

المركز الديمقراطي العربي

للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية

Democratic Arabic Center  
for Strategic, Political & Economic Studies

# مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة

المركز الديمقراطي العربي

## Journal of Media Studies

International scientific periodical journal



مجلة الدراسات الإعلامية



العدد السادس عشر أغسطس/ آب 2021م

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B



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 الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية  
برلين- ألمانيا

**Germany:**  
Berlin 10315 Gensinger- Str: 112 Tel: 0049-Code Germany  
030- 54884375  
030- 91499898  
030- 86450098  
mobiltelefon : 00491742783717  
E-mail : media@democraticac.de

## رئيس المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية

### والسياسية والاقتصادية - برلين - ألمانيا

أ.عمار شرعان

#### هيئة التحرير

##### رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيماء الهواري

##### نائب رئيس التحرير

د. محمد محمد عبد ربه المغير

##### مديرة التحرير

د. فاطمة الزهراء عبيدي

##### سكرتيرة التحرير

د. 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

- د. شيماء الهواري: دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام السياسي. المملكة المغربية
- د. م. محمد محمد عبد ربه المغير: دكتور في هندسة التخطيط، استاذ مساعد في التخطيط وادارة المخاطر بالجامعات الفلسطينية، فلسطين
- د. فاطمة الزهراء عبيدي: دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، استاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، جمهورية الجزائر.
- د. سامية غشير: استاذة مساعدة بجامعة باجي مختار، عنابة\_البلد، جمهورية الجزائر.
- د. فيروز المطاعي: استاذة محاضرة أ، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، جمهورية الجزائر.
- د. علي عبد الهادي الكرخي: استاذ في علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جمهورية العراق
- د. طارق اسماعيل محمد: استاذ تصميم المنتجات والاتصال البصري كليب الاعلام، جامعة عجمان، دولة الامارات العربية المتحدة.
- د. مصطفى المريط: دكتوراه في التواصل والإعلام جامعة محمد الأول - المملكة المغربية
- د. شهيرة بن عبد الله: استاذة مساعدة للتعليم العالي بمعهد الصحافة وعلوم الاخبار بمنوبة، جمهورية تونس
- د. على مولود فاضل: دكتور علوم الاعلام والاتصال، استاذ قسم الاعلام جامعة الاسراء، جمهورية العراق
- د. ريم الشريف: دكتورة في علوم وتقنيات الفنون واستاذة تعليم عالي بكلية الآداب والعلوم الانسانية بالقيروان ومتخصصة في علوم وتقنيات الفنون، جمهورية تونس
- د. سرمد جاسم محمد الخرجي: استاذ مدرس في كلية الآداب بجامعة تكريت قسم علم الاجتماع، العراق
- د. فاطمة الزهراء عبيدي: دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، استاذة محاضرة جامعة باجي مختار عنابة، جمهورية الجزائر
- أ. د. نداء مطشر صادق: كلية العلوم السياسية الجامعة المستنصرية. جمهورية العراق
- د. عكويش هشام: استاذ محاضر بجامعة محمد لمين دباغين سطيف2، جمهورية الجزائر

## شروط وضوابط النشر على مجلة الدراسات الإعلامية الدولية المحكمة الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ألمانيا برلين

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

### أولاً: إجراءات تقديم البحث ومواصفاته

- أن يكون البحث أصيلاً معداً خصيصاً للمجلة، وألا يكون قد نشر جزئياً أو كلياً أو نُشر ما يشبهه في أي وسيلة نشر إلكترونية أو ورقية.
- أن يرفق الباحث بالسيرة العلمية للباحث باللغتين العربية والإنكليزية.
- يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني :  
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 محكمين.
- يتم إبلاغ الباحث بالقبول المبدئي للبحث أو الرفض
- يتم إرسال ملاحظات التحكيم الى الباحث
- يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وإرسال البحث المعدل الى البريد الإلكتروني المذكور أعلاه نفسه

### ثانياً: كيفية إعداد البحث للنشر:

- أن تكون المادة المرسله للنشر أصيلة ولم ترسل للنشر في أي جهة أخرى ويقدم الباحث إقراراً بذلك
- أن يكون المقال في حدود 20 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور
- أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، وبيانات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الإحالات والمراجع والمصادر (وجوباً)
- تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الإلكتروني وملخصين، في حدود مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، (حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و Times New 12 Roman للملخص باللغة الانجليزية)، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوباً)
- تكتب المادة العلمية العربية بخط نوع Simplified Arabic مقاسه 14 بمسافة 1.00 بين الأسطر، بالنسبة للعناوين تكون Gras ، أما عنوان المقال يكون مقاسه 16
- هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي(A4) (وجوباً)

- 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
- ترقيم 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)
- ترقيم 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](mailto:media@democraticac.de)

## تعريف بالمجلة

مجلة الدراسات الإعلامية، مجلة دولية محكمة، تصدر بشكل دوري، ولها هيئة علمية دولية فاعلة، تشمل مجموعة كبيرة لأفضل الأكاديميين من عدة دول، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة وتفتحها 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 تنظم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات الإعلامية" في انتقاء محتويات أعدادها المواصفات الشكلية والموضوعية للمجلات الدولية المحكمة.

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

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

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

## محتويات العدد

### فهرس العدد السادس عشر أغسطس/ آب 2021

#### البحوث المحكمة

رقم الصفحة	عنوان البحث بالإنجليزية	عنوان البحث بالعربية	اسم الباحث(ة)
10	Al Jazeera`s coverage of the Israeli war on Gaza in 2021: Objectivity and Impartiality in the scale of specialists	تغطية قناة الجزيرة "العربية" للحرب الإسرائيلية على غزة 2021م: الموضوعية والحياد في ميزان الاختصاص	د. المنصف اللواتي
31	The role of Saudi television channels towards issues of enhancing integrity and fighting corruption	دور القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد	د. وديع محمد العززي أ. متعب ناصر القثامي
53	psychological warfare strategy (An analytical study in the psychological electronic warfare of the terrorist organization ISIS)	استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي (دراسة تحليلية)	أ.قاسم حسين السعدي
74	The impact of political media on journalistic writing	أثر الإعلام السياسي على الكتابة الصحفية	د. ريم الشريف
91	Mobile Journalism: From a Marginal Tool to a Mobile Newsroom	صحافة الموبايل: من أداة هامشية إلى غرفة أخبار متنقلة	د. حيدر احمد حسين
105	The role of the communicative activities of Egyptian government institutions in managing their crises and the impact of this on customers' attitudes towards them "Ministry of Petroleum as a model"	دور الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الحكومية المصرية في إدارة أزماتها وتأثير ذلك على اتجاهات العملاء نحوها "وزارة البترول نموذجًا"	د. حمدي سيد محمد محمود
127	Public Attitudes Towards the Role of Face book application in Spreading Rumors A field study on a sample of the Sudanese public	اتجاهات الجمهور نحو دور تطبيق الفيس بوك في نشر الشائعات دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السوداني	د. عفاف عبدالله أحمد اسماعيل
156	Research Title in english: The importance of media documentation and its role	أهمية التوثيق الإعلامي ودوره في الحفاظ على التاريخ من التحريف	د. خديجة حسن علي القصير



	in preserving history from distortion		
171	Hemingway and Journalism: Analysis of the impact of The Star Copy Style on Hemingway's "In Our Time"	همنغواي والصحافة: دراسة تحليلية لتأثير كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار على المجموعة القصصية "في زماننا" لهمنغواي	د. Mohammed Najeeb Al Sa'ad
191	The reality of Culture in Arab space channels	واقع الثقافة في القنوات الفضائية العربية	د. أنيس ثابت عثمان
208	The role of local radio in Achieving community security by advancement the culture of sports cheer - Field study at Al-Hidab Radio in setif-	دور الإذاعة المحلية في تحقيق الأمن المجتمعي من خلال ترقية ثقافة التشجيع الرياضي -دراسة ميدانية بإذاعة الهضاب بسطيف	د.عراية صوراية أ.بن خليفة نوفل
227	Civil society as a horizon of reflection and a real bet for human development	دور العمل الجمعي في مكافحة الفقر جمعية البر بالفتيات بفاس نموذجاً:نتائج دراسة ميدانية	أ. معاذ النجاري
240	Athletic body, sex and scandal in the drama of privat channels : « Awled Moufida » series as an example	الجسد الرياضي والجنس والفضيحة في دراما القنوات الخاصة :مسلسل أولاد مفيدة مثالا	د. نصر الدين التواتي

### البحوث باللغة الانجليزية

### Research in English

researcher name	Article title	in arabic Article title	the page
Dr. Faten Ben Lagha	The role of human interaction in motivating learners in the context of e-Learning	دور التفاعل الإنساني في تحفيز المتعلمين في سياق التعليم عن بعد	265

### محور مقالات الفكر والرأي

الصفحة	عنوان المقال بالإنجليزية	عنوان المقال بالعربية	اسم الباحث(ة)
271	The Media environment: from being traditional into Digitized	الإعلام التقليدي من مؤسسية المكان إلى مؤسسية البيئة الافتراضية	د. عبد الله محمود عدوي

## تغطية قناة الجزيرة "العربية" للحرب الإسرائيلية على غزة

2021م:

### الموضوعية والحياد في ميزان الاختصاص

### Al Jazeera`s coverage of the Israeli war on Gaza in 2021: Objectivity and Impartiality in the scale of specialists

د. المنصف اللواتي

أستاذ محاضر في علوم الإعلام والاتصال

معهد الصحافة وعلوم الإخبار - جامعة منوبة (تونس)

الملخص:

مثلت الحرب الإسرائيلية الاخيرة على غزة مادة إعلامية ثرية بالنسبة إلى القنوات الإخبارية ومن بينها قناة "الجزيرة" التي خصصت كل فترات بثها للتغطية المباشرة. ويسعى هذا البحث الى سبر آراء المختصين في علوم الإعلام والاتصال بحثا وممارسة لتقييم أداء القناة ومدى احترامها لمعايير الموضوعية والحياد والتوازن. وقد تباينت الآراء بين مقاطع للقناة بسبب أجندتها ومن يعتبر أنها غير موضوعية وغير محايدة ومتابع ومقدر لدورها. وقد أمكن من خلال هذه الورقة البحثية ومرة أخرى الوقوف على استحالة تحقيق الموضوعية والحياد ونقل الحقيقة كاملة في المطلق، بل تظل المسألة نسبية ومرتبطة وثيق الارتباط بالسياسة التحريرية وأجندة الوسيلة الإعلامية.

#### Abstract:

The recent Israeli war on Gaza represented a rich media material for news channels, including Al-Jazeera, which devoted all its broadcasts to direct coverage. This research sought to probe the opinions of specialists in media and communication sciences in research and practice to assess the channel's performance and the extent to which it respects the standards of objectivity, neutrality and balance. Opinions have varied between sections of the channel because of its agenda and who considers it subjective and impartial. It was possible through this research paper once again to determine the impossibility of achieving objectivity and impartiality and conveying the whole truth in the absolute. Rather, the issue remains relative and closely linked to the editorial policy and the agenda of the media outlet.

**مقدمة:**

لقد ولى العصر الذي كانت فيه المهمة الإخبارية للتلفزيون تتمثل في نقل الأحداث **بعد وقوعها** واختصار الزمن وإعادة تركيب الواقع. فقد أصبح المتفرج يتابع الحدث وهو يحدث أمام عدسات الكاميرا. وكثيرا ما تخصص القنوات الإخبارية زمن بثها بأكمله لنقل الحدث إذا كان مهما أو إذا قدرت القنوات أنه مهم.

ولعل هذا التحول يطرح إشكالا أول يتمثل في معرفة إذا كان دافع الإخبار هو الذي حول الشاشة الى فضاء يطل من خلاله الجمهور على الواقع وهو يقع أم أن الفرجة والمشاهدة والاستقطاب الجماهيري هو الذي يبرر ذلك. ثم ألا يمكن لقناة ما أن تحقق في الآن نفسه الهدفين. ويمكن أن نذهب إلى أبعد من ذلك للقول إن الأحداث المهمة تحقق شعبية واسعة للقناة وتزيد في عدد متابعيها وهي بهذا البث المباشر تحقق أكثر من فائدة.

ومن الأسئلة التي تطرح بإلحاح أيضا: ألا يخشى أن يتحول تكرر الواقع، وإن كان غير مألوف، الى حدث عادي ألقت العين مشاهدة تفاصيله خصوصا إذا تعلق الأمر بحدث متواصل على امتداد فترة طويلة نسبيا من الزمن. ونخشى في هذه الحالة أن يتعامل المتلقي مع الحدث غير العادي عند تكرره وتواصله كتعامله مع الحدث العادي. ولعل اللجوء الى متابعة التغطيات التلفزيونية في مثل هذه الحالة يصبح بدافع الفرجة وما تستدعيه من تفاعل مع مادة فرجوية قد لا يكون بالضرورة التفاعل في التعامل مع مادة إخبارية وظيفتها الأساسية إجابتنا عن الأخوات الست أو الأسئلة الصحفية المعروفة ويصبح الاهتمام مركزا على السؤال الأهم: كيف؟

ومن التساؤلات المهمة التي تطرح في مثل التغطيات المباشرة: هل يمكن نقل الصورة الموضوعية والأمانة والمحايدة للواقع أم أنه لا بد من اصطباغ الواقع بلون ايديولوجي معين يخدم أجندة معينة؟ ولكن هل يمكن أن نلوم قناة ما على خدمة أجندة ما وهي التي لا يمكن إلا أن تكون كذلك؟

إن هذه السلسلة من التساؤلات تعتمل حتما في ذهن الباحث وهو يتابع تفاصيل التغطية المباشرة للقنوات التلفزيونية ومنها قناة "الجزيرة" تحديدا خلال الحرب الاسرائيلية على غزة في شهر ماي 2021م. (10-21 ماي 2021 م)

إن القنوات التلفزيونية، شأنها شأن أي وسيلة إعلامية، تخضع لنظرية الأجندة وترتيب الأولويات وهي التي تقرر أن هذا الخبر جدير بالمتابعة الحينية والمباشرة وهو يندرج في رأس سلم اهتماماتها ويتحول بذلك إلى صدارة اهتمامات الجمهور وأولويات المتابعة لديه. وتنتقل بهذه الطريقة أجندة القناة الى أجندة الجمهور. ويمكن أن نقف عند هذا الحد إذا كانت الوسيلة الإعلامية تسعى فقط إلى الاستجابة إلى تطلعات الجمهور المعرفية وإشباع حاجات إخبارية لديه، ولكن أي وسيلة إعلامية ترتب أولوياتها خدمة لأهداف وسياسات معينة تخدم أطرافا بعينها قد تكون الجهة الحكومية المالكة أو متزعم التنظيم الممول أو صاحب رأس المال مالك الوسيلة.

- وفي هذه الحالة فإن القناة التلفزيونية تسعى إلى وضع أجندات ثلاث قد لا تتوافق فيما بينها بالضرورة:
- أجندة القناة الخاضعة إلى سياستها التحريرية وضرورة مراعاة المعايير المهنية
  - أجندة الجمهور المتعاطش إلى معرفة الحقيقة ومشاهدتها دون أي إصباغ
  - أجندة مالك القناة التلفزيونية سواء كان عمومياً أو خاصاً

وبعيداً عن تحليل الخطاب الذي تم بثه من قبل قناة الجزيرة خلال تغطيتها المباشرة للحرب الإسرائيلية على غزة، أردنا من خلال هذه الورقة البحثية إخضاع التعاطي الإعلامي للقناة مع هذا الحدث للتحليل من وجهة نظر الأكاديميين والباحثين والقائمين بالاتصال (الصحفيين) في الوطن العربي. ولعل أحد أبرز الدوافع كان منطلقه الحديث مع عدد من الباحثين المختصين في علوم الإعلام والاتصال بخصوص تقييمهم لأداء قناة "الجزيرة" في المطلق فتجدهم قد حسموا أمرهم وقاطعوها باعتبارها تخدم أجندة مشبوهة. وإذا اردت مزيد التعمق في أسباب المقاطعة، فإنك نادراً ما تعثر على أسباب علمية مقنعة. ونتيح لنا دراسة الحال الحصول على تقييمات علمية ومهنية لأداء القناة إزاء حدث يهمننا عن قرب بصفتنا باحثين عرب وباعتبار القضية الفلسطينية تهمننا عن قرب.

### الإشكالية والفرضيات:

كان سؤالنا المركزي: كيف يقيم المختصون والمهنيون في مجال الاعلام والاتصال أداء قناة الجزيرة (العربية) خلال تغطية أحداث غزة 2021؟

- وتتفرع عن هذا السؤال الإشكالي اسئلة فرعية تتمثل أساساً في معرفة:
- مدى احترام القناة الموضوعية والحياد والتوازن في التغطية
  - خدمة أجندة معينة من عدمه
  - وقد افترضنا من البداية أن:
  - مسألة الموضوعية والحياد مسألة نسبية ولا يمكن تحقيق ذلك مهما كنا مثاليين في تعاملنا مع الرسائل الإعلامية.
  - من يقول قناة إعلامية يقول مباشرة خط تحريري وسياسة تحريرية معينة وهي ميثاق يتضمن المحاذير والمسموح به.

### مصطلحات الدراسة ومفاهيمها الأساسية:

قناة الجزيرة الإخبارية بالعربية: هي قناة تلفزيونية إخبارية تابعة لشبكة الجزيرة الإعلامية تأسست في 1 نوفمبر 1996م يقع مقرها في العاصمة القطرية الدوحة. انطلقت في البداية كقناة إخبارية ثم توسعت لتصبح شبكة إعلامية دولية متخصصة في عدة لغات وفي عدة مناطق من العالم. ورغم أن الجزيرة أصبحت مؤخراً تمثل السياسة القطرية بوضوح؛ إلا أنها قناة فضائية مستقلة نسبياً عن لوائح وسائل الإعلام المحلية وهيكل السلطة الوطنية، نشأت في المشهد الإعلامي المتطور

باستمرار والسياق الاجتماعي والسياسي للشرق الأوسط، واعتبرت قوة معادية للهيمنة في المنطقة العربية.<sup>1</sup>

واكتسبت شبكة الجزيرة أهمية متزايدة في الشرق الأوسط من خلال تغطيتها لحربي أفغانستان والعراق وأحداث 11 سبتمبر 2001 م. وأطلقت الشبكة النسخة الإلكترونية للجزيرة نت ولغتها العربية في عام 2001 م، والتي تبعتها قناة الجزيرة الدولية والجزيرة أمريكا. لقد جلبت آثار الجزيرة على المجال الإعلامي في المنطقة العديد من التوترات السياسية لقطر مع دول أخرى، وخاصة جيرانها. وخلال الأشهر الأولى مما يسمى بالربيع العربي، لعبت الجزيرة دورًا حاسمًا دعم التغيير السياسي في المنطقة.<sup>2</sup>

### الموضوعية:

يعرف المعجم الفرنسي لاروس الموضوعية على أنها الحالة الفكرية التي تجعل شخصًا ما أو مجموعة تتقلد واقعا دون اصطباغ النقل بميولات شخصية.<sup>3</sup>

وتعني الموضوعية في المفهوم الفلسفي مطابقة الواقع ووصف الأحداث وصفا دقيقا. وهي "التجرد والبعد عن الميول في انتقاء وعرض وتغطية الموضوعات والقضايا وإعطاء صورة متوازنة ومتكاملة عن الحقيقة بلا إهدار أو تشويه، أي بمعنى التعاطي مع الأحداث على وفق مبدأ الوقوف على مسافة واحدة منها"<sup>4</sup>.

وإن المعالجات الخبيرة لأي مؤسسة إعلامية جماهيرية لا تعمل في فراغ ولا يجري إنتاجها بعيدا عن الفضاء الاجتماعي-الاقتصادي - السياسي بكل ضغوطه ومتغيراته.

**الحياد:** يعني الحياد أن يتجرد الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية من أي موقف حيال نقل المعلومات أو الأحداث أو الزوايا التي يعالج من خلالها الأخبار وان يلتزم بالالتزام التام بالدقة المتناهية في ذلك دون بتر، أو اجتزاء، أو زيادة، أو ميل نحو رأيٍ بعينه على حساب الآراء الأخرى.

**التوازن:** هذا المفهوم هو في علاقة وثيقة بالموضوعية والحياد، فالصحفي الموضوعي والمحايد هو القادر على تحقيق التوازن في نقل مختلف وجهات النظر إزاء حدث ما. وهو المتوازن في معالجته الخبيرة دون تضخيم مبالغ فيه للحدث ودون تقليل من شأنه أيضا.

**نظرية الأجندة:** هي "العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم بها الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا

<sup>1</sup> - Magdalena Wojcieszak, Al Jazeera: A Challenge to the Traditional Framing Research, Vol 69, Issue 2, 2007, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048507074925> .

<sup>2</sup> - Talal Al Shatri, A comparative framing analysis of ISIL in the online coverage of CNN and Al-Jazeera, Master thesis, Iowa State University, USA, 2015, p14.

<sup>3</sup> - Dictionnaire Larousse, ed. Larousse, Paris, 1905.

<sup>4</sup> - مثنى محمد فيحان الغانمي (2018): التلفزيون والحرب، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن ص38.

وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار<sup>1</sup>.

وهي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقلب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة.

"وتؤثر وسائل الإعلام على أجندة الشؤون العامة حيث يقوم الجمهور بتعديل تصوره للأهمية النسبية للموضوعات الى الأهمية التي توليها لها وسائل الإعلام"<sup>2</sup>.

**القرب العاطفي والقرب الجغرافي:** يهتم الجمهور المنتمي أكثر بالأخبار التي تهتمه عن قرب سواء تلك التي تحدث في محيطه القريب جغرافياً (الحي والمدينة والبلد..) والقريبة عاطفياً (الانتماء القومي أو الديني وحتى الانتماء الى الإنسانية عموماً). وإن وسيلة الإعلام لا تنقل الأخبار لنفسها، بل لجمهور يهتم بالأساس بما يهمه عن قرب.

**المشاهدة المتيقظة:** نستعمل هذه العبارة في مقابلة مع المشاهدة السلبية وهي التي يكون فيها المشاهد في وضعية "استهلاك" سلبي للمادة التلفزيونية دون سعي الى التثبت من صحة المعلومة والتأكد من مصداقية المصدر والانتباه الى مرجعية كل قناة وأجندتها، وهذا ما يقوم به المشاهد المتيقظ الذي يستهلك المادة التلفزيونية استهلاكاً واعياً دون مسلمات.

**المقاربة المنهجية:** اعتمدنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يستهدف دراسة الظاهرة في وضعها الراهن وخلال الفترة الزمنية المحددة بحرب غزة الأخيرة (10-21 مايو 2021 م)، ويتمثل مجتمع البحث في الأكاديميين والباحثين وطلبة الماجستير والدكتورا في حقل علوم الإعلام والاتصال بالإضافة إلى صحفيين في الإعلام التلفزيوني.

وقد اعتمدنا أداتي المقابلة والملاحظة، حيث أن الملاحظة "أداة تزود الباحثين بمعلومات قيمة خصوصاً في المجالات الإعلامية، وفي بعض الظواهر الإعلامية تكون الملاحظة أفضل من غيرها من الأدوات في جمع المعلومات وهي مهمة في تتبع السياسة التحريرية من خلال المشاهدة والملاحظة"<sup>3</sup>. وقد تمثلت ملاحظتنا في متابعة تغطية القناة الإخبارية وتطورات الأحداث مما يساعد على تحديد الإطار الزمني للبحث ونوعية الاسئلة التي تطرح في المقابلة.

<sup>1</sup> - وسام نصر، "أجندة اهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية-دراسة مقارنة"، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو-ديسمبر، 2003، ص 398.

<sup>2</sup> - CHARRON, Jean (1995) : Médias et sources : les limites du modèle de l'agenda setting, IN Revue Hermes, Ed. Hermes, N°17-18, Paris, P81-97.

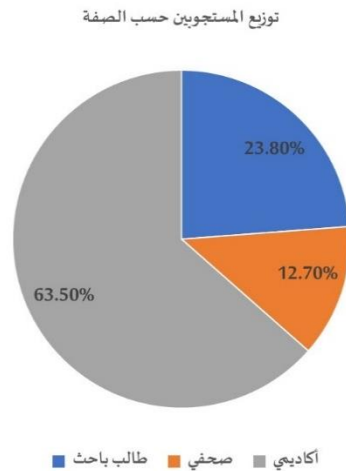
<sup>3</sup> - الحيزان، محمد، البحوث الاعلامية أسسها أساليبها مجالاتها، السعودية، مكتبة الملك فهد، 2004، ص 110 - 112.

أما أداة المقابلة فتُعرف بأنها "حوار لفظي مباشر هادف وواع يتم بين شخصين (باحث ومبحوث) أو بين (شخص باحث) ومجموعة من الأشخاص، بغرض الحصول على معلومات دقيقة يتعذر الحصول عليها بالأدوات أو التقنيات الأخرى، ويتم تقييده بالكتابة أو التسجيل الصوتي أو المرئي"<sup>1</sup>. وجرت المقابلات عبر أسئلة أرسلت إلكترونياً للحصول على أجوبة ومعلومات حول موضوع الدراسة حيث لم يكن ممكناً إجراء المقابلات الواجهية أولاً لصعوبة الاتصال بالمبحوثين في مختلف أرجاء الوطن العربي وثانياً للأوضاع الصحية التي تعيق حرية التنقل فضلاً عن سهولة التواصل الرقمي. وتمثلت محاور المقابلة فيما يلي:

- مدى احترام الموضوعية والحياد في نقل القناة الأحداث؛
  - مدى تحقيق التوازن في نقل آراء مختلف الأطراف؛
  - مراعاة القناة عامل القرب الجغرافي والقرب العاطفي في تعاملها مع الملف؛
  - خدمة القناة أجنده معينة من عدمه.
- وقد تم إرسال المقابلة الى مائتين من المبحوثين المحتملين يتوزعون إلى ثلاثة اصناف كالتالي:

- أكاديميون باحثون في حقل علوم الإعلام والاتصال
  - طلبة باحثون في حقل علوم الاعلام والاتصال (مستوى ماجستير بحث ودكتوراه)
  - صحفيون في الإعلام التلفزيوني.
- وقد سعينا الى أن تشمل الدراسة كل الأقطار العربية فتم التوزيع على الأصناف الثلاث في الأقطار العربية، ولكننا لم نتحصل في الأخير إلا على إجابات من عشر جنسيات عربية فحسب من مجموع اثنتين وعشرين.

وقد استجاب ثلاثة وستون شخصا للمقابلة يتوزعون كما يبينه الرسم البياني التالي:

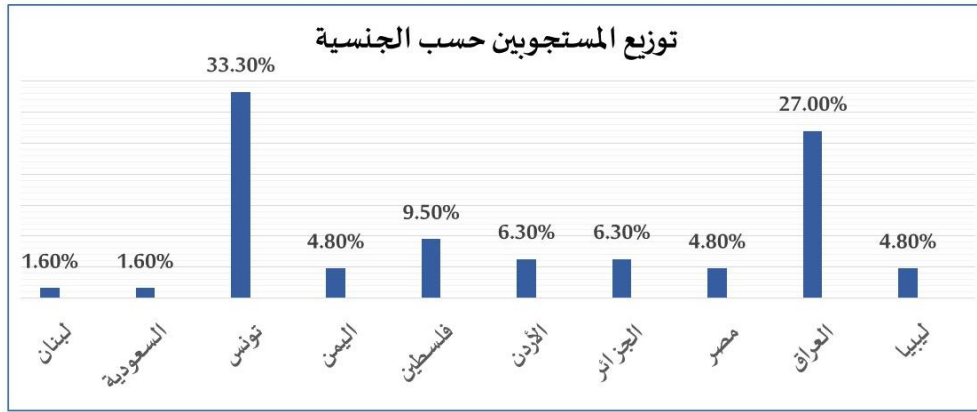


رسم بياني رقم (1) يُبين توزيع المستجوبين حسب الصفة

<sup>1</sup> - حميدة، نبيل، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، الجزائر 2012، ص99.

نلاحظ أن عدد الأكاديميين أكبر (40 مفردة) ولعل ذلك يعود إلى أنهم الأقدر على تقديم تحليل علمي نقدي إضافة إلى الطلبة الباحثين الذين ما يزالون في بداية السلم البحثي (15 مفردة) ثم نجد أن العينة تتألف في مرتبة ثالثة من الصحفيين (8) لقلة حماسهم عادة للاستجابة للبحوث خاصة إذا كانت إلكترونية وعدم التفرغ في زحمة العمل اليومي سيما وأنا حرصنا على أن يتم توزيع المقابلات والحرب وتغطيتها مستمرتان.

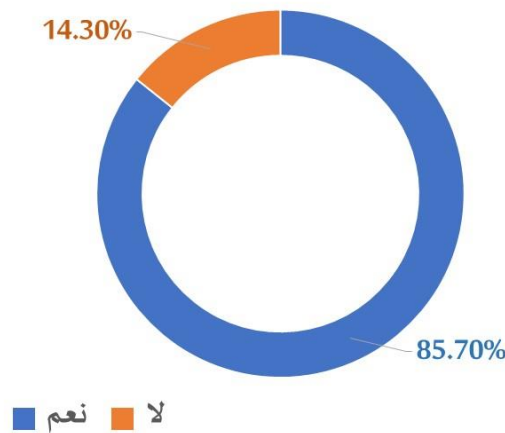
وقد سعينا إلى عدم الاقتصار على استجواب المقيمين ببلد الباحث (تونس مثلا) وسعينا إلى توسيع دائرة المستجوبين فكان التوزيع التالي للعينة حسب جنسياتهم بصرف النظر عن مكان الاشتغال إن كان بلد الاصل أم لا. فنجد أكاديميين تونسيين مثلا يدرسون في قطر أو طلبة عرب يدرسون في تونس.



شكل بياني رقم (2) يوضح توزيع المستجوبين حسب الجنسية

نتبين من خلال الرسم أن عشر جنسيات عربية ممثلة في هذا البحث. وكانت نسبة غير المتابعين لتغطية قناة الجزيرة لأحداث غزة ضئيلة مقارنة بعدد المتابعين مثلما يبينه الرسم البياني التالي:

#### متابعة المستجوبين التغطية الخاصة بالأوضاع في فلسطين



الشكل البياني رقم (3) يُبين متابعة المستجوبين التغطية الخاصة للأوضاع في فلسطين



وتجدر ملاحظة أن من أجاب بأنه لم يتابع التغطية ينتمي أساسا إلى صنف الأكاديميين (7 من مجموع 40 مستجوبا بما يمثل 17.5%) ومنهم من ذكر أنه يقاطعها منذ فترة طويلة. ولم يتابع التغطية طالبان باحثان فقط من مجموع 15 (بما يمثل 9.77%). أما الصحفيون المستجوبون (8) فقد تابع جميعهم تغطية الحرب الاسرائيلية على غزة.

وقد علل الرافضون والمقاطعون سلوكهم بعدم حياد القناة وخدمتها لأجندة دولة وتطبيعها مع العدو الاسرائيلي بذريعة مبدأ الرأي والرأي الآخر. ويعتبر هذا الشق أن فتح القناة المجال أمام المتحدثين باسم الجانب الاسرائيلي هو تطبيع. ويسألنا أحد الأكاديميين عما إذا كانت المقاطعة ستجعل القناة تسلك نهج الحياد والموضوعية، كانت الإجابة بأن "المقاطعة والإعلان عنها من شأنه أن يفيد المتلقي حتى ينتبه ويسمع صوتا معارضا".

ولكن الأحرى والأجدى أن يتم بناء أي موقف على دراسة تحليلية متأنية تقيم الحجة على صواب الرأي. ثم ان التساؤل الذي يطرح هنا: هل يمكن أن نلوم وسيلة اعلامية معينة على خدمة أجندة معينة. فكل وسيلة إعلام تسعى إلى إعلام الجمهور من ناحية وتكثيف الأخبار التي يتم إعلامه بها بخصوصيات الايديولوجيا والانتماء والاجندة الى تحكم قناة ما وترسم ملامح سياستها التحريرية من ناحية أخرى. وقد نذهب الى أبعد من ذلك لنعتبر أن السياسة التحريرية في حد ذاتها مرآة عاكسة لأجندة معينة.

وإن خدمة الأجندة وضوابط السياسة التحريرية تجعلنا نجزم بأن الموضوعية والحياد في أي وسيلة اعلامية مطمح لا يتحقق بالضرورة بنسبة المائة بالمائة، بل إن القنوات التلفزيونية تسعى إلى تحقيق أعلى نسب الحياد والموضوعية وسلاحها في ذلك احترام الضوابط المهنية.

وإذا تمعنا في أجوبة المبحوثين بخصوص أجندة قناة الجزيرة من خلال تغطياتها الإخبارية عموما وتغطية الحرب الإسرائيلية على غزة تحديدا، نجد نسبة مهمة لم تتمكن من تحديد الأجندة رغم وجودها: 16 مبحوثا من بينهم 12 أكاديميا ليس لديهم موقف محدد ويكتفون بالقول إن للقناة أجندة خاصة دون تحديد ملامحها وخصوصياتها. وهنا يجوز السؤال هل يمكن لأي كان وخصوصا لباحث في علوم الاعلام والاتصال أن يعتبر الالتزام بأجندة وخدمتها جرما؟

ونجد عددا من الأكاديميين (3 من 7)، ورغم إقرارهم بعدم متابعة التغطية ومقاطعتهم قناة 'الجزيرة'، اعتبروا أن القناة تخدم أجندة معينة تهم السياسة القطرية والتنظيمات الإسلامية. وقد ذكر أحد الأكاديميين المختصين في علوم الإعلام والاتصال ممن شملهم البحث أنه "توقف عن مشاهدة القناة منذ علم أنها تخدم أجندات حكام قطر وتنظيم الإخوان المسلمين". وفي كل الحالات وبصرف النظر عن "تهمة" الأجندة من عدمها، فإننا لا يمكن أن نجزم بخدمة القناة لهذه الأجندة أو تلك إلا بتحليل معمق لطبيعة الخطاب الاخباري ومحتواه. ولمزيد الغوص في مختلف الأجوبة نورد الجدول التالي:

## جدول 1: أجندة قناة الجزيرة حسب المبحوثين

الخليج	محور الشرق	جهات أجنبية ممولة	القيم العربية الإسلامية	الصهيونية والاحتلال والتطبيع	أجندة الإسلام السياسي ومحور تركيا-إيران-قطر	أجندة الساسة القطرية	ليست لها أجندة معينة	القضية الفلسطينية وإعلام المقاومة	موقف غير محدد	الراي / الصنف
	1	1	1	2	5	4	9	5	12	الأكاديميون الباحثون
				2	1	3	1	5	3	الطلبة الباحثون
1			1	1		3		1	1	الصحفيون
1	1	1	2	5	6	10	10	11	16	المجموع

## الحياد والموضوعية بين المطلق والنسبية:

كثيرا ما يستدل الباحثون بتفوق وسائل الإعلام الغربية على مثيلاتها في العالم العربي في مجال توخي الحياد والموضوعية في التغطيات الإخبارية ويعتبرونها أحيانا نموذجا يحتذى به. ولكن، قد تضرب عديد القنوات التلفزيونية خصوصا ووسائل الاعلام عموما في العالم الغربي عرض الحائط المعايير المهنية ولا تسعى إلى تحقيق الموضوعية والحياد بقدر سعيها إلى احترام سياستها التحريرية والترويج لرؤية معينة للحقيقة من خلال نقلها للأحداث. ونستدل في هذا السياق بما أطلقت عليها تسمية الوصايا العشر الموجهة لوسائل الإعلام الفرنسية في تغطياتها للحرب الاسرائيلية على غزة. وقد نشر الصحفي والمؤرخ الفرنسي دومينيك فيدال على صفحته على الفايسبوك هذه الوصايا التي سارع المدونون الصحفيون العرب الى نشرها وتقاسمها<sup>1</sup>.

ومن بين ما تنص عليه هذه الوصايا أن العرب هم من يبادرون دائما بالعنف ويكون الإسرائيليون في وضعية الدفاع عن النفس ولإسرائيل الحق في قتل العرب وهذا يدخل في باب الدفاع عن النفس. ومن الوصايا أيضا تكثيف دعوة الاسرائيليين للتعبير عن وجهة نظرهم باعتبار أنهم يتقنون اللغة الفرنسية أكثر من العرب. ملخص القول إنه لا يمكن أن نتحدث عن قنوات مستقلة استقلالا تاما وحررة مطلق الحرية ومحايدة تماما. كل هذا المسائل نسبية بما في ذلك الحقيقة. فما ينقله التلفزيون أو عدسة الكاميرا هو جزء من الحقيقة أو بالأحرى الحقيقة كما يراها المصور والصحفي مدفوعا إلى التقاطها بالسياسة التحريرية للقناة التي تشغله.

كما أن أي عمل إعلامي يتأثر حتما بصاحب رأس المال سواء كان عموميا أو خاصا. وتؤثر السياسة الإعلامية لأي قناة تلفزيونية على درجة التزامها بمعياري الموضوعية والحياد. وإن "السياسة الاعلامية للوسيلة هي التوجه الذي تتبناه الوسيلة وفقا لمعايير وأسس تحدد ذلك التوجه وصولا إلى أهداف معينة، ومن ثم قد تكون السياسة الاعلامية العنصر الأساس الذي يؤثر في انتقاء الأخبار وترتيبها وكذلك في إنتاج التغطيات ومعالجتها"<sup>2</sup>.

وفي هذا الإطار، اعتبر الدكتور نور الدين الميلادي، أكاديمي باحث تونسي في علوم الإعلام والاتصال بجامعة قطر، أن "الجزيرة" تخدم السياسة الخارجية القطرية وهذا مفهوم وطبيعي". فولاء اي وسيلة إعلامية هو للممول أولا ثم للجمهور في مرحلة موالية ويظل السعي متواصلا لتحقيق معادلة إرضاء الطرفين وقد لا تكون العملية يسيرة في معظم الأحوال. ولكن ومع ذلك، فإن القناة سعت إلى توخي الموضوعية بمعنى البحث عن الحقيقة وعدم تزييف الواقع. ولكن توخي الموضوعية

<sup>1</sup> - Dominique Vidal FB page : <https://www.facebook.com/dominique.vidal.9/posts/3692348984210119>, last visit : 15 May 2021, 23 :10pm

<sup>2</sup> - عاطف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي، 2004، ص 23.

والحياد لم يمنع القناة من اعتماد تعابير تحمل مواقف معينة مثل "جيش الاحتلال" و "فلسطين المحتلة" .. وغيرها من العبارات التي لا تعتمد على قنوات تلفزيونية عربية أخرى ولا غربية. ولا تخفي قناة الجزيرة تعاطفها وإبرازها صوت الجماعات الإسلامية والراديكالية ابتداء من تنظيم القاعدة والحركات السلفية الجهادية<sup>1</sup> وصولاً إلى حركة حماس الفلسطينية. وإذا سلمنا بأن قناة "الجزيرة" أعطت الحدث الحجم الكبير من التغطية لأن المقاومة الإسلامية طرف فيه، فالسؤال الجدير بالطرح: كيف كانت ستتعامل الجزيرة لو كان الطرف الفلسطيني في الحرب هو حركة فتح؟

وإذا تمنعنا جيداً في وثيقة المعايير التحريرية لقناة "الجزيرة" فستكشف لنا عديد الحقائق عن مفهوم القناة للموضوعية والحياد والتوازن<sup>2</sup>. فقد نصت الوثيقة على الحرص على "إشراك كل الأطراف الرئيسية المعنية مع منح الفرص المتساوية ودرجة التحدي الملائمة لكل طرف كي يبرز موقفه ويقدم معلوماته". ولا نجد أي استثناء في هذا الباب أو ما يدل على أن التعامل مع الملف الفلسطيني تعامل مختلف عن التعامل مع أي من الملفات الإخبارية الأخرى.

وتفرض القناة على صحفييها ومراسليها عدم التماهي مع الحدث، فالصحفي ناقل للحدث وليس فاعلاً فيه. كما أنه ليس مطلوباً من الصحفي مراسلاً كان أو محاوراً أو مقدماً... أن يقم آراءه أو مشاعره في القضية المطروحة والاكتفاء بعرض الحقائق وتقديم الأسئلة مجردة من أي تعليق. وتعتبر القناة أن التوازن يفرض الوقوف على مسافة واحدة من مختلف أطراف الخبر أو القضية ويترك للمشاهد أن يحدد رأيه ويكون فهمه.

وتعتبر "الجزيرة" أنها تلتزم ما تسميه "الحياد المقيد"، وتتمثل القيود في الحفاظ على عدد من الثوابت من أبرزها حماية الطفل واحترام المعتقدات والتسوية بين البشر والسلام وحرية الرأي. ولم يتم ذكر الاحتلال والمقاومة ولو من باب الاستدلال. كما لم يتم ذكر التشدد والتطرف والإرهاب ولو من باب الذكر دون الحصر. ويبين لنا الجدول التالي مدى احترام قناة الجزيرة لمبدئي الموضوعية والحياد في تغطيتها الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين. وقد اعتمدنا العدد الإجمالي للمبحوثين الذين صرحوا بأنهم تابعوا تغطية القناة للحرب الإسرائيلية على غزة وهم يتوزعون كما يلي:

8	الصحفيون	13	الطلبة الباحثون	33	الأكاديميون الباحثون
---	----------	----	-----------------	----	----------------------

<sup>1</sup> - حوار مع الباحث نبيل عبد الفتاح: قناة الجزيرة أداة من أدوات السياسة الخارجية القطرية، <https://ar.qantara.de/content/hwr>، تاريخ الزيارة 2021/06/05 الساعة 11.00م.

<sup>2</sup> - المعايير التحريرية لشبكة الجزيرة الإعلامية، <https://network.aljazeera.net/ar/node/40071>، تاريخ الزيارة 2021/06/04 الساعة 2.00م.

## جدول 2: مدى احترام قناة الجزيرة الموضوعية والحياد في التغطية

النسبة	المجموع	رأي	دون	الى حد ما	نوعا ما/	بتاتا	لم تحترم	الموضوعية	احترمت والحياد	الرأي الصف
		النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية <sup>1</sup>	العدد	
%100	33	%6,07	2	%30,30	10	%18,18	6	%45,45	15	الأكاديميون الباحثون
%100	13	%23,07	3	%15,38	2	%38,48	5	%23,07	3	الطلبة الباحثون
%100	8	%12,5	1	%25	2	%25	2	%37,5	3	الصحفيون

<sup>1</sup> - النسبة المئوية من مجموع المستجيبين من الصف الذين تابعوا التغطية.

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة مهمة من الأكاديميين الباحثين الذين تابعوا تغطية قناة الجزيرة اعتبروا أنها احترمت إن كليا أو جزئيا مبدئي الموضوعية والحياد (نسبة 75,75 بالمائة).

ولعل ذلك يعود إلى أن هؤلاء المختصين في مجال علوم الإعلام والاتصال يدركون تمام الإدراك أن الموضوعية والحياد في المطلق وهُم وإن تحقق فيكون بنسب متفاوتة.

وقد شككت باحثة لبنانية في توازن تغطية القناة للعدوان الإسرائيلي. وقالت الباحثة في مقال نشر في مركز الإتحاد للأبحاث والتطوير: " لقد كشفت هذه التغطية الانقسام الإعلامي لقناة الجزيرة بين تبنيها العلني للمقاومة الفلسطينية وتحديدًا حركة حماس وبين التكتيك الإعلامي الذي يظهر المقاومة الفلسطينية ضعيفة ومدانة"<sup>1</sup>. وتعتبر الباحثة أن الحياد غير منطقي وغير مطلوب من أية قناة تلفزيونية، ولكن فتح قناة الجزيرة فضاءها التلفزيوني لمراسليها "المبهورين بالقبة الحديدية والقدرة الإسرائيلية بالإضافة إلى سرديات المحللين الإسرائيليين"<sup>2</sup> غير مقبول ويشكك في مصداقيتها.

ويعني التوازن في التغطيات الإخبارية البحث عن وجهات النظر المختلفة دون الانحياز إلى وجهة نظر دون أخرى أو التعقيم عن موقف مؤثر في الحدث. وهنا وجب التوقف قليلا: ألا يمكن أن تحسب في خانة الإيجابية دعوة قناة الجزيرة للطرف الإسرائيلي للتعبير عن وجهة نظره؟ إن الإجابة عن هذا السؤال ليست بالسهلة ذلك أن عوامل عاطفية أخرى تتدخل في المعادلة ولا تخلو من الجانب الأخلاقي والإنساني الذي يرفض عدم تساوي المعتدي والمعتدى عليه والمحتل والمقاوم لاسترداد ما افتك منه.

ولعل من أبرز ما تلام عليه قناة الجزيرة إقدامها على ترويج الرؤية الإسرائيلية والخطاب الإسرائيلي بدعوى اعتماد فلسفة الرأي والرأي الآخر. ولكن هذه المسألة تفتح باب نقاش علمي واسع بخصوص الحدود التي يجب أن يقف عندها احترام عنصر التوازن فهل يحق لقناة عربية تخاطب جمهورا عربيا أن تستفز المتلقي ومشاعره بمتكلم بلغة عبرية يروج لأفكار من يعادي المتلقي.

وقد ذهب أحد المبحوثين إلى أنه يجب التعامل مع المحتل الإسرائيلي مثل التعامل مع الإرهابي فكما أنه لا حياد مع الإرهاب فإنه لا حياد مع المحتل الغاصب. ولا يمكن أن يخفى على أحد أن المدافعين عن وجهة النظر الإسرائيلية يستغلون فرص ظهورهم على شاشة عربية لتضليل الرأي العام ونشر أكاذيب وأخبار زائفة مما يدخل تحت مسمى الحرب الإعلامية، بمعنى أن شاشة عربية تخاطب جمهورا عربيا تمنح سلاح محاربة الجمهور المتلقي إلى عدوه ليخاطبه مباشرة صوتا وصورة. ويحق لنا التساؤل أيضا: هل أن القنوات التلفزيونية الإسرائيلية تسمح بمرور وجهة النظر العربية الموالية للمقاومة. الإجابة تكون بالنفي بالتأكيد ولا يتم سوى نقل آراء المطبعين والتماشية آراؤهم مع الخط الإسرائيلي.

<sup>1</sup> - زينب عقيل: نقد تغطية قناة "الجزيرة" للعدوان الإسرائيلي على فلسطين، <https://hayrout.com/57160> / تاريخ الزيارة وتوقيتها: 2021/6/10

الساعة 8.00م.

<sup>2</sup> - المصدر نفسه.

وهناك من يذهب الى اعتبار أنه "على الإعلام العربي بشكل عام عدم تقديم منصة للمسؤولين في دولة الاحتلال لكي يخاطبوا الشعوب العربية. فالاحتلال هو جريمة في حق الشعوب، وهو عمل إقصائي، بل يقوم على التطهير العرقي لشعب بهدف إحلال شعب آخر مكانه. وبالتالي، يجب أن لا يُكافأ بأن يُعطى أي احترام أو مساحة لتقديم وجهة نظره. وهذا أمر يدخل في إطار وظيفة الإعلام في حماية الأمن القومي، وحماية المجتمع، والحفاظ على القيم التي يحملها المجتمع"<sup>1</sup>.

وقد اختلفت آراء الطلبة الباحثين عن الأكاديميين بخصوص موضوع التوازن إذ اعتبروا أن البقاء على مسافة واحدة من جميع الأطراف يقتضي إتاحة الفرصة للطرف الآخر للتعبير عن رأيه. وقد اعتبر أحد المبحوثين الطلبة أن تخصيص القناة مساحات في مواعيدها الإخبارية لمسؤولين اسرائيليين يدافعون عن وجهة نظرهم "شيء ناجع إذ يجب أن يعرف الجمهور الخطاب الصهيوني ويتعاطى معه ومن خلاله يعرف حقيقة الادعاءات الاسرائيلية"<sup>2</sup>.

وقد ذهب الصحفيون المبحوثون إلى اعتبار أن استضافة أطراف اسرائيليين هو تطبيع، ولكن من يلوم القناة وبتهمها بالتطبيع وخدمة أجندة معينة لا ينكر مهنيتها وقدرتها الفائقة على نقل "الحقيقة" لكنها الحقيقة كما تراها.

وكما قال أحد المبحوثين فإنه " لا يوجد شيء ثابت في الإنسانيات ولا يوجد من يمكنه إدراك الحقيقة الكاملة وإنما التوازن يقتضي السعي للوصول إلى أقرب نقطة من الحقيقة الكاملة. فالصحفي المتوازن يعيش حياته سائرا على حبل المهنية الممتد على ارتفاع شاهق بعيدا عن الممارسات غير المنضبطة وأثناء سيره قد يهتز أحيانا، يضطرب أحيانا ويميل في أحيان أخرى وربما يقف بحثا عن استعادة توازنه ويبقي يقاوم حتى لا يختل هذا التوازن مدفوعا بغيرية البقاء للصحفي".

وقد اجمع المبحوثون على أن للتغطية المباشرة للأحداث تأثيرا كبيرا على الجمهور المتلقي مقارنة بالتغطيات المسجلة. وقد أصبحت القناة وكأنها تصنع الحدث. ولا يمكن أن ننكر أن قناة "الجزيرة" لا تؤثر عبر خطابها التلفزيوني فقط، بل كذلك عبر نشاط صحفيها على شبكات التواصل الاجتماعي فهم يعملون بكل الوسائل على توجيه الرأي العام.

كما أن الجزيرة لم تخصص فضائها التلفزيوني فقط لتغطية الحرب الإسرائيلية، بل إنها وظفت كل مناصاتها الرقمية لتغطية الحدث وإعادة بث أهم ما تم تناوله تلفزيونيا لمن فاتته المتابعة.

وقد اقامت قناة الجزيرة الدليل على أن السياسة التحريرية بمفردها لا قيمة لها وتظل حبرا على ورق ما لم تتوفر الامكانيات المادية لتطبيقها.

<sup>1</sup> - مقابلة الكترونية مع د. فريد ابوضهير، أكاديمي فلسطيني. بتاريخ 30 ماي 2021م.

<sup>2</sup> - مقابلة الكترونية مع بشير الضري، طالب دكتورا في علوم الاعلام والاتصال بتونس بتاريخ 2021/05/23 م.

وقد نشرت صحيفة "القدس العربي" أن "المنصات الرقمية للجزيرة حققت نصف مليار مشاهدة، ونحو 50 مليون تفاعل على جميع صفحاتها خلال شهر واحد".<sup>1</sup>

## الخاتمة

إن أهم ما يمكن إبرازه في الختام أننا وقفنا مرة أخرى على أن هناك مجموعة من المعايير المهنية في الممارسة الصحفية تبقى أقرب إلى المثالية منها إلى قابلية التطبيق على الواقع. من ذلك أساساً معايير الموضوعية والحياد والتوازن. فالمسألة تبقى نسبية مهما اجتهد الاعلامي في السعي للتخلي عن الذاتية. فالصحفي إنسان والإنسان عاطفة وعقل ولا يمكن في أغلب الحالات أن يتجرد من إنسانيته فيحزن ويغضب ويتعاطف...

كما أن الصحفي في أي مؤسسة إعلامية محكوم بالسياسة التحريرية وضوابطها وتوجهاتها وأحياناً تتعارض بنود هذه السياسة مع اقتناعات الصحفي، ومبادئه، ومرجعياته، وخلفيته. ويجد الصحفي نفسه في أغلب الحالات يلجأ إلى الفضاء الافتراضي عبر المواقع الاجتماعية. ولكن ذلك لا يكون دائماً متاحاً فهناك عديد القنوات التلفزيونية التي تمنع على صحفييها مثل قناة "الجزيرة" إنشاء مدونة على شبكة الإنترنت تنشر آراء شتى دون استخدام عبارة تتصل بارزة تبرئ ساحة القناة، كما لا يجوز للموظف أن ينشر في هذه المدونة ما يخالف المعايير الأخلاقية لشبكة الجزيرة كما يعبر عنها ميثاق الشرف ودليل السلوك المهني".

وقد تبين لنا أن نسبة مهمة من الأكاديميين المبحوثين إما أنهم لا يتابعون ما تبثه القناة ويعتبرون ذلك موقفاً إيجابياً في حين أنه أقرب إلى السلبية إذ ينبغي البحث والتحليل وبناء الرأي على أسس علمية صحيحة. وهناك نسبة أخرى من الأكاديميين المتابعين يلومون القناة لغياب الموضوعية والحياد والتوازن.

ملخص القول إن المطلوب من المشاهد أن يكون مشاهداً يقظاً لكي لا يتحول إلى متفرج (يستهلك الأخبار كمادة فرجوية) وأن يستهلك التغطية الاخبارية بوعي وأن يكون مدركاً لخلفية كل قناة من منطلق أنه لا قناة دون أجندة. ويبقى الجمهور المتلقي في سعي دائم لمعرفة الحقيقة المجردة إلا إذا كان شاهداً عليها وقادراً على أن يتحول إلى مواطن صحفي، ولكنه لا يقدر على تغطية كل الأحداث المهمة.

وإنه لا يمكن أن تكون الحرب الإسرائيلية الأخيرة على غزة هي المحرار الوحيد الذي نقيّم من خلاله أجندة القناة وأهدافها المعلنة والخفية. وإن هناك من المبحوثين من اعتبر أن القناة بارعة في اختلاق الأحداث وفبركتها بهدف توجيه الرأي العام وجهة معينة مثلما حدث خلال التغطيات الخاصة بالأوضاع على الساحة الليبية والحرب في سوريا. ويستدل المبحوثون بما كشفه صحفي فرنسي "تيري ميسان" رئيس التحرير في صحيفة "فولتر الفرنسية Réseau Voltaire" عن خلفيات قناة الجزيرة وفبركتها عدداً من الأحداث مؤكداً أن قناة الجزيرة القطرية عملت على إقامة استديوهات في العاصمة القطرية

<sup>1</sup> - موقع "القدس العربي" <https://www.alquds.co.uk> تاريخ الزيارة 2021/6/10 الساعة 10.00م.



الدوحة مشابهة لساحتي العباسيين والأمويين في سوريا على غرار ما فعلته عندما قامت بإعادة إنتاج الساحة الخضراء الرئيسية في طرابلس وباب العزيزية مقابل القصر الرئاسي السابق لإيهام الناس بأن التغطية تتم من ليبيا فعلا.

وكانت القناة تنقل الأحداث من الديكور المجاور للإيهام بالحدث ووقوعه<sup>1</sup>. وقد كشف الكاتب الفرنسي أن قناة الجزيرة القطرية تأسست من أخوين فرنسيين يحملان الجنسية الإسرائيلية وهما دافيد وجان فريدمان اللذان استعانا بدولة قطر من أجل إظهار محطتهما على أنها قناة عربية.

كما اعتبر أن "الجزيرة" فكرة يهودية كانت نتيجة طبيعية لاغتيال رئيس الوزراء الإسرائيلي اسحاق رابين في عام 1995. وقد قرر الأخوان فريدمان عندها عمل كل ما في وسعهما لإقامة السلام بين إسرائيل وفلسطين. وهكذا اتصلا بأصدقائهما من الأمريكيين الأعضاء في ايباك (أي لجنة الشؤون العامة الأمريكية الإسرائيلية) الذين ساعدوا أمير قطر في الانقلاب على والده لإقناعه بالأمر. ولكن إذا سلمنا بمسألة الفبركة وتزييف الحقائق فيبدو أن ذلك صعب بالنسبة الى تغطية حدث في حجم الحرب الإسرائيلية على غزة التي تتناقل تفاصيلها كل أجهزة الإعلام العالمية.

وبعيدا عن الإقرار والتسليم بهذا الرأي أو ذلك لأن الموضوع في حاجة الى استقصاء معمق، يظل الحذر واجبا في تعامل المتلقي مع الأحداث التي لا يستوعبها الاستيعاب الصحيح إلا المشاهد اليقظ. وبهذا يولد مفهوم جديد: المشاهدة المتيقظة.

<sup>1</sup> - تيري ميسان (2011) : وضاح خنفر، الجزيرة وانتصار البروباغاندا التلفزيونية،

<https://www.voltairenet.org/en> تاريخ الزيارة 2021/6/13 الساعة 12.00م.

## ملحق 1: نص المقابلة الموجهة الى المبحوثين<sup>1</sup>



الزملاء الاعزاء

عيدكم مبارك جميعا واسعد الله اوقاتكم

بغرض القيام ببحث علمي ارجو منكم التفضل بالإجابة على

اسئلة المقابلة التالية ؛

هل تابعت تغطية قناة الجزيرة للاوضاع في فلسطين بعد

احداث حي الشيخ جراح؟

هل تعتبر ان القناة احترمت الموضوعية والحياد في نقلها

الاحداث؟

هل حققت التوازن في نقل آراء مختلف الاطراف؟

هل راعت القناة عامل القرب الجغرافي والقرب العاطفي في

تعاملها مع الملف؟

ما هو رايك في تخصيص قناة الجزيرة مساحات من مواعيدها

الاخبارية لمسؤولين اسرائيليين يدافعون عن وجهة نظرهم؟

ما رايك في تبني القناة لمفهوم العنف المتبادل بين الجانبين

وفي ذلك مساواة بين المحتل والمقاوم؟

هل لديك اضافة تتعلق بتغطية قناة الجزيرة لاحداث فلسطين

الاخيرة وهل تعتقد أن القناة تخدم أجندة معينة؟

اشكر لكم سعة صدركم

زميلكم

د. المنصف اللواتي (العياري)

معهد الصحافة وعلوم الاخبار بتونس



<sup>1</sup> - أسهم في صياغة المقابلة الكترونيا وتوزيعها وتجميعها طالب الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بشير الضرعي.

وتم تحكيمها من قبل: أ.د/ أركان سعيد - جامعة بغداد، ومنى عبو - جامعة بغداد، وسهام الكعبي - جامعة بغداد (العراق).

## ملحق 2 : تحكيمات المقابلة

5. \* عرّضت القادة عملاً القرب المحر في القرب العاطفي من نهال مع القادة ؟

Noté

1 2 3 4 5

6. \* ما هو رأيك في تخصيص هذه الحرية للسلطات في مزاياها الإدارية لتسوية بين الإداريين بالاعتماد على وجهة نظرهم ؟

Noté

1 2 3 4 5

7. \* ما رأيك في تبني القادة مفهوم الصف الشامل بين الجانبين وهل في ذلك مساهمة بين المحلل والمحلوم ؟

Noté

1 2 3 4 5

8. \* هل ترى أن القادة تقدم أخدمة معينة في أخدمة من وجهة نظرهم ؟

Noté

1 2 3 4 5

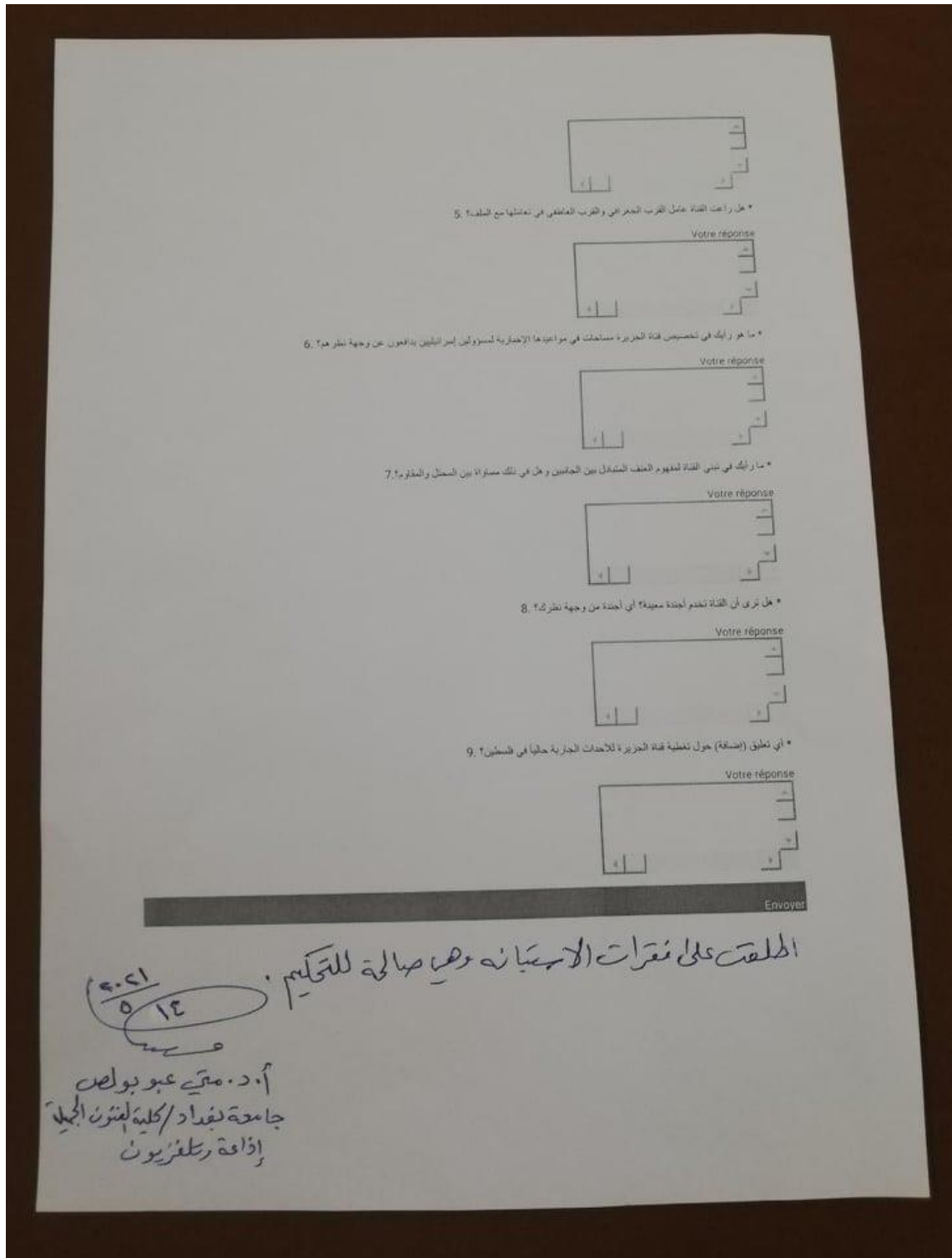
9. \* أي نظري (استغناء) حول تعطية هذه الحرية للأحداث الحاربه جاليا في فلسطين ؟

Noté

1 2 3 4 5

Envoyez

أطلعت على فقرات الاستبانة وهي صالحة للتكميم  
أ.د. اركان سعيد خطاطة  
15/14  
جامعة بغداد / مركز التعليم المستمر



تغطية قناة الجزيرة للأحداث في فلسطين  
الرمز: الأراء

نرحب القارئ بمتابعة نظري أوجه منكم التفضل بالإجابة على أسئلة (استفتاء) أدناه،  
شكراً لكم دائماً وسعدنا بمراسلتكم

رئيسة:  
/ المصطفى القوي  
معهد الصحافة وعلوم الأبحاث - تونس  
\*Obligatoire

Adresse e-mail \*

Voire adresse e-mail

\*الصفة

أكاديمي  
إعلامي / صحفي  
طالب باحث في علوم الإعلام والاتصال

\*الصفة

أكاديمي  
إعلامي / صحفي  
طالب باحث في علوم الإعلام والاتصال

\*البلد

\_\_\_\_\_

Voire réponse

1. هل تلعت تغطية قناة الجزيرة للأحداث في فلسطين بعد أحداث الشيخ جراح؟

نعم  
لا

2. إذا كنت من غير مشاهدي قناة الجزيرة هل يمكنك توضيح سبب ذلك؟

Voire réponse

\_\_\_\_\_

3. هل تعتبر أن القناة انحازت الموضوعية والحياد في نقلها الأحداث؟

Voire réponse

\_\_\_\_\_

4. هل حققت التوازن في نقل آراء مختلف الأطراف؟

Voire réponse

\_\_\_\_\_

أُطلعت على فقرات الاستبيان وهي مبالغة  
للتحكيم  
الاستاذ الدكتور مكي مطهر الكعبي  
مركز التعليم المستمر / جامعة بغداد

## المصادر والمراجع:

### الأجنبية:

1. Magdalena Wojcieszak, Al Jazeera: A Challenge to the Traditional Framing Research, Vol 69, Issue 2, 2007, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048507074925>
2. Talal Al Shatri, A comparative framing analysis of ISIL in the online coverage of CNN and Al-Jazeera, Master thesis, Iowa State University, USA, 2015.
3. Dictionnaire Larousse, ed. Larousse, Paris, 1905.
4. CHARRON, Jean (1995) : Médias et sources : les limites du modèle de l'agenda setting, IN Revue Hermes, Ed. Hermes, N°17-18, Paris.
5. Dominique Vidal FB page: <https://www.facebook.com/dominique.vidal.9/posts/3692348984210119> , last visit : 15 May 2021, 23 :10pm.

### العربية:

6. مثنى محمد فيحان الغانمي (2018): التلفزيون والحرب، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن.
7. وسام نصر، "أجندة اهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية بشئون المرأة المصرية-دراسة مقارنة"، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام)، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو-ديسمبر، 2003.
8. الحيزان، محمد، البحوث الاعلامية أسسها أساليبها مجالاتها، السعودية، مكتبة الملك فهد، 2004.
9. حميدة، نبيل، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، الجزائر 2012.
10. عاطف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني، مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي، 2004.
11. حوار مع الباحث نبيل عبد الفتاح: قناة الجزيرة أداة من أدوات السياسة الخارجية القطرية، <https://ar.qantara.de/content/hwr-m-lbth-nbyl-bd-lfth-qn-ljzyr-d-mn-dwt-lsys-lkhrjy-lqtry>، تاريخ الزيارة 2021/06/05 الساعة 11.00م.
12. المعايير التحريرية لشبكة الجزيرة الإعلامية، <https://network.aljazeera.net/ar/node/40071>، تاريخ الزيارة 2021/06/04 الساعة 2.00م.
13. زينب عقيل: نقد تغطية قناة "الجزيرة" للعدوان الإسرائيلي على فلسطين، <https://hayrout.com/57160>، تاريخ الزيارة وتوقيتها: 2021/6/10 الساعة 8.00م.
14. موقع "القدس العربي" <https://www.alquds.co.uk>، تاريخ الزيارة 2021/6/10 الساعة 10.00م.
15. تيري ميسان (2011): وضاح خنفر، الجزيرة وانتصار البروباغاندا التلفزيونية، <https://www.voltairenet.org/en>، تاريخ الزيارة 2021/6/13 الساعة 12.00م.

## دور القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد

### The role of Saudi television channels towards issues of enhancing integrity and fighting corruption

د. وديع محمد العززي

أستاذ الإعلام - جامعة أم القرى - المملكة العربية السعودية

أ. متعب ناصر القثامي

باحث إعلامي - المملكة العربية السعودية

#### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد والتعرف على حجم التغطية التي تقوم بها القنوات التلفزيونية السعودية لتلك القضايا والأسباب التي تدفع عينة الدراسة في مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية السعودية والآثار التي يكتسبونها نتيجة متابعتهم، وتتنمي هذه الدراسات إلى الدراسات الوصفية بالمنهج المسحي، حيث استخدم الاستبانة كأداة للدراسة على عينة قوامها (200) مفردة من طلبة جامعة أم القرى. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج نذكر منها: يتضح أن عينة الدراسة يشاهدون القنوات التلفزيونية السعودية بدرجة ضعيفة، كما اتضح أيضاً أن الأسباب التي تدفع عينة الدراسة لمشاهدة القنوات التلفزيونية السعودية عديدة وأهمها (التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد) أما بشأن طبيعة الدور فكانت استجابة الإناث بالموافقة على عبارة (تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بالكشف عن قضايا الفساد ومعالجتها) بينما تبنى الذكور الحياد بخصوص الآثار المكتسبة نتيجة المتابعة جاء الأثر (إزالة الغموض نحو بعض أشكال الفساد والتعرف عليها) بدرجة متوسطة للذكور والإناث. يوصي البحث بالاهتمام أكثر في حجم التغطية لقضايا الفساد الإداري والمالي للقنوات التلفزيونية الخاصة، وعدم التركيز على قضايا الفساد الاجتماعي، كما يوصي إلى ضرورة إتاحة مصادر المعلومات والمستندات لوسائل الإعلام لتمارس عملها في الكشف عن قضايا الفساد ومعالجتها وتعزيز النزاهة.

**الكلمات الدالة:** مكافحة الفساد، تعزيز النزاهة، دور القنوات السعودية في مكافحة الفساد.

#### Abstract

The study aimed to identify the nature of the role played by Saudi television channels towards issues of promoting integrity and combating corruption, and to identify the extent of coverage carried out by Saudi television channels for those issues and the reasons that motivate the study sample to watch Saudi television channels and the effects they gain as a result of their follow-up. To descriptive studies using the survey method, where the questionnaire was used as a study tool on a sample of (200) individuals from Umm Al-Qura University students. The study reached many results, including: It is clear that the study sample watches Saudi TV channels to a weak degree. Corruption) As for the reality of the role, females responded by agreeing to the phrase (Saudi TV channels, in turn, disclose and address corruption issues), while males adopted neutrality. Regarding the effects gained as a result of the follow-up, the effect (removing the ambiguity towards some forms of corruption and recognizing them) came to a medium degree for both males and females. The Study suggests paying more attention to the size of the coverage of administrative and financial corruption cases for private TV channels and not focusing on social corruption issues, and the researcher notes the need to provide sources of information and

documents for the media to practice its work in detecting and addressing corruption issues and enhancing integrity.

## المقدمة

تُعد وسائل الإعلام الجماهيرية المرآة التي تعكس تطلعات المجتمع والجمهور وتعكس رغباتهم واتجاهاتهم وتعتبر عن موضوعاتهم وتتطرق لمشكلاتهم وتعالجها، كما تساعد وسائل الإعلام على خلق رأي عام ضد التجاوزات والفساد وإحداث تحولات نوعية في وعي المواطنين بمشاكلهم وقضاياهم ولا سيما من خلال القنوات التلفزيونية إلى جانب أنها تشكل عامل ضبط للتجاوزات التي تحدث من المجتمعات والمؤسسات الحكومية والخاصة وكذلك الأفراد. ويُعد الفساد من القضايا الشائكة والخطيرة في المجتمعات النامية، حيث يمتد أثره إلى هدم الخطط التنموية وإهدار ثروات ومقدرات البلد وإحداث شرخ بالعلاقة بين المؤسسات الحكومية والمجتمع لعدم قدرتها على تلبية احتياجاتهم، ولعل الإعلام هو خط الدفاع الأول تجاه هذه القضايا حيث تقبع عليه مسؤولية كشف الفساد ومعالجته بالإضافة إلى ذلك تعزيز مبدأ النزاهة والصدق، وذلك يأتي تماشيًا مع رؤية المملكة 2030 حيث تؤدي وسائل الإعلام والتلفزيون فيها دورًا محوريًا وهامًا في الكشف عن الفساد ومحاربه وحماية النزاهة وتعزيزها، وهنا تجدر الإشارة إلى أنه لا توجد مجتمعات تخلو تمامًا من الفساد لكن كل ما يمكن فعله هو محاربه قدر الإمكان وكشفه وعدم الصمت عن مظاهر الفساد الإداري والمالي التي تُدمر المجتمعات وتهدر ثرواتها، لهذا الشباب والجمهور لديه تطلعات محددة واتجاهات عن دور القنوات التلفزيون السعودية تجاه قضايا الفساد وحماية النزاهة وتعزيزها. وتؤكد الرؤية أن هدفها الأول هو الصعود بالمملكة إلى الدول المتقدمة في شتى المجالات والمحاور الرئيسية التي تساعد على ذلك هي وسائل الإعلام والتلفزيون بالكشف عن مظاهر الفساد مبكرًا لمحاربتها ومعاقبة مرتكبيها، فقد سعت حكومة المملكة العربية السعودية إلى تبني سياسة واضحة لمواجهة الفساد، وعملت على بناء آليات و اتخاذ اجراءات عديدة من شأنها الحد من هذه المشكلة، حيث سنّت العديد من القوانين والتشريعات واللوائح التي تجرم وتحرم الفساد، وقامت بإنشاء الهيئة الوطنية لمكافحة الفساد (نزاهة) التي حرصت على توجيه الدعوة إلى وسائل الإعلام المحلية بمختلف اتجاهاتها إلى لعب دور كبير و مسؤول في الكشف عن الفساد، ودعم جهود الهيئة الوطنية لمكافحة الفساد. ولا ينحصر دور وسائل الإعلام على التصدي لظاهرة الفساد وإنما يتسع إلى لعب دور في التوعية والوقاية والتحصين للمجتمع، وهو ما يزيد من أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام السعودية.

## منهجية الدراسة

### مشكلة الدراسة:

تؤدي وسائل الإعلام ممثلة بالتلفزيون دورًا مهمًا في معالجة قضايا المجتمعات وعلى صعيد أكبر الدول ومواجهتها الحديث لا يقتصر على القضايا الاجتماعية بل يمتد أيضًا إلى الاقتصادية والسياسية والثقافية والتنموية حيث يعد الإعلام السلطة الرابعة التي تُسلط الضوء على مكامن الخلل بالمجتمعات للحث على علاجها، تسعى هذه الدراسة للكشف عن طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد ودرجة تناولها لموضوعات الفساد ومعالجتها لها واتجاهات الشباب الجامعي



حول ذلك من حيث مدى تناولهم للموضوعات بالدرجة الكافية أو حصر الحديث بقضايا محددة دون أخرى، تأتي هذه الدراسة لفك الغموض الدائر حول مدى تأثير الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

### أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال التالي:

أ- أن الدراسات والبحوث الإعلامية في المملكة العربية السعودية حول دور القنوات التلفزيونية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد لا تزال قليلة جداً ولا تفي بالحاجات المعرفية للمجتمع العلمي والمتخصصين. بل حتى الجمهور ومؤسسات الدولة وبالتالي فإننا من خلال هذا البحث حرصنا على سد تلك الفجوة بأسلوب علمي.

ب- أهمية الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية تجاه قضايا النزاهة والكشف عن الفساد ومكافحته لذا تتيح نتائج هذا البحث التعرف على دور القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد والتي تتيح بعد ذلك بالخروج بنتائج تساعد على تشخيص واقع وطبيعة الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام تحقيقاً لنظرية المسؤولية الاجتماعية.

ج- الخروج بمقترحات وتوصيات قادرة على تطوير الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد من خلال التأكيد على أهمية هذا الدور مما سيكون له الأثر الكبير في رفع مستوى نوعية البرامج التلفزيونية في مؤسسات الإنتاج الإعلامي التي تعالج هذه القضايا وسيعين صنّاع القرار على صياغة خططهم البرمجية بدقة عالية، إضافةً إلى تعرف مؤسسات الدولة على مكامن الخلل والصدوع في كيانها ومعالجته والبحث في مسبباته.

### أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.
- 2- معرفة حجم التغطية التي تقوم بها القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.
- 3- تحديد درجة مساهمة القنوات التلفزيونية السعودية في الكشف عن قضايا الفساد.
- 4- التعرف على الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي ( عينة الدراسة ) في متابعة القنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.
- 5- معرفة الآثار المترتبة على الشباب الجامعي ( عينة الدراسة ) في اعتمادهم على القنوات التلفزيونية السعودية في تناولها لقضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.
- 6- التعرف على دلالة الفروق التي تُعزى لمتغير النوع والتخصص نحو دور للقنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

**تساؤلات الدراسة:**

- 1- ما طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد؟
  - 2- ما حجم التغطية التي تقوم بها القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد؟
  - 3- ما درجة مساهمة القنوات التلفزيونية السعودية في الكشف عن قضايا الفساد؟
  - 4- ما الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي ( عينة الدراسة ) في متابعة القنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد؟
  - 5- ما الآثار المترتبة على الشباب الجامعي ( عينة الدراسة ) في اعتمادهم على القنوات التلفزيونية السعودية في تناولها لقضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد؟
  - 6- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية تُعزي لمتغير النوع والتخصص نحو دور للقنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد؟
- الدراسات السابقة:**

استهدفت دراسة يوسف محمود (2019)<sup>1</sup> التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي إزاء دور برنامج ستوديو الساعة التاسعة في كشف الفساد في العراق، ويصنف البحث من البحوث الوصفية بالمنهج المسح على عينة متمثلة في طلبة كليتي الآداب والتربية العلمية في جامعة تكريت بلغ تعدادها 120 مفردة بواقع 60 مفردة لكل كلية. استخدم الباحث الاستبيان كمقياس علمي دقيق كأداة من أدوات البحث العلمي. توصلت الدراسة للعديد من النتائج لعل أبرزها هو إلى أن أكثر ما يثير عينة الدراسة في البرنامج هو جراءة المقدم، فهي تزيد من أهمية مواضيع الفساد المطروحة، كما أن البرنامج أطلعهم على قضايا فساد لم تكن في حسابهم، فضلاً عن أن البرنامج قد جعلهم يشعرون أن معظم الطبقة السياسية العراقية فاسدة.

في حين هدفت دراسة محمد السيد (2016)<sup>2</sup> إلى التعرف على دور التلفزيون والراديو باعتبارهما وسيلتين مهمتين معبرتين عن اهتمامات الرأي العام وتطلعاته في غرس ثقافة الشفافية والنزاهة في المجتمع المصري، ومحاربة الفساد. استخدم الباحث نمط البحوث النوعية (الكيفية)، واعتمد على المنهج الوصفي الذي ينطلق من دراسة وتحليل الأبعاد النظرية لمضامين مكافحة الفساد والوقاية منه من منظور الفكر المصري. توصل الباحث لمجموعة من النتائج في دراسته حيث كشفت نتائج تحليل مضمون البرامج السياسية والبرامج الحوارية والدراما العربية والمسلسلات التلفزيونية خلال فترة الدراسة 2003-2015 عن الآتي:- أهم قضايا الفساد هي: قضايا الفساد الاجتماعي، قضايا الفساد الاقتصادي والفساد الأخلاقي والتربوي والفساد السياسي. إضافة إلى أن نتائج الدراسة كشفت عن أهم أسباب الفساد وهي تحقيق المصلحة الشخصية والمحسوبية. ويمكن

<sup>1</sup> يوسف محمود، اتجاهات الشباب الجامعي إزاء دور برنامج ستوديو الساعة التاسعة في كشف الفساد في العراق، مجلة آداب الفراهيدي، العراق، 2019، المجلد 11، العدد 39.

<sup>2</sup> محمد السيد، دور الراديو والتلفزيون في غرس قيم الشفافية والنزاهة ومحاربة الفساد في المجتمع المصري، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، مصر، 2016، المجلد 1، العدد 3.

الاستنباط من نتائج الدراسة إلى أن التلفزيون المصري أدى دوره المنوط به في حماية النزاهة ومكافحة الفساد وهذا الذي يهمننا في بحثنا ويرتبط به.

وسعت دراسة أسيل الجنابي (2014)<sup>1</sup> إلى التعرف على تغطية قناتي الشرقية والعراقية لقضايا الفساد المالي وحجمها في العراق من وجهة نظر قادة الرأي من الإعلاميين العراقيين العاملين في القنوات الفضائية العراقية. وهدفت كذلك إلى التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الفضائية بالمعايير المهنية ومؤشرات ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية أثناء تغطياتها لقضايا الفساد المالي في العراق. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واعتمدت على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات من عينة حصرية شاملة من الصحفيين العراقيين العاملين في القنوات الفضائية، توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها هو أفضلية لقناة الشرقية على قناة العراقية في خمس فقرات من الفقرات الست الخاصة بمؤشرات ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية للتغطيات، وهي: حجم المعلومات في تغطية القناة، وتوفر الرأي والرأي الآخر في تغطية القناة، والتفاعلية مع الجمهور التي توفرها تغطية القناة، ومتابعة تطورات القضايا في تغطية القناة (تغطيات متتابعة)، وتقوم القناة بدور نقدي نحو قضايا الفساد ولا تبررها. وتقدمت قناة الفضائية العراقية على فضائية الشرقية بمؤشر توفير الشرح والتفسير للقضايا التي تتناولها تغطية القناة.

وتناولت دراسة محمود عبد الرحمن (2011)<sup>2</sup> مسألة الوقوف على نسبة اهتمام وسائل الإعلام الإقليمية بمعالجة قضايا الفساد التي يشهدها مجتمع شمال الصعيد، إضافة إلى الكشف عن مدى حرص الجمهور على متابعة قضايا الفساد من خلال وسائل الإعلام الإقليمية، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية بالمنهج المسحي، استخدم الباحث الاستبيان وأداة تحليل مضمون كأداة من أدوات جمع المعلومات بالبحث العلمي، طُبق البحث على عينة قوامها 400 مفردة من شمال الصعيد بالإضافة إلى تحليل عينة من برامج القناة السابعة وبعض الصحف الإقليمية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن التحقيق الصحفي أكثر الأشكال الصحفية استخداماً في تناول مواد الفساد في الصحافة الإقليمية تلاه الخبر الصحفي. وأيضاً كانت نسبة قضايا الفساد المنشورة في الصحف الإقليمية عن الحضر أكثر من نسبة الفساد المتعلقة بالريف. وهدفت دراسة OLUWASINA ABIDEMI BABASOLA (2017)<sup>3</sup> تقييم دور وسائل الإعلام في مبادرات مكافحة الفساد ما بعد عام 1999 في جمهورية نيجيريا وكذلك التعرف على تحديات الإبلاغ عن قضايا الفساد بوسائل الإعلام وتقييم عدد التقارير التي أبلغت عن الفساد بوسائل الإعلام الاستقصائية،

<sup>1</sup> أسيل الجنابي، تغطية قناتي الشرقية والعراقية لقضايا الفساد المالي في العراق من وجهة نظر قادة الرأي الإعلاميين العراقيين، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2016.

<sup>2</sup> محمود عبد الرحمن، دور الإعلام الإقليمي في معالجة قضايا الفساد دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة، الزقازيق، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011.

<sup>3</sup> OLUWASINA ABIDEMI BABASOLA (2017), DEMOCRATISATION, MASS MEDIA AND THE ANTI-CORRUPTION DRIVE IN AFRICA: THE CASE OF NIGERIA, 1999-2015, A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF THE REQUIREMENTS OF THE UNIVERSITY OF WESTMINSTER FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY.

خلصت الدراسة للعديد من النتائج المهمة لعل أبرزها هو أن مجتمع وسائل الإعلام في نيجيريا يعاني من نقص كبير في هيكل مصداقيته لأداء عمله كراصد ومراقب لكل مظاهر الفساد ومعالجتها، تعود أسباب ذلك إلى الرشوة المنتشرة بكثرة بين السياسيين ومُلاك وسائل الإعلام سواءً كانت خاصة أو حكومية ، حيث ساهم ذلك بتعطيل عمل الإعلام الاستقصائي وقص أجنحته عن أداء عمله ومهامه.

وركزت دراسة Lorela Viorica Broucher (2016)<sup>1</sup> إلى التعرف على دور الصحافة ووسائل الإعلام الرومانية في الإبلاغ ومعالجة قضايا الفساد السياسي المتفشى بالبلاد كون المجتمع الروماني متسامح مع الفساد لحظت الدراسة أن وسائل الإعلام تُبلغ عن الفساد بقلّة لكنها لا تكلف نفسها عناء معالجتها وأن تكون جزء من حل مشكلة الفساد من خلال محاسبة النخبة السياسية، اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة حيث تناولت عدة قضايا فساد لدراستها إضافةً لإجراء المقابلات مع الصحفيين، توصلت الدراسة للعديد من النتائج لعل أهمها أن وسائل الإعلام الرومانية لها علاقات مصالح بينها وبين السياسيين حيث أثر هذا الأمر في كشف ومعالجة الفساد السياسي.

هدفت دراسة F.A. Sowunmi, A.A. Raufu, F.O. Oketokun (2010)<sup>2</sup> إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في كبح جماح الفساد والتعرف على دور الفساد بمنظومته المتفشية في جمهورية نيجيريا في إهدار مقدرات وثروات البلد، استخدمت الدراسة المنهج المسحي، إضافة إلى المقابلة وتحليل المضمون كأدوات للبحث العلمي، توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج نلخص أهمها في كون أن قوانين حماية الصحفيين وحرية الصحافة وحرية التعبير هي العقبة أمام وسائل الإعلام في مكافحتها ومعالجتها لقضايا الفساد حيث كشفت أيضاً أن الفساد لازال فاعلاً ومدمراً في جمهورية نيجيريا مما شكل العقبات على الصحفيين تمثلت في مشكلات الفقر وتهديد الحياة والتدخل غير المبرر في العمل الصحفي من الحكومي جميعها ساهمت بشكل أو بآخر في إظهار ضعف الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام النيجيرية في كبح جماح الفساد.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

تم الاستفادة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية في التحديد الدقيق لمشكلة البحث وصياغة تساؤلات البحث وتصميم الاستبيان، تشابهت هذه الدراسة في المنهج والعينة والأداة مع دراسة يوسف محمود (2019) ودراسة أسيل الجنابي (2014)، واختلفت مع دراسة محمد السيد (2016) في الأداة والمنهج لاختلاف طبيعة الدراساتين، وتشابهت نسبياً مع دراسة محمود عبد الرحمن (2011) في الأداة وتحديداً الاستبانة حيث اختار الأخير عدة أدوات في دراسته منها استمارة تحليل المضمون. اختلفت هذه الدراسة مع الدراسات الأجنبية في المنهج حيث استخدم Lorela Viorica Broucher (2017) OLUWASINA ABIDEMI BABASOLA و (2010) F.A. Sowunmi, A.A. Raufu, F.O. Oketokun (2010) منهج دراسة الحالة. كما استخدم

<sup>1</sup> Lorela Viorica Broucher(2016), The Role of the Romanian Press in Reporting Political Corruption, A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements of Nottingham Trent University for the Degree of Doctor of Philosophy,

<sup>2</sup> F.A. Sowunmi, A.A. Raufu, F.O. Oketokun(2010), The Role of Media in Curbing Corruption in Nigeria, Research Journal of Information Technology, 2(1): 7-23,

## نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، واعتمد البحث على منهج المسح للتعرف على دور القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

## عينة الدراسة:

استخدم البحث العينة العشوائية، حيث تحدد مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي في جامعة أم القرى وذلك بعينة مقدارها ( 200 ) مفردة من جميع التخصصات الجامعية.

## أداة الدراسة:

تم بناء استبانة حول دور القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد وذلك بالاعتماد على أهداف الدراسة والرجوع إلى الدراسات السابقة.

## إجراءات الصدق والثبات:

الصدق: تم التأكد من صدق أداة الدراسة وذلك عن طريق الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، حيث عرضت الأداة على ( 5 ) من أعضاء هيئة التدريس والمتخصصين، وقد تم اجراء ما يلزم من تعديلات في ضوء مقترحاتهم.

الثبات: تم التحقق من الثبات من خلال اختبار معامل ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية وقد أعطت الاختبارات نتائج تحقق الثبات.

## حدود الدراسة:

أولاً: الحدود الموضوعية: تقتصر على دراسة دور القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

ثانياً: الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية في الطلبة الجامعيين الدارسين في كليات الجامعة الواقعة في مدينة مكة المكرمة.

ثالثاً: الحدود البشرية: الشباب الجامعي ممثل في عينة من طلاب وطالبات جامعة أم القرى بمكة المكرمة.

رابعاً: الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني من العام (1440 هـ) (2019/2020 م).

## مفاهيم الدراسة

1- دور:

أ- لغة: مهمة ووظيفة<sup>1</sup>.

ب- اصطلاحاً: هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، وللدور معنى إستاتيكي وآخر معياري، والمعنى الاستاتيكي يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به، مثال ذلك أن يرتبط دور معين بجنس معين باعتبار أن ذلك

1 محمد ابن منظور، معجم لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، 1993.

أمراً بديهياً، أو يبدو شائعاً داخل المجتمع. أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل، ويتم تحديد ذلك المعنى طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يُتبع.<sup>1</sup>

د-إجرائياً: يقصد بالدور أي المساهمة التي تقدمها القنوات التلفزيونية السعودية في معالجة قضايا الفساد وتعزيز النزاهة.

2-القنوات التلفزيونية السعودية: يقصد بالقنوات التلفزيونية السعودية بهذه الدراسة القنوات الخاصة والحكومية.

### 3-النزاهة:

أ-لغةً: البُعدُ عن السوء وتركُ الشبهات.<sup>2</sup>

ب-اصطلاحاً: هي منظومة القيم المتعلقة بالصدق والأمانة والإخلاص في العمل، ومن واجب الذين يتولون مناصب عامة عليا الكشف أو الإفصاح عن ممتلكاتهم قبل تولي المنصب والإعلان عن أي نوع من تضارب المصالح الذي قد ينشأ بين مصالحهم الخاصة والمصالح العامة التي تقع في إطار مناصبهم.<sup>3</sup>

ج-إجرائياً: يقصد بالنزاهة في هذا البحث منظومة القيم والصدق والإخلاص والأمانة في العمل للمؤسسات التي يعمل فيها الأفراد ودور القنوات التلفزيونية السعودية في تسليط الضوء عليها وتعزيزها.

### 4-الفساد:

أ-لغةً: الفساد مفرد فسد مفسدة: ضد المصلحة.<sup>4</sup>

ب-اصطلاحاً: استخدام السلطة العامة من أجل كسب أو ربح شخصي أو من أجل تحقيق هبة أو مكانة اجتماعية، أو للحصول على منفعة اجتماعية بالطريقة التي يترتب عليها خرق للقانون أو مخالفة للتشريع وللمعايير الأخلاقية.<sup>5</sup>

ج-إجرائياً: يقصد بالفساد في هذه الدراسة كل ممارسة مخالفة للقانون العام والتشريعات لاستخدام السلطة العامة لتحقيق المصلحة الخاصة ودور القنوات التلفزيونية السعودية في مكافحة هذه الممارسات.

### الإطار النظري للدراسة

#### النظرية الأولى: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تم استنباط عنوان النظرية من علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، تأسيساً على أن الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث، وأن هذه الوسائل لا يمكن الاستغناء عنها؛ لذلك فإن درجة

1 عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص14، 2001.

2 مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط5، 2011.

3 أفياء قاسم وأحمد عبد الكريم، الآثار الشاملة للفساد على تحقيق التنمية الإنسانية، مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات، العراق، هيئة النزاهة، العدد الثامن، ص127، 2014.

4 محمد الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط8، 2005.

5 السيد علي، الفساد الإداري ومجتمع المستقبل، مكتبة الإشعاع الفنية، القاهرة، ص43، 1999.

اعتماد الأفراد على المعلومات التي يستقونها من وسائل الاتصال تعتبر متغيراً أساسياً لفهم متى ولماذا تغير وسائل الإعلام والاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد.<sup>1</sup>

ومن هنا تبلورت الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالي: أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف. وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة وجود عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدًا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.<sup>2</sup>

إن علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين، هما:

- 1- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى. والعكس صحيح.
  - 2- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات نحو المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم. وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهداف تحكم وسائل الإعلام في مصادر المعلومات.<sup>3</sup>
- ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- 2- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- 3- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.<sup>4</sup>

## نتائج الدراسة

### 1- توزيع عينة الدراسة:

توزعت عينة الدراسة وهي (200) مفردة على كلاً من الذكور والإناث في جامعة أم القرى من مختلف التخصصات ومؤهلتي البكالوريوس والدراسات العليا، حيث كان إجمالي نسبة الذكور من التخصص النظري للمؤهلين (45%) والتخصص العلمي (53%) والتخصص الطبي (2%). بينما كانت نسبة الإناث من التخصص النظري للمؤهلين (60%) والتخصص العلمي (26%) والطبي (14%).

### 2- درجة مشاهدة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية السعودية:

<sup>1</sup> عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، ط1، ص205، 2012.

<sup>2</sup> محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، ص279، 2003.

<sup>3</sup> حسن مكاي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، ص314-315، 1998.

<sup>4</sup> حسن مكاي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص317، 1998.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (58.5%) من عينة الدراسة درجة مشاهدتهم ضعيفة للقنوات التلفزيونية السعودية بينما (36.5%) بدرجة متوسطة و(5%) بدرجة كبيرة. حيث تدل النتائج أنه يوجد قصور واضح من القنوات التلفزيونية السعودية في أداء دورها المنوط بها من خلال مبدأ المسؤولية الاجتماعية والحفاظ على مقدرات الوطن وثرواته وذلك بالكشف عن الفساد وتعزيز النزاهة، القصور في درجة المشاهدة يعطي دلالة واضحة أنه الجمهور لم يجد لديهم ما يشبع رغبته واحتياجاته تجاه المعالجة لقضايا الفساد والكشف عنها لذا اتجه لطرق أخرى بديلة.

**جدول (1) استجابات عينة الدراسة لطبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد**

مستوى الدلالة	ن	غير موافق/ بشدة		غير موافق/		محايدة/		موافق/		موافق/ بشدة		النوع	العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.075	8.483	8.5%	17	6.5%	13	20.5%	41	9.5%	19	5.0%	10	ذكور	1- تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بالكشف عن قضايا الفساد ومعالجتها
		6.5%	13	4.5%	9	14.5%	29	15.5%	31	9.0%	18	إناث	
0.134	7.040	5.5%	11	10.5%	21	15.0%	30	10.0%	20	9.0%	18	ذكور	2- تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها وذلك بتعزيز قيم النزاهة والتشديد عليها.
		3.5%	7	5.0%	10	16.5%	33	15.0%	30	10.0%	20	إناث	
0.958	0.644	3.0%	6	10.5%	21	16.5%	33	10.5%	21	9.5%	19	ذكور	3- تتناول القنوات التلفزيونية السعودية قضايا الفساد بشكل سطحي وتقدم مضموناً ضعيفاً.
		4.0%	8	10.5%	21	14.5%	29	10.5%	21	10.5%	21	إناث	
0.004	15.464	5.5%	11	12.5%	25	16.5%	33	11.0%	22	4.5%	9	ذكور	4- تعرض القنوات التلفزيونية السعودية الوقائع والأحداث المتعلقة بقضايا الفساد بموضوعية واتزان.
		2.0%	4	6.0%	12	14.5%	29	17.0%	34	10.5%	21	إناث	
0.014	12.431	3.0%	6	10.5%	16	14.5%	29	14.5%	29	10.0%	20	ذكور	5- لم تساهم القنوات التلفزيونية السعودية في توجيه اهتماماتك نحو رفضك للفساد
		10.5%	21	7.5%	15	15.5%	31	8.0%	16	8.5%	17	إناث	
0.765	1.843	5.0%	10	8.5%	17	14.5%	29	9.0%	18	13.0%	26	ذكور	6- لا تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بإتاحة قنوات
		6.5%	13	7.0%	14	16.0%	32	10.5%	21	10.0%	20	إناث	



مستوى الدلالة	كا <sup>2</sup>	غير موافق/ بشدة		غير موافق/		محايدة/		موافق/		موافق/ بشدة		النوع	العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
													للتواصل مع الجمهور للتبليغ عن الفساد
0.029	10.794	11.5%	23	12.0%	24	11.5%	23	9.0%	18	6.0%	12	ذكور	7- تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدور الرقيب على المجتمع وذلك بمحااسبة المسؤولين عن الفساد وكشفهم.
		7.0%	14	7.5%	15	18.5%	37	6.5%	13	10.5%	21	إناث	
0.004	15.294	5.5%	11	14.5%	29	12.0%	24	11.0%	22	7.0%	14	ذكور	8- ساهمت القنوات التلفزيونية السعودية في معرفتي لأنماط الفساد وأشكاله التي كنت أجهلها.
		5.5%	11	5.0%	10	10.0%	20	17.0%	34	12.5%	25	إناث	
0.078	8.391	4.5%	9	6.5%	13	16.5%	33	15.5%	31	7.0%	14	ذكور	9- لا تلتزم القنوات التلفزيونية السعودية بواجباتها نحو المجتمع بالحد والكشف عن قضايا الفساد في تغطياتها.
		5.0%	10	11.5%	23	16.0%	32	8.0%	16	9.5%	19	إناث	
0.076	8.453	12.0%	24	16.0%	32	11.5%	23	6.5%	13	4.0%	8	ذكور	10- تتمتع القنوات التلفزيونية السعودية بالحرية الإعلامية في مساهماتها تجاه قضايا الفساد.
		8.5%	17	10.0%	20	19.0%	38	6.5%	13	6.0%	12	إناث	
0.301	4.867	4.0%	8	7.5%	15	14.5%	29	13.0%	26	11.0%	22	ذكور	11- لا تهتم القنوات التلفزيونية السعودية بتحديد مصادر الفساد وأسبابه.
		5.5%	11	10.5%	21	17.5%	35	8.5%	17	8.0%	16	إناث	

- يشير الجدول رقم (1) إلى أن ( 20.5% ) من الذكور محايدين تجاه العبارة الأولى (تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بالكشف عن قضايا الفساد ومعالجتها ) بينما نسبة ( 15.5% ) من الإناث موافقين. كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الأولى، حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- ويشير الجدول أيضاً أن استجابات الذكور والإناث للعبارة الثانية (تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها وذلك بتعزيز قيم النزاهة والتشديد عليها) أتت بنسبة ( 15.0% ) من الحيايد للذكور وكذلك نسبة ( 16.5% ) من الإناث بالحياد أيضاً. كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الثانية، حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup> غير دالة عن مستوى دلالة (0.05).

- يتضح أيضاً أن (16.5%) من الذكور و (14.5%) من الإناث محايدين تجاه العبارة الثالثة (تتناول القنوات التلفزيونية السعودية قضايا الفساد بشكل سطحي وتقدم مضموناً ضعيفاً) كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الثالثة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- وتشير نتائج الجدول إلى أن ما نسبته (16.5%) من الذكور استجابوا بمحايدين تجاه العبارة الرابعة (تعرض القنوات التلفزيونية السعودية الوقائع والأحداث المتعلقة بقضايا الفساد بموضوعية وائتزان) ونسبة (17.0%) من الإناث بالموافقة. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الرابعة، حيث جاءت قيمة كا2 دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- كما استجاب تجاه العبارة الخامسة (لم تساهم القنوات التلفزيونية السعودية في توجيه اهتماماتك نحو رفضك للفساد) كلاً من الذكور والإناث بالحياد، بنسبة (14.5%) للذكور وما نسبته (15.5%) من الإناث. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الخامسة، حيث جاءت قيمة كا2 دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- وجاءت استجابات الذكور تجاه العبارة السادسة (لا تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بإتاحة قنوات للتواصل مع الجمهور للتبليغ عن الفساد) ما نسبته (14.5%) محايدين ونسبة (16.0%) من الإناث محايدين أيضاً. كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة السادسة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- أما بخصوص العبارة السابعة (تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدور الرقيب على المجتمع وذلك بمحاسبة المسؤولين عن الفساد وكشفهم) فكانت نسبة (12.0%) من الذكور وهي الأعلى غير موافقين تجاه تحققها، ونسبة (18.5%) من الإناث محايدين. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة السابعة، حيث جاءت قيمة كا2 دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- كما كانت نسبة غير الموافقين من الذكور تجاه تحقق العبارة الثامنة (ساهمت القنوات التلفزيونية السعودية في معرفتي لأنماط الفساد وأشكاله التي كنت أجهلها) هي ما نسبته (14.5%) ونسبة (17.0%) بالموافقة تجاه تحقق هذا الدور. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الثامنة حيث جاءت قيمة كا2 دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- كما اختار الذكور والإناث الحياد تجاه تحقق الدور في العبارة التاسعة (لا تلتزم القنوات التلفزيونية السعودية بواجباتها نحو المجتمع بالحد والكشف عن قضايا الفساد في تغطياتها) بنسبة (16.5%) للذكور، ونسبة (16.0%) للإناث. كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة التاسعة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

- كما يتضح من الجدول أن نسبة (16.0%) من الذكور غير موافقين تجاه العبارة العاشرة (تتمتع القنوات التلفزيونية السعودية بالحرية الإعلامية في مساهماتها تجاه قضايا الفساد) ونسبة (19.0%) من الإناث محايدين. كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة التاسعة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).
  - وتشير النتائج أن كلاً من الذكور والإناث كانوا محايدين تجاه العبارة الحادية عشر (لا تهتم القنوات التلفزيونية السعودية بتحديد مصادر الفساد وأسبابه) بنسبة مئوية مقدارها (14.5%) للذكور ونسبة (17.5%) للإناث. كما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجاباتهم للعبارة الحادية عشر، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).
- جدول (2) استجابات الذكور والإناث نحو الآثار المترتبة والمكتسبة نتيجة متابعتهم للقنوات**

**التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد**

م	العبارة	النوع	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا2	مستوى الدلالة	
			ك	%	ك	%	ك	%					
1	إزالة الغموض نحو بعض أشكال الفساد والتعرف عليها.	ذكور	21	10.5%	53	26.5%	26	13.0%	1.98	0.712	3.111	0.211	
		إناث	32	16.0%	46	23.0%	22	11.0%					
2	فسرت متابعتي أسباب الفساد ودوافعه.	ذكور	11	5.5%	53	26.5%	36	18.0%	2.16	0.673	4.420	0.110	
		إناث	21	10.5%	52	26.0%	27	13.5%					
3	زاد فهمي لمخاطر الفساد نتيجة متابعتي.	ذكور	31	15.5%	41	20.5%	28	14.0%	1.89	0.778	2.702	0.259	
		إناث	42	21.0%	36	18.0%	22	11.0%					
4	تكونت معرفتي حول جهود هيئة الرقابة ومكافحة الفساد (نزاهة)	ذكور	25	12.5%	48	24.0%	27	13.5%	1.92	0.707	4.892	0.087	
		إناث	34	17.0%	51	25.5%	15	7.5%					
5	اكتساب مجموعة القيم التي تعزز النزاهة لدى الأفراد ونبذهم لمظاهر الفساد	ذكور	24	12.0%	46	23.0%	30	15.0%	1.96	0.736	3.724	0.155	
		إناث	34	17.0%	46	23.0%	20	10.0%					
المتوسط العام										0.7212	1.982		

يشير الجدول رقم (2) أن العبارة الأولى (إزالة الغموض نحو بعض أشكال الفساد والتعرف عليها) قد تحقق عند الذكور بدرجة متوسطة بنسبة (26.5%) وعند الإناث بدرجة متوسطة أيضاً بنسبة (23.0%). وبمتوسط حسابي قدره (1.98) وانحراف معياري (0.712).

كما يتضح من الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه العبارة الأولى، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

يتضح أيضاً من الجدول أعلاه أن العبارة الثانية (فسرت متابعتي أسباب الفساد ودوافعه) قد تحققت عند كل الذكور والإناث بدرجة متوسطة حيث حصل الذكور على نسبة (26.5%) بينما حصل الإناث على نسبة (26.0%) وكان المتوسط الحسابي هو (2.16) وانحراف معياري بلغ (0.673). كما يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه العبارة الثانية، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

ويشير الجدول أيضاً أن العبارة (زاد فهمي لمخاطر الفساد نتيجة متابعتي) قد تحققت عند الذكور بدرجة متوسطة بنسبة (20.5%) وعند الإناث بدرجة كبيرة بنسبة (21.0%) وبمتوسط حسابي قدره (1.89) وانحراف معياري (0.778). كما يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه العبارة الثالثة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

كما يبدو جلياً أن النسبة الأكبر التي تحققت عند الذكور والإناث تجاه العبارة الرابعة (تكونت معرفتي حول جهود هيئة الرقابة ومكافحة الفساد نزاهة) هي بدرجة متوسطة حيث كانت للذكور بنسبة (24.0%) وللإناث بنسبة (25.5%) وبمتوسط حسابي بلغ مقداره (1.92) وانحراف معياري (0.707). كما يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه العبارة الرابعة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

ويشير الجدول أيضاً إلى أن استجابة الذكور والإناث تجاه العبارة الخامسة (اكتساب مجموعة القيم التي تعزز النزاهة لدى الأفراد ونبذهم لمظاهر الفساد) كانت بدرجة متوسطة مناصفةً بينهم بنسبة (23.0%) وبمتوسط حسابي قدره (1.96) وانحراف معياري يبلغ (0.736). كما يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه العبارة الخامسة، حيث جاءت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

بدراسة نتائج الجدول رقم (4) يُلاحظ إلى أن (إزالة الغموض نحو بعض أشكال الفساد والتعرف عليها) أتى بدرجة متوسطة بالنسبة الأكبر لدى عينة الدراسة لدى كلاً من الذكور والإناث، هذا يقودنا للحديث أن بعض أشكال الفساد أدت القنوات التلفزيونية السعودية للتعرف عليها وبدرجة متوسطة، فماذا بشأن جميع قضايا الفساد، إذا كان الدرجة متوسطة لبعض أشكال الفساد فهذا يقودنا إلى أن جميع أشكال الفساد يوجد قصور نسبي في التعريف بها. أما بالنسبة لبقية العبارات فيلاحظ أنه القنوات التلفزيونية السعودية قامت بدورها كما ينبغي، حيث يلاحظ أن الجماهير اكتسبت تلك التأثيرات المذكورة في العبارات بدرجة متوسطة في جميعها وهي كانت النسبة الأكبر في ذلك، غير ان التباين بين الذكور والإناث في درجة اكتساب ذلك الأثر عائد إلى أنماط وسلوكيات المتابعة والفروقات التي بينهم في ذلك.

