

المركز الديمقراطي العربي

الدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabia 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



المجلد السادس

العدد الواحد والعشرين

نوفمبر/تشرين الثاني 2022

ISSN (Online) 2512-3203

رقم التسجيل: VR.3373.6311.B



المركز الديمقراطي العربي

الدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية
Democratic Arabia 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

مديرة التحرير

د. فاطمة الزهراء عبيدي

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 للعدد الواحد والعشرين

الاساتذة المحكمون

اسم المحكم	صفة
د_ شيماء الهواري	دكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام السياسي جامعة الحسن الثاني. المملكة المغربية
د_ على مولود فاضل	دكتور في علوم الاعلام و الاتصال، استاذ قسم الاعلام جامعة الاسراء، جمهورية العراق
د_ العربي بومسحة	استاذ محاضر بمعهد الاداب واللغات، المركز الجامعي احمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، جمهورية الجزائر
د_ سامية عشير	استاذة مساعدة بجامعة باجي مختار، عنالة_البلد، جمهورية الجزائر
د_ ريم الشريف	دكتورة في علوم و تقنيات الفنون و استاذة تعليم عالي بكلية الآداب و العلوم الانسانية بالقيروان و متخصصة في علوم و تقنيات الفنون، جمهورية تونس
د_ هشام كزوط	أستاذ بالسلك الثانوي الفلسفة والفكر الإسلامي، استاذ زائر في عدة جامعات مغربية، المدير التربوي للمعهد الدولي للإعلام والصحافة اوبرا وينفري بمدينة وجدة، نائب مدير مركز تقارب للدراسات والأبحاث في العلوم الانسانية والاجتماعية بمدينة وجدة، المملكة المغربية
د_ علي عبد الهادي الكرخي	استاذ علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، جمهورية العراق
د_ شكاك سعيد	دكتور قانون عام و العلوم السياسية قسم عربي جامعة الحسن الاول كلية العلوم القانونية و الاقتصادية و الاجتماعية سطات، المملكة المغربية
د_ طارق اسماعيل محمد	استاذ تصميم المنتجات و الاتصال البصري كليو الاعلام، جامعة عجمان، دولة الامارات العربية المتحدة
د_ مصطفى المريط	أستاذ نظريات الإعلام والاتصال بجامعة محمد الأول بوجدة عضو مختبر الدراسات

الأدبية واللسانية وعلوم الإعلام والتواصل جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس -
المملكة المغربية

شروط وضوابط النشر على مجلات 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 البحث 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
- يتم تقييم 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 اعداد 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 والجدول والأشكال والصور
- أن يتبع المؤلف الأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، وبإثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الإحالات والمراجع والمصادر (وجوباً)
- تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الإلكتروني وملخصين، في حدود مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، (حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و 12 Times New Roman للملخص باللغة الانجليزية)، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوباً)
- تكتب المادة العلمية العربية بخط نوع Simplified Arabic مقاسه 14 بمسافة 1.00 بين الأسطر، بالنسبة للعناوين تكون Gras ، أما عنوان المقال يكون مقاسه 16

- هوامش (LES MARGES) الصفحة أعلى 2.5 وأسفل 2.5 وأيمن 3 وأيسر 3 ، رأس الورقة 2، أسفل الورقة 2 حجم الورقة عادي(A4) (وجوبا)
- يجب أن يكون المقال خاليا من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية والمطبعية (وجوبا)
- بالنسبة للدراسات الميدانية ينبغي احترام المنهجية المعروفة كاستعراض المشكلة، والإجراءات المنهجية للدراسة، وما يتعلق بالمنهج والعينة وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية وعرض النتائج ومناقشتها
- 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 وللخط 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

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 وتنقيحها وتقويمها. وتهتم المجلة بنشر البحوث العلمية في ميدان علوم الاعلام والاتصال، وقوانين الاعلام والاتصال والصحافة والنشر سواء الرقمي أو الورقي، إضافة إلى الإعلام الإلكتروني. وتستند المجلة إلى ميثاق أخلاقي لقواعد النشر فيها، وإلى لائحة داخلية تنظّم عمل التحكيم، كما تعتمد "مجلة الدراسات 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، ويهدف تكريس مفهوم الديمقراطية التشاركية والشمولية.



فهرس العدد الواحد العشرين

البحوث المحكمة باللغة العربية

رقم الصفحة	عنوان البحث بالإنجليزية	عنوان البحث بالعربية	اسم الباحث(ة)	
12	The image of Palestinian resistance on the website of Israeli newspaper Jerusalem Post during the events of Sheikh Jarrah and the aggression on Gaza in 2021: a case study	صورة المقاومة الفلسطينية في موقع صحيفة جيرزاليم بوست الإسرائيلية أثناء أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م: دراسة حالة	د. أمينة زيارة: دكتوراه في الأدب واللسانيات وتحليل الخطاب-المغرب أ. ربا فتوح: ماجستير صحافة من الجامعة الإسلامية- غزة	1
44	The image of child in the Moroccan media	صورة الطفل في الإعلام المغربي	د. زكية الحسني: أستاذة تعليم العالي جامعة محمد الخامس الرباط. المغرب أ. عبد الصمد المعزة: باحث في سلك الدكتوراه مختبر علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة محمد الخامس الرباط المغرب	2
59	Islamic Information Strategies Facing the Propagating Challenges from the point of view of Information Lecturers of Sudan University for Science and Technology In the period from January 2021 up to January 2022	إستراتيجيات الإعلام الإسلامي في مواجهة التحديات الدعوية من وجهة نظر أساتذة الإعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	د. صالح موسى على موسى أستاذ مساعد - بكية علوم الإتصال-جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	3
94	The role of the internet in the erasing of educational technological illiteracy for people with special needs in light of distance education	دور شبكة الانترنت في محو الأمية التكنولوجية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة في ظل التعليم عن بعد	د. وهيبة بشريف، أستاذ محاضر بجامعة غليزان	4
106	Challenges of Newspapers Production in Sudan – A survey study with application	تحديات إنتاج الصحف في السودان دراسة استطلاعية بالتطبيق على عدد من الصحف السودانية للفترة من يناير إلى	د. خالد أحمد الحاج عبد الله: أستاذ مساعد كلية الإعلام - جامعة الرباط	5

	on a number of Sudanese Newspapers in the period from January to March 2022	مارس 2022م	الوطني- السودان	
125	Study on the role of visual media about terrorism and its impact on audience and individuals	دراسة حول تأثير الجمهور المتلقي بالمعلومات الخاصة بالإرهاب عبر وسائل الإعلام المرئية	د. مراد حفصاوي باحث في الإعلام والاتصال المملكة المغربية	6
151	The image of the teacher in Algerian television advertisings -analytical study-	صورة المعلم في الإعلانات التجارية الجزائرية المتلفزة - دراسة تحليلية -	د. أيوب رقاني جامعة قسنطينة 03 صالح بوبنيدر أستاذ محاضر صنف " أ " ط. د سليم عابد مخبر sophilab جامعة 08 ماي 1945 قالمة باحث في طور الدكتوراه	7
170	The role of visual media and social networking sites in the educational process	دور الاعلام المرئي ومواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية	أ.د. سراب جبار خورشيد: الجامعة المستنصرية مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية	8
190	Trend's opinion Annum wielded road Annum about nelson police man behavior)	إتجاهات الرأي العام لمستخدمي الطريق حول أداء شرطي المرور وسلوكه دراسة إستطلاعية في ولاية الخرطوم	د.مضوي أبكر عبدالله آدم أستاذ مساعد كلية الإعلام - جامعة الرباط الوطني - جمهورية السودان	9
213	Preventive measures against administrative and financial corruption in the light of legal texts in algeria	التدابير الوقائية من الفساد الإداري والمالي على ضوء النصوص القانونية في الجزائر	د. بوزيرة سهيلة: أستاذة محاضرة أ كلية الحقوق والعلوم السياسية بجيجل	10
محور آراء وأفكار في الدراسات الإعلامية				
233	The impact of media education on societies	أثر التربية الإعلامية على المجتمعات	د. شيماء الهواري: دكتورة في القانون العام السياسات العمومية	1

			ومتخصصة في الاعلام السياسي- المملكة المغربية	
238	opinion article entitled: Using artificial intelligence techniques in the field of media work	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي	م. د. إيمان محمد أحمد حسن - أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا-مصر	2
246	The Role of modern media in building Students' Personality to Build a Valued society	دور وسائل الإعلام الحديثة في بناء شخصية الطلاب لبناء مجتمع قيمى	د.محمد بن سامي عباس علي : وزارة التعليم - المملكة العربية السعودية	3

صورة المقاومة الفلسطينية في موقع صحيفة جيرزاليم بوست الإسرائيلية أثناء أحداث

الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م: دراسة حالة

The Image Of Palestinian Resistance On The Website Of Israeli Newspaper Jerusalem Post During The Events Of Sheikh Jarrah And The Aggression On Gaza In 2021: A Case Study

د. أمينة زيارة: دكتوراه في الأدب واللسانيات وتحليل الخطاب-المغرب

أ. ربا قنوع: ماجستير صحافة من الجامعة الإسلامية - غزة

الملخص:

تتمحور الورقة البحثية حول صورة المقاومة الفلسطينية في موقع صحيفة جيرزاليم بوست الإسرائيلية أثناء أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م: دراسة حالة، من خلال الكشف عن صورة المقاومة الفلسطينية كما يعكسها موقع جيروزيلم بوست الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية خلال أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م، والتعرف إلى موضوعاتها ومصادرها الصحفية واتجاهاتها، ونطاقها الجغرافي والكشف عن الشخصيات المحورية، والأدوار المنسوبة إلى المقاومة الفلسطينية، وسمات المقاوم الفلسطيني، وصفات المقاومة، إلى جانب رصد القيم التي تناولتها موضوعات المقاومة الفلسطينية، وتحديدها أهدافها، كما تعد هذه الورقة ضمن البحوث الوصفية، التي استخدمت منهجي الدراسات المسحية، ومنهج دراسة الحالة، استخدمت فيها الباحثتان استمارة تحليل المضمون، على عينة زمنية للمواد الصحفية لجيروزيلم بوست خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 مايو 2021م إلى 1 يونيو 2021م أي وقت أحداث الشيخ جراح وهبة القدس والعدوان على غزة، ومن أبرز نتائج الورقة: جاءت موضوعات المقاومة الشعبية في مقدمة قضايا المقاومة الفلسطينية، وتلتها المقاومة المسلحة، طغيان الاتجاه السلبي على صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة الدراسة بنسبة مرتفعة جداً ومن أهم التوصيات: رفض السمات السلبية التي تلصقها المواقع الإسرائيلية بالمقاومة الفلسطينية عبر تكثيف الخطاب الإعلامي الموحد للتأكيد على صورة المقاومة الفلسطينية التي تتميز بالبطولة والصمود والتضحية. تدعيم الخطاب الفلسطيني الناطق باللغة الإنجليزية من خلال إنشاء مواقع إلكترونية ناطقة باللغات المختلفة.

Abstract:

The research paper focuses on the image of the Palestinian resistance on the website of the Israeli newspaper Jerusalem Post during the events of Sheikh Jarrah and the aggression on Gaza in 2021: a case study, by studying the problem of the study that works to reveal the image of the Palestinian resistance as reflected by the Israeli English-speaking Jerusalem Post website during the events Sheikh Jarrah and the aggression against Gaza in 2021 AD, identifying its topics, journalistic sources, direction, geographical scope, revealing the pivotal figures, the roles attributed to the Palestinian resistance, the characteristics of the Palestinian resistance, and the characteristics of the resistance, in addition to monitoring the values addressed by the topics of the Palestinian resistance, and challenging its goals. The paper is within the descriptive research, which used the survey studies and the case study method, in which the two

researchers used a content analysis form, on a time sample of the press materials of The Jerusalem Post during the time period from May 1, 2021 until June 1, 2021 AD, i.e. the time of the events of Sheikh Jarrah and the gift of Jerusalem and the aggression on Gaza, and among the most prominent results of the paper: The topics of popular resistance came to the fore in the Palestinian resistance issues. Followed by the armed resistance, the negative trend prevailed over the image of the Palestinian resistance in the study newspaper at a very high rate. Among the most important recommendations: rejecting the negative features that the Israeli websites attach to the Palestinian resistance by intensifying the unified media discourse to emphasize the image of the Palestinian resistance that is characterized by heroism, steadfastness and sacrifice. Strengthening the English-speaking Palestinian discourse through the establishment of websites that speak different languages.

مقدمة:

تعد المقاومة الفلسطينية جزءاً أصيلاً من القضايا الاستراتيجية التي يتصدر لها الفلسطيني حكومتاً وشعباً، في ظل العداء العالمي المركز عليها، والعمل بشكل جاد على تشويه صورتها الحقيقية واستبدالها من دور الضحية إلى الجاد، لتحقيق مصالح الاحتلال الاسرائيلي، الذي يستثمر كافة الإمكانيات على المستوى العالمي لهيمنة إعلامية مضادة وإثبات حقوقهم غير المشروعة في الوسائل الإعلامية بالتزامن مع وسائل الإعلام الجديد التي أصبحت تؤثر بشكل كبير في الساحة الإعلامية الحديثة.

ولقد اتخذت بعض وسائل الإعلام العربية اتجاهاً إيجابياً نحو المقاومة الفلسطينية باعتبارها حق مشروع لدولة فلسطين من أجل الحصول على استقلالها واسترداد أرضها ووطنها، فيما تنتظر بعض وسائل الإعلام الأجنبية وخاصة الإسرائيلية منها نظرة سوداوية نحو المقاومة الفلسطينية باتهامها بالإرهاب والإجرام أو شيطنتها أمام الرأي العام العالمي.

لقد سعت الصحف الإسرائيلية الناطقة باللغة الأجنبية إلى تجميل صورة إسرائيل باعتبارها مجتمعاً مسالماً لا يسعى إلى الحروب، ومنحها الشرعية الكاملة لمواجهة المقاومة وقتل الشعب الفلسطيني الأعزل، وقد عمدت تلك الصحافة إلى تضليل الرأي العام عبر خطابها الهجومي الكاذب والتضليلي عما تقوم به من عمليات قتل وإبادة للشعب الفلسطيني، وعملت على تشويه صورة المقاومة الفلسطينية محلياً وعربياً ودولياً، لذا يأتي هذا البحث لدراسة صورة المقاومة الفلسطينية في موقع جيوروزيم بوست الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية كدراسة حالة.

أولاً: الدراسات السابقة:

أجرت الباحثتان مسحاً أدبياً للدراسات الإعلامية المرتبطة بدراستهما بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وكانت على النحو الآتي:

1- الكتري (2018م)⁽¹⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مقالات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة وأهم قضاياها وموضوعاتها والصورة التي تعكسها عنها ورصد الأساليب الإقناعية التي استخدمها كتاب صفحاتها مع موضوعاتها وأنواع مقالاتها وهوية كُتابها، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره المقارنة المنهجية والدراسات الارتباطية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون التي طبقت على عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي على الصحف الفلسطينية اليومية: "القدس، الحياة الجديدة، وفلسطين" خلال المدة الزمنية الممتدة من 2015/10/1 وحتى 2016/9/30م، وتوصلت الدراسة إلى: اهتمام صحف الدراسة بالمقاومة الشعبية أكثر من المسلحة حيث حازت على نسبة 68%، وبرزت الموضوعات الخاصة بإطلاق النار بنسبة 37.8% تلاها العمليات الاستشهادية وتجنيد وإعداد المقاومين بنسبة 14.9% لك منهما، فيما جاءت العمليات الفردية كأحد موضوعات المقاومة الشعبية في المرتبة الأولى بنسبة 25.1% والمواجهات الشعبية بنسبة 16.1%، وكشفت الدراسة عن أن صورة البطولة والتضحية أبرز الصور التي عكستها صحف الدراسة حيث بلغت الأولى 30.4% والثانية 28.3%.

2- أبو نقيرة والأغا (2018م)⁽²⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحف الفلسطينية اليومية لقضية المقاومة قبل أوصلو وبعدها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون التي طبقت على صحيفتي القدس والنهار من بداية شهر إبريل 1993م وحتى نهاية شهر فبراير 1994م، وتوصلت الدراسة إلى: تصدرت ممارسات الاحتلال الإسرائيلي قضايا المقاومة قبل أوصلو بنسبة 74%، تلاها بفارق كبير قضايا المقاومة الشعبية والمسلحة بنسبة 13% لكل منهما، ويعد أوصلو تصدرت قضايا ممارسات الاحتلال الإسرائيلي بنسبة 62% تلاها قضايا المقاومة المسلحة بنسبة 21% ثم المقاومة الشعبية بنسبة 17%، وبينت الدراسة أن الاحتلال الإسرائيلي جاء في مقدمة قائمة القوى الفاعلة في قضايا المقاومة قبل أوصلو بنسبة 46.3%، تلاها الشعب الفلسطيني بنسبة 46%، ثم حركة حماس بنسبة 2.7% وحركة فتح بنسبة 2%، أما بعد أوصلو فقد تصدر الاحتلال الإسرائيلي القوى الفاعلة

(1) الكتري، روان (2018م). اتجاهات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

(2) أبو نقيرة، أيمن والأغا، أبرار (2018م). قضايا المقاومة في الصحف الفلسطينية اليومية قبل أوصلو وبعدها: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، العدد 26، المجلد 1، صص 267-294.

بنسبة 44.6%، ثم الشعب الفلسطيني بنسبة 43.5%، وتلاه حركة حماس بنسبة 5.4% ثم حركة فتح بنسبة 2.5%.

3- **نعيم (2017م)** ⁽³⁾: هدفت الدراسة إلى رصد الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو قضية المقاومة الفلسطينية في شبكات التواصل الاجتماعي وتحليله، والوقوف على أهم موضوعات المقاومة الفلسطينية ومدى الاهتمام بهذه المواضيع، ومعرفة أهم الأطروحات ومسارات البرهنة والأطر الإعلامية، ورصد أدوار وصفات القوى الفاعلة السلبية والإيجابية، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، والتي في إطارها تم استخدام ثلاث مناهج هي: منهج الدراسات المسحية وفي إطارها أستخدم أسلوب تحليل المضمون، ومنهج تحليل الخطاب، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره تم توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارتي تحليل الخطاب، وتحليل المضمون، والتي طبقت على عينة من شبكات التواصل الاجتماعي هي: "صفحة المنسق على الفيس بوك، أفخاي أدري على تويتر"، خلال المدة الزمنية الممتدة من 2017/8/1م وحتى 2016/5/1م، وتوصلت الدراسة إلى: تصدر موضوع "تصنيع السلاح" اهتمام صفحتي الدراسة بنسبة 15.3%، تتبعها موضوع إطلاق النار من قبل المقاومة الفلسطينية بنسبة 14.7%، واعتمدت الدراسة على الاستشهاد بالأدلة والوقائع كأحد مسارات البرهنة بنسبة 33.4% ثم عرض وجهة نظر واحدة بنسبة 20.7%، والاستمالات العاطفية بنسبة 17.8%، وقد أولت صفحات الدراسة هدف تشويه صورة المقاومة الفلسطينية اهتماماً كبيراً بنسبة 19.8%، معتمداً على أسلوب التضليل والتعتيم، تتبعها هدف تبرير الاعتداءات ضد الشعب الفلسطيني بنسبة 19.4%، معتمداً على أسلوب التبرير وتحميل الضحية الذنب.

4- **أبو شملة (2017م)** ⁽⁴⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة التي رسمتها الصحافة العربية للمقاومة الفلسطينية ومعرفة مدى اهتمامها بموضوعات المقاومة الفلسطينية وتحديد أهم سماتها والقيم المتعلقة بها واتجاه الصحف نحو موضوعاتها، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطارها أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون التي طبقت على عينة من الصحف العربية "الدستور الأردنية، الجمهورية المصرية، العرب القطرية، الفجر الجزائرية" بأسلوب

⁽³⁾ نعيم، هدى (2017م). الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
⁽⁴⁾ أبو شملة، عبد الكريم (2017م). صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

الأسبوع الصناعي خلال المدة الزمنية الممتدة من 2014/1/1م وحتى 2015/12/31م، وتوصلت الدراسة إلى: جاءت صورة المقاومة الفلسطينية في صحف الدراسة إيجابية بنسبة 79.4% وسلبية بنسبة 17.7%، وبينت الدراسة أن موضوعات المقاومة العسكرية المسلحة جاءت بالترتيب الأول بنسبة 52.2% تلاها المقاومة الشعبية بنسبة 47.8%، وكشفت الدراسة عن أن صحيفة الجمهورية المصرية اتخذت اتجاهاً سلبياً نحو المقاومة الفلسطينية بنسبة 46.7% مقابل 44.4% للاتجاه الإيجابي.

5- قنوع (2017م)⁽⁵⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزيلم بوست الإسرائيلية ومقارنتها بين عامي 2014 و 2015م، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة ومن خلاله أساليب "دراسة الحالة، والمقارنة المنهجية والدراسات الارتباطية، والمنهج التاريخي، وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق استمارة تحليل المضمون التي طبقت على عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي بحجم (96) عدداً من صحيفة جيروزيلم بوست الإسرائيلية خلال المدة الزمنية الممتدة من 2014/1/7م وحتى 2015/1/31م، وتوصلت الدراسة إلى: إن المقاومة الفلسطينية بنوعها الشعبي والمسلح حاضرة في صحيفة الدراسة وحازت المقاومة المسلحة على الأولوية بنسبة 65.5% في عام 2014م فيما حصلت المقاومة الشعبية على نسبة 70.3% عام 2015م، وأظهرت أن الصورة الأكثر سلبية كانت لحركة حماس في العاميين بنسبة 50%، وبينت أن الشخصيات الفردية برزت عام 2015م، وكانت أكثر الأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية هي الإرهابي خلال العاميين، وكشفت عن وجود علاقة بين موضوعات المقاومة الفلسطينية والتوزيع الجغرافي فغزة تشهد الكفاح المسلح مقارنة بالضفة الغربية والقدس اللتان تشهدان طابع المقاومة الشعبية.

6- الدلو (2015م)⁽⁶⁾: هدفت الدراسة إلى رصد عملية التأطير الإخباري في معالجة قضايا المقاومة الشعبية الفلسطينية في الصحف الفلسطينية اليومية باستخدام تحليل كمي وكيفي للكشف عن مدى اهتمامها بالمقاومة الشعبية الفلسطينية وأشكالها وأساليبها وأدواتها والنطاق الجغرافي الذي تمارس فيه والشخصيات المحورية التي تعتمد عليها في معالجة القضية، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون ومنهج تحليل الخطاب ودراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية وتم جمع البيانات عن طريق استمارتي

⁽⁵⁾ قنوع، ربا (2017م). صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزيلم بوست الإسرائيلية: دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

⁽⁶⁾ الدلو، محمد (2015م). الأطر الخيرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

تحليل المضمون، وتحليل الخطاب اللتان طبقتا على صحيفتي الأيام وفلسطين خلال المدة الزمنية الممتدة من 2011/11/1م وحتى 2012/11/31م بأسلوب الأسبوع الصناعي، وتوصلت الدراسة إلى: تقدم قضية إضراب الأسرى عن الطعام في سجون الاحتلال على غيرها من قضايا المقاومة الشعبية في صحيفتي الدراسة، تلاها اعتداءات الاحتلال الإسرائيلي على الفلسطينيين ومن ثم مصادرة الأراضي وجدار الفصل العنصري، وبيّنت الدراسة أن أسلوب الاحتجاجات والمسيرات الشعبية كان أكثر أساليب المقاومة الشعبية استخداماً ثم الاعتصامات فالمواجهات الشعبية، وكشفت عن أن إطار الصراع حاز على الترتيب الأول من بين الأطر الخيرية للمقاومة الشعبية تلاه إطار المسؤولية، ثم الاهتمامات الإنسانية، وإطار النتائج الاقتصادية.

7- خريس (2014م)⁽⁷⁾: هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج والبراهين والأطر المرجعية التي يستند إليها منتجو الخطاب، ومعرفة أدوار ومواقف القائمين بالاتصال نحو قضية المقاومة الفلسطينية، ومدى انعكاس توجهاتهم الفكرية والسياسية عليها، وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، التي استخدمت منهج تحليل الخطاب، والدراسات المسحية وفي إطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، الذي تم في إطاره توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات عن طريق أداة تحليل الخطاب الصحفي، التي طبقت على "صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة" والتي تمتد من يوليو 2007 وحتى 31 ديسمبر 2012، بأسلوب عينة الأسبوع الصناعي، وصحيفة الاستقصاء التي وزعت على عينة من القائمين بالاتصال في صحيفتي الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى: حظيت أطروحة إجراءات الاحتلال على النسبة الأكبر من بين الأطروحات التي تناولت قضية المقاومة، تلتها أطروحة المقاومة المسلحة، وأظهرت ارتفاع نسبة الصفات الإيجابية للرئيس محمود عباس والسلطة الفلسطينية في صحيفة فلسطين، بينما ارتفعت نسبتها لحركة حماس وكتائب القسام في صحيفة فلسطين، وكشفت عن أن القائمين بالاتصال في صحيفتي فلسطين والحياة الجديدة يؤيدون جميعهم من حيث المبدأ خيار المقاومة لتحقيق الحقوق الفلسطينية.

المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- توافقت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في الاعتماد على البحوث الوصفية.

(7) خريس، رامي (2014م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

- وتشابهت مع جميع الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي، فيما اختلفت مع بعضها في استخدام المنهج التاريخ كدراسة فنوع (2017م)، وأبو شملة (2047م).
- اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة فنوع (2017م) في الاعتماد على منهج دراسة الحالة، فيما اختلفت مع غالبية الدراسات السابقة في الاعتماد على منهج العلاقات المتبادلة، واختلفت مع دراسات نعيم (2017م) وخريس (2014م) والدلو (2015م) في استخدام منهج تحليل الخطاب.
- تشابهت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في توظيف أسلوب تحليل المضمون، بخلاف دراسات خريس (2014م) في استخدام مسح أساليب الممارسة ونعيم والدلو في توظيف أسلوب تحليل الخطاب الإعلامي.
- وعلى صعيد أداة جمع البيانات، فقد توافقت الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة في استخدام استمارة تحليل المضمون، بينما اختلفت مع دراسات الدلو ونعيم في استخدام استمارة تحليل الخطاب، ودراسة خريس في استخدام صحيفة الاستقصاء.
- اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة فنوع (2017م) في اختيار عينة صحيفة جيروزيلم بوست، فيما اختلفت مع بعض الدراسات الأخرى التي أجرت الدراسة على عينة من الصحف اليومية الفلسطينية أو العربية، أو مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في الكشف عن صورة المقاومة الفلسطينية كما يعكسها موقع جيروزيلم بوست الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية خلال أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م، من خلال التعرف إلى موضوعاتها ومصادرها الصحفية واتجاهها، ونطاقها الجغرافي والكشف عن الشخصيات المحورية، والأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية، وسمات المقاوم الفلسطيني، وصفات المقاومة، إلى جانب رصد القيم التي تناولتها موضوعات المقاومة الفلسطينية، وكذلك معرفة الأشكال الصحفية المستخدمة وعناصر الإبراز والتدعيم والخدمات التفاعلية.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على صورة المقاومة الفلسطينية في موقع جيروزيلم بوست الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية أثناء أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م، وتنبثق عنه عدة أهداف فرعية هي:

أ. الكشف عن ترتيب أولويات اهتمام موقع الدراسة بموضوعات المقاومة الفلسطينية.

ب. معرفة مصادر المعلومات الصحفية التي اعتمدت عليها موقع الدراسة في الحصول على موضوعات المقاومة الفلسطينية.

ج. معرفة النطاق الجغرافي لموضوعات المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة.

د. الكشف عن اتجاه صورة المقاومة الفلسطينية التي ظهرت بها في موقع الدراسة.

هـ. التعرف على الشخصيات المحورية التي ظهرت في موضوعات المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة.

و. رصد الأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية للمقاومة الفلسطينية.

ز. معرفة سمات المقاوم الفلسطيني، وصفات المقاومة الفلسطينية في موضوعات المقاومة في موقع الدراسة

ح. رصد القيم التي ظهرت في موضوعات المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة.

ط. التعرف على الأشكال الصحفية التي استخدمها موقع الدراسة في تقديم صورة المقاومة الفلسطينية.

ي. معرفة عناصر التدعيم والخدمات التفاعلية التي استخدمها موقع الدراسة مع موضوعات المقاومة الفلسطينية.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تجيب هذه الدراسة عن تساؤل رئيسي ألا وهو "ما الصورة التي يقدمها موقع جيروزليم بوست الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية عن المقاومة الفلسطينية أثناء أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م وتتبنى عنه عدة تساؤلات هي كالآتي:

أ. ما ترتيب أولويات اهتمام موقع الدراسة بموضوعات المقاومة الفلسطينية؟

ب. ما مصادر المعلومات الصحفية التي اعتمدت عليها موقع الدراسة في الحصول على موضوعات المقاومة الفلسطينية؟

ج. ما النطاق الجغرافي لموضوعات المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة؟

د. ما اتجاه صورة المقاومة الفلسطينية التي ظهرت بها في موقع الدراسة؟

هـ. ما الشخصيات المحورية التي ظهرت في موضوعات المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة؟

و. ما الأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية للمقاومة الفلسطينية؟

ز. ما سمات المقاوم الفلسطيني التي ظهرت في موضوعات المقاومة في موقع الدراسة؟

ح. ما صفات المقاومة الفلسطينية في موضوعات المقاومة في موقع الدراسة؟

ط. ما القيم التي ظهرت في موضوعات المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة؟

ي. ما الأشكال الصحفية التي استخدمها موقع الدراسة في تقديم صورة المقاومة الفلسطينية؟

ك. ما عناصر الإبراز التي استخدمها موقع الدراسة في موضوعات المقاومة الفلسطينية؟

ل. ما عناصر التدعيم التي استخدمها موقع الدراسة في موضوعات المقاومة الفلسطينية؟

م. ما الخدمات التفاعلية التي استخدمها موقع الدراسة في موضوعات المقاومة الفلسطينية؟

خامساً: نوع الدراسة:

تقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، إضافة إلى تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر⁽⁸⁾.

سادساً: مناهج الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تهتم بتوصيف الظاهرة محل البحث والتحليل، ورصد مختلف جوانبها، فإن الدراسة اعتمدت على المناهج الآتية:

• **منهج الدراسات المسحية:** يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية؛ لكونه جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها⁽⁹⁾.

وفي إطاره تم استخدام أسلوب تحليل المضمون؛ للتعرف إلى اهتمام موقع جيزوزيلم بوست الإسرائيلي بقضايا المقاومة الفلسطينية من خلال رصد جميع الفنون الصحفية التي استخدمها موقع الدراسة في معالجته لصورة المقاومة الفلسطينية "الشعبية والمسلحة" أثناء أحداث الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م.

• **منهج دراسة الحالة:** هو "أسلوب يقوم على دراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات الممثلة ودراستها دراسة شاملة متعمق مستوعبة بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة، أو لجميع العوامل المتشابكة والقوى الداخلة في كل منها والعلاقات بينهما، بهدف التعرف على كل الخصائص

(8) حسين، بحوث الإعلام (ص131).

(9) عبد الحميد، بحوث الصحافة (ص81).

العامة لجميع الحالات تحت البحث واكتشاف نوع الخصائص التي تتفرد أو تتميز بها الحالة من الحالات⁽¹⁰⁾.

وتم استخدام هذا المنهج لدراسة صحيفة جيزوريلم بوست الناطقة باللغة الإنجليزية.

سابعاً: أداة الدراسة وعينة الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها التي تسعى إلى الإجابة عنها، تم استخدام استمارة تحليل المضمون.

أ. استمارة تحليل المضمون:

أعدت الباحثتان استمارة تحليل المضمون بوصفها أداة لتحليل مضمون قضايا المقاومة الفلسطينية في موقع الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، وهي تتمثل في مجموعة من الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني في المحتوى من خلال البحث الكمي الموضوعي، والمنظم لسمات الظاهرة في هذا المحتوى⁽¹¹⁾. وتتضمن استمارة تحليل المضمون الفئات التالية:

➤ فئة الموضوعات: وقد انقسمت إلى موضوعات المقاومة المسلحة والتي اشتملت على "إطلاق الصواريخ إطلاق قذائف الهاون، عمليات استشهادية، الاشتباكات، عمليات الأنفاق، عمليات الأفخاخ والألغام، عمليات التسلل، الكمائن، الإغارة، والقنص".

أما موضوعات المقاومة الشعبية فقد اشتملت على: "مسيرات واحتجاجات شعبية، اعتصامات، إضرابات، العصيان المدني، المواجهات الشعبية، عمليات طعن، النشاطات الإعلامية والفنية، والبرامج التعليمية والثقافية".

➤ فئة المصادر الصحفية، تتضمن: "المصادر الذاتية وتشتمل على المراسل الصحفي، والمندوب، الصحفي"، والمصادر الخارجية وتشتمل على "وكالات الأنباء، قسم الاستماع، الصحف والمجلات، المواقع الإلكترونية"، وأكثر من مصدر، ومجهولة المصدر".

➤ فئة النطاق الجغرافي، ويتضمن: "قطاع غزة، الضفة الغربية، القدس، الأراضي المحتلة عام 1948م".

➤ فئة اتجاه الموضوعات: وتتضمن "الاتجاه السلبي، الاتجاه الإيجابي، الاتجاه المحايد".

➤ فئة الشخصيات المحورية وتتضمن: "القيادات العسكرية للمقاومة، القيادات السياسية، كتائب القسام، سرايا القدس، كتائب شهداء الأقصى، ألوية الناصر صلاح الدين، والشخصيات الفردية".

(10) حسين، بحوث الإعلام (ص161).

(11) عبد الحميد، بحوث الصحافة (ص132).

- فئة الأدوار المنسوبة وتتضمن: "الإرهابي، الانتحاري، المخرب، المجرم، سفك الدماء، المتمرد، غير الأخلاقي".
- فئة سمات وصفات المقاومة وتتضمن: سمات المقاومين "طفل، شاب، امرأة، رجل"، أما صفات المقاومة فتشمل: "إرهابية، تخريبية، جماعات إجرامية، جماعات بلطجية، هجومية، عنيفة، متطرفة".
- فئة القيم وتتضمن: "التوتر وعدم الاستقرار، الخوف، الحقد والكراهية، القوة، الاستقلال، الكذب، الظلم، الاكتئاب، الجوانب الاقتصادية".
- فئة الأشكال الصحفية وتتضمن: "الخبر الصحفي، الحديث الصحفي، التقرير الصحفي، التحقيق الصحفي، المقال الصحفي، الكاريكاتير".
- فئة عناصر الإبراز والتدعيم وتتضمن عناصر الإبراز "الصور، الرسوم والأشكال"، أما عناصر التدعيم فتشمل: "الارتباط الشعبي، الانفوجرافيك، ملف الصوت، ملف الفيديو، فلاش، وروابط تحميل".
- فئة الخدمات التفاعلية وتتضمن: "النشر والمشاركة، الردود والتعليقات، شبكات التواصل الاجتماعي، لرسال عبر البريد، الوسوم والهاشتاغ، تكبير وتصغير الموضوع، طباعة وحفظ الموضوع، الاستماع للنص، اختصار، متعلقات".

ب. عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في دراسة حالة لموقع جيروزليم بوست الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية وذلك لانتظامه في النشر وامتلاكه أرشيفاً إلكترونياً، ومنح مساحة كبيرة لجميع القضايا المثارة على الساحة الدولية.

العينة الزمنية: سيتم حصر شامل لجميع المواد الصحفية الخاصة بقضايا المقاومة الفلسطينية المنشورة بموقع الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 مايو 2021م وحتى 1 يونيو 2021م أي وقت أحداث الشيخ جراح وهبة القدس والعدوان على غزة.

ثامناً: مصطلحات الدراسة:

الصورة الإعلامية: هي "الصورة المصنوعة من قبل القائمين على وسائل الإعلام المختلفة نتيجة ل صياغة مضامين الرسالة الإعلامية على اختلاف توجهاتها، وقد تكون هذه الثورة واقعية أو غير واقعية حسب وجهات نظر القائمين على صياغة الرسائل الإعلامية المكونة لهذه الصورة"⁽¹²⁾.

(12) حمدي، صورة مصر في العالم الإسلامي (ص68).

المقاومة الفلسطينية: وتعرفها الباحثان بأنها "جميع الأنشطة والفعاليات والإنجازات الفلسطينية الراضية للاحتلال على أرض الواقع والتي تتم بطريقة سلمية أو باستخدام السلاح لمواجهة الاحتلال الإسرائيلي وطرده من أرض فلسطين".

المقاومة المسلحة: هي "استخدام قوة السلاح من جانب حركات المقاومة والتحرر الوطني، دفاعاً عن الأرض ومكاسب الشعب"⁽¹³⁾.

المقاومة الشعبية: هي "الأنشطة التي يمارسها المجتمع بهدف مواجهة الاحتلال الأجنبي وتكبدته خسائر اقتصادية وسياسية، وتشمل الأنشطة المقاومة على امتناع الأفراد عن التعامل مع الاحتلال في الأمور الحياتية التي تسهم في إرهاب الاحتلال وإضعافه من الداخل والخارج وتمتد هذه المقاومة لتتبل حركات الاحتجاج والتظاهر والعصيان المدني العام، وتبدأ مقاومة الاحتلال منذ اللحظة الأولى التي يظاً فيها الأرض التي احتلها"⁽¹⁴⁾.

موقع جيروزيلم بوست الإسرائيلية: هي الموقع الإلكتروني الخاص بصحيفة تصدر يومياً باللغة الإنجليزية أسسها الصحفي الصهيوني غرشون أغرون عام 1932م أثناء الانتداب البريطاني على فلسطين، وكانت تسمى صحيفة بلاستين بوست، وتحتوي على 24 صفحة تملكها الآن شركة غرشون أغرون وهي مقرية من حكومة الاحتلال الإسرائيلي".

أحداث الشيخ جراح: وهي الأحداث التي اندلعت في حي الشيخ جراح يوم السابع من مايو 2021م جراء قيام قطاع المستوطنين بحماية جنود الاحتلال بطرد سكان الحي والاستيلاء على بيوتهم، وقد تخلل هذه المواجهات العديد من الاعتقالات والاصابات بين صفوف السكان الأصليين، وعلى إثرها شن الاحتلال العدوان على غزة عام 2021م".

العدوان على غزة عام 2021م: وهي "الهجمة الإسرائيلية الشرسة التي شنتها ضد الشعب الفلسطيني الأعزل في 10 مايو 2021م واستمرت ما يقارب (11) يوماً، وخلف 232 شهيداً بينهم 65 طفلاً و39 سيدة و17 مسن، ونحو 1700 جريح، وهدم 1800 منزلاً وتشريد أكثر من 120 ألف مواطن"⁽¹⁵⁾.

⁽¹³⁾ متولي، الفرق بين الإرهاب والمقاومة المشروعة في ضوء قواعد القانون الدولي المعاصر (ص271).

⁽¹⁴⁾ بشارة، أن تكون عربياً في أيامنا (ص44).

(وكالة الأناضول (2021م). عدوان إسرائيل 2021م على غزة، تسلسل زمني، تم الدخول في 2022/6/4م، على الرابط: ¹⁵ <https://www.aa.com.tr/ar/2249515>. ساعة الدخول: الخامسة مساءً.

نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها:

1- الموضوعات التي ناقشت صورة المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

جيزوليم بوست		فئة الموضوعات
النسبة	التكرار	
48.8	20	إطلاق الصواريخ وقذائف الهاون
14.6	6	الاشتباكات
12.2	5	عمليات الأنفاق
4.9	2	الإغارة
4.9	2	الأفخاخ والألغام
4.9	2	عمليات التسلل
4.9	2	الكمان
2.4	1	عمليات استشهادية
2.4	1	القنص
35.3	41	المجموع
28	21	النشاطات الإعلامية والفنية
26.7	20	المواجهات الشعبية
13.3	10	مسيرات واحتجاجات
9.3	7	العصيان المدني
8	6	البرامج التعليمية والثقافية
6.7	5	اعتصامات
6.7	5	إضرابات
1.3	1	عمليات الطعن
64.7	75	المجموع

المجموع الكلي	116*	%100
---------------	------	------

تبين من الجدول السابق بأن موضوعات المقاومة الشعبية جاءت في مقدمة قضايا المقاومة الفلسطينية حيث حصلت على ما نسبته 64.7%، وتلاها المقاومة المسلحة بنسبة 35.3%.

وترى الباحثان بأن تقدم المقاومة الشعبية يؤكد على أن ما يحدث في فلسطين هو مقاومة سلمية لا عنيفة كما يدعي الاحتلال، ويوسم المقاومة الفلسطينية بأنها إرهابية وبلطجية، فقد استخدم الشعب الفلسطيني كافة أنواع المقاومة الشعبية السلمية لمواجهة عنصرية الاحتلال فقام بالمظاهرات والمسيرات السلمية ونفذ العصيان المدني ودعت إلى المقاطعة الاقتصادية المحلية والدولية، وكانت لهذه المقاومة وقعاً أكبر على دولة الاحتلال سياسياً واقتصادياً.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة أبو شملة (2017م): "حازت موضوعات المقاومة العسكرية على النصيب الأكبر من مجموع تغطية صحف الدراسة بنسبة 52.2% مقابل 47.8% للمقاومة الشعبية"⁽¹⁶⁾.

وعلى صعيد المقاومة المسلحة فقد تصدر "إطلاق الصواريخ وقذائف الهاون" بنسبة 48.8%، تلاها في المرتبة الثانية الاشتباكات بنسبة 14.6%، ومن بعدها جاءت عمليات الانفاق في المرتبة الثالثة بنسبة 12.2%، وتساوت موضوعات "الإغارة، والأفخاخ والألغام، وعمليات التسلل، والكمائن" في المرتبة الرابعة بنسبة 4.9%، كما واشتركت موضوعات "عمليات استشهادية والقنص" في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.4%.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الكتري (2018م): "جاءت موضوعات إطلاق النار في المرتبة الأولى بنسبة 37.8%، تلاها في المرتبة الثانية موضوعي "عمليات استشهادية، وتجنيد المقاومين بنسبة 14.9% لكل منهما"⁽¹⁷⁾.

وعلى صعيد موضوعات المقاومة الشعبية فقد تقدمت "النشاطات الإعلامية والفنية" بنسبة 28%، وتلاها في المرتبة الثانية المواجهات الشعبية بنسبة 26.7%، وجاء في المرتبة الثالثة المسيرات والاحتجاجات بنسبة 13.3%، وحاز موضوع "العصيان المدني" على المرتبة الرابعة بنسبة 9.3%، وتلاها في المرتبة الخامسة البرامج التعليمية والثقافية بنسبة 8%، واشتركت "الاعتصامات، والإضرابات" في المرتبة السادسة بنسبة 6.7%، وأخيراً حلت عمليات الطعن بنسبة 1.3%.

* تبين أن عدد الموضوعات أكبر من عدد المواد الصحفية وذلك لأن المادة الواحدة ربما تحتوي على أكثر من موضوع.
(16) أبو شملة، صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة (ص91).
(17) الكتري، اتجاهات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة: دراسة تحليلية مقارنة (ص99).

وتعزو الباحثان تقدم النشاطات الإعلامية والفنية بأن فترة الدراسة التي تخللها العدوان على غزة وأحداث الشيخ جراح قامت المجموعات الفردية والشبابية في فلسطين بعمل نشاطات محلية ودولية تظهر كم المعاناة التي يعيشها الشعب الفلسطيني من عدوان وتشريد وسرقة للأراضي وهدم للمنازل في القدس، إلى جانب المواجهات الشعبية على المفترقات العسكرية الإسرائيلية في الضفة الغربية، وتلك الرفضة لجدار الفصل العنصري، فقد شهدت تلك الفترة العديد من المواجهات الشعبية المنددة بالعدوان وطرد سكان حي الشيخ جراح وتوطين المستوطنين في الأحياء الفلسطينية بمدينة القدس.

تقوم نظرية الأجندة الإعلامية الملائمة للدراسة على فرضية بأنه "يصعب على وسائل الإعلام عرض جميع القضايا دفعة واحدة لذا يقوم القائمون على الاتصال في الوسائل الإعلامية بإبراز المضامين التي يختارونها فقط، ونتيجة لذلك تصبح تلك المضامين ذات أولوية واهتمام أكبر في تفكيرهم بعد عرضها تدريجياً"⁽¹⁸⁾. لذا ركزت صحيفة الدراسة على موضوعات المقاومة الفلسطينية الشعبية والمسلحة ومنحتها أولوية عبر صفحاتها لتأكيد روايتها للعالم بأن الفلسطينيين يستخدمون المقاومة بكافة أشكالها في المقابل للاحتلال الإسرائيلي يرد عليها مدافعاً عن أمن واستقرار شعبه.

2- المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة جيروزيليم بوست في معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

جيروزيليم بوست		فئة المصادر	
النسبة	التكرار		
69	20	المراسل الصحفي	المصادر الذاتية
31	9	المندوب الصحفي	
43.3	29	المجموع	
40	12	وكالت الأنباء	المصادر الخارجية
33.3	10	المواقع الإلكترونية	
16.7	5	قسم الاستماع	
10	3	الصحف والمجلات	
44.8	30	المجموع	
10.4	7	أكثر من مصدر	

(18) الكسواني، دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية: دراسة في تحليل المضمون (ص17).

1.5	1	مجهولة المصدر
%100	67	المجموع الكلي

تبين من الجدول السابق تصدر المصادر الخارجية قائمة المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة الدراسة بنسبة 44.8%، وتقدمت فيها وكالات الأنباء بنسبة 40%، تلاها المواقع الإلكترونية بنسبة 33.3%، ثم قسم الاستماع بنسبة 16.7%، وأخيراً المجلات والصحف بنسبة 10%.

وتعزو الباحثان تقدم وكالات الانباء إلى تعاضم نشاطها الدولية وقوة انتشارها وما تتميز به من سرعة في نقل الأحداث حول العالم، إلى جانب امتلاكها كوادر مهنية كبيرة منتشرة في جميع دول العالم. وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة أبو شملة (2017م): "حازت وكالات الأنباء على المرتبة الأولى بنسبة 51.1%"⁽¹⁹⁾.

