اليوم إلى مكتبة.

4- **الساحات:**

- ساحة الشهيد سعال بوزيد بسطيف؛
- ساحة أول نوفمبر بوهران، بُنيت هذه السّاحة والنّصب التّذكاريّ لتخليد ذكرى الثّورة الجزائريّة، ومع السّنين أصبحت السّاحة مركزًا ثقافيًّا واجتماعيًّا، حيث يحيطها مسرح وهران ومبنى البلديّة. تعتبر ساحة أوّل نوفمبر قلب وهران النّابض.

5- **الآثار القديمة:**

- قلعة المشور بتلمسان، أو القصر الملكي الزياني، متحف المشور حاليا، هو واحد من أهم الآثار الإسلامية بمدينة تلمسان، يستقطب يوميا العشرات من الزوار، سواء من أبناء المنطقة، أم من السياح الجزائريين والأجانب، لا سيما وتلمسان ترتدي حلة الثقافة الإسلامية.

6- **المساجد:**

- **مسجد العتيق بمدينة سطيف** الذي يعد نموذجاً فريداً من تاريخ العمارة العثمانية ودرة في تاريخ المساجد الأثرية بالمدينة، ودليلاً قويا على ما وصلت إليه الحضارة الإسلامية في العصر العثماني بالشمال الإفريقي. ويتميز هذا الجامع بزخارفه الإسلامية العثمانية البديعة التي جعلته أحد النماذج النادرة للفن والعمارة الإسلامية بسطيف بدولة الجزائر.
- **مسجد ابن باديس بوهران**، هو ثاني أكبر مسجد في الجزائر بعد مسجد الجزائر الأعظم الذي لم يكتمل انجازه. تم تدشينه يوم 16 ابريل 2015 بعد مرور أربعين سنة على بداية أشغال انجازه سنة 1975. يستوعب المسجد أكثر من 25 ألف مصل وبه قاعة للمحاضرات ب 460 مقعدا وساحة كبيرة

وموقفين للسيارات في الطابق السفلي ومحلات تجارية وفضاءات للمعارض وغيرها من المرافق. وقد تم إنشاء مؤسسة عمومية لتسيير هذا الصرح.

- **مسجد الجزائر الأعظم:** هو مشروع معماري إسلامي بارز في دولة الجزائر، يقع المسجد في بلدية المحمدية بمدينة الجزائر العاصمة، ويعد أكبر مسجد في الجزائر وأفريقيا وثالث أكبر مسجد في العالم من حيث المساحة الكلية بعد الحرمين.
- **مسجد الأمير عبد القادر:** وهو أكبر مسجد في الجزائر يتسع لـ 15000 مصلي بالإضافة إلى ساحة واسعة يمكن أن تضم ألاف أخرى يقع في قلب مدينة قسنطينة عاصمة الشرق الجزائري على طريق قدور بومدوس بمحاذاة محطة التلفزيون الجزائري ويضم كذلك جامعة العلوم الإسلامية وقد تداول على هذه الجامعة عدة علماء أجلاء كالشيخ محمد الغزالي والشيخ يوسف القرضاوي. كما حاضر بها فطاحلة الدعوة الإسلامية الحديثة كالسوري البوطي الذي يزورها باستمرار وعمر عبد الكافي وحجازي وغيره.
- **مسجد عقبة بن نافع الفهري:** المتواجد بمدينة بسكرة الذي يعتبر من أجمل المساجد ويبرز ذلك من خلال تصميمه الذي يعبر عن الحضارة الإسلامية والزخاريف التي تمل أعمدة المسجد وألوانه المتناغمة والمتناسقة التي تبهر عين الناظر له.

7- **الجسور**: كما جاء في محتوى قنوات اليوتيوب الجزائرية بعض الجسور:

- **جسور مدينة قسنطينة**، الملقبة بـ "**مدينة الجسور المعلقة**"، التي تعتبر ثالث أكبر المدن الجزائرية، عاصمة الشرق الجزائري مدينة قسنطينة، تسمى أيضا مدينة الصخر العتيق ومدينة العلم والعلماء، وأيضا مدينة الجسور المعلقة، ولعلّ الجسور هي أبرز معالم المدينة التي لا تزال شاخصة إلى اليوم، المدينة الجزائرية الواقعة على بعد 400 كلم شرق العاصمة، وتم الحديث عن جسر ملاح سليمان، جسر سيدي مسيد...
- **جسر روما**، المتواجد بمدينة بسكرة الذي بناه الرومانيون قديما وأعيد ترميمه من طرف الاستعمار الفرنسي والذي يتميز بطابعه الصخري وجباله الصخرية

8- **المنارات**: تحدث المخرج عن **منارة رأس كاربون** الموقع السياحي الذي تزخر به مدينة بجاية، الواقعة أسفل أحد سفوح **جبل قورايا** في الجهة الشمالية المطلة على الأزرق الكبير على بعد أمتار على الطريق المنحوتة من الجبال الصخرية الشديدة الاخضرار، تقع منارة رأس كاربون على علو 235 متر من سطح البحر، في مكان يعتبر الأكثر جمالا في حوض البحر الأبيض المتوسط، وهو الموقع الذي جعلها المنارة الأكثر علوا في العالم.

9- **الموانئ:**

ميناء بجاية، هو ميناء جزائري، يقع في مدينة بجاية، في منطقة القبائل. ويخصص الميناء للتجارة الدولية والهيدروكربونات. وهو يأتي في المرتبة الثانية في الجزائر من حيث النشاط التجاري.

10- **المتاحف:**

- **المتحف العمومي لمدينة سطيف:** يعتبر أحد أهم اماكن سياحية في سطيف الجزائر الذي يوضح الحضارات المختلفة التي قامت في مدينة سطيف على مر العصور المختلفة، فيضم عدد من القاعات التي تتخصص كل منها في عدة أغراض محددة. فتضم القاعة القديمة بعض الآثار التي تنتمي إلى العصور الرومانية حيث تم إيجادها في بعض الأحياء بالمدينة، وقاعة الفن الإسلامي التي تحتوي على مجموعة من الآثار التي يرجع تاريخها إلى العصر الفاطمي كالفخار والزخارف، وغيرها من القاعات.

11- **المنارات:**

- المنار الكبير بجيجل الملقبة براس العافية تعتبر من أهم المعالم السياحية بجيجل ومهمتها هو توجيه البواخر وإعطاء الإشارات للملاحة البحرية، إلا أن أسطورة حولتها إلى مكان للزوار من مختلف الشرائح والجنسيات والمستويات. وتعتبر المنارة من بين ال 24 منارة الموجودة في سواحل الجزائر تم إنجازها سنة 1867 على قمة "غريفات".
- واقع منارة رأس كاربون على علو 235 متر من سطح البحر ببجاية، في مكان يعتبر الأكثر جمالا في حوض البحر الأبيض المتوسط، وهو الموقع الذي جعلها المنارة الأكثر علوا في العالم

12- **المسارح:**

- **المسرح الجهوي في وهران:** وهو صرح ثقافي تتميّز به وهران، ويُوجَد في شارع أوّل نوفمبر، ويعتبر من أكبر المسارح في وهران الجزائر، ويتميّز المسرح الجهوي بالقاعات والصّالات الضّخمة؛ حيثُ يتّسع المبنى ليضمّ 600 كرسي، وهو مُصمّم وَفقاً للطّراز الأوروبي.

التعريف بهذه الأماكن السياحية يساهم في جذب السياح الأجانب وبالتالي تحقيق أرباح بالعملة الصعبة، وتحسين الصورة الخارجية للجزائر.

جدول رقم04: يوضح المناظر الطبيعية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / المناظر الطبيعية	التكرار	النسبة
البحار	12	٪8.05
السدود	01	٪0.06
الجبال والهضاب	25	٪16.77
الرمال	04	٪2.68
الغابات	02	٪1.34
النخيل	04	٪2.68
الوديان	05	٪3.35
المزارع	01	٪0.06
الشلالات	01	٪0.06
الحمامات	02	٪1.34
الشواطئ	28	**٪18.79**

الكهوف أو مغارات	05	٪3.35
منابع المياه	06	٪4.02
مساحات خضراء	03	٪2.01
الحدائق	08	٪5.36
غروب وطلوع الشمس	01	٪0.06
البحيرات	03	٪2.01
الواحات	02	٪1.34
المجموع	149	٪100

يوضح الجدول أعلاه المناظر الطبيعية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيق قدرت البحار بـ 8.05 بالمائة، أمّا نسبة كل من السدود، المزارع، الشلالات وطلوع وغروب الشمس فقدرت بـ0.06 بالمائة لكل منهم، أما نسبة الجبال فقدرت بـ 16.77 بالمائة، أمّا نسبة كل من الرمال والنخيل فقدرت بـ 2.68 بالمائة لكل منهما، أمّا نسبة الوديان فقدرت بـ 3.35 بالمائة، أما نسبة الغابات، الحمامات والواحات فقدت نسبة كل منهم بـ 1.34 بالمائة، بينما قدرت نسب الشواطئ بـ 18.79 بالمائة وهي أعلى نسبة، أما نسبة منابع المساه والحدائق، فقدرت نسبتهم بـ 4.02 بالمائة و 5.36 بالمائة على التوالي.

1- **الكهوف والمغارات:**

- الكهوف العجيبة ببلدية زيامة المنصورية بولاية جيجل، التي تم اكتشافها منذ 100 سنة خلال أشغال انجاز الطريق الوطني الرابط بين بجاية وجيجل حيث تعتبر مغارة الباز إحدى المغارات العشرة العجيبة التي اكتشفت سنة 1917 اي اثناء فترة الاحتلال الفرنسي للجزائر.تتميّز المغارة بدرجة حرارة ثابتة تقدر بـ 18 درجة وبنسبة رطوبة 60 و80 بالمائة، وتوجد بداخلها أشكال مختلفة من الصواعد والنوازل الكلسية على شكل أقدام جمال، شكّلتها الطبيعة على مر السنين بمعدل 1 سم كل مئة سنة.
- الكهوف المتواجدة بشاطئ "بني بلعيد" (جيجل) حيث نقلها المصور من خلال عدسة الكاميرا لتبرزه في بجمله المنسجم مع زرقة البحر.

2- **الوديان:** وتبرز كثيرا في الواد الصخري الذي يأتي تحت جسر روما بمدينة بسكرة يتميز بلونه الذي يشه لون الشاي يقابله جبل من جهة ومن جهة أخرى شجيرات خضراء مما أعطى هدوء وسكينة لا تسمع سوى صوت خرير مياه الوادي، كما أن وادي مشونش الذي يأتي بالطريق المؤدي إلى منطقة غوفي ببسكرة من أجمل الوديان الذي يتميز بصفاء مياهه العذبة وسحر منظره الذي يجمع ما بين الجبال الصخرية وأشجار النخيل والدفلة من جهة أخرى.

3- **الحمامات:** ويتمثل في حمام سيدي يحي بمدينة بسكرة الذي يخصص جناح للرجال وجناح للنساء ويتوفر على كل المعدات والأجهزة التي توفر الراحة للسائح، كذلك حمام بالجزائر العاصمة والذي يحتوي الحمام على أفراد مختصة في التدليك.

4- **الواحات:** الواحة المتواجدة بمنطقة منضرة ببسكرة أين يعتبر سكان المنطقة أن النخلة هي رأس المال أين تعتبر أم الغداء وهذا ما يبرز أهمية النخيل بصحراء الجزائر أين تلقى عناية كبيرة من طرف سكانها وهذا ما أعطى جمالا للمنظر من حيث ترتيب أشجار النخيل التي تأتي في صف واحد وبطول واحد وهذا ما برز كذلك بواحة الفرجة.

5- **الشواطئ:**

- شاطئ "كاب روزا" بمدينة القالة والذي يبعد بـ 20 كلم عن الطارف الوجهة المفضلة للمصطافين بالجهة الشرقية للبلاد وكذا للسكان المحليين خلال فصل الاصطياف. ويعرف هذا الشاطئ الممتد على طول 2 كلم غرب مدينة القالة برماله الذهبية ويتخلله وادي يبعث بمياهه الباردة الناعمة حتى خلال الأوقات الأكثر حرا مما يسمح للسباحين بالاستحمام والتخلص من ملح مياه البحر قبل المغادرة.

6- **الشلالات:**

- **شلال كفريدة** (بالفرنسية:Les cascades de Kefrida) هو شلال يتواجد على مقربة من ولاية سطيف، ويعتبر شلال كفريدة أطول شلالات الجزائر بسبب ارتفاعها الشاهق والذي يبلغ 50 م والتي تتساقط على شبه بحيرة مغلقة دائرية قطرها حوالي 20 م من طرف الجبل الذي يزين بغطاء نباتي جد متنوع من غابات الصنوبر وأشجار الزيتون منحها سحر خاص وجمال طبيعي، زاده رونقا ذلك التزاوج بين الخضرة ومياه الشلال.

7- **منابع المياه:** عين الفوارة وعين الدروج لمدينة سطيف.

8- **الجبال والهضاب:**

- ومن المعالم التي تميز تلمسان ضريح "لالا ستي"، الذي يقع فوق هضبة تعلو عاصمة الزيانيين بـ 600 متر، تحيط بها مساحات غابية خضراء مهيأة بطريقة جميلة حتى أصبحت تعج بالسياح من كل أقطار الوطن بالنظر للهواء النقي وتهيئتها بطريقة جميلة جدا.
- **جبال يما قورايا:** هو جبل يطل على مدينة بجاية في الجزائر، يبلغ ارتفاعه حوالي 660 متر. كما يعتقد في مدينة بجاية التي تقع في شمال الجزائر انها حارسة بجاية وتعد من أهم مناطق عبور الدخول إلى مدينة بجاية السياحية سيما في فترة الصيف.

9- **البحيرات:**

- تقع "البحيرة السوداء" في قلب "غابة أكفادو" قرب الطريق الوطني رقم 34، ويُطلق عليها محليا بالأمازيغية "أقولميم أفركان" دعوة حقيقية للراحة باعتبارها ملاذا للهدوء وسط غابة جميلة تتميز بانتشار أشجار البلوط فيها. وتعد "أقولميم أفركان" جوهرة من جواهر جرجرة، وهي موقع ساحر يوجد على ارتفاع 200 متر ويجلب السياح المحليين المحبين للطبيعة أكثر فأكثر بحثا عن الراحة بعيدا عن فوضى المدينة وقلق الحياة اليومية.

- بحيرة "طونغا" التي تقع على بعد 4 كيلومترات من مدينة القالة في ولاية الطارف، بمحاذاة الطريق الوطني رقم 44. تزخر بغابات كثيفة غنية بالأشجار كالفلين والصنوبر البحري وتأوي أنواعا حيوانية ونباتية مختلفة، صُنفت ضمن التراث العالمي الذي يجب الحفاظ عليه، لمساهمتها في التوازن البيئي، نظرا لما تمتلكه من أسراب الطيور المهاجرة والنادرة، تستقطب فضاءاتها الطبيعية الخلابة طوال فصول السنة السياح والعائلات التي تقصدها طلبا للراحة والاسترخاء وكذا الترفيه والاستكشاف.
- البحيرة المتواجدة بمنطقة بشار التي تعتبر قطب يلجأ إليه الكثير من سكان المنطقة وحتى من خارج المنطقة.

جدول رقم 05 يمثل النشاطات السياحية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / النشاطات السياحية	التكرار	النسبة
ركوب الأمواج	05	٪19.23
التزلج على الرمال	01	٪3.84
تسلق الجبال	01	٪3.84
التزلج على الثلوج	05	٪19.23
التخييم	04	٪15.38
السباحة	10	**٪38.46**
المجموع	26	٪100

يبين الجدول السابق النشاطات السياحية المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيث جاءت نسبة ركوب الأمواج والتزلج عل الثلوج بـ 19.23 بالمائة لكل منهما، أما نسبة التزلج على الرمال والتسلق الجبال فقدرت نسبتهم بـ 3.84 بالمائة لكل منهما، نسبة التخييم فقدرت بـ 15.38 بالمائة، كما قدرت نسبة السباحة بـ 38.46 بالمائة وهي أعلى نسبة.

1- **ركوب الأمواج**: هي رياضة ركوب متن الأمواج المتكسرة على الشاطئ بواسطة ألواح خاصة. الموجات المناسبة لهذه الرياضة غالباً ما تكون في البحار، ولكن هذا لا يمنع ركوب أمواج البحيرات والانهار والمسابح أيضا، وهذه الرياضة جسّدها كثيرا محمد جمال طالب وأصدقائه من خلال قناته على اليوتيوب على شاطئ عين طاية.

2- **التزلج على الرمال**: هي إحدى الرياضات التي تمارس على ألواح التزلج وهي شبيهة برياضة التزلج على الجليد، لكنها تمارس على الكثبان الرملية بدلاً من الجبال الثلجية. ولهذه الرياضة متابعين في جميع أنحاء العالم وخصوصاً في المناطق الصحراوية والمناطق الساحلية التي تحتوي على الكثبان الرملية الساحلية.

3- **التزلج على الثلوج**: بأعالي جبال جرجرة بولاية تيزي وزو.

جدول رقم 06: يوضح التراث التقليدي المجسد في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / التراث التقليدي	التكرار	النسبة
اللباس التقليدي	11	٪44
الأكلات التقليدية	07	٪28
الاكسسوارت التقليدية	03	٪12
الحرف التقليدية	01	٪04
الرقص التقليدي	02	٪08
البيوت التقليدية	01	٪04
المجموع	25	٪100

يوضح الجدول أعلاه التراث التقليدي المتضمن في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيث قدرت نسبة اللباس التقليدي بـ 44 بالمائة وهي أعلى نسبة، أمّا نسبة الأكلات التقليدية فقدرت نسبتها بـ 28 بالمائة، كما جاءت نسبة الأكسسوارت التقليدية بـ 12 بالمائة، أمّا نسبة الحرف التقليدية والبيوت التقليدية فقدرت نسبتها بـ 04 بالمائة لكل منهما، أمّا الرقص التقليدي فقدرت نسبته بـ 08 بالمائة.

1- **اللّباس التقليدي**: ويعتبر اللباس التقليدي من أهم الخصوصيات التي تتميز بها منطقة عن أخرى وقد تجسّدت القشابية ويه لباس تقليدي شهير في الجزائر عند الشاوية والجلفة وشرق الجزائر، تصنع من الوبر والصوف الخالص، وهي ذات قيمة عالية في منظور عدد كبير من أبناء الجزائر الذين يفضلون ارتدائها ويتفاخرون به، تبعا للجمالية وفعالية القشابية التي يرتديها السكان المحليون لمقاومة البرد القارص في الشتاء، خصوصا في الهضاب العليا التي تنزل بها درجة الحرارة في فصل الشتاء إلى ما دون الصفر، حيث صور لنا محمد جمال طالب كل أنواع القشابية سواء بتصميم تقليدي أو بتصميم عصري في أحد الأحياء الشعبية بطريق قندوز بمنطقة بسكرة.

2- **الأكلات التقليدية**: يتميز الطبخ الجزائري بثروة مستمدة من الإنتاج البري والبحري، وهو مطبخ متوسطي وشمال أفريقي قائم على المطبخ العربي والامازيغي والتركي والفرنسي .يقدم مجموعة متنوعة من الأطباق اعتمادا على المنطقة والموسم، والتي تعطي لوحة مطبخية متنوعة جدا، حيث برزت العديد من الأكلات التقليدية في القنوات محل الدراسة وتتمثل في:

- **الشخشوخة البسكرية**: والتي تعتبر من الأكلات التقليدية الشهيرة بمنطقة بسكرة، والتي يتم إدراجها ضمن قائمة الوجبات المقدمة في المطاعم، كما أن أكلة الدوبارة تعتبر من الأكلات الشهيرة بالمنطقة أين صور لنا أين صور لنا محمد جمال طالب مطعم ببسكرة يقوم بإعداد هذه الأكلة التقليدية وبسعر زهيد، واكلة الباطوط كذلك من الأكلات الحارة التقليدية ببسكرة التي تصنع من الفلفل الحار ومكونات أخرى.

- **الكارنتيكا:** تصنع الكرانتيكا من مزج الماء وطحين الحمص والملح والزيت، وقد يضاف إليها البيض أحياناً في الوصفات الحديثة. ثمّ تطهى داخل الفرن حتى تصبح ذات قوام متماسك وتتكون فوقها طبقة محمرّة خفيفة، بعدها يتم سحبها مباشرة وتقدم ساخنة، إمّا في شكل قطع مربعة لمن يرغب في تناولها بطريقة خفيفة، أو توضع داخل رغيف من الخبز، وهي الطريقة التقليدية لتقديمها، كما يتم تتبيلها بالكمّون لتسهيل هضمها على المعدة، وتم تصويرها في كل من وهران، تلمسان، العاصمة وبجاية. كما تم الحديث عن **الكعك التلمساني**.

3-2 عرض وتحليل فئات الشكل: كيف قيل؟

جدول رقم 07 يوضح المؤثرات الصوتية المجسدة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة
القرآن الكريم	01	٪0.45
صوت الراوي	140	**٪63.63**
موسيقى (إيقاع)	45	٪20.45
خرير المياه	10	٪5.45
زقزقة العصافير	30	٪13.63
صوت حشد من الناس	05	٪2.27
صوت السيارات	03	٪1.36
صوت تساقط الأمطار	01	٪0.45
صوت أمواج البحار	10	٪5.54
المجموع	220	٪100

يوضح الجدول أعلاه المؤثرات الصوتية المجسدة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيث قدرت نسبة كل القرآن الكريم وصوت تساقط الأمطار بـ 0.45 بالمائة، أمّا نسبة صوت الراوي فقدرت بـ 63.63 بالمائة وهي أعلى نسبة، أمّا نسبة الموسيقى فقدرت بـ 20.45 بالمائة، أمّ نسبة خرير المياه وصوت أمواج البحار فقدرت نسبته بـ 5.54 بالمائة لكل منهما، كما قدرت نسبة زقزقة العصافير بـ 13.63 بالمائة، أمّا صوت حشد من الناس وصوت السيارات فقدرت نسبتهما بـ 2.27 بالمائة و1.36 بالمائة على التوالي.

تعتبر المؤثرات الصوتية "عاملا مكملا للصورة فهي تستخدم كخلفية صوتية تخلق جوا معينا إذ يوفر الصوت للصورة قدرات وامكانات مهمة في الإقناع والشرح والتفسير وتقديم المعلومات، عملت المؤثرات الصوتية في المضامين المتناولة على خلق الإحساس بالواقعية من خلال مرافقة مضامين الرسالة بأصوات المصاحبة كأصوات حشد من الناس، السيارات وأصوات طبيعية كذلك مثل خرير المياه وزقزقة العصافير، وصوت أمواج البحر وتساقط الأمطار...

جدول رقم 08 يوضح الأغاني المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية

فئة / الأغاني	التكرار	النسبة
الأغاني الجزائرية	12	**٪66.66**
الأغاني الأجنبية	06	٪33.34
المجموع	18	٪100

يبين الجدول أعلاه الأغاني المتضمنة في قنوات اليوتيوب الجزائرية، حيث قدرت نسبة الأغاني الجزائرية بـ 66.66 بالمائة، أمّا نسبة الأغاني الجنبية فقدرت بـ 33.34 بالمائة.

جاءت نسبة الأغاني الجزائرية مرتفعة من أجل الترويج للتراث والثقافة الجزائرية.

4- **نتائج الدراسة:**

- تناولت قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة عند ترويجها للسياحة في الجزائر مدن الشرق بنسبة 34.78 بالمائة، كما تناولت الغرب الجزائري والوسط وكذلك الجنوب بهدف التقليل من تأثير الشائعات والاضطرابات والأخبار السيئة في قوة الحركة السياحية؛
- ركزت قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة في مضامينها على الأسواق الشعبية الجزائرية بنسبة 27.77 بالمائة، كونها تحتوي على خصوصيات المنطقة وتسمح للسياح باقتناء أشياء تذكارية ترمز لتاريخ أو ثقافة المنطقة؛
- تكررت شوارع مدن الجزائر بنسبة 26.31 بالمائة في قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة؛
- تناولت قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة الشواطئ الجزائرية بنسبة 18.79 بالمائة، وذلك لما لها من أهمية في استقطاب الشباب الجزائري خاصة أنّها مجانية؛
- أمّا السباحة فقد تكرّرت بنسبة 38.46 بالمائة في قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة، وذلك لخلق تقليد أو عادة سياحية على المدى الطويل، خاصة مع توفر الشواطئ الاصطناعية كما في باتنة وهذا يوحي إلى اهتمام الجماعات المحلية أكثر بالمرافق العامة للمدينة لإعطاء منظر حضري؛
- عرضت قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة اللباس التقليدي الجزائري بنسبة 44 بالمائة، وذلك للمحافظ على التراث الثقافي وتوثيق الروابط الثقافية والحضارية عن طريق تهيئة فرص المعرفة والفنون ومعايشة التجربة الإنسانية؛
- تكرر صوت الراوي في قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة بنسبة 63.63 بالمائة، وذلك بهدف التعريف بالمناطق، فالراوي هنا كان بمثابة دليل سياحي للمتلقي؛
- أمّا الأغاني الجزائرية في قنوات اليوتيوب الجزائرية عينة الدراسة فقد تكررت بنسبة 66.66 بالمائة، فهي تقوم بنوع من الترويج للثقافة الجزائرية من خلال الموسيقى الجزائرية؛
- تهدف هذه القنوات إلى التعريف بالمناطق السياحية في الجزائر وخلق وعي في أوساط الشباب بضرورة الحفاظ عليها.

الخاتمة

تعتبر قنوات اليوتيوب واحدة من أنواع التكنولوجيات الحديثة التي أصبحت في الآونة الأخيرة خاصة الجزائرية تلعب دورا مهما في الترويج للسياحة بالجزائر، وذلك بإمكانيات بسيطة تتمحور حول عدسة الكاميرا التي يجول بها الشباب الجزائري ربوع الوطن، شرقا، غربا، شمالا، جنوبا، بهدف التعرّف والتعريف بهذه المناطق، التي غالبا ما تكون هذه الأخيرة مهمشة أو منسية كواجهة سياحية.

فقد ساهمت قنوات اليوتيوب الجزائرية في الترويج للسياحة بالجزائر من خلال الترويج للمناظر الطبيعية والمرافق السياحية، كما عملت على إبراز مجموعة النشاطات التي يمكن للسائح القيام بها في كل فصول السنة خاصة صيفا، وساهمت في اكتشاف الموروث التاريخي والثقافي التي تزخر به بالجزائر.

قائمة المراجع

الكتب

1- أحمد بن مرسلي، (2005)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

2- أحمد حسين الرفاعي، (2005)، مناهج البحث العلمي: تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

3- سمير محمد حسين، (2006)، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة.

4- محمد العطا عمر، (2010)، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، د.د.ن، دمشق.

5- محمد الفاتح حمدي، (2017)، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.

6- موريس أنجرس، (2006)، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، (ترجمة: بوزي د صحراوي)، دار القصبة للنشر والتوزيع، الجزائر.

المقالات العلمية:

7- أحمد بن مرسلي، (1996)، استخدامات تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية: التآزر التاريخي وبعض الجوانب التطبيقية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 14، معهد علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

8- نبيلة عيساوة (2019) دور الاعلام السياحي في تحقيق التنمية السياحية بالجزائر، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 11، العدد 01، الجزائر.

9- سامية لحول وريمة باشا، (2014)، تأثير التسويق السياحي على الصورة السياحية للمدينة، دراسة ميدانية بمدينة باتنة –مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 31، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

المواقع الالكترونية:

10- https://ar.wikipedia.org
11- https://mtwersd.com
12- https://www.youtube.com/channel/UCHJu2xF8bKiPNS2rbW18GQQ
13- https://www.youtube.com/channel/UCYOP9-XJgmHT-u-0FrVkL3Q
14- https://www.youtube.com/user/djamelTFL

دور الاعلام والدعاية المضادة في تغيير منحى الحروب وتقنين الوعي السياسي لشعوب دراسة تحليلية للدعاية الألمانية خلال الحرب العالمية الأولى أنموذجا.

The Role of Media and Counter-Propaganda in Changing the Orientation of Wars and Raising the Political Awareness of Peoples. An Analytical Study of German Propaganda during World War I as a Model

صباح عبيد

باحثة دكتوراه، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة – الجزائر

ملخص:

يعتبر الاعلام من بين الوسائل التي احتلت مكانة في مختلف الجوانب العملية فقد ساهم بصورة واسعة في الكشف والتحري عن الحقائق المبهمة وسرد التفاصيل العريضة لسيما في فترة الحروب أين كان لسان حال القادة والعسكريين والسياسيين من خلال طرح أفكارهم على الرأي العام وبالتالي زيادة الوعي السياسي حول القضايا الدولية والتطورات الراهنة ,وقد اتخذ الاعلام بأساليبه سلاحا ذو حدين قد صعب الاستغناء عن أهدافه العميقة في مغزاه والبعدية في تحليله ,وقد اعتبرت الحرب العالمية أولى الحروب التي تكتلت فيها مجمل سنين من جهود التكتلات العسكرية والتحالفات الدولية وبطبيعة الحال كانت المنطقة العربية منطقة مستقطبة ويحل عليه وقع الواقعة، وقد عرفت هذه الحرب أسلوب الاعلام الخانق والمتمثل في الدعاية السياسية الحربية التي لعبت دورا هاما تغيير مجرى الحرب واعطاء المنتصر فيه نبرة خاصة فالدعاية كانت السلاح المدوي وإحدى المجلات التي خلقت نوعا من الحرب النفسية السامة للأطراف المتناحرة ,ففي هذه الدراسة سنحاول تسليط الضوء على إبراز أهمية الاعلام والدعاية بالخصوص في تفاصيل الحرب العالمية الأولى واسقاط الدراسة على الدعاية الالمانية بحليفتها العثمانية في مواجهة الدعاية البريطانية وحلفاءها.

الكلمات المفتاحية: الاعلام، الدعاية، المضادة، الحروب، الوعي، السياسي.

Abstract :

The media is considered among the means that occupied a place in various practical aspects, as it contributed widely in uncovering and investigating vague facts and narrating broad details, especially in the period of wars where the mouthpiece of the leaders, the military and the politicians was by presenting their ideas to the public opinion and thus increasing political awareness On international issues and current developments, the media have adopted a double-edged sword weapon that has made it difficult to dispense with its profound goals in its significance and dimension in its analysis, and the World War was considered the first wars in which the entire years of efforts of military blocs and international alliances were b. The situation in the Arab region was a polarized region and the incident occurred, and this war was known as the suffocating media method represented in the war political propaganda that played an important role in changing the course of the war and giving the victor a special tone in it. Propaganda was a thunderous weapon and one of the magazines that created a kind of psychological warfare for the parties The warring parties, in this study, we will try to shed light on highlighting the importance of media and propaganda in

particular in the details of the First World War and to drop the study on German propaganda with its Ottoman ally in the face of British propaganda and its allies.

Keywords: media**,** propaganda, countermeasures, wars, awareness, political

مقدمة:

اعتبرت الدعاية السلاح الذي لعب دورا مسيرا للعلاقات الدولية وتحريك عجلة الحرب حيث شاحنة المشاعر واربكه العدو زعزعه وشاككه في حقيقه الأوضاع السائدة حيث شكلت نوعا من الحرب النفسية التي دعمت الحرب العسكرية وزادت من وثيره الوعي السياسي في الحرب فالحرب العالمية الأولى افرازات استراتيجية استراتيجية جديده تخوض فيها الدول في مجال التآمر وحملات دعائية مضادة وبرزت ألمانيا وبريطانيا على مسرح الأحداث وخاضتها مجالا تنافسيا في الدعاية الحربية الاستفزازية المضادة ومن هنا يتبادر في ذهني طرح الاشكالية التي تتمحور حول دراسة الموضوع وهي: ما هي الظروف التي ساهمت في ظهور مثل هذه الحرب النفسية التكتيكية التي مثلت الدعاية النفسية فيها محورها ؟ كيف ساهمت الدعاية في بلورة الأحداث لصالح دوله ما على حساب الأخرى وتغيير مجرى الحرب وهل كان لدعاية دور في بلوره الوعي السياسي للشعوب المستعمرة وتكوين رأي عام حول الموضوع.

تعمل وسائل الإعلام بمختلف أشكالها المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، العامة والخاصة، كأداة سياسية ثقافية تعليمية. فقد تجاوزت أجهزة الإعلام في إطار التقدم العلمي والتكنولوجي، اسان ما تم تقديم المعلومات والأنبياء والتعليقات من خلال نشر المعلومات والأخبار ويسهم الإعلام بدور جوهري في كل العمليات التي تتم في إطار انماط المعلومات فلا يقف الإعلام، بوسائله المختلفة، التقليدية والحديثة، بعيدا عن تلك العملية حيث يلعب الإعلام دورا كبيرا ومهما في بناء العملية الديمقراطية الإعلام، المطبوعة والمسموعة والمرئية، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الإلكترونية، تعد أحد وسائل الدعاية. ويذهب كل من محمد شومان وعادل صالح أن وسائل الإعلام تعتبر أحد أهم المؤشرات التي يتم الاستناد إليها، لتقييم فرص نجاح أو الديمقراطيات الناشئة، وتقوم ديمقراطية الاعلام في أحد جوانبه على الممارسة الإعلامية.[1]

إن الظواهر السياسية شديدة التعقيد لأنها ناتجة عن العلاقات الإنسانية المتشعبة بطبيعتها والقائمة على مجموعة من المعطيات الاجتماعية والاقتصادية والجغرافية التاريخية والديموغرافية وغيرها والتي تتضافر جميعها لتكون معطيات الواقع السياسي فهي تؤثر وتتأثر إلى حد بعيد بالعملية السياسية، فالغاية الأساسية للسياسة في تنظيم المجتمع وتوطيد بجولات الكون في مجال النشاط البشري حيث هي إحدى مميزات التنظيم الاجتماعي فخصوه بينة البته لعبة جي عامل أساسي في تحديد شكل النظام السياسي السائد في المجتمع.[2]

---

[1] رامي عطا صديق, فاطمة شعبان أبو الحسن: الإعلام والانتخابات نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة, أطلس للنشر والانتاج الاعلامي, القاهرة , 2016 , ط1, ص– ص – ص, –09–16–18.

[2] هالة محمود عبد العال: تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية , العربي للنشر والتوزيع , القاهرة , 2017, ط 1, ص44.

تقوم وسائل الإعلام بدور فعال في دعم عملية الإصلاح السياسي، من خلال قدرتها على تهيئة المناخ الملائم لنجاح عملية التحول الديمقراطي، عبر القيام مجموعة من الوظائف في مقدمتها القيام بدورها المعرفي في إمداد الجمهور بالمعلومات، بما يعني قدرتها على خلق المواطن الواعي بقضاياه مجتمعه ومشكلاته، وتوحيد العمل السياسي، وإشاعة الحوار وترسيخ قيم الديمقراطية والتسامح وتأصيل مبدأ المواطنة، وتعقب جميع دور الانحراف والفساد بالمجتمع ولا شك أن قيام وسائل الإعلام بهذه الوظائف مرهون بمستوى الحرية التي تتمتع بها تلك الوسائل، وطبيعة علاقاتها بالنظام السياسي القائم، فتحرير وسائل الإعلام من قبضة الأنظمة الديكتاتورية يكفل لها القيام بدورها الرقابي على السلطة السياسية، ومحاربة الفساد والمساهمة في تحقيق معايير الحكم الجيد، لكن المدقق في أوضاع أنظمة الإعلام العربية يجد أنها تعاني من القصور الذي يعيقها عن دعم التحول الديمقراطي، بسبب عدم استقلاليتها التامة، وتقييد حريتها التي تعد المقوم الأول لأداء دورها في دعم التحول الديمقراطي، وبالتالي فإن تحول المجتمعات العربية تجاه الديمقراطية مرهون بديمقراطية وسائل الإعلام، ومن ثم قيام تلك الوسائل بمجموعة من الوظائف التي تهيء المناخ الملائم من خلالها لعملية الإصلاح السياسي.[1]

يقول المفكر الأمريكي الشهير نعوم تشومسكي في كتابه هيمنة الإعلام إن دعاية الدولة، عندما ترعمت الطبقات المثقفة، وعندما لا يسمح بالانحراف عنها، تستطيع تحقيق نتائج كورة ومثل على ذلك بعملية الاشارة الحكومية التي أطلقها الرئيس الأمريكي رووردرو ويلسون) الذي انتخب والي كانت تحت شعار لام بنين انتصار. وقد كان يهدف من هذه الات وشعر الشعب الأمريكي الذي كان واعدا إلى الهدوء وعدم التورط في الحرب العالمية الأولى إلى شعب هستيري يتاجر بالحرب ويروج لها. وقد نجحت هذه العملية في غضون ستة أشهر ويقول تشومسكي: إن من بين الذين أسهموا بنشاط وهام في حرب ويلسون، المفكرون التقدميون، والدائرون في فلك جون ديوي، والذين يفتخرون بأنهم بينوا للناس أن من يطلق عليهم أعضاء المجتمع الأكثر ذكاء ويقصدون أنفسهم واستطاعوا دفع الشعب إلى الحرب رغم عزوفه عنها، وذلك بفضل تخويفه وإرهابه وإثارة النزعة السوفيتية لديه. ويذكر تشومسكي، أن الوسائل التي استخدمت في هذه الدعاية كانت متعددة وواسعة النطاق فيقول من ذلك على سبيل المثال، اختلاق قدر كبير من الأعمال الوحشية التي ارتكبها الألمان، ومن صور الأطفال البلجيكيين الذين مزقت أذرعهم، ومن كل أنواع الأمور المروعة التي ما زال المرء يقرؤها في كتب التاريخ.[2]

فالرأي العام يعتبر إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية من خلال التأثير على القرار السياسي من خلال اعتماد مبدا الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تنبني على الرأي العام. [3]

---

[1] خالد زكي: الصحافة والتمهيد للثورات, العربي للنشر والتوزيع, القاهرة , 2015, (د.ط), ص43.

[2] عطاالله الرمحين, حارث دوهان: الدعاية في قطاعات مختلفة الجنابي, دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان ,2019, (د.ط), ص 07.

[3] عبدالرزاق محمد الدليمي: الدعاية والشائعات والرأي العام رؤية معاصرة , دار اليازوري العلمية للنشر, عمان, 243, ص2 , ط 2015.

وإن توجهنا إلى الدعاية السياسية فيمكن مشاهدة أن الصور البلاغية والعبارات الاعتراضية غالي جدا ما يستخدم في الحملات الإعلامية وتقارن الحملات الإعلامية كثيرا بالمعركة أو بالمسابقات كسباق الخيول مع زعمائهم و"الأحصنة السوداء ."وغالبا ما تؤثر أساليب ال .على إدراك الجمهور على تأويله لحد شاهد وسمع وحدد بيئة أربعة أنواع التشويه الأخبار غالب ما تصدقها عند إلقاء الضوء عليه: الشخصية والتقطيع والدراماتيكية والتنظيم) التسوية .(ترجع الشخصنة إلى توجه محور الأخر عن المواضع التي تشكل أهمية كبيرة بالنسبة للمجتمع .[1]

فالوعي السياسي يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروفا اعتيادية وغير اعتيادية في الداخل فضلا عن البيئة الدولية ودراستهما وتحليلها وما يجري عليها من تغيرات وتأثير تلك التغيرات والتطورات في الواقع المحلي للمجتمع والشعب. وأبرز النقاط في موضوع أهمية الوعي السياسي تلخصه قضية النهضة الحضارية :من المعروف أن الواقع الذي تعيشه مجتمعات الشرق الأوسط يتميز بالتعارض في بعض المصطلحات الأساسية، واصطدام ماهو قديم بما هو حديث إلى الاصطدام والتداخل بين الحديث والتقليد وهنا يجب الاعتراف بان هناك أزمة حضارية تجعل هناك تعارضا بين تحقيق الهوية وبين التراث الوطني والحداثة الراهنة وهذا يساعد على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات كل هذا يكون بمثابة سبيل إلى الوعي السياسي باتجاه تطور المجتمع لأن بناء الوعي السياسي لا يمكن أن يتحقق في وأكاديميا يخدم الدارسين في هذا المجال، فالوعي بالواقع المجتمعي ويقلل من دور العوامل التآمرية أي، أن ما يحدث في واقعنا منذ عشرات السنين من التخلف والاستقرار السياسي يجعله حجة على الغرب باعتباره إفرازا سلبيا ومن المحاولات التآمرية علينا.[2]

ويشير مسار انتشار الديمقراطية وتطورها، إلى أن الديمقراطية لم تصنعها الى وذادت عنها الشعوب عن طريق جماهيرها الواعية ونبها السياسية ومؤسساتها المجتمعية الفاعلة وإذ إن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية ولاسيما الحاقة تشل إحدى أهم المؤسسات المجتمعية الفاعلة والصوت المعبر عن إرادة.[3] ونبض الجماهير.[4]

---

1 عطاالله الرمحين، حارث دوهان، مرجع سابق، ص242.

[2] محمد خيرت يوسف :الاعلام والصحافة السياسية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة ,2015 ، ط 1، ص,22 ,23.

[3] حسين علي ابراهيم الفلاحي: قضايا الديموقراطية في الصحافة العربية، دار غيداء للنشر والتوزيع عمان, 2014 , ص26.

[4] تشكل المشاركة السياسية للأفراد من خلال النشاطات السياسية التي يساهم بمقتضاها أفراد المجتمع في اختيار حكامهم وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر إطارا مهما في العمل السياسي خاصة في تقليد المناصب السياسية، أو العضوية في الاحزاب أو الترشح في الانتخابات، والتصويت ومناقشة الأمور العامة، والاشتراك في المظاهرات. ومن دون الاعلام لا يمكن لهذه النخب السياسية ان تمارس دورا قويا وفاعلا، لذلك فإن المشاركة السياسية تعني في أوسع معانيها، حق المواطن في أن يؤدي دورا معينا في عملية صنع القرارات السياسية والاشتراك في مختلف مستويات النظام السياسي. بهدف الاعلام السياسي إلى التأثير في الرأي العام، حيث يستهدف تحقيق أهداف معينة على المستويين الوطني والدولي. يرى علماء الاجتماع أن مفهوم البيئة السياسية هو ذلك المجال المكاني الذي يعيش فيه الانسان ويتأثر به ويؤثر فيه، وقد يتسع هذا الوسط ليشمل منطقة كبيرة جدا، وقد يضيق فلا يتضمن سوى مساحة بسيطة لا تتعدى بضعة أمتار من حوله، فالبيت كل ما للاعلام السياسي أهداف وغايات محددة ومرسومة ،

أكد دافيد بتلر D Butler من خلال كتابه " دراسة السلوك السياسي على أهمية العوامل الاجتماعية في تشكيل السلوك السياسي حيث لا يمكن فهم هذا السلوك السياسي دون الرجوع إلى الخبرة والشخصية وكذلك البناء الاجتماعي الخاص بالعادات والقيم الاجتماعية، فالعملية الانتخابية تتأثر بمجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية المتجذرة في بنية المجتمع، وأن السلوك السياسي للمواطن تتحكم فيه حزمة و حيث لا يمكن فهم هذا الموت السياسي "على أهمية العوامل الاجتماعية تشكيل السلوك السياسي حيث لا يمكن فهم هذا السلوك السياسي دون الرجوع إلى الخبرة والشخصية وكذلك البناء الاجتماعي الخاص بالعادات والقيم الاجتماعية .[1]

إن احتكار وسائل الإعلام تحت زعم تثبيت النظام الجديد، يبرز مدى نضج وسائل الإعلام والصحافة وقدرتها على أن تكون مصدر حماية للمجتمع الديمقراطي حينما تحاصر السياسيين الجدد بالنقد والتحريض الإعلامي حيث تمثل هذه المرحلة خطا فاصلا من النضوج الإعلامي إذا اجتازتها وسائل الإعلام بالتعددية وربطها بالمصالح الوطنية، فإن الديمقراطية الجديدة تضمن أكبر قدر ممكن من احتمالات عدم التراجع فإذا لم تكن تحرر الوسائل و دورا محللنا أساسيا في عملية التحول الديمقراطي، فإنها على الأقل تكون واقعا مبدئيا لتحقيق الديمقراطية ، كما أنها يغذي ويقلل من قدرة أنظمة السلطة إذ أن وسائل الاعلام تعمل على نقل وتحليل الحدث السياسي ولكنها في نفس الوقت تعد جزءا من العملية السياسية باعتبارها من المصادر المتاحة أما من السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات وتلقى ردود أفعال الجمهور نحو سياستهم وقراراته ومواقفهم مما يساعد على صنع القرار السياسي, فضلا عن اعتماد الجمهور عليها في تكوين اعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به بما فيها من سلوكيات وردود أفعال إزاء هذه الأحداث .[2]

يمكن الوسائل الاعلام انا من التأثير على المشاركة السياسية كسلوك من خلال زيادة التدفق والضغط وتوجد دراسات عديدة تبين دور وسائل الاعلام في زيادة المشاركة السياسية وتفعيلها لدى المواطنين، أي أن أكثر وسائل الاتصال الجماهيري تقودهم إلى المشاركة أكثر في شؤون المجتمع و البلد، وهذا حسب الأنظمة السياسية والواقع التي يعيش فيه أفراد المجتمع من المساهمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية , فاذا كانت السياسة تهتم بالمشاركة بالتوجيه السياسي، والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والتعليم ومحل الاقامة والالمام fالحرب والديانة، فانه توجد أيضا العلاقة بين وسائل الاعلام و المشاركة السياسية , وبهذا تؤدي وسائل الاعلام دورا أساسيا في المساهمة في اجراء انتخابات عامة وعادلة وهذا يعد أسلوبا من

فالسياسي يتحدث إلى الناس من خلال وسائل الاعلام لفرض ممارسات السلطة، كما ان الافراد يشاركون في العملية السياسية ، من خلال وسائل الاعلام ، من اجل التعبير عن آرائهم تجاه القضايا الوطنية، لذلك فإن تدفق المعلومات من وسائل الاعلام إلى قادة الراي تعتبر هي الوسيلة المثلى للاعلام السياسي ، نقلا لتلك المعلومات التي تبثها وسائل الاعلام بطريق التحليل وتفسير وجهات النظر لتلك المعلومات والرسائل الاعلامية.للمزيد انظر: صلاح عبد الحميد: الاعلام السياسي, أطلس للنشر والانتاج الاعلامي,القاهرة,2018, ط1 , ص08.

[1] هالة محمود عبد العال، مرجع سابق، ص46 .

[2] عيسى عبد الباقي: الصحافة الاستقرائية أطر نظرية ونماذج تطبيقية , دار العلوم للنشر والتوزيع القاهرة, (د.ط) , ص2014 ,31 .

المشاركة السياسية. فوسائل الاعلام لها دور في تعبئة الجماهير والمشاركة ولها دور في توفير المعلومات عن العملية السياسية للمواطنين وتختلف من منطقة إلى أخرى، أو يختلف دورها في المدن عن الريف، وقد عولج هذا باستخدام الوسائل الاتصالية والاعلامية والمنسجمة والمؤهلة والمؤثرة التي هي متوفرة بسبب الثورة الاتصالية والتطور الذي غير نظام الاتصال والاعلام في هذا العصر. كما أن قنوات الاعلام والاتصال تؤدي دورا مهما في العلاقة بين نخبة والمواطنين، ومن حلالها تطهر مطالب الجماهير وطموحاتها وتناقش مشاكلها وتطلعاتها. [1]

إن مفهوم العلاقات الدولية مفهوم فضفاض للغاية، فهو في استخدامه الحديث لا يشمل العلاقات بين الدول فحسب، بل يشمل أيضا العلاقات القائمة بين الدول والمنظمات من غير الدول مثل الكنائس ومنظمات الإغاثة الإنسانية والشركات متعددة الجنسيات، والعلاقات القائمة بين الدول والمنظمات الحكومية الدولية: كالأمم المتحدة والاتحاد الأوروبي، وسوف أستخدم في هذه المقدمة القصيرة جدا هذا المفهوم الفضفاض لمادة العلاقات الدولية درس مادة العلاقات الدولية في جامعات عديدة، مقترنة في كثير من الأحيان بمنهج العلوم السياسية، أو متضمنة فيه. إلا أنني أرى أن محاولة علماء السياسة أن يفرضوا نوعا من أنواع الاحتكار على مادة العلاقات الدولية هو أمر غير قابل للتطبيق ولا الاستمرار؛ فالدارس الجاد للعلاقات الدولية يجب أن يتحلى ببعض المعرفة بالتاريخ والقانون والاقتصاد الدوليين، إضافة إلى السياسة الخارجية والسياسة الدولية وقد كانت تلك الطبيعة المركبة ومتعددة التخصصات لمادة العلاقات الدولية هي التي جعلت من البحث عن نظرية عامة فعالة للعلاقات الدولية مهمة مستحيلة». [2]

إن السياسة الدولية هي صراع مستمر على السلطة، لا تترتب عليه لزاما حروب علنية متواصلة، ولكنه دائما ما يستلزم التأهب لخوض الحرب. وفي خضم حالة الفوضى السياسية المستمرة هذه، يكون المسار الحصيف الوحيد أمام الأمير هو شحذ أكبر قدر ممكن من القوة، هي ضمنيا – تلك الافتراضات الأساسية، ويشددون على ضرورة استمرار عملية بناء التحالفات، وعلى دور الدولة بصفتها فاعلا سياسيا رئيسيا، وعلى الحفاظ على توازن قوي موات، ويشددون على الرفض القاطع لأن يعهد بالأمن إلى المنظمات والاتفاقات الدولية، كعناصر أساسية لأي سياسة أمن قومي فعالة ومن الواضح أن النهج الواقعي إزاء العلاقات الدولية عادة ما يلقى استحسان ذوي النزعة المحافظة ضئيلا – إن وجد – من الإيمان بعملية بناء المؤسسات وفي تراثنا الإسلامي هناك إشارات واضحة للرأي العام وقد نص القرآن الكريم على الشورى اذ يقول عز وجل " وشاورهم في الأمر وقد روى ابن ماجي عن عبد الله ابن عمر أن الرسول صلى الله عليه وسلم قال:" اتبعوا السواد الأعظم". وهذه إشارة واضحة لأهمية الرأي العام لدى الرعية. وفي عصر النهضة وحتى الثورة الصناعية كان الرأي العام منصبة حول الإرادة العامة، أما حاليا فقد أصبح الحديث عن الرأي العام واسعة ومختلفة من مجتمع الأخر ويحظى باهتمام كبير خصوصا في المجتمعات الغربية لقد عرف" فلويد أولبورت "

[1] فؤاد علي أحمد: وسائل الاعلام والمشاركة السياسية , دار أمجد للنشر والتوزيع ,عمان , 2017 , ط 1 , ص, ص, ص, 54 , 55– 62.

[2] ول ويلكينسون: العلاقات الدولية مقدمة قصيرة جدا تر, لبنى عماد تركي, مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة ,القاهرة ط 1, 2013, ص09.

الرأي العام، بأنه تعبير عن حجم كبير من الأفراد عن أرائهم في موقف معين، أما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيرا مؤيدة أو معارضة لمسألة أو شخص معين سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. الفلك بعد الرأي العام من أحد العوامل المهمة بل والمشاركة في عملية صنع القرار السياسي. [1]

من هنا يمكن القول أن الرأي العام يعد من أهم العوامل التي يضعها صانع القرار في حساباته مهما كان شكل النظام السياسي الذي يسيطر على مقاليد الحكم. واذ يمثل الرأي العام قيد مهمة على صانع القرار، سواء كان القرار داخليا أو خارجيا، ولكي يكون دور الرأي العام فعالا في عملية صنع القرار [2] في السياسة الخارجية، يجب أن تتوافر الصانع القرار خصائص ثقافية واقتصادية معينة، وأن يكون ملما بمعلومات كافية عن الكثير من الدول الخارجية، والمشكلات السياسية الدولية المصاحبة، كما يتوقف تأثير الرأي العام على القرارات الخارجية، على وسائل الاتصال المختلفة التي تمكنه من أن ينتقل آراءه بواسطتها لصانعي القرار. ولهذا فان دور الرأي العام في هذه العملية.[3]

الحرب العالمية الأولى والدعاية الألمانية:

الحرب العالمية الأولى وألمانيا:

فالحرب العالمية الأولى انطلقت قاطرة التغير التاريخي بكامل سرعتها العام 1914 بالنسبة لكل من الحرب والدعاية. غير أن الحرب التي بدأت بالرقص في شوارع عواصم أوروبا كلها انتهت بعد ذلك بأربع سنوات، بالهدنة التي وقعت في غابة كومبيين وسط صنوف من الأحزان والفواجع وتبادل الاتهامات. لقد كانت حربا بدأت بجيوش المتطوعين التقليدية، ثم انتهت وقد لجأت جميع الدول المتحاربة إلى فرض التجنيد الإجباري: وشهدت انهيار أربع إمبراطوريات أوروبية الروسية والألمانية والنمساوية. المجرية والعثمانية وتشيكوسلوفاكيا وبولندا)، بأن كل شيء سيكون قد انتهى مع حلول عيد الميلاد. ولقد أدت الحقيقة المجردة التي تؤكد بالطبع أن ألمانيا قامت بغزو بلجيكا وفرنسا في شهر أغسطس العام 1914، وأنها ستظل تقاتل على أراضيهما طوال ما بقي من سنوات الحرب ... أدت تلك الحقيقة إلى أن خسر ألمانيا صورتها الأخلاقية الرفيعة التي كانت الحكومة الألمانية قد سعت إلى تثبيتها في أذهان الناس بدعايتها السابقة على الحرب. فيصرف النظر عن كثرة ما دفع به الألمان من مواد دعائية في محاولتهم لتبرير ذلك الغزو، فإن الصورة المقابلة ل «بلجيكا الصغيرة المسكينة» في خلال ساعات بعد انتهاء مهلة الإنذار النهائي البريطاني لألمانيا وقامت سفينة

---

[1] أحمد عارف الكفارنة: العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار في السياسة الخارجية، دراسات دولية، ع42، ص 26

[2] فالقرار إما أنه يعبر عن قيم النخبة الحاكمة وتفضيلاتها، أو يركز على وجود علاقة ترابطية بين نظام المعتقدات وعملية الإدراك وعملية صنع القرار .وفي جميع الأحوال يتجلى دور القيادة السياسية من خلال ثلاثة عناصر هي القائد والفاعلية والجماعة السياسية وتؤكد التنافس والتوفيق بين الآراء والمواقف. فالقرار السياسي هو مجموعة من الإجراءات المعقدة، تنطوي على التداول للوصول إلى حلول وتوفر الحد الأدنى المطلوب من التوافق بين اتجاهات ودوافع متعارضة .وهو محصلة التفاعلات الرسمية وغير الرسمية التي تتم بين الفاعلين السياسيين في إطار الإيديولوجيا والثقافة السياسية السائدة، ومن خلال الأبنية والمؤسسات القائمة. للمزيد انظر: أحمد ناصوري: دراسة تحليلية لعملية صنع القرار السياسي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية جامعة دمشق، مج 21 , ع1 , 2005 , ص274.

[3] أحمد عارف الكفارنة , مرجع سابق , ص 26

الأسلاك (الكابلات البريطانية «تلكونيا، بقطع الكابلات تحت المحيط الأطلنطى) التي تربط ألمانيا بالولايات المتحدة.[1] ولكي تشن هذه الحملة الدعائية البالغة الحساسية بهدف أن تضمن التعاطف الأمريكي، فقد أقامت الحكومة البريطانية مكتبا سريا للدعاية الحربية في «ويلينجتون هاوس» تحت قيادة تشارلس ماسترمان. وكانت هذه الإدارة هي أكثر الفروع أهمية في شبكة الدعاية البريطانية فيما بين العامين 1914 و1917، وكان عملها بالغ السرية، حتى أن أكثرية أعضاء البرلمان لم يكونوا يعرفون بوجودها. فقد كان من الضروري بصورة جوهرية أن تختفي عن الشعب الأمريكي حقيقة أن الكتلة الضخمة من المواد المكتوبة المرسومة التي يتلقونها من بريطانيا عن الحرب – من النشرات والملصقات والرسوم بل والأخبار نفسها – إنما كانت تصدر عن ويلينجتون هاوس تحت إشراف وزارة الخارجية. أسست رسخت أيضا مبادئ عدة مهمة أخرى للعمل، وناجحة في النهاية، فعلى سبيل المثال، اتخذت الحملة البريطانية أسلوبا هادئا يعنى عناية بالغة بانتقاء مفرداته وموضوعاته، ويعتمد على الإقناع لا على التحريض الإنشائي والخطابي. واتضح أيضا أن أفضل الدعاة لقضية الحلفاء هم الأمريكيون المتعاطفون مع تلك القضية، وخاصة أولئك الذين يشغلون مناصب مؤثرة في الحكومة ومجال الأعمال والتعليم ووسائل الإعلام. وكان المبدأ الحاكم في هذا الصدد، على حد ما أفصحت عنه إحدى الوثائق هو «إنه من الأفضل التأثير في أولئك الذين يستطيعون التأثير في الآخرين، من محاولة التوجه مباشرة إلى كتلة السكان». ولقد نالت الحملة البريطانية عونا كبيرا من أخطاء ألمانية عدة فاضحة لعل أشهرها هو إغراق الباخرة «لوزيتانيا» العام 1915، ومسألة برقية زيمرمان العام 1917فإذا أضفنا إلى هذا الإصرار نشر «تقرير الجنة بحث المزاعم حول أعمال الوحشية الألمانية، الذي اشتهر باسم «تقرير براى «Bryce Reportفي بلجيكا بعد أيام قليلة من حادث إغراق لوزيتانيا».[2]

غير أن الخطة الألمانية الحقيقية جاءت بعد ذلك بعام، حينما قام الفنان الألماني جونز بصب» ميدالية برونزية لإحياء ذكرى إغراق الباخرة من أكثر نجاحات الدعاية البريطانية بروزا في أثناء الحرب. وقد جاء نشر صور ميدالية لوزيتانيا في أمريكا في لحظة مواتية للغاية بالنسبة لبريطانيا .فعقب انتفاضة عيد الفصح المجهضة في إيرلندا وما تلاها من إعدام لقادتها، كانت مشاعر التعاطف مع الإيرلنديين في أمريكا تعوق مسيرة القضية البريطانية وتجبر رجال الدعاية البريطانيين على التحول إلى الدفاع، وقد جاءت استجابتهم في صورة شن هجوم على السمعة الأخلاقية لقادة المتمردين، وخاصة سمير روجر كيزمنت الذي احتوت يومياته عومة مزورة في الحقيقة على تفاصيل مثيرة شنيعة و أكثر النقاط أهمية في المسألة الإيرلندية إضافة إلى الأسباب الأخرى للاحتكاك البريطاني الأمريكي – مثل الحصار البريطاني المضروب حول (موانئ) دول الوسط، والرقابة هي أن الألمان بشكل استثنائي وغريب– عجزوا عن استغلال تلك القضايا في

[1] فيليب تايلور: قصف العقول الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي, تر سامي خشبة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب, الكويت, ص,ص,267 , 268 .

[2] فيليب تايلور, مرجع سابق, ص,ص, 269 ,270..

أمريكا، وبالإضافة إلى أخطائهم الخاصة، فإن تلك الفرص الضائعة تبدو متناقضة تناقضا ملحوظا مع المبادرات البريطانية الناجحة، ولننظر على سبيل المثال إلى قضية الممرضة إديث كافيل .فقد بدا أن إعدامها في العام 1915 كان برهانا يؤكد وحشية الألمان بشكل تم توثيقه بشكل جيد في تقرير برايس. وربما كان للألمان ما يبرر تصرفهم بالتأكيد، بوصف إعدام الممرضة عقابا. [1]

الدعاية والحرب العالمية الأولى:

أما اصطلاحا قد وجدنا عددا من التعريفات منها تعريف الباحث" نورمان جون بأول من قدم الدعاية على أنها " : نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كلاهما معا وحسب معجم مصطلحات الإعلام فالدعاية هي" : التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ التجاها معينا نحو نظام أو مذهب بصورة ايجابية أو سلبية كما تحاول تهيئة نفسيات الأفراد لقبول وجهت النظر التي تدعو لها والتشيع بها، وتلجأ إلى تشويه الحقائق وتحريفها ولا تحدث الدعاية فقط على المستوى الفعلي، بل تتضمن في بعض الحالات الأفعال والسلوك[2] .و تحب الإشارة إلى وجود مصطلحات لصيقة بالدعاية يخلط كثيرا بينها، كالإشاعة مصدر أشاع أي إذاعة الخبر وتشره بين الناس، ويكون مصدرها مجهولا وترتكز على نشر الأخبار الكاذبة .وللعلم فأنها أسلوب من أساليب الدعاية السياسية يسعى للقضاء على العدو .أما الإعلان السياسي فهو نشر للأفكار قصد تقبلها والدعاية لا يجب أن تظهر على أنها دعاية والا تعرضت للفشل. والوان الدعاية متعددة ومختلفة تبعا لتنوع تصنيفاتها، فإذا صنفت وفقا لطبيعة مصدرها فإنها تتضمن ثلاثة أنواع هي الدعاية البيضاء (المكشوفة المصدر)، والسوداء (المستورة المصدر)، والرمادية المستترة الهدف، وقد تكون مكشوفة المصدر، وقد تصنف حسب الرموز المستخدمة، والنتائج المتوصل إليها، أو وفق الدرجة المباشرة، أو وفقا لطبيعة المضمون فتكون اجتماعية وأخرى تجارية، وسياسية، ويمكن أن تصنف هذه الأخيرة وفقا للامتداد الجغرافي فملها الدعاية السياسية الداخلية ومنها الدعاية الخارجية.[3]

فقد أطلقوا تسمية الحرب الثقافية وإن كانت في الأصل الدعاية وحدها لا تشكل هذا النوع من الحرب الوحدها إذ تتعاون معها عدد من الأساليب الأخرى. إلا أن الدعاية أغنت الحصة الأكبر واقترنت بالحرب النفسية، حتى اعتبر الخط الفاصل بين الدعاية والحرب النفسية شكلت حسب وجهة نظر كل من نيفين ماكليلان (D Melellan) ووليم أولسن (W Olson) ومن هذا المنطلق فالحرب النفسية ما هي إلا تطبيق

---

[1] فيليب تايلور: قصف العقول الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي, تر سامي خشبة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب, الكويت, ص271.

[2] إن كانت الحرب النفسية بوصفها تعاقد مع المجتمع القومي إذ تستخدم جميع بالأدوات والمسالك بقصد تحقيق الثقة بالذات القومية فإنها اصطلاح جديد وظاهرة حديثة نسبيا من حيت الدال والتنظير والعلمية، فإنها قديمة قدم الإنسان من حيث العارمة ويظهر تأصيل تصورها عبر مراحلها المتعددة ليس إلا انعكاسا للحقيقة الحضارية و أن تشهد أول حرف الكتابة والنظام السياسي في أيضا العميق في وضع اول اصول تطبيق ظاهرة التعامل بل أن الكثير من القواعد الأساسية المتبعة في القتال بوضوح في تطبيقات اساليب الحرب النفسية المعاصرة .للمزيد انظر: حميدة سميسم :الحرب النفسية , الدار الثقافية للنشر, بغداد , ص231.

[3] نبيلة بن يوسف: الدعاية السياسية أثناء الحروب دراسة حالة الدعاية السياسية في الحرب على العراق 2003 , مجلة دفاتر السياسة والقانون ,جامعة تيزي وزو ,الجزائر, ع 04 , جانفي 2017, ص, ص,06, 07 .

الدعاية في تحقيق أهداف الحرب، وصدق الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) لما قال: "صرت بالرعب مسيرة شهر" (رواه البخاري).[1]

الدولة العثمانية وألمانيا:

أثر الدعاية العثمانية الالمانية ضد فرنسا على الجزائريين:

وجه الحاكم العام الفرنسي في الجزائر " لوتو " (Lutaud) نداء إلى المسلمين الجزائريين حذرهم وأكد لهم بأن الله لا يحب الخائنين، وطلب منهم المساعدة مؤكدا بأن الحكومة الفرنسية قادرة على ضبط الأمن داخل الجزائر. فالحرب الكونية الأولى فتحت أمام الحركة الوطنية آفاقا جديدة حيث كانت تأمل أن تستطيع ألمانيا وتركيا هزيمة فرنسا وهذا يسمح بإعطاء أمل للجزائريين. ويصبح بإمكانهم المطالبة بحقوقهم أمام حكومة فرنسية منهزمة ضعيفة لا تستطيع رفع العصا الغليظة في وجه الجزائريين. ولكن فرنسا لم تترك الجزائريين على حالهم بل قامت ولم يكن تأثير الدعاية الألمانية والتركية ذا تأثير فعال في نفوس الجزائريين، ويؤكد " أجيرون " بأن المسلمين الجزائريين حافظوا على الهدوء، وقدموا مساعدة للمحتلين الذين ساروا إلى الحرب ووعدوهم بحراسة أملاكهم.[2]

يؤكد جيلبير مينيي Gilbert Meynier: في ربيع عام 1915، وقعت موجة من الفرار في الفرقة 37، ولكن عدد الفارين لم يتجاوز، على حد علمنا، اثني عشر، كل من نفس الفوج ونشأ من Constantino. الملازم الأصلي BOUKABOUYA، بعد العنصرية العنصرية من أحد رؤسائه، مهجور، جر بعض الرجال في جناحه. وقع، تحت الاسم المستعار "الحاج عبد الله"، التشهير، بما في ذلك الإسلام في الجيش الفرنسي الذي حرك الدوائر المستعمرة والمتجولة. في وقت لاحق، كانت نادرة هجر في فرنسا. الفئة 1917، التي لم يذكرها الكثير من المجندين الذين فروا بعد فترة وجيزة من تأسيسهم في الأجزاء الوسطى من الجزائر (مستغانم، ميزون كاري، البليدة، إلخ)، لم تذكرها مرة واحدة في فرنسا. كان هناك، على أية حال، بين هؤلاء الرجال، ثار هؤلاء لمدة تقارب ستة أشهر ضد التجنيد الإجباري.[3]

تلقى الجنود المسلمون معاملة خاصة، لكنهم تعرضوا لضغوط قوية لحمل السلاح ضد مستعمريهم من أجل القتال "من أجل الإسلام" و "ضد الإمبريالية (الفرنسية)" في صفوف الجيش العثماني. وأخيرا، في عام 1916، شكل الألمان كتيبة من حوالي 1000 شخص من شمال أفريقيا أرسلوا لخدمة العثمانيين. كان الملازم الفرنسي السابق المولود في الجزائر، والمعروف باسم بوكابويا رابح، الذي انتقل إلى العدو في ربيع عام 1915، يحرض رفاقه على جعل قضيتهم لألمانيا وحلفائها، وبالتالي، للدفاع عن قضية الإسلام. جعل رسالته متاحة على نطاق أوسع في كتيب، الإسلام في الجيش الفرنسي، الذي نشر في القسطنطينية في عام

---

[1] نفسه، ص08.

[2] عزالدين معزة ، مرجع سابق , ص8.

[3] Gilbert Meynier ;Les Maghrébins en France 1914-1918 l'insertion des Maghrébins dans l'armée Cahiers de la Méditerranée, n°6, 1, 1973. Aspects et prolongements de la guerre 1914-1918. En marge de la guerre du Rif ,pp. 38-46 .

1915 وتوسع في طبعة ثانية من عام 1917 والتي تضمنت وصفا مفصلا ومهيدا للظروف المعيشية لأسرى الحرب المسلمين. في ألمانيا. بالرغم من هذه المحاولات المفتوحة تماماً لتقويض ولاء الجنود المسلمين الفرنسيين، مثل تلك التي في بوكابوية. في رد مختصر على الإسلام في الجيش الفرنسي كجزء من الدعاية المضادة. [1]

فعندما نشبت الحرب كانت العلاقات الألمانية العثمانية وثقة على مختلف المستويات لا سيما العسكرية منها، اذ ان الجيش العثماني ندم تسليحه وتدريبه على يد مجمر من الضباط الألماني براسية (لان فون ساندرز) وكان للدولة العثمانية اهل بيت من دخولها الحرب والوقوف إلى جانبها

- ثقتها بقوة ألمانيا وقدرتها على بن نصير كبير على أعدائها.
- محاولة العثمانيين التخلص من الضغوط الاوربية لاسيما الروسية منها وتخلصها من الالتزامات والقيود التي فرضت عليها خلال القرن الماضي. . استعادة الدولة العثمانية لهيبتها وسلطتها على اراضيها لاسيما في البلقان والشرق الأوسط وشمال افريقيا وقد حرمت المانيا على الإسراع في عقد اتفاق مع الدولة العثمانية في اليوم الأول ب له 21 آب 1914) وذلك لتحقيق مجموعة من الغابات والسيطرة على الممرات المائية التي تقع ضمن السيطرة العثمانية لاسيما منطقة المضايق في البحر الأسود وقناة السويس بهدف قطع الطريق أمام النشاط البحري الروسي والبريطاني والفرنسي .محاولة اقناع المسلمين أن الحرب ضد دول الوفاق الودي هي جهاد مقدس كون أن الخلافة الاسلامية العثمانية تشترك فيها التخفيف من الضغط العسكري على المانيا في أوربا وبالرغم من توقيع الدولة العثمانية على معاهدة التحالف مع المانية الا انها لم تعلن الحرب بشكل مباشر وانما عملت على محاولة الظهور بمظهر المحايد حتى تتمكن من الأعداد الجيد للحرب ، إلا أن حادثة قد حصلت عجلت بدخولها الحرب وذلك عندما التجأت سفن حربية ألمانية إلى المياه الإقليمية العثمانية في منطقة المضايق البسفور والدردنيل ومن ثم اعلانها اغلاق تلك المضايق بوجه الملاحة الدولية، فضلا عن ذلك فقد ساعدت الدولة العثمانية الأسطول الألماني على القيام بنشاط عسكري ضد روسيا . [2]

[1] Richard S. Fogarty L'identité en question l'islam, la captivité, et les soldats nord-africains pendant la Grande Guerre University of New York,p38

متاحة على الموقع الالكتروني : http://www.revues-plurielles.org/_uploads/pdf/20_38_6.pd

[2] موسى محمد الطويرش: العالم المعاصر بين حربين من الحرب العالمية الأولى إلى الحرب الباردة 1914–1991, دار المعتز للنشر والتوزيع ,عمان,2017, ط1 , ص,ص,40, 41 , .

أثر الدعاية الألمانية في الجزائر:

شهدت الحرب العالمية الأولى تحول الحرب النفسية من وسيلة عرضية إلى آلة عسكرية رئيسية وأن الحرب النفسية هي السلاح الذي كسب الحرب وذهب عدد منهم ينشر الدعاية[1] في صفوف الحلفاء ينشرون الاعتقاد بأن مهارتهم كانت قاطعة وأن القتال العنيف الذي جرى في الخنادق لم يكن بأشد من شل حركة الجانبين المتضادين، كان البريطانيين والفرنسيين السباقين في استخدام الحرب النفسية فخلال الحرب كانوا يلقون بالكتب المحيطة للمعنويات والنشرات والجرائد على الجنود الألمان بواسطة الطائرات والبالونات وقذائف المدفعية والبريد. لقد كانت الحرب العالمية الأولى والثانية مجال تجريبي ضخم أثري الحرب النفسية بالأساليب والوسائل حيث رافق تطور أساليب الحرب التقليدية تطور في مجالات هامة أثرت على تطوير الحرب النفسية كتقدم الاتصالات ووسائل الاعلام والعلوم التقنية وازدهار علم النفس والعلوم الأخرى كما أكد هتلر على أهمية الحرب النفسية، وكان من أشهر أقواله لسنا بحاجة إلى مائة أو مائتين من الأنصار الشجعان ولكن إلى مئات الالاف من المتحمسين الذين يدينون مثلنا وبمذهبنا ويجب أن نعمل بالمجالات السرية وفي عام 1914 أنشأت وزارة الخارجية البريطانية مكتب الدعاية ولكن الجهد الكبير كان يتم بموجب المؤسسات الخاصة وقد اتخذت الحرب النفسية في الحرب العالمية الأولى صورا مختلفة من قبل الحلفاء و العمل على خلق روح الكراهية وتوجيهها ضد العدو والعمل على تحطيم معنوياته .[2]

فالنتائج المرجو التوصل إليها سياسية أيضا. أن الدعاية السياسية[3] تهدف إلى خلق فعل وستوك سياسي من خلال استخدام الوسائل اللازمة لإنجاحها، ونطاق الدعاية السياسية واسع ومتعدد بتعدد سيادين وأنشطة

---

[1] إن المقصود من هذا أن الدعاية السياسية تستدعي تخطيطا مسبقا، وعند تنفيذها تستدعي توجيهها القلب المتلقي قبل عقله فتمتد للاشعور الجماعي فتوصف باللاعقلانية، وتعتمد على إثارة المشاعر، كي تكون أشد تأثيرا، ولا تترك المجال المشورة العقل والبحث عن مصدرها الفعلي وأهدافها. لكن هذا لا يعني أنها تتم عن طريق مجموعة الأكاذيب والأساطير والخرافات المهلوسة للعقول، فحتى الزعيم النازي أدولف هتلر" المعروف بشدة قسوته يوصي أن لا تعتمد الدعاية على التضليل وقلب الحقائق. لذلك هناك من يميز بين نمطين من الدعاية السياسية وهما: العقلانية واللاعقلانية فالدعاية السياسية العقلانية هي تلك التي ترتكز على المعلومات والإحصائيات الصحيحة، متوجهة إلى "الأنا" أي إلى العقل والوعي والمنطق، فتخاطب العقل أكثر مما تخاطب القلب. أما اللاعقلانية فهي على النقيض من الأولى تتوجه لإثارة الغرائز والمشاعر الشخصية. ويعرفها "بارتلت" على أنها: "محاولة التأثير في رأي الجماعة وسلوكهم بحيث يتخذ الأفراد رأيا وسلوكا معينين دون أن تفكر الجماهير في الأساليب التي دفعتها لتبني تلك الآراء والمعتقدات والبحث في منطقتها". والجهة التي تقوم بها الحكومة أو الهيئات الإدارية أو جماعات الضغط، الأحزاب السياسية فمصدرها سياسي ". . للمزيد انظر : نبيلة بن يوسف: مرجع سابق , ص ,07 .

[2] عبد الباسط محمد أبو ناموس: الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة رسالة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الدبلوماسية والعلاقات الدولية، برنامج الدراسات العليا المشترك أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى , القدس , 2015م , ص,ص,18, 19 .

[3] من جهة شهدت فترة الحرب العالمية الأولى تطورت الأسلحة التقليدية كما برزت إلى حيز الوجود أسلحة جديدة كالطائرات والدبابات والغواصات ، مما فرض على القادة اللجوء إلى علماء النفس الاختيار وتوزيع الأفراد (الانتقاء والتصنيف المهني) ، بحيث يوضع الشخص المناسب في المهنة المناسبة لقدراته وقابلياته العقلية . فبدأ هؤلاء العلماء في كل من بريطانيا والمانيا وفرنسا والولايات المتحدة بوضع الاختبارات لبعض المهن العسكرية، وشكلت في الولايات المتحدة الأغراض الانتقاء والتصنيف سبع عشرة لجنة للأبحاث النفسية ، وقد طبقت الولايات المتحدة عام 1917 اختباره عقليا على حوالي مليوني جندي وكان على نوعين : ألفا وبيتا ، وطبق الأول على الذين يتقنون القراءة والكتابة وطبق الثاني على الأميين . وقد أثبت الاختبار نجاحه في التمييز بين مستويات ثلاثة في الذكاء المستوى الممتاز والمستوى المتوسط والمستوى المنخفض: مما حقق الاتزان في التوزيع على

الدولة. ولا تقوم السياسة الخارجية على الدعاية فقط وإنما على رد الدعاية، وهو ما اصطلح على تسميته بالدعاية المضادة، وهي ضرورية لنجاح السياسية الخارجية للدولة واستمرارها، إذ تتطلب مواجهة وتصدي قوي؛ لأن حالة عدم مجابهة قد يعرض الدولة المستهدفة (الخصم) إلى أزمة، أو نزاع داخلي أو بين دولتين أو أكثر، وقد تتحول بؤر التوتر التي تسببها الدعاية القوية دون وجود دعاية مضادة لها حربا مدمرة. فمثلما تواجه الجيوش في الحروب العسكرية يجب أن تواجه الأفلام و الكلمة والصور والصوت، والتي تعتبر أدوات الدعاية السياسية في الحرب السياسية – النفسية، ذلك من خلال كشف أكاذيب وافتراءات العدو، وتوضيح المعلومات اللازمة للرأي العام، والحرص على تشجيع الرأي العام الداخلي ونظرا لما للدعاية من أهداف ومرامي وتأثيرات قوية، فقد أصبحت تعتبر بمثابة حرب على الأعداء، ومن يفوز فيها هو الرابح والمنتصر، ولذلك أطلق المحلل العسكري البريطاني الأصل جس فوللر تسمية الحرب السياسية عام 1920، وأطلقت تسمية الحرب النفسية فيما بعد من طرف الأمريكان. [1]

وقد انتهز البريطانيون تلك لتوجيه أنظار المستمعين إليها مما جعل الألمان يضعون ضباط اتصال من الجيش في الإذاعة لمراقبة الإذاعيين في توجيه إذاعتهم أما الولايات المتحدة الأمريكية، فلم يكن لديها أي أقسام مدنية أو عسكرية تتوافر لها وسائل الدعاية، ولكن كان لها في الواقع صلات غير مباشرة ببعض الصحف في كل أنحاء العالم. ولذلك كان أول ما قام به الرئيس روزفلت أن عين منسقا للمعلومات.[2]

كما أن الحرب العالمية الأولى والثانية كانتا نموذج مثالية لاستخدام فنون الحرب النفسية.[3] في إرهاب عدوها وبث الذعر في نفوسهم وذلك باستخدام الدعايات والشائعات ومنها بأن هتلر يغلي جثث الموتى ويصنع منها صابون وأن جنوده يقومون بقطع أيدي الأطفال عمدا قام باستخدام الإذاعة لنشر الشائعات وانشاء مكاتب الترويج الدعايات لتحقيق أهدافهم.[4]

قال الرقيب محمد بن شريف للفرنسيين الذين استجوبوه. بعد عودته إلى الوطن عام 1917، لم تكن الرسالة السياسية لجزء من الدعاية أكثر وضوحًا ، حيث أشار أحد مُعالِجي المخيم إلى أن الألمان لم يعاملوا مواطني شمال إفريقيا على أنهم أقل شأنا ، مثل الفرنسيين ، وكذلك ، كانوا أصدقاء للأتراك ، الذين كانوا

الوحدات المختلفة وتعيين افراد المستوى الواحد مع بعضهم البعض مما أوجد جماعات متجانسة يسهل تدريبها. للمزيد انظر: مصطفى الدباغ: المرجع في الحرب النفسية دراسات عسكرية ,المؤسسة العربية للدراسات والنشر, عمان, ط 1 ,1998 , ص25.

[1] نبيلة بن يوسف: مرجع سابق , ص ,07 .

[2] عبد الباسط محمد أبو ناموس: مرجع سابق ص20.

[3] فتوضيح مفهوم الدعاية السياسية يستدعي إدخال أسبابها وأهدافها عامة في التعريف، وعلى هذا الأساس قدم الدكتور سمير محمد حسين "تعريفا لها بأنها " :جهود اتصالية مقصودة ومدبرة يقوم بها الداعية مستهدف نقل معلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة ثم إعدادها وصياغتها من حيث المضمون الشكل وطريقة العرض بأسلوب، يؤدي إلى إحداث تأثير مقصود ومحسوب مستهدف على معلومات فئات معينة من الجمهور وآرائهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وسلوكهم، وذلك كله بغرض السيطرة على الرأي العام والتحكم في سلوكه بما يخدم أهداف الداعية دون أن ينتبه الجمهور إلى الأسباب التي دفعته إلى تبني هذه الأفكار واعتناق هذه الآراء والاتجاهات والمعتقدات ودون أن يبحث عن الجوانب المنطقية لها. والمقصود من هذا التعريف أن الدعاية السياسية تستدعي تخطيطا مسبقا، وعن تنفيذها تستدعي توجيهها القلب المتلقي قبل عقله فتمتد للاشعور الجماعي فترصف باللاعقلانية، وتعتمد على إثارة المشاعر. للمزيد انظر: نبيلة بن يوسف: مرجع سابق، ص, ص,06 ,07 .

[4] عبد الباسط محمد أبو ناموس : مرجع سابق ,ص21.

"مخلصين لقانون النبي" ، مضيفا (مع الخداع) ، "ألمانيا بالفعل يحمل المغرب ، جزء من الجزائر، وسيكون قريبا امتلاك كامل للمستعمرات الفرنسية في أرض المسلمين. قال: "إذن هناك مصلحة فورية، واهتمام بما بعد الحرب. تعاطف الألمانية مع الشعوب الافريقية المسلمة. [1]

ففي فترة الحرب العالمية الأولى تطورت الأسلحة التقليدية كما برزت إلى حيز الوجود في الحرب العالمية الأولى أسلحة جديدة كالطائرات والدبابات والغواصات، مما فرض على القادة اللجوء إلى علماء النفس الاختيار وتوزيع الأفراد (الانتقاء والتصنيف المهني) ، بحيث يوضع الشخص المناسب في المهنة المناسبة لقدراته وقابلياته العقلية . فبدأ هؤلاء العلماء في كل من بريطانيا والمانيا وفرنسا والولايات المتحدة بوضع الاختبارات لبعض المهن العسكرية، وشكلت في الولايات المتحدة الأغراض الانتقاء والتصنيف سبع عشرة لجنة للأبحاث النفسية ، وقد طبقت الولايات المتحدة عام 1917 اختباره عقلية على حوالي مليوني جندي وكان على نوعين : ألفا وبيتا ، وطبق الأول على الذين يتقنون القراءة والكتابة وطبق الثاني على الأميين . وقد أثبت الاختبار نجاحه في التمييز بين مستويات ثلاثة في الذكاء المستوى الممتاز والمستوى المتوسط والمستوى المنخفض مما حقق الاتزان في التوزيع على الوحدات المختلفة وتعيين افراد المستوى الواحد مع بعضهم البعض مما أوجد جماعات متجانسة يسهل تدريبها .[2]

كما استطاعت دول المحور أن تجعل شعوبها أولا راضية عن القيام بحرب عدوائية، ثم قامت بتفتيت خصومها للحصول على النصر جزء بعد آخر، وكان عليها أن تخيف أعدائها المباشرين، وأن تهدي خصومها المنتظرين، وقد اقتضت كل المحاولات التي سبقت العمليات العدائية استخداما واسع النطاق للدعاية السوداء برغم ما بذل من جهد كبير لإخفاء تلك الدعاية ولقد حقق الألمان في ميدان الدعاية انتصارات في المجال السياسي: بجعل كتلة كبيرة من الرأي العام الدولي ترى أن مستقبل العالم يتوقف على الاختيار بين الشيوعية والفاشية في المجال الإستراتيجي بأن تبدو كل ضحية على أنها هي الضحية الأخيرة، وبذلك تقدم الألمان رويدا رويدا في المجال السيكولوجي الذي استخدم أسلوب الذعر والخوف الكامل بجعل الشعب الألماني نفسه يخشى من تصفية الشيوعية له، كما استخدمت أفلام عمليات الحرب الخاطفة لإخافة الجماعات الحاكمة في دول أخرى لتحطيم المعنويات، ونتج عن ذلك ما يسمى بالانهيار العصبي للأمم وذلك بإبقائها دائما في حالة شك وعدم تيقن مما يمكن أن يحدث لها غدا كما لوحظ أن كلا من ألمانيا وبريطانيا وجدتا في الإذاعة وسيلة فعالة يمكن توجيهها إلى كل دول أوروبا على الموجات العادية، بل تستطيع كل منهما أن تتدخل في الإذاعية الأخرى بالقيام بما يسمى أعمال الشوشرة لقد ركز كل

---

[1] Christian Koller, The Recruitment of Colonial Troops in Africa and Asia and their Deployment in Europe during the First World War. School of History, Welsh History and Archaeology, Bangor University, Vol. 26, Nos. 1/2, March/July, 2008

متاحة على الموقع الالكتروني

https://www.researchgate.net/profile/Christian_Koller4/publication/228712322_The_Recruitment_of_Colonial_Troops_in_Africa_and_Asia_and_their_Deployment_in_Europe_during_the_First_World_War/links/

[2] مصطفى الدماغ: المرجع في الحرب النفسية دراسات عسكرية , المؤسسة العربية للدراسات والنشر عمان, 1998 ,ط1, ص25..

منهما اهتمامه لجذب انتباه أكبر عدد من المستمعين والتأثير في معتقداتهم وعواطفهم، وولائهم سواء أكانوا أصدقاء أم محايدين أم أعداء وبعد ذلك خرج الألمان بما يسمى حرب الإذاعة وأخذوا منه الدرس والمبدأ الأساسي وهو عدم السماح لإذاعتهم أن تسبق الحوادث والأحداث إذ كان الراديو الألماني بعد المستمعين أحيانا بأشياء لا يستطيع أن يحققها العسكريون ،[1] ففي فترة ما بين الحرب العالمية الأولى والثانية مع توقف الحرب توقف الاهتمام بالأبحاث النفسية في كل من بريطانيا والولايات المتحدة حتى قال أحد الباحثين : أن الخطر الحربي في سنوات السلام القليلة القادمة يكمن في تناقص عدد الضباط القادرين على القيام بأعباء الأبحاث النفسية من بعد مرور الأزمة الحالية . وأخشى أن تبدأ أمة أخرى في الأبحاث النفسية[2] من حيث توقفنا بعدما انقضت الأزمة، وقد تستطيع هذه الأمة إقامة علم نفس عسكري سليم يكون أشد فتكا من أضخم المدافع، ذلك لأن مجهوداتنا مهما كانت قيمتها وامتيازها إنما هي البدايات الأولى لهذا العلم. وقد صدق ظن هذا الباحث وان ما توقعه وكان يخشاه قد حدث عندما أدارت ألمانيا دفة الأبحاث النفسية التي استخدمها في بناء الجيش والدولة على حد سواء، فبعد أن انتهى الألمان من بحث أسباب هزيمتهم في الحرب العالمية الأولى اتجهت سياستهم إلى تنشئة جيل يعتمد عليه في الحرب قوة وتكاملا، واتخذت ألمانيا من الوسائل العلمية النفسية طريقة لإقامة جيش قوي كجزء من الخطة العامة لتعبئة الأمة كلها تعبئة نفسية للقتال. وقد انتظمت النشاطات النفسية الالمانية في مجال الحرب النفسية وانتهت الأبحاث النفسية في هذا المجال إلى دراسة عميقة للظواهر النفسية الاجتماعية وما يتعلق منها بفن القيادة السياسية والعسكرية، وسيكولوجية الدعاية، والروح المعنوية الدفاعية (هي التي تتعلق برفع الروح المعنوية للألمان والهجومية (وتهدف إلى إضعاف وتحطيم معنويات الأعداء)، وأساليب الحرب النفسية الأخرى كالاشاعة[3]. ففي عام 1914 تم استدعاء 93،000 فرنسي من شمال أفريقيا و 39،000 تونسي، ويتم تعبئة 14،000 جنود من شمال افريقيا بشكل عام قاتلوا بشكل جيد، بالرغم من سوء المعاملة والذعر الذي تلقوه المجندين الجزائريين والمغاربة، وحاولت فرنسا مقاومة الدعاية الألمانية التي تقوم باستقطاب المجندين المسلمين فكانت التقديرات. من 5 إلى 8٪ منم ينخرطون في الجيش التركي. في شكل تمردات للمجندين. [4] فالحرب العالمية

---

[1] عبد الباسط محمد أبو ناموس: مرجع سابق ص20.

[2] لقد كانت الحكايات عن الأعمال الوحشية من الأساليب التي طالما استخدمها أبطال الدعاية الحربية وقدروها، ولم تكن الحرب العالمية الأولى استثناء من هذه القاعدة .فإن صور الغول البروسي «يلهو فخورا بمراوته أو صورة» الوحش الهوني «الذي لا يكاد حزام سيفه يطوق بطنه « الهائل، المشغول طوال الوقت بصلب الجنود واغتصاب النساء وتقطيع أوصال الأطفال وتلويث الكنائس ونهبها .كلها أجزاء من الصور الشعبية التي غرست بعمق في معرض القرن العشرين للصور الشعبية .وإذ نجح رجال الدعاية – في دول الحلفاء – في إحياء تلك الصورة خلال الحرب الكبرى العالمية الأولى (فإن النمط الذي صنعه البريطانيون ل» الهون «أو صنعة الفرنسيون ل» البوش «قد أمدهم ببؤرة التركيز الرئيسية التي كانوا بحاجة إليها لكي يشنوا هجومهم المعنوي على العدو في داخل بلاده وفي داخل بلادهم وفي الخارج .وتمكنوا من تشخيص وتجسيد مجتمع ألماني قائم على المبادئ العسكرية حتى يغرسوا في أذهان الجنود والمدنيين على السواء النتائج المريبة للهزيمة أمام هذا المجتمع .للمزيد انظر: فيليب تايلور : مرجع سابق , ص272.

[3] مصطفى الدباغ: مرجع سابق , ص 26.

[4] Maurice Faivre, L'Armée d'Afrique et l'armée coloniale des La librairie du Cercle algérianiste de Perpignan met origines à votre disposition; Article paru dans l'Algérianiste N° 131 –septembre 2010

الأولى والثانية كانت نموذج مثالية لاستخدام فنون الحرب النفسية.[1] في إرهاب عدوها وبث الذعر في نفوسهم وذلك باستخدام الدعايات والشائعات ومنها بأن هتلر يغلي جثث الموتى ويصنع منها صابون وأن جنوده يقومون بقطع أيدي الأطفال مهما قام باستخدام الاذاعة لنشر الشائعات وإنشاء مكاتب الترويج الدعايات لتحقيق أهدافهم.[2]

يضيف الدكتور مصطفى الصباغ ففترة ما بين الحرب العالمية الأولى والثانية مع توقف الحرب توقف الاهتمام بالأبحاث النفسية في كل من بريطانيا والولايات المتحدة حتى قال أحد الباحثين أن الخطر الحربي في سنوات السلام القليلة القادمة يكمن في تناقص عدد الضباط القادرين على القيام بأعباء الأبحاث النفسية من بعد مرور الأزمة الحالية وأخشى أن تبدأ أمة أخرى في الأبحاث النفسية من حيث توقفنا بعدما انقضت الأزمة ، وقد تستطيع هذه الأمة اقامة علم نفس عسكري سليم يكون أشد فتكا من أضخم المدافع ، ذلك لأن مجهوداتنا مهما كانت قيمتها وامتيازها إنما هي البدايات الأولى لهذا العلم. وقد صدق ظن هذا الباحث وان ما توقعه وكان يخشاه قد حدث عندما أدارت ألمانيا دفة الأبحاث النفسية لتستخدمها في بناء الجيش والدولة على حد سواء، فبعد أن انتهى الألمان من بحث أسباب هزيمتهم في الحرب العالمية الأولى لجأت سياستهم إلى تنشئة جيل يعتمد عليه في الحرب قوة وتكاملا واخلاصه، واتخذت المانيا من الوسائل العلمية النفسية طريقة لإقامة جيش قوي كجزء من الخطة العامة لتعبئة الأمة كلها تعبئة نفسية للقتال. وقد انتظمت النشاطات النفسية الالمانية في مجال الحرب النفسية وانتهت الأبحاث النفسية في هذا المجال إلى دراسة عميقة للظواهر النفسية الاجتماعية وما يتعلق منها بفن القيادة السياسية والعسكرية ، وسيكولوجية الدعاية، والروح المعنوية الدفاعية (هي التي تتعلق برفع الروح المعنوية للألمان) والهجومية (وتهدف إلى إضعاف وتحطيم معنويات الأعداء)، وأساليب الحرب النفسية الأخرى كالاشاعة في الحرب النفسية.[3]

متاحة على الموقع الالكتروني :.

https://www.miages-djebels.org/IMG/pdf/L_armee_d_Afrique_par_M_Faivre.pdf

التاريخ 2018/07/08 الساعة:22:00

[1] فقد أقامت الحكومة البريطانية مكتبا سريا للدعاية الحربية في «ويلينجتون هاوس» تحت قيادة تشارلس ماسترمان. وكانت هذه الإدارة هي أكثر الفروع أهمية في شبكة الدعاية البريطانية فيما بين العامين 1914 و1917، وكان عملها بالغ السرية، حتى أن أكثرية أعضاء البرلمان لم يكونوا يعرفون بوجودها . فقد كان من الضروري بصورة جوهرية أن تختفي عن الشعب الأمريكي حقيقة أن الكتلة الضخمة من المواد المكتوبة المرسومة التي يتلقونها من بريطانيا عن الحرب –من النشرات والملصقات والرسوم بل والأخبار نفسها – إنما كانت تصدر عن ويلينجتون هاوس تحت إشراف وزارة الخارجية. أسست رسخت أيضا مبادئ عدة مهمة أخرى للعمل، وناجحة في النهاية، فعلى سبيل المثال، اتخذت الحملة البريطانية أسلوبا هادئا يعنى عناية بالغة بانتقاء مفرداته وموضوعاته، ويعتمد على الإقناع لا على التحريض الإنشائي والخطابي. واتضح أيضا أن أفضل الدعاة لقضية الحلفاء هم الأمريكيون المتعاطفون مع تلك القضية، وخاصة أولئك الذين يشغلون مناصب مؤثرة في الحكومة ومجال الأعمال والتعليم ووسائل الإعلام. وكان المبدأ الحاكم في هذا الصدد، على حد ما أفصحت عنه إحدى الوثائق هو «إنه من الأفضل التأثير في أولئك الذين يستطيعون التأثير في الآخرين، من محاولة التوجه مباشرة إلى كتلة السكان». وبفضل سيطرة البريطانيين على الاتصال البرقي المباشر بين أوروبا وأمريكا الشمالية احتكر البريطانيون أيضا كل الأخبار، وكانت الأخبار هي أساس الحملة. للمزيد انظر: فيليب تايلور، مرجع سابق , ص269.

[2] عبد الباسط محمد أبو ناموس، مرجع سابق , ص21.

[3] مصطفى الدباغ: مرجع سابق , ص26.

أما أسباب نجاح الدعاية[1] النازية، إضافة إلى أسباب القدرة الفائقة على تنظيم المسيرات والمظاهرات وصيانة الرموز شبه الوثنية وتوظيف جهاز الراديو والصور السينمائية، وتضافر مشاعر المهانة لدى طبقة اليونكرز نبلاء الريف البروسيين مع مشاعر الكبرياء والعنصرية والنزعة العسكرية ، مع حالة الاحباط العام جراء الأزمة الاقتصادية الكبرى، والتعويضات التي فرضها الحلفاء على المانيا في اتفاقية فرساي بعد الهزيمة في الحرب العالمية الأولى، ونزع أقاليم السمار والألزاس وغيرها من المانيا الأمانة الشعب الألماني وحرمان المانيا من التسلح، مع انعدام أي موروث ليبرالي.[2] فالمنطق الدعائي هو الذي يسمح بالتجانس في عناصر الاستراتيجية الدعائية، فالمعروف أن الدعاية هي عملية إقناع , وان جوهرها لا يمكن أن يكون صادقا في جميع عناصره، وإلا لما كانت هناك حاجة إلى الدعاية ، كذلك لا يجوز أن يكون منطقها كاذبا في جميع عناصره، وإلا حكم عليها بالفشل المطلق .[3]

ويعتمد هذا الأسلوب على جذب انتباه الجمهور نحو الموضوع المقصود عن طريق قرنه. موضوع أكثر جاذبية، كأن نضع إلى جانب ماء شملان صورة فتاة جميلة. أو شخصية مهمة. ومن الخطأ التصور أن المثير نفسه يمكن أن يكون مناسبا لكل موضوع، فلا بد من مراعاة فئة المستهلكين أو المستهلكات التي يتوجه إليها بالدعاية. فقد يحدث في بعض الحالات رد فعل معاكسة كنتيجة لتعارضه مع القيم السائدة لدى الجمهور.[4]

لم يكن تأثير الدعاية الألمانية والتركية ذا تأثير فعال في نفوس الجزائريين، ويؤكد "أجيرون " بأن المسلمين الجزائريين حافظوا على الهدوء، وقدموا مساعدة للمحتلين الذين ساروا إلى الحرب ووعدوهم بحراسة أملاكهم. وقد وصل عدد المجندين الجزائريين في الحرب الكونية الأول 173019 مجندا، وأول انتفاضة بدأت من

---

[1] لقد كانت الحرب العالمية الأولى والثانية مجال تجريبي ضخم أثري الحرب النفسية بالأساليب والوسائل حيث رافق تطور أساليب الحرب التقليدية تطور في مجالات هامة أثرت على تطوير الحرب النفسية كتقدم الاتصالات ووسائل الاعلام والعلوم التقنية وازدهار علم النفس والعلوم الأخرى علمي لتخرج الدول من الحرب بمفاهيم متكاملة في هذا المجال كما أكد هتلر على أهمية الحرب النفسية ، وكان من أشهر أقواله لسنا بحاجة إلى مائة أو مائتين من الأنصار الشجعان وفي عام 1914 أنشأت وزارة الخارجية البريطانية مكتب الدعاية ولكن الجهد الكبير كان يتم بموجب المؤسسات الخاصة وقد اتخذت الحرب النفسية في الحرب العالمية الأولى صورا مختلفة من قبل الحلفاء منها على سبيل المثال العمل على خلق روح الكراهية وتوجيهها ضد العدو والعمل على تحطيم معنوياته اقناع الرأي العام والمحلي بشرعية وعدالة موقف الحلفاء وزيادة روح القتال تنمية روح الصداقة بين الحلفاء وتقوية إيمانهم بأنهم على حق وبان النصر سيكون حليفهم في تنمية وتقوية روح الصداقة مع الأمم التي تحارب أمريكا وانتشرت الشائعات في هذه الحرب بأن الألمان يقطعون أيدي الأطفال وأنهم يغلون جثث الموتى ويصنعون منها الصابون كما استطاعت دول المحور أن تجعل شعوبها أولا راضية عن القيام بحرب عدوائية وقد اقتضت كل المحاولات التي سبقت العمليات العدائية استخداما واسع النطاق للدعاية السوداء برغم ما بذل من جهد كبير لإخفاء تلك الدعاية ولقد حقق الألمان في ميدان الدعاية ثلاثة انتصارات في المجال السياسي بجعل كتلة كبيرة من الرأي العام الدولي ترى أن مستقبل العالم يتوقف على الاختيار بين الشيوعية والفاشية في المجال الاستراتيجي بأن تبدو كل ضحية على أنها هي الضحية الأخيرة، وبذلك تقدم الألمان رويدا رويدا في المجال السيكولوجي : يستخدم المجال السيكولوجي أسلوب الذعر والخوف الكامل بجعل الشعب الألماني نفسه يخشى من تصفية الشيوعية له، كما استخدمت أفلام عمليات الحرب الخاطفة لإخافة الجماعات الحاكمة في دول أخرى لتحطيم المعنويات، بل تستطيع كل منهما أن تتدخل في الإذاعية الأخرى بالقيام بما يسمى أعمال الشوشرة . للمزيد انظر: عبد الباسط محمد أبو ناموس , مرجع سابق , ص,ص,18–20.

[2] عبد الرزاق الدليمي: الدعاية والشائعات والرأي العام رؤية معاصرة , دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع , عمان , ط2,2015 , ص123.

[3] زهير عبد اللطيف عابد: الرأي العام وطرق قياسيه, اليازوري للنشر والتوزيع ,عمان, 2016 ,ط1 , ص 110.

[4] محمد عبدالملك المتوكل: مدخل إلى الإعلام والرأي العام, مكتبة الإنجلو المصرية, القاهرة 2005 , ط2, ص73.

بريكة من طرف متمردين عن التجنيد وذلك في ليلة 1 نوفمبر 1916 حيث هاجموا مقر بلدية عين توتة، وفي الغد قتلوا رئيس دائرة باتنة الذي حاول التدخل لتهدئة الأوضاع لمحاصرة المتمردين، ولكن لم تتوقف أعمال التمرد طيلة سنين ثم باشرت الاعتداءات على الأملاك والأشخاص و الجوع . [1]

وفي تفسير صيغة الحرب يذكر الدكتور كانت المواجهات العسكرية تأخذ شكل ضغائن وعداوات وغارات يشنها الطرفان على بعضهما البعض، ومعارك طاحنة يلتحمان فيها على ارض يحددها الطرفان سلفا. ولقد نمت عصابات المحاربين في الحجم والتعقيد مما قاد الى أنماط متخصصة من القيادة.[2]

ويكون التأثير أكبر إذا اجتمعت الصورة والصوت في الوسيلة الدعائية المستخدمة وإذا كانت الوسائل المذكورة فقد استخدمت في أغراض التسلية والترويج والتعليم والدعاية التجارية والإعلان، فهي أيضا يمكن أن تستخدم في أغراض الدعاية السياسية وينبغي الإشارة إلى أن هناك وسائل دعائية أخرى تعق الاجتماعات والمؤتمرات الصحفية، وقد تنشئ بعض الدول مؤسسات ثقافية أو جامعات ومدارس ومكتبات أو معاهد أو غيرها في دول أخرى ليكون هذه المؤسسات أغراضه دعائية مستترة. وأخيرا ينبغي اختيار الوسيلة الملائمة، حتى تحقق الدعاية الغرض المطلوب منها، كما يجب أن تساع البرامج الدعائية وان تتنوع بحسب الثقافات والأمرجة والأذواق المتباينة للجمهور المستهدف على اختلاف أنواعها وتوجهاتها.[3]

من المعروف في الدعاية أنها لا تناقض نفسها، فإذا أصدر العدو بيانا رسميا فئد فيه خطأ لنا وقعنا فيه خلال الدعاية، فيجب في هذه الحالة أن نتبع أسلوب الصمت، لأننا إذا عقبنا عليه سنعطي للعدو سلاحا جديدة ليشهر بنا. [4]

ويرى الباحثون في علوم الاتصال والسياسة أن الرأي العام يتحدد بمجموعات آراء الأفراد التي توجد بينها درجة مسبقة من الاتفاق، أي أنه لا يظهر إلا في إطار من الاتفاق العام، أي أن الأغلبية ليست كافية، والإجماع ليس مطلوبا .ولكن الرأي العام يستلزم رضى الأقلية على اقتناع لا عن خوف برأي الأغلبية. وتكمن قوة الرأي العام في قدرته على تغيير وتعديل التركيب الاجتماعي الذي يعمل بداخله، سواء بالنسبة للأفعال أو الأفكار، فمن خلال العملية التي ينشأ بها الرأي العام، يقوم تبادل حيوي بين شتى ضروب النفوذ التي تسيطر على سلوك الأفراد وأفكارهم وعواطفهم، وبهذه الطريقة يوجد الرأي العام القدرة على اتخاذ الإجراء الجماعي المتفق عليه[5].

---

[1] عز الدين معزة ، مرجع سابق،ص08 .

[2] رالف م. غولدمان: من الحرب إلى سياسة الأحزاب لتحول الحرج إلى السيطرة المدنية, تر، فخري صالح , الدار الأهلية للنشر, عمان , 1996, ط1, ص38.

[3] فايز عبد الله مكيد العساف: أساليب الادارة المتقدمة للدعاية الإعلامية الدولية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة , بغداد, ع 29 ، 2012, ص178.

[4] فرهاد حسن عبد اللطيف: الإعلام الحربي والعسكري، الجنادرية للنشر والتوزيع, عمان, 2015,ط1, ص145.

[5] محى الدين عبد الحليم: الرأي العام مفهومه وأنواعه عوامل تشكيله وظائفه وقوانينه طرق قياسه وأساليب تغيير, مكتبة الأنجلو المصرية ,القاهرة , 2009 , ص24.