### جدول (3) الأسباب التي تدفع مجتمع الدراسة إلى متابعة القنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة

الوزن النسبي	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة [ ن = 200 ]						
				%	درجة ضعيفة	%	درجة متوسطة	%	درجة كبيرة	
60.99%	متوسط	0.737	1.83	20.0%	40	43.0%	86	37.0%	74	1-التعرف على جهود المملكة في مكافحة الفساد والقضاء عليه.
60.66%	متوسط	0.730	1.82	19.0%	38	43.5%	87	37.5%	75	2-اكتساب المعرفة والمعلومات حول حجم الفساد.
78.99%	كبير	0.725	2.37	51.5%	103	34.0%	68	14.5%	29	3-التفاعل والتواصل مع القنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد
74.32%	متوسط	0.726	2.23	40.0%	80	42.5%	85	17.5%	35	4-التفيس وتمضية الوقت والهروب من المشكلات
70.32%	متوسط	0.742	2.11	33.5%	67	44.0%	88	22.5%	45	5-التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية السعودية تجاه قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد
69.0%	متوسط	0.732	2.072	المتوسط العام						

يشير الجدول رقم (3) أن السبب الأول (التعرف على جهود المملكة في مكافحة الفساد والقضاء عليه) حيث ترى عينة الدراسة تجاهه أنه سبب يتحقق بدرجة كبيرة لديهم بنسبة ( 37.0% ) وبدرجة متوسطة بنسبة ( 43.0% ) وبدرجة ضعيفة بنسبة ( 20.0% ) حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات العينة لهذا السبب ( 1.83 ) وانحراف معياري قدره ( 0.737 ) أما السبب الثاني (اكتساب المعرفة والمعلومات حول حجم الفساد) حيث تحقق بدرجة كبيرة بنسبة ( 37.5% ) وبدرجة متوسطة بنسبة ( 43.5% ) وبدرجة ضعيفة بنسبة ( 19.0% ) حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات العينة لهذا السبب ( 1.82 ) وانحراف معياري قدره ( 0.730 ).

بالنسبة للسبب الثالث (التفاعل والتواصل مع القنوات التلفزيونية السعودية التي تتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد) حيث تحقق بدرجة كبيرة بنسبة ( 14.5% ) وبدرجة متوسطة بنسبة ( 34.0% ) وبدرجة ضعيفة بنسبة ( 51.5% ) حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات العينة لهذا السبب ( 2.37 ) وانحراف معياري قدره ( 0.725 ). أما السبب الرابع فتحقق بدرجة كبيرة بنسبة ( 17.5% ) وبدرجة متوسطة بنسبة ( 42.5% ) وبدرجة ضعيفة بنسبة ( 40.0% ) وبمتوسط حسابي بلغ قدره ( 2.23 ) وانحراف معياري ( 0.726 ). ويشير الجدول أن السبب الخامس تحقق بدرجة كبيرة بنسبة ( 22.5% ) وبدرجة متوسطة بنسبة

(44.0%) وبدرجة منخفضة بنسبة (33.5%) حيث بلغ المتوسط الحسابي له (2.11) وبانحراف معياري قدره (0.742).

يتضح أن النتائج تعطي مؤشرات واضحة لقلّة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها القنوات التلفزيونية السعودية وكذلك هيئة الرقابة ومكافحة الفساد، فالمشاهد بنظرة سطحية يظن أنها نتائج إيجابية لكنها من وجهة نظر الباحث ليست كذلك، لذا يجدر بالقنوات التلفزيونية السعودية التنبيه لنتائج هذه الدراسة ومعرفة الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة قنواتهم خاصةً فيما يتعلق بقضايا الفساد، غير أنه لحظ الباحث بالآونة الأخيرة تصاعد وتيرة التغطية التلفزيونية للقنوات التلفزيونية تجاه قضايا الفساد وهذا الأمر لا يتعارض مع تعليق الباحث فالتعليق كان على النتائج التي رصدت في تلك اللحظة - وقت إجراء الدراسة - وليس الآن.

#### جدول (4) أهم قضايا الفساد التي تحرص عينة الدراسة على متابعة موضوعاتها

قضايا الفساد الإداري			قضايا الفساد المالي			قضايا الفساد الاجتماعي		
النوع	ك	%	النوع	ك	%	النوع	ك	%
نكر	55	57.9%	نكر	74	63.2%	نكر	50	44.2%
أنثى	40	42.1%	أنثى	43	36.8%	أنثى	63	55.8%
المجموع	95	100%	المجموع	117	100%	المجموع	113	100%
مستوى الدلالة=0.034		كا <sup>2</sup> =19.792	مستوى الدلالة=0.000		كا <sup>2</sup> =3.438	مستوى الدلالة=0.064		

يتضح من الجدول رقم (4) أن (57.9%) من الذكور يحرصون على متابعة قضايا الفساد الإداري وما نسبته (42.1%) من الإناث يفضلون كذلك متابعة قضايا الفساد الإداري. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مقدار حرصهم على متابعة قضايا الفساد الإداري حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup>دالة عند مستوى معنوية (0.05).

كما يشير الجدول على أن (62.2%) من الذكور يحرصون على متابعة قضايا الفساد المالي ونسبة (36.8%) من الإناث كذلك، أيضاً يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مقدار حرصهم على متابعة قضايا الفساد المالي حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup>دالة عند مستوى معنوية (0.05). أما بخصوص قضايا الفساد الاجتماعي فكما يتضح أن ما نسبته (44.5%) من الذكور يحرصون على متابعتها ونسبة (55.8%) من الإناث يحرصون على ذلك أيضاً. كذلك يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مقدار حرصهم على متابعة قضايا الفساد الاجتماعي حيث جاءت قيمة كا<sup>2</sup> غير دالة عند مستوى معنوية (0.05).

## جدول (5) الفرق في حجم التغطية لقضايا الفساد الإداري والمالي والاجتماعي

قضايا الفساد الاجتماعي	قضايا الفساد المالي	قضايا الفساد الإداري	حجم التغطية	
60	28	31	ك	حجم التغطية كثيف
%30.0	%14	%15.5	%	
82	101	83	ك	حجم التغطية متوسط إلى حد ما
%41.0	%50.5	%41.5	%	
58	71	86	ك	حجم التغطية ضعيف
%29.0	%35.5	%43.0	%	

يتضح من الجدول أعلاه أن حجم التغطية لقضايا الفساد الإداري كان ضعيفاً بنسبة (43.0%) ومتوسطاً بنسبة (41.5%) وكثيفاً بنسبة (15.5%)، أما بخصوص قضايا الفساد المالي فيتضح أنه النسبة الأكبر كانت من نصيب حجم التغطية المتوسط حيث بلغت (50.5%) ومن ثم ضعيفاً بنسبة بلغت (35.5%) وكثيفاً بنسبة (14%). يتضح أن قضايا الفساد الاجتماعي جاءت بحجم تغطية متوسط بنسبة (41.0%) وكبيراً بنسبة (30.0%) ومن ثم ضعيفاً (29.0%).

تشير الفروقات أعلاه في حجم التغطية إلى الصلاحيات الممنوحة ومساحة الحرية في التعبير الممنوحة لوسائل الإعلام لمناقشة تلك القضايا والضغوطات المسلطة عليها سواء كانت تنظيمية أو اجتماعية أو تنطلق من مبدأ مسؤوليتها الاجتماعية، لذا يلحظ أنه يوجد قصور فعلي وواضح في حجم التغطية لقضايا الفساد.

## جدول (6) اختبار (ت) لدلالة الفروق تبعاً لمتغير النوع تجاه طبيعة الدور

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	النوع	العبرة
0.021 دالة	2.325	1.186	3.08	100	ذكر	أولاً: تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بالكشف عن قضايا الفساد ومعالجتها.
		1.246	2.68	100	أنثى	
0.052 غير دالة	1.955	1.253	2.87	100	ذكر	ثانياً: تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها وذلك بتعزيز قيم النزاهة والتشديد عليها.
		1.132	2.54	100	أنثى	
1.000 غير دالة	0.000	1.169	2.74	100	ذكر	ثالثاً: تتناول القنوات التلفزيونية السعودية قضايا الفساد بشكل سطحي وتقدم مضموناً ضعيفاً.
		1.236	2.74	100	أنثى	
0.000 دالة	4.037	1.130	3.07	100	ذكر	رابعاً: تعرض القنوات التلفزيونية السعودية الوقائع والأحداث المتعلقة بقضايا الفساد بموضوعية واتزان.
		1.076	2.44	100	أنثى	
0.008		1.156	2.59	100	ذكر	

دالة	-	1.358	3.07	100	أنثى	خامساً: لم تساهم القنوات التلفزيونية السعودية في توجيه اهتماماتك نحو رفضك للفساد
0.512	-	1.303	2.67	100	ذكر	سادساً: لا تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بإتاحة قنوات للتواصل مع الجمهور للتبليغ عن الفساد.
غير دالة	0.657	1.282	2.79	100	أنثى	
0.032	2.156	1.326	3.28	100	ذكر	سابعاً: تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدور الرقيب على المجتمع وذلك بمحاسبة المسؤولين عن الفساد وكشفهم.
دالة		1.297	2.88	100	أنثى	
0.003	2.986	1.235	3.01	100	ذكر	ثامناً: ساهمت القنوات التلفزيونية السعودية في معرفتي لأنماط الفساد وأشكاله التي كنت أجهلها.
دالة		1.275	2.48	100	أنثى	
0.315	-	1.138	2.72	100	ذكر	تاسعاً: لا تلتزم القنوات التلفزيونية السعودية بواجباتها نحو المجتمع بالحد والكشف عن قضايا الفساد في تغطياتها.
غير دالة	1.007	1.246	2.89	100	أنثى	
0.050	1.976	1.219	3.51	100	ذكر	عاشراً: تتمتع القنوات التلفزيونية السعودية بالحرية الإعلامية في مساهماتها تجاه قضايا الفساد.
دالة		1.215	3.17	100	أنثى	
0.056	-	1.214	2.61	100	ذكر	الحادي عشر: لا تهتم القنوات التلفزيونية السعودية بتحديد مصادر الفساد وأسبابه.
غير دالة	1.923	1.213	2.94	100	أنثى	

يتضح من الجدول (6) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كلاً من العبارات (الأولى، الرابعة، الخامسة، السابعة، الثامنة، العاشرة) حيث جاءت قيمة (ت) لكلاً منها دالة عند مستوى دلالة (0.05). وهذا عائد بالمقام الأول لكون درجة التعرض للمضامين الإعلامية التي يتعرضون لها الذكور والإناث متباينة وفقاً لطبيعة العبارة.

بينما يتضح أيضاً أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كلاً من العبارات (الثانية، الثالثة، السادسة، التاسعة، الحادية عشر) حيث جاءت قيمة (ت) لكلاً منها غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

جدول (7) اختبار تحليل التباين الأحادي الاتجاه (One Way Anova) تبعاً لمتغير التخصص تجاه طبيعة الدور

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	العبارة
0.182	1.718	أولاً: تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بالكشف عن قضايا الفساد ومعالجتها.
0.487	0.723	ثانياً: تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها وذلك بتعزيز قيم النزاهة والتشديد عليها.
0.221	1.520	ثالثاً: تتناول القنوات التلفزيونية السعودية قضايا الفساد بشكل سطحي وتقدم مضموناً ضعيفاً.
0.214	1.552	رابعاً: تعرض القنوات التلفزيونية السعودية الوقائع والأحداث المتعلقة بقضايا الفساد بموضوعية واتزان.
0.581	0.544	خامساً: لم تساهم القنوات التلفزيونية السعودية في توجيه اهتماماتك نحو رفضك للفساد
0.437	0.830	سادساً: لا تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدورها بإتاحة قنوات للتواصل مع الجمهور للتبليغ عن الفساد.
0.270	1.317	سابعاً: تقوم القنوات التلفزيونية السعودية بدور الرقيب على المجتمع وذلك بمحاسبة المسؤولين عن الفساد وكشفهم.



مستوى الدلالة	قيمة ( ف )	العبرة
0.200	1.624	ثامناً: ساهمت القنوات التلفزيونية السعودية في معرفتي لأنماط الفساد وأشكاله التي كنت أجهلها.
0.546	0.607	تاسعاً: لا تلتزم القنوات التلفزيونية السعودية بواجباتها نحو المجتمع بالحد والكشف عن قضايا الفساد في تغطياتها.
0.942	0.059	عاشراً: تتمتع القنوات التلفزيونية السعودية بالحرية الإعلامية في مساهماتها تجاه قضايا الفساد.
0.134	2.031	الحادي عشر: لا تهتم القنوات التلفزيونية السعودية بتحديد مصادر الفساد وأسبابه.

يتضح من الجدول رقم ( 7 ) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جميع العبارات ومتغير التخصص، حيث جاءت قيمة ( ف ) غير دالة عند مستوى دلالة ( 0.05 ). وهذا يضعنا بعين الاعتبار أن متغير التخصص لوحده لا يعطي اختلافات تجاه العبارات أعلاه حيث يتضح أن جميع التخصصات عينة الدراسة لا توجد بينهم فروقات ذات دلالة إحصائية تُعزى لهذا المتغير وذلك لكون المضامين الإعلامية التي يتعرضون لها متشابهة.

### النتائج والتوصيات

#### أولاً: النتائج:

- 1) أوضحت نتائج الدراسة أن درجة مشاهدة الجمهور للقنوات التلفزيونية السعودية أتت بدرجة ضعيفة بنسبة (58.5%) وبدرجة متوسطة بنسبة (36.5%).
- 2) أتضح أن أكثر الأسباب التي تدفع عينة الدراسة إلى متابعة القنوات التلفزيونية السعودية بدرجة كبيرة هو (اكتساب المعرفة والمعلومات حول حجم الفساد) بنسبة بلغت (37.5%) وبمتوسط حسابي (1.82) ثم تلاه (التعرف على جهود المملكة في مكافحة الفساد والقضاء عليه) بنسبة بلغت (37.0%) وبمتوسط حسابي (1.83).
- 3) تصدرت قضايا الفساد المالي أكثر القضايا التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها بـ (117) تكرار، حيث لوحظ أن الذكور هم النسبة الأكبر في تفضيلها بنسبة بلغت (63.2%)، ثم تلاها بالمرتبة الثانية قضايا الفساد الاجتماعي بـ (113) تكرار حيث لوحظ أن الإناث هم النسبة الأكبر في تفضيلها بنسبة بلغت (55.8%).
- 4) الشكل البرمجي الأنسب في تناول قضايا الفساد وتعزيز النزاهة من وجهة نظر عينة الدراسة وقع مناصفةً بين (البرامج الحوارية) وكذلك (الأفلام الوثائقية والتسجيلية) بنسبة بلغت (42.5%) لكلاً منهما.
- 5) ترجحت كفة القناة التلفزيونية الحكومية بتفضيلها من قبل عينة الدراسة حيث بلغت نسبة من يفضلونها (52.5%) وبالنسبة للقنوات التلفزيونية الخاصة بلغت نسبة من يفضلونها (47.5%).
- 6) لوحظ أن حجم التغطية لقضايا الفساد الإداري بين القناة التلفزيونية السعودية والقنوات السعودية الخاصة ضعيف بنسبة بلغت (43.0%) مع تفوق نسبي للقناة التلفزيونية السعودية في حجم التغطية.

(7) لوحظ أن حجم التغطية لقضايا الفساد المالي والاجتماعي بين القناة التلفزيونية السعودية والقنوات السعودية الخاصة متوسط إلى حد ما بنسبة بلغت (50.5%) للمالي ونسبة بلغت (41.0%) للاجتماعي مع تفوق نسبي للقناة التلفزيونية السعودية في حجم التغطية.

(8) كما اتضح أن أكثر سبب يدفع عينة الدراسة لتفضيل وسيلة عن أخرى هو (الجرأة في تناول الموضوعات) ثم (مستوى الثقة في مضامينها).

(9) اتضح أن المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة حول طبيعة الدور هو (2.85) وبانحراف معياري بلغ (1.235) أي أنه يميل للحيد حسب الفترات للمقياس الخماسي مقارنةً بالمتوسط العام.

(10) بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة حول الآثار المكتسبة نتيجة المتابعة (1.98) وبانحراف معياري بلغ (0.7212) مما يعني أن أفراد العينة تأثروا بدرجة متوسطة حسب المقياس الثلاثي مقارنةً بالمتوسط العام.

#### ثانياً: التوصيات:

(1) على القنوات التلفزيونية الاهتمام أكثر بتغطية قضايا الفساد الإداري والمالي وعدم التركيز على قضايا الفساد الاجتماعي.

(2) جذب الجمهور أكثر وذلك من خلال إشراكه في عملية الإنتاج الإعلامية للبرامج المختلفة وجعله عنصر فعال، حيث يلحظ عزوف الجمهور عن مشاهدة القنوات التلفزيونية السعودية.

(3) الاستفادة من نتائج هذه الدراسة وذلك من خلال توفير الأشكال البرمجية الأنسب في التعامل وتناول قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

(4) إتاحة مصادر المعلومات والمستندات لوسائل الإعلام وتفعيل مبدأ الشفافية من الوسائل الحكومية للمساهمة في عمل وسائل الإعلام.

(5) على القنوات التلفزيونية الخاصة الاهتمام أكثر بتغطية قضايا الفساد واستشعار المسؤولية بدورها الوطني والمجتمعي.

(6) يوصي البحث القنوات التلفزيونية السعودية إقامة دورات لمنسوبيها حول تطوير الأساليب الاستقصائية عملهم الإعلامي.

(7) الاهتمام بالبحوث والدراسات الميدانية ونتائجها حول طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية تجاه القضايا المجتمعية والوطنية المختلفة لا سيما قضايا تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد.

## مراجع الدراسة

- (1) أسيل الجنابي، تغطية قناتي الشرقية والعراقية لقضايا الفساد المالي في العراق من وجهة نظر قادة الرأي الإعلاميين العراقيين، رسالة ماجستير غير منشورة، عمّان، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2016.
- (2) أفياء قاسم وأحمد عبد الكريم، الآثار الشاملة للفساد على تحقيق التنمية الإنسانية، مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات، العراق، هيئة النزاهة، العدد الثامن، ص127، 2014.
- (3) حسن مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، ط1، ص314-315، 1998.
- (4) حسن مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص317.
- (5) حسن مكاوي وليلى السيد، مرجع سابق، ص241.
- (6) السيد علي، الفساد الإداري ومجتمع المستقبل، مكتبة الإشعاع الفنية، القاهرة، ص43، 1999.
- (7) عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، ط1، ص205، 2012.
- (8) عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص200، 2012.
- (9) عبد الرزاق الدليمي، مقدمة إلى علم الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، ط1، ص66، 2012.
- (10) عبد الرزاق الدليمي، مقدمة إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص244.
- (11) عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني ( الأمن والمجتمع )، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص14، 2001.
- (12) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط5، 2011.
- (13) محمد ابن منظور، معجم لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، 1993.
- (14) محمد السيد، دور الراديو والتلفزيون في غرس قيم الشفافية والنزاهة ومحاربة الفساد في المجتمع المصري، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، مصر، 2016، المجلد1، العدد3.
- (15) محمد الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط8، 2005.
- (16) محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، ص279، 2003.
- (17) محمود عبد الرحمن، دور الإعلام الإقليمي في معالجة قضايا الفساد دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة، الزقازيق، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011.
- (18) يوسف محمود، اتجاهات الشباب الجامعي إزاء دور برنامج ستوديو التاسعة في كشف الفساد في العراق، مجلة آداب الفراهيدي، العراق، 2019 المجلد11، العدد39.

19) F.A. Sowunmi, A.A. Raufu, F.O. Oketokun(2010), **The Role of Media in Curbing Corruption in Nigeria**, Research Journal of Information Technology, 2(1): 7-23,

20) Lorela Viorica Broucher(2016), **The Role of the Romanian Press in Reporting Political Corruption**, A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements of Nottingham Trent University for the Degree of Doctor of Philosophy,

21) OLUWASINA ABIDEMI BABASOLA(2017), **DEMOCRATISATION, MASS MEDIA AND THE ANTI-CORRUPTION DRIVE IN AFRICA: THE CASE OF NIGERIA, 1999-2015**, A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF THE REQUIREMENTS OF THE UNIVERSITY OF WESTMINSTER FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY.

### أسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبيان مرتبة أبجدياً:

- حسن محمد حسن منصور: أستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود.
- عزة مصطفى حافظ الكحكي: أستاذ بقسم الإعلام - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
- فيصل احمد صالح الشميري: أستاذ مساعد بقسم الإعلام - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
- نبيل محمد محمود ابو الحسن: أستاذ مشارك بقسم الخدمة الاجتماعية - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
- هيثم محمد يوسف يونس: أستاذ مشارك بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود.

# استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش

## الارهابي (دراسة تحليلية )

### psychological warfare strategy

### (An analytical study in the psychological electronic warfare of the terrorist organization ISIS)

أ.قاسم حسين السعدي

كلية الآداب/قسم الاعلام /جامعة بابل

#### الملخص

استعمل تنظيم داعش الارهابي العديد من السياسات لرسم استراتيجيته في شن الحرب النفسية الالكترونية ضد المجتمع العراقي التي وظفت العديد من الاساليب كالدعاية، الشائعات، غسيل المخ، وتبني نظرية الرعب الالكتروني في محاولة تحطيم معنويات المجتمع العراقي. وقد تبنى التنظيم جملة من التكتيكات في حربه النفسية كالتوريط، توظيف لغة الجسد، الاعتماد على الارقام والاحصائيات، الرموز الالكترونية، فضلاً عن اسلوب التكرار الذي اتجه في معظمه نحو التضخيم والمبالغة من خلال بث محتوى رقمي يُظهر التنظيم بأنهم يملكون امكانيات خارقة ومن الصعوبة اختراقهم. وبعد خسارة التنظيم عسكرياً في معركة الموصل التي ادت إلى شل وتعطيل استراتيجية "باقية وتتمدد" اتجهت حربه النفسية نحو " حتمية الصراع " عبر تكثيف عملياته الارهابية والترويج لها الكترونياً ثم التوجه نحو " ادارة التوحش والتمكين " من خلال خلائاه النائمة وإيقاظها بعمليات نوعية مفاجئة تحت مسمى " استراتيجية الظهور والتلاشي الكترونياً". في محاولة زرع بذور الفتنة الطائفية وتأليب الرأي العام العراقي ضد الحكومة. وارسال اشارات ان التنظيم متماسك رغم ظروفه الصعبة. اخلال التوازن والزعزعة وازعاج العراقيين وتقنينهم معنوياً ومادياً والاقتراب من اماكن تواجدهم في اتجاهات لا يتوقعونها باتت استراتيجية مستقبلية تتبناها الحرب النفسية الحالية للتنظيم عبر شبكة الانترنت.

**الكلمات المفتاحية:** الاستراتيجية، الحرب النفسية الالكترونية، داعش ، الاتصال الالكتروني .

#### Abstract

After the organization lost militarily in the battle of Mosul, which led to paralyzing and disrupting its "remaining and expanding" strategy, its psychological war turned towards "the inevitability of conflict" by intensifying its terrorist operations and promoting them electronically, then heading towards "managing brutality and empowerment" through its sleeper cells and awakening it with sudden qualitative operations under the name The "electronic emergence and disappearance strategy" in an attempt to sow the seeds of sectarian strife and incite Iraqi public opinion against the government. And sending signals that the organization is cohesive despite its difficult circumstances..

**Keywords:** strategy, electronic psychological warfare, ISIS, electronic communication.

## المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاتها، إن مشكلة البحث تعني وجود استفهام يحتاج إلى اجابة وهو ما متعارف عليه في الدراسات الاتصالية في بعدها النفسي-السياسي، وهنا لابد من إيجاد آليات بحثية وعلمية من أجل فك الغموض، إذ تمثل مشكلة موضوع بحثنا الاجابة على التساؤل الرئيس: ما استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي الموجهة ضد العراق؟ ويقود الإجابة على هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية يثيرها البحث تتمثل بالآتي:

- ما مفهوم الحرب النفسية الالكترونية؟ وما وسائلها؟
- إلى أي مدى يرتبط مفهوم الحرب النفسية الالكترونية بالمفاهيم الأخرى؟
- ما نظريات الحرب النفسية الالكترونية؟ وما محاورها؟
- ما الآليات والاساليب والادوات والتقنيات التي وظفها تنظيم داعش لتنفيذ حربه النفسية الالكترونية ضد المجتمع العراقي؟

- ما طبيعة المضمون الاتصالي الالكتروني الذي تبناه تنظيم داعش في حربه النفسية؟
  - ما الاهداف الاستراتيجية للحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش؟
  - ما التقنيات الرقمية التي استعملها تنظيم داعش في حربه النفسية ضد المجتمع العراقي؟
- ثانياً: اهداف البحث، من خلال ما تقدم فإن الضرورة البحثية في بعدها الوطني حتمت على الباحث التصدي لهذا الكيان من خلال التعرف على استراتيجيته في حربه النفسية الالكترونية ضد العراق، فصاغ أهداف بحثية تمثلت بالآتي:

- الاحاطة بالمقاربات المفاهيمية التي تركز عليها الحرب النفسية النظرية في سياقاتها التفاعلية المختلفة مع المضامين الاتصالية والسياسية والنفسية في جانبها النظري وزاويتها الميدانية ايضاً.
- توضيح الدور المتنامي الذي تقوم به الحرب النفسية في المجال الاتصالي والنفسى والسياسي، وتتبع التطور التاريخي في النظم الاتصالية والسياسية المعاصرة.
- تشخيص الآليات والوسائل والأساليب والتقنيات والانشطة الاتصالية التي اعتمدها تنظيم داعش الارهابي في ممارسته الحرب النفسية تجاه المجتمع العراقي.
- كشف المضمون الاتصالي والنفسى وابعاده السياسية الذي اعتمده تنظيم داعش الارهابي.
- معرفة الأفكارالاتصالية والسياسية والنفسية التي يوظفها التنظيم في صياغة استراتيجيته بالحرب النفسية الالكترونية.
- معرفة مصادر القوة في استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، لغرض اعتماد سبل المواجهة بحسب الامكانيات المتاحة.
- التعرف على استراتيجية داعش من حربه النفسية الالكترونية في ضوء تحليل ماتيسر من عينة البحث.
- رصد المادة الاتصالية والدعائية والنفسية للتنظيم " فيديوهات، صور، صوتيات، منشورات".

- الكشف بالتحليل عن مضامين وآليات ووسائل وفنون الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي.
- معرفة الخطاب السياسي للتنظيم من خلال منشوراته في تحقيق أهداف الحرب النفسية والتقنيات التي استطاع الفاعل السياسي توظيفها في هذا الخطاب.
- بناء منظومة استحضارات ممكنة لمواجهة الحرب النفسية الالكترونية للتنظيم عبر مجموعة من التوصيات للمعنيين في الحقل الاعلامي والسياسي والامني.
- ثالثاً: أهمية البحث، تتضح أهمية البحث من الناحية النظرية والتنظيمية بالآتي:
  - إن الحرب النفسية الالكترونية صارت بالوقت الحالي سلاحاً اتصالياً ونفسياً وسياسياً بالغ الأهمية يهدف إلى تحطيم المعنويات وجذب أكبر قدر ممكن من الانتصار والمولين.
  - إن أهمية دراسة مفهوم الحرب النفسية الالكترونية تكمن في محاولة الاسهام في تطوير البناء المعرفي للمفهوم.
  - إيجاد تصور لمفهوم الحرب النفسية في إطار متكامل يرسم العلاقة بين العلوم البينية التي تدخل في نطاق تحديد المفهوم كدراسة الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي.
  - رصد عمق التحول في آليات واساليب ووسائل التواصل السياسي والنفسي مع الجمهور عن طريق الحرب النفسية الالكترونية الذي بات مصطلح شائع في عالم الاتصال والسياسة ولدى الدارسين في هذه المجالات.
  - هي محاولة جادة للإفادة من خبرات الدول والجماعات في استعمال مفاهيم وآليات وتقنيات حقل معرفي هو الحرب النفسية الالكترونية بهدف استخلاص النتائج المفيدة في الواقع الاتصالي والسياسي والنفسي.
  - الوقوف على البيئة التي تمارس بها الحرب النفسية الالكترونية من قبل تنظيم داعش الارهابي ومدى تأثيرها النفسي في الجمهور.
  - تفسير مضمون اساليب الردع النفسية التي مارسها التنظيم.
  - إدراك الباحث بفعل مراجعته للدراسات الحديثة إن مشكلة البحث لم تعالج خاصةً في جانبها التحليلي.
  - تزويد المكتبة بقاعدة معرفية وفائدة عملية جديدة عن الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي وعلاقتها بالعلوم السياسية والاتصالية، لتستفيد منها المؤسسات البحثية والاكاديمية وصناع القرار والمتخصصون.
- رابعاً: نطاق البحث، ويشمل:
  - النطاق الموضوعي: إذ تستهدف الدراسة التعرف على استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ضد العراق، وذلك عبر تحليل مضمون بعض المنشورات من فيديوهات، صور، تصريحات، بيانات، انتشرت على شبكة التواصل الرقمي.
  - النطاق المكاني: تقتصر الدراسة على العراق.
  - النطاق الزمني: طبقت الدراسة خلال العام 2021/2020.

خامساً : منهج البحث: نظراً لتشعب استراتيجيات الحرب النفسية : دراسة تحليلية في الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي " موضوع البحث " وضرورة الإلمام بجوانبه كافة ، عمد الباحث إلى التوليف بين عدد من المناهج العلمية " التكامل المنهجي " الذي يتطلبه البحث العلمي والاكاديمي من أجل الانتهاء إلى دراسة تجمع بين الوصف والتحليل في آن واحد ، وعليه اعتمد البحث على المنهج المسحي " جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث " <sup>1</sup>، وفي إطار منهج تحليل المضمون بوصفه أحد اشكال البحث العلمي الذي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهري للاتصال السياسي ، ويهدف إلى بيان الاهداف والوسائل والاساليب التي يرمي إليها الفاعل ومعرفة مدى تأثير المحتوى الإتصالي والنفسي بأفكار الناس والتأثير فيهم نحو الأفكار والاحداث <sup>2</sup>، مع الاعتماد على المنهج التاريخي بحسب مقتضيات البحث للوصول إلى الأهداف السابقة.

سادساً: إجراءات الدراسة، ولبيان أهمية الدراسة وتحقيق اهدافها والاجابة على تساؤلاتها، تم اجراء الخطوات الاتية:

- أداة الدراسة: استعمل البحث في معظمه تحليل المضمون النوعي الذي يعتمد على المضامين والمفاهيم مع توظيف استعمال تحليل المضمون الكمي " بشكل قليل" الذي يعتمد العد والارقام والاحصاء التي ثبتت في جدول واحد، وكلا التحليليين يوضحان الاساليب والوسائل والاتجاهات للحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي الموجهة ضد المجتمع العراقي.

- مجتمع وعينة البحث: يُعد مجتمع البحث الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة البحث، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه، فمجتمع البحث يمثل جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ضمن إطار منهج تحليل المضمون <sup>3</sup>، وتمثل مجتمع البحث الحالية المنشورات، الفيديوهات، الصور، التقارير، البيانات، التي يتم تداولها إلكترونياً عبر مواقع التواصل الرقمي.

أما عينة البحث الحالية ، فقد استعمل الباحث العينة العمدية أو القصدية بوصفها تتكون من مفردات تمثل المجتمع الاصلي تمثيلاً جيداً مما يوفر كثيراً من الوقت والجهد ، وفي هذا الشكل من العينات اختار الباحث العينة اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض البحث الذي يقوم به ، ويقدر حاجته للمعلومات تحقياً لمتطلبات البحث <sup>4</sup>، وعليه اختار الباحث "20" منشوراً التي تمثل أنشطة اتصالية تم تسويقها إلكترونياً من قبل تنظيم داعش الارهابي وتم خزنها على الحاسوب في مجلد تحت مسمى الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي.

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 147.

<sup>2</sup> رشيد احمد طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الانسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 64.

<sup>3</sup> فرج الكامل، بحوث الاعلام والرأي العام: تصميمها واجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص 123.

<sup>4</sup> ذوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أسسه، أساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، الاردن، 2016، ص 120.



## سابعاً: المصطلحات الاجرائية للبحث

- الاستراتيجية: التخطيط البعيد المدى من قبل تنظيم داعش الارهابي لتحقيق اهداف محددة في مجال حربه النفسية الالكترونية التي يشنها ضد المجتمع العراقي.

- تنظيم داعش: تنظيم ارهابي توسعي اجرامي متطرف يتبنى الفكر الجهادي السلفي وهو ذات ايدولوجية معقدة يسعى من خلالها الى تنفيذ مشروع " الخلافة الاسلامية"، يتخذ من العراق مسرحاً لشن حربه النفسية الالكترونية لتحقيق اهدافه الاستراتيجية مستغلاً التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الذي حول العالم الى شاشة صغيرة لتكون حربه أكثر فاعلية وتأثيراً في الآخر سواء كان عدواً أم مناصر أم محايد.

- الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش: خطة عمل تستعمل مجموعة من الانشطة الاتصالية التي تضمن النجاح النفسي والسياسي المرافق للعمليات العسكرية، فهي التكامل بين مختلف الاساليب والادوات عبر الوسائل الالكترونية التي يعتمد عليها التنظيم" فاعلاً اتصالياً وسياسياً" لتحقيق اهدافه الاستراتيجية في التمدد والبقاء أو التمكين أو اخلال التوازن والزعزعة.

### المبحث الثالث: الحرب النفسية الالكترونية (تأصيل نظري)

اولاً: مفهوم الحرب النفسية الالكترونية

في عصر المعلومات تحولت الحروب الى حروب معلوماتية أكثر من الحروب العسكرية فالبيانات والمعلومات وادواتها اصبحت هجمات معلوماتية تحقق الاهداف بأقل عدد من الخسائر البشرية عبر البحث عن اسلحة ذكية واستعمال الطرق البديلة في ساحات المعارك والبحث عن اراض جديدة لتكون ساحات للقتال وهنا اصبحت الساحات الافتراضية وخطوط الشبكة العنكبوتية مجالاً حيويماً لتحقيق استراتيجية النصر ضد الخصم عبر ما يسمى بالحرب النفسية الالكترونية<sup>1</sup>.

وهنا السؤال: ما مفهوم الحرب النفسية الالكترونية؟ وما المفاهيم المرتبطة بها؟

الحرب النفسية الالكترونية هي نشاط اتصالي تمارسه الدول المستعمرة وذات السلطة ضد الدول والجماهير المستضعفة باستعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة من بث فضائي وانترنت بخدماته المتنوعة بهدف التأثير واثارة الخوف لدى الجمهور المستهدف من خلال ما تبثه من معلومات مضخمة أو بث سيل ضخم من المعلومات التي تؤدي إلى ارباك الخصم وتشويشه<sup>2</sup>.

ويرتبط مفهوم الحرب النفسية بالعديد من المفاهيم<sup>3</sup>:

- الارهاب المعلوماتي: هو استعمال المحرض سياسياً للحاسوب بوصفه سلاحاً أو هدفاً بواسطة مجاميع أو عملاء تهدف إلى إثارة الرعب ونشره في افراد المجتمع أو اكراه الحكومة على تغيير سياستها الوطنية لصالح أهداف هذه المجاميع.

<sup>1</sup> الصادق رايح، الاعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2004، ص 21.

<sup>2</sup> قاسم حسين السعدي، الدعاية والحرب النفسية، محاضرات أقيمت على طلبية قسم الاعلام، كلية الاداب، جامعة بابل، 2021

<sup>3</sup> يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، بحث منشور، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011، ص 109.

- الاستعمار الاعلامي: هو العملية التي تتعرض فيها ملكية وسائل الاعلام وتركيبها ومضمونها في دولة معينة لضغوط خارجية من المصالح الاعلامية لدول أخرى.

- حرب المعلومات: وتتجلى في ثلاث مستويات: الأولى هي حرب الشبكات ذات الصلة بالصراع مع المستوى الكبير بين الأمم والمجتمعات وتشمل تعطيل وإرباك وتدمير البنية التحتية للخصم، والمستوى الثاني هو الحرب الفضائية المتعلقة بالعمليات العسكرية التي تتم وفق المبادئ المتصلة بالمعلومات، أما المستوى الثالث فهو الارهاب الفضائي الذي هو اعتداء مدفوع سياسياً ضد المعلومات ونظم الحاسب وبرامج الحاسب والبيانات ويؤدي الى العنف ضد أهداف سلمية من قبل مجموعات أو عملاء.

ثانياً: نظريات الحرب النفسية الالكترونية ومحاورها

في الصراعات العالمية وفي ظل عدم توازن القوى فإنه اللجوء إلى أساليب الحرب النفسية واستعمالها إلكترونياً لا يأتي من فراغ بل إنها مبنية على أسس ومعايير علمية وتجارب مختبرية، فالحرب المعلوماتية تتم على مستوى رمزي، ولكل أطراف الصراع نظرياتها العلمية المعتمدة في التوجه إلى الرأي العام المستهدف ، وحتى نفهم دور الاعلام في صراع القوى لابد من فهم طبيعة العلاقات التي تربط بين القوى الرمزية والقوى السياسية والاقتصادية والأمنية ، وهي تعتمد على أمرين أساسيين هما:

- تغيير محاور التحالف بين القوى الاجتماعية ، إذ كان فرض السيطرة في الماضي يكمن في استعراض قوة القلة الحاكمة على مرأى الكثرة المحكومة ، أما في عصرنا الحالي فإن الكثرة المحكومة تبقى على مرأى القلة الحاكمة ، ويتم من خلال نظم الإعلام الموجه من شاشات التلفزيون والانترنت والرقابة الالكترونية ، إذ أثبتت التجارب أن مصير أية قوة سياسية رهن بوجودها الإعلامي المتوازن وهلاكها في إغفال هذا الوجود أو الإسراف فيه فالإعلام هو ساحة لحوار الثقافات وتعددتها وتنوعها ، وعليه فإن مصير المجتمع الانساني يتوقف على طبيعة العلاقة بين عولمة الاقتصاد وعولمة الإعلام<sup>1</sup>.

- القوة اللينة وطبيعتها، إذ تصنف هذه القوى الرمزية بأنها قوى لينة حيث تختلف اختلافاً جوهرياً عن القوى التقليدية لأنها تعمل بالجذب لا بالضغط، وبالترغيب لا بالترهيب وتستعمل لغة العقول من أجل كسب الآراء وانتزاع الإرادة الجماعية وفرض المواقف، وقد توسع دور الاعلام في ظل هذه القوى فاحتل مساحات واسعة على الفضائيات والانترنت<sup>2</sup>.

وتُعد المعلومات التي يبثها الاعلام الالكتروني نوع من التوجيه للإدراك وإدارة دفته ، إذ تتم ممارسة جملة من النشاطات الاعلامية والمعلوماتية لترسيخ أو إلغاء معلومات أخرى ، مثال على ذلك ما فعلته اذاعة " ميل كولينز" في راوندا بإشعالها نيران الفتنه القبلية بأهل البلد الافريقي الذي تسببت بضحايا من قبائل "التوتسي" أكثر مما حصدهته القنبلة الذرية في "هيروشيما وناكازاكي" ، وهناك الكثير من الأساليب التي تعتمدها القوى اللينة فهي أكثر خطورة من القوى التقليدية لان الثانية تنشط في المواجهات فقط لكن الأولى تنشط في كل

<sup>1</sup> بطرس الحلاق، الاعلام والحرب النفسية، مصدر سابق، ص 67.

<sup>2</sup> ايهاب خليفة، القوة الذكية ، كيف يمكن ان تدير الدول شؤونها في عصر الانترنت، دار المنهل ، عمان ، 2017 ، ص 81.

وقت خاصةً اذا استعملت القوى الرمزية بشكل بشع في الحروب والصراعات ، ومن أهم وسائلها: الرسائل الالكترونية والحملات الاعلامية والمعارك الكلامية في الاذاعات الموجهة والدولية ، البث الفضائي وما يشكله من غزو ثقافي والكتروني فضلاً عن الاكتماس الاعلامي وما يسببه من اشاعة ثقافة العنف<sup>1</sup>.

وهناك أربعة محاور للحرب النفسية الالكترونية\*\*، يمكن ايجازها بالآتي:<sup>2</sup>

- الاعتصام والحصار الافتراضي، من خلال زج كميات ضخمة من المعلومات على المواقع المقصودة فتسبب في شلل هذا الموقع.

- قنبلة البريد الالكتروني، وتعتمد إرسال سيل من الرسائل الالكترونية إلى صندوق بريد الشخص مما يؤدي الى فيضان معلوماتي يتسبب في فقدان القدرة على استلام الرسائل.

- قرصنة مواقع الويب واختراق الحواسيب، وترتكز هذه الآلية بالدخول غير المشروع إلى إحدى المواقع واستبدال البيانات الموجودة عليها بمعلومات جديدة تغير هويته وتطمس معالم الأهداف التي أنشئ لأجلها.

- توظيف الفيروسات الالكترونية، وذلك بزجها إلى الانترنت ونشرها في شبكات المعلومات الوطنية بقصد إحداث خلل مؤقت أو دائم في الملفات ونظم التشغيل المستهدفة

**المبحث الثالث: استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الموجهة ضد العراق (دراسة تحليلية)**  
استطاع تنظيم داعش الارهابي من تأسيس ما يشبه الدولة تحت مسمى " دولة الخلافة" على اراض عراقية، بعد أن سيطر على اجزاء واسعة وتحديداً عام 2014 كمحافظة الموصل وتكريت واجزاء من الانبار وكركوك، وبدأت كأنها كيان لا يقهر بعد أن صورتها وسائل الاعلام بأنها وحش كاسر، مستعرضة قوة التنظيم في نشراتها الاخبارية، إذ يتفق أغلب الباحثين ممن تناول موضوع الارهاب على ارتباطه بأهداف سياسية خاصةً وان الارهاب لوحده ليس كما ينشر عبر وسائل الاعلام فيصبح أكثر قوة وأشد عنفاً ورعباً وتخويفاً للرأي العام<sup>3</sup>.

وتبين ان تنظيم داعش الارهابي قد أهتم بشكل كبير في حربه بالعراق بالجانب النفسي الاعلامي حتى أصبح له فرق كاملة متخصصة بنشر اعماله الاجرامية ، مستغل وسائل الاعلام الالكتروني خاصةً شبكات التواصل الرقمي كمنابر لبث افكاره واخباره وتنفيذ اجندته بسبب الانتشار المكوكي لهذه الشبكات وامكانية تخطي الحواجز السياسية والجغرافية في عملية الاتصال وايصال رسائله لتحقيق استراتيجيته ، وهكذا نرى أن التنظيم

<sup>1</sup> يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، مصدر سابق، ص 114.

\*\* ومن وسائل الحرب النفسية الالكترونية: شبكة الانترنت (فيروسات، برامج خبيثة)، البريد الالكتروني، تلفزيون الانترنت بخدماته المتعددة الوسائط. للمزيد: ريتشارد كلارك، روبرت نيك، حرب الفضاء الالكتروني، ترجمة: مركز الامارات للبحوث الاستراتيجية، الامارات ، 2014 ، ص ص 16-20.

<sup>2</sup> عادل عبد الصادق، الحملات الالكترونية: المفهوم وآليات التغيير ، المركز العربي لأبحاث الفضاء ، القاهرة ، 2013 ، ص ص 5-7.

<sup>3</sup> حسين الفتلاوي، الاساليب الدعائية لتنظيم داعش الارهابي في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية ، العدد 27 ، 2017 ، ص 437.

اصبح يوظف ويستغل وبشكل منهجي ومنظم حربه النفسية الالكترونية ، وهو يعرف كيف يحصل على افضل النتائج من الانفعالات الطبيعية لدى الجمهور واريابك صناع القرار<sup>1</sup>.

تُعد الحرب النفسية الالكترونية مرتكزاً أساسياً في استراتيجية تنظيم داعش وأسلوباً أساسياً يستعمله ويوجهه للخصوم لإرهابهم وخفض عزائم المقاتلين وكسب الموالين لترغيبهم للالتحاق في صفوفه، فالتنظيم يعتمد على هكذا نوع من الحرب أكثر من اعتماده على العمليات العسكرية لتحقيق اهدافه التي نشأ من اجلها، وعليه نطرح السؤال الآتي: ما السياسات التي اتبعها تنظيم داعش الارهابي لتحقيق استراتيجيته في شن الحرب النفسية الالكترونية ضد العراق تحديداً؟ وللجواب على هذا السؤال تم اخضاع مجموعة من المنشورات الالكترونية للتنظيم، وفق اجراءات بحثية اشرفناها في الإطار المنهجي للبحث، فتبين الآتي:

1- توظيف اساليب الحرب النفسية الالكترونية كافة في عملياته التي يقوم بها ، كالدعاية والشائعات وغسيل المخ ، ، فعلى سبيل المثال، تمكن التنظيم من القيام بعمليات غسيل المخ الالكتروني لكسب أكبر قدر ممكن من الاتباع سواء على الصعيد التنظيمي أو الفكري ، عبر إيهام المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي فكراً ونفسياً وجسدياً أو عبر الايحاء النفسي والتأثير على الجوانب السلوكية والنفسية لديهم وتشكيل سلوكيات جديدة تتحرك الايحاءات في اتجاه واحد مركز مستعملاً الاغراءات الجنسية والمالية والعمل والهجرة خاصة لدى الشباب بوصفهم أكثر فئات الرأي العام طموحاً وانفعالية في تبني الافكار والآراء<sup>2</sup>.

وقد تميز تنظيم داعش باستقطاب الكثير من الافراد عبر الانترنت، عبر الاجراءات الآتية<sup>3</sup>:

- بداية الدعوة تتجه نحو إنكار مظاهر الفساد وتحلل المجتمع التي يدعيها التنظيم بهدف تحريك دوافع الاعتراض لتشكيل الاتجاه المتطرف.

- الدعوة الحماسية بصورة تدريجية الى الجهاد الالكتروني عن طريق المنشورات والخطب والمرئيات والصوتيات.

- الدعوة الى أهمية القيام بأعمال " نبيلة وسامية" وهو إحياء سنة الجهاد " الفريضة الغائبة" التي هجرها الناس من خلال منهج الحق لإعلان الجهاد داخل العراق على حد زعمهم.

- لقاء الشخص والتحدث اليه عبر الدردشة الالكترونية والمنديات الخاصة ثم الترحيب به كعضو عامل بالتنظيم.

- وضع خارطة طريق شاملة وتقديمها للراغبين في الانخراط المباشر بصفوف التنظيم تبدأ بتأزم الوضع النفسي ثم تقود إلى خطوات المباركة والبدء بالانضمام للعمل في صفوف التنظيم.

واستكمالاً لاستراتيجية داعش في كسب أكبر قدر ممكن من المناصرين والمحافظ على ولائهم المطلق عمدت دعايتها الالكترونية الى اسلوب الترغيب من خلال الترويج عبر مواقعها الالكترونية الى<sup>4</sup>:

<sup>1</sup> اسماعيل محمود عبد الرحمن، الارهاب والثقافة البديلة، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية ، 2014 ، ص 81.

<sup>2</sup> عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والعلاقات الدولية، مصدر سابق ، ص 348 .

<sup>3</sup> فايز عبد الله الشهري، الخطاب الفكري على شبكة الانترنت، جامعة الملك سعود، الرياض ، 2008 ، ص 47.

<sup>4</sup> حسين الفتلاوي، الاساليب الدعائية لتنظيم داعش، مصدر سابق، ص ص 443-444.

- التأكيد على اقامة الخلافة الاسلامية وفق منهج النبوة.

- التركيز على اظهار قيادي التنظيم من الاجانب لاستقطابهم في المعارك.

وقد تعمد تنظيم داعش استعمال الاشاعة المعلوماتية التي تُعد نمط اتصالي هدام مشكوك في اغراضه يروج عبر وسائط الاتصال الالكتروني، تنشر أخبار لا أساس لها من الصحة أو أخبار تحمل جزءاً من الحقيقة فيضخما أو يقلل من شأنها، يُشكل موضوعاً للتداول والحوار والدرشة في المجتمع الافتراضي لمستخدمي الشبكات ومنهم الى الآخرين في المجتمعات الواقعية<sup>1</sup>.

إن هدف التنظيم من بث الاشاعات سواء كانت اجتماعية أم سياسية أم عسكريه ينصرف الى:

أ-اثارة الفرقة على اساس مذهبي أو ديني أو قومي لتعميق الخلافات على هذه الاسس.

ب-تأزيم الوضع العام.

ت-إثارة الانقسامات الداخلية واشغال النظام السياسي بها<sup>2</sup>.

ج-اثارة قلق المواطن وأرباك حركة الاسواق لأحداث عمليات شغب واحتجاج جراء سخط المواطن على الحكومة نتيجة ارتفاع الاسعار .

د-تعظيم مقدرة تنظيم داعش عسكرياً وسياسياً واقتصادياً.

هـ-التشكيك بقدرة وامكانية القوات المسلحة العراقية وزرع بذور التفرقة بين صفوفها أو تأليبها على الدولة والحكومة<sup>3</sup>.

ومن الاشاعات الاجتماعية التي روج لها التنظيم في مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال " ميليشيات تابعة للحكومة تختطف مجاميع من الشباب"، "فتوى الجهاد فتوى طائفية"، "مليشيات صفوية مدعومة من الحكومة تهجر العوائل من بغداد"<sup>4</sup>.

وبالنسبة للشائعات السياسية فقد انصرف البعض منها الى " الاكرد سكتوا عن سقوط الموصل مقابل نفط كركوك"، " ثوار العشائر اتجهوا إلى بغداد لتحريرها من الصفويين"، "امريكا اشترطت رحيل المالكي عن السلطة مقابل المشاركة الفعلية بالعمليات العسكرية للقضاء على تنظيم الدولة"، "الثوار على مشارف بغداد

<sup>1</sup> إن سريان الاشاعة المعلوماتية يمر بخمسة مراحل: (بلبله الافكار، تشجيع الطائفية، خلق عدم الثقة في الاطار السياسي الذي يرتبط به المواطنون ، تقنين قوى المقاومة في الجسد السياسي ، تقنين الوحدة الوطنية ) للمزيد : نهى السيد عبد المعطي ، صحافة المواطن نمط اتصالي جديد ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2015 ، ص 77. قاسم حسين حسن، مادة الاتصال السياسي: الإشاعة ، محاضرات القيت على طلبة قسم الاعلام بكلية الآداب ، جامعة بابل ، العراق ، 2021 ، ص ص 44-45.

<sup>2</sup> لوريتا نابوليوني، الدولة الاسلامية " داعش" واعادة ترسيم حدود الشرق الاوسط، شركة بيت الورق للنشر والتوزيع، بغداد، 2015، ص ص 11-12.

<sup>3</sup> هشام الهاشمي، عالم داعش من النشأة إلى اعلان الخلافة، دار الحكمة، لندن، 2015، ص 130.

<sup>4</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (1).

واهالي الكرخ ينتظرون ساعة الصفر"<sup>1</sup>، أما الشائعات ذات المضمون الاقتصادي: " سقوط مصفى بيجي بيد تنظيم الدولة"، " تعرض الكثير من المصارف العراقية الى عمليات نهب وسطو كما حدث عام 2003"<sup>2</sup>.  
وبهدف تعظيم مقدره التنظيم وبالمقابل التشكيك بإمكانية القوات العراقية المسلحة ومحاولة زرع بذور التفرقة بين صفوفها أو تأليبها على الدولة والحكومة، سارع تنظيم داعش إلى بث الاشاعات الميدانية وقت حدوث المواجهات العسكرية منها: " مقتل ابو الوليد - القائد العسكري بالموصل- وإعدامه أمام أهالي تلعفر"، "سقوط مطار بغداد الدولي"، " دخول قوات إيرانية لإنقاذ القوات العراقية"<sup>3</sup>. وهو ما نفته قيادة عمليات بغداد وتبين لاحقاً للرأي العام انها مجرد اكاذيب لا صحة لها.  
2- استعمال الرموز الالكترونية في الحرب النفسية.

ارتفعت أزمة تنظيم داعش من أزمة منطقة أو "دولة" الى الفضاء الالكتروني، فمع تفاجئنا بآليات تمدد التنظيم وكسبه للمناصرين والحواضن عبر عمليات غسيل المخ والاساليب الدعائية، رغم دموية واجرام التنظيم إلا أن التساؤل هنا حول آليات حرب الرموز الالكترونية التي يسوقها التنظيم في محاولة تحطيم معنويات الآخر سواء الحكومة أم المجتمع المحلي الخاضع تحت سيطرته، وأبرز تلك الآليات:

- ارتداء الزي الخاص ورفع الرايات السود: الملابس في معظمها قريبة من الجيوش النظامية العالمية أو ارتداء ملابس قريبة على الزي الافغاني المعبر عن التشدد ، أما الرايات السود تحمل شعار " الدولة الاسلامية" ، فهي وسيلة ترويجية مختارة بعناية كون ان اللون الاسود يبعث على الخوف والرعب<sup>4</sup>، وهذا واضح من خلال شهادة أحد الجنود العراقيين قبيل سقوط مدينة الموصل قائلاً: " لقد سقطت فرقة كاملة دون أن تطلق داعش إطلاقاً واحدة، إذ فر الضباط وغادرننا بعدهم حينما شاهدنا ثلاث سيارات تحمل رايات سود تدور حول مقر فرقتنا التي نعمل بها"<sup>5</sup>.

- الاستعراضات العسكرية: بعد استيلاء تنظيم داعش على محافظة الموصل وامتلاك العديد من الاسلحة والآليات عمد الى الترويج لاستعراضاته العسكرية عبر مواقع التواصل الرقمي وهي بمثابة رسالة رمزية مؤثرة تسري على ركائز للتلقي هي: رسالة الى القوات الامنية العراقية وفقاً لنظرية استعراض القوة ورسالة الى المدنيين والنازحين العراقيين، والذين لهم موقف مخالف ومعادي لأفعال تنظيم داعش، داخل المناطق المستباحة أو خارجها كجزء من الرعب واستحالة المواجهة في ظل ما يمتلكه التنظيم<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> مجلد الحرب النفسية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (2).

<sup>2</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (3)

<sup>3</sup> لؤي مجيد حسن، الشائعات وسقوط مدينة الموصل، مجلة آداب المستنصرية، العدد 73، الجامعة المستنصرية، العراق، 2016، ص ص 294-295.

<sup>4</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (4).

<sup>5</sup> سعد معن الموسوي، ادوات القتال النفسي، مركز أضاء الاستشاري للدراسات والبحوث، 2014، ص 52.

<sup>6</sup> وإن الاستعراضات العسكرية التي يسوقها تنظيم داعش تحمل رسالة رمزية تركز على الظهور الاعلامي على المستوى الدولي ومخاطبة الرأي العام الاسلامي والاوروبي واصحاب القرار بان التنظيم يملك الاسلحة والتشكيلات التي تثير الرعب وهو ما أشارت له الصحف الامريكية التي صورت التنظيم بالمنظم والمدرب وان الضربات الجوية قد لا تنفع في ظل الاسلحة والمهارات التي يمتلكها ، إذ صرح بايند قائلاً ان الإستحضارات والتخطيط لتحريр

- محاولة الظهور بالمظهر "الانساني": فعلى صعيد الحرب النفسية الناعمة، على سبيل المثال، مجرد دخول قوات التنظيم الى الموصل قام ببث مقاطع فيديو تُظهر "انسانية" افراد داعش من خلال توزيع المساعدات "الانسانية" للمناطق التي سيطروا عليها وتوزيع مبالغ نقدية فضلاً عن توزيع الوقود على المواطنين سواء في محطات الوقود أو ايصالها لبيوتهم، وإن عرض مثل هذه الافلام تحمل هدفين: الاول كسب ثقة وتعاطف المواطنين، والثاني يتمثل بإيهام الرأي العام إن تنظيم داعش يملك أموالاً لدحض الانباء التي تتحدث عن قيام التنظيم بسرقة ونهب مصارف الدولة واخذ الاتاوات من التجار<sup>1</sup>.

- إطلاق الشعارات والأوصاف: الشعار جملة رمزية هدفها نشر فكرة معينة لاستثارة المشاعر، وهو إجراء شائع في الحرب النفسية ، وغالباً ما يتم تعميم أحد الشعارات المنتقاة بعناية كعنوان عريض<sup>2</sup> ، فقد ظهر تنظيم داعش مقترناً بالعديد من الشعارات مثل " دولة الخلافة"، "دولة الاسلام"<sup>3</sup> ، فكانت بمثابة علامة تجارية- دينية ذات ابعاد سياسية تم تسويقها إلكترونياً لتحسين صورتها الخارجية المتضمنة "التسعير النفسي" المرتبط بالصورة الذهنية التي شكلها كونه " المخلص والمنفذ" من ضلال الحكم الفاسد الكافر، فهو الكيان "الضرورة" الذي جاء استجابة للظروف الكارثية التي يمر بها المسلمين وبهذه الصورة تم تغليب داعش كسلعة جاهزة للاستهلاك والبيع في السوق الاسلامي<sup>4</sup>.

ومن آليات حرب الرموز الالكترونية التي يسوقها التنظيم هو إطلاق الاوصاف لقياداته البارزة وتداولها بين صفوفه والمدنيين المستباحين ووسائل الاعلام الالكترونية، كجزء من سير التنظيم بعقلية محددة ومتوافقه مع تياره السلفي، مثل استعمال الكنى " الخليفة امير المؤمنين" " ابو بكر الحسيني البغدادي" " ابو عمر الشيشاني" " أهل العراق"، فضلاً عن الاوصاف التي يطلقها على عدوه المستهدف مثل " الرافضة" " الصفويين" " الكفرة" " عملاء امريكا" " اذئاب إيران" " اعداء الله"<sup>5</sup>.

3- بث الرعب والخوف: وهو يعد اهم السياسات المتبعة لتنظيم داعش للتأثير على معنويات الخصم لتحقيق اهداف عسكرية في ساحات المواجهة فضلاً عن التأثير على الوضع النفسي للمدنيين في الجبهات الداخلية، إذ إن استراتيجية العنف الملازمة للفكر الجهادي والسلفي هي الموجه الرئيس والواضح لمنهجه الذي يرى ان التغيير المقصود لا يتم إلا عبر الجهاد والذي يتم بالقتال بأعنف صورته وأكثره رعباً<sup>6</sup>.

الموصل قد يتطلب سنة على اقل تقدير " ، مما اعطى زخماً معنوياً على ان التنظيم قوة جبارة لا يمكن قهرها بسهولة. كامل القيم، حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والارهاب، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، العدد 2، العراق، ص 271. كذلك: مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (5).

<sup>1</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (6). كذلك: قاسم حسين حسن، الدعاية والحرب النفسية، مصدر سابق، ص 6.

<sup>2</sup> Manuel Adolphsen, Branding in Election Campaigns: Just a Buzzword or a New Quality of Political Communication? MSc Dissertation , (LSE), London School of Economics and Political Science, 2009,p.30.

<sup>3</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (7).

<sup>4</sup> ياسر طالب الخزاولة، ادارة الاعلام الامني بين النظرية والتطبيق، دار الخليج للنشر ، الاردن ، 2018 ، ص 70.

<sup>5</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (8).

<sup>6</sup> حسين جاسم الخزاوعي، داعش وأثره على الامن القومي العراقي، دار الحكمة ، لندن ، 2015 ، ص 88.

وعلى صعيد الحرب النفسية الخشنة، وظف التنظيم نظرية الرعب عبر بثه لتسجيلات مصورة ذات محتوى عنيف وصادم، تظهر فيها قطع الرؤوس والأيادي سواء للعناصر الامنية الذين سقطوا أسري بعد احتلال الموصل او لمواطنين (بخالفون) تعليمات وفتاوي التنظيم، فقد ظهر فيديو لشاب قاموا بجلده امام الناس لأنه كان مفطر في شهر رمضان او رمي شاب من بناية عالية جدا لان التنظيم اتهمه بالشذوذ الجنسي وهذا يأتي في اطار كسب الانصار<sup>1</sup>.

إن عرض مثل هكذا محتوى صادم يدخل ضمن استراتيجية داعش في شن حرب نفسية للتأثير في آراء ومشاعر وسلوكيات العدو بطريقة تسهل الوصول الى تحقيق اهدافه، وخير مثال على ذلك هو قيام التنظيم بإعدام 1500 جندي عراقي في قاعدة سبايكر، وعرض هذا المشهد المرعب الوحشي على مواقع التواصل يصور كيف يتم إطلاق الرصاص على رؤوس الجنود مباشرةً ورميهم في نهر دجلة الذي تحول الى بركة حمراء، لبث الرعب والهلع في قلب كل من شاهده خاصة اعداء التنظيم او من يخالفهم الراي والتوجه.<sup>2</sup> وإذا ما نظرنا بالتحليل إلى نظرية الرعب التي يسوقها تنظيم داعش عبر مواقعه الالكترونية الخاصة لتصبح هذه المشاهد المرعبة الاكثر تداولاً بين اوساط الرأي العام الالكتروني، نراها هي الانسب للتنظيم الذي اصبح الرعب هو هويته التي ينطلق بها ويتمدد من خلالها على اساس المقومات الآتية<sup>3</sup>:

أ- نفسياً، إذا كان الآخر عدو ميداني أو مدني معارض فهو يمتلك قدر من الشجاعة والخوف ، وعمليات التماثل بين تلك الخاصيتين الانسانيين متزاوجة بين الارتفاع والهبوط تبعاً للصورة الذهنية التي يحملها تجاه الطرف الآخر سواء كان صغيراً حاوياً أم ضعيفاً ، فإن طرف الشجاعة والمعنويات ستفرض نفسها في الدماغ ، وان كان العكس فان الخوف والرغبة والخواء ستأتي لامحالة ، فتعمل التسويق الالكتروني للفيديوهات والصور والتصريحات على خلق انطباعات بالتركرار عما يمتلكه التنظيم من قدرة أو استخفاف وسرعة انهاء الآخر ،على وفق الهوة أو الخطأ اللفظي أو المنطقة أو الطائفة ، فكيف إذا كان عدواً ميدانياً على أرض المعركة!

ب - الناحية الثانية مرتبطة بالاتباع والانصار، من الناحية النفسية هناك بعض الافراد لديهم استعداد للجريمة عند التلوين العقلي والاعتداد العقيدي المتطرف ، وهم بذلك مرضى نفسياً وعقلياً يميلون الى مبدأ التوافق بحسب تطلعاتهم وافكارهم وسلوكياتهم العقائدية والفكرية ، فليهم الشذوذ الفكري الذي يجعل من القتل والقسوة والدمار ولون الدم والحرب والاستباحة والسبي والوعيد والفوضى ، ميادين وحواضن بغاية الانتاج والتوافق والتنفيس ، لذلك فإن اسلوب الصدمة أو الخروج عن المألوف أو تحطيم القيم والرحمة ، ما هي إلا عوامل اتصالية ونفسية لكسب النصر ومن ثم التجنيد ، مع وجود فكر لبعض المجاميع المسلحة ان لغة الدم والرعب جزء من الحياة الاعتيادية المرتكزة على التفوق لنصرة الدين وتمدهه.

<sup>1</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (9).

<sup>2</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (10).

<sup>3</sup> كامل القيم، استحضارات ادارة الاعلام والدعاية ضد داعش، ورقة عمل، ندوة حوارية، مركز حمورابي للابحاث والدراسات الاستراتيجية، العراق، 2014 ، ص 15.



## 4-تكتيكات الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش

لتحقيق أهداف الحرب النفسية الالكترونية سعى التنظيم الى استعمال العديد من الاساليب التكتيكية في حربه ضد العراق، نوجز اهمها بالآتي:

- التوريط: من منافذ سياسة تنظيم داعش في استراتيجيته لكسب الانصار خاصة في المناطق التي استباحها هو اتباع اسلوب التوريط، وهو ما فعله مع المدنيين في الموصل من خلال تقديم المساعدات المالية الشهرية لهم وتوفير بعض المستلزمات من اغذية وادوية ووقود أو ممارسة بعض الضغوط الجسدية والاجتماعية ، وهذا يأتي في اطار تجنيد هؤلاء المدنيين ، أي العمل على استخدامهم من غير أن يعملوا ليكتشفوا فجأة إنهم وسط التنظيم وهم جزءاً لا يتجزأ منه<sup>1</sup>.

- توظيف لغة الجسد: وهي اللغة الغير كلامية أو اتصال غير لفظي ، فالمختصون يرون أن نسبة استعمالنا لهذه اللغة يصل إلى 70% من حجم المعلومات التي نستقبلها في عملية الاتصال لتحقيق هدفين : الاول هو الاقناع والتأثير والثاني لنقل المشاعر والمعلومات مما يجعل تأثير هذه اللغة أقوى بخمس مرات من التأثير الذي تتركه الكلمات<sup>2</sup>.

ولغة الجسد هي لغة التخاطب غير اللفظي اللاشعوري تمثل ردة فعل الجسد عند التواصل مع الغير سواء كان عدواً ام صديقاً أم محايداً عن طريق الحركات الصغيرة والبسيطة للوجه أو اليدين، وبالتالي فهم الانسان عن طريق مصطلحات الجسد المنتظمة في لغته، إذ يعد أسلوب ناجح ومؤثر للتواصل الفعال المناسب بحسب الشخص أو الظروف<sup>3</sup>.

فمن خلال تحليل الصور في الفيديو الذي نشره تنظيم داعش الارهابي يظهر فيه اعدام المئات من الجنود العراقيين الذين تم أسرهم من قاعدة سبايكر في محافظة صلاح الدين رصدنا بعض الحركات والايماءات التي تعكس ميول قادة التنظيم وعناصره نحو الكذب والخداع والقتل والولاء ومحاولة الظهور بمظهر المسيطر والمتفوق الذي لا يقهر، فمثلاً احد المثلثين نجده يضع اطراف اصابع كلتا يديه مع بعض لإثبات السيطرة أو السلطة والايحاء ان الامور تحت السيطرة ، ثم يضع يديه على شكل برج للإشارة الى التفوق والتعالي ثم يؤشر بيده نحو عناصر أخرى مما يعني بأشروا بالتنفيذ ليبدلوه بإيماءات كعلامة على الانقياد والطاعة وتطابق الآراء ليتم بعدها اطلاق الرصاص بشكل على الجنود وقتلهم<sup>4</sup>.

وفي نفس الفيديو يُظهر أحد الجنود العراقيين في محاولة تخليص نفسه يدعي انه من المذهب السني ويتوسل لكي يطلقوا سراحه وهو يكلم أحد عناصر داعش ليرد عليه بإغلاق العينين بشكل متكرر يعكس نوع من اللامبالاة أو ضعف الاهتمام وهي ردة فعل للهروب من طلب هذا الجندي ثم يقوم لمس انفه كنوع من الشك

<sup>1</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (11).

<sup>2</sup> تونيا ريمان، قوة لغة الجسد، ترجمة: رفيف غدار، مؤسسة راشد آل مكتوم، الامارات، 2009، ص 23.

<sup>3</sup> ياسر حماية، فن لغة الجسد، دار كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص 5.

<sup>4</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (12).

في كلام هذا الجندي ويقدم على حك ذقنه ليعكس عدم الموافقة لإخلاء سبيله لينتهي المشهد برمي الرصاص عليه، وكذلك يظهر المقطع أحد قادة المجموعة وهو جالس يضع اليدين والمرفقين وراء الرأس، إذ يُستخدم هذا الوضع للتخويف والتهديد أو اظهار انهم في حالة استرخاء لإعاطائهم شعور بالأمن وان كان هذا الامن زائف<sup>1</sup>.

- الاعتماد على الارقام والاحصائيات: وهذا الاسلوب يضيف نوع من المصدقية للتنظيم في أثناء تسويقه الافكار والاحداث ودعمها خاصةً إذا تم تداولها في وسائل الاعلام وذاع صيتها وصارت محط اهتمام وثقة الرأي العام<sup>2</sup>.

ففي صدد ذلك بث التنظيم تقرير الكتروني وتناولته صحيفة الواشنطن تايمز يقول فيه " أن هناك 3 أرتال عسكرية وكل رتل يتألف من 1000 مقاتل يتحركون بسيارات جيب مصفحة وناقلات اشخاص مدرعة، امريكية الصنع تم الاستيلاء عليها وهي تقترب من الشمال والغرب باتجاه القاعدة الجوية الكبرى التي تعتبر القسم العسكري لمطار بغداد الدولي"<sup>3</sup>.

وقد نشر التنظيم على احد مواقعه احصائيات عن عدد المقاتلين العرب الذي سافروا الى العراق وسوريا للإلتحاق بصفوفه منها: "3000" مقاتل تونسي، "2500" مقاتل سعودي ، "1500" مقاتل اردني ، "1500" مقاتل تونسي ، "900" مقاتل لبناني ، "600" مقاتل ليبي ، "360" مقاتل مصري ، "250" مقاتلي جزائري ، علماً ان الدول العربية المعنية لم تنف صحة ما نشره تنظيم داعش بل على العكس البعض منها أكد على صحة هذه الارقام وقامت قناة العربية بنشر هذه الارقام في تقريرها الصادر بتاريخ 2015/8/21<sup>4</sup>.

- اسلوب التكرار: من السياسات المؤثرة في الرأي العام فهو يتضمن تكرار كلمات، فقرات، جمل معينة يؤدي إلى تصديقها من قبل الجمهور، فالتكرار يُعد المفتاح السحري لزرع فكرة داخل عقل الجمهور لتتحول الى جزء من حياته وأحد المكونات الاساسية لوعيه ، فالحرب النفسية لا غنى عنها مطلقاً عن التكرار الذي يُعد وسيلة لتثبيت المعلومات المراد ترسيخها في عقلية ووجدان الجمهور<sup>5</sup> ، فالتكرار من أكثر الاساليب استعمالاً في الحرب النفسية لما يمتلكه من وظائف مهمة ، يمكن ايجازها بالآتي<sup>6</sup>:

أ-دفع الجمهور الى ادراك موضوع الحرب النفسية .

ب-وصول الإشارة الى مختلف شرائح الجمهور وبالتتابع حتى الوصول الى تقبل الفكرة.

ت-يعمل على حفظ الجمهور للفكرة والتذكير بها.

<sup>1</sup> المصدر نفسه.

<sup>2</sup> عبد الكريم الساري، سوّد الألوسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار اسامة للنشر ، الاردن ، 2013 ، ص 20.

<sup>3</sup> صحيفة الواشنطن تايمز، داعش تهدف الاستيلاء على مطار بغداد ، 2014/7/10.

<sup>4</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملف رقم (12).كذلك: قناة العربية ، آخر الأرقام.. من أين يأتي مقاتلو تنظيم داعش؟ ، الموقع: <https://arabic.cnn.com/world/2015/08/21> ، تاريخ الزيارة: 2021/7/9.

<sup>5</sup> ياسر حمادة، فن لغة الجسد ، مصدر سابق ، ص 70.

<sup>6</sup> هالة محمود، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية لعام 2017 ، الدار العربي للنشر ، القاهرة ، 2018 ، ص 96.

ج-توليد الاحساس لدى الجمهور بقوة القائم بالحرب النفسية والثقة به .

وبعد تحليل المضمون الكمي للفيديوهات والابحار والمنشورات التي تم بثها عبر الانترنت<sup>1</sup>، تم حصر أهم الكلمات أو الفقرات أو الافكار التي ركز عليها التنظيم لتوجيه الرأي العام إليها مراراً وتكراراً لتأكيد ما في ذهنه المتلقي ، والجدول ادناه يبين عدد التكرارات مرتبة تنازلياً ، ووزنها المئوي " يساوي عدد التكرارات كل كلمة أو فقرة/ مجموع التكرارات \* 100 )<sup>2</sup>، الذي انطوت عليها الحرب النفسية في اسلوب التكرار الذي اتخذ العديد من الاتجاهات التكتيكية لتحقيق استراتيجية الحرب النفسية الالكترونية للتنظيم .

ت	الكلمات أو الفقرات أو الافكار	الاتجاه	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	اظهار شجاعة مقاتلي تنظيم داعش وانهم لا يقهرون وصعوبة اختراقهم.	تضخيم مبالغة	20	24.39	الاولى
2	اظهار صور ومقاطع اعدام الاسرى من الجنود العراقيين أو المدنيين المخالفين لهم، وصور الآليات العسكرية العراقية وهي مدمرة ومحتركة.	ترويع، تخويف	17	20.73	الثانية
3	التأكيد على قيام التنظيم بتطبيق مبادئ الشريعة الاسلامية، وان التنظيم يسعى الى تحرير العراق من الحكم الظالم الكافر .	كذب، تضليل	15	18.29	الثالثة
4	تكفير الديانات والمذاهب الاخرى، وطرح افكار التنظيم من وجهة نظر عقائدية دينية أو مذهبية.	دين	13	15.85	الرابعة
5	تصوير القوات العراقية انهم يقتلون الابرياء ويفجرون المساجد وينتهكون اعراض وممتلكات المناطق الغربية	تبرير، تحويل انتباه	10	12.19	الخامسة
6	حث المقاتلين على القتال والجهاد للظفر بالجنة، والتأكيد على اقامة الخلافة الاسلامية وفق منهج النبوة.	ترغيب، استمالة	7	8.53	السادسة
					المجموع
			82	%100	

- اسلوب الأشخاص السعيدة: بعيداً عن الذبح والموت والاعدام ، لجأ تنظيم داعش إلى سياسة أخرى في حربه النفسية الناعمة تنصرف إلى التسويق عن طريق شخص سعيد إلى فكرة مفادها أنها ستجلب السعادة المماثلة وهنا تكون الحرب النفسية أقرب إلى الدعاية العاطفية (ترغيب)<sup>3</sup>.

فقد قام التنظيم ببث فيديو عال التقنية لمدة "15" دقيقة يُظهر فيه رجل في الستين من العمر فرنسي الاصل يدعى "أبو صهيب الفرنسي" وهو ينعم بحياة " هانئة وهادئة" التي يعيشها كل من يأتي إلى " جنة الدولة الاسلامية" ، بمشهدية ودراما ونشيد يتضمن أدبيات تنظيم الدولة، يبدأ الفيديو بأكثر من "كادر" لأبي صهيب يلخص الحياة في "الدولة الإسلامية"، فهو مقاتل ويعيش حياته بين الناس ويؤدي الصلاة في وقتها، لإرسال

<sup>1</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم: (13) ، (14) ، (15) ، (16) ، (17) ، (18).

<sup>2</sup> أحمد مصطفى الأشقر، مقدمة في الاحصاء: مفاهيم وطرائق ، ط10 ، دار الثقافة ، عمان ، 2010 ، ص 52.

<sup>3</sup> ويكيبيديا الموسوعة الحرة، أساليب الدعاية المعاصرة، الموقع: <https://ar.wikipedia.org> ، تاريخ الزيارة: 2021/7/9.

رسالة مفادها أنهم لا يقاتلون ولا يقتلون ولا يذبون طيلة الوقت بل إنهم أناس عاديون يعيشون في "مجتمع ودود ومحب"، بعد أن كان يعيش في مجتمعه حزينا كئيباً وهو ما يُظهره الفلم بتناول سيرته التي كانت كفيلاً بشد إهتمام المُتلقي، إذ أنها تتحدث عن رجل كان المفروض ان يكون قسيساً في إحدى الكنائس الكاثوليكية بفرنسا لكنه لم يحصل على اجابته الكافية وبتأثير بالغ يختلط فيه الصوت مع لغة الجسد يتحدث "ابو صهييب الفرنسي" بانه ذات يوم رجع من العمل وفكر مع نفسه بصوت مسموع قائلاً: "الاسلام دين عظيم وسأصلي صلاة المسلمين"، ثم يبين الفلم وهو ساجد يصلي وعلامات الفرح شديدة عليه فيبتسم وتقاسيم وجه توحى للسكينة ثم يبدأ بالبكاء قائلاً: "احساس جميل لا يوصف"، ويصور الفلم انه في وضع مادي واجتماعي جيد من خلال بيته الجميل واثائه الجميلة، وهو يتلقى راتباً شهرياً، ثم يذكر انه قد ذهب للعمرة والتقى بشخص شجعه على الذهاب الى سوريا والعراق وانه امتثل لذلك وهو يعيش في حالة سعادة غامرة<sup>1</sup>.

وفي الجزء الأخير من الفيديو بدأ التسويق "للدولة الإسلامية"، وقال إنه في البداية كان خائفاً ولديه "صورة مشوهة عن الدولة الإسلامية وأنهم غلاة ومتطرفون"، وبعد إعلان الخلافة -يضيف أبو صهييب- التحق بالخلافة التي يراها "واجبة وموافقة للكتاب والسنة"<sup>2</sup>.

- بناء القابلية للتصديق<sup>3</sup>، تتخذ الحرب النفسية الالكترونية في سبيل البساطة صيغة البيان الصحفي ويقدم على شكل عبارات مختصرة تقدم معلومات محددة وموجزة عن حدث ما يسهل حفظها وترديدها وقد تعني هذه العبارات عن الدخول في مجادلات سياسية أو نفسية حول قضية أو فكرة معينة ويستدعي هذا الاسلوب التكنيكي الحصول على ثقة الجمهور وقابلية تصديق الرسالة<sup>4</sup>.

وهذا ما جسدهت البيانات الصحفية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي خاصةً بعد تفهقره وخسارته الكبيرة في معركة الموصل والانتصارات العسكرية للقوات العراقية مدعومة من التحالف الدولي التي ادت إلى خسارته للأرض التي تعد احدى اهم استراتيجياته "باقية وتتمدد" ومن ثم مقتل رأس الهرم "ابو بكر البغدادي"، الذي يُعد "أمير المؤمنين"، فبدأ من خلال خلاياه النائمة يمارس نوع من الانتقام الطائفي، تأليب الرأي العام ضد الحكومة، ويرسل اشارات بأنه لازال موجود ويقوم بعمليات نوعية، إذ أن الغرض من بيانه المذاعة الكترونياً ثلاث أغراض ترويجية<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> إن الهدف من وراء نشر هذا النوع من الفيديوهات هو كسب أكبر عدد من المقاتلين الاجانب في صفوف التنظيم، وقد نجح التنظيم بفضل هذا الاسلوب التكنيكي عبر إبراز "الحياة الهانئة والهادئة" التي يعيشها القادم إلى "جنة الدولة الإسلامية"، فضلاً عن الاساليب الأخرى في جذب آلاف المقاتلين الاجانب، فمثلاً وصل عدد المقاتلين الاجانب الفرنسيين "1500" ومن روسيا "1500" ومن بريطانيا "700" ومن ألمانيا "680" ومن باكستان واوزبكستان "100" مقاتلاً، مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم(12). كذلك: مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي، ملف رقم (20).

<sup>2</sup> المصدر نفسه.

<sup>3</sup> Ralph K. White, "Propaganda: morolly Questionable and morollyunquestionable techniques", Annals, Vol. 398, Nov. 1971,P29.

<sup>4</sup> عماد الحداد، اساليب الدعاية التسويقية الناجحة، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، 2008، ص 35.

<sup>5</sup> مجموعة مؤلفين، تنظيم الدولة المكنى "داعش"، التشكل والخطاب والممارسة، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، قطر، 2018، ص ص

أ- تنبيه وسائل الاعلام الرقمي بحدث معين ليتم نشره ومشاركته مع الجمهور الاوسع.  
ب- رفع مستوى الوعي بالتنظيم، وجذب الانتباه والحصول على تغطية الرسالة واهدافها والانشطة والموقف الفكري والسياسي للتنظيم.

ت- الترويج للتنظيم من خلال الانترنت من أجل الوصول إلى الجمهور المستهدف .

ج- المناصرة، فهو اداة قوية واستعماله بشكل استراتيجي يشكل وسيلة ضغط.

وعليه تبنى التنظيم الانفجار الذي استهدف مدينة الكاظمية شمال بغداد في نيسان من العام 2021، مما أدى إلى وقوع العديد من الشهداء والجرحى، وقال التنظيم في بيان له: " أن مفردة من مقاتلي الدولة الاسلامية نجحت باختراق التحصينات الامنية للحكومة العراقية وقامت بتفجير عبوة ناسفة على تجمع للشيعا أمام ضريح لهم في منطقة الكاظمية ببغداد"<sup>1</sup>.

وقد تبنى التنظيم بعد ايام من نفس الشهر في بيان له الهجوم على سوق شعبي في منطقة الحبيبية شرق بغداد وأعلن مسؤوليته بشكل رسمي في بيان له " الهجوم الذي وقع في معقل الشيعة ببغداد أسفر عن مقتل واصابة 20 شخصاً".

وبنفس الشهر وتحديدا يوم 2021/4/19، تبنى التنظيم عبر التلغرام مسؤوليته عن تفجير بئرين للنفط شمال العراق باستعمال عبوتين ناسقتين مما ادى إلى حدوث اضرار جسيمة بخوط نقل النفط<sup>2</sup>، وبعد شهرين وتحديداً يوم 2021/6/28، تبنى التنظيم هجوما صاروخياً استهدف محطة للكهرباء في محافظة صلاح الدين<sup>3</sup> مما ادى إلى انقطاع التيار الكهربائي عن المحافظة في ظل موجات الحر التي يشهدها العراق في فصل الصيف.

#### الخاتمة:

استعرضنا في الصفحات السابقة موضوع البحث وتمت الإجابة عن اسئلته التي توزعت على مواضيع عدة، ولكننا بحاجة إلى إجمال ما تم تفصيله من أجل رسم صورة متكاملة لموضوع البحث في الاستنتاجات بشقها التحليلي ثم وضع التوصيات والمقترحات، التي نوجز أهمها بالآتي:

#### أولاً: الاستنتاجات

- أوضحت النتائج أن استراتيجية تنظيم داعش في حربه النفسية الالكترونية الموجهة إلى المجتمع العراقي قد وظفت العديد من الأساليب منها (الدعاية، الشائعات، غسيل المخ).

- تبين أن التنظيم إعتد بشكل كبير على بث الرعب والخوف في إطار نظرية الرعب لتحطيم معنويات العسكريين والمدنيين العراقيين.

<sup>1</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملف رقم (20).

<sup>2</sup> المصدر نفسه.

<sup>3</sup> مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملف رقم (19).

- تبنى التنظيم لتحقيق استراتيجيته العديد من التكتيكات (التوريط، توظيف لغة الجسد، الاعتماد على الارقام والاحصائيات، بناء القابلية على التصديق عبر بياناته الالكترونية، فضلاً عن اسلوب التكرار).
- بالنسبة لأسلوب التكرار فقد تبين انه اتجه بشكل كبير إلى التضخيم والمبالغة فجاء بالمرتبة الأولى بواقع "20" تكراراً، يليه الترويع والتخويف بواقع "17" تكراراً ، الكذب والتضليل بواقع "15" تكراراً ، الاتجاه الديني بواقع "13" تكراراً ، التبرير وتحويل الانتباه بواقع "10" تكراراً، واخيراً "7" تكرارات من حصة الترغيب والاستمالة.
- فقد تبين أن الاستمالات التي انطوت عليها الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي كانت استمالات عاطفية ودينية تركز على خطاب سياسي طائفي يهدد واقع ومستقبل جميع مكونات الشعب العراقي.
- تبين أن التنظيم عمد إلى استعمال الرموز الالكترونية (أرتداء الزي الخاص والرايات السود، الاستعراضات العسكرية، محاولة الظهور بالمظهر الانساني، إطلاق الشعارات والاصاف).
- برع التنظيم في تسليح الانترنت باغلب وسائله وخلق مساحات معارك رقمية شاسعة لتحويل رواية النصر عبر الانترنت الى نجاح على ارض الواقع.
- محاولة التنظيم \_ بعد خسارته في معركة الموصل-العودة الى وسائل الاعلام الرقمي مستغلاً التكنولوجيا الرقمية للسماح له بالتحكم الجزئي في البيئة الافتراضية بهدف اعادة صفوفه ويجاد طرق جديدة لشن هجمات توعية بقضيته وجذب الدعم إليه وهذا واضح من بياناته الصحفية الالكترونية التي تبنى فيه العديد من الهجمات الاخيرة التي حدثت بالعراق.
- أن الاهداف الاستراتيجية التي سعى إليها التنظيم عن طريق حربه النفسية الموجهة إلى العراق عبر شبكة الانترنت هي:
- تحطيم معنويات العراقيين العسكريين منهم والمدنيين.
- تجنيد العديد من العناصر سواء من داخل العراق أم من خارجه " مقاتلين أجنب".
- زرع بذور الفتنة الطائفية بين اوساط الشعب العراقي.
- تأليب الرأي العام العراقي ضد الحكومة.
- التركيز على "حتمية الصراع" عبر تكثيف عملياته الارهابية والترويج لها عبر وسائل الاعلام الرقمي كنوع من الظهور المتكرر لإقناع الرأي العام العراقي بتماسك التنظيم خاصةً بعد انهيار استراتيجية التمكين في اعقاب سقوط " خلافته الداعشية" إثر هزيمته العسكرية الكبرى في معركة الموصل.
- التوجه نحو " ادارة التوحش والتمكين" من خلال خلاياه النائمة وابقاؤها للقيام بعمليات نوعية مفاجئة تحت مسمى " استراتيجية الظهور والتلاشي".
- التسويق الالكتروني لمحتوى داعش، إذ يتجه نحو الاتباع الجهاديين لإثارة مشاعر الغضب لديهم وتنمية الشعور عندهم بالانتماء " للامة الداعشية".

- أما التسويق نحو الآخر خاصةً المسلمين لإثارة مشاعر الارهاب والخوف، على المستوى المحلي، فحرب المحتوى تؤدي إلى ترويع الناس وحملهم على الفرار من بيوتهم " المدنيين " أوترك أماكنهم والانسحاب من الميدان " العسكريين " .

- تطبيق الاستراتيجية الغير مباشرة التي يعمل عليها منذ انهياره عام 2017 لتجنب الخسائر البشرية في صفوفه، وتتركه يتحين فرصة مواتية تعيده لمواجهة الاحداث.

- إن استراتيجية تنظيم داعش الارهابي حالياً وفي المستقبل القريب سوف يكون اخلال توازن وزعزعة وازعاج خصومه وتفتيتهم مادياً ومعنوياً والاقتراب من اماكن تواجدهم في اتجاهات لا يتوقعونها.

### ثانياً: التوصيات

في ضوء الاستنتاجات السابقة يمكن وضع العديد من التوصيات، نوجزها بالآتي:

- إنشاء مراكز بحوث متخصصة في مجال الحرب النفسية الالكترونية والاعلام الرقمي يستفيد منها الباحثون والمعنيون كقاعدة معلومات في هذا المجال بهدف الارتقاء به.

- تفعيل المواجهة الحكومية كونها تملك الامكانيات للتخطيط لشن حرية نفسية الكترونية مضادة باتجاه التنظيم وبتجاه المجتمع.

- لابد من الاعتماد على المتخصصين في مجال الاتصال الرقمي والعلوم السياسية والنفسية في التخطيط الاستراتيجي لإدارة الصراع الافتراضي بكل وسائله واساليبه.

- أن تقوم الجهات المعنية سواء كانت حكومية أم مجتمع مدني بإقامة ورش عمل ودورات وندوات لتعزيز الوحدة الوطنية بين مكونات الشعب العراقي وخلق الثقة بينهم من جانب ومع الحكومة من جانب آخر فضلاً عن توعيتهم بالأهداف الاستراتيجية لتنظيم داعش الارهابي.

- أن تضطلع المؤسسات التربوية " الاسرة، المدرسة، الجامعات " بدورها الحقيقي في التحصين الفكري للأطفال والشباب لحمايتهم مستقبلاً من الافكار والسلوكيات المنحرفة والاجرامية.

- ان تعمل الحكومة والقطاع الخاص على بذل الجهود كافة للقضاء على البطالة خاصة بين فئة الشباب لتجنب اغراؤهم من قبل التنظيم بالوسائل المادية وتجنيدهم في صفوفه.

- إنشاء غرفة عمليات الكترونية خاصة لمراقبة المنشورات الداعشية بهدف شن حرب نفسية الكترونية مضادة وفق خطط مدروسة.

- اعتماد منظومة الكترونية متطورة من قبل جهاز مكافحة الارهاب لتسهيل عملية متابعة العناصر المنتمية للتنظيم والكشف عن خططهم لإفشالها قبل التنفيذ.

- ايجاد خطاب ديني وسياسي واعلامي موحد عبر اعطاء دور أكبر لرجال الدين المعتدلين والسياسيين الوطنيين ووسائل الاعلام يدعو للتصدي للأفكار الهدامة والمنحرفة ودعمهم مادياً ومعنوياً.

- تفعيل القوانين وتطبيقها بقوة بحق كل من يروج للطائفية والعنف والافكار المنحرفة ويهدد السلم الاهلي والمجتمعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإنزال اقصى العقوبات ضده.

### ثالثاً: المقترحات، يقترح الباحث الآتي:

- دراسة الحرب النفسية لتنظيم داعش الموجهة إلى دول عربية أخرى ينشط فيها مثل سوريا، مصر ومقارنتها مع حالة العراق.
- دراسة توجهات عناصر التنظيم الواقعيين في قبضة القوات العراقية لمعرفة بناءهم السايكولوجي والاتصالي والسياسي للإفادة منها مستقبلاً في رسم استراتيجيات المواجهة أو محاولة إعادة تأهيلهم خاصة الذين لم يمارسوا القتل بحق العراقيين.

### المصادر والمراجع

#### أولاً: القرآن الكريم

#### ثانياً: المصادر باللغة العربية

- أحمد مصطفى الأشقر، مقدمة في الاحصاء : مفاهيم وطرائق، ط10، دار الثقافة، عمان، 2010.
- اسماعيل محمود عبد الرحمن، الارهاب والثقافة البديلة، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2014 .
- ايهاب خليفة ، القوة الذكية، كيف يمكن ان تدير الدول شؤونها في عصر الانترنت، دار المنهل، عمان ، 2017.
- بطرس الحلاق، الاعلام والحرب النفسية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020 .
- تونيا ريمان، قوة لغة الجسد، ترجمة: رفيف غدار، مؤسسة راشد آل مكتوم، الامارات، 2009.
- حسين الفتلاوي، الاساليب الدعائية لتنظيم داعش الارهابي في مواقع التواصل الاجتماعي ، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد 27 ، 2017.
- حسين جاسم الخزاعي، داعش وأثره على الامن القومي العراقي، دار الحكمة، لندن، 2015.
- ذوقان عبيدات، وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أسسه، أساليبه، دار الفكر ناشرون وموزعون، الاردن، 2016.
- رشيد احمد طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الانسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004
- ريتشارد كلارك، روبرت نيك، حرب الفضاء الالكتروني، ترجمة: مركز الامارات للبحوث الاستراتيجية، الامارات، 2014 .
- سعد معن الموسوي، ادوات القتال النفسي، مركز أضواء الاستشاري للدراسات والبحوث، 2014 .
- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة ، 1995.
- الصادق رابع ، الاعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2004.
- صحيفة الواشنطن تايمز، داعش تهدف الاستيلاء على مطار بغداد، 2014/7/10 .
- عادل عبد الصادق ، الحملات الالكترونية: المفهوم وآليات التغيير، المركز العربي لأبحاث الفضاء، القاهرة، 2013.
- عبد الكريم الساري، سوّدد الألوّسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، دار اسامة للنشر، الاردن، 2013.
- عماد الحداد ، اساليب الدعاية التسويقية الناجحة ، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر ، القاهرة ، 2008.
- فايز عبد الله الشهري ، الخطاب الفكري على شبكة الانترنت ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، 2008.
- فرج الكامل ، بحوث الاعلام والرأي العام: تصميمها واجراؤها وتحليلها ، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، 2001.
- قاسم حسين حسن ، اساليب ووسائل الحرب النفسية ، محاضرات القيت على طلبة قسم الاعلام ، كلية الاداب ، جامعة بابل، 2021 .



- كامل القيم ، استحضارات ادارة الاعلام والدعاية ضد داعش ، ورقة عمل ، ندوة حوارية ، مركز حمورابي للابحاث والدراسات الاستراتيجية ، العراق ، 2014.
- كامل القيم ، حرب الرموز وتسويق مثيرات العنف والارهاب ، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية ، العدد 2 العراق .
- لوريتا نابوليوني ، الدولة الاسلامية " داعش" واعادة ترسيم حدود الشرق الاوسط ، شركة بيت الوراق للنشر والتوزيع، بغداد، 2015 .
- لؤي مجيد حسن ، الشائعات وسقوط مدينة الموصل ، مجلة آداب المستنصرية ، العدد 73 ، الجامعة المستنصرية ، العراق، 2016 .
- مجلد الحرب النفسية الالكترونية لتنظيم داعش الارهابي ، ملفات من رقم (1) إلى رقم (20).
- مجموعة مؤلفين ، تنظيم الدولة المكنى "داعش" ، التشكل والخطاب والممارسة ، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات ، قطر، 2018 .
- نهى السيد عبد المعطي ، صحافة المواطن نمط اتصالي جديد ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2015.
- هالة محمود ، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية لعام 2017 ، الدار العربي للنشر ، القاهرة ، 2018.
- هشام الهاشمي، عالم داعش من النشأة إلى اعلان الخلافة، دار الحكمة، لندن ، 2015..
- ياسر حماية، فن لغة الجسد، دار كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
- ياسر طالب الخزاعلة ، ادارة الاعلام الامني بين النظرية والتطبيق ، دار الخليج للنشر ، الاردن ، 2018.
- يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، بحث منشور، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011.

### ثالثاً : المصادر باللغة الاجنبية

- Lawrence J.Lau,The China-US Trade war& future Economic Relations,Hong Kong, The Chinese University Press,2018.
- Lee W.Eysturlid,DanielCoetzee,Philosophers of War, The Evolution of Historys Greatest Military Thinkers,California:ABC ClIO,2013.
- Manuel Adolphsen , Branding in Election Campaigns: Just a Buzzword or a New Quality of Political Communication? MSc Dissertation , (LSE), London School of Economics and Political Science, 2009.
- Ralph K. White , "Propaganda: morolly Questionable and morollyunqeuestionable techniques", Annals, Vol. 398, Nov. 1971.
- stole& mare hooghe, Dietlind, "chronicle of a war foretold: acomparative study of media framing in television news broadcasts in preparation to the war in Iraq, March 2003", (paper presented at the APSA political communication conference on international communication and conflict, august 31, 2003.

## أثر الإعلام السياسي على الكتابة الصحفية The impact of political media on journalistic writing

ريم الشريف

أستاذ مساعد للتعليم العال/كلية الآداب والعلوم الإنسانية بالقيروان / تونس  
تخصص علوم وتقنيات الفنون

### الملخص:

حاولنا أن ندرس في هذه الورقة العلمية تطور الصحافة الذي ارتبط بدوره بتطور المجتمع الذي ظهرت فيه الصحافة، بقدر ما تنمو الصحافة، بقدر ما يتضاعف دورها وتحتل مكانة هامة في المسار التاريخي للبلد. حاولنا في هذه الورقة أيضا أن ندرس علاقة الصحافة بالمجتمع ودورها المحوري والرئيسي في النظريات الإعلامية المعاصرة والكتابة الصحفية لها تقاليد ترسخت تدريجيا مع الزمن. كما أن علاقة الصحافة بالسلطة السياسية تمثل حلقة من حلقات التفاعل بينهما على امتداد السنين وصحيفة اليوم هي نتاج تطور صحيفة الأمس. لذلك ارتأينا أن نطرح هذه الإشكالية ما هي العوامل التي ساهمت في تحديد مسار الكتابة الصحفية التي أثرت على تطورها ونموها، ومثلما تخضع الصحافة للمؤثرات، فلها أيضا مجالاتها في التأثير على المجتمع وخاصة علاقة الصحافة بالسلطة.

كلمات المفاتيح: الإعلام، السلطة، الصحافة

### Abstract

In This scientific article, we tried to examine the evolution of journalism, which in turn was linked to the development of a society in which journalism was emerging, as much as journalism was growing, as well as its dual role and occupies an important place in the historical course of the country. In this article, we also tried to examine the relationship of journalism to society and its central and key role in contemporary media theories and journalistic writing with traditions that have gradually taken root over time. The Relationship of the press to political power has also been a link between them over the years and today's newspaper is the product of the development of yesterday's newspaper. So we decided to raise this issue what factors contributed to determining the course of journalistic writing that influenced its development and growth, and just as the press is subject to influences, it also has its areas of influence on society, especially the relationship of the press to power.

## مقدمة

السياسة هي فنّ الممكن أي دراسة تغير الواقع السياسي حسب إرادة الحاكم والمواطنين وبالتالي يمكن القول إن الفعل السياسي يبنى على شرط التبادل، أي يفترض الآخر الذي سيتواصل معه عن طريق الأفكار والمقاصد والتصورات، والمشاعر، والانفعالات، والرؤى ووجهات النظر التي يمكن أن تتماشى مع محيطه ومع طريقة عيشه والتي لا يمكن أن تتحقق بمفردها بل عن طريق التواصل. فهي لغة يختلط فيها الوصف بالتقييم، والتدوين بالأمر والرصد بالتوصية، كما أنها لغة تقتبس من الفن والأسطورة، كما من العلم والدين. إن الاتصال هو جوهر العلاقات الإنسانية، فالاتصال والعلاقات الإنسانية لا يمكن أن تتفصل إلا اصطناعياً إذ أنهما على مستوى الوجود لا يمثلان سوى شيء واحد. فالإنسان ككائن اجتماعي لا يعيش بمفرده بل وسط مجموعة بحيث يفرض أدوات للتواصل، تنتوع هذه الآليات حسب رغبته وحسب المحيط الذي يوجد فيه ومن هذه الناحية يتفنن هذا الكائن في تبليغ رسالته عبر الزمان والمكان، إذ يمكنه أن يميز بين وسائل سمعية منطوقة مثل اللغة والأصوات ووسائل مرئية مثل الحركات واللباس وتعبير الوجه. فالتواصل اللغوي، هو مصدر القيمة التي تجعل الإنسان مميزاً ويمكن أن يتميز أكثر إذ أراد البلوغ إلى هدف معين وخاصة في الجانب السياسي الذي يعد من أهم الحقول التي تستوجب من الفرد أن يتقن لغة التواصل: *فاللغة وعاء يحتوي أسمى ما يمكن أن يتعلق به الفرد من معانٍ*<sup>1</sup>. مما يخدم مصالحه السياسية، الثقافية والاجتماعية، هذا مما يجعل من أنماط التواصل تنتوع في مختلف الحقول المعرفية، من أهمها الحقل السياسي بالتحديد التواصل السياسي الذي يعرفه كل من *ليفيد إل سوانسون* و *دان نيمو* بقولهما: *«إنه الاستخدام الاستراتيجي للتأثير على معرفة الجمهور ومعتقداته وأفعاله بشأن المسائل السياسية»*<sup>2</sup>. وأن الفرد يمكنه أن يمارس حقوقه وواجباته وان يتبع الغير الذي يوزع المعلومة والخبر وان تكون نشر هذه الأخيرة فيها جانب كبير من الصحة والشفافية، لذلك نجد أن المعلومات يجب أن تكون متوفرة في الكتابة الصحفية التي تعد الفضاء الأمل الذي تتبادل فيه الخطابات المتعارضة من قبل الفاعلين السياسيين الذين يتمتعون بشرعية التعبير عن رأيهم في السياسة وكل حسب موقعه، فتجده يتفنن في عملية الإبلاغ. وهذا ما سنبحث عنه في هذا المقال **أثر الإعلام السياسي على الكتابة الصحفية**. بما أن الصحيفة هي الوسيلة التي من خلالها تثار مختلف القضايا التي تهتم حزباً معيناً أو جهة أو جماعة من أجل التعبير عن رأي ومن أجل خلق رأي عام حول مجمل القضايا المطروحة سياسياً أو فكرياً أو اقتصادياً أو ثقافياً. وهي تلعب دوراً رئيسياً ومفصلياً في عملية الترويج السياسي وتشكيل الرأي العام. وقد عرّف *عزمي محمود* *الصحيفة بأن لها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات والأفكار الناضجة والمناسبة لجميع القراء*<sup>3</sup>. كما أن مشاركتها في الحياة السياسية جعلها على علاقة وثيقة مع السلطة. وارتبط تطورها بالتالي بالظروف السياسية المحيطة بها. وقد عملت السلطة على

<sup>1</sup> عبد الرحمن عزي {2009}، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، الدار المتوسطية للنشر

تونس، ص 75

<sup>2</sup> Swanson, D. Nimmo (1990), New direction in political communication , Resource Book, Thousand Oaks sage, p9

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 30

التدخل في حياة الصحافة بأشكال مختلفة يتعين تحديدها، ويمكن للسلطة أن تكون عامل تنشيط للحياة الصحفية، كما يمكن أن تضع العراقيل للحد من الكتابة الصحفية. وهكذا ارتأينا أن نطرح بعض الأسئلة التي سنعمل على معالجتها في هذا البحث: كيف ستكون أشكال الكتابة الصحفية قبل وبعد ثورات الربيع؟ ما مدى تأثير الإعلام السياسي على الصحافة المكتوبة؟ وثانيا هل للسلطة السياسية دور في تحديد صنف الكتابة الصحفية؟ وأخيرا وليس آخر الطرح ما هدف الإعلام السياسي من التدخل في الإعلام بمختلف أصنافه من أهمها الإعلام المكتوب؟

## I. الإعلام والسياسة

### 1. الاتصال السياسي

الاتصال السياسي ظاهرة إنسانية اجتماعية تكونت منذ ظهور التجمعات الإنسانية وارتبطت بتكوين الفرد الاجتماعي والسياسي وتفاعله مع بيئته السياسية داخل وخارج مجتمعه. فعلى سبيل المثال نظر الفيلسوف "أرسطو" إلى الإنسان ككائن سياسي بطبعه، وانطلق من خلال كتاباته من ضرورة الاعتراف بأن القانون في أي دولة صالحة، يجب أن يكون له الصوت الأعلى وان الحكمة الجماعية للشعب من الشعوب اسمي من حكمة أعقل المشرعين.