وجاء في المرتبة الثانية المصادر الذاتية بنسبة 43.3%، وجاء في مقدمتها المراسل الصحفي بنسبة 69%، تلاها المندوب الصحفي بنسبة 31%، وحل أكثر من مصدر بالمرتبة الثالثة بنسبة 10.4%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت مجهولة المصدر بنسبة 1.5%.

وترى الباحثان بأن تصدر المرسل الصحفي لموقع صحيفة الدراسة يدل على أن هذا الموقع يمتلك مراسلين له في المناطق الفلسطينية المحتلة والتي تزوده بالأحداث والأخبار على مدار الساعة، وقد تميز موقع الدراسة بحرصه على تغطية ومتابعة الأحداث في جميع محافظات فلسطين وفق أيديولوجيته الإعلامية والفكرية لنقل الصورة المشوهة لما يحدث خلال العدوان وأحداث الشيخ جراح للعالم وما تقوم به المقاومة الفلسطينية لصد عدوان الاحتلال.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة قنوع (2017م): "حصل المراسل الصحفي على المرتبة الأولى بنسبة 57.6%"⁽²⁰⁾.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الدلو (2015م): "جاءت فئتي المراسل والمندوب الصحفي بالمرتبة الثالثة بنسب متقاربة بلغت 15.4% و 15.1%"⁽²¹⁾.

3- النطاق الجغرافي لموضوعات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

⁽¹⁹⁾ أبو شملة، صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة (ص102).

⁽²⁰⁾ قنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيزوريلم بوسن الإسرائيلية: دراسة حالة (ص139).

⁽²¹⁾ الدلو، الأطر الخيرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة (ص116).

فئة التوزيع الجغرافي		جيروزيلم بوست
النسبة	التكرار	
32.8	22	قطاع غزة
28.4	19	القدس
19.4	13	الأراضي المحتلة 1948
16.4	11	الضفة الغربية
3	2	أخرى
%100	67	المجموع

تبين من الجدول السابق أن قطاع غزة جاء في مقدمة النطاق الجغرافي لموضوعات المقاومة الفلسطينية بنسبة 32.8%، تلاها في المرتبة الثانية مدينة القدس بنسبة 28.4%، وجاء في المرتبة الثالثة الأراضي المحتلة عام 48 بنسبة 19.4%، وحازت الضفة الغربية على المرتبة الرابعة بنسبة 16.4%، وأخيراً جاءت المناطق الأخرى بنسبة 3%.

وترى الباحثان بأن تقدم النطاق الجغرافي "قطاع غزة" بديهياً خاصة أن الفترة الزمنية المحدد للدراسة شهدت عدواناً على غزة استمر لمدة 11 يوماً وتخللها قيام الشعب الفلسطيني بمقاومة مسلحة وشعبية تركزت بإطلاق الصواريخ على الاحتلال إلى جانب النشاطات السلمية التي قام بها سكان قطاع غزة رفضاً لاقحامات قطعان المستوطنين لباحات المسجد الأقصى وطرد سكان حي الشيخ جراح من منازلهم بالإضافة إلى العدوان على غزة والذي خلف مئات الشهداء والمصابين وإبادة العائلات.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة قنوع (2014م): "استحوذ قطاع غزة على المرتبة الأولى بنسبة 39.1%، تلاها الضفة الغربية بنسبة 25.9%"⁽²²⁾.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الدلو (2015م): "حظيت الضفة الغربية كنطاق جغرافي لموضوعات المقاومة الشعبية بالترتيب الأول بنسبة 61.2%"⁽²³⁾.

4- اتجاه صورة المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

اتجاه الصورة		جيروزيلم بوست
النسبة	التكرار	

⁽²²⁾ قنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزيلم بوست الإسرائيلية: دراسة حالة (ص141).
⁽²³⁾ الدلو، الأطر الخيرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة (ص116).

80.6	54	سلبى
19.4	13	محايد
0	0	إيجابي
%100	67	المجموع

تبين من الجدول السابق أنه غلب الاتجاه السلبي على صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة الدراسة بنسبة مرتفعة جداً بلغت 80.6%، تلاها الصورة المحايدة بنسبة 19.4%، فيما لم تظهر أي صورة إيجابية في صحيفة الدراسة.

وترى الباحثان بأن هذه النتيجة منطقية جداً خاصة أن موقع الدراسة هو إسرائيلي ومقرب من حكومة الاحتلال لذا وصف المقاومة الفلسطينية بوسم الإرهاب والتخريب، ومن الطبيعي أن تقدم صورة مشوهة للمقاومة عبر خطابها الإعلامي، لذا غلب على صورة المقاومة الاتجاه السلبي، كما أن غياب الصورة الإيجابية يؤكد على ما ذكرناه مسبقاً بأن وسائل الإعلام الإسرائيلية تسعى وبجهد دؤوب ومتواصل إلى تشويه مقاومة الشعب الفلسطيني "المسلحة والشعبية"، وأنها تقوم بقتل "الشعب الإسرائيلي".

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة الكتري (2018م) والتي أجرت دراستها على الصحف الفلسطينية بأن: "الاتجاه الغالب على موضوعات المقاومة الفلسطينية في صحف الدراسة هو المؤيد والإيجابي بنسبة مرتفعة جداً بلغت 92.2%"⁽²⁴⁾.

5- الشخصيات المحورية التي ظهرت في صورة المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

الشخصيات المحورية		جيروزيلم بوست
النسبة	التكرار	
32.8	22	كتائب القسام
29.9	20	القيادات العسكرية للمقاومة
20.9	14	القيادات السياسية
8.9	6	سرايا القدس
4.5	3	كتائب شهداء الأقصى
1.5	1	ألوية الناصر صلاح الدين

⁽²⁴⁾ الكتري، اتجاهات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة: دراسة تحليلية مقارنة (ص105).

1.5	1	الشخصيات الفريدة
%100	67	المجموع

تبين من الجدول السابق أن كتائب القسام تصدرت الشخصيات المحورية التي ظهرت في صورة المقاومة الفلسطينية وجاءت بنسبة 32.8%، تلاها في المرتبة الثانية القيادات العسكرية للمقاومة بنسبة 29.9%، وفي المرتبة الثالثة جاءت القيادات السياسية بنسبة 20.9%، وحظيت سرايا القدس بالمرتبة الرابعة بنسبة 8.9%، وتلاها في المرتبة الخامسة كتائب شهداء الأقصى بنسبة 4.5%، وتساوى كلاً من "ألوية الناصر والشخصيات الفردية" في المرتبة الأخيرة بنسبة متدنية بلغت 1.5%.

وترجع الباحثان سبب تصدر كتائب القسام الجناح العسكري لحركة المقاومة الإسلامية حماس إلى أنها الفصيل العسكري الفلسطيني الذي شهد له الحروب على غزة جولات وصولات فقد قدم إنجازات وصمود لا متناهي في مواجهة الاحتلال، فقام بضرب تل أبيب وإطلاق الصواريخ وقذائف الهاون رداً على ممارسات الاحتلال ضد الأبرياء في مدن فلسطين كافة.

وقد ظهر دور كتاب القسام وغيرها من الفصائل العسكرية الفلسطينية خلال العدوان على غزة عام 2021م عندما ردت على انتهاكه لحرمة المسجد الأقصى وإخلاء حي الشيخ جراح وما تبعهما من شن عدوان على قطاع غزة، حيث أطلقت تلك الفصائل مئات الصواريخ تجاه البلدات الصهيونية والتي دفعت المستوطنين إلى النزول في الملاجئ.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة قنوع (2017م): حصلت كتائب القسام على الترتيب الثاني بنسبة 24.8% تلاها القيادات السياسية بنسبة 16.7%⁽²⁵⁾. ومع دراسة الكتري (2018م) والتي بينت بأن العمليات الفردية جاءت بالمركز الأول بنسبة 25.1%⁽²⁶⁾.

6- الأدوار المنسوبة للمقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام

2021م:

الأدوار المنسوبة		جيروزيلم بوست
التكرار	النسبة	
40	27	غير أخلاقي
23	15.5	إرهابي

⁽²⁵⁾ قنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزيلم بوست الإسرائيلية: دراسة حالة (ص145).
⁽²⁶⁾ الكتري، اتجاهات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة: دراسة تحليلية مقارنة (ص143).

14.9	22	متمرد
14.2	21	سفاك للدماء
13.5	20	مجرم
11.5	17	مخرب
3.4	5	انتحاري
%100	148*	المجموع

تبين من الجدول السابق الدور غير الأخلاقي المنسوب للمقاومة الفلسطينية جاء في مقدمة الأدوار المنسوبة للمقاومة بنسبة 27%، تلاها في المرتبة الثانية دور "إرهابي" بنسبة 15.5%، وحل في المرتبة الثالثة دور "المتمرد" بنسبة 14.9%، وجاء في المرتبة الرابعة دور "سفاك الدماء" بنسبة 14.2%، وتلاها في المرتبة الخامسة دور "المجرم" بنسبة 13.5%، وحاز دور "المخرب" على المرتبة السادسة بنسبة 11.5%، وأخيراً الانتحاري بنسبة 3.4%.

وتعزو الباحثان تصدر الدور غير الأخلاقي للمقاومة الفلسطينية إلى أن موقع الدراسة كغيره من وسائل الإعلام الإسرائيلية يسعى إلى تشويه صورة المقاومة الفلسطينية ووسمها بأنها تقوم بأعمال غير أخلاقية ضد شعب أعزل - كما يقولون - لكن الواقع يؤكد على أن الاحتلال الإسرائيلي هو من يقوم بأعمال منافية للأخلاق والقوانين الدولية التي نصت على احترام حرية الانسان وكرامته التي تعمد حكومة الاحتلال على الاستهانة بها والضرب بها عرض الحائط.

كما أن وسائل الإعلام الإسرائيلية تعرض الموضوعات التي تُظهر المقاومة بأنها إرهابية، وتعتمد من خلال تلك المصطلحات إلى غرس نظرة وفكرة مخالفة لصورة المقاومة الفلسطينية المشروعة دولياً من أجل حماية المدنيين من أبناء الشعب الفلسطيني.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة نعيم (2017م): "تقدمت أطروحة وصف المقاومة بالإرهاب بنسبة 54.1%، تلاها وصف "التخريب" بنسبة 12.8%"⁽²⁷⁾.

وترى الباحثان بأن الاحتلال الإسرائيلي من خلال وسائل إعلامه المختلفة يهدف من وراء استخدام هذه المصطلحات غير الصحيحة في كل وسائله الإعلامية إلى ترسيخ صورة مغلوبة عن المقاومة الفلسطينية لدى الرأي العام المحلي والعربي والدولي.

* تبين أن عدد الأدوار المنسوبة أكبر من عدد المواد الصحفية وذلك لأن المادة الواحدة ربما تحتوي على أكثر من دور. (27) نعيم، الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة (ص171).

7- سمات وصفات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

جيروزيلم بوست		سمات وصفات	
النسبة	التكرار		
47.8	32	شاب	سمات المقاومين
29.8	20	رجل	
14.9	10	طفل	
7.5	5	امرأة	
29.5	67	المجموع	
19.4	31	جماعات بطجة	صفات المقاومة
18.1	29	متطرفة	
15.6	25	إرهابية	
15	24	هجومية	
13.1	21	جماعات إجرامية	
12.5	20	تخريبية	
6.3	10	عبثية	
70.5	160*	المجموع	
%100	227		المجموع الكلي

تبين من الجدول السابق: أن سمة الشاب المقاوم تصدرت سمات المقاومين الفلسطينيين بنسبة 47.8% تلاها في المرتبة الثانية سمة الرجل بنسبة 29.8%، وجاء في المرتبة الثالثة سمة الطفل بنسبة 14.9%، وحلت سمة المرأة في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.5%.

ولاحظت الباحثتان بأن سمة المقاوم الشاب كانت غالبية على فترة الدراسة وذلك لأن الشباب هم من يقودون المعركة أمام الاحتلال، وينفذون العمليات الاستشهادية ويطلقون القذائف والصواريخ ويتقدمون المسيرات والاحتجاجات بصورهم العارية، وخير دليل أن القيادات العسكرية والناطقين باسمها هم من جيل الشباب المقاوم وهم من يتصدرون بخطاباتهم وسائل الإعلام المختلفة.

* تبين أن عدد الصفات أكبر من عدد المواد الصحفية وذلك لأن المادة الواحدة ربما تحتوي على أكثر من صفة.

وتعزو الباحثان تقدم صفة الذكور سواء كانوا "شباباً او رجالاً بالغين" إلى أن المراحل الأولى للجهاد في فلسطين قادها الشباب والرجال، وهم من قدموا أرواحهم رخيصة من أجل التحرير، فكان منهم الشهيد والأسير والجريح.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة قنوع (2017م): "حصلت سمة الشاب على المرتبة الأولى بنسبة 55.5%، تلاها في المرتبة الثانية بنسبة 25.5%"⁽²⁸⁾.

وعلى صعيد صفات المقاومة الفلسطينية فقد جاءت في مقدمة تلك الصفات "جماعات بلطجية" بنسبة 19.4%، وفي المرتبة الثانية حلت جماعات متطرفة بنسبة 18.1%، وجاءت صفة "جماعات إرهابية في المرتبة الثالثة بنسبة 15.6%، وتلاها في المرتبة الرابعة جماعات هجومية بنسبة 15%، وجاءت في المرتبة الخامسة صفة "جماعات إجرامية" بنسبة 13.1%، وحلت في المرتبة السادسة صفة "جماعات تخريبية" بنسبة 12.5%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت صفة "جماعات عبثية" بنسبة 6.3%.

وترى الباحثان بأن الدراسات السابقة التي تناولت صورة وموضوعات المقاومة الفلسطينية والتي أجرت الدراسة على الصحف الفلسطينية والعربية أظهرت الصورة الإيجابية التي منحت المقاومة صفة التضحية والبطولة والفداء من أجل حماية الشعب الفلسطيني ودرح الاحتلال، أما الصحف الإسرائيلية هي التي وسمتها بالإرهاب والتخريب والعنف والبلطجة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة قنوع (2017م): جاءت الصفات الإرهابية في أعلى مرتبة بنسبة 46.9%، تلاها الصفة الهجومية بنسبة 19.5%"⁽²⁹⁾.

8- القيم التي ظهرت خلال معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

القيم		جيزوزيلم بوست
النسبة	التكرار	
26.9	56	القوة
18.3	38	التوتر وعدم الاستقرار
14.4	30	الظلم
13.9	29	الاستقلال

⁽²⁸⁾ قنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيزوزيلم بوسن الإسرائيلية: دراسة حالة (ص151).
⁽²⁹⁾ قنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيزوزيلم بوسن الإسرائيلية: دراسة حالة (ص153).

10.1	21	الحقد والكراهية
7.2	15	الخوف
3.9	8	الجوانب الاقتصادية
2.9	6	الاكتئاب
2.4	5	الكذب
%100	208*	المجموع

تبين من الجدول السابق: جاءت قيمة "القوة" في مقدمة القيم التي ظهرت خلال معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية في صحيفة الدراسة وجاءت بنسبة 26.9%، تلاها في المرتبة الثانية قيمة "التوتر وعدم الاستقرار" بنسبة 18.3%، وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة الظلم بنسبة 14.4%، وحازت قيمة الاستقلال على المرتبة الرابعة بنسبة 13.9%، أما صفة الحقد والكراهية فقد حصلت على المرتبة الخامسة بنسبة 10.1%، وتلاها في المرتبة السادسة قيمة "الخوف" بنسبة 7.2%، أما قيمة الجوانب الاقتصادية فجاءت في المرتبة السابعة بنسبة 3.9%، تلاها في المرتبة الثامنة قيمة "الاكتئاب" بنسبة 2.9%، وأخيراً قيمة الكذب بنسبة 2.4%.

وترى الباحثان بأن تصدر قيمة القوة على باقي القيم باعتبارها قيمة إيجابية تدل على تفوق المقاومة الفلسطينية في القوة والصبر والثبات خلال العدوان على غزة والانتهاكات في مدينة القدس والأحياء المجاورة، فكان عنوان هذه المقاومة هو القوة التي تميزت بها في مواجهتها مع الترسانة العسكرية المتطورة. أما قيمة التوتر وعدم الاستقرار فهي قيمة لازمت الاحتلال وجيشه وأبناء شعبه، وخاصة بعدما أعلنت الفصائل الفلسطينية بدء حرب لن توقفها المقاومة إلا بتوقف الاحتلال عن انتهاكاته بحق مدينة القدس وأحيائها، لذا ألزمت سكان "إسرائيل" الملاجئ وسيادة التوتر في الجيش والقيادة السياسية الإسرائيلية. وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة أبو شملة (2017م): "كانت من أبرز القيم المتعلقة بالمقاومة الفلسطينية هي الصمود بنسبة 28.4%، فيما كانت قيم القوة في المرتبة الثالثة بنسبة 17.1%⁽³⁰⁾.

9- الأشكال الصحفية التي استخدمت في معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

* تبين أن عدد القيم أكبر من عدد المواد الصحفية وذلك لأن المادة الواحدة ربما تحتوي على أكثر من قيمة.
(³⁰) أبو شملة، صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة (ص111).

الأشكال الصحفية		جيروزيلم بوست
النسبة	التكرار	
52.2	35	التقرير الصحفي
20.9	14	المقال الصحفي
17.9	12	الخبر الصحفي
4.5	3	التحقيق الصحفي
3	2	الكاريكاتير
1.5	1	الحديث الصحفي
%100	67	المجموع

تبين من الجدول السابق: أن التقرير الصحفي تصدر الأشكال الصحفية التي استخدمت في معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية بنسبة 52.2%، تلاها في المرتبة الثانية فن المقال الصحفي بنسبة 20.9%، وحل الخبر الصحفي في المرتبة الثالثة بنسبة 17.9%، وحاز التحقيق الصحفي على المرتبة الرابعة بنسبة 4.5%، أما الكاريكاتير فجاء في المرتبة الخامسة بنسبة 3%، وأخيراً جاء الحديث الصحفي بنسبة متدنية بلغت 1.5%.

ولاحظت الباحثتان بأن موقع الدراسة ركز موضوعات المقاومة في قالب يميل إلى التفسير والتوضيح ألا وهو التقرير الصحفي وذلك لأنه يسعى إلى تنويع الفنون الصحفية المستخدمة لديه، فلم لم يكتفي بالأخبار الخفيفة التي لا توصل الرسالة التي يسعى الموقع لترسيخها في ذهن الجمهور العربي والدولي، بل اهتم بالمواد التفسيرية والاستقصائية التي تبحث في الموضوع وصولاً إلى نظرة أعمق لهذه القضايا.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة فنوع (2017م): "حاز التقرير الصحفي على المرتبة الأولى بنسبة 60.5%، تلاها الخبر الصحفي بنسبة 26.7%"⁽³¹⁾.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة أبو شملة (2017م): "حظي الخبر الصحفي في مقدمة الأشكال الصحفية لموضوعات المقاومة الفلسطينية بنسبة 57%، تلاها المقال الصحفي بنسبة 24.2%"⁽³²⁾.

⁽³¹⁾ فنوع، صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيروزيلم بوسن الإسرائيلية: دراسة حالة (ص158).

⁽³²⁾ أبو شملة، صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة (ص121).

10 - عناصر الإبراز والتدعيم التي استخدمت في معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

جيزوليم بوست		عناصر الإبراز والتدعيم	
النسبة	التكرار		
77	67	الصور	عناصر الإبراز
23	20	الرسوم والأشكال	
35.2	87	المجموع	
41.9	67	رابط تحميل	عناصر التدعيم
21.9	35	ملف صوت	
13.1	21	إنفوجرافيك	
8.7	14	فلاش	
7.5	12	ملف فيديو	
6.3	10	ارتباط تشعبي	
0.6	1	أخرى	
64.8	160	المجموع	
%100	247*	المجموع الكلي	

تبين من الجدول السابق أن: الصور جاءت في مقدمة عناصر الإبراز المستخدمة بنسبة 77%، تلاها الرسوم والأشكال بنسبة 23%.

وترى الباحثان بأن موقع الدراسة اهتم بشكل كبير بمصاحبة الصور للمواد الصحفية المنشورة، نظراً لأهمية الصورة في إبراز الموضوع للقراء وتميزه عن سواه من الموضوعات الأخرى، وهذه النسبة العالية للصور تدل على إدراك موقع الدراسة لأهمية الصورة الصحفية، فمن البديهي أن المواقع "توظف إمكاناتها الشكلية كافة والتأثيرية في القالب الصحفي في سبيل التأكيد على فكرة معينة أو مجموعة من الأفكار في تناول موضوعات الصراع وأطرافه"⁽³³⁾.

* تبين أن عدد عناصر الإبراز والتدعيم أكبر من عدد المواد الصحفية وذلك لأن المادة الواحدة ربما تحتوي على أكثر من عنصر.
(33) حيدر، الخريطة الإدراكية للرأي العام المصري تجاه الصراع الأمريكي العراقي من 1990م - حتى مارس 2003م (ص269).

إن استخدام الصور على نحو مكثف في موقع الدراسة يرجع لطبيعة التغطية الإعلامية التي تحتاج للتوثيق بالصور، للتدليل على موثوقية الموضوعات المنشورة وإبراز معاناة المجتمع الإسرائيلي جراء صواريخ المقاومة الفلسطينية.

وتتفق هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة أبو شملة (2017م): "كان استخدام الصور في المركز الأول بنسبة 99.2%⁽³⁴⁾.

وعلى صعيد عناصر التدعيم فتصدرها رابط التحميل بنسبة 41.9%، تلاه ملف الصوت بنسبة 21.9%، ثم إنفوجرافيك بنسبة 13.1%، ومن بعده فلاش بنسبة 8.7%، وتلاه ملف فيديو بنسبة 7.5%، ثم ارتباط تشعبي بنسبة 6.3%، وأخيراً العناصر الأخرى بنسبة 0.6%.

وترى الباحثان أهمية هذا العناصر التقنية الحديثة الذي تدعم المادة الصحفية ويربطها مع غيرها من الموضوعات المشابهة لها في العنوان والهدف، بحيث تسمح بتحميل المادة الصحفية التي يرغبون فيها ومن ثم المشاركة بها في مواقع أخرى، وكما أن موقع الدراسة نجح في تقديم عناصر دعم جذبت من خلالها الآلاف من المتابعين والزوار لموقعها لتبسيط الولوج إلى الموقع والاستفادة من الخدمات التقنية التي يقدمها.

11- الخدمات التفاعلية التي استخدمت في معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية خلال أحداث حي

الشيخ جراح والعدوان على غزة عام 2021م:

الخدمات التفاعلية		جيروزيلم بوست
النسبة	التكرار	
25.7	67	طباعة وحفظ
25.7	67	ارسال عبر البريد
15.4	40	تكبير وتصغير
14.9	39	اختصار
12.6	33	الوسوم والهاشتاج
3.8	10	نشر ومشاركة
1.1	3	متعلقات
0.8	2	شبكات تواصل اجتماعي
100%	261	المجموع

(34) أبو شملة، صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة (ص126).

تبين من الجدول السابق أن: خدمتي "طباعة وحفظ، وإرسال عبر البريد" جاءتا في مقدمة الخدمات التفاعلية المستخدمة بنسبة 25.7% لكل منهما، تلاه في المرتبة الثانية تكبير وتصغير بنسبة 15.4%، وحل في المرتبة الثالثة خدمة اختصار بنسبة 14.9%، وتلاها في المرتبة الرابعة الوسوم والهاشتاغ بنسبة 12.6%، وجاء في المرتبة الخامسة خدمة نشر ومشاركة بنسبة 3.8%، وفي المرتبة السادسة جاءت خدمة متعلقات بنسبة 1.1%، وأخيراً شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة متدنية جداً بلغت 0.8%.

وترى الباحثان بأن اهتمام موقع الدراسة بالخدمات التفاعلية يعكس مدى إدراك ه لأهمية التواصل مع الجمهور مع جميع المواد المتعلقة بصورة المقاومة الفلسطينية، وتلك الخدمات التفاعلية تمنح القراء الحرة في التعليق والنشر ومشاركة المواد الصحفية المنشورة.

وتختلف هذه النتيجة في المرتبة مع ما توصلت إليه دراسة نعيم (2018م): "حظي الوسم "الهاشتاغ" بالمرتبة الأولى بنسبة 42.6% تلاها عدد الكلمات بنسبة 27.5%"⁽³⁵⁾.

⁽³⁵⁾ نعيم، الخطاب الدعائي الإسرائيلي باللغة العربية نحو المقاومة الفلسطينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة (ص164).

خلاصة نتائج الدراسة:

1. جاءت موضوعات المقاومة الشعبية في مقدمة قضايا المقاومة الفلسطينية حيث حصلت على ما نسبته 64.7%، وتلتها المقاومة المسلحة بنسبة 35.3%.
2. تصدر "إطلاق الصواريخ وقذائف الهاون" موضوعات المقاومة المسلحة بنسبة 48.8%، تلتها في المرتبة الثانية الاشتباكات بنسبة 14.6%، ومن بعدها جاءت عمليات الانفاق في المرتبة الثالثة بنسبة 12.2%.
3. تقدمت "النشاطات الإعلامية والفنية" موضوعات المقاومة الشعبية بنسبة 28%، وتلتها في المرتبة الثانية المواجهات الشعبية بنسبة 26.7%، وجاءت في المرتبة الثالثة المسيرات والاحتجاجات بنسبة 13.3%.
4. تصدر المصادر الخارجية قائمة المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة الدراسة بنسبة 44.8%، وتقدمت فيها وكالات الأنباء بنسبة 40%، تلتها المواقع الإلكترونية بنسبة 33.3%، وجاء في المرتبة الثانية المصادر الذاتية بنسبة 43.3%، وفي مقدمتها المراسل الصحفي بنسبة 69%، تلاها المندوب الصحفي بنسبة 31%.
5. جاء قطاع غزة في مقدمة النطاق الجغرافي لموضوعات المقاومة الفلسطينية بنسبة 32.8%، تلتها في المرتبة الثانية مدينة القدس بنسبة 28.4%، وجاءت في المرتبة الثالثة الأراضي المحتلة عام 48 بنسبة 19.4%.
6. غلب الاتجاه السلبي على صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة الدراسة بنسبة مرتفعة جداً بلغت 80.6%، تلتها الصورة المحايدة بنسبة 19.4%، فيما لم تظهر أي صورة إيجابية في صحيفة الدراسة.
7. تصدرت كتائب القسام الشخصيات المحورية التي ظهرت في صورة المقاومة الفلسطينية وجاءت بنسبة 32.8%، تلتها في المرتبة الثانية القيادات العسكرية للمقاومة بنسبة 29.9%، وفي المرتبة الثالثة جاءت القيادات السياسية بنسبة 20.9%، وحظيت سرايا القدس بالمرتبة الرابعة بنسبة 8.9%.
8. حاز الدور غير الأخلاقي المنسوب للمقاومة الفلسطينية على المرتبة الأولى بنسبة 27%، تلاها في المرتبة الثانية دور "إرهابي" بنسبة 15.5%، وحل في المرتبة الثالثة دور "المتنرد" بنسبة 14.9%، وجاء في المرتبة الرابعة دور "سفاك الدماء" بنسبة 14.2%.
9. تصدرت سمة الشاب المقاوم سمات المقاومين الفلسطينيين بنسبة 47.8% تلتها في المرتبة الثانية سمة الرجل بنسبة 29.8%، وجاءت في المرتبة الثالثة سمة الطفل بنسبة 14.9%.

10. جاءت قيمة "القوة" في مقدمة القيم التي ظهرت خلال معالجة موضوعات المقاومة الفلسطينية في صحيفة الدراسة وجاءت بنسبة 26.9%، تلتها في المرتبة الثانية قيمة "التوتر وعدم الاستقرار" بنسبة 18.3%، وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة الظلم بنسبة 14.4%.
11. حاز التقرير الصحفي على المرتبة الأولى بنسبة 52.2%، تلاها في المرتبة الثانية المقال الصحفي بنسبة 20.9%، وحل الخبر الصحفي في المرتبة الثالثة بنسبة 17.9%، وحاز التحقيق الصحفي على المرتبة الرابعة بنسبة 4.5%.
12. جاءت الصور في مقدمة عناصر الإبراز المستخدمة بنسبة 77%، تلاها الرسوم والأشكال بنسبة 23%.
13. وحظي رابط التحميل على المرتبة الأولى بين عناصر التدعيم بنسبة 41.9%، تلاه ملف الصوت بنسبة 21.9%، ثم إنفوجرافيك بنسبة 13.1%، ومن بعده فلاش بنسبة 8.7%، وتلاه ملف فيديو بنسبة 7.5%.
14. جاءت خدمتي "طباعة وحفظ، وارسال عبر البريد" في مقدمة الخدمات التفاعلية المستخدمة بنسبة 25.7% لكل منهما، تلاه في المرتبة الثانية تكبير وتصغير بنسبة 15.4%، وحلت في المرتبة الثالثة خدمة اختصار بنسبة 14.9%.

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج دراسة تحليل مضمون صورة المقاومة الفلسطينية في موقع صحيفة جيروزيلم الإسرائيلية الناطقة باللغة الإنجليزية تقدم الباحثان مجموعة من التوصيات أهمها:

1- تدعو الدراسة وسائل الإعلام الفلسطينية إلى ضرورة التركيز على كافة موضوعات المقاومة والكشف عن إنجازاتها وتطورها في المجال العسكري بصورة دائمة.

2- توصي الدراسة المواقع الفلسطينية بتغطية كل ما يتعلق بموضوعات المقاومة بعمق أكثر ومتابعة كل ما تنشره المواقع الإسرائيلية بصورة يومية وتنفيذ رسائلها المشوهة للمقاومة وللشعب الفلسطيني.

3- تدعو الدراسة الأحزاب والفصائل الفلسطينية العسكرية والسياسية إلى اتخاذ مواقف داعمة للمقاومة المشروعة وعدم تقديم ذرائع للإعلام الإسرائيلي التي يمكن أن يستغلها في خطابه الدعائي لتشويه صورة المقاومة الفلسطينية.

4- توصي الدراسة وسائل الإعلام الفلسطينية بضرورة توحيد المصطلحات الخاصة بالمقاومة حتى لا يستغل الاحتلال تباين خطاب هذه الوسائل وتوظيفه بشكل مغاير يشوه ن خلاله صورة المقاومة المشروعة.

5- رفض السمات السلبية التي تلتصقها المواقع الإسرائيلية بالمقاومة الفلسطينية عبر تكثيف الخطاب الإعلامي الموحد للتأكيد على صورة المقاومة الفلسطينية التي تتميز بالبطولة والصمود والتضحية.

6- تدعيم الخطاب الفلسطيني الناطق باللغة الإنجليزية من خلال إنشاء مواقع إلكترونية ناطقة باللغات المختلفة لتوصيل رسالة الشعب الفلسطيني وتوضيح صورة المقاومة الفلسطينية الصامدة ومسح الصورة المشوهة للمقاومة.

7- تجهيز قاموس إعلامي موحد لمفاهيم المقاومة الفلسطينية وتوزيعها على جميع وسائل الإعلام الفلسطينية وتدعيم تواجدها وانتشارها في وسائل الإعلام العربية بحيث يتم تحسين صورة المقاومة الفلسطينية في نظر الرأي العام الدولي.

المراجع والمصادر:

1. أبو شملة، عبد الكريم (2017م). صورة المقاومة الفلسطينية في الصحافة العربية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
2. أبو نقيرة، أيمن والأغا، أبرار (2018م). قضايا المقاومة في الصحف الفلسطينية اليومية قبل أوسلو وبعدها: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، العدد 26، المجلد 1، ص 267-294.
3. بشارة، عزمي (2021م). أن تكون عربياً في أيامنا، ط1. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
4. حسين، سمير. (2006م). بحوث الإعلام. ط2. القاهرة: عالم الكتب.
5. حمدي، عبد الراضي. (2004م). صورة مصر في العالم الإسلامي، ط1. القاهرة: دار البيان.
6. حيدر، رانيا. (2006م). الخريطة الإدراكية للرأي العام المصري تجاه الصراع الأمريكي العراقي من 1990م - حتى مارس 2003م، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.
7. خريس، رامي (2014م). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
8. الدلو، محمد (2015م). الأطر الخبرية للمقاومة الشعبية في الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
9. عبد الحميد، محمد. (1997م). بحوث الصحافة. ط1. القاهرة: دار عالم الكتب.
10. قنوع، ربا (2017م). صورة المقاومة الفلسطينية في صحيفة جيزوزيلم بوسن الإسرائيلية: دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
11. الكتري، روان (2018م). اتجاهات صفحات الرأي في الصحف الفلسطينية اليومية نحو المقاومة: دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
12. الكسواني، حنان (2009م). دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية: دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
13. متولي، الفرق بين الإرهاب والمقاومة المشروعة في ضوء قواعد القانون الدولي المعاصر (ص271).

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

15. وكالة الأناضول (2021م). عدوان إسرائيل 2021م على غزة، تسلسل زمني، تم الدخول في 2022/6/4م، على الرابط: <https://www.aa.com.tr/ar/2249515> . ساعة الدخول: الخامسة مساءً.

صورة الطفل في الإعلام المغربي

The Image Of Child In The Moroccan Media

عبد الصمد المعزة: باحث في سلك الدكتوراه مختبر علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم

الإنسانية جامعة محمد الخامس الرباط المغرب

زكية الحسني: أستاذة تعليم العالي جامعة محمد الخامس الرباط. المغرب

ملخص البحث

يحاول البحث الحالي رصد واقع الإعلام المغربي في بث مجموعة من الصور النمطية حول الطفولة، حيث تعتبر الوصلات الإشهارية بمثابة المادة الإعلامية التي يحاول البحث الحالي تعريضها للتحليل والمناقشة العلمية. من خلال تبني منهج وصفي يهدف إلى وصف الظاهرة وتحليل مكوناتها حيث تم تبني تقنية تحليل المضمون، تم تحليل أربعة وصلات إشهارية تتضمن موضوع الطفل والطفولة وهي: (فلنسيا أبطال، فروماج الأطفال les enfants، صابون ديتول، إشهار صابون أريال) حيث تم الاستنتاج بأن هذه الوصلات تمثلت الطفل بأنه بطل يقوم بأعمال خارقة للعادة، بريء يتصف بكل صفات الطهارة والبراءة كما أنه يقوم بأعمال الشغب والتخريب ولديه مواصفات عنيفة في بعض الأحيان. الكلمات المفتاح: الطفل - الإعلام - الوصلات الإشهارية

Abstract

The research attempts through a media approach to monitor the reality of the Moroccan media represented in television programs, especially the advertising links, and the most important images that are passed in the contents of these advertising links about childhood, the research attempts to analyze the content and content of these programs in order to identify the most important of these images.

By adopting a descriptive approach aimed at describing the phenomenon and analyzing its components, as the content analysis technique was adopted, Four advertising links including the subject of childhood were analyzed (VALENCIA ABTAL, FROMAGE LES ENFANTS, TIDE ARIAL, SABONE DITTOL)

The research concluded that these links passed pictures about the child as a hero who performs extraordinary actions, Innocent is characterized by all the characteristics of purity and innocence, as he riots and sabotages and has violent characteristics at times.

Key words: child- media- Advertising links.

تقديم عام

يعتبر موضوع الطفولة من المواضيع المهمة في المجتمع الراهن، خاصة وأن هذه المرحلة تمتلك من الخصائص ما يجعلها تجسد قاعدة أساسية، حيث أن فهمها يمكن أن يؤدي إلى فهم مجموع التعقيدات المجتمعية التي تحدث في مجتمعنا الحالي، وتعتبر الطفولة من جهة تجلي لمجموعة من الآليات والوسائل التربوية السائدة في مجتمع معين، كما أنها من جهة أخرى تجسد جانب من التنمية البشرية التي تطمح لها

الشعوب والحضارات, من هنا يمكن القول بأن موضوع الطفولة لا يمكن اعتباره ترفاً فكرياً أو موضوعاً غير ذي أهمية, ولكنه يعتبر من صلب الاهتمام المجتمعي.

في الماضي كانت نظرة المجتمعات القديمة إلى الطفل نظرات مختلفة, حيث كان الطفل يعتبر إما إرثاً يتم توارثه مع البضائع والعبيد والجواري, واعتبر في محطات أخرى مجالاً للسخرية والتزفيه, حيث كان يتم تزيين العروض المقدمة للملك بأطفال يرتدون لباساً مثيراً لخلق نوع من الضحك والفرجة على الملك والحواشي, حيث أن هذه المظاهر استمرت في مجتمعات كثيرة حتى جاء الإسلام وشرع حقوق وواجبات وضمن قوانين تحمي هذه الفئة وتضمن لها حقها في الإرث والتربية والتعليم... الخ

من الناحية النفسية الاجتماعية يمكن القول بأن مرحلة الطفولة تجسد مجموعة من الأبعاد النفسية والاجتماعية التي تجعلها تحتل مرتبة مميزة في المطارحة والمسائلة العلمية, حيث أن فترة الطفولة تتميز بتطور في النمو سواء الجسمي, النفسي, العقلي والذهني, وحتى النفسي والاجتماعي, حيث تكتمل وظائف الجسم ويأخذ كل عضو في أداء وظائفه البيولوجية بالشكل المناسب, وتكتمل الوظائف العقلية والذهنية, حيث ينمي الطفل مهاراته المعرفية وينتقل من ذكاء حسي إلى ذكاء مجرد, وتنمي لديه مهارات الحساب والاستدلال والمنطق, ويبدأ يميز بين العواطف والمشاعر وينمو لديه الإحساس بالآخر وتتشكل شخصيته المستقبلية التي سوف تتأسس على عناصر التكوين الطفولي كما صرح بذلك فرويد.

زيادة على ذلك, تعتبر مرحلة الطفولة هي مرحلة اللعب بكل امتياز لأنها تتميز بالعديد من التغييرات التي تحدث لدى الطفل, مما تجعله يلعب ليحقق مجموعة من المطالب النفسية والاجتماعية, وهذا ما يساهم في تكوين حس المنافسة والتضامن والقيم والمعايير الاجتماعية, وكذلك تستقر السيرورات المعرفية المتعلقة بالحساب وحل المشاكل واستراتيجيات ذهنية مهمة, حيث تتم هذه العمليات في مدة سريعة وبايقاع أسرع, لذلك تظهر في سلوكيات الأطفال مظاهر تجعلنا دائماً نعاقبهم ونهددهم بمجموعة من كلمات التوبيخ, غير أن هذه السلوكيات لا بد منها وتعتبر مرحلة حاسمة لتكوين الشخصية والحفاظ على إستمراريتها في الزمن, إن هذه السلوكيات التي تظهر لدى الأطفال في سنوات مبكرة تجعلنا نضيق ولا نحتمل تواجدهم بيننا ونضطر لإبعادهم عن مجموعة من الأماكن حتى لا يقوموا بإيذاء أنفسهم أو إيذاء الآخرين والتسبب في بعض الخسائر, لذلك نبقي دائماً في ترقب ومحاولة ضبط العوامل النفسية الاجتماعية التي يتواجد فيها الأطفال وطريقة تعاملهم مع معطيات المحيط الذي يتواجدون فيه.

إن هذه السلوكيات التي تصدر من الطفل خاصة في المغرب هو ما يجعل المجتمع ينعتهم في كثير من الأحيان بنعوت وألفاظ مثل "بعلوك" "سلكوط" "برهوش"... وهي كلمات تنتمي إلى الحس المشترك وتعرف

بناء اجتماعي تطلق عادة على الأطفال الصغار, غير أنها تتسم بطابع سلبي وتنتعت هؤلاء الأطفال بمنعوتات سلبية.

ويعتبر الإعلام من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تعنتي بمواضيع تخص هذه الفئة, حيث تقوم بعرض برامج في غالب الأحيان تكون عبارة عن وصلات إخبارية وقد تكون برامج ترفيهية مبرمجة خاصة في صبيحة الأطفال يوم الأحد وقد تكون برامج تثقيفية تهدف إلى نشر معلومات وأفكار ومعطيات علمية لمساعدة هؤلاء الأطفال على التطور في مشوارهم المدرسي, ولهذه البرامج الإعلامية أهدافا مختلفة أهمها إدماج هذه الفئة في المخططات الاجتماعية وكذلك سماع صوت هذه الفئة في هذه المنابر الإعلامية, وإذا قلنا بأن الإعلام يعتبر سلطة رابعة فإنه يتوجه إلى هذه الفئة من خلال منطلق تأثيري خاصة بالنسبة للمنتجات الاستهلاكية الموجهة نحو الأطفال والتي تتوفر في مضامينها على محتويات ذات خصائص نفسية اجتماعية مهمة.

علاوة على ذلك يمكن القول بأن الإعلام يستهدف الأطفال وذلك من خلال تمرير صور نمطية حول هذه الفئة, فإلى أي حد يقوم هذا الأخير بعكس صورة حقيقية حول الطفل؟
السياق العام للبحث

يندرج هذا البحث في سياق اجتماعي عام يهدف إلى موضعة الطفل ضمن المخططات الإعلامية باعتبار الإعلام المؤسسة العاملة على نشر أكبر عدد ممكن من المعارف والأفكار والمعطيات حول خصائص الظواهر الاجتماعية, حيث يعتبر الطفل ذلك الكائن الاجتماعي ينشأ في بيئة تتصف بالعديد من المقومات النفسية الاجتماعية, حيث تتضارب في هذه البيئة قيم المحافظة والالتزام بالقيم التقليدية حيث سيادة سلطة الأب واحترام الشخص الأكبر سنا, وكذلك قيم الانفتاح المتمثلة في الرغبة في التحرر والمناداة بحقوق الطفل والرغبة في الاستقلال.

أما السياق المؤسسي فنعني به هدف المؤسسة الإعلامية في نشر أكبر عدد ممكن من الصور والتمثلات حول الطفولة إما بطريقة واعية أو غير واعية, حيث تتخذ برامج ذات مضامين الطفل, وتوظفه ضمن استراتيجياتها الإعلامية, وبما أن الطفل يوجد في الإعلام المغربي بشكل كبير في الوصلات الإخبارية فإن موضوع هذا البحث سوف يتخذ الوصلات الإخبارية كهدف أساسي.

أما فيما يخص السياق التربوي فنقول بأن الإطار التربوي ومجموع الاستراتيجيات التربوية التي يمكن أن تؤسس لسيرورات التنشئة الإعلامية الموجهة إلى الطفل يمكن أن تنطلق من المخطط الإعلامي وأهم الصور النمطية التي يمررها الإعلام حول الطفولة.

علاوة على ما سبق, يمكن القول بأن موضوع الطفولة كمرحلة عمرية " تمتد من مرحلة الوليد إلى الرضيع, ثم مرحلة الطفولة المبكرة حتى سن 6 سنوات, ثم مرحلة ما قبل المراهقة من العاشرة حتى الثانية عشرة ثم مرحلة المراهقة حتى سن الثامنة عشر " , فإن هذه المرحلة تعتبر ذات خصائص نفسية واجتماعية ومعرفية وثقافية مختلفة, لذلك فالإعلام المغربي وخاصة الإشهار فإنه يعتبر مؤسسة تطمح إلى تلبية كل الرغبات والحاجيات النفسية الاجتماعية للطفل لذلك فهو وفق هذا المعطى " يتميز بالوضوح والمباشرة " فهو يقوم بالتعرض إلى مجموعة من المواضيع التي يرغب فيها الطفل ويجعلها ضمن مراكز إهتمامه.

يمكن اعتبار هذا السياق العام بمثابة توطئة لمحاولة فهم واقع الإعلام في التعامل مع قضية الطفولة وكيف يمكن أن يصور هذا الأخير صورة حقيقية للطفل تستجيب لمختلف المطالب المجتمعية, وتقدم صورة موضوعية حول الطفل, أم أن مجموع الصور المقدمة حول الطفولة تجعل من مضامينها فرصة لعرض منتجات وجذب انتباه الأطفال لشراء المنتجات أي جعلهم وفق هذا المنطلق ذات منفعة وليست ذات فاعلة في الحقل الاجتماعي.

وبما أن موضوع البحث يفرض التعامل مع الوصلات الإشهارية باعتبارها الأساس الذي ينبني عليه البحث الحالي فإننا نحاول رصد واقع الطفل المغربي في هذه الوصلات الإشهارية وكيف يبدو, وهل بالفعل تحترم هذه الوصلات ذات الطفل وتقدر مكانته ووضعيته النفسية الاجتماعية, أم تجعله ذات فارغة ومنفصلة حيث يمكن من السهل التأثير فيها لشراء المنتجات أو تحقيق أهداف معينة, حيث نحاول رصد هل بالفعل تريد هذه الوصلات خلق فقط انعكاس لدى الطفل أي خلق "عملية تفاعل ما بين عنصرين(الطفل و المنتج) في إطار اجتماعي ثقافي معين تؤدي إلى إحداث ردود أفعال معينة" , أي أن الهدف الأسمى للوصلات الإشهارية هو خلق ردود أفعال وانعكاسات شرطية لدى الطفل وجعله يقوم بشراء المنتج المعروض في التلفزيون, أم أن الوصلات تهدف إلى خلق صور مختلفة عن هذا البعد الذي ذكرناه من قبل.

إذا هذا السياق يؤسس لبعد علائقي بين واقع الإعلام كمؤسسة لها شروطها ووظائفها التي لا يمكن الإستغناء عنها في البنية المجتمعية, وبين الطفل الذي يعتبر كائن اجتماعي ذو شروط وظروف اجتماعية وذات يجب أن تحترم, ومدى درجة الوعي الإعلامي بهذه الشروط والظروف.

إشكالية البحث

من أهم مميزات هذا العصر الذي نعيش فيه هو اعتباره عصر الإعلام بكل امتياز, حيث يلعب هذا الأخير العديد من الأدوار والمهام في المجتمع فهو مؤسسة تربية وتنشوية وكذلك وكالة تعليمية تقوم بنشر المعرفة والعلم والثقافة, كما يلعب دورا أساسيا في التنفيس على المجتمع لأنه يعمل على تطهير العواطف والمشاعر

عبر التجربة غير المباشرة , لأن من أهم شروط الإعلام النفوذ إلى ذات الشخص ومحاورته بلغة مفهومة حيث يحقق الإعلام من خلال مضامينه المختلفة والفرد المتلقي من خلال وضعياته النفسية والاجتماعية أسس التفاهم والانسجام ويخلق الإعلام لهذا الأخير أساليب الراحة والمتعة, وبالتالي فإن الإعلام يمرر من خلال هذه الوضعية العديد من المعلومات والأفكار والصور النمطية ويؤسس لبنية اجتماعية تتماشى مع معطيات ومخططات المؤسسات الإعلامية.