خاتمة:

ومن خلال هذه الدراسة توصلت إلى المعطيات التالية:

- شهدت الحرب العالمية الأولى تحول الحرب النفسية من وسيلة عرضية إلى آلة عسكرية رئيسية هي السلاح الذي كسب الحرب وذهب عدد منهم ينشر الدعاية في صفوف الحلفاء.
- عملت الدعاية في أهدافها على خلق وعي عام بتشكيل فئة مضطلعة إلى تتبع حقائق مخفية عن العلاقات الدولية عن كل طرف .
- كانت ألمانيا وبرطانيا كقوتين متنافستين في مجال الدعاية والحرب بأسلوبين يعود المغزى منه إلى استفزاز الآخر وزرع الشكوك عنه في نفسية الراي العام وبالتالي إعطاء صورة مغايرة للمشاهد والمترقب لنتائج الحرب .
- أثرت وسائل الاعلام والدعاية في تغيير مسار الحرب لدولة على حساب دولة وبالتالي اعتبرت محركا في العلاقات الدولية .
- أفرزت الحرب العالمية الأولى نماذج لحرب لم تكن مدركة لعبت فيها الدعاية دور البطولة.

الفهارس:

أولا – بالعربية :

أ– الكتب:

1. أحمد عارف الكفارنة :العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار في السياسة الخارجية , دراسات دولية , ع42.
2. أحمد ناصوري (2005), دراسة تحليلية لعملية صنع القرار السياسي, مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية, مج 21 , ع1 , جامعة دمشق , دمشق .
3. حسين علي ابراهيم الفلاحي(2014), قضايا الديموقراطية في الصحافة العربية,ط1 , دار غيداء للنشر والتوزيع , عمان.
4. حميدة سميسم(2005), الحرب النفسية , ط1, الدار الثقافية للنشر,القاهرة.
5. خالد زكي: الصحافة والتمهيد للثورات, العربي للنشر والتوزيع, القاهرة,(2015), (د.ط).
6. رالف م. غولدمان(1996), من الحرب إلى سياسة الأحزاب لتحول الحرج إلى السيطرة المدنية, تر، فخري صالح , ط1 , الدار الأهلية للنشر, عمان.
7. رامي عطا صديق, فاطمة شعبان أبو الحسن (2016) , الإعلام والانتخابات نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة, ط1, أطلس للنشر والانتاج الاعلامي, القاهرة.

ب– الرسائل والأطروحات:

8. زهير عبد اللطيف عابد(2016), الرأي العام وطرق قياسيه, ط1, اليازوري للنشر والتوزيع ,عمان.
9. صلاح عبد الحميد (2018), الاعلام السياسي, ط1, أطلس للنشر والانتاج الاعلامي, القاهرة.

10.عبد الباسط محمد أبو ناموس(2015), الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة, رسالة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الدبلوماسية والعلاقات الدولية , برنامج الدراسات العليا المشترك أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا وجامعة الأقصى , القدس.

11.عبد الرزاق الدليمي(2015) , الدعاية والشائعات والرأي العام رؤية معاصرة, ط2 , دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع , عمان.

12.عبدالرزاق محمد الدليمي(2015) , الدعاية والشائعات والرأي العام رؤية معاصرة , ط2, دار اليازوري العلمية للنشر, عمان .

13.عطاالله الرمحين, حارث دوهان(2019) , الدعاية في قطاعات مختلفة الجنابي, (د.ط), دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان .

14.عيسى عبد الباقي(2014) , الصحافة الاستقرائية أطر نظرية ونماذج تطبيقية, (د.ط), دار العلوم للنشر والتوزيع , القاهرة.

15.فايز عبد الله مكيد العساف: أساليب الادارة المتقدمة للدعاية الإعلامية الدولية, مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة , بغداد, ع 29 ، (2012).

16.فرهاد حسن عبد اللطيف(2015), الإعلام الحربي والعسكري,ط1, الجنادرية للنشر والتوزيع, عمان.

17.فؤاد علي أحمد (2017) , وسائل الاعلام والمشاركة السياسية , ط1, دار أمجد للنشر والتوزيع ,عمان.

18.فيليب تايلور قصف العقول الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي, تر سامي خشبة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب, الكويت.

ج– المجلات:

19.محمد خيرت يوسف (2015), الاعلام والصحافة السياسية , ط 1, مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع, القاهرة.

20.محمد عبدالملك المتوكل (2005), مدخل إلى الإعلام والرأي العام, ط2, مكتبة الإنجلو المصرية, القاهرة .

21.محى الدين عبد الحليم (2009) , الرأي العام مفهومه وأنواعه عوامل تشكيله وظائفه وقوانينه طرق قياسه وأساليب تغيير, مكتبة الأنجلو المصرية, القاهرة.

22.مصطفى الدماغ (1998) , المرجع في الحرب النفسية دراسات عسكرية , ط1, المؤسسة العربية للدراسات والنشر, عمان.

23.موسى محمد الطويرش(2017) , العالم المعاصر بين حربين من الحرب العالمية الأولى إلى الحرب الباردة 1914–1991, ط1 , دار المعتز للنشر والتوزيع ,عمان.

24.نبيلة بن يوسف(2017), الدعاية السياسية أثناء الحروب دراسة حالة الدعاية السياسية في الحرب على العراق 2003 , مجلة دفاتر السياسة والقانون ,ع 04,جامعة تيزي وزو, الجزائر.

25.هالة محمود عبد العال(2017), تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية ,ط1, العربي للنشر والتوزيع , القاهرة .

26.ول ويلكينسون (2013) ,العلاقات الدولية مقدمة قصيرة جدا تر, لبنى عماد تركي, ط 1, مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة ,القاهرة .

ثانيا – بالفرنسية :

- Christian Koller : The Recruitment of Colonial Troops in Africa and Asia and their Deployment in Europe during the First World War. School of History, Welsh History and Archaeology, Bangor University, Vol. 26, Nos. 1/2, March/July, 2008
- Gilbert Meynier :Les Maghrébins en France 1914-1918 l'insertion des Maghrébins dans l'armée Cahiers de la Méditerranée, n°6, 1, 1973. Aspects et prolongements de la guerre 1914-1918. En marge de la guerre du Rif ,pp. 38-46 .
http://www.revues-plurielles.org/_uploads/pdf/20_38_6.pd
https://www.miages-djebels.org/IMG/pdf/L_armee_d_Afrique_par_M_Faivre.pdf
- Maurice Faivre, L'Armée d'Afrique et l'armée coloniale des La librairie du Cercle algérianiste de Perpignan met origines à votre disposition; Article paru dans l'Algérianiste N° 131 –septembre 2010
- Richard S. Fogarty L'identité en question l'islam, la captivité, et les soldats nord-africains pendant la Grande Guerre University of New York,p38

اتجاهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية

–دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الرياضيين–

Algerian sports journalists' attitudes toward using electronic sports journalism
a field study on a sample of sports journalists

أ. بن خليفة نوفل

باحث في سلك الدكتوراه جامعة الجزيرة –السودان

ملخص:

تهدف هذه الدراسة في شقها النظري الى ابراز التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية المطبوعة في ظل التطورات الاخيرة، كما تهدف الدراسة في شقها الميداني الى تقديم صورة عامة عن وضع الصحف الرياضية الجزائرية المطبوعة امام هذه الثورة الهائلة، وعليه فان التساؤل الرئيسي للدراسة كان: ما هي اتجاهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية؟ تندرج ضمنه مجموعة من الاسئلة الفرعية: هل للصحافيين الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الأنترانت في العمل الصحفي ؟، هل للصحافيين الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحافة الرياضية الإلكترونية؟ وبغية الاجابة على هذه المجموعة من الاستفسارات فقد اعتمدنا على منهج المسح الميداني، كما قمنا باختيار مجموعة من الصحف تتمثل في أربعة جرائد يومية، كما قمنا بتفريغ البيانات انطلاقا من مقياس ليكرت، وتوصلنا في الأخير الى جملة من النتائج.

الكلمات المفتاحية الاتجاه، الصحافة الرياضية الالكترونية، النشر الالكتروني، النشر المكتبي، تكنلوجيا الاعلام والاتصال.

Abstract:

This study aims to illustrate the challenges facing the printed sports press in the light of recent developments. Also presenting a general picture of the situation of the Algerian sports newspapers printed before this huge revolution. Therefore, the main question of the study: What are the trends? Algerian sports journalists to use electronic sports journalism of all kinds local, Arab and Western. The Algerian sports journalists have negative attitudes towards expanding the use of the intranet in the press. Are Algerian sports journalists having negative attitudes towards reading the electronic sports journalism, In order to answer this set of queries, we relied on the field survey methodology. We also selected a group of newspapers in four daily newspapers. We also emptied the data from the Likert scale, and finally reached a number of results.

Keywords Trend, electronic sports journalism, electronic publishing, desktop publishing, information and communication technology

أولا: الإطار المنهجي.

1. مقدمة:

تعد شبكة الإنترنت من أكثر الوسائط إثارة للجدل باعتبارها من أبرز تطبيقات تكنولوجيا الاتصال التي انتشرت بشكل واسع في أنحاء العالم، حيث واكب ظهورها هذا انتشار مظاهر شديدة التغيير عصفت بالمبادئ التقليدية للإعلام وقلبت موازينه لتنقله إلى عالم الرقمية بكل جدارة، حيث أنها عندما أخذت تكتسح العديد من مناحي النشاط الإنساني مع منتصف التسعينات من القرن الماضي تحديدا كانت الصحف الرياضية ووسائل الإعلام بشكل عام من أوائل المنضمين لهذه المملكة التقنية الجديدة. ومع ظهور الانترنت بدأت الصحف تتحول بخطوات متفاوتة السرعة نحو الإصدار الإلكتروني، ويعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي الرياضي ثورة بالمعنى المتكامل، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر حيث بدأت تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على الشاشة، وقد أخذ هذا التطور معنى جديد طال الشكل والمضمون والممارسة المهنية بشكل لم يسبق له نظير.

وقد ظهرت هذه الصحف الرياضية الإلكترونية لتعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية، وهي لا تعني مجرد استبدال الصحيفة الرياضية المطبوعة بالحاسب الآلي بل تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية، لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل بل ونمط التسويق أيضا لأن التصور الأكثر موضوعية للصحافة الرياضية الإلكترونية لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية لأنه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على كل الأطراف، بل وستخلق مناخا اتصاليا يختلف في جوانبه عن المناخ الذي خلقته ثقافة الصحيفة المطبوعة، ولعل من أهم هذه الأطراف القائم بالاتصال نحو هذا النوع الجديد من وسائل الإعلام ونظرته لطبيعة التعامل مع الصحف الرياضية الإلكترونية وكيفية استخدامها.

وبطيعة الحال فإن الصحافة الرياضية الجزائرية وجدت نفسها أمام تحد تاريخي لا يقتصر على أهمية الإسراع في توظيف هذه التقنيات الجديدة فحسب، بل إلى إمعان النظر في واقع معظم الصحف الرياضية الجزائرية التي عانت ولا تزال تعاني من تراكم العديد من المشكلات التسويقية وكذا التحديات المهنية، وتواضع موارد الإعلان مقارنة مع مثيلاتها في العالم وهذه التهديدات من دون شك تصب في مصلحة المنافسين مما سيشكل تهديدا مباشرا لبعض الصحف الصغيرة التي قد تضطر إلى مغادرة ساحة النشر أو البحث عن مجال استثماري جديد خصوصا في ظل مناخ الحرية الإعلامية الذي يسود العالم اليوم من خلال صحافة الانترنت وفي ظروف دولية أدت إلى رفع الدعم الحكومي عن هذه الصحف الرياضية.

فمن خلال ما تقدم عرضه، رأينا أنه من الضروري الالتفاتة إلى معرفة توجهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين نحو هذا النوع الجديد من الصحف الرياضية ومعرفة مستويات تفضيلاتهم بين المحلية منها

والعربية وكذا الأجنبية وكثافة استخدامها ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام، وجل الدوافع المختفية وراء التعرض للصحف الرياضية الإلكترونية على اعتبار أن معرفة الاتجاه الذهني للفرد هو الطريقة الأمثل للوصول إلى الأحكام الصحيحة في المسائل المثيرة للجدل، والقضايا والظواهر التي تطرح إشكالات عديدة، كظاهرة استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية وانتشارها في أوساط الصحفيين الرياضيين، فالاتجاهات تعتبر تنظيم محكم لخبرات وتجارب الأفراد بحيث تؤدي إلى تحديد الشكل النهائي للاستجابة الإيجابية أو السلبية تجاه الموضوع، وعليه فقد جاء التساؤل الرئيسي كالآتي: **ما هي اتجاهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية؟**

لتندرج ضمنه سؤالين رئيسيين هما:

- هل الصحفيون الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي.
- هل الصحفيون الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحافة الرياضية الإلكترونية؟

2. **فروض الدراسة:**

– **الفرضية الأولى**: الصحفيون الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي.

- المؤشر الأول: ضعف المهارة التقنية.
- المؤشر الثاني: هيمنة التسلية.
- المؤشر الثالث: التشبث بالصحافة الرياضية الورقية.

– **الفرضية الثانية**: الصحفيون الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحافة الرياضية الإلكترونية.

- المؤشر الأول: قراءة غير منتظمة للصحف الرياضية الإلكترونية.
- المؤشر الثاني: قراءة للصحف الرياضية الإلكترونية الغربية للضرورة.
- المؤشر الثالث: مقاومة انتشار الصحافة الرياضية الإلكترونية بالجزائر.

3. **أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة في شقها النظري إلى إبراز التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية المطبوعة في ظل التطورات التكنلوجية الأخيرة، وتهدف الدراسة في شقها الميداني إلى تقديم صورة عامة عن وضع الصحف الرياضية الجزائرية المطبوعة أمام هذه الثورة الهائلة ولاستقصاء آراء عينة من صحافييها وقياس اتجاهاتهم لمعرفة مدى مواكبتهم لهذه التكنولوجيا.

4. **منهج ونوع الدراسة:** تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع أو إجراء تعديلات فيه أو استكماله وتطويره، حيث يرى محمد زيان عمر أن"البحوث الوصفية تقوم على تقرير وتحليل الحقائق

تحليلا دقيقا وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراس، أما عن المنهج المستخدم هو منهج المسح الميداني.

5. عينة البحث:

اعتمدنا في بحثنا هذا على العينة القصدية والتي تعتبر من أكثر أنواع العينات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام التي تجرى في مجال قياسه.

وتم اختيار معيار علمي لاختيار عينة الدراسة الممثلة للصحفيين الرياضيين والمحررين للمواد الاعلامية الرياضية الذين سيتم استكشاف اتجاهاتهم نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية ويتمثل في أن ينتموا إلى مؤسسات إعلامية لها مواقع على الانترنت بما يعنيه ذلك من توافر خبرة أكبر لهؤلاء الصحفيين عن غيرهم في مجال التعامل مع استخدام الانترنت إعلاميا. ووفقا لهذا المعيار تم إجراء مسح لمجموعة تتكون من 4 جرائد يومية وطنية خصوصا أنه من الصعب التعامل مع كل الجرائد التي تصدر على المستوى الوطني، كما راعينا في اختيارنا نوع الصحف التي لها صفحات رياضية، بالإضافة إلى أخذ حصص بمعدل 13 صحفي من كل جريدة. ويمكن تبويب عينتنا البحثية كالآتي:

جدول رقم01: يمثل مجتمع العينة المدروسة.

عناوين الجرائد	العدد الإجمالي للصحفيين	العينة المأخوذة
الخبر اليومي	177	20
الشروق اليومي	147	19
الفجر	69	11
النهار الجديد	88	12
Σ	451	**52**

خصائص العينة: فيم يلي تفريغ للبيانات الشخصية المدونة في الاستمارة.

جدول رقم:02 يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكور	25	48.08
إناث	27	51.92
Σ	52	%100

من خلال الجدول رقم02 نلاحظ أن نسبة الإناث فاقت نسبة الذكور وجاءت بمعدل % 51.92ف ي حين جاءت نسبة الذكور % 48.08 وهي نسب متقاربة بين الجنسين وهذا راجع لطبيعة العينة المختارة وهي العينة الحصصية بحيث تم تطبيقها على عدد الصحفيين المختارين من كل جريدة وكان العدد متساوي في كل جريدة، في حين لم تتم مراعاة عامل الجنس بأخذ نسب متساوية نظرا لإتباع طريقة الصدفة في اختيار الصحفيين الرياضيين.

جدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل السن

السن	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 25 سنة	6	10.58
من 25–35 سنة	36	70.19
من 35–50 سنة	10	19.23
أكثر من 50 سنة	0	0
Σ	52	%100

حسب الجدول رقم 03 المتعلق بعامل السن بلغت أكبر نسبة % 70.19 وشملت الصحفيين الرياضيين والمحررين لمواد رياضية الذين تتراوح أعمارهم مابين25 –35 سنة ، تليها فئة الصحفيين الرياضيين والمحررين لمواد رياضية الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35–50 سنة بنسبة19.23 %، أما نسبة الصحفيين الرياضيين الذين تقل أعمارهم عن 25 سنة فكانت نسبتهم 10.58% ، وأخيرا احتلت فئة الصحفيين الرياضيين الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة المرتبة الأخيرة بـ0 %.

ويتضح من خلال هذه القراءة أن أغلب الصحفيين الرياضيين المبحوثين يعتبرون طاقات شبانية هذه الفئة الشابة والتي تتميز بقدرات اتصالية عالية وكذا بالقدرة على مواكبة التكنولوجيات الجديدة نظرا لحداثة سنها تستطيع أن تعطينا اتجاهات بناءة ومبنية على أساس فعلي حول موضوع جديد كالصحافة الرياضية الإلكترونية، كما أن فئة الصحفيين الرياضيين الأقل من 25 سنة جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة لأنها أقل خبرة من باقي الفئات الأخرى وليست على إطلاع كبير على موضوع جديد كالصحافة الرياضية الإلكترونية كما أن نتائج الفئة الأخيرة تدل على عدم مواكبة فئة الصحفيين الرياضيين الكبار السن للتكنولوجيات الحديثة، أو بالأحرى انعدام هاته الفئة.

جدول رقم04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية%
ثانوي	2	3.85
عالي	43	82.69
ما بعد التدرج	7	13.46
Σ	52	%100

من خلال الجدول رقم 04 يتبين لنا أن أكبر نسبة من الصحفيين الرياضيين المبحوثين ذوي مستوى عالي وبلغت82.69% ، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الصحفيين الرياضيين ذوي المستوى ما بعد التدرج بنسبة 13.46% ثم ذوي المستوى الثانوي بنسبة 3.85% .

يمكن القول إن غالبية الصحفيين الرياضيين الجزائريين المبحوثين لديهم مستوى دراسي عالي وهذا طبعا سيؤثر إيجابا على اتجاههم نحو موضوع الصحافة الرياضية الإلكترونية لأنه موضوع جديد ومعقد ولا يستطيع فهمه والحكم عليه إلا صحفي يملك مستوى تعليمي عالي.

جدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل التخصص في الجامعة.

التخصص في الجامعة	التكرار	النسبة المئوية%
علوم الإعلام والاتصال	20	40
علوم دولية سياسية وعلاقات	6	11
أدب عربي	4	09
لغة فرنسية	4	08
حقوق	3	06
علم الاجتماع	03	06
لغة إنجليزية	02	04
علم النفس	02	04
ترجمة	01	03
علم المكتبات والمعلومات	01	02
علم الأرض والجيولوجيا	01	02
علوم اقتصادية	02	01
علوم تجارية	02	02
فلسفة	01	02
Σ	52	%100

يبين الجدول رقم05 أن أعلى نسبة سجلت من قبل الصحفيين الرياضيين ذوي الاختصاص علوم الإعلام والاتصال وقدرت بـ 40% تليها فئة ذوي تخصص علوم سياسية بمعدل 11% ثم الأدب العربي بـ 9% في حين سجل تخصص اللغة الفرنسية نسبة 8% ، وجاء كل من تخصصي الحقوق وعلم الاجتماع بنفس النسبة وقدرت ب 06 نفس الشيء بالنسبة لتخصصي اللغة الإنجليزية وعلم النفس احتلا المرتبة السادسة بنسبة 4% ، ثم تخصص الترجمة بنسبة 3 يليها كل من تخصصي علم المكتبات وعلم الأرض بنسبة 2% وفي المرتبة الأخيرة تقاسمها الصحفيين ذوي الاختصاصات علوم اقتصادية، علوم تجارية، تاريخ، فلسفة وإلكترونيك بنسبة 1%.

من خلال قراءتنا لهذا الجدول يتبين أن أغلبية الصحفيين الرياضيين المبحوثين ذوي اختصاص علوم الإعلام والاتصال بالرغم من التنوع الشديد في الاختصاصات حتى التقنية والتي لا تمت لمهنة الصحافة الرياضية بأية صلة مما يدل على أن نسبة لا بأس بها من الصحفيين الرياضيين المبحوثين ليسوا على دراية تامة بموضوع الصحافة الرياضية الإلكترونية بحكم أنهم لم يتلقنوا أبجديات الإعلام والإلكتروني بصفة خاصة مما يؤثر سلبا على توجهاتهم نحو موضوعنا.

جدول رقم06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل لغة التكوين.

لغة التكوين	التكرار	النسبة المئوية%
عربي	61	58.65
فرنسي	07	6.74
مزدوج	36	34.61
Σ	104	%100

يوضح الجدول رقم 06 المتعلق بعامل لغة التكوين أن أكبر نسبة من الصحفيين الرياضيين المبحوثين بلغت 58.65 % وتمثل المكونين باللغة العربية، تليها فئة الصحفيين الرياضيين الذين تلقوا تعليمهم باللغتين وبلغت 34.61%، في حين أن 6.74% فقط تلقوا تعليمهم باللغة الفرنسية.

من خلال قراءة هذا الجدول يتراءى لنا أن الغالبية الكبرى من الصحفيين الرياضيين المبحوثين يتقنون الحديث والتعامل باللغة العربية وهذا طبيعي لأن أغلبية المبحوثين تتراوح أعمارهم مابين 25–35 سنة أي فئة الشباب التي تكونت خلال فترة تم فيها تعريب جميع المؤسسات التعليمية الجزائرية، غير أننا نلاحظ أن المكونين باللغتين نسبتهم لا بأس بها، مما ينبئ بأن الصحفيين الرياضيين المبحوثين على مستوى ثقافي لا بأس به مما يسمح لهم باتخاذ مواقف صحيحة نحو موضوعنا.

جدول رقم07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل الصحفي

الأقدمية في العمل الصحفي	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 05 سنوات	20	39.42
من 05–10 سنة	23	44.23
من 10–20 سنة	08	15.39
20سنة فما فوق	01	0.96
Σ	52	%100

من خلال هذا الجدول يتضح أن فئة الصحفيين الرياضيين الذين لديهم خبرة في العمل الصحفي الرياضي من 05–10 سنوات هي التي سجلت أكبر نسبة وبلغت 44.23%، بينما سجلت فئة الأقل من 05 سنوات نسبة 39.42%، و15.39% لذوي أقدمية من 10–20 سنة، في حين جاءت فئة 20 سنة فما فوق في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.96%.

نستخلص من هذا أن غالبية الصحفيين الرياضيين المبحوثين هم قليلو الخبرة في المجال الإعلامي وهذا ما سيؤثر سلبا على توجهاتهم نحو عبارات مقياس الاتجاه.

جدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل الرتبة في الصحافة.

الرتبة الصحفية	التكرار	النسبة المئوية %
صحفي محرر	30	57.69
صحفي مبتدئ	4	8.65
مراسل صحفي	4	7.69
رئيس تحرير	4	7.69

رئيس القسم الرياضي	2	3.85
رئيس القسم الوطني	2	3.85
رئيس القسم المحلي و المراسلين	2	3.85
رئيس تحرير الموقع الالكتروني	1	0.96
صحفي محقق	2	3.85
صحفي مصور	1	1.92
Σ	52	%100

يوضح لنا الجدول رقم 08 والممثل لعامل الرتبة في الصحافة الرياضية أن نسبة الصحفيين الرياضيين المحررين تبلغ 57.69% ، تليها فئة الصحفيين الرياضيين المبتدئين بنسبة 8.65%، ثم فئة المراسلين التي سجلت 7.69% مناصفة مع رؤساء التحرير، ثم تأتي فئة رؤساء الأقسام الرياضية والوطنية والقسم المحلي والمراسلين بنسبة 3.85%، إضافة إلى فئة الصحفيين الرياضيين المحققين بنفس النسبة، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت فئة الصحفيين الرياضيين المصورين بنسبة 1.92%، وأخيرا وبتكرار واحد سجلت فئة رؤساء تحرير المواقع الإلكترونية نسبة قدرها 0.96% .

ويمكن القول أن أغلبية الصحفيين الرياضيين المبحوثين هم صحفيين رياضيين محررين عاديين ينتمون لمختلف الأقسام الرياضية والثقافية والوطنية والاقتصادية والمحلية.

6. أدوات جمع البيانات :

وتستدعي دراستنا استخدام آدتين متمثلتين في أداة قياس الاتجاه وتطبق عن طريق الاستبيان وكذا المقابلة.

- **قياس الاتجاه:** ويتم عن طريق استمارة كتابية تعرف بأنها الأداة التي من خلالها يمكن التعرف على آراء وأفكار المبحوثين حول موضوع البحث، وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد على جمع معلومات جديدة ومستمدة مباشرة من الواقع"[1]. وفي بحثنا هذا سنوظف مقياس ليكرت الخماسي والمتدرج بين الموافقة بشدة حتى عدم الموافقة بشدة مرورا بدرجة الحياد.

تتشكل استمارة قياس الاتجاه من سبعة أقسام موزعة كالآتي:

- القسم الأول: وشمل الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية وتضمن سبعة أسئلة أردنا من خلالها معرفة خصائص العينة المدروسة.
- القسم الثاني: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الأول من الفرضية الأولى (ضعف المهارة التقنية) وضم 08 عبارات، من العبارة 8-15.
- القسم الثالث: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثاني من الفرضية الأولى (هيمنة التسلية) وضم 05 عبارات، من العبارة 16-20.

[1]– عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطني للكتاب، بيروت، 1982 ، ص57.

- القسم الراب: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثالث للفرضية الأولى (التشبث بالصحافة الرياضية الورقية) وضم 10 عبارات، من العبارة 21–30.
- القسم الخامس: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الأول من الفرضية الثانية (قراءة غير منتظمة للصحافة الرياضية الإلكترونية) وضم 09 عبارات، من العبارة 31–39.
- القسم السادس: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثاني من الفرضية الثانية (قراءة للصحف الرياضية الإلكترونية الغربية للضرورة) وضم 07 عبارات، من العبارة 40–46.
- القسم السابع: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثالث للفرضية الثانية (مقاومة انتشار الصحافة الرياضية الإلكترونية بالجزائر) وضم 06 عبارات من العبارة 47–51.

ولدى تصميم هذا المقياس راعينا التوازن بين العبارات السلبية والعبارات الإيجابية بحيث توجد 23 عبارة إيجابية تتمثل في كل من العبارات التالية: 08–11–14–1518–19–20–22–23–24–25–26–27–28–29–41–42–43–44–45–46–50–51.

وبالموازاة من ذلك توجد 22 عبارة سلبية وهي: 9–10–12–13–16–17–21–23–33–34–35–36–37–38–39–40–47–48–49.

ثانيا: الإطار النظري

1– أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة:

- **الاتجاه (attitude):**

لغة: ترجع كلمة الاتجاه تاريخيا إلى أصلين: الأول مشتق من الأصل اللاتيني "aptus" والذي يشير إلى معنى اللياقة وكان أول من استخدمه (هربت سبنسر). أما الثاني فيرتبط باستخدام كلمة "posture" والتي تعني وضع الجسم عند التصوير، ثم تطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة" [1].

اصطلاحا: يعرفه البورت على أنه" حالة من الاستعداد العقلي العصبي التي نظمت عن طريق التجارب الشخصية السابقة وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد[2]". كما أنه يعرف على "أنه تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والمعرفية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة بالقبول أو النفور[3]".

إجرائيا: مما سبق يمكن استنباط تعريف إجرائي للاتجاه على أساس أنه تنظيم الفرد لبعض العمليات النفسية، تظهر محصلتها في سلوكه الفعلي والذي يعبر بدوره عن وجهة نظره حول موضوع معين من

---

[1] – محمد منير حجاب :الموسوعة **الإعلانية**، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2003 ، ص259.

[2] – سامية محمد جابر :منهجيات **البحث الاجتماعي والإعلامي**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن، ص335.

[3] نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة،1975 ، ص5.

الموضوعات مهما كان نوعه، معبرا عن اتجاهه بالتأييد أو بالرفض أو حتى بالمحايدة بطريقة تحكمية يمكن قياسها بإعطاء درجات لهذه الموافقة أو المعارضة أو المحايدة.

– **الصحافة الرياضية الإلكترونية (presse électronique):**

"الصحافة الرياضية الإلكترونية هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من الشبكات معلومات، سواء كانت نسخة أو إصدارة إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية أو صحيفة الرياضية إلكترونية ليست لها إصدارة مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، أكانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى، وسواء أكانت صحيفة رياضية عامة أو متخصصة"[1]. " تعرف على أنها الصحافة الرياضية اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها وطبع ما يرغب في طباعته"[2]. تعرف أيضا على أنها" النسخة الكمبيوترية للصحيفة الرياضية والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونيا وإدارتها واستدعائها، سواء تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقيا أو تم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي"[3].

إجرائيا: هي وسيلة إعلامية جديدة من جملة الوسائل المتعددة الوسائط، تتبلور في منشور إلكتروني، يحمل مجموعة من الأخبار والمقالات وفق فنون صحفية جديدة بشكل دوري ومتسلسل، تستخدم فيه تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة ويتم بخاصية تفاعلية ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر المربوط بشبكة الانترنت وتكون غالبا مرتبطة بالصحف المطبوعة أو تكون منشور إلكتروني محظ.

– **النشر الإلكتروني:** "يشير مصطلح النشر الإلكتروني إلى طريقة إنتاج البيانات والوثائق إلكترونيا من خلال مجموعة حاسبات شخصية أو صغيرة متصلة معا بطريقتين إما مباشرة أو عن بعد"[4]. كما أن بعض التيبوغرافيين يعرفونه"بأنه النشر المطبوع الدوري للصحف الرياضية (جرائد ومجلات)، والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والكتيبات والمطبوعات والملصقات وغيرها، بالاستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع خطوات ومراحل الإنتاج من جمع وتوضيب وتجهيز صفحات وألواح معدنية وغيرها للطبع، ثم الطباعة، وفي حجرة التجهيز للتوزيع في مكان واحد أو في أكثر من مكان في وقت معا"[5]. "وهو مرحلة يستطيع فيها كاتب المقال أن يسجل مقاله على إحدى وسائل تجهيز الكلمات Word processing، ثم

---

[1]– سعيد غريب: **الصحيفة الإلكترونية والورقية– دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية–**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر–ديسمبر 2001 ، ص213.

[2]– محمد نصر : **الانترنت والإعلام..الصحافة الإلكترونية**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003 ، ص4.

[3]– محمد عبد الحكيم محمد: **التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة** – دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا– ، القاهرة، أكاديمية أخبار اليوم، أفريل، 2003 ، ص4.

[4]– سمير محمود :**الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف**، دار الفجر للنشر والتوزيع 2001 ، القاهرة ، ص44.

[5]– محمود علم الدين :**تكنولوجيا الاتصال وصناعة الاتصال الجماهيري**، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1990 ، ص90.

يقوم ببثه إلى محور المجلة الإلكترونية الذي يقوم بجعله متاحا في تلك الصورة الإلكترونية للمشتركين في المجلة وهذه المقالة لا تنشر وإنما يمكن عمل صورة مطبوعة إذا طلب المشتركين ذلك"[1].

إجرائيا: النشر الإلكتروني هو ذلك النشر الذي يستعين باستخدام أجهزة إلكترونية لإنتاج وتوزيع البيانات والمعلومات والأخبار والمقالات وكذا تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب وتسخيرها للمستفيدين (ما يمثل النشر المكتبي) فيما عدا أن توزيع ما ينشر من مواد معلوماتية يتم على وسائط إلكترونية كالأقراص المدمجة أو المرنة، أو من خلال شبكة الانترنت وليس التوزيع على المطبوعات الورقية وبالتالي فإن النشر الإلكتروني يشمل النشر المكتبي والنشر على الانترنت.

- **النشر المكتبي:**

"هو استخدام حاسب شخصي صغير، بحيث يكفي لوضعه وتشغيله من على منضدة عادية، مع مجموعة محددة من البرامج، بالإضافة إلى طابعة تعمل بالليزر بحيث تشكل تلك العناصر في مجموعها أداة شاملة للقيام بأعمال النشر ومهامه، وكذلك لإنتاج الوثائق دون حاجة للرجوع إلى إحدى دور صف الحروف أو استوديوهات التوضيب الفني"[2]

إجرائيا: هو وسيلة لإنتاج المطبوعات وتوزيعها في نطاق محدود لأنه يقوم عكس العمل التقليدي الذي يعتمد على المهارات اليدوية في إنتاج الصحف الرياضية إلى الاعتماد الكلي على الكمبيوتر وبرامج الطباعة والنشر في استقبال الأخبار والصور والتصميم والإخراج.

- **الإنترنت:**

"هي شبكة تربط بين العديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث، شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ليحصل على عدد لا متناهي من المعلومات"[3]

إجرائيا: هي شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض، وتستخدم من طرف الملايين من مستخدمي الحاسبات الإلكترونية على مدار 24 ساعة في معظم أنحاء المعمورة.

- **تكنولوجيا المعلومات:**

يعتبرها الدكتور محمد فتحي عبد الهادي"البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطالبها بسرعة وفاعلية[4]". وحسب المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات لأحمد محمد الشامي وسيد حسب الله فيعرفها بأنها":الحصول على المعلومات واختزانها وبثها وذلك باستخدام توليفة من المعدات المايكرو الكترونية الحاسبة والاتصالية عن بعد[5]".

---

[1]– مجلة المعلوماتية الإلكترونية: تم الإطلاع عليها بتاريخ2007/11/26.

[2]– سعيد غريب النجار :**تكنولوجيا الاتصال في العصر الرقمي**، الدار اللبنانية المصرية القاهرة، 2002 ، ص، ص233–234.

[3]– رضا عبد الواجد أمين :**الصحافة الإلكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1 ، 2007 ، ص67.

[4]– محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، جانفي2005 ، ص 104.

[5] –أحمد الشامي، سيد حسب الله :المعجم **الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات**، دار المريخ للنشر، الرياض، 1988 ، ص45.

- **التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:**

هي المصطلح المستخدم لوصف تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي يمكن السعي إلى المعلومات من خلالها والنفاذ إليها عبرها ومن أمثلتها الفاكسميل، المؤتمرات التليفونية عن بعد والمودم[1]".

"وتعتبر تكنولوجيات الإعلام والاتصال حسب الدكتور نبيل علي، رافدا لتكنولوجيا المعلومات على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف وأداتها بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته التي تستهلك طاقته الحسابية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية، أما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر كما هي الحال في أجهزة الإعلام، أو من خلال شبكات البيانات التي تصل بين الكمبيوتر والآخر"[2].

إجرائيا: هي مجموع التقنيات والوسائل والنظم المختلفة الموظفة لمعالجة مجموعة مضامين يراد توصيلها من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، وتتم من خلالها جمع المعلومات المكتوبة والمصورة والمسموعة والمرئية من خلال الحاسبات الإلكترونية ثم تخزينها واسترجاعها وقت الحاجة، ثم عملية نشر هذه المضامين ونقلها من مكان لآخر.

ثالثا: الإطار التطبيقي

نتائج الدراسة:

- نلاحظ أن الاتجاه نحو مؤشري ضعف المهارة التقنية والتشبث بالصحافة الرياضية الورقية من الفرضية الأولى: الصحفيون الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي الرياضي متردد وبالتالي لم يتحقق كلا من المؤشرين، في حين أن الاتجاه ايجابي قوي نحو مؤشر هيمنة التسلية وبالتالي فإن السمة الغالبة على الاتجاه نحو الفرضية هي التردد مما يثبت عدم صحة فرضيتنا البحثية الأولى أي أن الصحفيون الرياضيون الجزائريون اتجاهاتهم ليست سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي الرياضي .

- يشير متوسط شدة الاتجاه نحو مؤشري عدم الانتظام في قراءة الصحف الرياضية الإلكترونية، ومقاومة انتشار الصحافة الرياضية الإلكترونية الممثلين للفرضية الثانية: الصحفيون الرياضيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحف الرياضية الإلكترونية إلى قوة في الاتجاه السلبي نحوهما، ولا يوجد اتجاه ايجابي إلا نحو مؤشر واحد وهو قراءة الصحف الرياضية الإلكترونية الأجنبية للضرورة، مما يثبت قوة في الاتجاه السلبي نحو الفرضية وهذا بدوره يثبت عدم صحة فرضيتنا بمعاداة الصحفي الرياضي الجزائري لقراءة الصحف الرياضية الإلكترونية، ذلك أنه لا يريد التقوقع في دائرة الإعلام التقليدي بل يحب

---

[1]– المرجع السابق، ص138.

[2] – نبيل علي :**العرب وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، عدد 184 ، الكويت المجلس للثقافة والفنون، 1999 ، ص15.

التطلع واستكشاف آخر مستجدات عالم الاتصال ويحب دخول هذا العالم بالرغم من الإمكانيات غير المتاحة ومن الظروف الصعبة التي يعيشها.

خاتمة:

ما يمكن استخلاصه من دراستنا هذه هو أن واقع الصحافة الإلكترونية ببلادنا لا زال يقال حوله الكثير، ذلك أنها مازالت ميدانا خصبا في ظل التسهيلات المادية والإدارية لإنشاء المواقع والتعامل معها بصورة يومية وآنية، وبالتالي فالصحافة الإلكترونية في الجزائر تعد مولود دخيل، لم نستعد له في مجتمعنا لا قانونيا بوضع أطر تشريعية له، ولا سياسيا بإدراج مقوماته في ظل الدائرة التربوية والتعليمية أثناء إعداد النشء، ولا اقتصاديا بتهيئة الجو العام الاقتصادي المرتبط بالنظم المصرفية البنكي، والذي على أساسه يتم إعداد المجتمع نحو أفكار السوق الإلكترونية لذلك بات من الضروري دراسة كل هذه الجوانب مستقبلا بغرض معرفة جوانب النقص التي تعتري صحفنا الإلكترونية ومحاولة إيجاد الحلول لها.

كما تدعو نتائج هذه الدراسة الصحفيين الجزائريين للاستفادة من الخدمات والإمكانيات المتعددة التي توفرها لهم الإنترنت، من حيث استقبال الأخبار والتقارير والصور وإجراء المقابلات، لتحسين مستوى أدائهم الصحفي وتطوير مهاراتهم الاتصالية وكذا بث حصيلتهم المعرفية وتقديمها للعالم ككل باستغلال إمكانيات النشر الإلكتروني.

المراجع:

- عمار بوحوش: **دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية**، المؤسسة الوطني للكتاب، بيروت، 1982.
- محمد منير حجاب :الموسوعة **الإعلانية**، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2003 .
- سامية محمد جابر :منهجيات **البحث الاجتماعي والإعلامي**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن.
- نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة،1975 .
- سعيد غريب: **الصحيفة الإلكترونية والورقية– دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية–**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 2001 .
- محمد نصر :الانترنت **والإعلام..الصحافة الإلكترونية**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003 .
- محمد عبد الحكيم محمد: **التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة** –دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا–، القاهرة، أكاديمية أخبار اليوم، أفريل، 2003 .
- سمير محمود :**الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف**، دار الفجر للنشر والتوزيع 2001 ، القاهرة.
- محمود علم الدين :**تكنولوجيا الاتصال وصناعة الاتصال الجماهيري**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،1990 .
- مجلة المعلوماتية الإلكترونية: تم الإطلاع عليها بتاريخ2007/11/26.

- سعيد غريب النجار :**تكنولوجيا الاتصال في العصر الرقمي**، الدار اللبنانية المصرية القاهرة، 2002 .
- رضا عبد الواجد أمين :**الصحافة الإلكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2007.
- محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، جانفي2005 .
- أحمد الشامي، سيد حسب الله :المعجم **الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات**، دار المريخ للنشر، الرياض، 1988 .
- نبيل علي :**العرب وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، عدد 184 ، الكويت المجلس للثقافة والفنون، 1999.

الأساليب الاِتِّصاليَّة المستخدَمة في إدارة اِجتماعات العمل بالإذاعات الجهويَّة في الجزائر –دراسة ميدانيَّة بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة –أنموذجًا–

Communication styles used in managing works meetings in regional radios in Algeria - A field study in Regional Radio of Souk Ahras - a model -

أ. ياسين برُّوك

باحث دُكتوراه، تخصُّص: الاِتِّصال المؤسَّساتي، جامعة محمَّد الشريف مساعديَّة–سوق أهراس

أ. سفيان بوغارب

(أستاذ مساعد –ب–) بكليَّة العلوم الاِجتماعيَّة والإنسانيَّة، جامعة محمَّد الشريف مساعديَّة–سوق أهراس

ملخص:

هدَفَت هذه الدّراسة الميدانيَّة إلى التَّعرُّف على مجموع الأساليب الاتصاليَّة المتَّبعة في إدارة اِجتماعات العمل عبر مختلف مراحلها بالمؤسسة الإعلاميَّة الجواريَّة المسموعة، وقد اِخترنا إذاعة سوق الجهويَّة بالجزائر ميدانًا للبَّحث والاِستكشاف، كما استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي المناسب لهذا النوع من البحوث العلميَّة، ولتحقيق أهداف الدراسة أجرينا العديد من المقابلات مع موظفين بقسم البرمجة والإنتاج، وكذا قسم الأخبار، تمَّ اختيارهم بطريقة قصديَّة، فضلاً عن ملاحظة كلّ الجوانب المتعلقة بالموضوع وتسجيلها، إضافة إلى جمع أكبر عدد ممكن من الوثائق من المؤسسة والتي تخدم أهداف الدِّراسة.

الكلمات المفتاحية: الاتِّصال في المؤسَّسة، الأساليب الاتِّصاليَّة، اِجتماعات العمل، إدارة اجتماعات العمل، الإذاعة الجهويَّة.

Abstract:

The aim of this field study was to identify the total communication methods used in the management of work meetings at various steps in the audiblemedia organization, we chose the regional Radio of Souk Ahras in Algeria as a field for research and exploration. We also used in our study the descriptive approach compatible with this type of scientific research. To achieve the objectives of this study, we conducted many interviews with the staff of the programming and production department, and the staff of the news department, they were deliberately selected, as well as note all aspects related to the subject and registration it, in addition to the collection of the largest possible number of documents from the institution and use it to serve the objectives of this study.

Keywords: Communication in the organization, Communication methods, Work meetings, Management of work meetings, Regional radio.

❖ **مقدِّمة الدِّراسة:**

تعاظم الاِهتمام بالاتِّصال التَّنظيمي في المؤسَّسات الحديثة التّي تسعى لتحقيق جُلّ أهدافها وغاياتها في ظلّ المنافسة الكبيرة التّي نشهدها اليوم بين المؤسسات، مُنتهِجةً في تسيير وإنجاز جميع أعمالها ونشاطاتها المختلفة أساليب وأشكال اتِّصالية متعدِّدة بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الموظفين سواء كانوا رؤساء أو مرؤوسين، أي مهما يكن موقعهم الوظيفي في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، كما أنَّ التَحوُّلات المعقدة والتطورات الحاصلة والمستمرة في بيئة الأعمال الداخليَّة والخارجيَّة للمؤسَّسات المعاصرة في عصر العولمة والانفتاح على إنجازات التنظيمات الكبرى في العالم، أجبرتها على التعامل بنوع من المرونة مع المستجدات الحاصلة في بيئتها التنظيمية ككلّ وفرضت عليها ضرورة تبني أساليب ووسائل اتصال حديثة ومتطورة تساعدها في اعتماد واستحداث طرق أنجع لأداء وظائف الإدارة المختلفة: (التخطيط، التنظيم، التوجيه والرّقابة)، والتي لابدَّ منها في جميع المؤسسات مهما كانت طبيعة نشاطاتها: خدماتية أو انتاجيَّة، كما يشترط لنجاح المؤسسة التَّنسيق الفعَّال بين تلك الوظائف من خلال اتّباع أساليب اتصاليَّة مدروسة وتتماشى مع نوع وشكل كل موقف اتصالي يحدد بناءً على طبيعة العمليات الإداريَّة والتَّنظيميَّة التِّي تُكّون شبكات الاتصال الخاصة بالمؤسسة.

واجتماعات العمل هي واحدة من بين أساليب الاتِّصال الفعالة والأكثر شيوعا في إدارة وتسيير الأعمال وتساهم بقدر كبير في انجاح التواصل المتبادل والمستمر بين أفراد المنظمة قادة ومقودين وتعمل على التوفيق بين الآراء ووجهات النظر المختلفة والاستفادة قدر الإمكان من الخبرات المتعددة للمشاركين في مناقشة مختلف المشاكل أو القضايا المتعلقة بالمؤسسة وصولا إلى اتخاذ قرارات سليمة بشأنها والعمل على تنفيذها من خلال تنظيم وتوجيه جهود العاملين وتحديد المهام والمسؤوليات الفردية منها والجماعيَّة مع الأخذ بعين الاعتبار الإمكانات المادية والمالية والبشرية للمؤسسة قبل صياغة تلك القرارات، وبالتالي تكريس روح الفريق في العمل وتشجيع الابتكار وإتاحة الفرص للجميع لتوليد أفكار جديدة من شأنها رفع مستوى تسيير وإدارة المؤسسة في التعامل بكفاءة وفاعلية مع التطورات والتغيرات التي تحيط بها.

لذا بات لزاما على المؤسسات الإعلاميَّة كجزء لا يتجزَّأ من هذه التَّنظيمات المعاصرة أن تشجِّع باستمرار المورد البشري الذي ينتمي إليها لفهم فنِّ الإدارة والتسيير، لأنَّ الإعلام باختلاف وسائله وتعدد توجهاته وتنوُّع سياساته العامة يحتاج إلى إعلاميين لهم كفاءة وقدرة عالية لمعرفة احتياجات ومتطلبات الميدان الإعلامي حتى يتمكنوا من ممارسة نشاطاتهم الإعلاميَّة اليوميَّة بشكل سليم ووفق خطط يشاركون في إعدادها بما يخدم أهداف الإدارة العليا التِّي تجسِّد رسالة ورؤية المؤسسة وتركز جهودها على كسب أكبر عدد ممكن من العملاء وضمان ولاء جمهورها الداخلي والخارجي ومواكبة التجديد والابتكار بما يتوافق مع الرأس المال الفكري لها (المورد البشري) والإمكانات والموارد الماديَّة والمالية المتاحة وكذا بناءً على مجموعة البيانات والمعلومات والمؤشرات التي تضطلع المؤسسة بجمعها وتفسيرها وتحليلها على أساس المشاركة البنَّاءة لأفرادها في اتخاذ القرارات بعيدا عن أسلوب التسلُّط والهيمنة وتقديس القوانين ويتحقَّق ذلك

بانتهاج مبدأ الشورى في صنع القرارات ممَّا يؤدي إلى زرع الثِّقة والتَّعاون المتبادل والإحساس بالمسؤوليَّة الجماعيَّة تجاه المؤسَّسة.

❖ **أوَّلاً– إشكاليَّة الدِّراسة:**

إنَّ الإذاعة بصفتها مؤسسة ومنبرا إعلاميا يوفر العديد من الخدمات للمواطنين يتوجَّب عليها أن تسير انطلاقا من سياسات مدروسة لا من مجرَّد ردود أفعال موقفيَّة متسرّعة وغير موزونة، الأمر الذي يتطلب مشاركة وتوحيد جهود موظفيها ويجنبها الوقوع في الأخطاء وسوء التسيير من خلال تبني أساليب فعالة للاتصال والتواصل الدائم بين أفرادها أثناء القيام بجميع وظائف الإدارة المختلفة، وكذا التَّحقُّق من إنجاز المهام المنوطة بهم وفق ما تمَّ التخطيط له مسبقا، ومن بين هذه الأساليب الاِتِّصاليَّة اجتماعات العمل اليوميَّة والأسبوعيَّة والدَّوريَّة التي تحتاج بدورها إلى أساليب اتصالية مكمِّلة لها تساعد القائمين بها والمشاركين فيها على إدارتها بالشكل الصحيح قبل وأثناء وبعد الاجتماع (أساليب اتصال لفظيَّة " أساليب اتصال شفوية مباشرة وأساليب اتصال شفوية غير مباشرة"، أساليب اتصال كتابيَّة، أساليب اتصال غير لفظيَّة وأساليب اتصال إلكترونيَّة)، لأنَّ العمل الإذاعي عمل متكامل يحتاج إلى تنسيق الجهود وتكامل الوظائف للوصول إلى تحقيق الأهداف.

وقد اخترنا إذاعة سوق أهراس الجهويَّة ميدانا لدراسة هذا الموضوع وهي واحدة من بين الإذاعات الجهويَّة في الجزائر، التي تتبنى اجتماعات العمل كأسلوب لإنجاز وظائفها ومهامها اليوميّة المختلفة، ومن أهمّ تلك الاجتماعات نجد: الاجتماعات اليومية (Briefing) لموظفي قسم الأخبار والاجتماعات الدورية الخاصة بقسم البرمجة والإنتاج والمتعلقة بتحضير واقتراح وبرمجة الشبكات البرامجية (الشبكة البرامجية العادية، الشبكة البرامجية الصيفية، الشبكة البرامجية الصيفية) إضافة إلى الاجتماعات الطارئة التي تفرضها ظروف العمل، وسنحاول من خلال دراستنا لهذا الموضوع اِستكشاف أهمّ الأساليب الاتصالية المعتمدة في إدارة اجتماعات العمل بهذه الإذاعة قبل وأثناء وبعد الاجتماع، مع الوقوف عند أهم الأسباب والعراقيل التي تقف أحيانا عائقا أمام نجاح اجتماعات العمل وتحول دون تحقيق هذه الاجتماعات لجميع أهدافها المنشودة والمسطرة مسبقا، محاولين تشخيص مواطن الخلل والنقائص وتقييمها وتقديم بعض الاِقتراحات والتَّوصيَّات التِّي يمكن أن تكون بدائل هامة تساهم في إنجاح إدارة اجتماعات العمل على النَّحو المطلوب إذا ما تمَّ اعتمادها مستقبلا.

وعليه جاءت هذه الدراسة كمحاولة للإجابة على التَّساؤلات الآتيَّة:

01– ما هي أنواع اجتماعات العمل المعتمَدة بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة؟

02– ما هي الأساليب الاِتصاليَّة المتَّبَعة في إدارة اِجتماعات العمل بمراحلها المختلفة (قبل، أثناء، وبعد الاجتماع) بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة؟

03– هل لدى قادة الاجتماعات بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة اهتمامٌ كافٍ ومعرفة بأساليب إدارة اجتماعات العمل بطرق علميَّة؟

04–فيمَ تتمثَّل أبرز العقبات التِّي تحول دون تحقيق اجتماعات العمل بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة للأهداف المرجوَّة منها بشكل سليم –قبل وأثناء وبعد– الاجتماع؟

❖ **ثانيًا– أهداف الدِّراسة:**

1- التعرُّف على أنواع اجتماعات العمل التي يعتمدها كل من قسم الأخبار وكذا قسم الإنتاج والبرمجة المرتبطين بموضوع الدِّراسة.

2– الكشف عن الأدوات والوسائل والأساليب الاتصاليَّة المساعدة في إدارة وتسيير اجتماعات العمل الخاصة بقسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج قبل وأثناء وبعد الاجتماع.

3– الكشف عن مدى كفاءة قادة الاجتماعات بالمؤسسة (مدير الإذاعة ورئيس قسم الأخبار ورئيس قسم البرمجة والإنتاج) في إدارة اجتماعات العمل المختلفة التي تعقد بالإذاعة كأسلوب اتصالي جمعي.

4– إبراز أهم العقبات التي قد تقف عائقا أمام تحقيق اجتماعات العمل للأهداف المرجوَّة منها –قبل وأثناء وبعد– الاجتماع مع تقديم توصيَّات واِقتراحات بشأنها لضمان السير الحسن لتحقيق مخرجات أفضل مستقبلاً إن شاء الله.

❖ **ثالثًا– المفاهيم الأساسيَّة للدِّراسة:**

1– الاتِّصال: حسب معجم الاتِّصالات الإداريَّة: «الاتِّصال عبارة عن تبادل الأفكار والآراء والمعلومات بين الأفراد بواسطة الوسائل الشفهية وغير الشفهية وذلك للتأثير على السُّلوك وتحقيق النتائج المطلوبة» [(1)]. **والاتِّصال في الإدارة:** هو "عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصَّة بالمنظَّمة داخلها وخارجها، وهو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم، ويحقق الاتصال التعاون الذهني العاطفي بين أعضاء التنظيم، وبذلك يساعد على الارتباط والتماسك، ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى أو معاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف، كما أن الاتصال عملية هامة لإحداث التغيير في السلوك البشري" [(2)].

2– الأساليب الاتِّصاليَّة: تعني الكيفيَّات أو الطرق التي يتم بواسطتها الاتِّصال ويمكن إجمال تلك الأساليب في: أسلوب الاتِّصال الشفوي المباشر وأسلوب الاتِّصال الشفوي غير المباشر وأسلوب الاتِّصال الكتابي وأسلوب الاتِّصال غير اللفظي.

---

(1) شعبان فرج: **الاتصالات الإدارية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمَّان الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 5.

(2) ذياب سعد جبير المطرفي: **فاعلية أساليب الاتصال الإداري ومعوقاتها لدى مديري المدارس الابتدائية في مدينة مكة المكرمة من وجهه نظر المعلمين**، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإدارة التربويَّة والتَّخطيط، كليَّة التَّربيَّة، جامعة أمّ القرى، المملكة العربيَّة السعوديَّة، 2011–2012، ص 11.

3- **الإجتماع**: هو لقاء بين مجموعة من الأفراد ينتمون إلى جهة تنظيمية واحدة، يجتمعون معا لتبادل الأفكار والمعلومات الخاصة بموضوع معيَّن، أو لحلّ مشكلة معينة واتخاذ قرار بشأنها[1].

4- **إدارة اجتماعات العمل**: وهي "العمليَّة التي يتم الإعداد المسبق لها من خلال التَّخطيط والتَّنظيم والتَّقويم والمتابعة حتى يتم التَّفاعل وتبادل الأفكار والعصف الذهني بين المجتمعين للوصول إلى أفضل الحلول والنتائج للقضايا المطروحة على جدول الأعمال، بدون تسلط وبشفافية حتى يشعر الجميع بأنهم شاركوا في صنع القرار" [2]. كما تعرَّف **إدارة اجتماعات العمل** بأنَّها: "إحدى الوسائل الهامة في إقامة اتِّصال فعَّال بين الموظفين وبين الإدارة لأنها توفر فرص التفاعل الاجتماعي والوظيفي، وتسمح بتبادل الأفكار والآراء والاتجاهات ووجهات النظر والمعلومات بين الأفراد المُعَيَّنِين في المنشأة على اختلاف مستوياتهم الإداريَّة" [3].

5- **الإذاعة الجهويَّة**: الإذاعة الجهويَّة (ويطلق عليها المحليَّة أيضا في الجزائر)، هي بلا منازع، أقوى المؤسسات الإعلامية تأثيرا في الجمهور المتلقي، بحكم الآنية التي تتميز بها في تقديم الخبر ونقل مجريات الأحداث في حينها، وبحكم ميزة التفاعلية التي تربطها بجمهور المستمعين، في الكثير من الفضاءات، وفي العديد من المجالات الاجتماعية، الثقافية، الخدماتية والترفيهية، وحتى السياسية.

وتكمن أهمية هذا التأثير، في كونه تأثيرا مباشرا له وقع فوري وواسع الانتشار، بحكم علاقة الارتباط الخاصة التي تنشأ بين المواطن (المستمع) وإذاعته المحلية التي تبث في محيطه الطبيعي الذي ينتمي إليه، وتهتم بانشغالاته الأساسية، على المستوى المحلي، وتوفر له فرصة المشاركة والتعبير وتسمع له بإبراز مواهبه. وتؤدي الإذاعة المحلية، دور الوسيط الاجتماعي، بلا منازع، بحيث تقوم من جهة، بنقل الانشغالات الحقيقية التي يعبر عنها المجتمع المحلي، يوميا، وفي شتى مناحي الحياة، إلى مصادر القرار، وتقوم، من جهة أخرى، بإبراز المجهود الذي تقوم به السلطات العمومية، في سبيل النهوض بالتنمية المحلية [4].

❖ **رابِعًا– الإطار النظري للدِّراسة:**

01- أساليب الاتِّصالات الإداريَّة:

ورد في مواضيع الاتصالات الإدارية عدة طرق للاتصالات الإدارية في المنظمات منها [5]:

أ- **الاتِّصال الشَّفهي (اللَّفظي)**: وهو ذلك الاتصال الذي يستخدم الألفاظ المنطوقة المشتملة على كلمات أو جُمل أو عبارات دالة على معنى مفيد و تتكون منها الفكرة أو الموضوع الذي يريد المدير

---

(1) أحمد ماهر: **كيف ترفع مهاراتك الإداريَّة في الاتصال**، الدار الجامعيَّة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 204.

(2) أحمد حمدان محمد برهوم: **واقع إدارة اجتماعات الأقسام الأكاديمية بالجامعات الفلسطينيَّة من منظور أعضاء هيئات التَّدريس وسبل تفعيلها**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم أصول التَّربيَّة، كليَّة التربيَّة، الجامعة الإسلاميَّة غزة، فلسطين، 2005–2006، ص 05.

(3) أحمد حمدان محمد برهوم: **المرجع نفسه**، ص 20.

(4) محمَّد شلوش: **الإذاعة الجزائريَّة النشأة والمسار**، مجلَّة الإذاعة الجزائريَّة ، الجزائر، 2014، ص 26.

(5) شعبان فرج: **الاتصالات الإدارية**، مرجع سابق، ص ص 167–169.

نقله للسامعين، ومن صور هذا الاتصال المحادثات و الندوات و الاجتماعات والمقابلات والبرامج التَّدريبية ويشمل أيضًا هذا النوع من الاتصال استخدام الهاتف في المنظمات، تلجأ المنظمات إلى هذا النوع من الاتصال الذي يتسم بالسرعة عندما تتطلب الرسالة توضيحًا خاصًا للتأكد من إيصال المعنى الصحيح، و نرى أن فائدة هذا النوع من الاتصال أنَّه يعطي ردود فعل مباشرة ويُسَّهل التفاعل الذي يسمح بتبادل جيِّد للأفكار وبالتَّالي اتِّصال فعَّال.

ب– الاتِّصالات غير اللَّفظيَّة: هي الاتِّصالات التِّي لا تستخدم الكلمات للدَّلالة على معانيها وإنما لغة غير لفظية مثل الإشارات، تعد مساحة الاتصالات غير اللفظية واسعة جدًا فتعابير الوجه ولغة الجسد تعطي انطباعات بحسب مغزاها، فقد يستعمل المدير قبضة يده ويضربها على الطاولة للتأكيد على جدية الأمر، إن ابتسامة أحد المديرين لموظفه وربته على ظهره لأنه أدّى عملاً جيدًا تُعد نوعا من الاتصال غير اللفظي كما قال جرينبرج وبارون.

وليس هناك ما يميز طريقة من طرق الاتصال هذه عن الأخرى إلا أن الموقف هو الذي يحدد ذلك فقد يكون الاتصال الشفهي فعّالا في الاتصالات التي تحتاج لشرح وافٍ وقد يكون الأسلوب الكتابي فعّالاً في الاتصالات الروتينية.

ج– الاتِّصال الكتابي: وهو الاتصال الذي يستخدم كتابة الأفكار والمعلومات إمَّا باستخدام الكلمات أو الرموز وتوزيعها للعاملين في المنظمة، والاتصال الكتابي سلاح ذو حدين فقد يكون ايجابيًا إذا اِتَّسم بالدِّقة التَّعبيريَّة والوضوح وبالتالي يمكن اعتماده كوثيقة رسمية قانونيَّة وقد يكون سلبيًا إذا لم يكن بالدِّقة المطلوبة ويكون عِبْئًا على المنظمة لحفظه وتكديسه في المخازن.

ومن صور هذا النوع من الاتصال التقارير والأوامر والتعليمات وكتيبات المنظمة وسياسات ولوائح المنظمة ودليل قوانين العاملين وغيره، وقد بيَّنت عدَّة دراسات في هذا المجال صحة الفرضية القائلة باختلاف التنظيمات الإدارية المسؤولة عن مهام الاتصالات الكتابيَّة في الأجهزة الحكومية وبيَّنت أيضًا أن هناك تحولاً في الوضع التنظيمي نحو المركزية الكاملة مع التوصية بضرورة إدخال التقنيات الحديثة في الاتصالات الكتابية.

د– الاتِّصالات الالكترونيَّة: وهي القرارات أو المعلومات التي تصل للعاملين عن طريق التقنيات الحديثة الأنترانت أو الإنترنت أو الفاكس، فالاتصالات الالكترونية من الممكن أن تعزِّز نمو وفاعليَّة الاتِّصال بين العاملين إلا أنَّها من الممكن أن تُحاط بعدم الفهم الصحيح distortion إذا لم تكتب بطريقة واضحة مثل الاتصالات الكتابية، ونرى أنه غالبًا ما تكثر الاتصالات الالكترونية مع المنظمات الافتراضية التي تستخدم التجارة الالكترونية لتحقيق الاتصال مع العاملين والمديرين والعملاء، ونرى أن المستقبل هو للاتصالات الالكترونية خصوصًا في ظل تطبيق أغلب دول العالم المتقدم لمبادئ الحكومة الالكترونية، لذا يجب على المنظمات الحكومية والخاصة مراعاة أهمية هذا النوع من الاتصالات عن طريق تدريب جميع الموارد البشرية على استخدام التقنيات الحديثة و جعلها واقعًا

ملموسًا من خلال تبني سياسات حديثة للاتصال تكون مواكبة للتطور التقني و تنم عن قراءة جيدة للواقع والمستقبل الذي يؤكد أن اليوم والمستقبل هو لهذا النوع من الاتصالات.

02– اجتماعات العمل في المؤسَّسة (Meetings): الأهميَّة والأنواع

تؤدي الاجتماعات دورا مهمًّا للجماعات والمؤسسات على اختلافها فعن طريقها يمكن الحصول على قبول لسياسات المؤسسة وإجراءاتها، كذلك اتخاذ القرارات وتقديم التوصيات والمعلومات وتبادل الآراء، ومن هنا تبرز أهمية الإعداد للاجتماعات وتنظيمها وتنفيذها ومتابعتها [1].

أ– أهمية الاجتماعات بوصفها وسيلة للاتصالات:

تعد الاجتماعات أحد وسائل الاتصال المباشر المهمة في المؤسسات على اختلاف أنواعها لكونها أداة فاعلة تؤثر في سلوك المجتمعين وتوجه أدائهم، فالاتصال الفاعل بين رئيس الاجتماع والأعضاء يعمل على ما يلي:

- يرفع روحهم المعنوية.
- يمنحهم الفرصة في التعبير عن رغباتهم وآرائهم.
- معرفة ما يجري من أعمال ونشاطات في المؤسسة.
- تمكن الإدارة من معرفة مطالبهم وحاجاتهم.
- تمثل الاتصال بأشكاله المختلفة.
- تمثل مظاهر الدِّيمقراطية والعمل الاجتماعي.
- يزود المرؤوسون الرؤساء بالمعلومات أثناء الاجتماعات.
- بحث التوسعات المستقبلية للمؤسسة والتطورات المحتملة.
- الاجتماع وسيلة اتصال أفقية بين فردين أو أكثر أو بين إدارتين في المستوى نفسه داخل المؤسسة تساعد على التنسيق بينهم [2].

ب–أنواع الاجتماعات (Types of meetings) [3]:

- **من حيث الزمن:** يمكن تقسيم الاجتماعات من حيث الزمن إلى اجتماعات دورية واجتماعات طارئة، وفيما يأتي توضيح ذلك:

➢ **اجتماعات دوريَّة:** وهي الاجتماعات التي تعقد على فترات زمنية منتظمة وفي مواعيد محددة كانت تعقد كل شهر أو ثلاثة أشهر لبحث موضوعات مختلفة وقد يتضمنها نظام المؤسسة الداخلي كاجتماعات الهيئة العمومية للشركات واجتماع مجلس الإدارة.

---

(1) إيمان محمد جمعة: **إدارة أعمال المكاتب**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص 61.

(2) إيمان محمد جمعة: **المرجع نفسه**، ص ص 61–62.

(3) إيمان محمَّد جمعة: **إدارة أعمال المكاتب**، مرجع سابق، ص 63.

➢ **اجتماعات طارئة (غير دورية):** تعقد في فترات زمنية غير منتظمة حسب الحاجة إليها كاجتماع الطارئ لمجلس الإدارة أو دعوة الهيئة العامة للمساهمين لاجتماع طارئ لتصفية المؤسسة أو لتعديل نظامها الأساسي.

- **من حيث الرَّسميَّة:** يمكن تقسيم الاجتماعات من حيث النواحي الرسمية إلى اجتماعات رسمية واجتماعات غير رسمي وذلك على النحو الآتي:

➢ **اجتماعات رسميَّة:** وهي الاجتماعات التي يكون هدفها بحث مشكلة معينة في المؤسسة أو دراسة عدة موضوعات تثبت في جدول الأعمال، وقد تعقد الاجتماعات الرسمية بصفة دورية، كاجتماعات مجلس الأمة أو اجتماعات الهيئة العمومية التي تعقد سنوياً لمناقشة ميزانية المؤسسة وانتخاب مجلس الإدارة وقد تكون بصفة غير دورية كاجتماع الهيئات العمومية الاستثنائية التي تعقد لبحث مشكلة طارئة ومناقشتها أو لحل مجلس الإدارة.

➢ **اجتماعات غير رسميَّة:** يقصد بها الاجتماعات التي تتم في مناسبات اجتماعية معينة كالاحتفالات بمناسبة مرور عشر سنوات على تأسيس المؤسسة أو الاحتفالات بالحصول على عقد كبير أو عقد الندوات الثقافية.

❖ **خامسًا–مجالات الدِّراسة ومنهج البَّحث وأدوات جمع البيانات:**

01–مجالات الدِّراسة:

أ–المجال المكاني للدِّراسة:

أجرينا الدِّراسة بالمؤسسة الوطنيَّة للإذاعة المسموعة – إذاعة سوق أهراس الجهويَّة بالجزائر، والتِّي تبثُّ موجاتها عن طريق هوائِيَيْ بثّ، الأوَّل محلي: 104.0 بقوة 150 واط، والثاني جهوي: 95.1 بقوة 20 كيلو واط حسب ما يوضِّحه الجدول رقم 01:

الجدول رقم 01: يوضّح ترددات ومجال وصول بثّ إذاعة سوق أهراس الجهويَّة

المنطقة	جهاز البث
سوق أهراس المدينة وأجزاء من البلديات.	104.0 ميغا هرتز
ولاية سوق أهراس وأجزاء من الولايات التالية: عنابة–قالمة–الطارف–تبسة– أمّ البواقي.	95.1 ميغا هرتز

- الدِّراسة أُجرِيَت على مستوى: قسم الأخبار، وقسم البرمجة والانتاج.

ب–المجال الزَّماني للدِّراسة:

إنَّ مختلف المعلومات التي تناولناها في هذه الدِّراسة هي نتاج لعمل دام لفترة محددة من طرف إدارة المؤسسة المستقبلة، والتي حُصرت في الفترة الممتدة من **14 مارس 2015** إلى **11 أفريل 2015** وفسح لنا المجال للبَّحث مرَّة في الأسبوع (يوم السبت تحديدا).

ج–المجال البشري للدِّراسة:

موظفو قسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة من الجزائر.

د–عيِّنة الدِّراسة:

وتتمثل في مجموعة المبحوثين من موظفي إذاعة سوق أهراس الجهويَّة بالجزائر، والذِّين تمَّ اختيارهم بطريقة قصديَّة لتحقيق أهداف الدراسة، والمتمثلون في: رئيس قسم البرمجة والإنتاج، وصحفي من قسم الأخبار، ومنشِّطة من قسم البرمجة والإنتاج، وتجدر الإشارة إلى أنَّ منصب رئيس القسم هو منصب شرفي تنظيمي فقط، أي أنَّ رئيس كل قسم والموظفين المنتمين له، جميعهم في نفس المستوى الوظيفي، وهذا ما يبرزه الهيكل التنظيمي لإذاعة سوق أهراس الجهويَّة.

02–منهج البَّحث وأدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا **المنهج الوصفي** لكونه أنسب المناهج لطبيعة هذا النوع من البحوث والدِّراسات العلميَّة وخدمة أهدافها، واستخدمنا في هذه الدراسة أدوات البَّحث التاليَّة:

أ– **المقابلة:** وهي **اللقاء المباشر** الذي قمنا به مع **أفراد العيِّنة المبحوثين** الذين اخترناهم **بطريقة قصديَّة،** كل واحد منهم على حدة، وناقشنا خلالها الموضوع في شكل أسئلة هادفة تتطابق أهدافها مع أهداف الدراسة التِّي سطرناها في البدايَّة بهدف الحصول على معلومات كافية من شأنها توضيح المعارف والحقائق التّي تتعلق بموضوع بحثنا.

ب– **الملاحظة بالمشاركة:** وتبرز أساسا في توجيه كل الحواس لمشاهدة و مراقبة كل سلوكات العمال المعنيِّين باجتماعات العمل داخل الإذاعة، وتتبع سيرورة انتقال المعلومات والبيانات ومختلف الأساليب والأشكال والأدوات الاتصاليَّة المتعلقة بإدارة هذه الاجتماعات قبل وأثناء وبعد انعقادها على مستوى الإذاعة والمتمثلة في: اجتماعات قسم الأخبار واجتماعات قسم البرمجة والإنتاج، والاجتماعات المشتركة التي يشارك فيها الأفراد العاملين بهذين القسمين، مع رصد وتسجيل كل الجوانب المتعلقة بموضوع الدراسة عن قرب، والتعرُّف عمَّا يقدِّمه من مزايا وتسهيلات لتسيير مختلف مهام المؤسسة. فضلاً عن ملاحظة مجموعة الوثائق الإدارية الهامَّة التي استندنا إليها في دراستنا الميدانيَّة سواء باستخدام تقنيَّة الملاحظة أو تلك التِّي تمَّ الحصول عليها من قسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج والمرتبطة بموضوع البَّحث وتخدم أهدافه، وتساعد على الإحاطة بجوانبه المختلفة بشكل أفضل، وتتمثَّل تلك الوثائق أساسًا في الإعلانات وجداول أعمال الاجتماع وكذا استمارة المقترحات والإشعارات بالبَّث للمواد الإذاعيَّة المنجزة، والتي تَرتَّب إعدادها عن اجتماعات العمل.

❖ **سادِسًا–عرض ومناقشة نتائج الدراسة (نتائج المقابلات والملاحظات):**

1. **نتائج المقابلة الأولى التّي تمَّ إجراؤها مع رئيس قسم البرمجة والإنتاج:** [1]

– نتائج السُّؤال الأوَّل للمقابلة الأولى: كان **هدفه الأساسي هو التعرف على نشأة وتاريخ إذاعة سوق أهراس الجهويَّة وأهميَّتها** بالنسبة لمواطنيّ ولاية سوق أهراس حيث توصَّلنا إلى أنَّ:

(1) مقابلة مع رئيس قسم البرمجة والإنتاج "م.ن"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 14 مارس 2015، على السَّاعة 14:00.

– قرار إنشاء محطة إذاعة سوق أهراس الجهويَّة قد جاء ضمن مخطط وطني يهدف إلى إقامة إعلام جواري، يهتم ويتفاعل مع انشغالات المواطنين اليومية في مختلف مجالات التنمية والحياة الاجتماعية، والخدمة العمومية المنبثقة من إرادة وطنية، جسدتها الإذاعة الجزائرية من خلال تجسيد مبدأ حقِّ المواطن في الإعلام على وهذا ما تؤكده عشرات الإذاعات الجهوية المنتشرة عبر ربوع الوطن.

– التجسيد الميداني لمشروع إذاعة سوق أهراس الجهويَّة كان في بداية 2005، وذلك باستغلال مقر غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية سوق أهراس، حيث أشرف السيد مدير تنسيقية الإذاعات الجهوية لوناكل شعبان، والأمين العام للولاية بالنيابة مدير الإدارة المحلية مسعود حجاج على انطلاق بثِّها يوم 23 فبراير 2005، أين أمضى على أول ورقة طريق للبثّ اليومي.

– انطلاق بثّ هذا الصرح الإعلامي أتاح للمواطن السُّوقهراسي أن يتابع يوميًّا الأخبار المحليَّة من مختلف ربوع الولاية، وأن يشارك ويتفاعل مع مختلف البرامج القريبة من اهتماماته وقضاياه، وذلك على الموجة FM 95.1.

– شهدت إذاعة سوق أهراس الجهويَّة منذ انطلاق بثِّ برامجها تطورات ومراحل عدة، خاصَّة فيما يتعلق بتنوع الشبكات البرامجية، إضافة إلى الحجم الساعي للبث، حيث انطلقت عملية البثّ بشبكة برامجية على مدى أربعة ساعات يوميا، من التاسعة صباحا إلى الواحدة ظهرا بدءا من يوم 23 فبراير 2005 إلى الأيام الأولى من شهر يوليو من نفس السنة، لتمتد فترة البث الإذاعي إلى ثماني ساعات بدءا من 05 يوليو 2005 لتصل إلى اثنتي عشرة ساعة ثمّ ثماني عشرة ساعة فأربع وعشرين ساعة في 10 فبراير 2008 ثم قلصت مدة البث إلى ثلاثة عشرة ساعة وخمس دقائق كما هو معمول به حاليا وفقا لقرار الربط مع القناة الدولية وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة الجزائر.

- نتائج السُّؤال الثَّاني للمقابلة الأولى: **كان الهدف من هذا السُّؤال هو التعرُّف على مختلف الأقسام المكوِّنة لإذاعة سوق أهراس الجهوية والطاقم الفنِّي والإداري العامل بها** فكانت النتائج كالآتي:

–إنَّ إذاعة سوق أهراس الجهويَّة هي مؤسسة جزائريَّة عموميَّة ذات طابع اقتصادي وفرع تابع للمؤسسة الأمّ المتمثلة في المؤسسة الوطنيَّة للإذاعة المسموعة.

-تختصُّ إذاعة سوق أهراس الجهويَّة بتقصِّي الحقائق والأحداث الجاريَّة والآنيَّة وبثّ الأخبار المحليَّة والجهويَّة وحتَّى الوطنيَّة وكذا إنتاج البرامج والحصص الإذاعيَّة والإعلانات المسموعة الخاصَّة بالمؤسسات العموميَّة وبمختلف المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا في شكل مؤسسات اقتصاديَّة تابعة للدّولة أو للقطاع الخاصّ.

- تتكوَّن إذاعة سوق أهراس الجهويَّة من:

✓ مدير المحطَّة.

✓ قسم الإدارة والماليَّة ويضم 05 إداريين (رئيسة قسم الإدارة والماليَّة، سكرتيرتين ومكلَّفتين بالإشهار) إضافة إلى 03 سائقين.

- ✓ قسم الأمن والمراقبة ويضم 05 أعوان أمن.
- ✓ قسم الإنتاج ويضم 07 منشطين و06 مخرجين بما فيهم رئيس قسم البرمجة والإنتاج.
- ✓ قسم الأخبار ويضم 06 صحفيين بما فيهم رئيس قسم التحرير.
- ✓ قسم البثّ والصيانة ويضم مهندسًا و05 تقنيي صوت.
- ✓ بالإضافة إلى عونين متعددَي المهام.

– نتائج السُّؤال الثَّالث للمقابلة الأولى: **كان هدف هذا السُّؤال هو التعرُّف على أنواع اجتماعات العمل بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة والأساليب الاتصاليَّة التِّي تساهم في إدارتها**، واستنتجنا ما يلي:

– تتنوَّع اجتماعات العمل بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة بين:

– اجتماعات عمل يوميَّة خاصة بقسم الأخبار.

– اجتماعات عمل أسبوعية خاصَّة بقسم الإنتاج.

– اجتماعات عمل دوريَّة مشتركة خاصة بالشبكات البرامجية الثلاث (الشبكة البرامجيَّة العاديَّة والشبكة البرامجيَّة الصَّيفية والشبكة البرامجيَّة الرمضانيَّة) وتعقد مرَّة في السنة ويرأسها مدير المحطة شخصيًّا.

– أمَّا فيما يخصّ الأساليب الاتصاليَّة لإدارة هذه الأنواع من الاجتماعات فهي تتنوَّع بين الاتصال الكتابي والاتصال اللفظي (سواء كان شفويا مباشرا أو شفويًّا غير مباشر) والإتِّصال الإلكتروني وكذا الإتِّصال غير اللفظي (لغة الجسد).

2. **نتائج المقابلة الثَّانيَّة التّي تمَّ إجراؤها مع صحفي من قسم الأخبار:** [1]

- نتائج السُّؤال الأوَّل للمقابلة الثانيَّة: **هدفه التعرّف على اجتماعات العمل التي تتمُّ بقسم الأخبار: مكانها، زمانها والأساليب والأدوات الاتصاليَّة التي تدخل في عمليَّة إدارتها** ، وقد توصَّلنا إلى: – اجتماعات العمل اليومية (Briefings) الخاصَّة بقسم الأخبار تعقد على مستوى هذا القسم يوميًّا على السَّاعة 08:30 صباحا بشكل روتيني و بإشراف رئيس التحرير.

– لا يحتاج هذا النَّوع من الاِجتماعات إلى إعلانات مسبقة أو تذكير العاملين بزمانه ومكانه قبل انعقاده.

– يبدأ عقد هذا الاجتماع اليومي بكلمة ترحيبيَّة لرئيس التَّحرير موجَّهَة للطاقم العامل **(أسلوب الاتصال اللفظي الشفوي المباشر)** مع تسجيل قائمة بأسماء المتأخرين والغائبين، وفتح المجال للحاضرين لتقديم اقتراحاتهم بشأن أهمّ الأخبار الآنيَّة والعاجلة **(أسلوب الاتصال اللفظي الشفوي المباشر)**.

(1) مقابلة مع صحفي من قسم الأخبار "ط.ب"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 21 مارس 2015، على الساعة 14:00.

– يتم الاستماع إلى المقترحات والآراء دون مقاطعة ومن غير نقد **(تقنيَّة العصف الذِّهني)**، ويتم تسجيل هذه الاقتراحات من طرف رئيس القسم أو أحد الأعضاء على سبورة موجودة بقاعة الاجتماعات **(أسلوب الاتصال الكتابي)** لكي يتسنَّى للمشاركين في الاجتماع تذكُّر الاقتراحات في حالة نسيانها وحتَّى يتمكَّن المتأخرون عن حضور الاجتماع في الوقت الرَّسمي من تدارك ما فاتهم من اقتراحات.

– المصادقة الجماعيَّة على الإختيارات **(شبكة اتصالات ديمقراطيَّة)**، ماعدا في بعض المواضيع الحسَّاسة التِّي يتم الفصل فيها من طرف رئيس القسم (شبكة اتصالات أوتوقراطيَّة) وتسجَّل مواضيع الاقتراحات التي تستحق التغطيَّة وتتماشى مع رؤية ورسالة المؤسسة وتُحذف الاقتراحات التي لم يتم اختيارها جماعيًّا من السَّبورة **(أسلوب الإتِّصال الكتابي)**.

– تقسيم المهام وتوجيه كل صحفي نحو وجهة معينة لها ارتباط وثيق بأحد المواضيع المقترحة المختارة مع تذكيره بأهم النقاط التي يمكن أن يتطرق لها عند التسجيل **(أسلوب الاتصال اللفظي الشفوي المباشر)** ولا يحتاج هذا النوع من الاجتماعات حسب ما تمَّت إفادتنا به إلى تسجيل محضر اجتماع رسمي، كما يستخدم في هذا النوع من الاجتماعات **أسلوب الاتصال غير اللفظي** المتمثل في حركة اليدين وتقاسيم الوجه أي لغة الجسد عموما.

– يُعقد اجتماعٌ ثانٍ على الساعة 11:00 صباحا بحضور نفس الفريق العامل للاستماع إلى المواد الصوتيَّة المسَّجلة وتوجيه مقدّم النشرة لاختيار أهمّ النقاط التي تضمنتها التسجيلات الصوتيَّة لتحضير المادة التحريريَّة **(أسلوب الاتصال اللفظي الشفوي المباشر)**.

– ويُعقد اجتماع عمل مشابه على الساعة 15:30 مع الفريق العامل في الفترة المسائيَّة بنفس الطريقة والكيفيَّة التي يُعقد بها في الفترة الصباحيَّة لغرض الاستماع للتَّسجيلات والتَّحضير للنَّشرة المسائيَّة وتأجيل بعض الأخبار للفترة الصباحيَّة المخصَّصة لليوم الموالي.

- نتائج السُّؤال الثَّاني للمقابلة الثانيَّة: **يهدف إلى معرفة إلزاميَّة جميع موظفي قسم الأخبار بحضور الاجتماعات اليومية (Briefings)** وتوصَّلنا إلى:

– يُعنى بحضور الاجتماع الفريق الصحفي العامل حسب الجدول الزمني لعمل الصحفيين المعلق على لوحة الإعلانات الداخلية للمؤسسة **(أسلوب الاتصال الكتابي)** مُتضمِّنًا أسماء الصحفيين واليوم والفترة الصباحية أو المسائية للعمل ويتضمن هذا الجدول أيضا تأشيرة المؤسسة وختم وإمضاء المدير كما أنَّ هذا الجدول يُجدَّد ويُعدَّل حسب ما تقتضيه ظروف العمل بالمؤسسة (عطل مرضية، اجازات، فرص تكوين لبعض الصحفيين، تحويل مكان العمل، استقالة...إلخ).

- نتائج السُّؤال الثَّالث للمقابلة الثانيَّة: **يهدف هذا السُّؤال إلى الكشف عن أهميَّة اجتماعات العمل اليوميَّة التي تعقد بقسم الأخبار وكذا التعرُّف فيما إذا كانت هناك بدائل عن هذا النوع من اجتماعات العمل التّي تمكِّن صحفيي قسم الأخبار من إنجاز المهام اليوميَّة الموكلة لهم**، ولقد توصَّلنا إلى:

– عدم إمكانيَّة اِستغناء العمل الإذاعي عن هذا الأسلوب الاتصالي الجمعي (اجتماعات العمل اليوميَّة) الذي تكمن أهميته في اكتساب ونقل وتبادل مهارات وخبرات جديدة من خلال التفاعل مع المشاركين في الاجتماعات اليوميَّة، وكذا تفادي التكرار في إنجاز نفس الأعمال والمهام من طرف الفريق الصحفي العامل.

3. **نتائج المقابلة الثَّالثة التّي تمَّ إجراؤها مع مُنشِّطة من قسم الإنتاج:** [1]

– نتائج السُّؤال الأوَّل للمقابلة الثالثة: وكان **هدفه التعرُّف على مهام قسم البرمجة والإنتاج، حيث أطلعتنا المنشطة على المهام التي يضطلع فريق هذا القسم بتحقيقها**، وتوصَّلنا إلى أنَّ هذه المهام تتمثَّل أساسًا في:

– إعداد وإخراج البرامج الإذاعيَّة المختلفة وفقا لما هو مسطَّر ضمن الشَّبكة البرامجيَّة وبعض الظروف الطارئة.

– إعداد البرنامج اليومي المتضمِّن مدَّة وتوقيت بثّ المواد الإذاعيَّة المبرمَجة (ورقة الطريق).

– مراقبة إنجاز البرامج وفقا ما تمَّ التخطيط له مسبقا مع رئيس القسم.

– نتائج السُّؤال الثاني للمقابلة الثالثة: **هدفه التعرّف على أنواع اجتماعات العمل التي تعقد على مستوى قسم الإنتاج**، وتوصَّلنا إلى:

– عقد اجتماع عمل نهاية كلّ أسبوع لتحضير أوراق الطريق الخاصَّة بأيام الأسبوع القادم كاملة تماشيا مع البرامج المسطَّرة مُسبقا في الشَّبكة البرامجيَّة.

– عقد اجتماعات العمل الطارئة والمتعلِّقة بتغطيَّة أحداث الكوارث الطبيعيَّة كالزلازل والفيضانات، أو الإجتماعات التي تفرضها ظروف العمل، كتلك المرتبطة بالتَّحضير لتغطيَّة برامج الحملات الانتخابيَّة.

– عقد الاجتماعات الدَّوريَّة الخاصة باقتراح برامج وحصص تندرج في إطار إعداد الشَّبكة البرامجيَّة العاديَّة والشَّبكة البرامجيَّة الصيفيَّة والشَّبكة البرامجيَّة الرَّمضانيَّة.

– نتائج السُّؤال الثالث للمقابلة الثالثة: **هدفه التعرُّف على أهم الأدوات والأساليب الإتِّصاليَّة التِّي تساعد في إدارة اِجتماعات العمل المختلفة قبل وأثناء وبعد الاجتماع**، وتوصَّلنا إلى ما يلي:

– تتنوَّعُ الأساليب الإتِّصاليَّة المتبَّعة **قبل عقد الاجتماعات الأسبوعيَّة** (في إطار التحضير لها) حيث يتمُّ تذكير فريق العمل وجهًا لوجه داخل الإذاعة **(أسلوب الاتصال الشفوي المباشر)** بزمان ومكان الاجتماع من طرف رئيس القسم أو أثناء تبادل أطراف الحديث بين الفريق العامل خارج إطار العلاقات الرسميَّة **(أسلوب الاتصال الشفوي المباشر غير الرسمي)** أو عن طريق الهاتف بالنسبة للمتغيبين **(أسلوب الاتصال الشفوي غير المباشر)** أو بتبادل الرسائل عبر البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي **(الاتصال الإلكتروني)** ولا يحتاج هذا النوع من الاجتماعات إلى إعلانات داخلية مكتوبة أو دعوات حضور لأنها اجتماعات روتينيَّة.

(1) مقابلة مع مُنشِّطة من قسم الإنتاج "س.ز"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 28 مارس 2015، على السَّاعة 14:00.

– أمَّا بالنسبة للأساليب الاِتِّصاليَّة المتَّبعة **أثناء عقد الاجتماعات الأسبوعيَّة** فإنَّه وبعد التأكُّد من حضور فريق قسم الإنتاج في الموعد المحدَّد للاجتماع، يفتتح رئيس القسم الاجتماع بكلمة ترحيبيَّة، ويفتح لهم المجال لتقديم اقتراحاتهم بشأن المواضيع التي سيدرجونها في حصصهم الخاصة بالأسبوع القادم **(أسلوب الاتصال الشفوي المباشر)**، ويستمع لجميع الاقتراحات المقدمة ويسجلها على ورقة ويؤجل تقديم الملاحظات والتوجيهات إلى وقت المناقشة الجماعيَّة التي يتمُّ بموجبها توليد أفكار جديدة يمكن أن تساهم في بناء المادة الإذاعية وإخراجها بشكل أفضل.

– وبالنسبة للأساليب الاِتصاليَّة المتَّبَعة **بعد عقد الاجتماعات الأسبوعيَّة** فإنَّه يتم تنفيذ المهام الخاصة بتحضير وتسجيل المواد الإذاعية في أستديو الإنتاج من طرف الفريق بناءً على ما تمَّ الاتفاق عليه أثناء الاجتماع وبعد الانتهاء من تسجيل المادة الإذاعية يتم إعلام رئيس القسم من طرف منتج أو مخرج المادة بإنجازها ومكان تخزينها في جهاز الإعلام الآلي الخاصّ باستديو البث سواء كان ذلك وجه لوجه **(أسلوب الاتصال الشفوي المباشر)** أو عن طريق الهاتف **(أسلوب الاتصال الشفوي غير المباشر)** في حالة عدم التقائهما برئيس القسم أي أثناء غياب الاتصال المواجهي الذي يفرضه جدول عمل المنتجين والمخرجين ورئيس القسم، وفي جميع الحالات لابدَّ على مخرج المادة أن يسجل اشعارا بجاهزية المادة الصَّوتيَّة للبث **(أسلوب الاتصال الكتابي)**، ويتضمن هذا الإشعار: اسم المادة، اسم المنتج، اسم المخرج، تقني الصَّوت، تاريخ التسجيل، مدَّة المادة، تاريخ وتوقيت البثّ، مكان التخزين في جهاز الإعلام الآلي الخاص باستديو البّث، حتى يتمكن مخرج فترة البث من الحصول على المعلومات اللازمة عن مدة وموضوع المادة وتوقيت بثها ومقارنة هذه المعلومات بما جاء في ورقة الطريق الخاصة بذلك اليوم.

– أمَّا بالنسبة للحصص المباشرة يتم انجازها بناءً على ما جاء في ورقة الطريق **(أسلوب الاتصال الكتابي)**، كما يتم في الحالتين (الحصص المسجلة أو الحصص المباشرة) تبادل التوجيهات بين المخرج والمنتج وتقني الصوت أثناء التسجيل أو التقديم المباشر للحصة **(أسلوب الاتصال الشفوي المباشر + أسلوب الاتصال غير اللفظي** المتمثل في تبادل التوجيهات بين المنتج والمخرج وتقني الصَّوت باستخدام حركات اليدّ المتفق عليها في العمل الإذاعي).

– وبالنسبة **للاِجتماعات الطارئة وكذا الاِجتماعات الدَّوريَّة** الخاصَّة باقتراح البرامج والحصص المتعلِّقة بإعداد الشَّبكات البرامجيَّة الثَّلاث (العاديَّة، الصَّيفيَّة والرَّمضانيَّة)، فيُعنى بحضورها فريق قسم الإنتاج وكذا فريق قسم الأخبار ويرؤسها رئيس المحطة شخصيا وهي تتبع في إدارتها نفس الأساليب الاتصاليَّة المعتمدة في إدارة اجتماعات العمل الأسبوعيَّة الخاصَّة بقسم الإنتاج إضافة إلى إعلام المشاركين في الاجتماع عن طريق إعلان داخلي يُعلَّق على لوحة الإعلانات الداخلية **(أسلوب الاتصال الكتابي)** ويتضمَّن مكان وزمان وجدول أعمال الاجتماع والمعنيين بالحضور والمشاركة فيه.

– نتائج السُّؤال الرابع للمقابلة الثالثة: **هدفه التعرُّف على أبرز العقبات التي تعرقل السير الحسن لإدارة اجتماعات العمل بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة**، وتوصلنا إلى:

– لا يلجأ الكثير من أعضاء الفريق العامل على مستوى القسمين في الغالب للاِطِّلاع على الإعلانات أو المذّكرات وجداول أعمال الاجتماعات ويعتمدون بصورة كبيرة على تبادل المعلومات خارج إطار العلاقات الرسمية للعمل عن طريق الاتصال وجها لوجه أو باستعمال الهاتف وهذا ما قد يؤدي في بعض الأحيان إلى نسيان بعض النقاط الهامة التي ستتم مناقشتها في الاجتماع كما يمكن نسيان موعد وموضوع الاجتماع تماما.

– الكمّ الكبير للإعلانات الورقيَّة المعلَّقة بطريقة عشوائيَّة على لوحتي الإعلانات الداخليَّة للمؤسَّسة، منها لوحة إعلانات ورقيَّة خاصَّة بالمؤسَّسة الأمّ والأخرى خاصَّة بإذاعة سوق أهراس الجهوية، وهذا ما قد يحُول دون الاِهتمام بقراءتها من طرف المعنيين بها لكثرتها وتنوع مصادرها ومواضيعها، كما لا يمكن التَّفريق بين الإعلانات الخاصَّة بالمؤسَّسة الأمّ أو تلك الخاصة بإذاعة سوق أهراس الجهوية من الوهلة الأولى إلاّ بعد قراءتها والإطِّلاع عليها عن قرب لأنَّ هذه الإعلانات رغم اختلاف مصدرها إلا أنَّها تتضمن نفس الرَّمز والشِّعار (Logotype المؤسَّسة الأمّ).

4. نتائج المقابلة الرَّابعة التّي تمَّ إجراؤها مع رئيس قسم الإنتاج: [1]

– نتائج السُّؤال الأوَّل للمقابلة الرابعة: **كان هدف هذا السُّؤال هو التَّأكُّد من جودة المعلومات المُجَمَّعة حول أنواع اجتماعات العمل التي تعقد بهذا القسم والأساليب الاِتِّصاليَّة التي تدخل في عملية إدارتها**، أين قدَّم لنا رئيس قسم البرمجة والإنتاج الكثير من المعلومات التي تؤكِّد صحَّة المعلومات التي جمعناها من المقابلة السَّابقة حيث أطلعنا على الاجتماعات الدَّوريَّة والاجتماعات الطارئة وكذا اجتماعات العمل الأسبوعيَّة المتعلقة ببرمجة ورقة الطريق الخاصَّة بالجدول الأسبوعي للحصص اليوميَّة والأسبوعيَّة ونصف الأسبوعيَّة المبرمجة في الشبكة البرامجية كما كشف لنا عن الأساليب الاتصالية المتبعة في إدارتها والتي تتنوَّع ما بين **أسلوب الاتصال الكتابي والاتصال اللفظي (شفوي مباشر، شفوي غير مباشر) والاتصال غير اللفظي (لغة الجسد) والاتصال الإلكتروني (البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي)** وهو ما يتطابق تماما مع المعلومات التي تحصلنا عليها من المنشطة في المقابلة الماضية حيث أخبرنا أنَّ هذا النَّوع من الاجتماعات يتم بحضور المنتجين والمخرجين ويتم عادة تذكيرهم بتوقيت الاجتماع من طرف رئيس القسم وجها لوجه **(أسلوب الاتصال اللفظي: الشفوي المباشر)** أو عن طريق الهاتف **(أسلوب الاتصال اللفظي: الشفوي غير المباشر)** أو الإيميل أو عبر الفايسبوك **(أسلوب الاتصال الإلكتروني)** مع مراعاة أوقات عمل الفريق العامل وقت الاجتماع، وخلال الاجتماع يرَّحب رئيس القسم بفريق قسم الإنتاج ويفتح لهم المجال لتقديم اقتراحاتهم بشأن المواضيع التي يمكن برمجتها كمواضيع تتماشى مع طبيعة البرامج المسطرة في الشبكة البرامجية

(1) مقابلة مع رئيس قسم البرمجة والإنتاج "م.ن"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 04 أفريل 2015، على السَّاعة 14:00.

مع تسجيل جميع المقترحات على ورقة بيضاء ودون مقاطعة أو نقد أيٍّ كان وفي آخر الاجتماع تتم مناقشة جميع المواضيع جماعيا وتوليد أفكار جديدة بشأنها وبرمجتها في الجدول الأسبوعي الخاص بأوراق الطريق، مع الاستماع لبعض التوجيهات التي يقدمها رئيس القسم، وبعد الاجتماع تتم متابعة انجاز المهام وتسجيل المواد الإذاعية أو تقديمها على المباشر باتِّباع نفس الأساليب الإتصاليَّة التّي أطلعتنا عليها المنشطة التي أجرينا معها المقابلة سابقًا.

– السُّؤال الثَّاني للمقابلة الرَّابعة: **يهدف التعرف على أهميَّة اجتماعات العمل في الإذاعة وأهم أنواع هذه الاجتماعات من حيث درجة الأهميَّة**، وتوصَّلنا إلى أنَّ:

– العمل الإذاعي عمل جماعي متكامل يتطلَّب تظافر الجهود والتَّنسيق بين مختلف الأقسام والوظائف لبلوغ الأهداف المرجوة وهذا ما يتحقَّق بانتهاج اجتماعات العمل المختلفة بصفتها أسلوب إتِّصالي جمعي تشاوري لا يمكن الإستغناء عنه في أيّ حال من الأحوال.

– جميع أنواع اجتماعات العمل في الإذاعة لها أهميتها الخاصَّة، وتختلف درجة هذه الأهميَّة حسب ما تفرضه ظروف العمل.

– تحتلُّ الإجتماعات الدوريَّة في الإذاعة المرتبة الأولى من حيث درجة الأهميَّة لأنَّه وفقها يتحدَّد المسار الحقيقي والفعلي لسير عمل الإذاعة بما يتماشى مع رؤيَّة ورسالة المؤسَّسة الإذاعيَّة الأمّ.

– نتائج السُّؤال الثالث للمقابلة الرابعة: **يهدف للتَّعرُّف على أهمّ الأساليب الاتصاليَّة التِّي تدخل في إدارة الاجتماعات الدوريَّة على مستوى إذاعة سوق أهراس الجهوية بصفتها أهمّ نوع من الاجتماعات** وتوصَّلنا إلى:

– تعقد هذه الاجتماعات مرَّة واحدة كل سنة، ويرأسها مدير المحطة وتتعلَّق تحديدا ببرمجة مختلف الشبكات البرامجية المختلفة، وتُسبق هذه الاجتماعات بإعلان داخلي مكتوب، مُمضى ومؤشَّر من طرف المدير **(أسلوب الاتصال الكتابي)** بشأن اقتراح حصص في إطار التَّحضير لبرمجة الشبكات البرامجية الثلاث.

– يتحصَّل فريق قسم البرمجة والإنتاج وفريق قسم الأخبار على استمارات الاقتراحات، وبعد ملئها، تُجمع هذه الاقتراحات المكتوبة من طرف رئيس القسم، وتوضع على مستوى أمانة المدير ليطلِّع عليها **(أسلوب الاتصال الكتابي)**، وتُتبع هذه العملية بإعلان داخلي ثانٍ مكتوب ومؤشر من طرف المدير يحمل موعد ومكان الاجتماع وأهم النقاط التي ستتم مناقشتها **(أسلوب الاتصال الكتابي)**، وأثناء الاجتماع يرحب المدير بالحضور، ويذكر بجدول أعمال الاجتماع وجميع المقترحات المكتوبة، ويستمع ويسجل الاقتراحات والآراء الجديدة، وفي آخر الاجتماع تتم المناقشة جماعيا والخروج بقرارات جماعية مرضية تتماشى ورؤية ورسالة المؤسسة بعيدا عن التعصب للرأي **(أسلوب الاتصال اللفظي الشفوي المباشر + أسلوب الاتصال غير اللفظي)**.

– تسجيل هذه القرارات في محضر اجتماع رسمي يحمل أسماء وإمضاء الحاضرين والمتأخرين و قائمة بأسماء المتغيبين، وتتم متابعة وتقييم تلك القرارات أثناء وبعد تنفيذها، وتقويمها إن تطلَّب الأمر، ونفس الشيء بالنسبة للاجتماعات الطارئة المرتبطة بالكوارث الطبيعية والحملات الانتخابية والحملات التحسيسية...إلخ حيث لا تختلف في عملية إدارتها عن الاجتماعات الدورية إلاَّ من حيث الموضوع ومدة تغطية البرامج المتفق عليها أثناء الاجتماعات الطارئة والمحصورة في مدة زمنية قصيرة لا تتجاوز الشهر في أغلب الأحيان.

5. نتائج الزيارة الميدانيَّة الأخيرة لقسم الإنتاج وقسم الأخبار:

وكان ذلك يوم 11 أفريل 2015 حيث تم التأكُّد من جميع المعلومات المجمعة سابقا، كما تحصَّلنا خلالها على بعض الوثائق والمرفقات التي تتماشى مع أهداف الدراسة وتساعد في صياغة نتائجها.

6. نتائج الملاحظة بالمشاركة:

خلال فترة الدراسة المسموح بها بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة، ومن خلال زياراتنا المتكررة لقسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج، عَمِلْنا قدر الإمكان على توجيه وتركيز حواسنا صوب كلّ ما له علاقة بموضوع دراستنا، وتمكَّنا من التوصل إلى رصد و تسجيل بعض الملاحظات الهامَّة المتمثلة أساسا فيما يلي:

1) لاحظنا أن كلاًّ من قسم الأخبار وكذا قسم البرمجة والإنتاج يشكلان عنصرين حيويين وديناميكيين في إدارة وتسيير إذاعة سوق أهراس الجهويَّة بما يتوافق مع رؤية ورسالة المؤسسة الأمّ التي تسعى للحفاظ على مكانتها وولاء جمهورها واستقطاب وجذب أكبر عدد من المستمعين والمعلنين.

2) لاحظنا أيضا التنوُّع الكبير في الأساليب الاتصالية المتبعة لإدارة اجتماعات العمل بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة قبل وأثناء وبعد الاجتماع (**أسلوب الاتصال الكتابي، أسلوب الاتصال اللفظي بنوعيه "شفوي مباشر وشفوي غير مباشر"، أسلوب الاتصال غير اللفظي، أسلوب الاتصال الإلكتروني**) وهذا ما نتجت عنه أشكالا عديدة لشبكات الاتصالات الإداريَّة الخاصَّة باجتماعات العمل داخل الإذاعة.

3) لاحظنا استعمال الاتصال الرسمي الصاعد والنازل إلى جانب الاتصال غير الرَّسمي بين المدير وفريقي قسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج في التواصل مع بعضهم، مما ساهم في تحقيق التَّرابط والانسجام والتَّفاهم والتَّعاون بينهم وبالتَّالي تحقيق أهداف المؤسسة.

4) لاحظنا الأهمية القصوى التِّي يوليها مدير الإذاعة وكلّ من رئيس قسم الأخبار ورئيس قسم البرمجة والإنتاج لاجتماعات العمل على مستوى إذاعة سوق أهراس الجهوية لكونها (اجتماعات العمل) أسلوب اتصالي داخلي جمعي تتمخَّض عنه قرارات بالمشاركة والتي غالبا ما تكون سليمة.

5) لاحظنا أنَّ معظم الموظفين الذِّين أجرينا معهم المقابلات ليست لديهم صورة واضحة عن مفهوم وأنواع وأشكال الأساليب الاتصالية رغم أنهم جميعهم من خريجي كليَّات ومعاهد علوم الإعلام والاتِّصال وهذا ما صعَّب علينا الحصول على المعلومات بشكل سريع رغم اهتمام المبحوثين بالموضوع والتجاوب معنا بكل روح علميَّة حيث اضطررنا في الكثير من الأوقات إلى شرح وتبسيط بعض المصطلحات لهم

والمندرجة ضمن حقل علوم الإعلام والاتصال من أجل الحصول على المعلومات بشكل سليم حتى لا نخرج عن أهداف الموضوع المدروس.

6) لاحظنا غياب ثقافة الاهتمام والاستفادة من طرف بعض الموظفين في قسم البرمجة والإنتاج وقسم الأخبار من لوحتي عرض الإعلانات الورقية الداخلية التي تعد أسلوب اتصال لفظي مكتوب فعَّال وقد يرجع ذلك لكون الإعلانات كثيرة وعديدة ومعروضة بطريقة عشوائية ممَّا قد يحول دون قراءتها من طرف بعض الموظفين المعنيِّين بها واعتمادهم بشكل كبير الحصول على المعلومات من خلال **أسلوب الاتصال الشفوي المباشر وغير المباشر** وبالتالي إمكانيَّة نسيانهم أو عدم حصولهم على المعلومات المتعلقة بوقت وجدول أعمال الاجتماع بشكل كامل ودقيق وهذا ما قد يتسبب في إحداث غيابات أو تأخرات عن حضور الوقت الرَّسمي للاجتماعات.

7) لاحظنا كفاءة قادة الاجتماعات (مدير الإذاعة، رئيس قسم الأخبار ورئيس قسم البرمجة والإنتاج) في تسيير جلسات اجتماعات العمل باتباعهم تقنية العصف الذهني ويتجسد ذلك في فتح المجال للجميع أثناء الاجتماع بتقديم الاقتراحات وتسجيلها وتوليد الأفكار والمناقشة الجماعية دون نقد أو دوغمائية وتعصب للرأي.