إن أهمية الإعلام السياسي هو إقناع الجمهور وحملهم على اعتناق سياسات الدولة، وكسب الرأي العام كما أن اليوم الحاجة إلى وسائل الإعلام تزداد يوماً بعد يوم بوصفها من أهم الوسائط بين مصادر الأخبار فهي في تزايد كبير وتُطبع بالآلاف بعد أن كان العدد محصور على بعض الورقات فمنذ بداية الأتوار وحتى القرنين السابع والثامن عشر، ظل جزء من الأخبار منسوجا باليد، خصوصاً الصحافة السرية التي تهتم بأخبار الملوك والعائلة الحاكمة، فأغلب الأخبار كانت تعني ببعض القرارات التي تهتم الحاشية أو الدول المجاورة. وبالتالي فأغلبها كانت تصدر في شكل دوريات تتكون من أربع صفحات كدورية Relation صدرت في مدينة "ستراسبورغ" سنة 1605 بألمانية للناشر "يوهان كارولوس" وكان محتوى هذه الدورية هو سرد الأخبار المتميزة والدقيقة لان صاحبها كان ذو شان سياسي كبير لذلك كانت تتحكم فيه السلطة العليا في نشر الأخبار.<sup>1</sup>

#### الصورة الأولى<sup>1</sup>

وفي هذه الفترة كان هناك أيضا تميز في جميع الميادين التي تعني بالكتابة إلى أن حدث في القرن التاسع عشر انطلاق الصحافة المكتوبة بامتياز مع انطلاق مطبعة "غنتبورغ" هذه المطبعة التي سمحت بنشر جميع النصوص في كامل أوروبا، وبالتالي انتشار الطباعة مما جعل الكتب منتشرة بكثرة، وشيوع مبدأ القراءة الجماعية في مرحلة أولي حيث كانت الساحات العامة هي الملاذ إلى أن يسمع فيها المواطن الأخبار بمقابل المالي بسيط، أو بدون مقابل كل حسب العرف المتداول عليه، وقبل ذلك كانت ساحة **الإغواء** هي

<sup>1</sup> فكانت أول دورية مطبوعة تتكون من اربع صفحات اسمها Relation<sup>1</sup> صدرت في "ستراسبورغ" سنة 1605 بالألمانية للناشر "يوهان كارولوس" وقد كانت تتميز هذه الصحيفة بسرد الأخبار المتميزة، University library of heidelberg, Germany werke /RELATION1609.xml,page0005

المتنفس الوحيد للممارسة الهوائية وبرز القدرة على قول الحكمة وسرد الأخبار ومناقشة القضايا الهامة التي تعنى بالاكشافات وقد كانت هذه الساحة هي الفضاء المفضل للفلاسفة، وبعد ذلك تعددت الفضاءات التي غيرت من مفهوم نشر الأخبار وطريقة سردها حتى انه أصبح هناك تقليد جديد يسمي " بالقرءة صامتة"<sup>1</sup> التي يمارسها الفرد وحده بينه وبين الكتاب ليتخلص من الرقابة الجماعية لان تحليله ورأيه لا يعني احد غيره، وبالتالي يكتسب الفكرة والمعرفة من خلال قراءته الذاتية حتى انه وحسب رأي المؤرخ الفرنسي "أليكسيس دو توكفيل"، للصحافة دور مهم في المجتمع الأمريكي الشاب في تصوير الديمقراطية، كذلك فان تدفق الحياة السياسية في جميع أنحاء البلاد ينعش الصحافة التي تقوم بوصول السياسي بالأراء الفردية.

### • بعض الفضاءات العامة لنشر الخبر



3 صورة الثالثة: من الشارع المغربي



صورة 2 الثانية من الشارع الرياض



4 صورة الخامسة: من الشارع الموريتاني



صورة الرابعة: من مصر

إن مختلف هذه الصور هي شاهد على أشكال انتشار الصحافة المكتوبة، والتي كما قلنا سلفاً أن أشكالها الأولى كانت جماعية مثلما هو موجود في الصورة الثانية في مدينة الرياض كان مقر قراءة الصحف وتلقي الأخبار هو "حانوت بقلة" أين يقرأ لهم صاحب المحل الأخبار بمقابل مالي، أما شكل الصورة الخامسة تركز على مبدأ الحوار ليس كما هو موجود على الصورة بشكل كاريكاتوري ولكن عند التمعن في طريقة عرض الصحف الملقاة على الأرض ستكتشف ذلك، فهذه المجموعة المنكبة على الصحف وتطالع الأخبار هي

<sup>1</sup> م.م. زينة عبد الأمير حسن {2011}، القراءة الصامتة أهميتها ومفهومها وأنواعها ومهارتها وسبل تنميتها، الجامعة المستنصرية/كلية التربية الأساسية، مجلة كلية التربية الأساسية العدد الحادي والسبعون، ص244

1- <sup>2</sup> بدايات سوق الإشتهار في المغرب، كتبه سوس بلوس، تحديث 6جويلية2016، 23: 11 صباحا، انظر الرابط التالي: <https://soussplus.com/76657.html>

<sup>3</sup> [https://m.facebook.com/Moroccan.History/photos/a.344200875654839/772467272828195/?type=3&locale2=ar\\_AR](https://m.facebook.com/Moroccan.History/photos/a.344200875654839/772467272828195/?type=3&locale2=ar_AR)

<sup>4</sup> <http://mauriactu.info/ar/articles>

أغلبها تريد مناقشة ما يحدث في البلاد وبالتالي يكون هناك تواصل بينهم بطريقة عشوائية تختلف فيها الآراء ولكن الهدف واحد هو نشر المعلومة وتحليلها حسب الفهم والوضع الذي ستناقش فيه. وبالتالي هذه الطريقة الجماعية هي التي تعطي الفرصة ليكون الحوار متفرع وأيضا لتحليل المسألة المراد معرفتها وهكذا فإن الصحف هدفها نشر المعلومة. فمثلا في الصورة الرابعة التي نشاهد فيها فارسا يمتطي عربة يقودها حصان هذه العادة كانت موجودة في الحضارة المصرية القديمة والتي كانت تعرف باستطلاع الخبر بين منطقة وأخرى أين يقوم الفارس بحمل الخبر ونشره أو حمل رسالة من حاكم إلى آخر. وبالتالي نفهم من هذه الصور وغيرها كيف أن الصحافة أعطت تجربة لمختلف الصيغ والأشكال التي يمكن الاعتماد عليها لإصدار الصحف.

### 1. أ. تعريف الإعلام السياسي

تعددت تعريفات الإعلام السياسي حسب منطلقات الإعلاميين الإيديولوجية: الإعلام السياسي هو حملة إخبارية منظمة هادفة تطلقها الدولة {المرسل} إلى الجمهور {المستقبل} لتنفيذ التأثير في نفوسهم ولتحقيق أهداف تتعلق بسياسة الدولة تجاه موقف معين. وهو ما يمكن أن نطلق عليها حسب نظرية Gazenave "النموذج السلوكي" "Le Modèle comportementaliste ou Behaviouriste"، هذه النظرية تعود بالأساس إلى Harold Lasswell الذي يقول فيها بأن المجتمع كان يتكون من أفراد سلبيين منعزلين يتقبلون دون مقاومة لأن وسائل الإعلام هي التي كانت تقوم بضخ المعلومات دون ترك مساحة للنقاش وإبداء الرأي<sup>1</sup>. في حين لو اعتمدنا على تعريف آخر سنجد موقفاً آخر وهو "كارل دويتش" إذ يقول بأن "الإعلام السياسي هو عصب العملية السياسية، فإذا كان الإعلام فاعلا قلل احتمالات الخطأ في اتخاذ القرارات التي هي قمة وغاية الإعلام السياسي. «أما في مجال آخر الاتصال السياسي هو نشاط اتصالي، تعددت الآراء بشأنه، حيث يقول "هيوك كازنيف" "Hugue Gazeneuve" الاتصال السياسي هو كل التقنيات التي يستعملها السياسيون والحكام وأهل الاختصاص في الإدلاء بالنصيحة السياسية مع الاعتماد على جميع القنوات والدعائم كالخطب في الساحات العمومية، الحوارات الرسائل والمقالات الصحفية التي تحتوي على رسائل بعضها مشفر بغاية إرباك الخصم<sup>2</sup>. إن مجال الاتصال السياسي هو مجال واسع يطرح العديد من المواضيع في شتى المجالات وليس مقتصرًا على المختصين فقط من علماء السياسة والأطراف الفاعلين، فقد نزل الاتصال السياسي إلى الساحة العمومية لتصبح السياسة متداولة في هذا الفضاء على حد تعبير "هابرماس" الذي أعلن أن الساحة العمومية أصبحت هي ملاذ السياسيين والصحافيين وكل من له قضية ليناقشها داخل هذا الفضاء حتى أن الرسامين أصبحوا يناقشون السياسية بطريقتهم، كهذا العمل الفني الذي لم يستطع التاريخ أن يزيل الغبار عنه حتى أن صاحب العمل وهو الفنان بيكاسو قال عنه "لطالما كانت لوحة غرنيكا مصدر إزعاج لسلطات فرانكو بصفقتها رمزاً فنياً ضد الديكتاتورية"<sup>3</sup>، لوحة "غرنيكا" "Guernica" صورت الغارة التي حدثت في مدينة "غرنيكا" سنة

<sup>1</sup> نبيلة بو خيرة (جوان 2014)، الاتصال السياسي - نماذج الاتصال السياسي Hugue Gazeneuve les modelés de la communication politique، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 15، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03 /الجزائر

<sup>2</sup> نفس المرجع، نبيلة بو خيرة، الاتصال السياسي

<sup>3</sup> مها عمر، { 28 / 03 / 2017 }، غرنيكا... اللوحة التي ألهمت العالم، للمزيد من الاطلاع انظر موقع <https://www.ultrasawt.com/>

26 أبريل 1936 المدينة الواقعة في إقليم الباسك في اسبانيا هذه الغارة التي راح ضحيتها قرابة 1654 قتيلا اغلبهم من الأطفال والنساء والعزل، هذا الفنان رسم الفوضى السياسية بطريقته الخاصة معتمدا على جملة من الرموز "كالثور" الحصان "المرأة التي تحمل طفلها" الجندي الملقى على الأرض"... لو تمعنا في هذه اللوحة الفنية ستجد نفسك أمام مشهد سياسي بمعنى الكلمة لما تحمله هذه اللوحة من دلالات ورموز وشفرات. لأن الرسام استعمل رموز تعيش معنا «كالثور والحصان والحمام وغيرها من الدلالات فما نعيشه اليوم في الساحة السياسية قبل وبعد الثورة هو عبارة عن لوحة فنية ولكن ثلاثية الأبعاد نلمسها ونعيش معها.



الصورة السادسة: صورة لأنقاض مدينة غرنيكا/ 26 أبريل 1937/ قصف جوي على حدود الساعة 30: 19-30: 16 توقيت وسط أوروبا / قصف نفذ من قبل جيش الكندور Legionary Air Force



الصورة السابعة: لوحة "غرنيكا" بيكاسو. الرموز المستعملة في اللوحة: 1 الحصان يرمز إلى الشعب الاسباني/ 2: الثور يرمز إلى العنف/ 3: أربعة نساء مقطعة أجسادهن ترمز إلى الضحايا/ 4: جندي على الأرض يرمز إلى الهزيمة/ 5: نور من الأعلى يرمز إلى بصيص الأمل/ 6: مصباح يشير إلى حماسة السلام

فقيمة هذا العمل الفني لم يقف في اسبانيا فقط بل تجاوز الحدود إذ شُيد في العديد من الدول الغربية والعربية واستعمل كلوحة كجداريه فنية ترمز للنضالي والبعض الآخر استعمل لوحة "غرنيكا" كغلاف لبعض الكتب مع تحليل الوضع السياسي الذي تعيشه المنطقة وهنا سنذكر بعض الأمثلة مع الاعتماد على صور لتدليل بها:

- العنوان الأول يحمل اسم " حلب...الغرنيكا" السورية<sup>1</sup> وهو مقال للإعلامي مشاري الذايدي
- كتاب حول "البرجوازية وأزمة السياسية في بلاد عربية مصر" للكاتب عادل غنيم
- كتاب آخر معنون ب"أزمة الدولة المصرية المعاصرة" وآخر بعنوان "العنف على المدنيين الأبرياء أيها السادسة"

<sup>1</sup> مشاري الذايدي: حلب الغرنيكا السورية، الشرق الأوسط، الجمعة - 15 ذو القعدة 1437 هـ - 19 أغسطس 2016 م رقم العدد [13779]، انظر



• عينات من الكتب التي استعملت لوحة غرينكا صور 8+9+10+11

تقوم وسائل الاتصال السياسي بدور مهم في التنشئة السياسية للأفراد من خلال تقديمها للمعلومات عن العالم السياسي والحقائق والنوعية والقيم السياسية العامة، لأن أكثر وظائف اللغة السياسية وضوحاً هي وظيفة نشر المعلومات عن الأوضاع أو الشخصيات السياسية وعادة ما يزودهم السياسيون بأخبار ومعلومات قد تكون في بعض الأحيان غير صحيحة. فمهمة الإعلام السياسي هي الإخبار لأن لها تأثيراً كبيراً في المجتمع والنظام السياسي حتى أن كثيراً من الحكومات كانت تستغل حاجة الشعوب إلى المعلومات فتنتقي من بينها ما يتفق مع سياستها وأهدافها وتقدم المعالجة الإخبارية في نفس الإطار الذي يخدم تلك السياسة ويحقق الهدف. ولتأكيد هذه الفكرة يمكن أن نستدل بنظرية «النموذج النقدي» "Le Modèle Critique" هذه النظرية التي تؤكد على أن عملية الاتصال إنما هي مجموع الشروط والظروف التي يتم فيها إنتاج الواقع الاجتماعي والسياسي الذي تكون فيه عملية الاتصال ايجابية بين الطرفين.

## 2. السلطة والصحافة

كلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام والاعتماد عليها زاد الاحتمال بان تغير المعلومات من معارف ومشاعر وسلوك الأفراد، وأن اغلب وسائل الاتصال تسهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية إلا أن البدايات الأولى في تشكيل الإعلام السياسي كان مع كتابات مؤسسي "نظرية الاعتماد"<sup>1</sup> "ميلفن ديفلير" و "ساندار بول أوكيتشن" سنة 1974 والفكرة الرئيسية لهذه النظرية حسب مؤسسيها هو أن اغلب أفراد المجتمع يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الاتصال رغبة منهم في إشباع فضولهم، لأن اغلبهم يكونون غير قادرين على الوصول إلى السياسيين، وبالتالي فإنه يبني معرفته وتصوراته عن الساسة بواسطة ما يسمعه أو يراه منهم شخصياً، لذلك فإن الكلمات هي التي تحرك عجلة السياسية، كما أن الرسائل عادة تحتوى إضافة إلى المعلومات الظاهرة التي تنقلها الكلمات من معاني ضمنية ذات أهمية ودلالة بالنسبة للمتلقي، والصور اللفظية التي تعد هي الأخرى مادة خصبة لتأويلات وفهم معان غير مقصودة. حتى انه يمكن أن نستدل بقولة للقصراوي الذي يقول: "...إلى أن الجرعة المفرطة من الأخبار السلبية لا تعكس الصورة الحقيقية ويبقي المواطن

<sup>1</sup> وجددي حلمي عيد عبد الظاهر {2013/12/13}، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory ، جامعة ام القرى، <http://uqu.edu.sa/page/ar181765>



عالمًا بين الإخبار السلبية المتكررة من جهة حتى أن المواطن لا يستطيع الحصول على رؤية كاملة حول القضايا المحلية إذ تقوم كل وسيلة بتغطية ومعالجة أية قضية استنادًا لما يخدم مصالحها.<sup>1</sup> فالصحافة بالنسبة للبعض هي بمثابة استطلاع الأخبار والأمور فعلية استقصاء الخبر هو بمثابة مكبر على حدث معين تستخدم فيه آراء مجموعة من الناس في مكان معين عن موضوع يُناقشونه وي طرحون الأسئلة فيه، وبالتالي يُكونون رأي يمكن أن يكون مخالف لرأي الحكومة وهذه هي الأخبار في الدول العربية التي تعطي انطباع أن ما تسمعه من وسائل الإعلام هي الحقيقة المثلي والعكس هو الصحيح.

فالصحافة السياسية هي فرع واسع النطاق من الصحافة يشمل تغطية جميع الجوانب السياسية والعلوم السياسية. ولكن أولاً سنقدم تعريف بسيط عن مفهوم الصحافة، ففي معجم المصطلحات الإعلامية تستخدم كلمة صحافي بمعنى Press وهي مرتبطة بالطبع ونشر الأخبار والمعلومات، وتعني أيضاً Journalism وهي علم فن إصدار الصحف من جرائد ومجلات، ويشتمل ذلك على الكتابة وتحرير مواد الصحفية.<sup>2</sup>

أما تعريف مفهوم الصحافة في المجال القانوني الذي تشترطه كل دولة على نقابة الصحفيين بأن عملية نشر الأخبار تكون مُنزلة وفق جملة من القوانين، فعلى سبيل المثال في الجزائر تعرف الصحافة في مادتها 15 من قانون الإعلام الجزائري «تعتبر تشريه، دورية، في مفهوم هذا القانون كل الصحف والمجلات بكل أنواعها والتي تصدر في فترات منتظمة»<sup>3</sup> ولكن لو أردنا التقدم في تعريف الصحافة في الدول العربية التي أصبحت تعطي أهمية كبيرة لهذه الوسيلة لأن العمل السياسي هو المادة الأولى للصحافة بمختلف توجهاتها، لان السياسية في احد أبعادها المهمة هي خطاب موجه للجمهور لان السياسي لا يمكن أن يخاطبهم ما لم تكن هناك وسيلة إعلامية. فالصحافة في البلدان العربية كان ظهورها حدثاً متميزاً تشكلت على إثره مرحلة جديدة، كما أنها تعد من أبرز عناصر عصر النهضة العربية والتطور الذي أحدثته، وحسب ما ذكره "احمد حسن الزيات" في كتابه تاريخ الأدب العربي " أن الصحافة كانت قد مرت بثلاث مراحل وهي كالتالي:

- المرحلة الأولى: يسميها الأستاذ نجم "بالمدرسة الصحفية الأولى «والتي امتدت حتى الثورة العربية ومن روادها رفاة الطهطاوي، تميزت هذه الفترة بالكتابة البسيطة.
- المرحلة الثانية: تميز أسلوبها بالكتابة البدائية ذات أسلوب فح قريب من عصر الانحطاط يزهو بالسجع وكانت الشؤون السياسية هي الموضوع الأساسي فيه.
- المرحلة الثالثة: تأثرت بالنزاعات الوطنية والإصلاحية وكانت تديرها أحزاب سياسية مناهضة للاحتلال، وفي هذه الفترة كان الجانب السياسي هو المسيطر لان البلاد كانت تمر بمرحلة احتلال واستعمار.

<sup>1</sup> فانتن القسراوي {2016/12/2}، المؤشرات الايجابية يجب أن توضح وترجم في الواقع الصحافة اليوم

<sup>2</sup> كرم شبلي {1989}، معجم المصطلحات الإعلامية عربي . انجليزي، ط1، دار الشروق القاهرة . ص 458

<sup>3</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 14قانون رقم 90 مؤرخ في 03افريل 1990 المتعلق بالإعلام



فكرية أو اتجاهات سياسية أو اهتمامات مشتركة في مختلف المجالات الاجتماعية. وبالتالي يمكن أن نعتبر الصحافة أعظم قوة في توجيه الرأي العام وتكوينه والتأثير فيه وذلك بما تملكه من وسائل الإعلام والدعاية هذا إلى جانب وسائل الدعاية الأخرى<sup>1</sup>.

### 3. السياسية والإعلام المكتوب قبل الثورة

تعد الصحيفة والتلفزة من أهم الوسائل الإعلامية الجماهيرية التي تسعى الي تقديم المعلومة السياسية وكل وسيلة منها تنقل نوعاً خاصاً من المعلومات السياسية. وتعتمد الصحف في الأزمات على مبدأ الأولوية في إعطاء الخبر وفي المقابل يقوم الجمهور بتصنيف اهتماماته ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقاً لاختلافاته الفردية. فهذا الانتشار الواسع لمختلف وسائل الإعلام إنما هو يعكس وجهة نظر مرسلها عن الواقع، رسائل قد تعطي مؤشرات عن أمور غير ظاهرة، فهناك معانٍ رمزية للكلمات وقد تكون في المقابل



هذه الكلمات عبارة عن رموز بحثية وأن طريقة الصياغة تتضمن معانٍ قوية كهذا المثال المقتطف من جريدة اليوم الصادرة في 16 نوفمبر 1942 من قبل الباي "محمد المنصف باشا باي صاحب المملكة التونسية" وهو يخاطب شعبه ويحفزه على مواصلة النضال ضد المستعمر الفرنسي. إذ قال لهم في مقطعين مختلفين هذه العبارات "لا يخافكم أيها الأبناء الاعزاء" والمقطع الثاني "إن الحنان الابوي يرمي دوما الى صيانتكم" عند التمعن في هذه الكلمات تقول بأن مصدرها ليس رئيس دولة بل

اب يخاطب ابنائه. فللكلمات هنا دور في السلوك وتكوين الامزجة، فعندما تقع الكارثة فان على رجل السياسة ان يقوم بتهدئة الشعب واعادة روح الامل إليه فعند قوله "الحنان الابوي" تشعر فعلا انك مع والدك تتحدث إليه وانه فعلا سيحميك لأنه بالفطرة الاب هو رئيس العائلة وهو المسؤول عن حمايتها، وهكذا يكتسب الرئيس حب وثقة الشعب وفي نفس السياق يمكنك ان تشاهد وتسمع هذا الموقف مع الزعيم الحبيب بورقيبة الذي ينعث نفسه دائماً بالاب الحنون الذي سيحمي بلاده وسيناضل مع شعبه الى اخر رمق. ويمكن ان ننتبين ذلك في افتتاحية جريدة "العمل" التي كتبت النص التالي بالبنط العريض وباللون الاحمر هذه الكلمات المؤثرة

صاحبة جلاله، وفي الحاضر، أن الصحافة سلطة رابعة، فإن هذه الأصوات تعبر في الحقيقة، عن معنى سياسي، أكثر منه معنى دستوري، وقانوني، إذ يوضح هؤلاء، الذين يتحدثون، عن الصحافة كسلطة رابعة، عن رغبة ملحة تغمر نفوس الملايين من المواطنين. وتتمثل في منح الصحافة استقلالاً تاماً بعيداً عن السلطة التنفيذية، وليس المقصود أن نجعل منها جهازاً له تنظيماته، يستطيع أن يصدر قرارات نافذة، إنما المقصود إعطاء المزيد من الاستقلال للصحافة والصحفيين. حتى لا تقوى السلطة التنفيذية على كبح الآراء، وكتم الأصوات". ويرى محمد سيد محمد أن القول إن الصحافة سلطة رابعة، في الدستور، ليس معناه أن تكون الصحافة، بمثابة البرلمان في التشريع، أو بمثابة القضاء، في إصدار الأحكام واجبة التنفيذ، وإنما معناه أن تنظيم الصحافة لا بد أن يكون شاملاً، وأساسياً، وأن القوانين المنظمة للصحافة ينبغي أن تتكامل وتتناسق، بحيث تشكل هيكلًا متوازنًا يعبر عن كافة الأبعاد الضرورية للعملية الصحفية من بداية التفكير، في إصدار صحيفة، إلى وصولها إلى يد القارئ، والتخطيط لإصدار الصحيفة، والتنظيم القانوني لإصدارها، والحصول على المعلومات والأخبار ونشرها، وحق المجتمع في المعرفة، وحق الفرد في عدم تشويه سمعته، حسب قوانين وقواعد مختلفة . مرّوه أديب{1971}، الصحافة العربية ونشأتها وتطورها، ط1، منشورات دار الحياة، بيروت، ص444

<sup>1</sup> أقدم أمثلة على تناقل الأخبار كانت بين القدماء هي قصص الأنبياء والشعوب القديمة التي ترخر بها التوراة والإنجيل ثم القرآن فيما بعد. وكان اليونانيون الأقدمون مولعين بإخبار الحروب والغزوات وقصص الآلهة ولم يكن الرومان أقل شغفا منهم بالأخبار وخصوصا في عهد الجمهورية. مرّوه أديب: الصحافة العربية ونشأتها وتطورها، ص 27

والمدوية والتي أُختيرت بعناية ودقة وكأن بالصحفي الذي كتب النص كان شاعرًا وفنانًا فعند النظر الى البيت الاول تنتظر البقية لتجد تفسيراً لما كتب فهذه الصلة بين الزعيم والشعب إنما هي نتاج عن عمل متكامل، عن عمل مجموعة وهذا هو هدف أي سياسي هو أن يكتسب الثقة الكاملة وأن يُشعر شعبه بالامان والامان. فكلمة "أفرح" تحمل العديد من الدلالات الضمنية، هل فعلا الزعيم يشاطر شعبه هذه الفرحة أما أنه استعمل الكلمة لإبتزاز معارضيه وخاصة أن الزعيم الحبيب بورقيبة كان له العديد من المعارضين لذلك استوجب أن تكون كلماته منتقاة بعناية ودقة في فترة تستوجب الحذر والدقة واللعب على المشاعر لأن الانسان بطبيعته يميل الى الكلام العذب، يقول "روز لان": "السعادة شئ يدخل في حياتنا من أبواب لا نتذكر أننا تركناها مفتوحة."<sup>1</sup> كما أن الصحفي هنا لعب دورا كبيرا في عملية الاخراج والنشر والتقديم.

الصورة<sup>2</sup>

نستحضر صورة اخري عن مدى علاقة التفاهم بين الرئيس وشعبه وعن براعة الاعلام المكتوب في تقديم صورة لهذا الاخير مع قياس ردة فعل المشاهد والقنوات الفضائية في نشر المعلومة التي تكون في بعض الاحيان أخبار كارثية، فعند سماع خبر وفاة الرئيس الباجي قايد السبسي يوم 26 جوان 2019 صارت حالة من الفوضى والارباك في البلاد التونسية ولكن لطمأنة الشعب خرجت السيدة "سعيدة قراش" تنفي الخبر وتكذب قناة النهار والجزيرة التي سارعت الى نقل الخبر دون التاكيد من المعلومة، فهذه السيدة كان هدفها هو عودة الهدوء الى البلاد، لأن موت الرئيس كان قد تزامن مع عمل ارهابي في العاصمة وبالتالي انتشار هذه الاشاعة السياسية الخطيرة تعد من الاخطر الشائعات خصوصاً عندما تتناول شخصية مهمة فهي تؤدي الى التشكيك بالمواقف والخطط التي يضعها النظام السياسي ويعتمد على أسلوب التهويل والتضخيم.



لأن الإشاعة في الحقيقة لا تخاطب عقولاً واعية لديها ملكة نافذة وتمتلك أيضا الاستعداد الذاتي للتعامل معها بموضوعية بقدر ما تتجه نحو العواطف والمشاعر كما أنها تستغل الظروف وبعض الظواهر والثغرات التي تنفذ منها حتى انه يمكن أن نستدل بقوله للرئيس الثالث للولايات المتحدة الأمريكية «توماس جيفرسون

<sup>1</sup> محمد الحصان {2019/04/25}، أقول الفلاسفة عن السعادة، 44: 13

<sup>2</sup> جريدة العمل، 20 جوان 1971، السنة السادسة عشر سلسلة جديدة عدد 4902

«قال أنه لو خير بين أن تكون لبلاده حكومة بدون صحف أو صحف بدون حكومة فلن يتردد لحظة في تفضيل الخيار الأخير<sup>1</sup>» لقد أصبحت معظم وسائل الإعلام تصب تركيزها على الأحداث المبهمة على اعتبار أن هذه النوعية من الأخبار تثير فضول القارئ وتشد انتباهه فحسب Laswell1948 إن إحدى المهام الأساسية لوسائل الإعلام هو تغطية السلبيات والايجابيات في حين أكد Lewis1994 أن إغفال الايجابيات أو الفرص في تغطية الأحداث يرسم صورة غير دقيقة وناقصة، قد تصل المتلقي للاستفسار واللامبالاة<sup>2</sup>. وبالتالي يتفق اغلب العلماء على أن المهمة الأساسية لدور الإعلام هي تكوين المعرفة والوعي السياسي ووجوب علاقة مباشرة بين ما يُبث في وسائل الإعلام والسلوك الايجابي أو السلبي للجماهير وهذا ما حدث لوسائل الإعلام بعد الثورة وخاصة الإعلام المكتوب «الصحافة» فكيف سيكون شكلها في البلدان العربية بعد ثورة الربيع العربي؟

#### 4. الاعلام السياسي و الصحافة المكتوبة بعد الثورة

كان للربيع العربي تأثير قوي في طبيعة الاخبار بالمنطقة العربية حيث أثرت التغيرات السياسية والازمات الاقتصادية في المجال الاعلامي بالشرق الاوسط، لقد كانت التغيرات السياسية غير متوقعة التي هزت المنطقة من خلال استهلاك وسائل الاعلام من اجل نيل سبق الصحفي ونيل الصادرة إلا أنه أصبحت هناك تخمة في حجم المعلومات. لأن الوظيفة الاساسية للصحافة البناءة هي عدم الانحياز، والعمل على توفير المعلومات والبيانات وزيادة وعي المواطن بأهمية المشاركة في الحياة المدنية والسياسية والابتعاد عن البروباغندا لأن الهدف من وسائل الإعلام في تنوير عقل الإنسان وتنمية وسائل المعرفة بين الشعوب.

ثورة الربيع العربي كانت من بين أهدافها تغيير شكل الكتابة الصحافية من حيث المحتوى والمعنى، مع الثورة ظهرت العديد من المدونات التي قامت بالكشف عن المسكوت عنه بالعالم العربي ولكن في المقابل طاحت اغلب الصحف في "الرداءة" ليس بمعنى الكلمة لأن اغلبها أصبحت ترتكز على الأخبار الغير الموثقة والهدف هو البيع وليس المعلومة حتى أن جل التقارير التي حدثت في السنوات الأخيرة اغلبها تقر بأن الإعلام لم يتطور إذ تقول الكاتبة "آسيا العتروس" : "بأنّ المشهد الإعلامي ليس بخير إذ هو مازال في وضع المخاض العسير بعد سبع سنوات ولم يكتب له الخلاص المنشود"<sup>3</sup> بمعنى أن الرقابة السياسية مازالت موجودة على اغلب الصحف وأن بعضها تم إزالتها لأن كتابتها هادفة ومميّزة، فعلى سبيل الذكر لا الحصر هناك مقال نشرته الصحف المغربية في 2016 بشأن منح الحكومة المغربية باستيراد كمية من النفايات من إيطاليا هو خبر عادي وتم نشره ولكن تحول هذا الخبر إلى قصة ورأى عام تم استدعاء أعضاء البرلمان ووزير البيئة من اجل مناقشة المسألة ولكن بعد المداولات تم إغلاق الملف ولم يعرض على النشر في الجريدة الرسمية

<sup>1</sup>د، مروة نضير {2015/10/12}، الصحفيون والعمل السياسي الدور والقيود، الشبكة العربية لدعم الإعلام «الصوت الحر»

<sup>2</sup> Laswel, Harold1948, The structure and function of communication in society, In Bryson, L.(Ed); The communication of ideas, NY Harper and Brothers

<sup>3</sup> آسيا العتروس{2019}، في رحاب صاحبة الجلالة: ثورة الإعلام وإعلام الثورة، دار تير الزمان، تونس، ص20

مع إصدار عقوبة لصاحب الخبر<sup>1</sup>، في شكله العادي هو خبر ليس فيه ما يخل بتوازن السياسي ولكن عند قراءته والتمعن فيه ستجد أن الخبر يهيم الشأن السياسي لذلك تجد أن الخبر اخذ أكثر من حقه لأن اغلب المواطنين أصبح لهم رأي وموقف من الحكومة ، وثانيا لأنه انتشر في جميع الفضاءات الخاصة والعامة وكل حسب موقفه ورأيه الشخصي، هذا الخبر قبل ثورة الربيع لا يناقش حتى وان تمت المداولات لا يمكن أن يأخذ هذا الحجم ويصبح موقف رأى عام لأن جميع الأطراف أصبحت تتدخل في شؤون الدولة وفي المقابل الحكومة سلطت العقوبة على الصحيفة والخبر الصحيح بعد المداولات لم يُنشر في الجريدة الرسمية كخبر يهيم الدولة، وهكذا نفهم أن النشاط السياسي قد يعوق الصحفي من بعيد أو قريب على إعداد التقارير ونشر الخبر .



صورة رقم 15<sup>4</sup>



صورة رقم 14<sup>3</sup>



صورة رقم 13<sup>2</sup>

تقول "منى فياض": لا يزال الإعلام يفتقد إلى بديهيات الحرية ولاسيما فيما يتعلق بالشأن السياسي. فالصحافي مقيد في معظم الدول العربية لأن الصحافة تخضع لرقابة السلطات وطالما كانت أقرب إلى البروباغندا منها إلى الصحافة الحرة. كل صورة من هذه الصور تعبر عن وضع معين. الصورة الثالثة عشر تظاهرة للصحافيين من تونس، الصورة الرابعة عشر من مصر، والصورة الخامسة عشر من المغرب. ثلاث صور من ثلاث بلدان عربية حدثت فيها ما يسمى ب"ثورة الربيع" وكلها تندد برفع الرقابة المفروضة على الإعلام. عند التمعن في الصور الثلاث ستجد نفسك أمام أشكال مختلفة للتأثير السياسي على الصحافة المكتوبة، صورة صحفي يضع لاصقة على فمه ويكتب عليها " إعلام . رقابة . صحافة . حرية" وشعار الجمهورية التونسية، صورة الكاميرا مرفوعة إلى الأعلى مع يدين مقيدتين بسلاسل والصورة الأخيرة صحفي وسط دائرة ينظر إلى الأعلى ويحيط به قلم كبير احمر ويُفيد اللون الأحمر إلى الوقف وعدم تجاوز المطلوب، أما الدائرة فتعني عدم الخروج عن المساحة المحددة لك وتعني بها أنه على الصحفي أن يحترم المساحة المخصصة له.

إن هذه الصور الثلاث هي لثلاث دول عربية شهدت كل منها ثورة الربيع العربي بطريقتها وكتبت وسائل الإعلام كلها بنفس القلم عن الاضطهاد والرقابة والحرية ولكن كلها تتبع نفس الخطوط العريضة التي تقيد حرية الصحافي في أن يكتب ما ترغب الدولة في نشره وأنه يجب على المحرر أن يدعم الدولة وأن يميل إليها ويتحاشى سخطها. لأن الحكومة تسيطر على النظام وعلى كل وسائل نقل المعلومات بغض النظر عن كونهم

<sup>1</sup>علي كراحي {2018}، أي دور لوسائل الإعلام في التأثير على أجندة السياسات العمومية وفي تقييم عمل الحكومات، اخر تحديث منذ 4سنوات [www.nadorcity.com/58564html](http://www.nadorcity.com/58564html)

<sup>2</sup>رشيد خشانة{2018/01/21}، مصاعب جمة تواجه الانتقال من الحكومي إلى الإعلام العمومي، التحديث:00: 11

<sup>3</sup>المرصد العربي {2019/01/21}، النظام المصري شرعن عملية" قمع الإعلام" بقوانين مخالفة لدستور 4.02

<sup>4</sup> محفوظ كيطوني{2008/6/16}، التقرير الدوري حول تراجع الحريات العامة بالمغرب

في أيدي خاصة أو عامة ولا يمكن لها أن تنتشر أي خبر دون العودة بالنظر إليها، فعلى سبيل الذكر لا الحصر الهجوم الذي حدث في بريطانيا في ماي 2019 قامت الحكومة بجبر كل من شركات الانترنت على غلق المواقع التي ترى أنها متطرفة وتقوم بنشر الكراهية مع تسليط عقوبة مالية، نفهم من هذا القرار أن سلطة الدولة هي الأقوى في السيطرة على مختلف وسائل الإعلام وهي التي تحدد ما يُنشر وما لا ينشر ولكن هذا الحدث لا يجب أن تبني عليه جميع القرارات.

ففي اليوم العالمي لحرية الصحافة لعام 2018 في "غانا" أعربت الأمم المتحدة والمقررون والإقليميون عن قلقهم من جديد تعرض الإعلام لعمليات التهديد السياسية مثل... {الهجمات الشرسة الرامية إلى وصم وسائل الإعلام وتشويه سمعتها}<sup>1</sup> هذا القرار الذي جاءت به الأمم المتحدة هو بعد عدة تشكيات من الصحفيين والأرقام المهولة التي بينت العدد الكبير الذي تعرض له الصحفي من هرسلة وقمع، فقد بلغ حسب موقع "Keep It On" لمنظمة "الانتفاع الآن" غلق ما لا يقل عن 108 موقع انترنت في العالم في 2017. وهذا كله نتيجة نشر ما يحدث في الفضاءات العامة والخاصة وجعل المواطن فطن ويعلم ما يحدث في الداخل والخارج، وقد بررت الدولة أن غلق هذه المواقع إنما هو من اجل ضمان السلامة العامة ومنع ترويج الشائعات والمحتوى الغير المشروع وخاصة فيما يهم الجانب السياحي الذي يدرُ على البلاد المربح الهامة. لذلك تجتهدُ الدولة في هذا الجانب على مبدأ عدم نشر الأخبار التي تهتم بالإرهاب والأمن العام، مثلما حدث في تونس بالتحديد في مدينة سوسة سنة 2015 العملية الإرهابية التي راح فيها عدد كبير من السياح كانت جل القنوات قد مررت صور بشعة وأرقام مهولة عن عدد الضحايا هذا ما جعل من السياحة التونسية تراجعت كثيرا ولكن في المقابل قامت الدولة ومختلف وسائل الدعاية بنشر صور أخرى تؤكد فيها عودة الأمن إلى البلاد وأنها ستعمل على زيادة الحماية خاصة للجالية الأجنبية هذا الحدث جعل من الدولة تُخفيض من الصحف الصادرة في تلك الفترة هدفها هو الأمن الدولي والقضايا السياسية التي تهم البلاد.

الصحافة والسياسة بعد ثورة الربيع العربي أصبحت بين اخذ ورد، بين صحف تكتب بمصادقية وتنقل الأخبار بشافية وبين صحف تنقل الأخبار والإشاعات من اجل الربح. فالصحافي الحقيقي لم يجد الوقت بعد لتحرير قلمه لقول الحقيقة لأن الإعلام اختلف وتنوع بحكم الثورة الرقمية فالصحافة المكتوبة طغت عليها الانترنت والأخبار المرئية والمسموعة حتى انك تجد نفسك تبحث عن الحقيقة وخاصة فيما يهم المجال السياسي وهو المجال الذي حاولنا أن نفهم العلاقة بينه وبين الصحفي الذي مازال تحت سلطة القمع والاضطهاد حيث تشبه آسيا العتروس الإعلام ب: "سوق شعبية تسودها الفوضى وتنتشر فيها البضاعة المغشوشة والمحدودة الصلاحية"<sup>2</sup> وتقصد هنا الكاتبة بالبضاعة المغشوشة هي تلك الأخبار التي نطالعها كل يوم إما في الصحف المكتوبة أو في التلفزة أو نسمعها حتى انه في بعض الأحيان تُراجع الخبر لتتأكد هلا فعلا أن هذا الأخير

<sup>1</sup> اليوم العالمي لحرية الصحافة 3 ماي 2019، الإعلام من أجل الديمقراطية والصحافة والانتخابات زمن التصليل الإعلامي، المؤتمر العالمي أديس أبابا أثيوبيا، 03-01 ماي 2019

<sup>2</sup> آسيا العتروس {2019}، في رحاب صاحبة الجلالة: ثورة الإعلام وإعلام الثورة، دار نبر الزمان، تونس، ص 198

يوجد في دولة عربية، لأن الغرابة في بعض المواضيع كانت تحدث في الدول الأجنبية ولكن مع تحرر الإعلام لم يعد المواطن يفرق بين ما يوجد في بلده وما يوجد في الخارج. هذا الخلط في الأخبار يعود إلى التداخل الشديد بين المال والإعلام والأحزاب والسياسية وتعود معها الممارسات البغيضة التي كانت متواجدة في اغلب البلدان العربية ففي تونس كانت مع الزعيم الحبيب بورقيبة وبناء الحزب الواحد، ثم اخذ بعده المشوار الرئيس زين العابدين بن علي أين كُبل الإعلام والإعلاميين ثم يأتي اضطهاد من جديد بثوب مغاير تقول عنه "آسيا العتروس إعادة تحريك خيوط اللعبة بما يضمن توافق أصحاب المال والإعلام والنفوذ"<sup>1</sup>، وهكذا وبهذه الممارسة تعود الصحافة إلى الوراء. ومعها ندرك الجانب السياسي الخفي بأن هناك مفارقة ويجب على الدول العربية والدول الكبرى مراجعة سياستها بأنه يجب عدم تضليل الرأي العالم بحقائق مزيفة فنحن فعلا في حاجة إلى معادلة صحيحة وإلى خريطة طريق معدلة وفق برنامج سياسي ممنهج. لذلك فليس من الغريب أن تراهن لعبة الاستحواذ على السلطة والهيمنة على وسائل الإعلام والاتصال قصد تحقيق الدعاية وتجميل صورة النظام السياسي. ويبرز هذا جليا في دول عربية تتميز بسيادة الأنظمة الكليانية الشمولية تتجه فيها السياسات الاتصالية إلى دعم سلطة النظام القائم وتوجهاته وخدمة مصالحه على النحو الذي يكفل ديمومته ويضمن تبرير شرعيته. "فجمال عبد الناصر" في مؤتمر بلغراد المنعقد في 1 سبتمبر {1971} قال "علينا أن نكون قوة الضمير في عالمنا الذي نعيش فيه"<sup>2</sup> كل ذلك يبرر تحول المضمون الاتصالي في أغلب أشكاله وأنماطه. في إطار هذه الممارسات السياسية التي تستمد شرعيتها من القوة. إلى فعاليات دعائية مباشرة تجذر الولاء في عقول الجماهير<sup>3</sup>.

### خاتمة

الصحافة تحتل مكانة هامة داخل المجتمع. برغم من ظهور وسائل إعلامية سمعية بصرية أكثر رواجًا فقد حافظت الصحافة على مكانتها للتطوير العمراني والثقافي والسياسي. فالعلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية في مراحلها الأولى كانت تحتل موقعا رئيسيا في الحياة السياسية فهي بالنسبة إلى السلطة وسيلة دعائية وتوجيه للرأي العام وأداة لتكريس شرعيتها، فهي قد ساهمت في خلق عائلات فكرية أدت بدورها إلى تطور هذا المجال. الذي تمتزج فيه الصحافة بالسلطة السياسية وتبين مدى التنافس القائم بينهما في السيطرة على الرأي العام. وتسعى السلطة عادة إلى تطويع الصحافة لأغراضها وتتدخل بشتى الوسائل لوضع التنظيمات والتشريعات لتوجيه الصحافة رغم إقرارها المبدئي لحرية الصحافة والتعبير. ولا تتردد السلطة في وضع الحواجز والعراقيل للصحافة خصوصا في الحالات الاستثنائية وحالات الحرب التي تلعب فيها السلطة دورا رئيسيا في الحياة العامة. وهذا ما يمكن أن نستنتج مع الصحافة وأشكال الكتابة فيها مع "ثورة الربيع العربي" التي كانت في مرحلة ما قد ساهمت في ارتفاع نسبة الصحافة وارتفاع نسبة الحرية والتعبير لتعود بعد ذلك إلى الوراء

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص22

<sup>2</sup> فاروق سعد {1985}، نيقولو مكياقلي الأمير (تراث الفكر السياسي قبل الأمير وبعد)، ط3، دار الأفاق الجديدة، عشرة، بيروت، ص351

<sup>3</sup> راسم محمد الجمال {1991}، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط1، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص52-53



ويُعود معها الشأن السياسي في التحكم فيها واخذ زمام القرار في بعض الأحيان بالمصادرة على تنزيل الخبر أو رفضه ولكن تبقى الصحافة والسلطة في تفاعل متواصل مع محيطها الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والسياسي ولا يمكن فهم عوامل ظهور واختفاء الصحف إلا بربط الصحافة مع محيطها وينمو المجتمع اقتصاديا وسياسيا وثقافيا بقدر ما تزداد وتبرز أهمية الدور الذي تضطلع به الصحافة في هذا المجتمع.

#### قائمة المراجع

1. آسيا العتروس {2019}، في رحاب صاحبة الجلالة: ثورة الإعلام وإعلام الثورة، دار تير الزمان، تونس
2. خالد كريزم: الكتابة الصحفية وملكة الكتابة، مجلة الصحافة، نشرت في 19 سبتمبر 2016
3. جريدة العمل، 20 جوان 1971، السنة السادسة عشر، سلسلة جديدة، عدد 4902
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14 قانون رقم 90 مؤرخ في 03 افريل 1990 المتعلق بالإعلام
5. عبد الرحمن عزي {2009}، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، الدار المتوسطة للنشر تونس
6. علي كراجي {2018}، أي دور لوسائل الإعلام في التأثير على أجندة السياسات العمومية وفي تقييم عمل الحكومات، اخر تحديث منذ 4 سنوات [www.nadorcity.com/58564html](http://www.nadorcity.com/58564html)
7. فاتن القصراوي، المؤشرات الايجابية يجب أن توضح وتترجم في الواقع الصحافة اليوم، تم التصفح في 2- 12-2016
8. فاروق سعد {1985}، نيقولو مكيافلي الأمير (تراث الفكر السياسي قبل الأمير وبعد)، ط3، دار الأفاق الجديدة، عشرة، بيروت، ص351
9. كرم شبلي {1989}، معجم المصطلحات الإعلامية عربي . انجليزي، ط1، دار الشروق، القاهرة
10. التحرير الصحفي بين لغة الأدب ولغة الإعلام، د.ك. المركز الجامعي عين تموتسينيت [www.platform.almanhal.com.files12/23278](http://www.platform.almanhal.com.files12/23278)
11. رشيد خشانة، مصاعب جمة تواجه الانتقال من الحكومي إلى الإعلام العمومي 21/ 2018/1/التحديث 11:00
12. مرّوه أديب {1971}، الصحافة العربية ونشأتها وتطورها، ط1، بيروت منشورات دار الحياة، بيروت
13. المرصد العربي، النظام المصري شرع عملية "قمع الإعلام" بقوانين مخالفة لدستور 21 جانفي 2019، 02: 4م
14. محفوظ كيطوني {2008/06/16}، التقرير الدوري حول تراجع الحريات العامة بالمغرب
15. مروة نضير {2015/10/12}، الصحفيون والعمل السياسي الدور والقيود، الشبكة العربية لدعم الاعلام "الصوت الحر"
16. محمد الحصان {2019/04/25}، أقول الفلاسفة عن السعادة، 44: 13
17. مشاري الدايدي: حلب الغرنبكا السورية، الشرق الأوسط، الجمعة - 15 ذو القعدة 1437 هـ - 19 أغسطس 2016 م رقم العدد [13779]، انظر الرابط: <https://aawsat.com/home/article/717891/>
18. وجدي حلمي عيد عبد الظاهر {2013/12/13}، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory، جامعة ام القرى، <http://uqu.edu.sa/page/ar181765>

19. نبيلة بو خبزة {جوان 2014}، الاتصال السياسي - نماذج الاتصال السياسي les modelés de la communication politique Hugue Gazeneuve، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 15، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03 / الجزائر
20. راسم محمد الجمال {1991}، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط1، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص ص 52-53
21. م.م. زينة عبد الأمير حسن {2011}، القراءة الصامتة أهميتها ومفهومها وأنواعها ومهارتها وسبل تنميتها، الجامعة المستنصرية/كلية التربية الأساسية، مجلة كلية التربية الأساسية العدد الحادي والسبعون
22. مها عمر، {28 / 03 / 2017}، غرنیکا... اللوحة التي ألهمت العالم، للمزيد من الاطلاع انظر موقع <https://www.ultrasawt.com/>
23. اليوم العالمي لحرية الصحافة 3 ماي 2019، الإعلام من أجل الديمقراطية الصحافة والانتخابات زمن التضليل الإعلامي، المؤتمر العالمي أديس أبابا أثيوبيا، 03-01 ماي 2019
24. بدايات سوق الإشهار في المغرب، كتبه سوس بلوس، تحديث 6 جويلية 2016، 23: 11 صباحا، انظر الرابط التالي: <https://soussplus.com/76657.html>
25. Laswel, Harold 1948, The structure and function of communication in society, In Bryson, L. (Ed); The communication of ideas, NY Harper and Brothers
26. Zaman arabic, 06 Février 2019,
27. <http://mauriactu.info/ar/articles>
28. Swanson, D. Nimmo (1990), New direction in political communication, Resource Book, Thousand Oaks sage
29. University library of heidelberg, Germany werke /RELATION1609.xml, page0005
30. [https://m.facebook.com/Moroccan.History/photos/a.344200875654839/772467272828195/?type=3&locale2=ar\\_AR](https://m.facebook.com/Moroccan.History/photos/a.344200875654839/772467272828195/?type=3&locale2=ar_AR)
31. <http://mauriactu.info/ar/articles>

## صحافة الموبايل: من أداة هامشية إلى غرفة أخبار متنقلة

### Mobile Journalism: From a Marginal Tool to a Mobile Newsroom

حيدر احمد حسين

العراق

#### الملخص

حاولت هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على التطورات الجديدة لصحافة الموبايل. المتمثلة بتحولها إلى غرفة أخبار متنقلة. وقد توصلت هذه الدراسة العلمية إلى ان صحافة الموبايل تحولت من أداة هامشية مساعدة للصحفيين والمؤسسات الإعلامية إلى غرفة أخبار متنقلة. مما باتت تمكن الصحفيين من إنتاج ومشاركه وتحديث القصص الإخبارية بجودة عالية مع التفاعل معها في أي وقت وأي مكان في جميع أنحاء العالم. وأيضاً توصلت هذه الدراسة إلى ان غرف الأخبار المتنقلة أسهمت في تنامي غرف الأخبار اللامركزية. وأضحى استراتيجية إعلامية جديدة تعرف بـ "استراتيجية غرف الأخبار المتنقلة".

**الكلمات المفتاحية:** صحافة الموبايل، موجو، غرفة أخبار الموبايل، استديو الموبايل.

#### Abstract:

This research paper attempted to highlight new mobile journalism developments. The Embodied in is its shift into a mobile newsroom. This scientific study found that mobile journalism has shifted from a marginal tool for journalists and media institutions to a mobile newsroom. Allows journalists to produce, share, update high-quality news stories and interacting it anytime and anywhere in all parts of the world. This scientific study also found a mobile newsroom that contributed to the growth of decentralized newsrooms. Has become a new media strategy known as the "mobile newsroom strategy."

**key words:** Mobile Journalism, Mojo, Mobile Newsroom, Mobile Studio.

**المقدمة:**

غدت الحياة تسير بوتيرة متسارعة نتيجة ظهور التكنولوجيات الرقمية الجديدة التي كان في طليعتها الموبايل المتمثل في كل من الهاتف الذكي والحاسوب اللوحي. فقد جسد الموبايل الشعار العالمي المشهور "العالم بين يديك" وبات أداة معاصرة لا غنى عنها في أغلب مجالات الحياة. إذ دخل الموبايل بشكل تدريجي إلى حياتنا فبعد ان كان يستخدم فقط كأداة للتواصل بين الناس عن طريق إرسال الرسائل واستقبالها ولتبادل المكالمات غدى في الوقت الراهن يستعمل في كل شيء تقريباً كالتقاط الصور والنشر... الخ.

وهذا الأمر فتح الباب على مصراعيه أمام الصحفيين لاغتنام هذه الفرصة الاستثنائية المتمثلة في المميزات التي اتاحها الموبايل لتحقيق أقصى استفادة منها في ممارسة الصحافة. فدخل الموبايل إلى عالم الصحافة أدى إلى ولادة ظاهره "صحافة الموبايل". فهذه الأخيرة قد فرضت نفسها بشكل غير مسبوق في المشهد الإعلامي الحالي نظراً لإمكاناتها المذهلة وغير المسبوقة التي أوجدتها للمؤسسات الإخبارية بصورة عامة والصحفيين بصورة خاصة.

ان تطورات الموبايل المذهلة جعلت صحافة الموبايل تتحول إلى أداة رئيسه متكاملة للصحافة. يمكن استخدامها في إنجاز الكثير من المهام الإعلامية. وهذا ما جعل المختصون والباحثون يطلقون عليها مصطلحي "غرفة الأخبار المتقلة" و"الاستوديو المتقل". فغرفة الأخبار المتقلة هي غرفة الأخبار الخاصة بك. وهذا يعني ان غرف الأخبار المتقلة تعد غرف أخبار محمولة في جيوب الصحفيين وبين أيديهم تساعدهم على إنجاز المهام الصحفية بكل سرعة وسهولة مما تمكنهم من إنتاج الأخبار المتعددة الوسائط بجوده عالية في أي وقت وأي مكان في العالم.

فما يميز غرفه الأخبار المتقلة عن غرف الأخبار التقليدية أنها رخيصة الكلفة، خفيفة الوزن، محمولة، متعدد الوسائط والأهم من ذلك عالية الجودة. ولهذا يمكن استعمالها لتصوير الأخبار ومونتاجها ومشاركتها بالنشر أو البث المباشر على المنصات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر ويوتيوب... الخ. في الواقع باتت الكثير من المؤسسات الصحفية تعتمد بشكل كبير وكلي على غرف الأخبار المتقلة نظراً لأنها قد وفرت الوقت والجهد، الكلفة، الموارد البشرية. مما أدت إلى زيادة إنتاجية المؤسسات الإعلامية بشكل غير مسبوق.

وفي جانب غرف الأخبار المتقلة الجدير بالإشارة ان هذه الأخيرة قد أدت دور كبير في تصاعد غرف الأخبار اللامركزية في كافة أنحاء العالم. وطبقاً لما سبق: لاحظ الباحث تحول صحافة الموبايل من أداة هامشية لغرفة أخبار متقلة ومن هذا التحول الإعلامي الجديد ولدت لدى الباحث فكره هذه الدراسة العلمية.

**المبحث الأول: الإطار المنهجي****أولاً: مشكلة الدراسة:**

يمكن تلخيص مشكلة هذه الدراسة العلمية في التساؤل الأساسي الآتي: هل تحولت صحافة الموبايل إلى غرفة أخبار متقلة؟ ومنه تدرج التساؤلات الآتية:

**1) ما هي صحافة الموبايل؟**

(2) إلى أي مدى أسهمت غرف الأخبار المتنقلة في تنامي غرف الأخبار اللامركزية؟

(3) هل أصبحت غرف الأخبار المتنقلة استراتيجية إعلامية جديدة؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة العلمية من كونها تعالج ظاهرة إعلامية ربما تكون جديدة بشكل نسبي في المجال الصحفي من الناحيتين العلمية والمهنية. متمثلة بالتطور المتصاعد لصحافة الموبايل. فهذه الأخيرة أصبحت غرفة أخبار متنقلة بعد ان كانت مجرد أداة صحافية مساعده وهامشية.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة العلمية إلى التعرف على مفهوم صحافة الموبايل وخصائصها مع تطورها إلى غرفة أخبار متنقلة إضافة إلى إسهامها في تنامي غرف الأخبار اللامركزية في جميع أنحاء العالم.

رابعاً: منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة العلمية على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة ومعالجة ظاهرة التطور المتزايد لصحافة الموبايل وذلك بهدف الوصول إلى نتائج علمية جديدة.

خامساً: تحديد المصطلحات بصورة إجرائية:

❖ صحافة الموبايل: يمكن تعريفها بأنها "استخدام الموبايل في النقاط القصص الإخبارية ومونتاجها وتوزيعها واستهلاكها"<sup>1</sup>.

❖ غرفة الأخبار المتنقلة: هي استخدام الموبايل كغرفة أخبار.

المبحث الثاني: الإطار النظري (مفهوم صحافة الموبايل)

أولاً: مفهوم صحافة الموبايل:

((أسهم دخول الهواتف الذكية والأجهزة الكفية "اللوحية" إضافة إلى الحواسيب المحمولة في العمل الصحفي في ولادة ما يعرف بـ "صحافة الموبايل")<sup>2</sup>. التي تختصر بمصطلح "موجو"<sup>3</sup>. فمفهوم صحافة الموبايل يتجسد في استعمالات الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية والتطبيقات والشبكات الاجتماعية في العمليات الفنية المتجسدة في التصوير، الكتابة، تسجيل الصوت، المونتاج، النشر، البث المباشر<sup>4</sup>. إن صحافة الموبايل قد "أحدثت نقلة نوعية في عمليات جمع وتوزيع الأخبار"<sup>5</sup>. ولهذا يتفق الكثير من الباحثين والصحفيين على ان صحافة الموبايل "غيرت طرق إنتاج المعلومات ومشاركتها واستهلاكها فقواعد الإنتاج

<sup>1</sup> سعد أبراهيم، حيدر أحمد حسين (2019)، دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد السادس، برلين، ألمانيا، ص: 125.

<sup>2</sup> سعد أبراهيم، حيدر أحمد حسين، مصدر سبق ذكره، ص: 122.

<sup>3</sup> انظر، المصدر نفسه، ص: 125.

<sup>4</sup> المصدر نفسه، ص: 122.

<sup>5</sup> Mobile journalism— ever-widening horizons, Press Institute of India, Available at: <http://www.pressinstitute.in/mobile-journalism-ever-widening-horizons/>

الإعلامي تغيرت تماماً مما أدى إلى بروز مشهد إعلامي جديد<sup>1</sup>. إن معنى صحافة الموبايل يمكن تلخيصه في النقاط الآتية:

- ❖ طريقة جديدة في إنجاز القصص المصورة.
- ❖ طريقة جديدة في رواية القصص المصورة.
- ❖ طريقة جديدة في تقديم القصص المصورة.
- ❖ طريقة جديدة في نشر القصص المصورة<sup>2</sup>.

وفي صدد مفهوم صحافة الموبايل تجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد تعريف ثابت وموحد لصحافة الموبايل ومع ذلك يمكن ذكر أهم تعريفان (من وجهه نظر الباحث) يلخصان مفهومها وكما يلي:

تعرف أكاديمية بي بي سي صحافة الموبايل على أنها "شكل آخر من أشكال سرد القصص التي تمكن المرسلون من استخدام الهواتف الذكية في سرد القصص الإخبارية"<sup>3</sup>. ويعرفها بعض الباحثين (2019) بأنها "استخدام الموبايل في النقاط القصص الإخبارية ومونتاجها وتوزيعها واستهلاكها"<sup>4</sup>.

وبهذا الصدد يرى البعض ان لصحافة الموبايل عده إيجابيات منها انه يمكن للصحفي استعمال الموبايل في الإنتاج الصحفي نظراً لأنه رخيص ومحمول معه أينما يذهب ويتيح له أدخالة إلى أماكن يمنع فيها أذخال الكاميرات التقليدية<sup>5</sup>. فصحافة الموبايل توافر "الراحة والمرونة للصحفيين وتتيح لهم نقل الأخبار العاجلة بشكل فوري مما تساعدهم على الوصول إلى موقع الحدث قبل وصول الصحفيين المهنيين والمحترفين"<sup>6</sup>. إضافة إلى أنها تسهل عليهم إنتاج المحتويات الإعلامية ونشرها عبر الإنترنت وتمكنهم من تحديثها بصورة آنية<sup>7</sup>. أما على مستوى الاستهلاك الإعلامي فأن صحافة الموبايل تتيح للمستخدمين الوصول إلى الأخبار وتبادل المعلومات بكل سرعة وسهولة<sup>8</sup>. وأيضاً تمكنهم من استهلاك الأخبار على شكل وجبات سريعة في الوقت المناسب والمكان المناسب<sup>9</sup>.

بالمقابل يرى آخرون ان لصحافة الموبايل عده سلبيات "فسرعة نشر المعلومات والأخبار وتحديثها قد تؤدي إلى تزايد انتشار المعلومات غير الدقيقة لذا يصعب على الصحفيين التراجع عن نشرها في الكثير الأحيان"<sup>10</sup>.

<sup>1</sup> المصدر نفسه، ص: 122.

<sup>2</sup> الدكتور سعد ابراهيم "صحافة الموبايل" سلسلة محاضرات على طلبة الدراسات الاولية " كلية الاعلام" جامعة ذي قار 2015

<sup>3</sup> لم يعد الرابط متوفر.

<sup>4</sup> سعد أبراهيم، حيدر أحمد حسين، مصدر سبق ذكره، ص: 125.

<sup>5</sup> شاهد فيديو بعنوان "تعرف كيف يتحول الهاتف الذكي لأداة للإنتاج الإعلامي" على الرابط الآتي:

<https://www.youtube.com/watch?v=WP1mjnUWZfY&t=289s>

<sup>6</sup> New Technology to Enhance Mobile Journalism Classes, Nicholson School of Communication, Available at: <https://sciences.ucf.edu/communication/new-technology-to-enhance-mobile-journalism-classes/>

<sup>7</sup> Ismail Hakki Polat, Mobile Journalism, Open School of Journalism, Available at: <https://www.openschoolofjournalism.com/distance-education-program/courses/mobile-journalism-jg240>

<sup>8</sup> Mobile Journalism, Wikipedia, Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_journalism](https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_journalism)

<sup>9</sup> أنظر: سعد أبراهيم، حيدر أحمد حسين، مصدر سبق ذكره، ص: 122.

<sup>10</sup> Neal Augenstein, Lessons Learned After 5 Years of iPhone Reporting for Radio, Available at: <http://mediashift.org/2015/04/lessons-learned-after-5-years-of-iphone-reporting-for-radio/>

بالإضافة إلى أنه يصعب كتابة الأخبار والمحتويات الصحفية الطويلة نظراً لأن حجم شاشة الموبايل الصغير قد يتسبب بالكثير من الأخطاء<sup>1</sup>.

وكذلك عند استخدام الموبايل في التصوير "يصعب الحصول على لقطات فيديو مستقرة وسلسلة"<sup>2</sup>. في الواقع مع ان صحافة الموبايل لاتزال ظاهرة إعلامية جديدة إلا أن ممارستها لا تغادر المعايير الصحافية الأساسية وهي: "العثور على قصة، والحصول على مصادر المعلومات، الدقة، واتباع القواعد الأساسية لرواية القصص، أخلاقيات الصحافة"<sup>3</sup>.

### ثانياً: خصائص صحافة الموبايل:

تتسم صحافة الموبايل بالكثير من الخصائص التي يمكن تلخيص أهمها في الآتي<sup>4</sup>:

1. **تكاليف أقل.** توفر صحافة الموبايل المال فعدة إضافية جيدة وحديثة للهاتف تكلف نحو ألف دولار أمريكي وهذا يجعلها في متناول اليد. كما أنها تقلص تكاليف الإنتاج نظراً إلى عدم حاجتها إلى طواقم كبيرة.
2. **سهولة الحركة.** لا تحتاج صحافة الموبايل إلى طواقم كبيرة أو معدات ثقيلة فبإمكان الصحفيين التحرك بهواتفهم الذكية أسرع من غيرهم وأن يكونوا في الطليعة خلال تغطية الأخبار العاجلة. كما أن سهولة الحركة بالهاتف المحمول مكنت الصحفيين من دخول مناطق لم تكن متاحة سابقاً إما بسبب حظر دخول الصحفيين إليها أو بسبب وقوع كارثة طبيعية على سبيل المثال.
3. **السلامة.** تعزز صحافة الموبايل إجراءات السلامة فالصحفيون الذين يستخدمون هواتفهم الذكية أثناء تواجدهم بين الحشود يلفتون الانتباه أقل مما لو استخدموا معدات كبيرة وثقيلة لنقل الحدث.
4. **التصوير بتقنية الدقة الفائقة (4k).** تتيح أحدث أجيال هواتف آيفون بدءاً بآيفون 6إس التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة 4K فصحافة الموبايل لم تعد مقيدة بسقف محدود من النوعية. في حين لاتزال معظم كاميرات الأخبار التلفزيونية وأنظمة التحرير تعتمد تقنية HD فان أجهزة الهواتف المحمولة توفر جودة تقنية 4K.
5. **البث المباشر.** توفر الهواتف الذكية إمكانية البث المباشر بشكل أبسط وأقل كلفة من خلال تطبيقات خاصة سهلت ذلك. فالوصول إلى الجمهور أثناء البث هو ميزة أساسية في صحافة الموبايل وكذلك قياس مستوى أداء المحتوى من خلال إحصائيات فورية. فخدمة البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية أتاحت للصحفيين التفاعل مع جمهورهم أثناء البث. وكل ما تحتاجه هو اختيار التطبيق المناسب بناء على معايير معينة مثل حاجات البث والجمهور المستهدف والتكاليف التقنية.

<sup>1</sup>TIA JAMES, Mobile Journalism: Using Your iPhone for Multimedia, TIA JAMES, Available at: <https://tiajames.wordpress.com/2014/11/01/mobile-journalism-using-your-iphone-for-multimedia/>

<sup>2</sup> New Technology to Enhance Mobile Journalism Classes, Op. cit.

<sup>3</sup> NADYA HERNÁNDEZ, دليل جديد لصحافة الموبايل... مفيد للصحفيين ولغرف الأخبار، شبكة الصحفيين الدوليين، متاح على الرابط الآتي:

<https://2u.pw/uyVv6>

<sup>4</sup> غلين ملكاهي وآخرون، دليل صحافة الموبايل (2017)، مركز الجزيرة للتدريب والتطوير الإعلامي، قطر، ص: 4.

6. **السرعة والفاعلية.** يمكن لصحفيي الموبايل إرسال المواد الإخبارية مباشرة إلى غرفة الأخبار بنقرة واحدة إما عبر البريد الإلكتروني أو تخزين السحابة (Cloud Storage) أو أي تطبيق خاص بالمؤسسة. كما بإمكان الصحفي إرسال المواد مباشرة إلى الجمهور والتفاعل معه عبر شبكات التواصل الاجتماعي بموازة التغطية الصحفية على الشاشة. ومن خلال التدريب المناسب يمكن للصحفي أن يكون المصور والمحرر والمصمم.

7. **الإبداع والتجريب.** تتيح صحافة الموبايل للصحفيين استكشاف مهاراتهم واختبار التقنيات المتوفرة بل وحتى إعادة اكتشاف أساليب جديدة في رواية القصص الصحفية. فالهواتف الذكية توفر للصحفيين ووسائل الإعلام فرصة كبيرة ليصبحوا الدافعة لثورة تغير أسلوب استهلاك المعلومات والتواصل.

**ثالثاً: مميزات صحافة الموبايل:**

تتميز صحافة الموبايل بما يلي<sup>1</sup>:

- 1) تمكن الصحفي من التنقل من مكان لآخر بسهولة.
- 2) المرونة.
- 3) ذات مستوى عالي.
- 4) سهولة الاستعمال.
- 5) غير مكلفة.

### **المبحث الثالث: تحول صحافة الموبايل من أداة هامشية إلى غرفة أخبار متنقلة:**

تطورت صحافة الموبايل أثناء السنوات الأخيرة بشكل كبير لذلك قامت الكثير من المؤسسات الإعلامية بتغيير سير عملها الصحفي من أجل التكيف مع استخدام التكنولوجيا المتنقلة الجديدة المتمثلة في الموبايل<sup>2</sup>. فأصبح استخدام الموبايل بشكل فعال في المجال الصحافي دور مهم في غرف الأخبار. وازدياد التطبيقات في الهواتف الذكية حول انتباه مؤسسات التدريب الصحفي والتطوير الإعلامي ودفعها إلى تقديم دورات صحافة الموبايل ودورات ذات مضمون صحافة الموبايل للصحفي المواطن<sup>3</sup>.

وفي هذا الصدد تجدر الإشارة إلى أنه أثناء تحول العمل الصحفي من الصحافة الورقية إلى الصحافة الرقمية فإن صحافة الموبايل تحولت من مهارة اختيارية إلى مهارة ضرورية في غرف الأخبار أيضاً<sup>4</sup>. فصحافة الموبايل أثرت بشكل كبير في الأدوات والوسائل الإعلامية التقليدية من خلال تنوع أدوات إنتاج المحتوى

<sup>1</sup> John Whyte Venables, A LOW BUDGET APPROACH TO PRO VIDEO, John Whyte, Available at: <http://www.johnwhytevenables.co.uk/2017/04/13/pro-video/>

<sup>2</sup> Caroline Scott, How mobile journalism is rising in popularity with journalists around the world, journalism.co.uk, Available at: <https://www.journalism.co.uk/news/how-mobile-journalism-is-rising-in-popularity-around-the-world/s2/a633170/>

<sup>3</sup> تدريب صحافة الموبايل - أكثر من مجرد تطبيقات، أكاديمية دوتشيه فليه، متاح على الرابط:

<http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=991>

<sup>4</sup> أنظر: ضيف العدد: الدكتور ايفو بوروم، شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج)، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/7UE2N>



ومشاركه الصحفيين والمستخدمين على السواء في نقل الأحداث الإخبارية. فحتى عهد المكاتب الإعلامية التقليدية وغرف الاخبار تقلص الى حد كبير وحل محلها صحفي الموبايل الذي يقوم بجمع الأخبار ومونتاجها ونشرها أو إرسالها<sup>1</sup>. إذ بات الموبايل مؤسسة إعلامية متكاملة لإنتاج الأخبار<sup>2</sup>. أو مركز إعلامي مصغر للصحفيين<sup>3</sup>.

نظراً لأن "الهاتف الذكي لديه القدرة ان يكون جهاز في الجيب لجمع الأخبار المتنقلة. فاستكشافه والتعود على استخدامه براحة يولد لحاملة القدرة على التصوير والتحرير ومن ثم النشر"<sup>4</sup>. إذ ان فوائد استعمال الموبايل في المجال الصحفي هي<sup>5</sup>:

- ❖ القدرة على كتابة النصوص والنقاط الصور وتسجيل الفيديو.
- ❖ إمكانية تسجيل الصوت.
- ❖ القدرة على البث المباشر بالصوت والصورة.
- ❖ وظائف تحريرية وإنتاجية بالمستوى الأول.
- ❖ يتصل بالشبكات المتنقلة والإنترنت.
- ❖ صغير الحجم وسهل الاستعمال.

"فثمة مزايا أخرى للهواتف الذكية بالإضافة إلى سهولة الاستعمال والتنقل. فهي تحتوي على كاميرات متطورة عالية الجودة وتطبيقات متنوعة وتعمل بكفاءة مع معدات إضافية صغيرة تتيح للصحفيين استكشاف قدراتهم الإبداعية"<sup>6</sup>.

"كما ان الموبايل لصغر حجمه لا يلفت النظر إليك في حال كنت تعمل في ظروف وأماكن صعبة"<sup>7</sup>. فغالباً ما يكون العمل على الهاتف المحمول في منطقة الشرق الأوسط أكثر أماناً من حمل كاميرات تصوير كبيرة وحقيبة كمبيوتر لابتوب"<sup>8</sup>.

في الواقع ان التطورات المتسارعة والمدهشة لصحافة الموبايل أدت إلى تحولها من أداة هامشية للصحفيين والمؤسسات الإخبارية إلى أداة صحفية متكاملة. فصحافة الموبايل تعد ((جهاز صحفي شامل" يمكن استخدامه في النقاط الصور، وإنتاج ونشر مقاطع الصوت والفيديوهات، إجراء المكالمات الهاتفية لإجراء المقابلات

<sup>1</sup> سعد أبراهيم، حيدر أحمد حسين، مصدر سبق ذكره، ص: 123.

<sup>2</sup> أنظر، صحافة الموبايل تقتحم عالم الإنتاج الإعلامي، العرب، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/tFtWS>

<sup>3</sup> أنظر، غلين ملكاهي وآخرون، مصدر سبق ذكره، ص: 1.

<sup>4</sup> صحافة الهاتف الذكي: اللقطات، أكاديمية بي بي سي، متاح على الرابط الآتي:

[www.bbc.co.uk/academy/Arabic/how-to/news-for-mobile](http://www.bbc.co.uk/academy/Arabic/how-to/news-for-mobile)

<sup>5</sup> Mobile reporting, Wikipedia, Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_reporting](https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_reporting)

<sup>6</sup> غلين ملكاهي وآخرون، مصدر سبق ذكره، ص: 1.

<sup>7</sup> رالف أندرسون: الصحفيون العرب مهيون للتحول إلى عالم "الديجيتال"، شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج)، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/hqhdr>

<sup>8</sup> موجو وركينغ: التحرير على الهواتف الذكية، شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج)، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/GpItr>

الصحفية، التواصل والتفاعل مع المستخدمين بصورة مباشرة للحصول على التعليقات ومتابعة القصص الإخبارية أيضاً<sup>1</sup>)).

وهذا يعني أنه يمكن بواسطة صحافة الموبايل إنجاز الكثير من المهام الصحفية بدء من جمع المعلومات وصولاً إلى نشرها والتفاعل معها. وهذا الأمر دفع بالكثير من المختصين والصحفيين والباحثين إلى تسميتها بـ ((غرفة أخبار الموبايل "غرفة الأخبار المتنقلة"<sup>2</sup>))، ((استيديو الموبايل "الاستوديو المتنقل"<sup>3</sup>)). الجدير بالتوضيح ان كلتا التسميتان تشيران إلى صحافة الموبايل.

إضافة إلى ذلك رافقت هذه المسميات بعض الشعارات بخصوص تطور صحافة الموبايل منها: "غرفة الأخبار في جيبك"<sup>4</sup>، "الاستوديو في جيبك"<sup>5</sup> "القصص في جيبك"<sup>6</sup> وبالمثل يقترح الباحث أيضاً شعار مماثل للشعارات السابقة ألا وهو "الأخبار في جيبك".

إن الموبايل بوصفه استيديو صحفي متكامل ومتنقل أو غرفة أخبار متنقلة أضحى يعد فرصة لكل من الصحفيين ومنتجي الأفلام والمواطنين. فيما يخص "الصحافة إذ أنه من المحتمل أن يكون هنالك صحفي موبايل في جميع أنحاء العالم. أما صناع الأفلام والأفلام الوثائقية فالموبايل بين أيديهم يمكنهم من إنتاجها. بينما المواطنين بإمكانهم رواية ومشاركه قصصهم بعد ان كان هذا الأمر تقليدياً من تخصص نخبة الإعلام"<sup>7</sup>. فالهاتف الذكي يمكن تحويله إلى "غرفة أخبار متنقلة في جيبك" عن طريق استخدامه في تسجيل الفيديوهات الإخبارية بجودة عالية ومونتاجها ومشاركتها<sup>8</sup>. فغرفة الأخبار المتنقلة تقوم على أربع مبادئ وهي<sup>9</sup>:

1. صور فلم.

2. اتصل بالإنترنت.

3. أخطر ملف.

4. أنشر.

فغرفة الأخبار المتنقلة هي من أفضل الأدوات للصحفيين نظراً لأنها "أداة متعددة الوسائط وخفيفة الوزن وتتيح لهم البقاء متصلين على الشبكات الاجتماعية وتمكنهم من السفر بسهولة"<sup>10</sup>. إذ تتيح للصحفيين التصوير،

<sup>1</sup> Corinne Podger, THE BENEFITS OF MOBILE JOURNALISM, The Mobile Journalism Manual, Available at: <https://www.mojo-manual.org/benefits-of-mobile-journalism/>

<sup>2</sup> Steve Herrmann, Mobile Reporting, BBC, Available at: [http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/theeditors/2008/02/mobile\\_reporting.html](http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/theeditors/2008/02/mobile_reporting.html)

<sup>3</sup> Daniela Wiesler-Schnalke, A studio in your pocket: Mobile reporting, DW, Available at: <https://www.dw.com/en/a-studio-in-your-pocket-mobile-reporting/a-18717510>

<sup>4</sup> Steve Herrmann, Op. cit.

<sup>5</sup> Daniela Wiesler-Schnalke, Op. cit.

<sup>6</sup> Neil Leyden, Stories in your pocket - how mobile tech is changing the media, RTE, Available at: <https://www.rte.ie/eile/tech/2017/0519/876503-stories-in-your-pocket/>

<sup>7</sup> Neil Leyden, Op. cit.

<sup>8</sup> Smartphone journalism: Video, ACADEMY BBC, available at: <http://www.bbc.co.uk/academy/journalism/article/art20130702112133395>

<sup>9</sup> الدكتور سعد إبراهيم، مصدر سبق ذكره.

<sup>10</sup> Guy Degen, Equipment: Mobile Journalist, DW Akademie, Available at: <http://onmedia.dw-akademie.com/english/?p=5791>

المونتاج، النشر، البث المباشر فقط بواسطة الموبايل ومن الميدان "فكل ما يحتاجه الصحفي هو هاتف ذكي وفكرة جيدة حول قصة ما ومعرفة أساسيات لصحافة لإنتاج محتوى صحفي متعدد الوسائط بسرعة ومهنية"<sup>1</sup>. إذ أنه لنشر المادة الصحفية من الهواتف الذكية تحتاج إلى عدة أمور ومنها<sup>2</sup>:

- ❖ إن تكون متصلاً بالإنترنت.
- ❖ تحتاج الى متصفح مثبت على الهاتف الذكي.
- ❖ تحتاج الى التطبيقات الخاصة بالمواقع الإلكترونية التي تريد النشر عليها ان كانت متوافرة.
- ❖ تحتاج الى حساب (اسم مستخدم وكلمة مرور) ان كان يطلب ذلك منك.

وفي هذا الصدد يرى الباحث أنه في عصر غرف الأخبار المتنقلة لم تعد المعوقات السابقة تقف عائق أمام الصحفيين كالمعدات الصحفية الباهظة الكلفة المتمثلة في الكاميرات الاحترافية وحواملها، مسجلات الصوت، الحواسيب المحمولة، عربة البث المباشر. نظراً لأن غرفة الأخبار المتنقلة اختصرت كل تلك الأدوات بنفسها وأصبحت أداة واحدة متمثلة بالموبايل (الهاتف الذكي أو الحاسوب اللوحي) تقوم بجميع الوظائف على نحو سريع وفعال. فالموبايل هو غرفة الأخبار المتنقلة الخاصة بك.

في الواقع ان ((تحرير الأخبار على الهواتف الذكية يحاكي اتجاهات الشباب واهتماماتهم المتزايدة بالارتباط بمثل هذه الأدوات. جميع تطبيقات التحرير الجديدة تثير موجة من الاهتمام بمزاياها على مواقع التواصل الاجتماعي من بينها "فيسبوك"))<sup>3</sup>. "كتابة الأخبار وإنتاج المواد لشاشات الهاتف المحمول مهارة بحد ذاتها وربما تكمن قوتها في الترجيح والمرونة. لكن عليك ان تدرك حدود الهاتف المحمول حتى تستفيد منها قدر الإمكان"<sup>4</sup>.

"إن القدرة على التصوير، التحرير، والنشر باستخدام الهواتف الذكية يمكن الإعلام من عبور الحدود الدولية وكذلك الوصول إلى الأماكن المهمشة. إن هذا النوع من التحرير يخلق التنوع في سرد القصص وعرض وجهات النظر حولها"<sup>5</sup>.

فاللوم تتيح التطورات التكنولوجية إعداد التقارير الإخبارية بصورة شبة فورية نظراً لأن إنتاج محتوى صحفي متعددة الوسائط ونشره عبر شبكة الإنترنت لا يستغرق في الكثير من الأحيان سوى بضع دقائق. إذ يمكن إنتاج محتوى إخباري ذو جودة عالية وإرساله أو نشره عبر الإنترنت بصورة آنية بواسطة غرفة الأخبار المتنقلة

<sup>1</sup> Daniela Wiesler-Schnalke, Op. cit.

<sup>2</sup> صحافة الموبايل، حر الكلام، متاح على الرابط الآتي:

[http://danajabareen.blogspot.com/2014/03/blog-post\\_29.html](http://danajabareen.blogspot.com/2014/03/blog-post_29.html)

<sup>3</sup> إيفو بوروم، موجو وركينغ: التحرير على الهواتف الذكية، إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية، متاح على الرابط الآتي:

<https://2u.pw/GpItR>

<sup>4</sup> الأخبار عبر الهواتف المحمولة، أكاديمية BBC، متاح على الرابط:

<http://www.bbc.co.uk/academy/ar/articles/art20130702112133953>

<sup>5</sup> موجو وركينغ، مصدر سبق ذكره.

في أي وقت وأي مكان طالما الموبايل متصل بشبكة الإنترنت<sup>1</sup>. فغرف الأخبار المتنقلة تسمح للصحفيين بإنتاج وتوزيع الأخبار وتحديثها بصورة فورية على الشبكات الاجتماعية<sup>2</sup>.

وكذلك تساعدهم على اختصار وقت إنتاج التقارير الصحفية وتسهل عليهم مهام إنجاز التحقيقات الاستقصائية<sup>3</sup>. "فضلاً عن إمكانية تقديم بث حي من الموبايل إلى الويب مباشرة ونشر العناوين الموجزة على الإعلام الاجتماعي وهي الممارسات التي تزداد أهميتها مع الأحداث التي تتطلب تغطية لحظية مثل الانتخابات"<sup>4</sup>. وفي سياق غرف الأخبار المتنقلة تجدر الإشارة إلى أن هذه الأخيرة قد أدت دور كبير في تصاعد غرف الأخبار اللامركزية. "فمع تصاعد غرف الأخبار اللامركزية أصبحت في الوقت الحالي صحافة الموبايل راسخة وضرورة لا غني عنها"<sup>5</sup>.

وأبرز دليل على تجربة غرف الأخبار اللامركزية المرتكزة على صحافة الموبايل. هي تجربة الصحفي جيفري روث في تكساس في أمريكا الذي أسس أول غرفة أخبار للامركزية تعتمد على صحافة الموبايل. وأيضاً تجربة فياسنا سوبراموني في جنوب إفريقيا الذي أسس أول غرفة أخبار في الإعلام المستقل تقوم على صحافة الموبايل فقد تم تدريب ما يقارب 300 صحفي عبر غرف الأخبار المتنقلة أنتجوا 2500 قصة إخبارية فيديو بواسطة صحافة الموبايل<sup>6</sup>.

وفي السياق نفسه تجدر الإشارة إلى أن تنامي غرف الأخبار للامركزية قد خلق تحدي أخلاقي جديد<sup>7</sup>. وذلك لأن نشر وتحديث المحتويات بشكل سريع من المحتمل أن يؤدي أحياناً إلى انتشار المعلومات الخاطئة حول الأحداث<sup>8</sup>.

لذلك توصي بعض الدراسات العلمية التي تناولت صحافة الموبايل بأهمية الالتزام بأخلاقيات الصحافة لأن "الأخلاقيات هي بوصلة صحافة الموبايل لذا يجب على الصحفيين أن يحافظوا عليها"<sup>9</sup>. لقد تصاعد أهمية غرف الأخبار المتنقلة مما أصبحت استراتيجية جديدة في عالم الصحافة بات ما يعرف بـ "استراتيجية غرف الأخبار المتنقلة"<sup>10</sup>. فهذه الأخيرة تقوم على مرتكزين وعاملين أساسيين وهما<sup>11</sup>:

<sup>1</sup> Rachel Baig, DW Akademie, Ten useful apps for mobile reporting, Available at: <http://onmedia.dw-akademie.com/english/?p=4255>

<sup>2</sup> Fiona Alston, Mobile journalism ticks all media boxes, THE IRISH TIMES, Available at: <https://www.irishtimes.com/business/innovation/mobile-journalism-ticks-all-media-boxes-1.3076592>

<sup>3</sup> الدكتور ايفو بوروم، مرجع سبق ذكره.

<sup>4</sup> فاطمة الزهراء عبد الفتاح (2016)، الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ص: 52.

<sup>5</sup> WHAT IS MOBILE JOURNALISM, The School of journalism, Available at: <https://schoolofjournalism.co.uk/blog/what-is-mobile-journalism/>

<sup>6</sup> Caroline Scott, Op. cit.

<sup>7</sup> أنظر: سعد إبراهيم، حيدر أحمد حسين، مصدر سبق ذكره، ص: 123.

<sup>8</sup> Neal Augenstein, Op. cit.

<sup>9</sup> سعد إبراهيم، حيدر أحمد حسين، مصدر سبق ذكره، ص: 140.

<sup>10</sup> PATRICK BUTLER, ISOJ 2015 panel: Speed, context key factors for newsrooms' mobile strategy, ijnet, Available at: <https://ijnet.org/en/story/isoj-2015-panel-speed-context-key-factors-newsrooms-mobile-strategy>

<sup>11</sup> Ibid.

فمن ناحية تعد السرعة عامل ومرتكز مهم في نشر الأخبار بواسطة استخدام الموبايل. فالمؤسسات الصحفية من الضروري ان تضع عامل السرعة كمعيار أساسي في النجاح والنشر الصحفي على غرار عدد المشاهدات والزيارات للموقع والمحتوى. لذا يجب ان يمتلك الصحفيين السرعة في إنتاج ونشر الأخبار فالسيارات السريعة تتطلب سائق ماهر. وكذلك أيضاً لا بد ان تكون صفحات المواقع الإلكترونية الإخبارية سريعة بحيث لا بد ان تحمل في لحظات من الثانية نفسها من أجل ضمان عدم خروج المستخدم من التطبيق وإغلاقه<sup>1</sup>.

أما من الناحية الأخرى يعد السياق عامل ومرتكز آخر لغرف الأخبار المتنقلة فمن الضروري الاستفادة من وجود الموبايل مع المستخدم بشكل دائم. فالموبايل مكن المؤسسات الإعلامية من أقامه علاقات قوية وحميمية مع المستخدمين أنفسهم. لهذا يجب ان تكون هذه العلاقات مدروسة من ناحية إرسال الإشعارات الإخبارية. إذ يجب إرسال إشعارات للمستخدمين فقط حول الأخبار التي تهمهم والمتصلة بمجتمعهم وإلا سوف تتحول إلى مصدر للإزعاج<sup>2</sup>.

### الخاتمة

تزايدت أهمية صحافة الموبايل أثناء السنوات الأخيرة وذلك لتطوراتها التكنولوجية. إذ غدت صحافة الموبايل في الوقت الحالي جزء لا يتجزأ من المؤسسات الإخبارية المحلية والعالمية على السواء. فصحافة الموبايل بعد ان كانت مجرد أداة بسيطة للصحفيين تستخدم إلى جانب المعدات التقليدية كالكاميرات الاحترافية، الحواسيب المحمولة، عربة البث المباشر... الخ. أضحت اليوم أدوات صحفية متكاملة تستعمل بدء من جمع المعلومات مروراً بنشرها وصولاً إلى التفاعل معها. وهذا يعني أنها غدت غرفة أخبار متنقلة. وفي هذا السياق توصلت هذه الدراسة العلمية إلى عدة نتائج علمية يمكن تلخيصها في الآتي:

- ❖ باتت صحافة الموبايل تعد غرفة أخبار متنقلة في جيبك.
- ❖ تتميز غرف الأخبار المتنقلة بكونها آنية، متعددة الوسائط، عالية الجودة، متنقلة.
- ❖ غدت غرف الأخبار المتنقلة استراتيجية جديدة في عالم الإعلام تسمى "استراتيجية غرف الأخبار المتنقلة".
- ❖ ساعدت غرف الأخبار المتنقلة في تصاعد غرف الأخبار للامركزية.
- ❖ أسهمت غرف الأخبار المتنقلة في تسهيل وتسريع عمليات جمع الأخبار ومونتاجها ومشاركتها بجودة عالية.
- ❖ مكنت غرف الأخبار المتنقلة الصحفيين من إنجاز التغطيات الإخبارية في الوقت والمكان المناسبين.
- ❖ أوجدت غرف الأخبار المتنقلة فرص لا تقدر بثمن لكل من الصحفيين والسينمائيين والمستخدمين لكي ينتجوا قصصهم الخاصة بهم ويشاركوها.

<sup>1</sup> Ibid.

<sup>2</sup> Ibid.

❖ أطلقت عده شعارات للإشارة إلى تطور صحافة الموبايل منها: "غرفة الأخبار في جيبك"، "الاستوديو في جيبك"، "القصص في جيبك".

وبحسب النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة العلمية يقترح الباحث مجموعة من التوصيات على الباحثين والصحفيين وكما يلي:

- ❖ الأخلاقيات والقوانين الإعلامية هما الخطوة الأولى لممارسة صحافة الموبايل.
- ❖ التصاق صحفيو الموبايل بمجتمعاتهم هو من أفضل الطرق لتغطية الأحداث في وقتها.
- ❖ التعليم والتدريب الصحفي المستمر هما الطريق المثالي لتطوير إمكانيات ومهارات صحفيو الموبايل.
- ❖ مواكبة الاتجاهات العلمية والبحثية والمهنية الجديدة لصحافة الموبايل.
- ❖ التطبيقات تعد من أهم أدوات غرف الأخبار المتنقلة لذا لا بد أنشائها بطرق مدروسة.

## المصادر والمراجع

### أولاً: المصادر والمراجع العربية:

#### الكتب:

- فاطمة الزهراء عبد الفتاح (2016)، الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر.
- غلين ملكاهي وآخرون، دليل صحافة الموبايل (2017)، مركز الجزيرة للتدريب والتطوير الإعلامي، قطر.

#### البحوث العلمية:

- سعد أبراهيم، حيدر أحمد حسين (2019)، دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتقلة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد السادس، برلين، ألمانيا.

#### المحاضرات العلمية:

- الدكتور سعد ابراهيم "صحافة الموبايل" سلسلة محاضرات على طلبة الدراسات الاولية " كلية الاعلام" جامعة ذي قار 2015

#### المواقع الرقيمة:

- إفو بوروم، موجو وركينغ: التحرير على الهواتف الذكية، إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية، متاح على الرابط الاتي: <https://2u.pw/GpItR>
- الأخبار عبر الهواتف المحمولة، أكاديمية BBC، متاح على الرابط: <http://www.bbc.co.uk/academy/ar/articles/art20130702112133953>
- تدريب صحافة الموبايل - أكثر من مجرد تطبيقات، أكاديمية دونتشية فليه، متاح على الرابط: <http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=991>
- رالف أندرسون: الصحفيون العرب مهيوون للتحول إلى عالم "الديجيتال"، شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج)، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/hqhdr>
- شاهد فيديو بعنوان "تعرف كيف يتحول الهاتف الذكي لأداة للإنتاج الإعلامي" على الرابط الآتي: <https://www.youtube.com/watch?v=WP1mjnUWZfY&t=289s>
- صحافة الموبايل تقنم عالم الإنتاج الإعلامي، العرب، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/tFtWS>
- صحافة الهاتف الذكي: اللقطات، أكاديمية بي بي سي، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/tFtWS>
- ضيف العدد: الدكتور افو بوروم، شبكة إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج)، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/7UE2N>
- NADYA HERNÁNDEZ، دليل جديد لصحافة الموبايل... مفيد للصحفيين ولغرف الأخبار، شبكه الصحفيين الدوليين، متاح على الرابط الآتي: <https://2u.pw/uyVv6>

#### ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية:

- Caroline Scott, How mobile journalism is rising in popularity with journalists around the world, journalism.co.uk, Available at: <https://www.journalism.co.uk/news/how-mobile-journalism-is-rising-in-popularity-around-the-world/s2/a633170/>

- Corinne Podger, THE BENEFITS OF MOBILE JOURNALISM, The Mobile Journalism Manual, Available at: <https://www.mojo-manual.org/benefits-of-mobile-journalism/>
- Daniela Wiesler-Schnalke, A studio in your pocket: Mobile reporting, DW, Available at: <https://www.dw.com/en/a-studio-in-your-pocket-mobile-reporting/a-18717510>
- Fiona Alston, Mobile journalism ticks all media boxes, THE IRISH TIMES, Available at: <https://www.irishtimes.com/business/innovation/mobile-journalism-ticks-all-media-boxes-1.3076592>
- Guy Degen, Equipment: Mobile Journalist, DW Akademie, Available at: <http://onmedia.dw-akademie.com/english/?p=5791>
- Ismail Hakki Polat, Mobile Journalism, Open School of Journalism, Available at: <https://www.openschoolofjournalism.com/distance-education-program/courses/mobile-journalism-jg240>
- John Whyte Venables, A LOW BUDGET APPROACH TO PRO VIDEO, John Whyte, Available at: <http://www.johnwhytevenables.co.uk/2017/04/13/pro-video/>
- Mobile journalism– ever-widening horizons, Press Institute of India, Available at: <http://www.pressinstitute.in/mobile-journalism-ever-widening-horizons/>
- Mobile Journalism, Wikipedia, Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_journalism](https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_journalism)
- Neal Augenstein, Lessons Learned After 5 Years of iPhone Reporting for Radio, Available at: <http://mediashift.org/2015/04/lessons-learned-after-5-years-of-iphone-reporting-for-radio/>
- Mobile reporting, Wikipedia, Available at:
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_reporting](https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_reporting)
- New Technology to Enhance Mobile Journalism Classes, Nicholson School of Communication, Available at: <https://sciences.ucf.edu/communication/new-technology-to-enhance-mobile-journalism-classes/>
- Neil Leyden, Stories in your pocket - how mobile tech is changing the media, RTE, Available at: <https://www.rte.ie/eile/tech/2017/0519/876503-stories-in-your-pocket/>
- Rachel Baig, DW Akademie, Ten useful apps for mobile reporting, Available at: <http://onmedia.dw-akademie.com/english/?p=4255>
- Steve Herrmann, Mobile Reporting, BBC, Available at: [http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/theeditors/2008/02/mobile\\_reporting.html](http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/theeditors/2008/02/mobile_reporting.html)
- TIA JAMES, Mobile Journalism: Using Your iPhone for Multimedia, TIA JAMES, Available at: <https://tiajames.wordpress.com/2014/11/01/mobile-journalism-using-your-iphone-for-multimedia/>
- WHAT IS MOBILE JOURNALISM, The School of journalism, Available at: <https://schoolofjournalism.co.uk/blog/what-is-mobile-journalism/>



## دور الأنشطة الاتصالية للمؤسسات الحكومية المصرية في إدارة أزماتها وتأثير ذلك على اتجاهات العملاء

### "نحوها" وزارة البترول نموذجاً

The role of the communicative activities of Egyptian government institutions in managing their crises and the impact of this on customers' attitudes towards them "Ministry of Petroleum as a model"

د.حمدي سيد محمد محمود

معهد البحوث والدراسات العربية

#### ملخص

يساهم وجود أنشطة اتصالية فعالة في المؤسسات الحكومية الخدمية على تحقيق الأهداف والخطط التي تضعها تلك المؤسسات لكي تتجاوز أزماتها، وذلك نظراً لما يتوافر لتلك الأنشطة من قدرات هائلة في التأثير النفسي على الأفراد وتوعية الجمهور. وتعد عملية رصد اتجاهات العملاء وتوجهاتهم نحو سياسات تلك المؤسسات من الأهمية بمكان، وبخاصة في أوقات الأزمات، حيث يساعدها ذلك في اتخاذ القرارات السليمة التي تحقق رغبات وتطلعات جماهيرها، ويعرف هذا النشاط بإدارة السمعة، والتي من المفترض في تلك المؤسسات امتلاكها لرؤية محددة وتصور واضح نحو سمعتها، وكيفية الاحتفاظ لنفسها بصورة ذهنية جيدة لدى جماهيرها المستهدفة. ويسعى هذا البحث للتعرف على كيفية الإدارة الاتصالية للأزمات التي تواجه المؤسسات الحكومية الخدمية، المتمثلة في وزارة البترول، وطريقة تعاملها قبل وأثناء وبعد انتهاء الأزمة، وقياس مدى نجاحها في إدارتها، ومدى اعتماد جمهور العملاء على تلك المؤسسات في الحصول على المعلومات، ومدى تشكيل اتجاهات العملاء نحوها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره تم مسح مضمون الرسائل الإعلامية لوزارة البترول، بالإضافة إلى مسح عينة من الجمهور المصري المستفيد من خدمات الطاقة.

**الكلمات المفتاحية:** أنشطة اتصالية، المؤسسات الحكومية، وزارة البترول، إدارة الأزمات، اتجاهات العملاء.

#### Abstract:

The presence of effective communication activities in government service institutions contributes to achieving the goals and plans set by these institutions in order to overcome their crises, given the enormous capabilities of these activities in psychological impact on individuals and public awareness. The process of monitoring customers' trends and their orientations towards the policies of these institutions is of great importance, especially in times of crisis, as this helps them to make sound decisions that achieve the desires and aspirations of their masses. This activity is known as reputation management, which in these institutions is supposed to have a specific vision and a clear vision towards her reputation, and how to maintain a good mental image with her target audiences. This research seeks to identify how the communicative management of crises facing government service institutions, represented by the Ministry of Petroleum, and the way they dealt with before, during and after the end of the crisis, and to measure the extent of their success in managing them, and the extent to which the customers depends on these institutions to obtain information, and the extent to which trends are formed. The study relied on the survey method, in which the content of the media messages of the Ministry of Petroleum was surveyed, in addition to surveying a sample of the Egyptian public benefiting from energy services.

**مقدمة:**

تُمثل وزارة البترول المصرية، الركيزة الأهم في توفير المشتقات البترولية ، لتلبية احتياجات كافة الأنشطة الصناعية والاقتصادية، بالإضافة لحاجة الجمهور من هذه السلع ، حيث يواجه قطاع الطاقة المصري الكثير من الأزمات في ظل التناقص الكبير في مصادر الطاقة التقليدية المتمثلة في المشتقات البترولية والغاز الطبيعي، وتتمثل أهم ملامح أزمة الطاقة في وجود فجوة بين العرض والطلب، إضافة إلى أن معظم موارد الطاقة التي تعتمد عليها مصر تتمثل في البترول والغاز، وبنسبة أعلى بكثير من المعدلات العالمية، فضلا عن وجود مديونيات مستحقة لشركات البترول الأجنبية ، مما قد يترتب عليه تعطل أعمال التنقيب والاستكشاف، في حالة تأخير سداد تلك المديونيات.

ويساهم وجود أنشطة اتصالية فعالة في المؤسسات الحكومية الخدمية على تحقيق الأهداف والخطط التي تضعها تلك المؤسسات لكي تتجاوز أزماتها، وذلك نظراً لما يتوافر لتلك الأنشطة من قدرات هائلة في التأثير النفسي على الأفراد وتوعية الجمهور. وتعد عملية رصد اتجاهات الجمهور وتوجهاته نحو سياسات تلك المؤسسات الخدمية من الأهمية بمكان، وبخاصة في أوقات الأزمات، حيث يساعدها ذلك في اتخاذ القرارات السليمة التي تحقق رغبات وتطلعات جماهيرها، ومن هنا ينطلق التساؤل الرئيسي للدراسة وهو: **ما الدور الذي**

**تقوم به الأنشطة الاتصالية في إدارة أزمات وزارة البترول؟**

**– الدراسات السابقة:**

تتقسم الدراسات السابقة لمحورين رئيسيين على النحو التالي:

**المحور الأول:** الإعلام والأزمات في المؤسسات الخدمية.

**المحور الثاني:** دور الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الحكومية.

**أولاً-دراسات عن الاتصال والإعلام والأزمات في المؤسسات الخدمية:**

**1 – دراسة Amali Triant afillidou Prodromos Yannas (2020):**

**Social media crisis communication in racially charged crises: Exploring the effects of social media and image restoration strategies<sup>1</sup>.**

تستهدف الدراسة معرفة تأثيرات منصات الوسائط الاجتماعية (Facebook و Twitter و Instagram) واستراتيجيات استعادة الصور (الحرمان، تقليل الإهانات، الإجراءات التصحيحية، الإهانة) على سمعة ما بعد الأزمة، في سياق شركة فنادق وهمية تواجه أزمة مشحونة بالعنصرية. تشير النتائج إلى أن Twitter كان أكثر فاعلية من "Facebook" و "Instagram" فيما يتعلق باستعادة سمعة الشركة فيما بعد الأزمة، وأهم النتائج:.

1-نتج عن Twitter سمعة ومشاركة إيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي وتكوين نوايا سلوكية.

1 - Amali Triant afillidou Prodromos Yannas,(2020)Social media crisis communication in racially charged crises: Exploring the effects of social media and image restoration strategies, Computers in Human Behavior, Volume 106, May 2020, 106269,https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106269,access date 01/03/2020

2- إستراتيجية العمل التصحيحي أدت إلى ارتفاع المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي.

3- لم يتم العثور على تأثير التفاعل بين نوع وسيلة التواصل الاجتماعي وإستراتيجية الاستجابة.

2-دراسة (Lieze Schoofs, An-Sofie Claeys, Aurélie De Waele (2019):

**The role of empathy in crisis communication: Providing a deeper understanding of how organizational crises and crisis communication affect reputation<sup>1</sup>.**

تقدم هذه الدراسة معرفة نظرية لكيفية تأثير الأزمات التنظيمية والتواصل مع الأزمات على سمعة المؤسسات، حيث تؤكد الأبحاث السابقة فقط على أهمية مسئولية الأزمات التنظيمية في هذه العملية، وسعت هذه الدراسة لتحقيق أهدافها من خلال عدة تجارب على جمهور هذه المؤسسات، حيث توصلت إلى عدد من النتائج على النحو التالي:

- أصحاب المصلحة يعتبرون أن المنظمة أقل مسؤولية عن الأحداث، ولكنهم أكثر عرضة للتعاطف مع الشركة.

- الاعتذار يؤدي لإصلاح السمعة من خلال تأثير وسيط على التعاطف، على عكس الإنكار.

- إن تعاطف أصحاب المصلحة مع المنظمة خلال الأزمة، قلل من الأضرار التي لحقت بسمعتها.

- يشرح التعاطف تأثير أنواع الأزمات على السمعة (الضحية مقابل الوقاية).

3-دراسة آمال عبد الوهاب محمود (2019)، دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث -دراسة سوسولوجية

في صعيد مصر، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الاجتماع<sup>2</sup>.

استخدمت الدراسة دليل المقابلات المفتوحة، واعتمدت الدراسة علي مقابلة 13 مفردة من المسؤولين بمحافظات (البحر الأحمر-الأقصر-قنا) في إدارتي (إدارة الأزمات والكوارث-إدارة الإعلام)، واعتمدت أيضاً علي مقابلة 30 مفردة من المتضررين من كارثة السيول في قري من محافظات الصعيد الثلاثة (رأس غارب-الطود-المعنا) وأهم النتائج:

1-أن الهاتف له دور مهم أثناء حدوث الأزمة من خلال التقنية والسرعة، مما يعمل على إيصال المعلومة بشكل أسرع للقيادات والجهات المسؤولة بكل حرفية، وربط الجهات بعضها البعض مما يقلل من آثار الأزمة.

2-أن المواقع الاجتماعية جاءت في المقام الأول يليها التلفزيون ثم الصحف من حيث رصد الأزمة بكل مراحلها.

3 -يتضح ان وسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في الانترنت والمواقع الاجتماعية هي الأكثر ممارسة بين الجهات الرسمية والغير رسمية والمواطنين وذلك من خلال الاشتراك على صفحاتهم والجروبات.

1 - Schoofs,Lieze & Claeys,An-Sofie & De Waele,Aurélie & Cauberghe,Verolien, (2019) The role of empathy in crisis communication: Providing a deeper understanding of how organizational crises and crisis communication affect reputation, Public Relations Review, 45. 101851. 10.1016/j.pubrev.2019.101851, access date 01/03/2020.

2- آمال عبد الوهاب محمود حلمي (2019)، دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث - دراسة سوسولوجية في صعيد مصر ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الاجتماع.

#### 4-دراسة (2019) Juliana Raupp:

##### Crisis communication in the rhetorical arena<sup>1</sup>.

تطبق هذه الدراسة وتوسع نظرية الساحة الخطابية (RAT) للاتصال خلال الأزمات عبر تحليل الشبكة. إذا أخذنا أزمة انبعاثات فولكس فاجن كحالة في هذا الصدد، فقد تم تحليل الخطاب الإعلامي في صحيفتين ألمانيتين وصحيفتين مقرهما الولايات المتحدة. تم فحص أنماط التفاعل بين مختلف الأصوات التي تشارك في بناء حالة الأزمة الخطابية باستخدام تحليل علائقي للبيانات. تم بناء شبكة رمزية تتألف من علاقات بلاغية بين الجهات الفاعلة. تشير النتائج إلى:

- 1- يهيمن على الخطاب الإعلامي عدد قليل من الجهات الفاعلة.
- 2- فولكس واجن هو الصوت الأبرز في التغطية الإعلامية.
- 3- العديد من بيانات الشركة ذات مرجعية ذاتية.
- 4- حصل أصحاب المصلحة والمنظمات غير الحكومية على فرصة قليلة للتحدث.
- 5- يتم توزيع الأدوار وعلاقات القوة بشكل غير متساو.