بما أن الطفل يعتبر الموضوع الأساسي الذي نشغل عليه في البحث الراهن, فإنه يعتبر وجبة تتناولها الإعلام وتضعه ضمن مخططاته وخاصة في الوصلات الإشهارية التي تتميز بنوعية السلعة المعروضة وارتباط المنتج بالشعار حيث يعتبر هذا الأخير العمود الفقري للإشهار" , حيث يهدف الإشهار إلى دمج الطفل في المجتمع من خلال محاولة تقوية الجوانب الشخصية التي لديه, إي إعادة رد الاعتبار للطفل.

في الماضي, كان الطفل يعتبر رمز للشقاء في الوجود أي كل ما يقابل النفس اللاعقلانية المفتقر إلى الاستقرار والاعتدال أي النفس الشهوانية , حيث لازمت هذا الأخير زيادة على ذلك العديد من الصور والتمثيلات التي غالبا ما كانت سلبية خاصة من طرف الفلاسفة والمفكرين في العصور القديمة وحتى في العصور الوسطى, فإن هذا الطفل في العصر الحالي هل استطاع الإعلام تصويره وفق مقاربة موضوعية تعمل على تجريده من كل هذه الصور التقليدية التي كانت ترغب فقط في وصفه بمواصفات العجز والكلل والشغب والممارسات السلوكية الغير مقبولة اجتماعيا, من هنا يمكن أن نتساءل عن الدور الإعلامي الذي يمكن أن يغير طريقة النظر إلى الطفولة بشكل عام؟.

وهل يمكن القول بأن الإعلام المغربي يمتلك أدوات واليات معرفية يجعله قادر على فهم معنى الطفولة, حيث ينطلق من خلال هذا الفهم لمعرفة أهم الخصائص النفسية والاجتماعية والمعرفية والسلوكية للطفل, وبأن أهمية الطفولة تكمن في كونها ضرورية لفهم الشخص البالغ, خاصة وأنه حسب نظرية داروين فإن نمو الفرد يعيد نمو النوع , وهذا ما يجسد مبدأ نظرية التلخيص أي أن الطفل معرفته ضرورية لمعرفة الرجل لأن سلوك الرجل الحالي نجد له أصوله في مرحلة الطفولة, ولدراسة السلوك المعقد يجب البحث في أصول تكوين السلوك لمعرفة بداية تشكله حينما كان فقط سلوكا بسيطا في الطفولة.

إن الطفولة وما تحمله من معالم وخصائص تعتبر مجالا خصبا لممارسة العلمية والتداول الإعلامي خاصة إذا علمنا بأن البرامج الموجهة إلى الأطفال قد تنمي معارف وأفكار بنائية وقد تقوم بتقويد مختلف الأفكار والمعارف حول الطفولة, وإذا عدنا إلى الإشهار سنجد الطفولة حاضرة بكل تجلياتها وتخطب جوانب مختلفة

تهدف في نهاية المطاف إلى خلق أثر لدى الطفل قصد الشراء ولكنها تستثني جوانب مهمة في شخصية هذا الأخير.

من خلال كل ما سبق، ولرصد واقع الطفولة في البرامج الإعلامية المغربية يمكن أن نطرح سؤالاً مركزياً وهو على الشكل التالي:

ما هو محتوى ومضمون الوصلات الإشهارية المغربية الموجهة لفئة الأطفال؟

فرضية البحث

من خلال الإطار العام والإشكال الأساسي للبحث وطرح التساؤل العام والمحوري للبحث يمكن أن نطرح الفرضية الأساسية للبحث وهي على الشكل التالي:

نفترض بأن الإعلام المغربي المتمثل في الوصلات الإشهارية المغربية تقوم بتمرير العديد من الصور حول الطفل باعتباره يحمل مواصفات بطولية ولديه العديد من صفات الشغب التي تقوده إلى مجموعة من الممارسات العنيفة والتصرفات الخارجة عن إطار القانون والقواعد الاجتماعية.

الإطار النظري للبحث

للإجابة على السؤال الذي شكل محور التساؤل الإشكالي للبحث قمنا بتبني عدة مفاهيمية تتلخص في النقاط التالية:

مفهوم الإعلام

يعتبر مفهوم الإعلام من بين أهم المفاهيم التي يروج لها المجتمع الحالي حيث يشير المفهوم إلى مجموع التقنيات التي تبتث نفس الرسالة لحشد كثير من الناس تعتمد على نفس المصدر، كما أن الإعلام يؤدي ثلاث وظائف أساسية وهي جمع المعلومات ترتيبها ونقلها إلى جمهور المتلقين، كما يمكن اعتباره وسيلة تواصلية، أي أنه يمتلك القدرة على المشاركة وتبادل الآراء حيث أنه يقوم بتزويد الأفراد والجماعات بمجموعة من الأفكار والمعطيات.

زيادة على ذلك، تتم العملية التواصلية بين وسائل الإعلام المختلفة وجمهور المتلقين من خلال عملية تواصلية قائمة على الإرسال والاستقبال، ويعتبر المضمون أساسي في الإعلام لأنه يعتبر جوهر الرسالة الإعلامية التي سوف تعرف نشر وذبوع ليستفيد منها جمهور المتلقين.

علاوة على كل ما سبق فإن جمهور المتلقين لوسائل الإعلام المختلفة هم مبدأياً أشخاص متنوعون ومختلفون حيث يختلفون في كل أو مجموعة من المعطيات والخلفيات النفسية والاجتماعية والمعرفية، لذلك فإن الرسالة الإعلامية تحترم هذا الاختلاف والتنوع وتحاول أن تمرر مضامين تستجيب لمختلف هذا التنوع. إجرائياً فإن البحث الراهن يعالج موضوع الإعلام في ارتباطه بموضوع الطفولة حيث نحاول من خلال هذا البحث رصد أهم أشكال الصور النمطية التي تشكل محتوى ومضمون المادة الإعلامية وكيف يتعامل الإعلام في تمرير هذه الصور ويتعامل بشكل من الأشكال مع هذا الموضوع.

مفهوم الصورة

إن العصر الذي نعيش فيه يعتبر بلا شك عصر الصورة بامتياز وذلك نظراً لطغيان مفهوم الصورة التي غيرت نظرة المجتمعات إلى المواضيع والأشياء الموجودة في الطبيعة، فالصورة "دلالة، والدلالة اختراق سيميائي تشق آثاره كل الحقول المرئية واللامرئية المرسومة والمتمثلة".

من خلال الاشتقاق اللاتيني لكلمة صورة نجد أنها تعود إلى أصل الكلمة اليونانية ICON التي تشير إلى التشابه والمحاكاة، الصورة لم تكن مقبولة لدى بعض المفكرين والفلاسفة اليونانيين خاصة أفلاطون الذي اعتبرها محاكاة أي نسخ لا يمكن الاعتماد عنها لأنها ليست حقيقية، أما في العصر الحالي فالصورة هي كل شيء وخاصة في الإعلام لأنها تعبر عن سلطة الفنان في ابتكار نظرة جديدة للعالم عوض تفكيره وتتميطه".

وهنا يمكن القول أن الصورة تلعب دوراً أساسياً في بناء المجتمعات لأنها تقوم بتصوير الوقائع والأحداث وموضوعات العالم الخارجي وفق مبدأ التصغير والتكبير والمركز والهامش، حيث تتفوق على الكلمة وتعرض مواضيع ذات تأثير أكبر، والصورة التي نبنيها عن الطفل يمكن أن نستمدتها من وسائل الإعلام والبرامج التلفزيونية حيث تعمل هذه الصورة على جعلنا نصنف الطفل في دائرة معينة ونتعامل معه وفق هذا التصنيف.

مفهوم الطفل

من الصعب تحديد مفهوم دقيق للطفل لأن هذا الأخير تجتذبه العديد من الحقول المعرفية والدلالية، فإذا أردنا تعريف الطفل فإننا يجب أن نحدد في البداية ما هو التخصص الذي نريد أن نحدد من خلاله هذا المفهوم، لأن البيولوجيا ترى بأن الطفل مجموع التغيرات الفسيولوجية التي تحدث لدى الكائن الحي في فترة عمرية تمتد من الولادة إلى سن المراهقة، وهناك كذلك تعاريف تختلف حسب اختلاف السياقات والحقول المعرفية، غير أن مفهوم الطفولة عرف تغييراً على مستوى الفهم وذلك نظراً للعديد من الثورات العلمية

حيث أصبح معها النظر إلى الطفل نظرة مختلفة تماما عن النظرة التقليدية, " حيث أصبح ينظر إلى الطفل بأنه مخلوق له احتياجاته الخاصة وأحدثت الأفكار الجديدة بشأن الطفولة والأطفال ثورة حقيقية في رعاية الطفل, ثورة تميزت بالانتقال من التأكيد على حاجات الطفل المعترف بها حديثا وظهر أسلوب جديد في تنشئة الأطفال كانت له أصدائه ليس في أساليب تعامل الآباء الجديدة مع سلوك الأطفال فحسب بل أيضا في أساليب تصرف وتكيف الأطفال أنفسهم" .

إن هذا المستوى من التطور في التعامل مع الطفولة راجع بالأساس إلى مجهودات علماء ساهموا من خلال نظرياتهم المختلفة في تغيير نظرة العالم إلى الطفولة, ومن بينهم جون جاك روسو الذي ذكر في كتابه "إميل" قواعد التربية الخاصة بالطفل حيث قدم فكرة فطرية الصفات والوظائف والأفكار التي تتولد في العقل لدى الطفل مباشرة بلا وسط, حيث اعتبر روسو كذلك أن الطفل يعيد تاريخ النوع الثقافي.

وبذلك تكون أفكار جون جاك روسو مختلفة عن الأفكار التقليدية للفلاسفة والمفكرين التقليديين, حيث كانت ردا على أرسطو الذي رأى بأن الطفل تسكنه النفس الشهوانية والقديس أوجستين الذي اعتبر الطفولة مرحلة تحمل كل معاني الإثم والخطيئة وديكارت الذي اعتبر الطفولة ضلال وخطأ .

من خلال كل ما سبق يتضح بأن الفكر المعاصر قدم إيضاحات كبيرة حول الطفولة ومعالم هذه الفترة العمرية التي يجب النظر إليها كمجموعة من البنيات النسقية التي تتفاعل فيما بينها سواء على المستوى الفسيولوجي والجسدي أو النفسي الاجتماعي أو المعرفي العقلي والتي تقود الطفل إلى تكوين شخصية وفق معايير وقيم وقواعد اجتماعية.

خلاصة الإطار النظري

من خلال كل ما سبق يتضح بأن الجانب النظري مكننا من توطئة البحث وموضعتة في إطاره العلمي, حيث أن مفهوم الإعلام يعني مجموع الآليات والأساليب الإعلامية التي تهدف إلى نشر أكبر عدد من المعلومات والأفكار وذلك لنشر أكبر نسبة من الوعي والثقافة المجتمعية, حيث نفهم من خلال هذا المنطلق أن الإعلام يؤدي وظيفة تواصلية حيث يقوم من خلال إرسالاته إلى نقل مضامين مختلفة يهدف من خلالها إلى التأثير في المتلقي, وبما أن الموضوع الأساسي للبحث يعتبر هو الطفل فإن الإعلام يمرر صور نمطية حول الطفولة من خلال برامجه المختلفة.

الجانب التطبيقي

إن طبيعة البحث فرضت طبيعة المنهج المتبع حيث تم استخدام منهج يتفق مع موضوع البحث واتجاهه العام وفي الأسطر القادمة سوف نطرح المنهج الأساسي للبحث وأداة البحث وعينة البحث, وهي على الشكل التالي:

منهجية البحث

تم الاستناد في البحث الراهن إلى المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب لطبيعة البحث حيث من خلال هذا البحث يمكن وصف وفهم وتحليل معطيات الظاهرة, ومن أهم الأدوات الأساسية التي يتم استعمالها عادة في المواد البحثية التي تقارب موضوع الإعلام في علاقته بمتغيرات بحثية أخرى نذكر تقنية تحليل المضمون.

تقنية تحليل المضمون

إن تناول موضوع الإعلام فرض استخدام أداة تحليل المضمون التي تعتبر " تقنية للبحث من أجل وصف موضوعي نسقي وكمي للمحتوى الذي يتمظهر من خلال التواصل", حيث سنحاول من خلال هذا البحث تحليل محتوى بعض المواد الإعلامية والتي هي عبارة عن وصلات إخبارية يتم بثها في القنوات الفضائية المغربية.

عينة البحث

بما أن عينة البحث تتيح للباحث فرصة جمع معلومات واضحة ودقيقة تهيئ له إصدار أحكام أكثر عمقا, وفضلا عن ذلك تتيح الفرصة لإجراء أبحاث أخرى على أفراد آخرين من نفس المجتمع .

سنحاول في هذا البحث تحليل مضمون 5 وصلات إخبارية وهي على الشكل التالي:

- فلينسيا أبطال
- فروماج الأطفال les enfants
- صابون ديتول
- إشهار صابون أريال

نتائج البحث

لعرض نتائج البحث المتعلقة بصورة الطفل في الوصلات الإخبارية يمكن أن نذكر النقاط التالية:

صورة الطفل البطل

تظهر صورة الطفل البطل في العديد من المشاهد واللقطات في التلفزيون المغربي وخاصة في الإشهار المغربي، حيث تحاول هذه الصورة الإقرار بضرورة استهلاك المنتج الذي يتم بثه في الوصلات الإشهارية، والذي يقود الطفل بطريقة أو بأخرى إلى أن يصبح بطل يستطيع القيام بأنشطة ومهام قد تبدوا في الكثير من الأحيان على أنها خارقة للعادة، وفي أحيان أخرى لا يقبلها العقل، حيث نجد مثلا في الوصلة الإشهارية "فلنسيا أبطال" بأن الطفل أصبح يستطيع القفز لمسافات عالية ويخرج الكرة من مكان مخيف، وهذا التصوير يجد مكانا له في الإشهار المغربي من خلال قدرة الطفل على المغامرة والمخاطرة والقيام بأعمال بطولية وذلك من خلال شرب عصير "فلنسيا" الذي يقدم له هذه الخصائص البطولية.

إن هذه الصورة المرتبطة بالبطولة التي يتم عزوها للطفل أثناء قيامه باستهلاك المنتج المعروض لا تبقى رهينة البطولية بالمعنى المألوف ولكنها تصبح خيالا واسعا وربما غير معقول على المستوى المنطقي، وفي بعض الأحيان تصبح هذه البطولية مرتبطة بأعمال العنف وذلك من خلال تصوير مشاهد العنف والشغب من خلال اللعب والمنافسة، وهذا التصوير يمكن أن يؤكد النظرة التقليدية للمجتمع حول الطفل بأنه كائن مشاغب ويقوم بأعمال وأنشطة تخالف القوانين والمعايير الاجتماعية.

صورة الطفل البريء

تتجلى هذه الصورة في بعض الوصلات الإشهارية مثل "فروماج les enfants" حيث تظهر الطبيعة والسكون والأطفال يجلسون جلسة في الطبيعة حيث تظهر المساحات الخضراء وفي هذه الصورة معالم تدل على البراءة وسلامة القلب، حيث أن هذه الصورة هي كذلك تؤكد الحس المشترك للمغاربة بأن الأطفال يعتبرون أبرياء بالطبيعة، حيث أن المجتمع يتفق مع الوسائل الإعلامية في هذه النقطة بأن الأطفال أبرياء ويعيشون حالة من الصفاء والنقاء، حيث يظهر في الوصلة الإشهارية هذا الرمز والدلالة وذلك من خلال الجلسة واللباس وطريقة الحديث وتعامل الأطفال مع الطبيعة يعتبر خير دليل على هذه الكناية.

صورة الطفل العنيف

تحدثنا من قبل عن صورة الطفل البطل وهي كذلك تحمل في بعض مضامينها بعض الصفات التي تدل على العنف لأن الطفل البطل يستعمل القوة من أجل السيطرة والمنافسة حيث يوجد في وضعيات نفسية اجتماعية يتم تصويره من خلال الوصلات الإشهارية وفق هذا المنطلق حيث تقوده هذه الصفات البطولية إلى استخدام العنف والقوة، حيث نجد مثلا في الوصلة الإشهارية الطفل يقوم باللعب بطريقة تنافسية ينجم

عنها عمليات عراك ومشادات مع أطفال آخرين, حيث يحاول الإعلام وفق هذه الوضعية الاجتماعية تمرير رسائل مفادها أن المنتج الذي يتم عرضه قادر على إزالة كل الأوساخ في الملابس, لذلك يجب ترك الأطفال يلعبون ويمرحون, غير أن هذه الصورة المرتبطة بالعنف تزيد من التأكيد على طبيعة الحس المشترك والصور الاجتماعية التي توجد لدى جمهور المغاربة حول الطفل باعتباره مشاغب ويقوم بأعمال عنيفة.

مناقشة نتائج البحث

إن النتائج التي تم التطرق لها في الأسطر السابقة تدل على أن صورة الطفل في الإشهار المغربي تأخذ أشكالاً متعددة, حيث أنها تعتبر صوراً إيجابية لأنها تحمل بعض الدلالات كالبراءة والصفاء لدى الطفل المغربي وفي أحيان أخرى سلبية تدل على أن الطفل عنيف مشاغب ويتبنى سلوكيات خارج الإطار القانوني والاجتماعي حيث أنه يتصرف خارج المعايير الاجتماعية, لذلك فإن هذه الصور كما أكد بعض الباحثين المغاربة " تؤثر تأثيراً شديداً في حياته وشروط وجوده كما يؤثر في وضعه ومكانته في المجتمع وفي سلوك الراشدين نحوه", كما أن هذه الصور تشكل كذلك خطورة أخرى تكمن في أن الطفل أثناء تواجده بشكل مباشر مع هذه الصورة وخاصة من خلال مختلف وسائل الإعلام لأنها تقدم تمثلات لأبطال وشخصيات الأطفال, وهذا الالتقاء هو ما يؤدي إلى سلسلة من السيرورات البنائية التي تعمل على التفاعل بين صورة الطفل المجسدة وصورة الطفل الحقيقية, وهذه السيرورات هي التقليد والمحاكاة حيث في العملية الأولى يقوم الطفل المشاهد لهذه الصور " التي يتم بثها عبر وسائل الإعلام في اكتساب سلوكيات جديدة من خلال ملاحظة النماذج المقدمة, حيث يضع الطفل نفسه كمتعلم ويقوم بالانتباه الكامل للسلوك الذي يراه في التلفزيون", أما المحاكاة فهو سلوك يدل على المشاركة الوجدانية أي استجابة فرد ما لما يشعر به شخص آخر من ألم".

إن هذه المعطيات تمكننا من فهم أهمية الصورة التي يكونها الأشخاص عن الطفل وخاصة من خلال تأطير وتطعيم هذه الصور من طرف وسائل الإعلام, لأن وسائل الإعلام تمتلك نوع من الشرعية والأحقية في تناول مجموعة من المواضيع والموضوعات الاجتماعية لذلك تصبح ذات أهمية مجتمعية, وتبرهن على أحقية السلوك حيث تكون بمثابة المبرر لكل السلوكيات التي يتم تبنيها من طرف المجتمع وخاصة التي تتعلق بالطفولة, فمثلاً الإعلام الذي يصور الطفل بأنه مشاغب ويقوم بالعديد من أعمال الشغب والتخريب وفي بعض الأحيان أعمال خارجة عن القيم والقواعد الاجتماعية التي توّطر العمل داخل المجتمع فإن هذه الصورة التي يتم تمريرها تزيد أهميتها لدى المجتمع وتكون بذلك تمثلاً راسخاً لدى المجتمع الذي يجد في

مجموعة من المواقف والوضعيات الاجتماعية أطفال يقومون بأعمال التخريب, أي أن الإعلام يتفق في الكثير من مضامينه مع الصور التي يقوم المجتمع بتبنيها وبالتالي تترسخ هذه الصور.

رغم العديد من الاتفاقيات والقوانين والمجهودات التي تتم في الحقل الدولي أو الوطني فإن الطفل لازال لم يحظى بالتقدير المناسب والاحترام حيث أنه لازال يتم التعامل معه سواء في الوسط الأسري أو المدرسي من خلال تبني مفهوم العقاب, وذلك لترويض الطفل وتقويم سلوكه قصد تنشئته التنشئة المناسبة, ولكن على العكس من ذلك فإن الصورة الحقيقية للطفل هي التي نجدها لدى المنظرين وعلماء النفس والاجتماع والتي تتبني على نظريات ومفاهيم علمية, بأن الطفل هو كائن يجب احترامه وتقديره لأن مرحلة الطفولة تعتبر مرحلة عمرية حتى وإن ظهرت فيها بعض معالم الشغب والنشاط الخارج عن قيم الجماعة في بعض الأحيان فإن الطفولة تبقى مرحلة النمو والنضج وتبقى مرحلة أساسية فهمها سوف يقودنا إلى فهم حقيقي للبالغ.

إن هذا البحث هو حلقة من بين العديد من البحوث التي تمت في المغرب والتي حاولت دراسة تمثل المجتمع المغربي للطفولة حيث نجد مثلا دراسة أحمد أوزي "تمثل الطفل في المجتمع المغربي" حيث رأى بأن الطفل المغربي يفتقر إلى ثقافة خاصة موجهة إليه, خاصة وأن معظم ما يستهلكه من الإنتاج الثقافي مستورد من بيئات مختلفة ثقافيا عن بيئته... فهم أي الأطفال - يتوحدون مع شخوص الأطفال التي ترسمهم الكتب التي يطالعونها أو الأفلام والمسلسلات التلفزيونية التي يشاهدونها".

وفي دراسة أخرى لنفس الباحث "التعلم بين المدرسة ووسائل الإعلام" يتحدث أحمد أوزي عن أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للطفل وبأنها تقدم له حلول وتضمن له بيئة تعليمية مناسبة عن البيئة التقليدية حيث يؤكد على أن وسائل الإعلام تقدم صور تمتاز بالانسياب والتلقائية والتسلسل وتخطب الفرد مباشرة

من خلال كل ما سبق يتضح بأن وسائل الإعلام تلعب دورا أساسيا في بناء صور حول الطفولة حيث تقدم الطفل على أنه بطل يحمل معالم البراءة وبانه يقوم بمجموعة من الأعمال التي تتسم بالشغب والعبث والأنشطة الخارجة عن القواعد والنظام الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليه الفرد, لذلك فإن هذه الصور مهمة في فهم طريقة تعامل الأفراد والجماعات مع الطفل بشكل مباشر حيث أن جمهور المشاهدين والمتابعين لوسائل الإعلام تنهل من مضامين الإعلام وتعمل على التصرف وفق هذا المنطلق, لذلك فإن الإنسان بشكل واضح أو خفي يستجيب لسلسلة من الصور التي تمرر له من طرف الرسائل الإعلامية, وفي الأخير فإن لهذه الرسائل دور كبير في توجيه سلوك الأفراد للتعامل مع الطفل المغربي.

يمكن القول بأن الإعلام المغربي عليه أن يتبنى مخططا استراتيجيا في معالجة المواضيع التي تخص الطفولة خاصة وأن هذه المرحلة تعرف العديد من الخصائص النفسية والاجتماعية, ونقصد بعملية الفهم

الإدراك الحقيقي بمعنى الطفولة والتمكن من خلال البحث من طرف الإعلاميين والعاملين في مجال الصحافة, أما فيما يخص الإشهار فإن التتبع يجب أن يشمل المؤسسات العاملة على الإشهار خاصة في عرض منتوجات لا تشكل خطر بالنسبة للأطفال وعرضها إعلاميا بطريقة غير مبالغ فيها. إن نتائج هذا البحث يمكن أن يخدم مجال الطفولة وذلك من خلال تمرير الصور الحقيقية التي تعكس الصورة الموضوعية للطفل وتناوله بطريقة خارجة عن الصور المبالغة التي تعمل فقط لصالح المؤسسات الإشهارية.

خلاصة

يمكن القول بناء على ما سبق بأن الإعلام المغربي المتمثل في الوصلات الإشهارية يقدم صور تختلف من الصور السلبية إلى الصور الإيجابية حول الطفل المغربي, حيث تقدم الطفل على أنه بطل خارق يقوم بالعديد من الأنشطة والمهام التي لا يقبلها العقل والمنطق كما أنه يعتبر في نفس الوقت بريئاً يتمتع بالعديد من الصفات التي تدل على الطهارة والبراءة, إضافة إلى أنه مشاغب يقوم بمجموعة من الأعمال التي يحاول من خلالها المنافسة والفوز على أقرانه لكنها كذلك تحمل دلالات العنف والتخريب والقيام بأعمال خارجة عن القانون والعرف الثقافي.

مراجع البحث

المراجع باللغة العربية

1. أحمد أوزي(1986) سيكولوجية المراهق , مطبعة دار الفرقان الدار البيضاء.
2. أحمد أوزي(1993) تمثل الطفل في المجتمع المغربي, في كتاب علم النفس وقضايا المجتمع المعاصر منشورات كلية الآداب الرباط.
3. أحمد أوزي (2000) علم النفس التربوي قضايا ومواقف تربوية وتعليمية منشورات مجلة علوم التربية.
4. أحمد أوزي (2013) سيكولوجية الطفل نظريات النمو النفسي, مطبعة النجاح الجديدة الدار البيضاء.
5. إلهام عفيفي(1993) أثر البيئة الاجتماعية على الطفل, في مؤتمر الطفل وأفاق القرن الحادي والعشرون, القاهرة المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
6. أمل إسماعيل عبد الرزاق(2016) الأطفال وسينما الرعب, دراسة تطبيقية علم الإعلام السيكولوجي و السوسيولوجي للطفل, عالم الكتب القاهرة.
7. سوزانا ميلر(1987) سيكولوجية اللعب ترجمة حسن عيسى, عالم المعرفة الكويت.
8. عزيز لزرق(1995) الفلسفة والصورة, مجلة الفلسفة, العدد 3 ص 9
9. ماري وين (1999) الأطفال والإدمان التلفزيوني ترجمة عبد الفتاح صبيحي عالم المعرفة الكويت.
10. محمود عبد الحميد(2012) تعرض الطفل المصري لأفلام الكارتون في التلفزيون وعلاقته بمستوى التوحد مع الشخصيات والنماذج الكارتونية المقدمة : دراسة مسحية في اطار نظريتي النموذج والتوقع- القيمة" رسالة ماجستير كلية الإعلام جامعة القاهرة.
11. مصطفى بلحمر (2013) الطفل والفلسفة, هل هناك فلسفة قاصرة, ذكر في مجلة علوم التربية العدد 63, الرباط, المغرب.
12. نسمة أحمد يونس البطريق(1994) التأثير الاجتماعي للدراما الأجنبية في التلفزيون المصري, الهيئة العامة للكتاب, القاهرة, مصر.
13. محمد محمود مصطفى (2004) الإعلان الفعال: تجارب محلية ودولية, دار الشروق للنشر والتوزيع, عمان, ط 1.
14. عبد الهادي عبد المطلب(2018) الصورة في الوصلات الإشهارية, الاتحاد الإشتراكي المغرب

المراجع بلغات أجنبية

- .1 Dowining, D, Bazagan, S (1991) Image and ideology in modern postmodern Discourse, N, Y.
- .2 Jamal ElOUAFA (2014) vieillir en terre étrangère mourir en terre natale, Publication de la faculté des lettres et des sciences humaines de Rabat, Maroc .
- .3 René Hugghe (1965) les puissances de l'image, Edition Flammarion

إستراتيجيات الإعلام الإسلامى فى مواجهة التحديات الدعوية

من وجهة نظر أساتذة الإعلام بجامعة السودان للعلوم

والتكنولوجيا

**Islamic Information Strategies Facing The Propagating
Challenges From The Point Of View Of Information
Lecturers Of Sudan University For Sciences And Technology
In The Period From January 2021 Up To January 2022**

صالح موسى على موسى

أستاذ مساعد - بكلية علوم الإتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

مستخلص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إستراتيجيات الإعلام الإسلامى لمواجهة تحديات الدعوة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأستخدمت الدراسة المنهج الوصفى التحليلى وأداة الإستبانة للكشف عن وجهات نظر الباحثين وإشتملت الدراسة على مقدمة وثلاثة محاور، المحور الأول إستراتيجيات الإعلام والمحرور الثانى إستراتيجيات الإعلام الإسلامى والمحرور الثالث الدراسة الميدانية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات أهمها: أكدت الدراسة من خلال إجابات الباحثين بأن هنالك رؤية واضحة لوسائل الإعلام فى الدول الإسلامية وتتمتع بوضوح الرسالة والغاية والقيم الثابتة، كما أكدت الدراسة أن هنالك خطط مرحلية بعيدة المدى. وكشفت الدراسة بأنه لا توجد إدرات إستراتيجية للمؤسسات الإعلامية فى الدول الإسلامية. وأكدت الدراسة بأن تسلط الحكومات الإسلامية على وسائل الإعلام هو سبب ضعف الوسائل الإعلامية فى مواجهة التحديات الدعوية. وكشف الدراسة بنسبة عالية بأن ارتفاع صوت الجماعات المتطرفة هو من المعوقات فى مواجهة التحديات الدعوية. وأتضح من خلال الدراسة بأن الصراع الحضارى والغزو الثقافى والفكرى والعولمة والإنفصام الفقهي فهى من أسباب ضعف الإستراتيجية الإعلامية الإسلامية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها السعى لتوحيد الرؤية والرسالة والغاية والقيم وإبراز الجواب الإيجابية فى تاريخ المسلمين وفق ثوابت محددة ودقيقة ومترجمة بكل اللغات. والقيام بدراسات تحليلية وفق رؤى إستراتيجية لتحليل البيئة الداخلية والخارجية لوسائل الإعلام فى الدول الإسلامية. ووضع خارطة مسار مرحلية لتحقيق أهداف الدعوة عبر وسائل تمتاز بالعالمية من حيث الإنتاج الإعلامى والتصميم والبيث والنشر والتوزيع. ووضع إستراتيجية لجميع علماء المسلمين فى جميع التخصصات العلمية والإدارية والإقتصادية لدراسة مكنونات القرآن وإعجازة فى نواحي الحياة وتصديرها للاخرين بدلاً من أن تثبت ما توصلوا إليه بأنه موجود قبل ألف وأربعمائة عام فى القرآن الكريم، فلماذا لا نبادر نحن ونحل المشاكل وفق القرآن الكريم والسنة النبوية وتكون وسائلنا لديها المبادرات بدلاً من تلقيها الإكتشافات من وسائل الإعلام الأخرى.

study Abstract

This study aimed at knowing the Islamic Information Strategies in facing propagating challenges from the point of view of information lecturers of Sudan University for Sciences and

technology, and the study used the analytic descriptive methodology and the means of questionnaire to discover the points of view of the examined, and the study included an introduction and three axis :

The first axis is the information strategies. The second axis is the Islamic information strategies and the third axis is the field study.

The study achieved a number of results and recommendations, the most important of them is:

The study, through the replies of the examined assured that there is a clear vision for the means of information in Islamic Countries and the study assured that the domination of Islamic governments over the means of information is the cause of weakness in facing the propagating challenges .The study also discovered, in a high rate , that the high sound of the extremist groups is one of the obstacles in facing the propagating challenges and it was made clear from the study that the civilization and the cultural conflict and intellectual invade and the globalization and the schizophrenial jurisprudence , these are of the causes of the weakness of Islamic information strategy . The study also concluded with a number of recommendations most important of which is striving to unite the vision, the message , the aim , the values and presentation of positive sides in the history of Muslims according to limited , accurate stables translated to all languages .

مقدمة

من المهم أن نعرف أن الدراسات الإعلامية قائمة علي الدراسات النفسية والاجتماعية بدرجة كبيرة ، ثم بعد ذلك تأتي الدراسات السياسية والاقتصادية وبقية أنواع الدراسات في المجالات الإنسانية المختلفة ؛ لأنها في النهاية تتعلق بسلوك الإنسان وتأثراً وتأثيراً أداءً أو تفاعلاً .

وقد ظهرت مجموعة من النظريات الإعلامية في هذا الإطار في مجال الإعلام وفي العلاقات العامة وفي الرأي العام وفي الاتصال السياسي وفي الإعلام الدولي وبقية حقول الإعلام وفي التعامل مع وسائل الإعلام ، وظهر التخطيط الإستراتيجي كعلم من علومالتخطيط المستقبلي الذي يتعامل مع الواقعالمستقبل معاً فق رؤية قابلة للتحقيق ورسالة ذات غايات وقيم واهداف بعيدة المدى ومرحلةوسياسات مرنة قابلة للتعديل

وتحليل لواقع مبنى على العلمية والعملية ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للكشف عن إستراتيجيات وسائل الإعلام الإسلامي ودورة في التصدي لتحديات الدعوة.

أهداف البحث:-

- التعرف على استراتيجيات وسائل الإعلام ارفى الدول الإسلامية.
 - الوقوف على النظم التطبيقية والرؤى الإستراتيجية المحددة فى مجال إدارة المؤسسات الإعلامية
 - توضيح المعوقات التى تواجه وسائل الإعلام الإسلامى.
 - التوصل إلى معالجة القضايا واستقلال المتاح من الموارد لتسخيرها فى مواجهة التحديات الدعوية
- التساؤلات : ماهية الإعلام الإستراتيجى ؟ ما الإعلام الإسلامى وما هى المعوقات التى تواجهه فى المجال الدعوى؟ ماهى أكثر الوسائل الإعلامية التى تتصدى لتحديات الدعوة ؟ وإستخدمت الدراسة المنهج الوصف التحليلى وأداة الإستبانة لجمع المعلومات.

المحور الأول : إستراتيجيات الإعلام

للاستراتيجية مفاهيم متعددة تناولها العديد من الباحثين فى الشئون الإستراتيجية، و بطبيعة الحال يتوقف المعنى المقصود بالإستراتيجية على التعريف الذى يتم قبوله لها فمن الناحية اللغوية يمكن تعريف كلمة الاستراتيجية بأنها , خطة أو سبيل للعمل, الذى يمثل أهمية دائمة للمنظمة ككل. (1)

وقد حاول بعض الباحثين تفسير هذا المفهوم بهدف إيضاح أبعاده الأساسية والتي تتمثل فى

(1). محمد حسين أبو صالح , التخطيط الاستراتيجي القومي، مطابع العمل المحدوده -الخرطوم- طبعة الأولى، 2011م ص:53

1. أن الاستراتيجية ما هي الا وسيلة لتحقيق غاية محددة وهي رسالة المنظمة في المجتمع . كما انها قد تصبح غاية وتستخدم في قياس المستويات الادارية الدنيا داخل المنظمة . و عليه فانه لا يمكن لاية منظمة ان تستخدم المفهوم الاستراتيجي الا في ظل امتلاكها لرسالة واضحة و محددة تحديدا دقيقا⁽²⁾.

2. ان الاستراتيجية تهدف الى خلق درجة من التطابق والتي تتسم بالكفاءة العالية بين عنصرين وهما:

أ.خلق درجة من التطابق بين اهداف المنظمة objectives وبين غاية المنظمة purpose اي غرضها حيث لا تتمكن المنظمة من ان تعمل في ظل وجود حالة من التناقض بين الاهداف والغايات التي تعمل على تحقيقها .

ب.. خلق درجة من التطابق بين رسالة المنظمة واهدافها والبيئة التي تعمل فيها. والاستراتيجية تصف طرق تحقيق المنظمة لاهدافها مع الاخذ في الاعتبار التهديدات والفرص البيئية والموارد والامكانيات المالية لهذه المنظمة وهذا المفهوم انما يشتمل على ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر بدرجة كبيرة على الاستراتيجية وهي البيئة الخارجية و متغيراتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية

الموارد والامكانيات الداخلية والقوة والقيم الاهداف التي تحددها المنظمة وتسعى لانجازها ضمن اطار زمني محدد وهذا يتطلب الفهم و الدراسة والتحليل المستمر للبيئة التي تعمل فيها المنظمة.⁽³⁾

وفي ظل التطورات التي يشهدها العالم اليوم وعلى راسها ظاهرة العولمة و تحرير التجارة الدولية , وما تبع ذلك من تغيير في القوانين والنظم واللوائح الدولية التي تحكم الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية وظهور الشركات متعددة الجنسيات ذات القدرات التنافسية العالمية. وفي ظل ما شهده العالم من تطور في الفكر الانساني خاصة فيما يتعلق بالتخطيط الاستراتيجي والذي كان له الاثر الاكبر في النهضة التي

2) مؤيد سعيد سالم وعادل حرحوش ، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي (عمان ، جدار للكتاب العالمي وعالم الكتب - 2006م) ص130
(3) فلاح حسن عداي الحسيني ، الادارة الاستراتيجية(دار النشر والتوزيع الاردن ، عمان الطبعة الثانية)، ص20.

يشهدها العالم اليوم، والتي يجسدها بروز العملاق الأمريكي، الولايات المتحدة، وظهور ما يسمى بالجيش الأصفر، دول النمور الآسيوية، فإن التناقس ومواجهة التحديات لا يمكن أن تتم إلا عبر الإدارة الاستراتيجية والفكر الإنساني⁽⁴⁾.

مفهوم التخطيط الاستراتيجي للإعلام :

هنالك إجماع على أهمية التخطيط الاستراتيجي للإعلام الذي أصبح سمة تعرف بها الدول المتقدمة والمتحضرة مما يميزها من غيرها، والتخطيط الاستراتيجي للإعلام علم قديم ولكن وصل إلينا متأخرا ولا زلنا نتعثر في خطواته الأولى ونتوغل فيها برفق على أمل أن نتواصل الجهود للسير على الدرب للوصول لعلم الاستراتيجية بشكله الحديث، ويقوم مفهوم التخطيط الاستراتيجي على تحقيق السيطرة الإعلامية وتوفير السند المطلوب لتحقيق المصالح الوطنية الاستراتيجية بما يشمل ذلك من القدرة على أحداث تأثير أساسي في الجمهور العالمي عبر بلورة أهداف استراتيجية يتم من خلالها تحقيق بناء فكري أساسي وأحداث تغييرات فكرية وذلك من خلال استنفاء العناصر الأساسية الخمسة (تحديد المداخل الإعلامية المناسبة والتراكمات المعلوماتية المنظمة والارسال الاستراتيجي الذي يصل إلى الجمهور المستهدف بلغته وبالجودة العالمية وذلك بغرض مواجهة التحديات على البيئة المحلية والإقليمية والعالمية ويتضمن تحقيق التنافسية الإعلامية العالمية وامتلاك القوة الاستراتيجية الإعلامية¹

عناصر الإعلام الاستراتيجي :

إن خارطة المسار الاستراتيجي تحدد المصالح الوطنية الاستراتيجية كما تحدد كافة نقاط الضعف والمهددات التي تعترض تحقيق تلك المصالح على هذه الخلفية ينطلق التخطيط الاستراتيجي للإعلام حيث

² محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، م السودان للعملة، الخرطوم، رقم الإيداع 2008/87، ط الخامسة.

يصوب اهداف استراتيجية مباشرة نحو القضايا الاستراتيجية لذلك نجد ان هنالك خمسة عناصر للاعلام
الاستراتيجي وهي :³⁵⁾

المدخل الاعلامي .

تحليل البيئة من منظور اعلامي .

تحليل سلوكي نفسي .

تحليل اقتصادي .

تحليل سياسي .

تحليل قانوني .

تحليل تاريخي .

أهمية الاستراتيجية

اصبح التنافس الحضاري وازدهار التراث الثقافي قوة متنامية في محيط العلاقات واتسعت افاق و تزايدت
و تداخل و توازن المصالح في جميع مجالات الحياة ونمت الشركات الدولية وانتشرت الشركات المالية
العالمية و تدفقت المعلومات التقنية و اتسع التبادل المعلوماتي بمعدلات لم تعرفها البشرية من قبل. (1)

التخطيط الإستراتيجي:

توجد عدة تعريفات للتخطيط فهو عملية فكرية تنتقل بحركة مدروسة بانسجام مع الواقع التطبيقي بحيث
تسبقه بالتحليل وتصور المعالجات بنظرة متجددة ومنطورة تنطوي علي الإبداع والمعالجات والتماثل لكل
جديد ، وتتطلب هذه العملية جملة استحضارات من القضايا الأساسية في التفكير والعمل ، يقع في المقدمة
منها الهدف المطلوب تحقيقه ثم تحديد الوسائل المستخدمة ثم تحديد الظروف الثابتة نسبياً والظروف

¹. هشام عبد الله الغريبي ، الإدارة الاستراتيجية (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2010م)، ص 24-36

الموضوعية المتحركة التي يكون أحد الجوانب منها مفاجئاً ، أما الاستراتيجية هي فن الاستخدام الواقعي للوسائل الموضوعية تحت تصرف القائد العسكري لتحقيق أهداف الحرب ، فهي تعني فلسفة الاستخدام الأمثل للموارد في تحقيق الأهداف.

التخطيط الاستراتيجي هو: عملية اختيار أفضل الوسائل، وتنسيقها، وإدارتها، لتحقيق الأهداف القومية للدولة، على المستوى الاستراتيجي.⁶

ويقصد أيضاً بالتخطيط الاستراتيجي : عملية اتخاذ قرارات ووضع أهداف واستراتيجيات وبرامج زمنية مستقبلية وتنفيذها ومتابعتها.⁷

ويرى المسلمي على : إن التكامل الاستراتيجي في توجهات الإدارة إنما يعتبر شرطاً جوهرياً للكفاءة والفاعلية ، و تعويضاً عن حالات التشتت والتنافر أو عدم التنسيق بين السياسات والقرارات. و سوف يتوقف نجاح الإدارة في تكوين تلك المنظومة الاستراتيجية الجديدة على مدى إدراكها لأهمية وجود الإدارة الإستراتيجية و اقتناعها بضرورة الإعتماد على استراتيجية واضحة و متكاملة من أجل التعامل مع عناصر بيئة الأعمال المعقدة.⁸

القيادة و تحقيق الأهداف الإستراتيجية:-

تأتي أهمية القيادة الفعالة في توفير المناخ التنظيمي الملائم التي تسمح للمنظمة بتحقيق أهدافها.⁹

فعلى القائد أن يثبت في أفكاره حتى يسهل تحقيقها ومع شيء من الجهد ولا يراه مرئوسية وأن يكون عاى مستوي عالي من الاحترام وقد يحقق أهدافه من خلال القدرة على ممارسة القيادة الاستراتيجية

وليم.ب. كوانت، عقد القرارات، ترجمة عبد الكريم ناصف (دمشق: بدون اسم ناشر 2004) ص 128. ⁶

⁷ / محمد الصيرفي /التخطيط الاستراتيجي /ص94 / مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع 144ش طيبة - سبورتنج

⁸ / المسلمي علي / السياسات الإدارية في عصر المعلومات ،(دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع 1995م) ص 211

/ اسماعيل محمد السيد/ الإدارة استراتيجية المكتبة العربي الحديثة 1999م.ص224⁹

وذلك من اتخاذ قرار , تحليل , دراسة البيئة الدولية و المحلية , التخطيط الإستراتيجي ثم القدرة على التنظيم و التغيير الاستراتيجي وفرض الشعور بالخوف¹⁰ .

التفكير الاستراتيجي :

هناك العديد من التعريفات التي اطلقت الى الفكر الاستراتيجي منها ماورد بالمنهل: (التفكير الاستراتيجي نوع من التفكير المنطقي المتسلسل الذي يركز على الوصول الى الهدف المحدد مسبقاً كما و كيفاً وزمناً ومكاناً عن طريق خطوات متتابعة و يضع في الاعتبار النظرة الشاملة للبيئة المحيطة بالمشروع وجميع عناصر النجاح المتوقعة و كذلك المبادئ والقيم و الغايات والمصادر و الموارد وكل المهارات اللازمة لتحقيق هذا الهدف بالجودة المطلوبة في الزمن المتوقع)¹¹

التغيير الإستراتيجي :

ويعني التغيير الإستراتيجي بالقضايا الرئيسية طويلة الأجل التي تشغل المؤسسة وهو خطوة نحو المستقبل ولذلك يمكن تعريفه بصفة عامة بمصطلح - الرؤية الإستراتيجية - ويشمل هدف المؤسسة ورسالتها وفلسفتها المشتركة عن النمو والجودة والابتكار والقيم التي تخص العاملين واحتياجات الفئات المستفيدة والتقنيات المستخدمة ، ويقودنا هذا التعريف الشامل إلى تحديد مواصفات المراكز التنافسية جانب تدعيم هذه الأهداف بالسياسات التي تخص التسويق والمبيعات والتصنيع ومعالجة وتطوير المنتجات والتمويل وإدارة شؤون الأفراد⁽¹²⁾ .

المحور الثاني : إستراتيجيات الإعلام الإسلامي :

يقوم الإعلام الإسلامي علي أساس من الخير الشامل الذي لا يستطيع اي مذهب من المذاهب الأخلاقية الإعلامية أن يكفله مبراً من الإنسانية ، أو الاستجابة لنوازح الأهواء الدعائية سياسياً أو دينياً ذلك أن الإعلام الإسلامي ينهل من الأخلاق المثلي التي وضعها الإسلام لتحقيق الخير المحض للإنسان في كل زمان ومكان ، كما تمتاز نظرية الإعلام الإسلامي بأنها صالحة لكل الشعوب في كل زمان ومكان لا إرهاب فيها ولا إعنات " .

مهما يكن من شرح فنحن إذا استعرضنا وسائل الاتصال بالجماهير في عهد الرسول صلي الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين فسنجد أفواها تأثيراً في النفوس وأعظمها نجاحاً في الترويج للقسيمة التي جاء بها الرسول ما لا يقل عن تسع وسائل نذكرها مرتبة حسب أهميتها علي الوجه الآتي: ⁽¹³⁾

القرآن الكريم

الحديث الشريف والخطبة النبوية

القدوة الحسنة من جانب الرسول والصحابة أجمعين

الاتصال الشخصي والجمعي وهو اقوي وسائل الإعلام قديماً وحديثاً .