8) لاحظنا غياب لوحة إعلانات داخلية باستديو البثّ خاصة بالإعلان عن المواد الإذاعيَّة الجاهزة للبثّ والتعليق العشوائي للإشعارات المتعلقة بالمواد الإذاعيَّة الجاهزة للبثّ على أحد الجدران الداخليَّة لأستديو البثّ رغم قدرة المؤسسة على الاستفادة من لوحات للإعلانات الإلكترونية كونها غير مكلفة.

9) لاحظنا غياب شعار خاصّ بإذاعة سوق أهراس الجهوية والتي تستخدم شعار المؤسسة الأمّ في جميع وثائقها الإداريَّة وهذا ما يُصَعِّب على الموظفين التمييز المباشر بين إعلاناتها وإعلانات المؤسسة الأمّ رغم أهميتها هي أيضا.

❖ **سابعًا– النتائج العامَّة للدِّراسة:**

من خلال نتائج المقابلات التي أجريناها بميدان الدراسة مع موظفين من قسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج، إضافة إلى جملة الملاحظات المسَّجلة والمتعلِّقة أساسًا بموضوعنا والتي لاحظناها وتابعناها أثناء مدَّة دراستنا، وبعد الزيارة الأخيرة التِّي اِلتقينا فيها برئيس قسم البَّرمجة والإنتاج، للتأكُّد من صحَّة المعلومات المقدَّمة لنا أثناء كلِّ زيارة ميدانيَّة لإذاعة سوق أهراس الجهويَّة، وكذا للحصول على بعض الوثائق الهامَّة التِّي لها علاقة بموضوع دراستنا، توصَّلنا إلى نتائج عامَّة تمَّت صياغتها تبعا للأهداف الميدانيَّة التي سطرناها في بداية دراستنا لهذا الموضوع، وتظهر هذه النتائج العامَّة، فيما يلي:

1– تتعدَّدُ أنواع اِجتماعات العمل بالإذاعات الجهويَّة في الجزائر على غرار إذاعة سوق أهراس الجهويَّة بين:

- **اجتماعات عمل دوريَّة مشتركة (موسميَّة) بين قسم الإنتاج وقسم الأخبار:** خاصة بالتَّحضير واقتراح برامج وحصص للشبكات البرامجيَّة الثلاث (الشبكة البرامجيَّة العاديَّة والشبكة البرامجيَّة الصَّيفية

والشبكة البرامجيَّة الرمضانيَّة) وتعقد مرَّة في كلّ موسم (الموسم العادي، موسم فيصل الصَّيف، موسم شهر رمضان الكريم) ويرأسها مدير المحطة شخصيًّا بحضور كلّ الفريق العامل من قسمي الإنتاج والأخبار.

- **اجتماعات يوميَّة بقسم الأخبار(Briefings) على الساعة 08:30 صباحا**، يحضرها صحفي قسم الأخبار ويرؤسها رئيس التحرير. لتقديم الاقتراحات الممكنة، واختيار أهمّ الأخبار الآنيَّة والمستعجل بثَّها، وتوجيه كلّ فرد من الطاقم الصحفي العامل للاشتغال على خبر محدَّد.

- **اجتماعات يوميَّة بقسم الأخبار(Briefings) على الساعة 11:00 صباحا** بحضور نفس الفريق العامل للاستماع إلى المواد الصوتيَّة المسَّجلة، وتوجيه مقدّم النشرة لاختيار أهمّ النقاط التي تضمنتها التسجيلات الصوتيَّة لتحضير المادة التحريريَّة.

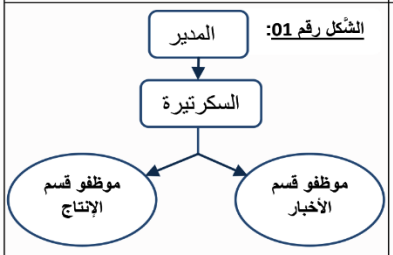
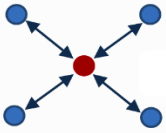
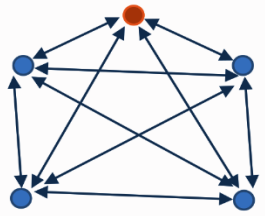
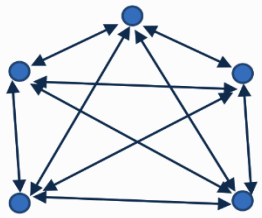
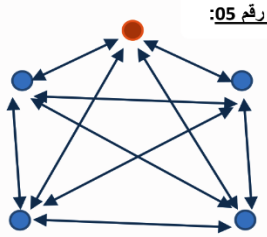
- **اجتماعات يوميَّة بقسم الأخبار(Briefings) مع الفريق العامل في الفترة المسائية** بدءا **من السَّاعة 13:00** وبنفس الطريقة والكيفيَّة التي تعقد بها في الفترة الصباحيَّة ويكون **الاجتماع الثاني الخاص بالفترة المسائية على الساعة 15:30** والخاصّ بالاستماع للتسجيلات والتحضير للنشرة المسائية وتأجيل بعض الأخبار للفترة الصباحيَّة المخصَّصة لليوم الموالي.

- **اجتماعات أسبوعيَّة بقسم الإنتاج:** ويعقد هذا النَّوع من الاجتماعات نهاية كلّ أسبوع لتحضير أوراق الطريق (Feuille de Route) الخاصة ببرامج وحصص أيام الأسبوع المقبل كاملة، تماشيا مع البرامج المسطرة مسبقًا في الشبكة البرامجيَّة للموسم.

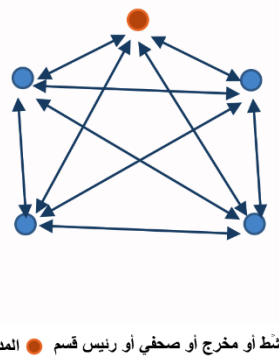
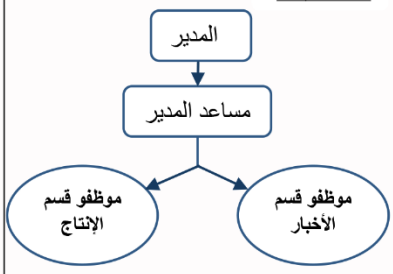
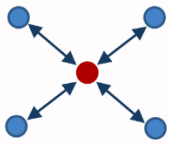
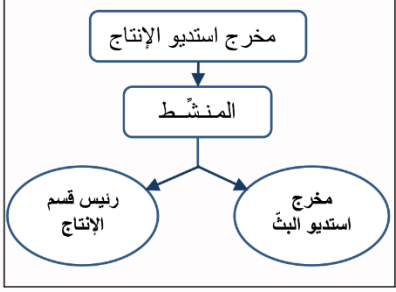
- **اجتماعات العمل الطارئة:** والمتعلقة بتغطية أحداث الكوارث الطبيعيَّة كالزلازل والفيضانات، أو الاجتماعات التي تفرضها ظروف العمل مثل تلك المرتبطة بالتحضير لتغطيَّة برامج الحملات الانتخابيَّة والحملات الإعلاميَّة ...إلخ.

2- تتنوع الأساليب الاتصاليَّة المنتَهَجة في إدارة اجتماعات العمل بالإذاعات الجهويَّة في الجزائر كما هو الحال بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة بين أسلوب الاتصال الكتابي وأسلوب الاِتصالي اللفظي بنوعيه (شفوي مباشر، شفوي غير مباشر) وأسلوب الاتصال غير اللفظي وكذا أسلوب الاتصال الإلكتروني وبنسب متفاوتة، وتشكل لنا هذه الأساليب جملة من شبكات الاتصالات الإداريَّة والتنظيمية المتنوِّعة والمتكاملة فيما بينها (شبكة اتصالات ذات النمط: النجمي، العنقودي، السلسلة، العجلة)، وتتحدد هذه الشبكات الخاصة بتدفق المعلومات وتبادلها قبل وأثناء وبعد عقد اجتماعات العمل المختلفة حسب طبيعة المواقف الاتصالية التي يفرضها الاتصال الرسمي (صاعد، نازل) والاتصال غير الرسمي (العلاقات غير الرسمية بين الموظفين) تبعا لظروف العمل وهذا ما يوضِّحه **الجدول رقم 02** والذِّي لخَّصنا فيه الأساليب والشبكات الاتصاليَّة للاجتماعات الدَّورية كنموذج يجمع بين جميع الأساليب الاتِّصالية المنتَهَجة في أنواع الاجتماعات الأخرى: اليوميَّة منها الخاصّة بقسم الأخبار والأسبوعيَّة

الخاصّة بقسم البرمجة والإنتاج وكذا الاجتماعات الطارئة حول موضوع أو قضيَّة معيَّنة، وهذا قبل وأثناء وبعد الاجتماع كما يبرزه الجدول الآتي:

مرحلة عقد الاجتماع	نوع واتجاه وأسلوب الاتصال	شكل أو نمط شبكة الاتصال
قبل الاجتماع	- **اتصال رسمي نازل باستخدام أسلوب الاتصال الكتابي:** من خلال الإعلانات الورقيَّة الصادرة من المدير حيث يستعين بالسكرتيرة لكتابتها وبعد التأشير عليها من طرفه تعلق هذه الإعلانات الخاصة بالاجتماعات على لوحة الإعلانات الداخليَّة للإذاعة قصد إبلاغ الموظفين بجدول أعمال الاجتماع وتاريخ ومكان انعقاده والمعنيين بحضوره وهذا ما يوضحه الشكل رقم 01 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط العنقودي.**	**الشّكل رقم 01:** 
	- **اتصال رسمي أفقي باستخدام أسلوب الاتصال الكتابي :** استلام موظفي قسم البرمجة والانتاج وكذا موظفي قسم الأخبار لاستمارات المقترحات من مكتب رئيس القسم وإعادة تسليمها له بعد تعبئتها، وهو ما يوضحه الشكل رقم 02 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **نمط العجلة.**	**الشّكل رقم 02:** 
	- **اتصال رسمي نازل و اتصال رسمي أفقي و اتصال غير رسمي أفقي باستخدام أسلوب الاتصال الإلكتروني:** عن طريق الرسائل الإلكترونية التي ترسلها الإدارة (اتصال رسمي نازل) أو التي يرسلها رئيس القسم (اتصال رسمي أفقي لأنَّ منصب رئيس القسم كما أشرنا سابقا هو منصب شرفي تنظيمي ويتساوى في الرتبة مع باقي موظفي القسم) بالإضافة إلى الرسائل الإلكترونيَّة التي يتبادلها زملاء العمل الآخرون فيما بينهم بغض النظر عن المستوى الوظيفي أو القسم الذي ينتمون إليه في إطار علاقاتهم الاجتماعيَّة عبر مواقع التواصل الإلكتروني (اتصال غير رسمي أفقي) قصد إبلاغ المستفيدين من عطل سنوية أو مَرضيَّة بجدول أعمال الاجتماع ووقت ومكان انعقاده وهو ما يوضحه الشكل رقم 03 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط النجمي.**	**الشّكل رقم 03:** 
	- **اتصال غير رسمي أفقي باستخدام أسلوب الاتصال الشفوي المباشر:** من خلال تبادل أعضاء القسمين الحديث المباشر في ما بينهم وجها لوجه بخصوص جدول أعمال الاجتماع ووقت ومكان الاجتماع خارج إطار العلاقات الرَّسميَّة وبغض النظر عن المستوى الوظيفي أو القسم الذي ينتمون إليه، وهذا ما يوضحه الشكل رقم 04 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط النجمي.**	**الشّكل رقم 04:** 
	- **اتصال رسمي نازل و اتصال رسمي أفقي و اتصال غير رسمي أفقي باستخدام أسلوب الاتصال الشفوي غير المباشر:** إبلاغ المستفيدين من عطل سنوية أو مرضية بجدول أعمال الاجتماع ووقت ومكان انعقاده عن طريق الاتصالات الهاتفيَّة سواء كان مصدر الاتصال هو الإدارة (اتصال رسمي نازل) أو رئيس القسم (اتصال رسمي أفقي) أو زملاء العمل بغض النظر عن رتبهم الإداريَّة (اتصال غير رسمي أفقي) وذلك خلال ممارسة علاقاتهم الاجتماعيَّة عن طريق الهاتف وهذا ما يوضّحه الشكل رقم 05 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط النجمي.**	**الشّكل رقم 05:** 

الجدول رقم 02 يوضّح تدفّق الاتّصال حسب نوعه وأشكاله وأساليبه المختلفة في إدارة اجتماعات العمل في مراحلها الثلاث بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة.

أثناء الاجتماع	- اتصال رسمي نازل واتصال رسمي أفقي باستخدام أسلوب الاتصال الاتصال الشفوي المباشر وأسلوب الاتصال غير اللفظي: يرَّحب المدير بالحاضرين لعقد الاجتماع ويذَّكِّر بجدول أعمال الاجتماع ويعرض الاقتراحات المسلمة من قبل إلى الإدارة في شكل استمارات معبَّأة ويفتح المجال للنقاش وإبداء وتبادل الآراء والاقتراحات الجديدة بين جميع المشاركين باحترام ودون تسلط للرأي وبغض النظر عن الرتبة الوظيفيَّة ويدَّعم هذا النقاش بأسلوب الاتصال غير اللفظي كحركات الرأس تعبيرا عن القبول، حركات اليَّد وتقاسيم الوجه المؤيِّدة أو المعارضة للاقتراحات ويؤجل النقد لآخر الجلسة مع تقديم أسباب موضوعيَّة للقبول أوالرفض ومناقشتها ثمَّ يتم تسجيل القرارات الجماعيَّة المتمخِّضة عن الاجتماع في محضر اجتماع الذي يتلى في آخر الجلسة من طرف المدير أو أحد المكلَّفين، وهذا ما يعرف بتقنية العصف الذهني أثناء إدارة الاجتماعات وهذا ما يوضِّحه الشكل رقم 06 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط النجمي.**	الشّكل رقم 06: 
	-اتصال رسمي نازل باستخدام أسلوب الاتصال الكتابي: إطلاع المشاركين عن محضر الاجتماع قبل نهاية الاجتماع وتقديم توجيه من طرف المديرن لإمضاء جميع المشاركين على المحضر وهذا ما يوضحه الشكل رقم 07 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط العنقودي.**	الشّكل رقم 07: 
بعد الاجتماع	-اتصال رسمي أفقي باستخدام الاتصال الشفوي المباشر وأسلوب الاتصال الشفوي غير المباشر: من خلال توجيهات رئيس القسم لفريق الإنتاج (منشّط + مخرج) حول انجاز المادة الإذاعيَّة وبالمقابل إعلام رئيس القسم من طرف المنتج أو المخرج وجها لوجه أو عن طريق الهاتف (في حالة غياب رئيس القسم) بانجاز العمل بعد إخراجه وجاهزيته للبثّ، كما يمكن أن يكون قد قام بانجاز العمل أكثر من منتج وأكثر من مخرج وهذا ما يوضحه الشكل رقم 08 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **نمط العجلة.**	الشّكل رقم 08: 
	-اتصال رسمي أفقي باستخدام أسلوب الاتصال الكتابي: من خلال الإشعارات الورقية التّي يقوم مخرج استديو الإنتاج بملء المعلومات المطلوبة فيها حول انجاز المادة الإذاعيَّة وجاهزيتها للبث ومدتها ومخرجها ومنتجها وتقني الصوت وتاريخ البثّ ويمكن أن يساعده المنشّط وتعلق هذه الإشعارات في قسم البثّ من أجل إعلام رئيس القسم ومخرج استديو البث بجاهزيتها ومكان تخزينها في جهاز الكمبيوتر الخاص بالبثّ (وهذا الإجراء يكون في حالة حضور أوغياب رئيس القسم)، وهذا ما يوضحه الشكل رقم 09 في خانة شكل شبكة الاتصال والذي يأخذ **النمط العنقودي.**	الشّكل رقم 09: 

(تابع) الجدول رقم 02 الذي يوضّح تدفق الاتصال حسب نوعه وأشكاله وأساليبه المختلفة في إدارة اجتماعات العمل في مراحلها الثلاث بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة.

- **ملاحظة:** بالنسبة لأنواع وأنماط شبكات الإتِّصال لا يتَّسِّعُ شرحها كلَّها في هذا المقام، لذا يمكن الرُّجوع لكتاب "مدخل للاتصال والعلاقات العامَّة" للأستاذين: أ. رضوان بلخيري و أ. سارة جابري على

سبيل المثال –لا الحصر–، واللَّذيْنِ عرَّفَا "شبكات الاِتِّصال" أنَّها: "النَّاحيَّة التَّنظيميَّة المُنظِّمَة للعلاقات بين أفراد الجماعة الواحدة" (1).

3–الاهتمام الكبير لكلّ من مدير الإذاعة الجهويَّة وفريقي قسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج باجتماعات العمل المتنوِّعة كونها أسلوب اتِّصالي جمعي تنجم عنه قرارات جماعيَّة وهذا ما يُجسِّد مفهوم الإدارة بالمشاركة كما تلعب اجتماعات العمل في الوقت ذاته دورا مركزيًّا في تسيير مختلف المهام المرتبطة بتخطيط وتنظيم عملية إعداد وإنجاز المواد الإذاعيَّة المختلفة على مستوى إذاعة سوق أهراس الجهويَّة وتوجيه الموظفين المكلَّفين بها نحو أفضل السُّبل الممكنة لإنجازها ومتابعة تنفيذها بما يتماشى مع رؤيَّة ورسالة المؤسسة الأمّ.

4– كفاءة قادة اجتماعات العمل والمشاركين فيها في توظيف مهارات متنوعة للاتِّصال أثناء مرحلة عقد الاجتماع وأبرزها مهارة الحديث ومهارة الانصات وتبادل الآراء بموضوعية وتجنب النَّقد والتعصُّب للرَّأي وهذه الأساليب الاتِّصالية ملائمة تماما لطبيعة العمل الإعلامي مُنتهجِين بذلك تقنية العصف الذهني لتوليد الأفكار باحترام الآراء والاقتراحات المتبادلة وإثراء النقاش الفعَّال ويرجع ذلك لطبيعة التحصيل العلمي للموظفين (معظمهم من خريجي معاهد وكليَّات علوم الإعلام والاتصال).

5–اعتماد غالبية المعنيين بحضور اجتماعات العمل بإذاعة سوق أهراس الجهويَّة (موظفو قسم الأخبار وقسم البرمجة والإنتاج) على **أسلوب الاتصال اللفظي** بنوعيه (شفوي مباشر، شفوي غير مباشر) **وأسلوب الاتصال غير اللفظي** بشكل كبير قبل وأثناء وبعد عقد اجتماعات العمل المختلفة رغم إمكانيَّة استفادتهم من أسلوب الاتصال الكتابي و أسلوب الاتصال الإلكتروني أيضا ويرجع ذلك لسرعة أسلوب الاتصال الشفوي بنوعيه في نقل ونشر المعلومات بينهم، كما أنَّ إعراض الكثير منهم عن الاِطِّلاع على لوحتَيْ الإعلانات الداخِلِيَتَيْن التَّقليدِيَتَيْن ينِّمُ عن غياب ثقافة التعامل مع هذه الأخيرة من طرف بعضهم وعن عدم رغبة البعض الآخر في الاِطِّلاع عليها لأنَّها تستهلك من وقتهم ولأنَّها لا تواكب التطوُّرات الحاصلة بخصوص التقنيَّات الحدِّيثة في عرض الإعلانات على غرار لوحات الإعلانات الإلكترونيَّة الرقميَّة.

❖ ثامنًا– الاِقتراحات:

على ضوء النتائج التّي توصَّلنا إليها حول موضوع دراستنا والتّي تُوِّجت بتحقيق جملة من الأهداف المسَّطرة في بداية هذا البَّحث يُمكننا توجيه الاِقتراحات التاليَّة إلى المؤسَّسة ميدان الدِّراسة ومثيلاتها:

(1) رضوان بلخيري، سارَّة جابري: **مدخل للاِتِّصال والعلاقات العامَّة**، جسور للنَّشر والتَّوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2014، ص 111.

1. إعداد خطط اِتِّصاليَّة تنظيميَّة جديدة على مستوى الإذاعات الجهويَّة في الجزائر، من شأنها أن تساعد على تنظيم وتوجيه الجهود أكثر نحو الاستفادة من جميع الأساليب الاتصاليَّة التي تساهم في إدارة وإنجاح اجتماعات العمل قبل وأثناء وبعد انعقادها.
2. توظيف متخصِّصين في الاتِّصال التَّنظيمي وتكليفهم بإعداد استراتيجيات اِتصاليَّة تُتَرجِم أهداف المؤسَّسة وتتوافق مع رؤيتها ورسالتها وإعدادهم لنماذج عن نظم تدفُّق المعلومات الإداريَّة، تكون أكثر تلاؤما مع طبيعة المواقف الاِتِّصاليَّة المختلفة، مع تحديد أشكال وأنماط الشَّبكات الاِتِّصاليَّة المناسبة لإدارة اجتماعات العمل بكفاءة وفعاليَّة.
3. ضرورة اِمتلاك الإدارة العليا في المؤسَّسة رؤيَّة واضحة عن الأساليب الاتصاليَّة وطرق الاستفادة منها، وتوظيفها بشكل صحيح بصفتها تشكل عنصرا حيويًّا و فعَّالا في إدارة اجتماعات العمل.
4. العمل على التَّقليل من الإجراءات والترتيبات التَّقليديَّة المعمول بها في ما يخصُّ عرض الإعلانات المتعلقة بالاجتماعات والإشعارات الخاصَّة بالمواد الإذاعيَّة الجاهزة للبثّ.
5. تفعيل دور أسلوب الاِتِّصال الكتابي والإلكتروني داخل المؤسَّسة إلى جانب أسلوب الاِتِّصال اللفظي الأكثر استعمالا عن طريق الاستفادة من لوحتين إلكترونيتين مخصصتين للإعلانات الداخليَّة كونها جاذبة للانتباه وتُقرأ من مسافة بعيدة، تُعلَّق الأولى بالطابق السُّفلي والثانيَّة بالطابق العلوي قريبة من أستديو البثّ.
6. ضرورة تخصيص لوحة إعلانيَّة إلكترونيَّة للإعلانات الرَّقميَّة الخاصَّة بالإشعارات المتعلِّقة بالمواد الإذاعيَّة الجاهزة للبثّ دون الاِستغناء عن الطريقة التَّقليدية مع إضفاء بعض التحسينات والترتيبات كتخصيص أوراق صفراء تكتب عليها الإعلانات الخاصة بالاجتماعات والخضراء الفاتحة للإشعارات الخاصَّة بجاهزيَّة البثّ.
7. ضرورة تخصيص رمز وشعار مستقل خاص بالمؤسَّسة Logotype ومقتبس من شعار المؤسَّسة الأمّ، كالذِّي قمنا بتصميمه –على سبيل المثال– والذِّي يبرزه الشَّكل رقم 01:

الشكل رقم 01 : الشِّعار المصمَّم والمقترَح من طرف الباحث ياسين برُوك لصالح إذاعة سوق أهراس الجهويَّة

8. العمل على نشر ثقافة استعمال واختيار الأساليب الاتِّصالية الأكثر تلاؤما مع طبيعة كلّ موقف اتصالي وبدّقة كبيرة داخل فضاء العمل، الأمر الذِّي يساعد على ربح واستثمار الوقت والجهد ويعمل على التسيير المنظَّم و الفعَّال للمؤسسة.

9. ضرورة تسليم المشاركين في الاجتماعات نسخة عن محضر كلّ اجتماع يشاركون فيه حتَّى يتسنى لهم الرجوع للقرارات والتوجيهات المتمخِّضة عن الاجتماع في حالة نسيانها أو عدم القدرة على تذكّرها، فمحضر الاجتماع أسلوب اتصال كتابي فعَّال.

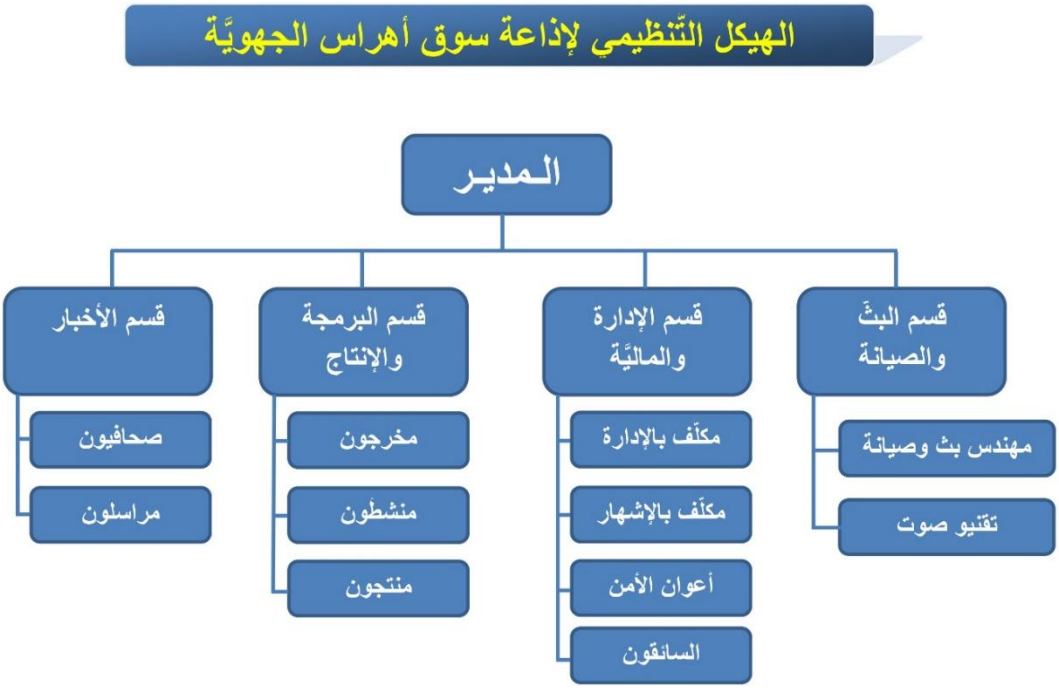
❖ **خاتمة الدِّراسة:**

إنَّ اجتماعات العمل بالمؤسَّسات الإعلاميَّة ومن بينها الإذاعة، هي المحور الأساس والموجِّه الرَّئيس لسيرورة عملها وأنشطتها المختلفة، من: إعداد وإخراج وبثّ وتنسيق جميع الجهود بين موظفي جميع أقسامها بما يضمن لها الاِستمراريَّة والتَّطوير وبناء صورة طيِّبة عنها في أذهان جماهيرها والحفاظ عليها، لذا تتطلَّب عمليَّة إدارة اِجتماعات العمل باختلاف أنواعها في المؤسَّسة الإذاعيَّة وعيًّا كبيرا بمدى أهميَّتها من طرف المدير وجميع الموظفين بتعدّد اختصاصاتهم واِنتماءاتهم الوظيفيَّة، وقد توصَّلت الدِّراسة إلى مجموعة من التَّوصِيَّات، نبرز أهمَّها فيما يلي:

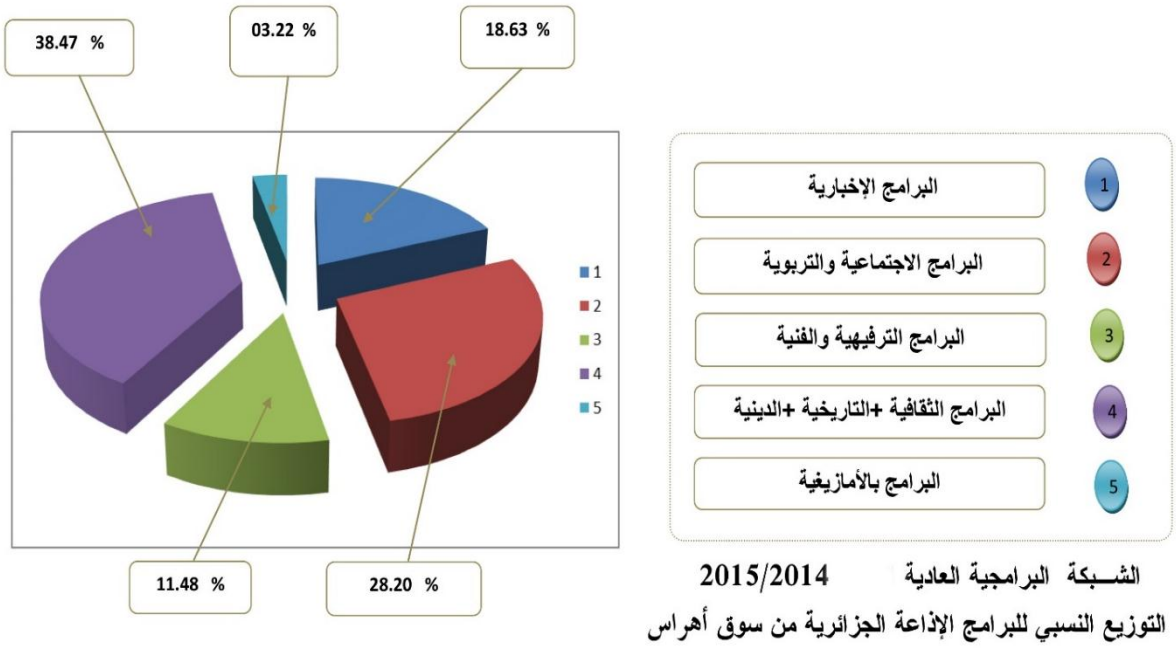
1. ضرورة الاِطِّلاع والاهتمام أكثر بالبحوث والدِّراسات المتعلِّقة بأساليب الاتصالات الإداريَّة والتنظيميَّة اللَّفظية منها وغير اللفظيَّة والكتابيَّة والإلكترونية ومعرفة إيجابياتها ومزاياها وحتَّى سلبياتها إذا لم يحسن اختيارها وتوظيفها بطريقة مدروسة حسب ما تقتضيه ظروف وطبيعة المواقف الاتصاليَّة للعمل وخاصَّة ما يتعلَّق منها بإدارة اجتماعات العمل في جميع مراحلها.
2. تكثيف الدِّراسات الميدانيَّة التِّي تساعد في عمليَّة الكشف أكثر عن المعوقات والعراقيل التي تحول دون الاستفادة من الأساليب الاتصاليَّة على النَّحو المطلوب بصفة عامَّة والمتعلِّقة منها بإدارة اجتماعات العمل في جميع مراحلها داخل المؤسسة بصفة خاصَّة.
3. إقامة تكوينات وتدريبات للموظفين المعنيِّين بحضور الاجتماعات في المؤسسة وإكسابهم مهارات اختيار وتوظيف أساليب الاتصالات الإداريَّة والتَّنظيميَّة أثناء ممارستهم لمهامهم اليوميَّة في المؤسسة، هذا بشكل عام، إضافة لطرق الاستفادة منها في إدارة اجتماعات العمل بشكل خاصّ.
4. مواكبة التطورات الحاصلة والمستمرة في مجال التِّقنيات الحدِّيثة لتكنولوجيَّات الإعلام والاتِّصال والمتعلِّقة منها بإدارة اجتماعات العمل على غرار تطبيقات الاجتماعات عن بعد باستخدام تقنية سكايب Skype أو تطبيقات الهاتف الذكي Smart phone والخاصَّة بهذا النَّوع من الاجتماعات وهي مناسبة للأشخاص الذين يتعذَّر عليهم حضور الاجتماعات.
5. الاِستفادة من الطرق والأساليب المتطوِّرة لعرض الإعلانات الدَّاخليَّة في المؤسَّسة على غرار استعمال اللوحات الإلكترونيَّة الرقميَّة وتخصيص حصص ماليَّة مدعِّمة لها من ميزانيَّة المؤسسة.

الملاحق:

ملحق رقم 01:



ملحق رقم 02:



الشـــبكة البرامجية العادية 2015/2014

التوزيع النسبي للبرامج الإذاعة الجزائرية من سوق أهراس

الهوامش:

❖ **الكتب:**

1) أحمد ماهر: **كيف ترفع مهاراتك الإداريَّة في الاتصال**، الدار الجامعيَّة، الإسكندرية، مصر، 2003.

2) إيمان محمد جمعة: **إدارة أعمال المكاتب**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.

3) رضوان بلخيري، سارَّة جابري: **مدخل للاِتِّصال والعلاقات العامَّة**، جسور للنَّشر والتَّوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2014.

4) شعبان فرج: **الاتصالات الإدارية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمَّان الأردن، الطبعة الأولى، 2009.

5) محمَّد شلوش: **الإذاعة الجزائريَّة النشأة والمسار**، مجلَّة الإذاعة الجزائريَّة ، الجزائر، 2014.

❖ **رسائل الماجستير:**

6) أحمد حمدان محمد برهوم: **واقع إدارة اجتماعات الأقسام الأكاديمية بالجامعات الفلسطينيَّة من منظور أعضاء هيئات التَّدريس وسبل تفعيلها**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم أصول التَّربيَّة، كليَّة التربيَّة، الجامعة الإسلاميَّة غزة، فلسطين، 2005–2006.

7) ذياب سعد جبير المطرفي: **فاعلية أساليب الاتصال الإداري ومعوقاتها لدى مديري المدارس الابتدائية في مدينة مكة المكرمة من وجهه نظر المعلمين**، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإدارة التربويَّة والتَّخطيط، كليَّة التَّربيَّة، جامعة أمّ القرى، المملكة العربيَّة السعوديَّة، 2011–2012.

❖ **المقابلات:**

8) مقابلة مع رئيس قسم البرمجة والإنتاج "م.ن"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 14 مارس 2015، على السَّاعة 14:00.

9) مقابلة مع صحفي من قسم الأخبار "ط.ب"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 21 مارس 2015، على الساعة 14:00.

10) مقابلة مع مُنشِّطة من قسم الإنتاج "س.ز"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 28 مارس 2015، على السَّاعة 14:00.

11) مقابلة مع رئيس قسم البرمجة والإنتاج "م.ن"، إذاعة سوق أهراس الجهويَّة، سوق أهراس، الجزائر، يوم 04 أفريل 2015، على السَّاعة 14:00.

نحو تفعيل برنامج ارشادي للتربية الاعلامية في ظل تحديات تكنولوجيا الاعلام والاتصال لدى الطفل في المرحلة المبكرة

Towards activating a guidance program for media education in light of the challenges of information and communication technology in the early childhood

د. مهري شفيقة

أستاذة محاضرة قسم–ب–، جامعة سطيف2، الجزائر

الملخص

مع تسارع وتيرة تطورات تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتأثيرات التي مست مختلف الشرائح الاجتماعية، أصبح الطفل في مراحله المبكرة مستخدم لهذه التكنولوجيات من هواتف ذكية وألواح إلكترونية، وشبكة أنترنيت ..، وما أثار اهتمامنا كباحثين تأثيرات هذه الموجة الرقمية على الطفل في المرحلة المبكرة، وذلك لخصوصية هذه المرحلة من حياة الطفل فهي المرحلة الإسفنجية التي يكتسب الطفل من خلالها المعارف والسلوكيات والقيم ومختلف المهارات، حيث أن الاستخدام غير المؤطر والموجه بالتربية الوالدية هو استخدام خطير، ونظرا لخطورة هذا الوضع قمنا بتصميم برنامج إرشادي للأطفال في المرحلة المبكرة في الروضة حول كيفية الاستخدام الامثل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في مجالات التعليم

الكلمات المفتاحية: برنامج إرشادي، التربية الإعلامية، تكنولوجيات الإعلام والاتصال، الطفولة المبكرة.

Abstract

With the accelerating developments of information and communication technologies there, effects touched various Social groups; the child in its early stages became a user of these technologies, As a result of our interest as researchers to the impact of this digital wave on early childhood. Wich it is the spongy stage during which the child acquires knowledge, behaviors and values .And skills, Where the use is not framed and directed by

Parental education is a dangerous use. Due to the seriousness of this situation we have designed a counseling program for children in the early stage in kindergarten on how to best use of information and communication technologies in education.

Keywords: mentoring program, Media Education, Information and communication technologies, early childhood

مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية المتسارعة تحولات عميقة مست بنية المجتمعات وأثرت على مختلف مجالات الحياة، حيث طال هذا التأثير ثقافة الأفراد في ظل مجتمع رقمي تغلب فيه ثقافة الألياف الضوئية، والوسائط المتعددة والشبكات الاجتماعية، وأصبحت وسائل الاتصال فيه تشمل الهواتف الذكية واللوحات الرقمية والحواسيب الرقمية الذكية، وهو ما نتج عنه الكثير من التأثيرات التي غيرت من ملامح المجتمعات الإنسانية، ولم تطل الممارسات الاعلامية وأنماط وعناصر العملية الاتصالية بقدر ما طالت الحياة بمكوناتها الاجتماعية والثقافية والقيمية، ولم تعد هذه التكنولوجيات ترفا تقنيا يمتلكه الفرد أو موضة تتبعها الاجيال، بقدر ما اصبحت احد الممارسات والعادات اليومية للفرد سواء بشكل طوعي او مفروض مما اسس لقيام مجتمعات رقمية وتبعها سلسلة من التغيرات الجذرية.

بل ان حدود تأثير التكنولوجيات الحديثة قد وصل إلى حد خلق جيل جديد يجيد التعامل مع التقنيات الرقمية وتطبيقاتها وخدماتها، واصبح يطلق عليه باسم الجيل الرقمي او جيل الشبكات الاجتماعية...، وأيا كانت تسمياته فقد تغيرت طرق اتصاله وتفاعله كما تغيرت انماط تفكيره وشخصيته لتنعكس على مظهره وسلوكياته وتصرفاته...، بفعل الافكار والثقافات الدخيلة الواردة عبر الاعلام الرقمي، ونتيجة لتدفقها الغزير يستحيل السيطرة عليها او حتى مراقبتها تماما كما يصعب عزل هذا النشء عن محتوياتها.

ولأننا دولة مستهلكة للتكنولوجيا شاننا شان بقية الدول النامية وبلدان العالم الثالث فقد انبهرنا بها غير آبهين بترشيد التعامل مع هذا الوافد الالكتروني الغزير خصوصا النشء الصاعد، الذي يتسم بالحماسة ومواكبة كل ما هو جديد لدرجة الانسلاخ من القيم والمعتقدات المتأصلة في مجتمعاتنا من ثقافة وتربية ودين ولغة ...، في ظل الانظمة الهشة التي تحكم المجتمع سواء سياسيا او اجتماعيا وقانونيا او حتى اخلاقيا.

فالأطفال من أكثر الفئات هشاشة في أي مجتمع لافتقارها الحصانة المعرفية من وعي فكري يخول لها انتقاء ادراكي وايجابي لما تفرزه تكنولوجيات الاتصال الحديثة عموما، ونظرا لبروز مؤشرات خطيرة لتأثير تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة على مرحلة الطفولة أصبح من الضروري معالجة هذه المشكلة.

وهو ما يحيلنا لمناقشة الأثار السلبية لاستخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال ودق ناقوس الخطر للاستخدام الغير واعي والغير مسؤول، خصوصا على الفئة الهشة من الأطفال والمراهقين حيث أصبح الإعلام الرقمي واقعا مفروضا على الكل في المجتمع بكل فئاته، وأصبح من الضروري أن نتماشى مع هذا التحول ونستفيد من خدماته في مجال التربية الإعلامية لدى كافة القطاعات وخصوصا لدى فئة الأطفال والمراهقين الغير واعين بأثار استخدامات هذه التكنولوجيات خصوصا مع ما اثبتته الدراسات الحديثة من اثار سلبية ناتجة عن الاستخدام الغير واعي.

خصصنا هذه الدراسة لاستخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مرحلة الطفولة المبكرة وحصرناها في الاستخدام الإيجابي لها في مجال التعلم والتحصيل، حيث أصبحت القطاعات التعليمية ملزمة على ضرورة مواكبة تكنولوجيات الاتصال واستخدامها في العملية التعليمية في قطاع التعليم ما قبل المدرسة الذي يشمل

مرحلة الطفولة المبكرة، فالتعليم يجب أن يكون ملموس في هذه المرحلة مما يستدعي توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتشجيع استخدامها لدى الطفل لكن بقواعد، حيث يجب رصد برامج خاصة بالتربية على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وعلى هذا الأساس رصدنا في هذه المداخلة كيفية الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعليم وتشجيع استخدامها لدى الطفل في المرحلة المبكرة بضوابط وقواعد تربوية إعلامية توعوية، تؤسس لديه الوعي بالاستخدام الإيجابي لها في التعليم، وذلك نظرا لمخاطر وإنزلاقات هذه التكنولوجيات في حالة إستخدامها بدون توجيه أو رقابة أو تأطير.

وبآتي دور الروضة والأسرة معا في تحقيق التكامل في تعليم الطفل وتوعيته باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وعلى هذا الاساس رصدنا برنامج مقترح للتربية الإعلامية الخاصة باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى الطفل في المرحلة المبكرة، تساهم كل من الروضة والأسرة في تطبيقه فبيئة الروضة تتكامل مع البيئة الأسرية في تحقيق أهداف البرنامج.

أهمية الدراسة:

أظهرت مختلف الدارسات وجود اثار سلبية لاستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال لدى الطفل في المرحلة المبكرة، تمس هذه الاثار القدرات الإدراكية واللغوية والاجتماعية والنفسية، كما أشارت دراسات أخرى أن أثار الاستخدام تتحدد حسب نمط الاستخدام وطبيعة المضامين المتعرض لها، وطبيعة الرقابة والمشاركة في العملية الاتصالية من قبل الاسرة والروضة والمدرسة، لهذا يجب توجيه وإرشاد الطفل حول كيفية وأهداف استخدام هذه التكنولوجيات، وإكساب الطفل المهارات اللازمة للتعامل معها من خلال ترسيخ مبادئ التربية الاعلامية لديهم وتعزيز الاستخدام الإيجابي لديهم .

حيث اصبحت الحاجة لنشر برامج التربية الرقمية ضرورة حيث تتمثل في نشر ثقافة وآداب التعامل المناسب مع هذه التقنيات، من خلال تنظيم محاضرات وندوات وحلقات نقاشية لجميع أفراد المجتمع والأسر وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب بداية من مرحلة ما قبل التعليم، مرحلة الطفولة المبكرة التي يبدأ فيها احتكاك الطفل بتكنولوجيا المعلومات إلى مراحل التعليم المختلفة، **ونظرا لخصوصية هذه المرحلة الحساسة تبرز أهمية الدراسة في تفعيل برنامج إرشادي مقترح لتعليم مبادئ التربية الإعلامية على الاستخدام الامثل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في التعليم.**

أهداف الدراسة:

- التعرف كيفية استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في العملية التعليمية.
- التعرف على فوائد استخدام تكنولوجيا الاتصال على العملية التعليمية.
- التعرف على فوائد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لدى الأطفال في المرحلة المبكرة.
- التعرف على التأثيرات السلبية لاستخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الطفل في المرحلة المبكرة.
- اقتراح برنامج مقترح للتربية الإعلامية للطفل في المرحلة المبكرة قابل للتطبيق في رياض الأطفال.

منهج الدراسة: اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف واقع ظاهرة استخدام التكنولوجيا الاتصالية في التعليم في المرحلة المبكرة، نظرا لخصوصية هذه المرحلة التي تحتاج لجعل التعليم محسوس وتفاعلي ووصف اثار التكنولوجيا على الطفل، وكيفية علاج أثارها وذلك باستخدام برنامج مقترح للتربية الإعلامية نحو استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

نوع الدراسة: نظرا لأن موضوعنا يتعلق بدراسة ظاهرة راهنة ويسعي إلى جمع حقائق مرتبطة بها، فإن الموضوع يتناسب والدراسات الوصفية، وهي التي تتضمن الحقائق الراهنة التي لها علاقة بطبيعة الظاهرة، حيث أن ظاهرة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل الاطفال تم ملاحظة مؤشراتها في الحياة اليومية للباحثة، وهو الأمر الذي استدعى منا وصف وتفسير وتحليل الظاهرة و استخلاص دلالات تساهم في اقتراح حلول لتفعيل الاستخدام الإيجابي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في العملية التعليمية في مرحلة الطفولة المبكرة وتحديدا في رياض الأطفال

أدوات الدراسة: اعتمدنا الملاحظـة بصفة الباحثة أم ومربية ولها تعاملات مع رياض الأطفال، كما أني لاحظت استخدام واثار التكنولوجيا على الطفل، وأمارس أدوار التربية الإعلامية نحو استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل رهانات الحياة اليومية، بالإضافة لإجراء مقابلات والاحتكاك مع أسر ومربيات برياض الأطفال ساعدتنا هذه الملاحظات والمقابلات في تحليل وتشخيص الوضع وبناء وتصميم البرنامج الإرشادي المقترح.

مفاهيم الدراسة:

مفهوم الاستخدام : يشير الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة، إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية ؟، مفهوم الاستخدام يحيل بدوره على مسألة التملك الاجتماعي لتكنولوجيات ، وسائل علاقة الفرد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام فيزيائيا يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابل للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية، فمفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى تكنولوجيا ما بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا " ماديا" على صعيد آخر، فإن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط من الاستعمالات تبرز بشكل متكرر، وفي صيغة عادات اجتماعية مندمجة في يوميات المستخدمين كي تكون قادرة على المقاومة كممارسات خصوصية[1].

مفهوم التكنولوجيا:

تعد التكنولوجيا بمثابة التطبيقات العلمية للعلوم النظرية والتي تنتج بالأساس عن تفاعل الإنسان مع عناصر الكون بوعي وكفاءة بحيث يسعى إلى اكتشاف أسراره وقوانينه، وهو ما يؤدي إلى التقدم المستمر

[1] –عبد الوهاب بوخنوفة ، الأطفال والثورة المعلوماتية ، التمثل والاستخدامات ، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد02 ، تونس، ص

لأساليب وتكنولوجيا الإنتاج، وهذا ما قامت به الدول المتقدمة التي وظفت العلم لخدمة المجتمع ، ونتج عن ذلك التقنيات الحديثة والاختراعات المتتالية، واستخدام الحواسيب الألية العملاقة

ويعرف قاموس أكسفورد التكنولوجيا، بأنها الدراسة العلمية للفنون العلمية أو الصناعية وذلك باعتبارها تطبيقا للعلم.[1]

يتضح لنا من التعاريف أعلاه أن التكنولوجيا ليست مجرد علم أو تطبيق العلم أو مجرد أجهزة، بل هي أعم وأشمل من ذلك بكثير فهي نشاط إنساني يشمل الجانب العلمي والجانب التطبيقي. من خلال هذا العرض يمكننا تعريف التكنولوجيا على أنها: جهد إنساني وطريقة للتفكير في استخدام المعلومات والمهارات والخبرات والعناصر البشرية وغير البشرية المتاحة في مجال معين، وتطبيقها في اكتشاف وسائل تكنولوجية لحل مشكلات الإنسان وإشباع حاجاته وزيادة قدراته[2]

تكنولوجيا التعليم: ويطلق عليها التقنيات التعليمية، فهي مجموعة فرعية من التقنيات التربوية، وهي عملية مركبة ومتكاملة تشمل الأفراد والأساليب والأفكار والأدوات والتنظيمات التي تتبع في تحليل المشكلات، واستنباط الحلول المناسبة لها وتنفيذها، وتقويمها، وادراتها في مواقف يكون فيها التعليم هادفا وموجها يمكن التحكم فيه، وبالتالي، فهي إدارة مكونات النظام التعليمي، وتطويرها[3].

مفهوم تكنولوجيات الاتصال والمعلومات:

اقتناء واختزان وتجهيز المعلومات في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء أكانت مطبوعة أو مصورة أو مرئية أو ممغنطة أو مليزرة، وبثها باستخدام توليفة من المعدات الإلكترونية الحاسبة ووسائل وأجهزة الاتصال عن بعد.[4]

وتعرف تكنولوجيا الاتصال بأنها مجموع التقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي توظف لمعالجة المضمون والمحتوى الذي يراد توصيله، من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، والتي يتم من خلالها جمع البيانات والمعلومات المسموعة والمكتوبة والمصورة أو المرسومة أو السمعية البصرية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب، ثم نشرها ونقلها من مكان لأخر وتبادلها.[5]

بالنسبة للمفهوم الإجرائي لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في هذه الدراسة نقصد بها استخدامات الحاسب الآلي، أو اللوحات الرقمية وبرامج العرض التقديمي، وتطبيقات الانترنيت من برمجيات خاصة بالتعليم في مرحلة رياض الأطفال في المرحلة المبكرة لتفعيل العملية التعليمية لدى الطفل

---

[1] – مجد هاشم الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر، ط2012،1، الأردن، ص44

[2]– نور الدين زمام، صباح سليماني: تطور مفهوم التكنولوجيا واستخداماته في العملية التعليمية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد الحادي عشر، جوان، 2013، ص165.

[3] – عبد الحكيم غزاوي: دور الوسائل والتقنيات التربوية الحديثة في تجويد العملية التعليمية، جامعة الجنان، صيدا، العراق، 2007، ص3.

[4] –د–محمد حمدي: الواقع الحالي لتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العالم العربي، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، عدد3،2005، ص75

[5] – ياسين قرناني: الشباب والأنترنيت، دار الايام، ط1، 2016، الأردن، ص27

مرحلة الطفولة المبكرة: هي الفترة الممتدة من نهاية العام الثاني وحتى نهاية العام الخامس من ميلاد الطفل، أي هي رحلة الطفل عبر العام الثالث والرابع الخامس من عمر الطفل، وتم اختيار اسم الطفولة المبكرة تبعا للأساس البيولوجي النمائي، وهناك مسميات أخرى تعتمد على الأساس الفلسفي للتقسيم، فمثلا هي المرحلة القضيبية تبعاً للأساس الجنسي عند فرويد، ومرحلة المصلحية والفردية تبعا للأساس الأخلاقي الكولبرج، وهي مرحلة المبادأة في مقابل الشعور بالذنب تبعاً للأساس النفسي الاجتماعي عند اريكسون، وهي مرحلة ما قبل العمليات تبعا للتقسيم المعرفي لبياجيه، وهي مرحلة طفل ما قبل المدرسة تبعاً للأساس التربوي، وأخيراً فهي مرحلة ما قبل التمييز وفقا للأساس الشرعي الإسلامي[1].

تمتد مرحلة الطفولة المبكرة من العام الثاني في حياة الطفل إلي العام السادس، وفي أثناء هذه الفترة ينمو وعي الطفل نحو الاستقلالية، وتتحدد معالم شخصيته الرئيسية، ويبدأ في الاعتماد على نفسه في أعماله وحركاته بقدر كبير من الثقة والتلقائية، للطفل في هذه المرحلة خصائص ينبغي تقبلها وترشيدها وتهذيبها، هذه الخصائص مشتركة في البنت والولد وفي الأطفال عامة على اختلاف درجاتها، وهي تدل على أن هذا الطفل سوي وطبيعي[2]

مفهوم التربية الإعلامية: وردت عدة تعاريف للتربية الإعلامية نذكر منها:

"هي إكساب الطفل المهارات والاتجاهات والمعارف الإعلامية التي تمكنه من الاستخدام الجيد للتلفزيون والأنترنيت وتحليل مضمونها بشكل واعي وناقد، قصد جعله مستخدما إيجابيا ونشطا في تعامله مع الوسائل الإعلامية.[3]

أما ماك برين فقد عرفها بأنها تعليم الطلاب كيفية تقويم الصور الإعلامية التي تحيط بهم، فإننا نزودهم بالوسائل لاتخاذ خيارات مسؤولة عما يسمعونه ويرونه، أما احمد اللقاني وعلي الجمل عرفها بأنها إعطاء الطالب قدرا من المفاهيم والمعارف والمهارات الخاصة في التعامل مع الإعلام، وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه.[4]

التربية الإعلامية الرقمية:

في ظل التطور الحاصل في تقنيات الإعلام في السنوات الأخيرة أصبح الإعلام الرقمي واقعا مفروضا على الكل في المجتمع، فعليه أن يتماشى معه وبخاصة في مجال التربية الإعلامية حيث أن الشبكات

---

[1]– أكاديمية علم النفس، مرحلة الطفولة المبكرة مقال متاح على الموقع:https://acofps.com/vb/121073.html ، تم تصفحه بتاريخ 2 ديسمبر 2019، على الساعة، 23:26

[2] – مصطفى نعيم الياسري: مفهوم مرحلة الطفولة المبكرة ، تم التصفح بتاريخ 3– 12 – 2019 على الساعة 12:25 مقال متاح على http://qu.edu.iq/fa/wpcontent/uploads/2016/03/%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%81%D9%88%D9%84%D8%A9%D8%A7%D9%D8%A7-1.pdf

[3]– وليدة حدادي، فطيمة أعراب: واقع التربية الإعلامية في الاسرة الجزائرية، دراسة ميدانية، مجلة الرسالة، مجلد 1، عدد 2، 2017، ص 171،

[4] – سامية عواج، هادية دراجي: مساهمة المدرسة في محو الأمية الإعلامية، الانتقال من التحصين إلى أليات احتواء التربية على وسائل الإعلام، دراسة تحليلية لمضامين كتاب التربية المدنية الطور الابتدائي، مجلة الرسالة، المجلد1، العدد3، جوان 2017، ص196

الرقمية المعاصرة هي كونية الطابع، خصوصا مع التوسع في الشبكات التفاعلية التي تتيح للأفراد الانغماس، إذ ان امتلاك مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية أصبحت ضرورة لا مفر منها[1]، وتتمثل التربية الرقمية في ثقافة وآداب التعامل

المناسب والأمثل مع التقنيات الحديثة وتناول إيجابيات وسلبيات الاتصال، وكيفية الاستفادة المثلى من التقنيات الحديثة وآداب التعامل معها، وذلك من حيث حماية والحفاظ على الحياة الخاصة للأخرين والمسؤولية وحدود حرية الفرد ومراعاة حقوق الأخرين، والتثبت من صحة المعلومات المتاحة على شبكة الأنترنيت وحقوق الملكية واحترام القوانين، وتجنب استخدامها في إيذاء الأخرين وانتهاك خصوصية الأخرين والتجسس عليهم[2]

ويشير مفهوم التربية على وسائل الإعلام الرقمي إلى نشر الوعي لدى الطفل عن كل ما تقدمه الوسائل الإعلامية الرقمية من مفاهيم وتصورات عبر التطبيقات التي تتيحها والخدمات الرقمية، وإكساب الطفل مهارات التعامل الواعي مع خدمات الأنترنيت ومجمل تكنولوجيات الإعلام والاتصال بمختلف وسائطها، وكذا إكسابهم مهارة الحس النقدي لما ينشر في وسائل الإعلام، وتحري مصادر المعلومات وغربلة المضامين ونشر ومشاركة كل ما هو قيمي وإيجابي يخدم الطفل ومجتمعه، تعتبر التربية الإعلامية الرقمية حصن يحصن الطفل من جرائم المعلوماتية والرقمية ويزوده بالوعي الرقمي من حيث الاستخدام والاثار، خصوصا في ظل السيل المتدفق من الشبكة الرقمية، فالتربية الإعلامية الرقمية تساعد على التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية واستخدامها وفهمها ونقدها والمشاركة الإيجابية، ونشر الإعلام القيمي والمسؤول ونشر التربية الإعلامية الرقمية تجاه الأجيال الحالية والأجيال القادمة.

تأثير استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الطفل في المرحلة المبكرة:

أظهرت العديد من الأبحاث بأن للتكنولوجيا آثار إيجابية وأخرى سلبية من حيث قدرة الأطفال على التفكير، فهي لا تؤثر فقط على طريقة تفكيرهم بل تؤثر أيضاً على طريقة نمو أدمغتهم وتطورها، حيث يؤكد الكاتب التكنولوجي نيكولاس كار على قدرة القراءة على رفع مستوى التركيز والخيال في الدماغ، وبالمقابل على قدرة التكنولوجيا على تحفيز الدماغ على تفحص المعلومات وتخزينها بسرعة وكفاءة عاليتين، مع التركيز على أن نوعية التكنولوجيا التي تقدم للأطفال وطريقة تقديمها لهم هي ما تجعلها ضارة أو نافعة لعملية تطور التفكير لدى الأطفال، خاصةً في السنوات الأولى من حياتهم.[3]

التأثيرات الإيجابية:

---

[1]– فاضل محمد البدراني: التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي ، المصدر المستقبل العربي، لبنان عدد 452، مج39 ، ص138

[2]– سحر أم الرتم، سامية عواج: التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية ، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد1، 2019، ص92

[3] – سناء الدويكات: اثر التكنولوجيا على الاطفال، مقال متاح على: https://mawdoo3.com ، تم التصفح بتاريخ 22-9-2019

عند الحديث عن علاقة الأطفال بالتكنولوجيا وكيفية الانتفاع مما توفره أصبح من غير الممكن إبعاد الصغار عن الأنترنت، فمن يمنعه والده من الإبحار في عوالمها داخل المنزل يجد له مخرجا باستغلال مقاهي الأنترنت مثلا ، حيث أن علاقة الطفل بالتكنولوجيا والأنترنت أصبحت تبدأ في سن مبكرة جدا قد تكون منذ العام الأول أو الثاني، وهو أمر يتوجب استغلاله بطريقة إيجابية وأفضل طريقة هنا هي التعليم عن طريق اللعب حيث أن الأطفال الصغار يحبون كثيرا الألعاب وهنا يأتي دور الأولياء الذين نصحهم بتحميل ألعاب تربوية تسمح للطفل حتى قبل مرحلة التمدرس بتعلم الحروف والأصوات وغيرها، وأكد محدثنا ضرورة أن يلعب الأولياء دور الرقيب الموجّه الذي يضع معايير استخدام الهواتف الذكية واللوحات من خلال تنظيم أوقات ممارسة الألعاب وتحقيق التوازن النفسي والحركي باعتبار أن الصغار بحاجة إلى النوم والأكل والحركة أيضا ولا يمكن أن يقضوا كل وقتهم في ممارسة الألعاب الإلكترونية[1]..

حيث أظهر بحث أجرته جامعة ويسكنسن، وقُدم أخيرا في أحد اجتماعات جمعية أبحاث تنمية الطفل، أن الأطفال بين سن الثانية والثالثة أظهروا استجابة لشاشات الفيديو التي كانت تحفز الأطفال للمسها، أكثر من شاشات الفيديو التي لم تكن تحوِ أية أنشطة تفاعلية فيها كانت هيذر كيركوريان، الأستاذ المساعد في مجال التنمية البشرية والدراسات العائلية، قد عملت على إتمام ذلك البحث، وأكدت أن شاشات اللمس من شأنها أن تكون مفيدة لتعليم الطفل وتكررت تلك النتائج أيضا عندما أجرت كيركوريان اختبارات أخرى تتعلق بعملية تعلم الطفل للكلمات.

وقالت: "أظهر الأطفال الذين تفاعلوا مع الشاشة تحسنا أسرع، إذ كانت أخطاؤهم أقل، وكان اكتسابهم لمهارة الكلام أسرع. إلا أننا لا نعمل على تحويلهم إلى عباقرة، كل ما في الأمر أننا نساعدهم لاستيعاب قدر أكبر من المعلومات".

فبعض المدارس الابتدائية بل ومدارس الروضة تقدم في الفصول للطلبة الملتحقين بها أجهزة آيباد، وذلك لتسهل عليهم عملية التعليم، إذ أن تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وإدراك طريقة عمل الأشياء هي جزء من المقرر الذي يدرسونه.

وقالت هيلين مويليت، رئيسة جمعية التعليم المبكر، وهي جمعية خيرية تهدف إلى تطوير ممارسات التعليم والجودة لمن هم دون سن الخامسة، إنها لا تتفق مع البعض ممن يرون ضرورة إبعاد الأطفال عن أجهزة المحمول والحواسيب اللوحية، وتابعت قائلة: "يمكن لتلك الأجهزة أن تكون أدوات مساعدة إذا ما جرى استخدامها في المكان المناسب لغرض التعليم، ولا ينبغي استخدامها في كل وقت أو أن تكون بديلا عن وسائل أخرى".[2].

---

[1]– سناء الدويكات: اثر التكنولوجيا على الاطفال، نفس المرجع

[2]– دراسة حديثة نشرت بموقع BBC هل تدعم التكنولوجيا عملية تعلم الطفل ام تعيقها، متاح على الموقع، https://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2013/04/130421_technology_learning، بتاريخ22،9،2019

كما ركزت العديد من الدراسات الحديثة حول أهمية تعليم الأطفال أنفسهم الآثار الإيجابية والسلبية من جراء استخدام الانترنت، وللأسف كثير من الأطفال لا يدركون معنى الرسائل التي يتلقونها في وسائل الإعلام الحديثة من خلال التليفزيون والانترنت أو الأفلام، واقترح الدكتور ريتشارد ويلكنز مدير معهد الدوحة الدولي للدراسات الأسرية والتنمية أن يتم وضع مناهج تعليمية خاصة بذلك ليتم نشرها في المدارس لمساعدة الأطفال على فهم مخاطر التعرض لغسيل المخ على شبكة الانترنت، والرسائل التي يتم استقبالها بصورة مفاجئة، وما تحمله من صور إباحية، مضيفاً أنه يجب على المتخصصين وضع رسائل إعلامية إيجابية لأن الكثير من وقت الأطفال يمضي من دون إشراف أو توجيه أو مراقبة، وبالتالي يكون من الأفضل لهم مشاهدة برامج جيدة ومناسبة، بعيداً عن الأعمال الأخرى السيئة. كما دعى "ويلكنز" إلى تشجيع الأطفال على انتاج الرسائل الإعلامية الإيجابية بأنفسهم من خلال ورش العمل والأنشطة، وحثهم على نقلها إلى الأطفال الآخرين عبر اليوتيوب وغيرها من الوسائط المستخدمة على الانترنت.[1]

– أهمية التكنولوجيا في العملية التعليمية في مرحلة الطفولة المبكرة :

ساهم استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الرقمية في عملية التعلم بأشكال عدة والتي كان لها أكبر الاثر في إحداث تغيرات وتطورات إيجابية على الطريقة التي يتعلم بها الاطفال وطرائق واساليب توصيل المعلومات العلمية إليهم، وكذلك على محتوى وشكل المناهج الدراسية المقررة والأنشطة التربوية بما يتناسب مع هذا التطور، والذي يعتمد على توظيف الحاسوب والأنترنيت والوسائل التفاعلية المتعددة بمختلف أنواعها في عملية التعلم والتعليم، مثل برامج الرسم والاستماع إلى القصص وإعادة تسجيلها، وشبكات الحاسوب والانترنيت والبريد الإلكتروني والالعاب الإلكترونية والهواتف المحمولة واستخدام برمجيات الحاسوب المختلفة.[2]

أصبح التركيز اليوم يعتمد على تكنولوجيا التعليم كأسلوب في العمل وطريقة في التفكير وحل المشكلات بالاستعانة بنتائج البحوث العلمية في ميادين المعرفة، وتأتي الوسائل التعليمية كحلقة في هذا المخطط المنهجي الذي يبدأ بتحديد أهداف الدرس تحديدا سلوكيا ويعمل على إتباع أسلوب النظم في تحقيق هذه الأهداف، وقد أثبتت الكثير من الدراسات:

– أن الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا التعليم سوف يساعد المدرس على أداء عمله بكفاءة عالية، وقد ثبت بدراسة أن بوسع المدرس الذي يستخدم وسيلة علمية سمعية بصرية أن يوفر 50 %من وقت الحصة مع إمكانية الحصول على مستوى تعليمي أفضل.

---

[1]– مروة هاشم كيف نحمي أطفالنا من مخاطر الأنترنيت، المجلس العربي للطفولة والتنمية مقال متاح على الموقع، http://www.arabccd.org/page/753_%D9%83%D9%8A%D9%81، تم تصفح المقال بتاريخ 21–9–2019

[2]– أحمد نوال نصر: فعالية بيئة الروضة المستندة لألعاب تعليمية إلكترونية على تنمية الإبداع لدى الأطفال ، المؤتمر الدولي الخامس لقطاع البيئة بكلية البنات، جامعة عين شمس، منتدى الطفولة المبكرة، القاهرة، يناير 2016، ص1

– تكنولوجيا التعليم قادرة على تقديم المادة التعليمية بأسلوب مشوق، وتستطيع أن تخلق جوا من التفاعل والعمل الجماعي داخل الفصل وخارجه.

– بوسع وسائل التعليم أن تتيح الفرصة أمام المتعلم لكي ينمي مواهبه وفقا لقدراته.[1]

–دور تكنولوجيات المعلومات في العملية التعليمية في مرحلة الطفولة المبكرة:

تقوم تكنولوجيات المعلومات بدور فعال في تطوير العملية التعليمية في مرحلة الطفولة المبكرة، فهي تلعب دورا في تحقيق الأهداف التربوية التي يسعى إليها كل المعلمين، حيث أن لها دور في تحسين عملية التعلم والتعليم من خلال المنهج وطرق التدريس ويمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية:

أ –إثراء التعليم من خلال إضافة مؤثرات خاصة وبرامج متميزة عبر الملتيميديا .

ب –تحقيق أهداف تعلم قابلة للقياس وغير مكلفة من حيث الجهد والمال والوقت.

ج –تساعد التكنولوجيا العملية التعليمية على تكوين مفاهيم لدى المتعلم من خلال تنوع الوسائل.

د –تؤدى إلى تعديل السلوك وتكوين الاتجاهات الإيجابية والجديدة.

كما أن من فوائد تكنولوجيا المعلومات هي توفر عنصر الوقت، كما أنها توفر خاصية النقل للمعلومات بسرعة فائقة عبر المسافات بالصورة والصوت, وهى تختصر الزمن وتسهم في تقليل الاعتماد على وسائل النقل مما يوفر الطاقة والتكاليف، كما أنها تفتح آفاق جيدة للأفراد كالتجارة الالكترونية والتعليم الالكتروني، وبالتالي فإن أي متعلم مزود بتكنولوجيا المعلومات يستطيع أن يواكب الأحداث والمعارف العلمية الحديثة ويستطيع أن يصل إلى المعرفة التي يرغب في تلقيها.

ويمكن تلخيص أهمية التكنولوجيات المستخدمة في العملية التعليمية في النقاط التالية:

- ✓ تعليم أعداد متزايدة من المتعلمين في صفوف مزدحمة.
- ✓ معالج مشكلة الزيادة الهائلة في المعرفة الإنسانية.
- ✓ معالجة مشكلة قلة عدد المعلمين المؤهلين أكاديميا وتربويا.
- ✓ تعويض المتعلمين عن الخبرات التي قد تفوتهم داخل الصفوف الدراسية.
- ✓ مساعدة المعلم على مواكبة التطور الذي يحدث في العملية التعليمية[2].

فوائد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لدى الأطفال في المرحلة المبكرة: لقد بيت الدراسات إن إدخال تكنولوجيا المعلومات والحاسوب تحديدا في عملية التعليم عند الأطفال يحقق الفوائد التالية:

- زيادة دافعية الأطفال نحو التعليم وتساهم في النمو العقلي والاجتماعي.
- تحسن مفهوم الذات من خلال الإنجاز وتزيد الاتجاهات الإيجابية نحو التعليم.
- ترفع من مستوى التعاون ومستوى التخاطب بين الأطفال.

---

[1] – عبد الحكيم غزاوي: مرجع سبق ذكره ،،ص2

[2]– مصطفى عبد العظيم الطبيب: انعكاسات تقنية المعلومات على العملية التعليمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات، المؤتمر العربي حول التعليم العالي وسوق العمل، جامعة جرش ، الأردن،2009،ص7

- تمكين الأطفال من القيام بأدوار القيادة وزيادة التفاعل بينهم.
- رفع قدرات الأطفال على التعلم وتطوير مهارات التفكير وحل المشكلات والتجريد ومهارة اكتساب وبناء المفاهيم.
- **مثال عن تطبيقات الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في مرحلة الطفولة**

برامج الرسم:

يستطيع الأطفال استخدام برنامج الرسم واختيار الأشكال الطبوغرافية كالدائرة والخط والمربع وغيرها في بناء رسم معين، وكذلك اختيار الأحرف وتركيب الكمات وتغيير الألوان ودمجها مع إمكانية إلغاء أي جزء بسهولة ويسر، وهذا يفتح أفاق جديدة في التعلم ويمكن الطفل من الاندماج في القصص واعادة تسجيلها حيث يستطيع الطفل عمل رسومات وخربشات معينة تمثل لديه واقعة معينة أو قصة ما، هذه الألعاب إذا قام الطفل بممارسها بشكل معتدل تؤدي إلى تأثيرات ايجابية على زيادة مهارات التفكير لدى الأطفال

الألعاب الإلكترونية: كما أن الألعاب الإلكترونية بينت الدراسات التي أجريت لمعرفة أثر الألعاب الإلكترونية عمى الأطفال، وكذلك إلى تطوير المهارات الحركية التأزرية بين اليد والعين وكذلك إلى إثارة الدافعية وتعميم قيم الربح والفوز وتقبل الخسارة والمثابر[1]

برمجيات وتطبيقات تعلم اللغة والحروف والأصوات والمنطق سلبيات تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الطفل في المرحلة المبكرة:

ومن أبرز السلبيات التي يمكن أن تؤثر على الأطفال جراء استخدامهم الهواتف الجوالة في فترة ما قبل الدراسة هي الخلل الذي يحدث في النمو الاجتماعي والوجداني الطبيعي للطفل وتؤثر على تفاعله النفسي مع الاقران والاقارب، حيث أشار الباحثون إلى الدور الكبير الذي أصبحت تشغله هذه التقنيات في لفت انتباه الأطفال والتأثير عليهم بشكل شبه آلي، وفى الأغلب فإن هذه التطبيقات الإلكترونية سواء للتعليم أو اللعب يمارسها الطفل بمفرده، وبالتالي يفتقد حميمية العلاقات الحقيقية مع الأصدقاء الحقيقيين بعيدا عن العالم الاعتباري فضلا عن أن الدراسات السابقة أوضحت أنه كلما زاد الوقت المنقضي أمام الشاشات سواء التلفزيون أو الفيديو قل نمو الطفل، الإدراكي، حيث يفتقد التفسير المباشر لمعاني الأشياء، وكذلك يمكن أن يعاني من مشكلات لغوية، إلا أنه ليس من المعروف حتى الآن إذا كان هذا التفسير ينطبق على أجهزة المحمول وأجهزة اللابتوب واللوحات الإلكترونية من عدمه.

وأشار الباحثون أن هذه الوسائط خلافا لما يتوقعه الآباء، يمكن أن تؤدي إلى تقليل الذكاء والابتكار لدى الطفل، حيث إن الإجابات الجاهزة بمجرد الضغط على الشاشات يمكن أن تؤثر على نمو الطفل الوجداني وتحد من الإبداع والتفكير في حل المشكلات بشكل منهجي، وأيضا تقلل من التدريب اليدوي والمهارات المتعلقة بالتوافق بين النظر والحركة اللازمين للنمو الإدراكي، فضلا عن أن توافر عنصر الجذب من

[1]– نهيل الجابري: طفل الروضة في عصر تكنولوجيا المعلومات، جامعة البترا، الأردن، ص5

الألعاب الإلكترونية يجعل الطفل يعزف عن ممارسة الرياضة في الملاعب ، وبالتالي يؤثر ذلك على نموه البدني وافتقاده للعمل الجماعي من خلال مشاركة أقرانه في نفس الرياضة[1]

البرنامج الإرشادي المقترح الخص بالتربية الإعلامية على استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لدى الطفل في المرحلة المبكرة:

يرى الدكتور عبد الله الحمود الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمملكة العربية السعودية، أنه لابد من وضع مشروع عربي مشترك للتربية الأسرية على وسائل الإعلام الحديثة وتكنولوجياتها، ويشمل ذلك الآباء والأمهات والأبناء والمعلمين في المدارس، كما يجب أن تقوم كل المؤسسات المعنية بشئون الطفل بتطوير قدراتها الإعلامية، ويتعين على الإعلاميين أنفسهم إدراك حقيقة أنهم يتحملون مسئولية اجتماعية لتوعية الأسرة العربية وتعريفها بأدوارها وحقوقها وواجباتها، ولذلك يجب الابتعاد عن التسرع والسطحية في التغطيات الإعلامية لقضايا الأسرة والطفولة.[2]

انطلاقا من رأي الدكتور عبد الحمد جاءتنا الفكرة لتصميم برنامج موجه لمرحلة الطفولة المبكرة حيث يلبي حاجات الروضة والاسرة معا في هذه المرحلة الحساسة، ويساهم في تعزيز التعلم الإيجابي نحو استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتشكيل الوعي بها، وهو ما يسمى بالتربية الإعلامية التي باتت ضرورة نظرا لتأثيرات التكنولوجيا الرقمية، وخصوصا التأثيرات السلبية من خلال بث قيم واتجاهات ومعتقدات وسلوكيات منحرفة وغير مقبولة إجتماعيا، فالتكنولوجيا فقد تهدم كما تستطيع أن تبني وتحقق التنمية في مختلف المجالات ويتحدد ذلك حسب طبيعة الاستخدام، فإذا كان الاستخدام إيجابي وواعي ومسؤول تكون نتائجه فعالة ، وهذا هو الهدف الأساسي لهذا البرنامج الإرشادي المقترح منا كباحثة مختصة في مجال الإعلام والاتصال :

وتتلخص أهداف البرنامج فيما يلي:

- نشر الوعي الإيجابي والمسؤول حول استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في مرحلة الطفولة المبكرة، والاطراف المساهمة في إحداث التربية الإعلامية هي الاسرة والروضة بصفة الطفل أكثر تأثرا بهاتين المؤسستين في هذه المرحلة.
- توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعليم لدى الطفل في المرحلة المبكرة خصوصا في رياض الاطفال، فخصوصية هذه المرحلة تجعل من استخدام التكنولوجيا الاتصالية أمرا حاسما لتفعيل التعلم التفاعلي الذي يشمل الصورة والصوت والكلمة.

---

[1] – هاني رمزي عوض: التكنولوجيا الحديثة والأطفال.. فوائد وأخطار، مقال متاح ب https://aawsat.com/home/article/288181/%D8%A7%D9%84%D8% B1 التصفح 17 –9–2019

[2] –مروة هاشم كيف نحمي أطفالنا من مخاطر الأنترنيت، المجلس العربي للطفولة والتنمية مقال متاح على الموقع، تصفح 21–9–2019 http://www.arabccd.org/page/753_%D9%83%D9%8A%D9%81

- استخدام التكنولوجيا الاتصالية لتطوير حواس وإدراك الطفل لنفسه وبيئته ومجتمعه، وتدريبه على استخدامها استخداما فعالا
- توجيه وتحديد معايير استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال نحو الاستخدام الإيجابي والواعي والمسؤول، من خلال استخدام وسائل وتطبيقات وبرمجيات مساعدة على التعلم
- مراقبة تطور التحصيل والتعلم لدى الطفل في المرحلة المبكرة عبر تكنولوجيات الإعلام والاتصال
- قياس مستوى الوعي بإيجابيات استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في التعلم لدى الطفل في المرحلة المبكرة، سواءا في الروضة أو في البيت من خلال استخدام التجربة والملاحظة

برنامج خاص بالروضة " رياض الاطفال	برنامج خاص بالآباء
1- تزويد الطفل بلوحة رقمية للتعلم 2- تحميل تطبيقات التعلم " تطبيقات لتعلم اللغة والأصوات والحركات ، تحميل القواميس اللغوية المصورة ، الألعاب التربوية، تطبيق الروضة برامج تنشيط الذاكرة، برامج التركيز 3-توعية الطفل بطرق واساليب الاستخدام وتحذيره من مخاطر الاستخدام المفرط ، وتوجيهه للاستخدام الإيجابي وتوعيته بمخاطر الاستخدام السلبي 4- بث قيم تربوية إيجابية عبر هذه التطبيقات الرقمية 5-بث وتعليم القيم الدينية عبر برامج تطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال برامج خاصة بتعليم الصلاة، تعليم القرآن وحفظه، قصص القرآن 6- وضع برامج مراقبة لاستخدام اللوحات الرقمية 7- إجراء اختبارات تفاعلية عبر تطبيقات تكنولوجيات الإعلام والاتصال بحضور اولياء الطفل. 8- إكساب الطفل مهارة التعامل الرقمي مع تطبيقات التعلم . 9 -مراقبة تطور مهارات الطفل اللغوية والاجتماعية والعلمية التربوية. 10- استدعاء أولياء الطفل للبحث والإستفسار عن سلوك الطفل في البيت ومدى ملاحظة أي اثار أو سلوكيات غريبة، والتنسيق وتحقيق التكامل التربوي بين الروضة والأسرة	1- مراقبة دائمة ومتابعة ما يتعلمه الطفل في الروضة عبر التطبيقات المحملة في اللوحة الرقمية الخاصة بالطفل 2- التنسيق مع الروضة وإعادة تدريب الطفل وتعليمه مختلف التطبيقات الإيجابية التي تم تحميلها 3- توجيه الطفل واختيار ألعاب مفيدة فبعد الروضة والتعلم يحتاج الطفل للتنفيس، فهناك تطبيقات وألعاب مفيدة للتنفيس والترفيه 4- تنظيم وقت الطفل ووضع برنامج خاص به في استخدام اللوحة الرقمية أو الهاتف، وعدم ترك الطفل لوحده بدون مراقبة خصوصا عند الإبحار في الشبكة أو مواقع الفيديوهات 5- وضع فواصل للاستخدام لأن الاستخدام المفرط يجمد القدرات العقلية ، ويجعل الطفل يلتقى فقط دون نقد وتحليل وتفسير، وهو ما يحد من مهاراته العقلية والتواصلية والاجتماعية 6- إبعاد تكنولوجيات الإعلام والاتصال عن مكان أكل ونوم الطفل فالرعاية الصحية أمر هام لتحقيق توازن الطفل 7- مشاركة الطفل التطبيقات والألعاب الرقمية ، وفتح جلسات حوارية بين الاباء والأبناء للحديث عما إستفادوه من هذه الأجهزة وتوعيتهم بمخاطرها
إجمالا يجب أن تكون برامج تدخل البهجة على قلوب الأطفال وتعمل على تثقيفهم من خلال اللعب والمرح والفكاهة بعيداً عن الوعظ المباشر، وكذلك لابد أن تكون ألوانها مبهجة ومختلفة ولها أشكال جاذبة، وتصدر أصواتا محببة لاستشارة مختلف حواس الأطفال	

محتوى البرنامج الإرشادي المقترح:

مقترحات لتعزيز البرنامج الإرشادي المقترح لدعم التربية الرقمية:

مقترحات لتعزيز التربية الرقمية في مرحلة الطفولة المبكرة :

- ✓ إنشاء مكتبات إلكترونية متنقلة في الأحياء الشعبية لزيادة الوعي بين أطفال تلك المناطق وتعريفهم بوسائل الإعلام الحديثة.
- ✓ توعية الأطفال والمراهقين بضرورة عدم الكشف عن المعلومات الشخصية لأي شخص على شبكة الانترنت أو تبادلها معهم، مثل الاسم أو العنوان أو رقم الهاتف، وبيان المخاطر التي يمكن أن تترتب على ذلك.
- ✓ إقناع الأطفال بإحاطة أولياء أمورهم بأي محاولة للتهديد أوالإزعاج يتعرضون لها على شبكة الانترنت، سواء في غرف الدردشة أو عبر البريد الإلكتروني، وبالطبع هذا يحتاج إلى خلق جسور من التواصل بين الأطفال وأولياء أمورهم وغرس الثقة بين الطرفين.
- ✓ مراقبة تصرفات الأطفال والمراهقين عند استخدام الانترنت، والعمل على وضع جهاز الكمبيوتر في مكان مكشوف بالبيت.
- ✓ الابتعاد عن شراء أجهزة كمبيوتر تحتوى على كاميرات، وإقناع الأطفال والمراهقين بعدم جدوى شراء كاميرات منفصلة، واطلاعهم بأن هناك طرق كثيرة يمكن أن يستخدمها المجرمون لتشغيل هذه الكاميرات دون علم الطفل أو المراهق، والتي يمكن أن تكشف عن صورهم أو صور بعض أفراد عائلتهم.
- ✓ توعية الأطفال والمراهقين بأهمية إلغاء أي صور شخصية من أجهزة الكمبيوتر، وخصوصاً صور الفتيات وأفراد الأسرة، وأهمية حفظها على وسائط التخزين الخارجية.
- ✓ الحذر من مقابلة أي شخص تم التعرف عليه من خلال شبكة الانترنت، وفي حالة الاضطرار إلى ذلك لابد من وجود شخص بالغ مع الطفل لتفادي إصابته بأي أذى أو الوقوع ضحية أي عمل إجرامي.
- ✓ متابعة ما يصل للطفل من رسائل على البريد الإلكتروني بشكل مستمر، ومن الأفضل أن يكون البريد الإلكتروني للطفل أو المراهق مشترك مع الأب أو الأم، ولا يجب أن يُترك للطفل أبداًً حرية الاطلاع على الرسائل الإلكترونية بمفرده، وكذلك من الأفضل عدم الاشتراك في المجموعات البريدية
- ✓ التنسيق بين أدوار المدرسة أو الروضة والاسرة فيما يتعلق بتعزيز الاستخدام الايجابي والواعي نحو تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعلم.

خاتمة:

وفي ختام مناقشة قضية تأثير تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة على الأطفال، لابد من أن تحتل هذه القضية مكانة جوهرية لدى مختلف المؤسسات التوعوية والتربوية بداية من الاسرة إلى المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام لتشكيل الوعي الرقمي حول طرق وأساليب التعامل الصحيح مع هذه

التكنولوجيات، لأنه لا يمكن منع الأطفال أو حرمانهم من استخدامها لتلافي التأثيرات السلبية، لكن يجب تحويل تأثيرات هذه الأخيرة كوسيلة لتنمية قدرات الأطفال وإكسابهم مهارات جديدة في مجال التعلم في مرحلة الطفولة المبكرة هذه المرحلة التي تتميز بخصوصيات تجعلها المرحلة القاعدية لتكوين شخصية الطفل ولغته ومعارفه كما أنها تتميز بالتحصيل المتسارع والقوي مما يجعل التعليم في هذه المرحلة شيء إيجابي جدا، وعلى هذا الأساس قدمنا برنامج مقترح لتنمية وتطوير مهارات الطفل وتربيته على التعامل الإيجابي والواعي نحو تطبيقات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة يساهم في تطبيق هذا البرنامج كل من الروضة والأسرة ، حيث خلصت الدراسة لأهمية التكامل بين المؤسسات التربوية في مرحلة الطفولة المبكرة بين الروضة والأسرة في تحقيق التربية الإعلامية الرقمية وتشكيل الوعي الرقمي والوقاية من المخاطر والسلبيات الناتجة عن الاستخدام غير الواعي وغير المسؤول، وتوجيه الاستخدام في التعلم التفاعلي لتنمية مهارات وقدرات الطفل المعرفية والتواصلية والاجتماعية .

قائمة المراجع:

1- كتب ومقالات ودراسات

1) – أحمد نوال نصر(2019): فعالية بيئة الروضة المستندة لألعاب تعليمية إلكترونية على تنمية الإبداع لدى الأطفال ، المؤتمر الدولي الخامس لقطاع البيئة بكلية البنات، جامعة عين شمس،منتدى الطفولة المبكرة، القاهرة،

2) سامية عواج، هادية دراجي(2017): مساهمة المدرسة في محو الأمية الإعلامية ، الانتقال من التحصين إلى أليات احتواء التربية على وسائل الإعلام، دراسة تحليلية لمضامين كتاب التربية المدنية الطور الابتدائي، مجلة الرسالة، المجلد1، العدد3، الجزائر

3) سحر أم الرتم، سامية عواج(2019): التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية ، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد1، المجلد 16،جامعة سطيف2، الجزائر

4) عبد الحكيم غزاوي(2007): دور الوسائل والتقنيات التربوية الحديثة في تجويد العملية التعليمية، جامعة الجنان ، صيدا،العراق.

5) عبد الوهاب بوخنوفة (2007)، الأطفال والثورة المعلوماتية ، التمثل والاستخدامات ، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد02 ، تونس

6) فاضل محمد البدراني(2016): التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي ، المصدر المستقبل العربي، عدد 452، مج، 39 لبنان.

7) مجد هاشم الهاشمي(2012): تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن.

8) محمد حمدي(2005): الواقع الحالي لتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العالم العربي ، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية،عدد3، تونس .

9) محمد شفيق (2001): **البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية** ، ط1، المكتبة الجامعية ، مصر.

10)مصطفى عبد العظيم الطبيب(2009): انعكاسات تقنية المعلومات على العملية التعليمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات ، المؤتمر العربي حول التعليم العالي وسوق العمل، جامعة جرش ، الأردن،

11)نهيل الجابري(دس): طفل الروضة في عصر تكنولوجيا المعلومات، جامعة البترا، الأردن

12)نور الدين زمام ، صباح سليماني(2013): تطور مفهوم التكنولوجيا واستخداماته في العملية التعليمية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد الحادي عشر، الجزائر

13)وليدة حدادي، فطيمة أعراب(2017): واقع التربية الإعلامية في الاسرة الجزائرية، دراسة ميدانية، مجلة الرسالة، مجلد 1، عدد 2. الجزائر

14)ياسين قرناني(2016): الشباب والأنترنيت، ط1، دار الايام، ، الأردن.

مواقع إلكترونية:

1) أكاديمية علم النفس، مرحلة الطفولة المبكرة مقال متاح على الموقع: https://acofps.com/vb/121073.html ، تم تصفحه بتاريخ 2 ديسمبر 2019، على الساعة، 23:26

2) سناء الدويكات: اثر التكنولوجيا على الاطفال، مقال متاح على https://mawdoo3.com/%D8%A3%D8%، تاريخ 29-9-2019

3) – موقع BBC ، هل تدعم التكنولوجيا عملية تعلم الطفل ام تعيقها، متاح على الموقع، https://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2013/04/130421_technology_learning، بتاريخ، 22، 9، 2019

4) مروة هاشم كيف نحمي أطفالنا من مخاطر الأنترنيت، المجلس العربي للطفولة والتنمية مقال متاح على الموقع، تصفح 21-9-2019، http://www.arabccd.org/page/753_%D9%83

5) **هاني رمزي عوض**: التكنولوجيا الحديثة والأطفال.. فوائد وأخطار، مقال متاح ب **https://aawsat.com/home/article/2881818** التصفح 17 -9-2019

6) مصطفى نعيم الياسري: مفهوم مرحلة الطفولة المبكرة مقال متاح على:http://qu.edu.iq/fa/wp-content/uploads/2016/03/%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%81%D9%88%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%D8%A7-1.pdf –، تم التصفح بتاريخ ، تم التصفح بتاريخ 3-12 – 2019 على الساعة 12:25

تغطية الصحافة الورقية في المغرب لأخبار المغربية الجزائرية

The Moroccan Print Media coverage of Moroccan – Algerian relations

أ. عبدالعالي الزهر

باحث دكتوراه، جامعة محمد الأول، وجدة–المغرب

ملخص:

تتأرجح العلاقات بين الدول حسب الظروف السياسية وتغير الأنظمة وتشابك المصالح أو تنافرها، إلا أن طبيعة العلاقة بين المغرب والجزائر لم تشهد أي انعراج ثابت في مسارها عبر عقود من الزمن. لقد عبرت هذه العلاقة محطات مختلفة اتسمت تارة بالمواجهة والانفراج الحذر أو التوتر غير المعلن. بوفر هذا التوتر المتواصل إمدادات لصحافة البلدين للاشتغال، فتتأرجح اتجاهاتها حسب المزاج السياسي التي تمر به العلاقة بين البلدين. ومنذ أن استقر التوتر على الصراع الدبلوماسي والسياسي، انعكست كل محطات هذا الصراع على صحافة البلدين، وفي أحيان كثيرة استخدمت الصحافة لتأجيج الصراع أو لاستحداث توتر جديد وتأليب الرأي العام.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تستهدف وصف الظاهرة والتعرف على عناصرها ومكوناتها، عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها وتقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الدراسة قيد البحث.

وفى هذا الإطار تسعى الدراسة إلى تحليل اتجاهات تغطية صحافية لموضوع العلاقات بين المغرب والجزائر عبر تحليل مضمون لعينة من صحيفة الاتحاد الاشتراكي الورقية(مغربية) بين فترتين متقاربتين، والكشف عن الاتجاهات التي هيمنت على تغطيتها لهذا الموضوع. حيث تبين أن اتجاه تغطية الصحافة المغربية لأخبار الجزائر كانت سلبية، بنسبة تجاوزت الخمسين في المائة من مجموع العينة التي اختارها الباحث.

Abstract :

Relations between countries fluctuate according to political conditions, regime change and interests. However, the nature of the relationship between Morocco and Algeria has not witnessed any steady divergence in its course over decades. This relationship has crossed different stages, sometimes characterized by confrontation and sometimes by a breakthrough, caution or undeclared tension.

This continuing tension provides supplies for the press of the two countries to operate, and thus the forms of bias in newspapers change according to the political mood in the relationship between the two countries. Since the tension settled on the diplomatic and political conflict, all stations of this conflict have reflected in the press of the two countries. Often times the press has been used to fuel conflict or to create new tension and stir public opinion.

This study belongs to descriptive research, aimed at describing the phenomenon and identifying its elements and components, by collecting information, data, analyzing and interpreting it, and providing an accurate and objective picture of the study under discussion. In this context, the study seeks to analyze trends in press coverage of the issue of relations between Morocco and Algeria through a guaranteed analysis of a sample of the paper of **Al Ittihad al Ichtiraki** (Moroccan) between two close periods, and to reveal the trends that dominated its coverage of this topic. Where it was found that the trend of the Moroccan press coverage of the news of Algeria was negative, at a rate exceeding 50% percent of the total sample chosen by the researcher.

مشكلة الدراسة:

تسعة الدراسة إلى التعرف على موقف الصحافة المغربية من بعض القضايا التي تهم والجزائر، وتحليل اتجاهاتها نحو تغطيتها للأخبار السياسية للجزائر، عبر نموذج جريدة الاتحاد الاشتراكي التابعة لحزب الاتحاد الاشتراكي العريق بالمغرب.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى معرفة عن اتجاهات الصحافة نحو الأخبار المتعلقة بالعلاقات المغربية الجزائرية من الجانب السياسي، هل هي إيجابية أم العكس، محايدة أم منحازة.

هل تشكل جزء من مشكل التوتر الذي ما يكاد وحتى يشتعل مرة أخرى، وسيتم ذلك من خلال تحليل مضمون تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي، وأيضا من خلال تحليل اتجاه هذه التغطية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في أهمية العلاقات المغربية الجزائرية ودور الصحافة في تحديد مسارها واتجاهاتها، فالتوترات التي تحدث بين البلدين كل مرة، يكون للصحافة دور في افتعالها أو إشعالها مجددا.

أسئلة الدراسة:

السؤال المتعلق بالطريقة التي تقدم بها صحيفة والاشتراكي صورة الجزائر من خلال الاحداث السياسية في الجزائر؟

الاتجاهات التي تسلكها صحيفة الاتحاد الاشتراكي في تغطيتها للأحداث المتعلقة بالجزائر هل هي سلبية ام محايدة أم إيجابية؟

أهم المحاور التي تطرقت إليها التغطية الصحفية للاتحاد الاشتراكي؟

مدى انعكاس التوتر الحاص بين فترة وأخرى بين البلدين على مضمون الصحافة المغربية؟

نوع الدراسة وأدواتها:

اعتمدت في هذا البحث على المنهج الوصفي، باستخدام اسلوب تحليل المضمون؛ لكشف النقاب عن الكيفية التي تتعامل بها صحيفة الاتحاد الاشتراك، تجاه قضية العلاقات المغربية الجزائرية، وذلك باختيار عينات من التغطية التي أنجزتها الصحيفة في الفترة ما بين15 يناير 2014 الى 15 سبتمبر 2014

مجتمع الدراسة:

تعد الصحف المغربية وصحيفة الاتحاد الاشتراكي مجتمع هذه الدراسة الأصلي، وبما أن دراسة مجتمع البحث هذا بأكمله يتطلب وقتا وجهدا كبيرين، ولا يستطيع أي باحث أن يشمل بدراسته كافة مفردات المجتمع الأصلي، كما أن النتائج المحصل عليها من دراسة المجتمع بكامله لا تعبر بالضرورة عن مصداقية أكبر.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة تعبر عن هذا المجتمع، وهي عبارة عن أربعة أشهر قبل فترة الانتخابات الرئاسية الحدث الأهم في الجزائر سنة 2014 وبعد هذا الحدث بأربعة أشهر أخرى أي إلى غاية منتصف شهر سبتمبر 2014. وقد كان حجم العينة هو 80 مادة صحافية موزعة بين 49 مادة قبل الانتخابات الرئاسية أي قبل منتصف ابريل، فيما كان حجم العينة في الفترة ما بعد 15 أبريل؛ 31 مادة صحافية. يرجع سبب اختيار صحيفة الاتحاد الاشتراكي عينة لهذا البحث، هو تاريخها المعروف والمميز، امتلاكها الطاقم محنك و له خبرة كبيرة، جديتها في تغطية الأحداث دون مزايدات، ويرجع السبب الرئيسي أيضا إلى الفترة التدريبية التي قضيتها داخل الجريدة و التي امتدت لشهرين. تستلزم هذه الدراسة البحث المسحي باعتبار أن أساسه يرتكز على دراسة موضوع وثيق الصلة وفي حالة تطور مستمرة، فهو واحد من وسائل جمع البيانات النوعية. [1] إذ يركز على فهم واستكشاف بعض الظواهر الإنسانية الهامة.[2]

تستخدم هذه الدراسة الاتجاهات كتصنيفات، ويتم تجميع المقالات تحت تلك الاتجاهات، وقد تم وضع هذه الاتجاهات من قبل الباحث من خلال مراقبته وملاحظته للصحيفة ومقالاتها. وهكذا تصنيف الاتجاهات إلى:

الاتجاه السلبي: يعني مصطلح الاتجاه السلبي في هذه الدراسة كل الفئات التي تناولت اخبار العلاقات المغربية الجزائرية بطريقة سلبية أو سلبية جدا.

الاتجاه الإيجابي: يعني مصطلح الاتجاه الإيجابي في هذه الدراسة كل الفئات التي تناولت التي تناولت اخبار العلاقات المغربية الجزائرية بطريقة إيجابية أو إيجابية جدا.

الاتجاه المحايد: يعني مصطلح الاتجاه المحايد في هذه الدراسة كل الفئات التي تناولت التي تناولت اخبار العلاقات المغربية الجزائرية بطريقة محايدة.

كما ركز الباحث على عناصر المعالجة الصحفية التي أطرت هذه الاتجاهات، وهكذا وضع هذه الاتجاهات وفق متغيرين ف محاولة لفهم الظاهرة بشكل دقيق من الجانب الصحافي. ويتمثل هذان المتغيرين من خلال:

(المضمون) أي المواضيع الأكثر معالجة في سياق موضوع الدراسة.

(الشكل) أي من حيث موقع المقال في صفحات الجريدة وايضا من حيث الجنس الصحافي.

إن التركيز بشكل كبير على المضمون، لتحديد اتجاه الصحافة في معالجة الأخبار المتعلقة بالمغرب والجزائر ليست كافية لوحدها، لذلك يعتبر الشكل مؤشرا مساعدا لفهم أعمق. [3]

---

[1] Hignett, Sue. "Qualitative Methodology." In Evaluation of Human Work, edited by John R. Wilson and Nigel Corlett, 113–129. Florida: Taylor & Francis Group, 2005 .

[2] Gilbert, Kathleen. "Why are We Interested in Emotions." In The Emotional Nature of Qualitative Research, edited by Kathleen R. Gilbert, 3-16. Florida: CRC Press, 2000 .

[3] ماجدة عبد المرضي، محمد سليمان، أطر التغطية الإخبارية لأحداث الانفلات الأمني في الصحف القومية اليومية في الفترة من 28 يناير حتى 15 يونيو 2011، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، المجلد 11، العدد الأول. 2012 ص359

مصطلحات الدراسة:

التغطية الصحفية: يقصد بالتغطية في هذه الدراسة، الطريقة التي تناولت بها صحيفة الاتحاد الاشتراكي في فترة الدراسة أثناء تناولها للعلاقات السياسية المغربية الجزائرية. الصحافة المغربية

الاتجاه: عبارة إطار مرجعي يزودنا بالمعلومات التي تجلنا نشعر مع الآخرين أو تتضامن معهم أو نحصل على دعمهم [1].

الإطار النظري:

العلاقات المغربية الجزائرية وأثر الإعلام

إن الأزمات التي تندلع بين الأمم والشعوب لا تأتي فجأة من السماء، ولم تنبت من الأرض كالطفيليات دفعة | انما هي نتيجة افعال واعمال و احداث تاريخية أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو جغرافية ويمكن اعتبار الأزمة المغربية الجزائرية النموذج الأمثل في هذا الباب، إذ تتفاعل العوامل الجغرافية والتاريخية والسياسية وتتداخل وتتشابك وتتقاطع كلها خلال مسافات زمنية تتباعد وتتقارب تتوقف العلاقات المغربية الجزائرية عند بعض المحطات التي تراكمت فيها الأزمات بينهما وتعتدت حتى صارت ورما خبيثا يصعب علاجه.

أولى تلك المحطات يتمثل في معركة " إيسلي" عام 1844، وهي المعركة التي واجهت فيها القوات المغربية جيش الاحتلال الفرنسي للجزائر، إذ تحولت خطوة التضامن والمساندة إلى هزيمة مني بها المغرب في مواجهة الفرنسيين. فأجبر حينها على التوقيع على معاهدات أضعفته أكثر مما كان عليه خاصة على المستوى العسكري. ولم يكن أمام المغرب سوى أن يقبل شروط المستعمر المنتصر أو تحمل تداعيات الرفض وبهذا الموقف المغربي ولدت الأزمات، إذ لم يكتف الفرنسيون بهذا، بل اقتطعوا اراضي من المغرب والحقوها بالتراب الجزائري، الأمر قاد إلى خلافات متتالية بين المغرب والجزائر طيلة قرن او أكثر، وكان من نتائجه السيئة حرب الرمال التي اندلعت في أكتوبر 1963.

قبل ذلك وحسب ما تشير إليه عدد من الدراسات التاريخية فإن حل مسألة الأراضي المغربية المقتطعة، قدم بشأنها مقترح فرنسي لإرجاع الأراضي، لكن المغرب فضل التفاهم مع زعماء الثورة الجزائرية ما بعد نيل استقلال بلادهم.[2]

انتظر المغرب إثارة مسألة الحدود،[3] إلى غاية استقلال الجزائر، و قد عززت هذا الطرح؛ موقف الحكومة الجزائرية المؤقتة التي أكدت على ضرورة إطلاق مفاوضات بشأن هذه القضية مع المغاربة فور نيل

[1] كامل الدليمي، صورة الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد احتلال العراق، دار الجنان للنشر والتوزيع، 2015 ص28

[2] زكي مبارك أصول الأزمة في العلاقات المغربية الجزائرية، دار أبي رقراق، المغرب 2007. ص 123

[3] عبد الله هداية، مشكلة الصحراء الغربية، المجلة المصرية القانون الدولي، العدد 5 1979، ص32

الجزائر استقلالها.[1]بعد استقلال الجزائر، شاءت العلاقات بين البلدين أن تسير في اتجاه سيء، ممهدة الطريق أمام اندلاع حرب الرمال.

ان التضارب الحاد بين التصور المغربي والتصور الجزائري حول آليات التسوية الحدودية، أفرز حملات دعائية من خلال تبادل الاتهامات، حيث اتهم المغرب الجزائر بمساندتها للمعارضة المغربية، كما ان الجزائر في نفس الفترة اتهمت المغرب بوقوفه ومساندته لحركة القبائل الانفصالية. لتتوتر مجددا العلاقات البينية. وبعد تدخل عدد من الفاعلين وعلى رأسها مبادرات عربية وإفريقية، انتهت حرب الرمال في نوفمبر من نفس العام بإعلان لوقف إطلاق النار.[2]

بدا الموقف متشددا في الجزائر بعد الحرب، إزاء فتح أي حوار يخص ازمة الحدود، خاصة مع وصول الرئيس هواري بومدين إلى الحكم في الجزائر، وهو ما أدخل العلاقات بين البلدين في مرحلة جديدة من التوتر، وفي غياب رد الفعل العسكري، كانت الأزمة تأخذ شكل حرب باردة تواصلت إلى غاية عام 1968، من خلال حملات دعائية. اقتصرت فترات الانفراج بعدها في إطار بناء اتحاد المغرب العربي، لكن طبيعة الاقتصاد الجزائري حالت دون تحقيق اندماج اقتصادي رفق المغرب وتونس.[3]

ما كاد يظهر بعض الانفراج في ازمة البلدين، حتى اندلعت أزمة الصحراء المغربية، إذ يعد مشكل الصحراء عصب رئيسيا في المشهد المتوتر بين المغرب والجزائر، ومتحركا مع باقي مشاكل البلدين، وأبرزها مسألة الحدود، والفرق الوحيد هو مواكبة مشكل الصحراء لفترات اختلفت فيها طبيعة هذه العلاقة، بين الحرب والاستقطاب الدولي والإفريقي والمناوشات الإعلامية رغم أن مشكل الصحراء مازال قائما إلا أنه انضافت إليه مشاكل أخرى أزمت الوضع بشكل كبير.

فقضية الصحراء إحدى المحددات الرئيسية للعلاقات المغاربية، ومعيار رئيسي لربط التحالفات بالمنطقة. وبهذا تتفق أغلب الآراء على اعتبار عام 1975، السنة المفجرة لقضية الصحراء، ولعودة الخلافات السياسية إلى المنطقة، وتصاعد درجة عدم الاستقرار السياسي.[4]

ستسلط مرة أخرى الأضواء على الحدود المغربية الجزائرية، عقب إغلاق معابرها البرية في وجه مواطني البلدين عام 1994، حيث كان لفرض الرباط على الجزائريين تأشيرة دخول المغرب على خلفية الأحداث الإرهابية بمراكش، إصدار الجزائر قرار إغلاق الحدود البرية مع المغرب مع فرض تأشيرة دخول أمام المغاربة.[5]

استمر غلق الحدود البرية بين البلدين منذ ذلك الوقت، ولم تشهد الأزمة أي انفراجات ملحوظة وملموسة، في عام 2010، أعلن المغرب بشكل منفرد عن رفع العمل بتأشيرة الدخول إلى المغرب بالنسبة للجزائريين، وبدا

---

[1] رضوان محمد، منازعات الحدود في العالم العربي: مقاربة سوسيو تاريخية وقانونية لمسألة الحدود العربية، أفريقيا الشرق بيروت، 1999 ص 175

[2] الشامي علي، الصحراء الغربية عقدة التجزئة في المغرب العربي، دار الكلمة، بيروت، 1980، الطبعة 1، ص 223

[3] رزيق المخادمي، النزاعات الحدودية العربية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2014 ص 12

[4] Abdelekhalaq Berramdane, Le Sahara occidental: enjeu maghrebin, Paris 1992, p 19

[5] اسماعيل معراف غالية، الأمم المتحدة والنزاعات الإقليمية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية. 1995 ص 101

أن القرار لم تستقبله الجزائر بنفس الحماسة، واعتبرت أن رفع التأشيرات كان يجب أن يخضع لتشاور ثنائي. وعليه، تحوّل ما كان. المغرب قرارا شجاعا ومبادرة حسن نية، إلى تصرف غير حكيم، منفرد ومتسرع.[1]

ظلت العلاقات الجزائرية المغربية على مستوى التسلح مطبوعة دائما بالتنافس. واكد تقرير مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بواشنطن، أن ثمة تنافسا حادا وكبيرا بين الجارتين، حيث لم يقتصر الصراع على اقتناء السلاح، وإنما هم كذلك التنافس حول تأهيل العنصر البشري والتحديث التقني منذ أكثر من سنوات ومنطقة المغرب العربي تعيش سباقا نحو التسلح.

إن توتر العلاقات السياسية ب، لا يعكس بالضرورة توترا في أجهزة الأمن في البلدين، حيث يتعامل العسكريون والخبراء الأمنيون المغاربة والجزائريون في لجتن ارتباط أمنية، في إطار اتفاقيات وتنسيقات أمنية إقليمية مشتركة تضم إضافة إلى المغرب والجزائر بلدان أخرى.[2]

يمكن للإعلام أن يلعب دورا إيجابيا في السياسة الخارجية، لكن تواضع أو بالأحرى انعدام معرفة الإعلاميين بالخط العام لسياسة الدولة وحدود أمنها القومي وتعاملهم بسطحية وخفة شديدة مع قضايا السياسية الخارجية يؤدي إلى مشكلات عديدة تتحمل الدولة تكلفتها.