#### 5-دراسة (2019) Stephan G.H.Meyerding , And others

##### Not only speed matters – Crisis response in the hypothetical case of a transport accident involving genetically modified crops<sup>2</sup>.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد استراتيجيات الاستجابة المناسبة للحالة الافتراضية لحادث النقل التي تنطوي على الكائنات المعدلة وراثياً، وللإجابة على سؤال البحث أجرينا 14 مقابلة شبه منظمة مع خبراء في الاتصالات، والتواصل أثناء الأزمات، والاتصالات عبر الإنترنت، أو مع الأفراد الذين كانوا على اتصال بإدارة الأزمات عند وقوع حادث مع الكائنات المعدلة وراثياً، واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى النوعي للمقابلات الصوتية المسجلة بعد تفريغها في شكل نصوص مكتوبة، وأوضحت النتائج أن:

- 1- إدارة الأزمات تشكل شرطاً أساسياً للتواصل الناجح مع الأزمات، بسبب الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام عبر الإنترنت، وخاصةً وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- تشير المقابلات إلى أنه يجب التركيز بشكل أساسي على الاستعداد للأزمات ، خاصة على إعداد دليل للأزمات لأنه يوفر هيكلًا للاستجابة للأزمات ، وبالتالي تحقيق القدرة على الاستجابة السريعة للأزمة.
- 3- استخدام الوسائط عبر الإنترنت له أهمية كبيرة بسبب قدرتها على نشر المعلومات بسرعة.
- 4- أوضحت النتائج أن الاستجابة برسائل عاطفية كانت مهمة ، لأنها قد تساعد أصحاب المصلحة على التعامل مع عدم اليقين بطريقة لا تؤثر سلباً على سمعة المنظمة.

##### ثانياً: دراسات تناولت دور الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الحكومية:

<sup>1</sup> - Juliana Raupp (2019) Crisis communication in the rhetorical arena,Public Relations Review,Volume 45,Issue 4 , November 2019, 101768,https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.002,access date 01/03/2020

<sup>2</sup> - Stephan G.H.Meyerding,Elisabeth Spiwoks,Meike Rombach,Mira Lehberger,(2019),Not only speed matters – Crisis response in the hypothetical case of a transport accident involving genetically modified crops,Food Policy,Volume 85, May 2019, Pages 55-63,https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2019.04.006, access date 29/02/2020.

### 1- دراسة قرناني ياسين، ريم بن دعاس (2020): دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدم العمومية بالمؤسسة الاستشفائية - دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين الكبيرة<sup>1</sup>.

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى إبراز دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العامة في المؤسسة العامة للصحة الجوارية، ولمعالجة مشكلة البحث تم إجراء دراسة على عينة من العاملين في المؤسسة العامة للصحة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان، وأهم النتائج:

1- الأساليب الاتصالية المعمول بها، تتمثل في الاتصال الكتابي، والاتصال اللفظي، والاتصال الالكتروني.

2- الأساليب الاتصالية تساهم في تحسين الخدمة، من خلال تنظيم الأعمال ، وكذلك رضا الجمهور عن الخدمات المقدمة.

3- أهم المشاكل التي تواجه المؤسسة مع الجمهور ، قلة دراية العاملين بالأساليب الاتصالية، و لغة الجسد والاتصال الغير لفظي. واقتُرحت الدراسة عمل دورات تدريبية للعاملين لإكسابهم مهارات الاتصال الكتابي، والاستماع والحوار، والإقناع من أجل تطوير وتحسين الخدمة.

### 2-دراسة سارة أحمد حسني مصطفى (2019): الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات السياحية في مصر وعلاقتها باتجاهات السائحين الأجانب نحوها<sup>2</sup>.

سعت هذه الدراسة لرصد تقييمات السياح الذاتية للمخاطر وعدم اليقين في عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالسفر، وقياس فاعليتها في جذب السائحين، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون أنشطة وزارة السياحة، وعينة ميدانية 300 مفردة من السائحين من (1-15) إلى (10-3) - 2019، وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج:

1- اتسمت عملية النشر بالعشوائية وارتباطها بالأحداث، ولم تكن وفقاً لخطة إعلامية.

2-عدم وجود إدارة إعلامية للأزمات، حيث اتسم الأداء بالعشوائية في الوسائل والأساليب.

### 3-دراسة رمضان إبراهيم محمد عطية (2018): إستراتيجيات إدارة الأزمات بالمؤسسات المصرية والعربية ودور العلاقات العامة فيها-دراسة تطبيقية<sup>3</sup>.

سعت الدراسة إلى التعرف على الإجراءات الإستراتيجية لعمل العلاقات العامة في مراحل التخطيط لإدارة الأزمات، والتعرف على ماهية الأزمات وطبيعتها، ودور العلاقات العامة خلال مراحل الأزمات، واستخدمت

<sup>1</sup> - قرناني ياسين، ريم بن دعاس (2020): دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدم العمومية بالمؤسسة الاستشفائية - دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين الكبيرة، مجلة-الدراسات الإعلامية، العدد العاشر، فبراير، 2020.

<https://democraticac.de/wp-content/uploads/2020/02/.pdf>, access date 05/03/2020.

<sup>2</sup> - سارة أحمد حسني مصطفى (2019)، الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات السياحية في مصر وعلاقتها باتجاهات السائحين الأجانب نحوها، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام.

<sup>3</sup> - رمضان إبراهيم محمد عطية (2018): إستراتيجيات إدارة الأزمات بالمؤسسات المصرية والعربية ودور العلاقات العامة فيها- دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.

الدراسة منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في اختيار شركة "سابك" للبتروكيماويات بالسعودية، ومؤسسة البترول الكويتية، ووزارة البترول المصرية. ومن أهم نتائج الدراسة:

1- اعتماد المؤسسة علي ممارسي العلاقات العامة والاتصال في إدارة الأزمات بنسبة كبيرة.  
2- جاءت أولاً مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسة، يليها موقعها الإلكتروني من حيث الاستخدام وقت الأزمات.

3- جاءت الحملات التليفزيونية على رأس النشاطات الأكثر كفاءة لمواجهة الأزمات كما يراها المبحوثين بنسبة 64.3%، يليها الانترنت في المركز الثاني بنسبة 52%.

4- أشار المبحوثين إلى أنّ وزارة الإعلام تعاونت مع إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمة بنسبة 90.5%، تليها وزارة المالية في المركز الثاني بنسبة 28%، ثم وزارة الخارجية في المركز الثالث بنسبة 25.8%. وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء وحدات خاصة بإدارة الأزمات تقوم برصد وقياس كافة الأنشطة المتعلقة بإدارة الأزمات في تلك الوزارات، ومعالجة القصور وفقاً لنتائج القياس.

4-دراسة نها نبيل محمود الأسودوي (2018): إستراتيجيات مواجهة الأزمات لدى الحكومة المصرية - دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي<sup>1</sup>.

استخدمت الدراسة نظريتي إصلاح الصورة والإطار الإعلامي، واعتمدت على أسلوب تحليل الخطاب لبيانات المتحدث الرسمي أثناء أزمته (تفجير كنيسة الإسكندرية وطنطا وجزيرتي تيران وصنافير) وتحليل مضمون البرامج الحوارية التي ظهر فيه المتحدث الرسمي على برنامج "صفحة جديدة" بقناة (النيل لايف) الحكومية، وبرنامج "كل يوم" بقناة (ONE)، وبرنامج "هنا العاصمة"، بقناة (CBC) ممثلة للقنوات الخاصة. وتم تطبيق استمارة مقابلة العينة المتاحة قوامها 30 مفردة من المتحدثين الرسميين من الوزارات المختلفة، وأهم النتائج:

1- جاءت أطروحة "وصف الأزمة واقتراح الحل"، في المرتبة الأولى بالنسبة لأزمة تفجير الكنائس، في حين تفوقت أطروحة "التعريف بالأزمة" في أزمة جزيرتي تيران وصنافير.

2- تصدرت إستراتيجية توضيح الموقف وهذه النتيجة اتفقت مع نظرية خطاب إصلاح الصورة كنموذج لإدارة الأزمات.

3- أهم المشكلات التي تواجه الوزارة في إدارة الأزمات هي نشر الأخبار المغلوطة، بالإضافة إلى بعض التعليقات السلبية التي قد تؤثر سلباً على إدارة الأزمات.

5-دراسة ريهام يحيى إمبابي (2018): الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية في إدارة الأزمات وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحوها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - نها نبيل محمود الأسودوي (2018): إستراتيجيات مواجهة الأزمات لدى الحكومة المصرية -دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي، رسالة دكتوراه، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع، شعبة الاتصال والإعلام.

<sup>2</sup> - ريهام يحيى إمبابي، (2018)، الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية في إدارة الأزمات وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (4 وزارات) وعينة تحليلية شملت كافة الأساليب الاتصالية الخاصة بالأزمات من (1-1-2017 إلى 31-12-2017)، وعينة القائم بالاتصال (4 مفردات) وهم المتحدثون الإعلاميون بالوزارات المعنية، وعينة حصصية قوامها (500 مفردة) من الجمهور المصري. واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد ونموذج لإدارة الأزمات. وتم جمع البيانات باستخدام أداة تحليل مضمون واستبيانته ودليل مقابلة، وأهم النتائج:

1- أشارت النتائج إلى استخدام العديد من الأساليب الاتصالية بالأزمات محل الدراسة تمثلت في الأخبار والبيانات الإعلامية، بينما تميزت أزمة ارتفاع أسعار المواد البترولية والكهرباء بعقد مؤتمر صحفي لتوضيح للأزمة، أما أزمة ارتفاع أسعار الكهرباء فاستخدمت النشرات الصحفية والفيديوهات والحملات الإعلامية، ومجلة البترول.

2- المدخل الإقناعية التي استخدمت أثناء الأزمات محل الدراسة تمثلت في "المدخل القومي" في المركز الأول "المدخل الاقتصادي"، "المدخل الاجتماعي"، "أكثر من مدخل".

3- وأكدت النتائج أن درجة اهتمام الباحثين بمتابعة الأزمات التي يمر بها المجتمع لعام 2017 كانت "بدرجة كبيرة" بنسبة (62.4%) ويليهما باقي الفئات.

4- درجة اعتماد الباحثين على الأساليب الاتصالية في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات جاءت "الأخبار" بالمرتبة الأولى يليها "المؤتمرات الصحفية" ثم "الزيارات الميدانية" يليها "الحملات الإعلامية" ثم "البيان الإعلامي" ويليهما باقي الأساليب الاتصالية المستخدمة.

#### مشكلة الدراسة:

تمثلت المشكلة البحثية في التعرف على كيفية الإدارة الاتصالية للأزمة التي تواجه المؤسسات الحكومية الخدمية، المتمثلة في وزارة البترول، وطريقة تعاملها قبل وأثناء وبعد انتهاء الأزمة، وقياس مدى نجاحها في إدارتها، ومدى اعتماد الجمهور على تلك المؤسسات في الحصول على المعلومات، ومدى تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها.

#### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أهمية علمية وتطبيقية على النحو التالي:

#### أ-الأهمية العلمية للدراسة:

1- تتبع أهمية هذه الدراسة من طبيعة موضوعها المتعلق بأزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية، والتي تشغل اهتمام الرأي العام، نظرًا لما لها من تأثير مباشر على الأحوال الاقتصادية والمعيشية لقطاعات واسعة من الجمهور.

2 - قد تساعد نتائج هذه الدراسة في العمل على إحداث تطوير شامل لمنظومة الأنشطة الاتصالية داخل المراكز الإعلامية وإدارات العلاقات العامة، و وحدات إدارة الأزمات بالمؤسسات الحكومية الخدمية، لتحقيق فاعلية وتأثير أكبر لهذه الأنشطة.

3- قلة الدراسات التي تناولت إدارة أزمات المؤسسات الحكومية الخدمية من خلال ما لديها من أنشطة اتصالية.  
**ب- الأهمية التطبيقية للدراسة:**

1- يمكن أن تساعد نتائج هذه الدراسة متخذي القرار على الاستخدام الأمثل للأساليب الاتصالية في إدارة الأزمات.

2- تحديد أهم الأخطاء التي تقع فيها المؤسسات الخدمية أثناء إدارتها لأزماتها، لتفادي تكرارها مستقبلاً.

3- تساهم هذه الدراسة في تطوير خطط الاتصالات المستقبلية، من خلال تحديد أهم الأنشطة الاتصالية التي يستخدمها الجمهور خلال الأزمة، وبالتالي استغلالها بشكل أفضل في الأزمات المستقبلية.

4- تساعد هذه الدراسة القائمين بالاتصال في تحديد المهام المطلوب منهم إنجازها بدقة وكفاءة، وذلك خلال المراحل المختلفة للأزمة، من خلال توصيل المعلومات في الوقت المناسب، وعبر الوسائل الأكثر فاعلية، واختيار أفضل السبل للتعامل مع الجمهور.

#### **- أهداف الدراسة:**

1- رصد الأنشطة الاتصالية في بعض المؤسسات الخدمية الحكومية العاملة في قطاع الطاقة.

2- تحليل الدور الذي يقوم به القائمين بالاتصال في مواجهة أزمات المؤسسات الخدمية.

3- التعرف على أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الخدمية.

4- بلورة رؤية مستقبلية عن عمليات الاتصال الفعال خلال الأزمات في المؤسسات الخدمية تمكن القائمين بالاتصال من تحقيق تأثير أكبر للأنشطة الاتصالية الموجهة للجمهور.

#### **- الإطار النظري للدراسة:**

##### **(نموذج اتصالات الأزمة الظرفية ونماذج (Gruning) لممارسة العلاقات العامة).**

ويطرح الإطار النظري للدراسة نموذجين من أكثر النماذج المستخدمة في الاتصالات المؤسسية وبخاصة خلال الأزمات وهما: نموذج اتصالات الأزمة الظرفية ونماذج (Gruning) لممارسة العلاقات العامة.

##### **أ- نموذج اتصالات الأزمة الظرفية<sup>1</sup>:**

يقدم هذا النموذج إطاراً عن كيفية استخدام الاتصال لإصلاح سمعة المؤسسة ووفقاً للنموذج فإن الموقف الأزموي يتألف من أربعة عناصر تستخدم لتقييم التأثير المحتمل للأزمة على السمعة وهي: نوع الأزمة، مدى الضرر الناتج عن الأزمة، تاريخ الأزمة مع المؤسسة وعلاقة المؤسسة بالأزمة.

ووفقاً لذلك التصور فإن عملية إدارة الأزمة تعتمد على اختيار الاستجابة الاتصالية الملائمة وفقاً للعناصر السابقة، ووفقاً لهذا النموذج فإن تهديد سمعة المؤسسة والتأثير على سلباً خلال الأزمة يرتبط بمدى

<sup>1</sup> - Coombs, W. T. (2007) Crisis management and communications.

<http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications>, access date 29/03/2020.

2- Coombs, W. T. (2007) Previous reference. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications>, access date 29/03/2020.



مسئولية المؤسسة عن الأزمة وكذلك بالأزمات السابقة التي مرت بها المؤسسة ومدى تأثير سمعتها بهذه الأزمات ووفقا لذلك أيضا فإن مسؤولية المؤسسة عن وقوع الأزمة تتحدد في ثلاث حالات:

1- **المسئولية الضعيفة:** عندما تكون المؤسسة ضحية لإحداث معينة أو نتيجة لعوامل طبيعية.

2- **المسئولية متوسطة:** في حالة وقوع حادث عرضي كالحوادث التقنية.

3- **المسئولية القوية:** حيث تكون الشركة مسببة للأزمة بسياسات أو قرارات خاطئة.

أما فيما يتعلق بتعرض المؤسسة لأزمات سابقة فإن تكرار نفس الأزمة يعرض المؤسسة لموقف صعب ويضر بسمعتها لأنه يعطى انطباعاً بأن المؤسسة غير قادرة على توقع الأزمة أو إدارتها وحلها، كما أن الإدارة الخاطئة للأزمات السابقة تؤدي إلى نفس التأثير السلبي في سمعة المؤسسة، وبالتالي فإن التاريخ غير الناجح للمنظمة مع الأزمات التي تعرضت لها، وعدم وجود علاقات فعالة مع أطراف الأزمة يضر بالمؤسسة وهو ما يحتم على المؤسسة التخطيط الجيد لاتخاذ الاستجابة الاتصالية المناسبة للتعامل مع تداعيات الأزمة.

ووفقا لهذا التصور ذكر Coombs أن كل من المؤسسة والجمهور المتضرر في الأزمة أو وسائل الإعلام يعملون على إسناد أسباب وقوع الأزمة لشخص أو جهة معينة وذلك لأن الجمهور دائما ما يطلب تفسير لأسباب الأزمة، فإذا ما أسند الجمهور أو الإعلام الأزمة إلى أخطاء وقعت في المؤسسة فإن ذلك يفسد سمعة المؤسسة ويضر بأعمالها وهو ما أطلق عليه نظرية الإسناد وهو ما يدفع المؤسسة إلى اختيار موقف معين أو إستراتيجية اتصالية معينة تفسر من خلالها للجمهور علاقتها بالأزمة ورد فعلها تجاهها. وأضاف " كلايس وفينش و كافبورج " (Claeys, Vynche & Cavberghe) ، أن طبيعة الأزمة ودرجة مسؤولية المؤسسة عنها تحدد الإجراء المطلوب اتخاذه، فالأزمات التي لا دخل للمؤسسة في مثل الأزمات الناتجة عن شائعات يصلح للتعامل معها إستراتيجيات الهجوم على المدعي والتكذيب والأزمات الناتجة عن أخطاء تكنولوجية في عملية الإنتاج يصلح لها التمدد من خلال الاعتذار والتبرير، والأزمات الناتجة عن أخطاء بشرية وقرارات خاطئة للمؤسسة، وينتج عنها ضحايا، ولا بد أن تقوم في المؤسسة بالاعتذار والتعويض.

**ويوجد عدة إستراتيجيات لإصلاح الصورة الذهنية للمؤسسة خلال الأزمات تتحدد كما يلي<sup>1</sup>:**

1- **إقناع الجماهير بأنه لا توجد أزمة من خلال إنكار وجود الأزمة، أو إيضاح أسباب الموقف وأنه لا يمثل أزمة، أو الهجوم على من يزعم بوجود أزمة أو التهديد برفع قضايا على من يهاجمون المؤسسة.**

2- **السعي لجعل الجماهير ترى الأزمة بشكل أقل سلبية من خلال صنع الأعداء عبر إنكار وجود النية أو التعمد المسبق أو إنكار إرادة المؤسسة في الوقوع في الخطأ. أيضا يتم ذلك من خلال التبرير عبر التقليل من شأن الأضرار التي أحدثتها الأزمة أو بيان أن الضحايا يستحقون ما لحق بهم من ضرر لسبب من الأسباب أو لبيان أن الأزمة قد شوهت وبولغ فيها.**

<sup>1</sup> The hypothetical case of a transport accident involving genetically modified crops, Food Policy, Volume 85, May 2019, Pages 55-63, <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2019.04.006>, access date 29/02/2020.

3- السعي لجعل الجماهير تتنظر للمؤسسة ككل بشكل أكثر إيجابية من خلال ربط المؤسسة بأشياء إيجابية يقدرها الجمهور أو خلق قبول عند جماعة من الجماعات، إلى جانب اتخاذ إجراءات علاجية من خلال دفع تعويضات أو مساعدة الضحايا والاعتذار عن الأزمة واتخاذ إجراءات لمنع تكرارها.

نشر James Gruning وزميله Todd Hunt في عام 1984 كتاباً بعنوان إدارة العلاقات العامة وقد عرضا نماذج لتطور وممارسة العلاقات العامة في الولايات المتحدة. وتتناول هذه النماذج أنماط اتصالات العلاقات العامة مع الجماهير المتعاملة معها كالتالي:

#### ب- نماذج (Gruning) لممارسة العلاقات العامة<sup>1</sup>:

نشر James Gruning وزميله Todd Hunt في عام 1984 كتاباً بعنوان إدارة العلاقات العامة وقد عرضا نماذج لتطور وممارسة العلاقات العامة في الولايات المتحدة. وتتناول هذه النماذج أنماط اتصالات العلاقات العامة مع الجماهير المتعاملة معها كالتالي:

#### 1- نموذج النشر (الوكيل الصحفي):

يستخدم هذا النموذج أسلوب الاتصال المرابط الذي يتميز بالتدفق الأحادي الاتجاه للمعلومات التي تنساب من الإدارة للعاملين والجمهور الخارجي دون اهتمام بالتغذية العكسية.

#### 2- نموذج إعلام الجمهور:

وهنا يتدفق الاتصال في اتجاه واحد، حيث ترسل إدارة العلاقات العامة رسائلها الاتصالية للجمهور دون تلقي الصدى، وهدف الاتصال هنا توصيل الإقناع بحيث يوظف جهاز العلاقات العامة مناهج وأساليب العلوم الاجتماعية لزيادة القدرة الإقناعية للجهود الاتصالية لدىها، فالهدف الرئيسي للنموذج خدمة مصلحة المؤسسة وتحقيق أهدافها لذلك وصف بنموذج الإقناع العلمي.

#### 3- النموذج غير المتناسق بالاتجاهين:

هنا ينساب في اتجاهين من المؤسسة للجماهير والعكس، وتهتم المؤسسة بالجمهور من أجل تطوير حملات اتصالية مقنعة وهذا لكسب تأييده، فمري تفرض أن النفع سوف يتحقق للجمهور بالتعاون معها كما تفترض أن الجماهير المختلفة إذ ما كونت صورة صحيحة عن المؤسسة فسوف يحدث نوع من التكامل بينهما.

#### 4- النموذج المتناسق ذو الاتجاهين:

تستهدف العلاقات العامة وفقاً لهذا النموذج تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، والاتصال فيه يتم في اتجاهين متوازيين، فالعلاقات العامة تهتم بإقناع الجمهور والتأثير فيه، وللجمهور قوة تأثير توازي قوة تأثير المنظمة، فيؤثر على إدارة المنظمة لتعديل سياساتها وقراراتها وخططها لتلبية لرغباته واتجاهاته. ويعد تطوراً للنموذج السابق، ويستخدم عندما تهدف المؤسسة إلى المحافظة (الوقاية) على صورتها من التشوه أثناء وقوع المشكلات والأزمات بحيث تعمد إلى حلها عن طريق الاستجابة لمتطلبات الجمهور، ويرى

<sup>1</sup> [https://www.researchgate.net/profile/James\\_Grunig/publication/322802009\\_Managing\\_Public\\_Relations/links/5a70b327a6fdcc33\\_daa9\\_dfad/Managing-Public-Relations.pdf](https://www.researchgate.net/profile/James_Grunig/publication/322802009_Managing_Public_Relations/links/5a70b327a6fdcc33_daa9_dfad/Managing-Public-Relations.pdf), access date: 22.03.2020

"جرونج" أن النموذج المتوازن هو أفضل النماذج في اتصال العلاقات العامة خصوصاً عند حدوث الأزمات، فهو يعمل على التناغم المتبادل عن طريق الحوار الموضوعي الذي يراعي مصلحة كل طرف، ففي نظره أي عملية تفاعلية لا بد أن تنبثق من الحوار كشرط أساسي لحدوث الإقناع.

**التساؤل الرئيسي للدراسة:**

ما الدور الذي تقوم به الأنشطة الاتصالية في إدارة أزمات وزارة البترول؟  
والذي بدوره يتفرع لعدد من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

**• أولاً - تساؤلات خاصة بالمضمون (الدراسة التحليلية):**

- 1- ما الأنشطة الاتصالية المستخدمة خلال أزمات المؤسسات الخدمية الحكومية؟
- 2- ما عناصر الإبراز المستخدمة في الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 3- ما أشكال الاتصال المستخدمة في الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 4- ما مصادر الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 5- ما النطاق الجغرافي وأسلوب عرض الرسائل خلال الأزمة؟
- 6- ما إستراتيجيات عرض الرسائل خلال الأزمة؟
- 7- ما أهداف رسائل الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 8- ما مداخل الاتصال الإقناعي وأسلوب معالجة الرسائل خلال الأزمة؟
- 9- ما الأساليب الإقناعية للأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 10- ما الإستراتيجية المستخدمة في الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 11- ما الأطر الإعلامية المستخدمة في الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 12- ما عناصر التفاعلية المستخدمة في معالجة موضوعات الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة؟
- 13- ما الأفكار الرئيسية المطروحة خلال أزمة ارتفاع المشتقات البترولية؟

**• ثانياً تساؤلات خاصة بالجمهور (الدراسة الميدانية):**

- 1- ما درجة الاعتماد على الأنشطة الاتصالية التي قدمتها وزارة البترول عبر مراحل الأزمة.
- 2- رتب الوسائل الإعلامية حسب أهميتها عند متابعتك لأزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية.
- 3- حدد أهم الأزمات التي قمت بمتابعتها من خلال الأنشطة الاتصالية التي قدمتها المؤسسات الخدمية للجمهور خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية.
- 4- رتب أهم الأزمات التي تابعتها في الفترة الماضية من حيث كثافة التداول في وسائل الإعلام.
- 5- ما دوافع تعرض الجمهور للأنشطة الاتصالية التي قدمتها المؤسسات الخدمية خلال الأزمة؟
- 6- ما الإشباع المتحققة من الأنشطة الاتصالية خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية؟
- 7- ما المبررات التي استخدمتها الحكومة في إقناع الجمهور برفع أسعار المشتقات البترولية؟
- 8- ما درجة ثقة الجمهور في المعلومات التي قدمتها له وزارة البترول خلال الأزمة؟

9- ما رأيك فيما قدمته المؤسسات الخدمية للجمهور من معلومات عبر المراحل المختلفة للأزمة؟

#### - فرض الدراسة:

“توجد علاقة ارتباطيه بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها” بناء على المتغيرات الآتية: النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي.

#### - منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، وفي إطاره يتم مسح مضمون الرسائل الإعلامية للمؤسسات الخدمية التي توجهها وزارة البترول، بالإضافة إلى مسح عينة من الجمهور المصري المستفيد من خدمات الطاقة.

#### - أدوات جمع البيانات:

1- الاستبيان: أداه جمع البيانات الأساسية التي يعتمد عليها الباحث في قياس متغيرات الدراسة للجانب المتعلق بجمهور المؤسسات الخدمية، ويشمل مقياس "ليكرت" الثلاثي لقياس الاتجاهات.

2- تحليل المضمون: للمواد والرسائل الإعلامية التي تبثها المراكز الإعلامية لوزارة البترول.

- مجتمع الدراسة: وينقسم مجتمع الدراسة ثلاث فئات كما يلي:-

- المؤسسات الحكومية الخدمية: تم عمل حصر شامل لجميع المؤسسات الحكومية المصرية وعددها (33 وزارة) للتعرف على المؤسسات الأكثر تعرضاً للأزمات وتم اختيار وزارة البترول، لتحليل الأنشطة الاتصالية المستخدمة بإدارات العلاقات العامة والمراكز الإعلامية لتلك المؤسسات، لمعرفة أفضل الأنشطة الاتصالية المستخدمة وقت الأزمات، والأساليب المطروحة لحل الأزمات في مختلف مراحل الأزمة.

- الجمهور: وهو الجمهور المصري المتعامل مع خدمات الطاقة التي وزارة البترول.

- عينة الدراسة: وتنقسم عينة الدراسة إلى:-

- عينة المؤسسات الحكومية الخدمية: وتتمثل في وزارة البترول.

- عانت تلك المؤسسات من أزمات عديدة نتيجة لسياسة تحرير أسعار الطاقة التي انتهجتها الحكومة منذ من عام 2014.

- عينة الدراسة التحليلية (تحليل المضمون): وتشمل تحليل كافة الرسائل والمواد الإعلامية الصادرة عن وزارة البترول، خلال الفترة من أول يناير 2020 إلى نهاية ديسمبر من نفس العام، والخاصة بأزمات ارتفاع أسعار المشتقات البترولية، وكذلك المشكلات المتعلقة بجودة الخدمة المقدمة للجمهور.

- عينة الدراسة الميدانية (الجمهور): العينة المستخدمة في هذه الدراسة هي العينة العشوائية، وهي العينة التي يتم اختيارها بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الاختيار أو الظهور، وقوامها 500 مبحوث من الجمهور العام في نطاق محافظات القاهرة الكبرى وتبدأ العينة من سن 19 سنة فأكثر.

#### أ- نتائج الدراسة التحليلية للأنشطة الاتصالية لوزارة البترول من حيث الشكل:

1- الأنشطة الاتصالية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

**جدول (1) توزيع الأنشطة الاتصالية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية**

م	الأنشطة الاتصالية المستخدمة	ك	%
1	الأخبار	10	34.5
2	المدخلات الهاتفية	8	27.6
3	اللقاءات (الصحفية - الإذاعية - التلفزيونية)	4	13.8
4	التصريحات الصحفية	3	10.3
5	التقارير الصحفية	2	6.9
6	البيانات الإعلامية	2	6.9
	المجموع	29	100

جاءت "الأخبار" أولاً بنسبة 34.5%، تليها "المدخلات الهاتفية" بنسبة 27.6%، ثم "اللقاءات" بنسبة 13.8%، ثم "التصريحات الصحفية" بنسبة 10.3%.

**2- عناصر الإبراز المستخدمة في الأنشطة الاتصالية لوزارة البترول خلال الأزمة:**

**أ- الوسائط متعددة - العناوين المكتوبة**

استخدم الموقع الرسمي لوزارة البترول العناوين المكتوبة الملونة كأحد عناصر الإبراز المستخدمة في الأنشطة الاتصالية بنسبة 100%، بينما خلا الموقع من الملفات الصوتية، أو ملفات الفيديو، أو النصوص التشعبية (Hyper text).

**جدول (2) الصور والرسوم المستخدمة في الأنشطة الاتصالية خلال أزمة المشتقات البترولية**

م	الصور والرسوم	ك	%
1	الصور الموضوعية	18	62
2	الصور الشخصية	7	24.1
3	بدون صور	4	13.8
	المجموع	29	100

جاءت أولاً "الصور الموضوعية" بنسبة 62%، يليها "الصور الشخصية" بنسبة 24.1%، وخلا الموقع من الرسوم التوضيحية ورسوم الكاريكاتير والجرافيك والفلاشات.

**3 - أشكال الاتصال المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:**

**أ- مستويات التعبير اللغوي:**

استعملت اللهجة العامية المصرية بنسبة 100% عبر كل مراحل الأزمة.

**ب - أنواع الاتصال اللغوي:**

اقتصرت أنواع الاتصال اللغوي على الاتصال اللفظي بنسبة 100% عبر كل مراحل الأزمة، وذلك بهدف الوصول لكل شرائح الجمهور بصورة مباشرة، لشرح الأزمة وأساليب مواجهتها.

**ج - أشكال الاتصال اللفظي التي تتسم بالقوة:**

جدول (3) أشكال الاتصال اللفظي التي تتسم بالقوة المستخدمة خلال أزمة المشتقات البترولية

م	ك	أشكال الاتصال اللفظي التي تتسم بالقوة	%
1	12	الكلمات القاطعة	41.4
2	8	استخدام أسلوب الإثبات	27.6
3	6	إبراز الكلمات الإيجابية	20.7
4	3	التعابير المجازية	10.3
	29	المجموع	100

جاءت أولاً "الكلمات القاطعة" بنسبة 41.4%، يليه في المرتبة الثانية "استخدام أسلوب الإثبات" بنسبة 27.6%، ثم "إبراز الكلمات الإيجابية" في المرتبة الثالثة بنسبة 20.7%.

#### 4- مصادر الأنشطة الاتصالية خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية: أ- جهات رسمية:

جدول (4) مصادر الأنشطة الاتصالية من الجهات الرسمية خلال أزمة المشتقات البترولية

م	ك	مصادر الأنشطة الاتصالية من الجهات الرسمية	%
1	10	المتحدث الرسمي	34.5
2	8	الوزير	27.6
3	5	مسئول حكومي	17.2
4	4	خبير متخصص	13.8
5	2	رئيس الوزراء	6.9
	29	المجموع	100

جاء أولاً "المتحدث الرسمي" بنسبة 34.5% يليه "الوزير" بنسبة 27.6%، ثم يأتي في المرتبة الثالثة "مسئول حكومي" بنسبة 17.2%، وجاء "خبير متخصص" في المرتبة الرابعة بنسبة 13.8%، وأخيراً رئيس الوزراء بنسبة 6.9%.

#### ب- جهات غير رسمية:

جدول (5) مصادر الأنشطة الاتصالية من الجهات الغير رسمية خلال أزمة المشتقات البترولية

م	ك	مصادر الأنشطة الاتصالية من الجهات الغير رسمية	%
	6	خبراء في مجال الطاقة	60
	4	دراسات	40
	14	المجموع	100

جاء أولاً " خبراء في مجال الطاقة " بنسبة 60%، وفي المرتبة الثانية "دراسات" بنسبة 40%.

#### ج -مصادر إعلامية:

جدول (6) المصادر الإعلامية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

م	ك	المصادر الإعلامية للأنشطة الاتصالية	%
	11	موقع إلكتروني	37.9
	10	أكثر من مصدر	34.5

17.2	5	مراسل صحفي
10.3	3	وكالة أنباء
100	29	المجموع

جاء أولاً "موقع إلكتروني" بنسبة 37.9%، ثم "أكثر من مصدر" ثانياً بنسبة 34.5%،

### 5- النطاق الجغرافي وأسلوب عرض الرسائل خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

اتسم النطاق الجغرافي بالعمومية بنسبة 100%، وعرض الرسائل "غير منظم" بنسبة 100%.

### ب- نتائج الدراسة التحليلية للأنشطة الاتصالية لوزارة البترول من حيث المضمون:

#### 1- إستراتيجيات عرض الرسائل خلال الأزمة:

##### أ- إستراتيجيات عرض الرسائل خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

اتسمت إستراتيجيات عرض الرسائل خلال الأزمة بعدم إتباع إستراتيجية معينة بنسبة 100%.

##### ب- التشابه في إستراتيجيات عرض الرسائل خلال الأزمة:

اتسمت إستراتيجيات عرض الرسائل خلال الأزمة بالتشابه بنسبة 100%، لكامن التشابه اللفظي لأنها سلطت الضوء على الأسباب التي دفعت الحكومة لرفع أسعار المحروقات" وكذلك "تشابه الاتجاه" بنسبة 100% أيضاً، وذلك من خلال توجيه نصائح للجمهور لترشيد الاستهلاك.

##### ج- التنوع في إستراتيجيات عرض الرسائل خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية :

#### جدول (7) التنوع في إستراتيجيات عرض الرسائل خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

%	ك	التنوع في إستراتيجيات عرض الرسائل الاتصالية
79.3	23	التنوع في زاوية المعالجة
20.7	6	التنوع في شكل المعالجة
100	29	المجموع

جاء أولاً "التنوع في زاوية المعالجة" 79.3%، يليه "التنوع في شكل المعالجة" 20.7%.

#### 2- أهداف رسائل الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة:

أ- تقديم معلومات: استهدفت الرسائل الاتصالية بنسبة 100% " تقديم معلومات عن الأزمة.

##### ب- التأثير على الاتجاهات خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

#### جدول (8) التأثير على الاتجاهات خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

%	ك	التأثير على الاتجاهات
41.4	12	تدعيم الاتجاهات الإيجابية
34.5	10	خلق اتجاهات جديدة
24.1	7	تغيير الاتجاهات السلبية
100	29	المجموع

جاء أولاً " تدعيم الاتجاهات الإيجابية " بنسبة 41.4%، يليه " خلق اتجاهات جديدة " بنسبة 34.5%.

##### ج- التأثير على السلوك خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

## جدول (9) التأثير على السلوك خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

التأثير على السلوك	ك	%
تشجيع السلوكيات الجديدة	10	34.5
أكثر من فئة	8	27.6
تدعيم السلوكيات الإيجابية	7	24.1
تغيير السلوكيات السلبية	4	13.8
المجموع	29	100

جاء أولاً " تشجيع السلوكيات الجديدة " بنسبة 34.5%، يليه " أكثر من فئة " بنسبة 27.6%، وجاء في المرتبة الأخيرة "تغيير السلوكيات السلبية" بنسبة 13.8%.

### 3-مداخل الاتصال الإقناعي وأسلوب عرض الرسائل خلال الأزمة: أ-مداخل الاتصال الإقناعي:

## جدول (10) مداخل الاتصال الإقناعي خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

م	مداخل الاتصال الإقناعي خلال الأزمة	ك	%
1	المدخل القومي	9	31
2	أكثر من مدخل	8	27.6
3	المدخل الاقتصادي	7	24.2
4	المدخل الاجتماعي	4	13.8
5	المحل البيئي	1	3.5
	المجموع	29	100

جاء أولاً "المدخل القومي" بنسبة 31%، يليه " أكثر من مدخل " بنسبة 27.6%، يليه " المدخل الاقتصادي " بنسبة 24.2%، واحتل "المدخل البيئي" المركز الأخير بنسبة 3.5%.

ب-أسلوب عرض الرسائل خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية  
وكذلك اتسم أسلوب عرض الرسائل بالأسلوب المباشر " بنسبة 100% خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية.

### 4- الأساليب الإقناعية للأنشطة الاتصالية خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

## جدول (11) الأساليب الإقناعية للأنشطة الاتصالية خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

م	الأساليب الإقناعية للأنشطة الاتصالية	ك	%
1	عرض جانبي الموضوع	10	34.5
2	تقديم أرقام وإحصاءات ونسب مئوية	5	17.2
3	تقديم الأدلة والشواهد	4	13.8
4	ترتيب الحجج الإقناعية	4	13.8
5	توظيف الاحتياجات الموجودة لدى الجمهور	3	10.3



6.9	2	الاستشهاد بالمصادر	6
3.5	1	التخويف من الآثار السلبية للأزمة	7
100	29	المجموع	

جاء أولاً عرض جانبي الموضوع " بنسبة 34.5%، يليه "تقديم أرقام وإحصاءات ونسب مئوية" بنسبة 17.2%، وفي المرتبة الأخيرة "التخويف من الآثار السلبية للأزمة" بنسبة 3.5%.

#### 5- الإستراتيجية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

جدول (12) الإستراتيجية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

م	الإستراتيجية المستخدمة خلال الأزمة	ك	%
1	التعريف بالأزمة	10	34.5
2	شرح أسباب الأزمة	8	27.6
3	شرح طريقة العلاج	6	20.7
4	شرح أساليب الوقاية	3	10.3
5	ضرورة مواجهة الأزمة	2	6.9
	المجموع	29	100

جاء أولاً: "التعريف بالأزمة" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 34.5%، يليه "شرح أسباب الأزمة" في المرتبة الثانية بنسبة 27.6%، ثم "ضرورة مواجهة الأزمة" المركز الأخير بنسبة 6.9%.

#### 6- الأطر الإعلامية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

جدول (13) الأطر الإعلامية المستخدمة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

م	الاطر الإعلامية المستخدمة خلال الأزمة	ك	%
1	أكثر من إطار	11	37.9
2	إطار النتائج الاقتصادية	8	27.6
3	إطار الاهتمامات الإنسانية	6	20.7
4	إطار المسؤولية	3	10.3
5	إطار الصراع	1	3.5
	المجموع	29	100

جاء أولاً "أكثر من إطار" بنسبة 37.9%، يليه "إطار النتائج الاقتصادية" في المرتبة الثانية بنسبة 27.6%، ثم "إطار الاهتمامات الإنسانية"، في المركز الثالث بنسبة 20.7%، واحتل "إطار الصراع" المركز الأخير بنسبة 3.5%.

7- عناصر التفاعلية المستخدمة في معالجة موضوعات الأنشطة الاتصالية خلال الأزمة: يلاحظ عدم وجود عناصر التفاعلية على موقع وزارة البترول والطاقة المتجددة بشبكة الانترنت، تلك العناصر المستخدمة في الكثير من المواقع على شبكة الانترنت، كتعليقات القراء، واستطلاعات الرأي، وجماعات النقاش، والبريد الإلكتروني.

## 8- الأفكار الرئيسية المطروحة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية:

جدول (14) الأفكار الرئيسية المطروحة خلال أزمة ارتفاع أسعار المشتقات البترولية

م	الأفكار الرئيسية	ك	%
1	الدعم الذي تتحمله الدولة بسبب شراء المشتقات البترولية بالسعر العالمي	8	27.6
2	تسعى وزارة البترول إلى إلغاء الدعم تدريجياً عن السولار والبنزين والغاز	6	20.7
3	دعم خطط تنمية الدولة من خلال توفير المشتقات البترولية لكافة القطاعات	4	13.8
4	الرد على الشائعات	4	13.8
5	خطة وزارة البترول في التنقيب وتنمية الحقول الحالية لرفع الإنتاج	3	10.3
6	خطة وزارة البترول في ضخ استثمارات كبيرة في مجال البترول والغاز	2	6.9
7	خطة الوزارة لتوفير احتياجات الجمهور من السولار والبنزين والغاز	2	6.9
	المجموع	29	100

جاء أولاً "حجم الدعم الذي تتحمله ميزانية الدولة بسبب شراء المشتقات البترولية بالسعر العالمي" بنسبة 27.6% ، يليه في المرتبة الثانية "تسعى وزارة البترول إلى إلغاء الدعم تدريجياً عن السولار والبنزين" بنسبة 20.7%، و في المرتبة الأخيرة كلا من "خطة وزارة البترول في ضخ استثمارات كبيرة في مجال البترول" ، و "خطة وزارة البترول لتوفير احتياجات الجمهور من السولار والبنزين" بنسبة 6.9%.

- مناقشة فرض الدراسة:

"توجد علاقة ارتباطية بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها" بناء على المتغيرات الآتية: النوع ، العمر ، المستوى التعليمي ، المستوى الاقتصادي.

حسب فئات متغير العمر

جدول (16) اختبار "F-Test" للمقارنة بين فئات متغير العمر "العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها"

البند	العمر	Mean	Std. Deviation	Sig.	F-Test
العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها	من 19 إلى أقل من 30	1.63	.651	.012	4.4
	من 30 إلى أقل من 45	1.76	.675		
	من 45 سنة فأكثر	1.55	.670		

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية بين فئات متغير العمر ، فيما يخص العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة واتجاهات العملاء ، لأن مستوى الدلالة أقل من  $P < 0.05$  ، أي أن قيمة (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، كما تكشف النتائج أيضاً عن أن الشريحة العمرية "من 30 إلى أقل من 45" كانت هي الأكثر تأثراً بهذا البند بمتوسط يبلغ (م = 1.76) يليها الشريحة العمرية "من 19 إلى أقل من 30" بمتوسط بلغ (م = 1.63) وأخيراً جاءت الشريحة العمرية "من 45 سنة فأكثر" بمتوسط بلغ (م = 1.55).

## حسب فئات متغير النوع

جدول (15) اختبار "T-Test" للمقارنة بين فئتي الذكور والإناث

T-Test	Sig.	Std. Deviation	Mean	النوع	البند
4.1	.000	.673	1.54	ذكر	العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها
		.643	1.79	أنثى	

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية بين فئتي الدراسة (الذكور - الإناث) فيما يخص العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة واتجاهات العملاء، حيث أن مستوى الدلالة أقل من  $P < 0.05$ ، أي أن قيمة (T) المحسوبة أقل من قيمة (T) الجدولية، وتكشف النتائج أيضاً أن الإناث كن الأكثر تأثراً بهذا البند بمتوسط يبلغ (م = 1.79) مقابل (م = 1.54) للذكور.

## حسب فئات متغير المستوى التعليمي

جدول (17) اختبار "F-Test" للمقارنة بين فئات متغير التعليم "العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها"

F-Test	Sig.	Std. Deviation	Mean	المستوى التعليمي	البند
4.3	.013	.568	1.56	أقل من متوسط	العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها
		.704	1.63	مؤهل متوسط أو فوق متوسط	
		.670	1.78	مؤهل جامعي أو أعلى	

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية بين فئات متغير المستوى التعليمي، فيما يخص العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة واتجاهات العملاء، حيث أن مستوى الدلالة أقل من  $P < 0.05$ ، أي أن قيمة (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، وتكشف النتائج أيضاً عن أن الفئة الأكثر تعلماً وهي فئة "جامعي أو أعلى" حصلت على أعلى متوسط (م = 1.78)، وفي الوقت نفسه جاء متوسط الفئة الثانية في هذا المتغير وهي "متوسط أو فوق المتوسط" (م = 1.63)، واحتلت الفئة الأقل تعلماً "أقل من متوسط أو بدون مؤهل" المركز الأخير بمتوسط (م = 1.56).

## حسب فئات متغير المستوى الاقتصادي

جدول (18) اختبار "F-Test" للمقارنة بين فئات متغير المستوى الاقتصادي "العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها"

F-Test	Sig.	Std. Deviation	Mean	المستوى الاقتصادي	البند
3.8	.022	.724	2.02	مرتفع	العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها
		.799	2.04	متوسط	

		636.	2.32	منخفض	المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات العملاء نحوها
--	--	------	------	-------	--

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية بين فئات متغير المستوى التعليمي، فيما يخص العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة واتجاهات العملاء ، حيث أن مستوى الدلالة أقل من  $P < 0.05$ ، أي أن قيمة (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، وتكشف النتائج أيضاً عن أن الفئة ذات المستوى الاقتصادي "المنخفض" حصلت على أعلى متوسط (م = 2.32)، وفي الوقت نفسه جاء في المرتبة الثانية الفئة ذات المستوى الاقتصادي "المتوسط" بمتوسط (م = 2.04)، واحتلت الفئة ذات المستوى الاقتصادي "المرتفع" المرتبة الثالثة بمتوسط (م = 2.32).

#### - الخاتمة:

خلصت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

#### أولاً - أهم نتائج الدراسة التحليلية:

- أكدت النتائج على استخدام العديد من الأنشطة الاتصالية خلال الأزمته محل الدراسة، تمثلت في الأخبار، المداخلات الهاتفية، اللقاءات (الصحفية - الإذاعية - التلفزيونية)، التصريحات الصحفية، البيانات الإعلامية، التقارير الصحفية.

- تمثلت الإستراتيجية المستخدمة في الأنشطة الاتصالية " في التعريف بالأزمة، وشرح أسباب الأزمة، وشرح طريقة العلاج، وشرح أساليب الوقاية، وضرورة مواجهة الأزمة.

- خلا موقعي وزارة البترول من عناصر التفاعلية، كتعليقات القراء، واستطلاعات الرأي، وجماعات النقاش، والبريد الإلكتروني وغيرها.

#### ثانياً - أهم نتائج الدراسة الميدانية:

- ترتيب الوسائل الإعلامية حسب أهميتها لدى الجمهور، جاء التلفزيون أولاً، يليه فيس بوك، ثم الإذاعة، على الإنترنت، ثم موقع وزارة البترول على الإنترنت، ثم مواقع الصحف على الإنترنت، ثم الصحف المطبوعة.

- تكشف نتائج الدراسة الميدانية أن درجة مصداقية المؤسسات الخدمية فيما قدمته من معلومات للجمهور من خلال الأنشطة الاتصالية التي قدمتها تلك المؤسسات عن الأزمة كان "كبير" بنسبة 45.2%، ثم بمستوى "متوسط" بنسبة 43.6%، ثم بمستوى "ضعيف" بنسبة 11.2%.

- تكشف النتائج عن وجهة نظر الجمهور فيما قدمته له المؤسسات الخدمية من معلومات خلال الأزمة، بحسب تكرارات الأوزان المنوية جاءت كالتالي:

- احتل كلاً البندين قدمت المؤسسات الخدمية معلومات متوازنة ودقيقة عن الأزمة" وقامت المؤسسات الخدمية بنقل الحقائق الكاملة عن الأزمة بكفاءة وفاعلية" المرتبة الأولى بنسبة 2.32%، يليها في المرتبة الثانية "لم تقدم المؤسسات الخدمية كافة وجهات النظر المؤيدة والمعارضة خلال الأزمة" بنسبة 2.31%،

ثم قدمت المؤسسات الخدمية شرحًا وافياً للأزمة مما ساهم في زيادة وعي الجمهور " في المرتبة الثالثة بنسبة 2.26%.

### ثالثاً - نتائج اختبار فرض الدراسة:

" توجد علاقة ارتباطيه بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات في وزارة البترول واتجاهات الجمهور المصري نحوها " بناء على المتغيرات : النوع ، العمر ، المستوى التعليمي ، المستوى الاقتصادي - مقترحات الدراسة:

1- وضع خطط شاملة لإدارة الاتصالات أثناء الأزمات المؤسسية لمواجهة جميع المخاطر المحتملة وتدريب العاملين عليها.

2- الرصد الدقيق لكل ما يبث عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة عن المؤسسات الحكومية الخدمية، والرد الفوري على أي أخبار غير صحيحة، بالشرح والتوضيح، ونشر الحقائق.

3- استخدام عناصر التفاعلية على مواقع المؤسسات الخدمية بشبكة الانترنت، لتحقيق التفاعلية والمشاركة الايجابية.

4- التوجه لاستخدام النموذج الاتصالي المثالي لممارسة الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الخدمية وهو "النموذج المتناسق ذو الاتجاهين"، وهو النموذج الرابع من نماذج (Gruning) لممارسة العلاقات العامة.

### قائمة المصادر والمراجع:

#### أولاً - المراجع العربية:

1- آمال عبدالوهاب محمود حلمي (2019)، دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث - دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الاجتماع.

2- ريهام يحيى إنبابي، (2018)، الأساليب الاتصالية المستخدمة بالوزارات المصرية في إدارة الأزمات وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام .

3- رمضان إبراهيم محمد عطية (2018): إستراتيجيات إدارة الأزمات بالمؤسسات المصرية والعربية ودور العلاقات العامة فيها- دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.

4- سارة أحمد حسني مصطفى (2019)، الأنشطة الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات السياحية في مصر وعلاقتها باتجاهات السائحين الأجانب نحوها، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام.

5 - قرناني ياسين، ريم بن دعاس (2020): دور الأساليب الاتصالية في تحسين الخدم العمومية بالمؤسسة الاستشفائية - دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين الكبيرة، مجلة-الدراسات الإعلامية، العدد العاشر، فبراير، 2020.

<https://democraticac.de/wp-content/uploads/2020/02/.pdf>, access date 05/03/2020.

6- نها نبيل محمود الأسود (2018): إستراتيجيات مواجهة الأزمات لدى الحكومة المصرية - دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي ، رسالة دكتوراه ، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع، شعبة الاتصال والإعلام .

### ثانياً -المراجع الأجنبية:

- 1- Amali Triant afillidou Prodromos Yannas,(2020)Social media crisis communication in racially charged crises: Exploring the effects of social media and image restoration strategies, Computers in Human Behavior, Volume 106, May 2020, 106269,https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106269, access date 01/03/2020.
- 2-https://www.researchgate.net/profile/James\_Grunig/publication/322802009\_Managing\_Public\_Relations/links/5a70b327a6fdcc33\_daa9\_dfad/Managing-Public-Relations.pdf ,access date: 22/03/2018.
- 3- Coombs, W. T. (2007) Crisis management and communications. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications>, access date 29/03/2018.
- 4- Coombs, W. T. (2007) Previous reference. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications> , access date 29/03/2020.
- 5- Juliana Raupp (2019) Crisis communication in the rhetorical arena, Public Relations Review,Volume 45, Issue 4, November 2019, 101768,https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.002,access date 01/03/2020.
- 6- Schoofs,Lieze & Claeys,An-Sofie & De Waele,Aurélie & Cauberghe,Verolien, (2019) The role of empathy in crisis communication: Providing a deeper understanding of how organizational crises and crisis communication affect reputation, Public Relations Review, 45. 101851. 10.1016/j.pubrev.2019.101851, access date 01/03/2020.
- 7- Stephan G.H.Meyerding,Elisabeth Spiwoks,Meike Rombach,Mira Lehberger,(2019),Not only speed matters – Crisis response in the hypothetical case of a transport accident involving genetically modified crops,Food Policy,Volume 85, May 2019, Pages 55-63,https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2019.04.006, access date 29/02/2020.

## اتجاهات الجمهور نحو دور تطبيق الفيس بوك في نشر الشائعات

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السوداني  
**Public Attitudes Towards the Role of Face book application in Spreading Rumors**  
**A field study on a sample of the Sudanese public**

د/ عفاف عبدالله أحمد اسماعيل

Dr. AFAF ABDULLAH AHMED ISMAIL

أستاذ مشارك في الصحافة جامعة جازان - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - قسم الصحافة والإعلام - السعودية، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية - كلية

الدعوة والإعلام - قسم الصحافة والنشر - السودان

Associate Professor of Journalism, Jazan University - College of Arts and Humanities - Department of Journalism and Media - Kingdom of Saudi Arabia, University of the Holy Quran and Islamic Sciences- College of Da'wah and Media - Department of Journalism and Publishing - Sudan

### الملخص:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي والتي من بينها "فيس بوك" تلعب دوراً كبيراً في تغيير المجتمعات ونشر والآراء والأفكار، وأصبح يعتمد عليها بشكل كبير في الحصول على الأخبار والمعلومات والمشاركة بين الأفراد، وذلك نظراً لسهولة استخدامها وإتاحتها للجميع. رغم ذلك نجد البعض يستغلها في نشر الشائعات، والتي تعد من أشد الآفات الاجتماعية خطورة، وتؤثر في المجتمعات بشكل كبير، بسبب سرعة وسهولة انتشارها ووصولها إلى الملايين خلال دقائق. ويشكل موقع "فيس بوك" منصة إلكترونية رائجة في الترويج للشائعات، لذلك وجب الاهتمام بهذه الظاهرة أكثر لما قد تسببه من أضرار ومخاطر على المجتمع بصفة عامة والمجتمع السوداني بصفة خاصة، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة. اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة الوصفية على استخدام منهج المسح للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة المراد دراستها. توصلت الدراسة إلى من النتائج أهمها أن 94.6% من عينة الدراسة يتقنون في معلومات مواقع التواصل التي من بينها فيس بوك، ما بين درجة قليلة إلى لا يتقنون، بينما 5.4% فهم يتقنون بدرجة كبيرة بمعلومات مواقع التواصل الاجتماعي، و29.3% من المبحوثين أن أهم العوامل التي ساهمت في انتشار الشائعات على فيس بوك، سهولة وسرعة انتقال المعلومة إلى أكبر عدد من الناس. وأن 31.5% من أفراد العينة يرون أن من أهم إجراءات محاربة الآثار السلبية لنشر الشائعات على فيس بوك هو توعية المجتمع السوداني بخطورة نشر الشائعات.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي-فيس بوك-الشائعات-تداول-السودان-الترويج.

### ABSTRACT

Social media sites, including Facebook, have played a major role in changing societies and spreading opinions and ideas, and it has become highly dependent on obtaining news and information and sharing among the people, due to its ease of use, accessibility and availability for all. Despite that, we find some people exploit it in spreading rumors, which is one of the most dangerous social factors and affects societies significantly because of the speed and ease of its spread and its accessibility to millions within minutes. Facebook is a popular online platform in promoting rumors, so it is necessary to pay more attention to this phenomenon because of the

damage and risks it may cause to society in general and the Sudanese society in particular. Hence the present study is so important. In this descriptive study, the girl researcher adopted the use of the survey approach to obtain data, information and descriptions about the phenomenon to be studied. The current study concluded a set of results, the most important of which is that 94.6% of the study sample trust the information of social media sites, including Facebook, between a small degree to not trust, while 5.4% trust to a great extent the information of social media sites, and 29.3% of the respondents believe that the most important factors that contributed to the spread of rumors on Facebook is the accessibility and speed of transmission of information to the largest number of people, and that 31.5% of respondents believe that one of the most important measures to combat the negative effects of spreading rumors on Facebook is to educate the Sudanese community and make them aware about the dangers of spreading rumors.

**KEYWORDS:** Social media sites – Face book - rumors - spreading - Sudan - promotion

### المقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي والتي من بينها "فيس بوك" تلعب دوراً كبيراً في تغيير المجتمعات ونشر والآراء والأفكار، وأصبح يعتمد عليها بشكل كبير في الحصول على الأخبار والمعلومات والمشاركة بين الأفراد، وذلك نظراً لسهولة استخدامها وإتاحتها للجميع. وتعد مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي في كثير من المجتمعات، وذات تأثير على مختلف فئات المجتمع.

يعد الـ "فيس بوك" من مواقع التواصل الاجتماعي الهامة، ويضطلع بدور مهم على ما يقدمه من معلومات وآراء وأفكار، وبما يتميز به من قدرة على مصاحبة مستخدميه ساعات طويلة من اليوم، له أهمية كبيرة في حياة الأفراد والجماعات على حد سواء.

رغم ذلك نجد البعض يستغل فيس بوك في نشر الشائعات، والتي تعد من أشد الآفات الاجتماعية خطورة، وتؤثر في المجتمعات بشكل كبير، بسبب سرعة وسهولة انتشارها ووصولها إلى الملايين خلال دقائق.

ويشكل موقع "فيس بوك" منصة إلكترونية رائجة في الترويج للشائعات، لذلك وجب الاهتمام بهذه الظاهرة أكثر لما قد تسببه من أضرار ومخاطر على المجتمع بصفة عامة والمجتمع السوداني بصفة خاصة.

وقد أصبحت الشائعات جزءاً من فن السياسة وفن الحرب وفن الإعلام والترويج التجاري والفني، بل وصارت فناً من فنون الصراع الاجتماعي والمهني، حيث يتم توظيف الشائعات لأهداف وأغراض قد لا تكون معلومة على مستوى الرأي العام.

الشائعات ليس بظاهرة حديثة بل لها جذور تاريخية، لذلك على الرغم من أن الشائعات منتشرة منذ القدم، إلا إن وجود شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة، والـ "فيس بوك" بصفة خاصة ساعد بطريقة كبيرة على نشرها وتداولها بطريقة أسرع بين أفراد المجتمع، لذلك وجب الاهتمام بهذه الظاهرة أكثر لما قد تسببه من أضرار ومخاطر على المجتمع، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة.

### مشكلة الدراسة:



الشائعة ظاهرة اجتماعية تؤثر تأثير كبيراً في المجتمعات، الشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، والنفسية، والثقافية للشعوب، وفي العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات.

وفي الوقت الراهن ومع تطور وسائل الاتصال وظهور مواقع التواصل الاجتماعي ومن ضمنها تطبيق الـ "فيس بوك"، وتأتي دراسة الشائعات لأنها تعد من أكثر التحديات التي تواجه المجتمع خطورة بسبب سرعة وسهولة انتشارها ووصولها إلى الملايين خلال دقائق. ويشكل موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" منصة إلكترونية رائجة بين الجمهور في السودان. وتتخلص مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما دور الذي يقوم به الـ "فيس بوك" في نشر الشائعات بالمجتمع السوداني؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في ارتباطها بأهم قضية محورية تشغل فكر المجتمع السوداني خاصة والعالم بصفة عامة وهي قضية انتشار الشائعات عبر فيس بوك، وتظهر أهمية هذه الدراسة في التالي:

- تسليط الضوء على الشائعات التي تُنشر على فيس بوك كأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في المجتمع السوداني، ودوره بتزويد الجمهور بـ"الأخبار" والمعلومات باعتباره له متابعين في السودان.

- رصد اتجاهات الجمهور السوداني نحو نشر الشائعات عبر تطبيق فيس بوك.

- الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو مدى تأثير نشر الشائعات عبر تطبيق فيس بوك (اجتماعياً واقتصادياً ونفسياً) في المجتمع السوداني.

- انصرفت أغلب دراسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى دراسة ظاهرة انتشار الشائعات عبرها بشكل عام، فيما تختص هذه الدراسة بتطبيق فيس بوك تحديداً، وهو ما يوفر لها صفة التركيز، ويعطي لنتائجها الدقة والمباشرة في طبيعة استخداماته ودوره وأهميته لدى الجمهور السوداني.

- تعد إضافة جديدة للمعرفة العلمية من خلال البحث في تأثيرات نشر الشائعات عبر فيس بوك مما يوفر معلومات جديدة للدارسين والمعنيين حول حجم التأثير الذي يحدثه موقع فيس بوك في الجمهور من خلال نشر الشائعات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على أهم آراء الجمهور السوداني نشر تطبيق فيس بوك للشائعات. وينبثق من الهدف الرئيس، مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

أ. التعرف على مدى مشاركة فيس بوك في نشر الشائعات في المجتمع.

ب. التعرف على طرق عرض المواضيع والمعلومات، والقوالب المستخدمة في عرض الشائعات.

ت. التعرف على طريقة المعالجة الأكثر تأثيراً في الجمهور في تناول الموضوعات المرتبطة بالشائعات عبر فيس بوك.

ث. التعرف على دوافع اعتماد مطلقي الشائعات على فيس بوك في نشر الشائعات وتداولها.

ج. الوقوف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لـ"فيس بوك" على الجمهور السوداني نتيجة تتبعهم الشائعات.

ح. رصد مدى وعي الجمهور العام بالآثار السلبية للشائعات.

#### تساؤلات الدراسة:

وتسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما مدى متابعة الجمهور السوداني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما مدى استخدام الجمهور لـ"فيس بوك"؟
3. كيف ساهم فيس بوك في نشر الشائعات بين الجمهور السوداني؟
4. كيف كان تجاوب الجمهور السوداني مع محتوى الشائعات عبر فيس بوك؟
5. ما المواضيع المفضلة لدى الجمهور السوداني في فيس بوك ومضمونها يحتوي على شائعات؟
6. ما دوافع الجمهور السوداني نحو متابعة الأخبار عبر فيس بوك؟
7. كيف تتناول فيس بوك الشائعات من وجهة نظر الجمهور السوداني؟
8. ما التأثيرات "المعرفية - الوجدانية - السلوكية" الناتجة من متابعة الجمهور السوداني للشائعات عبر فيس بوك؟
9. ما هي الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لانتشار الشائعات على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك؟
10. ما اتجاهات الجمهور العام نحو استخدام تطبيق "الفيس بوك" في نشر الشائعات؟
11. ما هي العوامل المساعدة في انتشار الشائعات على تطبيق فيس بوك؟
12. ما مدى وعي الجمهور السوداني بالآثار السلبية الناتجة من الشائعات؟
13. ما هي سبل مكافحة ظاهرة انتشار الشائعات عبر فيس بوك من وجهة نظر الجمهور السوداني؟

#### فرضيات الدراسة:

- أ. الفرض الأول: توجد عالقة دلالة إحصائية بين مكان إقامة عينة الدراسة في ودرجة اعتمادهم على فيس بوك ودوره في نشر الشائعات بينهم.
- ب. الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور السوداني، عينة الدراسة ودرجة اعتمادهم على فيس بوك في الحصول على المعلومات.
- ت. الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراحل العمرية للجمهور السوداني "عينة الدراسة" ودرجة اعتمادهم على فيس بوك كمصدر للمعلومات.
- ث. الفرض الرابع: توجد عالقة ارتباطية دالة إحصائية والمؤهل الدراسي وبين درجة تصديق الأخبار التي ترد على فيس بوك والتأثيرات المترتبة عليها.

#### المبحث الأول: مفاهيم ومصطلحات البحث

## تعريف المصطلحات

1. **الاتجاهات:** اختلف علماء النفس في تحديد مفهوم الاتجاه ونتج عن رؤيتهم العديد من التعريفات ومنها: يقصد بالاتجاه حالة استعداد عقلي عصبي لتنظيم عن طريق الخبرة وتباشر تأثيراً موجهاً نحو جميع لموضوعات .

**اصطلاحاً:** يقصد به أيضاً تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعقدها الفرد نحو موضوع او موقف ويهيئه للاستجابة.

2. **مواقع التواصل الاجتماعي:** منظومة من الشبكات والمواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الميول والاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه ومعارفه وأفراد عائلته، ومن ثم تتيح للفرد إنشاء رسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشتركة على الشبكات بحرية تامة.

ويُقصد بشبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: شبكات تويتر وفيس بوك والمنتديات وبقية الشبكات التي يستخدمها أفراد المجتمع السوداني للتواصل مع الآخرين ونشر آرائهم وأخبارهم بحرية تامة.

3. **فيس بوك "face book":** وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي تأسس عام ٢٠٠٤ وأسس (مارك زوكربيرغ) بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز ، ويقدم موقع الـ"فيس بوك" العديد من الخدمات لمستخدميه كالتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم ومشاركتهم بالصور والفيديوهات والأحداث

4. **الدور:** مفهوم الدور إجرائياً في هذه الدراسة يعني المهام والمسؤوليات التي تقوم بها الـ"فيس بوك" في نشر الشائعات في المجتمع السوداني.

5. **الشائعات:** الشائعات في اللغة: "شاع الخبر في الناس انتشر وتفرق، وذاع وظهر، وأشاع ذكر الشيء وأظهره"<sup>1</sup>

الشائعات في الاصطلاح: "أقوال وأحاديث ورواية يتناقلها الناس دون التأكد من صدقها، وتنتشر غالباً بالأهمية والغموض".

ويقصد بالشائعات إجرائياً: الأخبار والروايات والوقائع الكاذبة المختلفة التي يتم نشرها بين أفراد المجتمع السعودي عبر شبكات التواصل الاجتماعي لزعة الأمن والاستقرار وإحداث أزمات مصطنعة لا أساس لها من الصحة.

## المبحث/ الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات المحلية: إسحاق، خالد إبراهيم عبد العزيز، (2021)، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على طلبة كلية الاتصال بجامعة الشارقة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منظور، لسان العرب، (2005) ج/8 (بيروت: دار لسان العرب)، ص177

<sup>2</sup> إسحاق، خالد إبراهيم عبد العزيز، (2021)، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على طلبة كلية الاتصال بجامعة الشارقة، المجلد 57، العدد 4، (الإمارات: مجلة البحوث الإعلامية)، ص 1841-1874

تتاول البحث دراسة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية على طلبة كلية الاتصال بجامعة الشارقة، وهدف البحث إلى التعرف على الاشباع المتحققة من انتشار الشائعات، وكشف العوامل المتهينة لانتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين. وتم استخدام المنهج الوصفي وأداة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وتوصل البحث إلى عدة نتائج، منها: أن الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الإطار الزمني هي: الشائعات التي تنتشر بسرعة بين الناس، والشائعات التي ترتبط بظروف خاصة ثم تختفي، والشائعات التي تنتقل ببطء وبطريقة سرية بين الناس، وأن الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الجهة المستهدفة هي: الشائعات الفردية التي تطلق على فرد معين كالفنانين ونجوم المجتمع، والشائعات التي تتعلق بالشخصيات البارزة في الدولة، والشائعات الجماعية التي تستهدف مجموعة من الناس، والشائعات المجتمعية التي تستهدف المجتمع ككل.

### ثانياً: الدراسات العربية

**الدراسة الأولى: البريدي، سكرة علي حسن، (2012م) اتجاهات شباب الجامعة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترويج الشائعات.<sup>1</sup>**

تهدف الدراسة على رصد وقياس اتجاهات الشباب الجامعي كأحد القطاعات المهمة للرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث ونشر الشائعات السلبية في المجتمع. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على منهج المسح. أهم ما توصلت إليه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على انتشار الشائعات بشكل دائم بنسبة 42.8%، كما جاء الفيس بوك على رأس مواقع التواصل الاجتماعي التي تنتشر بها الشائعات بنسبة 73.6، تعتبر الصحف أهم وسائل الإعلام التي تعتمد عليها العينة في التأكد من صحة الخبر بنسبة 45%، وبالنسبة لاتجاهات العينة نحو الشائعات عبر هذه المواقع جاء دعوة الأصدقاء إلى تكذيب الشائعات عبر الوسائل المختلفة، ثم البحث عن تكذيب الإشاعة من خلال مصدر مسؤل، ثم القيام بتكذيب هذه الإشاعة عبر المواقع المختلفة، ثم المشاركة بالرأي والتعليق لتكذيب مثل هذه الأخبار.

**الدراسة الثانية: سالم، حمدان خضر وشبيب، جاسم محمد، (2018م) طرائق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك.<sup>2</sup>**

يعالج البحث موضوع « طرق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك » وهو بحث مسئل من أطروحة دكتوراه، اذ تتاول البحث الشائعات في اخطر نوع من أنواع الإعلام الجديد إلا وهي مواقع

<sup>1</sup> البريدي، سكرة علي حسن، (2012م) اتجاهات شباب الجامعة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترويج الشائعات، العدد 38(القاهرة: مجلة البحوث الإعلامية)، ص 224-287

<sup>2</sup> سالم، حمدان خضر وشبيب، جاسم محمد، (2018م)، المجلد 10، العدد 41، طرائق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك"، (بغداد: مجلة الباحث العلمي)

التواصل الاجتماعي ذات الجماهيرية الكونية إذ تنتشر الشائعات بأنواعها وتصيب كل من تقع عليها عينيه من جمهور هذه المواقع، ويرمي البحث إلى التعرف على الشائعات في موقع فيس بوك لأنه من أكثر المواقع جماهيرية في العالم وبيان إستراتيجية مكافحة الشائعات التي ينشرها مستخدمو فيس بوك في صفحاتهم الشخصية والمجموعات التي ينظمون إليها، فضلا عن تحديد الطرق والأساليب التي يمكن من خلالها مواجهة الشائعات في الموقع المذكور والقضاء عليها لخطرها الكبير على سلامة وامن واستقرار المجتمع العراقي. ويعد البحث من البحوث الوصفية واعتمد على إطار نظري وعملي عن طريق تصميم الاستبانة الورقية لمعرفة آراء المبحوثين حول مكافحة الشائعات في المجتمع العراقي عبر محاور أعدت لهذا الغرض.

**الدراسة الثالثة: عبد الرحمن الخشت، حنان حسن، (2018م) الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها من منظور السنة النبوية.<sup>1</sup>**

الشائعات هي أخبار زائفة تنتشر بشكل سريع بين أفراد المجتمع ظناً منهم بصحتها وهي قديمة قدم الإنسان، إلا أنها وجدت في مواقع التواصل الاجتماعي أرضاً خصبة لإنتاجها وتداولها وانتشارها للدرجة التي يمكننا أن نقول معها أن الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي جريمة عابره للحدود، لذا يسلط البحث الحالي الضوء على ماهية الشائعات ومواقع التواصل الاجتماعي وكيف عالجتها السنة النبوية. تم استخدام المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي الاستنباطي.

أهم النتائج إظهار كيف واجهت السنة النبوية الشائعات وذلك من خلال مراحل عدة وهي مرحلة اتقاء وقوع الشائعة مرحلة التصدي السريع للشائعات مرحلة الوصم لمرتكب الشائعات ومرحلة العقوبة والمرحلة الإنمائية.

**الدراسة الرابعة: النهائية، صليحة، (2020م)، اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو الشائعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك نموذجاً".<sup>2</sup>**

هذه الدراسة قصد منها التعرف على درجة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على اتجاه الرأي العام الجزائري، كما تطرقت الدراسة أيضا إلى معرفة أسباب انتشارها، وإلى أهم الحلول والمعالجات المقترحة لمواجهة ظاهرة انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، أجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الذين يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي، لطلبة جامعة (محمد بوضياف) بالمسيلة، قوامها 80 مفردة، اعتمدنا في ذلك على أداة الاستبيان الذي تم توزيعه إلكترونيا بشكل قصدي لإنجاز هذه الدراسة.

**ثالثاً: الدراسات الأجنبية**

<sup>1</sup> عبد الرحمن الخشت، حنان حسن، (2018م) الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها من منظور السنة النبوية، المجلد 3، العدد 5، (دمنهور: مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات)، ص 265-330

<sup>2</sup> النهائية، صليحة، (2020م)، اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو الشائعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك نموذجاً"، العدد 9، (الجزائر:

1/ دراسة بنجامين دور ومحمود فوز وتوبايس فريدريك (2012م)<sup>1</sup> دراسة عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على انتشار الإشاعات ، مثل Face book, Twitter ، ولقد وصلت آخر إحصائية للمشاركين في التوتير وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي من 45.6 مليون إلي 51.2 مليون، ومدى تأثيرها على اندلاع الثورات في بعض الدول العربية وأعمال الشغب في لندن "London riots" وان هذه الشبكات العنكبوتية تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة إلا أنها لا بد أن تجمع بينهم قواسم مشتركة من الاهتمامات، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي حيث قام الباحث بنشر إشاعة وتتبعها بين المجموعات بشكل رياضي لوغاريتمي "logarithmic" واستخدمت الدراسة الشكل الرياضي PREFERENTIAL ATTACHMENT GRAPHS والذي قام بتصميمه كلا من بارباس وألبرت واستنتجت الدراسة أن هنالك مواقع تسري فيها الإشاعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى.

### التعليق على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة نجد التالي:

- أ. أنها جاءت متنوعة من حيث الأهداف والأهمية، واختيار العينة، والأدوات المستخدمة في جمع البيانات.
- ب. وقد عكست هذه الدراسات مجموعة من النتائج التي أفادت في صياغة المشكلة البحثية
- ت. ارتفاع معدل متابعة الجمهور الـ"فيس بوك" مما يؤكد على أهمية الدور الذي يقوم به في تلبية احتياجاتهم وحل مشكلاتهم.
- ث. ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، والـ"فيس بوك" بصفة خاصة كمصدر للحصول على المعلومات، وترويج الشائعات.
- ج. لوحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة تزايد اهتمام الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية بالدور الكبير لموقع الـ"فيس بوك" في الترويج للشائعات.
- ح. تنوعت الدراسات السابقة بين الدراسة الميدانية والتحليلية ولكن في الغالب كانت الدراسات الميدانية.

### المبحث الثالث: الإطار المنهجي لدراسة

#### نوع الدراسة :

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف ظاهرة معينة تتمثل هذه الظاهرة في (اتجاهات الجمهور نحو دور فيس بوك في نشر الشائعات).

#### منهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الكيفية وغاية البحوث الكيفية هي وصف حالة اجتماعية معينة أو حدث معين وتقديم فهم شمولي عن الحالة أو الحدث وهذا الوصف يعتمد على النص أكثر من اعتماده على الأرقام. ولذلك فإن البحوث الكيفية تعتمد في عرضها للنتائج على التحليل والتفسير لإجابات المبحوثين

<sup>1</sup> Benjamin doer, Mahmoud Focus ,Tobias Fredric ,2012.

واستخلاص الرؤى منها وهي إجابات تقدم إلى الباحث بطريقة مكتوبة ومفصلة من خلال أداة البحث التي يتم تصميمها لتحقيق هذا الهدف.

وفي هذه الدراسة الوصفية عمدت الباحثة إلى استخدام منهج المسح للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة المراد دراستها. وقد تم توظيف هذا المنهج في إطار استخدام أسلوب المسح خلال التركيز على مدى إدراك المبحوثين للقضايا التي تثيرها الدراسة وإجاباتهم عن أسئلتها المبنية على خبراتهم وتجاربهم عن محاورها وتفسيراتهم للمشكلات التي تعرضها وهي إجابات تعامل الباحث معها على أنها معلومات أصلية وحقائق واقعية مرتبطة بالظاهرة موضوع الدراسة.

### أداة جمع البيانات :

استخدمت الباحثة الاستبانة ذات التساؤلات المغلقة والمفتوحة إذ تم تصميم الاستبانة ذات التساؤلات ليتمكن الباحثون من الإجابة المتأنية للتأكد من المعلومات ذات العلاقة بكل تساؤل من تساؤلات الاستبانة أو التساؤلات الفرعية المرتبطة بها تم استخدام الاستبانة بهدف التعرف على الحقائق ووجهات النظر لدى المبحوثين التي تدفعهم لسلوك معين .

### حدود الدراسة:

- 1/ الحدود الموضوعية: تتمثل في دور ال"فيس بوك" في نشر الشائعات.
- 2/ الحدود الزمنية: اقتصرت الباحثة على الفترة الزمنية التي بدأت خلال عام 2021م.
- 3/ الحدود البشرية: اقتصرت الباحثة على عينة من الجمهور السوداني من 18 إلى أكثر من 50 عاما ممثلة للمجتمع ككل.
- 4/ الحدود المكانية: طبقت الباحثة الاستمارة الإلكترونية على الجمهور السوداني لوجود أنماط كثيرة من فئات المجتمع السوداني من "الذكور و الإناث "وفي "الحضر والريف" وعلى اختلاف المؤهلات العلمية والعمرية في حدود(92) مفردة.

### الفصل الثاني: دور فيس بوك في الترويج للشائعات

يلعب تطبيق فيس بوك دوراً كبيراً في تغيير المجتمع ونشر الوعي والآراء والأفكار وأصبح يعتمد عليها بشكل كبير في الحصول على الأخبار، وأيضاً أتاحت فرصة التعلم والتعليم والتسلية والمشاركة بين الأفراد وذلك نظراً لسهولة استخدامها ولأنها متاحة للجميع، إلا أنها أصبحت سلاح ذو حدين لما لها من سلبيات وأضرار كبيرة على الشخص نفسه أو على المجتمع. البعض يستخدمه لمشاركة تفاصيل حياته سواء من خلال الصور أو الفيديوهات، والبعض يستخدمها لنشر الأفكار والآراء، وهناك من يستخدمه كأداة تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات.

ومن هنا قد فتح فيس بوك الباب لنشر الأكاذيب والأخبار الغير موثوق بها والمعلومات الغير صحيحة وذلك لحرية الأشخاص في نشر ما يريدون من خلالها سواء أخبار أو آراء وذلك دون وجود أي مصدر موثوق به

وغالباً ما يكون لتحقيق هدف قد يكون شخصي أو ترويجي أو سياسي معين، وأحياناً بهدف التسلية أو لفت الأنظار.

## المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

### 1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيس بوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر.

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس ( دجريزس ) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال-، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضاً عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء<sup>1</sup>. مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرّف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة.

وفي تعريف آخر: باللغة الإنجليزية يطلق عليها "social media" لكن هذا المصطلح المتعارف عليه كما نجد مصطلح "social network" أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق و من حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف.

مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،...) مواقع التواصل الاجتماعي، توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت. وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "فيس بوك"<sup>2</sup>.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك. وهو أيضاً مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة

<sup>1</sup> عادل امينة وهبة خليفة: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي، <http://.eleagypt.com/downloads/2009/amina>

[heba.doc.2013/1/3](http://heba.doc.2013/1/3)

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، (2013م) ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، (الأردن: دار النفائس للنشر)، 2013، ص 24-25.



مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.<sup>1</sup>

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّجت العلاقة الاجتماعية بينهم.<sup>2</sup>

## 2. موقع فيس بوك "face book":

وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي تأسس عام ٢٠٠٤ وأسسها (مارك زوكربيرغ) بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز، ويقدم موقع "فيس بوك" العديد من الخدمات لمستخدميه كالتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم ومشاركتهم بالصور والفيديوهات والأحداث بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات، ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...)<sup>3</sup>.

اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، انتشر موقع فيس بوك انتشاراً كبيراً في السنوات الأخيرة ولا زال مستمر في الانتشار، ويقدم المواقع خدمات كثيرة لمستخدميها والتي تمكنهم من التواصل مع الآخرين وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور والفيديوهات، ومن أشهر تلك المواقع.<sup>4</sup>

## المبحث الثاني: مفهوم وتعريف الشائعة

### 1. مفهوم الشائعة

تمثل الشائعة كظاهرة اجتماعية عنصراً مهماً في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية، وتتضح أهمية دراسة الشائعات في تأثيرها الكبير على المجتمعات فقد تؤدي الى تفكك و تدهور المجتمع كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقاً لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية، وأيضاً يمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات.

ومصطلح الشائعة حديث نسبياً، لذلك فقد خلت كتب المصطلحات العربية من التعريف الاصطلاحي للشائعة بالمفهوم المستخدم في العصر الراهن، كما أنه من المفاهيم ذات الدلالة الواسعة نظراً لاتصاله بتخصصات عديدة

<sup>1</sup> ليلي احمد جرار : (2012م)، الفيس بوك والشباب العربي، (عمان: مكتبة الفلاح، عمان)، ص 37.

<sup>2</sup> ليلي احمد جرار : (2012م)، الفيس بوك والشباب العربي، مرجع السابق، ص38.

<sup>3</sup> عباس مصحفي صادق، (2011م)، الإعلام الجديد، (دم: البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال)، ص90

<sup>4</sup> زاهر رامي، (2003م)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، (عمان: جامعة عمان الأهلية)، ص23

من علم النفس والاجتماع والقانون والانثروبولوجيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والحرب النفسية. بالإضافة إلى ارتباطه الوثيق بالتقدم الحادث في ظل ثورة الاتصال والمعلوماتية بحيث لا يمكن النظر في هذا المفهوم بمعزل عن التطور في تكنولوجيا وسائل الاتصال وتأثيراتها في ظهور وانتشار الشائعات. ومن هنا تعددت محاولات تعريف الشائعات وتنوعت مفاهيم دراستها وزوايا النظر إلى نشأتها وآليات عملها وتطورها وسبل مواجهتها.

## 2. التعريف اللغوي للشائعة

الشائعة هي الأخبار المنتشرة، وهي جمع شائع، مادة "شيع" جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب: انتشر، وشاع الخبر: ذاع، والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أي مشياح لا يكتم سرا<sup>1</sup> وعرفها الأصفهاني في المفردات في غريب القرآن تحت مادة شيع، الشياح: الانتشار والتقوية، يقال شاع الخبر أي كثر وقوى، وشاع القوم: انتشروا وكثروا<sup>2</sup>، أما المعجم الوسيط فقد أورد كلمة الشائعة والإشاعة وعرف الإشاعة: بأنها الخبر ينتشر غير مثبت منه، أما الشائعة فهي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه.

وجاء في الإفصاح في فقه اللغة قوله: الإشاعة: شاع الخبر، يشيع شيوعا، وشيعانا وشيع تشايح، ظهر وأنتشر وعلم الناس به، وشاع به تشييعه شيعا، وإشاعة وبه أيضا أظهره ونشره والمشياع من لم يكتم خبرا والشاعة: الأخبار المنتشرة وهذه جمع شائع<sup>3</sup>. ويلاحظ من التعريفات اللغوية السابقة تأكدها على معنى الشيوح والانتشار في تعريف الشائعة، وهو ما يفترض إلى درجة كبيرة من التعريف العلمي للشائعة، وهو ما أوضحته أيضا المعاجم المتخصصة الحديثة، فقد جاء في معجم علم النفس تعريفاً للشائعة، على أنها تقرير غير متحقق منه عن حادثة تناقلتها الأفواه.

## 3. المفهوم الاصطلاحي للشائعة:

توجد تعريفات عديدة للشائعة، ومن التعريفات التي أوردها العلماء العرب نذكر منها:

- د. مختار التهامي: "الإشاعة هي الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي أجمعه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج10، (القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة)، بدون تاريخ، ص56

<sup>2</sup> معتز سيف عبد الله (1977م) الحرب النفسية، والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ص164

<sup>3</sup> فهمي توفيق مقل: دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات، في الإشاعة والحرب النفسية، منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1410هـ، ص125

<sup>4</sup> فاخر عقل، (1985) معجم علم النفس، ج4، (القاهرة: دار المعارف)، ص99.

- محمد عبد القادر حاتم: الإشاعة عبارة عن فكرة خاصة بعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيب بين الجماهير جميعها، ويجب أن تكون قابلة للتصديق غير مبالغ فيها<sup>1</sup>.
  - جمال الدين محفوظ: أخبار مشكوك في صحتها يتعذر التحقق من أصلها وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة إليهم ويؤدي تصديقها أو نشرها إلى إضعاف روحهم المعنوية<sup>2</sup>.
  - محمد شفيق: هي الترويج لخبر مختلق من أساسه يوحى بالتصديق أو المبالغة بسرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة، وهي تنتشر من خلال الكلمة الشفهية، دون أن تتطلب مستوى من البرهان أو الدليل، كما أنها قد تنتقل من خلال النكتة أو الحركة التعبيرية والترثرة والتنبؤ، والنوادر، والطرائف، وإذا استخدمت في أيام الحرب فإنها تعتبر من أسلحة الحرب النفسية لأنها تثير العواطف الجماهيرية، وتعمل على بلبلة الأفكار. أما إذا استخدمت بعيداً عن ميدان القتال فتسمى همسا، كذلك إذا استعملت بدون تعمد فتسمى ترثرة أو دردشة<sup>3</sup>.
  - والشائعة ترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو هي المبالغة والتي تكون في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة. وتنتقل عن طريق اللفظ أو من خلال النكتة أو الحركة التعبيرية وتهدف إلى التأثير على تفكير الإنسان وعلى انفعاله وخياله بصورة تجعله يضيف إلى الشائعة كلاماً وفي نفس الوقت تزداد انتشاراً وجاذبية.
- على ضوء المفاهيم السابقة يمكن القول بأن الشائعة هي:
- سلوك مخطط ومدبر.
  - تقوم به جهة ما أو شخص ما.
  - لنشر معلومات أو أفكار غير دقيقة أو أحاديث أو نوادر وطرف ونكات وأغاني أو بنشر أخبار وتقارير، مختلفة ومجهولة المصدر، وتوحي بالتصديق، أو مبالغاً فيها أو تتضمن جزء ضئيلاً من الحقيقة.
  - وتعلق بالأحداث الراهنة.
  - باهتمامات الجمهور الموجهة إليهم.
  - في وقت محدد.
  - وعبر وسائل الاتصال الممكنة.
  - ومن خلال استغلال الدوافع البشرية.

<sup>1</sup> مختار التهامي، (1979م) الرأي العام والحرب النفسية، ج1، ط4، (القاهرة، دار المعارف)، ص114.

<sup>2</sup> أحمد توكل، (1988م)، الإشاعة، ط4 (القاهرة: دار الأمة للطبع والنشر)، ص16.

<sup>3</sup> هالة منصور، (200م) الاتصال الفعال - مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، (الإسكندرية: المكتبة الجامعية)، ص180.

- ذلك لتدمير معنى أو تشويه صورة أو للتأثير في شخص أو في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو الدولي تحقيقاً لأهداف جهة المنشأ سواء، أكانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية، أم عسكرية.

### المبحث الثاني: وظائف الشائعة وأنواعها وخصائصها

#### وظائف الشائعة:

الشائعات طبقاً لوظائفها تنتشر وتنتشر بقصد تحقيق أهداف معينة ولهذا فهي سلوك مدبر ومخطط من قبل مروج الشائعة أو الفاعل أو المستفيد الأساسي من ترويجها، وهي لهذا ليست مجرد رواية يتناقلها الأفراد لمجرد الترتبة أو الدردشة، وإنما لأنها تحقق أهدافاً للأفراد الناقلين لها، مثل أداء المعرفة وحب الظهور أو الرغبة في جذب الانتباه أو في اكتساب مزيد من الأهمية أو التعبير عن الكراهية للغير أو تحقيق المصالح الخاصة أو للتنفيس عن التوترات الانفعالية التي يعاني منها الأفراد.

وهذه المشاركة الفاعلة من قبل ناقلي الشائعات تساعد على تحقيق هدف المصدر كما أنها توفر الفرصة للناقلين بالتدخل في الشائعة بالتغيير والتبديل والتحريف أثناء تداولها بما يجعلها أكثر قدرة على التأثير والانتشار، وأكثر تحقيقاً لأهدافهم النفسية وبخاصة عندما يتوافر للشائعة مصدراً قادراً على التخطيط للشائعة وعلى توفير المتطلبات الأساسية لها من حيث اختيار الفكرة والصياغة والتوقيت المناسب لإطلاقها.

**أنواع الشائعات:** اختلف الباحثون في تصنيف الشائعات، فتتعدد تصنيفاتهم وفق الأسس التي اعتمدت. فصنفتها البعض بموجب زمن انتشارها وسرعتها في التداول، في حين صنفتها آخرون بموجب الدوافع وراء سريانها والآثار الاجتماعية المترتبة عليها، ومن بين تلك التصنيفات ما يأتي:

تصنيف الشائعات وفق زمن انتشارها وسرعته، ثلاثة أنواع للشائعات:

- أ. الشائعة البطيئة: يدل هذا النوع من الشائعات، كما يتضح من اسمها، على أنها تنمو ببطء حتى تصل إلى مجموعة كبيرة من الناس بعد أن تخضع لتغيرات وتشويهات بمرور الزمن.
- ب. الشائعة الاندفاعية: ينتشر هذا النوع من الشائعات كما تنتشر النار في الهشيم، وعادة ما تظهر هذه الشائعات في أثناء الكوارث والحروب والأخطار التي تهدد الإنسان لذا تستند إلى أجواء مشحونة بالانفعالات القوية، وكأنما يريد الناس من خلالها الاحتماء بعضهم ببعض من الخطر الذي يتهددهم.
- ت. الشائعة الغاطسة: يظهر هذا النوع خلال فترة معينة وفي ظروف معينة، ثم يختفي ليعاود الظهور مرة أخرى في حال عودة الظروف التي أنتجتة إلى الظهور.

#### خصائص الشائعات :

١. الشائعة هي نشر ونقل معلومات وأخبار دون مصدر موثوق منه.
٢. سهولة انتشار الشائعة بسرعة كبيرة ، وصعوبة توقفها وذلك نظراً لكثرة وجود شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة للجميع.
٣. من الصعب تعقب مصدر الشائعة أو معرفة من أين بدأت.
٤. تتعلق الشائعة بالأحداث الحالية واهتمامات الجمهور في فترة زمنية معينة.

٥. تحقق الشائعة هدف ما قد يكون عام أو شخصي.

٦. قد تنتشر الشائعة شفاهي بين الأشخاص ، أو تكتب على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي.

٧. تعتمد الشائعات على أسلوب التهويل والمبالغة والتضخيم والتشويش والتشكيك.

#### مصدر الشائعة وتداولها:

هو المصدر الذي تنطلق منه الشائعة عند أول تداول لها وقد يكون شخصا، أو شركة أو مؤسسة أو حزبا أو حكومة أو إحدى مؤسسات المجتمع المدني، أو حكومة دولة أخرى أو شركة أجنبية، والهدف المقصود من الشائعة يختلف أيضاً فقد يكون فردا كالشائعات التي تتناول الفنانين أو الرياضيين ويطلقها أقرانهم في المهنة لأغراض مختلفة، وقد يكون المقصود مؤسسة أو جهة أخرى كنادي أو مؤسسة أو شركة أو أية جهة إنتاجية أو خدمية أو حزب آخر أو جماعة نوعية من المجتمع كالشائعات التي تتناول القضاء أو أساتذة الجامعات أو المجتمع بأسره لإضعاف روحه المعنوية أو التفرقة بين جماعاته وفئاته، وقد تتجاوز الشائعة حدود المجتمع لتشمل المسلمين في كل أنحاء العالم كالشائعات الخاصة بالإرهاب. أما مصدر ومروج الشائعات فقد يتعدد ويكون<sup>1</sup>:

- فرد واحد ضد شخص ينافسه.
- حزب سياسي ضد حزب آخر مضاد له
- المعارضون السياسيون لنظام الحكم في أي بلد.
- خبر إعلامي لووكالة أنباء أو صحافة، أو صحفي
- هيئة دولية، فريق، رسام، رئيس شركة.
- دولة ضد دولة أخرى أو مجموعة دول
- الطابور الخامس ضد الدولة
- المرضى النفسيون.
- شخص بحسن نية<sup>2</sup>

#### تداول الشائعة:

التداول والنشر عنصر أساسي للشائعة وبدونه لا توتّي الشائعة انتشارها ويتم الدوال عادة عبر الكلمة المنطوقة من خلال الأحاديث والدرشة أو تنتقل عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالصحف والمجلات والنشرات والإذاعة والتلفزيون وأخيرا عبر وسائل الاتصال الإلكتروني كالإنترنت والتليفونات المحمولة. كما يتم التداول عبر أشكال أخرى كالأغاني والتمثيل والنكت والرسوم الكاريكاتورية.

#### العوامل المساعدة على انتشار الشائعة

<sup>1</sup> سامي محمد هاشم: الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2003م، ص55.

<sup>2</sup> حجاب، محمد منير، (2007م) الشائعات وطرق مواجهتها، جامعة الوادي، (القاهرة؛ دار الفجر للنشر والتوزيع، ص85

- أ. تنتشر الشائعة بين الجماعات المتجانسة المتشابهة في خصائصها وخاصة ثقافتها من حيث العقيدة، اللغة، العادات، والقيم، وطرق التفكير فمثلا نجد ان الشائعة أكثر انتشارا في الريف عنها في المدينة بالنظر ان الريف أكثر انسجاما وتجانسا
- ب. سهولة الاتصالات وكفاءتها تيسر انتشار الشائعة بين جماعات متعددة
- ت. يقل انتشار الشائعة في المجتمعات التي تقرر عقوبات على تداولها
- ث. يزداد انتشار الشائعة كلما واكبنا ظروف ممهدة كأزمة اقتصادية، حرب عسكرية، أحداث سياسية
- الخ.....

### المبحث الثالث: انتشار الشائعات عبر فيس بوك

#### 4. خصائص الشائعات على فيس بوك

سرعة الانتشار: لاسيما في ظل الهواتف الذكية وتعدد منصات التواصل الاجتماعي فالأمر لا يحتاج سوى ثواني ودقائق معدودة، لأن تجوب الشائعة الآفاق

أعداد المتلقين المتنامية: لأن المتلقي هو الآخر يقوم بدور المرسل في بضغطة زر يمكنه تحويل الرسائل المحتوية على المحتوى المضلل إلى عشرات الأعضاء الذين يقومون بدورهم كذلك في تحويل الرسائل المتلقين آخرين وهكذا<sup>1</sup>.

عدم التغيير: المقارنة بين الشائعات التقليدية التي تتداولها أسنة الناس في مجالسهم الخاصة، يعترضها التغيير والتبديل، الذي قد يصل لحد التعارض في أحيان كثيرة ويكون كفيلا بإسقاط الشائعة، لكن في هذه الحالة تأخذ الرواية الإلكترونية منحى آخر في المتلقي الذي يتحول إلى مرسل لا يقوم سوى بدور واحد هو النسخ واللصق أو إعادة التوجيه<sup>2</sup>.

تأثير الشائعات ومداه:

توجد تأثيرات عديدة للشائعة تبدأ من تشويه الصورة إلى بث روح الفرقة وإضعاف الروح المعنوية إلى التأثيرات المختلفة في الرأي العام المحلى أو الإقليمي أو العالمي في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية.. إلخ.

وهذه التأثيرات بأنواعها أحد المكونات الأساسية للشائعة وأحد الجوانب لتحليل وفهم الشائعة ومواجهة تأثيراتها الضارة في المجتمع. وفي ضوء هذه الملامح المميزة لمفهوم الشائعة يتضح:

1. تتضح الطبيعة المركبة للشائعة والى تتداخل مع علوم اجتماعية عديدة وتطلب مستوى رفيعاً من المعرفة والخبرة النظرية والعملية عند دراستها والاستفادة من نتائج وخبرات هذه العلوم.
2. تتنوع المناهج الضرورية لدراسة الشائعة ورواها النظر إلى نشأتها وتطورها وسبل مواجهتها.

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، (2011م) أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، (الخرطوم: المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم)، ص 20

<sup>2</sup> موسى جواد الموسوي وآخرون، (2011م)، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، (بغداد: مكتبة الإعلام والمجتمع)، ص47.

3. دور الاتصال باعتباره يمثل أحد أهم جوانب دراسة الشائعات، فهو يؤثر بقوة في ظهور وانتشار الشائعات وتداولها وكذلك في إمكانية الوقاية منها أو حصارها والقضاء عليها.
4. دور العوامل البيئية في انتشار الشائعات وتأثيرها والوقاية منها كالدوافع النفسية والظروف السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، والأزمات بصفة عامة.
5. الجوانب الخاصة بالشائعة نفسها من حيث السمات والخصائص والأهداف والمحتوى والصياغة والنوع والانتشار والتأثير<sup>1</sup>.

### الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

تحليل آراء عينة الدراسة نحو دور الـ"فيس بوك" في نشر الشائعات

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أ. نوع الدراسة ومنهجيتها

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بدراسة عينة من المجتمع السوداني، حيث تم جمع بيانات الدراسة من أفراد عينة الدراسة نحو نشر الشائعات على تطبيق فيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي "موضوع الدراسة"؛ حيث يتم وصف الظاهرة وتحليل بياناتها ثم بيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها.

ب. تحديد عينة الدراسة

شمل هذا البحث عينة عشوائية تحدد حجمها بـ(92) مفردة من الجمهور السوداني المستخدم لـ"فيس بوك"، تتراوح أعمارهم ما بين 18-50 فما فوق عاماً. وهي الفئة التي تستخدم تطبيق فيس بوك في السودان.

جدول رقم (1): يوضح نوع أفراد العينة

النسبة	التكرار	الفئة
60.9%	56	ذكر
39.1%	36	انثى
100%	92	المجموع

جدول رقم (1) يوضح أن حجم العينة 60.9% من الذكور أما عدد الإناث كان بنسبة 39.1%، كانت استجابة الذكور في الإجابة على الاستبانة أكبر من الإناث.

جدول رقم (2): الفئة العمرية لأفراد العينة

النسبة	التكرار	الفئة
25%	23	من 18 سنة إلى 29
45.7%	42	من 30 سنة إلى 39
23.9%	22	من 40 سنة إلى 49

<sup>1</sup> حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني، 2008، ص 302.

من 50 فأكثر	5	5.4%
المجموع	92	100%

جدول رقم (2) يبين أن أكثر الفئات العمرية استخدمت للتطبيق فيس بوك من أفراد العينة ما بين (30 إلى 39) بنسب 45.7% تلتها الفئة العمرية (من 18 إلى 29) حيث بلغت نسبتهم 25%، ثم الفئة (من 40 سنة إلى 49) بنسبة 23.9%، أما أقل الفئات العمرية تعامل مع هم الأكثر من 50 عام بلغت نسبتهم 5.4%. ومن ذلك نتوصل إلى أن شريحة الشباب هم الأكثر استخداماً لتطبيق فيس بوك في السودان.

جدول رقم (3): المستوى الأكاديمي لأفراد العينة

النسبة	التكرار	الفئة
16.3%	15	دون الجامعي
51.1%	47	الجامعي
32.6%	30	فوق الجامعي
100%	92	المجموع

جدول رقم (3) يوضح أن معظم أفراد العينة جامعيين وذلك بنسبة 51.1%، ثم فوق الجامعي بلغت نسبتهم 32.6%، أما الثانويين كانت نسبتهم 16.3%، ونتوصل من ذلك أن كل أفراد العينة متعلمين ولكن الجامعيين كانت نسبتهم أعلى.

#### أدوات الدراسة

اعتمدت الباحثة في جمع المعلومات النظرية، على المراجع، والكتب، والمصادر المختلفة، بجانب الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) أما لجمع المعلومات الميدانية اعتمدت الباحثة على الاستبانة التي اشتملت على أسئلة مغلقة

**إجراءات الصدق:** يقصد بالصدق، ان تقيس الاستمارة ما وضعت لقياسه وقد أجرى اختبار الصدق لتأكد من صدق الاستمارة من حيث المحتوى حيث تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، وقد تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال التخصص، وقد تم تعديل الاستمارة وفقاً لما ابدون من ملاحظات .

**إجراءات الثبات:** يقصد بالثبات أن تعطي الاستمارة نفس النتائج تقريبا إذا ما طبقت على نفس العينة وقد قامت الباحثتان بتطبيق الاستمارة على عينة من الجمهور عددها 10 مفردة ثم تم إعادة التطبيق على نفس العينة بعد التطبيق الأول بأسبوعين .

#### المعالجة الإحصائية للبيانات :

اعتمدت الدراسة على تنزيل ملف الأكسل من الاستبيان الإلكتروني واستخرجت منه النتائج عن طريق حصر التكرارات والنسب المئوية.

**حدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال عام 2021

**الحدود المكانية :** تختصر هذه الدراسة على عينة من المواطنين السودانيين. وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً.



## المبحث الثاني: نتائج الدراسة

## أولاً: تفضيل وقت المبحوثين

جدول رقم (4): كيف يقضي أفراد عينة الدراسة أوقات فراغهم

النسبة	التكرار	الفئة
14%	13	متابعة التلفاز
37%	34	مواقع التواصل الاجتماعي
18.5%	17	ممارسة هوايتك المفضلة
24%	22	مع الأهل والأصدقاء
6.5%	6	أخرى تذكر
100%	92	المجموع

يشير الجدول رقم (4) أن التواصل مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو الخيار الذي حصل على المركز الأول بنسبة 37%، تلاه في المركز الثاني هو قضاء وقت الفراغ من الأهل والأصدقاء بنسبة 24%، أما المركز الثالث فقد كان لممارسة الهواية المفضلة بنسبة 18.5%، ومن ثم متابعة التلفاز في المركز الرابع بنسبة 14%، أما الانشغال بأشياء لم تذكر بالاستبانة فقد حصلت على أقل نسبة 6.5%، نتوصل من ذلك أن معظم أفراد عينة الدراسة يستغلون أوقات الفراغ في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

## ثانياً: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (5): مواقع التواصل الاجتماعي المفضل للعينة

النسب	التكرار	الفئة
30.4%	28	فيس بوك
9.8%	9	تويتر
45.7%	42	واتساب
6.5%	6	انستغرام
5.4%	5	سناب شات
2.2%	2	أخرى
100%	92	المجموع

يبين الجدول رقم (5) أن معظم أفراد العينة يفضلون تطبيق واتساب بنسبة 45.7%، تلاهم في المركز الثاني من يفضلون فيس بوك بنسبة 30.4%، أما المركز الثالث فقد كان لمفضلي تطبيق تويتر بنسبة 9.8%، والمركز الرابع لمفضلي انستغرام بنسبة 6.5%، أما سناب شات فقد احتل المركز الخامس بنسبة 5.4%، أما مواقع تواصل أخرى فقد كانت نسبتها ضئيلة وهي 2.2%. ويشير ذلك إلى عينة الدراسة تفضل الـ"واتساب فيس بوك".

جدول رقم (6): يوضح مدة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفئة
--------	---------	-------

منذ سنة	19	20.7%
من سنة إلى ثلاث سنوات	43	46.7%
من ثلاث سنوات فأكثر	30	32.6%
المجموع	92	100%

يشير الجدول رقم (6) أن ما نسبته 46.7% من المستطلعين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى ثلاث سنوات، أما المركز الثاني فقد كان لمن يستخدمون مواقع التواصل منذ ثلاثة سنوات فأكثر بنسبة 32.6%، والمركز الأخير استخدامهم لها منذ سنة فقط بنسبة 20.7%.

جدول رقم (7) يبين ثقة الباحثين بمعلومات مواقع فيس بوك

الفئة	التكرار	النسبة
أثق بدرجة كبيرة	5	5.4%
أثق بدرجة متوسطة	20	21.7%
أثق بدرجة قليلة	34	36.9%
لا أثق	33	36%
المجموع	92	100%

تشير النتائج في الجدول (7) إلى أن 36.9% من عينة الدراسة يتقنون بدرجة قليلة بالمعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي، بينما 36% لا يتقنون، و 21.7% يتقنون بدرجة متوسطة بما يحصلون عليه من معلومات، يعني ذلك أن 94.6% توجد درجة من عدم الثقة في الأخبار الواردة عبر فيس بوك مقابل ما 5.4% الباقية فهم يتقنون بدرجة كبيرة بمعلومات مواقع الفيس بوك.