أسلوب القصص ، وهو وسيلة إعلامية ظهرت أو ما ظهرت في القرآن الكريم ، ثم ظهرت علي أيدي نفر ممن دخلوا الدين الجديد أطلق عليهم اسم (القصاصين) وكان لهذه الوسيلة أعهد الأثر في تعلق المسلمين بهذا الدين ، ثم ميدان الجهاد من أجل نشر هذا الدين .

مواسم الحج أو مواطن التجمعات الإسلامية أوسع نطاق ، وقد كانت هذه المواسم أشبه بالمؤتمرات الإسلامية الكبرى أو ، الأسواق العامة .

الغزوات التي نظر إليها البحث علي أنها وسيلة إعلامية أوجبها القرآن لنشر الإسلام .

العلاقات الإنسانية .

¹³ عبد اللطيف حمزة ، الإعلام في صدر الإسلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، بدون طبعة 1970م ، ص 42 - 43

القصيدة الشعرية .

الأسس الفنية للعلاقات العامة الإسلامية ¹⁴

فإن الإسلام قد وضع أسساً بفضل التزامها بتحقيق العلاقات العامة الإسلامية وسنري هذه الأسس في القرآن الكريم . وسنراها بالقول والعمل في حياة الرسول صلي الله عليه وسلم ، ومن هذه الأسس :-
الأخلاق الحسنة : لقوله تعالى : (ولا تستوي الحسنة ولا السيئة أدفع بالتي هي أحسن ، فإذا الذي بينك وبينه عداوة كأنه ولي حميم " فصلت (34) . وقوله تعالى : (وإذا حييتم بتحية فحيوا بأحسن منها أو ردوها) النساء الآية(86) ويقول : (أكمل المؤمنون إيماناً أحسنهم أخلاقاً الموطئون أكنافاً ، الذين يألفون ويؤلفون ، ولا خير فيمن لا يألّف ولا يؤلّف" (1) ..

الرحمة : وقد أراد الإسلام أن يطبع الناس بصفة الرحمة حتى تمتلئ قلوبهم خيراً وبراً ، وتفيض علي الدنيا رجاءً وأملاً ، فالله رب هذا الدين هو الرحمن الرحيم ، وهو الذي وسع كل شئ رحمة وعلماً ، وسبقت رحمته غضبه . (وجعل الرحمة مائة جزء ، فأمسك عنده تسعة وتسعون جزءاً ، وأنزل في الأرض جزءاً واحداً ، فمن ذلك الجزء يتراحم الخلق ، حتي ترفع الفرس حافرها عن ولدها خشية أن تصيبه) (2) .

المساواة وإلغاء العصبية : جاء الإسلام ديناً لجميع البشر ، لا يفرق بين عربي ولا عجمي ، ولا غني وفقير ولا بين كبير وصغير ، فالكل أمام الله سواسية " يأيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثي وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا ، إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير " الحجرات الآية (13) .

الحلم والعفو والتواضع : الحلم والعفو والتواضع من الصفات التي علمها النبي صلي الله عليه وسلم لأصحابه والتي حث عليها القرآن الكريم لقوله تعالى " وسارعوا الي مغفرة من ربكم وجنة عرضها السموات والأرض أعدت للمتقين . الذين ينفقون في السراء والضراء كاظمين الغيظ والعافين عن الناس والله يحب المحسنين " آل عمران الآية (133) .

¹⁴ عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 190 - 213

(1) أخرجه أبو داؤود في سننه ، الجزء الخامس ، كتاب رقم 34 حديث رقم 4682

(2) أخرجه البخاري ، في كتاب الأدب ، مجلد رقم 10 ، حديث رقم 6000

العدل والوفاء بالعهد : أمر القرآن الكريم بالعدل في الحكم ، والعدل في الشهادة ، والعدل في القصاص ، والعدل في كل شيء ، وكل أمر من أمور وأحوال المسلمين ، قال تعالى " إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات الي أهلها و إذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل " النساء الآية(58)

التشريعات المبينة للحدود والحلال والحرام : كان من أهم أسس العلاقات العامة الإسلامية تلك الشرائع التي نزلت من عند الله سواء في القرآن الكريم أو في السنة ، فهذه الشرائع وحدت المسلمين ، فليس أشياء لعامة الناس وأخري لخاصتهم .

ومن شرائع الإسلام التي تربط بين المسلمين أيضاً وتجعل علاقاتهم حسنة، تلك الأحكام التي تحرم الغيبة والنميمة والكذب ، والبهتان ، وتلك الحدود المبينة للحلال والحرام .

المتغيرات الأساسية في تجاوب المدعو للدعوة ⁽¹⁵⁾

تتكون العناصر الرئيسة للنشاط في مجال الدعوة من:

الداعي- الرسالة أو الدعوة - المدعو - وسيلة الدعوة - والظروف المحيطة بالدعوة .

فلا بد من تفهم درجات التكامل والتفاضل والترابط السلبي والإيجابي بين هذه العناصر والمقومات ، كما لا بد من تفهم التداخلات وأدوارها ، وخاصة في عمليات ترجمة وإعادة الرسالة من فكرة أو نظرية لدي الداعي الي تعبير أو رمز ، ثم مرة أخري الي فكر ، أو نظرية لدي المدعو .

إن نظريات التعليم ونظريات الإدراك ، ونظريات القيادة ، ونظريات الدوافع والاتصالات الشخصية والعامة ونظريات متعددة وتشغل الكثير من الأبحاث في العلوم النفسانية والاجتماعية والسياسية والإدارية ، ولكنها جميعاً تجتمع معاً في النشاط في ميدان الدعوة لتكون تشابكاً من نوع فريد له خصائصه ومقوماته ، والذي يعتمد في تشكيله النهائي علي موضوع الدعوة ، إن التفهم والكلي لهذا التشابك لهو الوسيلة الأساسية

(1) محمد حامد سليم ، المتغيرات الأساسية في تجاوب المدعو للدعوة ، المصدر : الندوة العالمية ، الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية بين النظرية والتطبيق ، الرياض 1399 هـ - 1979م ص 84

لتحقيق النتائج التفاعلية بين الداعي والمدعو ، وأن توليد حركي من أصحاب الدعوة ليتطلب دراسات متكاملة في هذه الفروع ، بالإضافة الي الدراسات الضرورية في رسالة الدعوة .

من هذا الإطار المتكامل يقوم البحث إستعراضاً لعنصر هام من عناصر الدعوة وهو " المدعو " ، يقوم البحث المدعو ككائن organism يمر بمجال Field يتعرض فيه لأحداث متعددة .

والعناصر الأساسية التي يتكون منها هذا الكائن هي شخصية ومراحل النضوج ، والإطار الذهني والاحتياجات الأساسية ، أما الحقل الذي يمر فيه الكائن فهو البيئات الاجتماعية والمادية ، والأحداث ، أما أن تكون عابرة ، أو تساعد علي إعادة تشكيل الكائن (أو الحقل الذي يمر فيه) .

والدعوة بالنسبة للمدعو هي حدث ، ويتوقف نجاح الداعي في دعوة علي أن يجعل من الدعوة حدثاً فعالاً . ولتحقيق هذه الفاعلية لابد من أن يساعد الداعي المدعو علي الالتزام بالدعوة عن طريق التنبؤ ، أما الوسائل البديلة للالتزام عن طريق السلطة أو المناولة فهي تؤدي في النهاية الي الفشل . وهناك عمليات تكون الخطوات التي تؤدي الي الالتزام أو رفضه ، وتشمل : الاتصالات التفاعل ، التحريك ، التكيف ، التذكية ، الإدراك ، التوازن ، التعلم ثم الالتزام .

محددات سلوك المدعو أولاً : الشخصية وتتكون من :

(أ) عناصر أساسية Constitutional مثل الجنس والسن والتكوين الجسماني والعضوي .

(ب) عناصر البيئة ، ترجع الي المجتمع والبيئة الطبيعية والثقافية .

(ج) الأدوار الشخصية .

(د) الأحداث المؤقتة¹⁶

وجوب الدعوة الجماهيرية في الإسلام :¹⁷

¹⁶ محمد حامد سليم ، المتغيرات الاساسية في تجاوب المدعو للدعوة ، مرجع سابق ، ص 86 - 87 - 88
¹⁷ محمد زين الهادي العرجابي - الدعوة الإسلامية الشمول والاستيعاب - مطابع السودان للعملة بالخرطوم ط 2005 م ص 22-25

هنالك نوع آخر تجب عليه الدعوة وجوباً عينياً ، أيضاً ما نسميه بالدعوة الجماهيرية وقلنا الجماهيرية لأنها تستخدم ما يخاطب الجماهير العريضة من الناس ، هذا النوع يشمل كل وسائل الإعلام الجماهيرية المتمثلة في الصحف والإذاعات الفضائيات وشبكات المعلومات Internet .

هذه الوسائل تبث الدعوة وتنتشرها بأدواتها المختلفة للتعرف علي الناس بالإسلام وتعلمهم إياه ، حتى لا يبقى علي وجه الأرض من لا يعرف الإسلام ، وذلك لأن الإسلام جاء منهج حياة للناس كافة " وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً " .

ونفس هذا المعني كان يعلنه النبي صلي الله عليه وسلم " نفسه قائلاً : (والذي نفس محمد بيده لا يسمع بي أحد من هذه الأمة يهودي ولا نصراني ، ثم يموت ولم يؤمن بالذي أرسلت به إلا كان من أصحاب النار) . ذلك هو حكم الدعوة الإسلامية ، وقد تبسط فيه قليلاً لأهميته ولكثرة اختلاف الناس فيه وسؤالهم الدائم الملح : هل الدعوة واجبة أم غير ذلك ؟ : وما خلا ما ذكرنا ، فإن الدعوة تكون واجبة وجوباً كفاً لو قام به بعض المسلمين يسقط الوجوب عن الباقيين ، وقد حصرت ذلك في التخطيط المرسوم أمامك ليسهل عليك الإطلاع عليه وتجميعه في ذهنك (أنظر الشكل) .

مقسم لتقسيم الدعوة من ناحية الوجوب إن نجاح الوسائل في مجال الدعوة في مجال الدعوة يجعلها تتناول الإسلام في محاور مختلفة عبر متخصصين في مجال الفكر السياسي والإقتصادي والإجتماعي وفقه الأحوال الشخصية ومجالات الفكر عموماً، ويجب أن تكون كل هذه البرامج تفاعلية حتى ينفعل المتلقى معها ولكن الواقع هو خلاف ذلك فوسائل الإتصال الجماهيرية لاترحب بذلك لأنها تدرك أن جمهور كرة القدم هو أكثر بعشرات الأضعاف من جمهور برامج الدعوة كما أن المختصين في هذه المجالات قد يعوزهم التأصيل الكافي للتصدي لقضايا الفكر الإسلامي ، وهذا ما جعل المنهج الدعوي يواجه مشكلات في إطار وسائل الاتصال الجماهيرية.

كما أن هذه الوسائل هي الأخرى غير متاحه للجميع ، فمعظم دول العالم الإسلامي فقيرة وهي لاتملك جميعها الفضائيات ولاهي قادره على التفاعل مع ما يبث عبر الوسائل المختلفة لأن الأولويات لديها أمر تدبير الرزق⁽¹⁾ إن سبل وسائل الإعلام سواءً مقراء أو مسوعة أو مرئية الإهتمام فقط بخطاب الطليعة من المفكرين والدعاة تجعلها قبلة غير مقبولة لعامة الناس المدعويين والذي يشكلون الأغلبية العظمى لذلك هذا الإنفصام بين وسائل الإعلام وعامة المسلمين هو خلل في المنهج الذي تقوم به الدعوة من ناحية وخلل البرمجة الإعلامية من ناحية أخرى تفتقد بذاك وسائل الإتصال الجماهيري تفاعلية مع المدعويين ، وقد تحدث الشيخ الفوزان عن فائدة هذه الوسائل قائلا: (وجدت وسائل تستخدم الدعوة اليوم لم تكن موجودة من قبل مثل مكبرات الصوت والإذاعات والصحف والمجلات ووسائل الإتصال السريع والبث الفضائي فهذه تسمى وسائل يستفاد منها في الدعوة).¹⁸

المحور الثالث:

الدراسة الميدانية:

تناولت في هذا المبحث تحليل الإستبانة وتفسيرها وفق وجهة نظر أساتذة الإعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وكانت العينة تتكون (11) مفردة يمثلون جميع التخصصات في كلية علوم الإتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا:

جدول رقم (1) يوضح نوع المبحوثين

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	7	63.6%

¹⁸ على عيسى عبد الرحمن-الحركة الإسلامية السودانية في ظل التحديات الإستراتيجية المعاصرة،السودان ، الخرطوم مطبعة الخيل للطباعة 2009م ص،47،48

أنثي	4	%36.4
الجملة	11	%100

يتضح من خلال هذا الجدول أن عدد الذكور أكثر من الإناث حيث بلغ (64%) مما يعني أن طبيعة العمل والحركة الدؤوبة تتطلب الذكور . وعليه فإن النسب موضوعية من الناحية العملية حسب رؤية الباحث وصغر حجم الكلية.

جدول رقم (2)

يوضح الفئات سنوات الخبرة

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
5 - 3	2	%18.4
10 - 6	3	%27.2
15 - 11	3	%27.2
15 فأكثر	3	%27.2
الجملة	11	%100

جدول يوضح فئة المبحوثين من حيث الخبرة وهي تتناسب والفئات مع الفئات المحددة من الإساتذة الذين يتفاعلون مع وسائل الإعلام.

جدول رقم (3) يوضح وظيفة المبحوثين

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
معيد	1	%9.1
محاضر	6	%54.5
دكتور	4	%36.4
الجملة	11	%100

هذه الدرجات العلمية وفق المؤهلات.

جدول رقم (4) يوضح تخصص للمبجوثين

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
إذاعة	2	%18
صحافة ونشر	2	%18
علاقات عامة وإعلان	3	%27
تصوير وسينما	3	%27
وسائط متعددة	1	%9
الجملة	11	%100

هذه التخصصات تتميز من الكليات الأخرى بوجود قسم الوسائط المتعددة والتصوير والسينما.

جدول رقم (5) يوضح الرؤية الإستراتيجية لوسائل الإعلام الإسلامية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	0	0
أوافق	3	27.3%
أوافق لحدما	5	45.7%
لاأوافق	1	9%
لاأوافق بشدة	2	18%
الجملة	11	100%

من الجدول أعلاه معظم المبحوثين بنسبة بلغت 45.7% أنهم يوافقون لحدما ما يدل على أن معظم وسائل

الإعلام الإسلامية ليس لها رؤية إستراتيجية واضحة ومعلومة تجاه مواجهة التحديات الدعوية

جدول رقم (6) يوضح تمتع وسائل الإعلام الإسلامية بوضوح الرسالة والغاية والقيم الثابتة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	2	18%
أوافق	5	45.7%
أوافق لحدما	1	9%

لأوافق	3	%27.3
لأوافق بشدة	0	0
الجملة	11	%100

من خلال الجدول أعلاه أكد غلبية المبحوثين وضوح الرسالة والغاية والقيم الثابتة بأعلى نسبة حيث
%45.7 موافقون و%18 موافقون بشدة.

جدول رقم (7) توجد لوسائل الإعلام الإسلامية رسالة بعيدة المدى

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	2	%18.3
أوافق	3	%27
أوافق لحدما	2	%18.3
لأوافق	3	%27.4
لأوافق	1	%9
الجملة	11	%100

جاءت النسب في هذا الجدول متقاربة وشبه متساوية مع تفاوت ميزان الإيجابية .

جدول رقم (8) يوضح الخطط المرحلة لوسائل الإعلام الإسلامي

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	1	%9
أوافق	5	%45.7
أوافق لحدما	1	%9

لأوافق	3	%27.3
لأوافق بشدة	1	%9
الجملة	47	%100

فى هذا الجدول غالبية المبحوثين يؤكدون وجود خطط مرحلية.

جدول رقم (9) يوضح دور وسائل الإعلام الإسلامى فى الرد على الوسائل المعادية

البيان	التكرار	النسبة المئوية
موافق بشدة	0	0
موافق	7	%63.6
غير لحدما	1	%9
لا أوافق	2	%27.4
لا أوافق بشدة	1	%9
الجملة	11	%100

فى هذا من خلال النسب المئوية غالبية المبحوثين يؤكدون فى دور وسائل الإعلام الإسلامى فى الرد على وسائل الإعلام المعادية للدعوة.

جدول رقم (10) يوضح مدى إدراك إدارات الوسائل الإعلام الإسلامى للتحديات الإستراتيجية

النسبة المئوية	التكرار	تتمتع وسائل الإعلام الإسلامى بإدارات إستراتيجية
0	0	موافق بشدة
%27.3	3	موافق
%9.4	1	أوافق لحدما
%63.3	7	لا أوافق
0	0	لا أوافق بشدة
%100	11	الجملة

من خلال الجدول أعلاه يؤكد غالبية المبحوثين عدم إدراك إدارات الوسائل الإعلامية فى الدول الإسلاميه للتحديات الإستراتيجية.

جدول رقم (11) يوضح إمتلاك وسائل الإعلام الإسلامى بنية تحية للنشر وابث والتوزيع

النسبة المئوية	التكرار	البيان
18.2%	2	موافق بشدة
18.2%	2	موافق
18.2%	2	أوافق لحدما
45.4%	5	لا أوافق
0	0	لا أوافق بشدة
100%	11	الجملة

من خلال الجدول اعلاه تقارب النسب فى إمتلاك الوسائل الإعلام الإسلامية لبنية تحتية بالرغم من أن نسبة لأوافق هي أعلى نسبة .

جدول رقم (12) يوضح تميز وسائل الإعلام الإسلامى بالخطاب العالمى

النسبة المئوية	التكرار	البيان
0	0	موافق بشدة
45.4%	5	موافق
27.3%	3	أوافق لحدما

لا أوافق	2	%18.2
لا أوافق بشدة	1	%9.1
الجملة	11	%100

من خلال الجدول أعلاه يؤكد معظم المبحوثين بأن وسائل الإعلام الإسلامي تتميز بالخطاب العالمي.

جدول رقم (13) يوضح وجود كوادر مؤهلة ومدربة فى وسائل الإعلام الإسلامى

النسبة المئوية	التكرار	البيان
0	0	موافق بشدة
%27.4	3	موافق
%36.3	4	أوافق لحدما
%36.3	4	لا أوافق
0	0	لا أوافق بشدة
%100	11	الجملة

من خلال هذا يؤكد معظم المبحوثين بضعف الكوادر الإعلامية الإسلامية

جدول رقم (14) يوضح ضعف التمويل

النسبة المئوية	التكرار	البيان
%9.1	1	أوافق بشدة
%45.4	5	أوافق
%27.3	3	أوافق لحدما

لا أوافق	2	18.2%
لا أوافق بشدة	0	0
الجملة	11	100%

من خلال هذا يؤكد غالبية المبحوثين بأن هنالك ضعف في تمويل الوسائل الإعلامية في معظم الدول الإسلامية.

جدول رقم (15) يوضح إمتلاك وسائل الإعلام الإسلامي تقنيات البث والنشر والتوزيع والتصميم

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	1	9.1%
أوافق	7	63.6%
أوافق لحدما	1	9.1%
لا أوافق	2	18.2%
لا أوافق بشدة	0	
الجملة	11	100%

من خلال هذا الجدول يتضح أن معظم المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الإسلامية تمتلك تقنيات البث والنشر والتوزيع.

جدول رقم (16) يوضح مدى ضعف الحريات والسياسات فى الدول الإسلامية

النسبة المئوية	التكرار	البيان
36.3%	4	أوافق بشدة
36.3%	4	أوافق
18.3%	2	أوافق لحدما
9.1%	1	لا أوافق
	0	لا أوافق بشدة
100%	11	الجملة

من خلال الجدول أعلاه يؤكد المبحوثين بأن الحريات والسياسات فى العالم الإسلامى ضعيفة.

جدول رقم (17) إرتفاع صوت الجماعات المتطرفة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	5	45.4%
أوافق	5	45.4%
أوافق لحدما	1	9.2%
لا أوافق	0	0
لا أوافق بشدة	0	0
الجملة	11	100%

من خلال الجدول أعلاه يؤكد المبحوثين بأن إرتفاع صوت الجماعات المتطرفة أكبر المعويات في مواجهة التحديات الدعوية..

جدول رقم (18) تسلط الحكومات الإسلامية على وسائل الإعلام وتوجيهها وفق سياساتها.

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	4	36.4%
أوافق	4	36.4%

أوافق لحدما	3	%27.2
لا أوافق	0	0
لا أوافق بشدة	0	0
الجملة	11	%100

من خلال الدول أعلاه أكد المبحوثين بأن الحكومات الإسلامية تتسلط على وسائل الإعلان وتوجهها وفق سياساتها.

جدول رقم (19) يوضح أثر الصراع الحضارى والغزو الثقافى والفكرى والعولمة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	5	%45.4
أوافق	3	%27.3
أوافق لحدما	2	%18.2
لا أوافق	1	%9.1
لا أوافق بشدة	0	0
الجملة	11	%100

أكد المبحوثين من الجدول أعلاه أن الصراع الحضارى والغزو الفكرى والعولمة هية من المعوقات الأساسية
فالإعلام الإسلامى فى مواجهة التحديات الدعوية.

جدول رقم (20) يوضح الإنفصام بين الفقة والواقع

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	5	%45.5
أوافق	4	%36.3
أوافق لحدما	2	%18.2
لا أوافق	0	0
لا أوافق بشدة	0	0
الجملة	11	%100

يؤكد غالبية اتمبحوثين بأن الإنفصام الفهى وتشعب المسلمين طوائف وجماعات هو من المعويات
الأساسية لمواهة التحديات الدعوية.أما إجابة المبحوثين على الإسئلة عن الوسائل الإعلامية الإسلامية
المقررة والمسموعة وامرئية والإلكترونية فجاءت فى الإجابات التالية:

الصحف والمجلات:أكد المبحوثين بأن الصحف والمجلات الإسلامية ذات التأثير فى مواهة التحديات
الدعويةهى:

- صحيفة الدعوة الإسلامية. - صحيفة الصراط المستقيم - صحيفة البصائر الجزائرية. - النور الإسلامي - مجلة البيان - مجلة الفكر الإسلامي مجلة الوعي الإسلامي - مجلة رابطة العالم الإسلامي - مجلة الرسالة - الإسلام اليوم - العالم الإسلامي

أما الإذاعات فهي:

القرآن الكريم السعودية والسودانية - إذاعة نداء الإسلام السعودية - إذاعة البصيرة - إذاعة حياة أف أم الأردنية - إذاعة القرآن الكريم دولة قطر -

أما القنوات والفضائيات فهي:

قناة الرسالة الإسلامية - قناة المجد - الرسالة - إقرأ - البصيرة - الإرث النبوي - فور شباب - المنال.

أما المواقع الإلكترونية فهي:

إسلام أون لاين - الإتحاد الإسلامي لعلماء المسلمين - البصائر نت - النور المبين - موقع الدكتور راغب السرجاني - أخوان أون لاين - الإسلام اليوم

النتائج :

لقد توصلت الدراسة من خلال إجابات المبحوثين إلى النتائج التالية:

1. أكدت الدراسة من خلال إجابات المبحوثين بأن هنالك رؤية واضحة لوسائل الإعلام في الدول الإسلامية وتتمتع بوضوح الرسالة والغاية والقيم الثابتة.، كما أكدت أن هنالك خطط مرحلية بعيدة المدى .
2. كشفت الدراسة بأنه لا توجد إدرات إستراتيجية للمؤسسات الإعلامية في الدول الإسلامية.
3. تأكد من خلال الدراسة ضعف البنية التحتية لوسائل الإعلام الإسلامية.

4. كشفت الدراسة عن تميز الخطاب الإسلامي العالمي لوسائل الإعلام الإسلامية.

5. إتضح من خلال الدراسة ضعف الكوادر المدربة والمؤهلة العاملة في وسائل الإعلام الإسلامي. وكذلك ضعف التمويل.

6. أكدت الدراسة بأن وسائل الإعلام الإسلامي تمتلك تقنيات البث والنشر والتوزيع والتصميم.

7. أكدت الدراسة بأن تسلط الحكومات الإسلامية على وسائل الإعلام هو سبب ضعف الوسائل الإعلامية في مواجهة التحديات الدعوية.

8. كشف الدراسة بنسبة عالية بأن إرتفاع صوت الجماعات المتطرفة هو من المعوقات في مواجهة التحديات الدعوية.

9. أتضح من خلال الدراسة بأن الصراع الحضاري والغزو الثقافي والفكري والعولمة والإنفصام الفقهي فهي من أسباب ضعف الإستراتيجية الإعلامية الإسلامية.

التوصيات

وبناءً على هذه النتائج نوصى بالآتي:

1. السعى لتوحيد الرؤية والرسالة والغاية والقيم وابرار الجوابت الإيجابية فى تاريخ المسلمين وفق ثوابت محددة ودقيقة ومترجمة بكل اللغات.

2. القيام بدراسات تحليلية وفق رؤى إستراتيجية لتحليل البيئة الداخلية والخارجية لوسائل الإعلام فى الدول الإسلامية .

3. وضع خارطة مسار مرحلية لتحقيق أهداف الدعوة عبر وسائل تمتاذ بالعالمية من حيث الإنتاج الإعلامى والتصميم والبث والنشر والتوزيع.

4. وضع إستراتيجية لجميع علماء المسلمين فى جميع التخصصات العلمية والإدارية والإقتصادية لدراسة مكنونات القرآن وإعجازة فى نواحى الحياة وتصديرها للآخرين بدلاً من أن نثبت ما توصلوا إليه بآنة موجود قبل قبل ألف وأربعمائة عام فى القرآنالكريم، فلماذا لانبادر نحن ونحل المشاكل وفق القرآن الكريم والسنة النبوية وتكون وسائلنا لديها المبادرات بدلاً من تلقىها الإكتشافات من وسائل الإعلام الأخرى.

5. معالجة قضايا الخلاف الفقهى وتقريب واجهات النظر بين الطوائف الإسلامية وتوحيد أهل القبلة وفق رؤى إستراتيجية مرحلة تنفيذ عبر لجان متخصصة.

المصادر والمراجع:

(1). محمد حسين أبو صالح , التخطيط الاستراتيجي القومي, مطابع العمله المحدوده -الخرطوم- طبعة

الأولى، 2011م

(2) مؤيد سعيد سالم وعادل حرحوش ، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي (عمان ، جدار للكتاب

العالمي وعالم الكتب - 2006م

(3) فلاح حسن عداي الحسيني ، الادارة الاستراتيجية(دار النشر والتوزيع الاردن , عمان الطبعة

الثانية ،) ص20.

4. محمد حسين ابو صالح ، التخطيط الاستراتيجي القومي ، م السودان للعملة ، الخرطوم ، رقم الايداع

2008/87م ، ط الخامسة

⁵. هشام عبد الله الغريبي ، الإدارة الاستراتيجية (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2010م)،

⁶1. وليم.ب. كوانت، عقد القرارات، ترجمة عبد الكريم ناصف (دمشق: بدون اسم ناشر 2004).

⁷ / محمد الصيرفي /التخطيط الاستراتيجي /ص94 / مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع 144ش

طبية . سبورتنج

⁸ / المسلمي علي / السياسات الإدارية في عصر المعلومات ،(دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع

1995م)

⁹ / اسماعيل محمد السيد/ الادارة استراتيجية المكتبة العربي الحديثة 1999م.

10. عبدالكريم بكار - مقال تحت عنوان المناعة الفكرية / موقع الوحدة الإسلامية - نشر 2004/7/22

11.. أحمد فهمي جلال ، إدارة التغيير والصراع، د ط ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، 2007م،

¹² عبد اللطيف حمزة ، الإعلام في صدر الإسلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، بدون طبعة 1970م ،

¹³ عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ،

¹⁴ محمد حامد سليم ، المتغيرات الأساسية في تجاوب المدعو للدعوة ، المصدر : الندوة العالمية ،

الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية بين النظرية والتطبيق ، الرياض 1399هـ - 1979م

¹⁵ / محمد زين الهادي العرجابي - الدعوة الإسلامية الشمول والاستيعاب - مطابع السودان للعملة

بالخرطوم ط1 2005م

16. على عيسى عبد الرحمن-الحركة الإسلامية السودانية في ظل التحديات الإستراتيجية

المعاصرة،السودان ، الخرطوم مطبعة الخيل للطباعة ،2009م

دور شبكة الانترنت في محو الأمية التكنولوجية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة في ظل التعليم عن بعد

The Role Of The Internet In The Erasing Of Educational Technological Illiteracy For People With Special Needs In Light Of Distance Education

د. وهيبة بشريف، أستاذ محاضر ب

جامعة غليزان

المخلص:

إن التطور الكبير لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ساهمت في بروز العديد من الوسائل الإلكترونية، التي سهلت عملية الاتصال والتواصل، فلم يعد الزمكان يشكل عائق يحول دون وصول الرسائل المختلفة، حيث تمخض عن الحرب الباردة وسيلة الإنترنت، التي انبهر بها العالم، وذلك من خلال تقديمها لخدمات متنوعة، قصرت الجهد والوقت.

حيث أصبحت هذه الوسيلة تستخدم في المنظومة التعليمية، وذلك مسايرة للمستجدات التكنولوجية الحديثة، التي خلقت ما أصبح يعرف بالأمية التكنولوجية أو الرقمية، هذا المفهوم الجديد الذي لم يعد يقتصر على فئة كبار السن، بل طال كل شرائح المجتمع، من بينها فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، التي لا بد عليها الآن، أن تتعلم التقنيات الإلكترونية الحديثة خاصة التعليمية، سواء في التعليم العادي أو التعليم الإلكتروني، من أجل محو الأمية الرقمية التعليمية، مما سبق الحديث عنه، نطرح الإشكال التالي: كيف تساهم شبكة الإنترنت في محو الأمية التكنولوجية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة في ظل التعليم الإلكتروني؟

ولإجابة على إشكالية هذه الورقة البحثية، سوف نركز على البناء المفاهيمي لأهم المتغيرات، والتعريح على مسار انتقال مفهوم ذوي الاحتياجات الخاصة، وكذا الأساليب التقنية المستخدمة في المنظومة التعليمية لتلك الفئة، ومن ثم التطرق إلى مساهمة الإنترنت في محو الأمية الرقمية التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة، و منه تفعيل المنظومة التعليمية لفئة الاحتياجات الخاصة في ظل التعليم الإلكتروني، ونخلص بأن هذه الشبكة، تساهم عبر مواقعها المتنوعة و برامجها المختلفة في تمكين ذوي الاحتياجات الخاصة من محو الأمية التكنولوجية خاصة في التعليم من جهة، ومن جهة أخرى تجعلهم يتكيفون مع البيئة الرقمية الجديدة، التي فرضت على المجتمعات، و هذا من شأنه أن يدمج هذه الفئة في المجتمع، ويفعل دورهم فيه، وذلك بالاستفادة من طاقاتهم الكامنة.

الكلمات المفتاحية: الإنترنت، ذوي الاحتياجات الخاصة، محو الأمية التكنولوجية، التعليم عن بعد، التعليم الإلكتروني.

Summary:

Keywords: Keywords: the Internet, with special needs, literacy and technological literacy and education, education, e-education.

the great development of information and communication technology, have contributed to the emergence of many electronic means, which facilitated the process of communication and networking, no longer journey constitutes an obstacle to access different messages, resulting from the cold war as a means of the Internet, which was impressed by the world, by providing a variety of services, failed effort and time.

As this has become the means used in the educational system, in line with technological developments and modern, which created what has become known as the technological

illiteracy or digital divide, this new concept that is no longer confined to the elderly, but all segments of society, including the category of special needs that must now learn techniques of modern electronic commerce for education, both in regular education or e-education, for digital literacy education, which had already been talk about, ask the following forms: How to contribute to the Internet in literacy and educational technological disabled guests in education remained email?

تتضمن الدراسة المحاور التالية:

المحور الأول: البناء المفاهيمي.

المحور الثاني: ذوي الاحتياجات الخاصة و الأساليب التقنية التعليمية.

المحور الثالث: مستلزمات التعليم عن بعد وفوائده.

المحور الرابع: وسائل التعليم الالكتروني: بين محو الأمية التكنولوجية التعليمية و بين تفعيل المنظومة التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة.

أولاً: البناء المفاهيمي:

1.1. ذوو الاحتياجات الخاصة: عرّفت هيئة الأمم المتحدة ذوي الاحتياجات الخاصة بأنهم " الأشخاص الذين يُعانون حالة دائمة من الاعتلال الفيزيائي أو العقلي في التعامل مع مختلف المُعوّقات والحواجز والبيئات، ممّا يمنعمهم من المُشاركة الكاملة والفعّالة في المُجتمع بالشكل الذي يضعهم على قَدَم المُساواة مع الآخرين".⁽¹⁾

2- المعاقون : وهم فئة من الفئات الخاصة أو من ذوي الاحتياجات الخاصة وتندرج تحت هذا المصطلح جميع فئات ذوي العوق مثل: المعاقين بصريا ، المعاقين سمعيا ، المعاقين عقليا ، المعاقين جسديا ، المعاقين تواصليا ن المعاقين نفسيا ومتعددي العوق ، إلى غير ذلك من أنواع العوق.⁽²⁾ و عرف المعاق على أنه " الشخص الذي يختلف عن المستوى الشائع في المجتمع في صنعه، أو قدرة شخصية، سواء كانت ظاهرة كالشلل و بتر الأطراف وكف البصر أو غيره ، ظاهرة مثل الإعاقة العقلية والصم والإعاقة السلوكية والعاطفية".⁽³⁾

2.1. الإنترنت: تعتبر الإنترنت " شبكة عالمية ناتجة عن عملية تعاون ومشاركة لعدة أطراف، حيث أن مستقبل الإنترنت مرتبط ب: مؤسسة الإنترنت" (I.S.O.C) التي أنشئت بأمريكا مطلع 1992، وأهم لجنة تقنية بها **Internet Architecture Board** التي يترأسها بصفة شبه دائمة أمريكيون ".⁽⁴⁾

¹ http://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%B0%D9%88%D9%8A_%D8%AB5%D8%A9.25-01-2017.15:38.

² مجاني باديس، **صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في التلفزيون الجزائري لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية في الاتجاهات،** أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في صحافة، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2014-2015، ص ص 118، 119.

³ فوزية عبد الله ال علي، **مدى تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام في دولة الإمارات: دراسة ميدانية على الصم والبكم،** ملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة حول " الإعلام و الإعاقة: علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة"، البحرين، 6-8 مارس 2007.

⁴ فضيل دليو، وآخرون، **التحديات المعاصرة: العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة: فعاليات اليوم الدراسي الأول لمخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة،** جامعة منتوري، 2002، ص 10.

وقد أطلق العديد من المصطلحات على الإنترنت، منها " الطريق السريع للمعلومات **Les autoroutes de l'information**، وهو عبارة عن شبكة اتصالات بعيدة من الألياف البصرية الضوئية، تؤمن الاتصالات بين شبكات المواصلات الدولية والمحلية، وكان أول من استعمل كلمة الطريق السريع للمعلومات "البيروغوز" في أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية بنسبة 1992 عندما أعلن عن مشروعه لأحياء الاقتصاد الأمريكي.⁽⁵⁾

3.1. محو الأمية التكنولوجية التعليمية: تعرف التقنيات التكنولوجية التعليمية الخاصة لذوي الاحتياجات الخاصة **Assistive Technology** على حسب **IDEA 1997** بأنها «أي مادة أو قطعة، أو نظام منتج، أو شيء معدل أو مصنوع وفقاً للطلب بهدف زيادة الكفاءة العلمية والوظيفية لذوي الاحتياجات الخاصة، ويكاد يجمع المتخصصون في هذا المجال على هذا التعريف الذي يشير إلى أن مسمى التقنيات التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة لا يقتصر فقط على التقنية بمفهومها، ولكنه يعني أي مادة تستخدم لتعليم هذه الفئة.⁽⁶⁾

ومنه محو الأمية التكنولوجية التعليمية قصد بها، التعامل مع كل وسائل التعليم الالكترونية الرقمية، وتشمل مختلف الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة، التي تقدمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات أو الوسائل الالكترونية.

4.1. التعليم عن بعد: يعتبر التعليم عن بعد "تمط تعليمي جديد في نظامه وطرائق تدريسيه وأساليب إدارته وبرامجه، والذي لا يخضع إلى إشراف مباشر من قبل التدريسيين من خلال تواجدهم الفعلي مع الطلبة، ويعتمد نظامها على كافة الوسائط والتكنولوجيات التي يتم التعليم من خلالها عن بعد".⁽⁷⁾

وعرف التعليم عن بعد بالعديد من المصطلحات نذكر منها: التعلم بالمراسلة **Correspondence**، "التعليم المفتوح"، "التعلم المرن" (**Flexible learning**)، و "التعليم المبني على شبكة الويب" (**Web based learning**).⁽⁸⁾

ثانياً: ذوي الاحتياجات الخاصة والأساليب التقنية التعليمية:

1.2. مسار مفهوم وي الاحتياجات الخاصة:

ظَهَرَ مُصْطَلَحُ الْإِحْتِيَاجَاتِ الْخَاصَّةِ فِي تِسْعِينَاتِ الْقَرْنِ الْعَشْرِينَ لِحَلِّ مَحَلِّ الْوَسْمِ (مُعَاقٍ) ، وَالَّذِي يُعْرَفُ بِهِ أَوْلَئِكَ الَّذِينَ ابْتَلَاهُمْ اللَّهُ بِعَجْزٍ كُلِّيٍّ أَوْ جُرْئِيٍّ فِي الْقُدْرَاتِ الْجَسْمِيَّةِ أَوْ الْعَقْلِيَّةِ نَتِجَةَ نَقْصِ خَلْقِي. وَ يُفَضَّلُ التَّرْبِوِيُّونَ مُصْطَلَحَ الْإِحْتِيَاجَاتِ الْخَاصَّةِ لِرَفَّةِ تَعْبِيرِهِ وَبُعْدِهِ عَنِ تَضْمِينِ الْمَضَامِينِ وَالْمُصْطَلَحَاتِ السَّلْبِيَّةِ الْمُتَمَثِّلَةِ بِالْعَجْزِ وَالْإِعَاقَةِ وَغَيْرِهَا مِنَ الْمَفَاهِيمِ الْمُتَفَرِّةِ، وَتَعْنِي الْإِحْتِيَاجَاتُ الْخَاصَّةُ تَمَيُّزَ فِتْنَةٍ مِنَ

⁵ أنطوان نجيم، موسوعة المعارف الكبرى، {د، ب}، دار نوبليس، 2003، م4، ص82.

⁶ <http://kenanaonline.com/users/elfaramawy/posts/153731.31-01-2017.11:39>.

⁷ القاسم شادي محمود حسن ، مهارات استخدام قواعد المعلومات الإلكترونية في المكتبات، ط1، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 2009، ص177.

⁸ دياب مفتاح محمد ، قضايا معلوماتية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007، ص ص118، 119.

المُجْتَمَعِ أو أفرادٍ لهم احتياجاتٌ تختلفُ عن احتياجاتِ باقي المُجْتَمَعِ لِعوزِ لَدَيْهِمْ في السُّلُوكَاتِ أو التَّعْلِيمِ أو النَّشَاطَاتِ الفِكْرِيَّةِ أو الحركيَّةِ أو غير ذلك، ممَّا يضطرُّهم للاعتمادِ على برامجٍ أو أدواتٍ أو أجهزةٍ أو مُسَاعِدَاتٍ لِنْتِلبِيَّةِ احتياجاتهم للقيامِ بوظائفهم الطبيعيَّةِ بصورةٍ شبيهةٍ طبيعيَّةٍ، وتتنوَّعُ الحاجاتُ حسبَ ظرفِ الحالةِ وطبيعتها لتشمَلَ المُعَوَّقِينَ، والموهوبين، والمرضى، والحوامل، والمُسِنَّينَ، وأصحابِ النَّشُوْهَاتِ الخَلْقِيَّةِ".⁽⁹⁾

في المقابل، ظهرت مجموعة من المصطلحات الأجنبية للدلالة على ذوي الاحتياجات الخاصة، نذكر:

- معجم أكسفورد التاريخي (The Oxford English Dictionary) إشارة إلى أن مصطلح (Crippled) أستخدم بمعنى من يحرم جزئياً أو كلياً من أحد أطرافه أو يعوق (وبمعنى يعيق) وأيضاً للدلالة على الإصابة بالشلل.

- مصطلح (Disabled) والذي ورد بمعنى غير قادر أو مصاب بعجز أو فاقد للأهلية.

- مصطلح (Handicapped) والذي إقتصر إستخدامه على معنى واحد وهو الشخص المعوق، سواء جسدياً أو عقلياً، ولا يزال إلى الآن يستخدم بمعنى معوق.

- مصطلح (Exceptional Individuals) الأفراد غير العاديين) وهم الأفراد الذين ينحرف أدائهم عن الأداء الطبيعي، إما فوق المتوسط أو أقل منه، بحيث تصبح هناك حاجة ضرورية لبرامج خاصة بهم.

- مصطلح Those Of Special Needs هو المصطلح المقابل والأنسب للمصطلح (ذوي الاحتياجات الخاصة) في اللغة العربية، والذي شاع إستخدامه في الأدبيات العربية المتصلة بالموضوع في التسعينات من القرن العشرين.⁽¹⁰⁾

تشير الإحصائيات إلى تنامي أعداد ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تقدر بعشرة في المائة، أي أكثر من ستمائة وخمسون مليون نسمة من بين مجوع سكان العالم، كما أشارت لها إحصائيات الأمم المتحدة، وتعد هذه أكبر أقلية في العال، ويوجد 80 % منهم في المجتمعات النامية.⁽¹¹⁾

و تشير الإحصائيات المتوفرة حالياً إلي وجود أكثر من 500 مليون معاق في العالم، وأن هذا العدد وصل عام 2000 ليصبح 600 مليون معاق تقريباً.⁽¹²⁾

الإعاقة على أنها مشكلة فردية، ويجب على المعاق أن يحاول أن يتغلب على إعاقته من خلال المعالجات الطبية في أغلب الأحيان.⁽¹³⁾

2.2. ذوي الاحتياجات الخاصة وبدايات استخدام التكنولوجيات الحديثة في التعليم:

⁹ http://mawdoo3.com/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D9%81%D8%A7%D9%84_%D8%B0%D9%88%A7%D8%B5%D8%A9.25-01-2017.15:39.

¹⁰ <http://www.almayadeen.net/articles/blog/36603/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%B0%D9%88%D9%D8%B5%D8%A9.25-01-2017.15>

¹¹ علي بن شويل القرني، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، 2008، م 20، ص 485.

¹² <http://www.assakina.com/rights/rights-people-special-needs/23218.html.01-02-2017.11:25>.

¹³ علي بن شويل القرني، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية، ملتقى السابع حول "الإعلام والإعاقة: علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة"، الجمعية الخليجية للإعاقة، البحرين، 6-8 مارس 2007.

أشارت الدراسات التربوية إلى أن أولاً استخدام للحاسوب في مجال التربية والتعليم لذوي الإعاقة السمعية كان سنة 1970 من قبل المكتب التربوي الأمريكي، حيث أنشئ قسم للدراسات بجامعة " ستانفورد " وأظهرت الدراسات إلى زيادة مهارات التلاميذ ذوي الإعاقة السمعية، كما أكدت على أهمية إتقان المعلمين والأخصائيين في علاج عيوب النطق باستخدام الحاسوب وبعض البرامج في مساعدة وتسهيل التواصل بين التلاميذ الصم والمعلم.

كما أنه يساعد على نقل بعض الظواهر الحقيقية للتلاميذ الصم الذين يعتمدون على حاسة البصر أكثر والتي، خاصة الظواهر التي يصعب مشاهدتها لبعدها المكاني أو لندرة حدوثها ببيئتهم، وهذه العملية المتمثلة في استخدام الكمبيوتر في التعليم تدخل في إطار عملية التعليم.

استخدم الكمبيوتر في عام 1993 لتعليم الصم والبكم في سورية " لقدر خبراء الأمم المتحدة أن ربع سكان أي مجتمع محلي يتأثرون تأثير مباشر بالعجز عن طريق الوقت والموارد التي ينفقها أفراد الأسرة لرعاية المعوقين أما في البلدان النامية لا يستطيع الانتفاع من الخدمات الصحية سوى شخص واحد من كل عشرة أشخاص "، حيث توظيف استخدام الحاسوب التعليمي في مجال التعليم فظهر ما يسمى بالحاسوب التعليمي الذي يوفر فرصاً تعليمية حقيقية للطلبة العاديين وغير العاديين، وقد أدت طرق الاتصال التكنولوجية الحديثة لبعض من ذوي الإعاقة السمعية إلى إزالة حواجز الاتصال اللغوي بينهم مع غيرهم من الناس وبطريقة فعالة.(14)

3.2. الأساليب التقنية لتعليم ذوي الاحتياجات الخاصة:(15)

1.3.2. الأساليب التقنية لتعليم ذوي الإعاقة البصرية:

المكفوفين: لقد تعددت أشكال وأساليب رعاية الطلبة ذوي الإعاقة البصرية لدمج هذه الفئة في مدارسها وذلك من خلال الآتي:

- المناهج الدراسية

- مركز مصادر التعلم: توفير آلة بركينز، استخدام الأدوات والأجهزة للتنقل المستمر ، استخدام المكبرات، تكبير الكتب الدراسية، استخدام أقلام ذات الخط الأسود الغامق الكبير أثناء الكتابة، استخدام الورق ذات اللون الأصفر الكريمي المطفي، استخدام مصباح الطاولة للقراءة والكتابة (حيث يتم تزويد طاولة الطالب بهذا النوع من المصابيح لضمان وضوح الرؤية للقراءة والكتابة، استخدام المسطرة القرائية) (يقوم بتصميمها اختصاصي التربية الخاصة أو المعلم، حيث يستخدمها الطالب في القراءة ، استخدام جهاز تكبير المطبوعات.

2.3.2. الأساليب التقنية لتعليم ذوي الإعاقة السمعية:

¹⁴ <http://kenanaonline.com/users/elfaramawy/posts/153731.31-01-2017.11:39>.

¹⁵ <http://kenanaonline.com/users/elfaramawy/posts/153731.31-01-2017.11:39>.