لوسائل الاعلام دور هام في التأثير على العلاقات التي تجمع بين الدول والشعوب، والتي تظل قائمة رغم بعض المحاولات على مستوى صانعي القرار في تهدئة الأوضاع سواء عن الاعتذار أو التخفيف من حدة الخطاب الإعلامي أو حتى من خلال اتخاذ أسرع الحلول التي تقضي بطرد وإقالة إعلاميين وصحافيين تورطوا في خرجات إعلامية سببت في توتر العلاقة بين بلدين.

فقوة الإعلام الحالي تكمن في اعتباره محددا لتطور سير العلاقات الدولية، فهو يعد البيئة المناسبة لأي قرار قد يتبع تناولا إعلامياً كان الهدف منه إحراج دولة أو شعبا آخر، فرغم أن بعض الحكومات قد تتدخل لإصلاح ما أفسده إعلامها من خلال ما قد تراه خطوات تعبر عن حسن نيتها، إلا أن ذلك يكون تدخلا مزيفا يغطي نية بعض الدول في استمرار في إزعاج الأخرين.[3]

---

[1] توفيق رياحي ، الجزائر و المغرب، الماكر و المتهور ، القدس العربي 5 نوفمبر، 2013 متاح : https://www.alquds.co.uk/%d8%a7%d9%84%d8%ac%d8%b2%d8%a7%d8%a6%d8%b1-%d9%88%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%ba%d8%b1%d8%a8-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%a7%d9%83%d8%b1-%d9%88%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%aa%d9%87%d9%88%d8%b1/

[2] **هيئة التحرير، القدي العربي، توتر العلاقات السياسية بين المغرب والجزائر يخفي وراءه علاقات أمنية دافئة، 3ديسمبر 2013 متاح:** https://www.alquds.co.uk/%d8%aa%d9%88%d8%aa%d8%b1-%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d8%a7%d9%82%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%b3%d9%8a%d8%a9-%d8%a8%d9%8a%d9%86-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%ba%d8%b1%d8%a8-%d9%88%d8%a7%d9%84/

[3] تصدير الأزمات، تأثير وسائل الإعلام في تويتر على العلاقات المصرية العربية الشروق المصرية. 5 غشت 2014 متاح: https://www.shorouknews.com/columns/view.aspx?cdate=05082014&id=2bd51c0d-2e13-437e-b1f6-cd081697045f

إن الإعلام الدولي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدول المستقلة المتمتعة بالسيادة الوطنية الكاملة، ووسيلة لتحقيق بعض أهدافها السياسية الخارجية داخل المجتمع الدولي. ويبين أن الإعلام يخدم المصلحة الوطنية العليا للدولة، وفقاً للحجم والوزن والدور الذي تتمتع به هذه الدولة أو وتأثيرها في الأحداث العالمية المستجدة كل يوم، وخاصة عند نشوب ازمات عسكرية أو اضطرابات اجتماعية تطال تلك الدولة أو الدول المجاورة لها، أو تطال المصالح الحيوية للدول الكبرى في أنحاء مختلفة من العالم، أو في حال حدوث كوارث طبيعية. يساعد التعادل الإعلامي الدولي يساعد على تعزيز التفاهم الدولي والحوار بين الأمم، ليؤدي إلى خلق تصور واضح للدول بعضها عن بعض، مفاده التحول من النظام الثقافي القومي التقليدي المغلق، إلى نظام ثقافي منفتح يعزز التفاهم الدولي.[1]

إذا كان الإعلام وسيلة من وسائل السياسة الخارجية، فإنه مع غير من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، ة تتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف قوة هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي. يستطيع الإعلام الدولي الفعال بفضل العوامل العسكرية والسياسية والاقتصادية أن يدعي أفكارا ومعتقدات غير حقيقية، ومع تكرار مرتكزات المنطق الدعائي، يؤدي الأمر إلى رسوخه في ذهن المتلقي.[2]

كلما كانت السياسة الخارجية مبنية على أسس دقيقة وعلمية وتتبع طرقا ملائمة في صناعة القرارات كلما ساعد ذلك الإعلام الدولي. وتزداد أهمية الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية بالنسبة للدول الكبرى لتزايد مصالح تلك الدول. تواجه الدول التي تعيش ضمن أوضاع أزمة متواصلة اهتماما بالإعلام الدولي في سعيها لتوضيح موقفها وحركتها لمعالجة هذه القضايا.[3]

إذا كان العالم يتجه نحو التعاون الإيجابي بين الأمم، إلا أن هذا لا يعني انهاء المشاكل والصراعات الدولية القديمة منها والجديدة والمتجددة، وكل ما يحدث هو تغير في الخروف الدولية وديناميكية العلاقات الدولية وزيادة في عملية التفاعل الإعلامي الدولي. يحدث أن يكون للوسائل الإعلامية العاملة في مناطق النزاع أو الموجهة لها دور في تأجيج الصراع الدائر فيها بعد اندلاعه أو حتى قبله. [4]

في المنطقة المغاربية تنطلق التصريحات ونقيضها لتهيمن بذلك على العلاقات المغربية الجزائرية، مما تدل على أن مواقع القصف الإعلامي ما زالت منصوبة، ولم يدمرها شيء من التقارب الذي يبدأ ثم يتبدد مفعوله. وزير خارجية الجزائر السابق مراد مدلسي طالب في زيارة له للمغرب بوقف الحملات الإعلامية لإفساح المجال أمام السياسة، معتبرا أن وسائل الإعلام والتصريحات غير المسؤولة، تقف وراء تردي العلاقات مع المغرب بسبب " الحمى الزائدة " لدى بعض وسائل الإعلام.

---

[1] محمد البخاري، التبادل الإعلامي في ظروف العلاقات الدولية المعاصرة، طشقند أوزبكستان، 2009، ص 28

[2] سلام السعدي، العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية، دنيا الوطن، 8 غشت 2014 متاح: https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/99208.html

[3] محمد العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة المطبعة الأولى، 1978، ص 33

[4] محمد البخاري، التبادل الإعلامي مرجع سابق،ص 42

تظهر تجليات التأثير السالب للإعلام في السياسات الخارجية ، والعلاقات الثنائية بين الدول من خلال معضلة العلاقات المغربية الجزائرية ، التي بات من الواضح أنها تدور في فلك المنابر الإعلامية للبلدين الجارين ، التي لم تستطع الخروج من ذهنية العداء والعداء المضاد ، وتتعامل من منطلق فرضية ثابتة تكاد تكون صنما إعلاميا ، تفيد أن المغرب والجزائر لا يمكن أن يكونا إلا في وضع العداء والصدام ، وأصبح مؤكدا أن المغرب والجزائر الذين يجمعهما الكثير ويؤهلهما إلى علاقات أكثر عمقا على المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.[1]

عند مطالعة ما تبثه أجهزة الإعلام المغربية والجزائرية، يصاب المرء بالرعب وكأننا أمام مشهد صحفيين حانقين باستمرار، ماسكين بالرشاشات بدل الأقلام، ولا صوت يعلو فوق صوت التحريض النبش في ملفات التاريخ والحروب الماضية، حيث تغيب الحكمة والدبلوماسية والتأثير السالب على صناع القرار، وشحن الجمهور من الشعبين الجارين.[2]

في تصريح لوزير الاتصال عام 2014 , وهو نفسه المتحدث باسم الحكومة المغربية خلال انعقاد مجلس الحكومة، قال فيه إن جزءا من الصحافة الجزائرية نشرت ما بين يونيو 2013 ويونيو 2014، 1605 من المقالات المعادية للمغرب، منها 600 مقال استفزازي بخصوص النزاع حول الصحراء المغربية. مضيفا أن جزءا من الصحافة الجزائرية تشن حربا إعلامية استفزازية تجاه المغرب، وموضحا أن المعدل اليومي للمقالات المنشورة يتراوح ما بين أربعة وخمسة مقالات. وسجل وزير الاتصال السابق أن المغرب عندما يريد التعبير عن مواقفه فإنه يقوم بذلك بطريقة واضحة ومباشرة، مضيفا أن الصحافة المغربية صحافة حرة ومستقلة، غير أنه ومن الطبيعي أن تسجل ردود فعل من طرفها بالنظر إلى الحملة التي تشنها بعض وسائل الإعلام الجزائرية ".

صحيفة الاتحاد الاشتراكي

أنشئت جريدة "الاتحاد الاشتراكي" سنة 1983، كلسان حال حزب الاتحاد الاشتراكي للقوات الشعبية (إضافة لليبراسيون باللغة الفرنسية)، جاءت الجريدة خلفا لجريدة المحرر العنوان الأبرز لليسار، والتي تم حظرها في يونيو 1981 بعد انتفاضة الدار البيضاء، إذ اتهمتها سلطات الحسن الثاني آنذاك، بتأجيج نار الثورة الاجتماعية في ظل الأزمة الاقتصادية الحادة التي اجتاحت البلاد. في التسعينات، حققت الجريدة أرقام مبيعات تاريخية، وخاصة أثناء متابعة ملف "الكوميسير ثابث"، الذي حكم عليه بالإعدام بعد قضية فساد أخلاقي ودعارة داخل أجهزة الدولة، كما ساهم خطها التحريري الملتزم في انتشارها، خاصة دفاعها عن

[1] أحمد سالم أحداد، العلاقات المغربية الجزائرية و إعلام التحريض و الفتنة، الحوار المتمدن، العدد 4303، 12 ديسمبر 2013 متاح::
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=390893&r=0

[2] محمد الأشهب،" الحياة" المغرب والجزائر: حرب التصريحات مغارب كم، 30 ماي 2013:
http://www.magharib.com/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1/1067

تحول ديمقراطي في المغرب على المستوى الوطني، أو على المستوى الدولي كوقوفها ضد حرب الخليج الأولى والدفاع عن القضية الفلسطينية.

وفي ضوء التناوب السياسي الذي تم التفاوض عليه مع القصر في عام 1997 بتعيين عبد الرحمن اليوسفي رئيسا لحكومة المعارضة اليسارية الأولى، لم تعد الجريدة كلسان للحزب تلعب دورها في انتقاد السلطة الملكية، ما دفع العديد من أطرها إلى مغادرة صفوفها، أبرزهم مديرها التاريخي والصحفي "محمد البريني".

سنة 2007 لتخفيف تآكل نفوذه ومواجهة المنافسة التي كانت مشتدة من الصحافة الخاصة، طرح محمد اليازغي –أحد القيادات التاريخية للاتحاد الاشتراكي–إعادة تسمية جريدة الاتحاد الاشتراكي باسمها الأصلي (المحرر)، ولكن ظل هذا المشروع حبرا على ورق[1].

نتائج الدراسة:

كشفت نتائج المسح خلال الفترتين اللتان تم اختيارهما، وهما الفترة من يناير إلى غاية الانتخابات الرئاسية الجزائرية عام 2014، ثم الفترة من الانتخابات الرئاسية إلى غاية شهر سبتمبر من نفس العام، باعتباره حدثا مهما وفارقا بالجزائر. وهكذا كانت نتائج المقالات المحصل عليها تتمثل في 80 مقالا، منها 49 قبل الانتخابات الرئاسية في الجزائر و 31 بعد الانتخابات.

الفترة	عدد المقالات	النسبة
قبل	49	61%
بعد	31	39%
المجموع	80	100%

أما اتجاهات تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي لأخبار الجزائر من خلال المقالات الثمانين المحصل عليها، فكانت على الشكل التالي:

الاتجاه	قبل	بعد	مجموع المقالات	النسبة
إيجابي جدا	1	0	1	1%
إيجابي	2	3	5	6%
محايد	17	13	30	38%
سلبي	25	15	40	50%
سلبي جدا	4	0	4	5%
المجموع	49	31	80	100%

يظهر الجدول أعلاه أن اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي في فترة الدراسة هذه، كان سلبيا به، فإيجابيا بدرجة أقل، فيما تفوقت نسبة السلبي جدا على الإيجابي جدا التي جاءت أخيرة في نسبة هذه التغطية.

ومن خلال جمع الاتجاهات المتقاربة فيما بينها فقد النتائج تظهر أن اتجاه تغطية بشكل عام، كان:

[1] **Media Ownership monitor Morocco, Al Ittihad Al Ichtiraki** https://maroc.mom-rsf.org/en/media/detail/outlet/al-ittihad-al-ichtiraki/

- سلبيًا (5 =55%)50%+%
- ثم محايدا بدرجة ثانية 38%
- فإيجابيا بنسبة أقل(1%+6%=7%)

لكن يمكن ومن خلال المقارنة بين فترتي ما قبل وبعد فترة الانتخابات الرئاسية الجزائرية أن نصل إلى الملاحظات التالية:

تحسن اتجاه تغطية الصحفية في الفترة ما بعد الانتخابات الرئاسية الجزائرية، حيث ارتفعت نسبة الاتجاهين المحايد والإيجابي، وانخفضت نسبة الاتجاه السلبي والسلبي جدا.

اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي من حيث المحاور:

تناولت الصحيفة (العينة 80 مقالا صحافيا) في تغطيتها لعدد من المواضيع المرتبطة بالعلاقات المغربية الجزائرية، وقد اعتمد الباحث حساب تكرار الأخبار عدديا، مقياسا لحجك توظيف اهتمام توظيف الصحيفة بأخبار الجزائر السياسية منها على الخصوص، وتتمثل هذه المحاور في:

- النزاع المغربي الجزائري: ويتضمن قضايا من قبل الحدود وحرب الرمال (تاريخي) وقضية الصحراء، والتدخل في الشأن الداخلي.
- الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2014
- النظام الجزائري: ويتضمن الأخبار المتعلقة بالرئيس الجزائري، والجيش والحكومة والمؤسسات الرسمية.
- حقوق الإنسان وحرية التعبير
- المعارضة الجزائرية
- التنافس الإقليمي بين المغرب والجزائر
- الجماعات المسلحة والإرهاب في الجزائر
- أحداث سياسية متفرقة

في تغطيتها لهذه المحاور توصل الباحث إلى هذه النتائج:

المحاور	عدد مقالاتها	نسبتها
النزاع المغربي الجزائري	15	19%
الانتخابات الرئاسية 2014	15	19%
النظام الجزائري	25	31%
حقوق الإنسان وحرية التعبير	8	11%
المعارضة في الجزائر	6	7%
التنافس الإقليمي	4	6%
الجماعات المسلحة والإرهاب	6	7%
أحداث سياسية متفرقة	1	1%
المجموع	80	100%

تصدر محور النظام الجزائري باقي المحاور ضمن عينة المقالات بصحيفة الاتحاد الاشتراكي بنسبة 31 % لكل منهما %من مجموع المقالات، ثم تلاه محورا النزاع المغربي الجزائري والانتخابات الرئاسية بنسبة 19 ثم محوري المعارضة و الجماعات المسلحة بنسبة %ثم يليهما المحور المرتبط بحقوق الإنسان بنسبة 11 , و بنسبة 6% جاء المحور المتعلق بالتنافس الدول، بينما جاءت الأخبار المتفرقة أخيرة بنسبة 1%. 7% وعلى العموم طغى المحور المرتبط بالانتخابات لرئاسية على العينة المختارة في الفترة ما قبل الانتخابات في الجزائر عام 2014، و طغت محور النظام الجزائري على تغطية الصحيفة في المرحلة التي تلت الانتخابات الجزائرية.

قام الباحث بدراسة اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي، للمحاور الثلاث الأكثر تواجدا في العينة، وتوصل إلى هذه النتائج:

بالنسبة لمحور النظام الجزائري

اتجاه التغطية	عدد المقالات	النسبة
إيجابي جدا	0	0%
إيجابي	2	8%
محايد	8	32%
سلبي	14	56%
سلبي جدا	1	4%
المجموع	25مقالا صحافيا	100%

نلاحظ أن اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي لمحور النظام الجزائري، كان سلبيا. في ظل تواجد ضعيف للاتجاه الإيجابي في تغطية هذا المحور.

بالنسبة لمحور النزاع المغربي الجزائري

اتجاه التغطية	عدد المقالات	النسبة
إيجابي جدا	0	0%
إيجابي	2	13%
محايد	6	40%
سلبي	7	47%
سلبي جدا	0	0%
المجموع	15مقالا صحافيا	100%

نلاحظ أن اتجاه تغطية صحيفة الاتجاد الاشتراكي لمحور النزاع المغربي الجزائري، كان سلبيا، لكن مع حضور قوب للاتجاه المحايد في تغطية هذا المحور.

بالنسبة لمحور الانتخابات الرئاسية

اتجاه التغطية	عدد المقالات	النسبة
إيجابي جدا	1	7%
إيجابي	0	0%
محايد	5	33%
سلبي	8	53%
سلبي جدا	1	7%
المجموع	15مقالا صحافيا	100%

نلاحظ أن اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي لمحور الانتخابات الرئاسية، كان سلبيا في مرحلة متقدمة قام الباحث بدراسة اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي لأخبار الجزائر من حيث موقع المقالات في صفحات الجريدة وقد تحصل على النتائج التالية:

الموقع في الصحيفة	عدد المقالات	النسبة
الصفحة الأولى	17	21%
صفحة داخلية	52	65%
صفحة اخيرة	11	14%
المجموع	80	100%

نلاحظ أن الصفحة الداخلية، هي الموضع الأكثر ضما للمقالات المتعلقة بأخبار الجزائر في صحيفة الاتحاد الاشتراكي، تليها الصفحة الأولى ثم الصفحة الأخيرة.

من حيث الجنس الصحفي: قام الباحث بدراسة اتجاه تغطية هذه الصحيفة، انطلاقا من الكشف عن الاجناس الصحافية الأكثر تواجد والتي أتت ضمنها تلك المقالات المتعلقة بالعلاقات المغربية الجزائرية.

الجنس الصحافي	عدد المقالات	النسبة
التقرير	19	24%
الاستطلاع /التحقيق	12	15%
الحوار	6	8%
الخبر	28	34%
الرأي	15	19%
المجموع	80	100%

يقدم هذا المسح صورة عن الجنس الصحافي أو القالب الصحافي الذي أطر المقال المتعلق بالجزائر، وهكذا نلاحظ أن الجنس الصحافي "الخبر"– البسيط في تركيبته– تصدر الأجناس الصحافية جميعها بنسبة 28%، بينما حل الحوار أخيرا بنسبة 6%.

ذهب في مرحلة تالية إلى دراسة اتجاه تغطية صحيفة الاتحاد الاشتراكي تجاه الأخبار المتعلقة بالجزائر من خلال الأجناس الصحافي، وقد توصل إلى النتائج التالية:

الجنس الصحافي ⟵ / اتجاه التغطية ⟱	التقرير	الاستطلاع / التحقيق	الحوار	الخبر	الرأي	المجموع
إيجابي جدا	*	*	*	1	*	1
إيجابي	2	2	1	2	*	5
محايد	10	4	3	12	1	30
سلبي	7	6	2	14	11	40
سلبي جدا	*	*	*	1	3	4
مجموع المقالات	19	12	6	28	15	80

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن الجنس الصحافي ذو الاتجاه ا الأكثر إيجابية في التعامل مع أخبار الجزائر هو "الخبر،" بينما كان "الرأي " أكثر الأجناس الصحافية سلبية تجاه تغطية أخبار العلاقات المغربية الجزائرية.

ويمكن تلخيص اتجاهات الاجناس الصحافية وفق الصيغ التالية:

- التقرير الجنس الأكثر حيادية.
- الاستطلاع جنس صحافي سلبي لكن يميل إلى الإيجابية.
- الحوار: أ حيادي إلى سلبي
- الخبر يتأرجح بين الحيادية والسلبية
- الرأي: الأكثر سلبية على الإطلاق

التحليل والمناقشة:

النسبة العامة لتغطية الصحافة المغربية سلبية وهذا ما لاحظته من خلال اختبار عينة من صحيفة الاتحاد الاشتراكي المغربية في اختبار الاتجاهات سواء في الفترتين معا أو في خلال كل فترة على حدا.

في الفترة ما قبل الانتخابات الرئاسية في الجزائر عام 2014، "، كان الاتجاه السلبي يتجاوز الخمسين بالمائة وهو ما يمكن تفسيره بالجدل واللغط الذي سبق الانتخابات الرئاسية الجزائرية، خاصة فيما يتعلق بترشح عبد العزيز بوتفليقة لولاية رابعة. " العهدة الرابعة " وهو مقعد على كرسي متحرك، فكانت الصحافة المغربية بذلك تحاول إطلاق نيرانها على نظام من " جنرالات الجيش الجزائري "، على حد تعبيرها تقول عنه إنه من يحكم البلاد وهو من خطط لإعادة بوتفليقة رئيسا للمرة الرابعة، والهدف إحراج الجزائر الرسمية، ورسم صورة غير جيدة عن المشهد السياسي والعملية الديموقراطية في الجزائر، والتشويش. وهي بذلك –أي الصحافة المغربية –تجسد السياسة الخارجية للمغرب في علاقته مع الجزائر، وتطبق قاعدة أفضل طريقة

للدفاع هي الهجوم، وإن كانت الأداة هذه المرة هي الصحافة المغربية. وهكذا نجد أنفسنا أمام عملية مماثلة تقوم بها أيضا للصحافة الجزائر التي تحاول إحراج المغرب الرسمي والتشويش على قضية الصحراء.

عندما غاب محور الانتخابات الرئاسية، تراجعت السلبية نسبيا ، اتجهت نحو عندها الحياد و الإيجابية، ويمكن تفسير ذلك من خلال التقارب الأمني المغربي الجزائري لمواجهة التنظيمات المسلحة او تلك المرتبطة بتنظيم " داعش" وتزامن أيضا هذه الفترة باستنفار كل من الجيشين المغربي و الجزائري لقوائهما ترقبا لأي محاولة جوية ، على خلفية سرقة طائرات من مطار طرابلس في ليبيا من قبل جماعات متطرفة، هددت بتنفيذ ضربات البعض دول المنطقة، وهو ما عجل بتعاون أمني واستخباراتي عسكري في المنطقة المغاربية وبين المغرب والجزائر على الخصوص.

خلقت أخبار النظام الجزائري ثباتا في مستوى اتجاه التغطية رغم تراجعه في الفترة " ما قبل " ب 14 مادة صحافية حول النظام الجزائري إلى 11 فقط في الفترة "ما بعد ". وعكس محور الانتخابات الرئاسية الذي تصدر في الفترة "ما قبل ". على أكثر الاتجاهات سلبية ثم اختفى في الفترة "ما بعد"؛ فإن محور النظام الجزائري حافظ على حضوره في الفترتين معا كما حافظ على اتجاه السلبية التي اتسم بها.

إن تموضع قيم ونسب محور النزاع المغربي الجزائري، الذي يضم ما يمكن تسمته ب " محركات"، التوتر الدائم بين المغرب والجزائري، ممثلا في قضية الصحراء والحدود والنزاع التاريخي–ضمن الاتجاهات السلبية، هو راجع بالأساس إلى سيرورة تاريخ العلاقات المغربية الجزائرية، فقضايا الحدود والصحراء والنزاعات "التقليدية" هي أساس التوتر بين البلدين، ووقوده الطبيعي الذي يشعله كلما سمحت الفرصة. فالنزاع المغربي الجزائري ليسا محورا راهنيا أو مؤقتا بل يحضر دائما في كل الفترات.

أما فيما يخص نتائج حسب موقع المقالات في صفحات جريدة الاتحاد الاشتراكي

غالبا ما تكون الأخبار السياسية المهمة المتعلقة بالجزائر متوقعة في الصفحة الأولى من الجرائد المغربية، لكن فيما يخص اختبارات موقع المقال داخل صفحات الاتحاد الاشتراكي، فقد أظهرت النتائج تركز المقالات في الصفحات الداخلية وفي الصفحة الأولى بنسبة أقل، وهو ما يمكن تفسيره بكون الصحيفة حزبية وتخصص في الغالب صفحاتها الأولى للشأن الحزبي ولقياداتها السياسية.

أما عن نتائج اختبار اتجاهات الأجناس الصحفية ، في صحيفة الاتحاد الاشتراكي، فإننا نجد أن التقرير و الخبر مثلا حيادين و بميلان إلى السلبية ، ويرجع سبب ذلك إلى تضمنهما المعلومات و الأرقام او حقائق واضحة و اهي ميزة الخبر و التقرير، مع ذكر كون هذين الجنسين تكون مصادرهما الأولى الصحافة الأجنبية أو وكالات الأنباء و تقارير المنظمات و مكاتب الدراسات ، لكن ما يفسر ميل هنين الجنسين نحر السلبية هو اللمسة الصحافية المغربية ، التي تحاول إحراج الجزائر بالتركيز على نقاط سلبية في خير معين تداولته وسائل إعلام دولية أو تقارير حقوقية .

أما الاستطلاع و التحقيق سلبيان و يميلان إلى الحيادية، وهو ما يمكن تفسيره بمحاولة الغوص في بعض القضايا الشائكة و المعقدة الجزائرية عن طريق اسلوبي التحقيق و الاستطلاع، لكن يفسر ميلهما للحيادية،

لكون اعتمادها على أدوات اشتغال منهجية في التحري. "الراي" هو الجنس الصحافي الوحيد الذي كان موقعه بين السلبية و السلبية جدا، و هو ما يمكن تفسيره بكون هذا الجنس الصحافي يعتمد على الرأي و الأفكار و القناعات بدل الحقائق.

وعلى العموم فيمكن القول إن اتجاه الصحافة المغربية نحو أخبار الجزائر السياسية كانت سلبية، بنسبة 55% مقابل 7% كانت إيجابية و بنسبة 38%كانت محايدة. ورغم أنا " اتجاه سلبي " ظل في الصدارة، إلا أنه تراجع كثيرا و بالمقابل زادت نسبة الحيادية و الايجابية قليلا في التغطية وهو ما يشير إلى تسحن أداء الصحافة المغربية في الأشهر الأربعة الأخيرة رغم صفة السلبية التي تطغى عليها مسألة تغطية الأخبار المتعلقة بالجزائر الرسمي اي النظام الجزائري.

الإعلام جزء من السياسة الخارجية لأي بلد، و من خلال هذه الدراسة يظهر مدى تأثر العلاقات بين البلدين و اتسامها بالسلبية من خلال التغطيات الصحافية التي تقوم بها وسائل الإعلام في كلا البلدين.

المراجع:

- Abdelekhalaq Berramdane,1992, Le Sahara occidental: enjeu maghrebin, Paris
- Gilbert, Kathleen 2000, "Why are We Interested in Emotions." In The Emotional Nature of Qualitative Research ,edited by Kathleen R. Gilbert, 3-16. Florida: CRC Press.
- Hignett, Sue, 2005 "Qualitative Methodology." In Evaluation of Human Work, edited by John R. Wilson and Nigel Corlett, 113–129. Florida: Taylor & Francis Group
- Media Ownership monitor Morocco, Al Ittihad Al Ichtiraki
- أحمد سالم أعمر أحداد،2012، العلاقات المغربية الجزائرية وإعلام التحريض والفتنة، الحوار المتمدن، العدد www.ahewar.org:4303
- اسماعيل معراف غالية،1995، الأمم المتحدة والنزاعات الإقليمية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- تصدير الأزمات،2014 تأثير وسائل الإعلام في تويتر على العلاقات المصرية العربية الشروق المصرية: www.shorouknews.com
- توفيق رياحي، 2013، الجزائر والمغرب، الماكر والمتهور، القدس العربي https://www.alquds.co.uk
- رضوان محمد، 1999، منازعات الحدود في العالم العربي: مقاربة سوسيو تاريخية وقانونية لمسألة الحدود العربية، أفريقيا الشرق بيروت.
- رزيق المخادمي، 2014 النزاعات الحدودية العربية، النزاعات الحدودية العربية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية
- زكي مبارك، 2007، أصول الأزمة في العلاقات المغربية الجزائرية، دار أبي رقراق، المغرب
- الشامي علي 1980، الصحراء الغربية عقدة التجزئة في المغرب العربي، دار الكلمة، بيروت، الطبعة 1
- سلام السعدي،2014، العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية، دنيا الوطن: www.alwatanvoice.com
- عبد الله هداية،1979 مشكلة الصحراء الغربية، المجلة المصرية القانون الدولي، العدد 5

- كامل الدليمي،2015، صورة الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد احتلال العراق، دار الجنان للنشر والتوزيع.
- ماجدة عبد المرضي، 2012، محمد سليمان، أطر التغطية الإخبارية لأحداث الانفلات الأمني في الصحف القومية اليومية في الفترة من 28 يناير حتى 15 يونيو 2011، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، المجلد 11، العدد الأول.
- محمد العويني، 1978، الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة المطبعة الأولى
- محمد البخاري،2009 التبادل الإعلامي في ظروف العلاقات الدولية المعاصرة، طشقند أوزبكستان
- محمد الأشهب،2013،"الحياة" المغرب والجزائر: حرب التصريحات مغارب كم: www.magharib.com
- هيئة التحرير، 2013، القدس العربي، توتر العلاقات السياسية بين المغرب والجزائر يخفي وراءه علاقات أمنية دافئة: www.alquds.co.uk

مشاركه المستخدمين في تزايد المعلومات المضطربة على الشبكات الاجتماعية

The participation of users in the increase information disorder on social networks

أ. حيدر أحمد حسين

باحث أكاديمي في المجال الإعلامي– العراق

ملخص

تحاول هذه الورقة العلمية التعرف على مدى مشاركه المستعملين في تزايد المعلومات المضطربة على وسائل التواصل الاجتماعي. وقد خلصت هذه الدراسة العلمية إلى أن مستخدمو الشبكات الاجتماعية قد شاركوا في تصاعد انتشار المعلومات المضطربة بصورة متعمدة وغير متعمدة. كما توصلت هذه الدراسة إلى أنه يوجد خمسه فئات من المستخدمون الذين قد أدوا دور كبير في تنامي المعلومات المضطربة وهم: العفويون، المخطئون، الضحايا، المتحيزون، المنتحلون.

الكلمات المفتاحية: المستخدمين، المستعملين، اضطراب المعلومات، المعلومات المضطربة، الإعلام الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية، وسائل التواصل الاجتماعي، المنصات الاجتماعية.

Abstract:

This Research paper is trying to identify on the extent users sharing are of Increasing disorder information on social media. This study has found Social network users participated in the increase of information disorder intentionally and unintentionally. This study also concluded there are five categories of users who have played a major role in Increased information disorder: spontaneous, wrongdoers, victims, Biased, Impersonators.

Key words: Users, Information disorder, Social media, social networks.

المقدمة:

لا شك ان المستخدمون قد أسهموا وبصورة غير مسبوقة في تصاعد المعلومات المضطربة على المنصات الاجتماعية سواء كانت إسهاماتهم بصورة متعمدة أو غير متعمدة. فمن ناحية كثيراً ما يحاول شهود العيان من المستخدمين نقل الأحداث التي تصادفهم ولكنهم بالمقابل ربما يفشلون في نقلها مما قد يسهموا في ازدياد المعلومات الخاطئة والمضللة على السواء. فعلى سبيل المثال قد يحاول بعض شهود العيان كتابة بعض النصوص على صفحاتهم أو مواقع الرقمية بهدف إبلاغ الآخرين عن الأحداث ولكن ربما يكتبونها بطريقة غير صحيحة كالمبالغة في وصف الأحداث.

أن هذا الأمر لا يقتصر على كتابة النصوص بل يتعدى ذلك ليشمل الصور والفيديوهات التي ينتجها شهود العيان فغالباً ما يقوم بعض شهود العيان بتصوير الحدث بزاوية غير صحيحه أو يقومون بقص الصور أو معالجتها ببرامج وتطبيقات المونتاج مما قد يتسببوا في إخفاء بعض الحقائق بصورة غير مقصودة. ومن الناحية الأخرى غالباً ما يتصفح الكثير من المستخدمين الصفحات والمواقع الرقمية الإخبارية المفضلة لهم بهدف متابعه الأحداث فأثناء تصفحهم قد تجذبهم وتهمهم بعض الأخبار ويحاولون مشاركتها على صفحاتهم الشخصية ولكن قد لا يشاركوها بصورة مباشرة.

وإنما يقومون بكتابة عناوين تلك الأخبار بكلماتهم ووجهه نظرهم أو ربما يكبوها بصورة مغلوطة مما يسهموا في تنامي المعلومات الخاطئة. أما من الناحية الثالثة أن بعض المستخدمون قد يفتقرون إلى مهارات القراءة الصحيحة مما يفسرون بعض المنشورات بصورة غير صحيحه وبالتالي يكونون رؤية مغلوطة عن العالم. ومن الناحية الرابعة أن بعض المستخدمون قد يقومون بكتابه بعض المعلومات دون أن يتأكدوا منها عن قضية أو حدث ما بمجرد أنهم قد سمعوا عنها من قبل أهلهم أو أصدقائهم أو معارفهم أو شاهدوها على بعض الصفحات الوهمية مما يؤدوا دور في انتشار المعلومات المضطربة.

وبالمثل فإن البعض الآخر من المستخدمون قد يقومون بمشاركه أي معلومات قد شاركها أصدقائهم ومعارفهم حتى لو كانت خاطئة. أما من الناحية الخامسة أن بعض المستخدمون باتوا يقومون بنشر المعلومات المضطربة والترويج لها بالإضافة إلى أنهم أضحوا ينشؤون مواقع وصفحات وهمية من أجل جني المال واستقطاب أكبر عدد من المستخدمين الى صفحاتهم. فمن هذه النواحي قد تحسس الباحث بدور المستخدمين في تنامي المعلومات المضطربة على الإنترنت ومنها جاءت فكره هذه الدراسة العلمية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكله الدراسة:

يمكن تلخيص مشكله هذه الدراسة العلمية في التساؤل الرئيس الآتي: هل أسهم المستخدمين في تنامي المعلومات المضطربة على المنصات الرقمية الاجتماعية؟ وتتفرع مشكله هذه الدراسة إلى التساؤلات الآتية:

1) ما المقصود بـ "المحتوى الذي ينتجه المستخدم؟
2) هل أسهم في الانحياز التأكيدي للمستخدمين في تزايد المعلومات المضطربة؟

3) إلى أي مدى قد ساعدت غرف الصدى في انتشار المعلومات المضطربة؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة العلمية من كونها تحاول ان تعالج ظاهرة قد تكون جديدة نسبياً في الصحافة من الناحيتين العلمية والعملية متمثلة بإسهام المستخدمين في تصاعد المعلومات المضطربة على المنصات الاجتماعية. وتسعى هذه الدراسة إلى أن تسهم في تغذية موضوعات الباحثين في الميدان الإعلامي وترفد المكتبة الإعلامية العربية بالمعارف الجديدة المواكبة التحولات الاجتماعية المتعلقة بسلوكيات المستخدمين.

ثالثاً: أهدف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة العلمية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على مفهوم وخصائص المحتوى الذي ينتجه المستخدم.
- التعرف على مفهوم وأشكال المعلومات المضطربة.
- محاولة تصنيف أنواع المستخدمون الذي أسهموا في تنامي المعلومات المضطربة.

رابعاً: منهج الدراسة:

تطلبت مشكلة هذه الدراسة العلمية إتباع المنهج الوصفي التحليلي لدراسة ومعالجه ظاهرة إسهامات المستعملين في تزايد المعلومات المضطربة على وسائل التواصل الاجتماعي من إبعادها المتعددة بهدف الوصول إلى نتائج علمية وجديدة.

خامساً: تحديد المصطلحات بصورة إجرائية:

- **المستخدمون:** هم الأشخاص العاديون الذين يستهلكون المحتوى الرقمي.
- **المعلومات المضطربة:** يمكن تعريفها بصورة إجرائية استنتاجاناً من يمكن استنتاج تعريف المعلومات المضطربة عن طريق رؤية كل من الباحثان واردل ودرخشان إلى أنها معلومات خاطئة ومضللة أو صحيحه تستخدم للإساءة[1].
- **الشبكات الاجتماعية:** هي مواقع عبر الإنترنت تستخدم للتواصل الاجتماعي وتبادل المحتوى.

المبحث الثاني: المفاهيم الأساسية (المحتوى الذي ينتجه المستخدم، المعلومات المضطربة)

أولاً: مفهوم المحتوى الذي ينتجه المستخدم:

يعد مفهوم المحتوى الذي ينتجه المستخدم من المفاهيم الحديثة في المجال الإعلامي إذ لا يوجد تعريف محدد بين الباحثين للمحتوى الذي ينتجه المستخدم. إذ يعرف هذا الأخير على أنه "أي شكل من أشكال المحتوى الذي ينشره المستخدم على المنصات الاجتماعية والويكي مثل النصوص والصور ومقاطع الصوت والفيديوهات"[2]. وتعرفه مارغريت روس (Margaret Rouse) بانه "المعلومات التي ينشرها مسهم غير مدفوع

[1] Claire Wardle, Hossein Derakhshan (2017). Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking (report). Council of Europe. p 20.

[2] Wikipedia, User-generated content , Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/User-generated_content

الأجر على مواقع الويب وقد تكون هذه المعلومات عبارة عن صورة أو فيديو أو منشور في مدونه أو في منتدى للنقاش أو أجراء استطلاع رأي أو التصويت عليه أو تعليق على أحد المنشورات على الشبكات الاجتماعية"[1].

ففي الوقت الحالي أصبح المستخدم قادر على إنتاج المحتوى ونشره نتيجة عاملين أساسيين: فالأول هو انتشار الإنترنت الذي أتاح للمستخدمين نشر المحتوى واستهلاكه بصورة سريعة. أما الثاني فإنه يتمثل في توافر الأدوات (الأجهزة الرقمية، البرمجيات، التطبيقات) الفعالة والمتطورة لجميع المستخدمين بعد أن كانت باهظة الكلفة وحكراً على المختصين والإعلاميين. وتتمثل هذه الأدوات في الكاميرات الرقمية وبرامج المونتاج والمدونات والمنصات الاجتماعية والهواتف الذكية فهذه الأدوات قد ساعدت المستخدم كثيراً على إنتاج المحتوى ونشره بسهوله تامة[2].

وفي هذا السياق يعد البعض "المحتوى الذي ينتجه المستخدم بانه أحد أشكال أدوات المحادثة والحوار وهذا يعني ان هذا المحتوى ينتج بهدف أجراء الحوار مع الآخرين فالمحادثة التي تعتمد في إجرائها على استخدام المحتوى الذي ينتجه المستخدم تعد هي أيضاً شكل من أشكال المحتوى الذي ينتجه المستخدم نفسه"[3].

ثانياً: خصائص المحتوى الذي ينتجه المستخدم:

حددت المنظمة الاقتصادية ثلاث خصائص للمحتوى الذي ينتجه المستخدم تتمثل في الآتي[4]:

1) ينشر عبر الإنترنت حتى يكون متوافراً للمستخدمين كافة.
2) يتسم بأنه ذو قيمة إبداعية فمن المحتمل أن يتشارك مجموعه من المستخدمين في إنتاجه.
3) يتم إنتاجه من قبل المستخدمون دون إشراف المختصون والإعلاميون وفي الوقت نفسه دون توقع الربح أو الفائدة من إنتاجه فعاده ما ينتج من أجل التواصل مع الآخرين أو لنيل الشهرة أو الهيبة أو الرغبة في التعبير عن الذات.

ثالثاً: أنواع المحتوى الذي ينتجه المستخدم:

توجد عدة أشكال وأنواع المحتوى الذي ينتجه المستخدم منها[5]:

1. الصور.
2. الفيديوهات.
3. تحديثات الحالة/ المنشورات.
4. الغرافيك.

---

[1] Margaret Rouse , user-generated content (UGC) , Available at: https://searchcio.techtarget.com/definition/user-generated-content-UGC
[2] Stephen Gates, "The rise of user generated content", Available at: http://blog.stephengates.com/2006/09/25/the-rise-of-user-generated-content/
[3] Techopedia, User-Generated Content (UGC), Available at: https://www.techopedia.com/definition/3138/user-generated-content-ugc
[4] Wikipedia, Op. cit
[5] Techopedia, Op. cit

5. التعليقات.

6. المدونات.

7. الإعلانات.

رابعاً: مفهوم المعلومات المضطربة:

يستخدم مصطلح "المعلومات المضطربة" بصورة موسعة لوصف الكثير من القضايا والظواهر كالشائعات والمعلومات الوهمية والاتهامات الزائفة...الخ. إذ "يشمل هذا المصطلح ليس فقط السرد السياسي ولكن مجموعة من القضايا الأخرى، كالقصص المزيفة عن الأحوال الصحية للمشاهير أو حتى شائعات عن وفاتهم إضافة إلى الاتهامات الكاذبة لأنشطة إجرامية يمكن أن تثير توترات عرقية تؤدي بدورها إلى العنف بين المجتمعات المختلفة"[1].

إن وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث أضحت تواجه مشكلة كبيرة متمثلة في انتشار المعلومات الخاطئة والمضللة والحسابات الوهمية بصورة سريعة جداً وهو الأمر الذي قد يؤدي إلى ردود أفعال غير متوقعة[2]. وفي السياق نفسه ترى كلير واردل (Claire Wardle) الباحث في العلوم الإعلامية أنه توجد أربع دوافع رئيسة خلف نشر المعلومات المضطربة تتمثل في الآتي: "الدافع المالي، الدفع السياسي، الدافع الاجتماعي، الدافع الاقتصادي"[3].

فمن جهة هناك مصادر تنشر معلومات كاذبة لأسباب أيديولوجية سواء كانت حقائق خاطئة أو معلومات يتم التلاعب بها أو إشاعات أو نظريات مؤامرة. ومن ناحية أخرى هناك صفحات عديمة الضمير دافعها هو الكسب المادي عن طريق كم النقرات التي تولدها وأصبح هؤلاء متخصصين في العناوين المثيرة والأساطير الرائجة[4]. ولهذا بات يعاني مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي من انتشار الكثير من المعلومات والصور والفيديوهات المزيفة في وقت لا يعرف الكثير منهم طريقة التحقق منها[5].

خامساً: أنواع المعلومات المضطربة:

صنف كل من واردل ودرخشان ثلاثة أشكال رئيسه للمعلومات المضطربة كالآتي[6] :

---

[1] أكاديمية بي بي سي، محاربة الأخبار الزائفة، متاح على الرابط الآتي:
https://www.bbc.co.uk/academy/ar/articles/art20181113103406143

[2] أنظر، إيفا الشوفي، «آلة الأخبار الوهمية»: التلاعب بالرأي العام، متاح على الرابط الآتي:
https://al-akhbar.com/Technology/235492

[3] Harvard Kennedy School, Stop Calling It Fake News, Available at:
https://hkspolicycast.org/stop-calling-it-fake-news-6c86f9647e63

[4] لوموند، كيف تنتشر الأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية؟، متاح على الرابط الآتي:
https://2u.pw/45qzx

[5] أنظر: عربي بوست، تزامناً مع #كذبة إبريل.. كيف تتأكد من صحة الأخبار والصور والفيديوهات على الانترنت؟، متاح على الرابط الآتي:
https://2u.pw/sE0f9

[6] Claire Wardle, Hossein Derakhshan, p 20.

1) **المعلومات المضللة:** هي معلومات كاذبة أو خاطئة يتم إنتاجها ونشرها بصورة متعمدة من أجل إلحاق الضرر بشخص أو مجموعة اجتماعية أو منظمة أو بلد ما.

2) **المعلومات الخاطئة:** هي معلومات كاذبة أو خاطئة ولكن ليس الهدف من نشرها إلحاق الضرر أو الإساءة.

3) **إساءة استخدام المعلومات:** هي معلومات حقيقية أو صحيحة يتم استخدامها بهدف إلحاق الضرر بشخص أو مجموعة اجتماعية أو منظمة أو بلد ما.

المبحث الثالث: المستخدمين والمعلومات المضطربة: رؤية تحليليه

أولاً: المستخدمين والأخطاء العفوية:

تصاعدت المناقشات في الآونة الأخيرة عن الدور الفعال الذي أدته المنصات الاجتماعية والحواسيب اللوحية والهواتف الذكية في تمكين المستخدم من توثيق الأحداث والمعلومات ونشرها. ولهذا أصبح الصحفيون والمستخدمون على السواء يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعية المتمثلة في الفيس بوك وتويتر ويوتيوب بالإضافة إلى المدونات لمتابعة الأحداث والحصول على المعلومات متناسين الدور السلبي المتوقع للمحتوى الذي ينتجه المستخدم[1].

وفي هذا الصدد يرى الباحث بان الموبايل قد مكن المستخدمين من تسجيل المحتوى ومشاركته وتحديثه على المنصات الاجتماعية فور وقوع الحدث. لذا في بعض الأحيان يقوم بعض شهود العيان من المستخدمين بتصوير الأحداث ونشرها بحس نية بهدف نقل ما يجري من الأحداث إلى الآخرين ولكنهم بالمقابل قد لا ينجحون بنقلها بصورة صحيحة ومن ثم سوف يسهموا بنشر المعلومات الخاطئة أو المضللة أو من المحتمل أن يروجوا لها بصورة غير متعمدة عن طريق إعادة مشاركتها دون التحقق منها.

وهذا ما ذهب إليه ديريك تومسون رئيس تحرير شبكة "مراقبون" التابعة لـ "فرانس24" إلى أن بعض المستخدمون قد يظنون أن نسبه (95%) من الصور التي ينشرها شهود العيان عبر الإنترنت تعد معلومات مزيفة لكنها في الواقع ليست كذلك بل أنها لم تستخدم بصورة صحيحه. فعلى سبيل المثال قد يقوم بعض شهود العيان بنشر صور عند حدث ما بعد أن قاموا بقص أجزائها أو معالجتها مما قد يتسببوا في اخفاء بعض الحقائق بصورة غير متعمدة[2].

ثانياً: المستخدمين والمشاركات العمياء:

يمكن ان يقوم أي فرد بمشاركة أي معلومات بفضلها بغض النظر عن مدى صحتها بمجرد امتلاكه للكثير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي ولهذا فانه من المحتمل ان يسهم في نشر المعلومات

---

[1] أنظر: جمال عز الديني ولينه ملكاوي، صحافة المواطن: هل لها آثار سلبية على واقع الصحافة؟ ،متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/WqrQy

[2] أنظر: مصطفى شحاته، صحفيون في مواجهة الأخبار الكاذبة، متاح على الرابط الآتي: https://al-maqal.com/news/Details/676?n=#

الخاطئة والمضللة والشائعات[1]. وهذا ما توصلت إليه الأبحاث الإعلامية الراهنة إلى أن كل "6 من بين 10 مستعملين قد شاركوا المحتوى عبر منصاتهم الاجتماعية بعد الاطلاع على عنوانه فقط وان نسبه (23%) من الأمريكان قد اعترفوا بأنهم أسهموا بنشر معلومات وقصص مزيفة عبر الإنترنت"[2]. وبالمثل فقد توصلت دراسة علمية مماثلة إلى النتيجة نفسها.

فطبقاً لدراسة قد أجراها خبراء الحاسوب بجامعة كولومبيا والمعهد الفرنسي أن (59%) من المستخدمون أصبحوا يكتفون بقراءة عناوين الأخبار فقط ويشاركون روابطها من دون فتحها لقراءة الخبر بالكامل. ويطلق على هذا النوع من أنواع المشاركات على المنصات الاجتماعية "المشاركات العمياء"[3]. في الحقيقة أن هذه المشاركات "العمياء" العالية والمتزايدة قد أدت دور كبير في تصاعد المعلومات المضطربة على وسائل التواصل الاجتماعي وهذا ما ذهب إليه سبيرو من أنه "ليس الكل لديه كلام مثير للاهتمام بالنسبة للآخرين ومن ناحية أخرى البعض يقول كلاما لا ينبغي له أن يقوله فالإعلام الاجتماعي قد يضخم تلك الميول الفطرية بالتعبير عن النفس"[4].

ثالثاً: المستخدمين والانتحال الرقمي:

في الواقع بات بعض المستخدمون يتلاعبون بالصور والفيديوهات وينشؤون مواقع وهمية عبر الإنترنت وحسابات مزيفة على الشبكات الاجتماعية لخداع العالم "فسهولة الوصول للمنصات الرقمية اليوم وإمكانية صنع المواقع بسهولة يعني أن المزيد والمزيد من المزورين أو الأشخاص المهتمين بالشهرة فقط دون أي اكتراث للحقائق باتوا قادرين على النشر"[5].

وفي بعض الأحيان يكون المحتوى الذي ينتجه المستخدم عبارة عن نصوص قد تبدو منطقية ولكنها في الواقع ربما تتضمن معلومات خاطئة ومضللة[6]. فالأمر نفسه ينطق على الصور والفيديوهات التي ينتجها المستخدمين فكثيراً ما يقوم بعض المستخدمون بالتلاعب بمضمونها ببرامج التحرير والمونتاج مما يقلبوا الصورة رأساً على عقب[7].

وهذا ما ذهب إليه جون هكسفورد أستاذ الصحافة في جامعة ولاية إلينوي إلى أن الأمور قد أصبحت سيئة كثيراً على وسائل التواصل الاجتماعي كونها قد مكنت المستخدمين من تجاوز حراس البوابات (المحررين)

---

[1] أنظر: علي وديع حسن، هل دمرت الإنترنت الإعلام والصحافة أم أنها جعلتها أفضل، متاح على الرابط الآتي: https://dkhlak.com/did-internet-kill-media/

[2] Aleksandra Atanasova, The Psychology of Fake News: How Disinformation Spreads Online, Available at: https://2u.pw/0fLGi

[3] أنظر: 59% "مشاركات عمياء" على فيسبوك وتويتر، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/wAaUX

[4] جمال عز الديني ولينه ملكاوي، مصدر سبق ذكره.

[5] علي وديع حسن، مصدر سبق ذكره.

[6] أنظر: المصدر نفسه.

[7] أنظر: محسن الإفرنجي، الإعلام والتكنولوجيا.. مَن يقود مَن؟، متاح على الرابط الآتي: https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/267

إذ أصبح بإمكان أي مستخدم نشر أي محتوى حتى لو كان منحاز أو غير دقيق أو مفبرك[1]. فغياب الرقابة عبر الإنترنت قد ساعد إلى حد كبير في تزايد المعلومات المضطربة إذ انه "من إحدى المشاكل الكبرى للإعلام الاجتماعي هو أنه لا يوجد فيه آلية للغربلة ولا يوجد هناك من يحرر المحتوى ويقيّمه لذا فقد تنتشر الشائعات بشكل سريع جدا ويتعرض أبرياء للخطر قبل أن تتضح الحقائق"[2].

رابعاً: المستخدمين والانحياز التأكيدي:

أن الانحياز التأكيدي يقوم على نظريتان رئيستان تتمثلان في الآتي[3]:

- ❖ تعد النظرية الأولى للانحياز التأكيدي هي الأكثر شيوعا وهي النظرية التي يمكنك اكتشافها إذا تأملت تعبيرات مثل "أنت تصدق فقط ما تريد تصديقه" أو "كان متوقعا أن يقول هذا أليس كذلك؟" أو عندما يتهم أشخاص بالنظر إلى الأمور بطريقة معينة بسبب شخصيتهم أو وظائفهم أو نوعية أصدقائهم. ويمكننا أن نطلق على هذه النظرية اسم النظرية التحفيزية للانحياز التأكيدي. ولهذه النظرية وصفة واضحة لتصحيح الانحياز تتلخص في هذا المبدأ: غير دوافع الناس وسيتوقفون عن التحيز.
- ❖ أما النظرية البديلة للانحياز التأكيدي فهي أكثر صعوبة في إدراكها. فسبب الانحياز وفقا لها ليس لأننا فقط نصدق ما نريد تصديقه بل لأننا لا نسأل الأسئلة الصحيحة بشأن المعلومات الجديدة أو بشأن معتقداتنا نحن. وهذه النظرية أقل إحكاما لأنه قد يكون هناك مئة سبب لتفكيرنا الخاطئ بداية من قصور الذاكرة وانتهاء بالأخطاء المتأصلة في المنطق الذي نفكر به.

وفي هذا السياق يرى مارك وايتمور الأستاذ المساعد بجامعة كينت الأمريكية أن الانحياز التأكيدي قد أثر بصورة كبيرة في المستخدمين مما أسهم في تنامي المعلومات المضطربة لأنه من المرجح أن يميل المستخدمين نحو تصديق وقبول المعلومات التي تدعم قناعاتهم المسبقة[4]. لذلك سوف ينحازون نحو ترويج واستهلاك المعلومات الخاطئة والمضللة على الرغم من أنهم يعلمون أنها زائفة وذلك لأن هذه الميزة هي جزء من طبيعتهم فعادة ما يحب الناس معرفة التفاصيل المثيرة والمعلومات الفريدة[5]. ولهذا يظن بومب "ان الناس قد يشاركون جميع أنواع التفاهات على الإنترنت"[6].

---

[1] أنظر: وسائل الإعلام التقليدية تتصدى للتضليل الإلكتروني، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/r0SGp

[2] جمال عز الديني ولينه ملكاوي، مصدر سبق ذكره.

[3] توم ستافورد، نتوقف عن التحيز لآرائنا ومعتقداتنا؟، متاح على الرابط الآتي:
https://www.bbc.com/arabic/vert-fut-39034019

[4] أنظر: سليمان الطعاني، لماذا نُصَدّق الأخبار الكاذبة؟، متاح على الرابط الآتي:
https://www.ammonnews.net/article/416244

[5] أنظر: النهار، التصدّي لها واجبٌ أخلاقيّ... ما هي الأخبار الزائفة أو الـ Fake news؟، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/z5nrN

[6] الأخبار الكاذبة تغذيها أفكار المشككين على مواقع التواصل، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/PzZnz

خامساً: المستخدمين وغرف الصدى:

يتمثل مفهوم غرف الصدى في أن المستخدمون قد يبحثون على المنصات الاجتماعية عن المعلومات التي تعزز وجهه نظرهم الحالية. ولهذا من المحتمل ان تكون غرف الصدى ممارسة غير واعية للانحياز التأكيدي مما قد تسهم في تزايد الاستقطاب السياسي والاجتماعي والتطرف[1]. وهذا ما ذهب إلية سانستين إلى أن غرف الصدى الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي والتي تشير إلى حالة التقوقع على الإنترنت قد تزيد حالة الاستقطاب السياسي بدلاً من أن تحدها[2].

"فرغم أن الملايين باتوا يستخدمون الإنترنت لتوسيع مداركهم فإن الكثيرون غدو يفعلون خلاف ذلك تماما بقصر مطالعتهم على ما يوافق اهتماماتهم وتحيزاتهم"[3]. وهذا ما توصلت إليه "دراسة تحليلية لسلوك مستخدمو الفيس بوك إلى أن معظم المستخدمون أصبحوا يقتصرون على متابعة الصفحات التي تتفق مع اهتماماتهم واتجاهاتهم في متابعة الأخبار المعلومات دون أن يكلفوا أنفسهم عناء البحث عن معلومات جديدة عبر صفحات او مواقع أخرى"[4].

وبالمقابل لا تتفق بعض الأبحاث الحديثة مع نتائج الدراسة السابقة التي اشارت أن غرف الصدى قد أسهمت في تنامي المعلومات المضطربة. إذ "تشير الدراسات الحديثة إلى أنه ربما هناك تهويل من أثر ذلك التقوقع والتعرض الانتقائي للإنترنت على توجه الأفراد"[5]. فقد توصل باحثون في بحث إعلامي أجروه على سجلات التصفح لـ 50 ألف مستخدم بالولايات المتحدة إلى أن المستخدمون كانوا يتابعون كثيراً المواقع الرقمية التي تخالف آراؤهم وهذه النتيجة تخالف فرضية التقوقع والاستهلاك الانتقائي للمعلومات[6].

سادساً: المستخدمين وفقاعات الترشيح:

في العام 2010 صاغ ناشط الإنترنت إيلي باريزر (Eli Pariser) مصطلح "فقاعات الترشيح أو التصفية" ويشير هذا الأخير بحسب باريزير إلى "حالة العزلة الفكرية" للمستخدمين عبر الإنترنت. إذ يتمثل مفهوم فقاعات الترشيح بقيام خوارزميات محركات البحث بالتنبؤ بالمعلومات التي يريد المستخدم أن يراها بناء على عدة معلومات ومعطيات عنه مثل موقعه، وسجل بحثه، سلوكياته السابقة عبر الإنترنت...الخ[7].

"وبالنتيجة يصبح المستخدمين منعزلين عن المعلومات التي لا تتفق مع وجهه نظرهم وبهذه الطريقة يتم عزلهم وفصلهم بصورة فعالة في فقاعاتهم الثقافية أو الأيديولوجية أو الفكرية"[8]. وفي هذا السياق يرى خبراء

---

[1] Echo chamber (media), wikipedia , Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Echo_chamber_(media)

[2] أنظر: ديفيد روبسون، التقوقع على الإنترنت ليس السبب الوحيد للاستقطاب السياسي، متاح على الرابط الآتي: https://www.bbc.com/arabic/vert-fut-43832008

[3] ديفيد روبسون، مصدر سبق ذكره.

[4] Aleksandra Atanasova, Op. cit.

[5] ديفيد روبسون، مصدر سبق ذكره.

[6] أنظر: المصدر نفسه.

[7] Filter bubble, wikipedia, Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Filter_bubble

[8] Ibid.

الاتصالات أن كل من ظاهرتي "فقاعات الترشيح" و "غرف الصدى" ربما لا تخدمان الجدل الديمقراطي كونهما قد ترسخان أفكار سابقة لدى المستخدمين[1].

وفي هذا الجانب أصبح من الضروري التمييز بين كل من مفهومي "فقاعات الترشيح" و "غرف الصدى" لأن الفرق شاسع بينهما على الرغم من ان كلا المفهومان يشيران إلى الطرائق التي يستهلك بها المستخدمين المحتوى التي لا يتعارض مع آرائهم. ومع ذلك فان مفهوم غرف الصدى يشير ظاهرة عامة متمثلة باستهلاك الأفراد للمعلومات فقط التي يشاركها أفرد آخرون يماثلونهم بالتفكير نفسه[2]. فيما يشير مفهوم فقاعات الترشيح ظاهرة متمثلة بقيام الحسابات البرمجية (الخوارزميات) بتحديد وحصر المحتوى الذي يريد استهلاكه المستخدم بناء على سلوكه السابق عبر الإنترنت كتواريخ بحثه أو أنشطة تسوقه عبر الإنترنت[3].

الخاتمة

حاولت هذه الدراسة العلمية تسليط الضوء على إسهامات المستخدمين المتعمدة وغير المتعمدة على السواء في تصاعد المعلومات المضطربة على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرهما. وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج علمية يمكن تلخيصها في الآتي:

- ❖ أسهم المستخدمون في تصاعد المعلومات المضطربة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- ❖ يوجد نوعان أساسيان من مشاركات (يقترح الباحث تسميتها بـ "**المشاركات المضطربة**") مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعية في تنامي المعلومات المضطربة وهي:

1. **المشاركات المتعمدة: وتتمثل في الآتي:**
   - المعلومات المضطربة التي ينتجها وينشرها المستخدمون ذاتهم.
   - المعلومات المضطربة التي يقوم المستخدمين بإعادة مشاركتها بصورة مقصودة.
2. **المشاركات غير المتعمدة: وتتجسد في الآتي:**
   - المعلومات المغلوطة التي ينشرها شهود عيان بصورة غير مقصودة.
   - المحتويات التي يشاركها المستخدمون لأنهم يظنون أنها حقيقية.

- ❖ يوجد خمسة فئات من المستخدمون الذين قد شاركوا في تزايد المعلومات المضطربة (يقترح الباحث تسميتهم بـ "**المستخدمون المضطربون**") وهم:

1) **العفويون (المتسرعون):** الذين يحاولون نقل المعلومة والحدث ولكنهم قد لا ينجحون في نقلهما بصورة دقيقة.

2) **المخطئون:** الذي يفسرون المعلومات بصورة غير صحيحه.

---

[1] أنظر: كونستانتين كلاين، كيف أثر فيسبوك في الانتخابات الألمانية؟، متاح على الرابط الآتي:

https://p.dw.com/p/2knlt

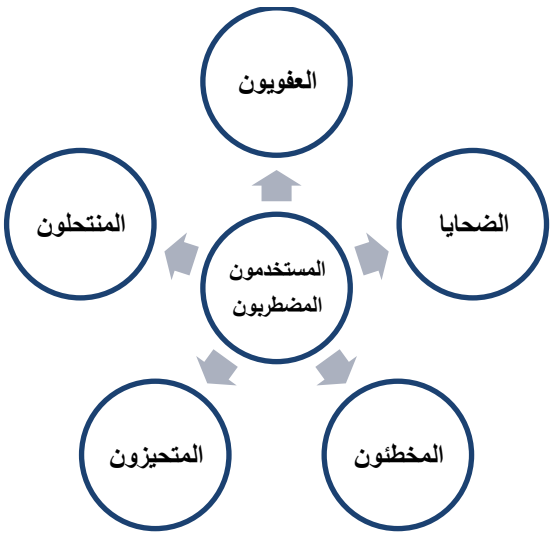
[2] Echo chamber (media), Op. cit.

[3] Ibid.

3) **الضحايا:** الذين يسقطون ضحية في فخ المعلومات المضطربة.

4) **المتحيزون:** الذين يشاركون المعلومات التي تتفق مع أفكارهم حتى لو كانت خاطئة.

5) **المنتحلون:** الذين يحاولون استقطاب المستخدمون عن طريق أنشاء صفحات ومواقع وهمية ونشر المعلومات الخاطئة والمضللة والترويج لها.



شكل يوضح أنواع المستخدمون المضطربون

❖ توجد سبع عوامل رئيسه قد أسهمت وبصورة كبيرة في تزايد مشاركات المستخدمون في تنامي المعلومات المضطربة وهي:

1) الانحياز التأكيدي.
2) وسائل التواصل الاجتماعي.
3) المشاركات العمياء.
4) غرفة الصدى.
5) فقاعات الترشيح.
6) برامج المونتاج.
7) غياب حراس البوابات عبر الإنترنت.

❖ تعد ظاهرتي "غرف الصدى" و "فقاعات الترشيح" من أخطر الظواهر على المسار الديمقراطي.

❖ لاتزال الدراسات والأبحاث متناقضة بخصوص نظرية غرف الصدى فبعض الدراسات قد أثبتتها وأخرى قد نفتها.

❖ ثمة اختلاف كبير بين كل من مصطلحي "غرف الصدى" و"فقاعات الترشيح" فالأول يعني ان المستخدمون هم من يختارون المعلومات وفقاً لاهتماماتهم. فيما يعني الأخير أن الخوارزميات هي التي تحدد المعلومات التي تظهر للمستخدمين بناء اهتماماتهم.

وبناء على النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة العلمية يوصي الباحث باتباع الآتي:

1) على المستخدمون أن يبتعدوا عن الانحياز التأكيدي حتى لا يسهموا في تزايد المعلومات المضطربة.
2) ينبغي على المستخدمون الذين ينقلون الأحداث أن يحاولوا التحقق من محتوياتهم قدر الإمكان ومراجعتها تجنباً لوقوع الأخطاء غير المتعمدة.
3) ضرورة تعليم المستخدمين التربية الإعلامية والرقمية للتصدي لظاهرة المعلومات المضطربة.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع العربية:

- أكاديمية بي بي سي، محاربة الأخبار الزائفة، متاح على الرابط الآتي: https://www.bbc.co.uk/academy/ar/articles/art20181113103406143
- إيفا الشوفي، «آلة الأخبار الوهمية»: التلاعب بالرأي العام، متاح على الرابط الآتي: https://al-akhbar.com/Technology/235492
- النهار، التصدّي لها واجبٌ أخلاقيٌ... ما هي الأخبار الزائفة أو الـ Fake news؟، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/z5nrN
- الأخبار الكاذبة تغذيها أفكار المشككين على مواقع التواصل، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/PzZnz
- توم ستافورد، نتوقف عن التحيز لآرائنا ومعتقداتنا؟، متاح على الرابط الآتي: https://www.bbc.com/arabic/vert-fut-39034019
- جمال عز الديني ولينه ملكاوي، صحافة المواطن: هل لها آثار سلبية على واقع الصحافة؟، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/WqrQy
- ديفيد روبسون، التقوقع على الإنترنت ليس السبب الوحيد للاستقطاب السياسي، متاح على الرابط الآتي: https://www.bbc.com/arabic/vert-fut-43832008
- سليمان الطعاني، لماذا نُصَدّق الأخبار الكاذبة؟، متاح على الرابط الآتي: https://www.ammonnews.net/article/416244
- عربي بوست، تزامناً مع #كذبة إبريل.. كيف تتأكد من صحة الأخبار والصور والفيديوهات على الانترنت؟، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/sE0f9
- علي وديع حسن، هل دمرت الإنترنت الإعلام والصحافة أم أنها جعلتها أفضل، متاح على الرابط الآتي: https://dkhlak.com/did-internet-kill-media/
- كونستانتين كلاين، كيف أثر فيسبوك في الانتخابات الألمانية؟، متاح على الرابط الآتي: https://p.dw.com/p/2knIt
- لوموند، كيف تنتشر الأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية؟، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/45qzx
- مصطفى شحاته، صحفيون في مواجهة الأخبار الكاذبة، متاح على الرابط الآتي: https://al-maqal.com/news/Details/676?n=#
- 59% "مشاركات عمياء" على فيسبوك وتويتر، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/wAaUX
- محسن الإفرنجي، الإعلام والتكنولوجيا.. مَن يقود مَن؟، متاح على الرابط الآتي: https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/267
- وسائل الإعلام التقليدية تتصدى للتضليل الإلكتروني، متاح على الرابط الآتي: https://2u.pw/r0SGp

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية:

- Aleksandra Atanasova, The Psychology of Fake News: How Disinformation Spreads Online, Available at: https://2u.pw/0fLGi
- Claire Wardle, Hossein Derakhshan (2017). Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking (report). Council of Europe.
- Echo chamber (media), wikipedia , Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Echo_chamber_(media)
- Filter bubble, wikipedia, Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Filter_bubble
- Harvard Kennedy School, Stop Calling It Fake News, Available at: https://hkspolicycast.org/stop-calling-it-fake-news-6c86f9647e63
- Margaret Rouse , user-generated content (UGC) , Available at: https://searchcio.techtarget.com/definition/user-generated-content-UGC
- Stephen Gates, "The rise of user generated content", Available at: http://blog.stephengates.com/2006/09/25/the-rise-of-user-generated-content/
- User-Generated Content (UGC), Techopedia, Available at: https://www.techopedia.com/definition/3138/user-generated-content-ugc
- User-generated content , Wikipedia, Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/User-generated_content

دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة الاستشفائية

– دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين الكبيرة–

The Role Of Communicative Tools In Improving The General Service In Hospital Institution
Practical Study In The Generality Institution Of Vicinage Healthiness –Ain El Kebira-

أ. قرناني ياسين

دكتور بجامعة محمد لمين دباغين– سطيف 2– الجزائر

أ. ريم بن دعاس

باحثة دكتوراه – محمد لمين دباغين سطيف 2– الجزائر

الملخَّص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية، ولمعالجة إشكالية البحث قمنا بدراسة ميدانية على عينة من عمال المؤسسة العمومية للصحة الجوارية، واعتمدنا على المنهج الوصفي والمسح بالعينة ضمن الإطار المنهجي لها، خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية يظهر من خلال التسهيلات التي تنتج عن استخدام الأساليب الاتصالية من تنظيم الأعمال وتخصيصها، كذلك ثناء ورضا الجمهور على الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: الدور، الأساليب الاتصالية، الخدمة العمومية، تحسين الخدمة العمومية

Abstract :

This study aims to display the role of the communicative patterns in improving the general service in the public institution for vicinage healthiness, to treat the searching problem we did a practical study on a sample of labors from the public institution of vicinage healthiness , we depend on the descriptive method and surveying with the sample including its methodological framework.

The study is concluded with some results among them; the role of the communicative patterns in improving the public service appears through the facilities which are produced through the use of these patterns from the organization of works and its allotment, also audience' compliment and their satisfaction on the given services .

أولا:الاطار المنهجي للدراسة:

1–إشكالية الدراسة:

تعد الخدمة العمومية من أهم المواضيع التي تحتل الصدارة في اهتمام الدول والحكومات، وتعد توجها جديدا في المؤسسات تسعى من خلاله الدول لتقديم أفضل الخدمات في جميع المؤسسات الصناعية والخدمات والإدارات العمومية، وهذا ما ظهر في العديد من الشعارات كعصرنة المؤسسات وتقريبها من المواطن ذلك أن تحسين الخدمة العمومية يربط المواطن بعدة مؤسسات قصد قضاء حاجاته والاستفادة من الخدمات التي تقدمها المؤسسات.

لقد أصبح مبدأ تحسين الخدمة العمومية مطلبا أساسيا تحرص عليه الدول والجزائر تبنت هذا التوجه من خلال جملة الإصلاحات والقوانين والتنظيمات التي تعمل على تنشيط وتنظيم العلاقة بين المواطن والإدارات العمومية، لذلك أنشأت الدولة وزارة مكلفة بهذا الشأن لتقديم خدمة أفضل وارتياح لدى المواطن وتحقيق نوع من الرضي لديه، الأمر الذي يكرس لديه روح المواطنة والانتماء للمجتمع، لذا تنامت الخدمات بشكل كبير ومتزايد وفرضت مكانتها في اقتصاديات الدول مما عزز مكانتها في الحياة اليومية لإنسان القرن 21.

من المسلمات أن الخدمات تتميز وتختلف عن السلع المادية في عدة نشاطات جوهرية وهامة وينجر عن هذا التمايز والاختلاف وجود تقسيمات متنوعة للخدمات ومن بين هذه التقسيمات في مجال الخدمات نجد ما يسمى بالخدمات الصحية في المؤسسات العمومية للصحة، فصحة الأفراد هي إحدى عوامل التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهي مطلوبة بكل أبعادها وخصائصها ومميزات جودتها من خلال ثلاث جوانب: الأول هو تحسين الرعاية الصحية أما الثاني فيتعلق بمدى تلبية احتياجات وتوقعات المرضى في حين يتعلق الجانب الثالث بتعريف المجتمع بتحسين الرعاية الصحية من حيث توفير العمالة والكفاءة والفعالية في تقديم مختلف الخدمات.

تعتبر المؤسسة العمومية للصحة الجوارية كمؤسسة خدمات أهم ما يميزها عن غيرها الجانب الإنساني النبيل لاستمرارية أنشطتها على مدار العام (24سا/24سا) هذا إلى جانب حساسية أنشطتها لتعلقها بحياة الإنسان، وكغيرها من المؤسسات فالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية وتسايرا مع التطور الذي تشهده هذه المؤسسة أصبحت تعيش تحولات كبيرة واكبتها إصلاحات هامة سعت من خلالها إلى ترشيد نفقاتها والرفع من مستوى جودة الخدمات الصحية المقدمة.

انطلاقا من هذا الأساس تقوم المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بإدارة العديد من الحالات المرضية المتباينة إذ تصاحب مسار المريض من دخوله لها إلى غاية خروجه فنجد مثلا التدفقات الفندقية مثل: الوجبات، الغسيل والتي لا تحظى بأهميتها البالغة إذا اقترنت بشروط النفقات الإجبارية وكذا التدفقات الصيدلانية والتي تتميز بإلزامية عدم النفاذ نظرا لخاصيتها الحيوية لحياة المريض، هذا إضافةً إلى تدفقات مادية أخرى كتدفقات المعدات والأجهزة الطبية والتي لا تقل شأنا على نظيرتها السابقة، وبذلك تتبنى المؤسسة العمومية للصحة الجوارية نوعية من الخدمات المقدمة منها ما هو ظاهر لأعين المرضى front

office ومنها ما هو خفي عنهم back office. وتعتمد في تقديم خدماتها على العنصر البشري إذ تمثل الموارد البشرية وتطويرها العمود الفقري لأي نظام صحي فالعاملين في قطاع الصحة من أطباء وجراحين، ممرضين وعمال هم الذين يديرون ويؤدون خدمات الرعاية الصحية إلى السكان لذلك يجب أن يكونوا مؤهلين ومحفزين وفاعلين في تنفيذ المهام الموكلة إليهم لذلك وجب تحسين كفاءات الطاقم الصحي وعلى تزويدهم ليس بالمعرفة فقط وإنما بالأساليب الاتصالية والمهارات للقيام بوظائفهم.

تعد الأساليب الاتصالية للعاملين في قطاع الصحة أحد العوامل الأساسية في نجاح الأفراد (عمال إدارة، أطباء، ممرضين...) في تقديم خدمات أحسن للمواطن أو الجمهور الخارجي وإعطاء صورة مشتركة عن المؤسسة العمومية للصحة الجوارية التي يعملون بها فهي تساهم بشكل كبير في نقل المعلومات ورفع الروح المعنوية وزيادة ارتباط وانتماء العاملين لها، فالاتصال وسيلة ضرورية لتفعيل الأداء الوظيفي للعاملين ذلك لأنه به يدرك هذا الأخير ما الذي عليه فعله وكيف يمكن تحقيق الفعل ولماذا يفعل فكل شخص أثناء عملية الاتصال لا يتصرف بنفس الأسلوب والطريقة التي يتصل بها شخص وتتمثل أساليب الاتصال في: أسلوب الاتصال الكتابي، أسلوب الاتصال اللفظي، أسلوب الاتصال غير اللفظي، أساليب الاتصال الالكترونية.

تعيش المؤسسة العمومية للصحة الجوارية جملة كبيرة من المشاكل نتيجة للاتصال الغير الفعال الذي يؤدي إلى تقديم صورة سيئة عن المؤسسة ويعرقل تحسين الخدمة العمومية كمشكلة سوء الاتصال بالمرضى، العنف اللفظي أو الجسدي، سوء الاستقبال، عدم احترام المواعيد، التمييز في التعامل، المحاباة والرشوة، وانطلاقا مم سبق تأتي هذه الدراسة لمحاولة الكشف عن دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية ومنه نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

ما الدور الذي تلعبه الأساليب الاتصالية للعاملين في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعين الكبيرة؟

ويتفرع عن التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

* ما الأساليب الاتصالية التي يستعملها العاملون بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية مع المرضى والجمهور الخارجي؟

* هل الأساليب الاتصالية للعمال أدت إلى تحسين الخدمة العمومية؟

* ما هي المشاكل والصعوبات التي تواجه العاملين بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية أثناء الاتصال بالمرضى والجمهور الخارجي؟

2-أهمية الموضوع:

تعتبر المؤسسة الاستشفائية كمؤسسة خدمات عمومية أهم ما يميزها عن غيرها الجانب الإنساني النبيل وهذا ما زاد من الحاجة للموارد البشرية التي وضعت فيها الدولة الثقة الكاملة لكي تسند الوظائف العامة لأعوانها وهذا ما يجعل من اللازم أن لا تسند الوظائف لأي كان بل يجب أن تسند لأشخاص تتوفر فيهم شروط معينة ويكونون على دراية بالأساليب الاتصالية.

الدور الكبير للأساليب الاتصالية لدى عمال قطاع الصحة وأثره على تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة الاستشفائية.

3–أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذا البحث الوصول إلى جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

––معرفة أهمية أساليب الاتصال في تحسين الخدمات العمومية.

–محاولة الكشف عن مدى معرفة عمال قطاع الصحة بجوانب أساليب الاتصال عملا وعلما.

–الكشف عن دور أساليب **الاتصال في المؤسسات العمومية وكيف يؤثر في تحسين جودة الخدمات** فيها.

– كشف تأثير الاختلاف في درجة العمل في حسن استعمال أساليب الاتصال وانعكاساتها على تحسين الخدمة العمومية.

4–الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ–منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على منهج المسح الوصفي وذلك تحقيقا لهدف البحث في ضوء طبيعته وأهميته ومفاهيمه وحتى نستطيع الإجابة على أسئلة البحث والإلمام بكل جوانبه، ولأنه الأنسب لهذه الدراسة التي نستهدف من خلالها جمع بيانات ومعلومات من جمهور العاملين بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

ب–مجتمع البحث وعينة الدراسة:

ويتمثل مجتمع الدراسة التي سأجريها في العاملين بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعين الكبيرة والبالغ عددهم 549 مفردة. والجدول الموالي يوضح توزيع مجتمع البحث بحسب المصالح والأقسام التي يشتغل بها الموظفون.

جدول رقم 01: يوضح توزيع مفردات مجتمع البحث حسب التخصص المهني:

الفئات	العدد
الأطباء العامون	**70**
جراحي الأسنان	**16**
صيدلي	2
الأطباء المختصون	03
الممرضين	300
الإداريين	56
المتعاقدون	102
المجموع	54

ولصعوبة إجراء الدراسة على المفردات جميعها اعتمدنا أسلوب العينة وقد اعتمدنا على: **العينة الطبقية.** ويستخدم هذا النوع من العينات في المجتمعات غير المتجانسة، التي تتباين مفرداتها وفقا لخواص معينة، مثل المستوى التعليمي لمفردات مجتمع الدراسة، الجنس، نوع التخصص، ويمكن تقسيم مجتمع الدراسة إلى

طبقات وفقا لهذه الخواص، وتجدر الإشارة إلى أنّ هذا النوع من العينات لا يختص بالأفراد فحسب مثل: المستوى التعليمي أو طبيعة المهنة بل يشمل مجالات مثلا: التخصص العلمي نجد طلبة علم الاجتماع، طلبة العلوم والتكنولوجيا.... أو حسب طبيعة الوظيفة داخل المؤسسة إطار، عامل صيانة، عامل مهني... وعادة تتجانس مفردات الطبقة الواحدة فيما بينها. وتختلف الطبقات عن بعضها ويعتبر هذا النوع من العينات الأنسب للمجتمعات المتباينة.[1]

أما **طريقة اختيار العينة الطبقية** فكانت كالآتي: لدينا سبع فئات من المفردات وكل فئة تتفاوت في العدد فأخذنا من كل فئة مفردات نسبة عشرة بالمائة أحيانا وتصل في فئات إلى خمسين بالمائة

أطباء عامون 70مفردة أخذنا منها7 مفردات/ جراح آسنان 16 أخذنا 2مفردة/ صيدلي2 أخذنا مفردة واحدة/ أطباء متخصصون3 أخذنا 3 أي كلها/ ممرضون 300 أخذنا منها 30 مفردة/ إداريون 56 أخذنا منها 5مفردات/ متعاقدون 102اخذنا منهم 58مفردة.

جدول رقم (2): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص المهني:

الفئات	عدد المفردات	العينة المختارة (%)
الأطباء العامون	70	07
جراحي الأسنان	16	02
صيدلي	02	01
الأطباء المختصون	03	03
الممرضين	300	30
الإداريين	56	05
المتعاقدين	102	10
المجموع	549	58

أدوات جمع البيانات: وقد اعتمدنا في دراستنا توظيف أدوات جمع البيانات وهي:

الاستمارة: وقد تضمنت الاستمارة 30سؤالا وهي تتراوح بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة، مقسمة وفق 4 محاور كل محور يعبر عن سؤال فرعي وقد تضمنت الاستمارة ما يلي:

- **المحور الأول:** حول خصائص العينة ويضم (5) أسئلة حول: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة المهنية، الأقدمية في المؤسسة.
- **المحور الثاني:** حول الأساليب الاتصالية التي يستعملها العاملون بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية حيث تضمن(11) سؤال وفق الترقيم التالي(6-16).
- **المحور الثالث:** دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية ويضم (6) أسئلة وفق الترقيم(17-22).

[1] علي أبو طاحون (1998) مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي، الجزء الثاني، المكتب الجامعي الحديث، دط، مصر، ص86.

- **المحور الرابع:** المشاكل والصعوبات التي تواجه العاملون بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية أثناء الاتصال بالمرضى والجمهور الخارجي ويضم(8) أسئلة وفق الترقيم (23–30).

5–**مفاهيم الدراسة:**

أ–الدور: من الناحية اللغوية يشير الدور لغة إلى الاضطلاع بمهمة.[1] ومن الناحية الاصطلاحية عرّف أحمد زكي بدوي الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الديناميكي لمركز الفرد فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة.[2]

–**إجرائيا:** يمكن تعريفه بأنه مجموعة من المهارات والسلوكيات الاتصالية الفعالة التي تساعد في تحسين الخدمة العمومية وترقيتها وتطويرها.

ب–**الأساليب الاتصالية:**

–**الأساليب: 1–لغة:** يقصد بالأسلوب من حيث المعنى اللغوي العام النظام أو مجموع القواعد العامة المميزة ويمكن أن يعني كذلك الخصائص الفردية: أن تتحدث مثلا أسلوب كاتب معين أو الميل إلى إتباع نمط حياة خاص، فالمعنى الإجمالي لكلمة "أسلوب" لغة يعني تفضيلا أو اختيار ما من ضمن مجموعة من البدائل المتاحة في مجال معين[3]

2–اصطلاحا: هو طريقة خاصة في استخدام اللغة أو سمة ما، أو طريقة ما تحدد هوية الممارسة اللغوية في بيان معين، أو اختيار بين مجموعة من البدائل والإمكانات، وبتعبير آخر هو الفن المعتمد على التنظيم والتناسق وطريقة من النظم وضرب خيال قابل للاحتذاء أو الرواية ويتنوع من استخدام لآخر.[4]

–ج–**الاتصال: 1–لغة:** في اللغة العربية الاتصال كلمة مشتقة من مصدر وصل،الذي يحمل معنيين:الصلة والبلوغ.فالأولى يعني الربط بين شخصين وإيجاد علاقة معينة تربط بين الطرفين .أما الثاني فهي البلوغ أو الانتهاء إلى غاية ما.

2 –اصطلاحا: يعرفه **كارل هوفلاند:** أن الاتصال هو العملية التي يقوم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة.[5]

الأساليب الاتصالية: إجرائيا: ومنه يمكن تعريف الأساليب الاتصالية على أنها مهارات وطرائق الاتصال المستخدمة في الحياة العملية والتي ينقل بموجبها الشخص أفكار أو معلومات أو مفاهيم لشخص أخر عن

---

(1) لويس معلوف (1987) المنجد الأبجدي،دار المشرق، ط5، بيروت، ص451.

(2) أحمد زكي بدوي (1993) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان،ط1، بيروت، ص395.

([3]) الصاحب بن عباد(1975) المحيط في اللغة،مطبعة المعارف، ط1، بغداد، نسخة الكترونية www.cultural.org.ae.

([4]) صالح بلعيد (2001) نظرية النظم، دار هومة، دط،الجزائر، ص156.

([5]) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد (1998) الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصري اللبنانية، ط1، القاهرة، ص23.

طريق رسائل كتابية أو شفهية مصحوبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسد وعن طريق إحدى وسائل الاتصال ثم يرد الشخص الآخر بدوره على تلك الرسالة وفقا لفهمه لها، وتلعب تلك الأساليب دورا رئيسيا في بلوغ هدفه وهو الإقناع والتأثير أو التعديل والتغيير في السلوك من خلال الرسالة التي يقدمها.

د– التحسين: 1–لغة: يعرف التحسين على أنه: اسم بني على تفعيل، ومثله تكاليف الأمور... وهو يحسن الشيء أي يعمله، ويستحسن الشيء أي يعد حسنا.[1]

2–اصطلاحا: إن المعنى الاصطلاحي للتحسين والذي نريد معالجته من خلال هذه الفقرة يتعلق بتحسين الخدمة العمومية والتي تشكل محور دراستنا، إذ نجد أن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) يعرف تحسين الخدمة العمومية باعتماده للمصطلح مرادف اللفظ "التحسين" ألا وهو مصطلح "اصلاح" بقوله أن: "إصلاح الخدمة العمومية يعني بناء قطاع عام يتسم بالكفاءة والفعالية وقادر على خدمة حاجات الجماهير.[2]

هـ–الخدمة العمومية: مفهوم مركب من كلمتين هما: الخدمة والعامة.

1–لغة: مصدر خدم... فخدمة قام بحاجته ما يقدم من مساعدة في القيام بعمل أو في قضاء حاجته. خدم الخدم والخدام والخادم: واحد الخدم غلاما كان أو جارية، خدمه يخدمه وخدمة ومهنة وقيل الفتح المصدر والجمع خدام... استخدمت فلانا أي سألته أن يخدمني.[3]

2–اصطلاحا: عرفت الخدمة على أنها النشاطات غير الملموسة والتي تحقق منفعة للزبون أو العميل والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى أي أن إنتاج أو تقديم خدمة معينة لا يتطلب استخدام سلطة مادية.[4]

الخدمة هي أهم شيء نقوم به يكون نافع للشخص الآخر.[5]

و – العمومية:

ونعني به عموم وكافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها وترتبط مصالحها ونشاطها بالمنظمة.[6]

–إجرائيا: الخدمة هي نشاط يخضع للتبادل من شخص لآخر وقد تكون أي شيء تقوم به ويكون نافع لشخص آخر.

ز–الخدمة العمومية: 1–إجرائيا: هي مجموعة الأنشطة التي تقدمها الدولة أو الجهة الرسمية في بلد ما لصالح العامة من الناس والمواطنين دون تمييز، وتقوم على أساس تحقيق المنفعة العامة لجميع المواطنين،

---

[1] ابن منظور(1997) لسان العرب، المجلد 12، دار صادر والفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، ص86.

[2] عاشور عبد الكريم (2010) دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص البيروقراطية، جامعة منتوري قسنطينة، ص60.

[3] ابن منظور (1997) مرجع سبق ذكره، ص168.

[4] حميد الطائي، بشير العلاق (2009) إدارة عمليات الخدمة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، ص16.

[5] هاني حامد الضمور(2005) تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، ص18.

[6] البخشونجي حمدي عبد الحارث (2000) العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، مصر، ص30.

فالحاجة التي تدفع بتقديمها متعلقة بعموم الشعب ولا تختص بفئة دون أخرى وتتحمل الدولة المسؤولية عن أي تقصير في تقديمها.

2–تحسين الخدمة العمومية: جهد مستمر لتحسين الخدمات والعمليات لتوفير التميز والقيمة المضافة للزبون وذلك من أجل التكيف مع التغيرات التي تحدث في بيئتي المنظمة الداخلية والخارجية. ويعد التحسين المستمر فلسفة إدارية يسعى لتحسين جميع العوامل المتعلقة بتطوير الخدمة وهو مسؤولية الجميع (طاقم المؤسسة). إذن هو عملية واسعة مشتركة من الإبداعات المركزة والمستمرة بشكل متزايد.

ثانيا :الإطار النظري للدراسة:

1–الأساليب الاتصالية في المؤسسات:

تختلف أساليب الاتصال المستخدمة في المؤسسات وتستعمل هذه الأساليب لنقل المعلومات والأفكار بين فئات المؤسسة، غير أن اختيار أي أسلوب يتوقف على الظروف المتاحة بالمؤسسة وعلى نمط التعامل السائد بها، وكذا السرعة المطلوبة في إجراء عملية الاتصال وعدد الأشخاص المطلوب الاتصال بهم وعلى نوع الرسالة المطلوب نقلها وأهميتها، ومدى وضوح الرسالة أو غموضها وحاجتها إلى الشرح والتفسير ودرجة السرية الواجب توافرها والتكلفة المالية للوسيلة المستخدمة، ومن الأساليب الاتصالية المستعملة المؤسسات نذكر ما يلي:

أ–**أسلوب الاتصال الكتابي:** ازداد دور الاتصالات الكتابية مع ازدياد حجم المؤسسات اليوم، وأكثر ما يميز الاتصالات المكتوبة أنه يمكن حفظها والرجوع إليها وقت الحاجة، كما أنها تحقق شرط الوضوح، وتحول دون التلاعب بالرسائل أو تشويه المعلومات فيما لوتم نقلها بوسائل أخرى، خاصة إذا كانت الرسائل كاملة ومختصرة ودقيقة في اصطلاحاتها، بالإضافة إلى أن العامل يستطيع أن يتمعن الرسالة حتى يفهمها بشكل دقيق [1].

لأسلوب الاتصال الكتابي عدة وسائل مهمة نذكر منها: الرسائل الوظيفية، التقارير، النشرة الداخلية للعاملين، المذكرات والاقتراحات، رسالة إلى العمال، الشكاوى، لوحة الإعلانات، دليل المنظمة، جريدة المؤسسة.

ب–أسلوب الاتصال اللفظي: كما يمكن كذلك أن تتم العملية الاتصالية في المؤسسة من خلال الأسلوب اللفظي أي عن طريق الكلمات المنطوقة، وهذا الأسلوب يتميز عن الأسلوب الكتابي بأنه أكثر سهولة وأكثر استخداما، خاصة في المواضيع التي تحتاج إلى شرح وتفسير حيث يمكن الإجابة عن التساؤلات المطروحة بوضوح وفي الحال وهو نوعين: اتصال لفظي مباشر واتصال لفظي غير مباشر –باستعمال وسط– يتطلب الاتصال اللفظي المباشر حضورا جسديا لكل من المرسل والمستقبل، ويتجسد ذلك في المقابلات

[1] عبد المعطي محمد عساف (1993) الإدارة العامة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، مطابع الفرزدق التجارية، ط1، الرياض، ص114.

والاجتماعات، في حين أن الاتصال اللفظي غير المباشر يتم عادة باستعمال الوسائل السمعية كالهاتف الذي يعتبر الوسيلة المركزية والأكثر استعمالا في المؤسسة [1].

يعتبر من أقدم وأكثر الأساليب الاتصالية شيوعا وأفضلها استخداما، يتم عن طريق نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل شفاهة أي عن طريق الكلمة المنطوقة لا مكتوبة، لا يشترط أن يرى الرئيس المرؤوس، فقد يكتفي فقط بسماع صوته.[2]

كما أن لهذا الأسلوب وسائل عديدة وهي كما يلي: المقابلات، الحديث الشفوي، الاجتماعات والمؤتمرات، الخطابات، المحاضرات، الندوات.

ج–أسلوب الاتصال غير اللفظي: يشمل هذا النوع من الاتصالات استخدام لغة الجسد وتعبيرات الوجه والعيون في إرسال الرسائل والتمركز عند الحديث مع الآخر المستقبل بالإضافة إلى التقارب الذي يمثل المسافة التي تفصل بين المرسل والمستقبل، وتدل على درجة الحميمية في العلاقات مع المستقبل، وقد قسّم"hall" مسافة التقرب إلى خمس مسافات هي: المسافة الحميمية المسافة الشخصية، المسافة الاجتماعية، المسافة القريبة العامة والمسافة البعيدة العامة [3]، سلوكيات الاتصال الغير اللفظي: يعتبر الاتصال الغير اللفظي من الوسائل المهمة لتوصيل الرسالة إلى الآخرين من خلال التعبير عنها بسلوك معين غير منطوق، ويحدث هذا التواصل من خلال العديد من القنوات مثل: تعابير الوجه، الإيماءات، الإشارات، حركات العيون، حركات الأيدي، الرجل، المظهر، المكانة، الدلالات الزمنية، الهيئة، المسافة والصوت [4].

د–أسلوب الاتصال البصري: إذا كان أسلوب الاتصال الكتابي يعتمد على الكلمة المكتوبة،وأسلوب الاتصال اللفظي يعتمد على الكلمة المنطوقة ،وأسلوب الاتصال غير اللفظي على لغة الجسد، فإن الاتصال البصري يعتمد على الرسوم وعلى الصور الفوتوغرافية التي تستخدم بصفة خاصة لتوضيح الاتصال بالكلمات وتبسيطه، فغالبا ما تكون الرسوم والصور مرفقة بكلام مكتوب بجوارها يفسر مغزاها ومحتواها، وقد أدخل أخيرا استعمال الألوان في الاتصالات بهدف تقوية تأثيرها على الشخص وجذب اهتمامه إليها وحصر جل اهتمامه في موضوع الرسالة، فقوة تأثير الصورة الملونة أو الفيلم الملون أكثر عادة من تأثير الفيلم المادي.[5]

---

(1) Jean pierre le hmich (2003)la communication dans l'entreprise, call que sais-je, édition du tell, 5 edition, Blida, Algérie, , p73 .

(2) Pierre lovart: (1991)gestion des ressources humaines, collection festion, édition évorelles université, , p177.

(3) T, HALL: (1975)la dynamique des communications dans les groups cité par: amado gille, André guillet. armand colin,Paris. France, , P16.

(4) فاطمة، عرفات الحلو (2008) الاتصال الصامت وتأثيره في الآخرين، كلية أصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، ص4.

(5) محمد قاسم القريوتي(2001) مبادئ الإدارة والنظريات والعمليات والوظائف، دار وائل للنشر، ط1، عمان، ص301.

-ينطوي هذا النوع من الاتصالات على استخدام الصور وأشكال الجرافيك المختلفة، والرسوم، لإيصال رسائل إلى الجمهور المستهدف وتتمثل أساسا في:[1]

الملصقات، الكاريكاتير، الأفلام، الرسوم البيانية والخرائط.

هـ–أسلوب الاتصال الإلكتروني :أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحولا كبيرا في أساليب الاتصال والتواصل مع الآخرين، سواء على مستوى الأفراد أو المنظمات، فقد أتاح عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، ومن بعده اقتصاد المعرفة، أساليب وطرق مبتكرة ومتنوعة لتبادل المعلومات والبيانات والوثائق بين الناس، فقد برزت تقنيات اتصال فعالة وسريعة مثل: شبكة الانترنت، الانترانت، والاكسترانت، وأجهزة الهواتف النقالة، والبريد الصوتي والإلكتروني ومؤتمرات الفيديو، والشبكات التلفزيونية الفعالة، والفضائية، وغيرها كثير، حيث أسهمت جميع هذه التطورات النوعية في مجال الاتصال في تمكين الأفراد والمؤسسات من تبادل كميات هائلة من البيانات والمعلومات بالوقت الحقيقي، ما وفر المال والجهد للأفراد والمنظمات، فشبكات الإنترنت، والانترانت، والاكسترانت، مكنت من الاتصال الفوري بالناس وتبادل المعلومات والبيانات على نطاق كوني دون تكاليف سفر أو وقت، ومما تجدر الإشارة إليه بهذا الصدد أن الاتصالات الالكترونية لا تغدو أن تكون آلات أو وسائل، وأن المعلومات الدقيقة والمناسبة والرسالة ذات الوصف الجيد والنوعية المؤثرة تصدر دائما من الإنسان، وأنه لا فائدة من هذه الوسائل الحديثة، ما لم يكن الإنسان قادرا على استعمالها واستثمارها لتحقيق أهدافه المنشودة.[2]

كما أن لهذا الأسلوب وسائل عديدة وهي كما يلي: الهاتف، الحاسوب، الشبكات، المواقع.

2–<u>الخدمة العمومية مبادئها وعوامل نجاحها</u>

تعد الخدمة العمومية الجيدة مطلبا ضروريا في أي مجتمع يعطي المصلحة العامة أهمية قصوى على حساب المصلحة الفردية ويعمل على تقليص وإزالة الفوارق بين أفراد المجتمع وكل ماله علاقة سلبية قد تساهم في تأخير تقديم الخدمة العمومية الجيدة.

أ–على مستوى أساسيات عن الخدمة العمومية: باعتبار أن تحسين الخدمة العمومية هو إصلاح أداء القطاع الذي يعني بتقديم هذه الخدمة لعامة الجمهور والرفع من كفاءته وفعاليته بما ينعكس على خدماته العمومية ويتم هذا وفق مبادئ وضوابط تسير عليها هاته القطاعات، ونجد أن للخدمة العمومية أنواع متعددة إلا أنها تشترك في تقديم المصلحة العامة على المصلحة الخاصة.

ب– على صعيد جهود الدولة لتحسين الخدمة العمومية:

رأينا أن فكرة تحسين الخدمة العمومية تجد أساسها القانوني في كم معتبر من نصوص التشريع الجزائري، ابتداء بأحكام التشريع الأساسي وانتهاء بأحكام التشريع الفرعي.

---

[1] يس عامر(1986) الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار الكتب الحديثة، ط2، القاهرة، ص103.

[2] الحموي شريف(2007) مهارات الاتصال، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، ص20.

ووجدنا أن فكرة تحسين الخدمة العمومية امتدادات وجذور مختلفة، أبرزها مبدأ تكييف المرفق العام الذي تشكل هذه الفكرة إحدى مقتضياته وتعرفنا على أطر تحقيق هذا المبدأ ودورها في تحسين الخدمات الصادرة عن المرافق العامة إضافة إلى كون فكرة تحسين الخدمة العمومية هي تجسيد لمؤشرات الحكم الراشد.

ج– بالنسبة لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية:

وجدنا أن الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال له أثر على تحسين الخدمة العمومية من خلال تحقيق مزايا عديدة من الراحة والملائمة والسرعة في تقديم الخدمة، كما أن للإدارة الالكترونية دور في تحسين الخدمة العمومية فهي كآلية أثبتت الدراسات العلمية نجاعتها في خلق نمط جديد من الخدمات العمومية يدعم عناصر النزاهة، الشفافية، العدالة، سرعة الاستجابة لحاجيات الأفراد.

ثالثا:الإطار التحليلي ونتائج الدراسة:

الجدول رقم 03: يوضح البيانات الشخصية لأفراد العينة:

البيانات الشخصية	الفئة							المجموع			
الجنس	الفئة	أنثى	ذكر								
	التكرار	34	24					58			
	النسبة	%59	%41					%100			
السن	الفئة	أقل من 30 سنة	31–40 سنة	41–50 سنة	50 سنة فما فوق			المجموع			
	التكرار	18	25	14	1			58			
	النسبة	%31	%43	%24	%2			%100			
المستوى التعليمي	الفئة	متوسط	ثانوي	جامعي	تكوين مهني						
	التكرار	1	8	43	6			58			
	النسبة	%2	%14	%74	%10			%100			
الحالة العملية	الفئة	أطباء عامون	أطباء مختصون	جراحي الأسنان	صيدلي	ممرض	إداريين	متعاقدين	المجموع		
	التكرار	7	3	2	1	30	5	10	58		
	النسبة	%12	%5	%03	%2	%52	%09	%17	%100		
الأقدمية في المؤسسة	الفئة	1–5 سنوات	6–10 سنوات	10 سنوات فما فوق	المجموع						
	التكرار	21	22	15	58						
	النسبة	%36	%38	26	%100						

المصدر: الاستمارة (س1،2،3،4،5)

يتبين من خلال النتائج الواردة في الجدل أن هناك فرق بين عدد أفردا العينة من حيث الجنس.

يلاحظ أن أغلبية مفردات العينة هو إناث ويمثلن نسبة 59%، في حين قدرت نسبة الذكور بـ:41% وهذا راجع إلى:

– أن النساء يسيطرن على مهن الطب والتمريض بالأغلبية، في قطاع الصحة العمومية التي يقدر عدد موظفيها بأكثر من 257 موظف، قدر عدد النساء العاملات بقطاع الصحة بـ:132 ألف و757 امرأة وهم بذلك يتقدمون على الجنس الخشن بالأغلبية، وتسيطر النساء على مهنة التمريض والطب في المؤسسات الإستشفائية[1]

– يعتبر متغير السن أحد أهم السمات الديمغرافية، ومن خلال الجدول نجد أن الفئة العمرية المحصورة بين (31–40 سنة) احتلت الصدارة بنسبة 43%، لتليها الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) بنسبة31% بالمرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة كانت للفئة العمرية (41–50 سنة) بنسبة24%، وعادت آخر مرتبة للفئة العمرية 50 سنة فما فوق بنسبة 02%.

نلاحظ أن أغلبية العمال من الفئتين (أقل من 30 سنة) و(31–40 سنة) وهذا راجع لأن 70% من المجتمع الجزائري هم شباب، وكذلك لعدد السنوات الدراسية التي يقضيها العاملون للتخرج والتوجه إلى الحياة العملية في القطاع الصحي.

– يتضّح من خلال الجدول أن أكبر نسبة والمقدرة بـ 74% هي من الذين لديهم شهادات جامعية ن بينما النسبة الثانية والمقدرة بـ14% هم المستوى الثانية، أما النسبة الثالثة فهي للتكوين المهني وتقدر بـ 10%، وأخير ذو المستوى التعليمي المتوسط بنسبة 2%.

نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة جامعيين وهذا راجع إلى أن الخدمة الصحية تسعى لتحقيق السلامة الجسمانية والعقلية والاجتماعية والتي لا يمكن أن تطبق إلاّ إذا كان الأفراد اللذين يقدمونها على قدر من العلم والثقافية، بالإضافة إلى أن الخدمة الصحية يجب أن تكون مرفوقة بالمعاملة الحسنة.

– من خلال الجدول نجد أفراد العينة موزعون حسب التخصص المهني كالآتي:أطباء عامون12%، أطباء مختصون 5%، جراحي أسنان 03%، صيدلي 02%، الممرضين 52%، الإداريين 09%، المتعاقدين 17%، وترجع هذه النسب لأن في دراستنا هذه تم الاعتماد على عيّنة عشوائية بنسبة 10% من مجتمع الدراسة المقدرة بـ 549.

– يتضح لنا من الجدول أن أكبر نسبة والمقدرة بـ 38% من العمال لديهم خبرة من (6–10 سنوات) ويأتي ثانيا نسبة 36% للعمال لديهم خبرة من سنة إلى 5 سنوات، وأخيرا من 10 سنوات فما فوق 26%.

فعامل الأقدمية في المؤسسة (الخبرة) راجع إلى أن الخدمات الصحية تتميز بالدقة وتكون مختلفة من فرد لآخر لهذا تسعى دوما المؤسسات الإستشفائية إلى التمسك بعمالها ذوي الخبرة بإشباع حاجاتهم النفسية

(1) www.dsp-setif.0dz/index.php/oor/epsp/epsp-ain-el-kebira- تاريخ الزيارة يوم:24–04–2018 على الساعة16:00.

والمادية وتوفير الظروف المساعدة على العمل من أجل تخفيف توترات وضغوط العمل لتحقيق الراحة النفسية والجسدية لعمالها.

الجدول رقم 4: يوضح أهمية الاتصال للتواصل والتعامل مع مرتادي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية (مرضى/ زوار) طبقا لمتغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	متوسط		ثانوي		جامعي		تكوين مهني		المجموع	
التكرارات/ الخيارات	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كثيرا	/	/	3	8	41	95	2	33	46	79
قليلا	1	100	5	62	2	5	3	50	11	19
لا يهم	/	/	/	/	/	/	1	17	1	2
المجموع	1	100	8	100	43	100	6	100	58	100

المصدر: (الاستمارة 'س4 .6).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن الاتصال مهم كثيرا في التواصل والتعامل مع مرتادي المؤسسة العمومية بنسبة 79%، حيث قدر عدد الذين قالوا كثيرا 46 مبحوث 95% جامعيين ،33% تكوين مهني، 68 % ثانوي، أما بالنسبة لعدد المبحوثين الذين قالوا بأن للاتصال أهمية قليلة للتواصل والتعامل مع مرتادي المؤسسة العمومية يقدر بـ: 11 مبحوث (100 % متوسط، 62% ثانوي، 50% تكوين مهني، 5% جامعي). في حين يوجد فرد من أفراد العينة يعتبر أن الاتصال لا يهم للتواصل والتعامل مع مرتادي المؤسسة العمومية (17% تكوين مهني)، ويمكن القول أن الجامعيين هم على درية أكثر بأهمية الاتصال اكر من باقي المستويات التعليمية الأخرى.

وتشير هذه النتائج إلى أن المستوى التعليمي يلعب دور في معرفة الأفراد بأهمية الاتصال فكلما كان الشخص متعلم ومثقف كانت طريقته في التواصل والتعامل أحسن، مع مرتادي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية (مرضى وزوار)، خصوصا أن هذا الجمهور يجب أن يلقى الرعاية الخاصة والخدمة الصحية الجيدة مع المعاملة الحسنة، حيث تؤكد الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي arabe british academy for higher éducation أن التواصل الفعال أو بعبارة أخرى التواصل الناجح يحدث حين تنتقل الأفكار والمعارف والمهارات والمشاعر من المرسل وتصل حيّة وكاملة وصادقة وصحيحة إلى المستقبل، وبهذا يصبح التواصل بين الأفراد نافعا وممتعا في آن واحد [1] وهاذ يتحقق إذا كامن الفرد على قدر من العلم والثقافة.