الجدول رقم (8): يوضح طبيعة استخدام أفراد العينة لـ"فيس بوك"

الفئة	التكرار	النسبة
متابعة الأخبار	38	41.3%
التواصل مع الأصدقاء	31	33.7%
الترفيه والتسلية	23	25%
المجموع	92	100%

يظهر الجدول رقم (8) بأن 41.3% من المستطلعين يستخدمون فيس بوك لمتابعة الأخبار، أما المركز الثاني فقد كان للتواصل مع الأصدقاء بنسبة 33.7%، والمركز الأخير للترفيه والتسلية بنسبة 25%. مما يوضح أن الطابع العام لنمط استخدام تطبيق فيس بوك هو متابعة الأخبار والتواصل مع الأصدقاء والتسلية.

الجدول رقم (9): يبين الآثار الإيجابية فيس بوك من قبل الباحثين

الفئة	التكرار	التكرار
الاطلاع على الأحداث	34	37%
التعرف على ثقافات جديدة	17	18.5%

الحصول على معلومات مختلفة	16	17.4%
تغير في الأفكار والسلوك	11	11.9%
التقارب بين أفراد المجتمع	7	7.6%
تدعيم القيم والأخلاقية	7	7.6%
المجموع	100	100%

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن أهم إيجابيات استخدام المبحوثين فيس بوك هي أنها تساعد على الاطلاع على الأنباء والأحداث العالمية لحظة وقوعها وذلك بنسبة 37% من آراء المستطلعين، تلتها ايجابية التعرف على ثقافات جديدة بنسبة 18.5%، وفي المركز الثالث جاء الحصول على معلومات مختلفة بنسبة 17.4%، أما تغيير الأفكار والسلوك جاءت في المركز الرابع بنسبة 11.9%، وفي المركز الأخير جاء كلا من التقارب بين أفراد المجتمع، وتدعيم القيم الأخلاقية بنسبة متساوية بلغت 7.6%.

#### ثالثاً: دور فيس بوك في سرعة انتشار الشائعات

الجدول رقم (10): يوضح تحديد المبحوثين عوامل انتشار الشائعات على فيس بوك

النسبة	التكرار	الفئة
29.3%	27	سهولة انتقال المعلومة
18.5%	17	سرعة الوصول
19.5%	18	غياب الرقابة
4.4%	4	الأكثر استخدام
28.3%	26	كثرة الاصدقاء
100%	100	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أهم العوامل التي ساهمت في انتشار الشائعات على فيس بوك، حيث جاء في المرتبة الأولى اعتبار فيس بوك سهولة انتقال المعلومة إلى أكبر عدد من الناس في تداول الأخبار بنسبة 29.3%، يليها في المرتبة الثانية الأكثر استخداماً من قبل الجمهور، وكثرة الأصدقاء بنسبة 28.3%، والمركز الثالث غياب الرقابة على نشر الأخبار بنسبة 19.5%، والمركز الرابع سرعة الوصول للخبر عبر فيس بوك وبدون إجراءات تعقيدية بنسبة 18.5%، والمركز الأكثر استخدام بنسبة 4.4%.

الجدول رقم (11): يوضح تصرف المبحوثين عند استقبالهم للشائعات

النسبة	التكرار	الفئة
35.8%	33	التحقق قبل نشره
12%	11	التحقق من الصحة
4.4%	4	انشر قبل التحقق
21.7%	20	لا أعيد انشر
18.5%	17	أعلق على زيف الخبر
7.6%	7	حين ارتاب اتجاهل
100%	92	المجموع

يشير الجدول رقم (11) أن 35.8% من عينة الدراسة يقوم بالتحقق من صحة الخبر أو الإشاعة قبل القيام بنشرها، و21.7% لا يعيدون نشرها وإن تحققوا من صحتها أو عدم صحتها. وفي المرتبة الثالثة أن 18.5% يكتب رداً وتعليقاً يبين زيف الخبر حين التأكد من ذلك، وفي المرتبة الرابعة من يقومون بالتحقق من صحة الخبر من مصادر موثوق بنسبة 12%، أما المرتبة الخامسة نسبة 7.6% من يتجاهل البحث والتدقيق في مصداقية الخبر ولا يقوم بنشره في حال ارتاب من صحة من المعلومات، أما المركز الأخير فهم من يقومون بنشر الخبر دون التأكد من صحته بنسبة 4.4%.

الجدول رقم (12): يوضح رأي الباحثين في تغيير اتجاهات جمهور فيس بوك

الفئة	التكرار	%
نعم	62	67.4%
لا	30	32.6%
المجموع	92	100%

يشير الجدول رقم (12) إلى أن أفراد عينة البحث يرون بأن الشائعات تؤدي إلى تغيير في اتجاهات الجمهور لتخدم الجهات المستفيدة بنسبة 67.4%، بينما ما يرون عكس ذلك ونسبتهم 32.6%.

جدول رقم (13): يبين اتجاهات الباحثين نحو الشائعات على فيس بوك

الفئة	التكرار	النسبة
حسب نوع الشائعة	24	26.1%
أمر غير أخلاقي	19	20.7%
بث الفتنة	14	15.2%
يثير البلبلة	21	22.8%
محاولة لجذب القراء	12	13%
صرف النظر عن قضايا المجتمع	2	2.2%
المجموع	92	100%

يشير الجدول رقم (13) أن اتجاهات أفراد العينة نحو الشائعات على فيس بوك تختلف حسب نوع الخبر بنسبة 26.1%، والمركز الثاني نسبته 22.8% باعتبار نشر الشائعات يثير البلبلة، والمركز الثالث لمن يرون أن نشر الشائعات أمر غير أخلاقي بين الجمهور بنسبة 20.7%، أما المركز الرابع أن نشر الشائعات يؤدي إلى بث الفتنة بين أفراد المجتمع بنسبة 15.2%، والمركز الخامس نسبته 13% باعتبار نشر الشائعات ما هو إلا محاولة لجذب الانتباه والقراء ولا قيمة له. أما المركز الأخير فكانت نسبته 2.2% للفئة التي ترى أن نشر الشائعات هو محاولة لإلهاء وصرف نظر الجمهور العام عن قضايا اجتماعية أساسية.

الجدول رقم (14): يوضح علم الباحثين بوجود إجراءات رسمية لناشري الشائعات

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	60	65.2%
لا	32	34.8%

المجموع	92	%100
---------	----	------

يشير الجدول السابق أن ما نسبته 65.2% من أفراد العينة يعتقدون بوجود إجراءات رسمية رادعة لناشري الشائعات عبر فيس بوك، مقابل ما نسبته 34.8% مما يرون عكس ذلك.

#### السؤال رقم (15): يبين مقترحات عينة الدراسة للحد من الآثار السلبية الناتجة من نشر الشائعات

النسبة	التكرار	الفئة
%31.5	29	توعية الجمهور بخطورة نشر
%32.6	30	بيان أضرار الشائعات
%24	22	توعية الجمهور بأهمية تحري الدقة والمصادقية
%11.9	11	تنبيه الجمهور إلى عدم ضياع الوقت في تداول الشائعات
%100	92	المجموع

يشير الجدول رقم (15) إلى أن 31.5% من أفراد العينة يرون أن من أهم إجراءات محاربة الآثار السلبية لنشر الشائعات على فيس بوك هو توعية المجتمع السوداني بخطورة نشر الشائعات، بينما يرى 32.6% بيان أضرار الشائعات على الفرد والمجتمع. يليهم 24% يرون لفت نظر الجمهور السوداني إلى أهمية تحري المصادقية والدقة في نشر الأخبار على فيس بوك. أما المركز الأخير فكانت نسبته 11.9% يرون تنبيه الجمهور إلى عدم ضياع الوقت في تداول الشائعات ونشرها.

### الخاتمة

#### أولاً: نتائج الدراسة

- توصلت الدراسة إلى أن 30.4% من أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل معظم أفراد العينة يفضلون فيس بوك.
- أن 94.6% من عينة الدراسة يتقنون في معلومات مواقع التواصل التي من بينها فيس بوك، ما بين درجة قليلة إلى لا يتقنون، بينما 5.4% فهم يتقنون بدرجة كبيرة بمعلومات مواقع التواصل الاجتماعي.
- بأن 41.3% من المستطلعين يستخدمون فيس بوك لمتابعة الأخبار، أما المركز الثاني فقد كان للتواصل مع الأصدقاء بنسبة 33.7%، والمركز الأخير للترفيه والتسلية بنسبة 25.0%.
- يرى 29.3% من المبحوثين أن أهم العوامل التي ساهمت في انتشار الشائعات على فيس بوك، سهولة وسرعة انتقال المعلومة إلى أكبر عدد من الناس.
- أن 35.8% من عينة الدراسة يقوم بالتحقق من صحة الخبر أو الإشاعة قبل القيام بنشرها، و 21.7% لا يعيدون نشرها وإن تحققوا من صحتها أو عدم صحتها.

- أفراد عينة البحث يرون بأن الشائعات تؤدي إلى تغيير في اتجاهات الجمهور لتخدم الجهات المستفيدة بنسبة 67.4%. بنسبة 22.8% من المبحوثين يعتقدون أن نشر الشائعات يثير البلبلة
- عدد من أفراد عينة الدراسة يرون أن نشر الشائعات أمر غير أخلاقي بين الجمهور بنسبة 20.7%.
- 15.2% من عينة الدراسة رأيتهم أن نشر الشائعات يؤدي إلى بث الفتنة بين أفراد المجتمع.
- أن 65.2% من أفراد العينة يعلمون بوجود إجراءات رسمية رادعة لناشري الشائعات عبر فيس بوك، مقابل ما نسبته 34.8% لا يعلمون.
- أن 31.5% من أفراد العينة يرون أن من أهم إجراءات محاربة الآثار السلبية لنشر الشائعات على فيس بوك هو توعية المجتمع السوداني بخطورة نشر الشائعات.
- بينما يرى 32.6% من المبحوثين مكافحة الشائعات يتم عن طريق بيان أضرار الشائعات على الفرد والمجتمع.
- أن 24% يرون لفت نظر الجمهور السوداني إلى أهمية تحري المصادقية والدقة في نشر الأخبار على فيس بوك

### ثانياً: التوصيات

1. توعية الجمهور السوداني بخطورة الاستخدام الخاطئ لمواقع التواصل ونشر الشائعات غير هادف وبيان أضرارها على الفرد والمجتمع.
2. والتنبيه لأضرار ضياع أوقات طويلة في تداول الشائعات ونشرها.
3. فرض رقابة على نشر الشائعات على فيس بوك من الجهات المسؤولة ومحاسبة من يقوم بنشر معلومات مضللة.
4. توعية المجتمع السوداني بضرورة تحري الدقة والمصادقية عند قراءة الأخبار على فيس بوك قبل تداولها.
5. أن تعمل الجهات المختصة على مساعدة الجمهور السوداني على معرفة الأهداف غير معلنة للجهات التي تقوم بنشر الشائعات.

## المراجع

- 1/ أحمد توكل، (1988م). الإشاعة، (القاهرة: دار الأمة للطبع والنشر، ط4.
- 2/ أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، (2004) "الشائعات في عصر المعلومات"، (الرياض)
- 3/ التهامي، مختار، (1979م) الرأي العام والحرب النفسية، ج1، ط4، (القاهرة: دار المعارف)
- 4/ جرار، ليلي احمد، (2012م) الفيس بوك والشباب العربي، (عمان: مكتبة الفلاح)
- 5/ جمال الدين محمد بن مكرم، (، بدون تاريخ) ابن منظور: لسان العرب، ج10، (القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة).
- 6/ جمال معنوق وشريهان كريم، (2012م) دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، (الجزائر: بسكرة)
- 7/ حجاب، محمد منير، (2007م)، الشائعات وطرق مواجهتها، جامعة الوادي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع)
- 8/ حسام، مصطفى، (2007م) "استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات، (القاهرة)
- 8/ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 201، (بيروت)
- 9/ د. عبد الفتاح الحمص و د. فايز كمال، حول الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي.
- 10/ زاهر، رامي، (2003م)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، (عمان: جامعة عمان الأهلية).
- 11/ ساري، حلمي خضر، (2008م)، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني.
- 12/ عادل امينة وهبة خليفة، (2013م) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتواجد والاستخدام.
- 13/ عباس مصطفى صادق، (2011م) الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
- 14/ عبد الله، معتز سيف، (1977م) الحرب النفسية، والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.
- 15/ عجم، محمد، (2010م) الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر.
- 16/ عوض، حسني، (2011م) "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب".
- 17/ فاخر عقل، (1985م) معجم علم النفس، ج4، القاهرة.
- 18/ فضل الله، وائل مبارك خضر، (2011م)، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، (الخرطوم: المكتبة الوطنية للنشر).
- 19/ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج1، مصر، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر.
- 20/ مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012.
- 21/ منصور، هالة، (2000م) الاتصال الفعال - مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، (الإسكندرية، المكتبة الجامعية).

22/ الموسوي، موسى جواد وآخرون، (2011م) الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط 1، (بغداد: مكتبة الإعلام المجتمع)، ط 1.

23/ هاشم، سامى محمد، (2003م)، الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، (الرياض).

مواقع الإنترنت:

1. <http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/22744>
2. <https://ar.wikipedia.org>
3. <https://scholar.google.com>
4. <https://cuesj.cihanuniversity.edu.iq/2017/08/23/n3a43/>
5. <http://www.srs-mohe.gov.ye/Networkingsystem/upload/mtw/6-7.pdf>
6. [http://.elegypt.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/3](http://.elegypt.com/downloads/2009/amina%20heba.doc.2013/1/3)



## الملاحق

استبانة بث بعنوان:

اتجاهات الجمهور نحو دور تطبيق الفيس بوك في نشر الشائعات

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السوداني

د/ عفاف عبدالله أحمد اسماعيل

أستاذ مشارك في الصحافة

1/ كيف تقضي أوقات فراغك؟

متابعة التلفاز

التواصل مع الأصدقاء

ممارسة هوايتك المفضلة

مع الأهل والأهل والأصدقاء

أشغل نفسي بأشياء لم تذكر أعلاه

أولاً: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

2/ هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم

لا

3/ ما هي أفضل مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظرك؟

فيس بوك

تويتر

وأتساب

انستغرام

سناب شات

أخرى

4/ منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

منذ سنة

من سنة إلى ثلاث سنوات

من ثلاث سنوات فأكثر

5/ ما نوع الأخبار التي تشد انتباهك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

رياضية

اجتماعية

اقتصادية

سياسية

غير ذلك

6/ هل تثق بالمعلومات التي تحصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي؟

أثق بدرجة كبيرة

- أثق بدرجة متوسطة
- أثق بدرجة قليلة
- لا أثق بها

7/ هل تستخدم تطبيق "فيس بوك" كأحد مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم
- لا

8/ ما طبيعة استخدامك ل"فيس بوك"؟

- متابعة الأخبار
- التواصل مع الأصدقاء
- الترفيه والتسلية

9/ ما أهم الآثار الإيجابية لتطبيق فيس بوك؟

- تساعد على الاطلاع على الأنباء والأحداث العالمية لحظة وقوعها
- التفاعل الثقافي مع ثقافات مختلفة والتعرف على ثقافات جديدة
- تقدم فوائد على المستوى الصحي والعلمي والديني والاجتماعي
- تغيير في الأفكار والسلوك والقيم الاجتماعية
- زيادة الترابط والتقارب بين أفراد المجتمع
- نشر وتدعيم القيم الأخلاقية في المجتمع

ثالثاً: دور تويتر في سرعة انتشار الشائعات:

10/ برأيك ما العوامل التي ساعدت على انتشار الشائعات على فيس بوك؟ (بالإمكان اختيار أكثر من إجابة)

سهولة انتقال المعلومة

- سرعة الوصول للخبر عبر وبدون إجراءات تعقيدية
- غياب الرقابة على نشر الأخبار
- اعتبار تويتر الأكثر استخداماً من قبل الجمهور في تداول الأخبار

11/ في حال استقبالك إشاعة ما الإجراء الذي تقوم به:

- أتحقق من محتوى الخبر قبل القيام بنشره
- أتحقق من صحة الخبر أو الإشاعة من مصادر موثوقة قبل نشرها
- أعيد نشرها قبل التحقق من صحتها
- لا أعيد نشرها وإن تحققت من صحتها أو عدم صحتها
- اكتب رداً وتعليقاً، يبين زيف الخبر حين أتأكد من ذلك

12/ برأيك هل الشائعات في مواقع فيس بوك تؤدي الى تغيير في اتجاهات الشباب، لتخدم الجهات المستفيدة.

- نعم
- لا

13/ برأيك ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو نشر الشائعات على فيس بوك؟ (بالإمكان اختيار أكثر من إجابة).

- تختلف نظرتي لنشر الشائعات حسب نوع الشائعات
- نشر الشائعات أمر غير أخلاقي

- من شأن نشر الشائعات بث الفتنة بين أفراد المجتمع
- نشر الشائعات يثير البلبلة بين الجمهور
- نشر الشائعات ما هو إلا محاولة لجذب الانتباه والقراء ولا قيمة له
- نشر الشائعات هو محاولة لإلهاء وصرف نظر الجمهور
- 14/ هل تعتقد انه توجد اجراءات رسمية رادعه لكل من تسول له نفسه بنشر الاشاعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتويتر؟
- نعم
- لا

### ثانياً: البيانات الأولية

1/ الجنس

ذكر

انثى

2/ العمر

من 18-29

من 30-49

من 50-فأكثر

من 30 فما فوق

3/ المؤهل العلمي

ثانوي

جامعي

فوق الجامعي

4/ السكن

الحضر

الريف

## أهمية التوثيق الإعلامي ودوره في الحفاظ على التاريخ من التحريف

The importance of media documentation and its role in preserving  
history from distortion

د. خديجة حسن علي القصير  
جامعة الكوفة

### ملخص:

التوثيق كان وما يزال وسيلة لحفظ الأحداث وما يرتبط بها فكما هو معروف إن التاريخ ما هو الا سجل لأحداث الأمم وعاداتها وتقاليدها فهو مرآة الأمم، يعكس ماضيها، ويترجم حاضرها، على الرغم من تباين الأزمنة والأمكنة والمستوى المعرفي لها، ثم تدريجياً أصبح علم التوثيق مرتبط ارتباطاً واسعاً بمختلف الجوانب الحضارية وعلى علاقة بالعلوم المختلفة وشاع استخدامه في المجالات شتى الموضوعية منها كالقانون والدراسات التاريخية والأدبية والاجتماعية، كما له علاقة بعلوم أخرى كالتربية وعلم النفس وعلم اللغة والاتصال وغيرها. يتألف هذا البحث من مبحثين وخاتمة ومقدمة للبحث تناول المبحث الأول مفهوم التوثيق الإعلامي وتعريفه ومفهوم التحريف التاريخي وأنواعه، أما المبحث الثاني فتناول دور الإعلام في حفظ التاريخ من التحريف واختصرت على ذكر بعض النماذج من التاريخ الإسلامي لبيان ما للتوثيق من دور في حفظ التاريخ من التحريف. وتوصلت في هذا البحث الى مجموعة من النتائج في مقدمتها إن التحريف التاريخي إنما هو ظاهرة ليست بالمستحدثة على الأحداث التاريخية وإنما هي ذات اتصال وثيق بتدوين التاريخ في بداياته الأولى، وقد مر بمرحلتين أساسيتين هما التاريخ الشفهي والتاريخ التدويني وقد تم بيان الفرق بينهما في ثنايا البحث. إضافة الى إن مصطلح التوثيق إنما هو مجموعة العمليات اللازمة لتجميع وتنظيم وتوصيل المعرفة المتخصصة وذلك لغرض توفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات التي تشتمل عليها.

الكلمات المفتاحية: التوثيق الاعلامي، الاعلام، التحريف، التاريخ

### Abstract

Documentation was and still is a means of preserving events and what is related to them, as it is known that history is nothing but a record of nations' events, customs and traditions. In various aspects of civilization and in relation to different sciences, it has been widely used in various objective fields, such as law, historical, literary and social studies, as well as other sciences such as education, psychology, linguistics, communication and others. This research consists of two sections, a conclusion and an introduction to the research. The first topic dealt with the concept of media documentation and its definition and the concept of historical distortion and its types. The second topic dealt with the role of the media in preserving history from distortion, and it was summarized by mentioning some examples from Islamic history to show the role of documentation in preserving history from distortion. In this research, I reached a set of results, in the forefront of which is that historical distortion is a phenomenon that is not new to historical events, but is closely related to the codification of history in its early beginnings. In addition, the term documentation is a set of processes necessary to collect, organize and communicate specialized knowledge for the purpose of providing the maximum possible use of the information it contains.

**Keywords: media documentation, media, distortion, history**

## 1- المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين المبعوث رحمة للعالمين وعلى آله الطيبين الطاهرين ورضي الله عن صحابته الغر الميامين.

يعد التوثيق وسيلة لحفظ الاحداث وما يرتبط بها فكما هو معروف إن التاريخ ما هو الا سجل لأحداث الامم وعاداتها وتقاليدها فهو مرآة الأمم، يعكس ماضيها، ويترجم حاضرها، على الرغم من تباين الأزمنة والأمكنة والمستوى المعرفي لها، وبما ان الإنسان على مرِّ التَّاريخ - ومع الحاجة إلى المأكل والمشرب والمأوى- كان بحاجة إلى التَّعرف على ما حوله من موجودات مختلفة فأحس الانسان منذ فجر التاريخ على انه بحاجة ماسة إلى توثيق الأحداث التي مر بها أثباتاً لدوره في المشاركة و صنع تلك الإحداث و تأثيره عليها، ولولا عملية التوثيق التي قام بها الإنسان على مر العصور لما استطعنا أن نتعرف على الحضارات المختلفة السابقة ولما وصلت إلينا أخبارهم، و يتجلى ذلك بوضوح في الآثار والعملات والمخطوطات القديمة التي عثر عليها والتي تضمنت معلومات تشير إلى الحقب الزمنية التي كان يعيش بها صانعي تلك الآثار .

## 2- اهمية البحث:

ترجع اهمية هذا البحث في كون البشر وعلى مدى الحضارات والاديان المختلفة هم اجناس شتى وهم بحاجة ماسة إلى توثيق الأحداث التي مروا بها أثباتاً لدورهم في المشاركة وصنع تلك الإحداث وتأثيره عليهم وعلى الامم والحضارات اللاحقة ف جاء علم التوثيق للقيام بهذه العملية والحفاظ على تراث الشعوب والامم لكي تتناقله الاجيال اللاحقة لتستفيد من خبراتهم وتجاربهم والتعرف على عاداتهم وتقاليدهم.

## 3- مشكلة البحث:

يعاني المجتمع حالياً ومع التقدم الحاصل في وسائل الاعلام المسموعة والمقروءة والمرئية من تحديات كثيرة خاصة مع التزييف الحاصل احيانا في نقل المعلومة وايصال الخبر ومع ما يهدف اليه البعض من الخداع المصطلحي فيعمل على وضع شيء محل شيء آخر لتحقيق مآرب معينة. ولهذا تتمثل مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

- 1- ما هو مفهوم التوثيق الاعلامي؟ وماهي انواع التوثيق؟ واسس نشأته؟ .
- 2- ما هو مفهوم التحريف التاريخي؟ وماهي انواع التحريف التاريخي؟ واسس نشأته؟ .
- 3- هل للتوثيق الاعلامي في عصرنا الحالي دورا فاعلا في حفظ التاريخ من التحريف والتزييف ام انه قد ساهم في احداث العديد من الهفوات والمضاعفات السلبية على تراثنا وتاريخنا وما يحفظ للأجيال القادمة؟

## 4- اهداف البحث:

- 1- التعرف على اهمية التوثيق الاعلامي واهميته.
- 2- توضيح دور التوثيق الاعلامي في الحفاظ على التاريخ وحمائته من التزييف والانحراف؟

## 5- المبحث الأول: مفهوم التوثيق الإعلامي

## a. أولا: التوثيق في اللغة والاصطلاح

يعود أصل الكلمة إلى مادة وثق: (والواو والثاء والقاف كلمة تدل على عقد، وإحكام، ووثقت الشيء: أحكمته)<sup>(1)</sup>، ويورد الفراهيدي: (الوثيقة في الأمر: إحكامه، والأخذ بالثقة، والجمع وثائق).

أما اصطلاحاً فيعرف التوثيق بعدة تعريفات منها ما عرفه به كل من شيبرا وإيجان بأن التوثيق ما هو إلا تطور لمهنة المكتبات، وبهذا فإنه ليس علماً جديداً حسب رأيهما، وقد عبرا عن هذا في المقدمة التي كتبها لكتاب برادفورد وفي مقال آخر لهما سبق من هذه المقدمة استخدمتا بديلاً عنه مصطلح الضبط البليوغرافي وفي سنة (1951م) استخدمتا لفظاً أحدث هو التنظيم البليوغرافي لكي يعنيا به كل الأعمال التي يقوم بها الموثقون<sup>(2)</sup>. وعرفه موريمتر تادبه على أنه مجموعة العمليات التي يشتمل عليها توصيل المعلومات المتخصصة والتي تتضمن العمليات التي تكون العمل المكتبي المتخصص، إلى جانب العمليات المبدئية الخاصة، بإعداد ونسخ المواد وما يتبعها من عمليات التوزيع<sup>(3)</sup>.

في حين يعرفه جيمس ماك وروبرت تايلور بأنه مجموعة العمليات اللازمة لتجميع وتنظيم وتوصيل المعرفة المتخصصة وذلك لغرض توفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات التي تشتمل عليها<sup>(4)</sup>.

ويشير البعض إلى إن مصطلح التوثيق جاء في الأصل من كلمة وثيقة وإذا كانت كلمة وثيقة استعملت أصلاً في معناها القانوني فقط أي كتابة الحقوق الشرعية وتحديدتها في شكل قانوني، فإن كلمة وثيقة قد استخدمت مؤخراً للدلالة على شيء مادي يحتوي على المعلومات الثابتة التي تنشر في مكان وزمان معين ومن أجل الاستخدام في الممارسات الاجتماعية، وأصبحت كلمة توثيق معنى وثائق مدخلة ببعضها في المحتوى الموضوعي<sup>(5)</sup>.

والتوثيق (documentation) مصطلح علمي حديث دخل مفهومات علم المكتبات والمعلوماتية والعلوم المتعلقة بهما بعد دخول التقنية الحديثة وقد اشتق هذا المصطلح سواء في اللغة العربية أو في اللغة اللاتينية من كلمة وثيقة (document) واتسع مجال التوثيق في النص الثاني من القرن العشرين حتى حظي باهتمام العلماء والباحثين فبدأت تتوفر له المقومات الأساسية للعلم من قواعد و قوانين عامة تحكم موضوعه مصادر جزء أساسياً من مناهج تدرس علوم المكتبات والمعلومات<sup>(6)</sup>.

(1) الفراهيدي، أبي عبد الرحمن الخليل بن أحمد (ت: 175هـ)، العين، تحقيق: مهدي المخزومي، وإبراهيم السامرائي، مؤسسة الاعلمي للمطبوعات، بيروت- لبنان، 1988، ج 5، ص 202، مادة وثق.

(2) أبو النور، عبد الوهاب، دراسات في علوم المكتبات والتوثيق والبليوجرافيا، عالم الكتب، القاهرة، 1996م، ص 89.

(3) بدر، أحمد، وحشمت قاسم، المكتبات المتخصصة: ادارتها وتنظيمها وخدمتها، وكالة المطبوعات، الكويت، 1982، ص 19-20.

(4) بدر وآخرون، المكتبات المتخصصة: ادارتها وتنظيمها وخدمتها، ص 19-20.

(5) أبو العلا، الدكتور محمد علي، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 31.

(6) أبو العلا، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ص 31-32.

ومن هنا نعني بالتوثيق جعل المستويات المتعلقة بالحقائق والبيانات لغرض استرجاعها وتقديمها، أي إن نشاطات التوثيق تتناول معالجة الوثائق من حيث جمعها وتحليلها والاختيار منها بما يتلاءم مع متطلبات الباحثين والمستفيدين وتصنيفها وتكثيفها ثم جعل محتويات هذه الوثائق تتناول أيديهم<sup>(1)</sup> .

### b. أهمية التوثيق

ان عملية التوثيق تهدف في النهاية الى توصيل المعلومات الموثقة الى طالبيها، اي توفيرها والاعلام عنها بالاسباب العلمية، ولما كانت المعلومات الموثقة ضرورة اساسية لمختلف مناحي حياة المجتمع السياسية والاقتصادية والفكرية فان اهمية التوثيق تدخل في صلب هذه العمليات جميعها، وتتعاظم اهميته بارتفاع مستوى الجهة المستفيدة في الهرم البنوي للمجتمع، الى ان يصل الى متخذي القرار الذي هم بأمس الحاجة الى المعلومات الموثقة والمنظمة بشكل مركز يخدم اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب. ميزة التوثيق في كونه بمفهومه العام هو عنصر رئيس في التنمية الشاملة للمجتمع، فهو مجموعة من العمليات والانشطة التي تضمن كفاءة الاداء في المشروعات والبرامج وتعمل على تطوير هذا الاداء بما يكفل اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب وتقوم بتحريك الناس بما يبسر مزيدا من المشاركة في تحمل مسؤوليات التنمية وبما يحقق المنفعة العامة بنتائجها لفئات المجتمع المختلفة ويساهم التوثيق في موازنة العنصر الانساني والقيم الاجتماعية والتنظيم البشري وعناصر العمل الانمائي الآخر، حتى يمكن تعظيم العائد من نتائج جهود المجتمع الرسمية والخاصة، كما يساهم التوثيق في ضمان وصول ثمرات التنمية للمستفيدين على اساس من فهم احتياجاتهم وتحديدها ومعرفة ظروفهم ، وهو بذلك يمثل الحركة الرئيسية من حلقات الجهد المطلوبة في سلسلة الجهود الإنمائية المتشابكة<sup>(2)</sup> .

### c. ثانيا: مفهوم الاعلام

**الإعلام لغة:** أعلمته وعلمته في الأصل واحد إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم اختص بما كان بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم<sup>(3)</sup>، ويجوز أن تقول: عَلِمْتُ الشيء بمعنى عَرَفْتَهُ وَخَبَرْتَهُ وَعَلِمَ الرَّجُلُ خَبْرَهُ وَأَحَبَّ أَنْ يَعْلَمَهُ أَي يَخْبُرُهُ وفي التنزيل قوله تعالى: { وَأَخْرَيْنَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ }<sup>(4)</sup>.

اما في الاصطلاح فلإعلام عدة تعريفات لا يمكن حصرها، منها من يعرفه بأنه: التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير، وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت<sup>(5)</sup>. ويعرفه البعض الآخر على انه: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة

(1) ابو العلا، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ص 31 .

(2) ابراهيم ، ابو السعود ، التوثيق الاعلامي ، المكتب المصري الحديث ، القاهرة ، 2002 ، ص 13 .

(3) الراغب الاصفهاني ، أبو القاسم الحسين بن محمد (ت:502هـ)، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: صفوان عدنان الداودي، دار القلم، الدار الشامية - دمشق بيروت، 1412هـ، ص 580.

(4) ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، بيروت ، بلايت ، ج 4 ، ص 3083.

(5) المسؤولية الاجتماعية، ص 28.

من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولهم<sup>(1)</sup>. ومن أشهر التعريفات وأقربها تعريف العالم الألماني أوتوجروت للإعلام بأنه: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه<sup>(2)</sup>.

وبهذا فمهما اختلفت الأقوال وتباينت الآراء حول مفهوم الإعلام ومهما جاءت تقسيماته واتجاهاته فإنها في مجموعها تلتقي في أن الإعلام هو: اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى أو قضية أو فكرة للعلم بها وان المفهوم العلمي للإعلام عموماً اليوم قد اتسع حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار طالما احدث ذلك تفاعلاً ومشاركة من طرف آخر مستقبلي<sup>(3)</sup>.

وبهذا فالإعلام لا يتعدى كونه عملية اتصال يراد من ورائها بناء معارف المتلقين، أو الميل بهم نحو أهداف محددة، وتتوقف عملية الاتصال هذه صلاحاً وفساداً، حقاً وباطلاً، هدياً وضلالاً، بحسب نوعية ما يتم إرساله من المعلومات، والقالب الذي تصاغ فيه الرسالة، وعلى هذا النحو يستطيع المرء الحكم على وسائل الإعلام والتمييز بينها.

ينتج عن كلمتي ( التوثيق - الاعلام) مصطلح "التوثيق الاعلامي" وهذا المصطلح واسع الانتشار في عصرنا الحالي وخصوصاً بعد التطورات الواسعة التي حصلت في الحقل الاعلامي، ويعرف التوثيق الاعلامي على انه: عملية حفظ دقيق وشامل تسعى الى الحفاظ على النتائج الفكرية والثقافية والاعلامية ومجمل النشاطات الانسانية البشرية او شرائح من الافراد في اطر قضائية وظروف حياتية خاصة في وثائق تتعدد اشكالها ومضامينها، وهو مجموع الاجراءات والخطوات الفنية والعلمية التي تستهدف توفير المعلومات وجمعها في اوعية تحدد مضامينها وحقولها المعرفية وذلك بالحصول عليها من مصادرها المعرفية المتنوعة ثم حفظها وتخزينها وتنظيمها وترتيبها وتصنيفها وفهرستها بغرض الافادة منها عند الحاجة، والتوثيق الاعلامي هو صلة بعملية للحصول على المعلومات وتخزينها وحفظها<sup>(4)</sup>.

### ثالثاً: مفهوم التحريف التاريخي

التحريف في اللغة من الفعل الثلاثي حرف ويعني من كل شيء طرفة، وشفيره، وحده، ومن الجبل: أعلاه المحدد، والتحريف: يعني التغيير وقط القلم محرراً<sup>(5)</sup>، ويأتي في معاجم اللغة العربية الأخرى بمعنى التغيير أيضاً<sup>(6)</sup>، والميل بالكلمة عن معناها، قال الخليل: ((والتحريف في القرآن تغيير الكلمة عن معناها وهي قريبة الشبه، كما كانت اليهود تغير معاني التوراة بالأشباه، فوصفهم الله بفعلهم فقال ﴿فَبِمَا نَفْسِهِمْ مِينًا قَهَمُ لَعَنَاهُمْ﴾

(1) الإمام، إبراهيم، الإعلام الإسلامي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980، ص 27.

(2) حمزة، عبد اللطيف، الإعلام والدعاية، ط2، دار الفكر العربي 1978م، ص76.

(3) الشامي، فاطمة قدورة، المكتبات والمعلوماتية والتوثيق، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2002، ص125.

(4) ابو العلا، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ص38.

(5) الفيروز ابادي، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب(ت:817هـ)، القاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، اشراف:

محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2005، ج1، ص799.

(6) الجوهري، اسماعيل بن حماد (ت:393هـ)، الصحاح، تحقيق: احمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، 1956، ج4، ص1343.



وَجَعَلْنَا قُلُوبَهُمْ قَاسِيَةً يُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ وَنَسُوا حَظًّا مِمَّا دُكِّرُوا بِهِ وَلَا تَزَالُ تَطَّلِعُ عَلَى خَائِنَةٍ مِنْهُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِنْهُمْ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاصْفَحْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ<sup>(1)</sup>، وتحرف فلان عن فلانٍ وانحرف واحرورف: أي (مال))<sup>(2)</sup> .

ويورد ابن فارس<sup>(3)</sup> أن كلمة التحريف تعني: حدّ الشيء، والعدول، وتقدير الشيء. وأراد بالعدول: الانحراف عن الشيء، يقال: انحرف عنه ينحرف انحرافاً، وحرفته أنا عنه، أي عدلتُ به عنه، ولذلك يقال: مُحَارَفٌ، وذلك إذا حُورِفَ كَسِبَهُ فَمِيلَ بِهِ عَنْهُ، وذلك كتحريف الكلام وهو عدله عن جهته.

وجاء في لسان العرب: ((حَرَّفَ الشَّيْءَ عَنْ وَجْهِهِ: صَرَفَهُ... والتحريف: التغيُّرُ والتبديل... وهو في القرآن الكريم: تغيير الحرف عن معناه والكلمة عن معناها. وقيل: آمنتُ بِمُحَرَّفِ القلوب، أي بمصرفها، أو مميلها، أو مزيلها... ، والتحريف: قَطَّ القلمَ مُحَرِّفًا، يقال: قَلَمٌ مُحَرِّفٌ، إذا عُدِلَ بِأحدِ طرفيه عن الآخر))<sup>(4)</sup>، ويعرف البعض التحريف على انه: خطأ في هيئة الحروف أو زيادة في الكلام أو نقص منه أو تبديل بعض كلماته وتغييرها<sup>(5)</sup>.

وبهذا نلاحظ أن اتفاق أصحاب المعاجم اللغوية فيما بينهم على أن التحريف له عدة معان هي: التغيير، والتبديل، والصرف، والميل، والإزالة وان التحريف ليس له أي علاقة بهذه المعاني وإنما هو تغيير يتناول دلالتها فحسب.

أما اصطلاحاً فيعرف الشريف الجرجاني<sup>(6)</sup> التحريف بأنه: تغيير في اللفظ من غير المعنى، ويذكر التهانوي للتحريف ثلاثة تعريفات، أولها: في اللغة، وهو تغيير الشيء عن موضعه. وثانيها: عند المحدثين فجعل بعضهم التصحيف هو التحريف نفسه، وفرّق بعضهم بين المصطلحين، وثالثهما: عند القراء، وهو تغيير ألفاظ القرآن لمراعاة الصوت<sup>(7)</sup>.

والتحريف قد يكون بالزيادة في الكلام، أو النقص منه وقد يكون بتبديل بعض كلماته، وقد يكون بحمله على غير المراد منه<sup>(8)</sup>، ويعرفه عبد السلام هارون<sup>(9)</sup> بأنه: تغيير شكل الحروف ورسمها كالدال والراء، والدال

(1) سورة المائدة، الآية:13.

(2) الفراهيدي، العين، ج3، ص 211.

(3) ابن الحسين احمد بن فارس بن زكريا (ت:395هـ)، معجم مقاييس اللغة ، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، الدار الاسلامية ، بيروت، 1990، ج2 ، ص 42 .

(4) ابن منظور، ج1، ص800.

(5) ناجي، هلال، محاضرات في تحقيق النصوص، دار الغرب الاسلامي، بيروت-لبنان، 1994، ص83.

(6) الشريف علي بن محمد، التعريفات، ضبطه وصححه: جماعة من العلماء باشراف الناشر، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، 1983، ص 53.

(7) التهانوي، محمد بن علي ابن القاضي محمد حامد بن محمد صابر الفاروقي الحنفي (ت:1158هـ)، كشاف اصطلاحات الفنون، تقديم وإشراف ومراجعة: د. رفيق العجم، تحقيق: د. علي دحروج، نقل النص الفارسي إلى العربية: د. عبد الله الخالدي، الترجمة الأجنبية: د. جورج زيناني، مكتبة لبنان ناشرون ، بيروت، 1996، ج1، ص 643 .

(8) الطناحي، محمود محمد، مدخل الى تاريخ نشر التراث العربي مع محاضرة عن التصحيف والتحريف، مكتبة الخانجي، القاهرة، مطبعة المدني، مصر، 1984، ص 287.

(9) تحقيق النصوص ونشرها، مطبعة المدني، القاهرة، 1965، ص 61-62.

واللام، والنون والزاي في الحروف المتقاربة الصورة ، والميم والقاف ، واللام والعين في الحروف المتباعدة الصورة، أما عن تاريخ التحريف فهو قديم جدا وقد وقع فيه جماعة من الفضلاء من علماء اللغة والحديث<sup>(1)</sup>. نلاحظ مما تقدم إن البعض يجعل تعريف التحريف مناقضاً لدلالته في معاجم اللغة العربية، والبعض الآخر يجعله عاماً شاملاً .

#### d. أنواع التحريف

والتحريف أنواع تتمثل بـ

**النوع الأول:** التحريف في ذات النص ومبناه وهو على وجوه

- 1- التحريف في بنية الكلمة وجسمها
- 2- الزيادة في النص بلفظ ، أو ألفاظ، في جملة ، أو جمل
- 3- النقص منه كذلك
- 4- بتر النص وهو اخص من سابقه
- 5- التصرف في النص بالتقديم والتأخير لا على سياق قائلة
- 6- التلفيق بمعنى أن يكون النص منقول منه متصل العقد والسياق في صفحة او صفحات ثم ينتزع الناقل سطوراً من بين السطور فيسوقها مساقاً واحداً على إن هذا نص كلامه
- 7- الجمع بين هذه السوات في نص واحد<sup>(2)</sup>

**النوع الثاني:** تحريف الأدلة عن مواضعها، فيكون التحريف في وجه دلالة النص ومعناه بإخراجها عن حقائقها مع الافتراء، بمعنى: صرف الأدلة عن وجوه الاستدلال منها، كحمل كلام الله سبحانه وتعالى ورسوله الكريم صلى الله عليه وآله وسلم على وفق المذهب وهذا ما يسمى تأويلاً<sup>(3)</sup>.

**النوع الثالث:** التحريف للمبنى والمعنى وذلك في إطلاق الأسماء الإسلامية، والمصطلحات الشرعية على الحقائق البدعية وهذا من أسوأ التضليل والتلبيس.

**النوع الرابع:** التحريف بالطعن فيها وإبطال ثبوتها<sup>(4)</sup>.

أما عن تاريخية التحريف فهو ظاهرة ليست بالمستحدثة على الأحداث التاريخية وإنما هي ذات اتصال وثيق بتدوين التاريخ في بداياته الأولى، فكما هو معروف إن تاريخنا هو تاريخ ممتد منذ ظهور العرب ومرورا بالتاريخ القديم، ثم الإسلامي، ثم الحديث والمعاصر، وبالتالي فهو قد مر بمرحلتين أساسيتين هما التاريخ الشفهي والتاريخ التدويني وبذلك فالتحريف في تاريخنا يعود الى المرحلة الأولى من مراحل التاريخ ألا وهي مرحلة التاريخ الشفهي فكما هو معروف إن التاريخ في بداياته قد اعتمد على ما يحفظ على الغيب ولا يدون

(1) هارون، تحقيق النصوص ونشرها، ص64.

(2) ابو زيد، بكر بن عبد الله، الردود، دار العاصمة، السعودية، 1414هـ، ص157.

(3) ابو زيد، الردود، ص157-158.

(4) ابو زيد، الردود، ص 159.

وذلك يعود الى فترة طويلة قبل الإسلام لذا اغلب تاريخ هذه الأمة قد تعرض الى الضياع والفقدان مما أدى الى ظهور خلاف عليه كثير سبب عدم تدوين الأحداث التاريخية وادي الى ظهور كلمات دخيلة عليه، ومن أقدم من أشار الى هذا صراحة هو المؤرخ ابن خلدون<sup>(1)</sup> في تاريخه حيث وضع قائلاً: "فإن التاريخ فن من الفنون التي تتداوله الأمم والأجيال وتشد إليه الركائب والرحال وتسمو الى معرفته السوقة والاغفال وتتنافس فيه الملوك والاقبال، وتتساوى في فهمه العلماء والجهال. إذ هو في ظاهرة لا يزيد على أخبار عن الأيام والدول والسوابق من القرون الأول وصولاً الى قوله وإن فحول المؤرخين في الإسلام قد استوعبوا أخبار الأيام وجمعوها \* وسطروها في صفحات الدفاتر وأودعوها \* وخطها المتطفلون بدسائس من الباطل وهموا فيها وابتدعوها \* وزخارف من الروايات المضعفة لفقوها ووضعوها \* واقتفى تلك الآثار الكثير ممن بعدهم واتبعوها \* وأدوها إلينا كما سمعوها \* ولم يلاحظوا أسباب الوقائع والأحوال ولم يراعوها \* ولا رفضوا ترهات الأحاديث ولا دفعوها \* فالتحقيق قليل \* وطرف التنقيح في الغالب قليل \* والغلط والوهم نسيب للإخبار وخليل ..".

فكلام ابن خلدون هذا خير دليل على التحريف الذي حصل في التاريخ على مدى عصوره المختلفة.

وفي وقتنا الحاضر أصبحت التغييرات التي تحدث على السياق التاريخي تأخذ منحى ومعنى آخر يواكب التطور الإعلامي الحاصل في مجتمعاتنا فتغير التحريف الى تضليل إعلامي والتضليل الإعلامي ظاهرة متفشية مع اشتداد المعارك الحربية والسياسية والاجتماعية في ساحات المعارك وسقوط القتلى والجرحى وتراجع التأثير السياسي والمعنوي على الجماهير ذات الصلة وتغير الأنماط الاجتماعية الى سلوك يبغضه القائلون على الدعاية والحرب النفسية وتدفع تلك الجهات نحو تضليل جمهورها المؤيد لها قبل المعارض لان أهدافها غالباً ما تكون غير مقبولة في نفوس المتلقين (القراء، المستمعين، المشاهدين) ألا بالتزيين وترتكز هذه السياسة سياسة التضليل الإعلامي على ركائز هي التحريف الإعلامي - الدعاية - الحرب النفسية<sup>(2)</sup>.

فالتحريف هو حرف وتحويل المعلومات من مؤداها الطبيعي ومسارها الحقيقي بغرض التأثير على الرأي العام الذي لا يتحقق بسير المعلومات في اتجاهها الطبيعي لذلك تلجأ بعض وسائل الإعلام الى التحريف والتضليل ولي عناق المعلومات حتى تتلاءم مع الأهداف التي وضعتها الجهات الداعمة والمسيطر والمالكة للمؤسسات الإعلامية<sup>(3)</sup>.

## 6-المبحث الثاني: دور الاعلام في حفظ التاريخ من التحريف

التاريخ ما هو الا سجل لأحداث الامم وعاداتها وتقاليدها فهو مرآة الأمم، يعكس ماضيها، ويترجم حاضرها، وتستلهم من خلاله مستقبلها ونظراً لأهمية التاريخ في حياة الأمم، فلولاها لما عرفت احداث الماضي وقد ارتبط الاعلام بالتاريخ ارتباطاً وثيقاً حيث وجد طريقه الى جميع المجتمعات البشرية على الرغم من تباين الأزمنة

(1) عبد الرحمن ابن محمد الحضرمي (ت:808هـ)، تاريخ ابن خلدون المسمى بكتاب العبر وديوان المبتدا والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الاكبر، مؤسسة الاعلامي للمطبوعات، بيروت -لبنان، 1971، ج1، ص3.

(2) عبد الله، خلدون، الاعلام وعلم النفس، دار اسامة للنشر، الاردن، 2015، ص147.

(3) عبد الله، الاعلام وعلم النفس، ص 148 .

والأمكنة والمستوى المعرفي لها، ذلك لأنَّ الإنسان على مرِّ التَّاريخ - ومع الحاجة إلى المأكل والمشرب والمأوى- كان بحاجة إلى التَّعرف على ما حوله من موجودات مختلفة فأحس الانسان منذ فجر التاريخ على انه بحاجة ماسة إلى توثيق الأحداث التي مر بها أثباتاً لدوره في المشاركة و صنع تلك الإحداث و تأثيره عليها، ولولا عملية التوثيق التي قام بها الإنسان على مر العصور لما استطعنا أن نتعرف على الحضارات المختلفة السابقة ولما وصلت إلينا أخبارهم، و يتجلى ذلك بوضوح في الآثار والعملات والمخطوطات القديمة التي عثر عليها والتي تضمنت معلومات تشير إلى الحقب الزمنية التي كان يعيش بها صانعي تلك الآثار . إن اساس نظام التوثيق في الاسلام ماورد في القرآن الكريم حيث تعتبر اية الدين اطول اية في القرآن الكريم وهي وفيما يأمر الحق سبحانه عباده بتوثيق الديون بالكتابة في قوله عز وجل: ﴿ فَمَنْ بَدَّلَهُ بَعْدَمَا سَمِعَهُ فَإِنَّمَا إِثْمُهُ عَلَى الَّذِينَ يُبَدِّلُونَهُ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾ (1).

اما في الحضارات القديمة وكما هو معروف لنا إن بدايات التوثيق قد سبقت التدوين الكتابي، ذلك أن التوثيق بمفهومه الواسع، أي حفظ الأحداث التاريخية و المعلومات العلمية و نقلها إلى الأشخاص الذين يمكنهم الاستفادة منها قد مر بمراحل عديدة فنجد ان الحضارة السومرية عرفت حفظ الوثائق والسجلات في المعابد وهو مايعني ان العراق القديم عرف منذ الاف السنين ظاهرة الارشيف، اما في العهد الاشوري فقد عرف الظاهرة من خلال الرقم الطينية اذ احتوت مكتبة اشور بانيبال على مجموعة وثائق ومعلومات عن الدولة الاشورية(2) .

وفي مصر القديمة حفظت الوثائق والمعلومات في شكل مجموعات منظمة في المعابد القديمة العرب عرفوا هم الاخرين النظم الحكومية وانشاوا الدواوين الا انه لم تصلنا من تلك الحقب الوثائق الاصلية والمعلومات المتعلقة بتلك الدواوين لولا بعض المتفرقات في كتاب صبح الاعشى للقلقشندي(3)، اما العرب المحدثون فقد زهدوا هم الاخرين في العناية بالتوثيق وحفظ الارشيف وتطوير علومه وتقنياته برغم ما بلغته هذه العلوم من تقدم في البلاد الصناعية(4) .

بدا الإنسان بتوثيق وتسجيل افكاره وتجاريه ومعارفه ومشاهداته منذ اكثر من خمسة الاف سنة ينقشها على جدران الكهوف التي يسكنها ثم استخدم المواد المتاحة التي عرفها فيما بعد مثل العظام وجلود الحيوانات والالواح الطينية واوراق البردي وفي عام (105)م للميلاد ابتكر الصينيون صناعة الورق ثم انتقلت هذه الصناعة الى بغداد عام (757) للميلاد اي بعد سبعة قرون من الزمن وهكذا عن طريق العرب عبرت صناعة الورق الى اوربا وبالذات الى اسبانيا في عام (1150) للميلاد ومن هنا حل الورق محل جميع وسائل التسجيل الأخرى خاصة بعد ابتكار الطباعة ومع عهد النهضة الجديدة في اوربا بدأت تزداد حركة النشر والتسجيل.

(1)سورة البقرة، الآية:181.

(2)كنعان ، علي ، التوثيق والسجلات الاعلامية ، ص 33.

(3)أحمد بن علي بن أحمد الفزاري (ت:821هـ)، صبح الأعشى في صناعة الإنشاء،دار الكتب العلمية، بيروت، بلا،ت، ذكرت الدواوين على طول فصول الكتاب واجزائه.

(4)كنعان ، علي ، التوثيق والسجلات الاعلامية ، ص 34.

ثم جاء تراث العرب في العصر الجاهلي والذي تمت المحافظة عليه من خلال الشعر حيث اورد الجاحظ في كتابه الحيوان عن ابن الهيثم عن ابن الكلبي : كل أمة تعتمد في استبقاء مآثرها وتحصين مناقبها على ضرب من الضروب وشكل من الأشكال، وكانت العرب في جاهليتها تحتال في تخليدها بأن تعتمد في ذلك على الشعر الموزون والكلام المقفى وهو ديوانها ، إذن فالشعر هو ديوان العرب الذي تسجل فيه تاريخها ، و مآثرها ، و الشعر الجاهلي الذي وصل إلينا في صورته الناضجة لا بد أن يكون له بدايات ، هذه البدايات الأولى التي تولد منها هذا الشعر و تنامي إلى عصرنا الحاضر بهذا النضج الفني الذي نراه متمثلاً في أشعار أوائل شعراء عصر ما قبل الإسلام الذي وصل إلينا تام الأوزان والقوافي باللغة العربية الفصيحة ، فهو في تطوره كتطور الإنسان في مراحل عمره المختلفة ؛ إذ لكل شيء مكتمل بداية . وذلك يدل على ان العرب اقتصروا في تخليد مآثرهم على الشعر اولاً<sup>(1)</sup>. فقد كان الشعر صورة لحياة العرب قبل الاسلام ووثيقة صادقة من وثائق الدعوة الاسلامية ولوحة واضحة من لوحات حركات التحرير التي قادتها قوافل المحررين فنجده مرافقاً للدعوة الاسلامية حينما حمل الرسول صلى الله عليه واله وسلم الرسالة السماوية لنشرها في ارجاء المعمورة وعندما وقفت قريش ضده فما كان من الشعر الا ان يكون حاضراً فانبرى عمه ابو طالب مخلداً ووقفته مع الرسول الكريم صلى الله عليه واله وسلم بقوله

ولما رايت القوم لاود فيهم وقد قطعوا كل العرى والوسائل  
ودافعت عنه بالاذى والكلال

ويذكر لنا المؤرخون نوم الامام علي ابن ابي طالب عليه السلام بفراش الرسول الكريم صلى الله عليه واله وسلم عندما هاجر من مكة الى المدينة مصطحباً معه ابو بكر وذلك عندما اراد المشركون قتله صلى الله عليه واله وسلم نجد ان الشعر وثق هذا الموقف على لسان الشاعر الحميري عندما قال:

واتى النبي فبات فوق فراشه متدنثاً بدثاره كالراقد

وحينما خرج الرسول صلى الله عليه واله وسلم مع ابي بكر واقتفى المشركون أثره عند الغار فاذا حماية الله عز وجل لنبيه صلى الله عليه واله وسلم تتجلى بنسيج العنكبوت على فم الغار فوثق احد الشعراء بقوله:

ضربت عليك العنكبوت بنسجها وقضى عليك به الكتاب المنزل  
وعن الحمامتين اللتين عشعشتا في باب الغار قال الصرصري:

فغمي عليه العنكبوت بنسجه وظل على الباب الحمام يبيض

فكما ان التاريخ كان له الدور الكبير في توثيق الاحداث الا انه في الوقت ذاته عمليات التدخل السياسي التي كان يقوم بها الحكام المغرضون كان لها الاثر الواسع في تزييف وتحريف العديد من الاحداث السياسية بالشكل الذي يتلاءم مع حاجات الحكام<sup>(2)</sup>.

<sup>1</sup> الرافي ، مصطفى صادق ، تاريخ اداب العرب ، راجعه وضبطه : عبد الله المنشاوي ، مهدي البقيري، مكتبة الايمان ، الازهر - القاهرة ، بلات ، ج 2 ، ص 14 ،

<sup>(2)</sup> صاحب، احمد حسن، شعراء مؤرخون، دار يبايع ، سورية، 2011، ص18-19

وكما يتضح لنا ذلك جليا من خلال الرواة الذين عاشوا العهدين العباسي والاموي الذين رووا عن الزهري، وعوانة بن الحكم، حيث نصت كتب الرجال في ترجمة عوانة بن الحكم انه كان يضع الاخبار لبني امية. ومن المؤكد ان الزهري كان يضع الاخبار لبني امية وولاتهم وقد طلب منه والي العراق خالد القسري ان يكتب السيرة ولا يذكر فيها عليا عليه السلام الا ان يجده في قعر الجحيم! وقد روى معمر روايات السيرة عن الزهري واوردها كاملة عبد الرزاق الصنعاني وقد جاءت خالية من ذكر علي عليه السلام . وفي ضوء ذلك قصة صلح الامام الحسن عليه السلام بروايات هؤلاء والتي تعكس الرؤية الاموية لا محالة. والبادئ للصلح في روايتهم هو معاوية، وهي قضية صحيحة اساسا، ولكن ما الذي طلبه معاوية من الحسن عليه السلام؟

هل طلب معاوية من الحسن عليه السلام ان يتنازل عن السلطة مقابل اموال يغدقها عليه؟ كما في رواية البخاري عن ابن عيينة (اعرضا عليه) اي المال. واعتمدها المؤرخون بعدهم، ام طلب معاوية من الحسن عليه السلام ان توقف الحرب وان يكون الحسن عليه السلام حاكما في العراق والبلاد التي بايعته وان يكون معاوية حاكما في الشام والبلاد التي بايعه؟ وهو نفس طلبه من الامام علي عليه السلام بعد التحكيم، ولكن الامام علي عليه السلام رفضه ، لان معاوية باغ وحكم البغاة هو قتالهم ولا يجوز الصلح معهم الا لمفاوضات املاً بان يرجع البغاة عن بغيهم. ثم كرر الطلب معاوية بعد علي عليه السلام وقد انقسمت الامة باختيارها فبايعت في الشام معاوية وبايعت في العراق الحسن عليه السلام ، وفي ظل هذا الوضع الجديد لا يمكن لمعاوية ان يعرض على الحسن عليه السلام غير ما عرضه على ابيه علي عليه السلام في حياته بان يبقى كل على بلده الذي بايعه واعتقد بامامته ، لانه يعلم حق العلم ان عليا عليه السلام ومن بعده الحسن عليه السلام له مشروعه في احياء سنة النبي صلى الله عليه وآله التي عطلها الحكام، وقد تبناه اهل العراق كما تبني اهل الشام معاوية في السير على نهج عثمان والشيخين.

وقد رفض الحسن عليه السلام طلب معاوية ذلك لانه يؤدي الى تكريس الانشقاق في الامة وتكريس جهل اهل الشام بمشروع علي عليه السلام ، وعرض عليه الحسن عليه السلام مشروعه الذي لم يخطر في باله، ولا بال احد من رجالته ، عرض عليه توحيد الامة وتوحيد حكومتها بنظام يحدده الحسن عليه السلام وهو الكتاب والسنة دون سيرة الشيخين وبشروط اضافية من قبيل امان شيعة علي عليه السلام في العراق ، وان يكون الامر للحسن عليه السلام بعد معاوية وان لا يذكر عليا عليه السلام الا بخير وغير ذلك وان يكون الحاكم هو معاوية وبعد موته يكون الحسن عليه السلام وهكذا كان الامر لعشر سنوات حيث عاشت الامة افضل ايامها من الامان والحرية في العبادة. لقد غيب الاعلام الاموي الانجاز العظيم للحسن عليه السلام الذي بشر به النبي صلى الله عليه وآله، ان ابني هذا سيد سيصلح الله به بين فئتين عظيمتين من المسلمين. وجعلوه صلحا، كان الداعي اليه معاوية الذي بذل الاموال لسد دين الحسن عليه السلام ومعالجة حالات كانت بحاجة الى المال! ومن هنا كان الحسن عليه السلام مرضيا لدى المحدثين والسلفيين قاطبة لانه اثر حقن الدماء على الحرب مستجيبا لمعاوية الذي اعتبروه رؤوف بالمسلمين<sup>(1)</sup>.

(1) البديري ، سامي ، الإمام الحسن عليه السلام في مواجهة الانشقاق الأموي، الناشر : دار الفقه للطباعة والنشر ، بلام ، بلا ت ، ص 27-28.

وخاصة في العصر الاموي والعباسي دفعت هؤلاء الى ايجاد اقلام حاولت ان تحرف التاريخ بالشكل الذي يخدم مصالحهم فهاهي اقلام الكتاب الاموين تطال الامام الحسن عليه السلام وتكتب عنه ما تشاء . وفي يومنا هذا لانجد اختلافا كبيرا في الامر وخاصة مع التطورات الحاصلة في وسائل الاعلام ، فعلى سبيل المثال كثيرا ما تكون الصحف اليومية او المجلات الاسبوعية او الدورية ، او الكتب غير العلمية او الاكاديمية والاجهزة الاعلامية هي المجال الخصب للجرائم الخداعية الاصطلاحية التي تنفذ الى عقول الناس مع اختلاف مستوياتهم الثقافية ومع انعدام الحصانة الفكرية لدى اكثرهم ، ويعد المجال التاريخي والحضاري من أهم المجالات التي توجه اليها جهود كبيرة من التضليل والخداع التي يتنافس الناس اهواءها وتركهم روائها في كل يوم على المستوى الاعلامي والفكري<sup>(1)</sup>. حيث نجد جريدة معينة قد تكتب سلسلة من المقالات التي تدعي انها تحاول من خلالها اصلاح جانب معين في المجتمع ولكنها في الحقيقة وعن التمعن في قراءتها لا تمت لما تدعو له بصلة وانما تلجأ الى مايعرف بالخداع المصطلحي فتعمل على وضع شيء محل شيء آخر .

والحق ان عرض تاريخنا الاسلامي وتحليله كان موضوع غزو مصطلحي كبير ، وقد اسقطت عليه مفاهيم ومصطلحات لا تمت اليه بصلة فمره نجد مجموعة من الكتاب في عصر المد الشيوعي والاشتراكي يخضعون هذا التاريخ وقائع وتحليلات لمصطلحات التغيير الاشتراكي او المادي للتاريخ لدرجة ان كثيرا من هؤلاء الشيوعيين قد ذهبوا الى تقسيم الصحابة الى يسار ويمين والى ثوريين ورجعيين والى اشتراكيين وبرجوازيين وكان طبيعيا في رأيهم ان يكون الرسول صلى الله عليه وآله وسلم زعيم اليسار الثوري ويقف وراءه ابن ابي طالب عليه السلام وابو ذر الغفاري وعمار بن ياسر ولكن الرسول في رأيهم كان مضطرا لان يهادن أهل اليمن الرجعيين من امثال ابي بكر وعثمان وعبد الرحمن بن عوف وان يحاول قيادة السفينة التي تنتظر الجميع وكانت الضرورة تقتضي ان يكون هناك حزي لليمين ولهذا تخيل هؤلاء ان بني امية وعلى راسهم عثمان يقفون في موضع قيادة هذا الحزب كما اضافوا عبد الرحمن بن عوف الى قيادته . والامر كله كما نرى مجرد تضليل مصطلحي وتغير ايدولوجي وهو لا يعدو ان يكون اسقاطا لمصطلحات تخضع لشجرة حضارية وتجربة تاريخية وعقدية غير شجرة الحضارة الاسلامية وتجربتها التاريخية والعقدية، وقد افرزت هذه المصطلحات تاثيرات بيئية وتاريخية وامراضا حضارية لا علاقة لها بتجربتنا الحضارية الاسلامية ولاقيمها السائدة بل انه لا يمكن لبيئة تنفست تعاليم الاسلام ان تفرز القيم مهما كانت اخطاؤها البشرية<sup>(2)</sup> .

## 7-الخاتمة

نستنتج من بحثنا هذا ما يلي:

1- مصطلح التوثيق انما هو مجموعة العمليات اللازمة لتجميع وتنظيم وتوصيل المعرفة المتخصصة وذلك لغرض توفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات التي تشتمل عليها.

(1) عويس، المفاهيم الحضارية بين التاصيل العلمي والتضليل التحريفي، ص 1922-1923 .

(2) عويس، عبد الحليم ، المفاهيم الحضارية بين التاصيل العلمي والتضليل التحريفي ، مجلة الازهر ، الجزء 12 ، السنة 75 ، 2003 ، ص 1924.

2- يهدف التوثيق الى توصيل المعلومات الموثقة الى طالبها، اي توفيرها والاعلام عنها بالأسباب العلمية فهو بمفهومه العام عنصر رئيس في التنمية الشاملة للمجتمع، فهو مجموعة من العمليات والانشطة التي تضمن كفاءة الاداء في المشروعات والبرامج وتعمل على تطوير هذا الاداء بما يكفل اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب وتقوم بتحريك الناس بما يبسر مزيدا من المشاركة في تحمل مسؤوليات التنمية وبما يحقق المنفعة العامة بنتائجها لفئات المجتمع المختلفة ويساهم التوثيق في مواءمة العنصر الانساني والقيم الاجتماعية والتنظيم البشري وعناصر العمل الانمائي الآخر، حتى يمكن تعظيم العائد من نتائج جهود المجتمع الرسمية والخاصة، كما يساهم التوثيق في ضمان وصول ثمرات التنمية للمستفيدين على اساس من فهم احتياجاتهم وتحديدها ومعرفة ظروفهم .

3- التحريف التاريخي انما هو ظاهرة ليست بالمستحدثة على الأحداث التاريخية وإنما هي ذات اتصال وثيق بتدوين التاريخ في بداياته الأولى، وقد مر بمرحلتين أساسيتين هما التاريخ الشفهي والتاريخ التدويني وقد تم بيان الفرق بينهما في ثنايا البحث.

4- في يومنا هذا ومع التطورات الحاصلة في وسائل الاعلام نجد الكثير من التحريف والتزييف وخاصة في بعض الصحف اليومية او المجلات الاسبوعية او الدورية ، او الكتب غير العلمية او الاكاديمية والاجهزة الاعلامية التي تكون المجال الخصب للجرائم الخداعية الاصطلاحية التي تنفذ الى عقول الناس مع اختلاف مستوياتهم الثقافية ومع انعدام الحصانة الفكرية لدى اكثرهم ، ويعد المجال التاريخي والحضاري من أهم المجالات التي توجه اليها جهود كبيرة من التضليل والخداع التي يتنفس الناس اهواءها وتزكهم روائها في كل يوم على المستوى الاعلامي والفكري.

#### 8- المصادر

- ابراهيم، ابو السعود، التوثيق الاعلامي، المكتب المصري الحديث، القاهرة، 2002
- ابن الحسين احمد بن فارس بن زكريا (ت:395هـ)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، الدار الاسلامية، بيروت، 1990.
- ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، بيروت، بلا.ت.
- ابو العلا، الدكتور محمد علي، التوثيق الاعلامي والنشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، مصر، 2013.
- ابو النور، عبد الوهاب، دراسات في علوم المكتبات والتوثيق والبيبلوجرافيا، عالم الكتب، القاهرة، 1996م.
- ابو زيد، بكر بن عبد الله، الردود، دار العاصمة، السعودية، 1414هـ.
- أحمد بن علي بن أحمد الفزاري (ت:821هـ)، صبح الأعشى في صناعة الإنشاء، دار الكتب العلمية، بيروت، بلا.ت.
- الإمام، إبراهيم، الإعلام الإسلامي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980.
- بدر، احمد، وحشمت قاسم، المكتبات المتخصصة: ادارتها وتنظيمها وخدمتها، وكالة المطبوعات، الكويت، 1982.



- البدرى، سامي، الإمام الحسن عليه السلام في مواجهة الانشقاق الأموي، الناشر: دار الفقه للطباعة والنشر، بلام، بلا.ت.
- التهانوي، محمد بن علي ابن القاضي محمد حامد بن محمد صابر الفاروقي الحنفي (ت:1158هـ)، كشاف اصطلاحات الفنون، تقديم وإشراف ومراجعة: د. رفيق العجم، تحقيق: د. علي دحروج، نقل النص الفارسي إلى العربية: د. عبد الله الخالدي، الترجمة الأجنبية: د. جورج زيناوي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 1996.
- الجوهرى، اسماعيل بن حماد (ت:393هـ)، الصحاح، تحقيق: احمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت، 1956.
- حمزة، عبد اللطيف، الإعلام والدعاية، ط2، دار الفكر العربي 1978م.
- خير ما نبتدى به القرآن الكريم
- الراغب الاصفهاني، أبو القاسم الحسين بن محمد (ت:502هـ)، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: صفوان عدنان الداودي، دار القلم، الدار الشامية -دمشق بيروت، 1412هـ.
- الرافعي، مصطفى صادق، تاريخ اداب العرب، راجعه وضبطه: عبد الله المنشاوي، مهدي البحقيري، مكتبة الايمان، الازهر - القاهرة، بلا.ت.
- الشامي، فاطمة قدورة، المكتبات والمعلوماتية والتوثيق، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2002.
- الشريف علي بن محمد، التعريفات، ضبطه وصححه: جماعة من العلماء باشراف الناشر، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، 1983.
- صاحب، احمد حسن، شعراء مؤرخون، دار ينابيع، سورية، 2011.
- الطناحي، محمود محمد، مدخل الى تاريخ نشر التراث العربي مع محاضرة عن التصحيف والتحريف، مكتبة الخانجي، القاهرة، مطبعة المدني، مصر، 1984.
- عبد الرحمن ابن محمد الحضرمي (ت:808هـ)، تاريخ ابن خلدون المسمى بكتاب العبر وديوان المبتدا والخبر في ايام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الاكبر، مؤسسة الاعلمي للمطبوعات، بيروت -لبنان، 1971.
- عبد الله، خلدون، الاعلام وعلم النفس، دار اسامة للنشر، الاردن، 2015.
- عويس، عبد الحليم، المفاهيم الحضارية بين التاصيل العلمي والتضليل التحريفي، مجلة الازهر، الجزء 12، السنة 75، 2003.
- الفراهيدي، أبي عبد الرحمن الخليل بن احمد (ت:175هـ)، العين، تحقيق: مهدي المخزومي، وابراهيم السامرائي، مؤسسة الاعلمي للمطبوعات، بيروت-لبنان، 1988.
- الفيروز ابادي، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب(ت:817هـ)، القاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، اشراف: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2005.
- ناجي، هلال، محاضرات في تحقيق النصوص، دار الغرب الاسلامي، بيروت-لبنان، 1994.
- هارون، عبد السلام، تحقيق النصوص ونشرها، مطبعة المدني، القاهرة، 1965.



## همنغواي والصحافة:

دراسة تحليلية لتأثير كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار  
على المجموعة القصصية "في زماننا" لهمنغواي

**Hemingway and Journalism:  
Analysis of the impact of The Star Copy Style on Hemingway's "In  
Our Time**

.Mohammed Najeeb Al Sa'ad. Senior Lecturer

**School of Foundation Studies. National University for Science and  
Technology**

### ملخص

يعتبر إرنست همنغواي (1899-1961) واحداً من أكثر الأدباء تأثيراً في القرن العشرين، كما عرف أيضاً كصحفي بارع عمل لمدة نصف قرن تقريباً في العديد من الصحف والمجلات الأمريكية والكندية. ألتحق بعالم الصحافة مراسلاً في صحيفة كانزس سيتي ستار في أكتوبر 1917، وهناك طلب منه الالتزام بكتاب الأسلوب الخاص بالصحيفة والمؤلف من مائة وعشر قواعد عند كتابة تقاريره الصحفية. تحاول هذه الدراسة من خلال تحليل جميع المقالات التي نشرها همنغواي في كانزس سيتي ستار وغالبية قصص "في زماننا" تسليط المزيد من الضوء على مدى تأثير كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار على قصص "في زماننا".

**الكلمات المفتاحية:** همنغواي، كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار، مجموعة في زماننا القصصية

### Abstract

**Ernest Hemingway** (1899-1961) is considered one of the most 20<sup>th</sup>-century famous writers. Best known for his short stories and novels, he was also known as an accomplished journalist who worked for nearly half a century for several newspapers and magazines in the USA and Canada. He started his journal career as a reporter at the **Kansas City Star** in October 1917. He was instructed to follow, when writing his reports, a One Hundred and Ten Rules style sheet developed by the newspapers. By analyzing all of Hemingway's articles in the Kansas City Star and the majority of In Our Time stories, this study attempts to shed more light on how the Kansas City Star's Style Sheet influences In Our Time stories.

**Key Words:** Hemingway, the Star Copy Style Sheet; In our Time

## المفاهيم الأساسية للدراسة:

همنغواي صحفي وروائي وكاتب قصة أميركي معروف حاز على جائزة نوبل في الأدب في عام 1954 كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار يحتوي على مائة وعشر قواعد استخدمت كمبادئ توجيهية لصحفيي "كانزس ستار" عند كتابة تقاريرهم الإخبارية لتجنبهم الأخطاء في الأسلوب في زماننا أول مجموعة قصص قصيرة لهمنغواي، بدأها بست تعريشات نشرها في مجلة **The Little Review** عام 1923 ثم أضاف لها اثنتي عشر تعريشة ونشرها في باريس في عام 1924. صدرت طبعتان للمجموعة في عامي 1925 و 1930.

المراسل الصحفي هو الشخص القادر على مواجهة الوقت المحدد والقادر على الكتابة، ولا بد أن يكون قادراً على جمع الأخبار والمعلومات وابتداع أفكار الموضوعات وهو أيضاً القادر على معرفة كيفية الحصول على المعلومات أياً كان مصدرها ومهما كان خفياً أو غامضاً.<sup>2</sup>

المقدمة:

همنغواي صحفي وروائي وكاتب قصة قصيرة مشهور حاز على جائزة نوبل في الأدب في 1954. نشر أثناء حياته سبع روايات وست مجموعات قصصية وعمليين غير قصصيين. وظهرت له بعد وفاته ثلاث من رواياته وأربع مجموعات قصصية وثلاثة أعمال غير قصصية. بدأت علاقة همنغواي بالصحافة في المدرسة الثانوية عندما شارك ولمدة سنتين في هيئة تحرير صحيفة **Trapeze** المدرسية. بعد التخرج التحق بصحيفة كانزس سيتي ستار وعمل بها لمدة ستة أشهر فقط، وهناك تعرف على كتاب الاسلوب للصحيفة<sup>3</sup>، الذي كان يُقدم للصحفيين لاستخدامه في عملهم. عمل بعد ذلك ولمدة ناهزت النصف قرن في عدد من الصحف والمجلات الأميركية والكندية، حيث غطى الحرب الأهلية الإسبانية لصحيفة **Alliance** في عامي 1937 و 1938 وأحداث المشرق الأقصى لصحيفة بي أم **PM** في عام 1941 والحرب العالمية الثانية لصحيفة **Collier's** في عام 1944 وكتب بشكل متقطع للأسكواير **Esquire** ولوك **Look** ولايف **Life**. أثر أسلوبه البسيط (التقليدي) الذي يرى بعض النقاد أنه نتيجة لتأثير عمله في الصحافة أثر على قصة القرن العشرين القصيرة ودراستنا الحالية تحاول تقفي تأثير كتاب الاسلوب على بعض قصص مجموعته الأولى " في زماننا".

## مشكلة البحث :

واصل همنغواي عمله الصحفي حتى عندما حققت له الروايات شهرة عريضة وحاز على جائزة نوبل للأدب. عمله الصحفي الطويل ساعده على تطوير أسلوب مميز في الكتابة سمي بالأجرد والتقليدي وتحدث هو عن

<sup>1</sup> أرست همنغواي (2010) قصص همنغواي القصيرة: الجزء الأول. ترجمة موسى الحالول. الكويت. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. ص 20

<sup>2</sup> المشاقبة، يوسف عوض (2018) المراسل الصحفي ودوره في إثراء النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني. جامعة الشرق الأوسط. ص 7

<sup>3</sup> The Kansas City Star. (1915) The Star Copy Style Sheet. <https://www.kansascity.com/entertainment/books/article10632713.ece/BINARY/The%20Star%20Copy%20Style.pdf>

نظرية جبل الجليد. مازالت العلاقة بين همنغواي الصحفي وهمنغواي الأديب مثار جدل واسع بين النقاد. ومازالت الفترة الأولى من حياة همنغواي العملية بحاجة الى المزيد من الضوء لكشف مدى تأثيرها على قصص وروايات الكاتب. نحن بحاجة الى معرفة المزيد عن العالم الذي تعلم منه الكاتب دروسه الأولى في الكتابة وهو عالم مازال بحاجة الى المزيد من الاستكشاف.

#### أسئلة الدراسة:

من خلال تحليل المقالات التي كتبها همنغواي لصحيفة كانزس سيتي ستار وبعض قصص مجموعته الأولى "في زماننا" ستحاول الدراسة الإجابة على هذه الأسئلة:

- 1) ما هي أهمية صحيفة كانزس سيتي ستار في تشكيل شخصية همنغواي الصحفية والأدبية؟
- 2) كيف أثر كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار على أسلوب همنغواي في الكتابة بشكل عام وعلى مجموعته القصصية " في زماننا " بشكل خاص؟
- 3) ما هي العلاقة بين الأدب القصصي والصحافة؟

#### منهج الدراسة:

تتبع الدراسة المنهج التحليلي الذي سيقارن كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار وأسلوب همنغواي في الطبعة الثانية لمجموعته القصصية " في زماننا" <sup>1</sup>In Our Time التي نشرها في 1925 في نيويورك عن دار بوني وليبريت. تفترض الدراسة إن قصر الفترة الفاصلة بين عمل همنغواي في الصحيفة وتأريخ إصدار المجموعة سيجعل التأثير واضحاً وإن همنغواي طبق الكثير من إرشادات كتاب الأسلوب في قصص المجموعة.

#### أداة الدراسة وعينتها:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون للتعرف على المعلومات واتجاهاتها وما تؤكد من انطباعات وتأثيرات على قارئ المضمون والوصول الى خصائص الأسلوب المستخدم في عرض المقالات والقصص قيد الدراسة. ستتناول الدراسة جميع مقالات همنغواي في صحيفة كانزس سيتي ستار والقصص التي بطلها نيك أدامز في مجموعة "في زماننا" بسبب حجم الدراسة.

#### أهمية الدراسة:

لا يزال همنغواي حاضراً بشكل قوي في عالم الأدب اليوم بالرغم من وفاته قبل حوالي نصف قرن. تراجعت الى الظل أسماء الكثير من معاصريه مثل شيروود إندرسون وسنكلير لويس، لكن اسم همنغواي مازال حياً تدرس أعماله في الجامعات والمدارس ولا تزال المطابع والمجلات المتخصصة تنشر كتبه وكتباً ومقالات

<sup>1</sup> Hemingway, Ernest (2002). *In Our Time*. Scribner. <https://archive.org/details/firstfortynine030256mbp/>

اعتمدت على الموقع أعلاه في قراءة القصص. أرقام الصفحات التي ستلي الاقتباسات تشير الى هذه النسخة. كما أستعنت بترجمة سمير عزت نصار للمجموعة الصادرة من دار الشروق في عمان (1987). الا أن جميع التراجم للنصوص الواردة في البحث تخصني.

عنه. أصدرت دور النشر في الأعوام 2012-2019 مائة واثنى عشرة دراسة عن همنغواي<sup>1</sup> خلت من أي كتاب مخصص لدراسة الجانب الصحفي فقط في حياة همنغواي، وبالتالي مازلنا بحاجة الى المزيد من الدراسات التي تلقي الضوء على بداياته الصحفية وكيف أثرت تلك البدايات على كتاباته المبكرة.

**أهداف الدراسة:**

تهدف الدراسة في المقام الأول الى توضيح العلاقة بين مقالات همنغواي في صحيفة كانزس سيتي ستار ومجموعة "في زماننا" القصصية كما ستحاول الدراسة تسليط المزيد من الضوء على الفترة التي قضاها همنغواي في الصحيفة للاعتقاد بأهميتها في تشكيل وتشذيب أسلوب الكاتب.

### همنغواي والصحافة: الدراسات السابقة

يرى العديد من النقاد إن الصحافة قد أثرت على روايات همنغواي وقصصه القصيرة. يعتقد فننون " إن الصحافة كانت أكثر أهمية بكثير مما أدركه النقاد، ليس كتدريب فقط على الأسلوب، ولكن أيضا في معالجة واختيار المواد. لقد كانت باريس في العشرينات من القرن الماضي أقل تأثيراً على همنغواي من السنوات التي قضاها في غرف الأخبار في كانزس سيتي وتورونتو<sup>2</sup>. بسبب ذلك نرى الكثير من الكتب والبحوث التي تتناول الجانب الصحفي في حياة همنغواي. يغطي كتاب "بقلم أرنست همنغواي: مقالات وتقارير مختارة لأربعة عقود لمؤلفه ويليام وايت<sup>3</sup> العمل الصحفي لهمنغواي من العام 1920 إلى العام 1956 إلا إن الكتاب يخلو من أية إشارة لفترة صحيفة كانزس سيتي ستار. ويتناول كتاب "تدريب أرنست همنغواي: السنوات الأولى" فترة أقصر حيث يركز على السنوات الأولى من عمل همنغواي الصحفي والأدبي (1916-1924) بضمنها عمله في صحيفة كانزس سيتي ستار. يعتبر من أهم الكتب التي غطت تلك الفترة الا أنه لا يركز كثيراً على العلاقة بين مقالات همنغواي في الصحيفة ومجموعته القصصية الأولى. وخصص كتاب "أرنست همنغواي الصحفي والأديب"<sup>4</sup> فصلاً كاملاً للحديث عن بدايات همنغواي الصحفية والأدبية، لكنه كما فعل فينتون لم يحاول إن يربط مقالات همنغواي وقصص المجموعة. يتناول رونالد ويبر في كتابه "الأعمال غير القصصية لهمنغواي"<sup>5</sup> التأثير السلبي الذي تركته الصحافة على همنغواي، لكنه لا يتطرق الى موضوع العلاقة بين مجموعة "في زماننا" ومقالات همنغواي الصحفية الأولى. وكذلك الحال مع كتاب أعمال همنغواي غير القصصية: الصوت العام لأنه يحتوي فقط على المقالات الصحفية دون أي محاولة لربطها مع الأعمال الأدبية. ويخصص ديفيد إندروود<sup>6</sup> جل اهتمامه في كتابه الحرب غير المعلنة بين الصحافة والقصة على الصراعات التي كانت قائمة في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي بين الأدباء وصحفيي المجالات

<sup>1</sup> The Hemingway Society. **Recent Hemingway-Related Publications**. Additional Hemingway-Related Books . <https://www.hemingwaysociety.org/recent-publications+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=om>

<sup>2</sup> Fenton, Charles (1975). **The Apprenticeship of Ernest Hemingway: the early years**. New York: Octagon Books. P18

<sup>3</sup> White, William (1968). **By-Line: Ernest Hemingway**. Collins. PP. xi

<sup>4</sup> Kobler, Jasper Fred (1985). **Ernest Hemingway: Journalist and Artist**. UMI Research Press

<sup>5</sup> Weber, Ronal. (1990). **Hemingway's Art of Non Fiction**. Palgrave Macmillan

<sup>6</sup> Underwood, David (2013). **The Undeclared War between Journalism and Fiction**: Palgrave Macmillan

الأدبية. تستنتج إليزابيث ديوييري في دراستها "صحافة همنغواي ومحنة الواقعي" إلى أنه من الصعب دراسة تأثير الصحافة على قصص وروايات همنغواي لأن همنغواي لا يفرق في كتاباته بين القصصي واللاقصصي وبين المادي والخيالي.<sup>1</sup> في المقابل تحدث وليام كوتي في "تقارير همنغواي عن الحرب الأهلية الأسبانية" وساره شيبير في صحافة همنغواي الأدبية عن نتائج همنغواي الصحفية خلال تلك الحرب ولم يتناولوا تجارب الكاتبات السابفة. وخصت سارة سايمونز دراستها "قصة المراسل" للفترة التي أمضاها همنغواي في صحيفتي كانزس سيتي ستار وتورنتو ستار دون التركيز على المقالات التي كتبها همنغواي وعلاقة ذلك بالنتاج الأدبي المبكر للكاتب. قالت سارة إن بعض النقاد يعتقدون إن همنغواي لم يحب الصحافة لأنه كان يعتقد إن الصحفيين لا يملكون القدرة الفنية والعمق اللازمين للعمل الأدبي وبسبب ذلك يرى بعض من هؤلاء النقاد إن البدايات الصحفية الأولى لهمنغواي ليست مهمة وإن الصحافة بشكل عام لم يكن لها التأثير الواضح على أعماله الأدبية. يعتقد كريستيان هندريكس<sup>2</sup> إن تأثير كتاب الأسلوب واضح في قصص همنغواي القصيرة، إلا إنه أقتصر في دراسته الصحافة في قصص همنغواي القصيرة على ثلاثة مقالات وثلاث قصص من طبعة 1930 من مجموعة "في زماننا". وترى فيليس فروس في كتابها السياسة والشعرية في السرديات الصحفية<sup>3</sup> إن فرضية تأثير العمل الصحفي المبكر لهمنغواي على كتاباته غير واقعية، لأن كتابات همنغواي الصحفية امتازت بالموضوعية في حين امتازت القصص بالذاتية. وقدم ماثيو بروكلي عدة دراسات حول همنغواي منها "تدريب أرنست همنغواي: أوك بارك 1916-1917"<sup>4</sup> عن نتائج همنغواي في المدرسة الثانوية وكتاب أرنست همنغواي المراسل<sup>5</sup> عن علاقة العمل الصحفي بالعمل الأدبي عند همنغواي، لكن الكتابان لا يتناولان بشكل مفصل العلاقة بين كتاب الأسلوب وقصص "في زماننا". وأخيراً تتناول رسالة دكتوراه من الجامعة المفتوحة التقليدية في القصة الأميركية القصيرة وتتناول بأسهاب أسلوب همنغواي التقليدي التي يرى صاحب الرسالة أن الصحافة لعبت دور كبير في ذلك.

كما لاحظنا عند توفر الدراسات المخصصة لتأثير الصحافة على همنغواي فأنها لا تعطي أهمية كبيرة إلى الفترة التي أمضاها في صحيفة كنزاس سيتي ستار. وكذلك لاحظنا أن تلك الدراسات تتناول موضوع الصحافة وهمنغواي بشكل عام دون تسليط الضوء على عمل معين أو فترة معينة. أن الدراسة الحالية تسلط الضوء على فترة معينة وعمل محدد فهي تدرس تأثير كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار على بعض قصص مجموعة "في زماننا".

### المحور الأول: كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار The Star Copy Style Sheet

<sup>1</sup> Dewberry, Elizabeth (1996). Hemingway's journalism and the realist dilemma. In Donaldson, Scott (Ed) Cambridge Companion to Hemingway. CUP.PP. 16

<sup>2</sup> Hendiks, C (2015). Journalism in Hemingway's Short Stories. Utrecht University. Hendiks, C (2015). Journalism in Hemingway's Short Stories. Utrecht University.

<sup>3</sup> Frus, Phyllis (1994). The Politics and Poetics of Journalistic Narrative: New York: Cambridge University Press.

<sup>4</sup> Brucoli, Matthew (1971) Ernest Hemingway's Apprenticeship, Oak Park, 1916-1917. NCR Microcard Edition, Washington DC

<sup>5</sup> -----(Ed). (1970) Ernest Hemingway, Cub Reporter. Pittsburgh: University of Pittsburgh

يرى عبد العزيز شرف أن الصحافة ذات أثر كبير في حياة الأمة الفكرية اللغوية لهذا السبب تحرص الصحف الكبرى في العالم ان يكون لها كتاب اسلوب يتضمن مجموعة القواعد والتعليمات التي على الصحفيين تطبيقها لضمان هذا الدور المهم للصحافة.<sup>1</sup> عندما التحق همنغواي بصحيفة كانزس سيتي ستار في 1917، أعطوه كتاب الأسلوب للصحيفة الذي أحتوى في صفحة واحدة على مائة وعشر قواعد اعتبرها همنغواي "مفيدة لأي شخص".<sup>2</sup> بدأ كتاب الأسلوب بعبارة " أكتب جملاً قصيرة. اكتب فقرة افتتاحية قصيرة. استخدم لغة إنجليزية قوية. كن إيجابياً ولا تكن سلبياً". وصف همنغواي كتاب الأسلوب " كانت تلك أفضل القواعد التي تعلمتها على الإطلاق في مجال الكتابة. لم أنسها مطلقاً. لا يمكن لأي رجل موهوب، ويشعر ويكتب حقاً عن الشيء الذي يريد إن يقوله، لا يمكنه إلا إن يقدم كتابة جيدة إذا ألتمز بتلك القواعد."<sup>3</sup>

هذه القواعد يعمل بها الكثير من الصحفيين اليوم وكتب عنها العديد من المختصين بالصحافة. يقول عبد اللطيف حمزة أن صدر الخبر ينبغي إن يشتمل على أهم النقاط الرئيسية للقصة الخبرية وإن يُكتب في جملة واحدة، أو جمل قصيرة ليست بالكثيرة، وإن يكوّن إجابةً واضحةً عن ستة أسئلة معروفة (من، ماذا، متى، أين، كيف، ولماذا). ويقول هاراور<sup>4</sup> إن بعض أساتذة الصحافة يصرون على إن صدر الخبر يجب إن يتألف من فقرة واحدة تحتوي على جملة واحدة لا يتجاوز عدد كلماتها 30 كلمة.

نلاحظ إن غالبية الصحفيين اليوم يفضلون الفقرات والجمل القصيرة. يقول عبد اللطيف حمزة "وقد أجمع المشتغلون بالصحافة على العمل بهذه النصيحة التي تقول استعمل الجمل القصيرة وأكتب بلغة سلسة ومفهومة وأيثار الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة، حتى تضمن الصحيفة انتباه القراء دائماً."<sup>5</sup> ويقول هاراور إن انشغال القراء وقلة صبرهم يشجع الصحف على تفضيل الجمل والفقرات القصيرة.<sup>6</sup> تشدد القاعدة الأولى إن قصر الجمل والفقرات يجب إن لا يطيح بقوة اللغة وإيجابيتها. ويمكن تحقيق ذلك من خلال أمور كثيرة منها " الحرص على استخدام الأفعال المجردة والإكثار من ضمائر الخطاب وتجنب ضمائر الغائب واستخدام الأفعال المبنية للمعلوم وتجنب الأفعال المبنية للمجهول<sup>7</sup>. " والأخيرة يعتبرها هاراور أحد أهم الأسباب في عزوف القراء.<sup>8</sup>

وفي السياق نفسه يؤكد كتاب الأسلوب على أهمية التخلص من جميع الكلمات الزائدة والذي سيؤدي ذلك حتما إلى قصر الجمل والفقرات. يرى أرفنك هانك" إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة احذفها، وإذا لم تضيف

<sup>1</sup> عبد العزيز شرف (2000) الأساليب الفنية في التحرير الصحفي. القاهرة. دار أبناء للطباعة والنشر والتوزيع. ص 58

<sup>2</sup> Lynn, Kenneth S. (1987). *Hemingway*. New York: Simon and Schuster. P. 68

<sup>3</sup> Fenton. P. 30.

<sup>4</sup> Tim Harrower (2010). *Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism*. New York: McGraw-Hill. PP 53

<sup>5</sup> عبد اللطيف محمود حمزة. مصدر سابق. ص 182-183

<sup>6</sup> Harrower PP 6

<sup>7</sup> عبد اللطيف محمود حمزة. مصدر سابق . ص 182- 183

<sup>8</sup> Harrower PP 6



الجملة شيئاً في توصيل المعلومة احذفها.<sup>1</sup> يبين الدكتور تيسير أبو عرجة أن اللغة الإعلامية تتميز بالاستغناء عن الكلمات الزائدة وعن الأفعال التي لا قيمة لها وعن الصفات وظروف المكان والزمان والأسماء المعروفة.<sup>2</sup> يشدد كتاب الأسلوب على تجنب المبهرج من الكلام، خاصة الصفات لإن مهمة الصحفي تقتضي التأكيد على الموضوعية والصدق، كما يقول هارور<sup>3</sup>. يقول عبد اللطيف حمزة " ليست مهمة الصحفي إثارة إعجاب القارئ بروعة الأسلوب وجمال التراكيب وبلاغة الجمل ونحو ذلك، فهذا كله لا يتلاءم وصياغة الأخبار<sup>4</sup> ". ونهى كتاب الأسلوب عن استخدام العامية وشدد على ضرورة إن تكون اللغة المستخدمة في المقابسات التي يتضمنها الخبر متناسبة مع أعمار قائلها ومكانتهم. وأكد كتاب الأسلوب على ضرورة الابتعاد على استخدام التعبيرات الأجنبية. كما شدد على ضرورة انتقاء التعبير أو المفردة المناسبة للتوكيد على أهمية السلامة اللغوية الى الحد الذي أوصى باستخدام مفردات معينة دون غيرها<sup>5</sup>.

**المحور الثاني: مقالات همنغواي في صحيفة كانزس سيتي ستار**

## 1.2 بدايات همنغواي الصحفية:

عاش همنغواي وعمل في مدينة كانزس بشكل متقطع لأكثر من عام، بضمنها ستة أشهر قضاها مع صحيفة كانزس سيتي ستار من 18 أكتوبر 1917 إلى 30 أبريل 1918. ترى ماهي الخبرة الصحفية التي أمثلها همنغواي قبل التحاقه بصحيفة كانزس سيتي ستار؟

كتب همنغواي مقالات لصحيفته المدرسية لمدة عامين قبل إن يعمل فعلاً في الصحافة. خلال سنته الأولى، التحق بمقرر للغة الإنجليزية ركز على الكتابة الصحفية. تقول مارسيلين، شقيقة همنغواي وزميلته في المقرر " كان أجواء المقرر تشبه إلى حد كبير أجواء مكتب صحيفة حقيقي. لقد كان لكل منا مهام يومية تغطي المراحل المختلفة في عمل صحيفة محلية. تناوبنا على مهام المحرر وكتاب الأعمدة وكتاب المقالات وأخبار الرياضة والمنوعات"<sup>6</sup>. بشكل عام، ووفقاً لبوسكي فإن البرنامج "ركز بشكل خاص على تفاصيل الكتابة، ليس فقط تطوير المهارات الفنية بل أيضاً على الانضباط الضروري للكاتب المحترف."<sup>7</sup> تعتبر أولى مشاركات همنغواي في صحيفة Trapeze محاولة مترددة لفتى في السادسة عشر من عمره . مقالته الثانية "أمسية الغد في نادي حنا" والتي نشرت في 27 يناير 1916، تظهر للقارئ شخصية همنغواي اللغوية وهو يحاول العثور على منفذٍ لأسلوبه اللغوي وكسب الثقة في كتاباته. في 4 مايو 1916، نشرت Trapeze واحدة من أكثر مقالات همنغواي سخرية بعنوان "مناظرات الطلبة المبتدئين" وهي تسلط الضوء على أهمية

<sup>1</sup> هانك، ارفنك إي -1988 - اخبار التلفزيون والراديو - ترجمة. إبراهيم شرف الدين . مكتبة الجيل- بيروت .ص 24

<sup>2</sup>الدكتور تيسير أبو عرجة. اللغة في الخطاب الإعلامي. جامعة البترا. <https://www.majma.org.jo/res/seasons/31/31>.

<sup>3</sup> Harrower PP 28

<sup>4</sup> عبد اللطيف حمزة. مصدر سابق. ص. 188

<sup>5</sup> The Kansas City Star.

<sup>6</sup> Nagel, James, ed. (1996) **Ernest Hemingway: The Oak Park Legacy**. Tuscaloosa: Alabama University Press. PP 30

<sup>7</sup> Buske, Morris (2007) **Hemingway's Education: A Reexamination**. Lampeter, Wales: The Edwin Mellen Press. PP23

مناظرات طلاب المدارس الثانوية: " المناظرات المدرسية تعلم الثقة والاعتماد على النفس وسهولة التحدث. ثم يقدم همغواي رأيه الشخصي في تلك المناظرات: " هناك أيضاً شيء يبعث على الرضا في رؤية زميلك الرياضي الضخم الذي يفرض عادةً رأيه بالقوة، تراه يُسحق تدريجياً في المناظرة على يد زميله الذي لا يتعدى وزنه خمسين كيلوجرام والذي كان قبل ذلك يعيش في رعب من ذلك الزميل الضخم.<sup>1</sup> في هذه المقالة نرى المزيد من شخصية همغواي وهي في طور التشكل. على مدار عامه الأول كتب همغواي سبعة مقالات لصحيفة المدرسة، لكن عندما عرضت عليه فرصة إن يكون محرراً في العام التالي، قبل ذلك. في تلك السنة كتب همغواي أربعة وعشرين مقالة غطت في معظمها أخبار المدرسة الرياضية بأسلوب قريب من أسلوب رينغ لاردنر من شيكاغو تربيون<sup>2</sup> الذي اشتهر بالأعمدة الرياضية الساخرة والقصص القصيرة، أي إن كتاباته توزعت بين القصة والصحافة، وهو التوازن الذي لقي هوى عند همغواي. يقول جوناثان ياردلي "إن تأثير لاردنر وصل إلى الكثير من الشباب في جميع أنحاء البلاد، ولكن من بين جميع الكتاب البارزين الذين تأثروا بلاردنر كان همغواي أكثرهم تأثراً واستفادة واستخداماً له."<sup>3</sup> ذكر جون بليير هومستوك " أن كتابات همغواي المبكرة وتقليده لرينغ لاردنر مهمة لأنها تظهر رغبة همغواي في دراسة أعمال الآخرين من أجل تحسين أسلوب كتابته."<sup>4</sup> بالإضافة إلى المقالات الصحفية نشر همغواي في مجلة **Tabula** الأدبية المدرسية ثلاث قصص قصيرة وأربع قصائد ودُعي للمشاركة في نادي القصة.<sup>5</sup> قبل مغادرة المدرسة الثانوية أخبر همغواي أساتذته وزملائه إنه يخطط لدراسة الصحافة في جامعة إلينوي. إلا إن همغواي شاهد العديد من أقرانه يغادرون ثانوية أوك بارك للتطوع في الجيش الأمريكي في الخارج وأدرك إنه يمكن إن يفعل الشيء نفسه.

## 2.2 مقالات همغواي في صحيفة كانزس سيتي ستار<sup>6</sup>

أثناء عمله في كانزس سيتي ستار (أكتوبر 1917 - أبريل 1918)، كان على همغواي إن يلتزم بكتاب الأسلوب الخاص بالصحيفة. نشر همغواي إثنتي عشرة مقالة في الصحيفة تكشف العديد منها عن محاولات لهمغواي في توظيف تلك القواعد لخدمة أسلوبه الخاص لكي يصبح مراسلاً جيداً وكاتباً متميزاً.<sup>7</sup> يعود تاريخ المقالة الأولى " **THE FIGHTING FLEA، KERENSKY** " إلى 16 ديسمبر 1917 وفيها يتجاهل همغواي بسبب حداثة عهده بالصحيفة بعض قواعد كتاب الأسلوب. تقع المقالة في أربع صفحات وفيها يلتزم همغواي بالقاعدة الأولى المطالبة باستخدام الجمل القصيرة في المقاطع الأولى. الجملة الأولى تتألف من تسع عشرة كلمة فقط وصدر المقالة (المقطع الأول) يقع في ثلاث جمل فقط. يغفل المقطع قاعدتين مهمتين الأولى استخدام العامية والثانية طول الجملة الثالثة (تقع في 34 كلمة). استخدم همغواي كلمة **LAD**

<sup>1</sup> Buske. PP60

<sup>2</sup> Buske. PP.23

<sup>3</sup> Yardley, Jonathan. (1977). **Ring: A Biography of Ring Lardner**. New York: Random House. PP 182

<sup>4</sup> Hemstock, John Blair (1979) Ernest Hemingway's Awareness of Other Writers. Unpublished MA Thesis McMaster University. <https://macsphere.mcmaster.ca/bitstream/11375/9650/1/fulltext.pdf> P 14

<sup>5</sup> Fenton. PP 10

<sup>6</sup> Ernest Hemingway's Kansas City Star stories <https://www.kansascity.com/entertainment/arts-culture/article>

<sup>7</sup> Dewberry. PP.19

العامة بدلا من كلمة **BOY** في حديثه عن ليون كوبرين، صبي المكتب. قد يكون المبرر محاولة همنغواي تجنب استخدام الكلمة الأخيرة مرتين في جملتين متتاليتين. على الرغم من إن الفقرة الأولى قصيرة وتحتوي على ثلاث جمل، فإن طول الجملة الثالثة قد يؤثر على الغرض من استخدام فقرة أولى قصيرة لإغراء القراء. كذلك يكشف المقطع عن خرق همنغواي لكتاب الأسلوب في قاعدتين إضافيتين أولاهما عدم استخدام الكلمات الفائضة عن الحاجة والثانية تجنب استخدام الصفات، خاصة المبالغ فيها.

ظهرت المقالة الثانية **BATTLE OF RAID SQUADS** في السادس من يناير 1918. تقع المقالة في ثلاث صفحات واكتفى همنغواي فيه بصدر خبر تألف من جملة واحدة طويلة (34 كلمة) إلا إن الصدر أجاب عن جميع الأسئلة المطلوبة: من (أثنان من رجال الإيرادات مقابل أثنين من رجال الشرطة) ماذا (اصيبا بجراح) كيف (تبادل إطلاق النار) لماذا (سوء فهم) متى (أمس). يبدو إن همنغواي حاول في صدر الخبر تجنب كل ما هو فائض عن الحاجة وتقديم الإجابات الموجزة عن الأسئلة الصحفية الخمس.

المقالة الثالثة **AT THE END OF THE AMBULANCE RUN** " ظهرت في العشرين من يناير 1918. تقع المقالة في ثلاث صفحات مقسمة الى أربعة اقسام يعرض فيها همنغواي نماذج لحالات مرضى يزورون المستشفى في الليل. تُظهر المقالة قدرة همنغواي على نقل السياق العاطفي للمشهد بتفاصيل قليلة وحوار مكتوب بدقة عالية. صدر الخبر يتألف من أربع جمل متفاوتة الأطوال أقصرها الثانية (16 كلمة) وأطولها الأخيرة (31 كلمة). في هذه المقالة أستبدل همنغواي النغمة الإخبارية القاسية التي تطلبها الصحيفة وبدأ بما يشبه القصة:

" جر عمال الإسعاف الليليون بتناقل نقالة عبر الممرات الطويلة والمظلمة للمستشفى العام وعليها حمولة هامة. دخلوا جناح الاستقبال ووضعوا الرجل الفاقد الوعي على طاولة العمليات. كان الرجل أشعث الشعر وسمل الملابس وبيده مقترحتين، ضحية شجار في الشارع قرب سوق المدينة."

الملاحظ إن همنغواي استخدم صوت الصحفي الموضوعي لكنه يكشف في الوقت نفسه الجانب الذاتي من المواقف الإنسانية بواسطة خلق حوار وحبكة وشخصيات من خلال الوقائع التي يجدها أمامه.<sup>1</sup>

المقالة الرابعة **THRONG AT SMALLPOX CASE** نشرت في الثامن عشر من فبراير 1918 الثالثة. تقع المقالة في صفحتين. يُعتقد<sup>2</sup> إن همنغواي كان متضايقاً لعدم حصوله على العون اللازم لنقل مريض مصاب بالجذري الى المستشفى، ويظهر ذلك واضحاً في صدر الخبر الذي يبدو غريباً لإن جملتيه الأولى (57 كلمة) والثانية (27 كلمة) طويلتان، وهما قد تعكسان طول الانتظار لسيارة السعاف. في المقابل تتألف الجملة الثالثة من خمس كلمات فقط. بعد أن أضطر همنغواي الى كسر الدليل بجملة طويلة جدا في البداية يعود سريعاً الى جملة القصيرة التي تركز على الوقائع كما يراها والخالية من كلمات أو صفات غير ضرورية أو مبالغ بها، كما ينص كتاب الاسلوب.

<sup>1</sup> Dewberry. PP 21

<sup>2</sup> Dewberry. PP 25

في مقالته الخامسة **LAUNDRY CAR OVER CLIFF** التي ظهرت في السادس من مارس 1918 يكرر همنغواي الأسلوب نفسه الذي أستعمله في صدر مقالته السابقة: جملة طويلة (38 كلمة) تليها جملة أقصر (20 كلمة) وينتهي بجملة قصيرة جدا (4 كلمات). نتحدث المقالة عن حادثتين رافقتا أضراب عمال الغسيل. على الرغم من هذا التجاوز على كتاب الاسلوب الا إن همنغواي شدد على الجدية وهو ما شاع عنه كثيراً في الصحيفة حتى بالأخبار المكونة من فقرة واحدة.

يظهر اهتمام همنغواي بكتاب الأسلوب واضحاً في مقالته السادسة **SIX MEN BECOME TANKERS** المكونة من ثلاث صفحات وتحدث عن قبول تطوع ستة رجال في سلاح الدبابات. على الرغم من إن صدر المقالة أطول من سابقتها إلا إن الجمل قصيرة وواضحة. تحتوي الجملة الأولى على عناصر (من، ماذا، أين، ومتى). الفقرات الأربع التالية قصيرة أيضاً وتحتوي على المعلومات الأساسية المتعلقة بالرجال المتطوعين وطبيعة العمل في السلاح. يشتمل الجزء الأخير من المقالة على ست فقرات أطول من سابقتها وفيها وصف لضابط دبابة عائد من وحدته. لا يزال همنغواي يستخدم جمل قصيرة ويتجنب العامية والكلمات الزائدة عن الحاجة، لكنه يستخدم سرداً أكثر ملاءمة للقصص منه للصحف: "لعدة أيام، يستعد الرجال للهجوم المقبل. وضعت الدبابات خلف خنادق الخط الأول تحت جناح الظلام ودخلت الطواقم في الأهداف الفولاذية التي تفوح منها رائحة الزيت". تقدم الجملتان الأولى حدثاً للقارئ، الا إن السرد واستخدام بعض الجناس يوحيان بأن همنغواي يمهد لمشهد في قصة. " إن اسلوب السرد المرن بدلاً من هرم الخبر المقلوب التقليدي يوضح ميوله لتجنب التقليدية في العمل والتوجه بدلاً عن ذلك صوب الأساليب التي تكشف عن طبيعة الأشخاص أكثر مما تفعله الحقائق وحدها، وتوصيل أهمية الأحداث من خلال مرجع داخلي، بدلاً عن المرجع الخارجي أو إضافة له، وهذه أشياء سنجدها في قصصه ورواياته".<sup>1</sup> ومع ذلك، يبدو تأثير القاعدة الأولى لكتاب الأسلوب واضحاً في الجملة الأخيرة من نفس الفقرة: "المهندس هو قلب الماكينة لأنه يحول الدبابة من مجرد وسيلة حماية إلى مقاتل حي ومتحرك". هذه الجملة المحكمة تستخدم لغة إنجليزية إيجابية حولت الدبابة المعدنية الهامدة إلى مقاتل يتحرك وله قلب.