يعتبر موضوع طرق وأساليب تعليم الطلبة ذوي الإعاقة السمعية من الموضوعات الرئيسية في ميدان التربية الخاصة، ولتسهيل عملية دمج هذه الفئة من خلال توظيف بعض التقنيات التعليمية في تعليمهم وهي: استخدام جهاز عرض الصور المعتمة (الفانوس السحري: هو من الأجهزة الحديثة المخصصة لعرض الصور المعتمة عن طريق المرآة العاكسة، حيث يؤدي إلى خدمات تفيد الطالب ذوي الإعاقة السمعية فيقوم هذا الجهاز بتكبير الصور المعتمة والرسومات والخرائط وغيرها.

- جهاز العرض الرأسي (الأوفرهيد): وقد يستخدم المعلم هذا الجهاز بعرض بعض الرسومات والصور المصممة على الشفافيات لعرضها.

- جهاز عرض الشفافيات (الاسلايد بروجيكتور): يعتبر هذا الجهاز من الأجهزة العلمية التي شاع استخدامها مؤخراً في مدارسنا وذلك لسهولة تشغيلها من ناحية وسهولة إنتاج البرامج الخاصة بها من ناحية أخرى والتي يمكن للمعلم إنتاجها بنفسه.

- التلفزيون التعليمي: يعتبر التلفزيون التعليمي من الوسائل التي وُظفت لتعليم ذوي الإعاقة السمعية فيتميز الأسلوب التعليمي التلفزيوني بالجمع بين عدد من الحواس والتي تشكل أدوات لإدخال المادة التعليمية كحاسة البصر التي يعتمد عليها الطفل الأصم وبقية حاسة السمع بالنسبة لضعيف السمع. وإن نجاح استعمال التلفزيون كأداة تعليمية يتوقف في كفاءة المعلم ومهاراته في طريقة وكيفية استخدام واختيار الوقت والموقف المناسب.

- تدريب بعض المعلمين على كيفية استخدام المعينات السمعية المتطورة في غرفة الصف.

لقد أدى التطور التكنولوجي في مجال المعينات السمعية إلى اكتشاف أجهزة متطورة كجهاز (FM) الذي يقوم الطالب بلبس السماعه، وعلى المعلم أن يرتدي بقية الجهاز مع الميكروفون كما هو موضح في الصورة ، وقد تم تدريب بعض المعلمين على كيفية استخدامه، وأهميته للطالب المعاق سمعياً حيث يقوم بتوصيل الصوت مباشرة من المعلم إلى الطالب.

3.3.2. الأساليب التقنية لتعليم ذوي الإعاقة الذهنية: بعض الأجهزة التعليمية في الفصول الدراسية وهي: جهاز العارض فوق الرأس، جهاز الفيديو.

4.3.2. الأساليب التقنية لتعليم ذوي الإعاقة الحركية: إن الإعاقة الحركية قد تفرض قيوداً على مشاركة الطفل في النشاطات المدرسية ، و بدون تكييف الوسائل والأدوات التعليمية وتعديل البيئة المدرسية والصفية قد تؤدي إلى نواقص في العملية التعليمية، لذا وضعت تقنيات ساهمت في تعليم فئة ذوي الإعاقة الحركية، ما يلي:

تزويد المدارس الحديثة بمصاعد كهربائية يستخدمها الطالب المعاق حركياً في تنقلاته بالمدرسة .

العمل على تخصيص الفصل الدراسي للطالب المعاق حركياً في الطابق الأرضي للمدارس التي لا يوجد بها مصاعد كهربائية .

عمل منحدرات في المدارس القديمة لسهولة تنقل المعاق حركياً بيسر

التعاون مع بعض إدارات المدارس على توفير بعض الأدوات والأجهزة والمعينات مثل حامل الكتاب والأوراق واحزمه لربط بعض الطلبة في الكرسي نظراً لعدم توازنهم أثناء الجلوس، توفير بعض التقنيات التي تساعد في تنمية الحركات الدقيقة كالألعاب التعليمية الدقيقة.

ثالثاً: مستلزمات التعليم عن بعد وفوائده:

1.3. مستلزمات التعليم عن بعد: إن التعليم الإلكتروني من النظم التي أفرزتها الاتجاهات الحديثة لتكنولوجيا التعليم ما يسمى بالتعليم الإلكتروني، والذي " يعتمد على توظيف الحاسب والإنترنت والوسائل التفاعلية المتعددة بمختلف أنواعها في عملية التعليم، أن التعليم الإلكتروني يشير إلى الاعتماد على التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى التعليمي للطلبة بطريقة كفؤة وفعالة".⁽¹⁶⁾

- الحاسب الآلي: من بين الوسائل التي يعتمد عليها في التعليم الإلكتروني، وهو عبارة عن " جهاز إلكتروني، له قدرة فائقة على تخزين البيانات بصورة يسهل استرجاعها".⁽¹⁷⁾

- البريد الإلكتروني: وهو من بين أهم الوسائل التي يتم الاعتماد عليها، و الذي يتم فيه استقبال الملفات الخاصة بالتسجيلات الطلاب، إضافة إلى الاتصال معه و إمدادهم بالدروس وآخر الأخبار الجديدة والإعلانات.

- الموقع الإلكتروني: يعد من بين الآليات الاتصال والتواصل بين ادارة التعليم عن بعد وبين الطلاب.

- المكتبة الافتراضية: Virtual library

خلق التعليم عن بعد ضرورة لاقتناء الكتب والوثائق بمختلف أشكال ومن أي مكان، بحيث أن " المكتبة الحديثة جزء لا يتجزأ من مؤسسات التعليم والتعلم، فقد تضاربت الآراء على تاريخ ظهور مصطلح المكتبة الإلكترونية، حيث رصد هذا الأخير في " عنوان تسجيله عام 1979، وفي مستخلص آخر عام 1977 بمرصد LISA، أما مرصد ERIC أورد تسجيله عام 1971".⁽¹⁸⁾

وعلى المستوى العربي تم رصد أول ظهور لمصطلح " المكتبة الإلكترونية" في عام 1995، أما مصطلح " المكتبة الرقمية" فقد ظهر أول مرة في عنوان عرض لمحاضرة "جيمس بيلنجتون" في 1995.⁽¹⁹⁾

2.3. فوائد التعليم عن بعد:

-يستطيع التعليم عن بعد التحقيق من عزلة الكليات والمدارس الثانوية الريفية، ويستطيع معالجة النواقص المتوقعة من المعلمين في تلك المجتمعات عن طريق ربطها بالمصادر التي تزودنا بالتربية.

-يستطيع التعليم عن بعد أن يحسن من نوعية التربية بتسريع عملة نقل المعلومات ما بين المصادر التي تزودنا بالتعليم ومستقبلي التعليم.⁽²⁰⁾

-الملائمة : حيث يوفر التعليم عن بعد الملائمة بين المحاضر والطالب.

¹⁶ سامي قريشي، " جودة التعليم الإلكتروني في التعليم العالمي كأحد متطلبات عصر المعرفة مع الإشارة لجهود الجامعة الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جوان 2015، جامعة تبسة، ص 222.

¹⁷ رامي سعيد، المكتبة والحاسبات الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 19.

¹⁸ عماد عيسى صالح محمد، المكتبات الرقمية: الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص ص30-31.

¹⁹ عماد عيسى صالح محمد، المرجع نفسه، ص ص33-36-37.

²⁰ <http://www.tvet-portal.net.10-09-2016.20:14>.

- المرونة : يتيح التعليم عن بعد للدارس خيار المشاركة حسب الرغبة.
- التأثير والفاعلية أثبتت البحوث التي أجريت على نظام التعليم عن بعد انه يوازي أو يفوق في التأثير والفاعلية نظام التعليم التقليدي وذلك عندما تستخدم هذه التقنيات بكفاءة.
- الكثير من أشكال التعليم عن بعد لا تكلف الكثير من المال.(21)
- يساعد على سد الثغرات التي قد تنجم من نقص هيئة المدرسين في مؤسسة ما، و تساعد الطالب على زيادة من اعتماده على نفسه.(22)

رابعاً: دور وسائل التعليم الالكتروني: بين محو الأمية التكنولوجية التعليمية و بين تفعيل المنظومة التعليمية لذوي الاحتياجات الخاصة:
تكنولوجيا الاتصال التعليمي لذوي الاحتياجات الخاصة:

إن استخدام التكنولوجيا المتطورة في تعلم ذوي الاحتياجات الخاصة " ساعدت في تحقيق الأهداف المرسومة، فأثر هذه التكنولوجيا والتي يطلق عليها التكنولوجيا المساعدة، جعل من هؤلاء المتعلمين يحصلون على نفس نوعية التعليم التي يحصل عليها أقرانهم الأسوياء، وتقوم معظم أجهزة ومعدات وبرمجيات هذه التكنولوجيا بدعم عملية تعلم هؤلاء المتعلمين على اختلاف أنواع إعاقاتهم ".
تشمل تكنولوجيا ذوي الاحتياجات الخاصة " جميع الأدوات والمواد والأجهزة والبرمجيات التي تستخدم من أجل زيادة وتحسين القدرات الوظيفية والأدائية لدى ذوي الاحتياجات الخاصة، وتمكينهم من ممارسة نشاطاتهم التعليمية الاعتيادية بصورة فعالة ".

إن استخدام تكنولوجيا ذوي الاحتياجات الخاصة يعتمد بصورة أساسية على درجة الإعاقة لدى الطالب، فعندما " تكون درجة الإعاقة البصرية خفيفة يمكن استخدام تكنولوجيا مساعدة تعتمد على حاسة البصر بأشكال مختلفة كالتكبير، بينما عند بلوغ درجة الإعاقة حدها الأعلى لتصل إلى إعاقة بصرية حادة يصبح استخدام التكنولوجيا المساعدة السمعية الحل الأمثل لتقديم المادة التعليمية ".(23)

و من بين التقنيات الإلكترونية «Electronic Tech» الحاسب الآلي وبرامجه المختلفة، والتلفزيون التعليمي، والفيديو، ومسجل الكاسيت، وجهاز عرض البيانات Data Show والآلة الحاسبة وغيرها من الأجهزة الكهربائية والإلكترونية.(24)

نماذج من الأنظمة الحاسوبية الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة:(25)

1. أنظمة التمييز الصوتي:

²¹ <http://www.study-in-swiss.com.10-09-2016.20:16>.

²² <http://mawdoo3.com10-09-2016.20:17>.

²³ <https://sites.google.com/site/theusecomputrssipecialeducation/11.01-02-2017.11:24>.

²⁴ <http://kenanaonline.com/users/elfaramawy/posts/153731.31-01-2017.11:39>.

²⁵ <https://sites.google.com/site/theusecomputrssipecialeducation/11.01-02-2017.11:24>.

تعتمد أنظمة التمييز الصوتي على الميكروفون الذي يشكل أداة الإدخال التي تقوم مقام لوحة المفاتيح والفأرة، يعمل هذا النظام على أساس إعطاء الأوامر للحاسب من خلال الصوت بدلا من الفأرة ولوحة المفاتيح، يخدم هذا النوع من الأنظمة فئتين من ذوي الاحتياجات الخاصة وهما:

1. ذوي الإعاقات الجسدية ممن لا يتمكنون من استخدام أيديهم لسبب أو لآخر.

2. ذوي الإعاقات البصرية الحادة ممن فقدوا حاسة البصر كلياً أو بشكل كبير.

ولا يتطلب الأمر من هؤلاء المستخدمين سوى التحدث أمام الميكروفون بلغة واضحة، ليقوم البرنامج بترجمة ما ينطق به المستخدم وتحويلها إلى أوامر يقوم جهاز الحاسب بتنفيذها، هناك العديد من هذه البرامج والتي تمتاز بمجملها بسهولة التعامل وكذلك رخص ثمنها.

2. أنظمة التمييز البصري

تعتمد هذه الأنظمة على التكنولوجيا المساعدة التي تمكن المستخدمين من ذوي الإعاقات البصرية على استخدام الحاسب والتعامل مع برمجياته بشكل يتماشى مع احتياجاتهم الخاصة، هناك فئتين من ذوي الإعاقات البصرية:

- الفئة الأولى: فئة ضعيفي البصر:

سهلت التكنولوجيا المساعدة لهذه الفئة إمكانية استخدام الحاسب بشكل فعال، من خلال توفير حلول مناسبة لعملية استخدامهم، وفيما يلي عرض لنماذج من التكنولوجيا الخاصة بالحاسب التي تمكن هذه الفئة من استخدامه والاستفادة من إمكانياته.

1. شاشة العرض: هناك العديد من البرمجيات التي يمكن استخدامها من قبل ضعيفي البصر لتكبير حجم الأيقونات و الخط وكذلك المواد البصرية الأخرى، التي تظهر على شاشة العرض.

2. لوحة المفاتيح: تتوفر العديد من لوحات المفاتيح الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة، فهناك أنواع تحتوي على أزرار كبيرة الحجم تلبى احتياجات ذوي الإعاقات البصرية، وهناك أنواع تكون الأزرار فيها على درجة كبيرة من الحساسية ولا تتطلب جهداً من المستخدم للضغط عليها وإنما عن طريق اللمس، وهناك لوحات مفاتيح لمستخدمي اليد الواحدة وغير ذلك من الأنواع.

وهناك دراسة علمية نوقشت كرسالة ماجستير بجامعة الملك سعود «فاعلية برنامج حاسوبي في تعديل سلوك النشاط الزائد وخفض وقت التعديل باستخدام تصميم العينة الفردي لفئة التخلف العقلي البسيط»، وأثبتت نتائج الدراسة فاعلية البرنامج الحاسوبي في تعديل سلوك النشاط الزائد للأطفال المتخلفين عقلياً بدرجة بسيطة، كما ظهر أيضاً من نتائج الدراسة تحسن بعض السلوكيات المصاحبة لسلوك النشاط الزائد كتشتت الانتباه والاندفاعية وفرط الحركة.

كذلك أشارت دراسة (البغدادي 2003) إلى فاعلية البرمجيات التعليمية في تعليم القراءة والعصف الذهني للأطفال ذوي الإعاقات السمعية، هذا بالإضافة إلى وجود أعداد كبيرة من الدراسات الأجنبية التي أثبتت

فعالية التقنيات التعليمية المختلفة في علاج كثير من المشكلات السلوكية والنفسية للتلاميذ من ذوي الاحتياجات

أما من الناحية الأكاديمية فتؤدي هذه التقنيات التعليمية عمليات كثيرة من تسهيل توصيل وشرح المعلومة للتلاميذ ذوي الاحتياجات الخاصة والمساعدة في رفع مستواهم الأكاديمي، ومن الدراسات العربية في هذا الجانب دراسة (الدخيل 1421) التي أثبتت وأكدت الدور الإيجابي للوسائط المتعددة كتقنية تعليمية في تحسين النطق والكلام للأطفال المتخلفين عقلياً بدرجة بسيطة.⁽²⁶⁾

تطويع للوحة المفاتيح، وهو وضع أوراق لاصقة محفور عليها الأحرف بطريقة برايل للمعوقين بصرياً، وهناك تكبير الأحرف لضعاف البصر في الحاسوب وذلك يكون على ثلاثة أنواع كالتالي:

1- تكبير الأحرف على شاشة الحاسوب . برامج تكبير الأحرف على الشاشة موجود في " الويندوز " Windows لتيسير قراءة المكتوب على شاشة الحاسوب ، بالإضافة إلى الطباعة بالأحرف المكبرة و لوحة المفاتيح ذات أحرف مكبرة، بالنسبة للفأرة **mouse** تم تطوير فأرة تعمل بنظام برايل حيث يتم تحريك الفأرة على سطح منبسط يساراً ويميناً فتتحرك الإشارة على الشاشة من حرف إلى حرف محولة إياه إلى حرف برايل وعلى الفأرة نقاط ترتفع وتنخفض تحت أصابع القارئ المعوق بصرياً فيقرأ بأصابعه ما هو مكتوب على شاشة الحاسوب ويمكن تكبير النصوص على الشاشة ضمن برامج **Windows** وهناك برنامج تقريب النص **Zoom Text** وهو يقوم بتكبير حجم الأحرف حسب طلب المستفيد وكأنه يمسك بعدسة مكبرة وكذلك برنامج عدسة الحاسب الشخصي **PC Lens** .

استخدام برنامج **Omni - 1000** حيث لدى هذا النظام القدرة على المسح الضوئي من الكتب والصحف والمجلات وقراءتها بصوت واضح.⁽²⁷⁾

البريد الإلكتروني Email

تستخدم الانترنت كوسيلة لكل أشكال الاتصال بكافة أنماطه، الاتصال بين شخصين ، الاتصال بين شخص ومجموعة من الأفراد، والاتصال بين مجموعات من الأفراد، فوجدت حلقات المناقشة للمحاورة وتبادل الآراء والأفكار، ومن أهم وسائل هذا الاتصال البريد الإلكتروني **Email** الذي يسمح للمستخدمين إرسال الرسائل النصية والملفات من شخص لآخر عبر شبكة الانترنت، البريد الإلكتروني وسيلة اتصال لتبادل عناصر المعلومات بكافة أشكالها سواء كانت نصية أو جداول أو رسومات أو أصواتاً أو فيديو أو برامج حاسوبية كمرقات بالبريد الإلكتروني **Attached Files**، ومن ثم يعتبر استخدام البريد الإلكتروني لما يتميز به من إمكانيات كإحدى خدمات الانترنت أمراً مهماً لدعم التدريس لذوي الاحتياجات الخاصة وتواصلهم مع الآخرين.

²⁶ <http://kenanaonline.com/users/elfaramawy/posts/153731.31-01-2017.11:39>.

²⁷ http://almaidanyk22.blogspot.com/2009_12_01_archive.html.31-01-2017.10:41.

- مؤتمرات الفيديو **Video Conference**: جاءت مؤتمرات الفيديو كتطبيق عملي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال يتم في هذه التقنية استخدام كاميرات صغيرة توضع على أجهزة الحاسوب أو بجانبها ، لتقوم بتصوير ونقل الصور الحية والصوت لعرضها بشكل متزامن في مكان آخر، تتمثل فوائد مؤتمرات الفيديو التعليمية في:

1. سرعة عقد الاجتماعات التعليمية، فيستطيع أولياء الأمور والمعلمون والمسئولون عن تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة الاجتماع بذوي الخبرة في المجال والاسترشاد بأرائهم.
2. استضافة الخبراء المتخصصين في مجال تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة من جميع أنحاء العالم لمناقشتهم في خبراتهم وأبحاثهم العلمية.
3. توفير الوقت اللازم لنقل المعلومات والتعرف على الآراء والأفكار لمناقشتها عما إذا تم ذلك من خلال الوسائل التقليدية الأخرى.
4. انخفاض تكاليفها مقارنة بحضور الخبراء والمتخصصين ورواد التربية إلي أماكن الاجتماعات والمؤتمرات العلمية.(28)

قائمة المصادر والمراجع:

1- القواميس والموسوعات:

- أنطوان نجيم(2003)، موسوعة المعارف الكبرى، {د، ب}، دار نوبليس، م.4

2- الكتب:

- القاسم شادي محمود حسن (2009)، مهارات استخدام قواعد المعلومات الإلكترونية في المكتبات، ط1، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع.

- دليو فضيل ، وآخرون(2002)، التحديات المعاصرة: العولمة، الإنترنت، الفقر، اللغة: فعاليات اليوم الدراسي الأول لمخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، جامعة منتوري.

- دياب مفتاح محمد(2007) ، قضايا معلوماتية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.

- عماد عيسى صالح محمد(2006)، المكتبات الرقمية: الأسس النظرية والتطبيقات العلمية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

- رامي سعيد(2012)، المكتبة والحاسبات الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث.

3- الدوريات:

- بن شويل القرني_علي (2008) ، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، م 20.

²⁸ <https://hrdiscussion.com/hr16132.html>.25-01-2017.15:42.

- قريشي سامي (جوان 2015)، "جودة التعليم الإلكتروني في التعليم العالمي كأحد متطلبات عصر المعرفة مع الإشارة لجهود الجامعة الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، جامعة تبسة.

4- الأطروحات الجامعية:

- مجاني باديس (2014-2015)، صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في التلفزيون الجزائري لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية في الاتجاهات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في صحافة، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3.

5- المؤتمرات العلمية:

- بن شويل القرني علي (6-8 مارس 2007)، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية، ملتقى السابع حول "الإعلام والإعاقة: علاقة تفاعلية و مسئولية متبادلة"، الجمعية الخليجية للإعاقة، البحرين.

- عبد الله ال علي فوزية (6-8 مارس 2007)، مدى تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام في دولة الإمارات: دراسة ميدانية على الصم والبكم، ملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة حول "الإعلام و الإعاقة: علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة"، البحرين.

6- المواقع الإلكترونية:

http://almadanyk22.blogspot.com/2009_12_01_archive.html.

- <https://hrdiscussion.com/hr16132.html> .

- <http://kenanaonline.com/users/elfaramawy/posts/153731>.

- <http://mawdoo3.com>.

- <https://sites.google.com/site/theusecomputrssipecialeducation-> .

- <http://www.study-in-swiss.com.10-09-2016.20:16>.

- <http://www.tvet-portal.net.10-09-2016.20:14>

- <http://www.assakina.com>.

- www.almayadeen.net/articles/blog.

تحديات إنتاج الصحف في السودان

دراسة استطلاعية بالتطبيق على عدد من الصحف السودانية للفترة من يناير إلى مارس

2022م

Challenges Of Newspapers Production In Sudan – A Survey Study With Application On A Number Of Sudanese Newspapers In The Period From January To March 2022

د. خالد أحمد الحاج عبد الله

أستاذ مساعد كلية الإعلام - جامعة الرباط الوطني -

السودان

ملخص البحث:

هدفت الدراسة إلى تمكين الصحف السودانية من فتح آفاق جديدة للتوزيع، وتطوير الأفكار الإخراجية الداعمة لرفع معدل القارئ. ولتحقيق أهداف الدراسة صمم الباحث استمارة الخبراء أستهدف بها: (30) مبحوثاً. وقد خرجت الدراسة بجملة من النتائج: أثبتت الدراسة أن انتشار المواقع الإخبارية الرقمية قد أسهم في عزوف القراء عن شراء الصحف الورقية، وأوضحت الدراسة الميدانية أن ارتفاع تكاليف التوزيع أثر على اقتصاديات الصحافة السودانية. ومن أهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة: لابد من تركيز المؤسسات الصحفية على أعمال المزيد من التحسينات على جوانب الإخراج الصحفي، ضرورة إيلاء قطاع الصحافة المزيد من الرعاية والاهتمام بخفض الجمارك والضرائب المفروضة على مُدخلات صناعة الصحف.

الكلمات المفتاحية: تحديات إنتاج الصحف - السودان

production – newspapers- Sudan – challenges

Abstract:

This study entitled: Challenges of Newspaper Production in Sudan - A survey study with application on a number of Sudanese newspapers in the period from January 1 to March 2022 AD, via using the descriptive analytical approach. The study aimed at supporting Sudanese newspapers to open new horizons for distribution, and promoting layout thoughts that support raising the rate of readership. The study involves questions which are: What are the most prominent indicators of the weakness of journalistic production in Sudan, and what is the way to remedy them? What are the best ways to ensure the stability of the journalism in Sudan? In this study, an expertise questionnaire was used, targeting: (30) respondents. The study concluded to a set of findings: The study proved that the spread of digital news websites contributed to the reluctance of readers to buy hard copy newspapers. The field study showed that the high distribution costs affected the economics of the Sudanese press. Among the most important recommendations of the study: the press institutions should focus on implementing more improvements in the aspects of press layout and direction and avoiding the excitement that loses its value, necessity of giving the press sector more care and attention to reducing customs and taxes imposed on the inputs of the newspaper industry to ensure its stability.

الإطار العام للبحث:

تمهيد

تعد صناعة الإعلام مع التحولات الهائلة التي طرأت عليها واحدة من أقوى البنيات الصناعية التي عرفها العالم، ومصدر قوتها يكمن ليس فقط في تلك الأموال الهائلة التي تُسنتثر فيها، بل أيضاً في هذا التأثير الخطير الذي تلعبه على مستوى الأفراد والجماعات والحكومات والأنظمة، ناهيك عن التطورات المتلاحقة، والتقنيات المعقدة التي تشهدها يوماً بعد يوم، وتزيد من فاعليتها وشدة تأثيرها.⁽¹⁾

فمع نمو المجتمعات الحديثة واتساعها، وظهور الحكومات المركزية، ورغبتها في أن تلعب الصحافة أدوراً مهمة في المجتمع، ومع النمو السريع لصناعة الصحافة ومؤسساتها الناشئة، علاوة على تعاضد تكلفة إنتاج الرسالة الصحفية، ودخول الحكومات في هذا النشاط الاقتصادي باعتبارها طرفاً في إنتاج الصحف، ونشرها وإدارتها، إلى جانب ما صاحب ذلك الإنتاج من مشكلات وصعوبات، برزت العديد من التساؤلات التي كان ينبغي أن تجد لها إجابة ومن أهمها: من الذي يملك الصحافة؟ من يتحكم فيها؟ من ينفق عليها؟ ما مشكلات إنتاجها وتسويقها؟ من المستفيد من خدماتها؟ ما أدواتها في مواجهة منافسة الوسائل الإعلامية الإلكترونية التقليدية وغير

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة هذا البحث في السؤال الرئيسي التالي: ما الأسباب الموضوعية لتراجع إنتاج وصناعة الصحف في السودان؟ وكيف للصحافة السودانية أن تواجه جملة التحديات والمعوقات التي تعترض سبيلها؟ وهل للسياسات التحريرية دور في تراجع إنتاج وتوزيع الصحف الورقية؟

تساؤلات البحث:

- 1- إلى أي مدى أثرت الأزمة الاقتصادية على إنتاج وصناعة الصحف بالسودان؟
- 2- ما أبرز مؤشرات ضعف الإنتاج الصحفي بالسودان؟ وما السبيل إلى تداركها؟
- 3- ما أمثل الطرق لضمان استقرار الصحافة في السودان؟
- 4- ما الأساليب الأنجع لتوطين الصحافة في السودان؟

أهداف البحث:

1. الدفع بالجهود الرامية لرفع معدل الإنتاج الصحفي.
2. تمكين الصحف السودانية من فتح آفاق جديدة للتوزيع.
3. تطوير الأفكار الإخراجية الداعمة لرفع معدل القارئية.
4. إحداث متغير في المضمون لضمان رفع معدل التوزيع.

¹ - محمد الرمحي، نمور شرسة من الورق تبدأ حرب الفضاء، مجلة العربي، العدد (419)، أكتوبر 1993م، ص 12.

التعريف بمصطلحات البحث:

تحديات.أتحدى: تعبير يُقصد به إنذار شخص بفعل شيء مع التلميح إلى عدم قدرته عليه.تحدى: (فعل)، تحدى: يتحدى، فهو متحدٍ، والمفعول متحدي، تحدى المخاطر ليصل إلى هدفه: واجهها وتغلب عليها.(²) إنتاج: هو عملية جمع المعلومات من مصادرها الحقيقية والتحقق من صحتها وذلك قبل صياغتها في لغة بسيطة، ونشرها في إحدى القوالب الصحفية، لضمان وصولها إلى الجمهور المستهدف.(³) **مجتمع البحث:** بما أن صناعة الصحفتمركز في السودان بالعاصمة القومية الخرطوم فإنّ مجتمع هذه الدراسة يتمثل في الصحفيين المتواجدين بحدود ولاية الخرطوم. **عينة البحث:** العينة المختارة لهذه الدراسة عينة قصدية عمدية، بالاختيار التحكيمي، ولما كان المجتمع نوعي فإنّ مفردات هذه العينة عبارة عن (30) مبحوثاً يُمثلون مجتمع الدراسة عن طريق استمارة الخبراء. **منهج البحث:** استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والذي يعد من أكثر المناهج استخداماً مع مثل هذه الدراسات.

أدوات جمع البيانات:

الاستبانة: صحيفة تحتوي على أسئلة توجه إلى عدد من المبحوثين للتعرف على آرائهم. **الملاحظة:** يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو المجموعة منها بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلية فيها. **المقابلة:** يعرف المقابلة بأنه تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوثين لتحقيق هدف معين. **الحدود المكانية:** ولاية الخرطوم التي أخذت منها عينة البحث. **الحدود الزمانية:** تُمثل الفترة من 1 يناير إلى 30 من مارس **المحور الأول:**

خصائص صناعة وإنتاج الصحف

في المسيرة التاريخية الطويلة للصحافة يرى البعض أنّ العام 1928م هو عام الصحافة الحقيقية، حيث وضع العالم الألماني أوتجروت معايير الصحيفة الحديثة، التي تتمثل في: دورية الصدور، والطباعة الآلية، وأن تكون مُتاحة للجميع مع تنوع المضمون وملاحقة الأحداث الجارية، حيث تُمثل هذه الحقيقة من وجهة نظرهم مُنعطفاً مهماً نقل الصحافة إلى عالم الصناعة بما يحتويه من إمكانيات مادية وبشرية وتنظيمية كبيرة. وهذه الأسس التي وضعها أوتجروت تعود إلى انتقال الصحافة من عهد صحافة الرأي والدراسات الأدبية، إلى صحافة الخبر بالدرجة الأولى، ومن خصائص هذا النمط من الصحافة: ازدياد أهمية عامل الوقت، والمنافسة الحادة التي فرضت على الصحيفة استخدام أعداد ضخمة من العاملين في مختلف ميادين

² - معجم المعاني الجامع، عربي عربي.ب د

³ -www.google.com

العمل الصحفي، واستخدام الأجهزة والتقنيات التي تُساعد على تقديم الخدمة الإخبارية بشكلٍ مثالي وفي الوقت المناسب، وتبلور ذلك في تعدد وتضخم الأجهزة الصحفية والإدارية للمؤسسة الصحفية الواحدة، كذلك أصبح على المؤسسة الصحفية إذا ما أرادت أن تُواصل الصدور أن تتجه للإعلان لتغطية نفقات الإصدار، وأن تزيد من نسبته لكي تُواجه متطلبات التطوير والتجديد المُتزايدة في الخدمة الصحفية.⁽⁴⁾

الصحافة كمهنة لها أصولها وقواعدها ونظرياتها الأساسية وتطبيقاتها لاحتوائها على الفنون التي تستقطب جمهور القراء وتحتاج إلى متخصصين في مختلف المجالات العلمية والأدبية والثقافية والاقتصادية ومطابع وأجهزة فنية ومواد تشغيلية لتحرير الأخبار والمقالات والإخراج والإدارة والتوزيع والإعلان وبالاستخدام الأمثل للإمكانيات المُتاحة بمجهودات المُتخصصين تظهر الصحيفة المطبوعة في مستوى مُعيّن، تدعمها قوة المركز المالي والأدبي والثقافي للمؤسسة التي تُصدرها وللصحافة رسالة لا تقف عند حد البحث عن الخبر أو المقال ولكنها تتعداه إلى التقويم والتنقيف وخدمة الصالح العام وقيادة المجتمع إلى ما هو أفضل.⁽⁵⁾

حدّد د. صليب بطرس خصائص الصحافة كصناعة في الجوانب الآتية:

أولاً: لا بد للصحافة مثلها مثل أية صناعة من عناصر الإنتاج المعروفة وهي: رأس المال، والعمل المُنظم، ولكن في مجال صناعة الصحافة تُصبح لهذه العناصر خصائص تجعل منها شيئاً متميزاً.

ثانياً: أن رأس المال الذي تحتاجه المؤسسة الصحفية أصبح من الضخامة بحيث لم يعد فرداً واحداً قادراً على تقديمه ومن النتائج التي تتبع من ضخامة رأس المال اللازم للصحافة، أنها بجانب تأثيرها في مدى ما تتمتع به من حرية تؤثر بدورها في الناحية الإدارية للمنشأة الصحفية وتتأثر به.

ثالثاً: تتميز صناعة الصحافة بأن الوقت يلعب في حياتها دوراً أكبر من أية صناعة فالأخبار هيواحدة من أكثر المواد تلفاً ووبواراً.

رابعاً: تتميز الصحافة أيضاً باعتمادها على حكم جمهور القراء، على نحو أكبر من حكم مُستهلك أي سلعة أخرى، فالعلاقة بين القارئ وصحيفته تقوم على أساس إحساس الأول بأن الصحيفة يجب أن تُقدم خدمة مُستوفاة في حدود أقصى الإمكانيات البشرية والمادية وعراقه ماضي الصحيفة لا تنهض سبباً للاعتذار لدى قرائها، إذا قصرت يوماً في تصوّر هؤلاء القراء عن أداء واجبها لأسبابٍ قد تكون خارجة عن إرادتها، وحُكم القراء على الحاضر لا يشفع فيه الماضي مهما كان عريقاً.

خامساً: تتميز صناعة الصحافة أيضاً بعمق المنافسة وشدتها في مجلاتها المُختلفة بين المؤسسات المتنافسة.

اقتصاديات صناعة الصحف - تسويقها ومعوقاتها: تُعد صناعة الإعلام من التحولات الهائلة التي طرأت عليها واحدة من أقوى البنيات الصناعية التي عرفها العالم، ومصدر قوتها يكمن ليس فقط في تلك الأموال

⁴ - عبد الله بن محمد الرفاعي، تنظيم المؤسسات الصحفية، (جدة، د.ن، دار عكاظ للطباعة والنشر، د.ت، ص ص 16- 17

⁵ - يوسف محمد صابر، تطور الصحافة وأجهزتها ودور المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية وقوانين تنظيم مهنة الصحافة في عدد من الدول العربية، (جدة: دار القلم للطباعة والنشر، 1992)، ط1، ص 36- 37.

الهائلة التي تُستثمر فيها، بل أيضاً في هذا التأثير الخطير الذي تلعبه على مستوى الأفراد والجماعات والحكومات والأنظمة، ناهيك عن التطورات المتلاحقة والتقنيات المُعقّدة التي تشهدها يوماً بعد يوم، وتزيد من فاعليتها وشدّة تأثيرها.⁽⁶⁾

وتعكس الخريطة الاتصالية العالمية الغربية والأمريكية على وجه الخصوص ملامح هذه القوة وتأثيراتها على عملية الخطاب الصحفي والإعلامي في الصحف ووسائل الإعلام الإلكترونية. والفلسفة التي تحكم هذه العملية سواء على صعيد ترتيب أولويات الاهتمام، أو طرائق العمل، وأساليب المُعالجة، أو قياس معدلات الأداء، أو قواعد التنشئة الاجتماعية للقائمين بالاتصال فيها وغير ذلك. في حين تعكس الخريطة الاتصالية في دول العالم الثالث فروقاً كمية ونوعية ضخمة فيما بينها من جانب، وبينها ودول العالم المُتقدم من جانبٍ آخر، ولكي نفهم هذا الاختلاف، ونسبر أغواره علينا أن نُحلل البيانات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تُؤثر على الخصائص التنظيمية للوسائل الإعلامية وطرق إدارتها، وتُحدد الطريقة التي تُقدم بها المعلومات داخل نظام اجتماعي مُعيّن انطلاقاً من أنّ الوسيلة الإعلامية والصحافة هي موضوع اهتمامنا الأساسي، هي في النهاية نظام اجتماعي متميّز يُمكن تحليله من حيث علاقته بالأنظمة الأخرى في المجتمع. سواء وقعت الصحافة تحت السيطرة الاقتصادية للأفراد أو الهيئات غير الحكومية أو الحكومات في المجتمعات المختلفة، فإنّ الفهم العميق للدور الذي يلعبه العامل الاقتصادي في نُظم الصحافة وإدارتها في هذه المجتمعات، والعلاقة المُتبادلة بينها، يُصبح أيضاً محوراً للاهتمام في دراسات اقتصاديات وإدارة الصحف يُؤكد ذلك ما أشارت إليه نتائج العديد من دراسات اقتصاديات الوسائل الإعلامية، من ضرورة إضافة عناصر جديدة إلى النموذج التقليدي للاتصال الذي قدمه هارولد لازويل، والذي كان يقف عند حد الإجابة عن: من، يقول ماذا، لمن، بأي وسيلة، وبأي تأثير؟ والدليل على أهمية هذه الإضافة تلك الجهود الواسعة التي بذلها العلماء لبحث ودراسة العوامل والمؤشرات المُختلفة المُتصلة بقياس درجات الحرية التي تتمتع بها الصحافة في الدول المُختلفة مستخدمين في ذلك عدداً من المؤشرات من بينها العوامل الاقتصادية، وكانت النتيجة اللافتة للنظر التي توصلت إليها إحدى الدراسات أنّ أكثر من نصف مجموع هذه المؤشرات المؤثرة في تلك الحرية كانت مُتعلقةً بشكلٍ مباشرٍ أو غير مباشرٍ بالمُتغيّرات الاقتصادية: كامتلاك الصحف - والتحكم في ورق الصحف - الضرائب على أرباح الصحف - الإعانات المُقدمة للصحف وما إلى ذلك، واشتركت نتائج هذه الدراسات في افتراضٍ أساسيٍّ مُؤداه أنّ من يُقدم الدعم المالي للوسيلة الإعلامية، أو من له سلطة تقييد عملياتها عن طريق الإجراءات الاقتصادية يستطيع على الأرجح السيطرة على هذه الوسيلة وتوجيهها، وأياً ما كانت الحجج المُؤيدة أو الطاعنة في هذا الافتراض، فإنّ دراسة العلاقة بين الهياكل الاقتصادية للوسيلة الإعلامية، ومساحة الحرية التي تتمتع بها يُعدّ أمراً مشكلاً حتى اليوم؟ نظراً لما يُواجهه الباحثون في هذه العلاقة من صعوباتٍ في جمع المعلومات المُتصلة بالموضوع، خاصة في الدول النامية، نتيجة عدم توافر البيانات الإحصائية الموثوق بها، مما يجعل من المُستحيل تقريباً إجراء

⁶ - محمد الرمحي، نور شرسة من الورق تبدأ حرب الفضاء، مجلة العربي، العدد 419، أكتوبر 1993م، ص 12.

بحوثٍ مقارنة يُمكنها إلقاء الضوء على هذه العلاقة، الأمر الذي يُفسّر إجماع الكثير من الباحثين عن الخوض في هذا الميدان الجديد نسبياً في الدراسات الصحفية.⁽⁷⁾ ولا ينبغي أن تصرف هذه الصعوبات عن التأكيد على عضوية العلاقة بين الصحافة والاقتصاد والإدارة وإمكانية البحث فيها، وأنّ الاعتقاد الشائع بصعوبة إخضاع الصحافة باعتبارها عملاً إبداعياً في المقام الأول لمتطلبات التحليل الاقتصادي والإداري، وتقييمها، من هذا المنظور أصبح مردوداً عليه، ولذلك عدة اتجاهات منها:

الأول: هل يستطيع أحدٌ أن يُنكر أنّ العوامل التقليدية المطلوبة لإنتاج أية سلعة، أو مُنتج والتي يُطلق عليها المال والأيدي العاملة والمواد الخام والآلات والإدارة متوافرة في عملية إنتاج الصحيفة مثلها مثل: أي مُنتج آخر؟

الثاني: تشترك أهداف المُنتج الصحفي مع أهداف أي سلعة أو مُنتج آخر - مع التأكيد على الخصوصية المتعلقة بمضمون الرسالة الصحفية ووظائفها تجاه الفرد والمجتمع فهناك هدف إشباع الحاجة، وتحقيق الربحية، أو العائد باعتباره مقياس إنتاجية أية صناعة ، وإن اختلف مفهومه اختلافاً بعيداً عن في المشروع التجاري.⁽⁸⁾

الثالث: إنّ المهمة الأساسية للمديرين في كل أنواع المنظمات هي: تهيئة الظروف البيئية الملائمة ، والتي يمكن من خلالها أن ينجز الأفراد عملهم بفعالية وكفاءة، بمعنى أن على المدير أن يوفر البيئة الملائمة، والتي تجعل جهود الجماعة موجهة نحو تحقيق أهداف العمل الجماعي، سواء كان يهدف إلى تحقيق الربح أو لا، بأقل كمية من المُدخلات المُستخدمة مثل: الأموال والوقت والجهد والموارد، ومن ثم فإنّ الإدارة بمفاهيمها وممارساتها - مطلوب تطبيقها في أي نشاطٍ من الأنشطة الإنسانية سواء كانت هذه الأنشطة في منظمة تُقدّم مُخرجاتها في شكل سلعة مادية أو خدمة غير ملموسة. وسواء أن كانت تهدف، أو لا تهدف إلى تحقيق الأرباح.⁽⁹⁾

تسويق الصُحف ومُعوقاتهِ:

تتمثل معوقات تسويق الصُحف في الآتي:-

- 1- زيادة عدد الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة المسلحة بتقدم علميفاعل، والانعكاس اليومي المباشر لأداء هذه الوسائل على السوق التوزيعية للصحافة المكتوبة.
- 2- تفوّق أساليب الجذب التي تمتلكها هذه الوسائل في مواجهة تخلف الصحافة المكتوبة عن ملاحقة هذا التفوق شكلاً وموضوعاً أي الإطالة على قرائها في حلّة جديدة تعتمد على التقنيات الحديثة في جمع المعلومات، وتقديمها، ونقلها إلى القراء، كما يحدث في الإعلام المرئي والمسموع.

⁷ - جون مارتين- أنحوج شوري، نُظم الإعلام المُقارنة،(القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991م)، الطبعة العربية الأولى ، ص ص 109-112.

⁸ - رولان بيكار، خبرة هيئة الإذاعة الكندية c b c في إدارة هيئات الراديو والتلفزيون، دراسات وبحوث إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 13، ص ص 109-112.

⁹ - محمد فريد الصحن، محمد سلطان علي شريف، مبادئ الإدارة،(الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 1999م)، ص 17.

3- الأسباب السياسية والرقابية التي تحد من التنوع الإخباري، وحرية التعبير، والانفتاح على العالم في التداول الصحفي، مما يحد من دور الصحافة في التغيير، وتدعيم التعددية، مما يولد شعوراً بالإحباط، ويساهم في انصراف القراء عنها، والفرصة المتاحة أمام الصحافة المكتوبة هي مواجهة هذا التحدي، وكفاح ناشريها لتدعيم استقلاليتها ورفع درجة استفادتها من الإمكانيات المعاصرة، وسيظل على كل حال التسويق الأهم هو تسويق الصحيفة لنفسها، أولاً في مواضيعها، ثم في محرريها، ثم في جرائدها وصدقها، وفي مجال تقديمها لكل ما هو مكتوب، كل هؤلاء هم المسوقون الأساسيون، أو هم بالأحرى ما سنعتمد عليهم لتسويق الصحيفة، فوحدها المادة المتفوقة والمنتجة هي القابلة للتسويق.⁽¹⁰⁾

المحور الثاني:

عناصر تكاليف صناعة الصحف ومصادر تمويلها

المقصود بتكاليف التحرير: مجموع تكاليف تشغيل هذا النشاط من جمع وإعداد المادة التحريرية بالشكل والمضمون الذي يُنتج صحيفة ناجحة وفقاً للسياسة التحريرية التي حدتها المطبوعة، والتي تُعدّ عنصراً مؤثراً في اقتصاداتها، حيث تُحدّد الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لقرائها، ومن ثمّ مُعنيها، وفي النهاية تُؤثر في عمليات تسويقها، أو تسويق المساحات الإعلانية بها، وتخصّص الإدارة الصحفية قدراً من أموال المؤسسة الصحفية، أو الصحيفة، للإنفاق على هذا النشاط، وإنجازه بالصورة التي تُعطي من مكانة الصحيفة لدى القراء، وبين المنافسين، وبالرغم من الأهمية الكبيرة لعنصر التحرير في صناعة الصحافة، إلا أنّ الدراسات الإحصائية تُشير إلى أنّه لا يستقطب الكثير من إجمالي الإنفاق العام للصحيفة، بالقياس لغيره من أوجه الإنفاق الأخرى، وإذا ارتأت الإدارة الصحفية زيادة الإنفاق على التحرير بهدف تحسينه ودعمه بكفاءات وقدرات إبداعية وصحفية جديدة، فإنّها بذلك تُحقّق رسالتها ومسئوليتها تجاه الفرد والمجتمع، وتُسهم في زيادة التوزيع، وبالتالي في خفض تكلفة التحرير بالنسبة للنسخة الواحدة للصحافة صناعة ذات طبيعة خاصة تميزها عن الصناعات الأخرى بحكم تميّز مُنتجها، وتميز المشكلات والتحديات التي تُحيط بها كمشروعات اقتصادية، وتؤثر بشكلٍ أساسي على هيكلها التمويلية، وبما أنّ المحور الأساسي الذي تدور حوله الإدارة الصحفية هو تحقيق قيادة للمشروع الصحفي من الناحيتين المالية والإدارية، أي النهوض بالأعباء الاقتصادية والإدارية لهذا المشروع، لكي تجعل المُنتج الذي يقدمه وهو الصحيفة قابلاً للتداول، ويُحقّق عائداً، فإنّ التعرف على هذه الخصائص التي تُمثّل تحديات ومعضلات أمام الإدارة الصحفية يُعدّ أمراً مهماً لتكوين الخلفية العلمية الضرورية لدارس هذا الفرع من الدراسات الصحفية، ومن أهم هذه الخصائص الآتي:

صناعة الصحافة تُقدّم مُنتجاً يُصاب بالبور السري: فالمنتج الصحفي هو أسرع المُنتجات إصابة بالتلف والبور، حيث لا تتعدى الفترة الزمنية التي تتمتع بها الصحيفة اليومية على سبيل المثال بقيمة شرائية عالية

10 - مشاكل التسويق والتوزيع في الوطن العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد(81)، أكتوبر- ديسمبر 1995م، ص 191-192.

عدداً من الساعات حتى ظهور طبعة جديدة منها، أو عدد جديد ليوم جديد، حيث تفقد بعدها قيمتها، وتُصبح مُرتجعاً، فالصحيفة إذن مُنتج للبيع الفوري، وإلا تحوّلت إلى نُسخ مُرتجعة تُباع بالوزن وبسعرٍ أقل مما يُؤثر على اقتصاديات هذه الصحيفة.