(1) www.dsp-setif.0dz/index.php/oor/epsp/epsp-ain-el-kebira- تاريخ الزيارة يوم:24-04-2018 على الساعة16:00.

جدول رقم 5: يوضح المهارات الاتصالية المهمة لا لتحسين العلاقة الاتصالية داخل المؤسسة وفق مؤشرات الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مهارات الحديث	2	29	1	33	1	33	1	50	22	56	2	40	6	60	35	54
مهارات الاتصال والاجتماع	5	71	2	67	2	67	1	50	17	44	3	60	4	40	34	49
المجموع	7	100	3	100	3	100	2	100	39	100	5	100	10	100	*69	100

المصدر: الاستمارة (س4.7).

تشير بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية الإجابات كانت بمهارات الحديث بنسبة تقدر ب54%، حيث قدر عددهم بـ:35 مبعوث (60% متعاقدين، 56% ممرضين، 50%صيدلي، 40% إداريين، 33% جراحي أسنان ومختصون، 29% أطباء عامون)، أما المجيبين بمهارات الإنصات والاجتماع تقدّر نسبتهم 49%، حيث قدر عدد المبحوثين بـ 34 (71% أطباء عامون، 67% أطباء مختصون وجراحي أسنان، 60% إداريين، و50% صيدلي، بو44 % ممرضين و40% متعاقدين).

تشير هذه النتائج إلى أن كلا من المهارات الحديث ومهارات الإنصات والاجتماع مهمة لتحسين العلاقات الاتصالية داخل المؤسسة، فيستطيع من خلالها التعبير عن احتياجاته وفهم الآخرين، والتواصل البنّاء معهم، وتعتبر مهارة التحدث فنّا يتحدث مع العقل والعاطفة، ويركز على العاطف على شكل أكبر لرغبة المتحدث في إقناع الطرف الأخر والتأثير فيه.

جدول رقم 6 : يوضح دور حسن التواصل في تحسين الرعاية الصحية طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كثيرا	7	100	3	100	2	100	/	/	27	90	5	100	8	80	52	90
قليلا	/	/	/	/	/	/	1	100	1	3	/	/	2	20	4	7
لا يهم	/	/	/	/	/	/	/	/	2	7	/	/	/	/	2	3
المجموع	7	100	3	100	2	100	1	100	30	100	5	100	10	100	58	100

المصدر: الاستمارة (س8.4).

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

تبيّن نتائج الجدول أن الغالبية من أفراد العينة 90% كانت إجابتهم كثيرا حول أن حسن التواصل يعد من أساسيات الرعاية الصحية، حيث قدّر عدد المبحوثين 52 موزعون (100% عامون، 100 %مختصون، 100 %جراحة أسنان، 100% إداريين، 90% ممرضين، 80% بمتعاقدين).

بينما 7% كانت إجابتهم قليلا، وقدّر عددهم ب 04 مبحوثين (100% صيدلي، 20% متعاقدين، 3% ممرضين)، في حين 3% نفوا دور حسن التواصل في تحسين الرعاية الصحية، وكانوا مبحوثين (7 % ممرضين).

ومن خلال هذه النتائج، نستنتج أن حسين التواصل يعد من أساسيات الرعاية الصحية، وهذا راجع إلى أن حسين التواصل ضرورة لكسب ثقة المريض والقدرة على التعرف على التاريخ المرضي والأعراض بشكل أعمق مما يؤدي إلى تشخيص سليم وخطّة علاج قابلة للتطبيق.

ويقصد بالرعاية الصحية الخدمات الشخصية والعلاجية والتأهلية الاجتماعية والنفسية المتخصصة التي تقدمها الأقسام العلاجية والأقسام الطبية المساندة وما يرتبط بهذه الخدمات من الفحوصات المعملية العادية والمتخصصة وخدمات الإسعاف والطوارئ وخدمات التمريض والخدمات الصيدلية والغذائية، ومما لا شك فيه أن الرعاية الصحية تمثل الوظيفة التي تحظى بالاهتمام الأكبر في جميع المستشفيات [1]، وهذا ما تحدثت عنه د. هالة أبو ميالة رئيسة دائرة التمريض بمديرية صحة اللاذقية في الجلسة التدريبية 2015 لمجموعة من الممرضات حول التواصل وأخلاقيات التمريض، حيث أكّدت على ضرورة التواصل الفعال بين الممرض والمريض، الذي يعد من أساسيات في تقديم العناية التمريضية اللازمة، وعلى أهمية الاتصال الإداري مع كافة المستويات الإدارية وأشارت المدربة عبير سلمان، أن الرعاية الصحية مهنة إنسانية حركية متطورة باستمرار وترتكز على تطبيق المبادئ والمعارف العلمية في تقييم احتياجات المرضى، وفي وضع خطّة الرعاية وتنفيذها وفي تقويم استجابات المرضى، حيث أكدوا على أهمية التواصل في وضع الخطة الشاملة والمتكاملة للرعاية الصحية[2].

(1) www.dsp-setif.0dz/index.php/oor/epsp/epsp-ain-el-kebira– تاريخ الزيارة يوم:24-04-2018 على الساعة16:00.

(2) –التواصل وأخلاقيات التمريض، مديرية صحة اللاذقية،latakia.moh.gov.sy تاريخ النشر 2015/12/16م، تاريخ الزيارة يوم:22-04-2018 على الساعة 14:22.

جدول رقم 7: يوضح الأساليب الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أسلوب الاتصال الكتابي	7	25	3	27	2	40	1	25	30	30	5	36	10	24	58	29
أسلوب الاتصال اللفظي	7	25	3	27	2	40	1	25	30	30	5	36	10	27	58	29
أسلوب الاتصال غير اللفظي	7	25	2	19	/	/	/	/	10	10	/	/	7	19	26	13
أسلوب الاتصال الالكتروني	7	25	3	27	1	20	2	50	30	30	4	28	10	27	57	29
المجموع	14	100	11	100	5	100	4	100	100	100	14	100	37	100	*199	100

المصدر: الاستمارة (س4–9).

يظهر هذا الجدول الأساليب الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة العمومية للصحة الجوارية، إذ اجمع أغلبية المبحوثين على أسلوب الاتصال الكتابي وأسلوب الاتصال اللفظي وأسلوب الاتصال الالكتروني، بنسبة 29% لكل أسلوب، وكان عدد المبحوثين اللذين اختاروا أسلوب الاتصال الكتابي 58 مبحوث،(40% جراحي أسنان، 36% إداريين، 30% ممرضين،27% أطباء مختصون ومتعاقدون، 25% لكل من الأطباء العامون والصيدلي) أما عدد المبحوثين الذين اختاروا أسلوب الاتصال اللفظي هم 58 مبحوث، موزعون كما يلي (40% جراحي أسنان، 36% إداريين،30% ممرضين، 27 % لكل من الأطباء المختصون والمتعاقدين،25% لكل من الأطباء العامون والصيدلي)، و57 كان عدد المبحوثين الفذين اختاروا أسلوب الاتصال الالكتروني موزعين كالتالي (50% صيدلي، 30% ممرضين، 28% إداريين، 27% لكل من الأطباء المختصون والمتعاقدين، 258% أطباء عامون، و20% جراحي أسنان)، والنسبة المتبقاة 13% كانت إجابات أفراد العينة لأسلوب الاتصال الغير اللفظي، حيث كان عدد المبحوثين 26 (25% أطباء عامون، 19% أطباء مختصون، والمتعاقدين، 10% ممرضين).

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

من خلال النتائج السابقة نجد أن الأساليب الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة تتنوع من كتابية لفظية، لفظية ،غير لفظية، إلكترونية، وهذا راجع إلى أن لكل أسلاب مزايا تميزه عن الأخر، وكذلك اختلاف الرسائل المطلوب توصيلها ومدى أهمتها ودرجة السرية الواجب توفرها مثلما أشرنا إليه في الفصل الثاني من الجانب النظري، أما بالنسبة لأسلوب الاتصال الغير اللفظي، فمن خلال إجابات المبحوثين، نجد أن 13%منهم على دراية بهذا الأسلوب، أما باقي المبحوثين فعلى الرغم من أنهم يمارسونه إلا أنه بالنسبة لهم حركات عادية، ولا يمكن من خلاله إيصال المعلومات على عكس ما أثبتته الدراسات والبحوث، التربوية التي أجريت في مجال الاتصال الغير اللفظي، حيث أشارت أن هذا النوع من أساليب الاتصال تشكل 65% من عمليات الاتصال عامة[1].

جدول رقم 8: يوضح أسلوب الاتصال الكتابي المعتمد في المؤسسة طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تقارير	5	71	3	100	/	/	1	50	27	75	5	71	4	40	45	67
النشرة الآلية	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/
جريدة المؤسسة	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
رسائل وظيفية	2	29	/	/	2	100	1	50	9	25	2	28	6	60	22	33
المجموع	7	100	3	100	2	100	2	100	36	100	7	100	10	100	*67	100

المصدر: الاستمارة (س4–10).

تشير معطيات الجدول أن أغلبية المبحوثين 67% يعتمدون على تقارير، وكان عدد المبحوثين 45 (100% مختصون، 75% ممرضون ،71% أطباء عامون وإداريون، 50 % صيدلي و40% متعاقدين). أما 33 % منهم يعتمدون على الرسائل الوظيفية، وعدد المبحوثين 22 مبحوث،(100% جراحي أسنان،ى 60% متعاقدين، 50% صيدلي، 29 % أطباء عامون، 28% إداريين و25 % ممرضين) إلا أنه لا يوجد فرد من أفراد العينة يعتمد على النشر الداخلية وجريدة المؤسسة، ومنه نستنتج أن أسلوب الاتصال الكتابي المعتمد في المؤسسة يتمثل في التقارير والرسائل الوظيفية، وتأخذ هذه التقارير والرسائل شكل نماذج معدّة مسبقا، لمتابعة سير العمل والانجازات المحققة في المؤسسة العمومية للصحة الجوارية، وتلخص هذه التقارير والرسائل النتائج التي تحققت مقارنة بالنتائج المخططة مع تفصيل للمشاكل التي

[1]- احمد بن عبد الله بن صفير الصغير العريني: مدى توافر مهارات الاتصال غير اللفظي لدى هيئة التدريس في كلية العلوم بجامعة الصقيع من وجهة نظر الطلبة، رسالة ماجستير ،غ م،الأكاديمية العربية الدانمرك،كلية الآداب والتربية،قسم العلوم النفسية و التربوية والاجتماعية،2011،ص8.

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

حدثت أو التي يتوقع حدوثها، وتمتاز التقارير والرسائل بأنها توفر سجلات مكتوبة عن المنجزات المحققة، ويمكن الرجوع إليها مستقبلا أو عند الحاجة، كما أشرنا إليه في مزايا أسلوب الاتصال الكتابي في الفصل الثاني بالجانب النظري.

وفيم يخص التقارير فهي نوعين تقارير إدارية وأخرى طبية،' بالنسبة للإدارية هي تلك التي ترسل من المؤسسات العمومية للصحة الجوارية إلى رؤساء الدوائر ومديريات الصحة والسكان، خصوصا حيث يتم موافاتها بحالات الإصابات بالأمراض المختلفة، أما بالنسبة للتقارير الطبية، حيث يعطي للأطباء في الحملات التحسيسية مطبوعات يطالب فيها من الأطباء تسجيلا الإصابات عليها، فيما يخص الأمراض المصرّح بها [1] . بالإضافة إلى ما أضافه المبحوثين حول أسلوب الاتصال الكتابي المعتمد من مذكرات تطبيقية، مذكرات مصلحية، إعلانات من بينها إعلانات عن أوقات العمل، التوقيت بالنسبة لشهر رمضان، تنبيهات للعمال.

جدول رقم 9: يوضح أسلوب الاتصال اللفظي المعتمد في المؤسسة طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المقابلات	7	64	3	50	/	/	1	100	26	62	4	50	9	82	50	62
المحاضرات	/	/	/	/	/	/	/	/	5	12	/	/	/	/	5	6
اجتماعات ومؤتمرات	4	36	3	50	2	100	/	/	11	26	4	50	2	18	26	32
المجموع	11	100	6	100	2	100	1	100	42	100	8	100	11	100	*81	100

المصدر: الاستمارة (س4-11).

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم المقابلات بنسبة 62% وعدد المبحوثين 50 مبحوث(100% صيدلي، 82% متعاقدين، 64% أطباء عامون، 62% ممرضين، 50% إداريين).

تليها نسبة 32% للاجتماعات والمؤتمرات، حيث عدد المبحوثين 26(100% جراحي أسنان، 50% لكل من أطباء مختصون، إداريين، 36% أطباء عامون و26% ممرضين، 18% متعاقدين).

وفي الأخير المحاضرات بنسبة 6%، حيث تمثل عدد المبحوثين 05، (12% ممرضي)

توضّح النتائج السابقة أن المقابلات هي أكثر وسائل الاتصال اللفظي استعمالا، وهي تعد من أوضح وسائل الاتصالات لأنها عادة ما تكون وجها لوجه، وهذا ما أشرنا إليه في الفصل الثاني من الجانب النظري ويعتمد عليها بكثرة الأطباء العامون والمختصون والممرضون في التعامل مع المرضى والزوار، أمّا بالنسبة

(1)– الاتجاهات الحديثة في إدارة المستشفيات، http//.www.soubvd.com/doc/29299471/ تاريخ الزيارة يوم:24-04-2018 على الساعة11:25.

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

للاجتماعات والمؤتمرات فتقام لمناقشة المواضيع ذات العلاقة بصحة السكان، وكذلك هذه الاجتماعات هي وسيلة اتصال مساعدة في حملة التحسين ومكافحة الأمراض من خلال القرارات والإجراءات التي تتخذ، أما المحاضرات، فهي تقام لتقديم معلومات حول مواضيع تخص الرعاية الصحية والتعليم الصحي، مثل محاضرة مديرية صحّة اللاذقية، حول التواصل وأخلاقيات التمريض وهناك نظرية تقول: لو أنه صرف 2.5% من ميزانية أي مجتمع على برامج تعزيز الصحة بأسلوب علمي صحيح لأدى ذلك إلى انخفاض 25% من معدلات الأمراض وتكاليف الرعاية الصحية [1].

جدول رقم 10: يوضح أسلوب الاتصال الالكتروني المطبق في المؤسسة طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الهاتف	7	50	3	50	2	50	1	25	30	51	5	33	10	50	58	48
الحاسوب	7	50	3	50	2	50	1	25	24	41	5	33	10	50	52	43
الانترنت	/	/	/	/	/	/	1	25	5	8	3	20	/	/	9	7
الانترانات	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
الاكسشرانت	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المواقع الالكترونية	/	/	/	/	/	/	1	25	/	/	2	14	/	/	3	2
مواقع التواصل الاجتماعي	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	14	100	6	100	4	100	4	100	59	100	15	100	20	100	122*	100

المصدر: الاستمارة (س4-12).

من خلال الجدول أعلاه نجد أن الهاتف يحتل الصدارة بنسبة 48% حيث اختاره 58 مبحوث موزعين كالتالي (51% ممرضين، 50% لكل من الأطباء العامون والمختصون وجراحي أسنان، متعاقدين 33% إداريين، 25% صيدلي).

ثم تليها نسبة 43% للحاسوب، حيث عدد المبحوثين 52 موزعين كالتالي (50% لكل من أطباء عامون، أطباء مختصون، جراحي أسنان، متعاقدين، 41 %ممرضين، 33 % إداريين، 25 % صيدليين)، وبعد ذلك الانترنيت، بنسبة 7%، فيها عدد المبحوثين 09(25% صيدلي، 20% إداريين، 8% انترنيت).

(1)– أهمية التوعية الصحية وأساليبها،/www. -è-moh.com /vb/t721327 تاريخ الزيارة يوم:25- 04-2018 على الساعة18:00.

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة.

وأخيرا المواقع الالكترونية،02% فيها 03 مبحوثين (25% صيدلي، 14% إداريين،) ونلاحظ انعدام الإجابات حول الانترنيت والاكسترانت ومواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج أن أسلوب الاتصال الالكتروني في المؤسسة يتمثل في الوسائل الآتية: الهاتف، الحاسوب، الانترنيت، موقع الكتروني، وهذا للمزايا التي تمتاز بها كل وسيلة من اختصار الوقت، السرعة تسهيل المهام،...فالهاتف يستعمل بكثرة في المؤسسة العمومية، فهو وسيلة اتصالا سريعة وغير متطلبة للوقت أو الجهد كالكتابة إذا ما قورن بالتقرير أو الرسائل مثلا، غير أنه مثلما ذكرنا في الفصل الثاني من الجانب النظري من عيوبه أنّه غير موّثق مثل التقارير والرسائل...كذلك فهو يسهل عملية الاتصال وإعطاء التعليمات والمعلومات الفورية.

وبالنسبة للحاسوب فهو جهاز مهم لتسهيل العمليات وتنظيم الأمور والتخزين...وكذلك الانترنات والمواقع الالكترونية، حيث يتم من خلالها تقديم بطاقة تقنية عن المؤسسة العمومية والتعريف بها بالإضافة إلى نشر جل نشاطات المؤسسة من حملات تحسيسية وحملات التطعيم ومكافحة الأمراض.

جدول رقم 11: يوضح رأي أفراد العينة في الأساليب الاتصالية في المؤسسة العمومية الجوارية طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
التكرارات/ الخيارات	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
جيدة	/	/	/	/	/	/	/	/	/	1	4	2	40	20	5	9
متوسطة	7	100	2	67	2	100	1	100	19	63	3	60	7	70	41	70
رديئة	/	/	1	33	/	/	/	/	10	33	/	/	1	10	12	21
المجموع	7	100	3	100	2	100	1	100	30	100	5	100	10	100	58	100

المصدر: الاستمارة (س4-13).

أظهرت النتائج من خلال الجدول أن نسبة 70% يرون أن الأساليب الاتصالية بالمؤسسة العمومية الصحة الجوارية متوسطة، وتمثلوا في 70 مبحوث (100% لكلمن أطباء عامون، جراحي أسنان، صيدلي، 70% متعاقدون،67% مختصون،63% ممرضون 60% إداريين).

ثم تليها نسبة 21% يرون بأن الأساليب الاتصالية رديئة، حيث كان عدد المبحوثين 12، يتمثلون في (33% أطباء مختصون ممرضين، 10% متعاقدين).

وفي الأخير 9% من المبحوثين الذين يرون بأن الأساليب الاتصالية جيّدة وعددهم 05 مبحوثين، (4% ممرضين، 40% إداريين، 20% متعاقدين). ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن غالبية المبحوثين يعتبرون أن الأساليب الاتصالية متوسطة وهذا راجع إلى:

– بما أن المؤسسة العمومية للصحة الجوارية هدفها الأول هو تقديم الخدمات الصحية الجيدة والاهتمام بالرعاية الصحية، فهي تولي بذلك أهمية إلى الأجهزة والوسائل الطبلية والعتاد الطبي على حساب وسائل الاتصال بالمؤسسة.

جدول رقم 12: يوضح واقع استخدام في الأساليب الاتصالية مع مختلف الأطراف بالمؤسسة العمومية الجوارية طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	6	86	2	67	2	100	1	100	23	77	5	100	8	80	47	81
أحيانا	1	14	1	33	/	/	/	/	7	23	/	/	2	20	11	19
نادرا	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
أبدا	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	7	100	3	100	2	100	1	100	30	100	5	100	10	100	58	100

المصدر: الاستمارة (س4–14).

يبين الجدول أعلاه أن 81% من أفراد العينة يجدون سهولة دائما في استخدام الأساليب الاتصالية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية، يتمثل عدد المبحوثين 47 مبحوث (100% جراحي أسنان، صيدلي، إداريين، 86% أطباء عامون،80% متعاقدين،77% ممرضين،67% أطباء مختصون)

في حين 19% منهم أحيانا ما يجدون سهولة في استخدام الأساليب الاتصالية مع مختلف الأطراف بالمؤسسة، وانعدمت الإجابات التي تنفي سهولة استخدام الأساليب.

ومنه نجد أن غالبية أفراد العينية يجدون سهولة في استخدام الأساليب الاتصالية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية، وهذا راجع لأهمية الأساليب الاتصالية والمزايا التي تحققها، وكذلك إلى وفرتها وتنوعها وبالتالي تكون سهلة الاستخدام.

جدول رقم 13: يوضح الأساليب الاتصالية ومساهمتها في تسهيل مهامهم طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون			جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	5	71	3	100		1	50	1	100	27	90	5	100	9	90	51	88
أحيانا	2	29	/	/		1	50	/	/	3	10	/	/	1	10	7	12
نادرا	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	7	100	3	100		2	100	1	100	30	100	5	100	10	100	58	100

المصدر: الاستمارة (س4–16).

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن غالبية أفراد العينة يرون بان الأساليب الاتصالية تساهم دائما في تسهيل مهامهم بنسبة 88%، أمّا 12 % منهم يرون أنها أحيانا ما تسهل الأساليب الاتصالية مهامهم، وهذا راجع إلى توفير مختلف أساليب الاتصال والظروف والعلاقات الاجتماعية الجيدة في المؤسسة، تهدف في مجموعها إلى تحسين وتسهيل المهام فالأساليب الاتصالية المعتمدة من طرف المؤسسة تساهم بشكل كبير في نقل المعلومات ورفع الروح المعنوية وزيادة ارتباط وانتماء العاملين لها.

جدول رقم 14: يوضح الأساليب الاتصالية ومساهمتها في تسهيل مهامهم طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات		أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كثيرا	الاتصال الجيد مع المرضى والزوار	3	20	1	10	2	20	/	/	13	16	1	10	2	15	22	16
	المرضى والقبول من قبل المرضى	2	13	2	20	2	20	/	/	15	19	1	10	1	8	23	17
	قلة الشكاوي	3	20	3	30	2	20	/	/	12	15	1	10	2	15	23	17
	الخدمة الجيدة	4	27	1	10	2	20	1	100	16	20	5	50	7	54	36	25
	السرعة في تقديم الخدمة	2	13	1	10	2	20	/	/	12	15	2	20	1	8	20	14
	عدم وجود طوابير	1	7	2	20	/	/	/	/	12	15	/	/	/	/	15	11
نوعا ما		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
لا تؤثر		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع		15	100	10	100	10	100	1	100	80	100	10	100	13	100	139	100

المصدر: الاستمارة (س4–17).

تبين نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين أثنوا على دور الاتصال في تحسين الخدمة العمومية، ويتجلى ذلك من خلال الاتصال الجيد مع المرضى والزوار، والرضي والقبول من قبلا المرضى، وقلّة الشكاوي، الخدمة الجيدة، السرعة في تقديم الخدمة، عدم وجود طوابير.

وقد احتلت الخدمة الجيدة المرتبة الأولى عند جميع العمال، وإن كان ذلك بنسب مختلفة، (100% صيدلي، 54% متعاقدين،50%إداريين، 27% أطباء عامون، 20% منهم جراحي الأسنان وممرضين، 10% مختصون).

والخدمة الجيدة تعرف على أنها: قياس مدى تطابق مستوى جودة الخدمة المقدمة مع توقعات المستهلك، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في النهاية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستهلكين[1]

ومن خلال هذا التعريف، نجد أن الاتصال يلعب دورا هاما في معرفة توقعات المستهلكين (المرضى، الزوار، المراجعين) أي أن المهارات والقدرات الاتصالية للعمال يساعد على تحديد وتحليل المشاكل ومعرفة احتياجاتهم، والتالي العمل على تقديم الخدمات ذات الكفاءة والكفاية، وهي من مميزات الخدمات العمومية مثلما أشرنا اله في الفصل الثالث، وذلك وفق ما يلبي حاجات ويشبع رغبات جمهور المؤسسة (المرضى، المراجعين، الزوار).

في حين عادت المرتبة الثانية إلى أن الاتصال يحسن من الخدمة العمومية ويظهر ذلك في الرضى والقبول من قبل المرضى بنسبة 17%، حيث قدرت النسبة للأطباء العامون 13%، المختصون وجراحي الأسنان 20%، الممرضين19% الإداريين 10% و8% المتعاقدين.

فقد تطور مفهوم وإدارة تنظيم الخدمات الطبية من التركيز على الخدمات الصحية على التركيز على المرضى،[2] وبالتالي نيل الرضى والقبول من قبل المرضى.

كذلك يظهر تحسين الخدمة العمومية منة خلال قلة الشكاوي، بنسبة 17% (30% مختصون،20% لكل من أطباء عامون جراحي أسنان، 15% لكل من الممرضين المتعاقدين، 10% إداريين)، فالاتصال داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية يؤدي على التسيير والتنظيم الجيد على مستوى هياكل المؤسسة والى حسن الاستقبال والمعاملة، لاسيما على مستوى مصالح الاستعجالات، فيقلل من تذمّر وشكاوي المرضى حول سوء الاستقبال والتحيز في التعامل.

أمّا في المرتبة الثالثة، فتحسين الخدمة العمومية يظهر من خلال الاتصال الجيد مع المرضى والزوار بنسبة 16%، فجميع العاملين في المؤسسة الصحية ملتزمين برعاية حقوق المرضى ويدركون أنهم الواجهة الحقيقية لوزارة الصحة...، ومن واجبهم إرشاد المرضى وذويهم[3].

أما المرتبة الرابعة: السرعة في تقديم الخدمة بنسبة 14% والمرتبة الخامسة فتظهر من خلال عدم وجود الطوابير بنسبة 11%، لهذا تسعى المؤسسات للاعتماد على أسلوب الاتصال الالكتروني، وذلك بالانتقال إلى الخدمات العامة الالكترونية، للوصول إلى السرعة في انجاز وتقديم الخدمات وكذا حل مشاكل الطوابير وهو ما أشرنا إليه في الفصل الثالث، فبواسطة الاتصال تنظّم المواعيد وتحدد أوقات الزيارات والاستقبال، أي عن طريقه يتم التخلص من الاكتظاظ والفوضى وعدم الانضباط، لتجنب دخول المرضى دفعة واحدة،

---

(1)- بشير العلاق، حميد البني الطائي: تسويق الخدمات، دار نهران للنشر والتوزيع،ط1، الأردن،2007،ص157.

(2)- محمد السيد جادلرب: إدارة المنظمات الطبية والصحية، منهج متكامل في إطار مفاهيم الإدارة الحديثة، دار النهضة العربية،ط1، القاهرة،1997م، ص 306-307.

(3)- فريق إعداد الدليل التنظيمي في الإدارة لبرنامج علاقات المرضى: وثيقة حقوق ومسؤوليات المرضى، تاريخ الإعداد 1431-10-2، متاح على الموقع الالكتروني.http//mog.gov.awareness/education alcontent/health.instruction page /001.aspx تاريخ الزيارة يوم: 23-04-2018 على الساعة 11:53.

وحتى يأخذ كل مريض حقه في العلاج، وكذلك لعدم التجمّع في قاعة الطوارئ لأذن ذلك يعيق حركة المرور.

جدول رقم 15: يوضح أهمية الأساليب الاتصالية في توجيه الجمهور من المرضى والمراجعين والزوار لإتباع النظام وإرشادات المؤسسة العمومية للصحة الجوارية طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	7	100	3	100	2	100	1	100	28	93	5	100	9	90	55	95
لا	/	/	/	/	/	/	/	/	/	2	7	/	/	1	10	3
المجموع	7	100	3	100	2	100	1	100	30	100	5	100	10	100	58	100

المصدر: الاستمارة (س4–18).

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الأساليب الاتصالية مهمة في توجيه الجمهور من المرضى، المرجعين والزوار، لإتباع النظام وإرشادات المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بنسبة تقدر بـ: 95% وعدد المبحوثين 55،(100% كل من: الأطباء العامون، المختصون، جراحي أسنان، صيدلي، إداريين،93% ممرضين 90% متعاقدين)، وذلك مقابل فئة قليلة من المبحوثين لا يرون أن الأساليب للاتصالية أهمية في توجيه الجمهور من المرضى والمراجعين تقدر: 5.%

حيث تعدّ الأساليب الاتصالية للعاملين في قطاع الصحة أحد العوامل الأساسية في نجاح تقديم خدمات أحسن للجمهور وذلك بـ: توجيههم إلى هدفهم مباشرة، إعلامهم بتوقيت الأطباء المختصين، وتعد مهمّة للحفاظ على ملف المريض أيضا وتزويدهم بالإرشادات ونصائح ن وكذلك للإجابة على استفساراتهم وإعلامهم بحملات التطعيم مثلا أو الحملات التحسيسية لمختلف الأمراض كسرطان الثدي مثلا، وأيضا لإتباع النظام والتماشي وفقا له.

- **المحافظة على النظافة العامة:** حفاظا على صحة المرضى والأسوياء في نفس الوقت، ولأن نظافة المكان تؤثر على نفسية المريض.
- **المحافظة على ممتلكات المستشفى والمحافظة على سريّة المعلومات،** لأن الجمهور يجب أن يفهم أن هذه الممتلكات والمعلومات وجدت له وبالتالي يجب المحافظة عليها كأنها له.
- **عدم إحضار الطعام للمستشفى:** يجب على الجمهور أن يعلم بأن إحضار الطعام يؤثر على صحّة المريض، لان الطعام قد يكون ملوّثا وغير مناسب للمريض ويؤثر على نظافة المستشفى.
- **التبرّع بالدم:** وتوعية الجمهور على التبرّع بالدم وذلك من أجل تزويد المرضى المحتاجين له.

جدول رقم 16: يوضح رأي أفراد العينة في دور الأساليب الاتصالية بين العمال والمرضى والمراجعين والزوار في تحقيق التواصل والتفاهم الجيّد طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات		أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعـــم		6	67	3	100	2	100	1	100	27	82	5	100	7	64	51	80
لا	عدم القدرة على الإقناع	1	11	/	/	/	/	/	/	3	9	/	/	1	9	5	8
	عدم التحكم في أساليب الاتصال	1	11	/	/	/	/	/	/	2	6	/	/	2	18	5	8
	عدم القدرة على مواجهة الصعوبات	1	11	/	/	/	/	/	/	1	3	/	/	1	9	3	4
المجموع		9	100	3	100	2	100	1	100	33	100	5	100	11	100	*64	100

المصدر: الاستمارة (س4–19).

يبّن الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يرون بأن استخدام الأساليب الاتصالية بين العمال والمرضى والمراجعين والزوار، يؤدي إلى التواصل والتفاهم الجيد بنسبة80% وهذا راجع إلى أهمية الأساليب الاتصالية في المؤسسة، حيث يعتبر الاتصال بالمرضى والزائرين للتعرّف على تقييمهم لجودة الخدمات الصحية في المؤسسة، كذلك أن أساليب التعامل معهم مصدرا هاما من مصادر المعلومات عن مستوى الأداء في المؤسسة كذلك أن الأساليب الاتصالية تسهل في عملية الاتصال ونقل المعلومات وإيصالها، وبالتالي فهي تحقّق الهدف من العملية الاتصالية ألا وهي التواصل والتفاهم الجيد.

أمّا نسبة 20% فمثّلت الفئة القليلة من المبحوثين الذين يرون أن الأساليب الاتصالية لا تؤدي إلى التواصل والتفاهم الجيد مع المرضى والمراجعين والزوار على الإقناع، 9% لعدم القدرة على مواجهة الصعوبات.

ويمكن القول هنا، أن عدم التحكم في الأساليب الاتصالية والمهارات الاتصالية يؤثر في طرق التعامل مع المرضى، المراجعين، الزوار، وبالتالي لا يحدث الإقناع ومنه لا يتحقق التواصل والتفاهم، وهي من العوامل التي تعيق العملية الاتصالية.

" لذلك على القائم بالاتصال أن يكون مؤهلا كذلك حتى يحدث هذا التغيير والتعديل المطلوب الهادف لمصلحة المنظمة، فمجال الاتصال العمومي شاسع يهدف إلى الإقناع بضرورة تغيير أو تعديل المواقف والسلوكيات الخاطئة أو والمعرقلة أو الضارة بالمنظمة[1].

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

(1)–عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دط،القاهرة،2003،ص4.

جدول رقم 17 :يوضح دور الأساليب الاتصالية بالسير الحسن للمؤسسة طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تنظيم الأعمال	6	43	2	20	1	25	1	50	24	32	4	40	7	47	45	34
تجنب الخصومات	4	29	3	30	2	50	1	50	17	22	1	10	2	13	30	23
عدم تداخل الصلاحيات	/	/	1	10	1	25	/	/	13	17	3	30	2	13	20	15
الرضى الوظيفي للعمال	1	7	1	10	/	/	/	/	9	12	1	10	1	7	13	10
ثناء المرضى والزوار على الخدمات	3	21	3	30	/	/	/	/	13	17	1	10	3	20	23	18
المجموع	14	100	10	100	4	100	2	100	76	100	10	100	15	100	131*	100

المصدر: الاستمارة (س4–20).

يبّن الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أثنوا على دور الأساليب الاتصالية في تنظيم الأعمال بالمؤسسة العمومية بنسبة 34% موزّعة (50% صيدلي،47% متعاقدين،43% أطباء عامون،40% إداريين،31% ممرضين ،25% جراحي أسنان،20% أطباء مختصون) وهذا راجع إلى أن الأساليب الاتصالية هي أحد الدعائم الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة حتى يكون هناك تواصل في الأعمال وتنسيق بين ما هو موجود في المؤسسة.

ونجد23% من المبحوثين يرون أن الأساليب الاتصالية أدت إلى تجنب الخصومات، كانت منهم50% جراحي أسنان،50% صيدلي،30% أطباء مختصون،29% أطباء عامون، 22% ممرضين، 13% متعاقدين، 10% إداريين، حيث أن الأساليب الاتصالية تساعد في تذليل العقبات والمعوقات التي تواجه الاتصال بين الطرفين(العمال– المرضى)أي ضمان وصول الرسالة الاتصالية بالطريقة الصحيحة، فلا يحدث فهم خاطئ للرسالة أو المعلومات المراد توصيلها، كذلك أنه يمنكن الرجوع إليها كلما اقتضى الأمر، مثل أسلوب الاتصال الكتابي، وأشرنا إلى هذا في الفصل الثاني من الجانب النظري.

أمّا النسب المتبقاة فكانت موزّعة كالتالي:

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

18% **ثناء المرضى والزوار على الخدمات:** ويعكس هذا العنصر على مدى قدرة المؤسسة على تقديم خدمات عمومية صحية جيدة في المواعيد المحددة وبدرجة من الدقة والكفاءة ومدى سهولة وسرعة إجراءات الحصول على تلك الخدمات.

15% **عدم تداخل الصلاحيات:** فالأساليب الاتصالية تساعد في تنظيم المهام وتوزيعه.

10%**الرضى الوظيفي للعمال:** الأساليب الاتصالية متعلّقة بالجانب التنظيمي في المؤسسة، أنما الرضى الوظيفي فهو يتناول البعد الإنساني لدى العنصر البشري، الذي يعتبر أهم موارد المؤسسة والسيطرة على الموارد الأخرى المادية والفنية.

" فالسير الحسن للمؤسسة يؤدي إلى تحسين الخدمة العمومية، وهذا ما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 14-193 على صعيد الأحكام التنظيمية على الصلاحيات التي يمارسها المدير العام للوظيفة العمومية والإصلاح الإداري والكفيلة بتحقيق التحسين المرجو في نوعية الخدمات، وأشرنا إلى ذلك في الفصل الثالث في الأساس القانوني لفكرة تحسين الخدمة العمومية.

جدول رقم 18: يبين قيمة الأساليب الاتصالية في المؤسسة العمومية طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية التكـــــرارات/ الخيارات	أطبـــــاء عامون		أطبـــــاء مختصون		جـــــراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
جـودة الخـدمات وتحسينها	4	50	2	50	1	50	1	100	25	57	4	67	7	64	44	58
مرونـة الاتصـال بـين العمـال والمرضى	4	50	2	50	1	50	/	/	19	43	2	33	4	36	32	42
المجموع	8	100	4	100	2	100	1	100	44	100	6	100	11	100	*76	100

المصدر: الاستمارة (س4-21).

من معطيات الجدول نجد أن 58% يرون أن الأساليب الاتصالية ساعدت في تحسين الخدمات وجودتها، وهذا راجع لان الأساليب الاتصالية تساعد في نقل الأوامر والمعلومات وتساعد في إحاطة الإدارة العليا بمجريات الأمور بنقل ما لدى العاملين من ملاحظات وآراء ومقترحات وشكاوي، وبالتالي تمكن الإدارة من تفهّم ومعايشة الظروف المحيطة بهم مما يساعد على تحسين أداء العاملين في المؤسسة، كذلك تحقيق التنسيق في العمل، يحث تقلل من سوء التفاهم والاختلافات التي تطرأ في العمل، وبالتالي فهي تساعد في تحسين الخدمات وتقديمها بطريقة جيّدة، فتحسين الخدمة العمومية يعتر امتداد لمبدأ تكييف المرفق العام، كما يعتبر احد متطلبات تحقيق الحكم الراشد، وهو ما جاء في المسوم الرئاسي رقم16-03 الذي أوردناه في الفصل الثالث.

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

وفي برنامج إضاءات على أمواج القناة الإذاعية الأولى، أجمع المتدخلون أن الجلسات الوطنية للصحة المقبلة والمقررة خلال الشهر الجاري، ينتظر منها توصيات تتعلق أساسا بتحسين الخدمة العمومية بصحة وحل المشاكل التي يتخبّط فيها القطاع كالتسيير العام والتنظيم مع التركيز على قانون الصحة والتكوين بكل أنماطه[1].

أمّا 42% يرون أن الأساليب الاتصالية ساعدت في ضرورة الاتصال بين العمال والمرضى، وهذا لأن الاتصال الفعال هو اختيار أفضل السبل والوسائل لنقل الأفكار والمشاعر والسلوك للآخرين بصدق ووضوح، بغرض التأثير الايجابي في أفكارهم ومشاعرهم وسلوكهم بعيدا عن المصلحة الذاتية الخالصة[2].
الخالصة[2].

جدول رقم 19: يبين رأي أفراد العينة في مساهمة الأساليب الاتصالية في التخلص من المشاكل طبقا لمتغير الحالة المهنية:

الحالة المهنية / التكرارات/ الخيارات	أطباء عامون		أطباء مختصون		جراح أسنان		صيدلي		ممرضين		إداريين		متعاقدين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سوء الاتصال بالمرضى	3	30	1	20	1	25	1	100	21	37	3	30	5	36	35	34
التميز في التعامل	1	10	1	20	2	50	/	/	9	16	/	/	3	21	16	16
سوء الاستقبال	4	40	2	40	1	25	/	/	15	26	3	30	2	14	27	27
عدم احترام المواعيد	2	20	1	20	/	/	/	/	12	21	4	40	4	29	23	23
المجموع	10	100	5	100	4	100	1	100	57	100	10	100	14	100	*101	100

المصدر: الاستمارة (س4-22).

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن الأساليب الاتصالية ساعدت في التخلص من مشكلة سوء الاتصال بالمرضى بنسبة 34%فمن خلال الجدول رقم17 السابق، نجد أن للأساليب الاتصالية دور في التواصل والتفاهم مع المرضى، الزوار...

(1)- الخدمة العمومية في قطاع الصحة، محور برنامج إضاءات الإذاعة الجزائرية
www.radioalgerie.dz./news/com/artixcle/20/40611/2447.html تاريخ الزيارة يوم:23-04-2018 على الساعة14:00.

(2)- عليان ربعي مصطفى: الاتصال بين الناس، علوم وفن، مجلّة الأمن والحياة، الرياض، العدد227،1422،ص36.

* المجموع أكبر من 58 لأن المبحوثين اختارو أكثر من إجابة.

وساهمت في التخلص من مشكلة سوء الاستقبال وتقدر بـ27%، وهذا يرجع إلى وجود إعلانات جدارية تعمل مثلا: أسماء الأطباء المداومين والتعريف بمصالح المؤسسة في أقسام الاستقبال والدخول وأماكن الانتظار في المؤسسة الصحية.

"بادرت الحكومة الجزائرية إلى تنظيم عملية الاتصال، الإعلام والتوجيه على مستوى الإدارات من خلال العديد من التعليمات والمراسلات الموجهة إلى مسؤوليها من طرف الجهات الوصية والتي تمحورت حول تكثيف علاقات التواصل مع المواطن وتسخير الإمكانيات اللازمة من أجل تحسين نوعية الخدمات في مجال الإعلام، الاتصال والتوجيه[1].

–23% مثّلت رأي العينة في أن الأساليب الاتصالية ساهمت في التخلص من مشكلة عدم احترام المواعيد، ويرجع هذا إلى الاتصال بقسم المواعيد ساعد في التقّيد بها وسهّل الاستفسار عن المواعيد في حال عدم القدرة على الحضور.

–16% يرون أن الأساليب الاتصالية ساعدت في التخلص من مشكلة التحيز في التعامل، خصوصا وأن هذه الظاهرة تعرف انتشارا في المؤسسات، حيث جاء على لسان رئيس الجمهورية في خطاب وجهه للأمة:"... إن الدولة مريضة معتلة مريضة في إدارتها مريضة بممارسة المحاباة، مريضة بالمحسوبية والتعسّف بالنفوذ والسلطة،... مريضة بالامتيازات التي لا رقيب لها ولا حسيب..[2]. ولهذا فالخدمة العمومية تضمنت في مبادئها المساواة، وهذا ما أوردناه في الفصل الثالث.

ولا يمكن تجنب كل تلك المخاطر إلا بتكريس القيم والأفكار اللازمة لذلك، والعزوف عن الإجراءات الجبرية لتعديل المواقف والسلوكيات، بمعنى أكثر ديمقراطية وإجراءات أكثر لباقة، يشرك فيها أعضاء المنظمة بالإعلام والتحسين والتوعية من أجل الاستجابة للأهداف الإستراتيجية والمختلفة للاتصال العمومي، فكل قضاياه هي قضايا حضارية تسرد في محتواها المستقبل كما يجب أن يكون، فهو بذلك اتصال يقوم على التخطيط من أجل استجابة ليست فقط سلوكية، بل سيكولوجية أي تغيير وجهة النظر عند الفرد بمخاطبة العواطف والانفعالات والعقل على حد سواء، وتتنوع مجلاته وأبعاده الهادفة لتشمل الأبعاد السياسية والاجتماعية وغيرها [3].

النتائج العامة للدراسة :

من خلال دراستنا هذه والتي تمحورت حول دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة الاستشفائية. دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية توصلنا إلى مجموعة من النتائج:

---

(1)– غورية منية: تحسين الخدمة العمومية واستراتيجيات الاتصال العمومي في الجزائر،دراسة حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول سياسيات الاتصال العمومي في الجزائر، جامعة سطيف–2–، 5و6 ماي 2014.

(2)- قاسم ميلود: علاقة الإدارة بالمواطن في الجزائر بين أزمة ومحاولات الإصلاح، مجلة دفاتر السياسة والقانون،5 جوان 2012م، ورقلة، الجزائر،ص81.

(3)-Hoorgie.o .dickson. skilled :interpersonnel.communication.reasearch.theory and pratice , rontledge groups,4th ed,newyourk,2004,p327.

– الأساليب الاتصالية التي يعتمد عليها العاملون بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية هي أسلوب الاتصال الكتابي ويشمل التقارير، الرسائل الوظيفية وكذا أسلوب الاتصال اللفظي يتمثل في المقابلات، الاجتماعات والمؤتمرات، المحاضرات، كذلك أسلوب الاتصال الالكتروني حيث يعتمد على الهاتف، الحاسوب.

ويرى غالبية المبحوثين أن الاتصال والتواصل مهم في المؤسسة ويعد من أساسيات الرعاية الصحية وأثنوا على أن الأساليب الاتصالية تسهل مهامهم.

–للأساليب الاتصالية دور في تحسين الخدمة العمومية ويظهر ذلك من خلال: تقديم الخدمة الجيدة الرضا والقبول من قبل المرضى، قلة الشكاوي، الاتصال الجيد مع المرضى، السرعة في تقديم الخدمة، التقليل من الطوابير، كذلك لها أهمية في توجيه جمهور المرضى والمراجعين والزوار لإتباع النظام وإرشادات المؤسسة وتحقيق التواصل والتفاهم الجيد، وكذا دورها في التسيير الحسن للمؤسسة وبالتالي تؤدي إلى جودة الخدمات وتحسينها والتخلص من مشاكل مثل: سوء الاستقبال سوء الاتصال بالمرضى، الطوابير...

المشاكل التي تواجه العاملون بالمؤسسة أثناء الاتصال بالجمهور الخارجي تتمثل في: نوعية الخدمة التي تقدمها المؤسسة العمومية للصحة الجوارية، عدم تحكم العمال بالأساليب الاتصالية وانعدام التكوين في الاتصال، وكذا عدم درايتهم بلغة الجسد والاتصال غير اللفظي.

خاتمة:

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة خطوات جادة في مجال الاهتمام بنوعية الخدمات الصادرة عن هيئات القطاع العمومي، وهو الأمر الذي ساعدت عوامل كثيرة في ظهوره وتصدره للمخططات الحكومية المختلفة، أبرزها الطموح إلى الحصول على خدمة عمومية ذات نوعية ومستوى عال، وهذا ما سعت المؤسسات إلى تحقيقه من خلال اعتمادها على أساليب اتصالية لتسهيل مهامها لتقديم خدمات جيدة. وعلى مستوى سياسات الدولة في مجال الصحة لابد من إعطاء الأهمية للجانب الاتصالي داخل المؤسسة لان موظفي القطاع في اتصال دائم ويومي مع بعضهم البعض ومع الجمهور الخارجي من المرضى وذويهم خاصة أثناء مواقيت الزيارات وتسوية الملفات الإدارية والمالية، ولا يتحقق الانسجام وأداء الأعمال في هدوء وطمأنينة إلا ببرمجة دورات تدريبية طيلة فترات زمنية محددة لجميع الموظفين في مجال الاتصال واكتساب مهارات الاتصال الكتابي، الاستماع والحوار والإقناع من اجل تطوير وتحسين الخدمة العمومية للمواطنين وتنمية قطاع الصحة في الجزائر.

قائمة المراجع :

أ–المراجع باللغة العربية:

1–ابن منظور(1997) لسان العرب المجلد 12، دار صادر والفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1، بيروت، لبنان

2– البخشونجي حمدي عبد الحارث (2000) العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعي الحديث،ط1، الإسكندرية، مصر

3–أحمد زكي بدوي (1993) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان،ط1، بيروت

4– الحموي شريف (2007) مهارات الاتصال، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط2، الأردن

5– الخدمة العمومية في قطاع الصحة (2016) محور برنامج إضاءات الإذاعة الجزائرية www.radioalgerie.dz./news/com/artixcle/20/40611/2447.html تاريخ الزيارة يوم:23–04– 2018 –25–.الساعة14:00

6– الصاحب بن عباد (1975) المحيط في اللغة، مطبعة المعارف، ط1، بغداد، نسخة الكترونية www.cultural.org.ae.

7– بشير العلاق (2007) حميد البني الطائي: تسويق الخدمات، دار نهران للنشر والتوزيع،ط1، الأردن

8–حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد (1998) الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصري اللبنانية، ط1، القاهرة

9– حميد الطائي، بشير العلاق (2009) إدارة عمليات الخدمة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، ط1، الأردن

10– صالح بلعيد (2001) نظرية النظم دار هومة، دط، الجزائر

11– عاشور عبد الكريم (2010) دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص البيروقراطية ، جامعة منتوري قسنطينة

12– علي أبو طاحون (1998) مناهج وإجراءات البحث الاجتماعي، الجزء الثاني، المكتب الجامعي الحديث، دط، مصر

13– عبد المعطي محمد عساف (1993) الإدارة العامة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، مطابع الفرزدق التجارية،ط1، الرياض

14– عليان ربعي مصطفى(2010) الاتصال بين الناس، علوم وفن، مجلّة الأمن والحياة، الرياض، العدد1422

15––عبد العزيز شرف(2003) وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دط، القاهرة

16– غورية منية (5و6 ماي 2014) تحسين الخدمة العمومية واستراتيجيات الاتصال العمومي في الجزائر،دراسة حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول سياسيات الاتصال العمومي في الجزائر، جامعة سطيف–2

17– فاطمة، عرفات الحلو(2008) الاتصال الصامت وتأثيره في الآخرين، كلية أصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة

18– فريق إعداد الدليل التنظيمي في الإدارة لبرنامج علاقات المرضى: وثيقة حقوق ومسؤوليات المرضى، تاريخ الإعداد 1431–10–2، متاح على الموقع

الالكتروني http//mog.gov.awareness/education alcontent/health.instruction page /001.aspx. تاريخ الزيارة يوم: 23-04-2018 على الساعة 11:53.

19- قاسم ميلود (5 جوان 2012) علاقة الإدارة بالمواطن في الجزائر بين أزمة ومحاولات الإصلاح، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ورقلة، الجزائر

20- لويس معلوف(1987) المنجد الأبجدي، دار المشرق، ط5، بيروت.

21- محمد قاسم القريوني (2001) مبادئ الإدارة والنظريات والعمليات والوظائف، دار وائل للنشر، ط1، عمان

18- 19

22- محمد السيد جادلرب (1997) إدارة المنظمات الطبية والصحية، منهج متكامل في إطار مفاهيم الإدارة الحديثة، دار النهضة العربية،ط1، القاهرة

23- هاني حامد الضمور تسويق الخدمات (2005) دار وائل للنشر، ط1، الأردن

24- يس عامر(1986) الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار الكتب الحديثة، ط2، القاهرة

ب-المراجع باللغة الأجنبية:

-25-Hoorgie.o .Dickson. skilled 2004) (interpersonnel.communication.reasearch.theory and practice , Rutledge groups,4th ed,newyourk,

26-Jean pierre le hmich (2003) la communication dans l'entreprise, call que sais-je, édition du tell, 5 édition, Blida, Algérie,

˜27Pierre louvart(1991) gestion des ressources humaines, collection festin, édition exoréelles université,

-28T, HALL: (1975), la dynamique des communications dans les groups cité par: Amado gille, André Guillet. Armand colin, Paris. France,

29-Hoorgie.o .dickson. skilled (,2004)interpersonnel.communication.reasearch.theory and pratice , rontledge groups,4th ed,newyourk,p327.

السياسي والدّيني في خطاب حزب "العدالة والتنمية" الإسلامي مِن المرجعية إلى الواقع

The Political and the religious in the discourse of the Islamic Party "The Justice and The Development" From the reference to reality

نورالدين اليزيد

باحث في سلك الدكتوراه، جامعة محمد الخامس، الرباط، المغرب

ملخص:

حاولنا في هذه الورقة رصد الخطاب السياسي عند حزب "العدالة والتنمية" الإسلامي (المغربي)، ومدى تطابقه مع مرجعيته الدينية، التي تعتبر عنصرا حاسما ومؤثرا، سواء على مستوى بِنيته كمنظمة سياسية، أو في تعامله مع باقي مكونات المشهد السياسي ومع النظام السياسي القائم، لكن وبالخصوص في تعامل هذا الحزب ذي المرجعية الدينية مع الرأي العام الذي لا شك أن المرجعية كانت مؤثرة عليه بشكل كبير وهو يمنحه صوته الانتخابي الذي جعله يتصدر المشهد السياسي في ولايتين تشريعيتين؛ وتطرقنا في تحليلنا إلى بعض مكامن التناقض بين الخطاب والممارسة، خاصة عندما اضطر قادة هذا الحزب، بعد الضغط عليهم بسبب الظروف التي مرت بها المنطقة، ليؤكدوا أنهم مجرد حزب عادٍ كباقي الأحزاب، ولاسيما أيضا بعدما أصبح "الإسلام السياسي"، في المنطقة، في أزمة بعدما تمَّ اعتبار "جماعة الإخوان المسلمين" منظمة إرهابية من طرف بعض القوى الإقليمية.

الكلمات المفتاحية: حزب العدالة والتنمية، النظام المغربي، الأحزاب السياسية، الإسلام السياسي، الربيع العربي، الإخوان المسلمين

Abstract:

In this research, we have attempted to monitor the political discourse of the Islamic Party "The Justice and The Development" (Morocco), and its conformity with its religious reference, which is critical and influential, both in terms of its structure as a political organization or in its dealings with other components of the political scene and with the political system, but especially in dealing this religious reference party with the public opinion, which undoubtedly had a great influence on him and gives him his electoral voice, which made him lead the political scene in two legislative mandates; In our analysis, we discussed some of the contradictions between discourse and practice, especially when the leaders of this party, having been pressured by the circumstances of the region, were forced to emphasize that they are just a party like the rest of the parties, particularly after the political Islam, in the region, became in crisis after the "Muslim Brotherhood" was considered a terrorist organization by some regional powers.

Keywords: Justice and Development Party, Moroccan regime, political parties, political Islam, Arab Spring, Muslim Brotherhood

مقدمة:

عندما تداول نشطاء في مواقع التواصل الاجتماعي، مطلع هذه السنة (2019)، صور النائبة البرلمانية عن حزب العدالة والتنمية الإسلامي، آمنة ماء العينين، في العاصمة الفرنسية باريس، وهي غير مرتدية الحجاب الإسلامي الخاص بالمرأة بحسب ما هو مألوف في العادات المغربية، وكما تعوّد المواطنون أن يروها، لم يكن كثيرون ينظرون إلى المسألة على أنها قضية كبرى تستحق أن يهتم بها الرأي العام الوطني، كما لم يكن أكبر خصوم حزب العدالة والتنمية يتوقعون أن يكون لهذا التصرف الفردي للقيادية في الحزب ردود فعل على مستوى تنظيمها الحزبي، فيخرج قياديون كثيرون بتصريحات تدور حول مرجعية الحزب ومبادئه؛ ومن ذلك قول بعضهم بعدم إلزامية لباس الحجاب أو إسدال اللحية لاكتساب العضوية، بل لتتطور الأمور إلى إعلان أمين عام الحزب ورئيس الحكومة السابق عبدالإله بنكيران أن الحزب لم يكن يوما حكرا على المحتجبات أو أصحاب اللحى، بل هو مفتوح حتى أمام غير المسلمين من المغاربة.

هذا النوع من الخطاب النادر الذي جاء على لسان أكثر من قيادي في حزب العدالة والتنمية (الإسلامي)، جعل البعض يتحدث عن أن الأمر هو أكثر من مجرد دفاع عن زميلتهم التي وجدت نفسها أمام عاصفة من الانتقادات، وأن محاولة تبرير ظهور البرلمانية ماء العينين في باريس بدون حجاب، هو إشارة قوية على بدء قيادة حزب رئيس الحكومة المغربية الحالي سعد الدين العثماني مرحلة جديدة في الممارسة السياسية هي أبعد عن المرجعية الدينية وأقرب إلى المرجعية الوطنية.

ولعل من بين مؤشرات بداية الطلاق، أو لنقل بعبارة أدق، الابتعاد عن الرموز الدينية التي ظلت منذ إنشائه تعتبر مرجعية الحزب الدينية، ما جاء على لسان عبدالإله بن كيران الأمين العام السابق للحزب ورئيس الحكومة السابق أيضا، عندما أكد في أحد تصريحاته أن "نزعها (يقصد القيادية آمنة ماء العينين) للحجاب أمر شخصي، ويهم بالدرجة الأولى علاقتها بالله...آمنة الله يتولاها إذا خالفته وإذا لم تخالفه، أما الحزب فلا دخل له في الموضوع"[1].

لكن بالإضافة إلى ما انطوت عليه تصريحات مختلف قيادات حزب "العدالة والتنمية" من تلميحات بمراجعة في المرجعية الدينية التي رافقت الحزب منذ التأسيس، أو على الأقل لتوضيح ما ينبغي توضيحه مِن أن الحزب ليس "دينيا" حتى ولو كانت مرجعيته التي دأب على تنصيصها في خطب قياداته وفي أوراقه ووثائقه، إلا أن ما هو ثابت في الجدال الذي خلفته تصرفات بعض قيادات الحزب هو تغيّر واضح في الخطاب السياسي لدى الحزب وقادته، إلى درجة جعلت البعض ينتقدهم بشدة إلى حد نعتهم بـ"الازدواجية" أو "الشيزوفرينيا"، ولا أدل على ذلك من هذا الكم الهائل من التناقض بين ما يدْعون إليه في أدبياتهم الحزبية وفي مؤتمراتهم وحتى برامجهم الانتخابية، وبين الممارسة والواقع، تماما كما ظهر جليا في أفعال بعضهم.

[1] – اسم الكاتب غير متوفر، "هذا ما قاله بنكيران لِماء العينين عن صورها الباريسية"، جريدة "الأخبار"، عدد 9 يناير 2019.

مسار البحث:

سنحاول في هذه الورقة البحثية مقاربة الخطاب عند قادة حزب العدالة والتنمية، وسنعرض لبعض المواقف التي صدرت عن الحزب وقيادته منذ وصولهم إلى الحُكم في سنة 2011، على إثر موجات "الربيع العربي"، التي وصلت أصداؤها إلى المملكة المغربية في إطار الحراك الشعبي الذي اجتاح جل المدن المغربية وقتها، من خلال حركة 20 فبراير التي قادت تلك الاحتجاجات، وسنقارب تلك المواقف مع ما تنص عليه أوراق ومبادئ حزب "بيجيدي PJD"[1]، لنَتبَين مدى تطابقها معها، كما سنعرج على تأثير ممارسة الحكم أو إدارة الشأن العام سواء على الصعيد الوطني (القومي) أو المحلي (على مستوى المدن أو المحافظات)، على لغة ونوعية الخطاب السياسي لدى قادة الحزب.

وفي سياق محاولتنا رصد مدى تشبث الحزب بمرجعيته الدينية، نقف عند ما صدر مؤخرا عن القيادة الحزبية المثيرة للجدل آمنة ماء العينين، من تصريحات في ما يشبه النقد الذاتي الذي قد يفتح المجال لإعادة النظر في المرجعية لدى الحزب الحاكم، لاسيما في ظل النموذج المغربي الفريد من نوعه في المنطقة في مجال ممارسة الحكم، حيث يعتبر الملك هو الحاكم الفعلي في إطار نظام حكم ملكي تنفيذي، وحيث يصعب على أي حزب أن يحكم بأغلبية حكومية مريحة بسبب بلقنة المشهد الحزبي، ما يفرض على الحزب الفائز في الانتخابات الدخول في تحالفات تتحكم فيها نوعية الحقائب الوزارية وعددها أكثر مما تتحكم فيها مبادئ الحزب أو إيديولوجيته.

أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذه الورقة في أنها محاولة لتحليل المرجعية الدينية لحزب ذي وزن وقيمة كبرى، بل وحساسية سياسية ودينية قصوى، ليس على المستوى المحلي فحسب، بل حتى إقليميا ودوليا؛ ويتعلق الأمر بمرجعية حزب "العدالة والتنمية" الإسلامي الذي وصل إلى ترؤس الحكومة بالمغرب في أوج "الربيع العربي" قادما من المعارضة، ووصل الأمر إلى أن قاد أكثر من حكومة وترأسها عبر ولايتين تشريعيتين في سابقة هي الأولى في التاريخ السياسي المغربي؛ إنه الحزب الإسلامي الذي بقدر ما شكل استثناء في المنطقة، فإنه أثار الكثير من التساؤلات حول قدرته على التأقلم مع النظام السياسي القائم ومع فسيفساء المشهد السياسي، ما جعله يصمد كل هذه المدة (أزيد من سبع سنوات) على رأس الحكومة.

هدف البحث:

نتوخى من خلال هذه الدراسة محاولة رصد الخطاب عند إسلاميي المغرب الذين قبلوا بالدخول في اللعبة السياسية وممارسة الحكم، ومدى تطابق هذا الخطاب مع المرجعية الدينية التي يتبنونها، وإلى أي حد يستطيعون احترامها والحفاظ عليها، سواء على مستوى الخطاب أو الممارسة.

---

[1] – حزب "العدالة والتنمية" المعروف إعلاميا بالكلمة المختصرة "بيجيدي" (PJD)، والحروف اختصار للكلمات الفرنسية (parti de la justice et du développement)

إشكالية البحث:

تبعا لما تقدم فإننا سنحاول في هذه الورقة البحثية الإجابة عن إشكالية مدى التزام حزب "العدالة والتنمية" في خطابه السياسي بالمرجعية الإسلامية، التي تعتبر محددا حاسما في هوية الحزب وفي تميزه عن باقي الأحزاب الأخرى، وقدرة الحزب على الدفاع عن هذه المرجعية.

أسئلة بحثية:

تبعا للإشكالية المتوصل إليها تتفرع لدينا ثلاثة أسئلة بحثية رئيسية يحاول الباحث الإجابة عنها في الدراسة:

1- ما حجم العنصر الديني والوطني في الخطاب السياسي عند حزب العدالة والتنمية استنادا إلى زعمه بأن مرجعيته إسلامية ووطنية كذلك؟

2- أي تأثيرٍ للمحيط الإقليمي والدولي على مرجعية الحزب وبالتالي على خطابه السياسي في ظل تعرّض أحزاب ببعض الدول يتقاسم معها المرجعية إما للمضايقة أو للتصفية السياسية؟

3- هل حافظ الحزب على نفس الخطاب ذي المرجعية الإسلامية وهو يمارس السلطة في بلد يعتبر فيه الملك "أمير المؤمنين"؟

ولمقاربة إشكالية البحث والإجابة عن الأسئلة الرئيسية فإننا سنتناول الورقة بالتطرق إلى المحاور الرئيسية التالية؛

أولا- مرجعية حزب العدالة والتنمية

ثانيا- أثر المرجعية الإسلامية على الحزب وهو في السلطة

ثالثا- تأثير المحيط الإقليمي والدولي على خطاب الإسلاميين

رابعا- تأثير ممارسة الحكم على المرجعية الإسلامية لدى حزب العدالة والتنمية

أولا- مرجعية حزب العدالة والتنمية

لا يكُف أعضاء الحزب المغربي (العدالة والتنمية) الحاكم منذ تأسيسه عن ترديد كون مرجعيته الإيديولوجية كمنظمة سياسية أنها "إسلامية"[1]، بل إن الخطاب عند السياسيين المنتمين لهذا الحزب، بات منذ سنة 2011 -عند وصولهم لأول مرة في تاريخهم إلى ترؤس الحكومة- بمثابة الورقة السياسية التي يعتقدون أنها هي التي أوصلتهم إلى الحكم، وهي التي تكسبهم الامتياز والتفرد الإيديولوجي عن باقي الأحزاب السياسية المغربية الأخرى، سواء اليمينية المحافظة أو اللبرالية أو الاشتراكية.

الأكثر من ذلك أن بعض قيادات الحزب بات لا يتردد في التباهي بهذه المرجعية إلى درجة يخال معها المرء أن الحزب هو الوصي على الدين الإسلامي بالمغرب، أو على الأقل هو وحده من يتبنى المرجعية الإسلامية، بينما في واقع الأمر هناك حزب عريق هو "حزب الاستقلال"، ما فتئ يؤكد أنه ذو مرجعية

[1] - بحسب إحدى أوراق الحزب المنشورة على موقعه الإلكتروني (www.pjd.ma) فالحزب يعرف نفسه بأنه "حزب سياسي وطني يسعى، انطلاقا من المرجعية الإسلامية وفي إطار الملكية الدستورية القائمة على إمارة المؤمنين، إلى الإسهام في بناء مغرب حديث وديمقراطي، ومزدهر ومتكافل. مغرب معتز بأصالته التاريخية ومسهم إيجابيا في مسيرة الحضارة الإنسانية".

إسلامية وهو أول حزب بالمملكة المغربية من دافع عن دين غالبية المغاربة (الإسلام) وعن لغتهم العربية ضد الاحتلالين الفرنسي والاسباني، وفق ما يشير إليه زعماء الحزب وتوثقه أوراقه وأدبياته[1].

ويبدو أن المرجعية الإسلامية عند حزب العدالة والتنمية باتت في السنوات الأخيرة –لاسيما بعد عدة حوادث وتصرفات لِقادته أثارت مؤخرا نقاشا عاما بالبلاد، وبعد مرور أزيد من سبع سنوات على إدارتهم للحكومة دون أن يعطي الحزب أي انطباع يمت لصلة بحُكم إسلامي– تحتاج إلى كثير من التمحيص والتجريب على مخبر العلوم السياسية وقياسها، بالخصوص، على ممارسة السلطة والحُكم، لمعرفة مدى حفاظها على عذريتها الإيديولوجية والمبدئية، وإلى أي حد ظلت مرجعيةً استثنائية تعتبِر مسألة الأخلاق مكونا رئيسا لها، لأن هناك مواقف كثيرة لقيادات بارزة في الحزب، لاسيما الذين تقلدوا أو يتقلدون مناصب عمومية كبيرة كمنصب وزير أو برلماني، أكدت بشكل كبير ابتعادها عن هذه المرجعية التي تمتح من الدّين.

ولكن ربما وجد ذلك تفسيره في بعض مراجع الحزب وتصريحات قادته أو تفسيرهم لتلك المرجعية، بحيث أفاض كثيرا زعيم الحزب ورئيسه، عبدالإله بنكيران، في حوار صحافي مطول، يميط فيه اللثام عن اعتناقهم المرجعية المثيرة للسؤال، بغير قليل من الافتخار والعزة بالنفس عندما أكد بالقول "لا أعتقد أن هناك تياراً دينياً في السياسة بما في ذلك حزب العدالة والتنمية، لو كنا تيارا دينيا، فينبغي لنا أن نأتي بما نعتقده أحكاما شرعية ونقول هذا هو برنامجنا، وليس هناك أحد اليوم دينياً بهذا المعنى مائة بالمائة، ولا أحد كذلك علمانياً مائة بالمائة.. لكن يُحسب لنا أننا أول تيار في العالم الإسلامي الذي أطلق عبارة "المرجعية الإسلامية"، هذه العبارة بالنسبة لنا بمثابة ميزان لقياس الأشياء؛ وإن المجتمعات اليوم تريد أن تظل مسلمة، والدليل على ذلك نسبة تديِّن الشعب المغربي، لكن في المقابل تريد هذه المجتمعات أن تعيش حياة عصرية"[2].

وإذا افترضنا أن حديث بنكيران كان يقصد به التوليف بين مرجعيتهم الإسلامية وبين ما تقتضيه ظروف العصر، موحيا بان لا تعارض في ذلك، بعكس بعض المواقف الشخصية الصادرة عن قيادات حزب العدالة والتنمية والتي أثارت كثيرا من النقاش والانتقاد إلى حد اتهامهم من قِبل البعض بـ"ازدواجية" الخطاب (سنعرض لاحقا لبعض مظاهر ذلك)، بيد أننا قد نجد في الأوراق والمقررات الصادرة عن الحزب إشارات قوية تفيد باستعداد حزب رئيس الحكومة السابق (عبدالإله بنكيران) والحالي (سعد الدين العثماني) التأقلم مع ما سماها "التغيرات" التي صادفت وصوله إلى السلطة في سنة 2012.

ولعل أبرز الإشارات على مدى أخذ الحزب في الاعتبار تطورات الأحداث، هو ما نصت عليه صراحة أطروحة المؤتمر الوطني السابق للحزب المنعقد في ديسمبر 2012، حيث جاء في الديباجة أن: "المؤتمر

---

[1] – تشير إحدى الأوراق الصادرة عن الحزب والمنشورة على موقعه https://www.istiqlal.info إلى أن "المرجعية الاستقلالية" للحزب "ترتكز على مبادئ راسخة مستمدة من مجموعة من الثوابت أهمها التمسك بالعقيدة الإسلامية الداعية إلى التسامح والوسطية وتحقيق العدل وتكافؤ الفرص والمساواة والتكافل الاجتماعي واحترام حقوق الإنسان".

[2] – عبدالإله، بنكيران، "لن نصمت إذا ما تم التدخل في الانتخابات أو إذا هوجم حزبنا تحت أي ضغط"، حوار مع صحيفة "المشعل" أعيد نشره بالكامل على موقع الحزب على الرابط المختصر http://bit.ly/38a7kkH، في 01 أكتوبر 2011، تمت الزيارة في 15 سبتمبر 2019.

الوطني السابع جاء في سياق حافل بمتغيرات وازنة وتحديات جديدة متجددة، متغيرات تطرح أسئلة كبرى على الحزب، خاصة مع المتغير الجوهري في موقعه بانتقاله من المعارضة إلى قيادة العمل الحكومي، مما يفرض إعادة النظر في الرؤية السياسية التي كانت ناظمة للمرحلة السابقة، بناء على تقييم أدائه السياسي، ورصد عناصر القوة قصد تثمينها وتطويرها، ورصد مكامن الخلل والقصور لتجاوزها من أجل مواصلة العمل على خط النضال والبناء الديمقراطيين"[1]، ويبدو واضحا إبداء الحزب الاستعداد لإعادة النظر في ما سماها الرؤية السياسية، والتي لا شك أن المرجعية تعتبر حجر الأساس فيها، لاسيما عندما يستحضر انتقاله من صفوف المعارضة إلى السلطة.

وفي سياق تبريره لمحاولة أقلمة مرجعيته مع الواقع يرى الحزب أنه كان أمام ثلاثة خيارات، كما حددها زعيمه عبدالإله بنكيران، وكانت بمثابة تحدٍّ بالنسبة إليهم: "إما الرفض والمواجهة مع النظام وهو خيار اتبعه آخرون (يقصد تجارب إسلاميين في دول أخرى بالمنطقة)، لكنه لم يسفر عن أي نتائج، ومازلنا مقتنعين بأن الرفض والمواجهة لا يسفران عن أي نتائج، وكان الخيار الثاني هو اعتزال السياسة بالكامل والابتعاد عن النظام السياسي، ثم هناك خيار المشاركة على الرغم من الصعوبات التي اخترناها منذ العام 1992؛ هذا هو مسارنا بسبب خصوصية الشعب المغربي والدولة المغربية التي كان لها منذ قرون نهج استشاري لأن الدولة المغربية ليست سلطة مركزية"[2]. والظاهر أن بنكيران وهو يقدم الخيار الثالث كخيار ارتضوه لأنفسهم، فإنه لا ينسى أن يربط ذلك بوجود ظروف مواتية في الدولة.

إنها الظروف أو ما سماها بنكيران "النهج الاستشاري للدولة" هي ما حفزت الحزب للخوض في اللعبة السياسية، ولعله "خيار المشاركة" الذي التقت فيه رغبة قادة حزب "العدالة والتنمية" مع النظام الملكي المغربي، حيث يعتقد البعض أنه خلف الكواليس، يحاول "المخزن"[3] (النظام الملكي) إضعاف شعبية حزب العدالة والتنمية، وفي الواقع وعلى الرغم من أن الحزب سطَا على موجة الربيع العربي للوصول السلطة، فلا يزال "المخزن" ينظر إلى هذا الحزب الإسلامي باعتباره مساعدا ملحقا لاستقرار النظام"[4]. بل إن كثيرا من

---

[1] – أطروحة المؤتمر الوطني السابع للحزب (2012)، منشورة على موقعه www.pjd.ma

[2]- Mohamed, Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Current Trends in Islamist Ideology, At http://bit.ly/31GFYjt, April 29, 2016

[3] – "المخزن" هو مصطلح له دلالة خاصة لدى المغاربة، ويطلق منذ قرون على نظام الحكم بالمغرب الذي تمحور حول الملك أو السلطان سابقا، ويتألف "المخزن" من الملك والأعيان وزعماء القبائل وقادة العسكر وكبار الأمنيين وغيرهم من أعضاء المؤسسة التنفيذية، (أنظر ويكيبيديا على الرابط المختصر: http://bit.ly/39gcFab (04/11/2019)) . ويعرف الباحث المغربي عبد العلي حامي الدين، في مقال "المخزن في المغرب يتجدّد ولا يتغيّر"، على صحيفة "الأخبار" اللبنانية (على الرابط المختصر: http://bit.ly/2Hc2M0Z) "المخزن" بأنه "تعبير فعلي ومجازي عن (بيت المال) الذي كانت السلطة السياسية تضع فيه ما تجمعه من ضرائب وحبوس وإتاوات نقدية وعينية من أولئك الخاضعين لها مباشرة، سواء أكانوا أفراداً أو جماعات أو قبائل، ومفهوم "بلاد المخزن" مفهوم نسبي؛ فحيثما كانت السلطة قوية وقادرة، شاع نطاق بلاد المخزن، وحيثما ضعفت هذه السلطة ضاق نطاق بلاد المخزن".

[3]- Abdellatif Hissouf, The Moroccan Monarchy and the Islam-oriented PJD: Pragmatic Cohabitation and the Need for Islamic Political Secularism, All Azimuth V5, N1, Jan. 2016, p43

الخصوم السياسيين وفريقا من المتابعين يتهمون الحزب بأنه رضي أن يقوم بدور الواقي للنظام من الرجات التي قد يتعرض لها في محيط إقليمي متقلب.

إن حديث الحزب عن "فرْض إعادة النظر في الرؤية السياسية" ليس إلا تلميحا متقدما يكاد يكون قاب قوسين أو أدنى من التصريح باستعداده لإعادة النظر في "رؤيته السياسية" التي لن تكون لا يسارية ولا ليبرالية ولا حتى يمينية على شاكلة أحزاب أخرى تزعم أنها يمينية دون أن تتخذ الدين مرجعية بقدر ما تكتفي برفع شعار "الملكية الدستورية"، ولكنها رؤية سياسية تلبس لبوس الدين الإسلامي، أي بعكس باقي الأحزاب اليمينية الأخرى التي يلتقي معها الحزب في "إيمانها" بالملَكية المحافظة فهو لا يجد مندوحة عن تبني إيديولوجية إسلامية لا يخفى على أحد الحجمُ الكبير من المكاسب السياسية التي ما كانت لتتحقق له لولاها، لاسيما في ظل هبة احتجاجات "الربيع العربي" التي اجتاحت المنطقة العربية منذ سنة 2010، والتي حملت أحزابا سياسية إلى واجهة الأحداث وأحيانا إلى ممارسة السلطة.

وإضافة إلى الصفة الدينية التي يصبغ بها قادة الحزب وباقي الأحزاب الإسلامية كلامهم، فإن تميزهم ببلاغة الخطاب عن كثير من قيادات ألوان الطيف السياسي الأخرى تجعلهم يؤثرون أكثر على الناس/الرأي العام، وقد ذكر جورجياس (وهو أحد أشهر معلمي البلاغة في تاريخ اليونان القديم) في محاورة حملت اسمه خصصها أفلاطون لنقد البلاغة، أن هؤلاء الذين يعرفون كيف يتكلمون وكيف يقنعون الجمهور، يتمكنون من تسخير الجمهور لخدمتهم، ويمكنهم بسهولة سلب هذا الجمهور ما يمتلكه[1]؛ وعندما نأخذ بالاعتبار نهل قادة الحزب من الحقل الديني وإصباغ خطاباتهم بحمولة دينية مدغدغة للعواطف، فإن قوة التأثير ستكون اكبر بدون شك.

ولعل هذه الصبغة/الإيديولوجية "الدينية" هي ما جعلت زعماء الحزب لا يترددون في الجهر بها في تصريحاتهم وكتاباتهم، بل يعتبرونها قيمة أخلاقية لمْ ولا تتوفر لغيرهم، وهي الدافع الأساس لتصويت الناخبين عليهم في انتخابات خريف سنة 2011 واحتلالهم المرتبة الأولى التي سمحت لهم بقيادة الحكومة المشكَّلة بداية السنة الموالية، وكذلك في الانتخابات اللاحقة سواء المحلية في سنة 2015 أو التشريعية في العام 2016؛ والكلام هنا مقتبس مما ورد حرفيا في مقال للقيادي في الحزب الإسلامي (العدالة والتنمية)، محمد يتيم، عندما أكد "أن الحزب الذي يقودها (الحكومة) يتوفر على قيادات قادمة أساسا من العمل الاجتماعي بخزان قيمي وخزان أخلاقي قوي (يقصد العنصر الديني طبعا) وقريبة من الأوساط الشعبية حيث يرى المواطنون أنفسهم في هذا النوع المختلف نسبيا من القيادات السياسية والبرلمانية المعتادة، مما أصبح نادرا في الوسط السياسي، وذلك أحد أسباب الالتفاف الشعبي حول التجربة"[2].

ويكاد هذا الحديث يجد له الصدى في الجناح الدعوية للحزب (حركة التوحيد والإصلاح)، التي يعتبر السيد محمد يتيم أحد قادتها ورؤسائها السابقين، عندما تنص هذه الحركة، التي تمنع على نفسها وعلى أعضائها

---

[1] – عماد عبد اللطيف، الخطابة السياسية في العصر الحديث، الطبعة الأولى، مصر، دار العين للنشر، 2015، ص67

2 – محمد يتيم، "ليس دفاعا عن العدالة والتنمية.. ولكن عن المغرب ومصلحته العليا"، نشر على موقع الحزب على الرابط: http://bit.ly/39gBtif، تمت الزيارة في2019/10/15

الخوض في السياسة، في ميثاقها على أن "ما اعتُبرت الحركةُ الإسلامية –التي تقود الصحوة بالبلاد وتوجهها– الامتداد الصحيح لأجيال المصلحين المجددين والمقتدين بهم، وامتدادا لجيل المقاومة والجهاد ضد الاستعمار، وعليها إكمال مسيرة الاستقلال لتشمل سائر المجالات وتتبوأ الأمة الإسلامية مكانها الطبيعي بين أمم الأرض، إلا مصداقا لقوله تعالى{وعد الله الذين آمنوا منكم وعملوا الصالحات لَيسْتخلِفنّهم في الأرض كما استخلف الذين من قبلهم وليُمكّنَنّ لهم دينهم الذي ارتضى ولَيُبَدّلنّهم من بعد خوفهم أمْنا يعبدونني لا يشركون بي شيئا}(النور)"[1].

ويبدو هذا الحديث عن "الأنا" الحزبية المثالية لدى قيادات الحزب وحركته الدعوية مبالغا فيه إلى الحد الذي يجعل البعض يتهمهم بادعاء "طهرانية" لا محل لها في مجال السياسة، وإلى الحد الذي يجعل التباهي بالمرجعية الدينية من قِبلهم ليس مجرد شعارات تقتضيها الخطابة السياسية، وإنما أقوال لها ما بعدها خاصة عندما يصبح ذلك عنوانا لِما هو أكثر من السياسة كـ"الجهاد" مثلا، وهو ما جهر به علانية "الزعيم" –كما يلقبه مناضلو حزبه– عبدالإله بنكيران، الأمين العام السابق (رئيس) للحزب ورئيس الحكومة السابق كذلك، عندما استشهد في مهرجان خطابي لتنظيم شبيبة حزبه في أواخر صيف 2016 بمدينة أغادير بمقولة مثيرة للجدل لشيخ الإسلام ابن تيمية، لَمَّا قال: "يا معشر القوم أنتم لا تفهمون مرجعيتنا، مرجعيتنا هي مرجعية ابن تيمية، وهو الذي علمنا أن نقول أنا جَنتي في صدري، أحملها معي أينما ذهبت فسِجني خلوة، ونفيي سياحة، وقتلي شهادة"[2].

إن مثل هذه التصريحات المثيرة جعلت الكثيرين يشككون في النوايا الحقيقية لحزب يزعم أنه إسلامي ويردد في خطاباته العلنية أنه، بالرغم من خصوصيته الإيديولوجية التي تمتح من الدين الإسلامي الذي يجمع غالبية المغاربة وينتظمون بسببه في إطار "إمارة المؤمنين" التي يمثلها الملك، فإنه كباقي الأحزاب المغربية الأخرى جاء إلى الحكم فقط ليشارك من موقعه في تدبير الشأن العام في الإطار المتعارف عليه وفي نطاق ما يسمح به الدستور؛ وهو بذلك، حسب أحد الباحثين، يختلف موقفه بشكل ملحوظ عن "جماعة العدل والإحسان" الشبه محظورة، والتي كانت في وقت من الأوقات تتحدى السلطة الدينية للملك، بعكس حزب العدالة والتنمية الذي يعترف بالريادة الدينية للملك كعنصر أساسي في النظام المغربي[3].

بيد أنه مع ذلك فإن مثل الاستشهاد الآنف الذكر الوارد في الخطاب المثير الصادر عن رئيس الحكومة –حينها– وزعيم الحزب عبدالإله بنكيران، جعل حتى أقرب المقربين منه يتوجسون من قوة ذاك الخطاب؛ حيث لم يجد زعيم حزب "التقدم والاشتراكية"، نبيل بن عبدالله، الحليف الرئيسي لحزب الإسلاميين في الحكم منذ وصولوهم إلى الحكومة سنة 2012، حرجا في أن يعبر عن رفضه المطلق لمثل هذا النوع من الخطابات المغلفة بغلاف الدين، وقال بن عبد الله الذي كان وزيرا للإسكان في حكومة بنكيران في تلك

[1] – ميثاق حركة التوحيد والإصلاح، منشورات الحركة، شمس بريست، الرباط–المغرب، 2019، ص9

[2] – اسم الكاتب غير متوفر، "بنكيران وبن تيمية" موقع جريدة "النهار المغربية" على الرابط: http://bit.ly/2H3BbPG في 9 سبتمبر 2016، تمت الزيارة في 14 سبتمبر 2019

[3]– Mohamed Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Op cit.

السنة (2016)، إنه "لا وجود لابن تيمية في التدبير الحكومي"، منتقدا حليفه بقوله: "إننا في حزب التقدم والاشتراكية نختلف اختلافا جذريا مع أي مرجعية من هذا النوع، نحن من أنصار الفكر المتنور ودائما كنا نقول إن مرجعيتنا تقوم على المبادئ الاشتراكية وتقوم كذلك على الفكر الإسلامي المنفتح وعلى التراث المغربي بكل مكوناته وما يحمله من قيم تسير في هذا الاتجاه"[1].

وعلى الرغم من محاولات القيادة داخل حزب العدالة والتنمية نفي ما يسمونها "الصفة الدينية" عن حزبهم، وإصرارهم على التمييز بين الدعوة التي هي مهمة الحركة التابعة لهم (حركة التوحيد والإصلاح)[2]، وبين العمل الحزبي والسياسي الذي يقوم به الحزب داخل المنظومة السياسية الوطنية في إطار التدافع السياسي، إلا أن استمرار تبني ورفع شعار المرجعية الإسلامية، من طرف قادة الحزب، بل وتبويئها مكانة اعتبارية وأساسية في مبادئهم وخلفيتهم السياسية، يدعو إلى كثير من الحيرة والشك حول طبيعة هذه الإيديولوجية التي تنتابها عتمة وكثير من الضبابية.

إنه الغموض الذي ما يفتأ يطرح أكثر من علامة استفهام حول طبيعة هذه المرجعية خاصة في ظل استمرار الحزب يتقلد إدارة الشأن العام، وبإصرار كبار قياداته على التشبث بها، كما هو الشأن بالنسبة لخليفة بنكيران على قيادة الحزب وعلى رأس الحكومة الطبيب النفسي الدكتور سعد الدين العثماني، رئيس الحكومة الحالية والأمين العام للحزب، الذي يلح على "إسلامية" المرجعية عندهم، حيث لا يجد أية غضاضة بمزيد من الحزم والصرامة، إنه "منذ البداية قلنا إن حزب العدالة والتنمية حزب سياسي وطني ينطلق من المرجعية الإسلامية، ويعمل في إطار الثوابت الوطنية، مَن خالف ذلك فقد خالفها، ولن نلوي عنقها لتتلاءم مع أهواء أي إنسان كان"، قبل أن يضيف: "حزبنا يبني عمله السياسي على رؤية واضحة ولا يجب أن نخطئ، قد نغير الوسائل لكن لن نغير المبادئ"[3].

فهل يعني كلام الرئيس الحالي للحزب أنهم يغلقون القوس لأية إمكانية لمراجعة مرجعيتهم الإسلامية، على الأقل من حيث لا تجعلهم في حرج مع المؤسسة الدينية الرسمية بالمغرب التي يقودها الملك بصفته أميرا للمؤمنين (المسلمين وغيرهم) كما ينص على ذلك الدستور؟ ذلك ما سنحاول التعرف عليه من خلال التطرق للمحاور الموالية.

ثانيا: أثر المرجعية الإسلامية في السلطة مباشرة بعد الإعلان عن نتائج انتخابات 25 نوفمبر 2011 التشريعية، وهي بالمناسبة كانت أول انتخابات سابقة لأوانها بالمغرب، فرضها "الربيع العربي" من خلال

---

[1] – اسم الكاتب غير متوفر، "بنكيران وبن تيمية"، مرجع سابق.

[2] – تعرف نفسها، وفق ميثاقها المشار إليه آنفا، بأنها "حركة دعوية تأسست في 31 أغسطس 1996، عقب وحدة اندماجية بين "حركة الإصلاح والتجديد" و"رابطة المستقبل الإسلامي"، اتخذت أشكالا تنظيمية متعددة، وقادت مراجعات فكرية وتنظيمية كثيرة، ووالت تطورها إلى أن استوت على سوقها في شكلها واسمها الحاليين. وقد كان أن جعلت حركة التوحيد والإصلاح أساس وحدتها وقطب عملها على أسس ثلاثة: أولها: اعتماد الكتاب والسنة مرجعية عليا لكل شأنها؛ وثانيها، اعتماد الشورى الملزمة وسيلة لاتخاذ قراراتها؛ وثالثها، اعتماد الانتخاب آلية لتولي مسؤولياتها. (ميثاق حركة التوحيد والإصلاح، مرجع سابق، ص 9 و10).

3 – سعد الدين العثماني، "لن نلوي عنق مرجعيتنا لتتلاءم مع أهواء الناس.. ولن نحابي أحدا"، جريدة "أخبار اليوم"، عدد الاثنين 28 يناير 2019.

احتجاجات قادتها "حركة 20 فبراير"[1] واجتاحت جميع مدن ومناطق المغرب طيلة أسابيع، ساد الأجواءَ المغربية جوٌّ من الترقب المشوب بغير كثير من التخوف عن مستقبل المملكة السياسي، في خضم أحداث تغيير عاصفية طالت أكثر من بلد عربي وأطاحت بأنظمة سياسية عمرت عقودا من الزمن؛ والسبب كان هو إعلان فوز حزب العدالة والتنمية ذي التوجه الإسلامي بالمرتبة الأولى في تلك الانتخابات البرلمانية، وبعدد كبير من المقاعد النيابية بلغ 107 مقاعد.

سبب التوجس الذي ساد، ولا سيما من جهة فئة رجال المال والأعمال إضافة إلى القوى الإقليمية والدولية التي تربطها مصالح مع المغرب، كان مُنصَبا حول طبيعة السياسات العمومية التي يحملها حزب يجهر بمرجعيته الدينية، بالرغم من معرفة هؤلاء بطبيعة الحُكم في المملكة المغربية ذي النظام الملكي الدستوري الذي يعتبر فيه رئيس الدولة/الملك يترأس بحكم الدستور الجهاز التنفيذي في إطار المجلس الوزاري، وهو الملك الذي يسود ويحكم[2].

هذا التخوف ما كان ليمُر دون أن يصدر عن حزب العدالة والتنمية المنتشي بفوز كاسح في تلك الانتخابات، ما يُطمئن به نظراءه من الأحزاب الوطنية، أولا، وثانيا كلَّ الأطراف الأخرى، سواء منهم الفاعلون الاقتصاديون أو الدول والمنظمات الأجنبية النقدية بالخصوص؛ إنه التطمين الذي كان لا بد منه، على الأقل لإقناع باقي مكونات الطيف الحزبي بالمغرب للدخول معه في تحالف حكومي، خاصة في ظل زخم المرجعية الدينية الذي طغا في حملة الحزب الانتخابية، بحيث لم يغب عن برنامجه الانتخابي التذكير بهذه المرجعية المثيرة للنقاش وللريبة.

وبدا تشبث الحزب بمرجعيته الدينية مثيرا لكثير من الأسئلة وهو يضمنها في برنامجه الانتخابي، حيث بعدما ذكّر بنوع من اللبس والغموض: "بأن مسؤولية الحزب تتمثل في دعم انخراط البلاد في مسار جديد منبثق من تطلعات الشعب المغربي، وهو مسار انطلق مع الربيع الديموقراطي (يقصد الربيع العربي) ورافقه حزب العدالة والتنمية مع الخطاب الملكي لـ1 مارس وخلال المراجعة الدستورية وبالاستعداد لخوض الانتخابات النيابية لـ25 نوفمبر 2011"، أكد الحزب حرفيا أنه "يتقدم للشعب المغربي بمقاربة جديدة ترتكز على ثلاثة خيارات هي: جعل الدولة في خدمة المواطن والتأكيد على مركزية الإنسان باعتباره محورا وهدفا لبرامج التنمية، وإطلاق المبادرة وتحرير طاقات الإنسان المغربي في التنافس والإنتاج، والقطع مع اقتصاد

[1] – في 20 فبراير 2011 خرج لأول مرة مئات الآلاف من الشباب المغربي في 54 مدينة وبلدة بصورة عفوية دون تعبئة نقابية ولا حزبية رافعين لافتات تطالب بالكرامة والعدالة الاجتماعية والحرية والديمقراطية، ومرددين شعارات تنادي بمحاسبة المفسدين ووقف استغلال النفوذ ونهب ثروات البلاد، وشملت المطالب السياسية للحركة (التي حملت اسم تاريخ انطلاقها) الفصل بين الثروة والسلطة في المناصب الحكومية واستقلال القضاء وحرية الإعلام وإقامة ملكية برلمانية وإجراء انتخابات نزيهة ووضع دستور جديد، لمزيد من المعلومات أنظر الرابط: https://bbc.in/2OAMiUA، تمت الزيارة في (20/10/2019).

[2] – ينص الفصل 48 من الدستور المغربي (المعدل في سنة 2011) على أن: "يرأس الملك المجلسَ الوزاري الذي يتألف من رئيس الحكومة والوزراء. ينعقد المجلس الوزاري بمبادرة من الملك، أو بطلب من رئيس الحكومة. للملك أن يفوض لرئيس الحكومة، بناء على جدول أعمال محدد رئاسةَ مجلس وزاري".

الريع والاحتكار، وإرساء نظام فعال للتضامن والتوازن الاجتماعي وتصحيح الفوارق والعدالة في توزيع الثروة. وهذه الخيارات يتوقف النجاح فيها على ثلاث دعامات ذكرها البرنامج الانتخابي للحزب وهي:

–تجديد نظام القيم في نطاق **المرجعية الإسلامية** والهوية المغربية المتعددة المكونات؛

–إصلاح فعلي لنظام التربية والتكوين؛

–إصلاح شامل للقضاء؛

وفي تلك السنة بالضبط (سنة2013) التي فاز فيها حزب "العدالة والتنمية" بالانتخابات البرلمانية، وعشية هذه الأخيرة، صدر عن زعيم الحزب وقتها عبدالإله بنكيران ما يشبه التوضيح القريب من التطمين بخصوص مرجعيتهم الإسلامية، عندما سأله صحافي بماذا يمكن أن يطمئنوا الناس الذين يخافون من "أسلمة" الدولة في حال وصولهم إلى الحكم؟ ليرد بأن "أساس مذهبنا السياسي هو المرجعية الإسلامية وأن ندبجها في وثائقنا وهذا طبيعي جداً، لكن عندما نأتي بحمولة إيديولوجية وندخل المعترك نصطدم بإشكاليات أخرى، فلماذا لم يُطرح هذا السؤال على اليساريين عندما سيّروا الحكومة؟ ولماذا لم "يُيَسِّروا" الدولة ويجعلوها يسارية؟ لماذا هم من لجأوا إلى الخوصصة (الخصخصة)، وباعوا العديد من شركات الدولة؟ فعندما تدخل مجال التدبير السياسي، تجد أن تلك المشاكل التي كانت تشغل بالك أيام حماس الشباب، كرؤية الناس عراة في الشواطئ واحتساء بعضهم للخمر، من الأشياء التي لا علاقة لها بالحكم، ففي الحكومة تصطدم بمشكل اكتظاظ التلاميذ في الأقسام التعليمية وبالهدر المدرسي.. فهل ستفكر في مثل هذه المشاكل الكبرى، أم تفكر في حمل هراوة ومطاردة السكارى؟"[1].

ولعل مثل هذا النوع من الخطاب هو ما جعل الباحثة الإيطالية لاورا غواتزوني تلخص تعريف "الإسلام السياسي" في أنه "هو إيديولوجيّة إسلاميّة معاصرة تطرح رؤى إصلاحيّة بقصد إرساء نظام إسلامي لتسيير الدولة والمجتمع"[2]. أو كما ذهب إلى ذلك باحث آخر في سياق توصيفه لموقف أعضاء "العدالة والتنمية" وهم يمارسون السلطة، بقوله إنهم حاولوا تخفيف الآثار الاستبدادية للدولة على المجتمع مع الضغط بورقة التعاليم الأخلاقية الإسلامية في مجال العدالة والتضامن الاجتماعي، كما انخرط الحزب في النظام السياسي رغم عيوبه، من خلال التشجيع والعمل على التغيير في إطار استراتيجية تستهدف رفع العوائق الأساسية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية في البلاد[3].

بل إن حزب العدالة والتنمية ومنذ تشكيل أول حكومة له في سنة 2012، أصبح مقتنعًا، وفق ما ذهب إلى ذلك باحث ثالث، أن مصالحه هي حماية الملكية، الضامن الوحيد لتوحيد البلاد حول النموذج الإسلامي المغربي، على الرغم من أن رئيس الحكومة نظريًا، ووفقًا للدستور الجديد (دستور 2011)، يتمتع باستقلالية

---

[1] – أنظر حوار بنكيران مع صحيفة "المشعل" (01 أكتوبر 2011)، مرجع سابق.

[2] – عقيل الخطيب، إشكالية الاسم والمسمى داخل العمل السياسي للأحزاب ذات المرجعية الإسلامية، مركز الدراسات الاستراتيجية والدبلوماسية، على الرابط: http://bit.ly/2SutqYs، في 2019-03-01، تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2019.

[3]- Mohamed Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Op cit.

أكبر من سابقيه، بيد أن الملك لا يزال لديه الكلمة الأخيرة؛ لقد كان بنكيران، من الناحية العملية، حريصًا على عدم تحدي سيادة الملِك، مفضلاً الحفاظ على علاقات جيدة معه"[1].

ولا ريب أن التركيز على "المرجعية الإسلامية" كدِعامة من بين ثلاث أُخر وهي أولها، ليس عفويا ولم يأت من فراغ أو من باب الترف في التعبير والخطابة السياسية، ولكنه شيء مقصود لذاته وورقة انتخابية لا يخفى على أحد مدى تأثيرها على الناخب، لاسيما في ظل انتشار وذيوع "صحوة دينية" اتخذت أبعادا وزخما شعبيين أكثر مع انطلاق موجة الربيع العربي في خريف سنة 2010.

بل إن الحزب لم يتردد وهو يتسلم لتوّه مقاليد إدارة الحكومة المغربية في سنة 2012 أن يُضمن "أطروحة مؤتمره السابع في 2012" ما يشبه التلويح بمعاقبة الاستبداد والمستبدين ومآلهم عند ربهم، عندما أورد في هذه الأطروحة، وهو بصدد ما أدت إليه ثورات "الربيع العربي"، الإشارةَ إلى أن "الاستبداد يعمي عن رؤية حقائق الواقع، ويغري المستبد بالاستئثار بزمام الأمور، في حين أن تجارب الربيع الديمقراطي (العربي) في العالم العربي تبين أن فهم الأنظمة المستبدة قاصر عن رؤية حقائق الواقع وتوجهات التغيير؛ وتماما كما نطق فرعون بعد أن أدركه الغرق قائلا: {آمنت بأنه لا إله إلا الذي آمنَتْ به بنو إسرائيل}، نطق الحكام المستبدون الذين أسقطتهم الثورات الشعبية العربية في آخر أيامهم بكلمة: (فهمتُكم) أي في الوقت الميت بعد أن استجاب القدر لإرادة الحياة عند الشعوب"[2].

إنه نفس الخطاب المغلف بما يمت بصلة لإيديولوجيتهم الدينية، الذي ما فتئ كثير من القياديين بالحزب يرددونه إما تصريحا بالتذكير بالمرجعية الإسلامية، أو تلميحا بالاستناد في خطابهم، ذاك الموجه إلى المواطنين، إلى أمثلة مستقاة من التراث والثقافة الإسلاميين؛ وكمثال على ذلك تصريح القيادي في الحزب والنائب البرلماني والداعية في حركة "التوحيد والإصلاح" الذي يُقدم كأحد مُنظرّيها، المقرئ أبو زيد الإدريسي، عندما خاطب أتباعه ومناصريه من أعضاء الحزب عندما منعته السلطات المحلية بإحدى المناطق من إلقاء محاضرة بمكان عام (دار الشباب) فخاطب في الشارع العام الذين كانوا سيحضرون محاضرته، قائلا لهم: "إن أعضاء حزبه لا يتوفرون على ضيعات وشركات بل يتوفرون على الشعب الذي سيبقى إلى جانبهم.. إننا باقون معكم إن شاء الله كما فعل الرسول صلى عليه وسلم بعدما عاد من فتح مكة، وخشي أهل المدينة أن يغادرهم ويعود إلى مكة بعد أن فتحها.. وقال (الرسول): الدم الدم، والهدم الهدم أنا منكم وأنتم مني، وقال أيضا: أترضون أن يذهب الناس بالشاة والبعير وتذهبون بالنبي صلى الله عليه وسلم إلى رحالكم"[3].

---

[1]- Abdellatif Hissouf, The Moroccan Monarchy and the Islam-oriented PJD: Pragmatic Cohabitation and the Need for Islamic Political Secularism, Op cit, p51

[2] – وثيقة أطروحة مؤتمر الحزب السابع في سنة 2012، منشورة على موقعه (www.pjd.ma)

[3] – لبنى الفلاح، "عكس تصريحات بن كيران.. المقرئ أبو زيد يستغل الدين في السياسة" (مقال وفيديو)، على الرابط: http://bit.ly/38bjaee تمت الزيارة في 22 أكتوبر 2019.

إن مقارنة قيادي حزبي أعضاء حزبه وسيرتهم السياسية وهم يتولون مناصب عامة بسيرة الرسول الكريم محمد (ص)، لا تحتاج إلى مزيد من توضيحات على مدى الاحتماء بمرجعيتهم الإسلامية، ليس فقط لإظهار مدى نزاهتهم وتشبثهم بالأخلاق الفضيلة، وهم يديرون دواليب الحكم والشأن المحلي بالمقاطعات والمدن، لكن أيضا باستعمال واستغلال العنصر الديني لإبراز تميزهم عن غيرهم من الخصوم السياسيين، وإلا لما كانت هذه المقارنة بأنهم عكس غيرهم لا يتوفرون على الضيعات والشركات، أي أنهم ليسوا أغنياء، وأن رأسمالهم –السياسي طبعا– هو الشعب وهو الإسوة بالرسول.

وتصبح المرجعية أكثر من مجرد شعار يتم رفعه عندما يخصص قيادي في الحزب حيزا مهما في شرحها والدعوة لاعتناقها، وذلك على حساب الانكباب على بسط أمور السياسة والشأن العام، وها هو "زعيم" الحزب كما يطلق عليه مناضلوه، عبدالإله بنكيران، في سنة 2014، وفي أوج قيادتهم للحكومة، يطنب كثيرا في شرح مرجعيتهم الإسلامية بدون أدنى حرج، ويؤكد في مؤتمر لشبيبة حزبه يحضره الآلاف من الشابات والشباب، في 14 أغسطس من نفس السنة، "إن في المرجعية الإسلامية أمرين: الأمر الأول ما نصْبو إليه في أمتنا من العدل والنصر والتقدم وهذا لا خلاف حوله، والأمر الثاني هو أن هذه المرجعية لها حظ في أنفسنا، ولهذا فإني في هذه اللحظة أخاطبكم جميعكم أن تفكروا جيدا في موضوع هذه المرجعية التي اخترموها"[1]؛ ويبدو لافتا تضمين بنكيران دعوته تلك رسالة ضمنية بعدم التخلي عن المرجعية الدينية.

ومع ذلك وبالنظر إلى أن الحزب لا يزعم أنه بهذا الاسم (الإسلامي المرجعية) يحتكر الدين، كما دأبت قياداته على توضيح ذلك، فلعل ذلك ما جعل البعض يعتبر هذه المرجعية كونها مجرد اسم قد جرى العمل به أولا في العالم الغربي الديمقراطي، كما نُقل عن القيادي الإسلامي في "جماعة النهضة" (الإسلامية) التونسية راشد الغنوشي حين قال: "إن الديمقراطيّة نتعلّمها من الغرب صاحب السبق في التجربة ولديهم تسمية الحزب المسيحي الديمقراطي، ولم نسمع منهم رفضا أو تشكيكا، ولم يدّع أحد أنّ التسمية فيها احتكار للدّين أو احتكار للديمقراطية، فالاسم علَم وهو مجرد إشارة لا يعني بالضرورة احتكارا، وكما أنّه من حقّ أي كان أن يسمي نفسه بالديمقراطي أو الاشتراكي أو الحداثي دون أن يفهم من ذلك الاحتكار أو الوصاية"[2].

ومع أننا قد نقبل على مضض ما تفضّل بها القيادي الإسلامي التونسي، إلا أن جانبا من العتمة في ما يخص التجربة الإسلامية المغربية يظل قائما، خاصة عندما نجد عبدالإله بنكيران يفصل أكثر في هذه المرجعية التي اختارها تنظيمه ومناضلوه فيؤكد أنها "المرجعية التي آمن بها محمد صلى الله عليه وسلم أو أوحيت إليه وآمن بها أبو بكر وعمر وعثمان والأنصار(..)، هؤلاء هم الذين انفتحت لهم القلوب ولازالت تنفتح لهم وسوف تبقى تنفتح لهم، فقط هل سيكون لنا نصيب معهم أم أننا لن يكون لنا نصيب معهم.. هذه رسالتي الأولى.. وقد تظنون أن هذه موعظة أفتتح بها كلمتي.. لا أنا أمين عام حزب سياسي.. أحدث

[1] – أنظر إلى خطاب مصور لعبد الإله بنكيران أمام مؤتمر "شبيبة العدالة والتنمية" نشر على القناة الرسمية في يوتوب لحركة "التوحيد والإصلاح" (الجناح الدعوي للحزب) http://bit.ly/2HixZjv بتاريخ 14 أغسطس 2014، تمت الزيارة في 2 أكتوبر 2019.

[2] – عقيل الخطيب، إشكالية الاسم والمسمى داخل العمل السياسي للأحزاب ذات المرجعية الإسلامية، مرجع سابق.

سياسيين وأريد أن أقول لهم، إذا كنتم فعلا تريدون أن تخدموا بلدكم وأن تخدموا الشأن العام وأن تنهض دولتكم هذا هو الطريق.."[1]. ولعله يقصد بذلك الطريق القويم والمستقيم البعيد عن الفساد والإفساد خلال إدارة الشأن العام، وهو الطريق المقتدي بأثر رسول الإسلام، وفي ذلك طبعا قصْد وتعمد وليس من باب ترف الكلام.

ومع أن زعماء الحزب ما فتئوا يصرون على التمييز بين "الدعوة" (العمل الدعوي) وبين العمل السياسي، إلا أن المتتبع يجد صعوبة كبيرة في الوقوف عند ذلك واقعا ملموسا، على الأقل من خلال قراءة أدبياتهم الحزبية وكذلك تصريحاتهم؛ وها هو عرّاب إسلاميي العدالة والتنمية إلى الحُكم، بنكيران، يفيض في حض شباب حزبه على تعلّم الدّين وتعليمه، حيث يخاطبهم بالقول: "إذا كنتم تريدون أن تركزوا وتثبتوا بنيانا بدأ يظهر للناس كماءٍ في صحراء وكأمل في وقت شِدة وبدأ الناس يتوافدون علينا من خارج المغرب يريدون تجربتنا ويبدؤون يقرأون ثقافتنا ويدرسون شخصياتنا.. هذا هو الطريق هذا هو السبيل.. أن تجتهدوا في حسن فهم دينكم، وأن تجتهدوا في حسن تعلم دينكم، وأن تجتهدوا في حسن الالتزام بدينكم، وأن تجتهدوا في تطبيق ذلك في مجال السياسة من الصغيرة إلى الكبيرة.."[2].