يواصل همنغواي التزامه بكتاب الأسلوب في مقالته **BIG DAY FOR NAVY DRIVE** و **NAVY DESK** و **JOBS TO GO** (نشرتا يومي 17 و 18 أبريل من العام 1917، على التوالي) اللتين امتازتا بالقصر، خاصة الأولى التي تقع في ثلاثة مقاطع فقط وحاول فيهما همنغواي إن يكون موضوعياً جداً فنقل ما راه أو سمعه كما هو باستخدام لغة مباشرة وبسيطة في جمل قصيرة:

" استقبلت حملة الاسطول للتطوع المباشر في يومها الثاني واحداً وستين رجلاً في مكتبها في تقاطع شارع ولنوت والشارع الثامن. تم قبول ثمانية وثلاثين منهم وهو أكبر عدد للمتطوعين في يوم واحد هذه السنة. الرجال المقبولون كانوا من جميع الصنوف، منهم سبعة عشر بحاراً وخمسة إطفائيين وأثنين في الاشارة ومدربين في المستشفيات وخمسة مساعدي نجار وثلاثة مساعدي صباغ."

<sup>1</sup> Dewberry. PP 28

عاد همنغواي الي أسلوبه القصصي في المقالة التاسعة "WOULD TREAT 'EM ROUGH" التي نشرت في 18 أبريل 2019، وتحدث عن المتطوعين الذين تقاطروا منذ الصباح الباكر على مركز التطوع. بعد صدر مقالة قصيرة تألف من جملتين ( الأولى تقع في 24 كلمة والثانية في 15 كلمة) يقدم فيه بطل الخبر " رجل ضخم أحمر الوجه يرتدي قميصا خاكياً" بالإضافة الى المكان (مركز التطوع ) والزمان ( الساعة السابعة وخمس وأربعين دقيقة) ينتقل همنغواي الى حوار بين البطل والعريف المسئول عن المركز ثم صورة بانورامية لحشد المتطوعين الذي " كان يزداد باضطراد". بقية الخبر عبارة عن أحاديث جرت بين المتطوعين وموظفي المركز.

" امتد طايبور من الرجال من الغرفة الأمامية في الطابق الثالث من مركز تجنيد الجيش، الواقع في تقاطعي الشارع الثاني عشر والجادة الكبرى، عبر القاعة وحتى منتصف الطابق السفلي. كان بعض الرجال يتدافعون ويضحكون، وبدا الجد على محيا البعض الآخر وهم يتفحصون الملصقات على الحائط. ميكانيكيون في ملابس العمل وموظفون وفنيو أجهزة تصوير ومعلمون قد يواجهون مشاكل في الفحص البدني وطلاب جامعة رياضيون، كلهم اصطفوا في الطابور " هكذا تبدأ المقالة العاشرة **RECRUITS FOR THE TANKS** التي نشرت في 18 أبريل 1918، ويمكن اعتبارها متممة لما سبقتها من مقالات همنغواي عن حملات التطوع . يركز همنغواي على الأحاديث وما تعكسه من دواخل الرجال وهو كما قلنا محاولة من همنغواي لتجنب الهرم المقلوب التقليدي والتوجه صوب أساليب تفوض داخل الشخصيات. المقالة الحادية عشرة " **DARE** " نشرت في 21 ابريل 1918 وهي تدور حول موضوع التطوع، كسابقاتها، وهي في المجمل عبارة عن حوار بين ضابط مركز التطوع واحد المتطوعين يكشف بأسلوب ممتع عن خبرته بالمحركات وبالحيات العسكرية. تبدأ المقالة بسؤال من الضابط " هل لديك خبرة بالمحركات؟ " حسناً قد تسمي ما عندي خبرة بالمحركات"، أجاب المتطوع " لقد قدت سيارة بينز في الطرق السريعة في شيكاغو ونيويورك وسينسيناتي ولوس إنجلوس على مدار السنوات الأربع الماضية. يمكنك إن تسمي سباقي مع رالف مولفورد في رينو خبرة في المحركات. أو عندما إنطلق القارب القديم بسرعة 111 ميلاً في الساعة على مضمار شيبسهد باي أو عندما قُتل بوب بورمان في ساحة بورصة نيويورك كنت خلفه مباشرة. تلك هي خبراتي في عالم المحركات."

تقول ديوبيري عن مقالة همنغواي **MIX WAR, ART DANCING** التي تتألف من ثلاث صفحات ونشرت في 21 أبريل 1918 وهي الأخيرة له قبل مغادرته الصحيفة " تجافي أشهر مقالات همنغواي في كنزاس سيتي ستار التقاليد الصحفية باستخدام أساليب ترتبط عادة بالقصة أكثر منها بالصحف في وصفها رقصة الجندي في الطابق السادس من مبنى جمعية الشبان المسيحيين. استبدل همنغواي الصدر التقليدي بمقدمة تخلق حالة مزاجية ومكان وزمان وشخصية وسؤال في ذهن القارئ حول ما حدث وماذا سيحدث بعد ذلك".<sup>1</sup> ومع ذلك تمسك همنغواي في هذه الجملة بالقاعدة الأولى من كتاب الأسلوب لأنها قصيرة وبسيطة: "في

<sup>1</sup> Dewberry. PP 28

الخارج، امرأة تمشي في البرد والثلوج على رصيف مبثّل يضيئه مصباح". يحتوي هذا الصدر على 15 كلمة فقط. تصف الفقرة التالية المشهد داخل المبنى، ويصور همنغواي ما يحدث بكلمات بسيطة: " داخل معهد الفنون الجميلة في الطابق السادس من مبنى جمعية الشبان المسيحيين في شارع ماكغي، حشد فرح من جنود معسكري فونستون وفورت ليفينورث رقصوا مع فتيات من مدرسة الفنون الجميلة في حين عزف شاب وقور موسيقى جاز حديثة وهو يتابع الأجساد الراقصة. "

يطلعنا همنغواي في هذه الفقرة (تتألف من جملة طويلة تخرق القاعدة الأولى) على المكان (أين) وما يجري(ماذا) والأشخاص (من)، لكنه تجنب استخدام أية كلمة فائضة عن الحاجة. الصفاتان المستخدمتان لوصف حشد الجنود والشباب، تخدم الغرض من خلق التباين بين الراقصين والموسيقي. ألتمز همنغواي في هذه المقالة بكتاب الأسلوب حتى في المرات القليلة التي يتم فيها استخدام المصطلح العامي، فإنه يتماشى مع القواعد لأنه يناسب القصة. "إشارات همنغواي إلى البغايا في بداية ومنتصف ونهاية المقالة تدل على إنه يتعلم استخدام أسلوب التأطير القصصي في الصحافة. وتلك دلائل على رفضه للتقليد والتوجه نحو الأساليب التي تكشف عن طبيعة الأشخاص أكثر مما يمكن للحقائق وحدها إن تفعل وإيصال أهمية الأحداث من خلال مرجع داخلي بالإضافة الى أو بديلاً عن المرجع الخارجي، وكل ذلك سنراه لاحقاً في قصصه".<sup>1</sup>

تُظهر هذه المقالات استخدام همنغواي لكتاب الأسلوب. أظهرت المقالات الأولى حادثة عهد همنغواي بكتاب الأسلوب. ثم تظهر المقالات التالية تطور الكاتب وبدايات تشكيل أسلوبه الخاص. على الرغم من إن همنغواي لم يتبع كتاب الأسلوب حرفياً، فإن المعرفة التي اكتسبها من استخدامه للكتاب ساعدته في تطوير أسلوب خاص به سيكون مثار إعجاب العالم بأسره فيما بعد. علينا أن نذكر أن همنغواي وفي الأشهر الست التي أمضاها في الصحيفة كتب عدداً من القصص التي أدهش بعضها زملائه لحيويتها ونضجها. تلقى همنغواي التكريم عدة مرات، ولا سيما لقصة تذكرها هو نفسه، بعد عدة سنوات، بأنها "حزينة للغاية، عن إحدى المومسات".<sup>2</sup>

### المحور الثالث: مجموعة "في زماننا" القصصية

#### 3.1 القصة القصيرة والصحافة

بالرغم من إن الصحافة والقصة القصيرة هما شكلا تعبير مختلفان إلا إن الاثنين معنيان جداً بمسألة الاستخدام الأمثل للكلمات كما قال بوراوي<sup>3</sup> لتوضيح هذه العلاقة نقارن نصين أخذنا من تقرير صحفي وقصة الأول أبرقه همنغواي الى صحيفة تورنتو ستار والثاني من مجموعة "في زماننا". نبدأ بالبرقية:

" في مسيرة مذهلة لا تنتهي يحتشد مسيحيو تراقيا الشرقية في الطرق المؤدية إلى مقدونيا. يبلغ طول الحشد الرئيسي الذي يعبر نهر ماريتزا في أدريانوبل عشرين ميلاً. عشرون ميلاً من العربات التي تجرها الأبقار

<sup>1</sup> Dewberry. PP 28

<sup>2</sup> Fenton PP 46

<sup>3</sup> Burroway, J. et al (2011) **Writing Fiction: A Guide to Narrative Craft**. Boston: Longman.PP28

والثيران والجواميس المغطاة بالمياه الموحلة مع رجال ونساء وأطفال يترنحون من التعب ويطانيات فوق رؤوسهم ويمشون بلا نظر تحت المطر بجانب ما لديهم من متاع.

هذا الحشد الرئيسي يكبر بالذين ينضمون اليه من المناطق الداخلية. إنهم لا يعرفون إلى أين هم ذاهبون. تركوا مزارعهم وقراهم وحقولهم اليانعة وانضموا إلى حشد اللاجئين الرئيسي عندما سمعوا إن الأتراك قادمون. كل ما يمكنهم فعله هو الاحتفاظ بأماكنهم في هذا الموكب المروع يقودهم رجال سلاح الفرسان اليونانيين غطاءهم الطين كما يفعل الرعاة الذين ينخزون أبقارهم أثناء قيادتها.<sup>1</sup>

المثال الثاني مأخوذ من التعريشة 11 من مجموعة "في زماننا" وحول نفس الحدث:

"ارتفعت المآذن شامخة تحت المطر بين البيوت الطينية خارج أدريانوبيل. لثلاثين ميلاً ازدحمت العربات في طريق كاراجيتش. كانت الجواميس والماشية تجر العربات عبر الوحل. لا نهاية ولا بداية. مجرد عربات محملة بكل ما لديهم من متاع. مشى الرجال والنساء المسنون، مبللون ينخزون الماشية للتحرك. جرى نهر المارينترا أصفر اللون الى مقربة من الجسر. تكدست العربات على الجسر والجمال تحاول المرور بينها. تجمع رجال سلاح الفرسان اليونانيين على جانبي الحشود. تفرقت النساء والاطفال في عربات مكتظة بالفرش والمرايا وآلات الخياطة والحزم. كان هناك امرأة لديها طفل مع فتاة صغيرة تحمل بطانية وتبكي. ومريض خائف ينظر إليها. تواصل المطر بالهطول طيلة عملية الأجلاء. " (همنغواي.ص.100)

يكنم الفارق الرئيسي بين النهج الصحفي والقصصي في العلاقة بين طرق التعبير عن الواقع. تهدف المقالة الى توصيل معلومات دقيقة من خلال وصف الأحداث بأمانة وذلك واضح في المثال الأول الذي يحتوي على إشارات واقعية أكثر من نظيره القصصي، ناهيك عن المعلومات التي تضع النص في سياقه التاريخي. هذا يعني إن إزالة السياق التاريخي الدقيق كان خطوة مهمة في كتابة الوصف القصصي. يدرك همنغواي، مثله مثل الحداثيين الآخرين<sup>2</sup>، إن الفن يمكن إن يتجاوز الواقع، ليخلق -بكلمات همنغواي الخاصة- شيئاً "أكثر صدقاً من أي شيء حقيقي"، وهو أمر من شأنه إن يعالج إحباطاته بسبب التقرير المرهون بزمان محدد. بتجريد الوصف القصصي من جزء كبير من السياق التاريخي، سعى همنغواي إلى توسيع مغزى القصة بتجاوز مجرد الاشارة الى صعوبات عملية الإجلاء للتأكيد على محنة الإنسان المهجّر بشكل عام.

### 3.2 تأثير كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار على قصص المجموعة

"في زماننا" هي أول مجموعة قصص قصيرة لهمنغواي يغلب عليها موضوعات الاغتراب والخسارة والحزن والانفصال واشتهرت لغتها بتوظيف نظرية جبل الجليد. في سياق الإجابة على سؤال الدراسة المتعلق بتأثير كتاب الأسلوب لصحيفة كانزس سيتي ستار على قصص المجموعة ستركز الدراسة على خمس من قواعد الكتاب وهي:

1. أكتب جملاً قصيرة. أكتب فقرة افتتاحية قصيرة. استخدم لغة إنجليزية قوية. كن إيجابياً ولا تكن سلبياً.

<sup>1</sup> Kobler. PP 10-11

<sup>2</sup> Bradbury, M. & McFarlane, J. يؤمن الحداثيون أن الحقيقة الفنية هي وسيلة للخلاص. للمزيد حول هذا الموضوع يمكن الرجوع الى (Eds.) **Modernism: A Guide to European literature** (London: Penguin, 199 1)

2. لا تستخدم اللهجة المحلية إلا إذا كان الاستخدام جديداً أو بأسلوب جديد

3. تخلص من الكلمات الزائدة

4. تجنب استخدام الصفات، خاصة تلك المبالغ فيها

5. لا تستخدم الكلمات الأجنبية

كما إنها ستناقش فقط قصص المجموعة التي يكون بطلها نيك آدامز كما قلنا لأسباب تتعلق بحجم الدراسة. القصة الأولى في المجموعة "المخيم الهندي" **THE INDIAN CAMP** تتحدث عن الدكتور آدمز الذي يذهب برفقة مساعده جورج وأبنة نيك إلى معسكر للهنود الأميركيين لتوليد امرأة هناك تعاني من عسر الولادة. الفقرة الأولى من "المخيم الهندي" قصيرة للغاية تذكرنا بمقالاته الصحفية وهي تحتوي على جملتين قصيرتين: "على شاطئ البحيرة كان هناك زورق آخر تم إعداده. وقف الهنود الأميركيون ينتظرون". هاتان الجملتان تجعلان القراء يتسألون عن سبب الانتظار وسبب تجهيز قاربين. في الوقت نفسه تزود الجملتان القارئ (كما تفعل صدور الأخبار) بالمكان (البحيرة) والأشخاص. إن واقعية القصة وأسلوبها يذكراننا بكتاب الأسلوب لصحيفة كنزاس سيتي ستار. تستمر القصة بذات الواقعية في المقطع الثاني الذي يخلو تماماً من أية كلمات أو صفات زائدة عن الحاجة. الفقرة تصف فقط أشخاصاً (من) يقومون ببعض الأفعال (ماذا): "جلس نيك ووالده في مؤخرة القارب. دفع الهندي القارب في الماء وجلس هندي آخر للتجذيف" جلس العم جورج في مؤخرة القارب الأخر. دفع الشاب الهندي القارب في الماء وجلس للتجذيف " (همنغواي.ص94)

تجنب همنغواي استخداما العامية في هذه القصة إلا في حالة واحدة. طلب الطبيب وهو يجري عملية للمرأة الهندية من العم جورج وثلاثة من الرجال الهنود إن يحكموا السيطرة عليها، تعض المرأة العم جورج في ذراعه ويصرخ الخير متألماً " اللعنة عليك أيتها العاهرة الهندية "، وهي عبارة يمكن اعتبارها عامية ومسيئة. ومع ذلك، فإن كتاب الأسلوب يسمح باستخدام اللغة العامية في مواقف مثل هذه حيث إن استخدام هذه العامية الهجومية يناسب القصة. تظهر قصة "المخيم الهندي" إن همنغواي تمسك الى حد بعيد بكتاب الأسلوب صحيفة كانزاس سيتي ستار.

"الطبيب وزوجة الطبيب" **THE DOCTOR AND DOCTOR'S WIFE** هي القصة القصيرة الثانية في المجموعة وتحدث عن الدكتور آدمز الذي يستأجر مجموعة من الهنود الأميركيين لإزالة أربعة أغصان شجر كبيرة انجرفت على شاطئ البحيرة . يأتي ديك بولتون وابنه إدي وبيلي تابشو من الغابة لقطع الأشجار. الفقرة الافتتاحية لقصة "الطبيب وزوجة الطبيب" تتألف من ست جمل قصيرة خلت من أية كلمة أو صفة زائدة: "جاء ديك بولتون من المخيم الهندي لقطع الأشجار لوالد نيك. أحضر معه ابنه إدي وهندياً آخر يدعى بيلي تابشو. دخلوا عبر البوابة الخلفية من الغابة وكان إيدي يحمل منشراً طويلاً حمله على كتفه ويخرج صوتاً موسيقياً وهو يمشي. يحمل بيلي تابشو خطافين كبيرين. وحمل ديك ثلاثة فؤوس تحت ذراعه." لحقتها فقرة ثانية قصيرة جداً، مجرد جملتين لإكمال المشهد الافتتاحي للجزء الأول من القصة حيث نرى البحيرة: "ألتفت



بولتون وأغلق البوابة. وذهب الآخرون أمامه إلى شاطئ البحيرة حيث دفنت جذوع الأشجار في الرمال." (همنغواي.ص.100)

لغة همنغواي كما هي لغة الصحافة واضحة وبسيطة ومحكمة ومفهومة للقارئ وخالية من المحسنات البلاغية وتجنب فيها كل ما هو فائض عن الحاجة وأبتعد عن الصفات، كما نص على ذلك كتاب الأسلوب. إن أسلوب الكتابة البسيط والأجرد الذي تعلمه همنغواي في صحيفة كانزس سيتي ستار جعله يجذب في باريس لأسلوب عزرا باوند والمدرسة التصويرية. قال همنغواي إن باوند علمه عن الكتابة أكثر من أي شخص حي آخر. كما جعله ذلك الأسلوب يميل إلى كتابات جيمس جويس التي تؤكد على مبدأ النثر الاقتصادي الأجرد<sup>1</sup> "نهاية شيء ما" **END OF SOMETHING** هي القصة القصيرة الثالثة وتبدأ في مدينة تبدو مهجورة. نلتقي هناك بنيك آدمز وصديقه مارجوري وهما يصطادان السمك في قارب صغير. بعدها ينزلان على الشاطئ الرملي. ترى مارجوري نيك منزجاً فتسأله عن السبب يجيبها "لم يعد الأمر ممتعاً". تترك مارجوري إنه يعني نهاية العلاقة فتتركه. يصل بعدها بيل صديق نيك ويسأله عن كيفية انتهاء العلاقة يصرخ نيك بوجهه طالباً منه المغادرة.

بدا المقطع الأول للقصة طويلاً، إلا إنه تألف من ثمان جمل معظمها أفعال وأسماء وحوالي ثمان صفات منها واحدة تكررت مرتين. معظم الكلمات تتألف من ثلاثة أو أربعة حروف وفيها الكثير من حروف الجر وأدوات التعريف واسماء الاشارة والضمائر وكثير من أفعال الحركة وهو بذلك بدأ قريباً من الأسلوب الصحفي البسيط والمباشر. قد يكون البعد الرمزي للمقطع الافتتاحي والعلاقة بين الماضي والحاضر السبب في طول المقطع. إلا إن همنغواي سرعان ما يعود إلى الاختصار ليقدم لنا المقطع الثاني بجملة واحدة طويلة ثم مقطعاً ثالثاً في ثلاث جمل، خلت جميعها من أي شيء زائد على الحاجة أو مبالغ به.

"عاصفة ثلاثة أيام" **THE THREE-DAY BLOW** هي القصة الرابعة في المجموعة وتجري أحداثها في كوخ والد بيل ( صديق نيك) وفيها متابعة لموضوع العلاقة بين نيك ومارجوري. يتحدث الصديقان عن مجموعة متنوعة من المواضيع منها إنهاء نيك علاقته بحبيبته مؤخراً. يغير نيك رأيه مدعياً عدم انتهاء العلاقة وهو يريد الذهاب إلى المدينة يوم السبت لأن "هناك دائماً فرصة". المقطع الأول من القصة قصير جداً بالمقارنة مع سابقتها "نهاية شيء ما" فهو يتألف من أربع جمل (60 كلمة) منها إحدى عشرة أداة تعريف وخمسة عشر اسماً وثمانية أفعال: " توقفت الأمطار عند وصول نيك إلى الطريق الذي يمر عبر البستان. كان الثمر قد حوي وضربت رياح الخريف الأشجار العارية. توقف نيك وألتقط تقاحة من جانب الطريق بدت لامعة في العشب البني بسبب المطر. وضع التقاحة في جيب معطفه." (همنغواي.ص.110)

<sup>1</sup> Baker, Carlos (1972). **Hemingway: The Writer as Artist**. Princeton: Princeton UP PP 117

أمتاز أسلوب همنغواي هنا ببساطة جملة وقلة المستخدم فيه من الظروف والصفات وفيه حوارات موجزة وحية ووصف دقيق للأماكن والأشياء. يبدو أن همنغواي لم ينسى كتاب الأسلوب لأنه كان يؤمن دائماً "إن أسلوب الكاتب يجب أن يكون مباشراً وشخصياً وصوره غنية وغير معقدة وكلماته بسيطة وقوية".<sup>1</sup>

"الملاك" **THE BATLER** هي القصة الخامسة في القصة. ينزل نيك آدمز من القطار ويتوجه صوب المدينة المجاورة حيث يرى حريقاً في الظلام. يلتقي في بيت مجاور للحريق بآد فرانسييس، بطل الملاكمة السابق. بعد فترة يعود بوغز وهو زنجي وصديق فرانسييس. تتوتر الأجواء أثناء إعداد العشاء، ويغادر نيك الرجلين متوجهاً الى المدينة المجاورة.

يتألف المقطع الافتتاحي للقصة من أربع جمل (36 كلمة). الجملة الأولى تتألف من ضمير وفعل فقط والجملة الثانية تتألف من ضمير وفعل وتكملة. يلي المقطع الافتتاحي مقطع يتألف من ست جمل (36 كلمة) وثالث يتألف من أربع جمل (24 كلمة). ثم يبدأ الحوار كما هي تقريبا العادة في مثل هذه القصص. كما نرى إن همنغواي ما زال الى حد بعيد ملتزماً بكتاب الأسلوب الذي تعلمه في صحيفة كانزس سيتي ستار خاصة فيما يتعلق بالجمال القصيرة والافتتاحيات القصيرة مع ضرورة استخدام لغة إنجليزية قوية وإيجابية بالإضافة الى عدم استخدام اللغة المحلية أو الأجنبية إلا في الضرورات القصوى مع التشديد على التخلص من الكلمات الزائدة وتجنب استخدام الصفات، خاصة تلك المبالغ فيها.

كتب همنغواي قصة "ثلج عبر الريف" **CROSS COUNTRY SNOW** في عام 1924. يذهب نيك آدمز وصديقه جورج للترجل في سويسرا. يدخلان إلى أحد المطاعم وهناك تجذب انتباههما نادلة حامل. يتحدثان الرجلان عن زوجة نيك الحامل والعودة الى الولايات المتحدة وعن دراسة جورج أخيراً، يغادران المطعم متوجهان الى البيت.

يمكن وصف أسلوب همنغواي في هذه القصة على النحو التالي: نثر مقتضب يقوم على ما هو ضروري فقط ويختار النحو والقواعد المناسبة للموضوع ويستغل الفراغات وما لم يقال من خلال الإيجاز والمباشرة ويترك دائماً الكثير من المجال حول النص للقارئ. يهتم كثيراً بأناقة ما يكتب لتكون الحصيصة جملاً مثالية في بعض الأحيان فيها الكثير من الكثافة والحيوية لأن كل كلمة لها دور فيما يكتب. وهذا في المجمل أسلوب الصحافة وما نراه مسطراً في كتاب الأسلوب. تألف المقطع الأول من خمس جمل خالياً تماماً، كما نص كتاب الأسلوب من جميع الزوائد. ركز همنغواي على المشهد ونقله كما هو. المقطع الثاني لا يختلف كثيراً سوى إنه أطول قليلاً (ست جمل). ذكر هوتشني في كتابه "بابا همنغواي: مذكرات شخصية" إن همنغواي قال له "مسكين فوكنر. هل يعتقد حقاً إن العواطف الكبيرة تأتي من الكلمات الكبيرة؟ إنه يعتقد إنني لا أعرف الكلمات المنمقة. أنا أعرفها جيداً. ولكن هناك كلمات أقدم وأبسط وأفضل، وهي الكلمات التي استخدمها".<sup>2</sup> من الملاحظ إن همنغواي يستخدم عدداً أقل من الصفات ويستخدم الكثير من الأفعال لسبب بسيط، الصفات تعقد الجمل

<sup>1</sup> Fenton. PP 70

<sup>2</sup> Hotchner, A.E. (2005) **Papa Hemingway: A Personal Memoir Boston**: Da Capo Press. PP. 69-70

وتجعلها أطول. الأفعال تجعل الأشياء تحدث، وكل جملة تحتاج إلى فعل واحد على الأقل. صفات أقل تعني وصفاً أقل. المزيد من الأفعال تعني المزيد من الحدث. بعد ذلك يقدم همنغواي مقطعاً ثالثاً قصيراً هو عبارة عن جملة واحدة يمهد الطريق لحوار طويل بين الرجلين يغطي البقية الباقية من القصة، التي خلت، كما نص كتاب الاسلوب، من المبهرج من الكلمات خاصة الصفات وكذلك من الكلمات الأجنبية أو العامية التي لا تناسب الحدث.

قصتنا الأخيرة **BIG TWO-HEARTED RIVER** "نهر كبير ذو قلبين" تتألف من جزئين بطلها نيك آدمز، وتحدث عن الحرب والطبيعة. يطغي الوصف على القصة ونكاد نخلو من الحكمة. تبدأ القصة مع وصول نيك بالقطار إلى بلدة سيني في ميشيغان، ليجد إن حريقاً قد دمّر المدينة، ولم يترك شيئاً سوى القضبان والأرض المحروقة. الوصف الذي يقدمه همنغواي يشبه كثيراً التقارير الصحفية التي تركز على ما نرى. في ثمان جمل قصيرة رسم همنغواي المشهد الافتتاحي للجزء الأول:

"أبتعد القطار مختفياً عن الإنظار خلف واحد من تلال الأشجار المحترقة. جلس نيك على حزمة من القنب والفراس الذي رماه عامل القطار خارج عربة المتعة. لم تكن هناك مدينة، ولا شيء غير القضبان والمرج المحترق. لم تخلف المقاهي الثلاثة عشر التي كانت تصطف في شارع سيني من آثار بعدها. برزت أساسات فندق مانشن هاوس فوق سطح الأرض. تشظت الحجار بفعل النيران. كانت الحجارة هي كل ما تبقى من بلدة سيني. حتى وجه الأرض قد احترق أيضاً." (همنغواي.ص.186)، يفتتح همنغواي الجزء الثاني بذات الأسلوب وبذات اللغة الصحفية البسيطة والمباشرة، بمقطع صغير من سبع جمل فقط.

### الخاتمة والتوصيات:

اختلف النقاد كثيراً في وصفهم لأسلوب همنغواي، لكن خير من يتحدث عن الموضوع هو الرجل نفسه "أعتقد في بعض الأحيان إن أسلوبه إيحائي وليس مباشر. يجب على القارئ في الغالب إن يستخدم خياله أو يفقد الجزء الأكثر دقة من أفكاره. أبذل جهداً كبيراً في عملي، التشذيب والمراجعة بيد لا تكل.. أشدب أعماله بعناية فائقة وأصقلها جيداً حتى تبدو براقاً، ما قد يتركه كاتب آخر قد أحوله إلى جوهرة صغيرة"<sup>1</sup>

في الختام، ظهر لنا إن همنغواي استفاد كثيراً من كتاب الأسلوب لصحيفة كانزاس سيتي ستار في قصص مجموعته الأولى وكما أوضحت الدراسة. في تحليلنا لمقالات همنغواي أظهرنا إن همنغواي كان وبالتدرج يبدي إتقاناً لقواعد كتاب الأسلوب وهو بذلك أوجد لنفسه مساحة للتملص منها في محاولة منه لتطوير مهارته وأسلوبه في الكتابة وهذا يظهر واضحاً إذا قارنا، على سبيل المثال، مقالته الأولى **KERENSKY, THE FIGHTING FLEA** والثانية **BATTLE OF RAID SQUADS** ، حيث يظهر همنغواي وهو يحاول بجد تعلم تلك القواعد، مع المقالتين السادسة والسابعة **SIX MEN BECOME TANKERS** ، **BIG DAY FOR** ، اللتان تظهران حجم التقدم الذي أحرزه الكاتب في إتقان كتاب الأسلوب مع شذرات من الأسلوب الذي سيصبح علامة بارزة له، مع المقالة الأخيرة **MIX WAR,ART,AND DANCING** حيث

<sup>1</sup> Hayes, Peter (2014) **Fifty Years of Hemingway Criticism**. New York: Scarecrow Press. PP.215

أتقن الدليل وبدأنا نرى أسلوباً كتابياً خاصاً يبشر بالكثير في المستقبل .

يستخدم همنغواي خبرته بكتاب الأسلوب بشكل واضح في مجموعة "في زماننا" خاصة في القصص التي كانت مدار الدراسة، فقد كان أسلوبه أجراً إلا من الحقائق وفقراته وجمله كانت قصيرة وبلغت بسبب تركيز على المهم من الأشياء تاركة المجال للقارئ لتصور أو توقع التفاصيل الأخرى. قد تكون بعض القصص والنثر المستخدم غير مناسبين للكتابة الصحفية إلا إن الجمل الوصفية القصيرة تذكر القارئ بالأسلوب المستخدم في الصحافة. نراه في أحيان قليلة يميل إلى الفقرات والجمل الطويلة عندما يتطلب الموقف، كما في قصة "نهر كبير ذو قلبين" أو إنها قد تكون محاولات من همنغواي للابتعاد على تأثيرات كتاب الأسلوب. وهذه القصة كما رأينا عدّها النقاد واحدة من أجمل قصص همنغواي وهي تجسد أسلوب كتابة همنغواي، كما سيراه الناس في الأعمال القادمة.

لقد بينت الدراسة إن فترة العمل التي أمضاها همنغواي في صحيفة كانزس سيتي سنار قد ساهمت بشكل أو بآخر في تشكيل أسلوبه في الكتابة. لقد كانت قواعد كتاب الأسلوب مهمة جداً لهمنغواي في عمله، وهو ما أكدته في أكثر من مناسبة، وقد راعى بعض منها في قصص مجموعة "في زماننا". توصي الدراسة بإجراء المزيد من البحوث لمعرفة ما إذا طبق همنغواي تلك القواعد على أعماله الأخرى، مثلاً مجموعته الثانية رجال بلا نساء(1927). وكذلك توصي بإجراء دراسات مماثلة على الروايات بالرغم من أن الأمر سيتطلب تحقياً مختلفاً تماماً لأن للرواية تقنياتها الخاصة التي تختلف عن القصة القصيرة. ستتطلب مثل هذه الدراسات أولاً تحليلاً متعمقاً لرواياته لأن روايات همنغواي معقدة ومفتوحة في عدة طرق للتفسير. يمكن إن يحدد التحليل المتعمق مكان الصراع والأزمة والحل في الحكمة وبعد ذلك ينصرف إلى تحليل المقاطع للإجابة على ذلك السؤال.

#### المصادر العربية

- (1) أبو عرجة، تيسير. (2013) اللغة في الخطاب الإعلامي. محاضرات. جامعة البنزا
- (2) المشاقبة، يوسف عوض (2018) المراسل الصحفي ودوره في إثراء النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني. جامعة الشرق الأوسط.
- (3) حمزة، عبد اللطيف محمود. المدخل في فن التحرير الصحفي. الهيئة المصرية العامة للكتاب. الطبعة الخامسة. 2002.
- (4) عبد العزيز شرف (2000) الأساليب الفنية في التحرير الصحفي. القاهرة. دار أنباء للطباعة والنشر والتوزيع
- (5) هانك، ارفنك إي -1988- أخبار التلفزيون والراديو - ترجمة . إبراهيم شرف الدين . مكتبة الجيل-بيروت
- (6) همنغواي، أرنست (2010) قصص همنغواي القصيرة: الجزء الأول. ترجمة موسى الحالول. الكويت. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب
- (7) وتوت، صالح شاكر (2004) الخبر الصحفي عنصر اساسي من عناصر العملية الاعلامية. مجلة جامعة أهل البيت.

#### المصادر الأجنبية

1. Baker, Carlos (1972). **Hemingway: The Writer as Artist**. Princeton: Princeton UP.

2. Bradbury, M. and McFarlane, J (Ed) (1991) **Modernism: A Guide to European literature** (London: Penguin,
3. Bruccoli, Matthew (1971) **Ernest Hemingway's Apprenticeship, Oak Park, 1916-1917**. NCR Microcard Edition, Washington DC
4. -----(Ed). (1970)**Ernest Hemingway, Cub Reporter**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press,
5. Burroway, J. et al (2011) **Writing Fiction: A Guide to Narrative Craft**. Boston: Longman.
6. Dearborn, Mary (2017). **Ernest Hemingway: A Biography**. New York. Alfred Knopf
7. Dewberry, Elizabeth (1996). Hemingway's journalism and the realist dilemma. In Donaldson, Scott (Ed) **Cambridge Companion to Hemingway**. CUP.
8. Fenton, Charles (1975).**The Apprenticeship of Ernest Hemingway: the early years**. New York: Octagon Books.
9. Frus, Phyllis (1994). **The Politics and Poetics of Journalistic Narrative**: New York: Cambridge University Press.
10. Greaney, Philip John (2006). **Less is More: American Short Story Minimalism in Ernest Hemingway, Raymond Carver and Frederick Barthelme**. PhD thesis. The Open University.
11. Harrower, Tim (2010). **Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism**. New York: McGraw-Hill.
12. Hayes, Peter (2014) **Fifty Years of Hemingway Criticism**. New York: Scarecrow Press.
13. Hemingway, Ernest (2002).**In Our Time**. Scribner
14. Hendiks, C (2015).**Journalism in Hemingway's Short Stories**. Utrecht University. Hendiks
15. Hemstock, John Blair (1979) **Ernest Hemingway's Awareness of Other Writers**. Unpublished MA Thesis McMaster University
16. Hotchner, A.E. (2005) **Papa Hemingway: A Personal Memoir** Boston: Da Capo Press.
17. Kobler, Jasper Fred (1985) .**Ernest Hemingway: Journalist and Artist**. UMI Research Press
18. Lynn, Kenneth S. (1987).**Hemingway**. New York: Simon and Schuster.
19. Nagel, James, ed. (1996) **Ernest Hemingway: The Oak Park Legacy**. Tuscaloosa: Alabama University Press
20. Sarah R. Shaber, "Hemingway's Literary Journalism: The Spanish Civil War Dispatches," **Journalism Quarterly** 57 (1980): 420-424
21. Simons, Sara (2013). **A Reporter's Story: The Significance of Hemingway's Early Work in Journalism**
22. Stephen, Robert (2017) .**Hemingway's Nonfiction: The Public Voice**. UNC Press Books
23. The Kansas City Star. (1915) **The Star Copy Style Sheet**.
24. The Kansas City Star (2007) **Hemingway and Kansas City: Literary Tour**.
25. The Hemingway Society. **Recent Hemingway-Related Publications. Additional Hemingway-Related Books .**
26. Underwood, David (2013) .**The Undeclared War between Journalism and Fiction**: Palgrave Macmillan
27. Wagner-Martin, Linda (2002). "Introduction". In Wagner-Martin, Linda (Ed). Ernest Hemingway's **The Sun Also Rises: A Casebook**. New York: Oxford UP.
28. Weber, Ronal. (1990).**Hemingway's Art of Non Fiction**. Palgrave Macmillan
29. White, William (1968).**By-Line: Ernest Hemingway**. Collins.
30. William E. Coté, "Hemingway's Spanish Civil War Dispatches: Literary Journalism, Fiction, or Propaganda?" **North Dakota Quarterly** 60:2 (1992): 193-293;

31. Yardley, Jonathan. (1977). **Ring: A Biography of Ring Lardner**. New York: Random House.

## واقع الثقافة في القنوات الفضائية العربية

### The reality of Culture in Arab space channels

الدكتور أنيس ثابت عثمان

أستاذ مساعد جامعة عدن

#### ملخص:

الثقافة هي العصب والشريان الأساسي لأي مجتمع، وأضحّت المجتمعات تعرف بثقافتها، حيث شكّل التطور الهائل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الآونة الأخيرة تحديًا كبيرًا أمام الثقافات وبالذات في الدول التي لا تملك القوة الكافية في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات كعالمنا العربي؛ فكيف هو واقع الثقافة في قنواتنا الفضائية خصوصًا مع التدفق الهائل من المضامين الثقافية الأجنبية والتي لا تتسجم مع ثقافتنا العربية والانتشار الواسع للبرامج الجماهيرية وانحسار البرامج ذات الثقافة الرفيعة والبرامج الشعبية؟ ولذلك ستهدف الدراسة إلى أماطه اللثام وتشخيص المشكلة من خلال معرفة كيف يتم تناول الثقافة في القنوات الفضائية العربية ومعرفة المحتوى الثقافي للبرامج الثقافية التي يتم عرضها في الخريطة البرمجية للقنوات؟ وكيف السبيل للنهوض والارتقاء بها؟ إضافة إلى تحليل أحد البرامج الثقافية والمتمثل ببرنامج " ملهمون " من قناة أبو ظبي كنموذج للبرامج الثقافية الملنظمة والهادفة.

الكلمات المفتاحية: الثقافة، القنوات الفضائية، البرامج الثقافية.

#### Abstract

Culture is the crucial aspect of communities, as each one of them has become known by its distinguished features. In recent times, the revolutionary development in Information and Communication Technology (ICT) has been posed a major challenge to cultures, particularly, in countries that lack the sufficient knowledge in mass media and ICT as, e.g., Arab world. So, what is the reality of the culture in the Arab space channels, especially, with the massive flows of the foreign cultural contents, that are not consistent with the Arab culture, and the widespread of the modern mass programs at the expense of the high-culture and the traditional ones. Therefore, this study aims at (a) identifying how culture is dealt with in the Arab space channels, (b) recognizing the cultural content of the cultural programs displayed on the channels' programmatic map, (c) suggesting ways for getting them up, (d) and analyzing one of the cultural programs called "Molhimoun" from Abu Dhabi Channel as a model for the traditional and cultural programs.

**Key words:** Culture, space channels, Cultural programs.

**المقدمة:**

أضحى الإعلام بمختلف أنواعه وبالأخصّ الإعلام الفضائيّ والإعلام الجديد " social media " القوّة الأبرز مقارنةً بالأنواع الأخرى، حيث بات الإعلام يدخل في تشكيل جميع مناحي الحياة المختلفة السياسيّة والاقتصاديّة والثقافيّة والاجتماعيّة وغيرها، فقد بات ظاهرة كونيةً لامتد تأثيرها كلّ أنحاء المعمورة. ولم يكن هذا ليحدث لولا توفر عدّة أسباب أدت إلى هذا التطور والأهميّة للإعلام أبرزها التطور الهائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، فما شهدته هذا القطاع من طفرة تكنولوجيّة ساهم إلى حد كبير في تطور وسائل الإعلام وظهور وسائل إعلام جديدة ذات أهميّة أكبر من وسائل الإعلام التقليديّة، وأصبحت محلّ اهتمام الجميع ممّا أدى إلى تراجع وسائل الإعلام الأخرى بل باتت تهدّد وجودها واستمرارها، والأمر الآخر هو تزواج رأس المال والإعلام بفضل الدّعم السّخي والاسثمار في مجال الإعلام من لدن رجال المال والدول الكبرى، وكذا أصحاب النفوذ السياسيّ. كلّ هذا انعكس إيجابياً على الإعلام فأصبحت الشركات والمؤسسات الإعلاميّة ذات شهرة كبيرة، حيث أضحت علاماتها وأسماءها تنافس العلامات التجاريّة الكبرى للشركات والمنتجات المشهورة مثل " كوكا كولا، وبيبسي، وديتول، وتويوتا، وجنرال موتورز وغيرها".

وأمام هذه الطفرة النوعيّة في النمو والتطور والانتشار الواسع والتطور للإعلام كان من الطبيعيّ أن ينعكس كلّ ذلك على المجتمعات في مختلف مناحي حياتهم، وتأتي الثّقافة في طليعة من لامسها هذا التأثير سلبيّاً وإيجابياً لما للإعلام من ارتباط وثيق بالثقافة، بل يعتبر جزءاً من الثّقافة وعاملاً رئيساً في نقلها إلى الجمهور. **أهميّة الدّراسة:**

الثّقافة هي العصب الرئيس لأيّ فئة أو مجتمع، بل هي بمقام الرّوح للجسد ولذلك أصبح لزاماً علينا جميعاً الحفاظ عليها، والعمل على نقلها للأجيال مهمّة وواجب وطني، ونظراً لما تتعرض له ثقافتنا العربيّة من تحديات كان لا بدّ من دق ناقوس الخطر والتنبيه إلى ضرورة الالتفات إلى هذا الخطر المحدق بثقافتنا، وتأتي أهميّة هذه الدّراسة في هذا السّياق فهي ستحاول إعطاء بعض الحلول التي تسهم في الاعلاء من الثقافة الرفيعة بالإضافة إلى المحافظة على موروثنا الثقافيّ الزاخر ومن ناحية أخرى إعطاء صورة عن واقع ثقافتنا في الإعلام الفضائيّ العربيّ عامة والبرامج الثقافيّة فيها على وجه الخصوص سلبيّاً وإيجابياً.

**أهداف البحث:**

- تهدف الدّراسة بدرجّة أساسيّة إلى معرفة واقع الثّقافة أو بمعنى أدق كيف يتمّ تناول الثّقافة في قنواتنا الفضائيّة العربيّة من خلال التّعريف على طبيعة البرامج التي يتمّ عرضها في الخريطة البرمجيّة للقنوات الفضائيّة العربيّة.
- تبيين العلاقة بين المثقف العربيّ بالإعلام الفضائيّ العربيّ.
- تسليط الضوء على الدور الفاعل والإيجابي للبرامج الثقافيّة الملتزمة وانعكاس ذلك على الفرد والأسرة والمجتمع وكذا الاهتمام بالمثقفين ورواد الثقافة.



## اشكالية الدراسة:

من أهم أهداف الإعلام وبالأخصّ الفصائيّ منه الحفاظ على الثقافة والعمل على تجذرها في المجتمع والحفاظ عليها من خلال تسليط الضوء عليها بأساليب وطرق متعدّدة في الخارطة البرمجية، ويأتي أهمية ذلك نتيجة ما تتعرّض له ثقافتنا من اختراقات وغزو في ظل السّموات المفتوحة. ولذلك تطرح إشكالية الدراسة التساؤل التالي:

- كيف يتم تناول الثقافة في الإعلام الفصائي العربي في ظل التحول والتطور الهائل في مجال الاتصال والإعلام والرقمنة، وكيف السبيل للنهوض بثقافتنا؟

**منهج البحث:** يعتمد منهج البحث في بناء صورته العامة على المنهج الوصفي، ويعتمد على التحليل والمقاربات والنقد لتحقيق أهداف البحث، كما يعتمد على المسح الذي يعمل على تحليل وتفسير الظاهرة والمستخدم في تحليل البحوث الإعلامية وبالذات التي تعمل على تحليل المادة الإعلامية كالبرامج منها وبما يخدم أهداف البحث.

## تحديد مجتمع الدراسة وعينته:

يعدّ تحديد مجتمع الدراسة وعينته من أهمّ أساسيات المنهجية للبحث وخصوصاً في الدراسات الإعلامية مثلها مثل الدراسات الاجتماعية، فبدونه لا يمكن الوصول إلى استنتاجات ومعالجات ناجعة للدراسة؛ ولذا فقد كان لزاماً علينا تحديد مجتمع الدراسة وعينته، فتمّ تحديد القنوات الفضائية العربية كمجتمع عامّ للدراسة، باعتبارها مسرح الدراسة من خلال معرفة إلى أي حدّ يتمّ تناول برامج ذات مضامين ثقافية فيها، وبما أن مجتمع الدراسة واسع وكبير ولا يمكن رصده والإمام به في هذه الدراسة كان لزاماً علينا تحديد عينة من مجتمع الدراسة حتى نتمكن من الإحاطة بموضوع الدراسة بشكل أفضل وأدق، فتمّ تحديد برنامج " ملهمون " من قناة أبو ظبي الفضائية باعتباره أحد البرامج الثقافية ذات المضمون المعرفي الزاخر والذي يعمل إضافة معرفية للمشاهد والأمر الأهم يتناول البرنامج الرموز الثقافية بدرجة أساسية التي أسهمت بدور فاعل في النهضة الأوروبية خاصة والعالم بشكل عام وهذا بدوره يسלט الضوء على دور المثقف في نهضة الأمم ويعد هذا السبب الرئيس لاختياره ولا يعني عدم وجود برامج ثقافية هادفة غيره ، وتمّ اختيار حلقات الموسم الأول بعدد " 24 " حلقة، بواقع حلقة كلّ أسبوع وعلى فترتين؛ الفترة الأولى تتكوّن من " 15 " حلقة بدءاً من الحلقة الأولى بتاريخ 21 أكتوبر 2019م إلى الحلقة الخامسة عشرة بتاريخ 3 فبراير 2019م والفترة الثانية من نفس الموسم بعد " 9 " حلقات بدءاً من 22 فبراير 2020م إلى 18 إبريل 2020م وذلك بالدراسة والتحليل.

## مفاهيم الدراسة:

- **الثقافة الجماهيرية:** برز مفهوم الثقافة الجماهيرية عند رواد مدرسة فرانكفورت كنقد لواقع المجتمعات الغربية وتكريسهم لهذه الثقافة لخدمة المصالح الاقتصادية والسياسية ومحاولتها السيطرة على الفرد لتنفيذ مصالحها على حساب حريته وقدرته على التفكير واختيار ما يريد وساهمت وسائل الإعلام وبالذات التلفزيون

دور كبير في انتشارها وحديثاً أدى التطور التكنولوجي والمعلومات في زمن العصر الرقمي إلى انتشارها الواسع وسيطرتها على المشهد الثقافي على حساب الثقافة الرصينة. وظهرت عدة تعاريف لهذا المفهوم أبرزها:

يرى "جمال العيفة" في تعريفه للثقافة الجماهيرية فهو يعرفها بأنها "المواقف الجديدة التي تنتشرها وسائل الاتصال والإعلام لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية وتمتاز بأنها ثقافة مصنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب وظهرت بظهور وسائل الاتصال الحديثة.<sup>1</sup>

ولا يذهب بعيداً "Barker" في تعريفه بالقول "إن الثقافة الجماهيرية المعاصرة هي في الأساس ثقافة تم انتاجها تجارياً. فقد جادل العديد من المختصين في الدراسات الثقافية بأن الجماهير تصنع معانيها الخاصة بنصوص ثقافة السلع. أي أن قراء أو جمهور النصوص الثقافية يجلبون كفاءاتهم الثقافية الخاصة ومواردهم الخطابية لاستهلاك السلع. وبالتالي، يمكن اعتبار الثقافة الجماهيرية على أنها المعاني والممارسات التي تنتجها الجماهير في لحظة الاستهلاك. تعكس هذه الفكرة السؤال التقليدي المتمثل في "كيف تحول صناعة الثقافة الناس إلى سلع تخدم مصالحها؟" لصالح استكشاف كيف يحول الناس منتجات الصناعة إلى ثقافتهم الجماهيرية التي تخدم مصالحهم.

ويواصل التأكيد بأن الدراسات الثقافية على وعي بأن الثقافة الجماهيرية هي ساحة قبول ومقاومة في الصراع الثقافي. وبهذا المعنى، تحمل الدراسات الثقافية مفهوماً سياسياً للثقافة الجماهيرية كموقع للصراع على الأهمية؛ أي الساحة التي يتم فيها تأمين الهيمنة الثقافية أو تحديها. وبهذه الطريقة، فإن الأحكام المتعلقة بالثقافة الجماهيرية لا تهتم بمسائل القيمة الثقافية أو الجمالية في حد ذاتها، ولكنها تتعلق بقضايا الهيمنة والسلطة".<sup>2</sup> وهناك أمر هام أشارت إليه " Angharad N Valdivia إلى أن السبب الرئيس لانتشار الثقافة الجماهيرية يعود إلى التطور المعلوماتي والتقني بقولها " رغم النقد الذي تعرضت له الثقافة الجماهيرية في القرن التاسع عشر إلا أن تطور التقنيات والأشكال الثقافية الأخرى ساعد إلى نشر الثقافة الجماهيرية على مستوى العالم وبشكل سريع، وهذا بدوره يجعل من تعريف مفهوم الثقافة الجماهيرية مختلف ما بعد الصناعة والاقتصاد المعلوماتي، حيث وضعتها في قلب الاقتصاد وبناء الهوية، وبراها الكثيرون ساحة الصراع على القيم والهوية في العالم المعاصر".<sup>3</sup>

وهنا يكمن السبب في الانتشار الواسع للثقافة الجماهيرية على حساب الثقافة الرفيعة فالسماوات المفتوحة وصعوبة العيش خارج العصر الرقمي كما أشرنا سالفاً ساعد بشكل كبير في انتشارها من ناحية ومن ناحية أخرى أدى غياب أو قصور دور الدولة بواجباتها تجاه الثقافة إلى اضمحلال الثقافة وظهورها بشكل سطحي وغير قادر على مواجهة الثقافة الجماهيرية.

<sup>1</sup> جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، د ط، ص 45.

<sup>2</sup> Barker, C. "Culture in The SAGE Dictionary of Cultural Studies." (2004) 147-148.

<sup>3</sup> Angharad N Valdivia: Journalism and Mass Communication-vol.I- popular culture.p 1

**الثقافة الرفيعة:** وهي الثقافة التي تعمل على تهذيب الفرد وإصلاح المجتمع وتعزيز القيم والعادات والتقاليد المستمدة من ثقافتنا العربية الإسلامية وكل ما هو إيجابي من الثقافة الإنسانية ويتم تقديمها للمجتمع عن طريق الأدب والتعليم والفن وعبر غيرها من الوسائل ويوكل في إعدادها وإيصالها إلى أناس متخصصين في تلك المجالات، وتهدف إلى تشبع الفرد والمجتمع بها وتحسينهم من الثقافات الوضيعة والجماهيرية التي تسعى إلى التقليل من قدرات الفرد وإلهاء المجتمع وجعلهم مجرد مستهلكين لقوالب وصناعات ومضامين ثقافية جوفاء.

**البرامج الثقافية:** تعد البرامج الثقافية الرصينة بمثابة خط الدفاع الأول عن الهوية الثقافية شريطة أن يتم إعدادها من قبل ذوي الاختصاص ووفق أهداف مدروسة حتى تعمل على تحسين الفرد والمجتمع من الثقافة الجماهيرية والثقافة الوضيعة وخلق مجتمع قادر على التمييز بين ما ينفعه وما يضره وخصوصاً ونحن في عالم يعج بمضامين ثقافية مقولبة لا تعمل على اعلاء شأن الفرد والمجتمع بقدر ما يههما تحقيق الربح غير مبالية بالآثار المترتبة عنها. وهناك تعريف متعددة للبرامج الثقافية وكلها ذات معنى ومضمون واحد لا يتسع المجال لذكرها ويعد تعريف جواد علي مسلماني شامل وفي الغرض حيث يعرفها بأنها "البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي تتوجه أساساً إلى جمهور المستمعين بهدف التنقيف العام والخاص. وتقصد بالخاص الذي يتوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء، والبرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الانتشار الثقافي من الكبار إلى الصغار في حركة ديناميكية، كما تقوم على نماذج لها قدر من العمومية وعلى تبسيط المعارف، والخبرات تبعا للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة، وبعبارات مختلفة عن تلك التي تستعمل في الحياة اليومية"<sup>1</sup>

### الإعلام بين التنوع والاختراق الثقافي:

عبر تاريخ الإعلام وبمختلف أنواعه كانت ومازالت الثقافة تجد في الإعلام الفضاء والوعاء والوسيلة الناجعة للانتشار والوصول إلى المجتمع فلا أحد يستطيع نكران الدور الذي لعبته وسائل الاتصال المختلفة في خدمة الثقافة بدءاً بالصحافة ومروراً بالإذاعة والتلفزيون وصولاً إلى الإعلام الجديد رغم تفاوت ودور كل وسيلة في خدمة الثقافة والحفاظ عليها وانتشارها، فمنذ اختراع المطبعة على يد " غوتنبرغ" ساعد ذلك إلى حد كبير في انتشار الثقافة الرفيعة لدى العامة وذلك من خلال طباعة الكتب بمختلف أنواعها، وكذا أدى إلى انتشار الصحف التي بدورها أفردت مساحات واسعة في صدر صفحاتها للأعمال الثقافية الرصينة والتي يكون مضمونها متشعباً بالقيم والمبادئ الأصيلة ومستندة للوعي الجمعي للمجتمعات والتي تهدف إلى الحفاظ على المثل والقيم والعادات والتقاليد النابعة من كينونة تلك المجتمعات بعيدة عن الثقافات الدخيلة والهابطة، وجاء بعدها الراديو والتلفزيون ليكرسا نفس الاتجاه بالرغم ما شابه البرامج الثقافية من توجيه مباشر من قبل أنظمة الحكم بهدف تعزيز سياساتها وسيطرتها وتحكمها في المجتمعات لكن مع كل هذا لم تتحدر برامجها أو

1 جواد علي مسلماني: البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ط1، ص 49.

محتواها إلى الإسفاف والابتذال رغم الكم الهائل من الغزو الثقافيّ للآخر الموجه إلى منطقتنا العربيّة، واستمرّت التّفزيونات والرّاديوهاث العربيّة محافظة على هذا النهج لغاية ظهور الإعلام الفضائيّ منتصف التسعينيات، ومع مطلع الألفية الثالثة وجدت الأنظمة العربيّة والقائمون على الإعلام نفسها أمام عالم لا يعترف بالحدود والجغرافيا ولا بحراس البوابة أو مراعاة للقيم والدّوق العامّ، بل عالم يتسمّ بالحرية والانفتاح في ظل سماوات مفتوحة فبضغطة زر يستطيع المشاهد الانتقال من قناة إلى قناة أخرى وله مطلق الحرية مشاهدة ما يريده ولا تستطيع الأنظمة منعه أو الحدّ من قدراته على التنقل والمشاهدة، فبات المشاهد العربيّ يتقبل برامج ومسلسلات وأفلام متنوّعة ومتعدّدة لا تنتمي إلى ثقافته ولا حتى تشبهها، بل قد تتصادم معها والمؤسف في هذا أن الإعلام الحكوميّ أو حتّى الخاصّ منها لا يستطيع مجازة تلك القنوات، فالفرق كبير جدًّا سواءً من حيث المحتوى أو الإثارة والتشويق، وكذا المعايير الفنيّة ولذا وجد الإعلام الحكوميّ نفسه في وضع لا يحسد عليه وأصبح يخاطب نفسه ولا تلتفت إليه الجماهير ممّا أدّى إلى انكفائه على ذاته أو تقديم محتوى لا يرتقي إلى المنافسة مع ما يقدّمه الآخر من قوة وإبهار كبيرين.

وأمام كلّ هذا التأثير لإعلام الآخر وهيمنته برزت إلى السّطح خطورة ذلك المحتوى الذي تقدّمه القنوات الفضائية الأجنبية خصوصًا أن تلك القنوات أوجدت لنفسها قنوات ناطقة بالعربيّة على قرار BBC عربي وفرانس 24 و ودي شبيجل الألمانية وقناة الحرّة الأمريكيّة ليس هذا فحسب بل ظهرت وتشاركت معها القنوات العربيّة الخاصّة وبالأخصّ التّرفيهيّة منها ولم يقتصر عند هذا الحدّ بل تكمن الخطورة في البرامج والمضامين الفنيّة والإعلاميّة التي يتمّ ضحها من لدن الدّول الكبرى كأمريكا وبريطانيا والدّول الأوربيّة الأخرى والتي أصبحت تشكّل موردًا اقتصاديًا كبيرًا بالنسبة لها يوازي أو يقارب عائدات تلك الدّول من مبيعاتها العسكريّة "فقد بلغت قيمة صادرات بريطانيا من المواد الثقافيّة في عام 1991، مبلغ 25 مليار دولار، وجاءت في المرتبة الثانية في الدّخل القوميّ بعد السياحة، وفي العامّ ذاته بلغت قيمة الصادرات الأمريكيّة من المواد الثقافيّة 60 مليار دولار، وهو رقم قريب من صادرات السّلاح،" <sup>1</sup> وحاليًا الأرقام تزيد أكثر بكثير.

وهذه الأرقام المخيفة تعني؛ تحول الثقافة إلى منتج يباع ويشترى أو ما أطلق عليه بـ"سلعة الثقافة" عند ثيودور أدورنو وماكس هور كايمر" ولذا فإن "تصنيع الثقافة فصلها وأبعدها عن مبدعها الأصليّ، بمعنى أبعدها عن الفعاليّة الإنسانيّة، وأصبح المبدع والخالق للثقافة هو الحلقة الأضعف في عمليّة الإنتاج الثقافيّ الضخمة والمعدّة"<sup>2</sup> ونحن نعلم ما للإعلام من دور وتأثير" فوسائل الإعلام الجماهيريّة تعتبر بمثابة الناقل الأساس للثقافة، فهي أدوات ثقافيّة تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها وتلعب دورًا أساسيًا في تطبيق السياسات الثقافيّة، بإضفاء طابع ديمقراطيّ على الثقافة، فهي الوسيلة الأساس لملايين البشر في الحصول على الثقافة بتجميع أشكال التعبير، فتقدم لهم روائع الإبداع من الماضي والحاضر"<sup>3</sup> أو بمعنى آخر "وسائل

<sup>1</sup> وديع سعيد العززي: القنوات الفضائية في عصر العولمة "الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، إصدارات وزارة الثقافة والسياحة، صنعاء، 2004، ص 34.

<sup>2</sup> . وديع محمد سعيد العززي: القنوات الفضائية في عصر العولمة "الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 34.

<sup>3</sup> محمود إبراهيم شلبية: البيانات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، منشورات الأسيكو، الرباط، 1421هـ - 2000، ص 59.

الاتصال تعدّ أدوات ثقافية، فهي تشكّل الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الشعوب. وعلى الرغم من أن قدرًا هامًا من التعبير الثقافي لا يزال يحتفظ بأشكاله التقليدية المباشرة فإنّ وسائل الإعلام الجماهيرية في العصر الزاهن توفر الزاد الثقافي وتشكّل الخبرة الثقافية للملايين من البشر<sup>1</sup>.

وأمام كلّ هذه التّحديات يبرز الدور الذي يجب أن تضطلع به القنوات الفضائية العربية في حماية الثقافة العربية سوى منها الرّفيعة أو الشعبيّة أمام هذا الغول الهائج من المنتجات الثقافيّة الغازية أو المستوردة أو تلك المصنّعة محليًا ولكن مقلّدة للآخر ومحاكيّة له، وبات يطلق عليها بالثقافة الجماهيرية والتي تتدرج في إطارها البرامج الترفيهيّة وبرامج الواقع والمسابقات الفنيّة والكوميديا السوداء والتي تعتمد على الإثارة والترويج والإبهار وعزل المشاهد عن واقعه وتفقر إلى الموضوعيّة والرّصانة والرّفيع من شأن المتلقّي، ولا تنمّي فيه الفكر النقديّ والتحليليّ الذي يساعده على إيجاد الحلول الناجعة لمشاكله بل إنّها تقضي على روح الابتكار والإبداع لدى المشاهد. ولا يقتصر تأثيرها عند هذا الحد بل يمتد إلى أبعد من ذلك ويتمثل في غرس ثقافة مغايرة عن الثقافة الأم مما يؤدي إلى انصهارها واندثارها مع الزمن وبروز جيل بلا هوية ثقافية وهنا تكمن الخطورة.

#### الثقافة في العصر الرقمي أليه علاقة:

لم يعد خفيا أن عالمنا اليوم بات مختلف تماما عن عالم الأمس بعد الثورة الرقمية وما أحدثته من هزات في مختلف مناحي الحياة ولعل أبرزها في الجانب الإعلامي والثقافي؛ ففي الجانب الإعلامي أضحت الإعلام الرقمي جزء أصيل في منظومة الإعلام أن لم يكن الرئيس والموجه له ف" التقدم التكنولوجي الكبير في العقود الأخيرة جعل من العسير الفصل ما بين ثلاثة مفاهيم أو عناصر أساسية في العملية الإعلامية، وسائل الإعلام التقنية، وسائل الاتصال المتنوعة، ثم الإنسان بذاتيته الفردية والجماعية"<sup>2</sup>

وهذه الأهمية والحظوة لوسائل الإعلام التقنية جعلت بقية الوسائل الإعلامية المختلفة تستعين بها من أجل تطوير أدائها والوصول إلى المتلقي بل وصل الأمر إلى أبعد من ذلك وتمثل بالتخلي عن بعض وسائل الإعلام التقليدية وتحولها إلى الإعلام الرقمي كما حدث لبعض الصحف والمجلات الكبرى أما الإعلام الفضائي فواكب هذه التقنية الرقمية مبكرا واستفاد من مميزاتا حتى يصل إلى المشاهد وذلك من خلال إنشاء منصات بث رقمية لبرامجه المختلفة أو الأخبار أو الوصول إلى الأحداث وبثها مباشرة لجمهوره عن طريق البث الحي والمباشر أو متابعة البرامج التلفزيونية والإخبارية عبر التلفزيون الشخصي المحمول أي باستعمال الهاتف المحمول. ويقدر ما عمل هذا الاندماج من تطور وانتشار لوسائل الإعلام إلا أن في نفس الوقت شكّل تحدي كبير لها وخصوصا وسائل الإعلام الوطنية نتيجة التنافس الكبير الذي تواجهه من لدن وسائل إعلامية

<sup>1</sup> عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة 78، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يونيو 1984، ص 52.

<sup>2</sup> عزلم أبو الحمام: الإعلام الثقافي "جدليات وتحديات" دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 26.

تملك إمكانات هائلة مكّنها من إنتاج وبت مضامين إعلامية وثقافية مبهرة تجذب وتستقطب الجماهير إليها بصرف النظر عن قيمتها ومضمونها ومردودها على الفرد.

أما على الجانب الثقافي لم تكن الثقافة بمعزل عن التحول الرقمي فبرز مفهوم عولمة الثقافة رغم أن هذه الثقافة من مصدر واحد يفرض ثقافته علينا ومضمونها مغاير تماما لثقافتنا بل تعمل على طمسها وإحلال محلها ثقافة سطحية ومغايرة وتأتي إلينا بفضل هذه التكنولوجيا ووسائلها الاتصالية على شكل قوالب ثقافية واضحة بمثابة صناعة ثقافية مثلها مثل المواد المستهلكة فوسائل الاتصال " تتشد الریح قبل كل شيء آخر ، تود أن يباع كل شيء ويشترى كل شيء لتصل إلى أهدافها ، تجهد بتلبية رغبات " زبائننا" تحاول قبل أي شيء آخر " تعجب وتغري"<sup>1</sup>

والمؤسف أن الثقافة تحولت كسلعة تباع وتشتري وخصوصا أن الأنظمة والدول في عالمنا العربي لم تتمكن من مقاومة هذه الصناعات الثقافية أو تحصين ثقافتها أو اللحاق بالتطور بل " إن الدول العربية اكتفت باستيراد التكنولوجيا من الدول الغربية، بل إن أخطر ما في الأمر أن التكنولوجيا ومنتجاتها من السلع الاستهلاكية غدت في ظل سياسات الأنظمة العربية جزءا من خطة مرسومة هدفها ترسيخ التبعية للدول الغربية"<sup>2</sup> وهنا تكمن الخطورة.

#### - البرامج الثقافية في خارطة البرامجية للقنوات:

لا شك إن الثقافة لا يمكن عرضها في القنوات الفضائية إلا من خلال برامج ثقافية هادفة ومدروسة تفضي إلى الإغلاء من شأن الثقافة وزرع قيمها في المجتمع وخصوصا ونحن نعيش في عالم صار قرية كونية بفضل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصالات والتدفق الهائل للمعلومات بشتى أنواعها ومن ثقافات مختلفة ومغايرة لثقافتنا وخصوصا الثقافة الغربية منها فمثلا نجد " الولايات المتحدة الأمريكية وحدها تحتكر " 75% من الرسائل التي تتدفق عبر أنحاء العالم ، كما أن الشركات الأمريكية عابرة القارات تسيطر على " 65% من تدفق الأخبار و " 75% من تدفق البرامج التلفزيونية و " 50% من الأفلام عبر العالم. كما تمتلك الشركات الأمريكية عابرة القارات " 45% من بنوك المعلومات و " 62% من أنظمة الكمبيوتر بالإضافة إلى السيطرة على شبكة المعلومات"<sup>3</sup>.

وهذا يدلّ دلالة مباشرة على سيطرة الغرب على الرسائل الإعلامية الموجهة ليس للعرب فقط بل للعالم أجمع ومحاولة خلق ثقافة كونية هي من تقرر مضمونها ويساعدها في ذلك امتلاكها لمعظم الشركات الإعلامية الكبرى والسيطرة على سوق الإعلام فهناك " ما يقارب ثلاثمائة شركة إعلامية هي الأولى في العالم وجدنا بينها "144" شركة أمريكية و"80" أوروبية و"49" يابانية، ومن بين الشركات " 75" الأولى في مجال نقل

<sup>1</sup> فرنسيس بال: الميديا، ترجمة فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، يناير 2008، ط1، ص120

<sup>2</sup> مصعب حسام الدين قتلوني: مستقبل ثورات الفيسبوك" مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير "شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014م، ط1، ص 33.

<sup>3</sup> سليمان صالح: الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2003، ص 64.

المعلومات إلى الجمهور هناك "39" شركة أمريكية و"25" أوروبية و"8" يابانية، وفي قطاع الخدمات المعلوماتية والاتصالات بعيدة المدى فمن بين الشركات الـ "88" نجد "39" أمريكية و"19" أوروبية و"7" يابانية، في قطاع التجهيزات فمن "158" شركة هناك "75" شركة أمريكية و"36" شركة أوروبية غربية و"33" يابانية، ويوجد الباقي بأكمله تقريباً في شمال أستراليا وكندا<sup>1</sup>

ومقابل هذا الكم الهائل من المؤسسات والشركات الإعلامية الكبرى نجد القنوات الفضائية والمؤسسات والشركات الإنتاج والتوزيع العربية غير قادرة على المنافسة لذلك تعتمد القنوات التلفزيونية العربية على نسبة كبيرة من البرامج المستوردة لإغناء شبكاتنا البرمجية وتنويعها، بما يلبي رغبات مشاهديها، ويغطي نقائص الإنتاج المحلي. وقد ازدهرت سوق ترويج البرامج وتوزيعها في المنطقة العربية بحكم تكاثر القنوات الفضائية حالياً 1200 قناة فضائية ناطقة بالعربية: منها 151 قناة عمومية<sup>2</sup> في حين ما يتم إنتاجه من برامج من قبل شركات الإنتاج والتوزيع العربية نجد البرامج التي تلقى سوقاً جيدة من قبل القنوات العربية هي: المسلسلات الدرامية القوية خاصة التي تضم مجموعة متنوعة من الممثلين لأكثر من بلد عربي وبرامج المنوعات والسهرة الفنية مع المطربين العرب<sup>3</sup>.

من المعطيات والحقائق أعلاه نستطيع التنبؤ بواقع إعلامي وثقافي عربي لا يسرّ كانعكاس لواقع البرامج الثقافية في خارطة البرمجية للقنوات الفضائية العربية وكما هو معلوم إن شركات الإنتاج والتوزيع العربية لديها إمكانات هائلة ومع ذلك تحجم عن إنتاج البرامج الثقافية الجادة تحت مبرر صعوبة تسويقها للقنوات الفضائية لرفض الأخيرة شرائها وهناك سبب آخر مسكوت عنه من قبل القنوات والشركات هو عدم تحقيقها عوائد ربحية كبيرة مقارنة بالبرامج الترفيهية والمسلسلات والأغاني التي يتم رعايتها أو الإعلان فيها من قبل الشركات الكبرى لتسويق منتجاتهم.

وبطبيعة الحال يأتي هنا الدور على القنوات الفضائية العمومية على وجه الخصوص بإنتاج البرامج الثقافية باعتبارها مسؤولة مسؤولية مباشرة أمام المشاهد العربي وملزمة بتزويده ثقافة ملتزمة ومهذبة وملهمه تساعده على معرفة مشكلاته وإيجاد الحلول الناجعة لها وتوسيع مداركه ومعارفه، وبانفتاحه على الثقافات الأخرى بالإضافة إلى ربطه بثقافته الأم والحفاظ عليها، وأيضاً اعتبار المحافظة على الثقافة حق سيادي في وقتنا الزاهن مع الثورة التكنولوجية والتدفق الثقافي الكبير، وأيضاً هذا لا يعفي القنوات الفضائية الخاصة بالقيام بواجبها تجاه الثقافة كواجب وطني والتزام أخلاقي بعيداً عن مبدأ الربح والخسارة. وعند إعداد البرامج الثقافية لا بدّ من مراعاة عدّة معايير منها؛ إسنادها إلى ذوي الاختصاص واختيار مضامين ذات قيمة للمشاهد، فهي

<sup>1</sup> - عبد الملك الدناني: البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص 107.

<sup>2</sup> - منشورات أكاديمية التدريب الإعلامي لندوة بعنوان "واقع سوق البرامج التلفزيونية العربية وسبل تطويرها" نظمت من طرف أكاديمية التدريب الإعلامي التابعة لاتحاد إذاعات الدول لعربية واللجنة الدائمة تونس 2018، ص 2. <http://www.asbu.net/academy/ar/publications>

<sup>3</sup> - مفيد مرعي: خلاصة تجارب شخصية حول تسويق البرامج لتلفزيونية وتوزيعها مداخل تم عرضها في ندوة: واقع سوق البرامج التلفزيونية العربية وسبل تطويرها" نظمت من طرف أكاديمية التدريب الإعلامي التابعة لاتحاد إذاعات الدول لعربية واللجنة الدائمة تونس 2018، ص 12. <http://www.asbu.net/academy/ar/publications>

تهدف بالأساس إلى " تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في فكرة تلفزيونية مقبولة، تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن التلفزيوني متميزاً بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق وفي أرحب دائرة، دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيمة الكبرى في الإنتاج الثقافي إلا دفعاً لها مزيداً من التفوق والإجادة"<sup>1</sup>.

وهذا بدوره يحيلنا إلى التأمل ومعرفة طبيعة البرامج التي يتم تقديمها وعرضها في القنوات الفضائية ويمكن إيجازها بالآتي:

- تشكّل البرامج الترفيهية والتظاهرات الفنية كالمهرجانات والاحتفالات الحيز الأكبر ضمن الخارطة البرمجية للقنوات وإدراجها جميعها ضمن البرامج الثقافية.

- هناك برامج ذات طابع ثقافي يتم التركيز فيها على الأماكن والمزارات الثقافية والحضارية والدينية في البلدان العربية، ورغم أهمية مثل هكذا برامج إلا أنّ القائم بالاتصال يهدف بالأساس للترويج السياحي أكثر منه ثقافي وينطبق الحال كذلك على البرامج التي تتناول العادات والتقاليد والمناسبات الثقافية والدينية.

- هناك برامج ثقافية ذات طابع معرفي وأدبي وتشكّل عامل جذب للمشاهد للاطلاع والمعرفة، إلا إنّ ما يؤخذ على القنوات تخصيص فترة زمنية قصيرة لها، وبعضها يتم عرضها في أوقات لا يتمكن قطاع واسع من المشاهدين من متابعتها ومن أمثلة تلك البرامج لا الحصر؛ برنامجي "كلّ يوم كتاب وبرنامج على خطى العرب من قناة العربية وبرنامجي "تأملات" و" وخارج النصّ" من قناة الجزيرة وبرنامج "كتاب قريبتو" من قناة 2M المغربية وبرنامج "زني علماً" من قناة الشروق الجزائرية وبرنامج "يا قصص" وإصدارات تونسية و"رواق الفنون" من قناة الوطنية التونسية، وبرنامج "ملاح" من القناة الثانية المصرية وبرنامج "سوابح الفكر" من قناة قطر وبرنامجي "وذهب مثلاً" و"مكتبات وأسرار" من قناة أبو ظبي.

- برامج ثقافية ذات مضامين رفيعة وتناقش قضايا هامة وملحة وتقدّم حلولاً لعدد من مشكلات المجتمع في مختلف نواحيه، وكذا تشجّع المشاهد على التأمل والتفكير والتحليل والمقارنة والاستدلال والاستنتاج إلا أنّها محدودة جداً من ناحية وموجهة إلى فئة معينة وهي الفئة المثقفة وأصحاب القرار من ناحية أخرى، وبالتالي جمهورها محدود، إضافة أنّ لغتها عالية وعدم قدرة المشاهد العادي على فهم مصطلحاتها، واعتمادها على الحوار بين الضيف والمذيع فقط، وعدم إدخال وسائل ومؤثرات فنية لشرح وتوضيح الأفكار بهدف تبسيطها للمشاهد - من دون الإخلال بالمستوى الثقافي - حتى لا يصاب المشاهد بالرتابة والملل.

- علاقة المثقف بالإعلام الفضائي:

وجد المثقف العربي نفسه معزولاً عن واقعه الاجتماعي في زمن ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات فالوسائل التقليدية التي كانت وسيلته لإيصال زاده الثقافي إلى جمهوره لم تعد لها رواج لدى الجمهور كالصحف والكتب وكذا القنوات الفضائية العربية التي تخلت عن هذه الفئة لعدّة أسباب منها ما يتعلّق بعدم قدرتها في مواكبة التطور تحت مبرر ضعف الإمكانيات، وكذا تريد نخبة مثقفة تسائر أهواء النخب الحاكمة، وكذا عدم

<sup>1</sup> - سهير جاد، سامية أحمد علي: البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999، مصر، ص 78.



التجديد في طريقة تناول المواضيع مما يطغى على برامجها الرتابة والملل. في حين " توجه الرأسمال في المنطقة حديثاً إلى الاستثمار في المجال الرمزي وتحويله إلى أداة لتمتين الرأسمال الاقتصادي السياسي وإغراق المتلقي في فضاء تحديّ " تحدي الممنوعات الثقافية" ليس من باب الترفيه بذاته فحسب ولكن من منظور الإلهاء كنهج أيديولوجي يتناغم مع فكرة "تحقير المتلقي وخطاب احتواء التّطرف الذي يحرك الجزء الأساس من الإعلام الدولي في هذه المرحلة التاريخية بالذات"<sup>1</sup>.

انعكس هذا الواقع المؤلم الذي يعيش فيه المثقف، والذي أصبح فيه مكبل اليدين على الثقافة بحيث أصبحت مفروغة من معناها " ولم تعد امتيازاً اجتماعياً وصارت "منتجات" متاحة في الفضاءات الجماعية المشتركة وفي الحيز الفردي الخاص؛ ومن ثمّ احتدّ التعارض بين تصوّر نخبوي يعلو بالثقافة عن اليومي والاستهلاكي والعاشر، وتصور يعتبرها بعداً من أبعاد الحياة اليومي للمواطن المعاصر"<sup>2</sup> وبمعنى آخر أنه يمكن إنتاج ثقافة ولكن هل ممكن تسميته ثقافة بالمعنى الدقيق للثقافة؟ والأهم من كلّ ذلك هل مضمونها ذات قيمة؟ وهو ما يجيب عنه "فرانيس بال بقوله" بإمكان وسائل الاتصال التّدخل لتسهيل إيصال الثقافة إلى الجمهور العريض ولكنها لا تستطيع إنتاج ثقافة أو تعميق هذه الثقافة، لأنّ القيمين على وسائل الاتصال ليس بإمكانهم خلق ثقافة معمقة"<sup>3</sup>.

وأمام كلّ هذا وجد المثقف العربي نفسه في وضع لا يحسد عليه، إمّا أن يبقى معزولاً بسبب عدم قدرته في إيجاد وسيلة لإيصال رسالته أو أن يجري الواقع على حساب مبادئه وقيمه وفي كلا الحالتين سيعود بالسلب على الثقافة والذي بدوره سينعكس تلقائياً على المجتمع؛ لأنّ الثقافة تعدّ بالنسبة له بوصلة الحياة السليمة.

**- برنامج "ملهمون":**

برنامج "ملهمون" برنامج ثقافيّ أسبوعيّ يعرض من قناة أبو ظبي الفضائية\* يتناول " قصة التتوير في التاريخ الإنسانيّ، نستعرض أهمّ الأفكار والفلسفات والاختراعات العلميّة والإنتاجات الأدبيّة والفنيّة منذ بداية الحضارات وحتىّ العصر الحديث، ونتناول مراحل التتوير الفكريّ عبر حقبات تاريخيّة عديدة"<sup>4</sup> وحلقات البرنامج التي تمّ اختيارها تسلط الضوء على الأعمال الخالدة لعظماء عصر النهضة الأوربيّة، وكيف استطاع قادة الفكر والأدب والفن في تلك الحقبة بعصارة أفكارهم انتشاراً أوروباً من عصر الظلام إلى عصر الأنوار؟ ويعرض البرنامج في كلّ حلقة شخصيّة كان لها أثر بالغ في عصر التتوير في مجال من المجالات الفكرية أو الفنية أو الأدبية أو العلمية وغيرها. والبرنامج تقدّمه الإعلامية أمانى أبو الحسن ومن إخراج سام أندراوس.

### 1- بطاقة معلومات عن البرنامج:

ثقافي	نوع البرنامج
-------	--------------

<sup>1</sup> - عبد الرحمن عزي، الإعلام وتفكيك البنيات القيمية في المنطقة العربية "قراءة معرفية في الرواسب الثقافية"، الدار المتوسطية للنشر ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، 2009 - 1430هـ، ط 1، ص 12.

<sup>2</sup> - منجي الزبيدي: جماهير الثقافة، دار سحر للنشر، تونس، 2016، ط 1، ص 8.

<sup>3</sup> - فرنسيس بال: الميديا، ترجمة فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، يناير 2008، ط 1، ص 6.

<sup>4</sup> - موقع قناة أبو ظبي الفضائية <https://adtv/ae>

دورية البث	أسبوعي
نوع البث	مسجل
مدة البرنامج	من 20.26 دقيقة إلى 22.48 دقيقة.
الشكل الفني لعرض البرنامج	حديث مباشر
اللغة المستخدمة	مزيج بين الفصحى والعامية
مكان عرض البرنامج	الاستديو
وقت البث	المساء الساعة 20:30

جدول رقم "1" بطاقة معلومات عن البرنامج.

## 2: فئة المجالات وعدد الحلقات لكل مجال التي تطرق إليها البرنامج:

من خلال مشاهدة حلقات البرنامج قيد الدراسة يتبين أنّ البرنامج ركّز على مجالات كان لها الأثر البالغ في أحداث النهضة الأوروبية وبالأخصّ في مجال الفكر والسياسة لما لهما من دور في مخاطبة العقل والوجدان وتحريه من الخرافات والخزعبلات العالقة في ذهن المجتمع نتيجة الضخ والتعبئة من لدن الكنيسة والحكّام، وتأتي بعد ذلك المجالات التي تخاطب الذوق والإحساس وتنمي الإبداع والتفكير الحرّ.

المجال	التكرار	النسبة %	المدة	الزمنية
			التكرار	النسبة
الفكر والسياسة	08	33.33	170.19	33
الفنّ	05	20.83	108.02	20.94
الجغرافيا	02	8.33	43.38	8.5
الفلك	03	12.5	64.55	12.51
الأدب	03	12.5	64.19	12.448
اختراعات	02	8.33	43.88	8.5
الطبّ	01	4.16	21.45	4.15
المجموع	24	100	515.66	100

جدول رقم "2" يوضح المجالات التي تناولها البرنامج والمدة الزمنية لكل مجال.

يتبين من الجدول أنّ الحلقات التي تناولت الفكر والسياسة في البرنامج كانت أكبر عدد ونسبة 33.33% وكذلك زمانياً وبنفس النسبة وهنا كان القائمون على البرنامج موفّقون في ذلك فالنهضة الأوروبية ما كان لها أن تنجح إلّا بعد تحرير العقل من الرّواسب القديمة المتخلفة التي تعيق تقدّمه والشخصيات التي تناولها البرنامج كان لهم عظيم الأثر في انعتاق أوروبا من الجهل والمضي بها نحو النهضة والمستقبل. يأتي بعد ذلك مجال الفنّ ونسبة 20.83% وبـ 20.94 زمانياً، ومعلوم ما للفنّ الأوربيّ من دور بارز في النهضة الأوروبية، فالفنّ لا ينمو إلّا في مجتمع لا يعترف بالطبوهات؛ لأنّها ليست من إبداعه ولا تطلق العنان لخياله. ومن ثمّ يأتي الأدب والفلك وبنفس النسبة 12.5% ومعلوم الأثر الذي لعبه علماء الفلك فقد كانت اكتشافاتهم الفلكية الشّرارة الأولى لرفض الاعتقادات الجامدة للكون التي اعتمدها الكنيسة وبدون دليل علميّ ملموس، وكذلك لعب الأدب دوراً بارزاً في توعية العامّة وانتشالهم من الجهل، وفتح لهم نافذة وبارقة أمل للتعبير عن

ذواتهم ومحاكاة واقعهم بعد أن كانوا أسرى للكتب الدينية فقط. في حين جاء مجالاً الجغرافيا والاختراعات بنسب متساوية بـ 8.33% وجاء الطب بنسبة 4.16% وكان لهذه المجالات كذلك إسهامات لا يستهان بها، حيث أسهمت بدور كبير في انتشار أوروبا من عصر الانحطاط إلى عصر النهضة.

### 3- فئة البلدان الذين ينتموا إليها رموز عصر النهضة في حلقات البرنامج

النسبة	التكرار	البلد
33.33	08	إيطاليا
12.5	03	ألمانيا
4.16	01	سويسرا
12.5	03	إسبانيا
16.66	04	إنجلترا
4.16	01	هولندا
8.33	02	فرنسا
4.16	01	بولندا
4.16	01	تونس
100	24	المجموع

جدول رقم "3" فئة البلدان الذين ينتموا إليها رموز عصر النهضة في حلقات البرنامج

يتبين من الجدول أعلاه أن الدول التي كانت تتمتع بنفوذ ديني وعسكري وثروة في ذلك الوقت كإيطاليا وإسبانيا وإنجلترا وألمانيا بدأت منها شرارة التنوير لعصر النهضة، فبالرغم من سطوة الكنيسة إلا أن ذلك لا يمنع من بروز قادة التنوير في مختلف المجالات، والذين أسهموا بشكل كبير في كسر حاجز الخوف والقيود والخطوط الحمراء التي دأبت الكنيسة والحكام على منع الاقتراب منها. فنلاحظ في إيطاليا جاءت بنسبة 33.33% وتعد المركز الرئيس للكنيسة الكاثوليكية ونواة عصر النهضة وبعدها تأتي إنجلترا بنسبة 16.66% ومعلوم الدور الذي لعبته إنجلترا سواء تعلق الأمر بمفكرها أو حكامها وبالذات الملك هنري الثامن بانفصاله عن الكنيسة الكاثوليكية. في حين جاءت ألمانيا وإسبانيا بنسبة متساوية بـ 12.5% لكل واحد منهما، ففي ألمانيا أحدث مفكرها وعلمائها دوراً مهماً في عصر النهضة بدا "بيوهان غوتنبرغ" مخترع آلة الطباعة وصولاً إلى مارتن لوثر الذي دعا إلى التحرر من سلطة "البابا" وأدت أفكاره فيما بعد إلى ظهور الكنيسة البروتستانتية. أما إسبانيا لعبت دوراً كبيراً في عصر النهضة رغم التشدد الديني للكنيسة، فبرزت فيها الحركة الإنسانية، وكذا الاكتشافات الجغرافية، رغم معارضة ما صاحبها من بطش وتكليل بالسكان الأصليين للبلدان المكتشفة.

### 4- فئة المضامين الثقافية التي يعالجها البرنامج

عند إعداد أي برنامج لا بد أن يكون له هدف أو أهداف تود أسرة البرنامج والقناة من ورائهم تحقيقها، ومن أجل تحقيق تلك الأهداف لا بد التركيز على الرسائل المراد إيصالها من خلال مضامين حلقات البرنامج، فهي المراد والمنتهى وكذا العامل الرئيس لنجاح أو فشل البرنامج وتأتي بقية القوالب الفنية للبرنامج لإضفاء الشكل الجمالي والفني للبرنامج.

النسبة	التكرار	الفئة
16.16	04	إنجازات علمية
41.66	10	التربية على التفكير وبناء الوعي
16.16	04	الحرية
16.16	04	الإبداع والابتكار
8.33	02	اكتشافات جغرافية
100	24	المجموع

#### جدول رقم 4 " فئة المضامين الثقافية التي يعالجها البرنامج

بعد تحليل المحتوى الثقافي لحلقات البرنامج يتبين أنّ الحلقات التي تناولت في مضامينها على التفكير وبناء الوعي جاءت في المقدمة بعدد عشر حلقات ونسبة 41.66% وكان الاختيار موفقاً فقد كان لأولئك المفكرين والساسة دوراً كبيراً في تغيير كثير من المفاهيم المغلوطة وشجعت المجتمع على التأمل الناقد والإيجابي، مما أدى إلى إحداث تغيير كبير في الفكر الثقافي والاجتماعي والعلمي في المجتمع الأوروبي. في حين تطرق البرنامج إلى الإنجازات العلمية والإبداع والابتكار وقضايا الحرية بعد حلقات متساوية بـ 4 حلقات لكل مجال ونسبة 16.16% فلا أحد يتجاهل دور الإنجازات العلمية، من اختراعات علمية حيث أسهمت بشكل فاعل في النهوض بالمجتمع الأوروبي وأنعش تأثيرها على جميع مناحي الحياة وبالذات الاقتصادية والثقافية منها. بالمقابل كان لرموز الحرية -التي وقفت في وجه الكنيسة والأنظمة وتعرية الطابوهات- دور مهم في انعتاق المجتمع نحو الحرية، وكذا كان للإبداع في مجال الفن والأدب دور كبير وفاعل في جعل المجتمع الأوروبي متذوقاً للجمال ومدركاً لرسالة الفن في الحياة.

#### 5- فئة العلماء والرموز الثقافية والفكرية الذين تناولهم البرنامج

المتأمل في الأسماء أدناه يلاحظ أنّ البرنامج ركز بشكل متقن على من كان لهم بالفعل الدور الأبرز في انعتاق أوروبا من عصر الانحطاط والانغلاق إلى عصر التنوير، وهذه الكوكبة ظلت إسهاماتهم مستمرة إلى يومنا هذا بل أصبحوا أيقونات كلاً في مجاله، فلا يمكن الحديث عن علم السياسة دون ذكر " ميكافيلي" ولا يمكن الحديث عن الأدب والفن دون ذكر " شكسبير وميجيل دي ثيربانتييس ودافنشي ومايكل أنجلو" ولا يمكن الحديث عن الفلسفة دون الإشارة إلى " ديكارت وفرانسيس بيكون" وغيرها من الأعلام في المجالات الأخرى كما هو موضّح في الجدول أدناه.

المجال	رموز العلم والثقافة والفكر
الفلك	جيوردانو برونو، نيكولاس كوبرنيكس، غاليليو غاليلي، يوهانس كابلر.
الفكر والسياسة	نيكولا ميكافيلي، ابن خلدون، فرانسيس بيكون، رينيه ديكارت، توماس هوبز، ديسيدروس إراسموس، توماس مور، مارتين لوتر.
الفن	دوناتيللو، بوتيتشيلي، ليوناردو دافنشي، مايكل أنجلو، وليم شكسبير
الطب	فيلبوس باراسيلبوس، اندرياس فيزيليوس
الأدب	دانتي اليغيري، جيوفاني بوكاتشيو، فرانسيسكو بتراركا، ميجيل دي ثيربانتييس.
اختراعات	يوهان غوتنبرغ، بليز باسكال.

## جدول رقم " 5 " فئة العلماء والزُموز الثقافية الذين تناولهم البرنامج.

وخلص القول فالقائم بالاتصال وفريق البرنامج كان موفقاً إلى حد بعيد في اختيار محتوى حلقات البرنامج لما تتضمنه من ثراء ثقافي، إضافة إلى قدرة مقدّمة البرنامج على تقديم المعلومات بشكل مبسّط وجذاب دون الهبوط بالمستوى الثقافي واحترام النخب المتخصصة؛ وهذا ما جعل البرنامج موجه لجمهور متعدّد من المشاهدين ولا يقتصر على المختصين، وكذا الجانب الفني فاستخدام الصّور والرّسوم والجغرافيك المصاحب لعرض المعلومات شكّل تبسيط لفهم المعلومات والأفكار وعامل جذب لمتابعة البرنامج، كما أنّ تصميم وديكور الأستديو كان متناسقاً ومنسجماً مع محتوى كلّ حلقة من حلقات البرنامج. وإذا كان هناك مأخذ على البرنامج هو عدم ربط مضامين الحلقات بواقعا اليوم بهدف إحداث عصف ذهنيّ مباشر للمشاهد، بل ترك للمشاهد استخلاص ذلك بنفسه، والقيام بما يجب العمل به تجاه ذاته ومجتمعه.

وخلص القول؛ فالبرنامج وما احتواه من مضامين ثقافية يسهم نوعاً ما في تقديم محتوى ثقافي متنوع ينمي من معرفة المشاهد من ناحية ويحفّزه نحو الأبداع والسعي نحو المعرفة وهو ما نسعى ونصبوا إليه ولو لم يكن بالشكل الكامل.

## النتائج:

- سيطرة الثقافة الجماهيرية القائمة على التسلية والبذاءة والسطحية على معظم البرامج التلفزيونية في قنواتنا الفضائية العربية وأصبح الهدف لتلك القنوات تحقيق الربح بقطع النظر عن الأثر الذي تتركه تلك البرامج على الفرد والمجتمع.

- شكّل التطور التكنولوجي والتقني إلى أحداث ثورة في مجال الاتصال والإعلام، لكن كل ذلك لم يساعد في خدمة ثقافتنا بل على عكس تماماً أدى غزونا بصناعات ثقافية جاهزة لا تمت إلى ثقافتنا بصلة وتعمل على إفساد الذوق وهدم القيم.

- عدم اهتمام القنوات الفضائية بالمتقنين والمبدعين سوى تعلق الأمر في إعداد مضامين ثقافية جادة أو تسليط الضوء على ابداعاتهم الأدبية والفكرية، بل اتجهت إلى المشاهير من نجوم الفن والرياضة في تقديم برامجها للاستفادة من شعبيتهم الجماهيرية في جذب المشاهد إلى برامجهم والحصول على الإشهارات من الشركات التي تفضل الإشهار في مثل هكذا برنامج.

- عدم وجود رؤية واضحة لدى القائم بالاتصال في القنوات الفضائية العربية لتضمين برامج ثقافية ضمن الخارطة البرمجية وبشكل منتظم ومستدام وذات ثراء ثقافيّ يخاطب العقل وينمي الإدراك باستثناء عدد محدود جداً.

- عدم منح البرامج الثقافية ذات المردود الإيجابي على المشاهد مساحة زمنية مناسبة، وكذا بثّها في غير أوقات الذروة، إضافة إلى ذلك عدم إعدادها وإخراجها بشكلٍ فنيّ جيّد حتّى تجذب المشاهد لمتابعتها.

- تكمن أهمية برنامج " ملهمون " في تقديمه مضامين معرفية هامة في مجال الفكر والأدب والعلم وتقديمها بأسلوب جذاب ومبسط.

- يعمل البرنامج لأحداث عصف ذهني للمتلقي وتحفيزه نحو الاطلاع والسعي نحو المعرفة والابتكار ويعمل على تحفيزه للالتفات نحو ثقافته الأم وما تزخر به من كنوز معرفية.

### المقترحات

- إعطاء الأولوية للبرامج الثقافية التي تهدف إلى تعزيز القيم والعادات الثقافية الأصيلة والتي تساعد على التفكير الناقد ضمن الخارطة البرمجية للقنوات الفضائية العربية العامة والخاصة منها.

- إسناد إعداد تلك البرامج إلى ذوي الاختصاص والخبرة.

- إشراك المؤسسات العربية ذات العلاقة والاختصاص، مثل اتحاد إذاعات الدول العربية وغيرها بالقيام بواجبها في هذا الشأن، وذلك من خلال المساهمة بإنتاج برامج ثقافية ذات قيمة بالتنسيق مع القنوات الفضائية والجهات الحكومية ذات العلاقة.

- نشر البرامج الثقافية في مواقع وحسابات التواصل الاجتماعي التابعة للقنوات الفضائية في الفضاء الافتراضي حتى يتسنى وصولها إلى قطاع واسع من الجمهور؛ لما لتلك الوسائل من متابعة وتفاعل كبيرين من قبل الجمهور وخصوصاً فئة الشباب.

- الاستفادة من التطور التكنولوجي والتقني من خلال إنتاج مضامين ثقافية جادة مستمدة من ثقافتنا العربية وليس ثقافة مستوردة من الآخر.

### قائمة المصادر والمراجع

1. جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، ط1.
2. جواد علي مسلماني: البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ط1.
3. سليمان صالح: الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2003.
4. سهير جاد، سامية أحمد علي: البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع 1999، مصر.
5. عبد الرحمن عزي، الإعلام وتفكيك البنيات القيمة في المنطقة العربية "قراءة معرفية في الرواسب الثقافية"، الدار المتوسطة للنشر ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، 2009 - 1430هـ، ط 1.
6. عبد الملك الدناني: البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006.
7. عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة 78، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يونيو 1984.
8. فرنسيس بال: الميديا، ترجمة فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، يناير 2008، ط1.
9. عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي "جدليات وتحديات" دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.

10. محمود إبراهيم شلبية: البيانات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، منشورات الأسييسكو، الرباط، 1421هـ -2000.
11. مصعب حسام الدين قتلوني: مستقبل ثورات الفيسبوك" مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير "شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014م، ط1.
12. منجي الزيدي: جماهير الثقافة، دار سحر للنشر، تونس، 2016، ط1.
13. وديع سعيد العززي: القنوات الفضائية في عصر العولمة "الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، إصدارات وزارة الثقافة والسياحة، صنعاء، 2004.

#### المراجع الأجنبية:

1. Angharad N Valdivia: Journalism and Mass Communication-vol.1- popular culture.
2. (Barker, C. "Culture in The SAGE Dictionary of Cultural Studies." (2004)

#### مواقع الإنترنت:

1. موقع قناة أبوظبي الفضائية <https://adtv/ae>

موقع اتحاد إذاعات الدول العربية تاريخ الزيارة 2020/8/1 التوقيت 10:36  
<http://www.asbu.net/academy/ar/publicati>

**دور الإذاعة المحلية في تحقيق الأمن المجتمعي من خلال ترقية  
ثقافة التشجيع الرياضي -دراسة ميدانية بإذاعة الهضاب بسطيف-  
The role of local radio in Achieving community security by  
advancement the culture of sports cheer - Field study at Al-Hidab  
-Radio in setif**

**أ. بن خليفة نوفل**

**(جامعة الجزيرة-جمهورية السودان)**

**د. لعرابة صوراية**

**(جامعة الحاج لخضر باتنة01)**

**ملخص:**

يؤدي الاعلام دورا بارزا في حياة للأفراد وهذا من خلال الوظائف التي يؤديها كالأخبار والتوعية والتسلية والترفيه والتي جعلت منه المتحكم في سير دواليب كافة المجالات المتعلقة بمختلف فعاليات الأنشطة الاجتماعية التي يقوم بها الأفراد، ويشهد عصرنا الحالي تقدما ملحوظا في تقنيات وامكانيات وسائل الاعلام سواء من حيث الفاعلية أو سهولة الاستخدام ومدى تأثيرها على المتلقي وفقا لإمكانيات كل وسيلة، وتعد الاذاعة في هذا الاطار من أبرز تلك الوسائل الفاعلة في المجتمع وهذا بالنظر الى جملة من الخصائص والمميزات التي تتمتع بها والتي جعلتها تثبت مكانتها وسط وسائل الاعلام الأخرى في ظل المنافسة القوية. وتعتبر الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام وارسال العديد من الرسائل، بحيث تعبر عن مستوى تطور وتقدم الأمم ومجتمعاتها، ويقدر ما للمجال الرياضي من أهمية في الترفيه والتسلية وتدعيم روح التضامن والتعاون داخل المجتمع، بقدر ما يعتبر من أكثر الميادين استقطابا لأشكال العنف والخناقات، بالنظر الى غياب ثقافة التشجيع والروح الرياضية وكيفية تقبل الهزيمة. وبالنظر الى هذا الوضع فان الاذاعة المحلية تصبح مجبرة على قيادة برامج لتوعية المنظمة ونشر الأمن المجتمعي من خلال نشر ثقافة الرياضة بصفة عامة، والتشجيع بصفة خاصة وبثها في وقت واحد لملايين المتابعين مما يمكنها من ربط المجتمع ثقافيا واجتماعيا ورياضيا مع بعضه البعض وتحقيق أهداف وتحديد الأولويات الاجتماعية لدعم وتعزيز القيم والثوابت في المجتمع والتنسيق مع المؤسسات الناشطة في المجال الرياضي وذات الأهداف المتماثلة. ولما كان للإذاعة دور مميز في تحقيق الأمن المجتمعي على المستوى الرياضي لزاما علينا التطرق والكشف عن دور الاعلام بصفة عامة والاذاعة المحلية كنموذج في تحقيق الأمن المجتمعي من خلال نشر ثقافة التشجيع الرياضي.

**Abstract:**

Media plays a salient role in the social life of individuals through the functions of news, education, entertainment..., which have made it the master of the wheels of all areas related to the various activities Carried out by individuals. The present era is witnessing remarkable progress in the techniques and possibilities of the media, both in terms of effectiveness or ease of use and the extent of impact on the recipient according to the possibilities of any means. The radio is one of the most prominent means of society, and this in view of the many characteristics and advantages that have made it is proving its place among other media in the face of strong competition. The sport is a contemporary means of performing many tasks and sending many messages to reflect the level of development and advancement of nations and their societies. As far as the sports field is concerned, it is important to entertain and promote the spirit of solidarity and cooperation within the society, as it is one of the most attractive fields of violence and bottlenecks. In view of the situation of the absence of a culture encouragement and sportsmanship and how to accept defeat, local radio is forced to lead programs to raise the awareness of the



organization and to spread community security by spreading the culture of sport in general and encouraging in particular and simultaneously broadcasting it to millions of followers, Enabling them to connect the society culturally, socially and sportively with each other, to support and promote values and constants in society and to coordinate with institutions active in the sports field with similar objectives. Since radio has a special role in achieving social security at the sports level, we must address the role of the media in general and local radio as a model in achieving community security by spreading the culture of sports encouragement.

### 1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تعد المؤسسات الإعلامية في أي بلد الإدارة الفعالة، والموجه الحقيقي لكل الأحداث، سواء السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية، أو الرياضية، كما أنها المحور الذي تدور حوله رحي الأحداث، والنافذة التي يطل منها المواطن على الواقع كما نصوره، أو كما يعتقد أنه موجود، و بالتالي فهي تضطلع بدور فعال في الحياة اليومية للأشخاص وتوجههم من خلال ما ترسمه من أفكار في مخيلة المتلقي، ومن خلال ما تطرحه من مواضيع تسعى من خلالها إلى تأكيد فكرة سائدة أو محاولة تغيير ثقافة ما أو تسليط الضوء عن أحداث جديدة لتقريب المتلقي ووضعها في قلب الحدث، ووسائل الإعلام لها دور كبير في الحد من العنف كما لها دور في نشره على حد سواء.

وتعتبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة من أهم المصادر التي تُعنى بتحقيق الأمن المجتمعي، ويمكن الجزم بأن وسائل الإعلام هي أحد العناصر الأساسية التي تساهم في تشكيل ملامح المجتمعات وتعيين مبادئها وتغيير قيمها وأخلاقها، وهنا نركز على إحدى هذه الوسائل التي تصنف في الإعلام المسموع - الراديو أو الإذاعة- والتي لم يغيب أثرها على المستمعين إليها والمتفاعلين معها عبر ما تبثه من برامج رياضية تتوفر بها في المجتمع المحلي دون غيره، وهذه الوسيلة تعكس الأهداف الموضوعية من خلال حملات توعوية مختلفة مناهضة للعنف في الملاعب قصد تحقيق الأمن والسلام المجتمعي، باعتماد التفاعلية والحوارية التي تعنى كل أطراف العملية الرياضية من مناصرين ولاعبين، وشرطة ورؤساء أندية. ولم تتميز به من خصائص ومميزات، فإن للإذاعة المحلية دور هام في ترقية ثقافة التشجيع الرياضي لدى الجمهور من خلال تغليب لغة العقل، والعمل الدائم على نشر الروح الرياضية بين المناصرين والتكثيف من الحصص الخاصة بنبذ السلوكيات العدوانية في الملاعب أو خارجها سواء قبل أثناء أو بعد اللقاءات الكروية الأكثر حساسية موازاة مع ما تقوم به مختلف المؤسسات الرسمية وغير الرسمية الأخرى كالمدارس والأسر والجمعيات بهدف تعريف المناصرين بأدبيات التشجيع السليم. وفي ضوء ما تقدم ارتأينا التطرق إلى هذا الموضوع.

منطلقين من التساؤل الرئيسي: ما هو دور الإذاعة المحلية في تحقيق الأمن المجتمعي وترقية ثقافة

التشجيع الرياضي لدى الجمهور؟ وضمن هذا التساؤل نود الإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

1. هل تخصص إذاعة الهضاب برامج كافية للحديث عن الرياضة كوسيلة لتحقيق الأمن المجتمعي؟
2. هل يستجيب المشجع الرياضي لاقتراحات البرامج الخاصة بترقية التشجيع الرياضي؟
3. ما هي العراقيل التي تحول دون وصول الرسالة الإعلامية للجمهور الرياضي؟

### 2- فرضيات الدراسة:

عادة ما تصاغ الفرضيات في شكل اجابات مؤقتة لأسئلة الاشكالية، مع العلم أن هذه الاجابات (التخمينات) تحتمل التحقيق أو التزييف، أي أن هذه الفرضيات تحتاج للبحث قصد اثباتها أو نفيها وهي كالتالي:

- تلعب اذاعة سطيف (الهضاب) دورا مهما في تحقيق الأمن المجتمعي من خلال تحسين وترقية ثقافة التشجيع الرياضي لدى الجمهور.
- تخصص اذاعة الهضاب برامج متعددة للحديث عن التشجيع الرياضي.
- لا يهتم المشجع الرياضي بنصائح البرامج الخاصة بالتشجيع الرياضي.
- هناك عراقيل كثيرة تحول دون نجاح البرامج الاذاعية الرياضية في تحقيق الأمن المجتمعي والتأثير على المشجع الرياضي.