عامل الوقت وأهميته في إنتاج وتوزيع الصحف: على الصحيفة أن تُقدم في زمنٍ قصير للغاية مُنتجاً كاملاً في فائده، ومُعقداً في إنتاجه إلى جُمهور مختلف وواسع، وتُترجم تأثيرات هذا العامل في شكل مجموعة النفقات المُتزايدة، وفي تحديد جُمهورها، وحجم توزيعها، وبالتالي حجم إعلاناتها، وفي النهاية حجم أرباحها، ومن ثم فصناعة الصحافة أكثر من غيرها من الصناعات تعتمد أساساً على إبداع العنصر البشري، حيث يتزاوج الفكر مع المادة الخام، ليُقدم في النهاية هذا المُنتج الذي يُسمى صحيفة.⁽¹¹⁾

مصادر تمويل الصحف: يقصد بعمليات تسويق المُنتج الصحفي مجموعة التقنيات التي تهدف إلى وصول الصحيفة إلى قارئها عن طريق عدد من الطُرق والأساليب التوزيعية، بحيث تتوافر في نقاط البيع المختلفة سواء داخل الدولة، وفي بعض الصحف خارجها أيضاً، وذلك اعتماداً على دراسات الجمهور وظروف السوق والمنافسة التي تتم هذه العمليات في ظلها، من هنا فإن جميع العمليات التي تقوم بها إدارة التوزيع في المؤسسة الصحفية تدور حول هدف واحد هو تغطية السوق في الوقت المناسب في ظل ظروف الطبع المتاحة، وبالكميات المناسبة في ظل ظروف الورق المتاحة وبالعرض الجيد الذي يجذب الجُمهور لشراء الصحيفة.⁽¹²⁾

ويُصبح جهاز التوزيع في المؤسسة الصحفية هو ببساطة حلقة الوصل بين المطبوعة والقارئ، أي بين الصحفي أو الناشر من جهة، وبين البائع والقارئ من جهةٍ أُخرى، وهو الذي يتولى توصيل المطبوعة إلى القارئ في الوقت المناسب وفي المكان المُناسب، وبالكمية المُناسبة، ولعل ضبط هذه المعادلة: (الوقت - المكان - الكمية) هي التي تُحدد نجاح جهاز التوزيع في ترشيد انتشار المطبوعة في كل نقاط التوزيع.⁽¹³⁾ ويُصبح دور الإدارة هنا دوراً تنظيمياً يرمي إلى إيجاد العناصر والإمكانيات الكفيلة بالقيام بالمهام السابقة في إطار السياسات التوزيعية التي هي جزءٌ من السياسات الإدارية للمُنشأة الصحفية. فهناك عمليات التسويق.

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

تحليل البيانات وأسئلة الاستبانة استخدم الباحث برنامج SPSS والذي يُعد من أقوى البرامج المستخدمة في عمليات التحليل الإحصائي، وكلمة SPSS هي اختصار لـ Statistical package for social science وتم استخدام الاختبارات الإحصائية الآتية:

- الاساليب الإحصائية الوصفية عن طريق النسب المئوية والتكرارات.

11- محمود علم الدين، أميرة العباسي، إدارة الصحف واقتصادياتها، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001م)،

12- أميرة محمد العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في مصر وتأثيرها على الخدمة والمسئولية الصحفية تجاه القارئ والمجتمع مع دراسة مقارنة لمستحدثات الإدارة الصحفية في فرنسا، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، ص 55.

13- إبراهيم نصر، إيرادات التوزيع كأحد مصادر تمويل الصحف، ورقة مقدمة إلى: الدورة التدريبية للصحفيات العربيات حول: (تنظيم وإدارة الصحف الصغيرة والمتوسطة)، القاهرة، كلية الإعلام، 6-18 ديسمبر 1997م، ص 7.

- اختبار درجة ثبات ومصدقية البيانات عن طريق ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) صدق الاستبانة:

- بلغ الصدق الذاتي للاستبانة 66% وهو صدق عالٍ مما يؤكد صلاحية الاستبانة على عينة الدراسة.
- ثبات الاستبانة:

- استخدم الباحث معادلة الفاكرباخ لإيجاد الثبات عن طريق الالتصاق الداخلي للاستبانة، وكانت نتيجته في الجدول التالي:

- جدول يوضح ثبات الاستبانة:

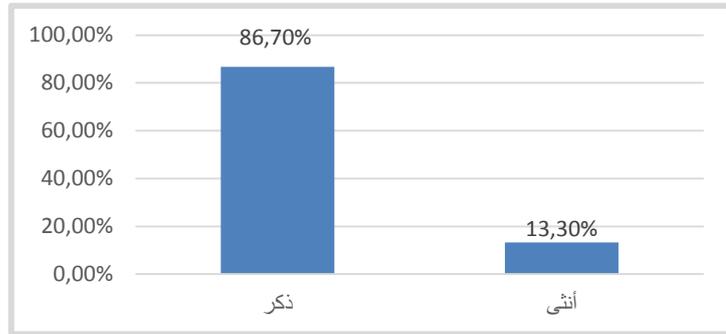
عدد العبارات	معامل الفاكرباخ
10	66%

- وهو معامل ثبات عالي مما يدل على صلاحية الاستبانة على عينة الدراسة.

- البيانات الشخصية: النوع: جدول رقم (1)

البيان	التكرار	النسبة %
ذكر	26	86.7%
أنثى	4	13.3%
المجموع	30	100%

شكل رقم (1)



يتضح من الجدول الإحصائي والرسم البياني أعلاه أنّ نسبة الذكور قد بلغت (86.7%)، فيما بلغت نسبة الإناث (13.3%) من أفراد العينة.

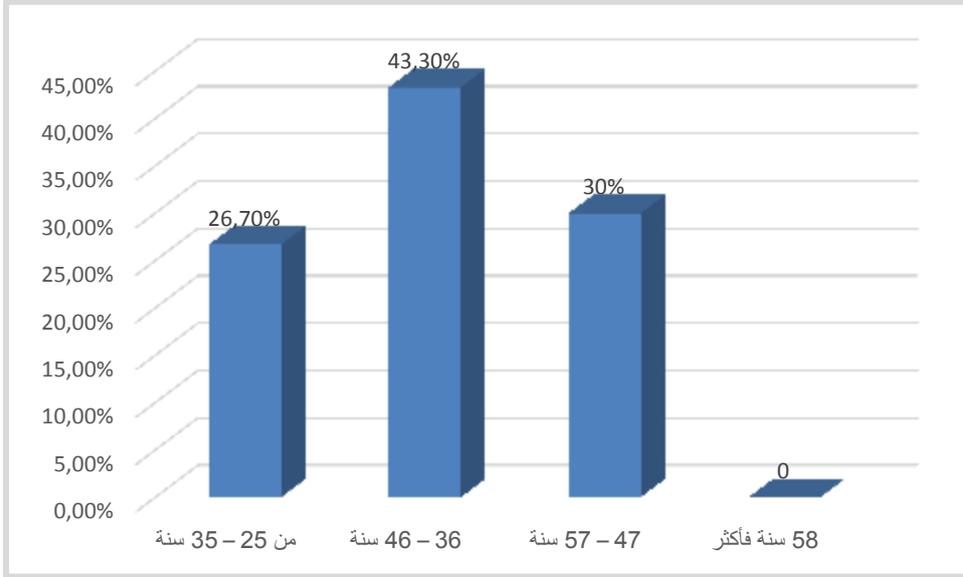
2

. العمر: جدول رقم (2)

البيان	التكرار	النسبة %
من 25 - 35 سنة	8	26.7%

43.3%	13	36 - 46 سنة
30%	9	47 - 57 سنة
-	-	58 سنة فأكثر
100%	30	المجموع

شكل رقم (2)

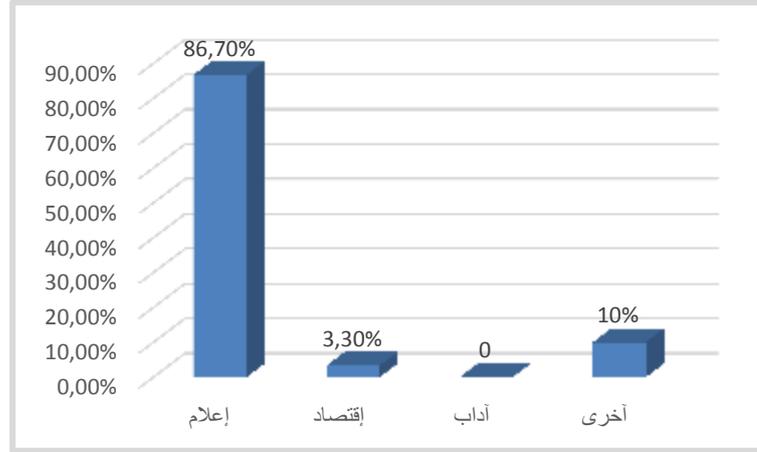


يتضح من الجدول الإحصائي والرسم البياني أعلاه أنّ الفئات العمرية من (25 - 35) سنة بلغت نسبتهم (26.7%)، بينما الفئات العمرية من (36 - 46) سنة فقد بلغت 43.3%، فيما بلغت الفئات من (47 - 57) سنة 30% من أفراد العينة للمبحوثين.

3. التخصص: جدول رقم (3)

النسبة %	التكرار	البيان
86.7%	26	إعلام
3.3%	1	إقتصاد
-	-	آداب
10%	3	أخرى
100%	30	المجموع

شكل رقم (3)

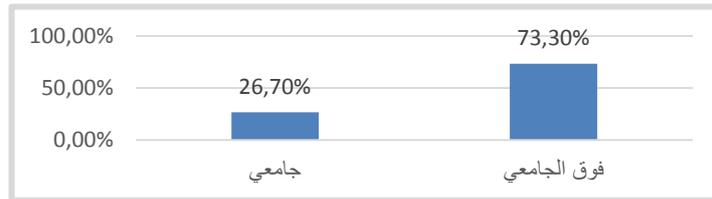


يتضح من الجدول الإحصائي والرسم البياني أعلاه أنّ تخصص الإعلام يُمثل النسبة الأعلى مقارنة ببقية التخصصات، إذ بلغت نسبة (86.7%)، فيما الذين تخصصوا باقتصاد نسبتهم (3.3%)، بينما تخصص أخرى بلغ نسبة (10%) من أفراد العينة.

المؤهل العلمي: جدول رقم (4)

البيان	التكرار	النسبة %
جامعي	8	26.7%
فوق الجامعي	22	73.3%
المجموع	30	100%

شكل رقم (4)



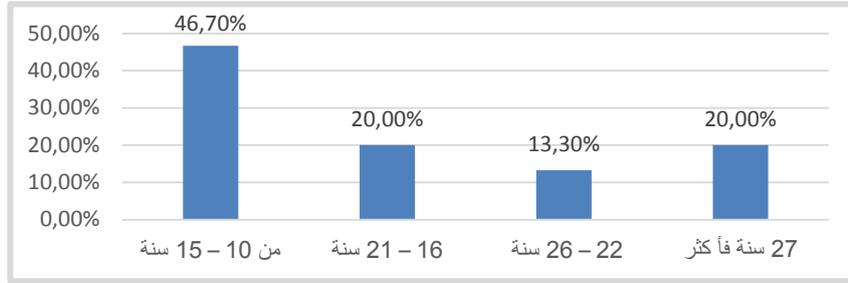
يتضح من الجدول الإحصائي والرسم البياني أعلاه أنّ الباحثين الحاصلين على المؤهل فوق الجامعي هم الأعلى نسبة، وهذا ما يُعزّد اتجاه الباحث لاختيار استمارة الخبراء في مثل هذه الدراسات، إذ بلغت نسبتهم (73.3%)، ويفارق كبيراً نسبة الجامعيين (26.7%).

الخبرة العملية: جدول رقم (5)

البيان	التكرار	النسبة %
من 10 - 15 سنة	14	46.7%

20.0%	6	16 - 21 سنة
13.3%	4	22 - 26 سنة
20.0%	6	27 سنة فأكثر
100.0%	30	المجموع

شكل رقم (5)



يتضح من الجدول الإحصائي والرسم البياني أعلاه أنّ فئات المبحوثين من (10 - 15) سنة من حيث الخبرة العملية بلغت نسبتهم (46.7%) وهي الأعلى نسبة، في حين أنّ خبرة المبحوثين من (16 - 21) سنة قد بلغت نسبتهم (20%) متساوين مع الفئات من 27 سنة فأكثر، فيما بلغت نسبة الفئات ما بين (22 - 26) سنة (13.3%).

المحور الأول: معوقات إنتاج وتوزيع الصحف:

جدول رقم (6)

م	العبارات	التكرارات			قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (St.d)	درجة المعنوية (Sig)
		أوافق بشدة	أوافق	محايد				
1	العبارة 1	3	26	-	1.9	.490	.000	
2	العبارة 2	15	9	4	1.7	.953	.006	
3	العبارة 3	5	7	12	3.9	7.26	.000	
4	العبارة 4	17	10	2	1.6	.894	.000	

5	العبارة 5	8	20	1	-	1	17.9	1.8	.776	.000
	متوسط قيمة (T) ودرجة المعنوية والانحراف المعياري والوزن النسبي والمتوسط الحسابي العام						26.5	2.5	%0.80	0.00

من خلال الجدول رقم (4) ومن خلال رأي المبحوثين فيه، فقد تم عرض المتوسط الحسابي للمحور لأول ككل لدى عينة الدراسة، حيث بلغت قيمته (1)، كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل محور من أسئلة العبارة، فقد كانت معظمها أكبر من (26) وهو الرأي الموافق لأسئلة العبارة، وهذا يُعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المبحوثة، وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي، ويتضح من ذلك أن جميع فقرات المحور (مرتفعة)، كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول رقم (6) الخاص بالفرضية الأولى، ويُمكن إستخلاص منه ما يلي :-

العبارة الأولى: الزيادة الكبيرة في سعر مدخلات الإنتاج أثرت على اقتصاديات الصحافة في السودان، فكان عدد الموافقين على هذه العبارة (3) مبحوث، بنسبة (10%)، بينما الموافقون بشدة (26) بنسبة (86.7%).
العبارة الثانية: أثر إغلاق العديد من منافذ البيع بالعاصمة والولايات سلباً على عائدات بيع الصحف، فكان (15) من جملة المبحوثين قد أجابوا بأوافق على هذه العبارة، بنسبة (50%)، فيما (9) من المبحوثين أجابوا على العبارة بأوافق بشدة بنسبة (30%)، فيما بلغ عدد المحايدون (4)، بنسبة مئوية قدرها (13.3%)، أما من أجابوا بلا أوافق فقد بلغ عددهم: (2) ونسبتهم (7.6%).

العبارة الثالثة: الإشكاليات المصاحبة لعملية التصميم والإخراج الصحفي كان لها عظيم الأثر في إضعاف الإنتاج، فكان بلغ عدد من أجابوا بأوافق على هذه العبارة (5) مبحوثين، بنسبة بلغت (52%) أما من أجابوا بأوافق بشدة فقد بلغ عددهم (7) بنسبة مقدارها (10%)، ام المحايدون فقد بلغ عددهم (12) ونسبتهم (32%)، ومن أجابوا بلا أوافق بشدة فقد بلغ عددهم (2) ونسبتهم (7.6%).

العبارة الرابعة: ارتفاع تكاليف التوزيع ألقت بظلال سلبية على اقتصاديات الصحافة، فكان عدد الموافقين على هذه العبارة (17) مبحوثاً، بنسبة (56.7%)، والذين أجابوا بأوافق بشدة بلغ عددهم (10) بنسبة قدرها: (33.3%)، أما المحايدون فقد بلغ عددهم (2) بنسبة مقدارها (6.72%)، بينما الذين لم يُوافقوا بشدة فقد بلغ العدد (1) مبحوثاً بنسبة (3.3%).

العبارة الخامسة: أسهمت المواقع والمنصات الإخبارية الرقمية في عزوف القراء عن شراء الصحف الورقية، فكان عدد من أجابوا على هذه العبارة بأوافق (8) مبحوثين بنسبة (26.7%)، والذين يُوافقون بشدة بلغ عددهم (20) ونسبتهم (66.7%)، أما المحايدون فقد بلغ عددهم: (1) مبحوثاً بنسبة (3.3%)، متساوين مع الفئة التي أجابت بلا أوافق بشدة (1) ونسبتهم (3.3%).

المحور الثاني: الرضا الوظيفي والتأهيل:

جدول رقم (7)

م	العبارات	التكرارات			قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (St.d)	درجة المعنوية (Sig)
		أوافق بشدة	أوافق	محايد				
1	العبارة 1	8	20	2	11.9	1.8	.000	
2	العبارة 2	9	13	5	11.2	2.06	.000	
3	العبارة 3	14	10	5	11.1	1.7	.000	
4	العبارة 4	11	10	6	14.2	2.03	.000	
5	العبارة 5	5	19	3	10.3	2.1	.000	
	متوسط قيمة (T) ودرجة المعنوية والانحراف المعياري والوزن النسبي والمتوسط الحسابي العام							
					26.5	2.5	0.00	0.80%

من خلال الجدول رقم (4) ومن خلال رأي المستجوبين فيه، فقد تم عرض المتوسط الحسابي للمحور لأول ككل لدى عينة الدراسة حيث بلغت قيمته () وكما تم عرض المتوسط الحسابي لكل محور من أسئلة العبارة ، فقد كانت معظمها أكبر من (26) وهو الرأي الموافق لأسئلة العبارة وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي ويتضح من ذلك أن جميع فقرات المحور مرتفعة كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (6) الخاص بالفرضية الأولى ويمكن استخلاص منه ما يلي:-

العبارة الأولى: ساهم ضعف الأجور في قطاع الصحافة في ترك بعض الصحفيين للمهنة، فكان عدد من وافقوا على هذه العبارة (8) مبحوثين، بسنبة بلغت: (26.7%) والذين يوافقون بشدة (66.7) نسبتهم (26%)، محايد (2) ونسبتهم: (6.7%).

العبارة الثانية: تحول بعض الصحفيين التقليديين إلى ناشرين في الصحافة الرقمية أضعف الصحافة الورقية، فكان عدد المبحوثين الذين أجابوا بأوافق (9) على هذه العبارة، بنسبة قدرها (30%)، فيما الموافقون بشدة (13)، ونسبتهم (43.3%)، والمحايدون (5) بنسبة قدرها (16.7%)، ومن أجاب بلا أوافق (3)، ونسبتهم (10%).

العبارة الثالثة: عدم تحسين بيئة العمل زاد من تحديات الصحافة السودانية، فكان عدد الموافقين على هذه العبارة (14) مبحوثاً، بسنبة قدرها: (46.7%)، ومن وافقوا بشدة على العبارة فقد بلغ عددهم: (10)،

ونسبتهم (33.3%)، أما فئة محايد فقد بلغ عدد المبحوثين (5) بنسبة (16.7%)، ولاوافق (1) مبحوثاً، بنسبة قدرها (3.3%).

العبرة الرابعة: ساهم ضعف التأهيل التقني للصحفيين في تدني المحتوى الشكلي، فقد بلغ عدد المبحوثين الذين أجابوا على هذه العبارة بأوافق (11) مبحوثاً بنسبة قدرها: (36.6%)، ومن وافقوا بشدة (10) مبحوثين، بنسبة قدرها: (33.3%)، أما المٌحايدون فقد بلغ عددهم: (6)، ونسبتهم (20%) ولا أوافق (3) ونسبتهم (10%).

العبرة الخامسة: غياب دور الدولة عن صناعة الصحافة أدى إلى تراجعها في السودان، فكان عدد الموافقين على هذه العبارة: (5) مبحوثين، بنسبة (166.7%)، ومن وافقوا بشدة: (19) مبحوثاً: ونسبتهم: (63.3%)، فيما بلغ عدد المحايدين: (3) ونسبتهم: (10%) متساوين مع فئة لا أوافق (3).

النتائج:

- 1- أوضحت الدراسة الميدانية أنّ الفئات العمرية من (36-46) سنة هي الفئة الأعلى نسبةً وهذا ما يؤكد على أنّ استخدام استمارة الخبراء مُناسبٌ مع مثل هذه الدراسة.
- 2- أكدت الدراسة الميدانية أنّ خريجي الإعلام هم الأعلى نسبة من المُشتغلين في مجال الصحافة.
- 3- أبانت الدراسة الميدانية أنّ المبحوثين الذين فاق تأهيلهم درجة البكالوريوس هم الأعلى نسبةً.
- 4- أثبتت الدراسة الميدانية أنّ ارتفاع مدخلات الإنتاج قد أثر على اقتصاديات الصحافة.
- 5- أبانت الدراسة الميدانية إن إغلاق منافذ البيع كان له تأثير على تراجع نسبة المبيعات.
- 6- كشفت الدراسة الميدانية أنّ الإشكاليات المصاحبة لعمليات التصميم والإخراج الصحفي ليست هي العامل الوحيد الذي له تأثير على إنتاج وتوزيع الصحف.
- 7- أوضحت الدراسة الميدانية أنّ ارتفاع تكاليف التوزيع أثر على اقتصاديات الصحافة.
- 8- أقرت الدراسة الميدانية بأنّ انتشار المواقع الإخبارية الرقمية قد أسهم في عزوف القراء عن شراء الصحف الورقية.
- 9- أثبتت الدراسة أنّ ضعف الأجور أدى لترك بعض الصحفيين للمهنة.
- 10- أوضحت الدراسة الميدانية أنّ تحوّل الصحفيين التقليديين إلى الصحافة الإلكترونية أدى لإضعاف الصحافة الورقية.
- 11- أبانت الدراسة الميدانية أنّ عدم تحسين البيئة الصحفية زاد من تحديات الصحافة السودانية.
- 12- أكدت الدراسة الميدانية أنّ ضعف التأهيل التقني للصحفيين أدى للتدنّي الشكلي.
- 13- كشفت الدراسة أنّ غياب الدولة عن صناعة الصحف أدى إلى تراجعها في السودان.

التوصيات:

- 1- ضرورة إيلاء الدولة قطاع الصحافة المزيد من الرعاية والاهتمام بخفض الجمارك والجمارك المفروضة على مدخلاتها لضمان استقرارها.
- 2- لابد من تركيز المؤسسات الصحفية على أعمال المزيد من التحسينات على جوانب الإخراج الصحفي، والبُعد قدر الإمكان عن الإثارة التي تُفقد المضمون قيمته.
- 3- تُوصي الدراسة بضرورة تحسين أجور الصحفيين والعاملين في مجال الصحافة لمقابلة المستجدات الاقتصادية.
- 4- الاهتمام أكثر بالتدريب وتمكين الصحفيين من استخدام تقنيات الاتصال الحديثة مُجاراة للطفرة التي طالت قطاع الصحافة، وتطويع كل ذلك لخدمة وتطوير المُنتج الصحفي.
- 5- تُوصي الدراسة بإشاعة المزيد من حريات الرأي والتعبير، وتجنيب قطاع الصحافة من قيود الرقابة، وتوسيع منافذ البيع لضمان تسويق المُنتج الصحفي.
- 6- ضرورة التوصل لسياسات تُعزز الاستقرار الاقتصادي وتعافي العملة الوطنية من التدهور لضمان استقرار الصحافة السودانية.

المصادر والمراجع:

- 1- إبراهيم نصر، إيرادات التوزيع كأحد مصادر تمويل الصحف، ورقة مقدمة إلى: الدورة التدريبية للصحفيات العربيات حول: (تنظيم وإدارة الصحف الصغيرة والمتوسطة)، القاهرة، كلية الإعلام، 6-18 ديسمبر 1997م.
- 2- أميرة محمد العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في مصر وتأثيرها على الخدمة والمسئولية الصحفية تجاه القارئ والمجتمع مع دراسة مقارنة لمستحدثات الإدارة الصحفية في فرنسا، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام).
- 3- الحسيني الأديب، إدارة الصحف: دراسة نظرية وتطبيقية (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1986م).
- 4- حمدي حسن، الإعلام العربي: الفرص والتحديات في النظام الإعلامي العالمي الجديد. حمدي حسن، الإعلام العربي: الفرص والتحديات في النظام الإعلامي العالمي الجديد. رولان بيكار، خبرة هيئة الإذاعة الكندية c b c في إدارة هيئات الراديو والتلفزيون، دراسات وبحوث إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (13).
- 5- رولان بيكار، خبرة هيئة الإذاعة الكندية c b c في إدارة هيئات الراديو والتلفزيون، دراسات وبحوث إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (13).
- 6- سمير محمد حسين، الإعلان - المداخل الأساسية (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1980م).
- 7- صليب بطرس، توزيع الصحف - سياساته وأساليبه في تطور الإدارة الصحفية في مصر في ثلاثة عقود 1952-1982م، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 44، يوليو - سبتمبر 1986م.
- 8- طلعت أسعد عبد الحميد، أساسيات إدارة الإعلان، (القاهرة: مكتبة عين شمس، ط2، 1984م).
- 9- عبد الله بن محمد الرفاعي، تنظيم المؤسسات الصحفية، (جدة، دن، دار عكاظ للطباعة والنشر، د.ت.
- 10- علي السلمي، الإعلان، (القاهرة: مكتبة غريب)، د.ت.
- 11- ل. جون مارتين - أنجوروفر شودري، نُظم الإعلام المُقارنة، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ط1، 1991م)
- 12- محمد الرميحي، نمور شرسة من الورق تبدأ حرب الفضاء، مجلة العربي، العدد (419)، أكتوبر 1993م.
- 13- محمد فريد الصحن، محمد سلطان علي شريف، مبادئ الإدارة، (الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 1999م).
- 14- محمود علم الدين، أميرة العباسي، إدارة الصحف واقتصادياتها، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2001م).
- 15- مشاكل التسويق والتوزيع في الوطن العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد (81)، أكتوبر - ديسمبر 1995م.

16- يوسف محمد صابر، تطور الصحافة وأجهزتها ودور المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية وقوانين تنظيم مهنة الصحافة في عدد من الدول العربية، (جدة: دار القلم للطباعة والنشر، 1992).

مواقع على الشبكة العنكبوتية:

17- معجم المعاني الجامع، عربي عربي.

www.google.com

دراسة حول تأثير الجمهور المتلقي بالمعلومات الخاصة بالإرهاب

عبر وسائل الإعلام المرئية

Stydy On The Role Of Visual Media About Terrorism And Its Impact On Audience And Individuals

د. مراد حفصاوي

باحث في الإعلام والاتصال

المملكة المغربية

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل النتائج الخاصة والمتعلقة بدور وسائل الإعلام المرئية للتأثير في الرأي العام إزاء ظاهرة الإرهاب، وتقييم هذه النتائج من زاوية التأثير في معرفة واتجاه وسلوك عينة البحث إزاء هذه الظاهرة. الكلمات المفتاحية: الإعلام المرئي - الرأي العام - الإرهاب.

Abstract:

This study is an effort to analyze and discuss the most important findings related to the role of visual media in the side of affecting general belief about the phenomenon of terrorism.

Moreover, this current study attempts to evaluate those outcomes from the side of influencing, in order to highlight the trend and behavior of this research study towards this phenomenon.

Key words: visual media, general belief/ public opinion, and terrorism.

مقدمة:

تعد الدراسات حول تأثير وسائل الإعلام، الأساس النظري الذي انطلقت منه نظرية الغرس الثقافي. فوسائل الإعلام تنقل للجمهور رسائل عديدة تؤثر في رؤيتهم وفهمهم للأحداث والقضايا والأشخاص من حولهم، ومن ثم فإن هذه الوسائل تسهم في غرس صور ذهنية منشطة¹. وبناء على ذلك فإن وسائل الإعلام تقدم للجمهور صياغة جديدة للحقائق الاجتماعية² يتم تناقلها بينهم، ما يعني التسليم بها ووصفها الحقائق

¹ George, G., & Gross, L.P. (1976). Living With Television: The Violence Profile. Journal of Communication 26(1):173 - 199

² الحقائق الاجتماعية، مثل القيم، والأعراف، والتقاليد، والعادات السلوكية والمرجعيات الثقافية في رؤية الشخص إلى الوقائع، والأشخاص، والقضايا في العالم الذي يعيش فيه.

الصادقة، أو بمعنى آخر، أن الجمهور يعتقد أن العالم الذي يراه في وسائل الإعلام خاصة في وسائل الإعلام المرئية أنه صورة حقيقية وصادقة لعالمه الحقيقي. وهنا يكون التأثير، حيث يمكن لوسائل الإعلام غرس أنماط ثقافية معينة يظهر أثرها على وعي الجمهور وسلوكه، أو بمعنى آخر، تستطيع وسائل الإعلام أن تفرض نوعا معيناً لبعض الأنماط الثقافية التي تنقلها الرسالة الإعلامية نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الإعلام.

أولاً: منهج الدراسة:

نعتمد في دراستنا هذه على المنهج الوصفي التحليلي المعتمد على الأسلوب المكتبي في جمع البيانات، لمعرفة مدى تأثير وسائل الإعلام المرئية خاصة، في المتلقي وتشكيل اتجاهات الرأي العام، وازدواجية الإعلام في نشره لأخبار الإرهاب، ثم البحث عن اقتراحات عينة البحث حول السياسات والاستراتيجيات الممكنة خصوصاً الإعلامية منها لمواجهة الإرهاب.

ثانياً: إشكالية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تحليل استخدام وسائل الإعلام المرئية بمختلف أنواعها، وتحليل مجالات استخدامها، ونظرة الجمهور المتلقي حول ظاهرة الإرهاب والجماعات الإرهابية، وكيف يتعامل هذا الجمهور المستهلك للمعلومات والموضوعات والخطابات المرتبطة بالإرهاب، ومدى تأثير هذه الظاهرة على أمن وسلم المجتمع وسلامة أفرادها النفسية. كما سيتم التطرق إلى كيفية تفعيل دور وسائل الإعلام المرئية لمواجهة الإرهاب من خلال اقتراحات عينة البحث.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في شكل أسئلة حول تأثير وتلقي الجمهور للأخبار والمعلومات من خلال وسائل الإعلام المرئية، وتعرضهم للمواد والبرامج التي تتناول موضوعات الإرهاب.

- كيف يتأثر الجمهور المتلقي بالمعلومات المتعلقة بالإرهاب عبر وسائل الإعلام المرئية؟
- هل المعالجة الإعلامية تلتزم بالموضوعية؟ أم أنها تستعرض فقط المعلومات والأخبار المتعلقة بالإرهاب؟

- هل الإستراتيجية الإعلامية كفيلة للحد ومحاربة الإرهاب وتنوير وتوعية المتلقين بمخاطره؟

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة كيفية استهلاك الجمهور المتلقي للأخبار والمعلومات المتعلقة بقضايا الإرهاب، ومدى مصداقية هذه الوسائل في نقل الأحداث والوقائع ومعالجتها، وقياس اهتمام الرأي العام بأحداث

الصراع والإرهاب. كما تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل آراء عينة البحث نحو موضوعات وقضايا الإرهاب، وتقييمهم لأداء الإعلام المرئي تجاه الحالات أو المحاور المختلفة المرتبطة بهذه القضايا. رابعا: الحدود الزمانية والمكانية للدراسة:

1- الحدود الزمانية: تم تطبيق أدوات الدراسة خلال الأشهر الأخيرة من سنة (2021)

2- الحدود المكانية: تم تطبيق أدوات الدراسة من خلال استبانة إلكترونية وزعت عن طريق الشبكة العنكبوتية (الأنترنت).

3- الحدود البشرية: تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة مختلفة من الجمهور المتلقي.

خامسا: دراسات سابقة:

1- دراسة أماني عمر (2002)³ حول دور التلفزيون في تشكيل مفاهيم واتجاهات الشباب العربي نحو الإرهاب: استهدفت الدراسة التعرف على مدى اهتمام الشباب بقضية الإرهاب، وما إذا كان هذا الاهتمام له تأثير مباشر على أفكارهم واهتماماتهم وطموحاتهم المستقبلية، وكذلك التعرف على تأثير التلفزيون بشكل عام كمصدر للحصول على معلومات وتوضيح المفاهيم الخاصة بالإرهاب وأسبابه وتبعاته، وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للمضمون الإخباري بوسائل الإعلام، واتجاهات المبحوثين نحو الإرهاب.

2- دراسة Yu Wei Hu & Wayne Wanta⁴ (1993) حول التغطية التلفزيونية لقضايا الإرهاب وإدراك الجمهور لخطورة هذه القضايا على المجتمع: اهتمت الدراسة بقياس الارتباط بين الاهتمام بأحداث الصراع والإرهاب الدولي من ناحية الأخبار في وسائل إعلام أمريكية، شملت الشبكات التلفزيونية القومية (NBC, ABC, CBS) وبين إدراك الرأي العام لبروز هذه الأحداث واتجاهه نحوها، وقد توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي بين التغطية التلفزيونية لأحداث إرهابية معينة - دخلت فيها الولايات المتحدة طرفا رئيسيا أو فرعيا - وبين إدراك الرأي العام لأهمية وخطورة هذه الأحداث على المجتمع الأمريكي.

³ أماني عمر، دور التلفزيون في تشكيل مفاهيم واتجاهات الشباب العربي نحو الإرهاب: دراسة مقارنة بين مجموعات الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العشرون، مرجع سابق، ص 373-404.

⁴ Wanta, W. & Hu, Y., The Agenda Setting Effects of International News Coverage examination of differing news frames, International Journal of Public Opinion Research, Vol. 15, n° 3.

3- دراسة عبد الله الجاسر (1998)⁵ حول دور وسائل الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب: تشير الدراسة إلى أن كل عمل إعلامي يراد من خلاله توصيل الرسالة الإعلامية وفرض الرأي والانتباه بالقوة، يعد إرهاباً يستخدم فيه المرسل أساليب القوة والعنف في إيصال رسالته الإعلامية. وتشير الدراسة إلى أن حجب رسالة فئة من الفئات عن الرأي العام من قبل فئة أخرى تسيطر على وسائل الإعلام، يؤدي إلى خلل في التوازن ويكون سبباً لإشاعة الإرهاب، كما تؤكد الدراسة أن صانع الرسالة الإعلامية يمثل دوراً رئيسياً في نجاح الرسالة الإعلامية أو فشلها.

الجدول (1): الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تعتبر مصدراً للمعلومات ويعتمدها المتلقي للحصول على المعلومات حول الظاهرة الإرهابية

الوسيلة	ك	%
القنوات الفضائية العربية	96	32
الأنترنت والصحافة الإلكترونية	70	23.3
الصحف والمجلات العربية	43	14.3
الإذاعات العربية	35	11.70
القنوات الفضائية الأجنبية	27	9
وسائل الإعلام المحلية	12	4
الصحف والمجلات الأجنبية	10	3.35
الإذاعات الأجنبية	7	2.35
مجموع الإجابات	300	100

تشير نتائج التحليلية للجدول (1) أهمية القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات والأخبار حول الظاهرة الإرهابية، حيث احتلت هذه الأخيرة في مقدمة وسائل الإعلام المختلفة التي يعتمد عليها المبحوثون (المتلقون) في الحصول على المعلومات حول الظاهرة الإرهابية، وذلك بنسبة بلغت (23.3%) من إجمالي المصادر التي يعتمدون عليها في هذا الإطار. وجاءت الأنترنت والصحافة الإلكترونية في المرتبة الثانية

⁵ الجاسر عبد الله، دور وسائل الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب: تحديات العالم العربي في ظل المتغيرات الدولية، ط 1، بيروت، مركز الدراسات العربية الأوروبية، دار بلال، 1998.

بنسبة بلغت (32%)، تليهما الصحف والمجلات العربية في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية، إذ سجلت نسبة بلغت (14.3%) من إجابات المبحوثين، وتليهم الإذاعات العربية التي جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (11.70%). وتقدمت القنوات الفضائية الأجنبية على وسائل الإعلام المحلية كمصدر لمعلومات المبحوثين عن الإرهاب، وبلغت نسبة الاعتماد عليها (9%) وجاءت في المركز الخامس في مقابل (4%) فقط لوسائل الإعلام الوطنية.

فيما لم تحظ الصحف والمجلات الأجنبية وكذلك الإذاعات الأجنبية على اهتمام كبير حيث سجلت كل من الوسيلتين نسبة محدودة بلغت (3.35%) و (2.35%) على هذا الترتيب. وبهذا فإن القنوات الفضائية العربية تُعتبر مصدرا في استيقاء المعلومات لدى الجمهور المتلقي سواء فيما يتعلق بالأحداث العربية أو الدولية وفي تشكيل الرأي العام .

وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة "أمانى عمر 2002" ودراسة " نوال الصفتي 2002"، حيث أعطت الدراسات الأولى للإعلام المرئي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالظاهرة الإرهابية. كما يتضح من خلال هذا أن وسائل الإعلام العربية الأكثر استعمالا من طرف عينة البحث، نظرا لقربها الجغرافي واللغوي من الجمهور عينة البحث، وأنها أكثر الوسائل الإعلامية استعانة بخبراء ومختصين في تحليل قضايا الإرهاب، لإيصال الفكرة الحقيقية وراء أعمال وأفعال التنظيمات الإرهابية والمتطرفة.

الجدول (2): نسبة تعرض المبحوثين للمواد والبرامج التي تتناول الإرهاب في الإعلام المرئي

مدى التعرض	ك	%
أشاهد	267	89
لا أشاهد	33	11
الإجمالي	300	100

توضح بيانات الجدول (2) نسبة تعرض المبحوثين للمواد والبرامج التي تتناول ظاهرة الإرهاب بشكل عام، وتوضح نتائج البيانات ارتفاع نسبة التعرض لتصل إلى (89%) من إجمالي عينة الدراسة، في مقابل نسبة محدودة بقيمة (11%) أكدت عدم تعرضها أو مشاهدتها لأي برامج أو موادا تحتوي تتناول الإرهاب في الإعلام المرئي.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة Yu Wei Hu & Wayne Wanta، حول مشاهدة البرامج والتغطيات المرتبطة بأعمال العنف والصراع والإرهاب. ومن خلال هذه البيانات نرى كذلك أن كل ما يمس الأمن المجتمعي يتم متابعته بشكل دائم خصوصا عندما يتعلق الأمر بالإرهاب والحروب، حيث تصل درجة تأثيرهما على المتلقي نسبا كبيرة لأنها متصلة بالعنف وبث الرعب وتعرض حياتهم للخطر وإلحاق الضرر بالموارد والمرافق والأماكن العامة والخاصة.

الجدول (3): كثافة مشاهدة المبحوثين للمواد والبرامج التي تتناول الإرهاب في الإعلام المرئي

مدى كثافة المشاهدة ك %	ك	%
أحيانا	190	63.33
دائما	70	23.33
نادرا	40	13.34
الإجمالي	300	100

تشير بيانات الجدول (3) إلى ارتفاع معدل تعرض المبحوثين للمواد والبرامج التي تتناول الإرهاب في الإعلام المرئي، إذ احتلت (63.33%) من إجمالي كثافة المشاهدة من طرف المبحوثين الذين أكدوا أنهم أحيانا ما يشاهدون برامج ومواد تناقش قضايا الإرهاب، في مقابل (23.33%) كانوا يشاهدون دائما المواد وبرامج التي تُعنى بالظاهرة الإرهابية، فيما أقل معدل سجله من أجابوا بأنهم نادر ما تعرضوا لمثل هذه البرامج، بلغت نسبته (13.34%) من إجمالي كثافة المشاهدة لهذه البرامج بشكل عام.

تشير النتيجة إلى أن معالجة القنوات الفضائية العربية للإرهاب ترتبط بظهور أحداث أو أعمالا إرهابية، إذ ينعكس اهتمام القنوات الفضائية بالإرهاب من خلال التغطية الإخبارية أكثر من المعالجة الإعلامية التي تتطلب التناول والمتابعة المستمرة والمناقشة المتعمقة التي قد تظهر في عدة أشكال للبرامج وليس الاعتماد على التغطية المباشرة المرتبطة بوقوع أحداث عنف وإرهاب.

الجدول (4): أسباب الاعتماد على الإعلام المرئي للحصول على المعلومات عن الإرهاب من طرف عينة البحث

مدى كثافة الاعتماد	ك	%
إرتفاع درجة مصداقيتها	182	16.2
الجرأة في تناول الموضوع	156	14
التغطية الفورية	150	13.4
تزودني بالمعلومات والبيانات	148	13.2
اهتمامها بتحليل وتفسير الأحداث	137	12.2
الانفراد بالمعلومات والحقائق	134	12
التوازن والموضوعية في تناول	95	8.3
التغطية من موقع الأحداث	80	7.1
جميع ما سبق	39	3.5
مجموع الإجابات	1121	100

يبين الجدول (4) جملة من الأسباب التي تدفع عينة البحث للاعتماد على القنوات الاتصالية المرئية في الحصول على المعلومات والأخبار عن قضايا الإرهاب. وتمثلت دوافع الاعتماد عليها نظرا لارتفاع درجة المصداقية التي تتمتع بها، وذلك بنسبة بلغت (16.2%) من مجموع الأسباب التي ذكرت، حيث تبرز هذه النتيجة ارتفاع درجة الثقة في هذه الوسيلة. واحتلت جرأة تناول للموضوع في المرتبة الثانية كأهم الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى التعرض للإعلام المرئي للحصول على المعلومات عن الإرهاب، وهو ما يعني أن هذه القنوات الاتصالية تتناول أبعادا للظاهرة لا تتناولها وسائل أخرى. وكانت التغطية الفورية للأحداث محط اهتمام عينة البحث حيث احتلت المرتبة الثالثة من مجموع أسباب اعتماد المبحوثين على الإعلام المرئي في الحصول على هذه المعلومات بنسبة بلغت (13.4%).

وبرز الدور المعرفي للإعلام المرئي من خلال بيانات الجدول (4) إذ جاء "التزود بالمعلومات والبيانات" و"الانفراد بالمعلومات والحقائق" و"تحليل وتفسير الأحداث" من أسباب الاعتماد على هذه الوسيلة في الحصول على المعلومات عن الإرهاب وذلك بنسبة بلغت (13.2%) و (12%) و (12.2%) على التوالي، وهذا ما يؤكد أهمية ودور الإعلام المرئي في تشكيل معارف الجمهور عن الإرهاب من خلال هذا الدور المعرفي.

وجاءت سمة "التوازن والموضوعية في تناول الإرهاب" كأحد الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى الاعتماد على الإعلام المرئي في الحصول على المعلومات عن هذه القضية في مرتبة متأخرة بنسبة بلغت (8.3%) من جملة الأسباب، وهو ما يشير إلى أن المبحوثين يعتمدون على الإعلام المرئي في جمع المعلومات والبيانات عن الإرهاب بدرجة كبيرة وقيمون بدرجة أقل أسلوب معالجتها وتناولها للقضية، وذلك رغم اهتمامهم بالتحليلات التي تقدمها، والتي حصلت على نسبة بلغت (12.2%)، وهو ما يشير إلى أن التعرض ليس بالضرورة مرتبطاً بالتقييم الإيجابي لأداء الإعلام المرئي لظاهرة الإرهاب من وجهة نظر المبحوثين.

ويبرز من خلال البيانات السابقة بالجدول (4) أن وسائل الإعلام وأطر التغطية الإعلامية تسهم بشكل كبير في تشكيل الرأي العام تجاه ظاهرة الإرهاب، حيث تعتمد التغطية الإعلامية على المحدد الزمني للتركيز على مظاهر الأزمة الإرهابية، إلى جانب تحليل مضمون الأخبار والمعلومات الموجهة للرأي العام، حيث أن أو الرد الإعلامي على الفعل الإرهابي يجب أن يكون سريعاً استجابة للمتقنين في معرفة الحقيقة، قبل أن يتم استغلالها من طرف المنظمات الإرهابية وتقوم بحجبها وإعادة صياغتها على الشكل الذي يتماشى مع أيديولوجيتها وأفكارها وتضليل الرأي العام وإبعاده عن الحقيقة الكاملة.

الجدول (5): أسباب عدم التعرض للإعلام المرئي للحصول على المعلومات حول قضايا الإرهاب

أسباب عدم التعرض	ك	%
افتقار المواد للموضوعية في تناولها للإرهاب	137	45.66
البرامج والمواد لا تعجبني من حيث الشكل والمضمون	95	31.66
ليس هناك وقت كاف للإطلاع على هذه الأخبار	48	16
تفضيل متابعة هذه القضية في وسائل إعلامية أخرى	20	6.68
مجموع الإجابات	300	100

تؤكد بيانات الجدول (5) الخاص بأسباب عدم التعرض للإعلام المرئي للحصول على المعلومات حول قضايا الإرهاب، أن افتقار المواد الإعلامية للموضوعية في تناولها لقضايا الإرهاب جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (45.66%)، بينما تختلف هذه النتيجة مع من أشاروا إلى أن البرامج والمواد لا تعجبهم من حيث الشكل والمضمون وذلك بنسبة بلغت (31.66%) من مجموع إجابات المبحوثين، مما يعكس آراء

متفاوتة في تقييم المبحوثين لأسباب اعتمادهم على الإعلام المرئي في تناوله للإرهاب والظاهرة الإرهابية ككل.

إن وسائل الإعلام المرئية حسب عينة البحث، لا يمكن الاعتماد عليها خصوصا في مدى تطبيقها لمعايير التوازن والحقيقة والموضوعية في تغطيتها للأحداث الإرهابية، أو في فترة الأزمات، وكيفية التفريق بين الحقيقة والإشاعة والدعاية في ظل هذه المشكلات والفترات الحساسة، وأن الإعلام يمتد إلى المساعدة في إظهار وتأطير والترويج لأيديولوجيات الإرهاب والتطرف.

الجدول (6): المواد والبرامج الملائمة لتناول الإعلام المرئي لقضايا الإرهاب من وجهة نظر عينة البحث

المواد والبرامج	ك	%
نشرات ومواجز الأنباء	253	34.42
البرامج الإخبارية والسياسية	152	20.68
البرامج الدينية	128	17.41
البرامج الحوارية	115	15.64
البث المباشر من مواقع الحدث	87	11.85
مجموع الإجابات	735	100

احتلت نشرات الأخبار ومواجز المرتبة الأولى من حيث الأهمية في تناول قنوات الإعلام المرئي للقضايا الإرهابية، إذ بلغت نسبة تفضيل هذا القالب الإعلامي (34.42%) من اهتمام عينة البحث. ويتفق ذلك مع ما جاء في الجدول (4) من أسباب تفضيل المبحوثين للإعلام المرئي كونه يتميز بالسرعة والفورية في تغطية هذه القضايا، وكذلك ما جاء في الجدول (2) من تصدر الإعلام المرئي للمراكز الأولى من حيث المشاهدة والتتبع.