ولم يمنع واجب التحفظ المفروض في من يتقلد حكومة مغربية تتكون من ألوان حزبية وبمرجعيات مختلفة، منها حتى الاشتراكي والليبرالي، مِن أن يمعِن بنكيران أكثر في الدعوة إلى التشبث بالمصادر الأولى لمرجعيته الإسلامية، فيوضح لشباب حزبه أن "النهج" الذي يدعوهم إليه "لا يكون، يا إخوان، إلا في حالة واحدة، هي إذا حاولتم أن تقوموا على ما قام عليه الذين سبقوكم.. ليس بنكيران أوْ بَاها (محمد باها وهو قيادي مات في حادث دهس قطار غامض) أو العثماني (سعد الدين العثماني رئيس الحكومة ورئيس الحزب الحالي).. الذين سبقوكم وسبقونا هم رسول الله صلى الله عليه وسلم وأصحابه رضي الله عنهم، والذين نحاول منذ 40 سنة تقريبا أن نكون على نهجهم، وها أنتم ترون أن الله سبحانه وتعالى رغم قلة عددنا ورغم ضعف إمكانياتنا ورغم كثير مما يعاب علينا، ترون أن الله تعالى قد بوأنا المكانة التي تعلمون، وبعد أن كان دعاة الفساد والاستبداد يتنبؤون بزوالنا أو تحجيمنا، يرفعنا لأن نترأس الحكومة ونتصدر العمل السياسي"[3]؛ ولا ريب أن استحضار الله والرسول في خطاب سياسي أمام جمهور يتكون في الغالب من أناس ذوي تعليم بسيط، من شأنه دغدغة مشاعرهم وكسب تعاطفهم إنْ لم يكن تأييدهم.

وبناء على الإضاءات التي أوردنا ونحن نبسط بعض وصايا قيادات حزب العدالة والتنمية لمنخرطيه ومتعاطفيه بالرجوع إلى ما يسمى في التراث الإسلامي بـ"السلف الصالح"، بل والاقتداء بسيرة الرسول والصحابة، فإننا نجد هناك تشابها أو نقطا مشتركة بين الحزب المغربي وأحزاب أخرى إسلامية في المنطقة، ولو أنكر علاقته بها، بل إن ما تدعو إليه قيادة حزب العدالة والتنمية هو تماما ما يقوم عليه فِكر "الإخوان

---

[1] – خطاب مصور لعبدالإله بنكيران (مؤتمر شبيبة العدالة والتنمية)، مرجع سابق.

[2] – عبدالإله بنكيران، خطاب مصور أمام مؤتمر شبيبة العدالة والتنمية، مرجع سابق.

[3] – عبدالإله بنكيران، نفس المرجع.

المسلمين" الذين يشددون على التعلم والعدالة الاجتماعية والحكم الرشيد اللذين كانا سائدين في عصور الإسلامي القديمة[1]؛ لكن مع ذلك سنرى لاحقا كيف أن الحزب الإسلامي المغربي ينفي بالخصوص أية صلة له بتنظيم "الإخوان المسلمين".

ثالثا: تأثير المحيط الإقليمي والدولي على خطاب الإسلاميين

إذا كانت بداية مرحلة ممارسة الحكم قد تميزت عند قيادات حزب العدالة والتنمية، منذ مباشرتهم تسيير الشأن العام في سنة 2012، بالإعلان غير المتحفظ عن مرجعيتهم الإسلامية، من خلال تصريحاتهم وأوراق اجتماعاتهم، إلى حد المباهاة بها أمام باقي الخصوم السياسيين واعتبارها الميزة التي أكسبتهم التميز والرضى عند المواطن/الناخب، فإن خطاب تلك القيادات سُرعان ما أخذ منحى ملحوظا في التغير مباشرة بعد الأحداث التي شهدتها مصر بعد إقدام الجيش هناك على إزاحة الرئيس (الإسلامي) محمد مرسي من جماعة الإخوان المسلمين، في العام 2013، وما تلا ذلك من اعتبار الجماعة منظمة إرهابية من طرف عديد من الدول الإقليمية التي وصفها مراقبون بدول "الثورة المضادة" التي تحارب الربيع العربي، وهو الوصف الذي سيجد له ما يعضده ويبرره لاحقا من خلال مجموعة من الأحداث والتدخلات ليس هنا المقام لمقالها.

ومباشرة بعد الأحداث التي شهدتها مصر في سنة 2013، توجه اهتمام المراقبين صوب البلاد المغاربية، وتحديدا إلى تجربة الإسلاميين التونسية والمغربية، هذه الأخيرة التي وجدت نفسها في موقف المدافع عن نفسها أمام التغيرات الطارئة على المنطقة، والتي اتخذت أبعادا غير مسبوقة من الخطورة عندما قررت بلدان بعينها اعتبار "الإخوان المسلمين" إرهابيين؛ فكان الرد واضحا وصريحا من قيادات حزب العدالة والتنمية، حيث خرجت قيادات كثيرة من الحزب الحاكم بالمغرب لتنفي علاقتها بجماعة "الإخوان المسلمين" المصرية.

وأول نفي لمثل هذه العلاقة جاء على لسان زعيم حزب العدالة والتنمية ورئيس الحكومة السابق، عبدالإله بنكيران، في حوار مطول له للقناة التلفزيونية الأمريكية "الحرة" ولموقعها الإلكتروني، حينما أجاب عن السؤال: هل لكم علاقة بالإخوان المسلمين؟ فرد بالقول "لا أبدا، لم ننتمِ في يوم من أيام حياتنا لهذه المدرسة كتنظيم"، وبعد إصرار السائل المستجوِب بسؤاله: لا توجد أي اتصالات بينكما؟ رد بنكيران: "دائما نلتقي في المؤتمرات وغيرها، لكن أن يكون لنا انتماء للتنظيم فهذا لم يكن موجودا.. نحن حركة نشأنا في المغرب بطريقة مستقلة وباجتهادات خاصة في مختلف المجالات.. أبدا لا ننتمي إلى تنظيم الإخوان إطلاقا"[2].

لكن مثل هذه المواقف تجعل البعض في ريبة من أمرهم في ما إذا كان ذلك مناورة لتفادي الضغط، فكثيرا ما تستخدم مثل هذه الأدبيات التي يظهر فيها قدر من الاعتدال أو النقد لإزالة الضغوط وتجميل الموقف،

[1]- Hakim El Karoui, La fabrique de l'islamisme, Institut MONTAIGNE, France, Version Abrégée Septembre 2018, p16

[2]- عبدالإله بنكيران، "لا ننتمي إلى الإخوان ولسنا تيارا دينيا"، حوار مع قناة "الحرة" الأمريكية، منشور في 08 أغسطس 2014 على موقع القناة على الرابط: https://arbne.ws/37auExg

ولكن كل مطلع على بنية ما يُدرس يعرف أن كل هذه الأدبيات ليس لها مكان في التكوين الفكري لهذه الحركات (الإسلامية)[1].

وقد نستشف مؤشرات على مناورة ومحاولة تبرئة الذمة عندما سيذهب زعيم الحزب السيد "بنكيران" في طرحه الدفاعي عن اختلافهم عن "الإخوان المسلمين"، إلى حد التلميح بتحميلهم المسؤولية لِما آلت إليه الأوضاع في مصر، عقب تدخل الجيش وعزل الرئيس المنتخب محمد مرسي في 3 يوليو 2013، عندما سأله الصحافي (في نفس الحوار السابق) بكيف يقيِّم فترة حكم الإخوان في مصر؟ ليرد بنكيران وهو وقتها رئيس حكومة إضافة إلى أنه زعيم حزب إسلامي المرجعية، بالقول "تلك مرحلة انتهت.. الناس الآن في محنة، وأنا لا أريد أن أتحدث في هذا الموضوع، لكن يمكن أن أشير إلى أن تقييم هذه المرحلة سيأتي بعد أن يتضح بالضبط ما الذي وقع.. تعرفون أن المهم بالنسبة للدول هو الخروج من الأزمات التي تعاني منها، وهذا ما نتمنى اليوم لمصر"[2]؛ ولم يحدد لنا السيد بنكيران كيف يمكن الخروج من أزمة مصر التي يعرف الجميع كيف صارت، بل لم يكلف نفسه –على الأقل من باب الإيمان بالديمقراطية إن لم يكن باب وحدة الإيديولوجية– حتى الإقرار لـ"الإخوان المسلمين" بأنهم وصلوا إلى الحكم عبر صناديق الاقتراع، قبل أن يتم الإطاحة بهم والزج بأعضائهم في السجون واعتبار جماعتهم إرهابية.

إن الأزمة المتحدث عنها لربما حاول الحزب الإسلامي المغربي تفادي وقوعها في المغرب إبان أوج "الربيع العربي"، حيث رفضت قيادة الحزب المشاركة في احتجاجات التي انطلقت في معظم المدن والمناطق المغربية تقودها حركة 20 فبراير، ويعلق زعيم حزب العدالة والتنمية حينها، عبدالإله بنكيران، الذي سيصبح رئيس الحكومة في سنة 2012، على ذاك الموقف بقوله: "رفضنا الذهاب إلى المجهول.. هناك قضايا ليست كما يفترض أن تكون، لكن الملكية عنصر أساسي في المغرب، ولو شاركنا في احتجاجات 20 فبراير، لكان من شأن ذلك زعزعة استقرار النظام، ولا نريد الذهاب إلى المجهول.. ماذا سنفعل إذن؟ كان القرار هو الحفاظ على استقرار البلاد والحفاظ على النظام الملكي، وهو أمر ضروري في المغرب.. إنه يمكن تغيير رئيس جمهورية، لكن إذا فقدت نظامًا ملكيًا فمِن الصعب العثور على نظام ملكي آخر"[3].

ولعله قرار أيضا جاء بعدما تأكد للحزب أنه حان الأوان للاستفادة من الوضع والتقدم أكثر في الساحة السياسية الوطنية التي باتت شبه فارغة إلا من القصر، بعدما ضعفت أبرز الأحزاب الوطنية ووهنت؛ هنا تكتب صحيفة "لوموند" الفرنسية التي وصفت حزب العدالة والتنمية بـ"النسخة المغربية للإخوان المسلمين"، أن الأخير هيمن منذ العام 2011 على اللعبة السياسية من داخل المؤسسات، بعدما استحوذ على أصوات الطبقة الوسطى التي خسرها اليسار المغربي، ليقبل القصر الملكي بتقاسم وليس بفرض إدارة كثير من

[1] – جاسم سلطان، أزمة التنظيمات الإسلامية (الإخوان نموذجا)، الطبعة الثانية، لبنان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2015، ص25

[2] – عبدالإله بنكيران، "لا ننتمي إلى الإخوان ولسنا تيارا دينيا"، مرجع سابق.

[3]- Mohamed Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Op cit.

القطاعات مع الحزب، باستثناء ما يتعلق بطبيعة النظام الملكي وبمجالات الدفاع والأمن والدبلوماسية والحقل الديني[1].

هذا التوجه نحو التبرئة من التبعية أو الانتماء إلى مدرسة "الإخوان المسلمين"، سواء الدعوية أو السياسية، على الأقل من منطلق أن التنظيمين الإسلاميين أو المنظمتين السياسيتين تدخلان في إطار ما يسمى جماعات "الإسلام السياسي"، جعل الحزب لا يكتفي بتصريحات قادته هنا وهناك، بل ووضَع نصب عينيه وضِمن أولوياته تضمين هذا التميز عن "الإخوان" في مقررات وأوراق الحزب في اجتماعاته ومؤتمراته، حيث أشار في "التقرير السياسي" المقدم إلى المجلس الوطني للحزب (بمثابة برلمان حزبي) المجتمِع في ديسمبر 2013، وتحت عنوان "سياق خارجي استثنائي"، إلى أن "أي قراءة موضوعية لتطور حزبنا سياسيا وحكوميا طيلة السنة الجارية، تستلزم استحضار هذا السياق المتسم بالاضطراب الشديد، كما تستوجب التقدير الصحيح لتمكننا من صيانة نجاح النموذج السياسي المغربي، في ظل زمن الهزات المتتالية في عدد من دول الربيع الديمقراطي (الربيع العربي)، وذلك بترسيخ منهجية التعاون بين المؤسسات الدستورية لمصلحة العباد والبلاد، حيث استطاعت بلادنا أن تحافظ على حماية النموذج المغربي المتميز، وأن يبقى المغرب محافظا على مسار الإصلاح في ظل الاستقرار الذي اختاره واعتمده منذ الخطاب التاريخي للملك في 9 مارس 2011"[2].

ومِن نافل القول إن حديث الحزب عن "الهزات" التي حدثت في دول الربيع العربي، المقصود بها تحديدا هو ما جرى في مصر تلك السنة (2013) عندما انقض الجيش على تجربة الإخوان المسلمين، وأطاح بالرئيس المنتخب في مصر لأول مرة بطريقة ديمقراطية، بل إن تضمين التقرير السياسي لحزب "العدالة والتنمية" فقرةً من قبيل "ترسيخ منهجية التعاون بين المؤسسات الدستورية لمصلحة العباد والبلاد"، هو ليس إلا خطابا يجاري الاتهامات التي وُجهت إلى جماعة الإخوان المسلمين المصرية التي اتهمها كثير من المراقبين وشريحة مهمة من المصريين بأنها سعت بمجرد وصولها إلى الحكم إلى الإمساك بزمام الأمور في إطار حزبي ضيق بعيدا عن "منهجية التعاون"، كما ذكرها حزب "العدالة والتنمية" المغربي، والتي جعلته لا يجد غضاضة في التحالف حتى مع حزب "شيوعي" هو "حزب التقدم والاشتراكية" يخالفه كثيرا التوجه الفكري والإيديولوجي.

بل إن الحزب المغربي الإسلامي ذهب بعيدا في التلميح والتصريح باختلاف التجربة المغربية عن نظيرتها في بلدان الربيع العربي التي شهدت ارتدادات على تجربة الإسلاميين وخاصة في ما يخص التجربة المصرية، حيث أكد نفس التقرير السياسي، أن "النجاح في تكوين الحكومة عبر تعديل حكومي هادئ وسلمي وبطريقة ديمقراطية، فوّت الفرصة على من سعوا إلى جر المغرب إلى ما شهدته دول أخرى من

[1] - Alain Frachon, Mohamed VI, vingt ans de singularité, Le monde, 28-29 Juillet 2019

[2] - أنظر التقرير السياسي المرفوع إلى دورة ديسمبر 2013 للمجلس الوطني للحزب، موقع الحزب www.pjd.ma

عودة للتوتر وعدم الاستقرار، كما أننا من جهتنا فضلنا عدم اللجوء إلى خيار الانتخابات السابقة لأوانها، لأن عواقبها تبقى مفتوحة على المجهول في مثل هذه الأحوال"[1]!

ولا يحتاج الكلام الآنف الذكر إلى كثير من التدقيق واستبيان ما بين سطوره لمعرفة الرسائل العديدة التي يوجهها حزب "العدالة والتنمية" للدولة المغربية من جهة، مفادها أن الإبقاء عليه في الحكومة يعني تفادي التوتر وعدم الاستقرار، ومن جهة أخرى للقوى الإقليمية والدولية، بأن قبوله باللعبة الديمقراطية ومقاسمته الحكم مع مختلف المشارب السياسية، حتى تلك التي تختلف مرجعياتُهم مع مرجعيته الإسلامية، هو أبرز سيمات تميزه عن تجربة "الإخوان" في مصر، وهي الطريقة الوحيدة التي تجعله لا يكون سببا في جر البلاد إلى "المجهول".

لكن ربما ما صدر عن قيادة حزب العدالة والتنمية راجع إلى اختلاف طبيعي لطبيعة ونوع الإسلام السياسي في المنطقة العربية، فهذا أحد الباحثين يرى أن التجارب الإسلامية والإسلاميين ليسوا شيئا واحدا حتى في فصيل مثل الإخوان المسلمين، فتجاربهم ووعي قياداتهم مختلف بين قُطر وقُطر وزمن وزمن؛ فمصر ونمط التفكير فيها، والسودان ونمط التفكير فيها، وتونس ونمط التفكير فيها، واليمن ونمط التفكير فيها.. كل ذلك ليس شيئا واحدا[2].

بيد أن هناك بالمقابل من ذهب إلى محاولة تفسير هذا اللبس أو الالتباس في خطاب الإسلاميين، بحيث مثّل "الربيع العربي" علامة بارزة أخرى في تاريخ الإخوان المسلمين والإسلام السياسي في الشرق الأوسط، بما في ذلك مصر، مهْد "الإخوان"؛ وإن نجاحهم الانتخابي منحهم القدرة على الوصول إلى السلطة في تونس ومصر وبطريقة غامضة أكثر في المغرب، بعد عقود من العمل في نسيج مجتمعاتهم، ومع إظهارهم اعتدالا كبيرا في الخطاب وتكييفه مع السياق الديمقراطي، ولكن بمجرد وصولهم إلى السلطة، واجه "الإخوان" حقيقة إدارة البلد وفشلوا في إثبات أنفسهم؛ علاوة على ذلك، سقطوا بسرعة في مصر وتونس، إما من خلال السلاح والضغط الشعبي، أو من خلال الضغط السياسي وصناديق الاقتراع[3].

ولذلك يبقى نجاح أو فشل حزب العدالة والتنمية المغربي (بعد سبع سنوات وهو يقود الحكومة) له أهمية حاسمة، لأنه إحدى الحالات القليلة في الشرق الأوسط التي حقق فيها حزب إسلامي وصوله إلى السلطة من خلال توافق سياسي ودون انتفاضات عنيفة، كما أنها الحكومة الإسلامية الوحيدة في العالم العربي منذ الإطاحة بالرئيس المرتبط بالإخوان المسلمين (مُرسي) في مصر وفقدان جماعة النهضة في تونس بعضا من بريقها، وبالتالي فإن طبيعة ونوعية العلاقة بين الملكية المغربية والجهات الفاعلة السياسية الأخرى من

---

[1]- أنظر التقرير السياسي المرفوع إلى دورة ديسمبر 2013 للمجلس الوطني للحزب، موقع الحزب www.pjd.ma

[2] – جاسم سلطان، أزمة التنظيمات الإسلامية (الإخوان نموذجا)، مرجع سابق، ص17

[3]- Hakim El Karoui, La fabrique de l'islamisme, Op cit, p30

جهة، وبين حزب العدالة والتنمية ذي التوجه الإسلامي المعتدل من ناحية أخرى يستحقان اهتمامًا كبيرًا في منطقة غير مستقرة"[1].

إنه الاهتمام الذي يستمر خاصة مع استمرار تبرؤ الحزب المغربي من الإخوان المسلمين، من خلال تضمين خطابات قياديي الحزب الإسلامي المغربي كل الرسائل الممكنة لإقناع من يهمه الأمر باختلافه عن باقي التجارب الإسلامية الأخرى في المنطقة، وفي ظل اشتداد الضغط على الحزب، محليا وإقليميا، ومع توالي الاتهامات الموجهة إليه بارتباطه بجماعة الإخوان المسلمين، التي توالت أيضا ضغوط بعض القوى الإقليمية –العربية تحديدا– عليها بل وإدراجها كمنظمة إرهابية، كان لا بد لـ"العدالة والتنمية" أن يرد ويبرئ ساحته، لا سيما من طرف زعيمه المثير للجدل، عبدالإله بنكيران، المعروف بقوة شخصيته وكاريزما يعترف له بهما خصومه قبل حلفائه.

هذا الضغط المتواصل على حزبه رد عليه بنكيران بنوع من الغضب بقوله في تصريح للقناة التلفزيونية الأمريكية "الحرة": "إن الحزب لا علاقة له بالإخوان المسلمين"، متسائلا باستنكار: "ألا يوجد أحد يمكن أن يصدق أن لا علاقة لنا بالإخوان؟"، ومردفا في ذات الحوار بقوله "علاقتنا بالإخوان المسلمين انتهت في 1981"، ثم أوضح بكثير من التدقيق: "نحن إسلاميون، ولكن بطريقتنا، نحن مغاربة قمنا بمسار خاص بنا وقمنا بمراجعات وتصحيحات، نحن حزب سياسي بمرجعية إسلامية. ليس عندي مشكلة مع الإخوان.. ولكن لسنا إخوانا ولا علاقة لنا بهم.. ولنا تجربتنا الخاصة بنا"[2].

ولعل التجربة التي يقصدها بنكيران هي انتماؤه شخصيا في سبعينيات القرن الماضي إلى حركة الشبيبة الإسلامية المعارِضة المسلحة التي كانت متأثرة بجماعة الإخوان المسلمين، وقد تم حظرها في سنة 1976 نتيجة معارضتها للنظام وتم حلها بعد ذلك، ثم أسس أعضاء سابقون في هذه الجمعية (الحركة)، من بينهم عبدالإله بنكيران، الجماعة الإسلامية في العام 1981، التي اعتمدت نهجا توافقيا تجاه النظام؛ وعلى مدى ثمانينيات القرن الماضي، أدانت الجماعة استخدام العنف وقبلت بشرعية الملك الدينية والسياسية وباتت مزمعة على ممارسة العمل السياسي الرسمي[3].

لكن مع كل تلك التبريرات وعناصر الاختلاف التي ما فتئ يقدمها "إخوان" المغرب –إذا صح لنا الوصف رغم التحفظ– فيمكن أن لا تكون كل تلك التوضيحات كافية لتمييز حزب "العدالة والتنمية" عن "الإخوان المسلمين"، والقول بأنهم مختلفون عنهم، على الأقل من باب كون قادة الحزب المغربي قبلوا تقاسم السلطة والحكم مع أحزاب متعددة المشارب، لأن العلاقة تظل قائمة بين الطرفين في إطار تقاسم نفس الإيديولوجية،

---

[1]- Abdellatif Hissouf, The Moroccan Monarchy and the Islam-oriented PJD: Pragmatic Cohabitation and the Need for Islamic Political Secularism, Op cit, p43

[2] - عبدالإله بنكيران، "الملك هو الحاكم الفعلي ولا علاقة لنا بالإخوان"، حوار مع قناة "الحرة" الأمريكية، نشر نصه الكامل على موقع القناة: https://arbne.ws/377cdcD، في 03 أكتوبر 2016، تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2019.

[3] - عادل عبد الغفار وبيل هيس، الأحزاب الإسلامية في شمال إفريقيا: تحليل مقارن بين المغرب وتونس ومصر، مركز بروكنجز، الدوحة، يوليو 2018، ص6

تماما كما هو الشأن بالنسبة لتجربة الإسلاميين في تركيا، حيث أن حزب "العدالة والتنمية" التركي الذي يعتبر الوحيد في منطقة الشرق الأوسط الذي يتواجد في السلطة منذ سنة 2002 وبدون أي تحالف سياسي، وهو الحزب الذي حتى ولو أنه ليس مرتبطا بشكل مباشر بجماعة الإخوان المسلمين، إلا أنه يشبه لـ"الإخوان"، لأنه يتقاسم معهم نفس الإيديولوجية المحافظة القائمة على الدين، والتي كانت مصدر إلهام قادته، وباعتبار أن أعضاء الحزب حتى ولو أنهم شخصيات غير دينية إلا أنهم يظهرون بمظهر غارق في التدين وهو ما يتشابه تماما مع أعضاء "الإخوان"، ومع كل ذلك نجد الحزب التركي يختلف في طابعه القومي القوي، وهذا ليس من سمات جماعة الإخوان المسلمين"[1].

ثم أليس هذا الإصرار المسترسل من طرف قادة حزب "العدالة والتنمية" المغربي على التركيز على المرجعية الدينية والرجوع والاستناد إلى الرموز والشخصيات الإسلامية يشبه تماما منهجية جماعة "الإخوان المسلمين" التي تستند لغتها –هي أيضا–إلى التراث الديني، وتميل إلى الاحتجاج بالنصوص المقدسة وتحتفي بالطقوس الخطابية وتستخدم لغة عاطفية قائمة على الترهيب والترغيب، وتحتفي بأدوات التوكيد وأساليب المبالغة التي تنسجم مع دعوى امتلاك الحقيقة، ونبرة اليقين التي تشيع في خطاب أعضائها[2]!؟

إنه موقف غامض لحزب يزعم ويصر على أن مرجعيته دينية، مع العلم أنه يعلم بكون مجال الدين في المغرب مكفول رعايته للملك بنص الدستور. ولعل هذا الغموض هو ما جعل الملك المغربي لا يتردد في التذكير سنتي 2012 و 2013، في خطابين رسميين، بـ"هيمنته" على إدارة الشأن الديني للمملكة، حيث كان لافتا تذكير الملك بذلك وبعد فترة وجيزة فقط من الانتصار الانتخابي لحزب العدالة والتنمية ووصوله إلى ترؤس الحكومة، فاستشهد خطاب العرش لعام 2013 بالمبادرات الملكية الهادفة إلى تقوية "الأمن الديني" للمملكة، للحفاظ على "هويتها الإسلامية" –وهي لغة تعكس رغبة النظام في القضاء على الإيديولوجيات المتطرفة وتأكيد رعاية الدولة لهوية دينية قائمة على منهج السُّنة والمذهب المالكي وبعض الطرق الصوفية– رغم أن الإصلاحات ذات الصلة قد بدأت قبل عقد من الزمن، ما يعني أن توقيت مثل هذه التصريحات يعكس أن النظام الملكي ربما اعتقد أن النجاح الانتخابي لحزب العدالة والتنمية قد يؤثر على دوره السيادي في المجال الديني، فكان ذلك سببًا كافيًا للتذكير بسيادة القصر على الشأن الديني[3].

فإلى أي حد حافظ الحزب على بريقه "الديني"، من حيث المرجعية، وهو يمارس السلطة؟

رابعا: تأثير ممارسة الحكم على المرجعية الإسلامية لدى حزب العدالة والتنمية

إن ممارسة الحُكم ليست هي ممارسة دور المعارِض للحكومة، فالأُولى تكون مرهونة بكثير من الضوابط والمحددات والإكراهات التي تجعل الساسة مكبلين، ليس فقط بواجب التحفظ المطلوب في خطاب الحاكم وصاحب السلطة إلى الرأي العام، بل وحتى بالتضحية أحيانا بالمصلحة الحزبية الضيقة في مقابل الحرص

[1]- Hakim El Karoui, La fabrique de l'islamisme, Op cit, p35

[2] – عماد عبداللطيف، الخطابة السياسية في العصر الحديث، مرجع سابق، ص21

[3] – Sarah J. Feuer, Ph.D, Action and Reaction: Royal Rhetoric Responds to the PJD, RICE UNIVERSITY'S BAKER INSTITUTE FOR PUBLIC POLICY, ISSUE BRIEF, Houston, 05.25.2018, p3

على مصلحة الأوطان، ومن هنا قد يحدث أن تذوب الإيديولوجية الحزبية في بوتقة السعي إلى الحفاظ على الوحدة الوطنية، فلا تصبح المرجعيات الحزبية ذات الأولوية المثلى، بقدر ما تكون المصلحة العامة هي الدافع والمحرك الأساسي للأحزاب للتدافع بينها من أجل خدمة الوطن، أو على الأقل هكذا ينبغي أن يكون المشهد العام والبديهي.

لكن عندما يتعلق الأمر بإيديولوجية أو مرجعية إسلامية، اعتُبرت الورقةَ الرابحة (جوكر) وقادت حزبا إلى الحُكم وبأغلبية كاسحة من المقاعد البرلمانية، بعدما اقتنع الناخبون بصدقية خطابهم الذي نهل من الدين الكثيرَ من الشعارات والقيم الدالة على محاربة الفساد وتحقيق العدالة الاجتماعية، هنا نكون أمام محك حقيقي لمدى قدرة الحزب الحاكم على الحفاظ على قيمه ومبادئه الحزبية (الدينية) التي خاطب بها الناس في حملاته الانتخابية؛ فإلى أي حد حافظ حزب العدالة والتنمية على صفاء مرجعيته أو بالأحرى على الطبيعة الدينية/الإسلامية لمرجعيته التي تميزه عن غيره من باقي الأحزاب المغربية الأخرى؟

السؤال يحيلنا، من أجل محاولة إيجاد إجابات عنه، على قرارات وتصرفات صدرت عن الحزب وقياداته، إما من خلال إدارتهم للشأن العام، أو على مستوى أفعال فردية وشخصية صدرت عن قيادات وأثارت نقاشا واسعا لدى الرأي العام الوطني، بل أخرجت القيادة الحزبية عن صمتها وتحفظها لتنفي عن حزبها الصفة الدينية بكثير من الصرامة، لاسيما عندما وجد الحزب نفسه أمام نقاش عام يهم الحريات الفردية التي لها تحفظاتها الخاصة عليها، ولكن مع ذلك كان من اللازم عليه أن يدافع عن نفسه، على الأقل من باب "أخف الأضرار"، فالقضية في الأول والأخير تتعلق بقبول اللعبة السياسية ككل، ومن منطلق المصلحة الوطنية التي تتجاوز التقوقع والانزواء الحزبي المحافظ.

يمكن اعتبار أولى الخرجات الإعلامية المثيرة الصادرة عن الحزب والتي كانت بمثابة رسالة طمأنة مقصودة للقوى الداخلية والخارجية، هي تلك التي جاءت عشية انتخابات نوفمبر 2011 التشريعية، التي كان حزب العدالة والتنمية مرجحا للفوز بها بقوة، عندما قال الأمين العام للحزب حينئذ، عبدالإله بنكيران في حوار صحفي مطول: "إني لا أعتقد بأن هناك تياراً دينياً في السياسة بما في ذلك حزب العدالة والتنمية، لو كُنا تيارا دينيا، فينبغي علينا اعتماد أحكام شرعية كبرنامج، ليس هناك أحد اليوم "دينياً" بهذا المعنى مائة بالمائة، ولا أحد كذلك علمانياً مائة بالمائة.. لكن يُحسب لنا أننا أول تيار في العالم الإسلامي الذي أطلق عبارة "المرجعية الإسلامية"، هذه العبارة بالنسبة لنا بمثابة ميزان لقياس الأشياء"[1]. ويبدو أن حديث بنكيران هنا لم يقنع كثيرين واستمر الغموض يراود فئة واسعة من منتقدي حزبه، وهو ما تجلى في تزايد الهجوم عليه لحد اتهامه بممارسة ما يسمى فِقهيا "التقية"[2].

[1] - أنظر حوار بنكيران مع صحيفة "المشعل" (01 أكتوبر 2011)، مرجع سابق.

[2] - التقية من الفعل العربي يتقي، أي يخشى كما يقول المثل العربي على سبيل المثال (اتق شر من أحسنت إليه)، والتقية كمصطلح ديني هي إخفاء معتقَد ما خشية الضرر المادي أو المعنوي. وأهل السنة والجماعة والاثنا عشرية متفقين على مسألة التقية ولكن الخلاف في معناها واستخدامها. أنظر: (http://bit.ly/31MpINU).

إصرار بنكيران على مزيد من التوضيح سيستمر بعدما أعفاه الملك من منصب رئيس الحكومة، ونصّب خلفا له زميلَه في الحزب سعد الدين العثماني في 2017، حيث خرج بنكيران بعد عامين من ذلك بتصريحات أكثر جلاء وهو يوضح للرأي العام موقف الحزب من كثير من أمور جرّت الانتقادات عليهم، وأول ما حاول رفع اللبس حوله من جديد هو المسألة الدينية، حين أكد أن "المجال الديني في المغرب منظم بالقانون وله رئيس هو أمير المؤمنين[1]، ورئيس الحكومة يمكن أن ينبه إلى بعض الأمور، لكن هذا مجال محفوظ لجلالة الملك، مثل وزارة الخارجية أو أكثر"[2].

بل إن رئيس الحكومة "الإسلامية" السابق سيذهب إلى أبعد من ذلك وهو يضع النقط على الحروف في ما بين ما هو "شرعي" (بمقتضى الدين) و"ممنوع" (بمقتضى القانون)، حيث أكد على "ضرورة الفصل بين الشؤون الدينية والممارسة السياسية والتفريق بين ما هو حرام وما هو ممنوع، حتى في الأمور التي تسببت في إحراج للحزب، مثل فرض الزكاة، وبيع المشروبات الكحولية"، وقال "إن حزبه هو حزب سياسي وليس جماعة دينية، وإن تدبير العمل الحكومي يتطلب النباهة والجرأة"، في إشارة إلى تخلي تنظيمه السياسي عن عدد من الشعارات والمواقف الإسلامية التي كان يتبناها، وزاد موضحا أن "الخمر محرم في الإسلام، لكن منعه هو قرار مكفول للدولة والرسول لم يكن يحد شارب الخمر، والشيء نفسه بالنسبة لأبي بكر الصديق، حيث أن الخمر في الإسلام كان موجوداً دائماً، وحتى اليوم فهو غير ممنوع، ولكن الممنوع هو السكر العلني"[3].

إن حديث بنكيران هنا يفيد أنه وحزبه لم يأتيا إلى الحُكم لمنازعة رئيس الدولة، لاسيما في تدبير الشأن الديني المكفول له بحكم الدستور، مما يفيد، بالمقابل، أنهم كانوا أكثر براغماتية وهم يتخلون عن "الشعار"/المرجعية طواعية لفائدة الملك، بمبرر أن هناك مجالات أخرى ذات أهمية قصوى بالنسبة للمواطن اجتماعية واقتصادية يجب الاهتمام بها، وهي صلب برنامجهم الانتخابي وتعاقدهم مع الناخبين.

وتأسيسا على ذلك فإن "المرجعية الإسلامية" لدى الحزب تصبح، بهذا المفهوم، لا تعني "المرجعية الدينية"، على الأقل كما نفهمُها من خلال حديث زعيم الحزب عبدالإله بنكيران، الذي قاد أول تجربة حكومية لـ"إخوانه" الإسلاميين، بداية من سنة 2012، وكاد أن يقود الحكومة لولاية جديدة في العام 2016 لولا تعثر نقاشاته مع باقي الأحزاب لأزيد من ستة أشهرٍ ما اضطر الملك إلى تبديله بزميله في الحزب سعدالدين العثماني، وإنما المقصود بهذه "المرجعية الإسلامية" هو مجموعة من القواعد المرتبطة بالدين الإسلامي التي يتخذ منها الحزب أساسا ومبادئ تؤطر عمله السياسي وقابلة لإعادة النظر فيها طبقا للظروف المحيطة محليا وإقليميا؛ ولعل ذلك ما جعل الحزب لا يتردد خلال السنة الثانية من إدارته للشأن العام، في سنة

[1] – ينص الفصل 41 من الدستور المغربي على أن "الملك أمير المؤمنين وحامي حِمى الملة والدين، والضامن لحرية ممارسة الشؤون الدينية. يرأس الملك، أمير المؤمنين، المجلس العلمي الاعلى الذي يتولى دراسة القضايا التي يعرضها عليه. ويعتبر المجلس الجهة الوحيدة المؤهلة لإصدار الفتاوى التي تُعتمد رسميا، في شأن المسائل المحالة عليه، استنادا إلى مبادئ وأحكام الدين الإسلامي الحنيف ومقاصده السمحة".

[2] – عبدالإله بنكيران، "حزب العدالة والتنمية ليس سوى حزب يسيّر الحكومة وليس البلاد"، "القدس العربي"، عدد 22 مايو 2019

[3] – عبدالإله بنكيران، نفس المرجع.

2013 وهي السنة التي عرفت الإطاحة بالرئيس الإسلامي في مصر محمد مرسي وما تلا ذلك من رفض بعض القوى الإقليمية للتجربة الإسلامية، بأن يصدر أكثر من رسالة وفي اتجاهات مختلفة بأنه حزب كباقي الأحزاب، يتعاون مع الجميع ويحترم المؤسسات الدستورية الوطنية.

مثل هذا التوضيح سنجده في التقرير السياسي للحزب المرفوع لمجلسه الوطني المجتمع في ديسمبر 2013، عندما أكد "أن أي قراءة موضوعية لتطور حزبنا سياسيا وحكوميا طيلة السنة الجارية، تستلزم استحضار هذا السياق المتسم بالاضطراب الشديد، كما تستوجب التقدير الصحيح لتمكن المغرب (..) من صيانة نجاح النموذج السياسي في زمن الهزات المتتالية في عدد من دول الربيع الديمقراطي، وذلك بترسيخ منهجية التعاون بين المؤسسات الدستورية لمصلحة العباد والبلاد"[1]. فبعدما يشير الحزب إلى ما سماها "الهزات" الإقليمية، والمقصود بالخصوص ما جرى في مصر تلك السنة، فإنه ينوه إلى "النموذج السياسي" المغربي القائم على التعاون وليس الإقصاء بين مؤسساته، في إشارة ضمنية إلى اختلاف الأوضاع ما بين المغرب وبين مصر وباقي الدول العربية في ما يخص تجربة الإسلاميين.

إنها التجربة التي جعلت "المغرب كما كان استثنائيا في تعامله مع الربيع العربي، كان استثنائيا كذلك في تعامله مع الخريف العربي بحيث لم تشهد البلاد حركة "تمرد" (حركة جمع التوقيعات الشعبية تمهيدا للإطاحة بالرئيس المصري محمد مرسي) كما حلم بذلك بعض المعارضين، ولم تسقط حكومة بنكيران"[2]. وقد يكون حديث بنكيران هنا عن "الاستثناء" إيحاء بمدى ليونة حزبه وتأقلمه مع الأوضاع، ما ساهم في تجنب المغرب هزاتٍ على غرار ما وقع ببلدان أخرى.

لكن بالمقابل وبعد سبع سنوات من حكمهم وترؤسهم أكثر من حكومة يجد قادة حزب العدالة والتنمية اليوم أنفسهم أمام مأزق عدم القدرة على الجواب عن السؤال العريض المؤرق التالي: ماذا حقق الحزب للمغاربة، في وقت خرج فيه ملك البلاد في خطاب ذكرى وصوله إلى الحكم (30 يوليو 2019) باعتراف صريح يقر بفشل النموذج التنموي المغربي، وحَث الحكومة على الانكباب والبحث عن نموذج بديل يكون ناجعا؟ هاهنا ستتحمل الحكومة الائتلافية (التي يقودها الحزب) "مسؤولية الفشل في حل مجموعة من قضايا التنمية السياسية والاقتصادية بالمغرب، حيث يبدو أن استراتيجية نزع الشرعية عن المعارضة هي قيد الاستخدام من طرف النظام"، وفق ما ذهب إلى ذلك أحد الباحثين، الذي وصف الدور السلبي الذي قام به هذا الحزب في ثورات "الربيع العربي" من خلال دعوة شبابه إلى عدم دعم حركة 20 فبراير بـ"العميل الكابح" للانتفاضات العربية بالنسبة للسلطة بالمغرب[3].

ومثل هذه الاتهامات لم يعرها الحزب الإسلامي الحاكم الاهتمام اللازم، بقدر ما واصل الإصرار فقط على توضيح اختلاف مرجعيته عن باقي المرجعيات الإسلامية الأخرى في المنطقة، ولعل ذلك سيبدو أكثر جلاء

---

[1] – أنظر التقرير السياسي المرفوع إلى دورة ديسمبر 2013 للمجلس الوطني للحزب، موقع الحزب www.pjd.ma

[2] – محمد يتيم، ليس دفاعا عن حزب العدالة والتنمية، مرجع سابق.

[3]- Mohamed Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Op cit.

من خلال تصريحات قيادات حزبية أو من خلال مواقف وتصرفات صادرة عنهم، وقد كانت تصريحات كثير من القيادات الحزبية أكثر وضوحا بداية سنة 2019 عندما انتشرت صور بدون حجاب إسلامي (غطاء رأس المرأة) للنائبة البرلمانية والقيادية في حزب العدالة والتنمية آمنة ماء العينين، وهي تتجول في شوارع باريس، وقتها تلقت النائبة عن الحزب سلسلة انتقادات لاذعة من نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي ومن المتتبعين والخصوم السياسيين، واتهم هؤلاء الحزبَ الحاكم وأعضاءَه بالازدواجية في الخطاب السياسي، لاسيما أن القيادية في الحزب "ماء العينين" نالت مقعدها النيابي وهي امرأة محتجبة، ولربما على هذا الأساس وضع الناخبون ثقتهم فيها، لتخرج بتصريحاتها اللاحقة على الضجة التي أحدثتها صورها وهي بدون حجاب وتؤكد أن ذلك يعتبر حرية شخصية ولا علاقة لها بعملها النيابي أو السياسي.

هذا الموقف الصادر عن النائبة "آمنة ماء العينين" جعل حتى أعضاء حزبها منقسمين، ما بين مؤيد لِما أقدمت عليه، وما بين رافض له جملة وتفصيلا واعتبارها مخطئة. وليس هناك رد أكثر قسوة مِن أن يكون صادرا عن امرأة مثلها وزميلتها في الحزب كوزيرة الأسرة والتضامن السابقة بسيمة الحقاوي، التي لم تجد حرجا في مخاطبتها بقولها إنها "كانت تتمنى أن تمتلك "ماء العينين" الشجاعة وتتصرف على سجيتها بدون ازدواجية في المواقف"[1]. لكن الزعيم بنكيران حاول إرجاع الأمر بالنسبة للنائبة ماء العينين إلى علاقة هذه الأخيرة بخالقها وليس إلى الحزب، عندما أكد أن "ما حدث كان قرارا شخصيا، والمفروض أن تعود الأمور إلى نصابها، خصوصا وأن الحجاب مسألة بين الله والإنسان، وليس مشكلا قانونيا"[2]؛ ويبدو جليا من خلال تعليق القيادتين البارزتين في الحزب الإسلامي أن القضية هي مسألة شخصية تخص صاحبها فقط، وتكمن في كون ما أقدمت عليه زميلتهما كان يقتضي منها مكاشفة الرأي العام ومصارحته بأنها أخطأت أو أنها راجعت الأفكار التي تؤمن بها، لا الدفاع عن ذلك من منطلق الحريات الشخصية، وهي المنتمية لحزب ذي مرجعية إسلامية، كما يزعم، ووصلت إلى البرلمان انطلاقا من حملها لإيديولوجيته وظهورها بلباسها المحافظ الدال على ذلك.

وفي خضم هذا السجال الواسع الذي خلفه على الساحة السياسية نزْع البرلمانية في الحزب لحجابها خارج المغرب وارتدائه بالداخل، ظهر صوت من داخل الحزب نحسب أنه كان أكثر جرأة وصراحة في التوصيف والتعليق على هذه الرجة التي طالت مرجعية الحزب الإسلامي الذي يقود الحكومة بالمغرب منذ سنة 2012؛ إنه القيادي والوزير السابق إدريس الأزمي الإدريسي رئيس المجلس الوطني للحزب(بمثابة برلمان حزبي)، الذي قال في كلمة له خلال الجلسة الافتتاحية للمجلس الوطني للحزب بمدينة سلا يوم 12 يناير 2019، "إن الحزب لا يعتبر نفسه وصيا على الإسلام، ومجال اشتغاله هو المجال السياسي، والانتماء إليه انتماء سياسي على أساس المواطنة"، وأردف "أن اجتهادات الحزب هي اجتهادات بشرية قابلة للصواب

[1] – بسيمة الحقاوي، "يا ريت لو تملك ماء العينين الشجاعة الكافية لتكون بدون هوية مزدوجة"، جريدة "أخبار اليوم"، عدد 15 يونيو 2019

[2] – عبدالإله بنكيران، "الحجاب ليس قميصا للعمل (tenue de Travail) وأمينة أخطأت في تدبير قضيتها وليس كلنا صادقين ومستقيمين"، صحيفة "أخبار اليوم"، عدد 14 يناير 2019.

والخطأ، كما أن انطلاق الحزب من المرجعية الإسلامية لا يعني تميزا عن أي طرف سياسي"، مشيرا "إلى أن اختيار الحزب أن يكون الإسلام مرجعيته يعد اختيارا أصيلا كذلك للدولة وللمجتمع، كما أن انطلاق الحزب من المرجعية الإسلامية وثوابت الأمة الجامعة يعني الانتصار للخيار الديمقراطي"[1].

والخيار الديمقراطي ليس هو إلا الاعتراف والإقرار بلائحة طويلة من الحقوق والحريات الواجب أن يتمتع بها المواطن، وهو الاختبار الصعب الذي واجه حزب العدالة والتنمية منذ صعوده في العام 2011 على غرار باقي الأحزاب المشابهة في المنطقة، وطُرحت بشأن ذلك، بل ومنذ زمن طويل، فرضية أن الإسلاميين وهم في السلطة سوف "يخففون" من مواقفهم المتشددة في قضايا مثل المساواة بين الجنسين، والدين في الحياة العامة، والحقوق الفردية"[2].

إنه الخيار الديمقراطي الذي يبدو أن ثمنه سيكون باهظا بالنسبة لحزب العدالة والتنمية الحاكم منذ أزيد من سبع سنوات، لاسيما بعد تزايد التراجعات الحقوقية للدولة المغربية، خاصة في السنتين الأخيرتين، حيث تميزت هذه الفترة باعتقالات واسعة، شملت العشرات من نشطاء ما يسمى "حراك الريف"، وتمت محاكمتهم بأحكام قاسية وصلت إلى 20 سنة سجنا نافذا، كما تميزت بمتابعة صحافيين من أبرزهم الصحافي توفيق بوعشرين مدير ومؤسس صحيفة "أخبار اليوم" اليومية، وتمت متابعته بتهم مثيرة كالإتجار في البشر والاغتصاب، وهي التهم التي أرجعتها منظمات حقوقية محلية ودولية إلى رغبة السلطة في الانتقام من الصحافي الذي كان معروفا بافتتاحياته النارية المنتقدة للسلطات المغربية.

إن قمع الدولة (هذا)، على الرغم من عدم اعتماده من قِبل الحكومة التي يقودها حزب العدالة والتنمية، وإنما من قبل وزارة الداخلية التي يسيطر عليها القصر الملكي، إلا أنه مع ذلك يهدد شعبية حزب العدالة والتنمية بل يضعه في موقع الشريك في القمع[3]. ويبدو أن استمرار ترؤس حزب العدالة والتنمية لولايتين تشريعيتين (منذ العام 2012) وتشكيل الحكومة لأكثر من مرتين، وهذا يعتبر سابقة في التاريخ السياسي المغربي، يُظهر إلى أي حد استطاع الحزب أن يتعايش مع النظام الملكي المغربي، وهذا بالأساس راجع إلى استعداد الحزب المبدئي لعدم منازعة الملك في بعض سلطاته، رغم كل ما جاء به دستور 2011 من صلاحيات تنفيذية واسعة، وهذا أمر ظل مثار جدل وانتقاد للمتتبعين.

ولعل ذلك يتماشى مع الواقع المغربي، حيث تعتمد المشاركة السياسية في المغرب على قبول أن الملكية هي التي تشكل السياسات الكبرى، وقد ظل حزب العدالة والتنمية مخلصًا للنظام الملكي ولسلطاته التنفيذية، ومع ذلك، وحتى وإنْ كان الحزب يحجم عن انتقاد الملك، إلّا أنه كثيراً ما فعل بنكيران ذلك في خطاباته تحت

[1] – إدريس الأزمي الإدريسي، "العدالة والتنمية لا يعتبر نفسه وصيا على الإسلام"، موقع الحزب على الرابط: http://bit.ly/373kYEM في 12 يناير 2019، تمت الزيارة في 22 سبتمبر 2019.

[2]- Sarah J. Feuer, Ph.D, Action and Reaction: Royal Rhetoric Responds to the PJD, Op cit, p4

[3]- Mohamed Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Op cit.

حيلة ما يطلِق عليه "الأشباح"، و"التماسيح" والإشارة هنا إلى قوة "المخزن"(أو الدولة العميقة) غير المرئية التي ظلت تجابه الحزب الحاكم[1].

لكن مهما بلغ حجم الانتقاد الذي يوجّهه حزب العدالة والتنمية، وإن بطريقة غير مباشرة، للنظام السياسي الذي قبل التعايش معه، إلا أن ذلك لا يلغي، من جهة أولى، قبوله الدخول في اللعبة السياسية بالشروط القائمة، والتي أبرزها إبقاء مفاتيح السياسات الكبرى للبلاد بيد القصر، ومن جهة ثانية –ولعل هذا هو المقابل– استمرار الحزب في رفع يافطة أو ورقة المرجعية الدينية، كخاصية أكسبته الكثير من الامتيازات، على رأسها كسب الأصوات الانتخابية، بيد أنه "في مجتمع جميع ساكنته تقريبًا هم مسلمون، سيكون من المفيد حقًا لحزب العدالة والتنمية التوقف عن استخدام الدين لتعزيز أجندته السياسية، كما يجب عليه أن يحدد بوضوح الخط الفاصل بين الدين والسياسة في المغرب، لأنه لا يجب تبرير النجاحات السياسية أو الإخفاقات بالدين أو التقوى"[2]. لكن وبالرغم من كل ما قد يبديه قادة حزب العدالة والتنمية من معارضة للقصر الملكي في بعض القضايا، بحيث وإن كان ليبراليا في الاقتصاد ومحافظا للغاية في القضايا الاجتماعية، فإنه يقود وأحيانًا يفوز في معارك تهدف إلى إبطاء، إن لم يكن ضد، مبادرات "المخزن": حقوق المرأة، مكانة اللغة العربية في التعليم، مدونة الأسرة (التي عصْرنها الملك أكثر)، لكن مع ذلك، هناك من يتحدث عن أن القصر استطاع وبدقة إضعاف إسلاميي العدالة والتنمية؛ إنها جاذبية المناصب والوظائف التي سمحت لهم بالظهور بالألبسة الفاخرة ويصبحوا "مخزنيين" منسجمين[3].

خاتمة:

في هذه الورقة حاولنا بتكثيف واختصار شديدين مقاربة الخطاب السياسي عند قيادات حزب العدالة والتنمية، باعتبارهم ينتمون لمنظمة سياسية وصلت إلى إدارة الشأن العام بالبلاد لولايتين تشريعيتين متتاليتين في سابقة من نوعها بالمغرب؛ إلا أن ما كان ملفتا للمتبعين للشأن السياسي المحلي والإقليمي والدولي، هو هذا التأقلم لحد التماهي مع النظام السياسي رغم أن الحزب يحمل مرجعية دينية وما يزال يصر على تبنيها، رغم أن أزيد من سبع سنوات من إدارته للحكومة لم يظهر فيها للرأي العام ما يفيد أن السياسات العمومية تحمل طابعا إسلاميا.

ولقد حاولنا القيام ببعض الجرد لأوراق ومقررات حزبية وتصريحات وخطابات لقيادات من الحزب توضح إلى أي مدى هم متشبثون بالمرجعية الدينية، ومدى تأثير هذه المرجعية على عملهم السياسي، لنقف عند وقائع أظهرت الحزب وقادته، أحيانا، في موقف المشكك في طبيعة المرجعية وبأنه ربما يُحمّلها البعض أكثر مما تحتمل، باعتبارها مجرد مرجعية ذات حمولة سياسية لا تستوجب العمل بها عند وصول حامليها

[1]- Abdellatif Hissouf, The Moroccan Monarchy and the Islam-oriented PJD: Pragmatic Cohabitation and the Need for Islamic Political Secularism, Op cit, p50

[2]- Abdellatif Hissouf, Ibid, p54

[3] - Alain Frachon, Mohamed VI, vingt ans de singularité, Le monde, 28-29 Juillet 2019

إلى الحُكم، تماما كما هي الليبرالية أو الاشتراكية، حيث شهد المغرب حُكم ليبيراليين كانوا أكثر من الاشتراكيين في إدارتهم للشأن العمومي، والعكس صحيح بالنسبة لحكم الاشتراكيين.

وأحيانا أخرى بدا قياديو الحزب في موقف التبرير المبالغ فيه بكونهم يختلفون جذريا عن باقي تجارب الإسلام السياسي في المنطقة ولاسيما "الإخوان المسلمين"، إلى درجة اتهامهم من قبل البعض بأن جاذبية السلطة جعلتهم مستعدين للتنازل مبدئيا عن مرجعيتهم المثيرة للجدل، مقابل الإبقاء على "ثقة" القصر فيهم. ولعل ذلك ما ترجمته تصريحات كثير من قياداتهم المادحة للعلاقة التي تجمعهم بالقصر الملكي، وبإقرارهم بصريح العبارات بسيادة الملك على المجال الديني باعتباره "أمير المؤمنين"، وباعترافهم بأنهم ليسوا جماعة دينية، ولكنهم حزب سياسي جاء ليمارس السياسة ويدير السياسات العمومية حتى ولو تعلق الأمر ببيع الخمور ما دام يخضع للقانون بحسبهم.

وقفنا أيضا خلال تحليلنا هذا الموجز –الذي رأينا أنه يحتاج منا لدراسة أشمل نرجو أن تكون قريبا– عند موقف ذي رمزية خاصة تحول إلى أزمة داخلية للحزب، عندما تفجرت قضية واحدة من القيادات والنائبة المعروفة، آمنة ماء العينين، بعدما انتشرت صورٌ لها وهي في فرنسا متخلية عن "الحجاب" المعروفة به نساء الحزب والذي يرمز للمحافظة والتدين، وفق أبجديات الحزب، حينها ارتفعت أصوات من داخل نفس البيت الحزبي تنتقد ما سمتها "ازدواجية" في تصرفات النائبة البرلمانية، عدا عن الأصوات المنتقدة من خارج الحزب، والتي لم يتردد البعض في إسقاط صفة "الازدواجية" على الحزب برمته، خاصة بعدما اتضح تخليه عن كل ما يمت للمرجعية الدينية من صلة، وهو يدير أكثر من حكومة، بعكس ما رفعه أثناء الحملات الانتخابية، وبعكس ما علق عليه "الربيع الديمقراطي" المغربي من آمال منذ اكتساحه للانتخابات في سنة 2011.. هنا لم يجد أحد الباحثين من بد غير وصف الحزب بأنه كان "العميل الكابح" لاحتجاجات الربيع العربي (النسخة المغربية) للنظام الملكي.

المراجع باللغة العربية

كتب:

1– سلطان جاسم، أزمة التنظيمات الإسلامية (الإخوان نموذجا)، الطبعة الثانية، لبنان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر،2015.

2– عبد الغفار عادل وهيس بيل، الأحزاب الإسلامية في شمال إفريقيا: تحليل مقارن بين المغرب وتونس ومصر، مركز بروكنجز، قطر، يوليو 2018.

3– عبداللطيف عماد، الخطابة السياسية في العصر الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة–مصر، دار العين للنشر، 2015.

صحف ومجلات:

1– بسيمة الحقاوي، "حبذا لو تملك ماء العينين الشجاعة الكافية لتكون بدون هوية مزدوجة"، جريدة "أخبار اليوم"، عدد 15 يونيو2019.

2- سعد الدين العثماني، "لن نلوي عنق مرجعيتنا لتتلائم مع أهواء الناس.. ولن نحابي أحدا"، جريدة "أخبار اليوم" اليومية، عدد الاثنين 28 يناير 2019.

3- عبدالإله بنكيران، "الحجاب ليس قميصا للعمل (tenue de Travail) وأمينة أخطأت في تدبير قضيتها وليس كلنا صادقين ومستقيمين"، صحيفة "أخبار اليوم" اليومية، عدد 14 يناير 2019.

4- عبدالإله بنكيران، "حزب العدالة والتنمية ليس سوى حزب يسيّر الحكومة وليس البلاد"، صحيفة "القدس العربي"، عدد 22 مايو 2019

5- عبدالإله بنكيران، "لن نصمت إذا ما تم التدخل في الانتخابات أو إذا هوجم حزبنا تحت أي ضغط"، حوار مع الصحيفة الأسبوعية "المشعل" أعيد نشره على موقع الحزب (01 أكتوبر 2011) على الرابط: http://bit.ly/2OEEFML

6- عبدالإله بنكيران، "هذا ما قاله بنكيران لماء العينين عن صورها الباريسية"، جريدة "الأخبار" اليومية، عدد 9 يناير 2019.

مواقع إلكترونية:

1- إدريس الأزمي الإدريسي، "العدالة والتنمية لا يعتبر نفسه وصيا على الإسلام"، موقع الحزب على الرابط: http://bit.ly/373kYEM في 12 يناير 2019، تمت الزيارة في 22 سبتمبر 2019.

2- عقيل الخطيب، إشكالية الاسم والمسمى داخل العمل السياسي للأحزاب ذات المرجعية الإسلامية، مركز الدراسات الاستراتيجية والدبلوماسية، على الرابط: http://bit.ly/2SutqYs، في 01 مارس 2019، تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2019.

3- لبنى الفلاح، "عكس تصريحات بن كيران.. المقرئ أبو زيد يستغل الدين في السياسة" (مقال وفيديو)، على الرابط: http://bit.ly/38bjaee تمت الزيارة في 22 أكتوبر 2019.

4- عبدالإله بنكيران، "الملك هو الحاكم الفعلي ولا علاقة لنا بالإخوان"، حوار مع قناة "الحرة" الأمريكية، نشر نصه الكامل على موقع القناة: https://arbne.ws/377cdcD، في 03 أكتوبر 2016، تمت الزيارة في 10 سبتمبر 2019.

5- خطاب مصور لعبد الإله بنكيران أمام مؤتمر "شبيبة العدالة والتنمية" نشر على القناة الرسمية في يوتوب لحركة "التوحيد والإصلاح" (الجناح الدعوي للحزب) http://bit.ly/2HixZjv بتاريخ 14 أغسطس 2014، تمت الزيارة في 2 أكتوبر 2019.

6- عبدالإله بنكيران، "لا ننتمي إلى الإخوان ولسنا تيارا دينيا"، حوار مع قناة "الحرة" الأمريكية، منشور في 08 أغسطس 2014 على موقع القناة على الرابط: https://arbne.ws/37auExg

7- اسم الكاتب غير متوفر، "بنكيران وبن تيمية"، موقع جريدة "النهار المغربية" على الرابط: http://bit.ly/2H3BbPG في 9 سبتمبر 2016، تمت الزيارة في 14 سبتمبر 2019

7– تعريف مصطلح "المخزن"، موقع الموسوعة العالمية "ويكيبيديا" على الرابط المختصر: http://bit.ly/39gcFab، تمت الزيارة في 4 نوفمبر 2019

8– تعريف "حركة 20 فبراير"، تقرير على شبكة "بي بي سي"، https://bbc.in/2OAMiUA (الاطلاع في 20 أكتوبر 2019).

9– عبدالعلي حامي الدين، "المخزن في المغرب يتجدّد ولا يتغيّر"، صحيفة "الأخبار" اللبنانية، http://bit.ly/2Hc2M0Z

10– منشورات ووثائق محملة من موقع الحزب الرسمي (www.pjd.ma)

11– وثيقة تعرف مرجعية حزب "الاستقلال" المغربي محملة من موقع الحزب الرسمي: https://www.istiqlal.info

12– محمد يتيم، "ليس دفاعا عن العدالة والتنمية.. ولكن عن المغرب ومصلحته العليا"، نشر على موقع الحزب على الرابط: http://bit.ly/39gBtif، تمت الزيارة في 15/10/2019

وثائق ومقررات حزبية:

1– أطروحة المؤتمر الوطني السابع للحزب (سنة 2012) منشورة على موقعه: www.pjd.ma.

2– التقرير السياسي المرفوع إلى دورة ديسمبر 2013 للمجلس الوطني للحزب، محمل من موقع الحزب www.pjd.ma

3– دستور المملكة المغربية (2011)

4– ميثاق حركة "التوحيد والإصلاح" (الجناح الدعوي للحزب)، منشورات الحركة، شمس برينت، الرباط، 2019.

المرجع باللغة الأجنبية:

1- Abdellatif Hissouf, The Moroccan Monarchy and the Islam-oriented PJD: Pragmatic Cohabitation and the Need for Islamic Political Secularism, All Azimuth V5, N1, Jan 2016.

2- Alain Frachon, Mohamed VI, vingt ans de singularité, Le monde, 28-29 Juillet 2019.

3- Hakim El Karoui, La fabrique de l'islamisme, Institut MONTAIGNE, France, Version Abrégée Septembre 2018.

4- Mohamed Daadaou, Islamism and the State in Morocco, Current Trends in Islamist Ideology, At http://bit.ly/31GFYjt , April 29, 2016.

أثـر استخدام التكنولوجيا في اللافتات الاشهارية على اللغة العربية
دراسة تحليلية على عينة من لافتات المحلات التجارية بالجزائر

The effect of using technology in advertising banners on the Arabic language
An analytical study on a sample of the signage of shops in Algeria

د. نجاة علمي

جامعة محمد خيضر–بسكرة(الجزائر)

ملخص

هدفت هذه الدراسة للبحث في واقع اللغة العربية في لاقتات المحلات التجارية نتيجة استخدام التكنولوجيا، حيث يعد البحث في هذا المجال من الأولويات التي تحتم البحث في العوامل التي أدت الى التدني في توظيف اللغة العربية، وضرورة الوقوف على دراسة هذه الإشكاليات على كل المستويات، الثقافية، الاجتماعية، القانونية، والعلمية. ووظفت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لعينة عشوائية من لافتات المحلات التجارية بالجزائر من اجل الوقوف على انماط واشكال التدني في استخدام اللغة العربية، وتعتبر الباحثة أن هذه المسألة مرتبطة إلى حد ما بالجانب التكنولوجي والانجازات التقنية التي الحديثة والمستحدثة باستمرار، فرغم ما وفرته من مزايا إلا أنه يؤثر على تكوين الأفراد والمجتمعات وأساليب التعبير الثقافية والتي تتغير في اتجاه ارتباط متبادل، مما يشكل رهانات وتحديات تقع على عاتق المؤسسات الرسمية في حماية اللغة العربية من التشويه أو الضمور.

الكلمات المفتاحية: اللغة العربية، التكنولوجيا، اللافتات الاشهارية.

Abstract

This study aimed to search in the reality of the Arabic language in the commercial shops' meeting as a result of the use of technology, as research in this field is one of the priorities that necessitates research in the factors that led to the decline in the employment of the Arabic language, and the need to stop studying these problems at all levels, cultural, Social, legal, and scientific. The researcher employed the descriptive analytical method for a random sample of shop signage in Algeria in order to identify patterns and forms of inferiority in the use of the Arabic language. The researcher considers that this issue is related to a certain extent to the technological aspect and technological achievements that are modern and constantly updated, despite the advantages provided by it, but it affects the formation of individuals and societies and cultural expression methods that change in the direction of mutual association, which constitutes bets and challenges that lie with the official institutions in Protecting the Arabic language from distortion or atrophy.

Key words: Arabic language, technology, advertising banners.

مقدمة:

إن التخوف من تبنّي المستحدثات في وطننا العربي يبرره الاعتراف بالضعف الذي هو وليد حقيقة أننا لسنا منتجي هذه التكنولوجيات، لذلك عندما نخوض في التقليد من أجل التغيير نفقد شخصيتنا الحقيقية لأننا نفتقد كثيرا لمستلزمات التحصين من ضياع ثقافتنا وبالتالي هويتنا.; إذا كانت اللغة مؤسسة اجتماعية تحمل المعاني التي تجسد الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والروحية، والإشهار نشاط إعلامي ضمن هذه المؤسسة يؤدي الوظائف نفسها، فالإشكال يكمن في الحركية بينهما، فهل يكفل هذا النشاط حماية هذه المؤسسة من التشويه والضمور؟ وهل يحمل المعاني نفسها التي تجسّد قيم المجتمع وثقافته؟

فلافتات المحلات التجارية تركز أكثر في وظيفة الإيصال والتبليغ على الجانب التقني الفني الجمالي، إذ تعتمد في التسميات على الانترنت كمصادر ومرجعية أو من بعض المسلسلات المشهورة، كما تلجأ في تصميمها لهذه اللوحات على التكنولوجيا باعتماد الحاسوب، وليس للمصممين مرجعية لغوية من حيث المعنى أو التركيب اللغوي، مما يؤدي إلى العشوائية في حركية التغيير، ومن المسلمات المعروفة أن عدم التوافق في عناصر أي بنية ينتج فيها خللا ما، فإذا لم يلق التصويب بات أمرا مستعصيا، فمن هو المسؤول عن تتبع وضبط هذه الحركية؟ هل هي المؤسسات القانونية ممثلة في القوانين التشريعية والتنظيمية الضابطة لهذا النشاط الإشهاري؟ أم المؤسسات الاجتماعية ضمن نظمها الفرعية؟

ولأن اللغة ليست فقط وسيلة اتصال وإنما هي "وعاء" يحوي كيان المجتمع، بات لزاما على المؤسسات المعنية حمايتها سواء القانونية أو الاجتماعية أو الثقافية وحتى الاقتصادية، فالعولمة اللغوية تتسرب من خلال الثقافة الاقتصادية خاصة نشاط الإشهار بلافتات المحلات التجارية. ولتحليل إشكال أثر التكنولوجيا على توظيف اللغة العربية في لافتات اللوحات التجارية نتناول المحورين التاليين:

أولا: التكنولوجيا و"حتمية الفجوات" وأثرها على اللغة العربية.

ثانيا: قراءة تحليلية لواقع اللغة العربية بلافتات المحلات التجارية.

أولا: الجانب المنهجي للدراسة:

إشكالية البحث:

تعتبر اللغة مؤسسة اجتماعية تجسد الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والروحية، وتتحقق وظيفتها من خلال الاتصال والتفاعل الاجتماعي، والإشهار باعتماد لافتات المحلات التجارية أصبح ضرورة ملحة نظرا للمنافسة بين التجار وما رافق هذا النشاط من تطور على المستوى الشكلي الفني لاستخدامه التكنولوجيات الحديثة دون موجه أو رقيب. وقد أدت هذه العشوائية إلى الإساءة للغة العربية وتوظيفها دون معرفة أصحاب هذه الحرفة بقواعد اللغة، في ظل غياب قوانين ردعية تحد من تفاقم الظاهرة. وعليه يمكن تحديد مشكلة البحث كالتالي: كيف أثرت التكنولوجيا على اللغة العربية في كتابة وتصميم "لافتات المحلات التجارية"؟

أهداف البحث:

1 ـ التعرف على حتمية الفجوات التي أفرزتها التكنولوجيا وأثرها على العملية الاتصالية.

2 ـ التعرف على كيفية انعكاس هذه التأثيرات على اللغة العربية.

3 ـ كشف التحديات التي تواجه اللغة العربية في تصميم "لافتات المحلات التجارية".

4 ـ الكشف عن آليات ضبط كتابة اللغة العربية في "لافتات للمحلات التجارية".

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في:

ـ رغم أهمية الوصف العلمي للظاهرة، إلا أن الأهم هو البحث في التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيا في توظيف اللغة العربية في تصميم "لافتات المحلات التجارية" بأبعادها المختلفة، السياسية والاقتصادية والمعرفية والثقافية والإعلامية والأخلاقية.

ـ ضرورة استثمار التقنية الحديثة في خدمة اللغة العربية في النشاط الاشهاري.

ـ تتمثل أهمية هذا البحث في إلقاء مسؤولية ضبط "كتابة اللافتات الاشهارية" على الأفراد والمؤسسات للارتقاء باللغة العربية وحمايتها من الضمور والاندثار.

حدود البحث:

تنحصر حدود هذا البحث في المحددات التالية:

الحدود الموضوعية:

تتمثل حدود الدِّراسة موضوعياً في التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيا في البناء الاجتماعي ضمن عمليات التواصل والتفاعل والتي أدت إلى تشويه اللغة العربية وتوظيفها بعشوائية في تصميم اللافتات الاشهارية.

الحدود المكانية:

تم اختيار عينات من لافتات المحلات التجارية للدولة الجزائرية، بالتركيز على حالات التجاوز التي مست اللغة العربية سواء في الشكل أو الدلالة أو القواعد اللغوية. وحددت الحدود الزمانية في هذا البحث بسنة 2018 ـ 2019.

منهج البحث:

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف وتشخيص ظاهرة معينة، والمتمثلة في تأثير التقنيات التكنولوجية على اللغة العربية في تصميم وكتابة لافتات المحلات التجارية بالجزائر، بالإضافة إلى تحليل بعض النماذج التي عكست هذا التردي الذي يسئ للغة العربية.

الدراسات السابقة:

من الدِّراسات والبحوث التي لها ارتباط بموضوع البحث ما يلي:

1 ـ رضا عامر، إشكالية توظيف اللّغة العربية في لافتات المحلات التجارية وإعلاناتها.

2 ـ لمياء مرتاض ـ نفوسي، كتابة اللغة العربية في الخطاب الاشهاري، تحليل لعينة من الومضات الاشهارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية.

3 ـ سمير عبد الرحمن الشميري، استخدام التقنية الحديثة في تعليم اللغة العربية وتعلّمها ونشرها وأثره في التواصل الحضاري.

وقد استفاد البحث من هذه الدراسات في:

ـ إثارة جوانب ذات أهمية متمثلة في اتجاهات البحوث نحو ظواهر أصبحت تشكل واقعا دون التركيز عليها ضمن الدراسات الإعلامية خاصة نشاط الاشهار الذي وظف اللغة العربية بكل وسائل الاتصال دون ضبط قانوني أو متابعة رقابية.

ـ الاستفادة من الجانب التحليلي لبعض نماذج هذه اللافتات، مما يعمّق النظرة في البحث في حركية التصميم والعوامل التي أدت إلى تغليب الجانب التقني التكنولوجي على حساب السلامة اللغوية.

ـ الدراسة التكاملية بين جوانب عدة في دراسة الظاهرة الإعلامية وعلاقتها باللغة في مجالها: السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والاعلامي لضمان تخطيط استراتيجي يحفظ للغة العربية مكانته.

ثانيا: الجانب النظري للدراسة:

1. المقاربة التكنولوجية وحتمية "الفجوات"

من الصعب الفصل بين المقاربتين "التكنولوجية" و"الفجوة" في عالمنا النامي إلى درجة تبيح لنا الاستنجاد بالرؤية التي يلخصها نبيل علي في "الخيار التكنولوجي"، أين لا تكمن خطورة الفجوة على المستوى المادي فقط وإنما الخطورة أن تنعكس على البنى التي تمثل قيم المجتمع في ثقافته الاتصالية التي تعتبر روح الحراك، من هنا تُطرح جدلية التأثير المتبادل للتشكيل الاجتماعي والتكنولوجي على المجتمع تتجاذبها متغيرات عدة ذات أبعاد مختلفة. ويحيلنا هذا الواقع إلى اعتماد المقاربتين التكنولوجية والفجوة، ـ ولا يعني هذا انفرادا أو تمييزا أو شمولا ـ لتحليل الظاهرة في بعدها الثقافي.

فبالرجوع إلى مبدأ التضاد الثنائي[1]، نتساءل هل يمكن اعتماد هذه المقاربة في علاقة اللغة العربية بالتكنولوجيا في تصميم "لافتات المحلات التجارية" من حيث السلب والإيجاب، سواء تعلق الأمر بتقنية التصميم في شكلها المادي الفني أو من حيث التراكيب ودلالاتها بما قد ينعكس سلبا على سلامة اللغة العربية.

كما لا يمكن أيضا الجزم المطلق بنفي إيجابيات هذا المزيج اللغوي الذي قد يراه البعض مبرَرا، ولكن في ظل التشويه اللغوي والتراجع دون رقيب قد يؤدي ذلك إلى ضمور اللغة واستعاضتها بهجائن تستسيغها الأجيال القادمة لسهولة تداولها، فالنمطية في الممارسة تخلقها طبيعة التواصل وغياب التفاعل، فإذا كان

[1] راجع عزي عبد الرحمن، الانترنت والشباب: بعض الافتراضات القيمية، عزي عبد الرحمن، الانترنت والشباب: بعض الافتراضات القيمية، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال des réseaux sociaux, Paris, La découverte. Sociologie, Pierre, Mercklé ، 2011,

الاتصال كما يعرفه **جون كورنر 1980** ببساطة هو "قضايا اجتماعية أساسا"[1]، فمن أبسط وظائفه نقل التراث والتي تعتبر اللغة العربية من مقوماته.

إن الاصطلاح على المفاهيم يتطلب المداخل مجتمعة مادية اقتصادية اجتماعية نفسية وثقافية، فالشائع أن الاتصال مقرون بالتفاعل والاتفاق على الاصطلاح قد يعطي لبعض المفاهيم معان أخرى في سياقات قد تكون بعيدة عن الشائع في الاتفاق، فالتفاعل يعني المشاركة والمشاركة تعني كل الأطراف من "فئات التعامل" في المنظومتين التكنولوجية والثقافية وذلك "لن يتحقق إلا إذا أدركت الفئات الاجتماعية المختلفة من قادة الرأي والإعلاميين والتربويين والدعاة الدينيين ماذا تعنيه ثقافة المعلومات بالنسبة للمجتمع.[2] أما عن الآثار الاجتماعية والنفسية فقد ركز "هابرماس" على غياب التفاعل الاجتماعي الحر الذي يؤدي إلى ظهور رأي عام واع، كما اهتم بدور اللغة والرموز في التأثير الإعلامي، ونبه أن الإعلام يسخّر الفن للتأثير في الجمهور مما يشوه الفن ويحوله إلى مجرد سلعة.[3]

بذلك تقودنا المقاربة التكنولوجية إلى "مقاربة الفجوات"، فالتكنولوجيا هي التي ولدت الفجوات: نتحدث دائما عن "فجوة معرفية" و"فجوة رقمية" ونمضي سنوات نكتب ونبحث في مصطلحات "النفاذ"، و"الولوج" و"الجاهزية"، ونقرن التطور بلغة الأرقام: كم حاسوبا؟ وكم هاتفا؟ في حين أن الأزمة ليست في كمّ التكنولوجيا المستوردة، وإنما بأثر ما تم الحصول عليه وكيفية استخدامه. "فرغم أن حرية الاختيار والتنوع تمثلان مفهومين مستقلين فإنهما لا تنفصلان في الواقع. فحرية الاختيار لا تتوافر بأي معنى من المعاني دون التنوع. فإذا لم توجد خيارات واقعية، فإن عملية الاختيار إما أن تصبح بلا معنى وإما أن تصبح منطوية على التضليل، ويصبح احتمال انطوائها على التضليل واقعا فعليا عندما يصاحبها الوهم بأن الاختيار ذو معنى"[4]، لأن ما يقدم قد لا يكون هو المطلوب فعلا، فتستنزف قوانا وجهدنا و "زمننا" بتسارع استعمال التطبيقات. ومن بين الباحثين العرب في تعريف الفجوة الرقمية: نبيل علي ونادية حجازي عن وجود ثلاث فجوات، وهي فجوة العقل وتشمل فجوات (الفكر والعلم والتكنولوجيا)، وفجوة التعلم، وفجوة اللغة.[5] فالتكنولوجيا أفرزت "فجوات " قد تؤثر بطريقة أو بأخرى على كيان اللغة العربية وسلامتها:

- **المقاربة التكنولوجية وفجوة الزمن:**

إن الاستخدام الخاطئ للوسائل التكنولوجية في مجالاتها المختلفة، والاستعمال غير الممنهج لتكنولوجيا المعلومات يغري بحيويته أجيالا من الشباب في "استغراق" غير متناه يفقد التنشئة متطلبات الاختمار، واللغة هي الوسيلة التي تمارس بواسطتها هذه العمليات، ونظرا للتطور السريع لهذه الاستعمالات تبدو التضحية

---

[1] نقلا عن عزي عبد الرحمن، اللغة والاتصال، جامعة الشارقة، الامارات العربية، ص 6.

[2] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، الكويت: عالم المعرفة، 2001، ص 143.

[3] نقلا عن محمد شومان، النموذج النقدي "التغير الاجتماعي" وقضايا التأثير الإعلامي، كتاب جماعي "بحوث في الصحافة المعاصرة، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2000، ص 281.

[4] هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة رضوان عبد السلام، الكويت: عالم المعرفة، 1999، ص 25 ، 26.

[5] نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة، 2005، ص 47

بسلامة اللغة هي البديل المريح لتصبح اللغة العربية بهذه الممارسة سلوكا يقضي على التوافق بين الفكر واللغة ويصبح الزمن في هذه العملية مختزلا لافتقاده العمر الطبيعي لتفاعل متوازن بين أفراد المجتمع. "فقناعة أهل الحتمية التكنولوجية أنه ما أن تخترع آلة جديدة، إلا وتصبح قدرتها على تحويل المؤسسات الاجتماعية مسألة وقت، وكلما تقدمت المجتمعات وارتقت التكنولوجيا، قصر الوقت اللازم لإحداث عملية التحويل تلك".[1]

وفي هذا السياق ربط "ماكس فيبر" الحداثة بوتيرة التطور إذ يرى أن "العصرنة" كانت عملية "بطيئة" و "طويلة" لأنها تطلبت عقلنة السلوك.[2] أما الآن فالعلاقة التبادلية بين التكنولوجيا والمجتمع قد فقدت قدرا كبيرا من توازنها، وذلك نتيجة للمعدل السريع لتطور تكنولوجيا المعلومات التي تنطلق بأقصى سرعة يلهث وراءها المجتمع، فتلوح في الأفق فجوة تزداد اتساعا بين سرعة تطور التكنولوجيا المعلوماتية وقدرة المجتمع الإنساني على استيعابها.[3]

إن تبني مبدأ التنمية بشراء الزمن فقط (استيراد التكنولوجيا المتاحة بشكل "سريع") ولّد تناقضات وأمراضا اجتماعية، فعدم الاكتراث بمرور الزمن يعكس جزئيا تلك القطيعة بين عملية اكتساب المعارف والمهارات الثقافية الأصلية وهذا الزمن القادم من هناك، وبالتالي فإن الزمن المستورد كان على حساب الزمن الاجتماعي المعايش، سببه ضعف الصلة بالأرض "الأم" الذي أضعف بدوره الإحساس بالزمن والانتماء والتاريخ لأن كثرة استخدام الزمن الإعلامي في حد ذاتها تؤثر سلبا في مهارات الاتصال الشخصي ومن ثم يضعف نسيج الزمن الاجتماعي.[4]

إن العولمة لا يمكن اختصارها في البعد الاقتصادي والمالي، لأن تداعياتها وتأثيراتها امتدت إلى المستويات: السياسية والقانونية والثقافية[5]. فالهدف من العولمة اليوم هو "سلعنة العالم"، وهكذا فقد أدت إلى صبغ الثقافة العربية بالطابع الاستهلاكي، فأصبح مجتمعنا العربي تستهويه الثقافة الاستهلاكية، لذلك فهو حريص على أن تتحول حياته إلى رحلة لا يأخذ فيها كتابا أو ورقة، بقدر ما يحرص على تعبئة عقله ووجدانه بنزعة استهلاكية مدمّرة، ومن ثم وفي ضوء هذه البيئة المعولمة يختفي دور المصمم أو المبدع ليحل محله مروج السلعة وبائعها.[6]

---

[1] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 140.

[2] عزي عبد الرحمن، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي، قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 321، 2005، ص66.

[3] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 138.

[4] عزي عبد الرحمن، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي، قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، مرجع سابق،

[5] نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2004، ص 136 ـ 137.

[6] . نقلا عن شريف محمد عوض، صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية، هرمس، المجلد الثاني، العدد 1، 2013، ص 124، 125.

ويؤكد نبيل علي اختلاف إيقاع سرعة التغير في الأنشطة الاجتماعية المختلفة، والتي تأتي الثقافة في ذيل سلسلة التتابع بين قطاعات التكنولوجيا والاقتصاد والعلم والسياسة، لأن الثقافة ظاهرة اجتماعية لابد لها كي تؤتي ثمارها أن تختمر وتتصهر وتتفاعل وتترسّخ[1]، ويؤكد أهل الحتمية اللغوية أن الثقافة هي وليدة اللغة وهي صانعة الفكر.[2] فعلى واضعي السياسة المعلوماتية اتخاذ الإجراءات التي تضمن ألاّ تصبح تكنولوجيا المعلومات وسيلة للاستبعاد الاجتماعي.[3]

- **المقاربة التكنولوجية وفجوة الأجيال:**

الثقافة الاجتماعية موروث يتم اكتسابه آليا عن طريق التنشئة التي تشترك فيها الأسرة والمسجد والمدرسة فتكون العلاقة بين الأجيال امتدادا طبيعيا لتفاعل تلقائي لا يصيبه شرخ أو تصدع، في حين اعتبر الباحثون أن وسائل الإعلام هي مؤسسات ثانوية ضمن منظومة التنشئة، لكن تكنولوجيات الاتصال والمعلومات قلبت هذه المفاهيم لأن استهلاكها غير العقلاني خلق بيئة مشوّشة لفضاء مفتوح على كل الاحتمالات!

وفي هذه البيئة "يروج المنتجون الأساسيون للسلع الثقافية عبر العالم لخلق بيئة ثقافية متجانسة للاستهلاك الإجباري. ويترتب على ذلك فقدان الثقافات المحلية لكثير من سماتها. والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا الصدد: هل يؤدي ذلك إلى تقليص المساحة المخصصة للثقافة الوطنية لتطوير ذاتها؟ والملاحظ في كثير من الدول النامية أن هناك قوى داخلية وخارجية تسعى إلى تقليص المساحة التي يمكن فيها تطوير الثقافات المحلية أو ما يسمى بالحيز الثقافي المحلي، وتقليص قدرة الناس على الخيار المستقل، وكل ذلك من خلال عملية العولمة الثقافية المعبأة، وتسويق نمط وأسلوب الحياة الاستهلاكية الأمريكية".[4]

فالتكنولوجيا الحديثة تنطوي على طمس الهوية الثقافية، فالهوية معناها في الأساس "التفرد" بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وقيم وسلوك ونظرة إلى الكون. والتكنولوجيا الحديثة تزيد من درجة "النمطية" التي هي بطبيعتها نقيض التفرد.[5] ولا يعني هذا، الانغلاق أو التقوقع أو رفض اللغات الأجنبية التي تكون بوّابة للثقافة الأجنبية لكن يبقى موقع اللغة الأم هو الذي لا يمكن المساس به[6].

وهو التعبير المتعارف عليه بين المهتمين بالاتصال الجماهيري (شحنة القيم)، يشير استخدام هذا التعبير إلى أن الرسائل الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة، أو برنامج علمي، هدفها إزالة قيم و تثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم، و التصدي إلى آخر قادم، و هذا بالضبط هو مفهوم التنشئة

---

[1] انظر نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 45، 47.

[2] المرجع نفسه، ص 264.

[3] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 92.

[4] راسم محمد الجمال، نظام الاتصال والإعلام الدولي، الضبط والسيطرة، ط1، 2005، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 184.

[5] حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإعلام والمجتمع في عالم متغير، ط1، 2008.، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 34.

[6] التهامي الهاني، اللغة العربية والإشهار، https://www.turess.com/echaab/4196، يوم 2019.02.14.

الاجتماعية في أبسط صورة له[1]، لذلك يرى آخرون "لعل مسألة الإعلام الجديد من المسائل التي تقتضي مقاربة تواصلية تسمح بفهم الظاهرة كحقل تتفاعل فيه التقنية والتواصل كعملية اجتماعية معقدة[2]، فهذه الوسائل أنتجت "ثقافة فرعية" لدى الشباب كما يراها عزي عبد الرحمن "تسمح بالتحرك بمرونة أكثر في إطار عالم لا يدركه الكبار بسهولة. وقد تتطور هذه الثقافة الفرعية فتعزل الشاب عن الثقافة المجتمعية العامة، فكيف يتم تشكيل ذهنية هذه الفئة الأساسية في المجتمع في غياب إشراف وتوجيه ومتابعة من طرف المجتمع أفرادا ومؤسسات. قد يفقد الفرد تدريجيا كيفيات التعامل مع الآخرين لغويا وسلوكيا على المستوى الفردي وذلك ما يضعف التواصل والحراك الاجتماعي في الواقع.[3]

إن رقي المجتمعات وتخلفها لا يتوقف على بنية اللغة، بل يتوقف على استخدامها من قبل الجماعة الناطقة بها.[4] أما الحاصل فإن الزمن الإعلامي بحكم نفوذه وامتداده إلى جل شرائح المجتمع واستغراق الفرد المعاصر وانهماكه مدة طويلة نسبيا في التعامل مع هذه الوسائل الزمنية فإنه أصبح موجه الزمن الاجتماعي. إن السائد في عالمنا المعاصر مزيج من الزمنين الإعلامي والاجتماعي وكلاهما محدود الصلة بالزمن القيمي، فالكيانات اللازمانية ذات الزمن المفكك لا تمتلك القدرة على التأثير في الزمن. فالزمن الإعلامي يفرض شكليا وتيرة أسرع من تلك التي يقوم عليها التحول الاجتماعي، الشيء الذي يجعل هذا الأخير في حالة عدم توازن وعدم استقرار على المستويين الفردي والاجتماعي.[5]

ويرى نبيل علي أن "المجتمع لا تشكله السياسة والاقتصاد بقدر ما يشكله نظام التواصل السائد بين الأفراد والجماعات والمؤسسات".[6] وهناك من يرى أنه "على الرغم من سيادة نظرية الحتمية التكنولوجية إلا أن أهمية مدخل التشكيل الاجتماعي أساسه أن المجتمع هو الذي يفرض التطور التكنولوجي من خلال بنائه الاجتماعي ونمط العلاقات السياسية والاقتصادية السائدة، بذلك فقبول الجمهور لمضمون ثقافي معين هو الذي يحدد بدوره التكنولوجيا التي تنتجه وتنقله.[7]

- **المقاربة التكنولوجية وفجوة المنظومات وفئات التعامل**

ننطلق من الرؤية التي حلّلها "نبيل علي –إن جاز لنا الاستعارة–في أن فروع الثقافة هي: "لغة وتربية وإعلام وإبداع". ونظرا لمحورية الثقافة في منظومة المجتمع ومحورية اللغة في منظومة الثقافة، فإن اللغة ـ

---

[1] يوسف تمار، دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية لدى الفرد الجزائري، متاح على: http://temmaryoucef.ab.ma/141699.htm، تم الاطلاع في: 2020/02/02.

[2] الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 4، 2006، ص 1.

[3] عزي عبد الرحمن، الشباب والانترنت بعض الافتراضات القيمية، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، Sociologie, Pierre, Mercklé, des réseaux sociaux, Paris, La découverte, 2011.

[4] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 283.

[5] عزي عبد الرحمن: متاح على: http://www.geocities.com/dr.azzi

[6] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 138.

[7] بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، القاهرة: عالم الكتب، نشر، توزيع، وطباعة، 2008، ص 452، 452، 453.

كما يراها ـ منظومة اجتماعية ذات علاقة بالمنظومات السياسية والاقتصادية وقبلهما المنظومة الاجتماعية ومن خلال هذه الأخيرة يأتي دور فئات التعامل من كتاب ومعلمين وإعلاميين ومبدعين وقادة الرأي بين العارفين باللغة والمشتغلين بالتصميم الاشهاري المطالبين بالحفاظ عليها ضمن هذا الإطار التكاملي الذي تتداخل وتتكامل فيه هذه العناصر بتأكيد العنصر الجوهري وهو الاتصال لأن "اللغة هي التي تغزل النسيج المجتمعي في شبكة من علاقات الوفاق التي تقيمها بين أفراد المجتمع وجماعاته ومؤسساته. فلا وفاق بلا لغة، ولا مجتمع بلا وفاق.[1]

ومن بين أهم كيانات مجتمع المعلومات والمنسجمة مع الواقع العربي: البعد الثقافي والمتمثل في التعامل مع التكنولوجيا على أساس: حفظ التراث إلى الأجيال القادمة والتفاعل الحضاري في البلد الواحد والتمسك بالهوية الوطنية وجعل اللغة العربية من أولويات النهوض بالواقع التكنولوجي للمعلومات واستخدامها.[2]

إن علاقة الفرد بتكنولوجيا المعلومات في مجتمعاتنا العربية تختلف من حيث طبيعتها وأهدافها مع مثيلتها في المجتمعات الغربية، ومهمة اجتذاب المواطن العربي للتعامل مع هذه التكنولوجيا هي عملية ثقافية وتربوية وسيكولوجية في المقام الأول.[3] وقد أصبح الأمر أكثر إلحاحا نظرا "لحال الثقافة العربية في الوقت الحاضر على الشبكة العالمية للمعلومات واتسامها بالضعف والقصور وانطلاقها من مبادرات متفرقة لأفراد أو مؤسسات محدودة، وعمل كل طرف في عزلة عن الآخر من دون تنسيق أو وضع إستراتيجية موحدة أو منظور شمولي.[4] "وما خلص إليه تقرير اليونسكو من أن خيالنا السياسي والاجتماعي يتسم بالخمول والبعد تماما عن الطفرات التي يحققها خيالنا العلمي، وهو الأمر الذي أدى بدوره إلى قصور ثقافي بين العلم والتكنولوجيا من ناحية، وبين مؤسساتنا الاجتماعية والسياسية من ناحية أخرى".[5]

والاستهلاك والتسويق هنا ليس اقتصاديا بحتا وإنما حتى في استهلاك التكنولوجيا كممارسة وتسويق الأفكار التي تصنع الثقافة ونظام التواصل، أما التفاعل الاجتماعي الحر والذي أشار إليه هابرماس فمعناه عدم الانخراط في مخطط أيديولوجي ضمن نظام المناهج المدرسية والتكوين الجامعي.

2. إشكالية إسناد مقررات التكوين الإعلامي لغير المتخصصين

هناك شبه انفصال بين لغة التكوين التي ترجح سيادة الخطابات الأيديولوجية ذات المرجعية الكلاسيكية الغربية، والإطار الدلالي الوظيفي لهذه اللغة، يعني هذا في تعبير اللسانيين أن الطالب يكون في مثل هذا التكوين قد اكتسب الأداء اللغوي ولكنه لم يكتسب الملكة اللغوية أو الكفاءة اللغوية. وهكذا يفضي الفصل التعسفي بين اللغة والفكر إلى مغالطة كبرى تكون ضحيتها الأولى اللغة التي تصير مجرد وعاء يحمل ما أودع فيه من أفكار.[6]

---

[1] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 283.
[2] هاشم شريف الغريفي، أساسيات بناء مجتمع المعلومات العربي، مجلة آداب البصرة، العدد 46، 2008، ص 332.
[3] نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، الكويت: عالم المعرفة، 1994، ص 181.
[4] سمير عبد الرحمن الشميري، استخدام التقنية الحديثة في تعليم اللغة العربية وتعلمها ونشرها وأثره في التواصل الحضاري، مجلة جامعة الناصر، العدد الثاني، ديسمبر 2013، ص 151.
[5] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي' مرجع سابق، ص 141.
[6] فايزة يخلف، مكانة اللغة العربية في مقررات التكوين الإعلامي في الجزائر، الجزائر: المجلس الأعلى للغة العربية، اللغة ، العربية في الصحافة المكتوبة، 2010، 2010، ص 129.

إن الخطر الكامن على اللغة العربية يأتي من تهميشها تاريخيا كلغة عمل وتواصل على جميع الأصعدة، بدءا بالنشر العلمي وتبادل الخبرات التكنولوجية، مرورا بالتعليم العالي والتجارة والصناعة، ووصولا إلى التعليم الأساسي، والذي قد يعني ضمور اللغة واستخدامها في الدين والفلسفة وبعض المجالات المحدودة. وقد تأخذ اللهجات العامية مكان العربية الفصحى وتدخلها المفردات الأجنبية على نطاق واسع وتتباعد عن بعضها، وقد تنضم العربية إلى اللغات الأخرى المهمشة رغم أهميتها التاريخية وعراقتها.[1]

وفي ظل الانفتاح الثقافي، والتقدم التقني، أصبحت اللغة العربية أمام تحديات كثيرة منها قضية الذوبان بين اللغات من خلال الانترنت ووسائل الاتصال الأخرى، ومحاولات التغريب المستمرة، هذا بالإضافة إلى الأداء اللغوي لدى المتعلمين الذي ينذر بأزمة خطيرة تواجه تعليم اللغة العربية وتعلمها.[2] فالجدل القديم الجديد الذي يلازم التكوين الإعلامي في الجزائر عادة ما يتمحور حول ضآلة وقلة التحصيل العلمي واللغوي (أي المخرجات) الذي ينتهي به الطالب من فترة تكوينه بطوريه المشترك والمتخصص (أي المدخلات)، وفي غياب المرجعية المعرفية واللغوية التي تحقق للطالب الانتماء الثقافي فإنه كثيرا ما يفقد معالمه الحضارية والإنسانية.[3]

وهو نظام التجزيء الذي تحدث عنه شيللر، "إن أحد المبادئ المنهجية للعلم الصالحة تماما للتطبيق فيما يتعلق بالنشاط الإنساني، هو **الحتمية البيئية** المتعلقة بالاعتراف بالترابط الداخلي. وعندما يتم تجاهل كل قضية اجتماعية ما، عمدا، وتقدم نقاط متفرقة متعلقة بها بوصفها "معلومات" فإن النتائج مضمونة مقدما، وهي في أحسن الأحوال العجز عن الفهم والجهل، وفتور الشعور، واللامبالاة بالنسبة لأغلب الناس[4]، لاسيما لاسيما وأن ثورة التكنولوجيا الجديدة تبدو وكأنها تسرّع للوهلة الأولى ظاهرة التآكل اللغوي". رغم أنه في السياق العام لتعزيز التعدد اللغوي، لا يوجد بالضرورة تناقض بين تشجيع اللغات الناقلة (مثل الانجليزية) والإبقاء على استعمال نوعي للّغات الأم.[5]

3. استخدام الواجهات العلمية والثقافية:

يتبنى نظام التعليم العالي بالجزائر إجراءات تحفيزية بفرض سقف أرصدة كمتطلب في الترقيات والتأهيل بغرض الاستزادة من العلم كمّا ونوعا بطرق بحث تتلخص في الأيام الدراسية والملتقيات والنشر، أين يلتقي الطلبة والأساتذة الباحثون لمناقشة قضايا بحثية حديثة. لكن ما يحدث أن هذه الواجهات العلمية على كثرتها أصبحت تشكل "حلبة سباق" بسبب الطبيعة المستعجلة لهذه اللقاءات مما يبرر للمشاركين الحصول على المعلومة بأي طريقة، "وقد أصبحت القوانين وحدها، بفعل المتغير المعلوماتي، لا تكفي لفرض الالتزام في

---

[1] منصور فرح، الفجوة الرقمية في المجتمع العربي وأثرها على اللغة العربية، مجلة المجمع الجزائري للغة العربية، المج 3، العدد 6، ديسمبر 2007. ص 89.

[2] سمير عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق، ص 141.

[3] فايزة يخلف، مرجع سابق، ص 137.

[4] هربرت أ. شيللر، مرجع سابق، ص 33، 34.

[5] من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، التقرير العالمي لليونسكو، 2005، ص 163.

أمور مثل: صحة البيانات والأمانة العلمية واحترام الملكية الفكرية والمسؤوليات الأدبية للخبراء والمستشارين والعلماء وما شابه، الأمر الذي يقتضي تضافر القوانين مع وسائل إلزام أخرى.[1]

كما أن تفشي ظاهرة النفاق العلمي والانفصام الثقافي بين التخصصات العلمية والفنية وتخصصات الإنسانيات أدى إلى تعذر إقامة الحوار بينها في إطار الدراسات متعددة التخصصات والتدهور اللغوي المتمثل في قائمة الأزمات التي تواجه اللغة العربية على جبهات المعجم والمصطلح والتنظير اللغوي وتعليم اللغة.[2] فاللغة جزء من المجتمع، ويعني ثانيا أن اللغة صيرورة اجتماعية. وثالثا أن اللغة صيرورة مشروطة اجتماعيا، أي مشروطة بالجوانب غير اللغوية من المجتمع[3]، ويكمن أساس العلاقة، بين اللغة وجماعتها، في كون اللغة هي مسؤولية أهلها. ولا تجدي مراسيم الحكومات، ولا قرارات المجامع، ولا حتى إبداع الكتاب في إحداث نهضة لغوية حقيقية ما بقيت الجماعة الناطقة بها عاجزة عن الوفاء بديْنها الاجتماعي تجاه لغتها الأم".[4]

ثالثا: قراءة تحليلية لواقع اللغة العربية في لافتات المحلات التجارية.

رغم أن للمفردات في اللغة العربية دلالات تحمل معان عدة إلا أن التراكيب تحمل فكرة أو رؤية أو واقعة تشكل في مجموعها "زمنا" وحضارة، فهذا التواصل بين الأجيال هو الذي ينمي الملَكة التي تحدث عنها بن خلدون: "كلها ملكات شبيهة بالصناعة وليس ذلك بالنظر للمفردات، وإنما بالنظر إلى التراكيب، فالاختلاط يستحدث ملكة تكون ناقصة عن الأولى، وهذا معنى فساد اللسان العربي".[5] فقد أفقدتنا التكنولوجيا التداول بالتراكيب العربية في تواصلنا، لأننا لا نملك وقتا ننشئ فيه تراكيب أو نتأملها مما سيحدث قطيعة بين الأجيال، فالتياران المسؤولان عن التردي اللغوي أحدهما مغرض بقصد التشويه والآخر غير مبال.

ومما لا شك فيه أن اللغة العربية في أزمة وأن هذه الأزمة تتفاقم مع توسع الفجوة الرقمية. فمن المعروف أن القراء العرب قلة بالنسبة لعدد الناطقين باللغة العربية بغض النظر عن الثورة الرقمية وما جلبته من سهولة في الحصول على المعلومة.[6]

وبما أن اللغات واللهجات تعددت وتنوعت في العالم بأسره فقد أدى ذلك إلى بروز "الاقتراض اللغوي" و "الازدواجية والثنائية اللغوية"، سواء عند الأفراد أو الجماعات، وهو بدوره أدى إلى الاحتكاكات اللغوية بين

---

[1] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 141.

[2] نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، مرجع سابق، ص55 .

[3] الزواوي بغوره، بين اللغة و الخطاب والمجتمع: مقاربة فلسفية اجتماعية، متاح على: http://insaniyat.revues.org/8643, تم الاطلاع في : 2019/02/02.

[4] نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مرجع سابق، ص 286.

[5] انظر عبد الرحمن بن محمد، مقدمة ابن خلدون، ط1، دمشق: مؤسسة الرسالة ناشرون، 2008، ص 621 ، 622.

[6] منصور فرح، مرجع سابق، ص 91.

جملة هذه اللغات واللهجات مع تباينها في الاستعمال اللغوي المنطوق منه أو المكتوب، فكان لهذا التنوع اللغوي أثره الكبير ثقافيا واجتماعيا بوجهه السلبي أو الإيجابي.[1]

وبما أن "اللغة مؤسسة اجتماعية تحمل المعاني التي تجسد الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والروحية"[2]، فهي نسق من الأنساق الاجتماعية لا تتحقق وظيفتها إلا من خلال الاتصال والتفاعل الاجتماعي، هذا الذي يضمن بقاءها واستمراريتها،[3] ولعلّ الإشهار باعتماد اللافتات الإعلانية كان من بين أقدم الوسائل التواصلية التي استخدمها الإنسان.[4] لكن اللافتات الإشهارية "تحولت بعشوائيتها إلى جزء من المشهد العام بالمدن الجزائرية في ظاهرة تأخذ في الاتساع يشترك فيها الطبيب والتاجر وتجمع بين الصيدلي والعطار وفق منطق جذب لا يستند إلى أي قانون أو ضوابط".[5]

ومما يؤسف له حقا، هو عدم التزام هؤلاء المستشهرين بالقوانين، واحترام الشروط المنظمة، في ظل انعدام المراقبة والمساءلة الصارمتين، علما أنه بإمكان الفصحى أن تكون لغة إعلانات بامتياز، وتحقق نجاحات باهرة بجماليتها وقدرتها على التأثير، إذا ما تم تبسيطها وحسن انتقاء مفرداتها. لكن هاجس المنافسة المربحة لديهم، جعلهم غير معنيين بأهميتها وما يتسببون لها فيه من آثار سيئة، إثر المضايقات ومحاولات التحريف والإقصاء.[6]

فظاهرة التشويه الطباعي والدلالي للغة العربية كانت أكثر ما تسيء للمظهر العام للظاهرة الإشهارية المعاصرة، فعلى الرغم من العناية الفائقة بتنميق البعد الإخراجي والبصري للافتات التجارية، وتدعيمه بالمؤثرات اللونية والضوئية، إلا أنّ عدداً كبيراً منها أصابه التعثر اللغوي، وهو ما وضع اللغة العربية أمام تحديات من أجل الحفاظ على مكانتها في ظل الانتشار الكاسح لبعض اللافتات التي تحمل تشويهاً لغوياً.[7]

ويعزى تعاظم حجم العبث القائم إلى عوامل عدة، منها: تراخي المسؤولين، إسناد مهام وضع الإعلانات إلى أشخاص غير مؤهلين، ويجهلون أصول اللغة صرفا ودلالة وتركيبا لتدني مستوياتهم التعليمية، ثم غياب لجان المراجعة والتصحيح، مما بات يتهدد هويتنا ويعرضها إلى الاضمحلال.[8]

---

[1] عبد الحميد بوترعة، واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية "الخبر اليومي" و "الشروق اليومي" و "الجديد اليومي" نموذجا، جامعة الوادي: مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 8، 2014، ص 200.

[2] عزي عبد الرحمن، اللغة والاتصال، متاح على : http://www.geocities.com/dr.azzi

[3] مياء مرتاض . نفوسي، كتابة اللغة العربية في الخطاب الاشهاري، تحليل لعينة من الومضات الاشهارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية، مجلة جسور المعرفة، المجلد2، العدد 8، ص 94.

[4] قدور عبدالله ثاني، سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم)، الجزائر: دار الغرب .للنشر التوزيع،2004، ص235.

[5] الموقع الالكتروني: https://www.annasronline.com/، تم الاطلاع في: يوم 17/ 2 /2019 .

[6] إسماعيل الحلوتي، اللغة العربية تحت القصف العشوائي للعامية وأخطاء الإعلانات الاشهارية، http://hibapress.com/details-54242.html: تم الاطلاع في: 14/ 2./ 2019.

[7] رضا عامر، إشكالية توظيف اللغة العربية في لافتات المحلات التجارية وإعلاناتها، ،ورقة بحث مقدمة الى المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، دبي، 2016. ، ص 19.

[8] إسماعيل الحلوتي، مرجع سابق.

اللغة العربية من أعرق اللغات السامية في العالم، التي لم تنل منها التحديات وصروف الدهر، بفضل مقوماتها الحضارية والثقافية، وبقيت متشبثة بجذورها الراسخة في عمق التاريخ، ومتجددة بما لها من مميزات وخصائص. كما قال المؤرخ والكاتب الفرنسي إرنست رينان: "اللغة العربية بدأت فجأة على غاية الكمال، وهذا أغرب ما وقع في تاريخ البشر، فليس لها طفولة ولا شيخوخة". غير أنه وبنفس القدر، الذي ساهمت به وسائل الاتصال الحديثة في مساندتها وانتشارها بين المتحدثين بها، تتعرض لحملة تشويه عند مزجها بـ "العامية" في مقالات رأي أو خلال تعليقات إذاعية أو تلفزيونية، أو حين تحويلها إلى لغة ضحلة أو ارتكاب أخطاء فادحة في اليافطات واللوحات التوجيهية والإعلانات الإشهارية.[1] خاصة وأن الخطاب الإشهاري يتصل بالحياة الإنسانية بشكل مباشر من خلال تأسيسه لقيمتين، الأولى: اجتماعية، وأخلاقية، وحضارية، والثانية: هي القيمة التجارية المباشرة، فهو يخفي في ممارسته اللغوية والثقافية قيمة ثقافية ذات سمة إيديولوجية غالبة تحاول أن ترسَّخ لدى المستقبلين (المتلقين).[2]

وللوقوف على مقدار هذا الاستهتار، يكفي التجول في أحياء وشوارع وأسواق مدننا الكبرى، حيث من النادر إيجاد لوحات إعلانية أو يافطات وملصقات في فضاء عام ومحلات تجارية وشركات صناعية وعيادات طبية ومرافق عمومية خالية من الأخطاء أو من "الدارجة"، حتى صار مواطنون كثر معتادين بصريا على هذه "المعلقات"، لا يميزون بين الفصحى والعامية ولا بين الخطأ والصواب، بينما جعل منها آخرون مبعثا للسخرية.[3]

ويأخذ هذا "التشويه اللغوي والتركيبي كتابة حروف العربية من جهة، ومزاحمة اللغة الفرنسية لها من جهة أخرى؛ كأن تُغيّب اللغة العربية تماماً وتستبدل بها اللغة الفرنسية، أو أن تكتب الكلمات العربية بحروف أجنبية أو حتى كتابة كلمات فرنسية باللغة العربية، أو التعتيم الدلالي للمعنى الحقيقي بتوظيف كلمات عاميّة، إضافة إلى ضعف التركيب البنائي والخطأ الإملائي. ومن جهة ثانية يفاجئنا الغياب الكلي للغة العربية في كثير من اللافتات التجارية التي تخاطب فرداً عربياً جزائرياً بالدرجة الأولى.[4]

وفيما يلي عرض لبعض النماذج من اللافتات الإشهارية التجارية بالجزائر، في محاولة لمعرفة **إشكاليات توظيف اللغة العربية** فيها، بالتركيز على مسألة التداخل اللغوي بين اللغة العربية والفرنسية

[1] اسماعيل الحلوتي ، مرجع سابق.
[2] عادل بوديار، الخطاب الاشهاري من الترويج إلى صناعة الثقافة، متاح على: https://diae.net/50954/، تم الاطلاع في: 2020/10/24.
[3] اسماعيل الحلوتي، مرجع سابق.
[4] رضا عامر، مرجع سابق، ص 18.