**3- أهداف الدراسة:** يكمن جوهر البحث العلمي في جوهر أهدافه المسطرة، والغاية الموجودة من الدراسة والبحث فيه، لذا على الباحث تحديد أهداف دراسته قبل الشروع فيها لتسهيل المهمة. ونهدف في دراستنا هذه إلى معرفة دور الاذاعة المحلية (اذاعة الهضاب) في تحقيق الأمن المجتمعي من خلال ترقية ثقافة التشجيع الرياضي لدى الجمهور وذلك بالمرور على عدة معايير:

- معرفة مدى اهتمام اذاعة الهضاب بثقافة التشجيع الرياضي.
- معرفة الحجم الساعي الذي تخصصه الاذاعة للبرامج الرياضية المهمة بالتشجيع الرياضي.
- معرفة الى أي مدى تخوض هذه البرامج (ان وجدت) في موضوع الأمن، والأمن المجتمعي وكذا التشجيع.
- معرفة ما إذا كان موضوع التشجيع الرياضي ضمن أولويات تحقيق الامن المجتمعي بإذاعة الهضاب.
- معرفة مدى تأثر المشجع الرياضي بالبرامج وتأثره بها.

**4- أهمية الدراسة:** تبرز قيمة موضوع البحث العلمي من خلال الأهمية التي يلعبها، وفي دراستنا هذه فان أهمية الدراسة تتجلى من خلال تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكاليات البحث وابرار أهمية الاذاعة المحلية كمؤسسة اعلامية بالإضافة الى تبيان الدور الذي تلعبه الاذاعة في عملية تحقيق الأمن المجتمعي وترقية الثقافة التشجيعية على المستوى المحلي ومحاولة تعميمها على باقي اذاعات الوطن. وفي ظل الانعكاسات التي يشهدها المظهر الرياضي في الجزائر من مظاهر سلبية أدت الى حدوث مشاكل انسانية قد تصل الى حد الوفاة في صفوف المناصرين والمشجعين على الأخص، وبالنظر الى التأثير الكبير لوسائل الاعلام في الأفراد والمجتمعات، فهناك لا شك دور للإذاعة - كأحد هذه الوسائل- في تكوين أو تغيير ثقافة التشجيع لدى الجمهور الرياضي سواء بالإيجاب أو السلب لأن الجمهور لا يؤمن بما يراه بعينه بقدر ما تقوله وسائل الاعلام.

**5- مفاهيم الدراسة:** يقضي المجال المعرفي الذي تطرقه اية دراسة في الغالب الأعم الى تحديد طبيعة ونوع المفاهيم التي من المحتمل أن تتعامل معها هذه الدراسة، وما دامت خاصية أي مجال معرفي هو كونه مجال خبرة مشترك للعديد من المتخصصين والباحثين فان الغموض قد لا يكون دائما هو

الدافع الأساسي لتحديد المصطلحات، وإنما طبيعة الاستخدام الوظيفي للمصطلح ضمن الدراسة هي التي تفرض تحديد دلالاته على نحو ما. وفي دراستنا هذه توجد مجموعة من المفاهيم التي تم استخدام كل منها وفق مؤشرات نرى أنها تتماشى والإطار العام لإشكاليه الدراسة.

أ- **الدور:** من الناحية اللغوية بمعنى دار يدور دورانا اي تحرك باتجاهات متعددة وهو في مكانه، والدور ما ينبغي ان يقوله او يفعله ممثل في مسرحية او فيلم،<sup>1</sup> ويعرف الدور لغة بأنه الحركة اي النعل والعمل، وابتداء من القرن 11م بدا استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية.<sup>2</sup> عرف "جوفمان" الدور بأنه ما يساعد على تحديد معنى الواجبات والحقوق، فالأدوار تخضع لمعايير مفروضة عليها، هي التي تحدد واجباتها على انها الفعال التي يقرر الآخرون مشروعية الأداء، وتحدد ايضا على انها الافعال التي يمكن ان تقرر مشروعية الأداء.<sup>3</sup>

ب- **الاذاعة:** من الناحية اللغوية تعني اذاع، يذيع، اذاعة الخبر يعني نشره واذاعه يعني افشاه،<sup>4</sup> واذعت السر اذاعة إذا افشيتة وظهرته وذاغ الشيء والخبر يذيع ذيعانا وذيوعا، أفشي وانتشر والاصل اللغوي لكلمة إذاعة يعني إشاعة<sup>5</sup>. حسب فضيل دليو "هي ما يبث عن طريق الاثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع."<sup>6</sup> والاذاعة المحلية إذا كان واجبها عموما هو الاعلام والتتقيف والترفيه فان عليها التزام خاص يربطها بنوعية الحياة في مجتمعها المحلي<sup>7</sup>

ت- **مفهوم الأمن:** يعتبر عالم السياسة البريطاني "باري بوزان" واحد من كبار المنظرين للأمن في فترة ما بعد الحرب الباردة، بفضل اسهاماته في ميدان الدراسات الأمنية والعلاقات الدولية على حد سواء، كما ساهم في محاولة توسيع مفهوم الأمن ضمن مدرسة "كوبنهاجن" وابحاثها في السلام، والتي يعتبرها الكثير من المحللين نتاج "ادماج نظري نادلر" حينما أطلقوا عليه المدرسة الإنجليزية الواقعية و "الواقعية ما بعد البنيوية" المتأثرة بحد بعيد بـ "دريدا" و "كيسنجر"، ويرى في هذا الاطار باري بوزان أنه ينبغي لتعريف الأمن الإحاطة بثلاثة أمور على الأقل، بدءا بالسياق السياسي للمفهوم ومرورا بالأبعاد المختلفة له، وانتهاء بالغموض والاختلاف الذي يرتبط به عند تطبيقه في العلاقات الدولية.<sup>8</sup> ويرى بوزان أن الأمن يعني "العمل على التحرر من التهديد، وفي سياق النظام الدولي فانه يعني قدرة الدول والمجتمعات على الحفاظ على كيانها المستقل، وتماسكها الوظيفي ضد قوى التغيير التي يرونها

<sup>1</sup> مجاني الطلاب: ط4، دار المجاني، بيروت، ص198.

<sup>2</sup> فؤاد اقوام البستاني، منجد الطلاب: ط2، دار الشروق، بيروت، لبنان، ص211.

<sup>3</sup> احسان محمد الحسن: **الاسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**، دار الطباعة والنشر، بيروت، ص284.

<sup>4</sup> عبد العزيز شرف: **المدخل الى وسائل الاعلام**، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص103.

<sup>5</sup> ابن منظور: لسان العرب، المجلد الثاني، دار الطباعة والنشر، ط1، 1997، بيروت، ص476.

<sup>6</sup> فضيل دليو: **مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص86.

<sup>7</sup> عبد العزيز شرق: **مدخل الى وسائل الاعلام**، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1984، ص103

<sup>8</sup> خرموش اسمهان: الأمن المجتمعي "مدخل لبناء الأمن الإنساني"، مقال بمجلة العلوم الاجتماعية، العدد الرابع، 2018، ص88

معادية، فالحد الأدنى هو البقاء، لكنه يتضمن أيضا الى حد معقول سلسلة من الاهتمامات الجوهرية حول شروط حماية هذا الوجود"<sup>1</sup>، غير أن العمل على التحرر من التهديد لا يعني تحبيده كلية، لأنه ليس في مقدور الأمن الا أن يكون في مستوياته النسبية وبالتالي فهو غير مطلق.

ث- مفهوم الأمن المجتمعي: ان الأمن المجتمعي يعني خلق توازن فعلي بين الخصوصية (الثقافية، الدينية، اللغوية، العرقية) وضرورة بناء منطق الاندماج القومي للمواطنين في بناء مجتمع تعددي وعادل، أما الأمن المجتمعي من منظور الأمن البشري فيقصد به تحقيق الخصوصية دون تهميش أو اضطهاد، من خلال تساوي الفرص بين المرأة والرجل، وخلق آليات ضامنة لمنع اقضاء الذات، كذلك محاولة تعزيز المناعة المجتمعية ضد كل حركات اضعاف التجانس الذي يقوم على:

- فكرة الاضطهاد الجنسي للمرأة على حساب المرأة.
- فكرة التهميش دون اضطهاد على حساب الأقليات.
- شعور الفرد بانتمائه للجماعة والمجتمع، سواء كانت أسرة أو مجتمع محلي، أو منظمة، أو جماعة عنصرية أو عرقية، يمكن أن توفر لأعضائها هوية ثقافية ومجموعة قيم تطمئنهم، وهذه الجماعة توفر المساندة العملية له.<sup>2</sup>

ج- الترقية: تفيد معنى الصعود والارتقاء، فيقال رقى فلان الجبل رقا اي صعد ويقال: هذا الجبل لا مرقى فيه ولا مرتقى ويقال: مازال فلان يرتقي به الامر حتى بلغ غايته. ويرى "محمد سليمان الطماوي" الترقية تعني ان يشغل العامل درجة اعلى من درجة الوظيفة التي كان يشغلها قبل الترقية، ويترتب على الترقية زيادة المزايا المادية والمعنوية للعامل وزيادة اختصاصاته الوظيفية.<sup>3</sup>

ح- الثقافة: الحذف والمهارة، الفطنة وسرعة الادراك... كما انها الاحاطة البارعة في شتى من المعرفة والقدرة على تطبيقه<sup>4</sup> وهي عملية اكتساب التقاليد الثقافية لمجتمع ما و ستخدم المصطلح احيانا ليتسم لمعنى اضيق وهو اكتساب نماذج ثقافية جديدة في فترة الشباب<sup>5</sup> ومن العسير ان نعتمد على تعريف واحد لهذا المصطلح البالغ التعقيد والاهمية ويعرف "كلاصمون" الثقافة على انها تتألف من انماط ظاهرة او كامنة مستقرة للسلوك المكتسب اي المنقول عن طريق الرموز والانجازات التي تميز الجماعات الانسانية بما في ذلك الاشياء المصنوعة وفي هذا لتعريف يريان ان جوهر الثقافة يتكون من افكار تقليدية وكل ما يتصل بها من قيم وان الأنساق الثقافية تعد شرطا للسلوك الانساني، أما التعريف الكلاسيكي: للثقافة الذي وضعه "تايلور" يقول: هي ذلك المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد

<sup>1</sup> - Barry Buzan, ole waever and jaap de wilde security a new framework for analysis,2011

<sup>2</sup> - خرموش اسمهان: مرجع سبق ذكره، ص89.

<sup>3</sup> - بزغيش حنان: تقييم معايير ترقية الاطارات في المؤسسة الجزائرية-دراسات ميدانية بمؤسسة الرياض-سطيف نموذجا-مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم النفس فرع تنظيم وعمل، 2007-2008، ص 03.

<sup>4</sup> - ابن منظور: لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 1997، ص 340.

<sup>5</sup> - خليل الجرد: المعجم العربي الحديث(لاروس)، مكتبة لاروس، باريس، 1987، ص365.

والفن والاخلاق والقانون والعرف كل من العادات الاخرى التي يكتسبها الانسان من حيث انتماءه للمجتمع وهو في هذا التعريف يرى انا الثقافة هي كل ما يكسبه الانسان من حيث هو عضو في المجتمع.

خ- الرياضة: تعرف الرياضة على انها "نشاط جماعي منظم يقوم على التنافس بين فريقين او أكثر، ويتطلب جهدا بدنيا، وتدور المواجهة فيه وفق قواعد معروفة، وقد تسمح بالقوة البدنية، لكنها تقيد من العنف.<sup>1</sup> ويعرفها الباحث "لوش" بأنها مؤسسة نوعية للمؤسسة وللنشاط الرياضي المستمد في استمرارية اللعب والعمل، اذ تحتوي على المكافأة الداخلية والرياضية ولكن كلما زادت المكافآت الخارجية محتوى اجتماعي كلما زاد الاتجاه التنبه فيصبح عاملا.<sup>2</sup>

اما عن "امير انور الخولي" يرى ان الرياضة هي "أحد الاشكال الراقية للظاهرة الحركية لدى الانسان وهي طور متقدم من الالعاب وبالتالي من اللعب وهي الاكثر تنظيما والارفع مهارة.<sup>3</sup>

#### • الإطار النظري.

### 1. الإذاعة المحلية في الجزائر.

1.1- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر: تأخر ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر مقارنة بغيرها من الدول العربية، بسبب الأحادية الحزبية التي كانت الجزائر تنتهجها لذلك فان التجربة الجزائرية كانت متأخرة، حيث لم تظهر الإذاعة المحلية إلا بعد التعددية السياسية والإعلامية هذا التأخير ناجم عن جملة من العوائق القانونية والسياسية المفروضة قبل تلك الفترة بالإضافة إلى ضعف الهياكل ومحدودية انتشارها، لكن وبعد سنة 1988 التي كانت نقطة تحول هامة في الإعلام الوطني، حيث بعد التطورات والتحولات الاجتماعية والثقافية والإعلامية، سنت الهيئات التشريعية في الدول الجزائرية مجموعة القوانين الخاصة بالإعلام وتتعلق أساسا بحرية التعبير، تحسين أساليب إعلام وتنقيف أفراد المجتمع. وبعد فرض التعددية السياسية وضرورة استعمال وسائل التعبير من قبل الأفراد والأحزاب وهذا ما جاء في قانون الإعلام سنة 1990 حيث نصت المادة 13 منه: تتولى التكفل باستعمال كل اللهجات الشعبية لتبليغ وترسيخ الوحدة الوطنية، والقيم العربية الإسلامية في المجتمع الجزائري تحدد كليات تطبيق هذه الأجزاء عن طريق التنظيم. لم يرد في قانون الإعلام الجزائري مرسوم حول الإذاعات المحلية رغم تضمينه لخصائصها وأهدافها، فلقد ظهرت بموجب قرار المدير العادم للإذاعة الوطنية بشرط من اجل إنشائها قدرة السلطات المحلية تغطية ميزانيتها وتوفر الأجهزة التقنية وبموجب قانون 1990 تم تأسيس عدة إذاعات محلية كانت أولها إذاعة التكوين المتواصل،

<sup>1</sup> - الياس نوربيرت: ترجمة بشير السباعي، مجلة متون عصرية في العلوم الاجتماعية، مركز الدراسات والوثائق الاقتصادية والقانونية والاجتماعية، القاهرة، عدد 2، 2001، ص110.

<sup>2</sup> - خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: **الإعلام الرياضي**، ط1، ج1، مركز الكتاب للنشر، 1998، ص63.

<sup>3</sup> - امير نور الخولي: **الرياضة والمجتمع**، دار المعرفة، الكويت، 1996، ص25-63

إذاعة بشار، متيجة، ورقلة، إذاعة الاغواط 1991/11/05، إذاعة تلمسان: 1992/10/17، إذاعة سطيف: 1992 /10/17، إذاعة الاوراس:1994.

## 1.2- أسباب انشاء الاذاعة المحلية في الجزائر: لقد اجتمعت جملة من الاسباب التي ادت الى

انشاء الاذاعة المحلية في الجزائر ونذكر منها:

- الانتشار الكبير لأجهزة الراديو دفع الجزائر لإقامه نظام للاتصال السمعي حتى لا تبقى في معزل عن الحركات الدولية.

- محاولة القضاء على الامية المتفشية في المجتمع الجزائري وباعتبارها وسيلة تعليمية فقد خصصت الدولة ميزانية كبيرة للإذاعات المحلية مما أدى الى زيادة الفرق بينها وبين باقي المميزات المخصصة لوسائل الاعلام الأخرى، لكن وبوجود نسبة كبيرة من الامية تقارب 80" لا يمكنها قراءة الصحف، وبالتالي فهي تشكل عائقا في وجه عملية الاتصال بينها وبين السلطة عن طريق الوسائل المكتوبة، مما أدى بالسلطات الى استعمال الوسائل الشفوية لتحقيق الاتصال المرغوب فيه.

- عجز كبير في مجال اتصال المؤسساتي، مما عمق أزمة الثقة بين الدول والمواطن.

- غياب قنوات التعبير التي تمكن من ترقية الثقافات المحلية وترقية الشباب.

- عزلة عدة مناطق خاصة التي لا تغطيها البرامج الوطنية وبقية لهذا السبب عرضة لتأثير وسائل الاعلام التابعة للبلدان المجاورة، وبعبارة أخرى حاجيات المجتمع متنوعة وتركزت الأولويات يعبر عنها في مطالب جهوية من بينها الاذاعة كوسيلة لتعبير وتطور الاجتماعي، ونشير أنه لم يرد في قانون الاعلام الجزائري أي مرسوم حول الاذاعة المحلية، ورغم هذا فقد ظهرت أول اذاعة محلية سنة 1990 وهي اذاعة التكوين المتواصل، ثم اذاعة البهجة 1991م، ثم الاذاعة الثقافية 1992، واذاعة متيجة الى جانب الاذاعة المحلية الاولى ببشار وورقلة سنة 1991، وتوالى الاذاعات المحلية الى أن شملت كل الولايات.

- الحاجة الدائمة والملحة للمعلومات ذات طبيعة المحلية، ونضرا لشاسعة وبعد مركز البث الرسمي الوطني قد لا يستطيع البث المركزي إن يكون مصدرا للمعلومات في كل ناحية من نواحي البلاد، ومن المعلوم ان كل مجتمع محلي اهتماماته وأولوياته في مسيرة التنمية والتقدم المنشود، والوسيلة المحلية بحكم قربها والتصاقها بواقع المجتمع المحلي أسرع استجابة في تلبية هذه الاهتمامات والتعامل بشكل ينسجم مع توجهات الإعلام الوطني الرسمي والسياسة الوطنية. ومن الضروري إن تدخل الوسائل المحلية في حوار بناء يكون القصد منه الإثراء للمعلوماتي والمعرفي في تناول القضايا المحلية بغية الوصول إلى أساليب أكثر نجاعة من التعامل معها.

- التطورات التي تشهدها الكثير من المجتمعات اليوم في مجالات الاستثمار والخصوصية وتنشيط السياحة الداخلية وبرامج التوظيف تحتاج إلى دعم إعلامي ينبري لهذه القضايا الهامة فيعطيهما ما تستحقه من اهتمام مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة كل منطقة وخصائصها.

- من شأن الإعلام المحلي معاونة الأجهزة الرسمية التنفيذية ودوائر اتخاذ القرار على الصعيد المحلي في أداء مهماتها على أساس من المشاركة الهادفة إلى تحسين الأداء والارتقاء به تماشياً مع السياسة التنموية.
  - العمل على تنشيط الاقتصاد المحلي في كل مجتمع والذي يرغب أصحاب الأعمال وبائعي المنتجات ومقدم الخدمات إلى جمهور المستهلكين المحليين بطريقة سهلة ميسورة وبتكاليف مالية تتفق مع حجم نشاطها الاقتصادي دون تحمل تبعات مالية زائدة نتيجة نشر الرسائل الإعلانية على جمهور من غير المعنيين بها، مع استفادة هذه الوسيلة المحلية من العائد الإعلاني كمصدر هام من مصادر تمويلها.
  - نقص تفعيل الثقافة المحلية في الإقليم أو المنطقة، وبالتالي خدمة الوسيلة الإعلامية المحلية (الإذاعة) لهذا الجانب بإتاحة الفرصة للأفكار المبدعة والمواهب المحلية في الظهور والانتشار مع العناية بالحوار الثقافي المحلي والفعاليات الإبداعية الثقافية والتي تقصر اهتمامات الإذاعة المركزية في الإحاطة بها.
  - تصدي الإذاعات المحلية لزحف الإعلام الغربي، هذا الأخير يعمد عن طريق وسائل الإعلام إلى تدمير القوى الفكرية والروحية والسياسية، فالاجتياح الإعلامي جزء من خطة ترمي الى استعادة ما فقده من سيطرة سياسية بسيطرة فكرية لان نزع الحصانة الفكرية للشعوب مهمة تولها الإعلام الغربي نظرا لكونها خطة تتطلب اقل الجهود واقل وقت.
  - وتتأثر عملية تبني الجديد من الأفكار والتقنيات بالثقافة المحلية الموجودة فهي تتأثر أيضا بالنظام الاجتماعي السائد والذي يمثل الفرد جزءا منه، فمن الأمور الهامة من الناحية النظرية ان نفرق بين نمطين مختلفين وهما النمط التقليدي والنمط الحديث.
- 2. التشجيع الرياضي.**

### 2.1- معايير التشجيع الرياضي الفعال: التشجيع هو الجزء المهم من الوفاء للفريق أو النادي أو

- المنتخب، وهو حق على من يحب فريقه أو بلده، لذا فان على الجماهير الرياضية أن:
- أن تعي تماما دورها الفعال في ترسيخ هذه المفاهيم وضبطها بالمعايير اللازمة.
- أن يكون دورها فعلا يعكس حبها ووفاءها الحقيقي لناديها أو منتخبها أو لاعبيها حتى تكمل هذه المهمة الحيوية نجاح الفريق وتنفيذ البرامج الإدارية والفنية باختيار الوسائل والطرق والأساليب التي تحقق غرض التشجيع دون المساس بأحقية مشجعي الفريق المنافس في تشجيع فريقه.
- أن تكون نظرة الجماهير وتعاملها مع كل لاعبي الفرق المنافسة وجماهيرها بالقدر نفسه من العدالة والتقدير، وبالقدر نفسه من الاهتمام والاحترام.
- يجب أن يتم اختيار الألفاظ في التشجيع بصورة تحترم الآداب والذوق العام دون استنقاز للخصم أو التقليل من قدر لاعبيه أو أجهزته الفنية، وأن يتركز التشجيع للفريق ومساندة اللاعبين في المواقف

التي يحتاجون فيها للدعم خاصة حينما يكون الفريق مهزوماً أو هنالك خلل فني نتيجة لهبوط اللياقة البدنية أو الروح المعنوية. وهنا يظهر الدور الفعال في تحريك حس الانتماء، فتشتعل الغيرة داخل وجدانيات اللاعب فيبذل جهداً مضاعفاً دون أن يشعر بالتعب ولا بالإرهاق ولا بالممل، وتختفي الروح الانهزامية في نفسه فيبدع ويصنع العجائب.

- يجب على الجماهير أن تتفهم أن كرة القدم مجرد لعبة يؤديها البشر، أي مباراة قد تكون نتيجتها لأي فريق وفريقها لاعبون من البشر، يتعرضون لكل ما يتعرض له لاعبو الكرة من توفيق أو عدم توفيق.

- يجب أن تكون الجماهير قدوة في كل سلوكياتها تجاه عناصر اللعبة كافة، وبخاصة التحكيم وهو أحد أهم عناصر اللعبة، لأن احترام حكم المباراة يدفع بباقي الجماهير المنافسة لتقليد هذا الاحترام، وبالتالي تتحسن العلاقة بصفة عامة بين التحكيم وبين الجماهير، وتتاح الفرصة للحكم للاهتمام بعمله فيؤديه بكل ثقة وأمان دون العمل تحت ضغط صراخ وهتافات الجماهير وسبابها له، خاصة أن الحكام حينما يجدون الجو المناسب يمكن أن يبدعوا لأن الحكم مثله مثل اللاعب يريد التألق والنجاح، وحتى إن أخطأ فإنه بشر وكل بشر معرض للخطأ.

- الإعلام الرياضي هو جزء من منظومة العمل الرياضي وله أهمية خاصة، وله دور مناط به وعلى الجماهير الرياضية تفهم هذا الدور والتعامل معه، وبالتالي يجب ألا تخلق عداً مع الإعلام الرياضي فالإعلام مرآة يجب التعامل معها وفق منظور أهميته ومبادئه ومصداقيته لأن الإعلامي مهما قسا في كتاباته فهو محكوم بضمير يفرض عليه بيان القصور أينما كان، وممارسته للنقد جزء من صميم عمله.

- إن الجماهير يجب أن يكون لها دور فاعل جداً في كثير من الأمور، ولكن في هذا المقام نركز على أهمية التشجيع وما يمكن أن يحدثه في نفوس اللاعبين، وما يفعله التشجيع من مفعول سحري يمنح اللاعب دفعة معنوية كبيرة لا يحس بها إلا من لعب الكرة واستمتع بالتشجيع. لذلك حينما نقول إن على المشجعين الاختيار الدقيق لطريقة التشجيع ومفردات الأهازيج التي تتغني بها في المدرجات لتثير الحماس المستهدف للاعبين، لأن بعض هذه الأساليب قد تأتي بنتيجة سلبية في أداء اللاعب، وربما تحدث خللاً في تكنيك اللاعب أو تكتيك المدرب إذ انجرف اللاعب وراء تلك المفردات.

- أيضاً هنالك عامل مهم من عوامل التشجيع وهو اختيار وسائل التشجيع المختلفة وكيفية استخدامها، ويجب أن تتم في ظل حرية تامة للجماهير في استخدامها كي تحقق الإبداع في التشجيع، كما يجب ألا تكون هذه الوسائل مخالفة للقوانين واللوائح التي تنظم اللعبة، أو تتعارض مع الهدف منها.

- على الجماهير أن تكون على قدر كبير من الوعي وأن تمنح ثقتها لإدارة النادي والإدارة الفنية للفريق ولاعبى الفريق، وأن تقدر الجهود التي يبذلها كل فرد في النادي والفريق. وحتى إذا كان لديها ملاحظات ما على الأداء، فهنالك أساليب لمناقشة الأمر بغرض التصحيح أو تقادي الأخطاء، أما أسلوب الهتاف في المدرجات واستعمال الألفاظ النابية... فهو أسلوب عشوائي يدل على الجهل



والمرض النفسي ولا يخدم سوى مزيد من التنافر والانحراف بالرياضة إلى مسارات أخرى، وهو سلوك مرفوض يعبر عن خروج صارخ على مبادئ الرياضة وقيمها وعن مفهوم التشجيع الرياضي، وانحراف خطير في السلوك الرياضي السليم، كما أنه يبعدنا عن التنافس الشريف والأهداف الجميلة النبيلة للرياضة<sup>1</sup>.

## 2.2- أهمية التشجيع الرياضي.

التشجيع الرياضي أحد أهم رموز الانتماء للعبة رياضية معينة أو فريق محدد وتحدد كيفية تفاعل الجمهور مع هذا الأمر الرياضة ذاتها ونوعية المشجعين وخصائصهم المختلفة، ففي كرة القدم اللعبة الأكثر شعبية في معظم الدول يكون الهدير الصاخب في المدرجات طوال المباراة بالأغاني والألعاب النارية حاملين الاعلام من أجل شحذ همة الفريق نحو الفوز وبعد المباراة التي عادة ما تنتهي لصالح أحد الفريقين تنطلق الاحتفاليات ومواكب السيارات والحافلات في اشكال تثير الفرجة. ولا يختلف الأمر كثيرا في ألعاب أخرى مثل كرة السلة أو كرة اليد حيث تتعالى الاصوات عند احراز هدف أو نقطة، أما في ملاعب فردية أخرى مثل الجيدو والكراتي يكون التصفيق أو التهليل عند احراز ضربة موقفة في حين يسود الصمت باقي اطوار المباراة سواء في الملاعب العادية أو الزجاجية من أجل زيادة قدرة اللاعب على التركيز، ناهيك عن التنس اللعبة البيضاء، لعبة الملوك والصفوة والتي يبدو نها كسبت اسلوب تشجيعها من معظم ممارسيها حيث الصمت أيضا و التصفيق فقط عند احراز النقطة وهذا رصا على عدم تشتيت ذهن اللاعب واو اللعبة .

ويعد التشجيع الحماسي دون توقف هو لسان حال الملاعب في لعبة كرة أقدام ومشجعيها الا انه احيانا ما توجه الانتقادات حيث يتحول هذا التشجيع الى رسائل معينة للاعبين أو الحكام ويكون عاملا قويا وراء التركيز في الملعب الا انه احيانا قد ينقلب الى الضد.

• **الألتراس:** كلمة لاتينية تعني المتطرفين وتظهر في صورة من مشجعي الفرق الرياضية والمعروفة بانتمائها وولائها الشديد وتتواجد بشكل أكبر بين محبي الرياضة في أوروبا وأمريكا الجنوبية وحديثا في بعض دول شمال إفريقيا. وأول فرقة التراس تم تكوينها كان عام 1940 بالبرازيل وعرفت باسم ثم انتقلت الظاهرة الى أوروبا وبالضبط الى يوغوسلافيا ثم كرواتيا وبالتحديد جمهور والذي كان اول من ادخل هذا النوع. وتميل هذه المجموعات الى استخدام الألعاب النارية او الشماريخ كما يصطلح على تسميتها في شمال إفريقيا وايضا القيام بالغناء وترديد الهتافات الحماسية لدعم فرقهم كما يقومون بتوجيه الرسائل الى اللاعبين وتقوم هذه المجموعات بعمل دخلات خاصة في المباريات الهامة وكل ذلك يضيفي بهجة وحماس على المباريات الرياضية وخاصة في كرة القدم<sup>2</sup>.

## 2.3- آثار التشجيع الرياضي.

<sup>1</sup> - محمد الخير الشيخ: **التشجيع وأثره**، المجلة الاقتصادية الالكترونية، الجمعة 10 رمضان 1431 هـ الموافق 20 أغسطس 2010، العدد 6157.

<sup>2</sup> - جيهان لطفي: **التشجيع الرياضي صاخب في ملاعب وصامت في ملاعب أخرى**، مجلة نصف الدنيا، 13 جانفي 2010، ص12.

إن التشجيع الرياضي عامة وكرة القدم على وجه الخصوص فن وابداع وخليط رائع من المهارة والرغبة والاخلاص والترويج عن النفس والروح وشعور بالمتعة والأثار والراحة من عناء جهد كبير، ويستند إلى أساسيات التماسك بمبادئ وأخلاقيات الرياضة التي تدعو للتعاون والتضامن والتسامح وفق القيم الأخلاقية والإنسانية بوعي وادراك للدور المهم الذي يشكله التشجيع في بناء قاعدة من الدعم اللامحدود لرفع الهمم وتنشيط العزائم وبث روح الحماس لدى اللاعبين وبناء علاقات متينة بين الجماهير مع بعضها، وينعكس مردودها في المدرجات ولا يخرج من اطار الالتزام بهذه القيم المرتكزة على المرجعيات الدينية والإنسانية، وذلك بالتخلص من كل لفظ أو مفهوم خاطئ لمعنى التشجيع لأن الرياضة متعة بريئة ترتقي بالنفوس وتسمونها كما يجب على الجماهير أن تتفهم أن كرة القدم مجرد لعبة يؤديها البشر أي مباراة يتعرضون لكل ما يتعرض له لاعبو الكرة، وأن يتركز التشجيع للفريق ومساندة اللاعبين في المواقف التي يحتاجون فيها لدعم خاصة حينما يكون الفريق مهزوم، وهنا يظهر الدور الفعال في تحريك حس الانتماء، والاعلام الرياضي هو جزء من منظومة العمل الرياضي وله أهمية خاصة وله دور مناط وعلى الجماهير الرياضية تفهم هذا الدور والتعامل معه، وبالتالي يجب ألا تختلف عداء مع الاعلام الرياضي فهذا الأخير مرآة يجب التعامل معها وفق منظور أهمية ومصداقية الاعلامي مهما قسا في كتابته، فهو محكوم بضمير يرفض عليه بيان القصور أينما كان وممارسته للنقد جزء من صميم عمله وهذا النقد طريق لمراجعة النفس وتعديل الأخطاء، إن الجماهير يجب أن تكون له ادور فعال في كثير من الامور في هذا المقام، تركز على أهمية التشجيع وما يفعله من مفعول سحري يمنح اللاعب دفعة معنوية كبيرة لا يحس بها إلا من لعب كرة القدم، واستمتاع بالتشجيع من أهازيج تتغنى بها المدرجات لتثير الحماس المستهدف للاعبين لأن بعض هذه الأساليب قد تأتي بنتيجة في أداء اللاعب.

### 3. حلول لترقية ثقافة التشجيع.

تعتبر الاخلاق الرياضية العالية وروح المنافسة عنصر الابد ان تركز عليه اي رياضة كانت، فطالما كانت الرياضة عبر التاريخ متنفسا للروح البشرية ومرتقعا لترويج عن النفس، فالرياضة من الاشياء التي حبب الاسلام في القيام بها، وهذا العصر الذي نعيش فيه ظهرت ظاهرة جديدة ن وهي ظاهرة التشجيع للأندية الرياضية وأحيانا يكون تعصبا تقود اليه العاطفة والقضاء على هذه الظاهرة وترقية ثقافة التشجيع تقترح ما يلي:

- أن تكون اجتماعات ودية بين الاندية بدون تدخل الاتحاد المسؤول عنها.
- أن تعمل ادارة الاندية على تحبيب جماهير فريقها بالفريق الاخر من خلال مساندتها لذلك الفريق من خارج الملعب وفي مباراته الخارجية مثلا.
- ترك التعصب والتخلف الفكري الرياضي ومعاملة كل الفرق بعين الحيا والمصداقية.
- أن يكون هناك رادع من التحاد المسؤول على الاعلام السيئ الذي يبث أنواع التعصب الجماهيري.
- أن تقوم الاذاعات المحلية والقنوات التلفزيونية بحصص تجمع مناصري الفرق المختلفة والمتخالفة.

- معاينة الوسائل الاعلامية التي تنشر عبارات محرّضة على العنف.
- القيام بحملات اعلامية تحسيسية وأبواب مفتوحة لتقافة التشجيع الرياضي بين المشجعين<sup>1</sup>
- **الاعلام ونشر الأمن المجتمعي:** من الوهم إنكار الدور الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال في عصرنا الحالي، خاصة حين يتعلق الأمر بالتعبئة الاجتماعية، فلا نجانب الحقيقة إذا قلنا أن هذه الوسائل هي الأقدر والأكفل بالتحريك الجغرافي والاجتماعي وحتى النفسي، حيث أنّ الأفراد داخل مجتمع يتأثرون لامحالة بالمعلومات التي يتلقونها، فيتفاعلون معها، إمّا بشكل عام أو جزئي، هكذا تقتزن صورة من التفاعل بين الأنظمة الاتصالية والاجتماعية فنظام الاتصال في حد ذاته مؤشرا وعاملا للتغيير الاجتماعي الشامل، كما تؤكد الدراسات العلمية أنّ وسائل الاعلام المعاصرة قوة تفاعلية تربط الماضي بالحاضر وتأخذ الحاضر إلى المستقبل من خلال عملية اجتماعية تجري في بيئة معينة تؤثر فيها وتتأثر به، ولعل خاصيتي التأثير والتأثير في المتلقي هو ما تسعى إليه وسائل الإعلام والاتصال باختلاف تخصصاتها قصد دعم اتجاهات الرأي العام للحد من الظواهر السلبية والسلوكيات المنحرفة والجريمة وغيرها من الانحرافات الخلقية والاجتماعية والفكرية التي يمكن ان تشكل تهديدا لأمن واستقرار المجتمع، كما يسعى الإعلام الأمني من خلال عملية التعبئة المجتمعية إلى عملية الاقناع وتغيير المواقف الجماهيرية العامة والرفع من درجة الثقة بين الأجهزة الأمنية والأفراد من خلال تعريفه بكل ما يحيط به وتزويده بالمعلومات بصفة دائمة وذات مصداقية وهو ما يساعد على فتح مجال للتعاون الإيجابي بين الطرفين (الأجهزة الأمنية وأفراد المجتمع)<sup>2</sup>.

#### 5- الإجراءات المنهجية للدراسة:

- 5.1- **نوع الدراسة ومنهجها:** يتحدد منهج أي دراسة أو بحث علمي وفق طبيعة ونوع الدراسة، ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا التي تحاول الكشف عن العلاقة بين متغيرين من جهة وكذا طبيعة مجتمع البحث، نجد أن دراستنا هذه تتدرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تسعى الى معرفة كيفية وجود الظاهرة بوصفها وتشخيص ملامحها الأساسية ويتم ذلك عبر العمليات العقلية التي تؤدي الى تحقيق هدف البحث. ويمكن القول إن جزءا كبيرا من البحوث في مجال الاعلام يعتبر من نوع البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.<sup>3</sup> ان تحديد نموذج الدراسة بهذه الطريقة يقود الى معرفة طبيعة المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي أو منهج المسح الذي "يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف من الظاهرة أو مجموعة

<sup>1</sup> خليل الجبوري: **التشجيع الرياضي - تعصب وانتماء** -، 25 أوت 2009، مقال منشور على الانترنت، تم الاطلاع يوم 1-25-2019.

<sup>2</sup> بغدادي خديجة: **الاعلام الأمني ودوره في نشر ثقافة الوعي الأمني المجتمعي**، مقال بمجلة العلوم الاجتماعية، العدد الرابع، 2018، ص 84.

<sup>3</sup> - لحسن رزاق : **الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009**، من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة - دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، 2009-2010، ص 48.

الظواهر موضوع البحث".<sup>1</sup> ويفيد المسح في البحث العلمي في التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه، من خلال جرد أو مسح المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية، وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية، ويقوم منهج المسح اما على مسح جميع وحدات مجتمع البحث (مسح شامل) واما على جزء من مجتمع البحث (مسح بالعينة).<sup>2</sup> وبالتالي فان هذه الدراسة ستعتمد على المسح بالعينة.

**5.2- عينة الدراسة:** تعد العينة من أهم الاجراءات المنهجية المعتمدة في معظم البحوث والدراسات المسحية، وهي التي يستعين بها الباحث عند مقابلته أو دراسته لمجتمع يضم عددا كبيرا من المفردات، وبالتالي فالعينة تسمح للباحث باجراء دراسته على جزء معين من مجتمع الدراسة. وفيما يتعلق بهذه الدراسة فان مجتمع بحثنا يتمثل أساسا في الجمهور المحلي الذي ينتمي الى الجمهور الرياضي (فالعينة هنا هي عينة عشوائية) ، وبالتالي فقد ارتأينا اختيار نموذج من الجماهير يتمثل في الجمهور المحلي السطايفي الذي تجذبه الرياضة بطريقة قصدية نظرا لعدة اعتبارات تتجلى في:

6. ارتفاع المستوى المعرفي لهذه الفئة بموضوع التشجيع، الأمر الذي يمكنها من فهم واستيعاب مختلف البرامج الاذاعية الرياضية.

7. الاستعمال والتعرض لمختلف المحتويات الاذاعية الرياضية.

8. المكانة الهامة التي أصبحت تحتلها هذه الفئة في المجتمع الجزائري ككل.

**5.4- أدوات جمع البيانات:** تتعدد الأدوات التي عادة ما يتم استخدامها ضمن المنهج المسحي في عملية جمع البيانات وذلك من الناحية النظرية، أما ميدانيا فان طبيعة وعدد هذه الأدوات يتحدد وفق ماهية الاشكالية المطروحة التي تفرض تداعي مجموعة بعينها من الاجراءات المنهجية دون غيرها، وعلى العموم فان الاعتماد على أداة أو أكثر في أي دراسة علمية يتم وفقا لطبيعة الموضوع المراد دراسته، وكذا نوع المنهج المعتمد من قبل الباحث. وفيما يخص هذه الدراسة فان أدوات جمع البيانات تمثلت فيما يلي:

**أ- الملاحظة:** من الصعب تصور سلوك اجتماعي لا تلعب فيه الملاحظة دورا هاما، فهي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، كمرحلة أولية اعتمدنا الملاحظة البسيطة، التي أردنا من خلالها الملاحظة عن قرب:

- العمل بالإذاعة وما تحتويه من طاقم بشري.
- سلوك القائم بالاتصال مع الجماهير المستمعة.
- نسبة اقبال الجماهير على الحصص الخاصة بالتشجيع الرياضي.

<sup>1</sup>- سمير محمد حسين: **بحوث الاعلام**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص147.

<sup>2</sup>- أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي وعلوم الاعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائرية، 2005، ص86.

**ب- استثمار الاستبيان:** يعرف الاستبيان على أنه " أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، ودون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"<sup>1</sup> ومن جهة أخرى فلقد عرف بعض الباحثين الاستبيان على " أنه أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص "المبحوث" الاجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث ".<sup>2</sup> وفيما يتعلق بالاستبيان المعتمد في هذه الدراسة فقد تضمن 3 محاور.

- المحور الأول: وتم التطرق فيه الى خصائص العينة أو المبحوثين كالسن، الجنس...الخ
- المحور الثاني: بعنوان التعرض للإذاعة يحتوي على أربعة أسئلة عن طبيعة التعرض للإذاعة سطياف، مجالات الاستماع، أهمية البرامج الرياضية، البرنامج المفضل من بين البرامج الرياضية.
- المحور الثالث: اتجاهات المبحوثين حول المواضيع التي تقدمها حصة المقهى الرياضي، ويعتبر هذا المحور كنتيجة أساسية مستوحاة من المقابلة المجرأة مع السيد نبيل بوسكين الصحفي بإذاعة سطياف.
- يحتوي هذا المحور على (8) أسئلة تتمحور حول حصة المقهى الرياضي بالإضافة الى اقتراحات تحسين هذا البرنامج.

**ت- المقابلة:** اعتمدنا في هذه المرحلة الاستطلاعية على المقابلة بوصفها أداة للبحث وهي حوار يتم بين القائم بالمقابلة وبين شخص أو مجموعة أشخاص بهدف الحصول على معلومات حول موضوع معين، وتتعلق خاصة بالآراء والاتجاهات أو السلوك، أو المعلومات أو الشهادات، ويطلق عليها التحقيق بواسطة المقابلة، فهي عبارة عن أسئلة محضرة سلفا. وتمتاز المقابلة عن غيرها من أدوات البحث في أنها الأكثر مرونة.<sup>3</sup> وقد اخترنا المذيع "نبيل بوسكين" بهدف التعرف على محتوى البرامج الإذاعية الرياضية، وكذا دوره كقائم بالاتصال وفاعل في حصص رياضية متعددة، ويهدف تزويدنا بمعلومات حول مساهمة البرامج الإذاعية الرياضية في ترقية ثقافة التشجيع، والى أي مدى تخصص الإذاعة المحلية جانبا من الحصص المهمة بهذا الشأن، لذلك تضمنت المقابلة كل الأسئلة المتعلقة بما نريد معرفته.

### الاستنتاجات الجزئية الخاصة بالدراسة الميدانية.

توصلنا من خلال اجابات العينة المستوحية على أسئلة المحور الخاص بالبيانات الشخصية أن جنس الذكور هي الفئة الغالبة وأن معظمهم شباب، وفيم يتعلق بالمستوى نلاحظ ان المستوى الجامعي هو المميز لهذه الفئة، كما أن معظمهم يقطنون خارج المدينة، وبالتالي فان المتعرضون لإذاعة الهضاب يتميزون بالسمات السابقة الذكر.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، 2004، ص353.

<sup>2</sup> جودت عزى عطوي: أساليب البحث العلمي، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص99.

<sup>3</sup> خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص133-134.

- أما نتائج المحور الثاني والسؤال المتعلق بالاستماع الاذاعي فقد كانت كل العينات ايجابية وعن توقيت الاستماع لبرامج اذاعة الهضاب في الفترة الصباحية %44.11 وقد مثلت البرامج الرياضية اعلى نسبة من حيث المتابعة ب %19.90 وعن اهمية البرامج الرياضية الاذاعية %50 من العينة المبحوثة يرون انها مهمة ويمثل برامج الصباح الرياضي نسبة %27.54 من حيث تفضيلات الجمهور له.
- وفيما يتعلق بالمحور الثالث الخاص من حصة المقهى الرياضي كانت نسبة المواضيع التشجيعية %46 والتي مثلت أكبر نسبة من باقي المواضيع مثل الترفيهية، الاعلامية، التثقيفية.
- بالنسبة للجدول رقم (10) فقد تم التوصل عن طريق اجابات المبحوثين الى ان المواضيع التي تعالجها حصة المقهى الرياضي هي مواضيع هامة وكانت النسبة %50.
- بالنسبة للجدول رقم (11) فنتبين لنا من خلاله ان اجابات المبحوثين ان حصة المقهى الرياضي تساهم في ترقية ثقافة التشجيع لدى الجمهور الرياضي بحيث احتلت نسبة الاجابة " بنعم " %78 على حساب الاجابة بـ " لا " التي كانت %22
- جدول رقم 12 افرز لنا كيفية تطرق حصة المقهى الرياضي لموضوع التشجيع وكانت النسبة الاوفر لكون حصة هذه الحصة تتطرق لموضوع التشجيع ولكن بشكل متوسط فمثلت هذه النتائج نسبة %52 ليأتي بعدها احتمال "معمق" بنسبة %34 ثم في الاخير احتمال "سطحي" وهي النسبة الاضعف %14.
- فيما يخص جدول رقم (13) فقد قدمنا فيه احصائيات تمحورت حول إذا ما كانت حصة "المقهى الرياضي تساهم في ترقية ثقافة التشجيع حيث احتل احتمال "نوع ما" %42 ثم تلاه احتمال "لا" نسبة %38، واخيرا احتمال "نعم" بـ %20
- وقد وضح لنا الجدول رقم (14) أن النصائح المقدمة من قبل البرامج الاذاعية الرياضية وخاصة برنامج المقهى الرياضي لا يأخذ كل الجمهور بها ذلك أن نسبة %36 من المبحوثين لا يأخذون بعين الاعتبار النصائح ونسبة %64 يستجيبون للنصائح عن أسباب عدم الاستجابة كانت النسبة الطاغية لاقتراح أن ما يقال في الأستديو من نصائح تختلف عن أرض الواقع، ونجد أن أسباب استجابة الأفراد ترجع بنسبة %34.37 الى كون أن النصائح تصب في الصميم.
- وفيما يخص الجدول (15) فقد أوضح لنا الحلول التي يمكن أن تأخذ بها برامج اذاعة الهضاب وتوظيفها لتأدي واجبها على أكمل وجه تتمثل النسبة الأكبر الى أنه يجب الانطلاق من الواقع لمعرفة أين يكمن الخلل بالضبط ومن ثمة اعطاء مساحة أكبر الى المناصرين.

#### الاستنتاجات العامة في ظل فرضيات الدراسة:

لقد كان الهدف في بداية الدراسة هو معرفة مدى الدور الذي تلعبه اذاعة الهضاب في نشر الثقافة التشجيعية الرياضية في أوساط المجتمع، وهو الأمر الذي جعلنا نطرح مجموعة من الفرضيات للتأكد من صحتها أو عدم صحتها في نهاية الدراسة.

وبناء على النتائج العامة المتوصل إليها بعد تفريغ وتحليل البيانات الاحصائية للاستمارة فقد كانت نتائج الدراسة بحسب الفرضيات الموضوعية في البداية كالتالي:

- **الفرضية الأولى:** تفترض أن اذاعة سطيف (الهضاب) تلعب دورا مهما في تحقيق الأمن المجتمعي تحسين وترقية ثقافة التشجيع الرياضي لدى الجمهور، وقد تحققت هذه الفرضية باحتلالها المرتبة الأولى من حيث أهمية البرامج الرياضية ومدى مساهمتها في اسداء النصائح ونشر ثقافة تشجيعية ترقى الى المفهوم الصحيح للتشجيع ومحاولة التوجه الى فئة الشباب والدعوة الى تقبل الخسارة والتخلي بالروح الرياضية والتي تلقى في المقابل انصاتا كبيرا من قبل المناصرين والمدربين واللاعبين.
- **الفرضية الثانية:** تفترض أن اذاعة الهضاب تخصص برامج متعددة للحديث عن التشجيع الرياضي وذلك في إطار تحقيق الأمن المجتمعي، ولم تتحقق هذه الفرضية الى حد بعيد، ذلك أن برامج اذاعة الهضاب تخصص برنامجا واحدا، تتحدث فيه عن التشجيع الى جانب مواضيع أخرى، لكنها في حقيقة الأمر، ونظرا لواقع التشجيع الذي يشهده مجتمعنا الحالي من اساءة وسخرية وضرب وقتل، يحتاج الى برنامج متخصص في موضوع التشجيع لتشخيص أسباب التشجيع الهابط ومحاولة ايجاد حلول أقرب الى الواقع.
- **الفرضية الثالثة:** تفترض أن المشجع الرياضي لا يهتم بنصائح البرامج الخاصة بالتشجيع الرياضي، لم تتحقق هذه النظرية لحد بعيد، باحتلالها المرتبة الثانية من حيث الأخذ بعين الاعتبار النصائح المقدمة، حيث نجد أن فئة معقولة من المبحوثين يستقبلون النصائح ويهتمون لم تطرحه الاذاعة من مواضيع تتعلق بالفرق المنافسة والمناوشات الحاصلة ومن ثمة الاستماع للنصائح.
- **الفرضية الرابعة:** هناك عراقيل كثيرة تحول دون نجاح البرامج الاذاعية الرياضية في تحقيق الأمن المجتمعي والتأثير على المشجع الرياضي، تحققت هذه الفرضية بالنظر الى أسباب عدم الأخذ بعين الاعتبار النصائح المقدمة، فنجد أن هناك عراقيل تحول دون تأدية الاذاعة هدفها على أتم وجه من بيتها أن الاذاعة تلقى تفاعلا وتجاوبا مع النصائح لكن الوضع يكون مخالف للواقع، ومن أكثر الصعوبات التي تواجهها الاذاعة هي ذهنية الشعب الجزائري وما يتميز به من عناد وحب الفوز الدائم.

#### خاتمة:

تمحورت دراستنا حول دور الإذاعة المحلية في تحقيق الأمن المجتمعي من خلال ترقية ثقافة التشجيع لدى الجمهور وقد ركزنا على العديد من الجوانب التي تخص موضوعنا هذا، بحيث كانت إذاعة سطيف الجهوية مكان اجراءنا لهذه الدراسة الميدانية كونها تقوم بالنهوض بالإعلام المحلي وبتغطية احتياجات المواطنين خاصة في المجال الرياضي دون ان ننسى انها تهدف الى زرع الاخلاق والفاصلة وهذا ما توصلنا اليه بعد

الدراسة التي قمنا بها طرحنا أيضا في مذكرتنا المواضيع المتعلقة بالتشجيع كمعايير التشجيع الرياضي،  
الغايات السامية للتشجيع الرياضي.

توصلنا أن الحصة الرياضية الأكثر اهتماما بالتشجيع الرياضي في "إذاعة سطيف" هي حصة "المقهى  
الرياضي" التي وجدنا انها تساهم بشكل لا بأس به في ترقية التشجيع الرياضي خاصة لدى الجمهور المحلي  
وهذا الذي استنتجناه من خلال الاستمارة التي وزعناها على جملة من عينة المبحوثين، وما يجب قوله في  
الأخير هو ان تنشر ثقافة تشجيعية سليمة يعني أنك تساهم بطريقة أو أخرى في تحقيق الأمن المجتمعي.



## قائمة المراجع:

### • المعاجم والقواميس:

- 1- ابن منظور: لسان العرب، المجلد الأول، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 1997.
- 2- خليل الجرد: المعجم العربي الحديث (لاروس)، مكتبة لاروس، باريس، 1987.
- 3- مجاني الطلاب: ط4، دار المجاني، بيروت.
- 4- فؤاد اقوام البستاني، منجد الطلاب: ط2، دار الشروق، بيروت، لبنان، ص211.

### • الكتب:

- 5- احسان محمد الحسن: الاسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطباعة والنشر، بيروت.
- 6- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي وعلوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائرية، 2005.
- 7- امير نور الخولي: الرياضة والمجتمع، دار المعرفة، الكويت، 1996.
- 8- جودت عزي عطوي: أساليب البحث العلمي، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 9- خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 10- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الاعلام الرياضي، ط1، ج1، مركز الكتاب للنشر، 1998.

- 11- سمير محمد حسين: بحوث الاعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1995.
- 12- عبد العزيز شرف: المدخل الى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989.
- 13- عبد العزيز شرق: مدخل الى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1984.
- 14- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.
- 15- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط2، عالم الكتب، 2004.

### • المذكرات:

- 16- بزغيش حنان: تقييم معايير ترقية الاطارات في المؤسسة الجزائرية-دراسات ميدانية بمؤسسة الرياض-سظيف نموذجاً-مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم النفس فرع تنظيم وعمل، 2007-2008.
- 17- احسن رزاق: الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009، من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة -دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، 2009-2010.

### • المجلات:

- 18- محمد الخير الشيخ: التشجيع وآثره، المجلة الاقتصادية الالكترونية، الجمعة 10 رمضان 1431 هـ الموافق 20 أغسطس 2010، العدد 6157.
- 19- جيهان لطفي: التشجيع الرياضي صاحب في ملاعب وصامت في ملاعب أخرى، مجلة نصف الدنيا، 13 جانفي 2010.

20- بغدادي خديجة: الاعلام الأمني ودوره في نشر ثقافة الوعي الأمني المجتمعي، مقال بمجلة العلوم الاجتماعية، العدد الرابع، 2018.

21- خرموش اسمهان: الأمن المجتمعي "مدخل لبناء الأمن الإنساني"، مقال بمجلة العلوم الاجتماعية، العدد الرابع، 2018.

22- خليل الجبوري: التشجيع الرياضي -تعصب وانتماء -، 25 أوت 2009، مقال منشور على الانترنت، تم الاطلاع يوم 1-25-2019.

23- الياس نوربيرت: ترجمة بشير السباعي، مجلة متون عصرية في العلوم الاجتماعية، مركز الدراسات والوثائق الاقتصادية والقانونية والاجتماعية، القاهرة، عدد 2، 2001.

• الكتب بالأجنبية:

24- Barry Buzan, ole waever and jaap de wilde security a new framework for analysis, 2011

## دور العمل الجماعي في مكافحة الفقر

جمعية البر بالفتيات بفاس نموذجا: نتائج دراسة ميدانية.

Civil society as a horizon of reflection and a real bet for human development

معاذ النجاري

طالب باحث في علم الاجتماع، جامعة سيدي محمد بن عبد الله فاس (المغرب)

Mouad Ennejari

Resarch Student in sociologie, University of Sidi Mohamed Ibn Abdullah Fez (Morocco).

### ملخص:

يساهم العمل الجماعي بشكل هام في محاربة جميع أشكال الحرمان والإقصاء الاجتماعيين، إنه يستقطب فئات متعددة ومتنوعة من المجتمع خاصة تلك الفئات التي لازالت تعاني من نقص في اكتساب القدرات والإمكانيات لتحقيق حياة كريمة، لهذا نجد أن النسيج الجماعي يهتم بالفئات المحرومة من خدمة أو خدمات اجتماعية معينة، كالحرمان من التغذية الكافية واللباس والتطبيب والتعليم. نجد جمعيات تهتم بالمرأة وأخرى بالأطفال أو بالمرضى كما قد نجد جمعيات تهتم بمحاربة الأمية لدى الكبار، وأخرى تهتم بالشباب وتنمية مواهبهم وإدماجهم للمشاركة الايجابية في مختلف قطاعات التنمية بالمجتمع. ومن هنا جاء اختيارنا لجمعية البر بالفتيات كنموذج لجمعية تعمل في مجال محاربة الفقر وتساهم في توفير السكن والغذاء وتساعد على التعليم وتضمن التغطية الصحية للتلميذات. هذه الجمعية التي تعمل على مستوى مدينة فاس وتشمل خدماتها الفتيات المعوزات من السنة الأولى ابتدائي الى السنة الأخيرة من الثانوي.

**الكلمات المفاتيح:** العمل الجماعي، الجمعية، الفقر، الفتاة، مدينة فاس.

### Abstract:

Associative work contributes significantly to combating all forms of social deprivation and exclusion.it attracts multiple and varied groups in society, especially those groups that still suffer from a lack of capacity and suffer from a lack of capacity and capabilities to achieve a decent life.therefore,we find that the associative fabric is concerned with groups deprived of a specific social service or services. Such as the deprivation of adequate nutrition, clothing, medicine and education, we fin associations that care for women and others for children or the sik,and we may find associations that are concerned with fighting illiteracy among adults. And another concerned with youth, developing their talents and integrating them to positively participate in the various development sectors of society.hence,we chose the association for goodness with girls as a model for an association that works in the field of fighting poverty, contributes to providing housing and food, helps education, and guarantees health coverage for female students. This association, which operates at the city level of fez, includes its services for needy girls from the first year of primary school to the last year of high school.

**Keywords:** Association work, association, poverty, the girl, the city of fez.

**تقديم:**

يعمل العمل الجماعي على تحقيق التماسك والتضامن الاجتماعي ويعمل على تطوير برامج الدولة ومشاريعها، إنه أيضا الرابط بين المستفيدين والمساهمين بين المحسنين والمحرومين، بين المتطوعين ومن هم في حاجة إلى خدمات مجانية في التعليم أو الصحة أو السكن أو اكتساب قدرات لتحقيق الاندماج الايجابي في المجتمع، كما يعمل على الحد من التفاوت الطبقي ويحمي المجتمع من بروز جماعات متطرفة ومتمردة تسعى إلى تحقيق رغباتها وأخذ حقوقها بالعنف أو فرض رأيها وأيديولوجيتها بالسلاح والنار. إن للعمل الجماعي دورا مهما في المبادرات التنموية، لهذا نجد المغرب قد أولى له اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة ومن هنا تم تأسيس محمد الخامس للتضامن وتم التشجيع على تأسيس جمعيات تهتم بمحاربة الأمية وإدماج المعاقين ورعاية الأيتام والمشردين، لقد أخذ صاحب الجلالة محمد السادس على عاتقه وجعل من أول أولوياته العمل الاجتماعي، وذلك بعد أن أصبح المغرب على حافة السكتة القلبية كما صرح بذلك المغفور له الحسن الثاني.

لقد أصبح العمل الجماعي قاطرة للتنمية البشرية من خلال استعداد أبناء المجتمع للتطوع وتقديم المساعدة في مختلف المجالات، وبالفعل تم تأسيس وإنجاح العديد من المشاريع الاجتماعية بالوسط الحضري والقروي. وتعتبر المبادرة الوطنية للتنمية البشرية مشروعا مجتمعيا واجتماعيا يراهن على نجاحه الكلى حكومة وشعبا.

من هنا يعتبر البحث الميداني العلمي في دور العمل الجماعي في التنمية البشرية ذو جدوى كبيرة وله آفاق جيدة ومفيدة لتطوير هذا العمل من جهة وتحقيق التراكم العلمي من جهة أخرى.

ومن هنا أيضا جاء اختيارنا لجمعية البر بالفتيات كنموذج لجمعية تعمل في مجال محاربة الفقر وتساهم في توفير السكن والغذاء وتساعد على التعليم وتضمن التغطية الصحية للتلميذات. هذه الجمعية التي تعمل على مستوى مدينة فاس وتشمل خدماتها الفتيات المعوزات من السنة الأولى ابتدائي الى السنة الأخيرة من الثانوي.

**أولا: إشكالية البحث**

كيف تساهم الجمعيات ومنها جمعية البر بالفتيات في محاربة الفقر؟ بمعنى ماهي الخدمات التي تقدمها جمعية البر بالفتيات في مجال محاربة الفقر؟ وماهي حدود ونتائج وانعكاسات هذه الخدمات على مستوى الصحة والسكن والدراسة وتوسيع الخيارات أمام المستفيدات؟

**ثانيا: المفاهيم الأساسية للدراسة****أ- مفهوم الفقر:**

تواجه العلوم الإنسانية بشكل عام وعلم الاجتماع بشكل خاص، العديد من المشكلات المنهجية ومن أهمها صعوبة وضع تعريف محدد للمفاهيم التي يستخدمها، فعادة ما يصعب تقديم تعريف شامل الأبعاد لأي ظاهرة اجتماعية، ومفهوما الفقر وثقافة الفقر يعدان مثالان لهذه المشكلة المنهجية حيث أن العديد من الباحثين

اعترفوا بصعوبة وضع تحديد دقيق ومطلق ووحيد لهذين المفهومين، وإن كان هذا لم يمنع من البحث المنظم كمحاولة للوصول إلى تعريف لهما كما سنوضح في العناصر الموالية.

#### - التعريف اللغوي للفقر:

يفيد المعنى اللغوي للفقر الهم و العوز، والحاجة و الاحتياج (من قلّ ماله و كثر همه) وهو ضد الغنى كما يبين ابن المنظور و يضيف الفقر و الفقر: وهو الحاجة، وفعله الافتقار، والنعت فقير<sup>(1)</sup>. ونظرا لتطور دلالات كلمة فقر وفقير في تاريخ المجتمعات، فإن المعاجم المختلفة ظلت تحتوي على كثير من المفردات والمرادفات التي تسمى الفقر بأسماء متنوعة، وتصف الفقير بأوصاف مختلفة، وجاء فيها عدد من المرادفات التي تسمى الفقر بأسماء متنوعة، وتصف الفقير بأوصاف مختلفة. وجاء فيها عدد من المرادفات لأسماء الفقر منها: بؤس، حاجة، حرمان، شظف، خصاصة، فاقة، عيلة، مترية، مخصصة، مسغبة، مسكنة.

ومن أوصاف الفقير: عائل، مترب، جائع، سائل، ساعي، شظيف، ضنيك، صعلوك، عديم، قانع، معدوم، محتاج، محروم، مدقع، مصرم، مضطر، معتر، معسر، معوز، مفلس...إلخ.

#### - تعريفات الفقر من وجهة نظر المؤسسات الدولية:

يتفق الجميع اليوم على أن الفقر ظاهرة معقدة ومتعددة الأبعاد، ولا يمكن إرجاعها إلى مجرد تعبير مادي صرف، أي مستوى ضعيف وغير كافي للموارد الاقتصادية التي تتيح العيش الكريم فبرنامج الأمم المتحدة يقر أن الفقر ليس ظاهرة أحادية البعد حيث أن غياب المداخل يمكن أن يحل بشكل قطاعي، إن الفقر يتعلق بمشكل متعدد الأبعاد و يقتضي حلولاً قطاعية و مندمجة، نفس الشيء بالنسبة للبنك الدولي الذي يقر بدوره أن للفقر أبعاد وأوجه كثيرة، وأنه أي الفقر نتيجة لسيرورات اقتصادية واجتماعية وسياسية تتفاعل بنياتها في اتجاهات مختلفة.

منذ بداية تسعينات القرن الماضي، أصبح موضوع الفقر موضوعاً محورياً بالنسبة للتنمية، إذ أنه وابتداءً من 1990 خصص كل من البنك الدولي و الأمم المتحدة وأوليا في تقاريرهما حول التنمية (برنامج الأمم المتحدة للتنمية PNUD مثلاً)، اهتماماً متزايداً لهذه الحقيقة الاجتماعية، فبعد أن قامت أيضاً بصياغة مفهوم الفقر الإنساني «pauvreté humaine»، واقترحت سلسلة من المؤشرات المرتبطة بهذه الإشكالية.

إذن ماهي مختلف التعاريف التي تقدمها هذه المؤسسات الدولية والتي توظفها لتقييم الموضوع؟

#### - الفقر من وجهة نظر الأمم المتحدة:

في تقرير لبرنامج الأمم المتحدة (PNUD) قام بالتمييز بين ثلاث نماذج للفقر<sup>(2)</sup>:

-الفقر المدقع أو المطلق la pauvreté extrême au pauvreté absolue

-الفقر العام أو النسبي la pauvreté générale au pauvreté relative

<sup>1</sup>-ابن المنظور، لسان العرب، الجزء الخامس، دار صادات، بيروت، بدون تاريخ، ص:61.

5-Gabriela Gulbin: Définition et Approches de la Pauvreté, www.bsi-economics.org,P:2.

## -الفقر الإنساني la pauvreté humaine

- يعيش الفرد في نموذج الفقر المدقع إذا لم يكن يتوفر على موارد كافية لتلبية حاجياته الأساسية المحددة على أساس الحد الأدنى من السعرات الحرارية (1800 سعرة حرارية في اليوم للشخص الواحد).<sup>(1)</sup>

- ويعيش شخص ما في فقر عام أو نسبي إذا لم يكن يتوفر على موارد كافية لتلبية حاجياته الأساسية غير الغذائية (اللباس، السكن، الكهرباء).

- أما الفقر الإنساني فهو: غياب القدرات الإنسانية الأساسية (الجهل و الأمية، سوء التغذية، غياب التغطية الصحية، انتشار أمراض يمكن تجنبها بالتداوي..)<sup>(2)</sup>

يشير برنامج الأمم المتحدة PNUD إلى مفهوم الفقر المادي (النقدي) لكن دون أن يعطيه تعريفا دقيقا، إلا أن تفحصا سريعا لمختلف هذه التعاريف المقدمة يسمح مع ذلك بالإقرار أن الفقر المادي يشمل ويمكن دمجها ضمن مفهوم الفقر المدقع أو المطلق وكذلك ضمن الفقر العام أو النسبي لأن كلا التعريفين يعتمدان الدخل أو النقد كمحدد ومقياس معتمد.

الفقر المدقع اعتمده البنك الدولي بينما الفقر الإنساني مفهوم خاص بالأمم المتحدة فهذا المفهوم ارتبط بشكل ضيق بمفهوم التنمية البشرية الذي ظهر خلال العشرية الأخيرة من القرن الماضي.

"فإذا كانت التنمية البشرية حسب تقارير التنمية البشرية الصادرة عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة PNUD هي عملية توسيع الخيارات أمام الناس، وأهم هذه الخيارات هي العيش حياة طويلة في صحة جيدة، والتعلم، والتمتع بمستوى معيشة لائق فإن الفقر البشري يعني غياب الإمكانيات والمبادرات الأساسية التي تتأسس عليها التنمية البشرية أي العمر الطويل، الصحة، التعليم، الحياة الكريمة بالإضافة إلى الحرية والكرامة واحترام الذات والآخر."<sup>(3)</sup>

"البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة PNUD في محاولة لفهم الفقر يعتمد مؤشرا لقياسه ألا وهو مؤشر الفقر الإنساني (Indicateur de la Pauvreté Humain IPH) الذي يركز على الاختلالات المصادفة في الميادين الثلاث الأساسية للوجود الإنساني، هذا المؤشر قام PNUD بتفسيره في الخطاطات التقنية للتقرير العالمي حول التنمية البشرية المخصص للفقر، هذا المؤشر حسب PNUD يركز حول الأشكال الأساسية الثلاث للحياة الإنسانية المشار إليها في إطار IDH (مؤشر التنمية البشرية)."<sup>(4)</sup>

"وهذه المنظمة الأممية تقدم هذه الأشكال الثلاث من زاوية الخصائص والحاجة ففي حساب مؤشر التنمية البشرية: فالخصائص في ميدان العمر الطويل تقدم من خلال النسبة المئوية للأشخاص المهددون بالموت قبل سن الأربعين P1.

P2: غياب التعليم يترجم من خلال النسبة المئوية للشباب الأمي غير المتدرس.

<sup>6</sup> Ibid, p: 2.

<sup>7</sup> Ibid, p:2.

<sup>8</sup> -عبدالله عطوي، السكان والتنمية البشرية، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط2004، ص:145.

<sup>9</sup>-La Pauvreté selon le pnud et la Banque Mondial, 2001, <http://journals.openedition.org>.

P3: غياب شروط العيش الكريم، أي اعتماد المستوى الإقتصادي بصفة عامة، وهذا المؤشر يتكون من مؤشرات فرعية ثلاث هي : P3<sub>1</sub>, P3<sub>2</sub>, P3<sub>3</sub>.

P3<sub>1</sub>: يشير إلى النسبة المئوية للأفراد المحرومين من الماء الصالح الشرب.

P3<sub>2</sub>: يشير إلى النسبة المئوية للأفراد المحرومين من الخدمات الصحية.

P3<sub>3</sub>: يشير إلى النسبة المئوية للأطفال أقل من خمس سنوات الذي يعانون من سوء التغذية.

فالمؤشر P3 المركب من P3<sub>1</sub>, P3<sub>2</sub>, P3<sub>3</sub> يمكن قياسه بحساب المتوسط الحسابي لهذه المؤشرات الفرعية .

أما مؤشر التنمية IDH فيتم الحصول عليه من خلال حساب المتوسط الحسابي للمؤشرات الثلاث P1 + P2 + P3 للتنمية البشرية<sup>(1)</sup>.

- **الفقر من وجهة نظر البنك الدولي:**

لا تتحدث هذه المؤسسة عن الفقر الإنساني، ومع أنها لا تعطي تعريفا محددًا لأنواع ومستويات الفقر التي تتناولها بالتحليل، إلا أنها تميز بين الفقر المطلق والفقر النسبي.

الفقر المطلق يتحدد في غياب مستوى معين من الدخل لتأمين عيش الأشخاص والكفيل بإبقائهم على قيد الحياة، ويقاس عموماً في ارتباط مع نظام غذائي أساسي.<sup>(2)</sup>

بينما الفقر النسبي فيعكس تصوراً يعتمد أكثر على توزيع المداخيل، ويعنيًا مثلاً كأقل من الآخرين، وهذه المقولة تحيل كذلك

إلى مستوى معين من الدخل اللازم لإتاحة الفرص للمشاركة في الحياة العامة و العيش داخل مجتمع خاص ويشمل اللباس السكن، التداوي...إذن أنواع الفقر التي يثيرها البنك الدولي تركز على النقد أو العمل النقدي.<sup>(3)</sup>

والبنك الدولي لا يقف عند هذا التحليل البسيط، فهو لا يتردد في إثارة الحديث عن التداخلات بين مختلف أوجه الفقر، حيث يوضح أن الدراسة المعمقة لبعض القطاعات هي أساسية لفهم ظاهرة الفقر في عمقها وتعقدها، وهذه الميادين هي الصحة، التعليم والهشاشة في مجال الحريات العامة أو الكرامة الإنسانية، وهنا يثير البنك الدولي الحديث عن المخاطر التي تتهدد الساكنة الفقيرة من قبيل غياب حرية التعبير، غياب السلط.<sup>(4)</sup>

- **تعريفات الفقر في بعض الأدبيات السوسولوجية والاقتصادية:**

<sup>10</sup> Emmanuelle Benicourt : La Pauvreté selon le PNUD et la Banque mondiale <https://journals.openedition.org/etudesrurales/68>.

<sup>11</sup> Angelo Bonfiglioli: le pouvoir des pauvres la gouvernance locale pour la reduction de la, novembre, 2003, p: 14.

<sup>9</sup> Gabriela Gulbin, Définition et Approches de la Pauvreté , OP. Cit, P: 3.

<sup>10</sup> Ibid, P: 3.

"الفقر حسب عاطف محمد غيث هو: مستوى معيشي منخفض لا يفي بالاحتياجات الصحية و المعنوية و المتصلة بالاحترام الذاتي لفرد أو مجموعة أفراد، وينظر إلى هذا المصطلح نظرة نسبية، نظرا لارتباطه بمستوى المعيشة العام في المجتمع، وبتوزيع الثروة و نسق المكانة و التوقعات الاجتماعية"<sup>(1)</sup>.  
أما بالنسبة ل أمارتيا سن Amartya Sen فالفقر هو الحرمان من القدرات الأساسية وليس مجرد تدني الدخل.<sup>(2)</sup>

وفي التقرير الوطني حول السياسة السكانية لسنة 2001 فالفقر هو تعبير عن حرمان حاد ونقص كبير في شروط العيش الكريم". وبيّن أن هناك مفاهيم متعددة للتعبير عنه مثل "حاجة، حرمان، نقص، ضعف، إقصاء..." على أنه يمكن استعمال عدة مؤشرات لقياسه.<sup>(3)</sup>  
أما الباحث عبد الخالق التهامي فيعتبر الفقر هو "وضعية أو وضعيات "غير مقبولة أو "غير عادلة" على المستويين الاقتصادي و الاجتماعي<sup>(4)</sup>، وهو في الأصل مفهوم أخلاقي واجتماعي وليس اقتصادي، ولكنه أصبح اليوم مركزا للنظرة الاقتصادية بنزعة اجتماعية<sup>(5)</sup>.

#### ب- مفهوم الجمعية:

تعريف الجمعية "كتجمع مؤسس على الانخراط الإرادي ومساهمة الأعضاء بمعارفهم وأنشطتهم من أجل الجماعة لأهداف أخرى غير اقتسام الربح"<sup>6</sup>، يفترض بالنسبة لألبير ميستر "تنظيما معينا للسلوكيات داخل الجماعة وتقنيننا معينا للحقوق والواجبات (القوانين الأساسية)"<sup>7</sup> لتكون الجماعة بذلك جماعة رسمية، وإن كانت هذه ملامح عامة لتعريف الجمعية، فإن اختلاف أهداف وطبيعة الأنشطة بين الجمعيات يفسح المجال لتصنيفات عدة، لعل أولها التمييز بين جمعيات التعبير وجمعيات التأثير، إذ تعبر الأولى عن "الجمعيات التي توجه أهدافها وأنشطتها للتعبير أو لتلبية المصالح الخاصة لأعضائها، والجمعيات - من النوع الثاني - هي التي تقترح على نفسها تحقيق تغيير في محيطها بفضل تأثيرها"<sup>8</sup>. وإن كان مؤلف نحو سوسولوجيا الجمعيات يلتزم الحذر في التعاطي مع هذا التمييز، إذ "تملك جمعيات التعبير، تأثيرا اجتماعيا.. كما تعبر جماعات التأثير الاجتماعي أيضا عن الحاجات السيكولوجية لأعضائها"<sup>9</sup> ليعدو الأمر مسألة درجات ليس إلا، فإن الأمر مرتبط عند مارتين بارطلمي باختيارات تعبر عنها الجمعيات منذ البداية، بحيث هناك التي

<sup>1</sup> - محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، 1997، ص: 341-342.

<sup>2</sup> - أمارتيا سن: التنمية حرة، ترجمة شوقي جلال، عالم المعرفة، عدد 303، ماي 2004، ص: 113.

<sup>3</sup> - مركز الدراسات و الأبحاث الديمغرافية: التقرير الوطني حول السياسة السكانية لسنة 2001، شتتبر 2002، ص: 15  
14-Touhami Abdelkhalek: la pauvreté au Maroc, série etudes de L'NSEA, RABAT, 1999, P:11.

<sup>5</sup> - عبد الخالق التهامي : "دورة تكوينية حول الفقر و مؤشرات"، ليبيا، فبراير، 2009، www.npc.gov.ly

<sup>6</sup> - هذا نص التعريف كما جاء في القانون الفرنسي، بينما في القانون المغربي نجد التعريف التالي: "الجمعية هي اتفاق لتحقيق تعاون مستمر بين شخصين أو عدة أشخاص لاستخدام معلوماتهم أو نشاطاتهم لغاية غير توزيع الأرباح فيما بينهم" (الفصل الأول).

<sup>17</sup> - Albert Meister : vers une sociologie des associations, éditions ouvrières, paris, p :15.

<sup>18</sup> - Ibid, p:16.

<sup>19</sup> - Ibid, p:16.



تتشكل "حول هوية ثقافية أو ولا تعبر بصراحة عن إرادة في التأثير أو عن رغبة في الفعل اتجاه السلطات العامة".<sup>1</sup>

### ثالثا: الفرضية العامة

تساهم الجمعيات ومنها جمعية البر بالفتيات من خلال خدماتها بشكل إيجابي وفعال في محاربة الفقر. ويبرز ذلك من خلال انعكاسات هذه الخدمات على المستفيدات في مختلف أبعاد التنمية البشرية (التعليم، الصحة، السكن، توسيع خيارات المشاركة).

### رابعا: الفرضية الجزئية

- خدمات الجمعية في مجال السكن تضمن للفتيات سكنا لائقا.
- خدمات الجمعية في مجال التعليم توفر للفتيات الظروف الملائمة للتعليم وتحقيق التمدد الكامل.
- خدمات الجمعية في مجال الصحة تحقق الأمن الصحي للفتيات.
- ما توفره الجمعية من مواد ووجبات غذائية تضمن الأمن الغذائي للفتيات المستفيدات.
- ضمان الصحة والسكن والتعليم والغذاء للفتيات المستفيدات يوسع من نطاق خيارات مشاركتهن في التنمية البشرية.

### خامسا: عينة الدراسة

لقد اخترنا كعينة للدراسة رئيسة الجمعية اضافة الى ستة مستفيدات وذلك باعتماد أسلوب المقابلة النصف الموجهة.

### سادسا: نتائج الدراسة

انطلاقا من المقابلة التي قمنا بها مع رئيسة الجمعية وبالرجوع الى الفرضية العامة للبحث وفرضياته الجزئية، ومقارنته بما جاء في مضمون المقابلة يمكن أن نستنتج أن الفتيات يستفدن من خدمات الجمعية بشكل كبير بالمقارنة مع الظروف القاسية التي يعيشونها في وسطهم الأسري ويمكن توضيح ذلك:

- **على مستوى السكن:** جل الفتيات كما قالت القيمة يأتين من أحياء هامشية واللواتي يعانين تدهور الظروف السكنية (دور الصفيح، ضيق السكن، منزل بغرفة واحدة...) وكما جاء على لسانها "المستفيدات ينتمون الى أحياء مختلفة وخاصة الفقيرة والهامشية بمدينة فاس كأحياء بندباب، سهب الورد، صهريج كناوة، السخينات بسيدي احرازم، عوينات الحجاج، دوار الصفيح بالليدو، وأحياء القصبة".

بل وأكثر من ذلك هناك من تعاني آفة التشرد بعد تخلي الأب وعدم قدرة الأم على كراء سكن، في هذه الأحياء الهامشية هناك تلوث ثم انعدام أو قلة الماء والكهرباء (عدم قدرة الأم على كراء سكن،

<sup>20</sup>- Martine barthélemy: les associations et démocratie: la singularité française ,in qu'est ce que la sochété, paris odile Jacob,2000.p:417.

في هذه الأحياء الهامشية هناك تلوث ثم انعدام أو قلة الماء والكهرباء (عدم قدرة الأسرة على دفع تكاليفهما).

بالمقابل توفر جمعية البر ب الفتيات سكنا لائقا ومجانيا، يحتوي مرافق متنوعة (حمام، قاعة الرياضة، قاعة الأكل، أفرشة، أغطية، والأسرة الكافية، ثم هناك الاستفادة من الماء والكهرباء - بالاستحمام والتصيبين ومشاهدة التلفاز واستعمال الحاسوب - هذا السكن يتم تنظيفه يوميا من قبل منظفتان تابعتان للإنعاش الوطني.

إذن على مستوى السكن تعتبر فرضيتنا صحيحة.

➤ **على مستوى التعليم:** لا تستطيع الفتاة الآتية من هذه الأحياء الفقيرة والأسر المعوزة متابعة دراستهن نظرا للفقير، بعد المدرسة أو للتعرض للمعاكسات والاعتداء من طرف بعض المنحرفين ( الشمكاره والصوص)، لهذا ينصب عمل الجمعية أساسا على توفير الإمكانيات التي تسمح للفتاة بمتابعة دراستها ومن ذلك تقديم دروس الدعم، توفير قاعة الإعلاميات قاعة المطالعة، أدوات مدرسية، خزانه الكتب تقديم منح وجوائز للمستفيدات المتفوقات، وكما جاء على لسان المبحوثة "إن الفتاة بالجمعية تستفيد من الأدوات والكتب المدرسية، إنها تهيي الظروف الملائمة لمتابعة دراستهن الابتدائية والاعدادية ثم الثانوية، حيث أن الجمعية توفر لهم كل مايلزم، ولاشغل مفروض عليهن سوى الاجتهاد في دراسته والمواظبة عليها "إن الظروف التي توفرها الجمعية سمحت للبعض منهن بالحصول على شهادة البكالوريا ومنهن من يتابعن دراستهن بالجامعة ومنهن من ولجن سوق الشغل، لكن ينبغي الإشارة إلى أن بعض المستفيدات يتسرن وينقطعن عن الدراسة".

خلاصة ما سبق أن فرضيتنا فيما يتعلق بالتعليم صحيحة إلى حد ما.

➤ **على مستوى الصحة:** تعاني الفتيات المستفيدات من الفقر وبالتالي من عدم القدرة على دفع تكاليف الفحص والعلاج والدواء، لهذا نجدهن يعانين من عدة أمراض (الحساسية، الأمراض الجلدية الناتجة عن التلوث وقلة النظافة...) إضافة الى الأمراض المزمنة، بالمقابل تضمن الجمعية للفتيات تغطية صحية شاملة حيث يستفدن من الفحص والعلاج والدواء بالمستشفيات العمومية (الغساني، باب الحديد...)، كما أن للجمعية اتفاقية مع بعض الدكاترة الاختصاصيين الذين يقدمون خدماتهم مجانا لفتيات الجمعية (دكاترة طب الأسنان، مختبر التحليلات...) ويستفدن أيضا من النظارات الطبية. إذن فرضيتنا في مجال الصحة تعتبر صحيحة بشكل كبير. وهذا ما أكدته المبحوثة بقولها "تسيت أن أخبركم أن للجمعية تنسيق مع المستشفيات العمومية بالمدينة، وبعض الدكاترة الاختصاصيين، عن طريق هذا التنسيق تستفيد التلميذات من الفحص والعلاج والأدوية كما أنهن يستفدن من خدمات طب الأسنان ومختبر التحليلات كما يتم تزويد ضعيفات البصر بالنظارات الطبية مجانا".

إذن فرضيتنا في مجال الصحة تعتبر صحيحة بشكل كبير.

➤ **على مستوى التغذية:** تعاني أسر الفتيات المعوزات من قلة الغذاء وعدم توازنه وقلة جودته، وخاصة الأسر التي تتكون من عدد كبير من الأفراد، في حين تعمل الجمعية بمساعدة مجموعة من المحسنين على توفير الغذاء اللازم والكافي لهن (خبز، لحم، دجاج، سمك، خضروات، فواكه وجبن، زبدة، عسل... وهو ما يضمن لهن تغذية كافية ومتوازنة، وكما قالت المبحوثة، "نحن لا نشترى شيئاً كل شيء يأتي به المحسنون، الله يجازيهم بالخير" وكما قالت أيضاً "هناك محامية تمنح لهذه الجمعية كل صباح جمعة بعض الألبسة والمواد الغذائية مثل: علب الزبدة والكونفكتور، الخضر والفواكه والكسكس". إذن فخدمات الجمعية في مجال التغذية تضمن للمستفيدات الأمن الغذائي وهو ما يعني أن فرضيتنا المتعلقة بالغذاء صحيحة.

➤ **على مستوى توسيع خيارات المشاركة والاندماج الاجتماعي:** إن أغلب المستفيدات يعانين من الإقصاء والتهميش والحرمان، وهو ما يجعل قدرتهن على الاندماج الاجتماعي وتحقيق الذات قدرات ضعيفة، لكن ما تقدمه الجمعية من خدمات على مستويات السكن والتعليم والصحة والتغذية يمكنهم من متابعة دراستهن أولاً واكتساب قدرات ومهارات التكيف الإيجابي مع الواقع الذي يعشن فيه، فمنهن من استطاعت الحصول على شواهد عليا ومنهن من تزوجن وكونن أسرهن ومنهن من ولجن سوق الشغل.

إن الجمعية تقوم بأنشطة رياضية وثقافية وفنية لهذه الفتيات من خلالها يكتسبن مهارات الحوار والدفاع عن الرأي والتعبير عن الذات بكامل الحرية لكن رغم ذلك تبقى الاستفادة لدى بعضهن قليلة نظراً لغياب الرغبة لديهن للخروج من وضعيتهن الصعبة، حيث تسيطر على تفكيرهن اللامبالاة واليأس بل والتخريب أحياناً، من هنا يتضح أن خدمات الجمعية تعمل على توسيع خيارات المشاركة لدى الفتيات وتجعلهن يندمجن بشكل إيجابي في المجتمع لكن اللواتي يحققن هذا الاندماج لازالت نسبتهن دون الهدف المتوخى وبالتالي يمكن القول أن فرضيتنا الخامسة صحيحة إلى حد ما، إذ أن هناك حاجة إلى أنشطة وورشات داخل الجمعية لتوعية المستفيدات بحقوقهن وواجباتهن وبيث روح الإيجابية والتفاؤل بين صفوفهن، بالإضافة إلى ضرورة ورشات مهنية تؤهلهن للاندماج في سوق العمل والحصول على دخل مادي يضمن لهن الحياة الكريمة بعد مغادرتهم للجمعية، تقول المبحوثة "من هذا المنظور يمكن اعتبار خدمات الجمعية مساهمة مهمة في تحقيق التنمية البشرية من خلال ما توفره للتلميذات المستفيدات من التغطية الصحية الشاملة والمأوى واللباس والغذاء والدعم المدرسي والتوعية بالحقوق والواجبات".

أما بالنسبة للمقابلات مع المستفيدات:

➤ **على مستوى السكن:** إن أغلب المستفيدات أو كلهم يعشن في أحياء فقيرة أي عشوائية مثل عوينات الحجاج، باب فتوح، عين هارون...، آفة التشرّد بالنسبة لبعض المستفيدات، انعدام الماء والكهرباء وهذا ما دفعهم إلى المجيء إلى الجمعية من أجل الاستفادة من كل المرافق السكنية، كذلك نجد المستفيدات ينصحن الفتيات المحتاجات بالمجيء إلى الجمعية لأن الجمعية تتوفر على مرافق

متنوعة (حمام، قاعة للرياضة، الأكل وتجهيزات لائقة مثل الأفرشة، الأغطية) لهذا نجد المستفيدات يقررن بأن الجمعية تساهم في محاربة الفقر والإقصاء كذلك أن الحالة الاجتماعية والمادية الأسرية لأغلب المستفيدات تتجلى في اليتيم والطلاق ثم الفقر وهذا ما يؤدي بهم الى عدم التوفر على سكن لائق يضمن لهم راحة جيدة.

وبالتالي فإن فرضيتنا على مستوى السكن صحيحة.

➤ **على مستوى التعليم** إن كل المستفيدات يصرحن بأن مستواهن الدراسي يتراوح بين السنة الأولى إعدادي والسنة الأولى ثانوي وأن سبب مجيئهن الى الجمعية هو بعد المدرسة، وفاة الأب، الفقر، طلاق الأبوين، بالمقابل نجد الجمعية تقوم بتقديم دروس الدعم، توفير قاعة إعلاميات قاعة المطالعة، الأدوات المدرسية، شراء الكتب وبالتالي فإن ظروف الدراسة والتحصيل متوفرة في الجمعية بالمقارنة مع الأسرة التي تغيب فيها الشروط الضرورية للدراسة والتحصيل والجد من الحصول على معدل مشرف.

إن فرضيتنا بخصوص التعليم صحيحة.

➤ **على مستوى الصحة:** إن كل المستفيدات يستفدن من الظروف الصحية مثل: السهر على صحتهم شراء الدواء ويقولن إنهم عندما يمرضون يذهبون الى الطبيب من أجل معالجتهم مع الاستفادة من الفحص المجاني بالمستشفيات العمومية وكذلك من طرف دكاترة أخصائيين بالمقابل نجد في الأسرة غياب هذه الشروط الصحية مثل الدواء أو الفحص نتيجة الفقر والإقصاء الذي تعيشه المستفيدات وبهذا تكون الجمعية تساهم في محاربة الفقر والإقصاء. وبالتالي فإن فرضيتنا على مستوى الصحة صحيحة.

➤ **على مستوى التغذية:** إن الفقر الذي تعيشه أسر المستفيدات يجعل جلهن لا يتوفرن على غذاء لائق ومتنوع وكذلك إن الطلاق يؤدي الى التشرذم وبالتالي أين يمكن أن تستفيد الفتيات من الأطعمة والأشربة بالمقابل توفر الجمعية كل الإمكانيات من طبخ جيد تنوع الأغذية صدقات وهبات المحسنين (خضروات، فواكه، خبز، لحم، دجاج...) ونجد أن بعض المستفيدات ركزوا على هبات المحسنين نظرا لما لها من أهمية في تدعيم الجمعية ومساندتها.

➤ **على مستوى توسيع خيارات المشاركة والاندماج الاجتماعي:** تصرح المبحوثات بأن ظروفهن المادية والأسرية تحد من نطاق تحقيق طموحاتهن وبعضهن يعانين من كثرة الأشغال المنزلية (نظافة البيت، التصيبين، السخرة...)، وبالتالي لا يبقى لهن الوقت للتحصيل الدراسي في مقابل ذلك فإن ما توفره الجمعية لهن من ظروف وخدمات يسمح لهن بالحفظ والذاكرة، ومتابعة دروسهن بشكل إيجابي من هنا نجد أن لديهن طموحات لتحقيق الذات والحصول على منصب مهم في مجتمع (رغبتهن في أن يصبحن ريان طائرة بالنسبة للمبحوثة الأولى، ومحامية بالنسبة للمبحوثة

الثانية، وقاضية أو باحثة اجتماعية بالنسبة للمبحوثة الثالثة، وطبيبة بالنسبة للمبحوثة الرابعة ومحامية بالنسبة للمبحوثة الخامسة وقاضية بالنسبة للمبحوثة السادسة).

إن الجمعية تعاملهن بلطف وحوار وأعضاؤها يعملون على مؤازرتهم نفسيا واجتماعيا وبالتالي يخرجن من عزلتهن وصمتهن ويعبرن بحرية عن آرائهن ورغباتهن، لكن مازال هناك حاجة الى أنشطة ثقافية وترفيهية وفنية وورشات للتعلم المهني (خياطة مثلا)، كما تطالب الفتيات برحلات ومخيمات ومهرجانات يمكن من خلالها تنمية مواهبهن المختلفة وبالتالي ففرضيتنا الخامسة متحققة الى حدما، إذ لازالت خدمات الجمعية دون المستوى المرغوب لتحقيق الاندماج الايجابي وتوسيع الخيارات لدى كل المستفيدات.

#### سابعاً: خلاصة الاستنتاجات:

من خلال عملنا الميداني حول جمعية "البر بالفتيات" بفاس وما تقدمه من خدمات ومرورا بمعالجتنا للمعطيات المجمعة من خلال المقابلات عبر عمليات الترميز والتقيي، وصولا الى تحليل مضمونها بالرجوع الى إشكالية البحث وفرضيته العامة والجزئية يمكن تلخيص استنتاجات بحثنا فيما يلي:

- خدمات الجمعية في مجال السكن تضمن للفتيات المعوزات - واللواتي ينحدرن من أحياء هامشية حيث تتعدم ظروف السكن اللائق-سكنا لائقا ومحترما، حيث الماء والكهرباء والمرافق الصحية والأفرشة والأغطية وقاعة الأكل وقاعة المطالعة وقاعة الرياضة.
- تساهم الجمعية في توفير الظروف الملائمة للتحصيل الدراسي ومتابعته من الأولى ابتدائي الى الحصول على شهادة البكالوريا وذلك بالنسبة لفئة الفتيات المستفيدات.
- من خلال المتابعة الصحية للفتيات المستفيدات والسهرة على حمايتهن من الأمراض أولا ومعالجتهن منها ثانيا مع توفير الدواء مجانا، تتعم الفتيات بصحة جيدة تساعدن على التركيز والتحصيل الجيد وبناء أجسام سليمة.
- إن ما توفره الجمعية من مواد ووجبات غذائية (والتي يتبرع المحسنون بجزء كبير منها) تحمي الفتيات من الجوع وسوء التغذية وتضمن لهن الأمن الغذائي.
- إن الخدمات السابقة بالإضافة الى الأنشطة الثقافية والفنية وإلى الدعم النفسي والاجتماعي توسع من نطاق خيارات المشاركة أمام الفتيات المعوزات وتجعلهن يحققن الاندماج الاجتماعي الايجابي سواء في وسطهن الأسري أو المدرسي أو المجتمعي. ويتضح ذلك من خلال عدم سقوطهن في الانحراف والتشرد من جهة ووصول بعضهن لمناصب شغل في الشركات (نموذج الفتاة التي تعمل بالدار البيضاء) أو بناء أسر أو متابعة الدراسة الجامعية.
- وبالتالي تساهم جمعية "البر بالفتيات" بقدر هام في محاربة الفقر والإقصاء أولا وتحقيق التنمية البشرية في مختلف أبعادها (السكن، الصحة، التعليم، التغذية وتوسيع خيارات المشاركة والاندماج الاجتماعي) بالنسبة لفئة مهمشة وفقيرة.

**خاتمة:**

إن الفقر لا يعبر فقط عن عجز الإنسان عن اشباع حاجاته البيولوجية كما يقرر رجال الفكر والاقتصاد، بل يعني أيضا عجز البناء الاجتماعي عن توفير مستلزمات الإنسان كما يقرر رجال الفكر والاقتصاد، بل يعني أيضا عجز البناء الاجتماعي عن توفير مستلزمات الإنسان المادية والمعنوية وتأثير ذلك على عمليات الاندماج والعلاقات الاجتماعية وتكوين شخصية الفرد في المجتمع وتشكيل قيمه وثقافته، بل تحديد دوره ووزنه السياسي والاجتماعي والاقتصادي.

وتتعدد الأسباب المتدخلة في تعميق حدة الفقر كطبيعة النظام السياسي والاقتصادي السائد في البلدان النامية بالإضافة الى انحصار الخدمات الاجتماعية كالصحة والتعليم وغيرها لدى نخبة معينة على حساب فئات عريضة من المجتمع. كما تشكل الحروب والحصارات المفروضة على دولة ما (العراق وفلسطين مثلا) أسبابا ظرفية لظاهرة الفقر.

تتجلى ظاهرة الفقر في عدة مظاهر وأبعاد منها: البطالة، انتشار السكن العشوائي، التسول، انتشار الجرائم كالسرقة والقتل، انتشار الأمراض...

للتخلص من هذه المشاكل وما تطرحه على الأنظمة السياسية من اشكالات تقوم الدول بعدة اجراءات وبرامج للحد من ظاهرة الفقر، لكن رغم ما تبذله من مجهودات تبقى النتائج ضعيفة، لذلك تعتبر مساهمة المجتمع المدني ذات فعالية كبرى اذ تحاول سد الثغرات والنقائص في البرامج الرسمية.

وهذا ما لاحظناه بالفعل من خلال ما تقوم به جمعية "البر بالفتيات" بفاس حيث تساهم خدماتها في مجالات السكن، التعليم، التغذية، الصحة، توسيع خيارات المشاركة والاندماج الاجتماعي.

ولهذا ينبغي دعم هذه الجمعيات ماديا ومعنويا ولعل المبادرة الوطنية للتنمية البشرية خطوة جريئة في هذا المجال.

**المراجع العربية:**

- 1- ابن المنظور، لسان العرب، الجزء الخامس، دار صادات، بيروت، بدون تاريخ.
- 2- عبد الله عطوي، السكان والتنمية البشرية، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط2004، 1.
- 3- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع دار المعرفة الجامعية، مصر، 1997.
- 4- أمارتيا صن، التنمية حرية، ترجمة شوقي جلال، عالم المعرفة، عدد 303، ماي، 2004.
- 5- مركز الدراسات والأبحاث الديمغرافية التقرير الوطني حول السياسة السكانية لسنة 2001، شنتبر 2002.
- 6- عبد الخالق التهامي: "دورة تكوينية حول الفقر ومؤشراته"، ليبيا، فبراير، 2009، www.npc.gov.ly

**المراجع الأجنبية:**

- 7- Gabriela Gulbin: Définition et Approches de la Pauvreté, www.bsi-economics.org.
- 8- La Pauvreté selon le pnud et la Banque Mondial ,2001,http://journals.openedition .org.
- 9- Emmanuelle Benicourt : La Pauvreté selon le PNUD et la Banque mondial https://journals.openedition.org/etudesrurales/68.

- 10- Angelo Bonfiglioli:le pouvoir des pauvres la gouvernance locale pour la reduction de la, novembre,2003.
- 11- Touhami Abdelkhalek:la pauvreté au Maroc ,série etudes de L'NSEA,RABAT, 1999.
- 12- Albert Meister :vers une sociologie des associations,editions ouvrières,paris,France
- 13- Martine barthélemy:les associations et démocratie: la singuralité française ,in qu'est ce que la sochtété,paris odile Jacob,2000.

## الجسد الرياضي والجنس والفضيحة في دراما القنوات الخاصة: مسلسل أولاد مفيدة مثالا

**Athletic body, sex and scandal in the drama of privat  
channels: »Awled Moufida » series as an example**

**نصر الدين التواتي**

**مرسم بالدكتوراه اختصاص وساطة وتقنيات التنشيط بالمعهد العالي للتنشيط  
الشبابي والثقافي ببئر الباي (جامعة تونس)، ومدرس متعاقد بالمعهد العالي  
للدراسات التطبيقية في الانسانيات بسببلة (جامعة القيروان).**

**ملخص:**

تبحث هذه الدراسة في عناصر الجذب التي تعتمدها القنوات الخاصة في إنتاجها للدراما والتي تتمثل في التركيز على مواضيع الجندر أو "ثلاثية ميردوك" والمتمثلة أساسا في الرياضة والجنس والفضيحة. وتعتمد الدراسة على تحليل مضمون الجزء الثاني من مسلسل "أولاد مفيدة" الذي يتكون من 21 حلقة وبت في شهر رمضان 2016 على القناة الخاصة "الحوار التونسي". وقد أثبتت الدراسة حشد نسبة كبيرة من ممثلين وممثلات بخصائص جسدية معينة ارتبطت أدوارهم بالجنس وبالتالي الفضيحة، وهكذا تترايط مواضيع الجندر أفضل ترايط في مسلسل تلفزيوني.

### **Abstract :**

This research explores the methods of attraction that privat channels use in their drama production, which is the focus on gender topics or « mirdock's trilogy ». which is mainly repesented in sports, sex and scandal. The study is based on an analisis of the content of the second part of the series « Awlad Moufida » which consists of 21 episodes and was broadcast in ramadhan 2016 in the privat channel « AL HIWAR AL TUNISI ». this study demenstrated how a large proportion of actors and actresses with certaine physical characteristics mobilized their roles with sex and therefor with scandal too. As a result gender themes are best interconnected in television series.



**مقدمة:**

تعد الدراما التلفزيونية من أبرز البرامج التي يركز عليها المنتجون لاحتوائها على الكثير من عناصر الجذب والتأثير وتحظى بنسب مشاهدة عالية لذلك يقدرها المعلنون وترتفع قبل عرضها وأثناءه الإعلانات. كذلك يتم التركيز على قياس نسب مشاهدتها. ولئن انطلقت الدراما التلفزيونية التونسية سنوات قليلة بعد بعث مؤسسة الإذاعة والتلفزة التونسية منتصف الستينات، فإن عصرها الذهبي كان في تسعينات القرن الماضي حيث أنتجت مسلسلات لازالت تحصد نسب مشاهدة عالية رغم عرضها على مدار السنة مثل مسلسل "خطاب على الباب". وشهدت الدراما نقلة أخرى بعد بداية التفريط في القطاع السمعي البصري وانطلاق الخواص في انتاجها خاصة في العقد الاخير ويمكن أن نذكر على سبيل المثال مسلسلات "مكتوب"، و"تجوم الليل"، و"ليلة الشك" و"الفوندو" و"أولاد مفيدة". وقد حققت كل هذه المسلسلات نسب مشاهدة عالية لطرحها مواضيع مثيرة تستهدف بالدرجة الأولى فئة الشباب، أكبر شريحة عمرية في البلاد. وباعتبار أنه لا يمكن فهم الإنتاج الدرامي بمعزل عن سياق عمل وسائل الإعلام سنسعى من خلال هذا المقال في مرحلة أولى إلى عرض تطور القطاع السمعي البصري في تونس من الدولة إلى الخصخصة وطبيعة كل منهما (الإعلام الحكومي والإعلام الخاص). وفي مرحلة ثانية سنقدم قراءة للقوانين المنظمة لوسائل الإعلام الخاص. وفي مرحلة ثالثة سنتعرض إلى مسألة "الأوديمات" أو الدراما واللهاث وراء أعلى نسب مشاهدة من خلال التركيز على ثلاثية ميردوك أو موضوع الجندر والمتمثل أساسا في الرياضة وهنا سنتحدث أساسا على التركيز على الجسد الرياضي، والجنس والفضيحة. ولإثبات تركيز مسلسلات القنوات الخاصة على هذه المواضيع قمنا في المرحلة الرابعة بتحليل الجزء الثاني من مسلسل "أولاد مفيدة" المتكون من 21 حلقة.

- فكيف تحولت وسائل الإعلام التونسية من الدولة إلى الخصخصة؟
- ماهي أبرز القوانين المنظمة للقنوات الخاصة؟
- ماهي الدراما التلفزيونية وماهي أشكالها؟
- وكيف تتربط مواضيع الجندر في مسلسل تلفزيوني مكونة أبرز عناصر الجذب وشد انتباه الشباب؟

**الإعلام السمعي البصري من الدولة إلى الخصخصة:**

لئن تأسست مؤسسة الإذاعة والتلفزة التونسية سنة بعد الاستقلال فإن تاريخ بعث أول قناة تونسية كان بعده بحوالي 10 سنوات، وتحديدًا سنة 1966. وبعد 28 سنة بعثت قناة تلفزيونية ثانية أطلق عليها "تونس 21" وكانت مخصصة للشباب. وقد تميزت الفترة التي تمتد من استقلال البلاد إلى حدود 2003، بسيطرة الدولة على الفضاء السمعي البصري سيطرة تامة، إذ يشير العربي شويخة إلى "أن الحكومات التي تعاقبت منذ استقلال البلاد... غالبًا ما أبدت تخوفا إزاء احترام حرية التعبير والإعلام ومعاداة لفكرة السماح ببيروز وسائل إعلام حرة ومستقلة"<sup>1</sup> وتعود أسباب ذلك التخوف حسب نفس الباحث إلى أن وسائل الإعلام شريك رئيسي في

<sup>1</sup> العربي شويخة، وسائل الإعلام في تونس التحول الصعب من الاستقلال إلى انتخابات 2014. ترجمة الهادي هوى، دار محمد علي الحامي للنشر، تونس، 2015، ط 1، ص 9.

بناء الدولة وخدمة مجهودات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وعموما يمكن أن نعتبر أن موقف السلطات التونسية من الإعلام لم يخرج عن موقف باقي الأنظمة العربية التي "تستخدم الإعلام وفق منطق احتكاري ومن منطلق النموذج الوظيفي (الإعلام، والترفيه والتثقيف) القائم ضمنا على أن الإعلام صورة عاكسة للمجتمع كما يجب أن يكون لا كما هو، تتحقق بداخله بصفة مثلى الهوية الوطنية وقيمها وأخلاق الجماعة".<sup>1</sup> إنّ مهاجمة القنوات الأجنبية سيطرة الدولة على الفضاء السمعي البصري وفشل هذه الأخيرة في فرض "قانون يرمي إلى الحد من انتشار اللاقطات الفضائية (إخضاعها لترخيص إداري وفرض إتاة جزافية سنوية) وأمام أهمية السوق الموازية والحيل المتنوعة التي يلجأ إليها الأفراد، أصبحت عملية المراقبة أمرا مستحيلا. واليوم، أصبح هذا القانون مهملا كما أن الإتاة السنوية ألغيت في مارس 2006.<sup>2</sup> لهذه الأسباب وأسباب أخرى مثل الرد على انتقادات الدول بتضييق تونس على حرية التعبير، ونظرا لاستضافة البلاد المقترحة لمؤتمر القمة العالمية لمجتمع المعلومات، الذي كان مخططا له في 2005. سمحت الحكومة للقطاع الخاص ببعث قنوات تلفزيونية. غير أن ذلك لم يعن أن السلطة السياسية أطلقت العنان لحرية التعبير، إذ يشير جورج جوفي أن تلك المبادرات "لم تكن خطوة في اتجاه تحرير وسائل الإعلام السمعية البصرية... فقد كانت التراخيص تمنح رسميا عن طريق وزارة الإعلام، وبناء على توصية من المجلس الأعلى للاتصالات، وهي هيئة من المفترض أن تكون مستقلة تم إنشاؤها في عام 1989. لكنها كانت مرتبطة ارتباطا وثيقا بالقصر الرئاسي، والشروط التي بناء عليها يتم منح التراخيص لم يعلن عنها قط".<sup>3</sup> لذلك تم منح تراخيص لأفراد منتمين للأسرة الحاكمة أو مقربين منها، وعلى هذا الأساس تم منح ترخيص للعربي نصره لبعث قناة "حنبل تي في" يوم 13 فيفري 2005. وفي مارس 2009 انطلقت قناة "نسمة تي في" والتي يمتلكها الاخوة نبيل وغازي القروي بنسبة 50 في المائة من الأسهم. ولقد حرصت السلطة على أن يكون المسؤولون عن هاتين القناتين ومدراؤهما العامون في ارتباط وثيق بالسلطة الحاكمة، ذلك أن رئيس مجلس إدارة قناة "نسمة تي في" فتحي الهويدي كان كاتب دولة للإعلام بين (1991-1997) ثم وزيرا لدى الوزير الأول مكلفا بحقوق الإنسان والاتصال...<sup>4</sup>

بعد الثورة بدأت القنوات التلفزيونية التونسية في الازدياد، إذ أوصت الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال أشهرها بعد سقوط النظام، بمنح رخص لعدد من القنوات التلفزيونية، ومنذ سنة 2013 تولت ذلك الهيئة العليا المستقلة للإعلام السمعي البصري التي انبثقت بموجب المرسوم عدد 116 بتاريخ 2 نوفمبر 2011، وقد وضعت كراس شروط سنة 2014، تنظم عملية منح تراخيص للقنوات التلفزيونية، ويعد صدورها وجدت

<sup>1</sup> عبد الإله بلقزيز واخرون، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة المستقبل العربي، بيروت، لبنان، 2013، ط 1، ص 113.