وجاءت البرامج الإخبارية والسياسية لتؤكد مكانتها لدى الجمهور المتلقي، إذ حصلت هذه البرامج على المركز الثاني بنسبة بلغت (20.68%) مما يعكس اهتمام المبحوثين بمناقشة البعد السياسي للإرهاب والتغطية الإخبارية للأعمال الإرهابية.

واحتلت البرامج الدينية المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (17.41%) مما يعكس أهمية المدخل والبعد الديني من وجهة نظر المبحوثين لمعالجة قضية الإرهاب. وهذا لا ينتقص من دور البرامج الحوارية التي بلغت نسبة

اهتمام عينة البحث بها (15.64%) من مجموع تفضيلات المبحوثين للأشكال البرمجية والمواد الملائمة لتناول الإرهاب في الإعلام المرئي.

بينما الاهتمام بالبث المباشر من مواقع الحدث احتل المركز الخامس بنسبة بلغت (11.85%)، مما يعكس اهتمام المبحوثين بالنشرات الإخبارية والبرامج الحوارية التي تقوم على شرح وتحليل وتفسير الظاهرة الإرهابية. ويرجع ذلك إلى كثرة وتعدد الأحداث الإرهابية مما يتطلب التريث وعدم الانسياق وراء الأخبار السريعة، وأخذ الوقت الكافي للتأمل والتفكير لإستيعاب القضية والحدث في تناول الظاهرة من أبعاد وزوايا متعددة.

الجدول (7): أهم الأحداث الإرهابية التي تتبعها عينة البحث في الإعلام المرئي

الأحداث الإرهابية	ك	%
أحداث 11 سبتمبر 2001	100	33.35
تفجير مقهى أركانة في مراكش 28 أبريل 2011	70	23.33
أحداث شارلي إيبدو 7 يناير 2015	59	19.66
الهجوم المسلح بنيوزلاندا 15 مارس 2019	31	10.34
حرق الطيار الأردني معاذ الكساسبة عام 2015	18	6
حوادث الإرهاب في العراق وليبيا	14	4.66
حوادث اغتيال الشخصيات البارزة	8	2.66
الإجمالي	300	100

أوضحت نتائج الجدول (7) حول أهم الأحداث الإرهابية التي تم تتبعها بشكل كبير من طرف المبحوثين أن الهجوم الذي تعرضت له الولايات المتحدة الأمريكية يبقى الحدث البارز والأهم خلال هذه المدة كاملة، وحسب عينة البحث فإن أحداث 11 سبتمبر 2001 حصدت أعلى اهتمام من طرف الجمهور المتلقي بنسبة (33.35%)، نظرا لحدة الحدث والطريقة التي تم بها، وما يزال مؤثرا رغم مرور عدة سنوات على وقوعه وذلك لما أدى إليه هذا الحادث الإرهابي من تداعيات، ارتبط معظمها بتنامي ظاهرة الإرهاب والمواجهة الدولية له. كما جاءت أحداث تفجير مقهى أركانة بمدينة مراكش بالمملكة المغربية في المرتبة

الثانية من حيث أهميتها ومتابعتها في الإعلام المرئي، إذ حصل هذا الحدث على نسبة بلغت (23.33%) وهو ما يشير إلى أن هذا الحادث الفارق في تاريخ الإرهاب في الدول العربية وشمال أفريقيا. واحتلت أحداث شارلي إيبدو بفرنسا المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (19.66%)، تليها الهجمات المسلحة التي استهدفت المصلين بنيوزلاندا 15 مارس 2019 بنسبة بلغت (10.34%)، ثم حادث حرق الطيار الأردني معاذ الكساسبة عام 2015 بنسبة بلغت (6%).

فيما تذيلت حوادث الإرهاب في العراق وليبيا المرتبة الخامسة من اهتمام المبحوثين من حيث التغطية المتميزة للإعلام المرئي لها، وحصلت على نسبة بلغت (4.66%)، ونسبة (2.66%) بالنسبة لحوادث اغتيال الشخصيات البارزة.

ويتضح أن التغطية الإعلامية للعمليات والهجمات الإرهابية في بعض مناطق العالم، حظيت بتغطية مكثفة خصوصا عندما يتعلق الأمر بدول عظمى، قوية اقتصاديا وعسكريا وإعلاميا، وكيفية الاستخدام الاستراتيجي للأطر والنخب الإعلامية والسياسية في تحليل الأحداث، وكذلك في الترويج على أن المس بآمن واستقرار دولة عظمى كالمس بآمن تواقصاد العالم بأسره.

الجدول (8): اتجاه عينة البحث إزاء تغطية الإعلام المرئي لحوادث الإرهاب

الاتجاه	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عرض وجهات نظر مختلفة	55	3.8	78	9.5	97	32.3	70	17.5
المصادقية في الخبر	99	33	95	31.6	43	14.3	63	21
الفصل بين الخبر والرأي الخاص	66	22	94	31.3	87	29	53	17.6
التركيز على الجوانب السلبية فقط	110	36.6	70	23.3	66	22	54	18
تلبية الاحتياجات إلى المعرفة	80	26.6	102	34	100	33.3	18	6
تتميز تغطيتها بالفورية والمتابعة	66	22	104	34.6	80	26.6	50	16.6
				6		6		8

24.3	73	17.6	53	32.6	98	25.3	76	تركز على أحداث بعينها وتهمل أخرى
4		6		6		4		
4.34	13	32	96	29.6	89	34	102	تركز على موقف أطراف ودول معينة
				6				
18.3	55	40	120	19.6	59	22	66	تشويه صورة بعض الدول
4				6				
20.6	62	33.6	101	20.3	61	25.3	76	تخلط في عرضها بين الإرهاب والمقاومة المشروعة
6		6		4		4		

تهدف دراسة الجدول (8) إلى أخذ آراء عينة البحث إزاء تغطية الإعلام المرئي للحوادث الإرهابية، وتعكس بيانات الجدول وجود سمات إيجابية للتغطية في مقابل السمات سلبية، وقد تمثلت أهم هذه الملاحظات الإيجابية من وجهة نظر الباحثين وفق النسب التي حصلت عليها بعض الاتجاهات التي تم اختيارها، حيث حصلت درجة المصادقية العالية في الخبر نسبة (64.6%) من إجمالي إجابات العينة التي كانت تحمل درجات من الموافقة "موافق بشدة" (33%) و"موافق" (31.6%)، وذلك في مقابل (21%) للاتجاه المعارض لهذه السمة بينما بلغت نسبة الاتجاه المحايد نسبة (14.34%).

فيما احتلت المرتبة الثانية سمة أن وسائل الإعلام المرئية "تلبّي الاحتياجات إلى المعرفة" بنسبة إجمالية للموافقة بلغت (60.6%) و(26.6%) موافق بشدة، و (34%) موافق، فكان الترتيب أيضاً للدرجة الأقل من الموافقة، في مقابل (18%) للاتجاه الراض لوجود هذه السمة في تغطية القنوات الفضائية العربية للإرهاب، و(33.3%) للاتجاه المحايد.

كما أبرز الباحثون أن تميز الإعلام المرئي يتضح من خلال الفصل بين الخبر والرأي الخاص، حيث احتلت هذه السمة الإيجابية في تغطية الأحداث الإرهابية مرتبة متقدمة من حيث اتجاه الباحثين الإيجابي اتجاه وسائل الإعلام المرئي وذلك بنسبة بلغت (53.3%) " (22%) موافق بشدة و (31.3%) موافق، فكان الترتيب أيضاً للدرجة الأقل وذلك في مقابل (17.66%) للاتجاه الراض و (29%) للاتجاه المحايد.

فيما انحصر عرض وجهات نظر مختلفة بنسبة مجمعة بلغت (33.3%) "(13.8%) موافق بشدة و (19.5%) موافق"، فكان الترتيب أيضا للدرجة الأقل من الموافقة، في مقابل (17.5%) فقط للاتجاه الراض لهذه السمة، و(32.3%) للاتجاه المحايد.

واعتبرت عينة البحث أن وسائل الإعلام المرئي تتميز بالفورية والمتابعة، وجاءت هذه السمة في المرتبة الرابعة من السمات الإيجابية التي يرى المبحوثون توافرها في تناول الإعلام المرئي للإرهاب، فحصلت على نسبة بلغت (56.6%)، أي "(22%) موافق بشدة وموافق بلغت (34.6%)"، وذلك في مقابل (16.68%) للاتجاه الراض والمعارض لوجود هذه السمة، و(26.66%) للاتجاه المحايد.

وتوضح هذه البيانات أن المصادقية والفصل بين الرأي والخبر تعد من أهم السمات الإيجابية التي ميزت تغطية وسائل الإعلام المرئي للإرهاب - من وجهة نظر المبحوثين - يليها أنها تلبى الاحتياجات إلى المعرفة والفصل بين الخبر والرأي الخاص، وأخيرا أنها تعرض وجهات نظر مختلفة، وهذا ما يعكس أن اهتمام عينة البحث يركز أكثر على وجود الموضوعية والتوازن أكثر من أن تنتم هذه الأحداث والأخبار بوجهات نظر مختلفة في التغطية الخبرية، و يرجع هذا إلى طبيعة أحداث الإرهاب التي تتطلب عمق التناول والموضوعية والتفسير والتحليل لتشكيل معارف الجمهور والتأثير في اتجاهاته.

أما بالنسبة للسمات السلبية حسب الجدول (8) فإن عينة البحث بينت أن التناول الإعلامي المرئي للأحداث والقضايا الإرهابية يعرف بعض الجوانب التي تركز على الجوانب السلبية لبعض الأحداث والقضايا، حيث حصلت هذه السمة على أعلى نسبة من إجابات المبحوثين فيما يتعلق باتجاههم إزاء تناول الإعلام المرئي للإرهاب فبلغت (60%)، بمعنى "(36.6%) موافق بشدة و (23.34%) موافق"، مقابل (18%) للاتجاه الراض والمعارض لهذه السمة و(22%) للاتجاه المحايد. كما أن الخلط بين مفهوم الإرهاب والمقاومة المشروعة جاءت سلبية في معالجة الإعلام المرئي لهذه القضية، حيث جاءت في المرتبة الثانية من وجهة نظر عينة البحث بنسبة بلغت (45.68%) "(33.66%) موافق بشدة و(20.66%) موافق"، وذلك في مقابل (20.66%) للاتجاه الراض و(33.66%) للاتجاه المحايد إزاء هذه السمة.

كما تشير بيانات الجدول إلى أن وسائل الإعلام المرئي تقوم بتشويه صورة بعض الدول، عن قصد أو غير قصد خصوصا فيما يتعلق بالقضايا الإرهابية، لتعطي نتائج عينة البحث في هذه السمة نسبة بلغت (45.68%) من مجموع موافقين على هذه السمة، في مقابل (20.66%) للاتجاه الراض و(33.66%) للاتجاه المحايد.

وارتكزت كذلك السمات السلبية حسب عينة في تناول الإعلام المرئي للإرهاب على أن هذه الوسائل تركز على موقف أطراف ودول محددة، وتركز على أحداث بعينها وتهمل أخرى، حيث جاءت النتيجة على التوالي (58%) للأولى و (63.66%) للثانية.

وتشير بيانات الجدول أن أهم سلبيات معالجة الإعلام المرئي للقضايا والأحداث الإرهابية من وجهة نظر الباحثين، تمثلت في التركيز على أحداث بعينها وإهمال أخرى، أي أنها تناقش القضايا في إطار الرصد والتغطية الإخبارية للأحداث الإرهابية، وارتبط بذلك التركيز على جوانب محددة وإهمال جوانب أخرى أي افتقار المعالجة إلى عنصر التكامل والشمول. كما وضحت بيانات تحليل أجوبة عينة البحث انتقاداً لكيفية معالجة الإعلام المرئي للإرهاب من زاوية عدم اهتمامها بالتمييز الواضح بين الإرهاب ومفهوم المقاومة، كما يرى الباحثون أن التحيز إلى بعض الدول أو الأطراف يعد سمة سلبية في معالجة هذه الوسائل للقضايا والأحداث، خصوصاً المواضيع الحساسة التي تمس الأمن والسلم المجتمعي.

الجدول (9): الأسباب الرئيسية للإرهاب كما أدركتها عينة البحث من خلال تناول وسائل الإعلام المرئي للقضية

الأسباب الرئيسية للإرهاب	ك	%
اعتناق مفاهيم دينية خاطئة	240	20.93
الفقر والجهل	192	16.73
القتل والعنف الذي يتعرض له بعض المسلمين بدول أجنبية	115	10.03
صناعة أجنبية	107	9.33
الرأسمالية والتنافس الاقتصادي بين الدول	96	8.36
تشويه صورة الإسلام والمسلمين	85	7.42
الدخول والغزو الأجنبي لبعض الدول العربية	79	6.88
الصراع العقدي والحروب الأهلية	73	6.36
فرض القوة لتحقيق مكاسب سياسية واقتصادية	61	5.33
تقييد الحريات وانتهاكات حقوق الإنسان	50	4.35
عدم وجود استراتيجية أمنية محكمة	49	4.28

100	1147	مجموع الإجابات
-----	------	----------------

تشير بيانات الجدول (9) أن أهم الأسباب التي ذكرتها عينة البحث لتفسير ظاهرة الإرهاب في الإعلام المرئي، تمثلت في اعتناق مفاهيم دينية خاطئة، وذلك بنسبة بلغت (20.93%) من مجموع إجابات المبحوثين، ويليهما في الفقر والجهل بنسبة بلغت (16.73%)، وهذا يعني أن تناول ظاهرة الإرهاب يأخذ البعد الديني والسياسي أكثر من الارتباط بالجانب الاجتماعي في تفسير نمو وانتشار الإرهاب. وأخذ سبب القتل والعنف الذي يتعرض له بعض المسلمين بدول أجنبية موضعاً متقدماً من إجابات المبحوثين بنسبة (10.03%)، وتم إدراجه بشكل عام من بين الأسباب الرئيسة وراء انتشار الإرهاب، كما ذكر المبحوثون أن الإرهاب ما هو إلا صناعة أجنبية وتنافس اقتصادي بين الدول حول الرأسمالية الاقتصادية بنسب (9.33%) و(8.36%) على التوالي. فيما أخذ البعد الأخلاقي موضعاً وسطاً بين الأسباب، وأكدت عينة البحث أن تشويه صورة الإسلام والمسلمين والتي بلغت نسبتها (7.42%)، سبباً رئيساً وراء العنف والإرهاب الذي تشهده مجموعة من دول العالم، خصوصاً عندما تم اختيار أن الإرهاب صناعة أجنبية، يليها الاقتصاد وصورة الإسلام والمسلمين فيما بعد. كما اعتبر المبحوثون أن الدخول والغزو الأجنبي لبعض الدول العربية يعد أحد الأسباب لظهور الإرهاب وذلك بنسبة بلغت (6.88%)، يليه الصراع العقدي والحروب الأهلية ثم فرض القوة من بعض الدول لتحقيق مكاسب سياسية واقتصادية بنسبة تتراوح بين (6.36%) و(5.33%). ويضاف إلى هذه الأسباب كلها حسب عينة البحث أن تقييد الحريات وانتهاك حقوق الإنسان كان لها أثر سلبي في ظهور الإرهاب والعنف داخل المجتمع، إلى جانب عدم وجود استراتيجية أمنية محكمة من طرف الأنظمة لمحاربة أو وقف انتشار الإرهاب وكسبب لنموه في رغم أن هذه السمة جاءت متأخرة في لائحة اهتمام المبحوثين إزاء الظاهرة الإرهابية في وسائل الإعلام المرئي بنسبة (4.28%).

ويتضح من خلال كل البيانات في الجدول أن اعتناق مفاهيم دينية خاطئة أدى إلى أدى بشكل كبير إلى استفحال الإرهاب، وانتشار خطاب الكراهية الذي يثير الفتن بين مكونات المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى فقدان المجتمع لتماسكه الداخلي، وقتل روح الإبداع، وانتشار الفكر التطرفي. لذلك حثت عينة البحث على

ضرورة التوعية من الآثار السلبية لبث خطابات الكراهية في وسائل الإعلام المرئية، بحجج مختلفة، منها الدينية ومنها الحفاظ على الهوية وغير ذلك من حجج يتغطى بها خطاب الكراهية. الجدول (10): المفاهيم المرتبطة بتعريف الإرهاب كما أكدت نتائج عينة البحث

المفاهيم	ك	%
استهداف الأبرياء ونشر الرعب والتخويف	73	24.33
قتل الأرواح بغير حق	61	20.33
نشر أفكار ومرجعيات دينية متطرفة	52	17.34
استخدام منظم للعنف لتحقيق أهداف سياسية	38	12.66
زعزعة النظام الأمني والسياسي	30	10
الضغط على الأنظمة والدول من أجل فرض الذات والوجود	19	6.34
تدمير وتخريب منشآت الدولة والمس بحقوق الغير	15	5
عمليات منظمة من طرف جماعات متطرفة غير مشروعة	12	4
الإجمالي	300	100

من خلال تقييم الجدول (10) يتبين أن البعد اللإنساني في تفسير الأعمال الإرهابية يحتل مكانة بارزة من خلال النتائج المتوصل بها من إجابات عينة البحث، حيث تصدر تعريف الإرهاب على أنه استهداف للأبرياء ونشر ثقافة الرعب والتخويف بين الناس داخل المجتمع وقتل للأرواح بغير حق بنسبة (20.33%) و(20.33%) على التوالي، واحتل المفهوم الخاص بأنه وسيلة لنشر أفكار ومرجعيات دينية متطرفة المركز الثالث من اهتمام الباحثين بنسبة بلغت (17.34%)، ويقتررب هذا المفهوم مع مفهوم أن الإرهاب عمليات منظمة من طرف جماعات متطرفة غير مشروعة والتي جاءت في آخر اختيارات عينة البحث بنسبة (4%) فقط.

وجاءت العلاقة بين الإرهاب وأنظمة الحكم السياسية في مرتبة وسط، من خلال تصنيف أو تعريف الإرهاب على أنه استخدام منظم للعنف لتحقيق أهداف سياسية، وعملية من أجل زعزعة النظام الأمني والسياسي بنسب تتراوح بين (12.66%) و(10%). وتوضح هذه العلاقة جيدا خصوصا بعد الترتيب المتتالي للإجابات التي أكد من خلالها الباحثون على أن الإرهاب والنظام السياسي مرتبطان من خلال الإجابتين

السابقتين، وكذلك من خلال أن الجماعات الإرهابية تقوم بالضغط على الأنظمة والدول من أجل فرض الذات والوجود وتدمير وتخريب منشآت الدولة والمس بحقوق الغير، على نحو متسلسل ومتراتب أخذ نسبة مائوية (6.34%) و(5%). وتشير الإجابات بذلك إلى أن المفاهيم التي استقاها المبحوثون من وسائل الإعلام المرئي حول مفهوم الإرهاب، تنصب مجملها في السمات العاطفية والإنسانية، مما يعني أن الإعلام المرئي قد نجح في إثارة المشاعر والعواطف لدى عينة البحث، وهو الأمر الذي من خلاله تتكون الاتجاهات والمواقف الراضة للعنف والترهيب والتخريب، وتشكيل رأي عام ذو موقف واضح ضد هذه الأفعال التي تمس الأفراد والجماعات.

الجدول (11): الحلول والتصورات المقترحة لمواجهة الإرهاب من خلال أجوبة المبحوثين

الحلول والتصورات المطروحة لمواجهة الإرهاب	ك	%
توقيف الدعم الأجنبي للإرهاب والجماعات الإرهابية	223	21.12
التكاتف الدولي لمواجهة الإرهاب	192	18.18
حل النزاعات والصراعات الدولية	157	14.86
إعطاء مكانة حقيقية للإسلام والمسلمين في الدول الأجنبية	123	11.65
التوعية والتحسيس عبر وسائل الإعلام المختلفة والبرامج الفكرية	98	9.28
تطبيق المعاهدات الدولية لحفظ السلم والسلام الدوليين	86	8.15
نبذ خطاب الكراهية والعنصرية	77	7.30
إعادة النظر في مناهج التربية والخطاب الديني	59	5.58
تفعيل الاتفاقية الدولية لمكافحة الإرهاب	41	3.88
مجموع الإجابات	1056	100

تشير بيانات الجدول (11) أن توقيف الدعم الأجنبي للإرهاب والجماعات الإرهابية، اكتسب أهمية كبيرة بين عينة البحث في حل الأزمات والصراعات والقضايا الإرهابية التي يعرفها العالم، وكمدخل رئيس للتصدي لهذه الظاهرة، إذ جاء مجمل إجابات المبحوثين في هذا الصدد بنسبة (223) من بين (300) من عينة البحث أي (21.12%)، تلاه التكاتف الدولي لمواجهة الإرهاب بنسبة (18.18%)، لتستقر قرارات حل النزاعات والصراعات الدولية في المرتبة الثالثة بـ (14.86%). ويأتي الجانب الديني رابعاً من خلال أجوبة

المبوهون بإعطاءه مكانة حقيقية للإسلام والمسلمين في الدول الأجنبية، والقيام بالتوعية والتحصين عبر وسائل الإعلام المختلفة والبرامج الفكرية بنسب تراوحت بين (11.65%) و(9.28%) على التوالي. فيما تم اقتراح تطبيق المعاهدات الدولية لحفظ السلم والسلام الدوليين كحل وسط لمواجهة الإرهاب بنسبة (8.15%)، يليه نبذ خطاب الكراهية والعنصرية وإعادة النظر في مناهج التربية والخطاب الديني بنسبة أقل. ليبقى حل تفعيل الاتفاقية الدولية لمكافحة الإرهاب كحل أخير بالنسبة لعينة البحث بنسبة (3.88%).

وركزت إجابات المبوهون على أهمية توقيف الدعم الأجنبي للإرهاب والجماعات الإرهابية ومسؤولية الدور الدولي في مواجهة الإرهاب، ويتضح هذا من خلال الإشارة إلى ضرورة التكاتف الدولي لمواجهة الإرهاب واتباع سياسات لحل الأزمة، بتطبيق القرارات والمعاهدات والاتفاقيات الدولية.

وتمثل البعد الآخر للتصورات والإجابات التي أدرتها المبوهون لمواجهة الإرهاب من خلال إعادة النظر في مجموعة من الخطابات التي تحمل رسائل ملغومة ومشفرة أو تحريضية، حيث دعى المبوهون إلى ضرورة نبذ خطاب الكراهية والعنصرية وإعادة النظر في مناهج التربية والخطاب الديني في وسائل الإعلام المرئية. وتوضح هذه البيانات أن المسؤولية الدولية عن الإرهاب سواء من حيث الأسباب أو الحلول المطروحة تمثل بعدا رئيسيا في تناول وسائل الإعلام المرئية للإرهاب، وبالتالي يجب التركيز في تناول الإعلامي على ضرورة حل الصراعات والأزمات الدولية التي تعد وفقا لأبعاد المعالجة للإرهاب، أحد الأسباب الرئيسية التي تقف وراء الأحداث والعمليات الإرهابية.

ومن خلال بيانات كل من الجداول (9، 10، 11) نجد توافقا بين أجوبة المبوهين حول أسباب الإرهاب ومفاهيم تعريفه والتصورات والاقتراحات المطروحة لمواجهة الإرهاب، وبين توجهات تناول وسائل الإعلام المرئية لهذه الأبعاد، وهذا ما يوضح جليا تأثير الإعلام المرئي على معرفة واتجاهات عينة البحث إزاء قضايا الإرهاب وأساليب المواجهة الإعلامية. ويتضح من خلال بيانات الجدول (11) الذي يشير إلى توجهات المبوهين إزاء الحلول والتصورات المطروحة لمواجهة الإرهاب، ومنع تكرار حدوث أحداث إرهابية مماثلة، وقدرة وسائل الإعلام على التأثير المعرفي على توجهات الرأي العام إزاء القضايا المختلفة.

الجدول (12): موقف المبوهين من الحلول والتصورات المطروحة لمواجهة الإرهاب كما وردت في تناول وسائل الإعلام المرئية

الحلول والتصورات المطروحة لمواجهة	موافق	معارض	محايد	الإجمالي
-----------------------------------	-------	-------	-------	----------

الإرهاب	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
توقيف الدعم الأجنبي للإرهاب والجماعات الإرهابية	223	74.3	27	9	300	16.6	300	100
التكاتف الدولي لمواجهة الإرهاب	192	64	46	15.3	300	20.6	300	100
حل النزاعات والصراعات الدولية	157	52.3	63	21	300	26.6	300	100
إعطاء مكانة حقيقية للإسلام والمسلمين في الدول الأجنبية	123	41	100	33.3	300	25.6	300	100
التوعية والتحسيس عبر وسائل الإعلام المختلفة والبرامج الفكرية	98	32.6	87	29	300	38.3	300	100
تطبيق المعاهدات الدولية لحفظ السلم الدولي	86	28.6	115	38.3	300	33	300	100
نبد خطاب الكراهية والعنصرية	77	25.6	117	39	300	35.3	300	100
إعادة النظر في مناهج التربية والخطاب الديني	59	19.6	96	32	300	48.3	300	100
تفعيل الاتفاقية الدولية لمكافحة الإرهاب	41	13.6	87	29	300	57.3	300	100

حسب دراسة الجدولين (11) و(12)، ينظر الجمهور عينة البحث أن الحلول والتصورات المقترحة لمواجهة الإرهاب كما يتم تداولها في وسائل الإعلام المرئي، هي جهود تبقى غير كافية للتصدي لظاهرة كبيرة ومتغيرة. فرغم الاهتمام الإعلامي بالظاهرة ومعالجتها من زوايا عديدة، إلا أن الإستراتيجية الإعلامية يجب تتضمن أهدافا واضحة، تنبني على توعية مجتمعية ومواجهة الفكر بالفكر، وعزل التيارات المتشددة والإرهابية عن عدم نشر أيديولوجياتها وأفكارها عبر وسائل الإعلام والترويج لها. كما أن المقترحات العامة

لتفعيل إستراتيجية فعالة، يجب أن تضم مستويات أخرى، بدءاً من المنظومة التعليمية والثقافية للمجتمعات، وإعادة النظر في أساليب الخطابات السياسية والدينية بما يضمن التعددية السياسية والحرية الفكرية وعدم التمييز، وممارسة الرقابة الشعبية. كما يجب على البرامج التعليمية أن تحتل مكانة خاصة في هذه الإستراتيجية، وأن تتضمن قيم الحوار المبني على التحليل والإستنباط، والنقد والتعايش وإقرار حقوق الآخرين، والتوجه الديمقراطي. إلى جانب هذا، وجب -حسب عينة الدراسة- وضع مشروع إصلاح اجتماعي متكامل مساهماً للإصلاح الاقتصادي والسياسي، وإرساء قواعد التكافل الاجتماعي.

الجدول (13): مدى مساهمة وسائل الإعلام المرئي في زيادة مشاعر رفض المبحوثين للإرهاب

مدى التأثير في مشاعر الرفض للإرهاب	ك	%
ساهمت إلى حد ما	145	48.33
ساهمت إلى حد كبير	97	32.33
لم تؤثر	58	19.34
الإجمالي	300	100

تشير بيانات الجدول (13) أن وسائل الإعلام المرئي لها قدرة كبيرة للتأثير في توجهات المبحوثين في اتجاه رفضهم الإرهاب بشكل عام وبدرجة محدودة. إذ ذكر (48.33%) من المبحوثين - أي ما يقارب نصف مجموع عينة البحث- أن قنوات الإعلام المرئي قد أثرت إلى حد ما في توجهاتهم إزاء القضايا الإرهابية، بينما ساهمت إلى حد كبير بنسبة (32.33%)، في مقابل (19.34%) فقط من العينة ذكروا أن الإعلام المرئي لم يؤثر في مشاعر الرفض لديهم اتجاه الإرهاب.

ويتضح أن جوانب الاتفاق في رفض الإرهاب بين عينة البحث، كانت لها مبررات سابقة في الجداول سالفة الذكر، في نبذهم للعنف والقتل والترهيب، وعدم استعمال العقيدة والدين لتبرير الأعمال الإرهابية، وتصحيح صورة الدين الإسلامي وتحقيق الأمن الفكري والسلوكي.

الجدول (14): تناول قضايا الإرهاب في وسائل الإعلام المرئي من وجهة نظر عينة البحث

مدى تناول قضايا الإرهاب	ك	%
تتناولها بشكل غير متكامل	198	66
تتناولها بشكل متكامل	102	34

الإجمالي	300	100
----------	-----	-----

تشير نتائج الجدول (14) إلى أن عينة البحث ترى أن تتناول وسائل الإعلام المرئي لقضايا الإرهاب لم يكن متكاملًا بدرجة كافية من حيث المعلومات واستمرارية المعالجة وتغطيتها للجوانب المختلفة للقضية، وهذا يعني أن هناك بعض الجوانب التي لا يتم إبرازها في معالجة الظاهرة الإرهابية، إذ أشار (66%) من المبحوثين إلى أن هذا التناول لم يلبي احتياج الجمهور المتلقي إلى معرفة الظاهرة وأبعادها المختلفة، بينما أشار (34%) فقط من عينة البحث أن التناول الإعلامي للإرهاب قد جاء مكتمل العناصر، ما يساعد على اتجاهات المبحوثين إزاء الإرهاب. وقد جاءت هذه النتيجة متوافقة مع ما سبق أن ذكرته نسبة من المبحوثين في الجدول (8) من أن معالجة الإعلام المرئي للإرهاب تركز على الجوانب السلبية فقط، والإهتمام بموقف أطراف محددة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة "عبد الله الجاسر 1998"، والتي عالجت دور القائم بالاتصال في تشكيل الرأي العام بشكل إيجابي، وضبط الرسالة الإعلامية لعدم نشر الإشاعات وتضليل الجمهور وتحصينه من الأفكار والأخبار المضللة والشائعات.

الجدول (15): المواقف التي تتبناها وسائل الإعلام المرئي في تناولها للإرهاب من وجهة نظر عينة البحث

المواقف التي تتبناها وسائل الإعلام المرئي	ك	%
موقف وسياسة الدولة	150	50
الموقف الدولي	70	23.34
الموقف الغربي	53	17.66
الموقف العربي	27	9
مجموع الإجابات	300	100

من خلال الجدول (15) تشير البيانات إلى أن وسائل الإعلام المرئي تأخذ موقف وسياسة الدولة، وتتبناها بنسبة وصلت إلى (50%) من مجموع إجابات عينة البحث التي رأت أن القضية الإرهابية يتم تناولها في الإعلام بهذه المنهجية، بينما يأتي الموقف الدولي إزاء القضية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (23.34%)، و(17.66%) أكدوا أن الإعلام المرئي ينهج في سياسته الإعلامية الموقف الغربي لتناول القضايا المتعلقة

بالإرهاب. أما أقل المواقف التي يمكن الاعتماد عليها لتبني سياسة إعلامية إزاء الإرهاب هو الموقف العربي، الذي حصل مجموع إجابات عينة البحث نحوه بنسبة (9%) فقط.

- نتائج الدراسة:

من خلال المعطيات السابقة والتي وقفت على مجموعة من الفروض والبيانات والإجابات التي قامت بها عينة البحث اتجاه وسائل الإعلام المرئي وكيفية تناوله للقضايا المتعلقة بالإرهاب، والتعرف على العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين للقضية من خلال الإعلام المرئي، نجد وجود متغيرات تتمثل في:

- معرفة المبحوثين بمفهوم الإرهاب والأبعاد التي تصاحبه.
- الاتجاه نحو مجموعة من الحلول والتصورات المطروحة لمواجهة لمواجهته في وسائل الإعلام المرئي.
- الإجماع على رفض الإرهاب وجدانيا وسلوكيا.
- معرفة السمات الإيجابية لمعالجة الإعلام المرئي للظاهرة الإرهابية.
- معرفة المتغيرات الديموغرافية وارتباطها بكثافة تعرض عينة البحث.

وعند دراسة هذه المتغيرات السابقة نستنتج أن:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين معرفة المبحوثين بمفهوم الإرهاب والتأثر المعرفي، حيث إن هذا الاختبار يبين تأثير وسائل الإعلام المرئي في المفاهيم المختلفة لمفهوم الإرهاب وأبعاده المختلفة. إذ جاءت قيمة (ك) (18.34%) بمستوى معنوية (0.05) مما يعني وجود ارتباط إيجابي بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام المرئي وبين المعرفة بقضايا الإرهاب لدى عينة البحث.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام المرئي واتجاههم إزاء الإرهاب، حيث تم قياس هذه العلاقة باستخدام معامل التوافق بلغت قيمة (ك) (12.83%) بمستوى معنوية (0.05) مما يعني وجود علاقة معتدلة بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام المرئي واتجاههم إزاء الإرهاب وأبعاده والحلول المطروحة لمواجهة إعلاميا.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام المرئي والإجماع على مشاعر رفض الإرهاب وجدانيا وسلوكيا، حيث جاءت قيمة (ك) (13%) بمستوى معنوية (0.05)، مما يعني وجود علاقة ايجابية بين كثافة التعرض وبين مشاعر الرفض للإرهاب لدى عينة البحث.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام المرئي وبين معرفة السمات الإيجابية لمعالجة الإعلام المرئي للظاهرة الإرهابية، حيث برزت قيمة (ك) (16.66%) بمستوى

معنوية (0.05)، أي أنه كلما زادت قيمة التعرض كلما زادت قيمة الرضى لدى عينة البحث عن التناول الإعلامي لقضايا الإرهاب.

- عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام المرئي ومعرفة المتغيرات الديموغرافية وارتباطها بكثافة تعرض عينة البحث، حيث تشير الإحصائيات على هذه المعطيات حيث إن المتغير الديموغرافي (الجنس، المستوى التعليمي،...)، حيث جاءت قيمة (ك) المحسوبة منخفضة عن مستوى معنوية (0.05).

إن مضمون الخطاب الإعلامي لهذه التنظيمات يستخدم العنف اللفظي الذي يؤثر في المتلقي وعلى قراراته وتفكيره، وإقناعه بالقيام بأفعال ضد الآخرين، لأن الخطاب يعتبر عاملا مهما لتأسيس الجماعات الإرهابية ووسيلة لاستقطاب الجمهور والقيام بأعمال إرهابية، وترويع المجتمع وإثارة الفوضى، وجذب انتباه الآخرين إلى قضية التنظيم إعلاميا، ومحاولة إقناع الجمهور بشرعية ما يقومون به. حيث نجد أن التنظيمات الإرهابية تقوم بجمع مجموعة من الخطابات التي من خلالها يتم توظيف الأفكار وتغذيتها، وتحميل نفسها مسؤولية الدفاع عن المجتمع وحقوق أفرادها. فأبعاد الخطاب والرسالة الإعلامية للتنظيمات الإرهابية تتحدد في أشياء تتعلق بثوابت المجتمعات، كالدفاع عن العقائد والمقدسات، وعن الثروات ومقومات الوجود والكيان الحضاري، والكرامة الإنسانية والقيم والتقاليد العالية الموروثة.

إن الاستراتيجية الإعلامية التي تطبقها التنظيمات الإرهابية، لاقت اهتماما كبيرا من الجمهور المتلقي وخصوصا المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء الدولية، لأن كل ما يرتبط بالأمن والسلم المجمعين يلقي إهتماما وتتبعها مستمرا.

عند الرجوع إلى أحداث 11 سبتمبر 2001، التي قامت بها جماعة تنظيم القاعدة، نجد أن الإستراتيجية الإعلامية التي اعتمد عليها التنظيم، كانت تقليدية، حيث اعتمد على وسائل الإعلام الدولية من أجل إيصال رسالته للعالم، كما أن بعض المقابلات الحصرية التي قام بها زعماء التنظيمات الإرهابية مع صحفيين غربيين، كانت إعلانا ودعاية لهذه التنظيمات ونشر أفكارهم وأفعالهم وخططهم والإعلان عن الجهاد ضد مجموعة من الدول والمسؤولين السياسيين. لتتغير هذه العلاقة بعدما تم اختطاف مراسل

صحيفة "وول ستريت جورنال" THE WALL STREET JOURNAL دانيل بيرل DANIEL

PEARL وقطع رأسه في يناير 2002.

إن العلاقة القائمة بين التنظيمات الإرهابية ووسائل الإعلام، هي علاقة تبادل المنفعة. فالتنظيمات الإرهابية تسعى جاهدة إلى نشر ثقافتها الفكرية المتطرفة وإثارة الخوف وبث الرعب في نفوس الأفراد والمجتمعات والتأثير في القادة والسياسيين من خلال عملياتها وهجماتها، وبالتالي تحقيق أهدافهم.

- مقترحات عينة البحث لتفعيل دور وسائل الإعلام المرئي لمواجهة الإرهاب:

إن تحليل محتوى الخطابات الإعلامية للتنظيمات الإرهابية، تكشف عن إعادة نشر المحتويات والمضامين الإعلامية لها عبر وسائل الإعلام، مما يدل على علاقة الترابط الكبيرة بين الجماعات الإرهابية والمتطرفة على نحو يزيد من صعوبة الحد منها ومن انتشار معتقداتها وأفكارها، لأنها تعتمد على تخطيط منظم للاستفادة من الإعلام وتوسيع دائرة الوجود، والانتشار بين الجمهور بشكل أكبر.

وتشير النتائج أن الجماعات الإرهابية ليست بنفس القوة التي تظهر عليها في وسائل الإعلام، وأن هذا الأخير يسعى إلى خلق وتحقيق الإثارة وجذب الجمهور، وأن مفهوم التخويف الذي تنشره وسائل الإعلام يدعم هذه الجماعات الإرهابية بشكل كبير، إلى أنه توجد فرصة فعلية لتقليص حجم القوة الرمزية للإرهاب كما يصورها الإعلام، وأهمية التركيز على استثمار ذلك المؤشر الإيجابي وتدعيمه.

كما أن إدراك الجمهور حاجته إلى رفع مستوى الوعي من خلال الخطاب الإعلامي والديني الموجه في خطاب التوعية، يلزم نشر الحوادث الإرهابية المهمة فقط، وتوظيف وسائل الإعلام فيه تحليلها للتقريب بين وجهات النظر المختلفة.

تعددت المقترحات التي أكدها المبحوثون لتفعيل دور وسائل الإعلام المرئية في مجابهة الإرهاب من خلال مجموعة من البرامج المقترحة والمختلفة لزيادة مستوى وعي الجمهور المتلقي، مع ضرورة الالتزام ووسائل الإعلام بالموضوعية والحياد في مثل هذه القضايا مع معالجتها بنوع من التريث وعدم التسرع في نشر معطيات مغلوبة لتفادي تشكيل رأي عام يستهلك المغالطات وأفكارا بعيدة كل البعد عن الواقع والحقيقة. وتحددت مقترحات عينة البحث في النقاط التالية:

- الالتزام بالموضوعية في معالجة وتناول القضايا الإرهابية وعرض آراء مختلفة لمناقشة الظاهرة من جميع النواحي المرتبطة بها، وتطبيق الرقابة الداخلية في المؤسسات الإعلامية بوضع سياسة تحريرية وتعريض من يخالفها للمساءلة.

- إعطاء مفهوم محدد للإرهاب وعدم الخلط بينه وبين المقاومة المشروعة.

- تقييم برامج وسائل الإعلام المرئي وعدم بث موادا تنشر أفكارا مغلوبة أو رسائل تطرفية.

- إلزام وسائل الإعلام بالتحلي بروح المسؤولية الاجتماعية والأمنية للحفاظ على الأمن القومي.

- تعزيز أنشطة الإعلام الأمني لنقل أخبار دقيقة، وتأسيس وعي أمني لضمان سلامة الرأي العام.
- صياغة دليل صحفي يضم تعريفا دقيقا ومحددا للإرهاب وللمصطلحات ذات الصلة مثل المقاومة المسلحة، والعنف، والتطرف، والمقاومة السلمية، والمواجهة، والصراع.
- ليستدل به الإعلاميون.
- توقيف الدعم الأجنبي للإرهاب والجماعات الإرهابية.
- تصحيح صورة الإسلام والمسلمين لدى الدول الغربية عبر إنشاء قنوات بلغات أجنبية مختلفة لفتح مجال لآليات الحوار الموضوعي.
- فصل وتحرير وسائل الإعلام المرئي عن سياسة الدول، والقيام بالمهمة الإعلامية بكل حرية وموضوعية وبدون قيود.
- حل النزاعات والصراعات الدولية.
- التوعية والتحسيس عبر وسائل الإعلام المختلفة والبرامج الفكرية.
- تطبيق المعاهدات الدولية لحفظ السلم والسلام الدوليين.
- نذب خطاب الكراهية والعنصرية.
- إعادة النظر في مناهج التربية والخطاب الديني.
- تفعيل الاتفاقية الدولية لمكافحة الإرهاب.
- وضع تعريف دقيق لمصطلح الإرهاب والتطرف يتصف بقوة قانونية ملزمة للجميع.

- قائمة المراجع:

1. أماني عمر، دور التلفزيون في تشكيل مفاهيم واتجاهات الشباب العربي نحو الإرهاب: دراسة مقارنة بين مجموعات الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العشرون، مرجع سابق، ص ص 373-404.
2. الجاسر عبد الله، دور وسائل الإعلام في مواجهة التطرف والإرهاب: تحديات العالم العربي في ظل المتغيرات الدولية، ط 1، بيروت، مركز الدراسات العربية الأوروبية، دار بلال، 1998.
3. George, G., & Gross, L.P. (1976). Living With Television: The Violence Profile. Journal of Communication 26(1):173 - 199
4. Wanta, W. & Hu, Y., The Agenda Setting Effects of International News Coverage examination of differing news frames, International Journal of Public Opinion Research, Vol. 15, n° 3.

صورة المعلم في الإعلانات التجارية الجزائرية المتلفزة - دراسة تحليلية -
**The Image Of The Teacher In Algerian Television
Advertisings -Analytical Study-**

د. أيوب رقاني

جامعة قسنطينة 03 صالح بوبنيدر

أستاذ محاضر صنف " أ "

ط. د سليم عابد

مخبر sophilab جامعة 08 ماي 1945 قالمة

باحث في طور الدكتوراه

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة صورة المعلم ضمن المضامين التي تحملها الرسائل الإعلانية التلفزيونية الجزائرية التي استخدمت المعلم كفاعل رئيس في محتوياتها، وهذا عبر تحليل مضمون مجموعة من الإعلانات المروجة للمنتجات المحلية والأجنبية والتي تبث ومضاتها عبر القنوات العمومية والخاصة. ومن أهم ما خلصت إليه هذه الدراسة أن هناك إساءة أخلاقية وثقافية في حق المعلم ومكانته الاجتماعية، مع عدم تقيد الجهات المعلنّة بالأخلاقيات المهنية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور المتعرض. الكلمات المفتاحية:

الصورة، المعلم، الإعلان، المشاهد الجزائري، الإعلانات الجزائرية المتلفزة.

Abstract :

This study aimed to recognize the image of the teacher within the Algerian television commercial messages that used the teacher as the main actor in their contents. This is by analyzing the content of a group of advertisements promoting local and foreign products through Algerian public and private channels.

One of the most important findings of this study is that there is an ethical and cultural abuse of the teacher's right and his social status, the Advertisers are not committed to professional ethics and social responsibility towards the exposed public.

Keywords :

Mental image, Teacher, Advertising, Algerian viewers, Algerian television advertisings.

1. مقدمة:

يُعدّ التعليم من الأنشطة الاجتماعية التي لها دور فعال في بناء وتكوين الأجيال وزرع المبادئ والقيم الاجتماعية والثقافية، كما يحافظ على الثقافة من الاندثار عن طريق نقلها من جيل إلى آخر، وتتم عملية نقل المعارف بمؤسسات رسمية تنظم العمل التعليمي والتسيير والإشراف على مختلف الفاعلين في المدرسة لضمان جودة عالية من الكفاءة المهنية.

ومن العناصر التعليمية الفاعلة في ميدان التدريس، ومحور نجاحها، أو فشلها "المعلم" الذي يتميز بأنه القائم بالنشاط التعليمي من خلال نقل المعارف وبناء شخصية المتعلم، ويحتل المعلم مكانة اجتماعية نظرا للأدوار المنوطة به وخاصة في ثقافتنا العربية الإسلامية لقوله تعالى " {يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ} " ، ولقول النبي صلى الله عليه وسلم: "إن العلماء ورثة الأنبياء وإن الأنبياء لم يورثوا دينارا ولا درهما، وإنما ورثوا العلم فمن أخذه أخذ بحظ وافر"، وهذه الشواهد تدل على تميّز المعلم بدرجة كبيرة من التقدير والتبجيل.

وتبرز القيمة الحقيقية للمعلم في الأطوار الأولى من المنظومة التعليمية لما له من تأثير كبير على الطفل في غرس مختلف القيم وتنشئته على مجموعة من المقومات، كما يعمل على تكوين شخصيته من الناحية النفسية والاجتماعية فينتج من خلال هذه الجهود فردا واعيا، مدرك لدوره في أسترته، وعمله، ومجتمعه. لكن مع التطورات والتغيرات الحاصلة في الميدان التكنولوجي وظهور وسائل الاتصال، صارت هذه الأخيرة قوى مهيمنة على المجتمع من خلال التأثير على الأفكار والتصورات والتوجهات، وهذا عبر خلق مجموعة من الصور في أشكال عديدة ومتنوعة، حيث برزت اتجاهات تصف وتصور شخصية المعلم عبر مجموعة من القوالب الاتصالية من مسرحيات وأفلام وبعض الرسوم الكاريكاتورية. هذه الصورة عبر مختلف الوسائل شددت اهتمام الباحثين والدارسين في مجال الاتصال على غرار دراسة "عاطف عدلي عبد العبيد" بعنوان صورة المعلم في وسائل الإعلام.