1– الهيمنة المطلقة للغة الفرنسية:

كتبت هذه اللفتة الاشهارية باللغة الفرنسية في دلالة الى كون اللغة الفرنسية هي لغة رسمية ومفهومة من طرف الجميع، وهذا الأمر لا أساس له من الصحة، في مجتمع عربي.

حيث يرى بعض المصممين أن الحروف الفرنسية أكثر قابلية للتحكم في الكتابة وأكثر جمالا بالاعتماد على تقنيات الحاسوب في الحصول على هذه التسميات جاهزة من الانترنت، أما بالنسبة لصاحب المحل فتحتم المنافسة مع المحلات الأخرى أن يبدو العمل مميزا وتحقق له اللغة الأجنبية هذا الغرض، والطرف الثالث في هذا المجال هو غياب التشريعات المنظمة لمثل هذا النشاط أو لجان المراقبة، "وهذا يرجع إمّا إلى قصدية تغييب اللغة العربية أو إلى الجهل بقواعد السلامة التركيبية الإملائية لها، أو للتفاخر باكتساب هذه اللغة الأجنبية نظراً لما تعكسه من مظاهر التطور التكنولوجي، وهذا في حد ذاته تقنية ترويجية للخدمات الإشهارية التي يقدمها المحل لاستقطاب الزبائن خاصة أولئك الذين يميلون للثقافة الفرنسية.[1]

2– التجاور بين اللغتين العربية والفرنسية:

[1] رضا عامر، مرجع سابق، ص 23.

يسعى أصحاب المحلات في الترويج لنشاطهم إلى استقطاب الزبائن والتأثير عليهم باعتماد اللغتين (العربية والفرنسية)، ويطرح هذا الوضع إشكالية التركيز على الفرنسية سواء في الصياغة الصحيحة أو في التنميق الشكلي، وتصبح اللغة العربية في هذا المقام تابعا مكملا على حساب السلامة سواء في الكتابة أو الدلالة.

وقد لا يختلف اثنان في كون أصحاب الإعلانات التجارية، يعتمدون في استمالة وإقناع الجمهور، على أهل "الاختصاص" في صياغة خطاباتهم، من دون تعقيدات القواعد البنائية للغة العربية. حيث أن الإشهار يعد نوعا من التواصل، لترويج المنتوجات التجارية ذات الطابع الاستهلاكي عبر وسائط إعلانية، قد تكون لفظية أو مكتوبة أو مرئية ثابتة أو متحركة. من هنا، يلجأ معظمهم خلال إعداد "رسائلهم"، إلى لغة مبسطة وأكثر تداولا بين الناس، بهدف إيصال مضامينها للمستهلك وإغرائه بالإقبال على البضاعة المعروضة، بدل الاهتمام باللغة العربية والعمل على تعزيزها والإسهام في تطويرها.[1]

3-لغة أجنبية بحروف عربية:

ان الملاحظ للافتات التجارية على غرار ما هو موضح في الصورة يجعله يتيقن أن هناك ثقافة التعبير والجذب من خلال اللغة الأجنبية، فهو يرى أن اللغة العربية ليست منوطة بآداء دور الجذب أو الفهم وكذلك من خلال الكتابة بالفرنسية أو اختيار الكلمات فرنسية والتعبير عنها بالعربية.

فيبيح التداول السهل لبعض المصطلحات المستوردة ضرورة ترجمتها بحروف عربية، وهو الاستسهال المقصود، سواء على المصمم الذي لا يجد بديلا للمصطلح باللغة العربية أو سهولة الفهم بالنسبة للمستهلك، وكأن اللغة العربية عاجزة عن التعبير للدلالة على نشاط معين، هذا التغلغل بالاستعمال يطغى على اللغة العربية فيؤدي إلى اضمحلالها والاستعاضة عنها ببدائل هجينة. مما يكون "سبباً في تلفيق تهمة النقصان والعجز للغة العربية بعدم قدرتها على إيجاد بديل للغة الأجنبية، وهذا أمر مغلوط، فلا أغنى من اللغة العربية بين لغات العالم.[2]

---

[1] إسماعيل الحلوتي، مرجع سابق،

[2] رضا عامر، مرجع سابق. ص

4 ـ كتابة أجنبية بحروف العربية:

المصدر(رضا عامر، أنظر قائمة المراجع)

من خلال الصورتين نلاحظ أن اللافتتين تم التعبير عنها باللغة العربية، غير أنه بدل من كتابتها بلغة عربية سليمة تم كتابتها بحروف أجنبية. حيث يكون التجاذب أحيانا في التسمية في بعض اللافتات بين الفرنسية والعربية، وللخروج من المأزق يتم ترجيح اللغة الأقوى، فتكتب الكلمة العربية الفصحى بحروف فرنسية، فهل يصعب ترجمة كلمة بالفرنسية إلى العربية إلى درجة نضحي بالعربية واستعاضتها بأخرى فرنسية "لأنه يمكن القول أن نسبة كبيرة من الجزائريين كانوا أنصاف مزدوجي الهوية اللّغوية، وقد انتقلت هذه الحالة من الخلط اللغوي حتى طالت اللافتات الإشهارية، وهو ما ينذر بوجود هوة ثقافية مزدوجة.[1]

5– عدم التحديد اللغوي:

[1] المرجع نفسه، ص 29.

نلاحظ من خلال الصورة كتابة الشعارات بأكثر من لغة أي العربية والانجليزية وفق استراتيجية غير واضحة، ليبق الشعار الكبير اللغة العربية.

وفي هذه الحالة يبدو ارتباط تسميات المحلات بجوانب تسويقية لا تخضع دائما لأسس علمية ولا للجمالية في الشكل، بقدر ما تحكمها قواعد يدركها أصحاب الشأن من الممارسين للمهن التجارية. فالغالب أن عدم الاهتمام بجمالية اللافتة يكون بالأحياء الشعبية التي لا تجد المنافسة من المحلات الضخمة الأنيقة بالإضافة إلى أن تركيز اللافتة يغلب عليه طابع الجذب لفئات معينة تلائمها العامية لسهولة الإيصال، فيطغى الجانب الربحي التجاري على سلامة اللغة العربية في ظل غياب لجان المراقبة التي تنظم شروط وضوابط الالتزام بالقوانين."فاللغة الدارجة واللغة الأجنبية، وجهان لعملة واحدة والقاسم المشترك بينهما، هو تخريب اللغة العربية".[1]

خاتمة وتوصيات:

يعكس الإشهار بواسطة اللافتات التجارية ثقافة المجتمع ورقيّه وتحضّره، لاحتوائها على جانب فني جمالي وآخر ثقافي يحفظ للغة العربية أصالتها، لكن انتشارها بطريقة عشوائية أعطى لمدننا ملامح مشوّهة لرسالة يفترض فيها الذوق الجمالي والسلامة البنائية والدلالية للغة العربية. وقد ساهمت التكنولوجيا في فوضى التصميم، سواء على المستوى التقني باعتماد الحاسوب الذي يرى المصممون في استعمالاته أن الفرنسية أكثر سهولة وأناقة، بالإضافة إلى التسميات الهجينة المستمدة من الانترنت، في غياب تحديد المسؤوليات التي تقع على الفرد والمجتمع والمؤسسات الرسمية الضابطة لهذا النوع من النشاط وأصحاب الوكالات من غير المتخصصين والجهات الإدارية المطالبة بالسهر على الرقابة الدائمة من حيث التراخيص وفرض العقوبات في حالات التجاوز، حتى نحفظ للغتنا مكانتها ونحميها من الاندثار أو التشويه.

قائمة المراجع:

الكتب:

- نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، الكويت: عالم المعرفة، 1994.
- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، الكويت: عالم المعرفة، 2001.
- محمد شومان، النموذج النقدي "التغير الاجتماعي" وقضايا التأثير الإعلامي، كتاب جماعي "بحوث في الصحافة المعاصرة، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2000.
- هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة رضوان عبد السلام، الكويت: عالم المعرفة، 1999.
- راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006.
- نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة، 2005.

[1] التهامي الهاني، اللغة العربية والإشهار، متاح على: https://www.turess.com/echaab/4196 تم الاطلاع في: 2/14 / 2019.

- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، القاهرة: عالم الكتب، نشر، توزيع، وطباعة، 2008.
- حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإعلام والمجتمع في عالم متغير، ط1، 2008.، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الرحمن بن محمد، مقدمة ابن خلدون، دمشق: مؤسسة الرسالة ناشرون، ط1، 2008.
- قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم)، الجزائر: دار الغرب للنشر التوزيع،2004.
- راسم محمد الجمال، نظام الاتصال والإعلام الدولي، الضبط والسيطرة، ط1، 2005، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، 2004.
- **المجلات والملتقيات:**
- عزي عبد الرحمن، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي، قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 321، 2005.
- عزي عبد الرحمن، الانترنت والشباب: بعض الافتراضات القيمية، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال
Sociologie, Pierre, Mercklé .des réseaux sociaux, Paris, La découverte,
- شريف محمد عوض، صناعة الثقافة في عصر العولمة وأثرها في تغيير ملامح الهوية الثقافية، هرمس، المجلد الثاني، العدد 1، 2013.
- الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 4، 2006.
- هاشم شريف الغريفي، أساسيات بناء مجتمع المعلومات العربي، مجلة آداب البصرة، العدد 46، 2008.
- عبد الحميد بوترعة، واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية "الخبر اليومي" و "الشروق اليومي" و "الجديد اليومي" نموذجا، جامعة الوادي: مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 8، 2014
- سمير عبد الرحمن الشميري، استخدام التقنية الحديثة في تعليم اللغة العربية وتعلمها ونشرها وأثره في التواصل الحضاري، مجلة جامعة الناصر، العدد الثاني، ديسمبر 2013
- فايزة يخلف، مكانة اللغة العربية في مقررات التكوين الإعلامي في الجزائر، الجزائر: المجلس الأعلى للغة العربية، اللغة العربية في الصحافة المكتوبة، 2010.
- منصور فرح، الفجوة الرقمية في المجتمع العربي وأثرها على اللغة العربية، مجلة المجمع الجزائري للغة العربية، المجلد 3 ، العدد 6 ، ديسمبر 2007. ص 79– 111.
- لمياء مرتاض، كتابة اللغة العربية في الخطاب الاشهاري، تحليل لعينة من الومضات الاشهارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية، مجلة جسور المعرفة،المجلد2، العدد8، 2016.

- رضا عامر، إشكالية توظيف اللغة العربية في لافتات المحلات التجارية وإعلاناتها،ورقة بحث مقدمة الى المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، دبي، 2016.

المواقع الالكترونية:

- التهامي الهاني، اللغة العربية والإشهار، متاح على: https://www.turess.com/echaab/4196.
- يوسف تمار، دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية لدى الفرد الجزائري، متاح على: http://temmaryoucef.ab.ma/141699.htm
- الزواوي بغوره، بين اللغة والخطاب والمجتمع: مقاربة فلسفية اجتماعية http://insaniyat.revues.org/8643,
- عزي عبد الرحمن، اللغة والاتصال، http://www.geocities.com/dr.azzi
- إسماعيل الحلوتي، اللغة العربية تحت القصف العشوائي للعامية، وأخطاء الإعلانات الإشهارية، متاح على: http://hibapress.com/details-54242.html .
- عادل بوديار، الخطاب الاشهاري من الترويج إلى صناعة الثقافة، متاح على: https://diae.net/50954/
- عيسى عودة برهومة، اللغة والتواصل الإعلاني مَثَل من انتشار الأسماء الأجنبية في اللافتات التجارية في الأردن، متاح على: www.majma.org.jo/index.php/.

التقارير:

- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، التقرير العالمي لليونسكو، 2005، من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة.

العلاقات العامة ودورها في مكافحة الجريمة (جريمة المخدرات)

الإدارة العامة لمكافحة المخدرات –السودان

Public Relations and Their Role in Combating Crime (Drug Crime)
General Directorate for Drug Control

د. محمد عبد القادر عثمان علي

أستاذ مساعد _ تخصص العلاقات العامة والإعلان

ملخص:

تناول البحث دور العلاقات العامة في مكافحة جريمة المخدرات، تمثلت مشكلة البحث في الإجابة على ما هي أهم الوسائل الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في مكافحة جريمة المخدرات؟ وإلى أي مدى يمكن لعلاقات العامة أن تحد من هذه الجرائم؟ هدف البحث إلى تنمية الوعي بمفهوم العلاقات العامة في المجتمع، وإبراز دورها في مكافحة الجرائم في هذه الإدارة، وخلص البحث الي إبراز الأنشطة والبرامج الاتصالية المستخدمة، والمساهمة في إعطاء صورة حية عن القدرات المتوفرة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات، والسعي لتنمية معارفنا ومحاولة إبراز قدراتنا على التحليل والتعمق في مواضيع الجرائم والدور الذي تلعبه العلاقات العامة في محاربة كل ما هو ضار بالمجتمع. وسعى البحث لاختبار صحة الفرضيات الوسائل والأنشطة المقدمة من قبل الإدارة , وهل تكون معتمدة على أساليب الاتصال، وخلصت الي أن الندوات والمحاضرات أهم وسائل الإعلام تأثيرا في مكافحة المخدرات وذلك لأنها أكثر الوسائل المستخدمة في إدارة المخدرات لأنها لا تحتاج لإمكانيات ماديه ضخمة وتأثيرها فعال لكنها تستهدف شريحة صغيره فيجب الاهتمام بها وتفعيل بقية الأجهزة الأخرى, يتمثل دور العلاقات العامة في توعية الأفراد العاملين في قوة الشرطة بمخاطر ومضار المخدرات وأهمية التحلي بالقيم المثلي باعتبارها رأس الرمح في مكافحة المخدرات.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة. مكافحة الجريمة، المخدرات.

Abstract:

The study dealt with the role of public relations in combating drug crime, the problem of the study was in answering what are the most important means of communication that public relations undertake in combating drug crime? And to what extent can public relations reduce these crimes? The study aimed to develop awareness of the concept of public relations in society, and highlight its role in combating crimes in this administration, and the study concluded to highlight the communication activities and programs used, and contribute to giving a vivid picture of the capabilities available in the public administration for drug control , Seek to develop our knowledge and try to show our capabilities to analyze and delve deeper into crime issues and the role that public relations play in fighting everything harmful to society. The study sought to test the validity of the hypotheses, the means and activities provided by the administration, and whether they are dependent on communication methods, and concluded that seminars and lectures are the most important media influencing drug control, because they are the most used methods in drug management because they It does not need huge financial capabilities and its effect is effective, but it targets a small segment, it must be taken care of and activated by the other agencies. The role of public relations is to educate individuals working in the police force about the dangers and harms of drugs and the importance of having the best values as a spearhead in drug control.

Keywords: public relations. combating crime.

أولاً: المقدمـــة: تعد العلاقات العامة من المرتكزات الأساسية في المجتمع الحديث بصلاته المعقدة وتطوراته على كل المستويات وهي تحتل هذه المكانة لما تؤديه من دور فاعل في تسهيل عملية الاتصال والفهم المشترك بين أطراف التعامل في المجتمع، فهي بذلك تؤدي دورا متطورا للتفاعل الاجتماعي مقترنة بالصيغ المتطورة للسلوك الاجتماعي وهذا الدور تؤديه العلاقات العامة اعتماداً على البحث والتحليل من خلال صباغة الخطط والاتصال والاستفادة من نتائج ذلك في رفاهية المجتمع.

وتعد ظاهرة تعاطي المخدرات والإتجار بها مشكلة اجتماعية تؤدي للهلاك العقلي والنفسي والجسدي مما تنعكس سلبا "علي الأمن القومي بكل أبعاده السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأمنية، ويتعرض مجتمعنا لخطر المخدرات بشتى أنواعها وأشكالها مما قد يعرض الأفراد للإدمان وبالذات من هم في سن الشباب مما تؤدي إلى تدمير كيان المجتمع والقعود به من اللحاق بركب الحضارة الإنسانية و تقدمها, وتعتبر المخدرات مشكلة اجتماعية تؤدي لفعل يخالف توجيهات الدين والمجتمع حيث أنها من أخطر الجرائم التي شغلت العالم لخطورتها على المجتمع، وتعتبر مشكلة المخدرات إحدى القضايا التي لا يخلو منها أي مؤتمر أو ملتقى دولي باعتبارها من المشاكل الدولية التي أصبحت تقلق السلام والأمن العالميين، حيث إن تجارة المخدرات غير المشروعة لا زالت تمثل تحدياً خطيراً في معظم بلدان العالم ولا تستطيع أي دولة أن تغلق حدودها في وجه هذه الظاهرة[1].

ثانياً: مشكلة البحث: جاء إحساس الباحثة بأهمية الدور الذي يمكن أن تؤديه العلاقات العامة في مجال التوعية بخطورة المخدرات باعتبار أن العلاقات العامة تقوم بالتوعية، أيضا يمكنها أن تقوم بالتخطيط للتصدي بمخاطر المخدرات عن طريق بث الوعي بين أفراد المجتمع والعلاقات العامة كوسيلة إعلام ذات تأثير فعال يمكنها أن تقوم بإقناع الجمهور وتوعيتهم وذلك باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وتطويعها لهذا الغرض، وعليه يسعى البحث للتعرف على وظيفة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات والتعرف على المجهودات التوجيهية التي تبذلها الإدارة والتي تعمل لتوعية المواطن بمخاطر تعاطي المخدرات والإتجار بها علي تقدم المجتمع ورفاهيته.

ثالثاً: تساؤلات البحث: يقوم البحث على مجموعة تساؤلات يسعى الباحث للإجابة عليها وهي:

1. ما مدى فاعلية العلاقات العامة بإدارة مكافحة المخدرات في التوعية بمخاطر المخدرات؟
2. هل ساهمت البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر المخدرات والإتجار بها؟
3. ما هي الأنشطة المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات للتصدي لظاهرة تعاطي المخدرات؟
4. إلى أي مدى يوجد تعاون بين إدارة العلاقات العامة والأجهزة الأمنية الأخرى؟
5. ما المعوقات التي تحد من عمل إدارة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات؟

[1] . **معاذ صبحي**، تعاطي المخدرات: الأسباب والآثار الاجتماعية والاقتصادية، https://democraticac.de/?p=26762

6. إلى أي مدى استخدمت إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات الوسائط المتعددة في التوعية بمخاطر تعاطي المخدرات والإتجار بها؟

رابعاً: أهداف البحث: تمثلت أهداف البحث في:

1. التعرف على فاعلية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر المخدرات.
2. التعرف على الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بإدارة مكافحة المخدرات.
3. الوقوف على أنشطة العلاقات العامة ومشاكلها والإمكانات المادية والبشرية المتاحة لها.
4. معرفه دور الإدارات العليا ومدى تعاون الأجهزة الأمنية الأخرى مع إدارة العلاقات العامة.
5. التعرف على المعوقات التي تحد من عمل إدارة العلاقات العامة وتحول بينها وبين تحقيق أهدافها.

خامساً: أهمية البحث وما يثيره من بحوث أخرى: للعلاقات العامة دور فعال في التغيير الاجتماعي والإسهام في حلِّ مشاكل المجتمع لكي يكون مجتمعاً معافى ومتقدماً في مجالات الحياة المختلفة وتعد الأخطار والممارسات الضارة من القضايا المستهدفة من قبل البرامج الاتصالية لتبقى ضمن خططها ومعرفة الصورة الواقعة للدور الذي يقوم به قسم العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات في السودان للمساهمة في الحد من انتشار المخدرات. عليه تنبع أهمية هذا البحث في التعرف على مفهوم وظيفة وفاعلية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر المخدرات وضرورة مكافحتها.

سادساً: منهج البحث: يمثل المنهج مجموعة القواعد التي يجب أن يتبعها الباحث، لفحص الظواهر والمعارف المكتشفة أو المراقبة حديثاً، أو لتصحيح نظريات قديمة، للوصول إلى النتائج أستخدم الباحث المنهج الوصفي في إطار البحوث الاستكشافية المسحية التي تهدف إلى اكتشاف ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر وتسليط الضوء عليها، ويعتمد البحث على الحقائق وتحليلها باستخدام الاستبيان.

سابعاً: مصطلحات البحث (المفاهيم والمتغيرات):

العلاقات العامة: هي الجهاز الذي يربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي. وللتقدم التقني في وسائل الإعلام المختلفة ولاسيما فيما يتعلق بالاتصال دور في زيادة فعالية هذا الجهاز. أزداد الطلب في الآونة الأخيرة على تطوير أقسام العلاقات العامة، وسبب الإقبال على هذا الفرع من فروع الإدارة هو الدور الذي يلعبه هذا الجهاز وأهميته لكل مؤسسة حيث يقوم بنقل صورة للأنشطة والخدمات التي تقدمها للجمهور وحاجة الجمهور للحصول على تلك المعلومات[1].

الإدمان: تعريف الإدمان لغة: من أدمه وهي الإلفة والاتفاق أو المحبة – أو الملازمة من غير أقلاع؟ فالإدمان يعني تزوق المتعاطي المخدرات مره وأثنين فتحدث بينة وبين المادة ألفة ومحبة وملازمة؟ فيصبح مدمنا عليها ولا يستطيع فراقها[2].

[1]. منصور عثمان محمد: المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، (شركة مطابع السودان للعملة المحدودة. اصدار المكتبة الوطنية السودان، (2008) ط1, ص 15.

[2]. أحمد فؤاد كامل: السموم البيضاء والنتائج السوداء، مجلة الكويت، (1989م) ص22.

المخدرات: المقصود من المادة المخدرة هي كل ما يذهب العقل ويضر بالصحة ويسبب عادة الإدمان فمتي ما توفرت هذه الصفات الثلاثة في أي مادة اعتبرت مادة مخدره[1].

ثامناً: عرض الدراسات السابقة ونقدها تنبع أهمية الدراسات السابقة في أنها تعمل على:

1. تحديد وبلورة مشكلة البحث، والابتعاد عن التكرار.
2. إثراء مشكلة البحث، التي أختارها الباحث مما يجعل الباحث أكثر جرأة وطمأنينة.
3. تزويد الباحث بالكثير من الأفكار والأدوات التي تساعده على اختيار الأداة المناسبة.
4. تزويد الباحث بالكثير من المصادر والمراجع والتراث العلمي.

وقد أستعان الباحث بالدراسات التالية: الدراسة الأولى: توظيف برامج العلاقات العامة للحد من أنتشار المخدرات بين أوساط الشباب (مكافحة عن طريق التوعية والإرشاد) تناولت الدراسة العلاقات العامة ونشأتها وتطورها وتعريفاتها وبرامجها وأهدافها ووظائف العلاقات العامة، وعن المخدرات بصورة كاملة تعريفه المخدرات وأنواعها ونظرة الإسلام للمخدرات وتاريخها وأسباب أنتشارها و أيضا الأثار المترتبة علي مخاطر الإدمان والتعاطي للمخدرات، وتاريخ المخدرات في وطرق الوقاية من منها وما تسببه المخدرات من مضار صحية ونفسية واجتماعية، ثم أختمت الدراسة بالنتائج والتوصيات التي توصلنا اليها والخاتمة وأخيرا الملاحق التي شملت صور الأنواع المخدرات.

الدراسة الثانية: الإعلام الأمني في التوعية بمخاطر المخدرات[2] أهم النتائج والتوصيات للدراسة: لم تتمكن المجموعة الباحثة منها عملت هذه الدراسة على تغطية جميع أنواع المخدرات والمهلوسات والمسكنات والنومات والكحول والتبغ بشكل عام ومؤثراتها العقلية في الإديان السماوية.

الدراسة الثالثة: الاتصال المؤسس وفاعلية في معالجة الجرائم[3]، فتناول الباحث فيها فاعلية الاتصال المؤسسي في معالجة الجرائم وماهو الدور الذي يقوم علية وماهي الأنشطة والبرامج المقدمة التي تساعد على معالجة مثل هذه الجرائم، وأهم النتائج والتوصيات: يجب على القائمين بالاتصال التركيز على عملية البحوث من أجل توعية الجمهور بالجرائم والتعريف بالقوانين واللوائح، أضافة الجرائم الالكترونية للمناهج التعليمية المدرسية.

توضيح العلاقة مع الدراسة الحالية:

من خلال المتابعات التي قام بها الباحث يلاحظ أن نسبة كبيرة من الأبحاث التي تناولت العلاقات العامة، لم تربطها مع بعضها ومع متغيرات مكافحة الجريمة حيث أن هذا البحث يعتبر من أولى الأبحاث في هذا الموضوع، حيث لاحظ البحث أن هناك كمية كبيرة من الأبحاث في هذا الموضوع إلا أنها لم تتطرق

---

[1] . كمال عمر بابكر: معا لكشف المخدرات والمؤثرات العقلية، رسالة دكتوراة غير منشورة، (20013م)، ص22.

[2] . كمال عمر بابكر مرجع سابق، ص 25

[3] . محمد عبد القادر: الاتصال المؤسسي وفاعلية في معالجة قضايا الجرائم الالكترونية، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة امدرمان الاسلامية، (2019)، ص207

لموضع مكافحة الجريمة ودور العلاقات العامة في هذه المكافحة من خلال الأنشطة والبرامج التوعوية المقدمة وما نوعيتها والجمهور المستهدف من هذه البرامج وهو ما ترتكز عليه الدراسة الحالية، من خلال تقديم مقترحات لتوضح أثر العلاقات العامة في مكافحة جريمة المخدرات.

تاسعاً: مجتمع البحث: يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن تعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ويتكون مجتمع الدراسة لهذا البحث من العاملين بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات، حيث قام الباحث بتوزيع عدد 120 استمارة استبيان على المبحوثين باستخدام أسلوب العينة العشوائية، وقد أستجاب 110 منهم وأعادوا الاستبيانات بعد ملئها بالمعلومات المطلوبة، بنسبة استجابة بلغت 91.7%، وهذا مؤشر أولي ممتاز لمدى تفاعل المبحوثين مع البحث، ولم تكن هنالك أستبانه تالفة ليتم استبعادها لتصبح جملة الاستبانات الصالحة 110 استبانة.

عاشراً: الإطار المكاني: قد وقع اختيار البحث على عينة من الموظفين بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات، وذلك لما يتمتع به أفراد العينة من المتابعة المستمرة لهذه القضايا، علاوة على متابعة ما يجري وما ينشر في هذه المؤسسات من معلومات ورسائل تتعلق مكافحة المخدرات.

إحدى عشر: الإطار الزماني: تناول الباحث الفترة من يناير 2019– يناير 2020.وقد وقع اختيار البحث على الفترة باعتبارها الفترة التي شهد فيها وتابع الباحث ما يجري في مجال العلاقات العامة اطلاعا ومتابعة دقيقة، علاوة على ممارسته الشخصية للعلاقات العامة.

أثنى عشر: أدوات جمع البيانات: يقصد بها الأدوات المراد توظيفها في الحصول على بيانات الدراسة، وتم تحديد طريقة جمع البيانات بناء على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها من حيث كونها رقمية أم لفظية، ومن مصادر أولية أم ثانوية. ولذلك أستخدم الباحث الأدوات التالية:

- **المقابلة:** وأستخدم الباحث المقابلة مع عدد من المهتمين بمجال مكافحة المخدرات من الأكاديميين والممارسين من ذوي الخبرة والكفاءة.
- **الاستبانة:** واستخدمت هذه الأداء لقياس دور العلاقات العامة في مكافحة المخدرات. واختبار الباحث الاستبيان للأسباب التالية:
  - توفير الكثير من الجهد والوقت، مع سهولة مراجعة البيانات وتصنيفها وتحليلها.
  - يقلل من التحيز، سواء من قبل المبحوث، أو من قبل الباحث.
  - يعطي للمبحوث الحرية في اختيار الوقت المناسب لتعبئة الاستبانة.

دور العلاقات العامة في مكافحة المخدرات: لما كانت المساحة المخصصة لبحوث المجلة لا ينبغي أن تزيد عن عدد معين من الصفحات أكتفى الباحث بالإشارة السريعة لما يقصده بالمفاهيم الأساسية التي يتناولها في بحثه.

تعريف العلاقات العامة: تعددت واختلفت مفاهيم العلاقات العامة بتعدد واختلاف وجهات نظر الباحثين والممارسين ويمكن توضيحها فيما يلي:[1].

- **تعريف معهد العلاقات العامة البريطانية:** هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة والتي تهدف الي تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشاة وجمهورها.
- **تعريف جمعية العلاقات العامة الامريكية:** هي نشاط اي صناعة أو هيبة هو مهنة أو حكومة في أنشا وتعزيز علاقات جيدة بينهما وبين جمهورها كالعملاء والموظفين والمساهمين والجهود العامة.
- **تعريف سيدل:** العلاقات العامة عملية مستمرة يتم من خلالها توجيه أي مؤسسة أو منظمة للفوز بثقة مستخدميها وعملائها والجمهور عموما وذلك للتفاهم معهم جميعا[2].
- **باسكن وارنوف:** العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تساعد على تحديد فلسفة المنظمة وتحقيق أهدافها واقتراح تغير في سياستها، ومزاولة الاتصال بالجماهير الداخلية والخارجية والتأكد على إحداث التلاؤم بين أهداف المنظمة والتوقعات الاجتماعية[3]. ويري الباحث أن العلاقات العامة هي ذلك النشاط الإنساني الذي يهدف الي خلق علاقات وطية بين كل المتعاملين مع بعضهم البعض (مؤسسات، افراد) فيما بينهم وذلك من خلال الاستخدام الأمثل للكل الوسائل الاتصالية بعلم وفن.

أهداف العلاقات العامة: تمارس العلاقات العامة أنشطتها المختلفة وفي كل المجالات وكل الميادين الاقتصادية والسياسية وذلك لتحقيق مجموعه من الأهداف التي تعد سلفا. والنتيجة العامة هي تحقيق الأهداف جميعا وفي النهاية بلوغ الهدف الاسمي الذي يسعي له جميع الأطراف كما يجب تعيين هذه الأهداف على ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية العريقة السائدة في المجتمع كما ينبغي أن تكون تلك الأهداف واقعيه من حيث الجهد والمال والعاملين الذين يسعون لتحقيقها[4].

وهنا سوف نقدم مجموعه من الأهداف العامة التي تشكل خطوطا رئيسيه لأخصائي **العلاقات العامة وتتمثل في الاتي:**[5] .

- دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- تنميه التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.
- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

---

[1] . منصور عثمان محمد زين مرجع سابق، ص25.

[2] . زهير يس الطاهات: سيكولوجية العلاقات العامة والاعلام، ط1 (دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الاردن)، (2011) ص44.

[3] . عبد الناصر احمد جردات: أسس العلاقات العامة (بين النظرية والتطبيق)، ط1 (دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع، الاردن عمان، وسط البلد,2009م)، ص 72.

[4] . عبد الحكيم خليل مصطفي: العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي، (الدار العالمية للنشر والتوزيع ,,2009م،) ط 1 ص 52.

[5] . صالح خليل ابو أصبع: العلاقات العامة والاتصال الانساني. ط 2 الاصدار الاول (دار الشرق للنشر والتوزيع , 2009م) ص20.

وظائف العلاقات العامة: ويري بعض خبراء العلاقات العامة أن للعلاقات العامة لها دور كبير داخل المؤسسة وأن أهم وظائفها تتمثل فيما يلي:[1]

- بحث وتحليل وتلخيص جمع المعلومات والبيانات التي تهم الإدارة العليا.
- تعريف العاملين بكافة الجهود المبذولة وتشجيعهم على تقديم مقترحاتهم والاستفادة منها.
- التصدي لمشكلات العاملين وحلها سريعا حتى لا تتأثر روحهم المعنوية وتقل كفاءتهم العملية.
- وإشباع حاجاتهم الإنسانية مما يؤثر إيجابا على تحقيق أهداف المؤسسة.

طرق تقويم برامج العلاقات العامة: تنطوي عملية برامج العلاقات العامة على درجة كبيرة من الصعوبة، حيث تختلف درجة الموضوعية أو الحكم التشخيصي من منظمة لإخريص، بل وعمل لأخر، كما أن هناك من الأعمال ما يمكن قياسية كميا، والبعض الأخر يمكن تقويمه بطرق مباشرة، استنادا الي المقارنة وفقا للمقاييس والمعايير. ويتم التقويم هنا وفقا للتقدير الشخصي وسوف يتم تناول أهم طرق التقويم المتبعة، التي يمكن أخضاع بعض أعمال العلاقات العامة للقياس الكمي، وبالتالي يمكن تحديد أي أنحرف بدقة، وكذلك التعبير عن هذا الانحراف كميا، ومن أمثلة ذلك:[2] .

- تحليل العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة والمبيعات الفعلية
- تحليل العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة وزيادة الإيرادات والأرباح.
- تحليل توعية الجماهير حسب الجهود الاتصالية.

مؤشرات قياس كفاءة العلاقات العامة: أن من أعقد وأصعب المهام التي يكن تحقيقها، هي قياس كفاءة العلاقات العامة نظرا لأنها مجال تتفاعل فيه العديد من المتغيرات الداخلية والخارجية والتي يصعب التحكم فيها، كما يتداخل عملها مع أعمال جهات اخري، مثل أدارة المبيعات وأداره العلاقات الصناعية وهذا ما جعل البعض يقلل من أهمية العلاقات العامة، نظرا لتعزر قياس كفاءتها بالدقة الواجبة، وبالتحديد الكمي المطلوب من وجهة نظرهم.

تقيم برامج العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات: تؤكد الإدارة العامة لمكافحة المخدرات على الدور الفعال الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة والإعلام من خلال البرامج المختلفة في التوعية والإرشاد **من** خلال المحاضرات والندوات والمعارض الإرشادية والتوعوية بصورة دورية ومستمرة "[3]".

أنه دور فعال ولا يقل أهمية من درو المكافحة الميدانية. أن هنالك المزيد من البرامج ينبغي عملها بالتنسيق مع الجهات ذات الصلة[4].

---

[1] . محمد منير حجاب: المداخل الاساسية للعلاقات العامة استاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الآداب، سوهاج، (1996م) ص22.

[2] . محمد العزاربي احمد ادريس: العلاقات العمة المعاصرة وفعالية الادارة، قسم اداة الاعمال، جامعة الزقازيق، (2002م) ص22.

[3]. هالة نصرالدين المبارك، مسئولة البحوث بدائرة الشئون النفسية، مستشار التوعية والبحوث بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات، التاريخ 2019/6/24م الساعة الثانية عشر ظهرا.

[4] . احمد محمد عبد الوهاب، دائرة العلاقات العامة والاعلام بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات , 2019/6/25م، الساعة الواحدة ظهرا.

المخدرات من الناحية القانونية والطبيعية: وقد جاء تعريف المخدرات في قانون المخدرات والمؤثرات العقلية لسنة 1994م كالاتي: يقصد به الحشيش والأفيون وشجرة الكوكا وكل نبات أو مادة طبيعية أخرى لها الأثر أو حركية من أي المواد المدرجة في الجدول الملحق بالقانون، وجاء تعريف المؤثرات كالاتي:[1]

التعريف العام للمخدرات: المخدرات هي مجموعة من المواد التي تسبب الإدمان وتسمم الجهاز العصبي والتي يحظر تداولها أو زراعتها او وضعها الا لأغراض يحددها القانون ولا تستعمل الا بواسطة من يرخص له ذلك، عرفها د. مجدي يوسف تعريفا مبسطا جاء فيه: (أن المقصود من المادة المخدرة هي كل ما يذهب العقل ويضر بالصحة ويسبب عادة الإدمان فمتي ما توفرت هذه الصفات الثلاثة في أي مادة اعتبرت مادة مخدره)[2].

تاريخ المخدرات: عرفت في العالم منذ عده عهود حضارية في القدم وقد أكتشفها إنسان تلك العهود ثم لاحظ فائدتها في علاج وتسكين بعض الأمراض ثم اكتشف أثرها في التخدير فقام بالحفظ على ما أكتشفه وسعي حثيثا لمحاوله اكتشاف غيرها.

ولقد أكد تاريخنا أن العرب أيضا كانت لهم محاولات في اكتشاف بعض النباتات المخدرة وسعوا لإيجاد الوسيلة لاستخراجها لأغراض العلاج والتداوي. كما أن هنالك كثير من علماء العرب وردت في كتاباتهم الكثير من تلك النباتات المخدرة منهم (الرازي – ابن سيناء – الإدريسي). والذين عاشوا في الفترة من عام 865م وحتى 1166م. كان الهندوس يعتقدون أن إله (اشفيا) هو الذي يأتي بنبات القنب من المحيط ثم تقوم الاله الأخرى باستخلاص ما وصفوه بالرحيق الإلهي (الحشيش). أما الإغريق فقد نقشوا صورا لنبات الخشخاش على جدران المقابر والمعابد وأختلف المدلول الرمزي لهذه النقوش. أما قبائل الانويز فقد أنتشر بينهم أسطورة تقول إن أمراه نزلت من السماء لتخفيف الأم الناس وتجلب لهم نوما لذيذا" وثم تحولت القوة الألهيه إلى شجره الكوكا[3].

تاريخ المخدرات في السودان: عرف المخدرات في السودان في مطلع القرن الماضي وهو أحد سلبيات الاستعمار البريطاني وتعتبر المخدر الشائع في السودان حتى العقد الأخير من أواخر القرن الماضي ما يعرف (بالبنقو) المعروف بأسماء مختلفة أشهرها الحشيش وأنواعه كثيرة وكذلك أسماءه حسب مناطق زراعته:[4]

القنب الهندي: إن أكثر أنواع المخدرات شهره واستخداما في كل أنحاء العالم هو الحشيش المستخرج من نبته القنب والذي ينمو في السودان بريا كما يزرع بشكل بري اقتصادي غير مشروع في بعض المناطق في السودان، وأكثر أسمائه شهره محليا هو (البنقو) وأسماء محليه عديدة مثل (الواو – الخدرة). وعاده يتم

---

[1] . كمال عمر بابكر مرجع سابق، ص7.

[2] . المرجع نفسه، ص44.

[3] . منشورات الإدارة العامة للمخدرات في السودان.

[4] . معاذ عثمان علي: الدوافع النفسية لإدمان المخدرات لدي الشباب وعلاقتها ببعض المتغيرات جامعة أمدرمان الاسلامية، كلية الآداب قسم علم النفس، (2007م)، ص10.

تعاطي الحشيش (البنقو) في السودان عن طريق التدخين مخلوطا بالتبغ العادي في شكل لفافات باستخدام ورق لف التبغ العادي وأكثر أنواع ورق اللف شهره هو ورق البرنس وتسمي لفافة الحشيش (سيجاره حمره) ومن المرجح إن لفافة البنقو حصلت علي أسم (سيجاره خدره) من لون الحشيش الداكن أومن حاله التخدير التي تسببها وعاده يتم تعاطي الحشيش في جلسات جماعية تشبه جلسات تعاطي المخدرات يتلاقى فيها المتعاطين مع الأصدقاء (الشلة) ويميل المتعاطين في جلساتهم إلى الهدوء، والحديث بصوت منخفض، ورواية. **اذ** لا يحتاج تحضير الحشيش لجهد كبير.

الرؤية المستقبلية للحد من انتشار المخدرات: بالتأكيد الرؤية المستقبلية لنا عالم خالي من المخدرات بتقليل الطلب وأباده مناطق الزراعة وقيام زراعات بديلة وصناعات بديلة قد تتسم بشكل مباشر في الحد من انتشار المخدرات وتشديد الرقابة على الأدوية والعقاقير المخدرة بتفعيل قانون الأدوية والسموم وأنشاء معامل ومختبرات لتحليل المادة المخدرة على مستوي صحي وعلاجي متقدم[1].

– ويري عقيد شرطة أحمد محمد عبد الوهاب أن الرؤية تتمثل في زيادة التنسيق مع الجهات ذات الصلة ومشروع خط تلفوني معروف لدي المواطنين في حالة ظهور أعراض التعاطي على أحد أفراد الأسرة لنقلة الي المصحة. وأضاف عبد الرازق، رؤيتنا لا للمخدرات ونعم للحياة تحت شعار المخدرات هلاك للفرد ودمار للمجتمع.

أسباب الإدمان: تعريف الإدمان لغة: من أدمه وهي الالفة والاتفاق أو المحبة – أو الملازمة من غير أقلاع، فالإدمان يعني تزوق المتعاطي المخدرات مره وأثنين فتحدث بينة وبين المادة الفة ومحبة وملازمة فيصبح مدمنا عليها ولا يستطيع فراقها.

تعريف منظمة الصحة العالمية للإدمان: أنه حالة من التحديد المؤقتة أو المزمنة التي تنشأ عن تكرار تعاطي مادة مخدرة طبيعية أو تخليقيه فالإدمان يبدا بالجرعة الاولي على سبيل المجاملة العفوية مع قرنا السوء من جنسه أو الجنس الأخر حتى ينقلب الأمر علية ويصبح طالبا لا مطلوبا، فيتعود مرة أوله وثانية وثالثة ثم ينزلق في بؤرة الإدمان.

الأسباب: لم تتأكد بعد الأسباب الحقيقية الكاملة وراء قابلية أو استعداد شخص لتعاطي المخدرات وقد اختلفت بعض الآراء من المهتمين بهذا الأمر هل هو غياب الوازع الديني هل هي بيولوجية –اجتماعية أم اقتصادية الي أحد العوامل التي يكون لها دور في وقوع الشخص في دائرة استخدام المخدرات أو الانزلاق كليا في الإدمان.

والإدمان يعرف بانة حالة تسمم دورية أو مزمنة تلحق بالفرد والمجتمع وتنتج من تكرار تعاطي عقار طبيعي أو مصنع، وهو الحاجة النفسية والجسمية للعقار بحيث يشعر المدمن برغبة قهرية للعقار، كما أنه يشعر أن يزيد الجرعة كي يؤدي العقار للتأثير المرغوب، كما أنه بدون العقار يعاني المدمن من الألم وتسمى

[1] . هالة نصر الدين، مرجع سابق.

بأعراض الانسحاب، وعادة يضر المدمن نفسه ويقيه المجتمع باستمراره لتعاطي المخدرات. أن التحولات السريع التي مر بها المجتمع خلال العقود الأخيرة أحدثة الكثير من الاختلال في منظومة القيم الاجتماعية وانعكست بدورها على كافة وحدات المجتمع كالإسره والمؤسسات الاجتماعية الأخرى[1].

الآثار الاجتماعية للمخدرات: – تلعب العوامل الاجتماعية والثقافية بما يتضمنه من الانتماء العرقي (السلالة)، والدين والجنس دوراً في أساليب أو أنماط التربية في مرحلة الطفولة، ومن ثم فقد أثرت في تحديد النمط السلوكي للفرد في جوانب عديدة ومن بينها الأقبال على تعاطى المخدرات أسوء استعمالها، وليس بالضروري أن يكون كل مستخدمي تلك المواد من أبناء المدمنين، وهو ما يوضح تأثير العوامل البيئية والثقافية في إساءة استخدام المخدرات والعقاقير.

الآثار الصحية والنفسية للمخدرات: –

اقتراب الإدمان بالاضطراب النفسي: تفترض الدراسات المقدمة من علماء السيكو باثولوجي حول أساءه استخدام المخدرات أن ذألك يحدث علي الأقل بشكل جزئي بسبب اقترانه بالمرض النفسي، وهو ما يعرف بالمشاركة المرضية ، فالأشخاص الذين يعتمدون على الكحول أكثر ميلا من ذوي الاضطرابات النفسية الأخرى لأنهم يعانون من ظروف ذهنيه أخري، وأكثر الاضطرابات مشاركة لتعاطي الكحول عادة هي الاكتئاب، واضطرابات الشخصية المضادة للمجتمع مع الفصام، واضطرابات القلق، واضطرابات النوم، كما يعتقد بعض البحاثين أن الاستخدام المكثفة للحشيش والماريجونا يؤدي الى اضطرابات ذهنية، واذا دعمت الأدلة صحه هذا الفرض، فإن ذألك سيؤدى إلى موافقه مقنعه على خطورة الاستخدام المكثف لهذا العقار إلانة بملاحظه 100 مستخدم منتظر للماريجونا لمده 6–7 سنوات فشل الباحثون في ملاحظة تأثير كبير أو أدله على أمراض نفسيه في المستخدمين عند مقارنتهم بخمسين من غير المستخدمين حديثي السن من الذكور والإناث، ومن ناحيه أخري وكما لاحظنا سابقاً فإن استخدام الماريجونا يرتبط بأعراض قصور الدافعية في بعض المستخدمين المزمنين، وهو ما يتداخل ويؤثر بوضوح على قدرتهم على الأداء الوظيفي ولكن أيهما أسبق الأدمان أم المرض النفسي؟ وحيث يتعارض ذلك مع فرص التداوي الذاتي الذي يعد تفسير سيكوديناميا لظاهرة الإدمان الذي يرى أن الفرد يستخدم الكحول وغيره من العقاقير لمداواة عدم تحمل الحالات الوجدانية، وفي رأى خنتزيان 1985 أن اختيار العقار أو المادة التي تستخدم يتم بناء على قدرتها على ضبط حالات وجدانية معينة، فبعض المدمنين يستخدمون العقاقير المنشطة للتعامل مع الاكتئاب والضجر أو الخوف، بينما أخرون يستخدمون المهدئات لعلاج أخطار الغضب.

أن النتائج التي تجمعت خلال السنوت الأخيرة تدعم وجهة النظر القائلة بأن استخدام العقاقير يرجع بشكل جزئي إلى الاختلالات الوظيفي للجهاز العصبي المركزي، فإحدى أكثر النظريات الحديثة قبولاً عن أدمان الكوكايين أن المخدر يعوق امتصاص مادة الدوبامين مرة ثانية، وهي أحدي الناقلات العصبية الهامة، وعند

[1] . احمد فؤاد كامل مرجع سابق، ص4

ذألك يحدث الكوكايين حالة من النشاط والخفة والنشوة ويضع الأساس لواحد من أثارة الرئيسية وهي الانهيار عن تعاطي الكوكايين ومن ثم حدوث اكتئاب عميق. السؤال الرئيسي الذي يبحث عن إجابة في تلك النظرية، هو ما إذا كان بعض الناس أكثر حساسية من غيرهم لإغراءات حالة النشاط والخفة التي يثيرها الكوكايين أم أنهم أكثر تأثير بالاكتئاب المصاحب للانقطاع عن الكوكايين أو إلى كل منهما؟ من المفترض أن الشخص الحساس لحالة النشاط أو الخفة الأكثر تأثير بالاكتئاب أو لكل منهما ربما يكون لديه شذوذ موروث في تمثيل الناقلات العصبية. ولكي يفسر الباحثون تلازم سوء استخدام المواد والاضطرابات النفسية الأخرى يجب عليهم أن يحلو مشكلة الدجاجة والبيضة، بمعني آخر يحددوا ما إذا كانت أعراض الاضطراب أو الاضطرابات الأخرى[1]:

1- تسبق سوء استخدام المواد، وفي تلك الحالة ربما يكون سوء استخدام المواد قد حدث أثناء محاولة الشخص إخماد أغراض اضطراب أخر (كما ذكرت المدرسة السيكوديناميكية).
2- هي نتائج الاضطرابات وضغوط الحياة لدى الشخص الذي يسئ استخدام المواد.
3- تلي حدوث سوء استخدام المواد وتنتج عنها، حيث أن سوء استخدام المواد غالباً ما يسبب أعراض تشبه اضطرابات أخرى.
4- أو أنه خليط ومزيج من المكونات الثلاثية السابقة.

*** أجهزة المكافحة المحلية والدولية:**

أولا: أجهزة المكافحة المحلية: تأتي في مقدمة هذه الأجهزة الشرطة وتليها أجهزة الضبط الاجتماعي الحكومية والطوعية وأخيرا المنظمات والهيئات واللجان المحلية والإقليمية والدولية.

بالنسبة للشرطة فأنها تقوم بأعمال المكافحة في أطار واجبها القانوني المنوط بها والخاص بمكافحة الجريمة وردع المجرمين وتقويمهم وأصلاحهم ومن هذا المنطلق فان الشرطة بمختلف إداراتها العامة والمتخصصة تقوم بأعمال المكافحة علي المستويين الردعي والعلاجي وتقوم الإدارة العامة لمكافحة المخدرات كإدارة متخصصة بالتنسيق ورسم السياسات الخاصة بالمكافحة والتوعية وتعمل كجهاز أتصال قومي لتوحيد الجهود الدولية والإقليمية الخاصة بمكافحة المخدرات وقطع طرق التهريب الدولية ومنع عبور المخدرات ضمانا لخفض العرض والطلب علي المخدرات والمؤثرات العقلية.

وقد قامت هذه الإدارة بأنشاء العديد من الأقسام الميدانية في مناطق أنتاج المخدرات بولايات السودان المختلفة كما قامت بالكثير من الحملات على أماكن زراعة الحشيش وعلى المستوى الدولي حرصت الإدارة على تنزيل كل السياسات التي أوصي بها المكتب العربي للمكافحة والبرنامج العالمي خاصة بما يتعلق بالمصادقة على الاتفاقيات والمشاركة في وضع الخطط المرحلية للمكافحة.

[1] . موقع الكتروني، شبكة برق العربية، تاريخ الدخول 2019/5/20م الواحدة ظهرا.

ثانـيا: أجهزة المكافحة الدولية والإقليمية: تشمل لجان المخدرات التابعة للمجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة والتي أنشئت أوائل العام 1946 م وتتبعه المخدرات التي تعمل كسكرتارية للبرنامج العالمي لمكافحة المخدرات وصندوق الأمم المتحدة لمكافحة واساءة استخدام العقاقير وهيئة الرقابة الدولية علي المخدرات التي أنشئت بقتدي الاتفاقية الوحيدة للمخدرات لعام 1991 م بمنظمة التربية والعلوم (اليونسكو) و (والفاو) والمكتب العربي لشئون المخدرات، وفي إطار إعادة هيكلة برنامج الأمم المتحدة فقد تم تعديل لجنة المخدرات لتكون لجنة المخدرات والجريمة وقد ساعدت هذه اللجان والهيئات في الاتـي:

1. تطبيق الاتفاقيات الصادرة في شان المخدرات.
2. تقديم المشورة في كل الموضوعات المتعلقة بالرقابة على المخدرات.
3. تعديل الجداول المرافقة بالاتفاقيات واعتماد التقارير والخطط على الانتاج.

- قصر عرض المخدرات على الحاجات المشروعة وذلك بالقضاء على الإنتاج والتصنيع غير المشروع للمخدرات.
- رفع مستوى أداه اجهزة المكافحة وإعداد برامج لتبصير المواطنين بحظر المخدرات عن طريق البرامج التعليمية والحملات الإعلامية.
- إجراء بحوث حول أساءه استخدام العقاقير وتطوير أساليب علاج المدمنين.
- عقد المؤتمرات الإقليمية والدولية لدعم التعاون بين أجهزة مكافحة المخدرات.

1/ التسليم المراقب للمخدرات: بالنسبة للتسليم المراقب للمخدرات هو عبارة عن المتابعة الدقيقة لشحنة مخدرات من مكان نقلها الي مكان تسليمها بغرض ضبط أفراد العصابة في المكانين وقد يتم التسليم المراقب على المستوى المحلي الدولي والوطني ويمكن لأجهزة الضبط تمرير الشحنة الواصلة اليها تحت المراقبة الشديدة وبعد اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة الي داخل البلاد لكي يتثنى التعرف على المسار النهائي للشحنة وضبط أكبر عدد من المشتركين في هذه العملية وشل حركتهما.

2/ المطاردة المستمرة: على المستوى الدولي تكون هنالك معلومات حول شحنة مخدرات سوف تهرب من الدولة (أ) عبر الدولة (ب) الي الدولة (ج) ويتم تحديد ناقلي هذه الشحنة ومسار تهريبها ويمكن ضبط الشحنة في أي من البلاد الثلاثة ولكن يتم الاتفاق على الدول الثلاثة على تمرير الشحنة في مسارها النهائي ومن التطبيقات العملية الضبطية التي مر بها الهروين عبر مطار الخرطوم بالاتفاق مع السلطات السعودية وتم ضبط المتهمين والمعروضات في مدينة جده.

الوسائل الإعلامية المستخدمة لمكافحة المخدرات: وهي الوسائل التقليدية والحديثة بشتى أنواعها (اذاعة – تلفزيون – صحافة –الانترنت) بالإضافة الي الندوات والمحاضرات والمعارض بالتعاون والتضامن مع منظمات المجتمع المدني واللجان الشعبية والمجتمعية مع الاتحاد العام للطلاب السودانيون والمنشورات الخارجية والمطبقات التي توزع للجمهور الخارجي، فنجد أن الإدارة العامة تود استقطاب جميع فئات

المجتمع. وأتفق كل من العقيد شرطة أحمد محمد عبد الوهاب وعبد الرازق بدائرة الإعلام، على أن هذه هي الوسائل المستخدمة في للإدارة العامة لمكافحة المخدرات[1].

كيفية مكافحة المخدرات على الصعيدين الامني والوقائي:

- **علي الصعيد الوقائي:** تقع المجهودات على دائرة العلاقات العامة والإعلام من خلال برامجها المختلفة المعدة من قبل اختصاصين في هذا المجال.

- **أما على الصعيد أمني:** فيقوم بهذا الدور جهة مختصة – دائرة العمليات – من خلال الرقابة في الإتجار والترويج والإدمان، والقبض عليهم بالإضافة الي أبادة المزارع في مراحل مختلفة مراقبة وقطع الطرق على المستوي المخدرات وأتفق معاها عبد الرازق.

- **علي الصعيد الوقائي:** وسائل متبعه وقائية للحيلولة دون وقوع الفرد في دائرة التعاطي عن طريق التوعية والإرشاد.

- **الامني:** وسائل عملياتية تستهدف التجار والموردين والموزعين عن طريق نشر قوات الشرطة مجهزة ومسلحة في أنحاء السودان وعلى حدود الدول المجاورة.

المعوقات والمشاكل: تكلفة الميزانية قد لا تساعدك في الحد من انتشار المخدرات لان وسائل الإعلام يحتاج الي ميزانية مما يوصل الرسالة الإعلامية الي الجمهور بمختلف طبقاته. يمكن القول إن تنمية وخلق عنصر بشري مؤهل ومدرب قد يتسم بصورة فعاله في البرامج التوعوية والإرشادية وخلق قاعدة معلومات علمية وعملية لتساعد في الحد من انتشار المخدرات.

- عدم استجابة الجمهور للدور التوعوي والإرشادي في الأغلب لأن الرسائل لا تصلهم والسبب أن السودان بلد مترامي الأطراف، مما يصعب توصل الرسالة وأيضا بسبب الجهل المتفشي بالإضافة إلى عدم الرقابة الأسرية والمجتمعية.

- كثرة القنوات الفضائية والتقليد الأعمى للثقافة الأوربية أدى إلى صعوبة القيام بعلمنا الإرشادي والتوجيهي بالصورة المطلوبة.

- تكنولوجيا الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في الإدارة لم تستطيع للتصدي لتكنولوجيات الاتصال والعولمة العالمية التي ساعدت على انتشار تعاطي المخدرات.

- الإحساس بعدم الرضي الوظيفي في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات، التشريعات الخاصة جريمة المخدرات في السودان غير رادعة تماماً.

- مستوي التخطيط والبحث العلمي الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات في السودان وسط[2].

تقيم دور دائرة العلاقات العامة لمكافحة المخدات:

---

[1] . مقابلة مع عبد اللطيف، الادارة العامة لمكافحة المخدرات، بمدينة امدرمان، بحي بانت غرب. 2019/2/29م، الساعة الواحدة ظهرا.

[2] . مقابلة المرجع السابق. 2019/2/29م، الساعة الواحدة ظهرا.

- يرتكز الدور الأساسي للعلاقات العامة بتقليل الطلب المجتمعي للمخدرات على جميع المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وذلك بالتوعية المجتمعية بأضرار المخدرات وتأثيرها على الفرد والمجتمع، وخلق مجتمع واعي سواء في الجامعات الحكومية والخاصة والمدارس والأندية والمساجد وعبر اللجان الشعبة وكافة مناطق التجمعات وبناء على طلب تلك الجهات.

- يتمثل دور العلاقات العامة في توعية الإفراد العاملين في قوة الشرطة بمخاطر ومضار المخدرات وأهمية التحلي بالقيم المثلي باعتبارها رأس الرمح في مكافحة المخدرات.

- علي المستوي العام هنالك محاضرات للتوعية بمخاطر المخدرات يتم تقديمها لمؤسسات المجتمع المدني بواقع محاضرتين أسبوعيا بناءً على دعوات تقدم للإدارة من تلك المنظمات.

الإجراءات المنهجية للبحث الميداني:

تناول الباحث في هذا الجزء الإجراءات والخطوات المنهجية التي أتبعت في الدراسة الميدانية لدور العلاقات العامة في مكافحة الجريمة بالتطبيق على جريمة المخدرات في الفترة من (يناير 2019– يناير 2020).

مجتمع الدراسة: ويتكون مجتمع الدراسة لهذا البحث من العاملين بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات، حيث قام الباحث بتوزيع عدد 120 استمارة استبيان على المبحوثين باستخدام أسلوب العينة العشوائية، وقد أستجاب 110 منهم وأعادوا الاستبيانات بعد ملئها بالمعلومات المطلوبة، بنسبة استجابة بلغت 91.7%، وهذا مؤشر أولي ممتاز لمدى تفاعل المبحوثين مع الدراسة، ولم تكن هنالك أستبانه تالفة ليتم استبعادها لتصبح جملة الاستبانات الصالحة 110 استبانة.

وصف الاستبيان: أرفق مع الاستبيان خطاب للمبحوث تم فيه تنوير المبحوثين بموضوع الدراسة وهدفه وغرض الاستبيان، وأحتوى الاستبيان على قسمين:

القسم الأول: تضمن عبارات عن البيانات الشخصية لأفراد مجتمع الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على عبارات حول: العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، الدرجة الوظيفية، سنوات الخبرة.

القسم الثاني: يحتوي هذا القسم على عدد 15 عبارة، طلب من أفراد مجتمع الدراسة أن يحددوا استجابتهم عما تصفه كل عبارة وفق مقياس لكرت الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمسة مستويات أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة، وتم توزيع هذه العبارات على فرضيات الدراسة الثلاثة لهذا البحث. وقد صُنفت إجابات هذا القسم حسب أوزانها الرقمية على النحو الآتي: أوافق بشدة ويمثل 5 درجات أوافق ويمثل 4 درجات محايد ويمثل 3 درجات لا أوافق ويمثل درجتين لا أوافق مطلقاً ويمثل درجة واحدة.

وقد تم تحديد الحدود الفاصلة للفئات وفقا للخطوات الإحصائية التالية: المدى يساوي أعلى درجة على المقياس ناقصاً أدنى درجة، بمعنى 5–1=4، طول الفترة يساوي المدى على عدد الفئات، بمعنى 4÷5=0.80، وبناءً على ذلك يصبح التوزيع حسب الجدول (1) التالي:

جدول (1) يوضح توزيع المتوسط وفقا لمقياس لكرت الخماسي

المتوسط	المقياس	التقدير
من 1.00 إلى 1.79	لا أوافق مطلقاً	ضعيف جداً
من 1.80 إلى 2.59	لا أوافق	ضعيف
من 2.60 إلى 3.39	محايد	وسط
من 3.40 إلى 4.19	أوافق	مرتفع
من 4.20 إلى 5.00	أوافق بشدة	مرتفع جداً

اختبار الصدق والثبات لأدوات الدراسة:

الثبات الإحصائي: يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما أستخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً، كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار.

صدق الاستبانة:

– **الصدق الظاهري:** بعد تصميم الاستبانة تم عرضها على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص بموضوع الدراسة وقد تم أخذ ملاحظاتهم وتعليقاتهم وهي محل اعتبار لدى الباحث، وتم تعديل الاستبانة وفقا لهذه التعديلات لتكون بصورتها الحالية.

– **الصدق الإحصائي** هو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح، والصدق الذاتي للاستبانة هو مقياس الأداة لما وضعت، وقياس الصدق هو معرفة صلاحية الأداة لقياس ما وضعت له، وقد قام الباحث بإيجاد الصدق الذاتي لها إحصائياً باستخدام معادلة الصدق الذاتي وهي الجذر التربيعي لمعامل الثبات 0.918، والنتيجة كانت 0.958 مما يعني ثبات وصدق الاستبانة.

أسـاليب المعالجة الإحصـائية: بعد أن تم إدخال البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

1. معادلة كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha للاتساق الداخلي للتحقق من ثبات أداة الدراسة.
2. مقاييس الإحصاء الوصفيّ Descriptive Statistics Measures لوصف خصائص مجتمع الدراسة مثل:
   - التوزيع التكراري لإجابات المبحوثين بالأرقام وبالنسب المئوية.
   - الوسط الحسابي: لإجابات المبحوثين ليعكس متوسط إجابات عبارات الدراسة، حيث تم إعطاء أوزان تتراوح من 1 إلى 5.

- الانحراف المعياري: تمّ استخدامه لقياس مدى تجانس إجابات المبحوثين، ولقياس الأهمية النسبية لعبارات محاور الاستبانة، كلما قلت قيمة الانحراف المعياري يزداد تجانس العبارات، والعكس صحيح.

تحليل البيانات الأساسية: وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة والذي يعكس الخصائص الأولية لعينة الدراسة.

جدول 1 يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفقا للعمر

العمر	العدد	النسبة
أقل من 30 سنة	28	25.5
من 30–39 سنة	50	45.5
من 40–49 سنة	22	20.0
أكثر من 50 سنة	10	9.1
المجموع	**110**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن الفئة العمرة من 30–39 سنة هي الفئة الأكثر تكراراً حيث مثلت نسبة 45.5% من عينة الدراسة تليها الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة 25.5% تليها الفئة العمرية من 40–49 سنة بنسبة 20% وأخيراً الفئة العمرية أكثر من 50 سنة بنسبة 9.1% وهذا يعني ان الفئة التي شاركت في البحث تعتبر من فئة الشباب.

جدول 2 يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفقا المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة
بكالوريوس	66	60.0
دبلوم فوق الجامعي	20	18.2
ماجستير	18	16.4
دكتوراه	6	5.5
أخرى	0	0
المجموع	**110**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن حملة شهادة البكالوريوس هم الأكثرية بين المبحوثين حيث يمثلون نسبة 60% منهم يليهم حملة الدبلوم فوق الجامعي ثم حملة الماجستير بنسبة 18.2% و16.4% على التولي وأخير حملة شهادة الدكتوراه بنسبة 5.5%، هذا يعني أن الذين شاركو في الاستبيان من العارفين بالبحث العلمي وقواعده مما يعطي نتائج أفضل.

جدول 3 يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفقا للتخصص العلمي

التخصص العلمي	العدد	النسبة
محاسبة	52	47.3
دراسات مصرفية	34	30.9
اقتصاد	12	10.9

إدارة أعمال	4	3.6
أخرى	8	7.3
المجموع	**110**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن التخصص العلمي محاسبة ودراسات مصرفية هم أكثر الفئات المبحوثة حيث يمثلون نسبة 47.3% و30.9%، والمعرفة ان هذين التخصصين من أكثر التخصصات اقبال من قبل الطلاب المتقدمين للجامعات، ويليهم تخصص الاقتصاد بنسبة 10.9% والتخصصات الأخرى بنسبة 7.3% وأخير تخصص إدارة أعمال بنسبة 3.6%.

جدول 4 يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفقا للمركز الوظيفي

المركز الوظيفي	العدد	النسبة
محاسب	30	27.3
مراجع	42	38.2
مدير مالي	10	9.1
أكاديمي	14	12.7
أخرى	14	12.7
المجموع	**110**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن المركز الوظيفي مراجع يمثلون نسبة 38.2% من عينة الدراسة يليهم المحاسبون بنسبة 27.3%، مما يتفق مع الجدول 4 ان المتخصصين في المحاسبة والدراسات المصرفة هم أكثر الفئات التي شاركوا في البحث، ولطبيعة وكثرة هذه الوظائف في كل المؤسسات خاصة وعامة، يليهم أكاديمي وأخرى بنسبة 12.7% وأخيراً المدير المالي بنسبة 9.1%.

جدول 5 يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفقا لسنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة
أقل من 5 سنة	16	14.5
من 5–9 سنة	54	49.1
من 10–14 سنة	28	25.5
من 15–19 سنة	4	3.6
أكثر من 20 سنة	8	7.3
المجموع	**110**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن الذين لدهم خبرة من 5–9 سنة يمثلون نسبة 49.1% يليهم ذوي الخبرة من 10–14سنة بنسبة 25.5% ليهم أقل من 5 سنة بنسبة 14.5% يليهم ذوي الخبرة أكثر من 20 سنة بنسبة 7.3% وأخيراً ذوي الخبرة 15–19 سنة بنسبة 3.6% وهذا يعني ان الذين شاركوا في الاستبيان من ذوي الخبرة الطويلة مما يدل على انهم لديهم معرفة وداريه عالية.

صحة الفرضيات: الفرضية الأولي: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا الاتصال والعولمة وانتشار المخدرات في السودان. جدول 6 يوضح إثبات صحة الفرضية الأولى

العبارات	المقياس	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
وسائط الإعلام الجديدة نشرت وأسهمت في شيوع المخدرات	التكرار	76	32	2	0	0	4.67	0.511	موافقة بشدة
	النسبة	69.1	29.1	1.8	0	0			
الغزو الثقافي الفكري مهد للتعامل مع المخدرات	التكرار	70	38	2	0	0	4.62	0.527	موافقة بشدة
	النسبة	63.6	34.5	1.8	0	0			
الدراما والمسلسلات جعلت المخدرات واقعية وحاضرة في المجتمعات	التكرار	38	70	2	0	0	4.33	0.511	موافقة بشدة
	النسبة	34.5	63.6	1.8	0	0			
إبراز البطولات والمافيا شكلت قدوة للشباب في متابعة سلوكها وبطولاتها	التكرار	50	58	2	0	0	4.44	0.536	موافقة بشدة
	النسبة	45.5	52.7	1.8	0	0			
الحياة الافتراضية أوجدت مناخاً مناسباً لانتشار المخدرات	التكرار	52	52	6	0	0	4.42	0.599	موافقة بشدة
	النسبة	47.3	47.3	5.5	0	0			

من بيانات الجدول 6 السابق نخلص للاتي:

1. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **وسائط الإعلام الجديدة نشرت وأسهمت في شيوع المخدرات** " **(4.67)** بانحراف معياري قدره **(0.511)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.
2. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **الغزو الثقافي الفكري مهد للتعامل مع المخدرات** " **(4.62)** بانحراف معياري قدره **(0.527)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.
3. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **الدراما والمسلسلات جعلت المخدرات واقعية وحاضرة في المجتمعات** " **(4.33)** بانحراف معياري قدره **(0.511)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.
4. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **إبراز البطولات والمافيا شكلت قدوة للشباب في متابعة سلوكها وبطولاتها** " **(4.44)** بانحراف معياري قدره **(0.536)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.
5. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **الحياة الافتراضية أوجدت مناخاً مناسباً لانتشار المخدرات**" **(4.42)** بانحراف معياري قدره **(0.599)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.

الفرضية الثانية: برامج التوعية والتوجيه التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة تحد من انتشار المخدرات:

جدول رقم 7 يوضح إثبات صحة الفرضية الثانية

العبارات	المقياس	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
تم توظيف الصحف والمطبوعات بالصورة المطلوبة	التكرار	64	42	4	0	0	4.55	0.571	موافقة بشدة
	النسبة	58.2	38.2	3.6	0	0			
تم توظيف الخطاب الديني في المساجد بفاعلية	التكرار	26	74	10	0	0	4.15	0.558	موافقة
	النسبة	23.6	67.3	9.1	0	0			
الإذاعة والتلفزيون كانت الأكثر توظيفا في الحملات	التكرار	38	66	6	0	0	4.29	0.567	موافقة بشدة
	النسبة	34.5	60	5.5	0	0			
تم توظيف الإعلام الجديد بفاعلية وكفاءة عالية	التكرار	16	70	24	0	0	3.93	0.604	موافقة
	النسبة	14.5	63.6	21.8	0	0			
الإعلام الشعبي والجماهيري لا يقل أهمية في التوعية	التكرار	62	38	8	2	0	4.45	0.715	موافقة بشدة
	النسبة	56.4	34.5	7.3	1.8	0			

من بيانات الجدول 7 السابق نخلص للاتي:

1. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **تم توظيف الصحف والمطبوعات بالصورة المطلوبة** " **(4.55)** بانحراف معياري قدره **(0.571)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.

2. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **تم توظيف الخطاب الديني في المساجد بفاعلية** " **(4.15)** بانحراف معياري قدره **(0.558)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون حول هذه العبارة.

3. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **الإذاعة والتلفزيون كانت الأكثر توظيفا في الحملات** " **(4.29)** بانحراف معياري قدره **(0.567)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.

4. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **تم توظيف الإعلام الجديد بفاعلية وكفاءة عالية** " **(3.93)** بانحراف معياري قدره **(0.604)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون حول هذه العبارة.

5. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة "**الإعلام الشعبي والجماهيري لا يقل أهمية في التوعية**" **(4.45)** بانحراف معياري قدره **(0.715)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.

الفرضية الثالثة: أسلوب التخويف ونشر بعض الصور للأمراض التي تسببها المخدرات تساعد في الحد من انتشارها:

جدول 8 يوضح إثبات صحة الفرضية الثالثة

العبارات	المقياس	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
عرض صور وتجارب المدمنين تساعد في الحد من انتشار المخدرات	التكرار	52	46	6	6	0	4.31	0.814	موافقة بشدة
	النسبة	47.3	41.8	5.5	5.5	0			
إبراز الأضرار التي تصيب المدمن تسهم في تخويف الآخرين	التكرار	36	60	12	2	0	4.18	0.696	موافقة
	النسبة	32.7	54.5	10.9	1.8	0			
تصوير حال المدمن في الدنيا ستكون سبباً في منع آخرين من الإدمان	التكرار	30	78	2	0	0	4.25	0.480	موافقة بشدة
	النسبة	27.3	70.9	1.8	0	0			
التخويف الديني من المخدرات سيساعد في عدم الانتشار	التكرار	20	70	20	0	0	4.00	0.609	موافقة
	النسبة	18.2	63.6	18.2	0	0			
تشديد عقوبة السجن مهمة للحد من انتشار المخدرات	التكرار	32	68	10	0	0	4.20	0.590	موافقة بشدة
	النسبة	29.1	61.8	9.1	0	0			

من بيانات الجدول رقم 9) السابق نخلص للاتي:

1. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **عرض صور وتجارب المدمنين تساعد في الحد من انتشار المخدرات** " **(4.31)** بانحراف معياري قدره **(0.814)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.
2. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **إبراز الأضرار التي تصيب المدمن تسهم في تخويف الآخرين** " **(4.18)** بانحراف معياري قدره **(0.696)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون حول هذه العبارة.
3. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **تصوير حال المدمن في الدنيا ستكون سبباً في منع آخرين من الإدمان** " **(4.25)** بانحراف معياري قدره **(0.480)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.
4. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **التخويف الديني من المخدرات سيساعد في عدم الانتشار** " **(4.00)** بانحراف معياري قدره **(0.609)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون حول هذه العبارة.

5. بلغ المتوسط الحسابي المرجح بالأوزان للعبارة " **تشديد عقوبة السجن مهمة للحد من انتشار المخدرات**" **(4.20)** بانحراف معياري قدره **(0.590)**، وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم موافقون بشدة حول هذه العبارة.

نتائج البحث: وقد أشارت النتائج إلى:

1. توجد دائرة للعلاقات العامة بإدارة مكافحة المخدرات تتبع لإدارة الإعلام والتوجيه وتقوم بإعداد البحوث والتخطيط والتنظيم والتقويم
2. الندوات والمحاضرات أهم وسائل الإعلام تأثيرا في مكافحة المخدرات وذلك لأنها أكثر الوسائل مستخدمه في إدارة المخدرات لأنها لا تحتاج لإمكانيات ماديه ضخمة وتأثيرها فعال لكنها تستهدف شريحة صغيره مثل فيجب الاهتمام بها وتفعيل بقية الأجهزة الأخرى.
3. يرتكز الدور الاساسي للعلاقات العامة بتقليل الطلب المجتمعي للمخدرات على جميع المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وذلك بالتوعية المجتمعية بأضرار المخدرات وتأثيرها على الفرد والمجتمع، وخلق مجتمع واعي سواء في الجامعات الحكومية والخاصة والمدارس والاندية والمساجد وعبر اللجان الشعبة وكافة مناطق التجمعات وبناء على طلب تلك الجهات.
4. يتمثل دور العلاقات العامة في توعية الافراد العاملين في قوة الشرطة بمخاطر ومضار المخدرات واهمية التحلي بالقيم المثلي باعتبارها رأس الرمح في مكافحة المخدرات.

توصيات البحث: يوصي الباحث بالآتي:

1. دعم إدارة العلاقات العامة بكوادر متخصصة مؤهلة ومدربة بأنشطة العلاقات العامة، مع تعميم أنشطة العلاقات العامة على جميع فروع الإدارة بولاية الخرطوم وجميع الولايات.
2. توفير أحدث أجهزة التكنولوجيا الحديثة لتتماشى مع العولمة وتسهيل الاتصال وتبادل المعلومات، وعلى إدارة العلاقات العامة قياس رأى الجمهور الداخلي والخارجي لمعرفة أسباب نجاح أو فشل أنشطة العلاقات العامة في مكافحة المخدرات
3. عقد ورش عمل وحلقات دراسية عن مشاكل العلاقات العامة بصفة خاصة والإدارة بصفة عامة.
4. على إدارة العلاقات العامة مواكبة التطور التقني الحديث وتطوير الإدارة. مع توعية الإدارة العليا والجماهير النوعية بأهمية العلاقات العامة بمكافحة المخدرات. فتح قنوات اتصال بين منظمات المجتمع المدني وإدارة العلاقات العامة بالإدارة وتوحيد جهودهما في التوعية والإرشاد بأضرار المخدرات.

المصادر والمراجع

1. احمد فؤاد كامل (1989م)، السموم البيضاء والنتائج السوداء، مجلة الكويت.
2. زهير يس الطاهات (2011)، سيكولوجية العلاقات العامة والاعلام، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة الاولي.

3. صالح خليل أبو أصبع (2009م)، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الثانية الإصدار الأول.
4. عبد الحكيم خليل مصطفي (2009م)، العلاقات العامة بين المفهوم النظر والتطبيق العملي، الدار العالمية لنشر والتوزيع، طبعه.
5. عبد الحميد الشواربي (2006)، المسئولية الجنائية في قانون المخدرات، دار الجامعة الجديد للنشر.
6. عبد الناصر احمد جرادات (2009م)، أسس العلاقات العامة (بين النظرية والتطبيق)، لبنان هاتف الشامي رقم الإيداع /2008/3/702م، دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع (الاردن، عمان، وسط البلد)، الطبعة العربية.
7. عقيد شرطه احمد محمد الأمين الأنصاري (2006م)، دراسة سابقه ' آثر الإعلام الأمني في التوعية بمخاطر المخدرات بحث لنيل زمالة أكاديمية الشرطة '' جامعة الرباط الوطني ' طبعه يونيو.
8. كمال عمر بابكر (2013)، معا لكشف مخاطر المخدرات والمؤثرات العقلية، رسالة دكتوراه.
9. محمد العزاربي احمد إدريس (2002)، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الادارة، قسم ادارة اعمال جامعة الزقازيق
10. محمد عبد القادر (2019) الاتصال المؤسسي وفاعليته في معالجة قضايا الجرائم الالكترونية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة امدرمان الاسلامية.
11. محمد منير حجاب (1996)، المداخل الاساسية للعلاقات العامة أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الآداب، سوهاج
12. محمود يوسف (2017)، مقدمة في العلاقات العامة، جامعة القاهرة كلية الأعلام، الدار العربية للتعليم المفتوح.
13. معاذ عثمان محمد علي(2007م)، الدوافع النفسية لإدمان المخدرات لدي الشباب وعلاقتها ببعض المتغيرات، جامعه امدرمان الإسلامية ' كليه الآداب قسم علم النفس ' طبعه.
14. منصور عثمان محمد زين (2008)، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة، شركه مطابع السودان للعملة المحدودة، إصدار المكتبة الوطنية، السودان.

المقابلات الشخصية:

1. احمد محمد عبد الوهاب، بدائرة العلاقات العامة والإعلام بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات،
2. عادل الامين فرح، الإدارة العامة لمكافحة المخدرات، من منشورات الادارة المخدرات في السودان.
3. هالة نصر الدين المبارك، مسئولة البحوث بدائرة الشئون النفسية، مستشار التوعية والبحوث بالإدارة العامة لمكافحة المخدرات 24، 6 2019م الساعة الثانية عشر ظهرا.
4. هالة نصر الدين، مستشارة الادارة العامة لمكافحة المخدرات.

الإنترنت:

1. شبكة برق العربية، الانترنت، موقع برونزية العربية.
2. **معاذ صبحي**، تعاطي المخدرات: الأسباب والآثار الاجتماعية والاقتصادية، https://democraticac.de/?p=26762

المُعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد

دراسة وصفية تحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفايسبوك أنموذجا

Media treatment of environmental issues through new media

An analytical descriptive study of the National Waste Agency page on Facebook as a model

توفيق ذبـــــاح

باحث دكتوراه تخصص إذاعة وتلفزيون، قسم العلوم الإنسانية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

الشيـــــكر آنـــــــسة

باحثة دكتوراه تخصص إعلام وإتصال، معهد الصحافة وعلوم الأخبار جامعة منوبة تونس

ملخص

تهدف هذه الدراسة العلمية إلى تحليل المضمون المتعلق بموضوع الإعلام البيئي عبر وسائل الإعلام الجديد. متخذة في ذلك من الصفحة الرسمية للوكالة الوطنية للنفايات AND على موقع الفايسبوك عينة للتحليل كواحدة من بين أنشط الصفحات الإعلامية الجزائرية عبر هذا الموقع في مجال نشر الوعي البيئي والتحسيس بأهمية الحفاظ على البيئة، وتم تحديد المجال الزمني للدراسة بشهر جويلية 2019. ومعلوم أنّ فايسبوك يُعد واحدا من أبرز مواقع التواصل الإجتماعي التي باتت تتسيّد المشهد الإعلامي في السنوات الأخيرة ضمن ما أصبح يعرف بوسائل الإعلام الجديد. وسنعتمد خلال هذه الدراسة على منهج تحليل المحتوى بغرض تبسيط وشرح طريقة عرض المحتوى الإعلامي للصفحة عينة الدراسة من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون.

الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي، وسائل الإعلام الجديد، الفايسبوك، الوكالة الوطنية للنفايات.

Abstract

This scientifique study aims to analyze the content related to the subject of environmental media through the new media. Taking this from the official page of the national waste agency AND on Facebook sample for analysis as one of the most active Algerian media pages through this site in the field of environmental awareness and awareness of the importance of environmental protection. The study is scheduled for July 2019. It is well known that Facebook is one of the most prominent social networking sites that have become the dominant media scene in recent years in what has become known as the new media.During this study we will use the content analysis methodology to simplify and explain the presentation of the media content of the sample study page in terms of form and content

Keywords: Environmental Media, New Media, Facebook, National Waste Agency.

مُقـدّمـة:

قبل الخمسينات من القرن الماضي لم يكن لمفهوم الإعلام البيئي وجود، وقد ظهر هذا الإعلام عقب الاهتمام العالمي بقضايا البيئية، والتي نبه إليها العلماء والمفكرين بعد أن بلغت المشكلات البيئية حدا خطيرا وباتت تهدد وجود الإنسان ككل.

والإعلام البيئي تخصص جديد بدأ في البروز بعد مؤتمر البيئة العالمي الذي انعقد في استكهولم عام 1972، ونحن الآن بحاجة إلى هذا النوع من الإعلام الذي يجب أن يكون مترجما صراحة للأحداث والحقائق المتعلقة بالبيئة والموجودة على أرض الواقع ، ونقلها إلى أفراد المجتمع بشكل يساعدهم على فهم المشكلة البيئية وتكوين رأي صائب فيما يتعلق بها.

إنّ هدف الإعلام البيئي هو توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال تعامل الأفراد والمجموعات السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الإعتبار البيئي في خطط التنمية الوطنية. غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطات المركزية . من هنا فإن هدف توعية الجماهير لا يتوقف عند حثهم على العمل الفردي، بل يتجاوز ذلك إلى إعدادهم بالمعرفة والدافع لتشكيل رأي عام يحترم البيئة ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذها في الاعتبار. ومن مسؤوليات الإعلام البيئي أيضا التوجه إلى المسؤولين ومتخذي القرار لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة.

وقد أكدت الدراسات العديدة التي أجريت في كل من الدول الصناعية المتقدمة في الشمال والدول النامية في الجنوب للتعرف على مستوى الوعي البيئي السائد في هذه الدول أن وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها تلعب دورا مركزيا في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور العام سواء في مجال تزويده بالمعلومات الكاملة والصحيحة عن القضايا البيئية أو في تشكيل الاتجاهات والمواقف اتجاه هذه القضايا، وأيضا في تحديد الأولويات البيئية على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية وتفاوت الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجال البيئي طبقا للقدرة الذاتية على التأثير الذي تنفرد به كل وسيلة إعلامية مقروءة كانت أو مرئية أو مسموعة ، أو وسيلة إعلامية من وسائل الإعلام الجديد.

وعلى هذا فإن لوسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الجديدة الدور الكبير على هذا المستوى خاصة التأثير الذي تولده لدى المتلقي ومدى إدراكه للمخاطر الناجمة عن عدم احترامه للمتطلبات البيئية وللقوانين التي تكفل الحفاظ على البيئة وعدم التعسف في استخدام مواردها خدمة للحاضر والمستقبل.[1]

إن الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون هي المقصودة عندما نتحدث عن وسائل الإعلام التقليدية ، وبالحديث عن وسائل الإعلام الجديد ننتقل للحديث عن المنشورات والتغريدات والفيديوهات التي بدأت في الظهور مع بروز ما أصبح يسمى بمواقع التواصل الإجتماعي أو "الميديا الإجتماعية".

أولا : موضوع الدراسة

[1] بن مهرة نسيمة. الإعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر،2013.ص20.

مشكلة الدراسة :

يُحيل مصطلح الميديا الإجتماعية Social Media إلى فئة واسعة من التطبيقات الإلكترونية تقوم على عدة وظائف كالتفاعل بين المستخدمين ونشر المضامين وتوزيعها ، وبناء شبكات من العلاقات الإجتماعية . وتتمايز تطبيقات الميديا الإجتماعية عن بعضها البعض بسبب الوظائف المخصوصة التي تتيحها، وطبيعة الغايات التي صممت لأجلها . فبعض التطبيقات صممت لبناء العلاقات الإجتماعية مثل الفايسبوك Facebook وهو أهم نموذج لما يسمى مواقع الشبكات الإجتماعية Social network sites ، في حين صمم البعض الآخر لتبادل الصور (Instagram) ، وآخر لتبادل الفيديوهات (Youtube) ، وتتيح تطبيقات معينة الإنخراط في شبكات مهنية viadeo، linkedin ، أو في جماعات علمية وأكاديمية Academia.edu [1].

ويُعد الفايسبوك عملاق مواقع التواصل الإجتماعي، حيث يزيد عدد مستخدميه على ملياري مستخدم في وقتنا الحالي، وأصبح الفايسبوك وسيلة إعلام مهمة متجاوزا هدفه الرئيسي وهو بناء العلاقات الإجتماعية، وبفضله لم يعد عدد كبير من الناس بحاجة إلى وسائل الإعلام التقليدية كما كان في السابق.[2]

ونظرا لاستخدامه الواسع من قبل المشتركين تحول الفايسبوك من وسيلة تواصل اجتماعي إلى وسيلة إعلام بحتة، حيث بات عدد كبير من الصحفيين يلجؤون للموقع الأزرق من أجل البحث عن المعلومة بمختلف صيغها (نص ، صورة ، فيديو ...)، وإعادة تحريرها في شكل مواد إعلامية بعد التأكد من مصدر الخبر، يحدث هذا في وقت برز الحديث عن المواطن الصحفي أين أصبح بإمكان أي مواطن أن ينقل الحدث حيثما وجد بشرط أن يتوفر لديه جهاز هاتف ذكي موصول بالإنترنيت .

كما لجأت المؤسسات العمومية والخاصة إلى الفايسبوك وشرعت في استغلاله بغرض الإعلام والترويج لمنتجاتها وخدماتها. ومن بين المؤسسات العمومية في الجزائر التي أدركت سريعا أهمية الفايسبوك كوسيلة إعلام غير مكلفة ماديا وسهلة الاستعمال من جهة وذات تأثير كبير من جهة ثانية، نجد الوكالة الوطنية للنفايات Agence national des déches وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تابعة لوصاية وزارة البيئة والطاقات المتجددة تجعل من مراقبة الوضع البيئي في الجزائر والمحافظة على النظافة العمومية من أبرز أهدافها. هذه الأخيرة أنشأت منذ سنوات صفحة إعلامية لها على موقع الفايسبوك بالموازاة مع إطلاق موقعها الالكتروني على الشبكة العنكبوتية .

وفي وقت يتّصف الموقع الالكتروني لهذه المؤسسة بطابع الموقع الإعلامي الرسمي، بالنظر لكونه ينقل أخبار النشاطات الرسمية للوكالة، وينشر النصوص التنظيمية والقوانين المنظمة لعملها وكل ما يهم البيئة من مواضيع وأخبار وخاصة مجال اهتمام الوكالة المتمثل في فرز النفايات ورسكلتها. إلا أن هذا الأخير – الموقع الإلكتروني – بقي حسب نظرنا بعيدا عن الجمهور العام وبالتالي بقي تأثيره محدودا، وهذا راجع

[1] عصر الميديا الجديدة، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ، (78)، سنة 2016 ، ص 7.

[2] قمحية حسّان أحمد، الفايسبوك تحت المجهر، النخبة للنشر والتوزيع ، مصر ، الطبعة الأولى ، 2017 ، ص 11.

حسب تقديرنا إلى طريقة إخراج الموقع التي تجعل المتصفح يحس بوجود صعوبة في تبويب أقسامه وفي الوصول إلى كل المعطيات التي يتضمنها ، بالإضافة إلى عدم تغذية الموقع ببيانات جديدة وعدم تحديثه بصفة دورية . هذا من جهة ومن جهة ثانية اقتصار لغة الموقع على اللّغة الأجنبية (الفرنسية) وهو ما يحول دون وصوله إلى الجمهور العام الذي يُعتبر قارئا باللغة العربية في غالبيته. في المقابل، نجد أنّ صفحة هذه المؤسسة على موقع الفايسبوك أكثر نشاطا بحكم تحيينها بمنشورات جديدة بشكل دائم ويكاد يكون يوميا، وفتحها لمجال النقد والسؤال من قبل "متابعي الصفحة" وذلك من خلال التعليقات التي يُوفّرها الفايسبوك . كما فضلت الصفحة استعمال اللغة العربية كي تكون أقرب إلى الرأي العام الجزائري بغرض توصيل الرسالة الإعلامية المرجوة والتأثير فيه بما يخدم أهداف الصفحة والمؤسسة بشكل عام .

من هذا المنطلق، تأتي دراستنا هذه لتتناول بالتحليل المحتوى الإعلامي لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات AND على الفايسبوك . وتبحث في كيفية الطرح الإعلامي لقضايا البيئة عبر هذا الوسيط الإعلامي الجديد من خلال تتبع منشورات هذه الصفحة من حيث المضمون ومن حيث الشكل طيلة شهر جويلية من سنة 2019، وهي الفترة التي تمثل الإطار الزمني المحدد للدراسة. وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول السؤال الرئيسي التالي:

- **كيف تتم المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصفحة الإلكترونية الوكالة الوطنية للنفايات AND على موقع الفايسبوك من حيث الشكل ومن حيث المضمون؟**

وتندرج تحت هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ما هي المشكلات البيئية الأكثر تناولا في المعالجة الإعلامية للصفحة عينة الدراسة؟
- كيف جاء عرض مواضيع الصفحة عينة الدراسة من حيث الجانب الشكلي ومن حيث الجانب الفني؟
- من هي الجهات المسؤولة عن نقص الوعي البيئي حسب الصفحة؟
- ما هي الأساليب الإعلامية المبتكرة من قبل الصفحة لنشر الوعي البيئي؟
- ما هي اللغة المستعملة من قبل الصفحة عينة الدراسة في نقل الرسالة الإعلامية؟
- ما هي القوالب الفنية والأنواع الإعلامية المستخدمة من قبل الصفحة عينة الدراسة؟
- ما هي الأهداف المسطرة من قبل الصفحة عينة الدراسة؟
- من هو الجمهور المستهدف من قبل الصفحة عينة الدراسة؟
- ما هي طبيعة القيم المتضمنة في منشورات الصفحة عينة الدراسة؟

فرضيات الدراسة:

- المشكلات البيئية الأكثر تناولا في المعالجة الإعلامية للصفحة عينة الدراسة هي انتشار النفايات في الشوارع والأماكن العامة وعدم المحافظة على نظافة الشواطئ خلال موسم الإصطياف.
- جاء عرض مواضيع الصفحة عينة الدراسة في شكل فني جذاب يستخدم الألوان وينوع بين خطوط الحرف العربي للفت انتباه المتصفح.

– الجهات المسؤولة عن نقص الوعي البيئي حسب الصفحة هم المواطنين بصفة عامة، والمؤسسات العمومية المعنية بنشر ثقافة المحافظة على البيئة.

– الأساليب الإعلامية المبتكرة من قبل الصفحة لنشر الوعي البيئي هي إعداد شريط سمعي بصري يتضمن التحسيس بالحفاظ على البيئة.

– اللغة المستعملة من قبل الصفحة عينة الدراسة في نقل الرسالة الإعلامية هي اللغة العربية كلغة أولى إلى جانب اللغة الفرنسية كلغة ثانية.

– تتنوع القوالب الفنية والأنواع الإعلامية المستخدمة من قبل الصفحة عينة الدراسة بين النص المكتوب والصورة والفيديو (شريط سمعي بصري).

أهمية الدراسة:

عادة ما تحيل أهمية الدراسة إلى أهمية الظاهرة التي تتم دراستها، وعلى قيمة الدراسة وأهمية النتائج التي تتوصل لها وتقديمها لحلول للمشاكل المطروحة، وتكمن أهمية الدراسة التي نحن بصدد القيام بها في الجوانب التالية:

– تتناول موضوعا غاية في الأهمية ويتعلق بدور الإعلام البيئي في التوعية والتحسيس بأهمية الحفاظ على البيئة ونظافة المحيط، وهو موضوع يعتبر موضوع الساعة بإمتياز بالنظر إلى تعقد الحياة البشرية وجنوحها نحو العيش المشترك في مساحات متقاربة، مثل السكن بأحياء العمارات، ارتياد شواطىء البحر بأعداد كبيرة خلال فصل الصيف مثلا، وهي مظاهر تدفع إلى بروز رمي النفايات والقاذورات في كل مكان ما لم يحد الوعي بأهمية النظافة من ذلك.

– كون المعالجة الإعلامية تتعلق بالإعلام الجديد، وبالميديا الإجتماعية تحديدا ممثلة في موقع الفايسبوك وهو ما يسمح بالتعرف عند الدور الذي يلعبه هذا الأخير ليس فقط كوسيلة تواصل تهدف لنسج العلاقات الإجتماعية بين الناس ولكن أيضا كوسيلة إعلامية جد فعالة في إيصال الرسائل الإعلامية المختلفة ذات المضمون المتعلق أساسا بنشر الوعي البيئي والحث على أهمية النظافة في حياة الفرد والجماعة.

– أما الأهمية العملية لهذه الدراسة فتكمن في التدرب على استخدام أداة تحليل المحتوى لإحدى وسائل الإعلام الجديد ممثلة في صفحة من صفحات موقع الفايسبوك، وذلك بطريقة منهجية سليمة.

أهداف الدراسة:

– التعرف على الطرق المبتكرة للمعالجة الإعلامية لمواضيع البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد.

– تدعيم المكتبات الجامعية العربية بدراسة أكاديمية حول موضوع الإعلام البيئي الرقمي.

– وكهدف عملي سعت الدراسة إلى التدرب على تطبيق منهج تحليل المضمون لوسائل الإعلام الجديد.

تحديد مفاهيم الدراسة:

1– المـعالـجة الإعلامـية:[1]

* **المعالجة لغة:** جاء في لسان العرب: عالج الشيء معالجة وعلاجًا: زاوله.

* **المعالجة اصطلاحا:** التعامل مع مادة دراسية علمية قد تكون أرقاما أو كلمات أو جمل أو فقرات أو نصوص وغيرها تعتمد على التقويم والفرز، والانتقاء للمادة وتعديلها ثم طرحها وفق منهج مُحدّد ليتم إيصالها في قالب مدروس ومفهوم ومقبول للمتلقي.

* **الإعلامية:** عُرّف الإعلام في الإصطلاح بتعاريف عديدة منها تعريف العالم الشهير أوتوجروت "هي التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها وميولها واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت"[2].

أما التعريف الإجرائي للمعالجة الإعلامية فهو:" طريقة التناول الإعلامي لقضية ما في وسائل الإعلام ".

2– قضايا البيئة:

البيئة هي المجال المحيط بالإنسان، والذي يسمح له بممارسة مختلف النشاطات في نطاقه، وقد اختلف العلماء والباحثون حول تقسيم البيئة، حيث نجد منهم من قسمها إلى قسمين أساسيين هما: بيئة طبيعية وبيئة مشيدة، فأما البيئة الطبيعية فهي عبارة عن المظاهر التي لا دخل للإنسان في وجودها مثل الحياة النباتية والحيوانية، البحار، الصحراء، المناخ ...وأما البيئة المشيدة فهي البنية الأساسية المادية التي شيّدها الإنسان ومن النظم الإجتماعية والمؤسسات التي أقامها".[3]

ومن التعاريف التي أوردها المهتمون بقضايا البيئة أنها: "كل ما يحيط بالإنسان من مكونات حية مثل النباتات والحيوانات، ومن مكونات غير حية مثل الصخور والمياه والهواء والطقس"[4].

أما التعريف الإجرائي لقضايا البيئة في هذه الدراسة فهو: "كل ما يحيط بالإنسان في مجال تواجده من مكونات حية وغير حية ".

3– الإعلام الجديد:

تقول الدكتورة سهام بوزيدي من جامعة باتنة 1 أنّ :"إن إشكالية المصطلحات واختلاف تعاريفها وتطور مفاهيمها إلى حين أن تستقر عند مجموعة مفاهيم متقاربة أو مفهوم محدد أمر يطال الكثير من المصطلحات بما في ذلك مصطلح الإعلام الجديد الذي لا يحظى بالإجماع في الأوساط الأكاديمية والمهنية، إذ تزدحم المسميات التي تحاول أن تحصر هذا المجال الذي أوجدته التطورات الحاصلة على مستوى تكنولوجيا الإعلام والإتصال، ويمكن أن نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر الإعلام

---

[1] منزل غرابة زكية ، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في المواقع الإسلامية عبر الإنترنيت موقع الألوكة أنموذجا – دراسة تحليلية– ، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ، العدد 5 ، جوان 2017، ص 829.

[2] منزل غرابة زكية ، نفس المرجع ، نفس الصفحة .

[3] بوسالم زينة ، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية – جريدة الشروق نموذجا – ، مذكرة ماجستير في علم الإجتماع تخصص بيئة ، جامعة قسنطينة ، سنة 2011/2010 ، ص 93.

[4] منزل غرابة زكية، مرجع سابق ، ص 830.

الإجتماعي، الإعلام الرقمي، الميديا الجديدة، الإعلام التفاعلي، مواقع الشبكات الإجتماعية، الإعلام الإلكتروني، مواقع الواب 2.0، صحافة المواطن ...وغيرها".[1] من هذا المنطلق نجد أن مصطلح الإعلام الجديد قد تلون بتعاريف عديدة ومختلفة منها:

يُعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشيكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة ".[2] ويعرفه جونز jones بأنه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الإتصال الإلكتروني الذي أصبح ممكنا باستخدام الكمبيوتر في مقابل الإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات وراديو وتلفزيون وغيرها من الوسائل الساكنة.[3]

أما التعريف الإجرائي للإعلام الجديد الذي سوف نعتمده في هذه الدراسة فهو:

الإعلام الجديد هو الإعلام الناتج عن استخدام التكنولوجيات الرقمية، ويتميز بالتفاعلية والآنية والتنوع في الأشكال والوسائط (نص، صوت، صورة، فيديو..)، وهو يتجاوز الفهم السائد الذي يحصره في استخدام الكمبيوتر المتصل بشبكة الإنترنيت فقط إلى النظرة التكاملية التي ترى أنه عملية اتصالية ناتجة عن اندماج الإعلام التقليدي بالتكنولوجيا الرقمية وشبكة الإنترنيت .

4- موقع الفايسبوك:

هو شبكة تواصل إجتماعي مجانية منتشرة على الإنترنيت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء صفحات شخصية تسمح بتحميل الصور والفيديو وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل، ويهدف موقع الفايسبوك إلى إعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحا ، ويتيح لهم الفرصة لتواصل أكبير فيما بينهم . ويُعد الفايسبوك أكثر مواقع التواصل الإجتماعي إنتشارا حيث يرتاده أكثر من ملياري متصفح عبر العالم شهريا، إذا حاولت كل وسائل التواصل الإجتماعي الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين وكان التسجيل فيها مجانا ولا يزال إلا أن الفايسبوك فاقها جميعا كوسيلة من هذه الوسائل (إلى جانب تويتر، إنستغرام، لينكد ان، ماي سبايس، إيمو...) تتميز بشيء مختلف عنها، وهو يطور نفسه يوما بعد يوم بوتيرة متسارعة.[4]

5- الوكالة الوطنية للنفايات:

هي وكالة إدارية تنفيذية تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02 -175 المؤرخ في 20 ماي 2002 الخاص بتسيير النفايات، مراقبتها وإزالتها. تنشط تحت وصاية وزارة البيئة والطاقات المتجددة من مهامها تقديم المساعدة للجماعات المحلية في ميدان تسيير النفايات، ومعالجة المعطيات والبيانات الخاصة

---

[1] بوزيدي سهام ولونانسة سوسن، الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر، مقال منشور بمجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة باتنة 1 ، المجلد 20، العدد 1 ،جوان 2019 ، ص 297.

[2] كيحل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك أنموذجا ، مذكرة ماجستير ، جامعة باتنة 1 ، السنة الجامعية 2012/2011 ، ص8.

[3] بوزيدي سهام ولونانسة سوسن، المرجع نفسه، ص 298.

[4] قمحية حسّان أحمد، المرجع السابق ، ص 24 – 25 .

بالنفايات وتكوين بنك وطني للمعلومات حول النفايات وتحيينه، انجاز الدراسات والأبحاث والمشاريع التجريبية وإنجازها، ونشر المعلومات العلمية والتقنية وتوزيعها. والمبادرة ببرامج التحسيس والإعلام والمشاركة في تنفيذها[1]. وضمن هذه المهمة الأخيرة المتعلقة ببرامج الإعلام قامت الوكالة بفتح صفحة لها على موقع الفايسبوك بهدف خلق وسيلة إعلامية مباشرة مع المواطنين وتوصيل مختلف الرسائل التي تخدم أهدافها . وهي الصفحة التي نتخذ منها عينة في دراستنا هذه .

التعريف الإجرائي للمعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

نقصد بها في هذه الدراسة الكيفية التي تناولت بها صفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفايسبوك قضايا البيئة والمشكلات المرتبطة بها والحلول المقدمة.

الدراسات السابقة:

من بين الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في دراستنا هذه نذكر:

* دراسة أولى بعنوان: **المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في المواقع الإسلامية عبر الإنترنيت موقع شبكة الألوكة نموذجا –دراسة تحليلية** –، وهي الدراسة التي أعدتها الباحثة زكية منزل غرابة من جامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة، منطلقة من طرح الإشكالية التالية: ما هي طبيعة المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في موقع شبكة الألوكة عبر الإنترنيت من حيث المضمون والشكل؟

وقد توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج منها:

- الموقع كان متدرجا في الحديث عن مشكلات البيئة التي ظهرت في تلوث الماء والهواء والتصحر ثم النفايات والإحتباس الحراري.
- يتحمل الإنسان الجزء الأكبر من المسؤولية فيما آلت إليه البيئة من تلوث، وهو المتسبب الرئيس في إفساد المحيط الذي يعيش فيه.
- تصدرت النصوص النقلية (قرآن كريم، سنة نبوية) المصادر المعتمدة من قبل موقع الألوكة، وذلك يرجع لكون الموقع ذو توجه إسلامي ومن ثمة فإنه يبرز تصور الإسلام في حديثه عن البيئة ومشكلاتها.

ووجه استفادتنا من هذه الدراسة كان في الجانب التطبيقي، حيث تتقاطع هذه الأخيرة مع دراستنا في المنهج وأداة الدراسة المتمثلة في تحليل المضمون ، وكيف تم تطبيقه في تحليل مضمون الموقع الإلكتروني.

* دراسة ثانية بعنوان: **الصورة الذهنية للقرآن الكريم وعلومه في المواقع الإلكترونية العربية دراسة تحليلية نقدية لموقع شبكة الألوكة أنموذجا** ، أعدها الباحث الدكتور حمدي محمد الفاتح من جامعة قطر مُنطلقا من التساؤل الرئيس : كيف عالجت المواقع الإلكترونية العربية علوم القرآن بمختلف تصنيفاته ؟

[1] موقع الوكالة الوطنية للنفايات www.and.dz ، تاريخ التصفح 2019/08/23 ، 11:58.

وبالإعتماد على منهج تحليل المضمون وكذا منهج دراسة الحالة تدرج الباحث في دراسته لجوانب الأشكالية المطروحة ليتوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- ساهمت شبكة الألوكة في نشر مواد متنوعة في مختلف علوم القرآن عبر مختلف أقسام الشبكة.
- سجلت مواضيع علوم القرآن عبر شبكة الألوكة مشاركة قياسية من طرف مختلف الفئات، وخصوصا فئة طلبة العلم .
- استطاع القائمون على شبكة الألوكة توظيف الألوان الساخنة والباردة في عرض وإخراج المادة العلمية الخاصة بعلوم القرآن.
- ساهمت شبكة الألوكة في نشر مختلف أنواع علوم القرآن على أشكال اتصالية متعددة ، منها المواد العلمية المكتوبة ، والسمعية والسمعية البصرية .