<sup>2</sup> العربي شويخة، مرجع سابق، ص 42.

<sup>3</sup> روكسان فارمان فارمين واخرون، الإعلام في مراحل الانتقال الديمقراطي الحالة التونسية نموذجا، مركز دراسات الجزيرة، الدار العربية للعلوم ناشرون، الدوحة، قطر، ، 2015، ط 1، ص 35.

<sup>4</sup> العربي شويخة، مرجع سابق، ص 36.

مجموعة من القنوات التلفزيونية نفسها تبث دون ترخيص، مثل قناة الزيتونة. وسنقدم من خلال الجدول التالي القنوات التلفزيونية التونسية بعد الثورة.

اسم القناة	سنة التأسيس
قناة التونسية تحولت إلى قناة الحوار التونسي	2011
الجنوبية تي في	2012
تونسنا	2012
الزيتونة	2012
شبكة أخبار تونس TNN	2012
التاسعة	2015
المتوسط ثم أم تونيزيا	2012
تلفزة تي في	2015
الإنسان	2016
فيرست تي في، ثم قرطاج +	2017

بناء على المعطيات السابقة، نستنتج أن الفضاء السمعي البصري في تونس أصبح تحت سيطرة الشركات الخاصة، فمن بين 14 قناة فضائية، هناك 12 قناة خاصة أي بنسبة 85 في المائة، وبطبيعة الحال يختلف الإعلام الخاص عن الإعلام الحكومي. هذا وتجدر الإشارة إلى أن هناك قنوات غير مرخص لها، تبث من الخارج على غرار قناة الزيتونة، ونسمة، وحنبل، وأسندت الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري ترخيصا ل 10 قنوات خاصة، وهي المذكورة في الجدول أعلاه.

#### القوانين المنظمة للإعلام السمعي البصري في تونس:

بات من الضروري بعد سقوط النظام السياسي في 14 جانفي 2011، تغيير مجموعة القوانين والتشريعات التي تنظم حقل الاتصال السمعي البصري في البلاد، وكنتيجة لذلك أحدثت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري، بموجب الفصل السادس من المرسوم عدد 116 لسنة 2011، المؤرخ في 2 نوفمبر 2011<sup>1</sup> وحسب الفصل الخامس عشر من هذا المرسوم تسهر اللجنة الرقابية والاستشارية التابعة للهيئة سابقة الذكر على:

- السهر على برمجة إعلامية دقيقة.
- تشجيع برمجة تربوية ذات جودة عالية.
- تنمية برمجة وبث يعبران عن الثقافة الوطنية ودعمها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مصطفى صخري، قيود قوانيننا لرباع سلطاتنا (من الثورة المنشودة إلى العصى الممدودة) قراءة في المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 المتعلق بحرية الاتصال السمعي البصري، قضايا استراتيجية، عدد 4، تونس، ص 62.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 67.

وتعتبر الهيئة، الجهة المسؤولة على منح اجازات للفضائيات الخاصة، وقد أصدرت كراس شروط ينظم عملية منح الاجازات، ورد في الفصل الأول منها " يضبط هذا الكراس القواعد والشروط العامة للحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة بالجمهورية التونسية. وتندرج الأحكام الواردة في هذا الكراس في سياق إرساء مشهد إعلامي سمعي وبصري تعددي ومتنوع ومتوازن يكرس مبادئ الحرية والإنصاف ونشر قيم المواطنة ومبادئ الحقوق الإنسانية ويحترم سيادة الوطنية.

كما تسعى هذه الأحكام إلى تنمية برمجة وبتّ يعبران عن الثقافة الوطنية وانفتاحها على القيم الإنسانية إسهاما في تحقيق الديمقراطية من خلال ضمان التنوع الثقافي وحرية التعبير لمختلف الاتجاهات الفكرية والإبداعية. كما يسعى هذا الكراس إلى تحقيق هذه المهام من خلال الحد من التحكم في منشآت الاتصال السمعي والبصري وإرساء قنوات تلفزيونية حرة ومستقلة مدركة لمسؤولياتها الاجتماعية التي تحددها المواثيق الأخلاقية والمعايير المهنية.<sup>1</sup>

هذا ويجب أن يلتزم باعث القناة بجملة من القواعد منها العامة مثل:

- حماية الطفولة وضمان حق الطفل في المشاركة في المشهد الإعلامي.
- حماية حقوق المرأة والقطع مع الصورة النمطية لها في الإعلام.
- حماية حقوق المسنين والمعوقين والفئات الهشة.
- تشجيع الثقافة والإنتاج السمعي والبصري الوطنيين.<sup>2</sup>

ومن بين القواعد الاخرى التي على باعث القناة أن يلتزم بها هي الاشهار، وقد نظمه الباب الخامس من كراس الشروط وتحديدًا من الفصل 48 إلى الفصل 54، ويمكن أن نوجز مجموعة هذه الفصول في رؤوس الأقسام التالية:

- أن يكون مضمون الإشهار قائمًا على الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المستهلكين واحترام مبادئ المنافسة المشروعة.
- أن لا تتجاوز مدة الاشهار خلال ساعة ثماني دقائق، وتصل المدة خلال شهر رمضان استثنائيا إلى اثني عشر دقيقة.
- يجب الإعلان عن بداية الإشهار ونهايته للتمييز بوضوح بينه وبين باقي البرامج، كما لا يجوز بث الإشهار أثناء النشرات الاخبارية، ولا يجوز قطع فيلم سينمائي لا تتجاوز مدته ساعة بأكثر من إشهار.
- يمنع إشهار التبغ والأسلحة وكل المواد الممنوعة التداول بالقانون.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري، كراس الشروط المتعلق بالحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة، ص 1.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 8 و 9.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 17.

وقد حددت نفس الكراس شروطا تحمي الطفل من عنف المضامين البصرية كما يشير إلى ذلك الفصل السابع منها، ويجب وضع علامات على البرامج التي تحتوي على أي شكل من أشكال العنف أو المشاهد الإباحية، وقد حدد الفصل الثالث عشر تلك العلامات كالتالي:

- مربع أحمر اللون تتوسطه دائرة بيضاء يقع التنصيص فيه بالبنط العريض وباللون الأسود على أن البرنامج يحتوي مشاهد صادمة وينصح بعدم مشاهدته لمن سنهم دون 10 سنوات. وهو برنامج ممنوع البث كامل الأسبوع من الساعة السابعة صباحا إلى العاشرة صباحا وبين الساعة منتصف النهار والثانية بعد الزوال ومن الساعة الخامسة مساء إلى الساعة التاسعة مساء وكامل يومي السبت والأحد نهارا.

- مربع أحمر اللون تتوسطه دائرة بيضاء يقع التنصيص فيه بالبنط العريض وباللون الأسود على أن البرنامج يحتوي مشاهد صادمة (عنف جسدي أو نفسي) وينصح بعدم مشاهدته لمن سنهم دون 12 سنة. وتصنف برامج الواقع التي تعرض تصدع الروابط العائلية والعاطفية ضمن هذا الصنف. وهي برامج ممنوعة البث كامل أيام الأسبوع من الساعة السابعة صباحا إلى الساعة العاشرة صباحا ومن الساعة منتصف النهار إلى الساعة الثانية بعد الزوال ومن الساعة الخامسة مساء إلى الساعة التاسعة مساء وكامل يومي السبت والأحد نهارا.

- مربع أحمر اللون تتوسطه دائرة بيضاء يقع التنصيص فيه بالبنط العريض وباللون الأسود على أن البرنامج يحتوي مشاهد صادمة (عنف جسدي أو نفسي شديد) وينصح بعدم مشاهدته لمن سنهم دون 16 سنة. وهي برامج ممنوع بثها كامل الأسبوع قبل الساعة العاشرة والنصف مساء.<sup>1</sup>

وإن عدم احترام أحد البرامج التلفزيونية لكل تلك الشروط المشار إليها أعلاه ينجر عنه معاقبة البرنامج إما بإيقافه لمدة زمنية أو بتأخير بثه، مثال ذلك تم تأخير بث مسلسل "أولاد مفيدة" في جزئه الرابع إلى ما بعد الساعة العاشرة وذلك لاحتوائه على مشاهد عنف من شأنها التأثير على الأطفال.<sup>2</sup>

#### الأوديمات أو الدراما والمنطق التجاري:

المقصود بالأوديمات L'audimat هو قياس نسبة المشاهدة التي تتمتع بها مختلف القنوات التلفزيونية وفي هذا الإطار يشير بيير بورديو أنه أصبح هناك معرفة دقيقة للمواضيع التي تلقى إقبالا من جانب الجماهير ويتم

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 26، 27.

<sup>2</sup> أنظر الرابط التالي، <https://ultratunisia.ultrasawt.com/%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7-%D9%82%D8%B1%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D9%8A%D9%83%D8%A7-%D8%AA%D8%A3%D8%AE%D9%8A%D8%B1-%D8%B9%D8%B1%D8%B6-%D9%85%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84-%D8%A3%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AF-%D9%85%D9%81%D9%8A%D8%AF%D8%A9-4%D8%9F/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A7-%D8%AA%D9%88%D9%86%D8%B3/%D9%85%DB%8C%D8%AF%DB%8C%D8%A7/%D8%A7%D9%94%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1>

D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1، تاريخ زيارة الرابط 14 أوت 2021، على الساعة 22:00.

التفكير وفقا لاعتبارات النجاح التجاري "الفكرة التي يتم على أساسها الاختيار هي البحث عما هو مثير، عن ذلك الذي يدفع ويبعث للمشاهدة"<sup>1</sup>.

وباعتبار الدراما التلفزيونية إنتاجا ثقافيا إعلاميا فلا يمكن فهمها وفهم إنتاجاتها خارج حقل الإعلام، أي خارج اللهاث وراء الحصول على أعلى نسب المشاهدة، والمنافسة بين القنوات التلفزيونية. ذلك أن القائمين على إنتاج الدراما التلفزيونية وخاصة في القنوات الخاصة يركزون على المواضيع الأكثر إثارة، المواضيع التي "تستهدف بالدرجة الأولى الشريحة الشبابية. مع الاهتمام بموضوع الجندر في استمالة المشاهدين، ضمن ثلاثية ميردوك: الفضيحة، الرياضة، الجنس."<sup>2</sup> كذلك يتنافس منتجو تلك البرامج في الظفر بأبرز الممثلين أولئك الذي اكتسبوا رأسمال رمزي من خلال تألقهم في أعمال درامية سابقة لذلك يصبحون موضع منافسة، ذلك أن نجاح مسلسل ما متوقف، بالإضافة إلى المواضيع المثيرة، على حضور ممثلين كبار فيه.

إن أكثر البرامج التلفزيونية التي يتم التركيز على نسب مشاهدتها هي الدراما. ذلك أن هذه الأخيرة ترتفع أثناءها وقبل انطلاقها وعند نهايتها الأشهرات التلفزيونية. ومعلوم أن قياس نسب المشاهدة له علاقة مباشرة بتنظيم سوق الإشهار، إذ كلما ارتفعت نسبة مشاهدة برنامج ما، ارتفعت نسبة القناة المنتجة له من نسبة الإشهار. ومع بداية شهر رمضان الذي تزدهر فيه انتاجات الدراما التلفزيونية، ففي تونس لا تعرض الإنتاجات الدرامية الجديدة إلا خلال ذلك الشهر، يصبح الحديث عن نسب مشاهدة المسلسلات مالى الدنيا وشاغل الناس، ويتحول إلى تقارير إخبارية ومقالات صحفية. وقد وصل الأمر ببعض القنوات التلفزيونية إلى التشكيك في مصداقية مكاتب دراسات نسب المشاهدة "فقد احتجت قناة حنبعل منذ سنة 2006 وقناة نسمة سنة 2011 على الإحصائيات التي أصدرها مكتب دراسات حول المسلسلات الرمضانية ولجأت القنوات إلى طرق بديلة وطريقة للبرهنة على شعبية برامجها فكانت النتائج أن تحصلا على المرتبة الأولى."<sup>3</sup>

إن القائمين على القنوات الخاصة يفكرون وفق منطق براغماتي ربحي وينظرون إلى البرامج التلفزيونية كسلعة، لذلك يركزون على فئة الشباب أكبر شريحة عمرية في الوطن العربي، وللفت انتباهه تطرح مواضيع لجندر والمتمثلة أساسا في ثلاثي الجنس والفضيحة والرياضة. فكيف تترايط هذه المواضيع الثلاث في مسلسل تلفزيوني؟

**مواضيع الجندر في الدراما التلفزيونية:**

**الدراما الاجتماعية الشكل الغالب على الدراما التلفزيونية:**

<sup>1</sup> بيبير بورديو، التلفزيون والبيات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الطوجي، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، سوريا، 2004، ط 1، ص 63.

<sup>2</sup> عبد الإله بلقزيز وآخرون، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مرجع سابق، ص 178.

<sup>3</sup> الصادق الحماني، الإعلام التونسي... أفق جديد بورقبيية والفايسبوك... المدونون... الإعلام والنقاب، دار افاق برسبكتيف للنشر، تونس، 2012، ط 1، ص 38.

تعتبر دراما تلفزيونية كل "الأعمال التي تكتب خصيصا للتلفزيون ولا تقدم فوق الخشبة وتنتقل إلى الشاشة"<sup>1</sup> وهي الدراما التي استفادت من السينما شكلا واحتفظت بالعناصر الدرامية التي يتطلبها النوع المسرحي على مستوى المضمون، وأكبر ما استفادت منه هو خصائص البث التلفزيوني، فمشاهدة الدراما لا تتطلب عناء الذهاب إلى قاعات السينما. والدراما التلفزيونية عدة أشكال إذ نجد الفيلم التلفزيوني، والسلسلة Série، والتمثيلية التلفزيونية، والسيتكوم Sitcom، وأوبرا الصابون، وخاصة المسلسل الذي يعتبر "دراما متلاحقة الحلقات تعرض تباعا في أوقات معينة يوميا أو أياما محددة في الأسبوع."<sup>2</sup> وتؤدي كل حلقة إلى حلقة موائية في تسلسل ومنطقية ويعتبر التشويق أهم ما في المسلسل إذ يظل المشاهد مشدودا إلى الحلقة الموائية بسبب انتهاء كل حلقة بسؤال تؤجل الإجابة عنه أو حادث مرور دون ذكر نتائجه، أو جريمة دون تصوير الضحية ويؤجل كل ذلك إلى الحلقة الموائية.

والمسلسلات التلفزيونية بدورها أنواع إذ نجد الدراما التاريخية، ومسلسلات الخيال الخارق أو الفانتازيا، إلا أن الدراما الاجتماعية تعتبر الشكل الغالب عليها، فإذا كانت الدراما التاريخية تعرض في شهر رمضان عصرا فإن الدراما الاجتماعية تعرض في أوقات الذروة أي ساعة أو ساعة ونصف بعد الإفطار. وبدا واضحا منذ انطلاق إنتاج الدراما في تونس أن الاتجاه إلى الدراما الاجتماعية هو السائد وقد "لاقت نجاحا كبيرا لأنها نجحت في رصد إيقاع الحياة اليومية، وعرضت مختلف القضايا الراهنة والمعيشية، وسعت إلى تصوير الواقع كما هو بعيدا عن المثالية والتزويق والافتعال."<sup>3</sup>

وتختلف الدراما المنتجة من قبل القنوات الحكومية ونقصد في تونس أساسا القناة الوطنية الأولى والتي كانت تسمى قناة تونس 7، ودراما القنوات الخاصة مثل قناة حنبعل تي في، ونسمة تي في، والحوار التونسي... ذلك أن دراما القناة الوطنية سابقا وحاضرا هي دراما تقدم المجتمع كما يجب أن يكون لا كما هو، وتستجيب لرغبات جميع شرائح المجتمع من مثقفين وغير مثقفين، حضريين وريفيين، وجميع الفئات الاجتماعية والشرائح العمرية... وسبب ذلك أن هذه الدراما تمول من المال العام، لذلك لا يمكن أن تنتقد السلطة الحاكمة أو تنقل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية رغم وجود بعض المحاولات. في حين تعتبر دراما القنوات الخاصة دراما تجارية سمتها الأساسية جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور، لذلك تستهدف فئة الشباب، مع الاهتمام بموضوع الجندر في استمالته.

### مسلسل أولاد مفيدة:

مسلسل أولاد مفيدة هو دراما اجتماعية من خمسة أجزاء عرض على القناة الخاصة "الحوار التونسي" وبلغ عدد حلقات جميع أجزاءه 80 حلقة (14 حلقة في الجزء الأول وكذلك الثالث، 21 حلقة الجزء الثاني، 11 حلقة في الجزء الرابع و20 حلقة بالنسبة للجزء الأخير).

<sup>1</sup> فرج بن الحاج سلامة، الدراما التلفزيونية التونسية (1966-2007)، دار سحر للنشر، تونس، 2007، ص 46.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 52.

<sup>3</sup> قمر الزمان علوش واخرون، الدراما التلفزيونية العربية في مطلع الألفية الثالثة، اتحاد دول الإذاعات العربية، ص 45.

إن كثرة أجزاء المسلسل وحلقاته تحيلنا إلى اقتداء الانتاجات الدرامية التونسية بالإنتاجات الدرامية الغربية فمسلسل مثل Coronation street البريطاني "وهو مسلسل كلاسيكي من نوع اوبيرا الصابون تجاوز ثمانية آلاف وستمئة وخمسين حلقة. إن رؤيتهما جميعا يعني عدم القيام بأي شيء اخر لمدة ثلاثين يوما".<sup>1</sup> من هنا تظهر صعوبة دراسة الانتاجات الدرامية وفي هذا الإطار يستفسر ج بيير اسكنازي "كيف يمكن دراسة سلسلة تمتد إلى ما لا نهاية له؟ كيف يمكن نقد سلسلة يبلغ عدد حلقاتها المئات مثل Hill street blues؟ كما أن بعض السلسلات لا تنتهي نهاية واضحة... تنتهي فقط بدواعي بث برنامج اخر يليها في الحيز الزمني".<sup>2</sup> وإن ثمانين حلقة من مسلسل أولاد مفيدة تشكل صعوبة في دراسته، لذلك سنعتمد في هذه الدراسة على تحليل محتوى 21 حلقة من مسلسل أولاد مفيدة وتحديد جزئه الثاني بما يساوي حوالي 11 ساعة درامية إذا اعتبرنا أن مدة الحلقة 30 دقيقة تقريبا. وتصف الدراسة تركيز المسلسل على موضوع الجندر في استمالة المشاهدين من الشباب، خاصة وأن أبطال المسلسل شباب طرحت من خلالها قضايا في علاقة بالموضوع المشار إليه سابقا.

"أولاد مفيدة" من تأليف وإخراج سامي الفهري وتمثيل ممثلين كبار في تونس منهم من عرفناهم في مسلسلات تسعينات القرن الماضي مثل هشام رستم ووحيدة الديرري وفتحي مسلماني ودرصاف مملوك ونادرة لموم، ومنهم اخرين شباب شاركوا في أعمال درامية جديدة نسبيا مثل ياسين بن قمره وأحمد الأندلسي ومنهم الجدد مثل مروى العقربي وأساور بن أحمد ونضال السعدي. وقد أشرنا سابقا أن منتجي الدراما التلفزيونية يتنافسون لضم أبرز الممثلين ذلك أنه "عندما تكتسب الشخصية الاعلامية (الممثل) رأسمالا رمزيا، يتحول ذلك إلى رأسمال اخر عندما تتنافس فيه وسائل الإعلام بالجوء إلى الرأسمال المادي".<sup>3</sup>

وتدور أحداث المسلسل بين حي شعبي وآخر راق في العاصمة تونس، وفي إطار زمني معاصر لسنة الإنتاج أي سنة 2016. وتشير عديد المقالات التي اهتمت بنسب مشاهدة مسلسلات رمضان 2016 إلى أن "أولاد مفيدة" حقق أعلى نسب مشاهدة.<sup>4</sup> ويعود هذا النجاح إلى تركيز المسلسل على الفئة الشابة فأبطال المسلسل شباب في العشرينات من العمر مقبلون على الحياة ومهتمون بمظهرهم الخارجي، غارقون في الراهنية، لا يهتمون بالعمل ومؤمنون بثقافة الفرص ودنيا الحظوظ. إضافة إلى ذلك فإن موضوع المسلسل وقضايا مثيرة ومرتبطة كما أشرنا إلى ذلك سابقا بموضوع الجندر والغاية منها لفت انتباه الشباب الفئة العمرية الأكبر في المجتمع التونسي. ذلك أن أحداث المسلسل تدور حول الشرف والخيانة والعلاقات الجنسية خارج إطار الزواج من خلال أم لثلاث أبناء كبيرهم (بدر) من علاقة غير شرعية، وقد خان بدر خطيبته مع شقيقتها، في حين أنجب الثاني "بيرم" طفلا خارج إطار الزواج وبعد فرار عشيقته باعه لأسرة استبنته، واضطر إلى استرجاعه

<sup>1</sup> Dominique Moisi, la géopolitique des séries ou le triomphe de la peur, Edition stock, 2016 , p 130.

<sup>2</sup> Jean-Pierre esquenazi, L'inventivité à la chaine formule des série télévisées, MEI médiation et information, Université de Lyon II, France, n 16, 2002, p 96.

<sup>3</sup> حسن مظفر الرزو واخرون، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، لبنان، 2014، ط 1، ص 98.

<sup>4</sup> أنظر الرابط التالي <http://zoomtunisia.net/article/89/36451.html>، تاريخ زيارة الموقع 04 أوت 2021 الساعة 12:00.



عند عودة والدته، هذا وقد أجبر والدته أن تخبر الشريف (أب بدر) أنه ابنه طمعا في ثروته. وي طرح المسلسل قضايا فرعية مثل العنف وترويج المخدرات واستهلاكها والابتزاز والانتحار والدعارة...  
**الرياضة والجسد الرياضي:**

إن جرت العادة في الدراما التلفزيونية التونسية أن يعرض "الجينيريك" صور الممثلين فإن مسلسل "أولاد مفيدة" شذ عن هذه القاعدة ومثلت شارة انطلاقه استعراضا لعضلات جسد أحد أبطال المسلسل "بدر" من جميع النواحي عضلات الصدر، الكتف، الظهر، العنق. من هنا يظهر تركيز المسلسل على الجسد الرياضي من خلال شخصيات شابة مفتولة العضلات مثل بيرم وخاصة بدر الذي لعب دور بطل تونس في الملاكمة. ويظهر ذلك أكثر من خلال الفتيات إذ لاحظنا اهتمام المنتجين على هذا المسلسل بعارضات الأزياء والفنانات الاستعراضيات فمروى العقربي التي لعبت دور ليليا هي في الأصل عارضة أزياء، أما أساور بن أحمد التي لعبت دور بشرى فهي فنانة استعراضية، ولا يقتصر الأمر على هاتين الشخصيتين فالأجزاء الأخرى من المسلسل شهدت حضور عارضات أزياء مثل ليلي بن خليفة ومريم بوقديدة وعزة سليمان ومضيفة الطيران نجلاء بن عبد الله... ولا يتوقف الأمر على عارضات الأزياء ومضيفات الطيران والفنانات الاستعراضيات، فحتى الفتيات الاخريات يقع اختيارهن على أساس الجسد المغربي مثال ذلك "حسنا" التي قامت بتغييرات على جسدها إذ تشير إلى ذلك بقولها مخاطبة عشيقها "بيرم" "ما بدلت شيء شوية l'extention وشوافر وظوافر و l'anti الكهو" ثم أضافت "شوي صدري"<sup>1</sup> (لم أغير شيء بعض التمديد وأهداب وظوافر وعدسة... قليلا صدري (تضخيم)). هكذا يتحول جسد المرأة إلى رأسمال تستغله هي للعب أدوار البطولة في الأعمال الدرامية رغم عدم تحصيلها لأي تكوين مسرحي، ويستغله المنتجون لجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، إذ يقع تتميطه "في صورة ذلك النظام القار للاستعدادات والمواقف الذي يطلق عليه بيير بورديو هايبيتوس".<sup>2</sup> إضافة إلى ذلك فإن الشخصيات المشار إليها سابقا تظهر في المسلسل بملابس تظهر مفاتن المرأة، وفي وضعيات فيها إثارة وإغراء جنسي. هكذا إذن يمارس المسلسل عنفا رمزيا على الشباب من خلال الاعتماد على الاثارة الجنسية للرجال باستعمال "جوانب من أنوثة المرأة إلى حد الاسفاف - وربما الإفساد - في حالات غير نادرة".<sup>3</sup> وهكذا تتحول الدراما إلى برامج للأنوثة يسيطر فيها جسد ودرجة أنوثة المرأة على كل شيء.

### الجنس في مسلسل "أولاد مفيدة":

يظهر من موضوع المسلسل المشار إليه سابقا اهتمامه المسلسل الواضح ب "تابوه" الجنس إذ أن خمس شخصيات رئيسية من الشباب كانت لهم علاقات جنسية ومنهم من أنجب خارج إطار الزواج. وارتبطت أدوار الفتيات المشار إليهن أعلاه بالإغراء وممارسة الجنس. وقد انطلق الجزء الثاني من المسلسل من حيث انتهى

<sup>1</sup> الحلقة 3.

<sup>2</sup> يوسف القرشي، الجسد الأنثوي في المادة الإعلامية مقارنة سوسولوجية، صحيفة المتقف، عدد 4661، 2019، أنظر الرابط التالي <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=639953>، تاريخ زيارة الموقع 04 أوت 2021، الساعة 13:55.

<sup>3</sup> عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية، الكويت، 1985، ص 91.

الجزء الأول، أين تفتنت عائلة ليليا لعلاقة هذه الاخيرة ببدر خطيب ابنتهم الصغرى "إيناس". ولعدم انتشار الخبر عملت والدتهما "عليا" على إقناع أبيهما على التسريع في زواج ليليا بخطيبها "زياد"، في حين أمرت "إيناس" بفسخ خطوبتها من "بدر". وعندما استفسر زياد عن سبب فسخ خطوبة "إيناس" أجابته ليليا بأنها قد تكون تفتنت إلى خيانة "بدر" لها. هنا حاول زياد تبرير فعل صديقه "C'est normale" معناها أختك صغيرة مزالو مهمش معرسين تلقاه عندو حاجة شاد بها يدو حتى لين يسهل ربي يعرس ويركح"<sup>1</sup> (أمر عادي أختك مازالت صغيرة ولم يتزوجا، يمكن أن تكون له فتاة لتمضية الوقت وإشباع رغباته إلى أن يبسر الله ويتزوجا). وعند استغراب ليليا من هذا التبرير يضيف "الله غالب الرجال ما بنجموش يشدوا رواحهم، زيد هاك تشوف فيهم توا ولاو يعرسوا في الثلاثين، ونزيدك زيادة حتى البنات ولاو يخمموها هكاكة، إلى مش نعرس بيه نلعبها لوا الشريفة بنت الفاضل حتى نهارت العرس."<sup>2</sup> (الرجال لا يستطيعون التحكم في شهواتهم ولجمها، وها أنت ترين أنهم أصبحوا يتزوجون في الثلاثينات، ثم إن الفتيات أصبحن يفكرن بنفس الطريقة، من سأتروجه أمثل له أنني شريفة حتى يوم الزفاف). إذن هكذا تبرر الخيانات والعلاقات الجنسية خارج إطار الزواج بعدم التحكم في النزوات وتأخر سن الزواج، وتصوّر الفتاة كحاجة أو شيء لإشباع رغبات الرجل. ويظهر المسلسل أن هذه الظاهرة متفشية في المجتمع التونسي إذ يخاطب زياد صديقه بدر بقوله "كان كل طفلة تتعارك مع صاحبها على خاطر شداتو مع طفلة أخرى ولا كل امرأة تشد راجلها مع امرأة أخرى تمشي تطلق معاش تلقى حد معرس في هالبلاد"<sup>3</sup> (لو كل فتاة تتشاجر مع صديقها لأنها مسكته مع فتاة أخرى أو كل امرأة تمسك زوجها مع امرأة أخرى لن تجد أحدا متزوجا في هذه البلاد).

تنتظر أحداث المسلسل وتقرر إيناس اخبار زياد بما حصل بعد أن أجبرها والداها عن الكتمان، فيعد الاخير خطة محكمة للانتقام من خطيبته "ليليا" وعشيقها "بدر"، إذ قتلها واتهم بدر بالجريمة بعد أن أقر تقرير الطب الشرعي بوجود الحمض المنوي للاخير في رحم الضحية. هذا وقد أرسل زياد للمتهم فتاة مغرية -بشرى المشار إليها سابقا- للحصول على حمضه المنوي وليتم ما خطط له. واستغلت بشرى ما قامت به في خلاص منزلها. في جانب اخر ينجب بدر -الابن الثاني لمفيدة- ابنا من علاقة غير شرعية من الفتاة حسنة التي تركت ابنها وهاجرت للخليج أين امتهنت الدعارة ثم عادت لاسترجاع ابنها، وقد واجهت صعوبة كبيرة في استرجاعه من الأسرة التي استنبته أو اشترته بعد أن استلم أبوه مبلغ 20 مليون منهم. ويتمحور موضوع المسلسل حول الشرف من خلال "مفيدة" التي أنجبت ابنها البكر من علاقة غير شرعية من صديق زوجها، وقد عملت على اخفاء سرها مدة 20 سنة.

**الفضيحة:**

<sup>1</sup> الحلقة 2.

<sup>2</sup> الحلقة 2.

<sup>3</sup> الحلقة 2.

تعتبر الفضيحة كل عمل مخالف لأعراف المجتمع، وهي تجاوز يطعن المجتمع في معتقداته. وتعود سرعة انتشارها، والرغبة الشديدة في الاستماع إليها أو مشاهدتها إلى جوانب نفسية واجتماعية، إذ يشير المختص في علم النفس الاجتماعي "كمال بطرس" أن الاهتمام الكبير بالفضيحة يعود إلى "طبيعة البشر التلصصية وهي مرتبطة بحاجة الناس إلى إيجاد التوازن والاحساس به. ونحن البشر نحب الفضائح لأن الحياة مملّة ومزعجة وأيضا لأننا بطبيعتنا لدينا الحس "الحكمي" أي إطلاق الأحكام على الغير وهذا ينبع من نزعتنا السلطوية والتسلطية اللاواعية"<sup>1</sup>. وكثيرا ما نسمع من يتحدثون عن فضيحة ما يختمون حديثهم بقولهم "الله يسترنا" أو "الله لا تفضحنا" فهم في هذه الحالة يشعرون بالتفوق على الغير والنجاة مما وقعوا فيه. ولعل هذه الأسباب تجعل القائمين على إنتاج الدراما يركزون على هذه الطبيعة في الانسان لجذب انتباهه. وإن الفضيحة في مسلسل أولاد مفيدة لا تعد من المواضيع العرضية بل هي محور المسلسل وكثيرا ما ترتبط الفضيحة بالجنس خارج إطار الزواج خاصة إذا تسبب في الانجاب، فيصبح الابن "ولد حرام" وتطعن الأم في شرفها. والبراهين في المسلسل التي تؤكد ما سبق ذكره كثيرة، فبيرم بعد أن علم بقصة والدته وانجابها من صديق زوجها حمل سكيناً وذهب لينتقم لشرف والده وخاطبها بقوله "في بالك مش تبقى معديتها علينا حياتك الكل تي هذه (مشيرا إلى حسنة عشيقته التي انجبت منه ولدا) طلعت أشرف وأنظف منك على القليلة هي الصغير جاباتو وهي مهيش معرسة من واحد آخر"<sup>2</sup> (تظنين أنك ستظلين مخفية عنا السر كامل حياتك، هذه ظهرت أشرف وأنظف منك مهما كان أنجبت طفلا وهي غير متزوجة من رجل اخر). هنا يظهر أن هناك سلما في تحديد الشرف وإن أقر المجتمع أن الفتاة التي تتجب خارج إطار الزواج هي فتاة غير شريفة فإن المرأة المتزوجة التي تتجب من غير زوجها تأتي في درجة أدنى في سلم الشرف من الفتاة العزباء وفعل الأولى يعد أشنع من فعل الثانية. ويواصل بيرم خطاب أمه قائلاً "امرأة معرسة صوحت جابت منو صغير ما ينجم يكون كان ولد حرام"<sup>3</sup> (امرأة متزوجة اتخذت عشيقا وأنجبت منه صغيرا لا يمكن أن يكون إلا ابنا غير شرعي).<sup>4</sup> وبعد هذه الحادثة تتحدث مفيدة إلى شقيقتها لطيفة وتخبرها الأخيرة أن ابنتها سارة، التي مازالت تدرس في المدرسة، هي من أفشت السر. تستغرب مفيدة "20 سنة وأنا ندفن في الحكاية باش تجي سارة بعد تفضحني"<sup>5</sup> (عشرين سنة وأنا أخفي القصة حتى تأتي سارة وتفشيها). وقد تكرر لفظ الفضيحة في حلقات المسلسل العديد من المرات فحسنا بعد أن عادت من دبي وأرادت استرجاع ابنها ذهبت إلى مفيدة وقالت "أنا لا نحب نقلقكم ولا نعملكم فضايح نحب ناخذ ولدي"<sup>6</sup> (أنا لا أريد أن أكون مصدر ازعاج أو أتسبب لكم في فضائح، أريد ابني). وبعد أن هددت ايناس باخبار زياد بفعل شقيقتها، صفعتها والدتها وهددتها "والله نقلقك كان تعاود كلمة

<sup>1</sup> معن الخليل عمر، علم اجتماع الفضائح، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2017، ص 19-20.

<sup>2</sup> حلقة 3.

<sup>3</sup> حلقة 3.

<sup>4</sup> في تونس تشير كلمة ابن حرام إلى كل فتاة أو فتى ولد من علاقة خارج إطار الزواج.

<sup>5</sup> حلقة 3.

<sup>6</sup> الحلقة 1.

لحد تحب تزيدنا فضايح على فضايح"<sup>1</sup> فالأم مقرة أن ما قامت به ابنتها فضيحة ويجب أن تظل سرا، ذلك أنها إن انتشرت لن يتقدم لابنتها أي زوج. ويمكن أن نشير في هذا الإطار إلى أن مسألة الشرف في الذهنية العربية الإسلامية موضوع تفرقة بين الذكور والإناث ذلك أن "شرف الذكور هو مسألة عمومية تمسّ الشجاعة والكرم والتقوى وإذا ما ضاع يبقى استرجاعه ممكنا وعلى العكس من ذلك فشرف المرأة... مسألة خاصة مرتبطة بالعفة، وإن ضاع نزل العار بالعائلة كلها."<sup>2</sup> لذلك سعت أم ليليا إلى كتمان سر ابنتها خاصة عن خطيبها زياد الذي لو عرف لانفصل عنها وهذه أيضا مسألة مرتبطة بعدم استعداد الرجال للارتباط بفتاة فقدت عذريتها إذ تشير الباحثة روضة القدري إلى أن الرجال "يعتبرون أنفسهم معنيين أكثر من غيرهم بهذه المسألة (العذرية)، بسبب ما يتصورون من أن غشاء بكارة زوجة المستقبل هو رأس مال هم أصحابه الشرعيون. وهناك بين الرجال إجماع على رفض الزواج من فتاة افتضت بكارتها."<sup>3</sup> وعندما أخبرت إيناس زياد بخيانة شقيقتها له خير الانتقام بقتلها والصاق التهمة بعشيقها على الانفصال فقط. وهنا يمكن أن نضيف إلى المواضيع الثلاثة المترابطة والمشار إليها في هذا التحليل الجسد الرياضي، والجنس، والفضيحة، موضوع العنف فكثيرا ما ترتبط الفضيحة وخاصة المتعلقة بالعفة والشرف بالعنف.

#### الخاتمة:

مر الإعلام التونسي، كما هو الحال بالنسبة إلى الإعلام العربي"، من السيطرة الكلية للدولة، إلى التفريط النسبي فيه منذ سنة 2003 إذ تم منح تراخيص لبعض الإذاعات والقنوات التلفزيونية لكن دون وضع قانون أو كراس شروط يتم على إثرها منح التأشيرات. لكن بعد ثورة 14 جانفي 2011 وضعت السلطات التونسية قوانين منظمة للإعلام السمعي البصري وكذلك كراس شروط تنظم عملية اسناد الرخص للقنوات التلفزيونية. وقد تطور عدد القنوات الفضائية التونسية وسيطر الإعلام الخاص على الفضاء السمعي البصري وأصبح الشباب العربي تحت سيطرة القنوات الفضائية التجارية ذلك أن الإعلام الخاص إعلام برجماتي ربحي لا يهتم بالمضمون الهادف بقدر اهتمامه بالمواضيع المثيرة التي من شأنها أن تحقق أعلى نسب مشاهدة لذلك يسعى إلى الاهتمام بشريحة الشباب مع التركيز على موضوع الجندر لاستمالته.

وتعتبر الدراما التلفزيونية إنتاجا ثقافيا إعلاميا، لذلك لا يمكن أن نفهمها خارج نسق سير وسائل الإعلام، أي خارج التفرقة بين الإعلام الحكومي والإعلام الخاص فالأول يركز على الرسالة الهادفة في حين يركز الثاني على الاثارة وتحقيق أكثر نسب مشاهدة لذلك تركز دراما القنوات الخاصة على الجسد الرياضي المغربي، والجنس، والفضيحة، والعنف أيضا وقد أثبتنا من خلال تحليل الجزء الثاني من مسلسل "أولاد مفيدة" ومتابعة بقية الأجزاء الاهتمام الكبير بجسد الممثلين ذكور مفتولي العضلات خاصة "بدر" مع حشد نسبة كبيرة من عارضات الأزياء إذ ضم المسلسل بأجزائه الخمس حوالي 4 عارضات أزياء مع فنانة استعراضية وقد مثلت

<sup>1</sup> الحلقة 2.

<sup>2</sup> سهام النجار واخرون، في خفايا المجتمع التونسي بحوث جامعية شابّة، دار محمد علي الحامي للنشر، تونس، ط 1، 2017، ص 56.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 112.

في جزئه الثاني عارضة الأزياء "ليليا" والفنانة الاستعراضية "بشرى". وقد ارتبطت أدوار الفتيات المغريات بممارسة الجنس خارج إطار الزواج وبالخيانة كما كان موضوع المسلسل الرئيسي إنجاب أم متزوجة لابن من صديق زوجها. وطبعا يعد الجنس من أكثر الأشياء ارتباطا بالفضيحة خاصة إذا تسبب في الإنجاب لذلك سعت مفيدة إلى كتمان سرها لأكثر من 20 سنة، وسعى ابنها ببيرم إلى إخفاء قصة انجابه، في حين تسببت خيانة ليليا لخطيبها زياد في قتلها والصاق التهمة بعشيقها بدر. هكذا إذن يرتبط الجسد لرياضي بالجنس والفضيحة والعنف، ولا تعد هذه المواضيع مواضيع عرضية في مسلسلات العقد الاخير في القنوات التلفزيونية الخاصة فمسلسلات مثل مكتوب في أجزاءه المختلفة ونجوم الليل وحكايات تونسية وليلة الشك كلها دراما تركز على الجسد الرياضي والدعارة أو الجنس خارج إطار الزواج والذي يرتبط عادة بالفضيحة.

### المراجع باللغة العربية:

- الصادق الحامي (2012)، الإعلام التونسي... أفق جديد بورقبيبة والفايسبوك... المدونون... الإعلام والنقاب، ط 1، دار افاق برسبكتيف للنشر، تونس.
- العربي شويخة (2015)، وسائل الإعلام في تونس التحول الصعب من الاستقلال إلى انتخابات 2014، ترجمة الهادي هوى، ط 1، دار محمد علي الحامي للنشر، تونس.
- الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري (2014)، كراس الشروط المتعلق بالحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة.
- بيبير بورديو (2004)، التلفزيون واليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، ط 1، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، سوريا.
- عبد الإله بلقزيز وآخرون (2013)، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- حسن مظفر الرزو وآخرون (2013)، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- روكسان فارمان فارمين وآخرون (2015)، الإعلام في مراحل الانتقال الديمقراطي الحالة التونسية نموذجا، ط 1، مركز دراسات الجزيرة، الدار العربية للعلوم ناشرون، الدوحة، قطر.
- سهام النجار وآخرون (2017)، في خفايا المجتمع التونسي بحوث جامعية شابّة، ط 1، دار محمد علي الحامي للنشر، تونس.
- عزت حجازي (1985)، الشباب العربي ومشكلاته، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب عالم المعرفة، الكويت.
- فرج بن الحاج سلامة، الدراما التلفزيونية التونسية (1966-2007) (2007)، دار سحر للنشر، تونس.
- قمر الزمان علوش وآخرون (2004)، الدراما التلفزيونية العربية في مطلع الألفية الثالثة، اتحاد دول الإذاعات العربية، تونس.
- معن الخليل عمر (2017)، علم اجتماع الفضائح، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- مصطفى صخري (2012)، قيود قوانيننا لرابع سلطاتنا (من الثورة المنشودة إلى العصى الممدودة) قراءة في المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 المتعلق بحرية الاتصال السمعي البصري، قضايا استراتيجية، عدد 4، تونس.

- يوسف القرشي (2019)، الجسد الأنثوي في المادة الإعلامية مقارنة سوسيولوجية، صحيفة المثقف، عدد 4661.

#### المراجع باللغة الفرنسية:

- Dominique Moisi (2016), la géopolitique des séries ou le triomphe de la peur, Edition stock.
- Jean-Pierre esquenazi (2016), L'inventivité à la chaîne formule des séries télévisées, MEI médiation et information, Université de Lyon II, France, n 16.

# محور مقالات اللغة الانجليزية

## دور التفاعل الإنساني في تحفيز المتعلمين في سياق

### التعليم عن بعد

**Le rôle de l'interaction humaine dans la motivation des apprenants en contexte d'enseignement en ligne**  
**The role of human interaction in motivating learners in the context of e-Learning**

**Dr. Faten Ben Lagha**  
**Sultan Qaboos University**  
**Assistant - Professor in Communication Department**

#### Résumé

Comprendre les facteurs qui peuvent motiver ou démotiver les apprenants lorsqu'ils sont en contexte d'enseignement en ligne semble un sujet qui attire davantage les chercheurs et les experts de différentes spécialités scientifiques. Afin d'approfondir les réflexions sur ce sujet et en se basant sur une approche communicationnelle, nous essayons de tracer les principaux cycles qui ont marqué la pénétration des technologies éducatives en général et celles en ligne en particulier; ensuite en s'appuyant sur une revue de littérature spécialisée nous interrogeons le concept de motivation et ses différents aspects, enfin nous présentons les résultats d'une étude empirique effectuée auprès des étudiants appartenant au département de Communication à l'Université Sultan Qaboos. Cette étude a eu comme objet de savoir les facteurs qui motivent ou démotivent les apprenants dans un contexte d'enseignement en ligne. Plusieurs résultats ont été dégagés, cependant les plus significatifs sont relatifs à l'importance de la dimension "interaction humaine" qui constitue d'après les résultats de l'enquête, un déterminant d'une plus grande importance à prendre en considération dans le processus d'apprentissage en ligne.

**Mots-clés:** Enseignement en ligne / Technologies de l'Information et de la Communication en éducation / Motivation/ Interaction humaine

#### Abstract

Understanding the factors that can motivate or demotivate learners when they are in the context of e- learning seems to be a topic that attracts more researchers and experts from different scientific specialties. In order to deepen our reflections on this subject and based on a communicational approach, we try to trace the main cycles that have marked the penetration of educational technologies in general and those online in particular, then based on a specialized literature review, we examine the concept of motivation and its various aspects, and finally we present the results of an empirical study among student in the department of communication at Sultan Qaboos University. The purpose of this study was to find out the factors that motivate or discourage learners in an online teaching context. Several results have been identified but the most significant are related to the importance of the "human interaction" dimension, which according to the results of the survey is a more important determinant to consider in the e-learning process.

**Keywords:** E-Learning / Technologies of Information and Communication in Education / Motivation / Human interaction



**ملخص:**

إن فهم العوامل المحفزة والغير محفزة للمتعلمين في سياق التعليم عن بعد، لا يزال يعتبر موضوعاً علمياً يجذب الباحثين والخبراء في مختلف التخصصات العلمية. بهدف التعمق في هذه المسألة، حاولت الدراسة رصد أهم الفترات التي رافقت إدخال تكنولوجيات التعليم بشكل عام وتكنولوجيات التعليم عن بعد بشكل خاص، ثم وبناء على مراجعة الأدبيات العلمية، تساءلنا عن مفهوم التحفيز وعن مكوناته المختلفة، وفي مرحلة تالية قدمنا نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على طلبة قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس والتي هدفت إلى معرفة العوامل المحفزة والغير محفزة للمتعلمين في سياق التعليم عن بعد. ووفقاً لهذه الدراسة، استخلصنا عديد النتائج أبرزها أهمية جانب "التفاعل الإنساني" كأحد أهم محددات تحفيز المتعلمين في عملية التعليم عن بعد.

**الكلمات المفتاحية:**

التعليم عن بعد/ تكنولوجيات الإعلام والاتصال في التعليم/ التحفيز/ التفاعل الإنساني

**Introduction**

La croissance rapide des technologies éducatives a entraîné le développement de l'apprentissage en ligne dans les établissements d'enseignement supérieur dans le but de diversifier les modes d'acquisition des savoirs. À cet égard, la recension des écrits montre que la motivation constitue l'un des facteurs importants pour s'engager dans ce type d'enseignement, et qui peut à son tour avoir un impact sur la pratique d'apprentissage des étudiants. A ce stade, plusieurs chercheurs soulignent, que la réussite d'un parcours d'enseignement en ligne dépend non seulement des spécificités technologiques et contextuelles de l'apprentissage mais aussi de la motivation de l'utilisateur-apprenant à s'engager dans ce type d'apprentissage ; en effet, il s'avère que l'aspect motivation constitue un facteur important pour l'assimilation cognitive des contenus éducatifs en ligne par les apprenants. Dans cette perspective, nous considérons comme beaucoup de chercheurs que dans l'environnement d'apprentissage, se contenter de mettre des ressources éducatives sur une plateforme ne peut suffire pour garantir une action d'enseignement en ligne de qualité. A partir de ce constat, cette étude vise à explorer les facteurs qui motivent ou démotivent les apprenants dans un contexte d'enseignement en ligne. Au total, 76 étudiants ont participé à cette étude. Le questionnaire a été établi sur Google Forms et a été utilisé pour le recueil des données et la lecture des premiers résultats.

**1. Objet et méthodologie de l'étude**

L'objet de cette étude étant d'examiner les facteurs qui favorisent ou inhibent la motivation des apprenants à s'engager dans un apprentissage en ligne. Les deux principaux questionnements de recherche seront les suivants : Qu'est-ce qui motive l'apprentissage dans les environnements d'apprentissage en ligne ? Qu'est-ce qui inhibe l'apprentissage dans ce type d'environnement ?

Nous avons choisi le questionnaire comme mode d'interrogation des acteurs étudiants. D'après De Singly, cette méthode de recueil de données « n'ayant pas pour fonction de décrire les conduites des acteurs sociaux avec le plus de détails possible. Elle a pour ambition, selon Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron d'expliquer ce que les acteurs font parce qu'ils sont, et non pas par ce qu'ils disent de ce qu'ils font »<sup>1</sup>. En ce sens, l'ambition principale d'un questionnaire est de saisir le sens objectif des conduites.

Pour ce faire; nous avons eu la permission d'emprunter des indicateurs utilisés dans un questionnaire validé d'une étude élaborée à l'université Indiana<sup>2</sup> puis nous avons essayé d'adapter ses indicateurs au contexte relatif à l'environnement d'apprentissage des étudiants omanais de l'université Sultan Qaboos, plus précisément ceux du département Mass-Communication.

<sup>1</sup> De Singly François : L'enquête et ses méthodes : le questionnaire, éd. Nathan, Paris, 1992, p. 21.

<sup>2</sup> Kyong, J.K : Adult Learners motivation in self- directed E-Learning, Indiana University, USA, 2005.

Un questionnaire auto-administré a été utilisé afin d'explorer l'aspect motivation à l'égard de l'enseignement en ligne. Il a été écrit en arabe et en anglais puis testé. Le pré-test du questionnaire a été proposé à une vingtaine d'étudiants volontaires impliqués dans l'enseignement en ligne. Il a permis de mettre au point les questions accompagnant ce questionnaire. L'objectif était de comprendre comment les acteurs décrivent leurs pratiques, d'évaluer la facilité de compréhension des questions et le degré d'acceptation de notre questionnaire afin de le reformuler. Cette étape était nécessaire dans la mesure où nous avons pu vérifier les termes utilisés, l'ordre des questions, la forme des questions et la longueur du questionnaire.

Il est à signaler qu'il s'agit d'une étude pilote, elle est issue d'une recherche en cours. Dans ce texte, nous allons décrire les premiers résultats de notre travail de terrain. Cette étude sera complétée par la suite par une analyse multidimensionnelle des variables et des entretiens semi-directifs avec les acteurs impliqués dans l'enseignement en ligne, objet de notre recherche. Dans l'objectif de valider nos hypothèses, ces outils seront conjugués. En effet, c'est l'hybridation de plusieurs méthodes qui permettra une meilleure lecture de la réalité.

La première catégorie de notre questionnaire est signalétique afin de caractériser chaque répondant. A propos de l'approche des déterminants sociaux, De Singly, note que « l'enquête doit appréhender l'identité sociale des individus [...] pour établir un lien de causalité entre une pratique étudiée et le milieu social »<sup>1</sup>. Pour ce faire, nous avons commencé le questionnaire par ce type de variables : Le genre du répondant, l'âge, le niveau d'études, la fréquence de la connexion à Internet et le nombre des cours à distance. En ce qui concerne la deuxième catégorie de questions, nous avons essayé de savoir quels sont les facteurs qui motivent les étudiants pour les cours en ligne. Suite à cela, une troisième catégorie de questions a été proposée afin d'interroger les questionnés sur les facteurs qui les démotivent quand ils sont en situation d'enseignement en ligne.

Concernant le choix des types de questions, il faut dire que nous étions fort conscients que les répondants sont souvent peu motivés et peu intéressés par les questions ouvertes, supposant une mise en forme des idées et par conséquent, un effort supplémentaire. Cette conviction trouve surtout ses origines dans notre pré-enquête avec les questionnés: deux questions ouvertes ont été proposées au départ ; cependant vu le faible taux de réponses, nous avons décidé de n'en envisager que des questions à choix multiples dans l'établissement de notre questionnaire final.

Pour interroger ces individus, nous-nous sommes appuyés sur un échantillon aléatoire, puis via Google-Forms le questionnaire a été envoyé à cent étudiants appartenant au "département Mass-Communication", nous avons reçu vingt réponses dont soixante-seize valables pour le traitement statistique.

Afin d'apporter au mieux des réponses aux questionnements précédemment cités, nous avons choisi dans un souci de cohérence, de construire ce texte en trois parties. La première partie constituera la base théorique de ce travail. Ainsi, il était nécessaire d'interroger en premier lieu la pénétration puis l'essor des technologies éducatives ainsi que les interrogations qui les accompagnent. Dans cette perspective de recherche, étudier l'enseignement en ligne, va nous conduire naturellement à définir quelques concepts portant sur les technologies en éducation. Seront développées dans la deuxième partie, les problématiques qui traitent la question de la motivation dans les environnements d'apprentissage médiatisé. Enfin, la troisième partie fera l'objet d'une description des résultats de notre enquête. Toujours dans la même optique, nous essaierons de dégager les facteurs qui motivent et/ou qui démotivent les étudiants lorsqu'ils sont dans un contexte d'enseignement en ligne.

## 2. Revue de littérature

### 2.1 Eclairage historique sur les technologies éducatives

<sup>1</sup> De Singly: opcit, p.21.

L'histoire des technologies en éducation nous enseigne que chaque courant de recherche réclame une nouvelle approche d'enseignement, là où les nouveaux modes de communication seront intégrés dans l'environnement éducatif<sup>1</sup>. Quoi qu'il en soit, il est possible de tracer les grandes lignes des évolutions technologiques en la matière. En se référant au contexte américain par exemple, Chaptal souligne que « l'histoire des technologies éducatives est marquée par une succession de cycles qui se caractérisent sans exception par la très grande précocité de l'emploi successif de ces techniques à l'école par rapport à leur émergence dans la société »<sup>2</sup>. Trois étapes ont été identifiées par l'auteur : la première est celle du mouvement « Visual Education » à la fin du dix-neuvième siècle qui propose une éducation concrète et non abstraite, ce mouvement ayant été accompagné de l'évolution de la photographie ; la deuxième étape est celle du développement successif du film, de la radio et de la télévision éducative (ici Chaptal montre la liaison historique étroite entre armée et technologies éducatives et le rôle déterminant des syndicats pour structurer et faire évoluer ce domaine) ; enfin, les diverses expérimentations des technologies en éducation (l'enseignement programmé, l'enseignement assisté par ordinateur et les nouvelles approches fondées sur les apports des sciences cognitives) et l'essor d'Internet avec ses diverses applications dans l'univers éducatif américain.

D'après Bruillard<sup>3</sup>, les principales innovations qui ont marqué l'histoire de l'informatique en éducation, sont : l'enseignement programmé puis l'enseignement assisté par ordinateur au milieu des années cinquante, les techniques d'intelligence artificielle au début des années soixante, le développement des tuteurs intelligents et les environnements d'apprentissage ouvert ainsi que l'émergence des outils généraux accompagnant la diffusion des micro-ordinateurs dans les années quatre-vingt, enfin le développement des techniques hypertextes et la diffusion du multimédia jusqu'à l'explosion du réseau Internet et l'arrivée de la réalité virtuelle.

En se basant sur un travail antérieur<sup>4</sup>, nous avons constaté que le parcours de l'enseignement en ligne a été influencé par trois courants théoriques fondateurs, identifiés par Chaptal et Bruillard : le premier est le behaviorisme qui considère que l'apprenant ne répond pas de façon mécanique mais qu'il répond comme un organisme global. Ici nous pouvons citer les travaux de la psychologie comportementale inaugurée par Lewin et le développement de l'enseignement programmé, fondé par Skinner. Le deuxième est le cognitivisme qui a donné naissance à l'intelligence artificielle mais aussi aux analyses psychologiques des structures sous-tendant la compréhension et l'expression (Piaget est l'exemple de cette approche). Ce mouvement s'intéresse à la manière dont l'apprenant traite l'information, en effet plutôt qu'au guidage de ce dernier, il s'intéresse à la conception des résolveurs propres à chaque apprenant. Enfin le constructivisme qui prône un apprentissage là où les apprenants doivent être impliqués effectivement, c'est-à-dire qu'ils doivent interpréter tout seuls ce qui leur est transmis comme information ou connaissance. Parmi les protagonistes de ce mouvement, on peut citer Freinet.

Indépendamment de la diversité des formes d'apprentissage, les chercheurs se trouvent actuellement de plus en plus préoccupés par l'activité de l'apprenant, le contexte de son apprentissage et les interactions sociales qui s'y produisent. Ces trois dimensions demeurent fondamentales et sont les résultats des travaux antérieurs. Le champ de l'enseignement reste encore un terrain d'expérimentation pour les informaticiens, les pédagogues, les psychologues, etc.

## 2.2 Une diversification des qualificatifs liés à l'Enseignement en ligne

<sup>1</sup>Tabei Ben Lagha Faten: Approche communicationnelle du recours aux TIC dans l'enseignement supérieur tunisien: Cas de l'enseignement supérieur aux ISTE, Thèse de doctorat, Institut de Communication et des Médias; Université Echirrolles; Grenoble-France, 2009.

<sup>2</sup>Chaptal Alain: L'efficacité des technologies éducatives dans l'enseignement scolaire: analyse critique des approches française et américaine, Collection Savoir et formation, éd. l'Harmattan, 2003, p. 34.

<sup>3</sup>Bruillard Eric: Les machines à enseigner, éd. Hermès, Paris, 1997, p. 23.

<sup>4</sup>Tabei Ben Lagha Faten, opcit, p. 99.

L'usage lexical des définitions de la formation à distance, est selon Henri <sup>1</sup> imprécis. Elle note pour les chercheurs québécois par exemple, cette notion recouvre sémantiquement deux temps du processus éducatif, l'enseignement à distance et l'apprentissage à distance. Ce choix terminologique, dit-elle, traite de façon dynamique l'enseignement et l'apprentissage, en conjonction avec le facteur « distance ». Pour cette auteure, un enseignement médiatisé ne peut faire partie de la formation à distance que s'il intègre un ensemble d'activités d'apprentissage et un suivi pédagogique.

Un autre type de formation médiatisé a fait l'objet de plusieurs définitions également porteuses d'ambiguïté. Il s'agit des « environnements numériques de travail ». Selon Chaptal, les environnements numériques de travail ont émergé dans un contexte général assez complexe pour ce qui concerne les technologies éducatives dans l'enseignement scolaire. Ce contexte se caractérise par une montée en puissance des infrastructures informatiques et par un foisonnement de dispositifs liés aux contenus, relevant d'une approche avant tout éditoriale et commerciale. Ce contexte ne prend pas en compte, selon lui, la fonction documentation. Il écrit à ce propos que « ces dispositifs définissent, à la fois un cadre nouveau pour le développement des usages et un cadre de référence des initiatives publiques. Ils se caractérisent par des dimensions information et communication fortes, un contexte qui touche à tous les aspects scolaires, une rupture des unités temps / lieu, une nouvelle manière de vivre les communautés éducatives ».<sup>2</sup>

Pour Cerisier le syntagme nominal *environnement numérique de travail* (ENT) s'installe rapidement dans le jargon d'une profession où il trouve sa place dans les codes langagiers d'un groupe social. L'auteur définit l'environnement numérique de travail comme « l'un des éléments les plus visibles de l'action institutionnelle relative au développement de l'usage éducatif des technologies de l'information et de la communication (TICE) dans l'enseignement scolaire et universitaire »<sup>3</sup>. Ces ENT regroupent des systèmes d'information intégrés qui proposent aux différents usagers d'une communauté éducative un accès unifié à l'ensemble des ressources et outils d'accès et de traitement de l'information.

Selon Rigoutsos, le terme « environnement » est « littéralement, ce qu'il y a autour ». Dans une approche plus sociologique, le mot appellerait, dit-il, nécessairement une notion de contexte, donc une interprétation plus large que le sens technique strict. Il écrit à ce propos que « traditionnellement, l'environnement de travail en informatique désigne le bureau sur un ordinateur personnel, le système de fenêtres et les outils banals. Son sens actuel désigne tout ce que l'on est susceptible d'utiliser, les *applications aussi bien que les ressources* »<sup>4</sup>. Selon le même auteur, Le terme « numérique » est lui aussi, éclairant. Il s'oppose d'abord au terme « bureautique », qui n'intègre pas les outils de communication. « *L'environnement numérique, se veut une métaphore informatique de l'environnement matériel* »<sup>5</sup>. Le terme « travail », quant à lui, désigne l'usage des logiciels de travail collaboratif ou coopératif par les acteurs apprenants. Technologies de l'éducation, technologie en éducation, les technologies éducatives, TICE, technologies d'information et de communication, le domaine écrit Chaptal à son tour, « se caractérise par un foisonnement de définitions, marquées par un effet de mode sensible, débouchant sur une absence totale de consensus »<sup>6</sup>. Miège a constaté que la diversification

<sup>1</sup> Henri France, La formation à distance : définition et paradigme, in Le savoir à domicile: pédagogie et problématique de la formation à distance, éd. Presses de l'Université du Québec, 1985, p. 7.

<sup>2</sup> Chaptal Alain: Réflexions sur l'approche documentaire et les ENT , in Réseaux humains/Réseaux technologiques, n° 5-6 [en ligne], <http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document.php?id=724>, page visitée le 25/07/2021.

<sup>3</sup> Cerisier Jean François: Quels environnements et pour quel travail , in Réseaux humains/Réseaux technologiques, n° 5-6 [en ligne], <http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document.php?id=609>, page visitée le 01/08/2021.

<sup>4</sup> Rigoutsos **Yannis Delmas** : Comment caractériser un environnement numérique de travail et ses usages , in Réseaux humains/Réseaux technologiques,[en ligne],<http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document.php?id=633>, page visitée le 11/07/2021.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Chaptal Alain, opcit, 2003, p. 18.

d'appellations ou « l'excès de qualificatifs » marque la différence des orientations des chercheurs, entre la technologie d'un côté et la pédagogie de l'autre, afin de favoriser dans leurs analyses, l'une ou l'autre.<sup>1</sup>

### 2.3 La "motivation": Un principe clé de l'Enseignement en ligne

La documentation sur le sujet de la motivation est vaste ; une myriade d'auteurs ont en effet étudié la motivation selon des approches diverses. Par exemple, Thierry Karsenti<sup>2</sup> l'a défini comme un construit hypothétique représentant des processus physiologiques et psychologiques. Elle est également le « tenseur » des forces d'origine interne et externe (situationnelles, contextuelles et globales), dirigées ou non par un but, ces forces influencent un individu sur le plan cognitif, affectif ou comportemental. En s'appuyant sur les travaux de (Vallerand et Sénécal, 1993; Pintrich et Schunk, 1996) une autre définition a été proposée par Karsenti, Il écrit à ce propos "La motivation est aussi un processus dynamique qui agit éventuellement sur le déclenchement, la direction, l'intensité, la persistance et la fréquence de comportements ou d'attitudes".<sup>3</sup>

De son côté Patrice Roussel trouve que la définition la plus convaincante sur la motivation est celle de Vallerand et Thill qui écrivent: "le concept de motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et / ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement"<sup>4</sup>. Selon lui cette définition met clairement en avant la difficulté d'observer directement la motivation d'une personne. Il explique qu'elle est un construit hypothétique, un type de comportement que tout individu est supposé pouvoir développer. Selon le même auteur, il s'agit d'un processus qui est déclenché à l'origine par l'action d'une force motivationnelle intérieure qui dépend de caractéristiques personnelles comme les besoins, les pulsions, l'instinct, etc. Ce processus peut être déclenché aussi par une force motivationnelle externe qui dépend de la situation, de l'environnement de travail, de la nature de l'emploi, etc. Ces facteurs de motivation internes (dispositionnels), et externes (situationnels), sont changeants et propres à chaque individu.).

Selon Roussel<sup>5</sup> les psychologues s'accordent sur les caractéristiques de la motivation et distinguent quatre éléments constitutifs de ce construit- :

- ✓ Le déclenchement du comportement: c'est le passage de l'absence d'activité à l'exécution de tâches nécessitant une dépense d'énergie physique, intellectuelle ou mentale. La motivation fournit l'énergie nécessaire pour effectuer le comportement .
- ✓ La direction du comportement : la motivation dirige le comportement dans le sens qu'il convient, c'est-à-dire vers les objectifs à atteindre. Elle est la force incitatrice qui oriente l'énergie nécessaire à la réalisation des buts à atteindre, les efforts pour réaliser de son mieux, selon ses capacités, le travail qui est attendu .
- ✓ L'intensité du comportement : la motivation incite à dépenser l'énergie à la mesure des objectifs à atteindre. Elle se manifeste par le niveau des efforts physiques, intellectuels et mentaux déployés dans le travail.
- ✓ La persistance du comportement : la motivation incite à dépenser l'énergie nécessaire à la réalisation régulière d'objectifs, à l'exécution fréquente de tâches pour atteindre un ou plusieurs buts. La persistance du comportement se manifeste par la continuité dans le temps des caractéristiques de direction et d'intensité de la motivation.

<sup>1</sup> Miège Bernard : L'information- communication, objet de connaissance, Coll. Médias Recherches, De Boeck, Bruxelles, 2004, p. 59.

<sup>2</sup> Karsenti, Thierry : Comment le recours aux TIC en pédagogie universitaire peut favoriser la motivation des étudiants : le cas d'un cours médiatisé sur le Web, cahiers de la recherche en éducation, vol. 4, n 3, pp. 455- 484.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Roussel Patrice: La motivation au travail-concepts et théories, éd. EMS, collection Références, in " Les grands auteurs en GRH", éd. EMS, collection Références, Paris, 2001.

<sup>5</sup> Ibid, pp.4-5.

Dans les environnements d'enseignement en ligne, plusieurs chercheurs soulignent que garder les étudiants motivés pendant toute la période d'apprentissage est un défi, il est nécessaire de concevoir un environnement d'apprentissage en ligne motivant, car favoriser la motivation à apprendre est l'un des principes clés d'un enseignement efficace. Clark définit la motivation comme « l'effort et la persévérance que l'apprenant exerce dans son apprentissage »<sup>1</sup>. De son côté, Kinzie<sup>2</sup> affirme que la motivation continue et la motivation intrinsèque sont les plus importantes. Song<sup>3</sup> définit trois types de motivation: la motivation à initier, la motivation à persister et la motivation à continuer – et qui sont importants dans l'enseignement en ligne. A partir de ces types de motivation, la motivation peut être définie comme le degré d'effort et de persévérance pour apprendre dans des environnements d'apprentissage en ligne autodirigés. D'après Malone<sup>4</sup> le défi et la curiosité sont des composantes majeures d'un enseignement motivant. De même, Lepper et Hodell<sup>5</sup> ont identifié les éléments suivants: le défi, la curiosité, et le contrôle comme les principales caractéristiques qui favorisent la motivation intrinsèque dans un parcours d'apprentissage en ligne. Ce type de motivation (intrinsèque) est définie par Ryan & Deci comme "la motivation à s'engager dans une activité pour ses satisfactions inhérentes plutôt que pour une conséquence séparable"<sup>6</sup>. Certains autres chercheurs comme Pintrich & Schunk<sup>7</sup> affirment que les activités qui procurent aux apprenants un sentiment de contrôle sur leurs résultats scolaires peuvent renforcer leur motivation intrinsèque.

La motivation continue reflète la volonté d'un individu d'apprendre et constitue le type de motivation intrinsèque le plus directement pertinent pour l'éducation selon Maehrer,<sup>8</sup>. Il fait une distinction entre la persistance et la motivation continue. Il affirme que la persistance est déduite lorsqu'une personne continue à travailler sur une tâche, alors que la motivation continue fait référence au fait qu'une personne revient à une tâche malgré une interruption de celle-ci.

Pintrich, & Schunk<sup>9</sup> notent que La présence de motivation peut être observée à partir d'indicateurs comportementaux tels que « Choix des tâches, effort, persévérance et réalisation ». L'effort et la persévérance sont des indicateurs de motivation en ce sens, selon Keller<sup>10</sup>, plus les apprenants sont motivés, plus ils déploieront d'efforts et de persévérance pour accomplir une tâche d'apprentissage. Cependant, il est à noter que plusieurs chercheurs ont fourni des mises en garde pour l'utilisation de ces indicateurs de motivation pour opérationnaliser le concept de motivation. Keller<sup>11</sup> soutient qu'il est difficile de mesurer la motivation en raison de sa variabilité; en effet, le degré d'effort et d'engagement des gens envers une tâche est variable plutôt que stable.

<sup>1</sup>Clark, R.C, Building expertise: cognitive methods for training and improvement, Silver Spring, CO: International Society for performance improvement, 2003, 2<sup>nd</sup> Ed.

<sup>2</sup> Kinzie, M. B: Requirements and benefits of effective interactive instruction Learner control, self-regulation, and continuing motivation. Educational Technology Research and Development, 1990, 38(1), pp. 2-5.

<sup>3</sup> Song, S. H: Research issues of motivation in web-based instruction: Quarterly Review of Distance Education, 1(3), 2000, pp 225-229

<sup>4</sup> Malone, T. W: Toward a theory of intrinsically motivating instruction. Cognitive Science, 1981, pp. 333-369

<sup>5</sup> Lepper, M. R., & Hodell, M: Intrinsic motivation in the classroom. In R. Ames & C. Ames (Eds.), Research on motivation in education. 1989, San Diego, CA: Academic Press

<sup>6</sup> Ryan, R. M., & Deci, E. L : Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions new directions. Contemporary Educational Psychology, 2000, 25(1), 54-67.

<sup>7</sup> Pintrich, P. R., & Schunk, D. H, opcitm, 2000.

<sup>8</sup> Maehrer, M. L, Meaning and motivation: Toward a theory of personal investment In R. E. Ames & C. Ames (Eds.), Research on motivation in education (Vol. I pp. 115-144). 1984, Orlando, FL: Academic Press.

<sup>9</sup> Pintrich, P. R., & Schunk, D. H : Motivation in education: Theory, research, and applications (2nd Ed.). 1996, Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall.

<sup>10</sup> Keller, J. M: Motivational design of instruction. In C. M. Reigeluth (Ed.) Instructional-design theories and models: An overview of their current status, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1983, pp.383-434 .

<sup>11</sup> Keller, J. M, opcit.

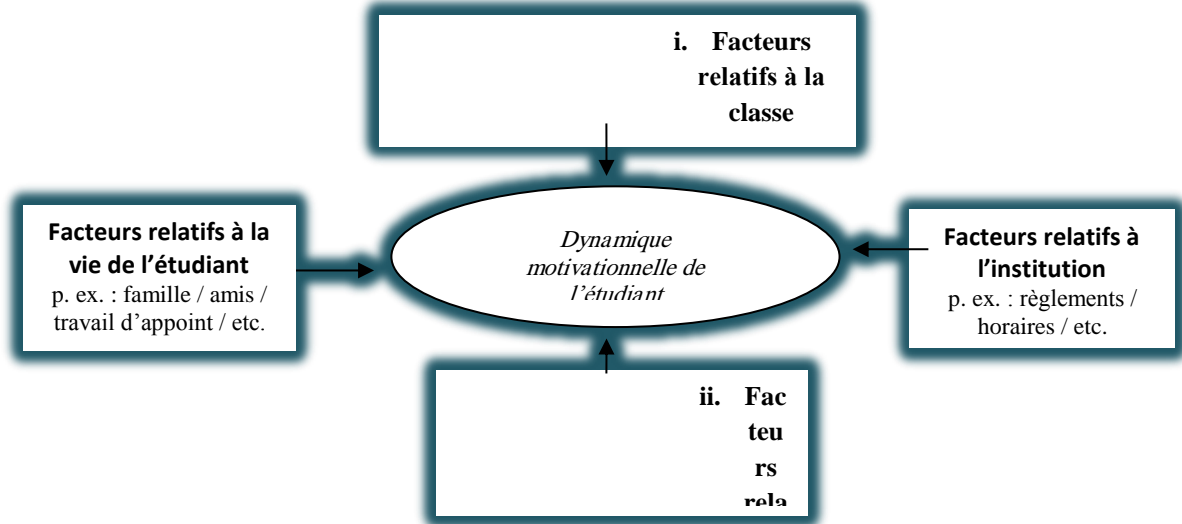
Source<sup>1</sup>

Figure 1: Les facteurs qui influent sur la dynamique motivationnelle de l'étudiant

### 3. Résultats et discussion

#### 3.1 Profil de la population enquêtée

##### a. Le niveau d'études

Les résultats de l'enquête révèlent une diversification des niveaux d'études des apprenants, la majorité sont en classe terminale soit (32%). Parmi les sujets enquêtés 18.7% sont en master et 49.3% sont répartis comme suit: 1.3% en première année, 17.3% en deuxième année, 12% en troisième année et 18.7% en quatrième année.

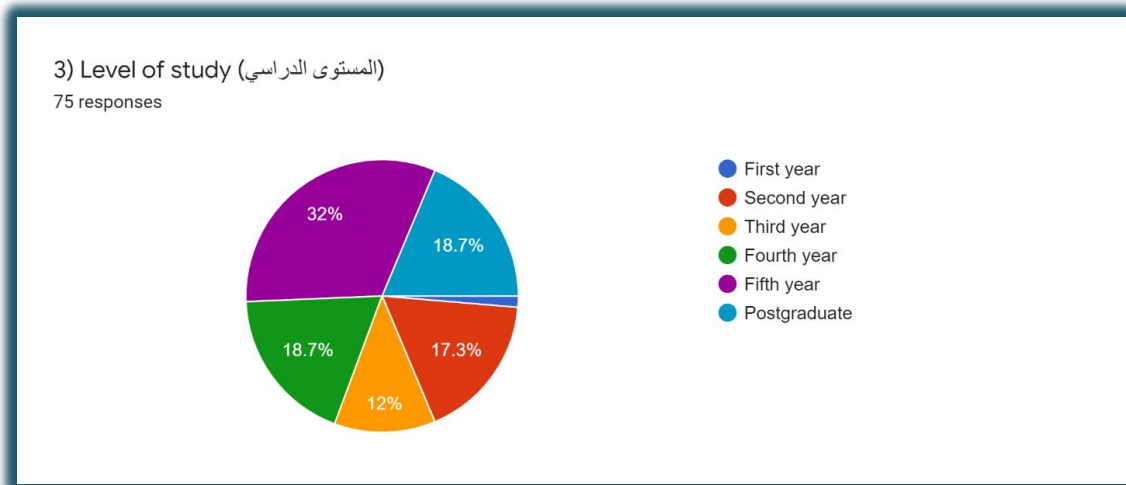
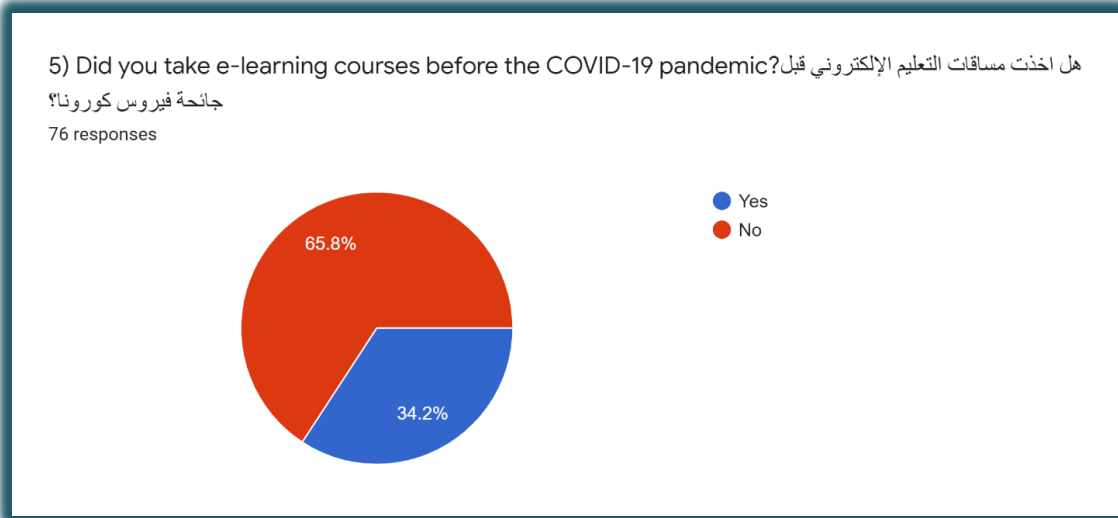


Figure 2: Le niveau d'études des étudiants

##### b. Expérience en Enseignement en ligne

L'enquête nous dévoile que 65.8% des enquêtés n'ont pas reçu des cours à distance avant la pandémie mondiale Covid 19, par ailleurs 34.2% parmi eux ont déjà eu une expérience en enseignement en ligne auparavant.

<sup>1</sup> Rolland, Villaud, Joly Jacques, Bédard Denis : La motivation des étudiants en formation des maîtres à l'égard d'activités pédagogiques innovatrices, revue des sciences de l'éducation, 2021.



**Figure 3: expérience en Enseignement en ligne**

### c. Fréquence de connexion à Internet

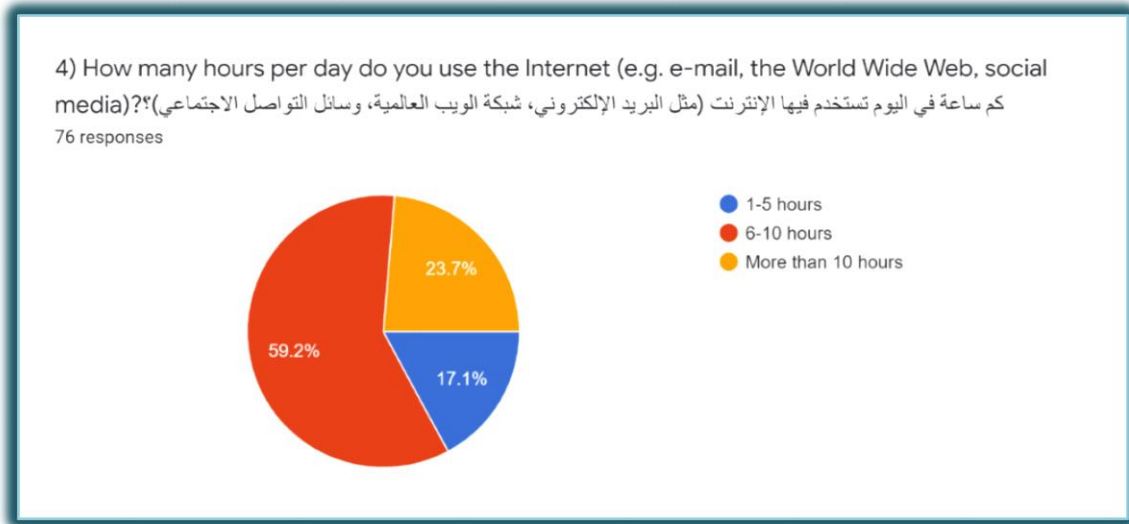
Comme le montre la graphique ci-dessous **59.2%** des enquêtés consacrent entre **6 et 10** heures par jour pour se connecter à Internet en dehors de leurs cours à distance.

L'immersion des jeunes étudiants dans un environnement à teneur technologique augure d'un gisement d'opportunités pour eux, pour se servir de puissantes bases de données et de moteurs de recherches affichés sur le web. L'accès à Internet figure donc une pratique prioritaire. De ce fait, cette pratique demeure de plus en plus présente dans les activités des jeunes. Aujourd'hui, l'utilisateur est amené à gérer un flux très important d'informations. La multiplication des sites web, des moteurs de recherche, d'agents intelligents, etc., sont autant de raisons pour qu'un usager soit « à la page » en ce qui concerne le phénomène Internet. Nos résultats montrent bien que la pratique d'Internet semble bien établie. C'est l'outil, le plus fréquemment pratiqué au sein de la population interrogée. Grâce à des ressources repérées dans la webographie d'un cours en ligne, les étudiants ont la possibilité d'approfondir leurs connaissances.

Au-delà de ces simples résultats, nous estimons que les points suivants méritent d'être soulignés :

- Comme la plupart des pays du monde, le développement du secteur Internet à Sultanat d'Oman était un processus évolutif. C'est grâce à l'évolution du secteur des télécommunications et du secteur informatique ainsi qu'à la convergence technique, qu'il y a eu l'ancrage d'Internet dans la société omanaise ;
- Toutes les stratégies de l'Etat Omanais dans le domaine universitaire s'inscrivent dans un seul registre stratégique touchant le développement du secteur universitaire par les TIC.





**Figure 4: Fréquence de connexion à Internet**

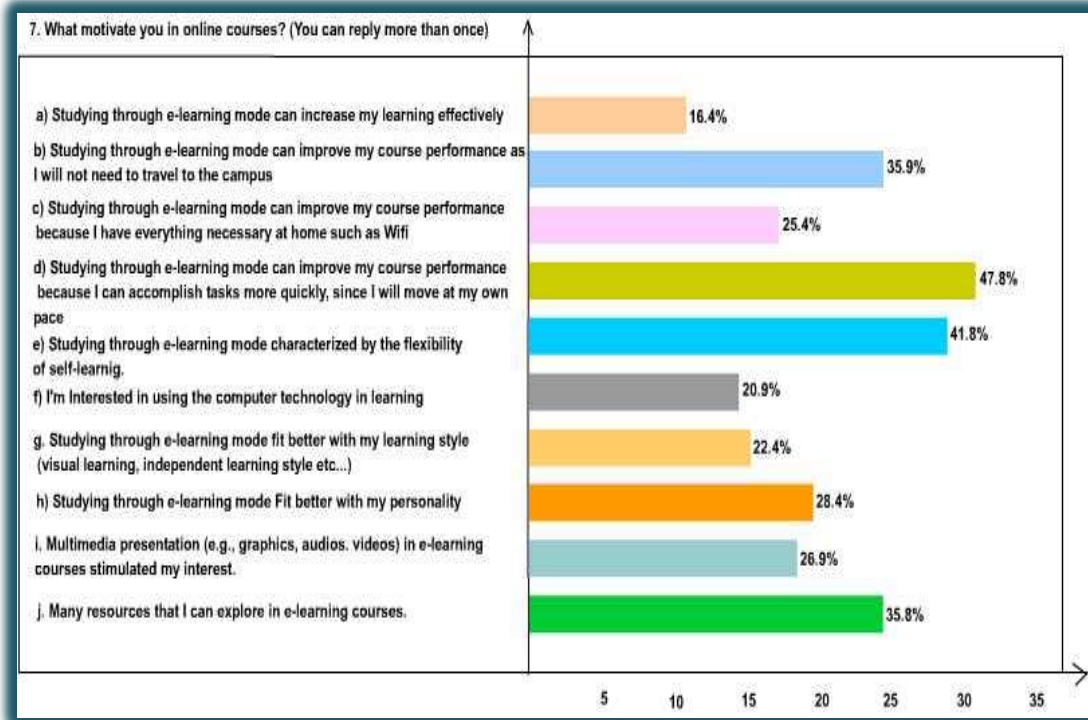
### 3.2 Facteurs de motivation

Concernant les facteurs qui motivent les étudiants à suivre les cours à distance, une liste de choix multiples a été présentée aux questionnés et nous présentons ici les résultats qui nous semblent significatifs. En effet, "étudier en e-learning permet à 47.8% des enquêtés de contrôler leur rythme de travail". 41.8% déclarent que "la flexibilité de l'auto-apprentissage constitue pour eux une source de motivation". 35.8% estiment que "le e-learning offre de nombreuses ressources qu'ils peuvent explorer dans les cours en ligne". 28.4% déclarent que "le mode e-learning s'adapte mieux à leurs personnalités". Enfin, "l'accès aux présentations multimédias" attire 26.9% des questionnés.

Il nous semble que les points suivants méritent d'être soulignés :

- Un attrait pour l'enseignement en ligne en tant que nouveau mode d'apprentissage ;
- Une volonté de suivre un enseignement flexible ;
- Un souhait d'explorer d'autres ressources en ligne;
- Un souhait de gérer son propre emploi du temps.

Il paraît intéressant d'approfondir ces premiers résultats en les combinant avec le genre des répondants, leurs niveaux d'études, leurs expériences en enseignement en ligne et leurs fréquences d'accès à Internet afin de se rendre compte des différences que peuvent fournir les résultats du croisement de ces variables.



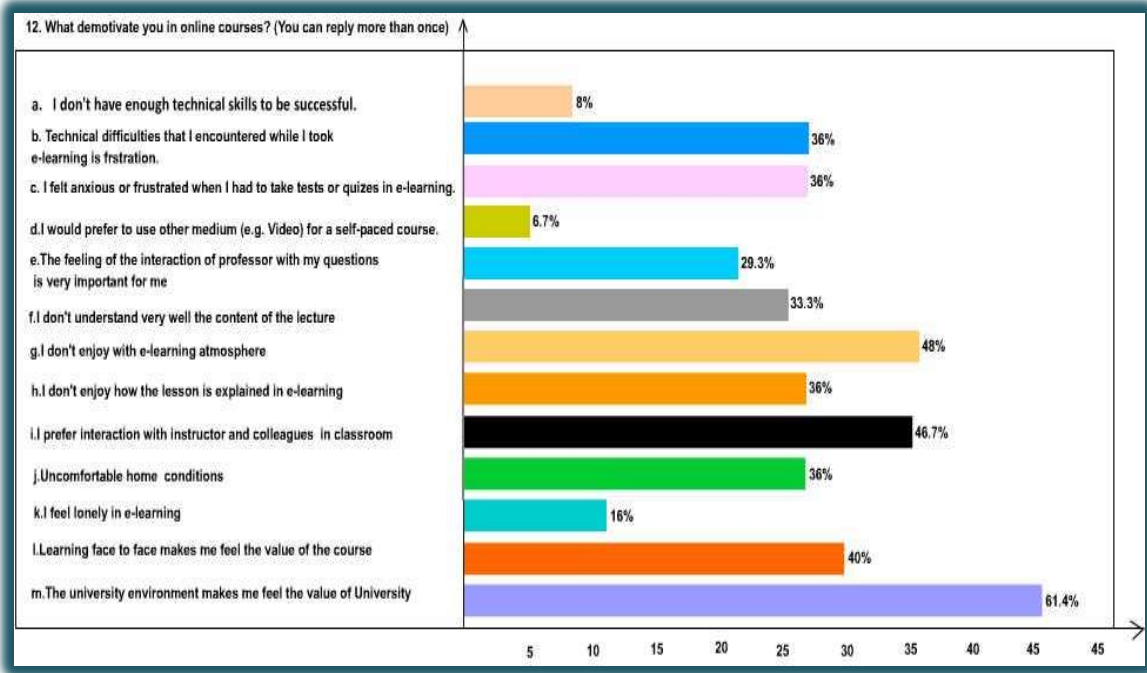
**Figure 5: Facteurs de motivation pour l'Enseignement en Ligne**

### 3.3 Facteurs de démotivation

Les résultats révèlent que 61.4% des enquêtés déclarent que la valeur de l'Université se fait sentir sur le campus, ce qui constitue pour eux une source de démotivation pour les cours à distance. 48% déclarent qu'ils n'apprécient pas l'atmosphère de l'apprentissage en ligne. Dans ce même type de réponses 86% réclament l'intérêt des cours présentiels; ce pourcentage est réparti comme suit: 46.7% préfèrent l'interaction avec l'instructeur et les collègues en classe et 40% déclarent que la valeur du cours trouve son origine dans l'apprentissage en face à face.

Nous remarquons qu'outre le contenu du cours et la manière de le présenter sur une plateforme, le mode de communication proposé par l'enseignant pour interagir avec ses étudiants constitue lui aussi un facteur de motivation important dans le processus de ce type d'enseignement.

Les étudiants questionnés déclarent à quel point un cours à distance peut être affecté de façon positive par une communication fondée sur l'intersubjectivité des échanges sociaux entre eux et leurs enseignants. Ici, on assiste à une complémentarité de deux formes de communication : la communication médiatisée et la communication ordinaire. Ces résultats peuvent approfondir nos réflexions sur les rapports sociaux fondés sur l'intersubjectivité, en situation d'enseignement à distance, afin de rendre compte de la place de cette médiation humaine dans la transmission des savoirs. Cette préférence est due à la nature de la relation humaine qui se trouve moins distante.



**Figure 6: Facteurs de démotivation pour l'Enseignement en Ligne**

### Conclusion

Nos premiers résultats empiriques ne prétendent pas à l'exhaustivité ; ils sont propres au terrain étudié et au temps du déroulement de cette étude. Il est suggéré de poursuivre l'étude avec une démarche analytique qui devrait être menée pour son amélioration. En effet, cette étude n'a pas encore tiré de conclusion sur la question de savoir si une telle différence dans le niveau d'études ou dans la maîtrise de l'outil informatique pourraient avoir un impact sur le degré de motivation dans l'apprentissage en ligne. De même, il sera toujours intéressant de découvrir les facteurs qui influent sur le maintien ou la continuité de la motivation chez l'apprenant . Autrement dit, de découvrir quels sont les facteurs importants pour stimuler la motivation de l'apprenant à persister dans ce type d'apprentissage.

Au terme de cette recherche, nous pouvons souligner que ces premiers résultats ont eu le mérite de montrer l'importance de la dimension humaine dans un parcours d'apprentissage en ligne, ce qui exige la prise en compte de la communication ordinaire comme catalyseur pour la motivation les apprenants. En effet, ce qui ressort de nos résultats est que la communication interpersonnelle reste toujours un acte primordial dans les activités pédagogiques des usagers. Il s'avère que les nouveaux outils de communication ne se substituent pas aux anciens et ne remplacent pas les pratiques communicationnelles pédagogiques déjà existantes. A ce stade, nous mettons en évidence, que les pratiques communicationnelles émergentes ne pourraient pas remplacer les pratiques de communication antérieures, mais plutôt à les compléter.

### Bibliographie

- Bruillard, E, (1997). Les machines à enseigner, éd. Hermès, Paris, p. 23.
- Boucher, S. (2006). Analyse de la contribution des technologies de l'information et de la communication chez les étudiantes et étudiants des techniques de l'informatique au niveau collégial. Essai de maîtrise en éducation, Université de Sherbrooke, Sherbrooke.
- Chaptal, A, (2003). L'efficacité des technologies éducatives dans l'enseignement scolaire analyse critique des approches française et américaine, éd. L'Harmattan, (Collection Savoir et formation).
- Chaptal Alain, (2008). Réflexions sur l'approche documentaire et les ENT , in Réseaux humains/Réseaux technologiques, n° 5-6 [en ligne], <http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document.php?id=724>.

- Cerisier, J F, (2008). Quels environnements et pour quel travail », in Réseaux humains/Réseaux technologiques, n° 5-6 [en ligne], <http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document.php?id=609>.
- Clark, R. C. (2003). Building expertise: Cognitive methods for training and performance improvement (2nd ed.). Silver Spring, CO: International Society for Performance Improvement
- DE Singly, F, (1992). l'enquête et ses méthodes : le questionnaire, éd. Nathan, Paris.
- Henri, F, (1985). La formation à distance : définition et paradigme, in Le savoir à distance: pédagogie et problématique de la formation à distance, éd. Presses de l'Université du Québec, p. 7.
- Karsenti, E, (1997). Comment le recours aux TIC en pédagogie universitaire peut favoriser la motivation des étudiants : le cas d'un cours médiatisé sur le Web. Cahiers de la recherche en éducation, vol. 4, no 3, p. 455- 484.
- Keller, J. M. (1983). Motivational design of instruction. In C. M. Reigeluth (Ed.) , Instructional-design theories and models: An overview of their current statuts (pp383-434). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Kinzie, M. B. (1990). Requirements and benefits of effective interactive instruction Learner control, self-regulation, and continuing motivation. Educational Technology Research and Development, 38(1), 2-5.
- Kyong, J.K (2005). Adult Learners motivation in self- directed E-Learning, Indiana University.
- Lepper , M. R., & Hodell, M. (1989). Intrinsic motivation in the classroom. In R. Ames C. Ames (Eds.), Research on motivation in education. San Diego, CA: AcademicPress.
- Malone, T. W. (1981). Toward a theory of intrinsically motivating instruction. Cognitive Science, 4, 333-369
- Maehler, M. L. (1976). Continuing motivation: An analysis of a seldom-considered educational outcome. Review of Educational Research, 46(3), 443-462
- Maehler, M. L. (1984). Meaning and motivation: Toward a theory of personal investment In R. E. Ames & C. Ames (Eds.), Research on motivation in education (Vol. I pp. 115-144). Orlando, FL: Academic Press.
- Miège Bernard, L'information-communication, objet de connaissance, éd. De Boeck, Bruxelles, 2004, 248 p. (Collection « Médias Recherches »).
- Mignon, J. et Closset J.L. (2004). Maintien et stratégie de renforcement de la motivation des étudiants dans l'enseignement à distance. In Actes du colloque de l'association internationale de pédagogie universitaire (AIPU). Marrakech, Maroc, 37 mai 2004.
- Pintrich, P. R., & Schunk, D. H. (1996). Motivation in education: Theory, research, and applications (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall.
- Rigoustos, Y D , (2008). Comment caractériser un environnement numérique de travail et ses usages , in Réseaux humains/Réseaux technologiques [en ligne],<http://edel.univ-poitiers.fr/rhrt/document.php?id=633>.
- Rolland. V, (2008). La motivation des étudiants à l'université : mieux comprendre. Université de Sherbrooke, [en ligne], <http://www.pages.usherbrooke.ca/rviau/>.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions new directions. Contemporary Educational Psychology, 25(1), 54-67.
- Song, S. H. (2000). Research issues of motivation in web-based instruction. Quarterly Review of Distance Education, 1(3), 225-229.
- Viau, R. (1994). La motivation en contexte scolaire (3e Ed.). Bruxelles : De Boeck Université

- Viau, R. (2004). La motivation : condition au plaisir d'apprendre et d'enseigner en contexte scolaire. In actes du 3e congrès des chercheurs en éducation
- Tabei Ben Lagha F, (2009). Approche communicationnelle du recours aux TIC dans l'enseignement supérieur tunisien : cas de l'enseignement à distance aux ISETs, Université Stendhal, Institut de Communication et des Médias. Echirolles, Grenoble.

# محور مقالات الفكر والرأي

# الإعلام التقليدي من مؤسسية المكان إلى مؤسسية البيئة الافتراضية

The Media environment: from being traditional into  
Digitized

د. عبد الله محمود عدوي

أستاذ مشارك في الاتصال والإعلام

Dr. ABDALLAH MAHMOUD ADWAY

Associate Professor of Communication and Media

## ملخص

يهدف هذا المقال إلى الوقوف على التحولات في البيئة الإعلامية التقليدية، في ضوء التغيرات والتوجهات نحو الرقمنة في ميادين الأعمال والتعليم وغيرها، في ظل جائحة كورونا التي عصفت بالعالم، فأحدثت الكثير من التغيرات في حياتنا، حيث يركز المقال على مناقشة إمكانية استفادة وسائل الإعلام التقليدية من الرقمنة، واستبدال بيئة العمل التقليدية بالبيئة الافتراضية في الفضائيات والإذاعات والصحف جزئياً أو كلياً.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام التقليدي، الرقمنة، البيئة الإعلامية.

## ABSTRACT

This article investigates the transformations in the environment of the traditional media within the context of the COVID-19 pandemic that swept the world and caused a lot of changes in our lives. Mainly the tendency towards digitalizing the fields of business, education, and others. Moreover, this article discusses the possibility of replacing the traditional media environment with the new digitalized environment.

**Key Words:** traditional media, digitalizing, Media environment.

## 1. تمهيد

يقوم الاتصال الجماهيري على فكرة المؤسسية التي ينظم فيها العاملون للقيام بأدوارهم وفق مهام موزعة بينهم في بيئة العمل، لذا فهو عملية منظمة ومعقدة تحكمها وتنظمها أعراف مؤسسية خاصة، درج عليها العمل المؤسسي الإعلامي في الصحف والإذاعات والتلفزيونات منذ نشأتها، حتى بات من الصعب استيعاب فكرة أي تغيير في بنيتها المؤسسية نظراً للانسجام القائم، لكن التطورات الرقمية فتحت الآفاق لأفكار جديدة قد يكون لها ما بعدها في تكسير الروتين واستقبال نمط مؤسسي جديد في ظل عالم المتغيرات.

## 2. التحولات الرقمية في ظل كورونا

لا يخفى علينا التسارع الكبير الذي نشهده في ظل التحولات الرقمية، فهي ثورة دخلت كافة المعتركات واقتحمت كل مجالات الحياة التي لم يعد بداً من الاستفادة منها، وقد استفادت وسائل الإعلام التقليدية من هذه البيئة الجديدة من خلال تفعيل أدوات التواصل الرقمية، لتشكل مكملاً لدور المؤسسة التقليدي، لكن هذه الاستفادة ما زالت تراوح مكانها في ظل التحولات الكبيرة التي نعيشها.

مع جائحة كورونا مطلع عام 2020، وما شهده العالم من تحولات نحو الرقمية في مجالات التعليم والعمل والتسوق وغيرها من المجالات، وتعزز دور تقنيات التواصل الافتراضي، بل وعقد المحاضرات والمؤتمرات وورش العمل عبر المنصات الافتراضية، والزيادة في فعالية المؤسسات في البيئة الرقمية مع ظروف الحجر عوضاً عن التفاعل الوجيه، بات استخدام هذه التقنيات مستساغاً للكثيرين، رغم الصعوبات والتذمر الذي ساد في مرحلة مبكرة، بل إن المؤسسات وجدت فيه مساحة مفضلة مع القدرة على الإنتاج وتقليص تبعات وتكاليف العمل الوجيه المكتبي المتمثل في الإيجارات والنقل والمصروفات الأخرى.

## 3. التحولات الرقمية في المؤسسات الإعلامية

بات السؤال الذي يطرح نفسه في ضوء هذه التغيرات الرقمية، عن إمكانية انعكاس النمط الافتراضي على بيئة العمل الإعلامي التقليدي؟

المؤسسة الإعلامية كما باقي المؤسسات المتأثرة بالتحولات، يمكنها الاستفادة من البيئة الرقمية التفاعلية في صياغة بيئة عمل افتراضي يؤدي ذات الدور وبذات المخرج، مع فارق في شكل الأداء وتكلفته، فضلاً عن التغلب على العامل الجغرافي في العمل.

نعلم أن العمل الإعلامي التقليدي في الإذاعة والتلفزيون يتطلب فريق عمل يشكلون خلية نحل في تكاملية أدوارهم وبتنسيق كبير في عملية إنتاج المحتوى ومعالجته ونشره، وهذه الأدوار من الصعب اختزالها كما هو الحال في الإعلام الرقمي الذي يشكل فيه الفرد مؤسسة بذاته، لذا فالسؤال المطروح عن إمكانية نقل العمل ضمن المؤسسات الإعلامية في حدودها المكانية إلى البيئة الافتراضية؟

بالنظر إلى بعض التجارب التي حاولت رقمنة الإعلام التقليدي تبرز الإذاعة الإلكترونية<sup>1</sup> التي عرفت منذ سنوات، والتي خلقت بيئة افتراضية فيها من مستلزمات الإذاعة ما يعين على العمل والبت، فمن هذه الإذاعات

<sup>1</sup> يوجد العديد من المواقع الإلكترونية التي تستضيف إذاعات إلكترونية بصورتها هذه.



ما توفر أدوات رقمية بدل الأدوات والمعدات الفيزيائية مثل المكسر، وتتيح جدولة البرامج، إضافة إلى إمكانية الحديث المباشر وغيرها من الإمكانيات التي تختزل أدوات ومعدات كثيرة بتطبيقات إلكترونية، وعلى الرغم من ظهورها منذ سنوات إلا أنها بقيت محدودة التأثير والانتشار ومحدودة الفاعلية خاصة في بيئتنا العربية، كما أنها تحتاج إلى إسناد بأدوات خارجية وإلى البيئة المشتركة التي تجمع العاملين.

#### 4. متطلبات العمل في البيئة الافتراضية

إن متطلبات مؤسسية البيئة الافتراضية في العمل الإعلامي الناجحة ينبغي لها أن تتجاوز عقبات المكان والجغرافيا، فضلاً عن الكثير من أدوات العمل، وتوفر التنسيق اللازم في بيئة العمل وسلاسته بين العاملين مع ضمان جودة المنتج الإعلامي، لذا فإن وفرة هذه العوامل تخلق لنا بيئة عمل مثالية وجديدة، فيها من الإيجابيات الكثير على الصعيد المادي والجغرافي.

على صعيد المكان لا يستوجب تواجد العاملين في المؤسسة الإعلامية الافتراضية ضمن مكاتب التلفزيون أو الإذاعة، فكلّ يقوم بعمله من مكتبه الخاص أو منزله، وفق دوره المحدد في فريق العمل، لكن وفق نظام تكنولوجي خاص يتيح له التواصل مع زملائه والعاملين معه افتراضياً وكأنه في بيئة العمل الحقيقية، من خلال بوابة دخول تتيح للمرسل على سبيل المثال كتابة الخبر أو رفع المادة المرئية في مساحة متاحة للمحرر ويتواجد فيها العاملين في المونتاج وغيرهم ممن لهم علاقة عمل في المادة، كلّ يستقبل مهامه والمواد التي تحتاج للمعالجة، وصولاً لجدولة المواد، وإدارة البثّ، والبتّ، كل ذلك في البيئة الافتراضية، وفق نظام برمجي يراعي تراتبية العمل الإعلامي التقليدي، ويرتكز على التنسيق والاتصال ويسرهما، سواء الاتصال الكتابي أو المرئي أو الصوتي.

هذه الأفكار للعمل المؤسسي تتغلب على الجغرافيا في توزع العاملين، وعلى صعوبات العمل الإعلامي في بعض البيئات لأسباب مختلفة، وتتيح رقد الوسيلة الإعلامية بعاملين من دول أخرى، فهي تكسر حدود الاحتكار للبث الإعلامي، وتوفر فرص عمل في الدول الأكثر فقراً، كما أنها تضبط عدد العاملين وتقلص من عددهم، مع تعزيزها دور الصحفي الشامل الذي يمتلك المهارات المختلفة.

على الصعيد المادي؛ فإن إنشاء تلفزيون أو إذاعة افتراضية في بيئة عملها لا يكلف الكثير من المال، فالتكلفة تقل كثيراً عند الحديث عن أجور المكاتب والخدمات المكتبية، حتى الأستوديوهات والمساحات الواسعة التي يحتاجها فهي تختزل في مساحات صغيرة، أيضاً تكلفة المعدات التي تقل كثيراً عندما يستبدل الكثير منها بتطبيقات إلكترونية.

عموماً؛ فالإقتصاد في البعد المادي كان مما راق للكثير من المؤسسات في ظل كورونا، فعمدت إلى تقليص الدوام واستغلال المساحات المكانية لشغل أكبر عدد من الموظفين في أوقات مقسمة بينهم، مع الحفاظ على مستوى الإنتاج الطبيعي.

المؤسسة الإعلامية الافتراضية وإن كانت تأخذ من الإعلام التقليدي والتفاعلي الكثير من الخصائص، إلا أنها لا تعني إلغاء البث الفضائي، بل يمكن ربط البث الرقمي بخدمات البث الفضائي للحفاظ على استمرارية وصول البث التلفزيوني بصورته التقليدية أيضاً، بالإضافة إلى تفعيل البث الرقمي وربطه بمختلف مواقع التواصل الاجتماعي لضمان أقصى استفادة ممكنة.

#### 5. الخلاصة

يخلص هذا النموذج إلى أن التحولات من حولنا وما نشهده من تغييرات كبيرة ومتسارعة في عالم الاتصالات، ستعكس حتماً على الاتصال الإعلامي، وتدعم التحول في العمل المؤسسي الإعلامي إلى الرقمية، وهو الخيار الذي يجدر بالفضائيات والإذاعات البحث فيه لمواكبة التطورات، وعدم انتظار لحظة اللاعودة، فضلاً عن أهمية البحث في التجديد في أساليب العمل وطرق مخاطبة الجمهور والقوالب المستخدمة، والتحضير لمرحلة الجيل الخامس القادمة.

#### مراجع:

- caster.fm موقع إلكتروني يقدم خدمات إذاعية إلكترونية.
- عدوي، عبد الله، صدمة كورونا.. أي ثقافة جديدة تُحضر للشعوب؟، منصة أريد للباحثين والناطقين بالعربية، 2020/5/26.