وكان وجه الاستفادة هنا هو دائما في الجانب التطبيقي للدراسة، أين تتبعنا طريقة تطبيق منهج تحليل المضمون من قبل الباحث، وكيف تمكن من تطبيق هذه الأداة البحثية على المحتوى الإلكتروني لهذه الشبكة الإعلامية .

*دراسة ثالثة بعنوان: **الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي موقع الفايسبوك أنموذجا** ، أنجزت هذه الدراسة الباحثة كيحل فتيحة من جامعة الحاج لخضر باتنة 1 التي انطلقت من طرح إشكالية : كيف يؤدي استخدام موقع الفايسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين ؟ واستخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة وأدواته من ملاحظة واستبيان لتتوصل إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- جاء موقع الفايسبوك في مقدمة مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر استخداما من قبل المبحوثين بنسبة 44.66 %.
- يعد الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين عبر هذا الموقع كبيرا حيث يفوق الساعتين في معظم الأحيان، ويتم ذلك خلال الليل والفترة المسائية من اليوم.
- الإشباعات المعرفية هي أكثر الإشباعات المحققة من استخدام الموقع لدى المبحوثين وتشمل أساسا زيادة الوعي البيئي والتعرف على أشخاص من ذوي الاهتمام بالبيئة.

واستفدنا من هذه الدراسة كونها اتخذت من موقع الفايسبوك عينة للدراسة، فإلى جانب الجانب النظري الذي تتقاطع فيه مع دراستنا والمتعلق بموضوع الوعي البيئي والإعلام الجديد استفدنا أيضا من الجانب التطبيقي لهذه الدراسة ونتائجها.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة: تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة كما هي في الواقع، ومن ميزاتها: "أنها تتعدى جمع البيانات حول الظاهرة إلى تصنيفها إلى عناصرها الرئيسية والفرعية

وتفسيرها تفسيرا شاملا من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد في الوصول إلى دلالات حول المواقف المدروسة ".[1]

وانطلاقا من هذا سوف نركز في دراستنا هذه على وصف وتحليل طريقة المعالجة والتناول الإعلامي لمواضيع قضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد، واتخذنا من صفحة الوكالة الوطنية للنفايات على موقع الفايسبوك أنموذجا.

الخلفية النظرية للدراسة:

اعتمدت الدراسة كخلفية نظرية على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية التي تفترض بأن الاتصال الثري هو الذي يتم من خلال التفاعلية والنقاشات لتحقيق رجع صدى سريع، إذ أن الاتصال يعد أكثر ثراء كلما استطاع توضيح الأفكار المستحدثة. فبعد تطورات التكنولوجيا الرقمية، ساهمت الميديا الجديدة في "دمقرطة" المجال العمومي لأنها حولت الجمهور من مستّهلك إلى مستخدم نشطّ متفاعل منتج للمضمون الإعلامي.[2]

مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع صفحات موقع الفايسبوك التي تُعنى بنشر الثقافة البيئية وتُساهم في نشر الإعلام البيئي على شبكة الإنترنيت من خلال هذا الموقع الإلكتروني. على اعتبار أن مجتمع البحث هو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها. يقول الدكتور يوسف تمار:" في الحقيقة يستحيل دراسة كل مجتمع البحث، ذلك أن كلمة "مجتمع" في العلوم الإنسانية تأخذ معنى خاص يشير إلى مجموعة من الأشخاص، أي مجموعة عناصر من نفس الفضاء الملاحظ مجردة وقابلة للعد، أما في تحليل المحتوى فيقصد بالمجتمع مجموعة الرسائل المتماثلة والمُعبّرة في حوامل يُطلق عليها وسائل الإتصال ".[3]

أما عينة البحث فقد اختارها الباحث في هذه الدراسة من نوع العينة القصدية، حيث كان الخيار مقصودا في صفحة الوكالة الوطنية للنفايات AND على الفايسبوك، وهي صفحة تستجيب للمواصفات المطلوبة من قبل الباحث بالنظر لكونها تخدم موضوع الدراسة وتُوفر الإطار التطبيقي المناسب لإجرائها والإجابة عن إشكاليتها وتساؤلاتها. وكما هو متعارف عليه في منهجية البحث العلمي فإن العينة القصدية تمثل كما يدل عليه اسمها الميول المقصود الذي ينتهجه الباحث في اختيار العينة ووحداتها...وعليه فليس هناك أي معيار أو طريقة يمكن أن يتبعها الباحث في اختيار هذا النوع من العينات فله أن يختار أفراد عينته كما يشاء وبالعدد الذي يراه مناسبا لتحليل إشكالية بحثه."[4]

---

[1] منزل غرابة زكية، مرجع سبق ذكره، ص 832.

2 حمودة أحمد يونس، أيّة أدوار للميديا الجديدة في تكريس التنوع الثقافي الفلسطيني؟، دراسة قدمت في الملتقى العلمي الدولي لمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بتونس "الإعلام والاتصال والتنوع الثقافي" يومي 4-5 أفريل 2019.

[3] تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط 1 ، 2007، ص 20.

[4] تمار يوسف، المرجع السابق، ص 37.

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي الذي يعرف بأنه:" الطريقة التي تستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها ".[1]

أما أدوات جمع البيانات فقد استعان الباحث وفقا للمنهج المعتمد في الدراسة بأداة الملاحظة العلمية، حيث ستتم ملاحظة البيانات والمعلومات وشكل المادة الإعلامية المنشورة في الصفحة عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة بشهر جويلية من سنة 2019، وهي المجال الزمني للدراسة. سنقوم بهذا لأن هدفنا من الدراسة هو معرفة كيفية المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد. وذلك من خلال تسجيل كل الملاحظات بغية الأستفادة منها في التحليل الكمي والكيفي للدراسة.

كما سنعتمد بشكل أساسي على أداة تحليل المحتوى، بغرض تقديم تحليل علمي لموضوع الدراسة وفقا لطريقة منهجية سليمة. وتحليل المحتوى كما يرى بريلسون Brelson هو: " أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال ". [2]

أما موريس أنجرس Mourice Angers فيعرف أداة تحليل المحتوى بأنها :" تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية صادرة عن أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها في شكل مرقم ".[3]

ثالثا: الدراسة التطبيقية التحليلية

وفقا لمنهج الدراسة وهو المنهج المسحي سنقوم باستخدام أداة تحليل المحتوى، وهي أداة تمكننا من تحويل محتويات صفحة الوكالة الوطنية للنفايات على موقع الفايسبوك من بيانات كيفية إلى بيانات كمية، بالاعتماد على عدة تقنيات منهجية، ونستهدف من وراء ذلك دراسة العلاقات بين متغيرات موضوع الدراسة، وليس الهدف من تحليل مضمون الصفحة هو الحصول على تكرارات ونسب فقط، وإنما القيام بتحليل تلك النسب والتكرارات وتفسيرها بغية الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

– تحديد فئات التحليل:

تعد خطوة تحديد فئات التحليل خطوة منهجية أساسية في بحوث تحليل المضمون، وكلما كان الإعداد موفقا في تحديد الفئات كلما أمكن الوصول إلى نتائج ذات دلالة علمية مثمرة في البحث العلمي، "وترتبط عملية تحديد الفئات بتحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة بناء على محددات يتم وصفها والإتفاق عليها سابقا". [4]

---

[1] محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، بيروت، الطبعة الأولى ، 1993 ، ص122.

[2] تمار يوسف ، مرجع سبق ذكره ، ص 09.

[3] نقلا عن تمار يوسف ، مرجع سبق ذكره ، ص 10.

[4] منزل غرابة زكية، مرجع سبق ذكره ، ص 834.

ومن أجل القيام بعملية التحليل أعددنا الجدول التالي:

جدول رقم (01)[1]: تحليل عام لمحتوى صفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفايسبوك خلال شهر جويلية 2019.

الرقم	تاريخ وتوقيت المنشور	طبيعة المنشور (نص، صورة، فيديو رسم ...)	محتوى المنشور (ملخص مضمون المنشور)	اللغة المستعملة	تأثير المنشور		
					عدد المشاركات	عدد الإعجابات	عدد التعليقات
01	2019/07/01 18:25	نص + مخطط	التعريف بالمخطط التوجيهي الخاص بتسيير النفايات المنزلية وعرض المرحلة الأولى.	العربية الفصحى	51	187	74
02	2019/07/02 18:28	نص + مخطط	عرض المرحلة الثانية للمخطط التوجيهي الخاص بتسيير النفايات المنزلية.	العربية الفصحى	22	66	17
03	2019/07/03 20:22م	نص + مخطط	المرحلة الثالثة لإعداد مخطط توجيهي لتسيير النفايات المنزلية	العربية الفصحى	21	70	16
04	2019/07/05 16:56	نص + مجموعة صور	نظام الفرز الانتقائي لنفايات الورق والكرتون على مستوى مركز التكوين المهني بولاية الشلف	العربية الفصحى	19	132	12
05	2019/07/06 17:07	نص + إعلان إشهاري.	الصالون الدولي لاسترجاع وتثمين النفايات.	العربية الفصحى	02	53	10
06	2019/07/07 18:57	نص + رسم	لوحات فنية بأنامل بيئية	العربية الفصحى	18	74	40
07	2019/07/08 18:19	نص + إعلان اشهاري	الإعلان عن حملة تصنيف النفايات المنزلية على مستوى بلدية أم العسل ولاية تندوف	العربية الفصحى	03	52	09
08	2019/07/10 20:08	نص + صورة	كيف يتم تجميع الغازات الحيوية على مستوى مركز الردم التقني	العربية الفصحى الفرنسية	27	145	51
09	2019/07/11 10:40	نص + مجموعة صور	مرافقة الوكالة الوطنية للنفايات لمديرية البيئة لولاية جيجل لتحسين عملية تحصيل الرسم على رفع القمامة المنزلية.	العربية الفصحى الفرنسية	06	36	03

[1] الإحصائيات المذكورة في الجدول موقوفة بتاريخ: 2019/08/24 على الساعة: 22:55

10	2019/07/12 16:22	نص + إعلان إشهاري	إعلان الدعوة للتبليغ عن التجاوزات فيما يخص النفايات الرقم الأخضر	العربية الفصحى	17	91	122
11	2019/07/13 08:40	نص + صورة + رابط فيديو	ما هو الاقتصاد الدائري	العربية الفصحى الانجليزية الفرنسية	00	33	11
12	2019/07/13 18:34	نص + صورة اشهارية	إشهار ترويجي لتطبيق Ndif	العربية الفصحى	110	1571	493
13	2019/07/15 19:41	نص + صورة إشهارية	أبلغوا عن المفارغ العشوائية في المساحات الخضراء لتفادي الحرائق	العربية الفصحى	02	74	31
14	2019/07/16 19:00	نص + صورة	شكوى عن طريق تطبيق Ndif بولاية عنابة	العربية الفصحى	13	212	06
15	2019/07/17 21:20	نص + صورة	شكوى عن طريق تطبيقNdif ذراع بن خدة بولاية تيزي وزو	العربية الفصحى	12	67	08
16	2019/07/18 19:30	نص + صورة	شكوى عن طريق تطبيقNdif أميزور بولاية بجاية	العربية الفصحى	02	46	06
17	2019/07/21 19:08	نص + صورة إشهارية	حملة ترويجية للمشاركة في تظاهرة الرسم لوحات فنية بأنامل بيئية.	العربية الفصحى	11	63	44
18	2019/07/22 20:03	نص + صورة إشهارية	إعلان يتضمن شرح كيفية تحميل تطبيق Ndif	العربية الفصحى الفرنسية	15	107	54
19	2019/07/23 19:58	نص + صورة	شكوى عن طريق تطبيقNdif شراقة بالجزائر العاصمة	العربية الفصحى	06	188	17
20	2019/07/24 20:39	نص + صورة.	شكوى عن طريق تطبيقNdif حمادي ببومرداس.	العربية الفصحى	04	69	07
21	2019/07/25 19:07	نص + صورة	عرض حجم الإقبال على تحميل تطبيقNdif	العربية الفصحى	14	91	12
22	2019/07/27 11:13	نص + صورة	حملة تحسيسية لعملية فرز البلاستيك من النفايات	العربية الدارجة	25	157	59
23	2019/07/27 14:56	نص + رسم	حملة تحسيسية لعملية فرز البلاستيك من النفايات.	العربية الدارجة	73	1106	280

24	2019/07/29 21:30	نص + صورة + رابط فيديو	روبورتاج مصور "فيديو" يتضمن التحسيس بضرورة المحافظة على نظافة الشواطئ خلال فصل الصيف.	العربية الفصحى	06	52	12
25	2019/07/31 19.48	نص + رسم	الإعلان عن اقتناء 33 محطة معالجة للنفايات	العربية الفصحى	96	298	97

http //www.facebook.com/ Agence Nationale Des Déchets .

لقد صنّف الباحثون في المنهجية فئات تحليل المحتوى إلى فئتين رئيسيتين هما فئات الشكل وفئات المضمون، وبناء على الجدول قمنا بتحديد فئات التحليل وفقا للإشكالية المطروحة بالشكل التالي:

أ – فئات الشكل (كيف قيل؟) :

هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته، وعادة ما تحاول الإجابة عن سؤال: كيف قيل؟ . وسنعمد من خلال هذه الفئات إلى وصف وتحليل شكل عرض منشورات صفحة الوكالة الوطنية للنفايات وذلك بالإعتماد على فئات الشكل الأكثر استخداماً في تحليل المواد المكتوبة والمواد السمعية البصرية وهي:

1- فئة طبيعة المادة المنشورة:

جدول رقم (02) يبين طبيعة المادة المنشورة :

طبيعة المادة المنشورة	التكرار	النسبة %
نص مكتوب	00	%00
نص مكتوب مرفق بصورة	14	%56
نص مكتوب مرفق بمخطط	03	%12
نص مكتوب مرفق برسم	03	%12
نص مكتوب مرفق بإعلان	03	%12
نص مكتوب مرفق بفيديو	02	%8
المجمـوع	25	%100

تشير النتائج الموضحة في الجدول رقم (02) إلى تركيز الصفحة في منشوراتها على الصور المدعمة للنص المكتوب بنسبة 56 % في مقابل انعدام أي منشور يعتمد على النص المكتوب لوحده، كما اعتمدت الصفحة كذلك على تدعيم منشوراتها إلى جانب النصوص المكتوبة بالمخططات والرسومات والإعلانات بنسبة 12% لكل منها، في وقت اعتمدت على ارفاق النص المكتوب بالفيديو بما نسبته 08%. وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول إن الصفحة عينة الدراسة تعتمد بشكل كبير على الصور التي تدعم بها النص المكتوب بداعي التأكيد على توصيل الرسالة الإعلامية وهو ما يشير إلى أهمية الصورة في نقل هذه الأخيرة، في مقابل انعدام أي منشور اقتصر على النص المكتوب لوحده. كما اعتمد أصحاب الصفحة إلى جانب الصور بنسبة أقل على المخططات والرسومات والإعلانات وكذلك على الفيديو، وهو ما يدل على

حرصهم على التنويع في نقل الرسالة الإعلامية للصفحة بمختلف الأشكال والحوامل، بغرض التأثير في المتلقي بكل الطرق الإعلامية الممكنة.

2- **فئة توقيت النشر:**

جدول رقم (03) يبين توقيت النشر عبر الصفحة

توقيت النشر	التكرار	النسبة
الفترة الصباحية	03	%12
الفترة المسائية	09	%36
خلال الليل (بعد الساعة 19:00)	13	%52
المجموع	25	%100

تشير النتائج الموضحة في الجدول رقم (03) إلى تصدر النشر بالصفحة عينة الدراسة خلال الفترة الليلية (بعد الساعة 19:00) بنسبة 52%، في حين بلغت منشورات الفترة المسائية نسبة 36% ، ولم تحض الفترة الصباحية من اليوم بالنشر عبر الصفحة إلا بما نسبته 12% من العدد الإجمالي للمنشورات . وتحيل هذه النتائج إلى تفضيل أصحاب الصفحة للفترة الليلية لإطلاق المنشورات وذلك راجع لكون هذه الفترة تمثل في الغالب وقت الذروة في التلقي ، فأغلب مستعملي موقع الفايسبوك يعمدون إلى تصفح صفحات الأخير خلال هذه الفترة من اليوم ، بعد قضاء فترات النهار في العمل أو الدراسة وغيرهما ، واحتلت الفترة المسائية من اليوم المرتبة الثانية من حيث توقيت النشر بنسبة 36% ، بعدها الفترة الصباحية التي لم تتجاوز نسبة منشوراتها 12% ، وهي كلها نسب واقعية تعكس إدراك القائم بالاتصال عبر الصفحة لأهمية توقيت النشر وفاعليته في توصيل هدف الرسالة الإعلامية من كل منشور .

3- **فئة طبيعة اللّغة** المستخدمة:

جدول رقم (04) يبين طبيعة اللغة المستعملة عبر الصفحة.

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
العربية الفصحى	19	%76
العربية الدارجة	02	% 08
الفرنسية	03	% 12
الإنجليزية	01	% 04
المجموع	25	% 100

تشير النتائج الموضحة في الجدول رقم (04) إلى تصدر اللغة العربية للغات المستعملة في الصفحة بنسبة 76% ، وحلت اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية بنسبة 12 % ، وفي المرتبة الثالثة جاءت اللغة العربية الدارجة بنسبة 12 % ، في وقت احتلت اللغة الإنجليزية المركز الرابع والأخير بنسبة استخدام قدرها 04 % ، وتحيل هذه النتائج إلى اعتماد الصفحة على اللغة العربية بقدر كبير باعتبارها اللغة الوطنية واللغة الرسمية الأولى في البلاد ، بينما يمكن تفسير استخدام العربية الدارجة في منشورات الصفحة برغبة القائم بالإتصال في الوصول إلى أكبر قدر ممكن من استيعاب الرسالة الإعلامية كون الدارجة أقرب للفهم من

قبل عامة الناس عكس الفصحى التي تتطلب مستوى تعليمي أعلى . بينما انحصر استخدام اللغتين الأجنبيتين الفرنسية والإنجليزية في عدد قليل من المنشورات لا تتجاوز نسبته 16%، وذلك يعكس حجم استخدام هاتين اللغتين في الحياة العامة لزوار الصفحة عينة الدراسة. والملاحظ هنا هو عدم استخدام اللغة الأمازيغية في منشورات الصفحة رغم انتشارها وكونها لغة وطنية في الجزائر.

4- فئة الألوان:

جدول رقم (05) يبين حجم استخدام الألوان

استخدام الألوان	التكرار	النسبة
منشورات بالأبيض والأسود	01	% 04
منشورات بالألوان	24	% 96
المجموع	25	% 100

تشير النتائج الموضحة في الجدول رقم (05) إلى استخدام الألوان في منشورات الصفحة عينة الدراسة بنسبة 96% وهي نسبة تفسر إدراك القائم بالإتصال بدور الألوان في التأثير على المتصفح وتقبل مضمون الرسالة الإعلامية، ناهيك عن كون أغلب صفحات موقع الفايسبوك وباقي المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنيت هي صفحات ومواقع تعتمد على الألوان في وقت يشهد انحصار استخدام الأبيض والأسود أو يكاد ينعدم في أبجديات أي عمل إعلامي مهما كانت وسيلته.

5- فئة الصور والرسومات:

تشير النتائج الموضحة في الجدول رقم (02) أعلاه، إلى استخدام الصور والرسومات في منشورات الصفحة بنسبة قدرها 68%، وهو ما يفسر دور هذه الأخيرة في تدعيم النص المكتوب وتوضيحه بشكل أفضل، ويستمد هذا الاستنتاج شرعيته من الدور الكبير للصورة في إيصال الرسائل الإعلامية، إذ تقر أغلب أدبيات الإعلام بأننا نعيش في وقتنا الحالي عصر الصورة. ناهيك عن استخدام الصور المتحركة (الفيديو) بنسبة 08% من اجمالي صيغ النشر عبر الصفحة وهي كلها مبررات لإقتناع القائم بالاتصال بالدور الكبير الذي باتت تلعبه الصورة في مجال الإعلام عموما، والإعلام البيئي على وجه الخصوص.

ب –فئات المضمون (ماذا قيل؟):

تتعلق هذه الفئة بمضمون الخطاب الإعلامي أو الأدبي أو التاريخي أو أي خطاب آخر . ومن بين فئات المضمون نذكر:

1- فئة الموضوع:

تتمحور منشورات صفحة الوكالة الوطنية للنفايات حول التعريف بدور الوكالة ومجهوداتها في الحد من انتشار النفايات بمختلف أنواعها في الأماكن العمومية، وكذا الترويج لمختلف مشاريعها التي ترمي لتحقيق هذا الهدف على غرار الترويج لمشروعها المتمثل في إطلاق تطبيق الكتروني على شبكة الإنترنيت تحت اسم "نظيف NDIF"، وهو تطبيق يهدف إلى مساعدة المواطنين في التبليغ عن أماكن الرمي العشوائي للنفايات. هناك ايضا منشورات تروج لمشروع الفرز الإنتقائي للنفايات وبالأخص فرز مادة البلاستيك.

بالإضافة إلى منشورات ذات طابع تحسيسي وتوعوي كالمنشور الذي يدعو إلى الحفاظ على نظافة الشواطئ خلال فصل الصيف. ومنشورات ذات طابع إخباري تنقل أخبار نشاطات الوكالة عبر الوطن كالمنشور المتضمن الإعلام بمشاركة الوكالة في اعداد المخطط التوجيهي الخاص بتسير النفايات المنزلية، ومنشور الإعلام بإقتناء الوكالة لمحطات معالجة النفايات.

2- **فئة الفاعل:**

الفاعل في منشورات الصفحة عينة الدراسة هو القائم بالاتصال ذاته، وهو هنا الوكالة الوطنية للنفايات ممثلة في شخص الموظف المكلف بالإعلام بها، وهو صاحب الصفحة ومن يديرها، أو ما يعرف في لغة الفايسبوك بـ" آدمن" الصفحة.

3- **فئة القيم:**

القيم المتضمنة في منشورات الصفحة هي قيم تربوية جمالية منها قيم الحث على النظافة عموما، وقيم ضرورة المحافظة على البيئة ونظافة المحيط والشواطئ، وهناك قيم علمية تتمثل في الدعوة إلى استخدام التكنولوجيا في الحفاظ على نظافة البيئة من خلال الدعوة إلى تفعيل استخدام التطبيق الالكتروني "نظيف".

4- **فئة الأهداف:**

الأهداف المسطرة من خلال منشورات الصفحة تصب بشكل مباشر ضمن أهداف المؤسسة صاحبة الصفحة، ونعني بها أهداف الوكالة الوطنية للنفايات والمتمثلة أساسا في تفعيل دور الإعلام عموما والإعلام الإلكتروني تحديدا في الترويج ودعم نشاطات ومهام هذه الأخيرة.

5- **فئة المصدر:**

مصدر المعلومات والبيانات المتضمنة في منشورات الصفحة هو مصدر رسمي يتمثل في إدارة الوكالة الوطنية للنفايات، إذ تلعب هنا صفحة الفايسبوك عينة الدراسة دور الناطق الرسمي بإسم هذه الهيئة الإدارية.

6- **فئة الجمـهور المستـهدف:**

يتمثل الجمهور المستهدف من قبل صفحة الوكالة الوطنية للنفايات في جميع مستعملي موقع الفايسبوك، والذين يمكن الوصول لهم من قبل إدارة الصفحة بطريقة أو بأخرى ومحاولة التأثير فيهم بما يخدم أهدافها وأهداف الوكالة بشكل عام.

خاتمـة:

بعد الدراسة التحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات على موقع الفايسبوك FB.AND، وعرض طرق وأساليب نشرها لمواضيع متنوعة تصنف ضمن الإعلام البيئي، وخاصة منها تلك المواضيع المرتبطة بمجال نشاط هذه الوكالة وهو التحسيس بأهمية الحفاظ على نظافة المحيط وتسيير النفايات بما يحافظ على البيئة بشكل عام. توصلنا إلى مجموعة من النتائج نذكرها في النقاط التالية:

1–تعتمد الصفحة عينة الدراسة بشكل كبير على الصور التي تدعم بها النص المكتوب وهو ما يؤكد على أهمية الصورة في نقل أية رسالة إعلامية، كما اعتمدت الصفحة إلى جانب الصّور بنسبة أقل على المخططات والرسومات والإعلانات وكذلك على الفيديو، وهو ما يدل على حرصها على التنويع في نقل المضامين الإعلامية بمختلف الأشكال والحوامل، بغرض التأثير في المتلقي بكل الطرق الإعلامية الممكنة.

2–تُفضّل الصفحة عينة الدراسة الفترة الليلية لإطلاق المنشورات وذلك راجع لكون هذه الفترة تمثل في الغالب وقت الذروة في التلقي، فأغلب مستعملي موقع الفايسبوك يعمدون إلى ولوج صفحاته خلال هذه الفترة من اليوم بنسبة 52 % (مقارنة بباقي فترات اليوم)، وهي نسبة تعكس إدراك القائم بالاتصال عبر الصفحة لأهمية توقيت النشر وفاعليته في توصيل هدف الرسالة الإعلامية من كل منشور.

3–تعتمد الصفحة في منشوراتها على اللّغة العربية بقدر كبير باعتبارها اللّغة الوطنية واللغة الرسمية الأولى في البلاد، كما تستخدم العربية الدارجة في منشورات الصفحة بالنظر لرغبة القائم بالإتصال في الوصول إلى أكبر قدر ممكن من استيعاب الرسالة الإعلامية كون الدارجة أقرب للفهم من قبل عامة الناس عكس الفصحى التي تتطلب مستوى تعليمي أعلى.

4–تستخدم الألوان في منشورات الصفحة عينة الدراسة بنسبة 96% وهي نسبة تفسر إدراك القائم بالإتصال بدور الألوان في التأثير على المتصفح وتقبل مضمون الرسالة الإعلامية.

5–تستخدم الصفحة عينة الدراسة الصور المتحركة (الفيديو) بنسبة 08% من إجمالي صيغ النشر عبر الصفحة وهي مُبرّر لإقتناع القائم بالاتصال بالدور الكبير الذي باتت تلعبه الصورة في مجال الإعلام عموما، والإعلام البيئي على وجه الخصوص .

6–تتمحور أغلب منشورات صفحة الوكالة الوطنية للنفايات حول التعريف بدور الوكالة ومجهوداتها في الحد من انتشار النفايات بمختلف أنواعها في الأماكن العمومية، وكذا الترويج لمختلف مشاريعها التي ترمي لتحقيق هذا الهدف.

7–القيم المتضمنة في منشورات الصفحة هي قيم الحث على النظافة والنقاوة العمومية بشكل عام ، وكذا قيم ضرورة المحافظة على البيئة ونظافة المحيط والشواطئ .

8–يتمثل الجمهور المستهدف من قبل صفحة الوكالة الوطنية للنفايات في جميع مستعملي موقع الفايسبوك ، والذين يمكن الوصول لهم من قبل إدارة الصفحة بطريقة أو بأخرى ومحاولة التأثير فيهم بما يخدم أهدافها وأهداف الوكالة بشكل عام .

غير أنه وبالرغم من هذه النتائج التي توصلنا إليها إلا أن السؤال يبقى مطروحا حول جدوى المجهودات الإعلامية المبذولة عبر هذه الصفحة الفايسبوكية، والتي تبقى –في نظرنا– غير فعالة في ظل عدم وجود وسائل إعلام ثقيلة تهتم بمواضيع الإعلام البيئي، أو حتى على مستوى وسائل الإعلام الجديد من مواقع ومنصات الكترونية متخصصة . وينطبق هذا الوصف لوضع الإعلام البيئي الإلكتروني على ما يعرفه هذا النوع المتخصص من الإعلام في الجزائر في مقابل وجود محاولات في باقي الدول العربية

للنهوض بالإعلام البيئي الرقمي على غرار مجهودات مجلة "البيئة والتنمية" بصفتها المجلة البيئية العربية الأولى كما يظهر من خلال شعارها على موقعها الإلكتروني ، وهو واحد من المواقع الإعلامية العربية البارزة في هذا المجال.

قائمة المراجع:

1- محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، بيروت، الطبعة الأولى ، 1993 .

2- تمار يوسف ، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع ، الجزائر ، ط 1 ، 2007.

3- عصر الميديا الجديدة ، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية ، العدد 78، سنة 2016.

4- قمحية حسّان أحمد ، الفايسبوك تحت المجهر ، النخبة للنشر والتوزيع ، مصر ، الطبعة الأولى ، 2017 .

5- بن مهرة نسيمة، الإعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر،2013 .

6- بوسالم زينة ، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية – جريدة الشروق نموذجا – ، مذكرة ماجستير في علم الإجتماع تخصص بيئة ، جامعة قسنطينة ، سنة 2011/2010 .

7- كيحل فتيحة ، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك أنموذجا ، مذكرة ماجستير ، جامعة باتنة 1 ، السنة الجامعية 2012/2011 .

8- منزل غرابة زكية، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في المواقع الإسلامية عبر الإنترنيت موقع الألوكة أنموذجا – دراسة تحليلية– ، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ، العدد 5 ، جوان 2017.

9- بوزيدي سهام ولونانسة سوسن، الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر ، مقال منشور بمجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة باتنة 1 ، المجلد 20، العدد 1 ، جوان 2019 .

10- موقع الوكالة الوطنية للنفايات www.and.dz ، تاريخ التصفح 2019/08/23 ، 11:58.

11- حمودة أحمد يونس ، أيّة أدوار للميديا الجديدة في تكريس التنوع الثقافي الفلسطيني؟ ، دراسة قدمت في الملتقى العلمي الدولي لمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بتونس "الإعلام والاتصال والتنوع الثقافي" يومي 4-5 أفريل 2019.

دور الإعلام الرياضي المكتوب في المحافظة على القيم الاجتماعية

The role of sports media written in the preservation of social values

حمزة عقون

باحث دكتوراه، معهد التربية البدنية، جامعة شلف، الجزائر

د. سامي عبد القادر

أستاذ محاضر أ، بمعهد التربية البدنية والرياضية بجامعة شلف، الجزائر

الملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الرياضي المكتوب في المحافظة على القيم الاجتماعية لدى رابطة المناصرين (للفرق "اولمبيك شلف ،سريع غليزان ،غالي معسكر").وقد اختيرت عينة عشوائية تتكون من 45 لاعب و 100مناصر من الفئة المذكورة أعلاه حيث استعمل الباحث المنهج الوصفي مع استبيان كأداة لقياس الظاهرة و قد توصل إلى أن الصحافة الرياضية المكتوبة من الوسائل المهمة لتنمية القيم الأخلاقية ، باعتبارها مجال توعوي، تربوي و حيوي ملازم لشباب ,كما تساهم في تنمية قيم التعاون والاحترام والنظام و الشجاعة لدى الشباب الجزائري من وجهة نظر رابطة الأنصار واللاعبين والمدربين, وان الدور التوعوي للصحافة الرياضية المكتوبة ساهم في جعل الشباب أكثر ميولا لتقبل نتيجة المنافسات الرياضية وأحسن تصرفا في سلوكياتهم و بالتالي أكثر اكتسابا للقيم الاجتماعية.

Abstract

The study aimed to understand the role of written sports media in preserving social values of the Association of Supporters) Teams Olinpiquechlef.Sarieghilizane.Ghalimaasker)a random sample of 45 players and 100 supporters of the previous category was selected The researcher used the descriptive approach with a questionnaire as a tool to measure the phenomenon and has arrived The written sports press is an important means of developing moral values, as an educational, and vital space for young people It also contributes to the development of the values of cooperation, respect, order and courage of Algerian youth from the point of view of the Association of Supporters, Players and TrainersThe educational role of the written sports press has contributed to making young people more inclined to accept the result of sports competitions, best behavior and thus more deeply ingrained social values.

Keywords : Written sports media, social values

1–مقدمة

تعطي معظم المجتمعات الحديثة اهتماما كبيرا بالتقدم العلمي، و بالرغم من هذا التقدم الذي نعيش فيه الآن إلا أن المجتمعات الحديثة تذخر بالكثير من مشكلات الحياة، و كان من نتيجة ذلك أن أصبح الإنسان منفصلا عن مجتمعه يعيش داخل نفسه تحاصره مفاهيمه و معاييره التي تمزقت نتيجة التقدم الحضاري ، كما تغيرت أغلب تصورات الإنسان عن ذاته، الأمر الذي أدى بدرجة كبيرة إلى التذبذب في القيم و عدم التمييز بين ما هو صواب و ما هو خطأ، و كل ذلك انعكس في صراع داخلي بين الإنسان و نفسه ، نتج عنه عجزه عن تطبيق ما قد يؤمن به من قيم نتيجة سيطرة القيم المادية و تغلغلها في سائر القيم الأخلاقية والاجتماعية .

وتأتي أهمية القيم الاجتماعية في حياة الفرد، من حيث مساهمتها مساهمة فعالة في بناء شخصيته وتشكيل تفكيره والارتقاء بإمكانياته ولا تقتصر أهميتها عن هذا الحد، بل إنها تغلغل في حياته لارتباط عنده بمعنى الحياة ذاتها، كما أنها تعمل بمثابة موجهات للاتزان بين مصالحه الشخصية ومصالح المجتمع خاصة عندما تتلاحم القيم بالوسائل الاعلامية بكل أشكالها فانها تسهم في اعطاء دفعة وتحفيزا في دعم القيم الاجتماعية او توجيهها لمن يكتسبها وترشيدها والعمل على المحافظة عليها .

لكن في الآونةالأخيرة حدث تراجع كبير لسلم القيم في المجتمع نتيجة لعدة عوامل منها تأثير العولمة وازدياد العنف خصوصا في أواسط الشباب والوسط الرياضي في الملاعب وخارج الملاعب ، ومن خلال هذه المعطيات تحركت عدة اتجاهات سواء كانت سياسية أو مدنية للمحافظة على القيم الاجتماعية، وبالتالي المحافظة على هوية المجتمع ، ومن بين هذه الطرق والوسائل الإعلامونخص بالذكر الإعلام الرياضي لما يلعبه في بعض الأحيان من همزة وصل بين الواقع والقراء ، وكذا الدور الذي تلعبه في التوجيه والإرشاد من جهة ومدى الاهتمام البليغ الذي يليه المشاهد والقارئ بالإعلام الرياضي من جهة أخرى ، وكذا الواقع الذي يعيشه الإعلام الرياضي في هذه الفترة .

2– إشكالية الدراسة:

لا نستطيع الجحود من أن الإنسان أصبح أسير الإعلام ووسائله، لأنها اليوم، هي من تشكل الرأي العام وتحاصر الإنسان ليلًا ونهارًا، لتمده بالمعلومات والأخبار، صحيحة كانت أو غيرصحيحة[1].مع التأكيد على ان الاعلام الرياضي المكتوبلم يعد مسرحا في توجيه الجمهور وامداده بالأخبار والمعلومات التي يبني عليه سلوكه وردود أفعاله،بل لما يشكله من تصورات في بناء القيم الاجتماعية التي تساهم في ترقية وتطوير الروح الرياضية لدى الجماهيروتشجيعهم على الالتزام في ممارسة أي لعبة رياضية بالتسامح وحسن المبادرة، وعليه يمكن القول ان الاعلام الرياضي لم يعد مرهونا بالأحداث بل يلجا الى تشكيل القيم والحفاظ عليها، ونحن نشهد سطوة القوى الاعلامية في الكثير من المجتمعات في استخدام الوسائط الاعلامية في

[1] – جون ميرل، رالف لونشتين، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرابي الحرثي، دار المريخ، السعودية، 1989، ص38.

توجيه الجمهور وقيادته نحو القيم الإيجابية، واذا عدنا الى المجتمع الجزائري فانه يعتمد على العديد من المصادر الاعلامية المكتوبة سواءا اليومية أو الاسبوعيةكجريدة الهداف او الجرائد التي تخصص مجالا لجمهورها، حيث تستطيع هذه المصادر الاعلامية التأثير في الجمهورفي كافة المجالات التي تمسها معلوماته وفي اعادة بناء القيم الاجتماعية او تغييرها وتكون دورها في تعزيز التسامح والتوعية مما يحدث من العنف والتخريب للمنشآت الرياضية خاصة في ظل الواقع الذي نعيشه اليوم مع تزايد المتابعين للنشاطات الرياضية ومحاولة تصحيح مسارها ، حيث نجد ان شريحة كبيرة تعمد الى الاستناد لما تقدمه مصادر الاعلام الرياضي المكتوب من الاخبار وهنا يمكن ان نؤكد على انها اصبحت مصدرا حاسما في المحافظة على القيم الاجتماعية والارتقاء بها، وكذا المهام النبيلة التي وجد من اجلها الإعلام الرياضيفي تثقيف وتوعية الافراد وتعزيز مبادرات الاخلاق والتسامح في ممارسة الالعاب الرياضية وهنا يمكن ان نطرح التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في التنمية والمحافظة على القيم الاجتماعية لدي الجماهير الرياضية الجزائرية؟

3–التساؤلات الجزئية:

–هل من مسؤولية للصحافة المكتوبة في نشر قيم مثل التسامح والتعاون وروح المسؤولية؟

– هل ما يكتبه الإعلام الرياضي المكتوب ايجابي حول توعية الجماهير وتنمية الروح الرياضية والمحافظة علىقيمها الاجتماعية؟

4–الفرضيات: تعتبر الفرضية كحل مؤقت "وهي إجابة احتمالية لسؤال مطروح في إشكالية البحث، ويخضع للاختبار"[1] وكانت فرضياتنا كالآتي:

–تساهم الصحافة المكتوبة ايجابيا في نشر قيم التسامح والتعاون وروح المسؤولية.

– يسهم الإعلام الرياضي المكتوب في توعية الجماهير وتنمية الروح الرياضية، ووحدة الوطنية.

4–أهداف البحث:

– معرفة الدور الايجابي للإعلام الرياضي المكتوب في نشر القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

– معرفة مساهمةالإعلام الرياضي المكتوب في توعية الجماهير وتنمية الروح الرياضية، ووحدة الوطنية والمحافظة على القيم.

5–أهمية الدراسة:

– اهتمت بمدى مساهمة الصحافة الرياضية المكتوبة في إيجاد حلول لمشكلة الأخلاق التي يعاني منها المجتمع.

[1] – رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2002، ص94.

– ركزت على القيم بصفة عامة وإمكانية تنميتها لدى الجمهور الرياضية من خلال نشر الوعي والروح الرياضية وما فيها من تغيرات كثيرة في سلوكه وبناء شخصيته.

– تعزيز الدور الكبير الذي تلعبه البرامج المقترحة من وسائل الاعلام الرياضي في تنمية القيم الأخلاقية للشباب.

6–مصطلحات الدراسة: تحتاج الدراسات الميدانية في البحوث الأكاديمية الى تحديد المفاهيم، التي من شأنها أن توضح مقصد الباحث وقد شملت هذه الدراسة المفاهيم التالية:

أولا: الإعلام الرياضي المكتوب:

يقصد به الصحافة الرياضية المكتوبة وهي التي تتمثل مادتها المعالجة في المواضيع الرياضية والتي توجه للجماهير الرياضية، ورغم تخصصها هذا لايمنع أنها تهتم بالمواضيع التي لها علاقة بالرياضة كعلم النفس وعلم الاجتماع والتربية والطب .... الخ، الإعلام المكتوب مرآة عاكسة للوزن الحقيقي للرياضة في رأي مجتمع فالمنظومة الإعلامية تلعب دورا هاما مثله مثل الرياضة داخل المجالات والفعاليات الأخرى، وتضم الصحافة الرياضية المكتوبة الصحافة اليومية العامة والصحافة الأسبوعية العامة، بالإضافة إلى المجالات[1]والمبادرات الاعلامية حول كل ما له علاقة بالرياضة.

* **تطورالإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر:** لقد عرفت الأخبار الرياضية طريقها إلىالإعلام المكتوب في الجزائر منذ عهد الاستعمار الفرنسي حيث كانت تحتل أعمدةأو حتى صفحات في الصحف اليومية وفي عهد الاستقلال يرى رئيس صحيفة الشباك سنة 1963، sport Actualitéأنأول صحيفة متخصصة ظهرت في فترة الاستقلال كانت صحيفةناطقة بالفرنسية وظهرت جريدة الهدف فيما بعد سنة 1972 وقد بقيت صحيفة الهدف وحدها في الميدان لمدة عدة سنوات إلى غاية فترة أواخر الثمانيات 1989.

طرأ على الساحة الإعلامية الجزائرية تغير جذري، فعدد العناوين التي ظهرت في أواخر هذه المدة القصيرة، ولكن الشيء الملاحظ أنالإعلام الرياضي المكتوب قد تأخر في اخذ مكانه اللائق به.

وقد كان عنوان يتوج الإعلام الرياضي المكتوب المستقل هو أسبوعية مغربية رياضية وبفض العوائق المادية احتجت هذه الأخيرة عن الصدور نهائيا بعد ثمانية أشهر.

وحولت الوكالة الوطنية للنشر والإشهار التي تمتلك وسائل طبع حديثة ان تخوض تجارب مماثلة وأصدرت مجلة شهرية سنة 1991

كما أن وكالة الأنباء الجزائرية تخصص 20% من خطها الإعلامي للمعلومات الرياضية[2].

ويلعب الإعلام الرياضي المكتوب ادوار متعددة، تزايدت أهميتها ونوعيتها مع مجتمعنا المعاصر التي تعددت وتنوعت متطلباته وما يرجى من المادة الإعلامية التي يقدمها الإعلام المكتوب، وقد عرف احد

[1] – رولان كايور، الصحافة المكتوبة والسمعية ترجمة، مرشيلي محمد، الجزائر، دار المطبوعات الجامعية، 1989 ص 44.

[2] – أديب خضور –الاعلام الرياضي –الطبعة الاولى، دمشق سوريا، المكتبة الاعلامية 1994 ص 12.

رجال هذا المجال بصفة عامة تتحمل عبئا ثقيلا بالتعامل مع فئات متفاوتة في كثير من النواحي كالطابع والأمزجة، السن، الجنس، ويمكن أن نوضح الدور الذي يتكفل به الإعلام المكتوب في:

ا–**التثقيف:** هي ثقافة الحياة وما يجري من شؤون وما يطرأ عليها من تغيرات وتطورات فالإعلام المكتوب يقدم للجماهير ثقافة الحياة، لان تحسين استخدامه يعمل على رفع مستوى ثقافة المجتمع.

ب–**التعليم:** ومما لا شك فيه أنالإعلام المكتوب يقوم بمهمة التعليم أي انه يقدم لقرائه معلومات عامة في العلوم المختلفة، ومايوجد فيه من اكتشافات جديدة يضيف للجماهير شيء أخر على رصيده العلمي.

ج–**الترفيه:** لقد أصبح الترفيه من الضروريات الحيوية التي تساعد على بناء الشخصية، وتقدم للإنسان المعاصر، وأثبتت الدراسات الاجتماعية والنفسية أنالإنسان بحاجة إلى الانتعاش والتسلية والترويح من خلال برامج ترفيهية تجدد نشاطه وتبعث فيه الاسترخاء[1].

د–**التقليل من العنف: لا** يمكن تجاهل الدور الهام الذي يقوم به الإعلام الرياضي على مختلف مجالاته في التأثير على مظاهر التعصب في الرياضة وقد نص الميثاق الدولي لتربية البدنية والرياضية الذي أصدرته منظمة اليونيسكو على انه ينبغي لكل من عمل في مجال وسائل الإعلام للجماهير أن يدرك مسؤولية إزاءالأهمية الاجتماعية والتربوية والغاية الإنسانية والقيم الاجتماعية والأخلاقية.

ثانيا: القيم الاجتماعية:

من الصعب إعطاء مفهوم مانع و جامع للقيم، لأنه لا يوجد اتفاق بين العلماء حول تعريف موحد لهذا المفهوم و هذا راجع إلى اختلاف منطلقاتهم الفكرية و الدراسية.ولعل موسوعة القيم، قد قدمت ذلك العرض شبه التفصيلي عن حركة البحث في القيم، فقد آلت إلى حيث انطلقت قائلة ويبقى السؤال الذي بدأنا به، حول نشأة القيم، ولا تملك مكن الإجابة لأن أن نكرر ما قاله الأولون: بأن الدين، ومثاليات المجتمع، وظروف البيئة واقتصادها، مع اعتبار المستجدات المعاصرة مثل ثورة الاتصالات والمعلومات كل تلم تحدد قيما وأخلاقا تسود في مجتمع أو تنهار فلي آخر، وبهذا يتضح أن الإجابات عن اختلافها توشك أن لا تخرج عن تلك الأصول الثلاثة التي كان قد قررها الخطاب الفلسفي والسباقة إليها الإشارة هي الدين، العقل، المجتمع، وهذه الأقاليم الثلاثة تظل سواء اتسع مفهومها أو ضاق هي مولدات القيم في كل زمان ومكان[2]، ويمكن إدراج تعريفات حسب بعض المفكرين فيما يلي:

نظر بعض علماء النفس وخاصة المدرسة الجيشطالتية Gestalten إلى القيم باعتبارها مبادئ أساسية في تحليل السلوك ولذلك فالقيم بالنسبة لهذه المدرسة يجب أن يكون لها مكانا رئيسيا في البحث السيكولوجي[3].

أما بعض الدراسات السيكولوجية التي تتناول القيم بالبحث والتحليل أن الإطار العام لعلم النفس في تفسيرهل

---

[1] – فاروق ابو زيد، الصحافة المتخصصة، الطبعة الثانية، عالم النشر، مصر، دون سنة،ص 78 .

[2] – الفيفيعبد الله، نقد القيم: مقاربات تخطيطية، لمنهاج علمي جديد، مؤسسة الانتشار العربي بيروت لبنان ،ط1، 2006، ص37

[3] – البيومي محمد أحمد، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، مصر، الأزاريطة، 2002، ص56.

ظاهرة القيم يستند على مجموعتين الأولى: تتمثل في الفروق الفردية بين الأفراد كالجنس والنوع والذكاء والثانية: تعتمد في تحليلها للقيم على الفروق المكتسبة من البيئة الاجتماعية[1]

يعرفها "**تالكوتبارسونز**". بأنها عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معيارا أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف، ويعرفها كذلك على أنها المعايير التي تتحكم بها على كون الشيء مرغوبا فيه أو غير مرغوب فيه[2].كانتصور" بارسونز" للقيم أن التمييز الوحيد بين القيم والمعايير هو تمييز على مستوى التوجهات بدلا من أن يهتم بنمو التوجيه، وكذا يتم التفرقة بين القيم والمعايير في ضوء عمومية أو خصوصية الممارسة والاجتماعية، فما يعد مرغوبا فيه من طرف أعضاء المجتمع يحدد على أساس مقولات عامة[3].

فالقيم بالنسبة **لزنانيكي وتوماس** هي أي شيء له محتوى من السهل الوصول إليه وله معنى لأعضاء الجماعة الاجتماعية، والقيمة الاجتماعية هي أي مدلول له محتوى امبريقي من السهل الوصول إليه بالنسبة لأعضاء الجماعة وله معنى ليصبح من أجله موضوعا للنشاط.... والقيم الاجتماعية هي القيم الإيجابية أو المرغوبة[4].

وتعرفها "فلوريان زنانيكي"أنها المعطيات ذات المستوى الواقعي المرتبطة بجماعة اجتماعية معينة والتي تنطوي على معان تجعل منها موضوعا للنشاط[5].

ويرى" **إميلدوركايم**": أن القيم هي إحدى آليات الضبط الاجتماعي المستقلة عن ذوات الأفراد الخارجة عن تجسيداتهم الفردية[6]، كما أن القيم الموجودة في المجتمع في نظر دوركايم تعبر عن نماذج مختلفة، وهي تتباين حسب تقسيم العمل والنشاط المستمر لكل فرد، غير مؤثرة في المجتمع بقدر مماثل فتأثير بعضها في الحياة الاجتماعية أقوى من تأثير البعض الآخر وذلك بحسب النشاط السائد في المجتمع الذي ترتبط به القيمة[7].

أما تعريف **حليم بركات**: فإنه يرى أن القيم هي المعتقدات حول الأمور والغايات وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس، توجه مشاعرهم وتفكيرهم ومواقفهم وتصرفاتهم واختياراتهم، بالإضافة إلى أن القيم تنظم علاقاتهم بالآخرين وبأنفسهم، وتحدد مفاهيمهم وهوياتهم وتعطيهم المعنى الحقيقي لوجودهومن خلال ما أوردناه من تعريفات مختلفة للقيم، يمكن القول بأن القيم هي مجموعة من المعايير والأحكام التي تتكون لدى

---

[1] – خروف حميد وآخرون، الإشكالات النظرية والواقع: مجتمع المدينة نموذج، دار البعث قسنطينة، الجزائر، 1999، ص95.

[2] – الزيود ماجد، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2006، ص22.

[3] – الكافي إسماعيل عبد الفتاح موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، الإسكندرية مصر: مركز الإسكندرية للكتاب 2005، ص30

[4] – البيومي محمد أحمد، مرجع سابق، ص109.

[5] –عماد، عبد الغاني، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكالات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربيةبيروت لبنان، ط1، 2006، ص142.

[6] البيومي محمد أحمد، مرجع سابق، ص73.

[7] – خروف، حميد وآخرون، مرجع سابق، ص100، 111.

الفرد أثناء تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار أهداف الفرد وتوجهات لحياته، تعود عليه بالفضل في توظيف إمكاناته، وهذا يتجسد من خلال الاهتمامات والاتجاهات والسلوكيات العملية[1].

وعليه يمكن أن نقول إن القيم الاجتماعية: هي كل ماله سلطة في على سلوك الناس وتفكيرهم في القيام بما يعتقدون انه نابع من اتباعهم للممارسة الصحيحة التي تتوافق عليها الجماعة والمجتمع وتصبح في الغالب مفروضة على الجميع وتمارس عليهم قهر يمتثلون لها دون شعور.

7 –**منهجية الدراسة:** تحتاج الدراسات التطبيقية الى مجموعة من الاجراءات التي يتبعها الباحث للوصول الى فهم اعمق لموضوعه وعليه كانت هذه الإجراءات كالاتي:

أ–**المنهج المتبع:** إذا علمنا أن طبيعة الموضوع هي التي تفرض المنهج، فإنه يمكن القول أنالمنهج هوالطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة واكتشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث وطبيعة ونوع المشكلة المطروحة للدراسة، وهي التي تحدد نوع المنهج الذي يتبع من بين المناهج المختلفة. وعليه فالمنهج المتبع في هذه الدراسة هو «المنهج الوصفي التحليلي» الذي يعرف على انه عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية اذ بفضله يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته.

ب–**المجتمع الأصلي والعينة:** يعتر المجتمع الاصلي هو المجتمع الكلي الذي نختار بموجبه عينة الدراسة، بحيث يمكن تعريف المجتمع الإحصائي بشكل نظامي على انه مجموع كل الحالات التي تتطابق في مجموعة من المحددات[2].

العينة جزء من مجتمع البحث والتي تسمح لنا بانجاز بحثنا نظرا لصعوبة استجواب كل أفراد المجتمع الأصلي، وكانت طريقة اختيار العينة عشوائية وذلك لسببين:

– العينة العشوائية تعطي فرصة متكافئة لكل الافراد لأنها لا تأخذ أي تمييز أو اعتبارات وتعتبر من ابسط طرق العينات

ج–**عينة الدراسة:** تحتوي هذه العينة على 45لاعب و100 مناصر تم اختيارهم من رابطة المناصرين(للفرق"اولمبيك شلف ،سريع غليزان ،غالي معسكر").

8–**متغيرات البحث: لقد** شملت دراستنا متغيرين كالتالي:

المتغير المستقل: هو الأداة التي تؤدي في وضعيتها إلى إحداث تغيير وذلك عن طريق التأثير في قيم متغيرات أخرى تكون ذات صلة بها والمتمثل في الإعلام الرياضي المكتوب.

المتغير التابع: والذي تتوقف قيمته على مفعول تأثير قيم متغيرات أخرى ، حيث انه كلما أحدثت تعديلات على قيم المتغير المستقل ستظهر النتائج على قيم المتغيرات التابع والمتمثل في القيم الاجتماعية .

---

[1] –ماجد الزيود–الشباب و القيم في عالم متغير ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن ،ط1،2006 ، صص 22، 23.

[2] – ناشمياز ، شافا فرانكفورت ناشمياز دافيد، طرائق البحث في العلوم الاجتماعية، تر: ليلى الطويل، بترا للنشر والتوزيع، ط1،2004، ص186.

9–اداة الدراسة:

بحيث اعتمد الباحثين في هذه الدراسة على أداة الاستبيان لقياس مستوى الظاهرة النفس اجتماعية في مجال الاتصال الرياضي، بحيث تم تصميم الاستبيان بعد تمحيص ابعاد الظاهرة وانعكاسها على المجتمع بصفة عامة والرياضي بصفة خاصة وقد استند الباحثين على الدراسات السابقة والمشابهة.

10–**مجالات البحث:**

المجال البشرى: يتكون من اللاعبين من قسم المحترف الثاني ورابطة المناصرين (للفرق "اولمبيك شلف، سريع غليزان، غالي معسكر").

المجال الزماني: المدة من 2017/01/19 ولغاية2017/03/09

المجال المكاني: ادارة ملعب النوادي كرة القدم المحترف الثاني (للفرق "اولمبيك شلف، سريع غليزان، غالي معسكر").

- **ثبات اداة الدراسة:**

ولقد تم التحقق من ثبات اداة الدراسة (الاستبيان) من خلال حساب معامل الفا كرونباخ، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم (1) يوضح قيم معامل ألفا كرونباخ للاستبيان

محاور الاستبيان	معامل الفا كرونباخ	عدد الفقرات	النتيجة
المحور الأول (القيم الأخلاقية)	0.883	09	ثابت
المحور الثاني (القيم الدينية)	0.885	10	ثابت
المحور الثالث(القيم الوطنية)	0.792	09	ثابت
جميع فقرات المحاور	0.886	28	ثابت

من خلال الجدول رقم (1) يتضح بان معامل ألفا كرونباخ ثابت في جميع محاور الاستبيان وهذا ما يدل على صلاحية الأداء قي قياس الظاهرة بين المتغيرين.

- **الدراسة الاستطلاعية:**

تشكل الدراسة الاستطلاعية الشرط الضروري والإلزامي للدراسة، إذ لايمكن أن نتصور من دونها أي مصداقية للعمل العلمي، وعليه فان الدراسة الاستطلاعية هي مترادفات لها غايات علمية لايسمحبتجاهلها بأي حال من الأحوال.

ومن اجل حرصنا على إضفاء الصلاحية العلمية على جمع المعلومات المختارة قمنا بتقديم الاستبيان إلى الصحافيين الرياضيين والمناصرين، للتعرف على الصعوبات التي يمكن أن تواجهنا أثناء الجانب التطبيقي ومعرفة المدة الزمنية التي يستغرقها كل فرد للإجابة على الاستبيان وبعد الفحص والتعديل لمحاور وأبعاد

الاستبيان من قبل الخبراء في هذا المجال وتحكيمه قمنا بتوزيعه على أطراف العينة المتكونة من رابطة الأنصار وبعض الصحافة المكتوبة الرياضية.

- **الأساليب الإحصائية المستخدمة:**

إن الأساليب الإحصائية تستعمل لدراسة أي عينة، وهذا الهدف التعرف على المجموع الكلي للموضوع والتوصل إلى صحة الفرضيات أو خطئها والدراسة الإحصائية تعطينا دقيقة، باعتبار إنها تترجم إلى أرقام حيث تتمثل الدراسة الإحصائية في:

- المتوسط الحسابي
- الانحراف المعياري
- ت المحسوبة
- ك^2

11–عرض ومناقشة النتائج:

مناقشة الفرضية الأولى: ولتحقق من صحة الفرضية الأولى قمنا بعرض نموذجي لبعض أسئلة الاستبيان

السؤال الأول: هل ترى أن للإعلام الرياضي المكتوب الجزائري وصل إلى المستوىالمطلوب في نشر التضامن والتماسك الرياضي الاجتماعي من خلالالأخبار الرياضية؟

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	ك^2 المحسوبة	ك^2 الجدولية	درجة الحرية	الدلالة
نعم	07	%70	12.22	5.83	01	0.05
لا	03	%30				
المجموع	10	%100				

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج المحصل عليها نرى نسبة 70% من الصحفيين يرون بان الإعلام الرياضي المكتوب الجزائري وصل إلى المستوى المطلوب في نشر التضامن والتماسك الرياضي الاجتماعي من خلال الأخبار الرياضيةفي حين ترى نسبة 30% عكس ذلك.

وهذا راجع إلى التطور الكبير التي مرت به الصحافة المكتوبة خصوصا في ضل التطور التكنولوجي والعولمة فتميزت الصحافة المكتوبة بالمحافظة على ظهورها داخل المجتمع الجزائري وذلك رغم مزاحمتها من طرف وسائل الاتصال السمعية البصرية، كونها تتيح للقارئ فرص اكبر لاختيار مايقرؤه من بين عدد كبير من الأخبار ومن خلال الأخبار والأفكار التي تقدمها الصحافة المكتوبة الجزائرية فإنها تخرج المواطن من العزلة، فأصبح الإعلام الرياضي المكتوب الجزائري يتميز بروح المسؤولية في نشر قيم التضامن والتماسك الاجتماعي باحترافية الصحافيين وتناول الأخبار المحلية والدولية والتأثير القوي في الجمهور وهذا

مانلاحظه في الواقع . فهو يشتمل على مظاهر السلوك الجماهرية التي يضفى عليها الافراد معنى ذاتيا، وتختلف أهمية هذه السلوكات تبعا لما يختلفون عليها هؤلاء الأفراد من هذا المعنى الذاتي، ويرى فيبر أن الشخص الفاعل(الفرد وفعله) هو وحدة التحليل الرئيسية للمجتمع على اعتبار أن الفرد البشري هو الكائن الوحيد الذي له سلوك له معني، كما يضع سلوك الآخرين دائما في اعتباره، ومن ثم يكون فعله موجها نحو الآخرين[1]وباتالي فان نشر الوعي حول قيم التسامح يؤدي الى بناء صورة حول بعضهم البعض تكفلها الاخبار والمعلومات الرياضية التي يزج بها حول الاحداث والممارسات الرياضية التي تدفع الى توجيه وقيادة الجهور الى بناء قيم اجابية تخدم في النهاية الفرد والمجتمع وترتقي بالرياضة عموما، مع الاقرار ان الاعلام الرياضي عند بعض الجرائد لا يعنيه في الحقيقة القيم وما يؤدي اليه من التماسك بل يعنيه الربح من مبيعاته وأخباره والحصول على قاعدة جماهيرية، لان الخبر او الحدث الرياضي هو مطلوب تتسابق اليه الجماهير ، ولذلك فان يحاول قدر الامكان الاستثمار في الاحداث الرياضية ومحاولة مسايرتها.

ولو عدنا الى أكثر الاحداث التي استطاع فيها ان يزرع التماسك والروح الوطنية فإننا نستجلي ما حققه في هذا الجانب في تأهل الجزائر لكأس العالم 2010 و2014 وشكلته مصادر الاعلام الرياضي المكتوب من القيم التي طالت حتى اقل الشرائح متابعة للرياضة حيث أقحم الكل في الكل وأصحت مضامينه مصدرا للمعلومات والاخبار في نقل قيم الاخوة والتسامح والتعاون بين الجماهير مع انه ساهم ايضا في حل صدع مع المنافسين من خارج الوطن خاصة بين الجماهير الجزائرية والمصرية وادت اليه الجرائر من الاستثمار في الاحداث التي حلفت الكثير من القيم السلبية بين البلدين وجماهيرها وهنا يمكن ان نعتبر الاعلام الرياضي المكتوب يلحب على الحبلين السلبي والايجابي في بناء الفعل ورد الفعل التي تعكس قيما بين المتلقين للرسالة الاعلامية بل يتطبع الجمهور برسالته الاعلامية خاصة ان الاعلام بات مفتاحا في تحقيق الاقناع والاشباع وتلبية الحاجات التي يفضلها الجمهور وهي دراسات يقدمها الاعلامي لاختبار ميولات الجمهور.

ولكن بالعودة الى الكثير من الازمات التي مرت بها الرياضة الجزائرية في ظل اخفاقها في التأهل لكاس العالم 2018، فان الاعلام الرياضي المكتوب بين عن العديد من النقص وعدم الاحترافية في توجيه الجماهير بل استعان بالمضامين التي زادت من احتقان الجهور ودفعه الى تبني بعض القيم السلبية التي طالت المدربين واللاعبين وما تعرضوا له من الضغوطات من الجماهير نتيجة مايقدمه الاعلامية من الاخبار الكاذبة او النقد العاري من الصحة ما افقد الجمهور الثقة وروح المسؤولية بل طال هذا حتى بعض الرموز الرياضية التي شوه الاعلام شخصيتها. كما شكلت هذه الاحداث الكثير الخرجات الاعلامية التي شجعت الجماهير على العنف والاستعانة بالشعارات والهتافات العنصرية وتناقل الالفاظ اللاأخلاقية التي تشهدها الكثير من الملاعب .

[1] – خروف حميد وآخرون، مرجع سابق، ص113

السؤال الثاني :في رأيك هل من مسؤولية الصحافة المكتوبة نشر قيم مثل التسامح والتعاون وروح المسؤولية؟

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	ك² المحسوبة	ك² الجدولية	درجة الحرية	الدلالة
نعم	09	%90	54.44	5.83	01	0.05
لا	01	%10				
المجموع	10	%100				

عرض وتحليل النتائج:

من خلال النتائج المحصل عليها نرى ان نسبة 90% يصرحون بأهمية الصحافة المكتوبة في نشر قيم مثل التسامح والتعاون وروح المسؤولية في حين يرى 10% عكس ذلك، من هنا نلاحظ أنللإعلام الرياضي المكتوب دور بارز في بناء ثقافة الناس ووعيهم ، الذي بات فيه الاعلام مثل البصمة بالنسبة للإنسان، إذ أنه الاداة التي تحتوي على ما يفضله الجمهور من الاخبار ولكن بقدر ما تكون الاخبار اكثر احترافية في دعم القيم المتسامحة والروح التي تزرع التضامن بين مختلف المتابعين باستدراجهم للعمل على الابتعاد عن مناحي العنف الذي عرفته الملاعب الرياضية وهنا يمكن الجزم أنه سلطة على العقل والشعور ولم تعد الصحافة الرياضية المكتوبة مخبرة فقط بل موجهة ومن الملاحظ ارتفاع وتيرة التعصب والعنف في الملاعب الجزائرية له جزء من التوجيه والتحريض الإعلامي وظهور الكراهية ، من هنا تبرز دور الصحافة الرياضية المكتوبة وبناءا على نظرية ترتيب الأولويات، عليها أن تركز على ايجابيات التسامح والتعاون وتوضيح معناها عبر الرسائل المختلفة خاصة في تحليلها للأحداث الرياضية بين النوادي والفرق الرياضية.

وهنا تتجلى أهمية هذه القيم، لأنها بدورها تقوم بتوجيه السلوك حيث تحدد ما يجب أن يفعله أو لا يفعله أعضاء الجماعة، بمعنى أنها تحدد الأوامر والنواهي التي وضعتها الجماعة وارتضاها النظام الاجتماعي العام وتكون مرهونة حسب الحاجة التي يمكن القول بأنها إحساس الكائن الحي بافتقاد شيء ما، وينشأ عنها بواعث معينة ترتبط بموضوع الهدف (الحافز) وتؤدي الاستجابة لموضوع الهدف إلى خفض الحاجز وتأخذ هذه الأهداف شكل مدرج، مرتب حسب الأهمية بالنسبة للفرد[1] الذي يجب ان يركز الاعلام الرياضي المكتوب عليه في اعادة بناء الاولويات التي تساهم في انتاج القيم التي تدعوا للتسامح وتخلق روح المسؤولية بين الجماهير الرياضية داخل الملاعب وخارجها لان هذه المسؤولية منوطة بالمضامين الاعلامية ويترتب عنها من اعادة اعطاء دفعة للحوافز التي تلبي رغبة وحاجة الجماهير وابعادهم عن اكتساب قيم سلبية تساهم في جرهم نحو الأسوأ، خاصة أن الاعلام اصبح له اليد الطولى في التوجيه

[1] – محمد زكريا عبد العزيز، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتابمصر، 2002، ص31

والارشاد وقيادة الوعي ومن خلال العرض و التحليل السابقين يتضح لنا صدق الفرضية الاولى، بحيث نجد ان قيمة ك^2 الجدولية اكبر من المحسوبة وهو استدلال منطقي

***مناقشة الفرضية الثانية:** ولتحقق من صحة الفرضية الثانية قمنا بعرض نموذجي لبعض أسئلة الاستبيان

السؤال الثالث:

في رأيك هل القارئ الرياضي الجزائري يستوعب مايكتبه الإعلام الرياضي المكتوب حول توعية الجماهير وحول الروح الرياضية والمحافظة على القيم؟

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	ك^2 المحسوبة	ك^2 الجدولية	درجة الحرية	الدلالة
نعم	06	%60	19.35	5.83	01	0.05
لا	04	%40				
المجموع	10	%100				

عرض وتحليل النتائج

من خلال النتائج المحصل عليها نرى أن نسبة 60% يرون بأن القارئ الرياضي يستوعب مايكتبه الإعلام الرياضي المكتوب في حين يرى 40% عكس ذلك، وهذا يرجع للدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرياضي المكتوب في توعية الجماهير وغرس حب الممارسة بين الأفراد وتثقيفهم رياضيا وحتى اجتماعيا وسلوكيا ومدنيا من خلال إكسابهم القيم يقول فرنان تيرو: »الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور[1]. ويتفاعل معها وتحدث لديه أفعال وردود أفعال ولذلك فإنه هو من يتحكم في مسار السلوك خاصة الرياضي.

حيث يستطيع الاعلام الرياضي أن يغير سلوك الجمهور وإيقاف كل ماهو دخيل على رياضتنا من تصرفات غير عقلانيةبنقل الحقائق باحترافية دون ادخال الجماهير في متاهات، فإن الجماهير في الكثير من الاحيان لا تقتنع بالعقلانية والواقعية، لأن الوعي مغيب ومتردي، حيثتلجأ الخطابات الصحفية الى مفهوم الاطفاء المستعمل في علم النفس الامريكي، القائم على طريقة الاشباع الوهمي وليس عن طريق التجاهل، لامتصاص دوافع الاحتجاج[2]،وهذا ما ينشأ عنه تزايد القيم الغير سوية نتيجة لان هذا الاطفاء يزور حقائق ويشوهها ويدفع بالجهور للقيام بردة فعل عنيفة على كل ما يحث .

السؤال الرابع :انت كمناصر في رأيك من هو المسؤول على المحافظة عن القيم وتوعية الجماهير في الملاعب الجزائرية.

[1] – زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط5، 2013، ص ص 13 14.

[2]–أحمد فهمي، هندسة الجمهور: كيف تغير وسائل الاعلام الافكار والتصرفات، مكتبة مجلة البيان، الرياض، ط1، 1436، ص131.

متغيرات حسابية / عناصر / عينة البحث	التكرار	النسبة المئوية	ك² المحسوبة	ك² الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الاعلام الرياضي	13	%27.78	25.33	7.81	03	0.05
المسيرين و اللاعبين	10	23.22%				
رابطة الانصار	22	%49				
المجموع	45	%100				

من خلال النتائج المحصل عليها نرى أن نسبة 27% يرون بأن الاعلام الرياضي يساهم في على المحافظة عن القيم وتوعية الجماهير في الملاعب الجزائريةفي حين يرى 49% النسبة الغالبة في تحقيق ذلك لأنها تمثل كل شرائح المجتمع، نرى أن نسبة 23% يرون بأن المسيرين و اللاعبين يساهمون في على المحافظة عن القيممن خلال التحضير النفسي ورفع من الكفاءة الروحية لتفادي المنافسة العنيفة و ممارسة العنف بأنواعه من خلال المنافسة و تقبل قرارات الحكام مهما كانت ودعم اراء رابطة الانصار من خلال مساندة الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرياضي المكتوب في توعية الجماهير وغرس حب الممارسة بين الأفراد وتثقيفهم رياضيا وحتى اجتماعيا وسلوكيا ومدنيا من خلال إكسابهم القيم فيستطيع أن يغير سلوك الجمهور وإيقاف كل ما هو دخيل على رياضتنا من تصرفات غير عقلانية إذ تلعب وسائل الإعلام عموما والرياضية منها دورا متعاظما في عملية التنشئة الاجتماعية في العصر الحالي، فهي بمثابة الينابيع الأساسية التي يشرف مثلما الناشئة القيم الاجتماعية والعادات والاتجاهات والأنماط السلوكية حسنها وسيئها[1]، خاصة ولو عدنا للمشجعين فإن شريحة كبيرة أو معتبر هم لا يتجاوزن سن الرشد وبالتالي فان تنشئتهم على القيم الرياضية السليمة تعتبر بمثابة الاستثمار الحقيقي في اعطاء قيما تحافظ عليهم وتدعم توجهات صحيحة في غرس الروح التي تدفعهم لتقييم الاحداث والاخبار الرياضية والاعتماد عليها في سلوكهم وممارستهم لمختلف الانشطة الرياضية .

– ومن خلال العرض و التحليل السابقين يتضح لنا صدق الفرضية الاولى ،بحيث نجد ان قيمة ك² الجدولية اكبر من المحسوبة وهو استدلال منطقي .

نتائج الدراسة :

– الصحافة الرياضية المكتوبة من الوسائل المهمة لتنمية القيم الأخلاقية ، باعتبارها مجال توعوي، تربوي و حيوي ملازم لشباب .

[1]– ماجد الزيود، مرجع سابق، ص56.

– الصحافة الرياضية المكتوبة من الوسائل دور في تنمية قيم التعاون والاحترام والنظام والشجاعة لدى الشباب الجزائري من وجهة نظر رابطة الانصار واللاعبين والمدربين.

– تختلف درجة تنمية القيم الاجتماعيةللشباب من منطقة إلى أخرى و من جريدة اعلامية رياضية مكتوبة إلى آخربحسب الاهتمام و الوسائل درجة التاثير المتوفرة .

– تواجه معلم التربية البدنية والرياضية عدة معوقات للقيام بدوره في تنمية القيم الأخلاقية لتلاميذ الطور الثاني.

– الدور التوعوي للصحافة الرياضية المكتوبة ساهم في جعل الشباب أكثر ميولا لتقبل نتيجة المنافسات الرياضية وأحسن تصرفا في سلوكاتهم، وبالتالي أكثر اكتسابا للقيم الاجتماعية.

التوصيات: فمن خلال الدراسة قادتنا الى إعطاء جملة من التوصيات، التي من شأنها ان تعالج مكامن الظاهرة المدروسة كالتالي:

– القيام بحملات تحسيسية من اجل المحافظة على القيم بين الجماهير ونبذ التعصب والعنف ونشر الروح الرياضية.

– تجنب الألفاظ والعبارات التي تدفع إلىالعنف .

– عدم التحيز إلىأي فريق أونادي .

– عدم قبول المؤسسة الإعلامية للصحفيين غير المنخرطين من المعاهد الجامعية.

– أماللأنصار فعليهم بالتحلي بالروح الرياضية وتقبل الهزيمة .

– الابتعاد عن الكلمات والعبارات التي تثير الجماهير .

– نشر قيم التسامح والمحبة والتعاون .

– الاحترافية في تغطية الأخبار ومسايرة التطور الحاصل من خلال اقتراح البرامج ارشادية من وسائل الاعلام الرياضي في تنمية القيم الأخلاقية للشباب..

قائمة المراجع :

أ–المراجع باللغة العربية

1. أحمد فهمي،(1436)، هندسة الجمهور: كيف تغير وسائل الاعلام الافكار والتصرفات، مكتبة مجلة البيان، الرياض، ط1.
2. أديب خضور ،(1994)، الاعلام الرياضي – الطبعة الاولى، المكتبة الاعلامية،دمشق سوريا.
3. البيومي محمد أحمد ،(2002)، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، مصر ، الأزاريطة.
4. جون ميرل، رالف لونشتين،(1989)، الإعلام وسيلة وغاية، تر: خضر الحرابي الحرثي، دار المريخ، السعودية.
5. خروف حميد وآخرون،(1999)، الإشكالات النظرية والواقع: مجتمع المدينة نموذج ، دار البعث قسنطينة، الجزائر.

6. رشيد زرواتي،(2002)، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة، الجزائر.
7. رولان كايور،(1989)، الصحافة المكتوبة والسمعية ترجمة، مرشيلي محمد، دار المطبوعات الجامعية ،الجزائر.
8. زهير إحدادن،(2013)، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط5.
9. الزيود ماجد،(2006)، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن،ط1.
10. عماد، عبد الغاني،(2006)، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكالات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت لبنان، ط1.
11. فاروق ابو زيد ،(دون سنة)، الصحافة المتخصصة ، الطبعة الثانية ، ، عالم النشر، مصر.
12. الفيفيعبد الله،(2006)، نقد القيم: مقاربات تخطيطية، لمنهاج علمي جديد، مؤسسة الانتشار العربي بيروت لبنان ، ط1.
13. الكافي إسماعيل عبد الفتاح، (2005)،موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتاب،الإسكندرية مصر.
14. ماجد الزيود،(2006)، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ،ط1.
15. محمد زكريا عبد العزيز،(2002)، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتابمصر.
16. ناشمياز، شافا فرانكفورت ناشمياز دافيد،(2004)، طرائق البحث في العلوم الاجتماعية، تر: ليلى الطويل، بترا للنشر والتوزيع، ط1 .

ب– المراجع باللغة الاجنبية:

1. 3-Finn , G ,(1994), Football Violence, asocial Psychological Perspective, London.
2. Barber, G ,(1996), Fact sheet 7, Fan power and democracy in football Leicester, Sir Normal Chester Center for football recearch.
3. Correia, A, Esteves, S,(2007),An exploratory Study of spectators motivation in football , Int. J. Sport Management and Marketing, Vol.2.
4. Goldstein, Jeffery,(1979), Sport-games and Play Lawrence associates, P newjerey.
5. Julian V. , Roberts, Cythi, J,(2000), Benjamin: Spectator Violence in Sports a north American Perspective, European Journal on Criminal Policy and research, Kluwer academic.

الاتصال السياسي الرقمي : حالة الأحزاب السياسية المغربية

Communication politique numérique : Cas des partis politiques marocains

Digital political communication: The case of Moroccan political parties

REDOUANE QOTBI
Doctorant en sciences politiques et droit constitutionnel
.Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales,Souissi-Rabat- Maroc

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تعريف الاتصال السياسي الرقمي وتحديد أهم ركائزه، ثم فحص مدى استفادة الأحزاب السياسية بالمغرب من الإنترنت في استراتيجياتها التواصلية مع المواطنين، وذلك بالاعتماد على منهجية تحليلية لمجموعة من المعطيات الكمية والكيفية. وتوصلت الدراسة إلى أن الأحزاب المغربية أصبحت تستخدم الإنترنت في عملية الاتصال السياسي بدرجات متفاوتة.

الكلمات المفتاحية : الاتصال السياسي الرقمي– الأحزاب السياسية– الإنترنت– شبكات التواصل الاجتماعي

Abstract

The purpose of this paper is to define digital political communication and to identify its main pillars, as well as to determine the extent to which Moroccan political parties are using the Internet in their communication strategies with citizens, using a Analytical methodology for a set of quantitative and qualitative data. The study revealed that Moroccan political parties use the internet more or less in the process of political communication.

Keywords : Digital political communication - Political parties - Internet - Social networks.

Résumé :

L'objectif de cet article est de définir la communication politique numérique et d'identifier ses principaux piliers, ainsi que de déterminer dans quelle mesure les partis politiques marocains tirent parti d'Internet dans leurs stratégies de communication avec les citoyens, en utilisant une méthodologie analytique d'un ensemble de données quantitatives et qualitatives. L'étude a révélé que les partis politiques marocains utilisent l'internet plus au moins dans le processus de la communication politique.

Mots-clés: Communication politique numérique - Partis politiques - Internet - Réseaux sociaux.

Introduction :

Dans la plupart des démocraties établies ou dans des pays en phase de transition démocratique, une diminution de l'intérêt politique et une baisse de la participation électorale ont été constatées. Dans ce contexte, « le taux de participation électorale au Maroc atteignant rarement les 40%. Et les jeunes en particulier qui montrent le moins de motivation pour aller déposer leurs voix aux urnes»[1].

Cette situation inquiétante partout dans le monde a poussé plusieurs partis politiques à chercher des stratégies alternatives pour séduire l'électorat. Dans ce sens, le recours aux nouvelles technologies du Web 2.0 a constitué l'un des piliers, pour convaincre les désintéressés politiques majoritairement jeunes, qui ont investi les réseaux sociaux et les sites, ainsi que d'autres medias électroniques. Alors, on se trouve devant un phénomène sociopolitique qui s'appelle la communication politique numérique. Dans ce contexte on pose les questionnes suivantes :

1-Comment peut-on-définir la communication politique numérique ?
2- Quels sont les potentiels de cette nouvelle communication politique ?
3-Est-ce qu'il y a une communication politique numérique au Maroc dirigée par les partis politiques ?

Pour y répondre, on suit une méthodologie analytique qui se focalise sur trois titres :

- Vers une définition de la communication politique numérique.
- La démocratie à l'ère numérique.
- Partis politiques marocains et la communication politiques via l'Internet.

I-Vers une définition de la communication politique numérique

Il est évident que la politique et la communication sont deux activités constitutives de la vie en société, et depuis l'Antiquité l'une ne va pas sans l'autre[2]. Si le mot communication porte sur les notions de partage, de transmission, de relation, le mot politique du grec « Polis » qui signifie « Ville » est la gestion de la cité[3].En effet, le leader politique doit utiliser tous les moyens de communication pour trouver des électeurs et ensuite les informer de son action pour favoriser sa réélection[4].

Pour définir la notion de communication politique Dominique Wolton, directeur du laboratoire de communication et politique du CNRS, préfère mettre l'accent sur les relations entre les différents acteurs de l'espace public. Il définit la communication politique comme « l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité de s'exprimer publiquement sur la politique et qui sont les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique à travers les sondages »[5].

Cette définition insiste sur l'idée d'interaction de discours tenus par des acteurs qui n'ont ni le même statut ni la même légitimité mais qui, de par leurs positions respectives dans l'espace public, constituent en réalité la condition de fonctionnement de la démocratie de masse. Sachant

[1]Rachida Bouzidi,la Communication Politique : Approche Méthodologique, Revue Espace Géographique et Société Marocaine, n°15/2016 ,p :173.

2 Koutroubas Theodoros et Marc Lits, Communication politique et lobbying, Bruxelles, De Boeck, Col,. « INFO & COMMUNICATION »2011.p :13.

3Rachida Bouzidi , op.cit ,p :160.

[4] Koutroubas Theodoros et Marc Lits, op.cit, p :13.

[5] Dominique Wolton , La Communication politique , Collection : les essentiels d'Hermès, Ed. CNRS, 2008, p :162.

que l'interaction n'est possible que dans le cadre d'un système politique qui garantit le droit à l'expression et l'égalité des opinions.

En effet, la communication politique via l'Internet passe principalement par des sites Internet et des réseaux sociaux spécifiques. Certes, les grands réseaux mondiaux : Facebook, Tweeter, Google +, fousquare, flickr, instagram, whatsap, sont des passages obligés pour la mobilisation et la manipulation de l'opinion public ainsi que le marketing politique. En pratique presque tous les partis partout dans le monde disposent aujourd'hui des canaux communicationnels numériques.

Dans la communication numérique, les partis politiques et les candidats peuvent enfin se libérer de l'emprise du journalisme professionnel, qui tamise leur programme au gré des lignes éditoriales. Le dialogue sans intermédiaire avec les citoyens instaure une interactivité assurée, qui remet les problématiques sociales au centre du débat public.

Les acteurs politiques ont tenté grâce à ces nouveaux moyens et ces nouvelles technologies de réduire l'écart qui existe entre les citoyens et la politique en essayant d'accroître la mobilisation de ces derniers et d'augmenter ainsi leur implication politique grâce en partie aux potentialités des applications du Web 2.0.

Aujourd'hui, les partis politiques tentent d'établir et de garder une bonne relation avec les électeurs. Ces relations ont tendance à inciter les citoyens à devenir plus fidèles grâce à une plus grande participation, mais aussi à une implication aux activités partisanes par le militantisme, les donations et les recrutements.

II- La démocratie à l'ére numérique

La démocratie, est un processus des pratiques politiques en faveur des citoyens. Comme l'affirme le professeur Lancine Sylla: «...c'est donc dire que la démocratie n'est jamais réalisée totalement, et qu'elle est toujours perfectible»[1].

En effet, l'émergence des réseaux sociaux dans le web 2.0, représente pour de nombreux observateurs l'espace idéal, dont les caractéristiques manifestent les ferments de l'idéal démocratique. Le réseau social lance une véritable démocratie non seulement directe mais aussi participative, sans censure, sans discrimination.

1-potentialités politiques de l'internet

Le recours aux nouveaux medias présente des avantages aussi bien pour les acteurs politiques que pour le public et le système politique en général. La participation et l'interactivité sont les bases de l'infrastructure de ces dispositifs, ce qui permettrait de favoriser la mobilisation en ligne des individus. C'est bien parce qu'ils permettent à leurs usagers de s'adresser à un ou plusieurs destinataires, de les interpeller et de les impliquer. En pratique « l'avènement d'Internet a suscité d'abondants discours sur les impacts que ce réseau pourrait avoir sur le fonctionnement des sociétés et notamment sur leurs structures et pratiques politiques »[2].

Aujourd'hui l'Internet présente quatre potentialités politiques, Selon Vedel [3] :

- ✓ **Une meilleure information des citoyens** : pour l'auteur Internet est le gage d'un idéal démocratique, car il permet un accès libre à l'information et garantit une plus grande transparence de l'action publique. Par rapport aux moyens d'information existants, Internet présente quatre avantages principaux :
    - La diversification des ressources d'informations.

[1]Sylla Lanciné, *Existe-t-il un modèle universel de démocratie ?* , Les Editions du CERAP, Abidjan, 2006,p :16
[2]Thierry Vedel, Internet et les Pratiques Politique ,in « La communication politique : Etat des savoirs, enjeux et perspectives », Dir, Gingras Anne-Marie, Edition PUF,2003,p : 191.
[3]ibid, pp : 192- 195.

- La possibilité de recherches personnalisées construites en fonction des interrogations ou de la situation de chaque individu.
- La diminution des coûts de diffusion et de stockage de l'information.

✓ **Un accès direct à l'information primaire.**

✓ **La stimulation du débat politique :** Internet peut stimuler les débats politiques à travers les forums de discussion, les messageries, les newsletters, les réseaux sociaux, etc. Internet comme un espace ouvert et accessible pour tout le monde, permet de stimuler des débats aux différents niveaux : Local, régional, national et international.

✓ **Des mobilisations politiques plus aisées :** Internet facilite le regroupement collectif avec un coût très bas et en étendant ces actions collectives à une grande échelle.

✓ **Des relations plus étroites entre gouvernés et gouvernants** : Internet est susceptible de favoriser une interaction plus grande entre gouvernants et gouvernés. En étant le support à une grande transparence de l'action publique. En permettant un accès plus large à l'information et aux données publiques et, enfin, en constituant l'outil par excellence par lequel les élus et les gouvernants peuvent mieux connaître les demandes et les points de vue des citoyens.

2-Internet en faveur de la démocratie :

L'internet par son caractère universel, va développer les fondements de la démocratie que sont : la liberté d'expression, l'égalité, la pluralité des opinions, le partage des connaissances.

a. La liberté d'expression

Les médias numériques ont aussi élargi et amélioré l'espace d'expression publique des groupes minoritaires. Il serait, par exemple, difficile, voire impossible, pour les minorités religieuses d'utiliser les médias traditionnels (journaux, magazines, radio ou télévision) pour défendre leur cause. La communication en ligne est la seule technologie dont ils disposent pour s'exprimer publiquement.

Bien sûr l'internet est souvent présenté comme une nouvelle agora électronique. «l'Agora électronique » doit être comprise ici au sens d'Howard Rheingold, c'est-à-dire au sens d'un réseau de communication conçu et contrôlé par les citoyens, d'un dispositif de débat en ligne, d'échange, d'un « espace public »[1],le journaliste Howard Rheingold compare longuement l' internet à l'espace public du Habermas, en effet, la sphère politique a investi ces réseaux sociaux et les ont par la suite progressivement intégré à leur stratégie de communication lors d'échéances électorales dans un premier temps, et de façon régulière par la suite.

Dans la Grèce antique, l'invention de l'agora avait entraîné une remarquable expansion de la parole publique qui avait culminé dans la rhétorique et la sophistique, provoquant la réaction de Socrate et de Platon, défenseurs de la primauté du vrai sur les séductions du discours. Le nouvel espace de l'internet, ouvre à la parole bien plus de possibilités que l'agora athénienne. Court-circuitant les instances intermédiaires classiques, les forums et autres outils web alimentent l'utopie d'une parole circulant sans frein, collaborative, donnant aux citoyens l'espoir qu'une démocratie participative directe est possible, que les textes fondateurs du consensus social peuvent être réécrits en temps réel, comme dans le modèle « wiki »[2].

En bref, le numérique est porteur de nombreux espoirs en termes de renouvellement des formes de participation politique. Internet pourrait donner les moyens à tous les citoyens de s'exprimer sans frontière temporelle, ni spatiale et tendrait à rompre la barrière classique entre gouvernants et gouvernés. Ces espoirs sont alimentés aussi, par la diffusion rapide des outils technologiques.

---

[1] La notion clé du Philosophe et sociologue allemande, Habermas né en 1929 qui propose une philosophie de la communication qui repose sur l'analyse des processus d'individualisation et de socialisation qui transforment le comportement animal de l'homme. Cette réorganisation s'effectue dans les structures de l'intersubjectivité née de langage.

[2] Système informatique dans lequel les internautes ont la possibilité de modifier le contenu des sites, l'exemple du site contributif wikipedia.

Dans ce contexte, le réseau social demeure un espace où il est plus facile qu'ailleurs de produire de l'information, où les barrières sont levées. De nombreuses opinions s'expriment les réseaux sociaux qui n'ayant pas, ou difficilement trouvé des espaces d'expression dans les médias classiques.

b. La pluralité des opinions

Actuellement, les applications du web 2.0 tels que les réseaux sociaux sont les canaux par excellence des sans voix, et des opinions marginales, car il est possible de trouver de toutes les tendances sur internet. Des plus modérées, aux plus radicales.

Le nouveau médium constitue un véritable canal de foisonnement d'idées où Grâce aux groupes de discussion ou aux listes de diffusion, des milliers de personnes peuvent suivre les faits, et réagir au fur et à mesure .Certes, le « Printemps arabe », ou ce que certains intellectuels ont convenu désormais d'appeler les révolutions 2.0 ou encore « la révolution Face book », a mis en exergue le rôle joué par les réseaux sociaux aussi bien en termes d'échanges qu'en termes de coordination des actions communes.

c. Facteur d'égalité populaire

L'égalité est un principe fondamental en démocratie. Mais dans l'évolution historique du système démocratique, la notion d'égalité a progressivement gagné du terrain. En effet, l'apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et exactement les réseaux sociaux, par leur caractère communicatif et interactif, ne fait pas de différence entre les usagers. Sur internet chaque personne est l'égal de l'autre sans distinction d'âge, de sexe, de religion, de race, de couleur, ou de statut social. Et « à partir du moment où je suis branché en ligne, je suis partout et nulle part, je suis l'égal des autres internautes »[1].

La communication sous sa forme moderne, avec Internet, constitue une véritable promesse d'égalité . Et sur le réseau social, l'individu devient inconditionnellement l'égal de celui qui est connecté à l'autre bout de l'ordinateur. De ce fait, l'incarnation de cette égalité ne se manifeste pas seulement avec le citoyen le plus banal mais aussi avec les élus qui le représentent en quelque sorte, en un mot avec tous ceux qui se connectent.

Une autre facette de l'égalité sur le monde virtuel, c'est la participation. Sur le nouveau médium, il y a une certaine forme de présupposition d'égalité due à la participation et la coopération de chacun. En effet pour prendre l'exemple du site « Wikipédia »[2], il faut remarquer que sur celui-ci, l'égalité entre internautes se manifeste à travers l'apport de chacun sur tous les sujets développés.

Ainsi, le nouveau medium numérique semble donc résoudre un problème que le système démocratique depuis son existence tente de régler : le problème de l'égalité entre tous les citoyens hommes/ femmes, pauvres/ riches…

d. Instrument d'une démocratie directe et participative

Depuis longtemps, l'évolution de la démocratie dans la plupart des pays, a fini par changer totalement la participation directe du peuple à la vie publique, le confinant dans un rôle d'observateur et le convoquant pour l'occasion à décider de qui sera chargé de penser et de prendre les décisions à sa place.

Considérant que les réseaux sociaux ont produit un espace public comme nous l'avons dit plus haut. Un nouvel espace virtuel qui favorise au premier abord une certaine attirance sociale. C'est un champ de communication nouveau où beaucoup de contraintes sont anéanties, à savoir les contraintes d'espaces et de temps. Par la suite, le nouveau medium place désormais le simple citoyen dans une position centrale et déterminante. Enfin, il retire cette marginalisation, et redonne à la démocratie un vrai sens. Par conséquent, les réseaux sociaux incarnent

[1] Loveluck Benjamin, « internet vers la démocratie radicale ? », Revue Le débat, numéro 151, septembre-octobre, 2008,p :151 .

[2] Forme d'encyclopédie libre et participative sur internet. *www.wikipedia.org*

concrètement l'évolution du processus de la démocratie, en l'occurrence la participation électorale des jeunes.

III- Partis politiques marocains et la communication politiques via l'Internet

L'essor des technologies et des supports numériques au cours de ces dernières années (la connexion Internet à haut débit, les ordinateurs et téléphones portables, les smartphones, les baladeurs numériques, les tablettes, les liseuses, l'univers des applications, sans oublier les blogs, les podcasts, les flux RSS, YouTube, Facebook, Twitter, etc.) est si fulgurant que ces derniers sont en train d'envahir peu à peu tous les secteurs de l'activité humaine [1].Ces transformations affectent aussi d'autres sphères telles que celle de l'État, de l'administration, de l'économie, de la géopolitique, de l'urbanisme inutile d'en faire une recension complète[2].

En effet, les nouvelles technologies d'information et de communication ont refaçonné le paysage communicationnel, et il n'est pas sans impact sur la communication politique. « L'internet devient un nouveau véhicule de cette communication qui, à l'instar de la publicité, permet aux partis politiques de contrôler pleinement le message émis et de l'adresser directement aux électeurs sans devoir le soumettre à un filtre journalistique »[3].

Actuellement, les partis politiques intègrent différemment l'Internet à leurs stratégies de communication lors des campagnes électorales[4], parce qu'il rend possible la diffusion de documents volumineux à un faible coût, il offre une vitrine aux petits partis souvent négligés par les médias de masse, il permet aux partis de projeter une image avant-gardiste et il se distingue des moyens de la communication de masse en permettant une interactivité entre les partis et les citoyens[5], et selon Shanto Iyengar, les nouveaux médias ont eu un impact positif sur la mobilisation des sympathisants politiques[6].

En effet, la majorité des partis politiques possède un site permettant la connexion avec les électeurs virtuels à partir d'une plateform s'appyant plus au moins sur trois dimensions[7] :

1. **Information :** le contenu habituellement diffusé par les partis politiques en campagne électorale sur des supports « traditionnels » tels que tracts, presse du parti et spots officiels à la télévision.
2. **Interaction :** Il met l'accent sur des pratiques interactives spécifiques à Internet, par exemple : la possibilité de poser une question par email, de participer à un forum de discussion…
3. **Mobilisation :** la troisième dimension répertorie des modalités de mobilisation de l'électorat, impliquant un engagement de la part des internautes.

L'avènement des nouveaux medias a joué un rôle dans la proximité voulue entre les partis et les électeurs. En effet, rien de tel qu'un outil utilisé quotidiennement par pas moins de 22.56 millions des internautes marocains pour cibler un public plus large. Tout d'abord, les « jeunes», souvent totalement désintéressés de la sphère politique ont une tendance plus nette à fréquenter les réseaux sociaux.

Notons que l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications au Maroc a publié la 14ème édition de l'enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC auprès des ménages et des individus, dans ce cadre nous nous focaliserons sur deux résultats comme suit [8]: suit [8]:

---

[1] Rémy Rieffel, Révolution numérique, révolution culturelle ? Éditions Gallimard, 2014,p :11.
[2] ibid, p :12.
[3]Richard Nadeau et Frédérick C. Bastien , la communication électorale,in« La communication politique : Etat des savoirs, enjeux et perspectives », Dir, Gingras Anne-Marie, PUF,2003,p:186.
[4] Ibid, p : 186.
[5]Ibid.
[6]Shanto Iyengar, Media Politics a citizen's guide, W. W. Norton & Company, New York, 2011, p:135.
[7]Frédérick Bastien, Fabienne Greffet, Les campagnes électorales sur Internet : une comparaison entre France et Québec, *HERMÈS 54*, p :210.
[8] Rapport Annuel , Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications,2017, p : 17-18.

1. **Les utilisateurs passent plus de temps sur Internet**

- En termes d'internautes, le Maroc se situe au-dessus de la moyenne mondiale de près de 8 points (54% de la population mondiale est connectée).
- L'utilisation d'Internet est quotidienne pour deux internautes sur trois.
- Près de trois internautes sur dix accèdent à Internet au moins une fois par semaine.
- Près de la moitié des internautes passent plus d'une heure sur Internet via un téléphone mobile.
- La grande majorité des internautes préfèrent recourir à des connexions mobiles, notamment dans le rural.

2. **Les Réseaux sociaux**

- 94,3% des internautes âgés de 5 ans et plus utilisent les réseaux sociaux, au cours de 3 derniers mois de 2017.
- 98,4% des internautes âgés de 15 à 24 ans participent aux réseaux sociaux.
- Huit personnes sur dix se connectent quotidiennement sur les réseaux sociaux est quotidienne et la moitié consacre plus d'une heure à cette activité..

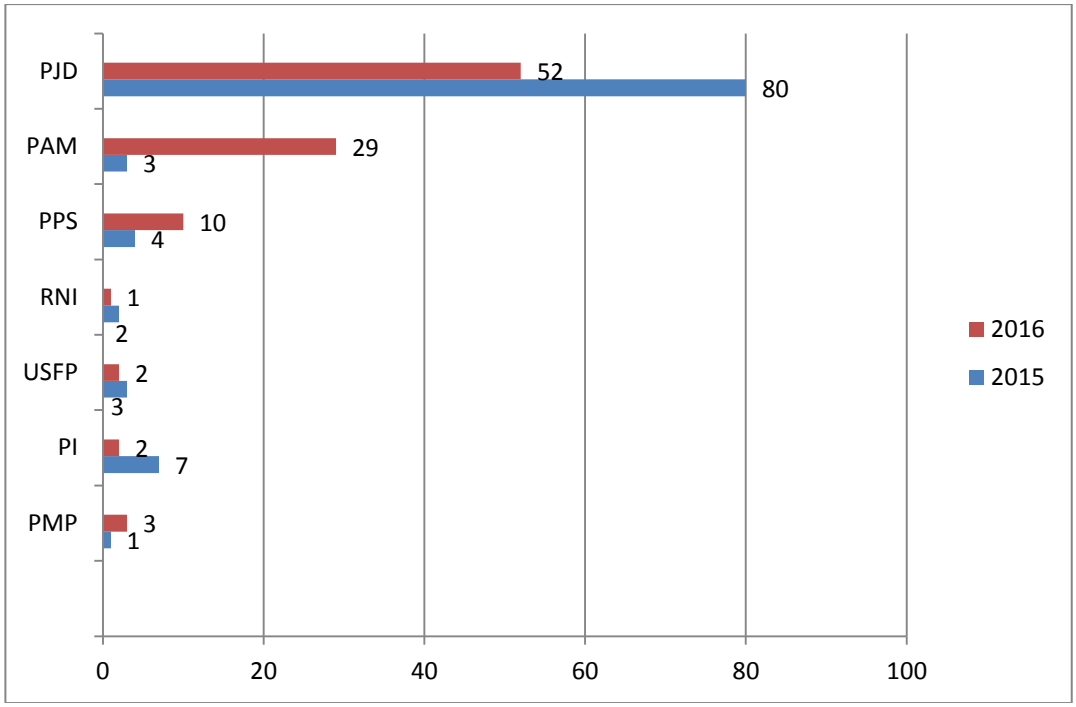
Pendant les élections communales et régionales de septembre 2015, la communication politique au Maroc s'est caractérisée par plus d'ouverture des partis politiques sur les nouveaux médias comme : les réseaux sociaux, les sites webs, les blogs…qui sont devenus présentement très utilisables par les partis et les candidats aux diverses élections.

Notons qu'une étude du cabinet spécialisé Smart Owl, intitulée « Partis politiques au Maroc : analyse de la communication politique sur les réseaux sociaux », affirme que 17 partis politiques seulement disposaient d'un site internet à la date du 27 juin 2015, tandis que seules 21 pages Facebook ayant un caractère partisan officiel ont été comptées. Pire aussi, c'est l'écart entre les partis et leurs présences respectives sur les réseaux sociaux qu'il faut relever comme un signe d'ignorance de la communication numérique[1]. Pour plus d'éclairage voir le graphe suivant :

Marketing politique via Internet

[h]ttps://www.anrt.ma/sites/default/files/rapportannuel/rapport_annuel_2017_vf.pdf

[1]CMAIS, Communication politique 2.0, Marketing politique : analyse du cas marocain . Voir lien https://cmais-strat.com/wp-content/uploads/filebase/Utilisation-des-medias-sociaux-par-les-partis-politiques-marocains.



Il s'avère que le parti de la justice et du développement a dominé l'espace virtuel, par sa forte présence dans les réseaux sociaux les plus réputés au Maroc. En effet, seul le PJD communique in extenso depuis 2011 sur Facebook et Twitter avec une présence directe des dirigeants principaux du parti. Mais après 2011 , le Parti d'authenticité et modernité a apporté une contribution remarquable au réseautage social par rapport à plusieurs autres partis, qui ont une longue histoire politique remontant à l'ère coloniale. Cette tendance est déjà confirmée par le rapport du forum de la démocratie civile marocaine pendant les élections du 7 octobre 2016,(voir le tableau suivant) :

Partis politiques et réseaux sociaux en 2016[1]

Réseaux sociax / **Partis politiques**	Nombre de j'aimes sur facebook	%	Nombre des abonnés sur twitter	%
Parti de la justice et du développement (**PJD**)	1 089 261	47.04	81 500	87.78
Parti authenticité et modernité(**PAM**)	535 021	23.10	6 150	06.62
Parti du progrès et du socialisme (**PPS**)	361 548	15.61	429	0.46
Rassemblement national des indépendants (**RNI**)	106 116	04.58	41	0.044
Parti socialiste unifié (**PSU**)	92 121	03.98	2512	02.70
Parti Union socialiste des forces populaires (**USFP)**	54 463	02.35	2 035	02.19
Parti du Mouvement Populaire (**PMP**)	42 202	01.82	17	0.02
Parti de l'Istiqlal (**PI)**	25 226	01.09	166	0.18
Parti Front des forces démocratiques (**PFFD**)	9 840	0.42	00	00
Somme	2315798	100	92850	100

[1] Débat démocratique, voir lien : www.debat-democratique.com/maroc/index.php/fr/2016-10-04-20-48-55/53-7-2016

Selon les résultats ci-dessus, trois conclusions principales peuvent être tirées:

1- Une faible utilisation des médias sociaux par les partis politiques : sur les 17 partis ayant participé aux élections d'octobre 2016, seuls 09 partis étaient sur des plateformes de médias sociaux.

2- En 2016, le Parti authenticité et modernité (PAM), le Parti de l'Istiqlal (PI), le Parti du progrès et du socialisme (PPS), le Mouvement populaire (MP), le Rassemblement national des indépendants (RNI) et l'Union socialiste des forces populaires (USFP) ont signé un développement remarquable en 2016, en termes de représentativité sur les réseaux sociaux notamment Facebook.

3- Le PJD a dominé les plateformes de médias sociaux au Maroc, suivi par le PAM, tandis que le reste des partis politiques était en bas. Cela renforce clairement la domination des deux partis puissants sur la scène politique marocaine dans l'espace virtuel tel qu'il est en réalité.

Le (PJD) structurellement présent sur le Web grâce à une "armée" de militants numériques, est allé jusqu'à diffuser la cérémonie de lancement de sa campagne électorale, en direct sur sa WebTV et sur les pages des réseaux sociaux. Il avait lancé, aussi, au cours de cette année, une station web radio, avec une grille quotidienne diversifiée de programmes politiques, économiques et sociales.

En général, les réseaux sociaux devraient être aujourd'hui un champ de bataille médiatique permanent entre les différents partis politiques. Les plus gros et les plus anciens, devraient se battre pour la domination de la sphère politique virtuelle, tandis que les petits devraient exploiter les nouveaux medias pour faire entendre leur voix.

Conclusion :

Il est évident que la communication politique via internet joue un rôle crucial dans la scène politique partout dans le monde. En effet la communication est devenue une question de proximité et d'instantanéité, telle que voulue par des jeunes assoiffés d'échanges, de discussion, d'interaction et de participation.

Au Maroc, le Parti de la Justice et de Développement (PJD), structurellement présent sur internet d'abord grâce à une stratégie de communication politique basée sur le numérique, et par la suite la participation des milliers des militants du partis qui s'occupent d'exécuter une communication politique numérique en faveur des jeunes, des femmes…Le concurrent le plus redoutable sur la scène politique marocaine de PJD est le Parti d'authenticité et modernité (PAM) semble lui aussi avoir le pied à l'étrier. Il a développé sa présence sur le net à tous les niveaux : national, régional et local.

En général, la prise de conscience de l'importance du rôle déterminant que peuvent jouer les réseaux sociaux dans la communication politique notamment durant les campagnes électorales est impalpable, sauf le PJD et le PAM.

Références :

-CMAIS, Communication politique 2.0, Marketing politique : analyse du cas marocain .Voir lien https://cmais-strat.com/wp-content/uploads/filebase/Utilisation-des-medias-sociaux-par-les-partis-politiques-marocains.

- Débat démocratique, voir lien :
www.debat-democratique.com/maroc/index.php/fr/2016-10-04-20-48-55/53-7-2016

-Dominique Wolton, La Communication politique, Collection : les essentiels d'Hermès, Ed CNRS, 2008.

-Frédérick Bastien, Fabienne Greffet, Les campagnes électorales sur Internet : une comparaisonentre Franceet Québec, *HERMÈS 54, 2009*.

-Koutroubas Theodoros et Marc Lits , Communication politique et lobbying, Bruxelles, De Boeck, Coll , « INFO & COMMUNICATION » 2011.

-Loveluck Benjamin, « internet vers la démocratie radicale ? », Revue Le débat, numéro 151, septembre-octobre, 2008.
-Rachida Bouzidi, la Communication Politique : Approche Méthodologique, Revue Espace Géographique et Société Marocaine, n°15/2016 .
- Rapport Annuel , Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications,2017. https://www.anrt.ma/sites/default/files/rapportannuel/rapport_annuel_2017_vf.pd
-Rémy Rieffel, Révolution numérique, révolution culturelle ? Éditions Gallimard, 2014.
-Richard Nadeau et Frédérick C. Bastien , la communication électorale, in « La communication politique : Etat des savoirs, enjeux et perspectives », Dir, Gingras Anne-Marie, PUF,2003.
- Shanto Iyengar. , Media Politics a citizen's guide, W. W. Norton & Company, New York, 2011.
- Sylla Lanciné, Existe-t-il un modèle universel de démocratie ? , Les Editions du CERAP, Abidjan, 2006.
- Thierry Vedel, Internet et les Pratiques Politique ,in « La communication politique : Etat des savoirs, enjeux et perspectives », Dir, Gingras Anne-Marie, Edition PUF,2003.

شكرا لحسن تتبعكم لاعداد مجلة الدراسات الاعلامية ولمنشورات المركز الديمقراطي العربي برلين المانيا

جميع الحقوق محفوظة للمركز الديمقراطي العربي برلين المانيا
فبراير 2020