ولم يتوقف هذا الأمر في المحتويات المذكورة، بل تجاوزه إلى مواد اتصالية أخرى من بينها الإعلانات التلفزيونية، ففي السنوات الأخيرة أصبحت الإعلانات التي تبث عبر القنوات تكاد تساوي المدة الزمنية المخصصة للبرامج التلفزيونية، وأصبحت المؤسسات الإعلامية تتنافس للحصول على الإعلانات باعتبارها مصدر دخلها الرئيس. فعلى المستوى الجزائري عرف قطاع السمعي البصري نشاطا كبيرا بعد فتح الحكومة الجزائرية المجال أمام القطاع الخاص للنشاط في الساحة الإعلامية والذي عرف كذلك تنافسا حادا بين القنوات الخاصة للحصول على الإعلانات لضمان بقائها واستمرارها، وهذا ما يجعل المشاهد لا مهرب له

من التعرض لها لكثرة هذه الأخيرة، ونتيجة الحاجة لهذا المصدر من التمويل غابت المسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات المهنية في الممارسات الاتصالية وأصبح الهدف الرئيسي الربح. هذا الأمر دفع الباحثان إلى محاولة دراسة تناول هذه الشخصية - المعلم - من منظور إنتاج اتصالي مغاير ألا وهو "الإعلانات التجارية السمعية البصرية"، والتي تبث على المستوى المحلي الجزائري للتسويق للعديد من المنتجات المستخدمة للمعلم كفاعل في ومضاتها. ومن خلال هذا العرض نطرح التساؤل الرئيس الآتي:

- كيف تُستخدم صورة المعلم ضمن الإعلانات التجارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية؟
وللإجابة عن التساؤل الرئيس قام الباحثان بوضع مجموعة من الأسئلة الفرعية:
- ماهي مختلف القيم الثقافية التي تحملها الإعلانات التجارية الجزائرية؟
 - ماهي الأساليب الإقناعية الموظفة في الإعلانات المدروسة؟
 - من هي الشخصية المحورية التي ركزت عليها الإعلانات التجارية الجزائرية؟
 - فينا نتجلى مختلف الجوانب الإيحائية المستخدمة في الإعلانات محل الدراسة؟
2. أهداف البحث:

- الكشف عن سبب استخدام الجهات الإعلانية لشخصية المعلم في إعلاناتها دون الشخصيات الأخرى.
 - التعرف على مكانة المعلم في الإعلانات التجارية الجزائرية المتلفزة، والوقوف على التجاوزات في حقّه إن وجدت.
 - معرفة مختلف القيم والسلوكيات التي ترسلها الإعلانات المتلفزة ضمناً إلى الجمهور عبر ومضاتها.
 - السعي للوصول إلى الأبعاد الثقافية والاجتماعية بالخصوص من وراء تجسيد شخصية المعلم عبر الومضات الإعلانية التجارية الجزائرية المتلفزة.
 - التعرف على الطرق والأساليب الإقناعية التي اعتمدها الإعلانات التجارية للترويج لمنتجاتها.
3. أهمية الدراسة:

يُعدّ المعلم أو القائم بالعملية التعليمية من الركائز الأساسية في ميدان التنشئة الاجتماعية عموماً والمؤسسة التعليمية خصوصاً لما له من أدوار يؤديها في بناء الأجيال وصناعة المستقبل، وينبغي أن يقابل هذا الدور الاجتماعي بالمكانة والتقدير في الوسط الاجتماعي العام، وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا في النظر في تحليل المضامين الإعلانية السمعية البصرية التي استخدمت المعلم في عروضها للكشف والوقوف على أهم القيم التي تنقل عبر هذه الإعلانات التجارية بالإضافة إلى التعرف للصورة الحقيقية للمعلم من خلال هذه

الومضات لتفسير أبعاد الإيديولوجية التي تحملها الرسائل الإعلانية التي أصبح هدفها تحقيق الربح وأكبر قدر من المبيعات على حساب منظومتنا القيمية.

4. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: لـ "عاطف عدلي عبد العبيد" بعنوان: صورة المعلم في وسائل الإعلام. إنطلق الباحث من المعلم باعتباره الركيزة الأساسية لنجاح العملية التعليمية في مراحلها المختلفة وآثاره على الطلاب من خلال أدائه لواجباته ومسؤولياته ورسائله التعليمية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: وسائل الإعلام قدمت المعلم بصورة سلبية بواسطة البرامج التالية: أفلام عربية، مسلسلات، مسرحيات، برامج إذاعية، مواد إخبارية، تحقيقات، رسوم كاريكاتورية. كما ذكر 91.7% من المعلمين والطلاب أن سلوكيات محددة - كالمقابل السخيفة - حدثت من الطلاب تقليدا من لما قدمته وسائل الإعلام.

الدراسة الثانية: لـ "سارة دخان" بعنوان: صورة المعلم في المجتمع الجزائري. حاولت الباحثة من خلالها التعرف على الصورة الجديدة للمعلم في ظل العوامل الاجتماعية المؤثرة ووسائل الإعلام والثقافة المجتمعية الجديدة. خلصت أهم نتائج الدراسة إلى أن الصورة المثالية للمعلم تختلف عن الصورة الواقعية له، وأن تدهور المكانة الاجتماعية للمعلم في المجتمع الجزائري وتدنيه أدى إلى تغيير صورته واهتزازها لدى نفسه والآخرين.

5. تحديد المفاهيم:

1.4 الصورة:

نقصد بها "الصورة الذهنية" والتي تعني أنّ "إدراكنا للآخرين لا يقوم على معرفة حقيقتهم في الواقع وإنما ما نحمله من أفكار وتصورات وتمثيلات ذهنية تنتج عنها عمليات استنتاج لا شعورية تمكننا من تشكيل انطباعات عن الآخرين بناءً على أدلة لصورة ذهنية محدودة بشأنهم." وفي موضوع الدراسة نعني بها كل انطباع يتشكل في ذهن المشاهد الجزائري عند تعرضه لمجموعة من الإعلانات المُرَوَّجة لمختلف المنتجات الاستهلاكية والمُستخدمة لشخصية المعلم الجزائري وما يترتب عليها من أحكام نهائية لهذا الأخير.

2.4 المُعَلِّم:

استخدم الباحثان في هذه الدراسة مصطلح "مُعَلِّم" لأنه حسب بعض الدراسات أن كلمة معلم تطلق على مهنة التعليم دون المرحلة الجامعية أما المرحلة الجامعية فيسمى "أستاذ". وعليه فالمعلم هو "ذاك الشخص المعد إعداد مهنيا وعلميا وتربويا ليقوم بأعباء التربية والتعليم والتنشئة الفكرية والخلقية والسلوكية لدى المتعلم ليكون مواطنا صالحا وفق أسس وقواعد علمية وتربوية معينة."

3.4 الإعلان:

"هو نمط من أنماط تدريب المتلقين على السلوك كمستهلكين أو عملاء من خلال استخدام تكتيكات التأثير النفسي والاجتماعي ويتم ذلك وفق محددات اجتماعية وهو أداة لممارسة الضبط الاجتماعي على قيم الجمهور من خلال وسائل الإعلام وهذا ما يؤكد علماء النفس الاجتماعي". ومنه يمكن أن نقول أن الإعلانات التجارية الجزائرية المتلفزة هي مجموع الرسائل المدفوعة الثمن والموجهة للجمهور الجزائري والمُمررة عبر القنوات الجزائرية المتلفزة سواء كانت خاصة أو عمومية، والعاملة على الترويج لمنتجات ذات صناعة محلية أو أجنبية يتم تسويقها وطرحها في السوق المحلية والمُستخدمة للمعلم كأحد الفاعلين فيها.

6. مجتمع البحث وعينته:

تتمثل خصائص مفردات مجتمع البحث في جميع الإعلانات التجارية التي تروج لمنتجات محلية أو أجنبية، والذي يكون بثها عبر قنوات تلفزيونية جزائرية عمومية أو خاصة، وتستهدف السوق الجزائرية وجمهورها، كما أنها تستخدم شخصية المعلم كفاعل في إعلاناتها. وبعد البحث والمتابعة للإعلانات المختلفة ومقارنتها بخصائص مجتمع البحث تم تحديد خمس (05) إعلانات تطابقت مع الخصائص المذكورة سابقا، إلا أن الباحثان لم يستطيعا تسجيل أحد الإعلانات بسبب أن مدة عرضه لم تدم طويلا وتوقف دون إمكانية الوصول إليه، وتمثل هذا الإعلان في ماركة "شاربونال بلوس Charbonel plus" الخاصة بمشكل الكولون وانتفاخ البطن.

ونظرا لصغر مجتمع البحث وإمكانية إجراء الدراسة على جميع مفرداته استخدم الباحثان في هذه الحالة "أسلوب الحصر الشامل" الذي هو "أسلوب يقصد به جمع البيانات من جميع مفردات المجتمع". وبناء عليه أجرى الباحثان الدراسة على أربع (04) إعلانات لمنتجات متنوعة تأتي على ذكرها كالتالي:

1.5 "دليسيانو" Deliciano: "منتج غذائي موجه للأطفال مصنع من طرف شركة ألكا فود " Alca Food". وهي شركة أجنبية يتواجد مقرها بمدينة "إيتومبيارا" (Itumbiara) في ولاية "غوياس" (Goiàs)) جنوبا في قلب البرازيل.

2.5 بسكويت أمين "Amine": "عبارة عن بسكويت مقرمش مصنع من طرف "شركة الخلد للمربطات" التي تعد شركة محلية يتواجد مقرها الاجتماعي بالمنطقة الصناعية رقم 11 طريق محطة البويرة".

3.5 "شيوواو" Chiwawa: "منتج غذائي طبيعي موجه لجميع شرائح المجتمع. وهو عبارة عن بذور عباد الشمس-المعروفة باللهجة العامية بالزريرة- البيضاء المحمص والمملحة، يتم صناعة هذا الأخير من طرف شركة "ياسمين فود" الجزائرية، يقع مقرها بحي أولاد بلحاج رقم 33 سحولة.

4.5 "بنينو" Bninou: منتج مصنّع في شكل كعكة صغيرة بحبات الشكولاتة (مادلين)، تابع للشركة الجزائرية "بسكويت الكيفان" الواقعة بحي ميموني مجمع 09 برج الكيفان الجزائر العاصمة.
الشكل 1: يمثل المنتجات الاستهلاكية المروجة في الإعلانات التجارية محل الدراسة بالترتيب المصدر: تم أخذ جميع الصور من موقع غوغل للصور google image



7. منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية من خلال وصف ظاهرة استخدام المعلم في الإعلانات التجارية الجزائرية والتي تقتضي منا جمع البيانات وتحليلها لاستخلاص النتائج، لذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي والذي يعد من أكثر المناهج استخداما في ميدان العلوم الاجتماعية لما يتميز من خصوصيات تتلاءم وطبيعة الظاهرة الاجتماعية، ومن هذا المنطلق يسعى هذا الأسلوب إلى التحليل والتفسير".

ويرجع سبب اختيار المنهج الوصفي هو تلائمه مع طبيعة الدراسة التي تقتضي وصف وتحليل للإعلانات التجارية الجزائرية والكشف عن التأثيرات التي يمكن أن تشكل انطباعات في الصورة الذهنية للأطفال، كما يساعد المنهج المستخدم على جمع أكبر عدد من المعلومات حول الظاهرة المدروسة بواسطة أدوات جمع البيانات ومحاولة تفسيرها وتوضيحها من خلال الجداول واستقراء المعطيات وكذلك الوصول إلى نتائج يتم فهم الظاهرة من خلالها فهم دقيق ومعق وموضوعي.

8. أداة الدراسة:

وبما أن موضوع الدراسة يتمثل في دراسة ظاهرة اتصالية تتمثل في الإعلان، فأداة تحليل المضمون هي الأداة الفعالة والمناسبة التي تتلاءم مع منهج الدراسة وطبيعة الدراسة التي تهدف إلى الوقوف على أهم المضامين الإعلانية. حيث اعتمد الباحثان في الدراسة التحليلية على وحدات الشكل والمضمون وتم إعدادها كالاتي:

□ فئات ماذا قيل؟ (المضمون):

(1) فئة الشخصيات الفاعلة في الإعلان: معلم (ة)، تلاميذ، رسوم متحركة.

- (2) فئة شهرة متقمص دور المعلم في الإعلان: مشهور، غير مشهور.
- (3) فئة الأدوار التي يؤديها المعلم في الإعلانات: تعليمي فقط، استهلاكي فقط، تعليمي واستهلاكي.
- (4) فئة المظاهر السلوكية للمعلم في الإعلانات: هزلية فقط، جدية فقط، مختلطة.
- (5) فئة الجمهور المستهدف من الإعلان: جمهور عام، جمهور خاص.

□ فئات كيف قيل؟ (الشكل):

- (1) فئة أساليب الإقناع: أساليب عقلية، أساليب عاطفية، أساليب تخوفية، أساليب متنوعة.
- (2) فئة فضاء التصوير: داخل قسم التدريس، خارج القسم التدريس، داخلي وخارجي.
- (3) فئة لغة التواصل: لسانية، غير لسانية.
- (4) فئة الموسيقى التصويرية المستخدمة: موسيقى عالمية، موسيقى غير عالمية، لا توجد موسيقى.
- (5) فئة ألوان مستخدمة في اعلانات: ألوان داكنة، ألوان خفيفة، ألوان جذابة، ألوان مختلطة.
- (6) فئة الوقت المخصص لظهور المعلم في الإعلانات: قصير، متوسط، طويل.

9. مناقشة أهم نتائج الدراسة:

الجدول 1: يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في الإعلانات

%	(ك)	الإعلانات
		الشخصيات الفاعلة
44.44	04	المعلم
44.44	04	التلاميذ
11.12	01	رسوم متحركة
100	09	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

أوضحت الدراسة أن هنالك تنوع في استخدام الشخصيات ضمن الإعلانات، لكنه تم التركيز على شخصية المعلم والتلاميذ باعتبارهم العناصر الفاعلة في العملية التعليمية، ونعتبر هذا الاستخدام تجاوز في حق المنظومة التربوية وإساءة ثقافية وأخلاقية للجمهور الجزائري وعدم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من طرف الجهات المعلنة، فالمعلم له مكانة وقيمة لما يقدمه من خدمة للمجتمع، ولو تعمقنا في الإعلانات وتوظيفها لهاته الشخصيات الفاعلة في العملية التعليمية لوجدنا أن هنالك أثر لتسويق أفكار اجتماعية تمس شخص المعلم وتقلل من قيمته ومكانته الاجتماعية.

الجدول 2: يمثل شهرة متقمص دور المعلم

%	(ك)	الإعلانات
		متقصد دور معلم
75	03	مشهور
25	01	غير مشهور
100	04	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

كشفت الدراسة عن تجاوز في حق المعلم باستخدام شخصيات كوميدية مشهورة عُرفت في الساحة الفنية الجزائرية بنشاطها الإعلامي الترفيهي والهزلي وهذه الشخصيات تعتبر محبوبة وذات شعبية لدى الجمهور الجزائري، وتشمل هذه الأخيرة كل من: "حميد عاشوري، محمد بوخديمي وزبير بلحور" (أنظر للصور المرفقة)، والذين تقمصوا دورا يتصف بالجدية والمكانة المرموقة في المجتمع الجزائري لأن خصائص الفاعل في الإعلان (المعلم) والدور الذي تقوم به الشخصية الإعلانية المروجة لا يتناسبان، خاصة وأن الجمهور المستهدف هو الطفل الذي يقوم بتقليد وإتباع تلك الشخصيات المشهورة ويتأثر بسهولة بهم.

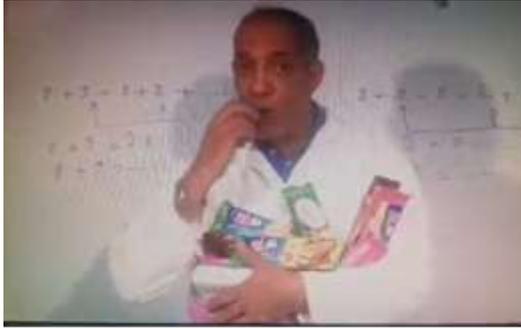


الجدول 3: يمثل الأدوار التي يقوم بها المعلم في الإعلانات

%	(ك)	الإعلانات
		الدور
25	01	تعليمي فقط
00	00	استهلاكي فقط
75	03	استهلاكي تعليمي
100	04	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

كشفت الدراسة أن هنالك تناقضا في الأدوار التي يقوم بها المعلم في الواقع وبين ما يبث وينشر عبر الومضات الإعلانية، حيث نلاحظ من خلال تحليل مضامين الاعلانات مدى التباين بين ما يسعى القائم بالتعليم إلى نشره لزيادة المستوى المعرفي وتحقيق الاستنهاض الحضاري، وبين ما ينشر ويبث عبر وسائل الإعلام وخاصة المتلفزة التي تحاول بناء صورة تقلل من الدور المنوط بهذا الأخير، وغرس أفكار وانطباعات تشكل صور ذهنية وأحكام مسبقة عن شخصه، فالدور الذي يقوم به المعلم أرفع من أن يكون مستهلك لمنهج غذائي موجه للأطفال) أنظر للصور المرفقة). وتكرار عرض مثل هذه السلوكيات عبر وسائل الإعلام وخاصة المتلفزة يخلق صورة ذهنية لدى جمهور المشاهدين بأن هذا هو الواقع الاجتماعي. وما يؤكد ما وصلنا إليه نتائج الدراسة السابقة لـ عاطف عدلي عبد العبيد "بأن 66.7% من المبحوثين (المعلمين) يرون أن صورة المعلم في وسائل الإعلام غير مطابقة لصورته في الواقع وهذا ما أثر على الواقع نفسه في تشكيل صورة سلبية عن المعلم والأدوار التي يؤديها."



الجدول 4: يمثل الجمهور المستهدف من الإعلانات

%	(ك)	الإعلانات الجمهور
00	00	الجمهور العام
100	04	الجمهور الخاص
100	04	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

كل إعلانات الدراسة كانت موجهة الى جمهور محدد ألا وهو "الطفل الجزائري" وهذا ما لمسناه من خلال المنتجات التي تروج لها، فاستهلاكها يكون من قبل هذه الفئة دون غيرها من: حبوب الفطور، بذور عباد الشمس، الكعك، البسكويت، وأيضا استخدام شخصية إعلانية مُستهلكة تحاكي الواقع تمثلت في أطفال ضمن المرحلة الابتدائية تقمصت دور التلاميذ وتوعدت بين الجنسين إناثا وذكورا، ولا نستثني امكانية استهلاكها من قبل الفئات الأخرى كالشباب مثلا.



فالأطفال يعتبرون كما أطلق عليهم هويت "الجمهور الحساس الذي يتأثر أكثر من غيره بوسائل الإعلام"¹، كما يسهل إقناعه والتأثير فيه من مختلف الإعلانات التجارية التلفزيونية التي تعرض في قوالب فنية جذابة من ناحية الألوان والموسيقى، بحيث يتأثر الطفل بسرعة وسهولة لأنه غير قادر على الملاحظة والنقد، وبالإضافة إلى اعتبار التلفزيون كأداة للتنشئة الاجتماعية فيحدث استبطان لتلك الرسائل الإعلانية أو غرس إعلامي في ذهن الطفل بما تحمله هذه الرسائل من قيم تقترب أو تبتعد عن منظومتنا القيمية والتي تؤثر في نظرة الطفل للبيئة حوله.

الجدول 5: يمثل اللغة المستخدمة في الإعلانات

اللغة	الإعلانات	(ك)	%
لساني		04	40
غير لساني		06	60
المجموع		10	100

المصدر: من إعداد الباحثين

كانت لغة التواصل في الرسائل الإعلانية مزيجا بين ما هو لساني وغير لساني، رغم التركيز على هذا الأخير، إذ ظهر بشكل بارز عبر التعبير بالجوانب المرئية كالرقصات الإيقاعية والإيماءات الجسدية. وجوانب سمعية من أنغام وألحان منتجة باستخدام ما هو متاح في محيط المدرسة مع أصوات صادرة عن استهلاك المنتج، مما خلق فوضى صوتية في فضاء التعليم. كما لم تخلُ الإعلانات كذلك من الرموز الذوقية التي تمثلت في شكل حركات تدل على الاستمتاع بطعم المنتج. فيما ظهر الجانب اللساني من

¹حسن عماد مكاري، ليلي حسن السيد، حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 1998، ص. 61.

التواصل في اللغة المنطوقة باستخدام اللهجة الجزائرية في كل الإعلانات مع مصاحبتها أحيانا بعبارات مكتوبة من نفس اللهجة كشعارات المنتجات.

نرى أن لغة التواصل المستخدمة بنوعها لغة تجارية تميل إلى الضعف. لأن كل ما ذكر لا يليق بالسياق التصويري محل الدراسة -المدرسة وما تحويه من رموز دالة متنوعة-، حيث مثلا الاستخدام غير اللساني المدرج أعلاه يخلق صورة في أذهان الأطفال وأوليائهم بأن المعلم شخص ليس جدّيا وغير قادر على التحكم في فصله وتلاميذه (أنظر للصور المرفقة).



الجدول 6: يمثل أساليب الإقناع في الرسالة الإعلانية

%	(ك)	الإعلانات
		أساليب إقناعية
00	00	عقلية
50	02	عاطفية
00	00	تخويفية
50	02	مختلطة
100	04	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

وظفت الإعلانات المدروسة أساليب إقناعية متنوعة الهدف منها التأثير على عقل وعاطفة المتلقي بهدف قيامه بسلوك مرغوب من طرف المعلن وهو شراء السلعة، والملاحظ أن تركيز الإعلانات كان كبيرا على الاستمالات العاطفية التي تتوافق مع الجمهور المراد من ورائه الإعلان، الذي يسهل إقناعه بهذا النوع من الاستمالات ومن بينها الموسيقى الراقصة والمنتشرة في أوساط الجزائريين والتي سنوضحها لاحقا بشكل موسع، وكذا الشعارات الجذابة مثل إعلان رقم (03) "شيووا الزريعة لي نهوى" وإعلان رقم (02) "قوفريط أمين شحال بنين"، إعلان (04) "بينو شحال بنين" لتبسيط الفكرة فتجد المستهدف الأول (الطفل) يتأثر بها بسرعة وسهولة.

أما الاستمالات العقلية فقد استخدمت في إعلان واحد فقط لإعطاء قوة إقناعيه ونوع من التوازن في الإعلان واستهدفت الآباء كجمهور ثانوي لأن الآباء هم من لديهم القدرة الشرائية مثل إعلان رقم (03) في استخدام عبارة "زريعة شيواوا 100% طبيعية".

الجدول 7: يمثل أماكن تصوير الإعلانات

الإعلانات	فضاء التصوير	(ك)	%
داخل القسم	03	75	
خارج القسم	00	00	
داخل وخارج القسم	01	25	
المجموع	04	100	

المصدر: من إعداد الباحثين

الإعلانات المدروسة اعتمدت على التصوير الداخلي (قسم التدريس)، لما له من إحياءات رمزية خاصة. ففي الإعلانات المدروسة والتي استهدفت الفضاء المدرسي اعتمدت في التركيز على الجو التعليمي ودلالاته التعبيرية -بعيدا عن الجوانب الفنية والتقنية والإدارية التي تسهل عملية التصوير الداخلي- عبر استخدام المعلم والتلاميذ ومحتويات القسم (سبورة، مصطبة، أقلام طاوولات، حقائب، مكتب، كراسي...) كعناصر تسويقية في تصميم الإعلان، وهذا فيه نوع من الاستهزاء والسخرية والتشهير بالمعلم والمدرسة ضمنا من خلال استخدام مكان يتصف بالقدسية وفضاء للتعليم والبناء والتطور إلى وسيلة لترويج المنتجات الاستهلاكية بطرق هزلية.



الجدول 8: يمثل الموسيقى المستخدمة في الإعلانات

الإعلانات الموسيقى	(ك)	%
موسيقى عالمية	02	50
موسيقى غير عالمية	02	50
لا توجد موسيقى	00	00
المجموع	04	100

المصدر: من إعداد الباحثين

استخدمت الموسيقى في كل الإعلانات، حيث تنوعت بين الأنغام العالمية والموسيقى التصويرية البسيطة، فالموسيقى تحرك عملية التلقي وتخلق جو مناسب وتحضير نفسي لتلقي الرسالة الاعلانية. فقد وظّف إيقاع "شيووا" للمغني "ديجي بوبو السويسري سنة 2003" في الإعلان رقم (03)، والمقصود بكلمة شيواوا هو نوع من الكلاب المكسيكية، والذي تم ربطه باسم المنتج. والأغنية التونسية "ياليلي ياليل" للمغني "بلطي سنة 2019" والتي وظفت في الاعلان رقم (04)، حيث أن العرض المتكرر لهذه الومضات يخلق علاقة ترابطية بين المعلم والأغاني وما تحويه من ايحاءات تسهم في تشكيل صورة سلبية حوله.

الجدول 9: يمثل مجموعة الألوان الموظفة في الإعلانات

الإعلانات الألوان	(ك)	%
ألوان خفيفة	00	00
ألوان داكنة	00	00
ألوان جذابة	00	00
ألوان مختلطة	04	100
المجموع	04	100

المصدر: من إعداد الباحثين

أظهرت الدراسة أن الألوان المستخدمة تنوعت بين الألوان الخفيفة والجذابة وقد تلائم هذا الاستخدام مع الجمهور المشاهد الذي تؤثر فيه الألوان المشرقة والنايضة بالحياة، فكان هنالك نوع من التناسق والانسجام في الاستخدام لغرض تجاري وتناسبها مع بيئة أو فضاء التصوير (القسم)، فكلها كانت ذات دلالة رمزية أحسن المعلم تناولها في الإعلانات لا يصال أفكاره الأطفال المشاهدين.

الجدول 10: وقت عرض المعلم من إجمالي زمن عرض الإعلان

الوقت	الإعلانات	(ك)	%
قصير	01	25	
متوسط	03	75	
عالي	00	00	
المجموع	04	100	

المصدر: من إعداد الباحثين

كشفت الدراسة عن تفاوت في عرض المعلم ضمن زمن عرض الإعلان، لكن أغلب الإعلانات ركزت وبشكل واضح على المعلم لأكثر من 15 ثانية بنسبة تقارب 40% من إجمالي مدة الإعلانات التي تراوحت ما بين 30 ثانية و45 ثانية، وهي مدة كافية للتعبير عن الفكرة الإعلانية بوضوح وبمعايير فنية كافية توجز عما يريد المعلم إيصاله للمتعرض حول السلعة.

فالمتوقع هو التركيز على "المنتج" وكذا الأطفال والرسوم المتحركة الفاعلة في الإعلان، غير أن الإعلانات ركزت وبشكل واضح على "المعلم" وتصويره بلقطات سلبية، مثال: في إعلان "قوفريط أمين" إمساك المعلم بالمنتج بكلتا يديه وضمه إلى صدره دلالة على البخل وحب الامتلاك، وكذا قيامه بحركات هزلية وهو يراقب التلاميذ كحارس عليهم خوفاً من أن يأخذوا البسكوت منه. وكذا إعلان "زريعة شيوواوا" الذي عبر عن المعلم بصورة بالغة في السلبية عن طريق رقصه وهو يقوم بعملية التعليم وسط سخرية التلاميذ، بل وأكثر من ذلك ففي إعلان "بسكويت بنينو" صورت الشخصية الإعلانية المتقدمة لدور المعلم فرحة برقص وغناء التلاميذ داخل القسم.

2. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على مجموعة من الاعلانات التي استخدمت المعلم كفاعل في ومضاتها للتعرف على الصورة الحقيقية لهذا الأخير، وقد سجلت مجموعة من النتائج المتعلقة بصورة المعلم. حيث كشفت الدراسة أن هنالك تناقضا كبيرا وواضحا بين الأدوار التي يقوم بها المعلم في الواقع من دور تربيوي وتعليمي وقيادي وبين ما يبث وينشر عبر الومضات الإعلانية مما يؤثر على صورة المعلم في الواقع عن طريق غرس صورة سلبية بتكرار بث هذه الإعلانات، كما لاحظنا غياب تدخل الجهات المعنية

والمتمثلة في: سلطة ضبط السمعي البصري، نقابات التعليم، وزارة التربية، الجمعيات الثقافية -ماعدا تدخل واحد من وزارة التربية لوقف بث إعلان شيواو-، للحد من هذه التجاوزات المتكررة في حق المعلم. وعليه أصبح من الضروري على الجهات المسؤولة عن إنتاج الإعلانات مراعاة الخصوصية الثقافية للجماهير المستهدفة واحترام الأداب العامة، مع إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بالأنشطة الإعلانية وتكوين هيئة تسهر على عدم تجاوز قواعد الميثاق. وكذلك ضرورة حث الباحثين على دراسة مثل هذه الوسائل الاتصالية الجماهيرية (الإعلانات) والكشف عن مختلف التجاوزات الاخلاقية والثقافية سواء عن قصد أو غير قصد للحد من مثل هذه الظواهر.

قائمة المراجع:

1. الآية 11، سورة المجادلة، القرآن الكريم.
2. الترميذي(2014)، الجامع الصحيح- سنن الترميذي، مطبعة مصطفى الباي الحلبي، مصر، الجزء5.
3. حسن عماد مكاوي(1998)، ليلي حسن السيد، حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، مصر، ط1.
4. سارة دخان(2015)، صورة المعلم في المجتمع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص علم الاجتماع التربوي، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2.
5. عاطف عدلي عبد العبيد(2001)، صورة المعلم في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر.
6. علي شيبية شذوان(2016)، الإعلان مدخل ونظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر.
7. محمد محمود أبو النصر(2017)، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر.
8. موسى باقر(2014)، الصورة الذهنية والعلاقات العامة، دار أسامة للنشر، الأردن.
9. نادية سيد عاشور وآخرون(2017)، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسيت راس الجبل، الجزائر.

❖ مواقع الانترنت:

10. adresse-Algérie, Biscuiterie Saf Kiffan, (2019), disponible sur le lien : <https://www.adresse-algerie.com/annuaire/biscuiterie-saf-kiffan/>, consulté le 22/07/2022.
11. Alcafood Foundation, about us, (2020), Available at the link : <https://www.alcafood.com/about>, consulted on 20/07/2022.
12. الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، منتجات الخلد، (دون تاريخ)، تم الاسترداد من: <http://elmouchir.caci.dz/confiserie-el-khould-13777.html>, consulte le 20/07/2022.
13. Yasmine Food Sarl, Kampass, (2021), disponible sur le lien : <https://dz.kompass.com/c/yasmine-food-sarl/dz265981> , consulté le 21/07/2022.

دور الاعلام المرئي ومواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية The Role Of Visual Media And Social Networking Sites In The Educational Process

أ.د. سراب جبار خورشيد

الجامعة المستنصرية مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية

الملخص:

بعد الإنترنت من إحدى تلك الوسائل الإعلامية المنتشرة جداً في العالم حالياً وهو عبارة عن وسيلة إعلام إلكترونية شاملة فهو يحتوي على المادة الإعلامية بكل أنواعها سواء كانت مسموعة أو مرئية. إن الاستخدام المتزايد لمواقع الشبكات الاجتماعية يؤدي إلى توسيع وتعميق التواصل الاجتماعي للفرد ، وهو ظاهرة جديدة نسبياً ولكن يحتمل أن تكون مهمة ولها آثار على التدريس والتعلم وتعليم المعلمين في القرن الحادي والعشرين. أثبتت الدراسات فعالية التكنولوجيا في تحسين تعلم الطلاب ؛ استراتيجيات تنفيذ التحقيق ؛ مراقبة التأثير الاجتماعي ؛ والإبلاغ عن الاستخدامات الشائعة لتشكيل اتجاه المجال. حيث وجدنا أن النوع الأكثر انتشاراً من الدراسات التي أجريت فيما يتعلق بموضوعنا المحوري هو البحث عن الاستخدامات الشائعة. كان النوع الأقل شيوعاً من الدراسات التي تم إجراؤها هو البحث الذي أثبت فاعلية التكنولوجيا في تحسين تعلم الطلاب. وتناقش الآثار المترتبة على تصميم البحوث المستقبلية ومبادرات تعليم المعلمين.

حيث حققت وسائل الإعلام الإلكترونية، بما في ذلك المواقع الإلكترونية، والأفلام والصحف والإلكترونية والاتصالات الهاتفية على سبيل المثال الرقمية من أي فون أو بلاك بيري نطاقاً لتطوير التعلم الإلكتروني أو الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للعلمية، لتحقيق اكتساب المعرفة أو الكتابة الدراسات والبحوث العلمية في التعليم الإلكتروني. وان التعلم الإلكتروني المصطلح الشامل لجميع أشكال التكنولوجيا التعليمية التي تدعم التكنولوجيا إلكترونية أو التعلم والتعليم، ، وان التطورات في الإنترنت وتقنيات الوسائط المتعددة أصبحت القاعدة الأساسية للتعلم الإلكتروني، أما الاستشارات والمحتوى والتكنولوجيا والخدمات والدعم تعرف بالقطاعات الرئيسية الخمسة لصناعة التعلم الإلكتروني، فالشباب بوجه خاص يستخدمون المعلوماتية والتكنولوجيا للاتصالات.

الكلمات المفتاحية (Keywords): وسائل التواصل الاجتماعي ، مواقع الشبكات الاجتماعية ، التدريس ، التعليم ، الاعلام المرئي .

Abstract:

The Internet is one of those media that is very widespread in the world today, and it is a comprehensive electronic media, as it contains media material of all kinds, whether audio or visual. The increasing use of social networking sites is leading to the expansion and deepening of the social communication of the individual, which is a relatively new but potentially important phenomenon with implications for teaching, learning and teacher education in the

twenty-first century. Studies have demonstrated the effectiveness of technology in improving student learning; investigation implementation strategies; social impact monitoring; Common uses for field orientation formation are reported. Where we find that the most prevalent type of study conducted in relation to our central topic is research on common uses. The least common type of study conducted was research that demonstrated the effectiveness of technology in improving student learning. Design implications for future research and teacher education initiatives are discussed.

Where the electronic media, including websites, films, newspapers, electronic and telephony, for example, digital from the iPhone or BlackBerry, has achieved a scope for developing e-learning or relying on the media as sources of scientific, to achieve knowledge acquisition or writing scientific studies and research in e-learning. .

And e-learning is the comprehensive term for all forms of educational technology that support technology electronically or learning and education, as (Bernard and Skeen) says: that electronic should be interpreted as "exciting, lively, enthusiastic and emotional, extended and excellent." This broad interpretation focuses on new applications and developments, It also takes learning and media psychology into account, the value of the e-learning industry worldwide has reached more than "48" billion dollars in a year according to some estimates, and developments in the Internet and multimedia technologies have become the basic base for e-learning, while consulting, content and technology And services and support are known as the five main sectors of the e-learning industry. Young people in particular use informatics and communication technology, so the researcher focused on the following: e-learning as an entry or tool to support traditional topics, e-learning as a means of communication for the development and exchange of knowledge, e-learning as an educational subject, ie computer studies, as "courses" are often called information and communication technology and Administrative tools for e-learning, such as educational management of information systems.

Key words: Social media, social networking sites, teaching, education, media, visual media

المقدمة

تشكل وسائل الإعلام بحكم طبيعتها، وتفاعل الإنسان معها أداة من أدوات التربية كونها تعكس جوانب متعدّدة من ثقافة المجتمع العامّة ولا سيّما أنّ مصادر المعلومات لم تعد مقتصرة على الأسرة، أو المدرسة فحسب، بل أصبحت وسائل الإعلام من المؤسسات التي يتلقى منها الطفل أضعاف ما يتلقاه في مدرسته، أو من أسرته كما أصبح لها دور في تنشئة الجيل تنشئة اجتماعية انطلاقاً من أهميّتها التأثيرية في نموّ الأفراد وتطورهم المعرفي والسلوكي . ويؤدّي التلفزيون دوراً مهماً في عملية التنشئة الاجتماعية، والنموّ الاجتماعيّ للفرد والجماعات، وتندرج الوظيفة التربوية للتلفزيون تحت المفهوم الشامل للتنشئة الاجتماعية، والتلفزيون شأنه شأن الوسائط الإعلامية الأخرى يؤدّي دوراً مهماً بما يعرضه من معلومات، ومعارف في برامجه المتخصصة التي يقدّمها.

يعد الاستخدام الواسع النطاق لمواقع التواصل الاجتماعي لتوسيع وتعميق الشبكات الاجتماعية للفرد ظاهرة جديدة نسبياً ولكنها قد تكون مهمة ولها آثار على التدريس من رياض الأطفال وحتى الصف الثاني عشر وإعداد المعلمين. مواقع الشبكات الاجتماعية عبارة عن تقنيات معلومات واتصالات يبدو أنها تسهل زيادة التفاعل والمواقع بين المعلمين والطلاب وأولياء الأمور والمشاركة في إنشاء محتوى داخل الفصل الدراسي وخارجه. لا تزال هذه الرؤية حالياً غير منظورة وغير مدروسة نظراً لأن مجال التعليم وتكنولوجيا المعلومات يفتقر إلى مراجعة شاملة ومحدثة للبحوث التي تركز على التعليم من رياض الأطفال إلى الصف الثاني عشر والتعلم باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.

سيل من المعلومات يتدفق كل يوم في ثنايا الصحف الالكترونية وفي الأفلام والمواقع الالكترونية الخاصة بالمؤسسات الصحفية، وفي الملتيميديا التي تعتمدها المؤسسة الإعلامية كجزء مهم من عملها الذي لا ينتهي، هذه المعلومات سرعان ما وجدت في أروقة المؤسسات التعليمية، التي كثيراً ما تستخدمها في طرائق التدريس وفي توضيح المعارف وفي تطبيق الاتجاهات التربوية والفكرية، لتؤسس بذلك منهجاً أكاديمياً يميل إلى الاستشهادات العلمية والبيانات الصحيحة والموثقة في المؤسسات الحكومية أو غير الحكومية، اعتمدت هذه البيانات في العديد من الدراسات والبحوث والرسائل والاطاريح، كمصدر علمي يدعم البحث ويسنده، ومع ما يتمتع التعليم الالكتروني من سرعة في التواصل أو الاتصال، كان لابد ان يتبنى جملة من البيانات السريعة والحديثة أو المتجددة، كي يعتمدها في البحوث العلمية أو في المناهج العلمية، بحكم ان الوسائل الإعلامية الأكثر سرعة في تقديم البيانات لما تتمتع بقدرات وإمكانات اتصالية سريعة في مواقعها الالكترونية أو في وسائلها الاتصالية عبر الـ "iPhone" أو اتصالات الموبايل "Blackberry" أو في الـ إيميل والانترنت بشكل عام، هذه الاتصالات استوعبت كما هائلا من البيانات العلمية والوثائق والحقائق، لتقدمها على طبق من ذهب إلى الباحث والدارس من طالب أو أستاذ، ليتمتع بمورد علمي متنوع ومتعدد، أشبه ما يكون موسوعة علمية شاملة لكل العلوم، من هنا وجدت الباحثة ان العلوم تتقدم كثيرا مع التكنولوجيا الاتصالية، هذه التكنولوجيا التي وجدت بالأساس مع الحاجة الملحة للعمل الاتصالي، كي تحقق وثبة في عملها البحثي أو التعليمي بشكل عام، والتعليم الالكتروني بشكل خاص، حيث شكل التعليم الالكتروني ظاهرة جديدة من ظواهر التعليم بحكم انه قد اوجد نوعا جديدا من الاكتساب المعرفي عبر تقنياته، التي تحقق مزيداً-- من المكاسب بالجهد والوقت والكلفة، حيث تلعب وسائط الإعلام المتعددة التي يطلق عليها "Multimedia" دوراً كبيراً في تفسير وتحليل المعلومات والبيانات، لتحقيق الفهم والإدراك للمعلوماتلقد وقر التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات، والاتصال في العقدين الأخيرين، أدوات،

وتقنيّاتٍ، وخدمات جعلت الناس في أنحاء العالم وكأنّهم يعيشون في قرية صغيرة ، وتعدّت تأثيرات هذا التواصل ما كان يُعتقد في النواحي السياسيّة، والاجتماعيّة، والاقتصاديّة، والثقافيّة، ولعلّ أهمّ هذه التقنيّات ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعيّة التي يشترك عبرها ملايين الناس كلّ حسب اهتمامه وميوله.

- مشكلة البحث: يسلط البحث الضوء على ظاهرة دخلت على المجتمع التعليمي، بالرغم من امكانيات وقدرات المؤسسات التعليمية الا انها اعتمدت على التقنيات الالكترونية والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، والبيانات الصادرة منها في البحث العلمي ، وفي البعض منها اعتمد اساسا سواء مصدر او مرجع في دراستها .هناك مشكلات تتعلق بالعوامل الاجتماعية وقدرة العوائل على توفير الامكانيات التي تضمن تكافؤ الفرص والتساؤل هو ما مدى مساهمة ادماج ادوات التكنولوجيا في العملية التعليمية من اجل رفع مستوى التفكير الابداعي لدى الطلاب.

- اهمية البحث: تتجلى اهمية البحث من خلال ما أصبح في الآونة الأخيرة لمواقع التواصل الاجتماعيّ تأثيرٌ كبيرٌ للتواصل والتفاعل بين الأفراد، والمجتمع بشكلٍ لم يكن يتوقّعه أحد. وتزيد من مهارات التواصل الاجتماعيّ عبر الشبكة العنكبوتيّة. وبالتالي فإنّه بالإمكان الاستفادة من ميزات هذه المواقع باستخدامها في التعليم .وبرز في السنوات القليلة الماضية دور هذه المواقع في التعليم، فاشتركت آلاف المؤسسات التعليميّة من مدارس، ومعاهد، وكلّيّات، وجامعات على مستوى العالم، ناهيك عن اشتراك الطلّاب بغرض التعليم، حيث استفادوا من خدماتها في إطار ما يُعرف بالتعليم المدمج، أو التعليم عن بعد.

- هدف البحث: يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور المواقع الاجتماعية ووسائل الإعلام المرئية في العملية التعليمية من خلال إبراز إيجابيات هاتين الطريقتين في التعليم وتوظيفهما الأمثل في عملية التعليم. والتعلم والحوجز التي تحول دون افتقارهم إلى العمل المناسب ومدى استفادة المتعلم في التعليم الالكتروني في تعليمه الجامعي، وإيضاح حجم الاستفادة ومعدل التدفق التكنولوجي الذي يرفد التعليم الالكتروني بالبيانات الهامة والمعارف والإحصاءات والوثائق والصور والأفلام التي تدعم التعليم الالكتروني.

- فرضية البحث : يساهم ادماج الاعلام المرئي ومواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بتنمية مهارات التفكير الابداعي لدى الطلاب وعلى مستوى عالي .

- اتبع المنهج الاستقرائي والوصفي في البحث .

المحور الاول: التطور التاريخي لوسائل الإعلام

الإعلام في اللغة الاطلاع على الشيء، فيقال أعلمه بالخبر، أي أطلعته عليه. ومعناه في المصطلح الدارج هو إطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليه عن طريق وسائل متخصصة بذلك، فينقل كل ما يتصل به من أخبار ومعلوماته تهمة، وذلك بهدف توعية الناس وتعريفهم وخدمتهم بأمور الحياة. إن الإعلام قديم قدم البشرية ذاتها، الإنسان الأول كان يمارس النواة البدائية للإعلام، حيث كان يحدث أسرته عن أخبار مغامرته في المطاردة والصيد، وقسوة الطبيعة، فيعلمهم طبائع الحيوانات، وطريقة التغلب عليها، وكيفية الاستفادة منها، والتي هي حصيلة الخبرات والتجارب التي كان يعيشها يوميا. كان يقوم بدور التوعية لأسرته حتى يتقوا شر هذه الحيوانات المفترسة، وحتى يستفيدوا منها في الطعام والكساء. هذه المعلومات كانت تعتبر البداية الإعلامية في عصرها. كما أن الإنسان الأول كان عليه أن يقدم معلومات عن طبيعة المكان الذي توجد فيه أسرته، وعن الوسائل الكفيلة بالتعامل مع هذا المكان، حتى لا يضلوا عنه. وبتطور الحياة، ومعرفته بالزراعة، وتخصيص أنواع من الأشجار والمزروعات، قام بدور المثقف لأسرته للاعتناء بها والمحافظة عليها والاستفادة منها.¹

وعندما بدأت الحياة الإنسانية تدريجيا نحو الاستقرار الاجتماعي، أخذ يتعرف إلى مفهوم الأسرة والقرباة، والإقامة في مكان تتوافر فيه سبل عيشه. وهذا كان يتطلب منه شرحا إعلاميا عن طبيعة العلاقة بينه وبين أسرة أخرى. بعدها تمكن الإنسان من اكتشاف أشياء جديدة مثل النار، وتدجين بعض الحيوانات والمواشي، والزراعة، وبناء البيوت في مناطق استقراره في الغابات والكهوف، وصناعة بعض الأدوات اللازمة للحفر والحراثة والدفاع عن النفس، دخلت كل هذه المعطيات الجديدة في عرضه الإعلامي لأسرته ولمجموع الأسر التي تشاركه هذه المعيشة، فعممت هذه الاكتشافات والصناعات والاختراعات لحاجة الجميع إليها. وسرعان ما كان ينتشر هذا العرض الإعلامي بسبب تشابه الحاجات التي كانوا يعيشونها. وعندما عرف الإنسان مفهوم القبيلة، تلون الإعلام بهذا اللون حيث أخذ يبحث على الشجاعة والحماسة، والذود عن القبيلة، وحماية مكان إقامتها. كما دخله مفهوم الغزو والحرب والصراعات، وما تخلل ذلك من إعلام عن صناعة الأسلحة والأدوات اللازمة للقتال.²

وبعد أن تأسس مفهوم الأمم والشعوب عند الناس لتألف القبائل ضمن حدود مكانية معينة، صارت هذه الشعوب تحافظ على أرضها وأهلها، فتوجه إعلامها للحفاظ على الأرض والناس وصار الإعلام يروي

¹ - أبو طالب سعيد، علم مناهج البحث، دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل، 1990، ص 199-200.

² محمد جودت ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 1998، ص 56

أخبار الغزوات وما فيها من انتصارات أو هزائم، ويرسخ مفهوم الأرض والانتماء إليها. ومفهوم الأمة أو الشعب والانتماء لهما، والدفاع عنهما، والتآلف بين جماعاتها وأفرادها. وكثيرا ما كانت تقوم الأسواق الأدبية والتجارية بدور التوعية والدعاية والإعلان بشكل عام، وكان الشعراء في تلك العصور خير وسائط إعلامية تؤدي معظم الأهداف التي تقوم بها بعض الوسائل الإعلامية المعاصرة. فضلا عن ذلك، كان الإنسان الأول يقوم بدور الإعلام الدعائي لبضاعته، ويروج لها بالغرض والمناداة، في زمن كان يعتمد على تبادل البضائع بين الناس حسب رغباتهم واهتماماتهم وحاجاتهم إليها.³ وكلما تقدمت البشرية، وتطورت أساليب الحياة فيها كلما تقدم الإعلام بوسائله المختلفة. فبعدما كانت وسائل الإعلام عبارة عن أحاديث وأخبار الأسرة لأفرادها، صارت أساليب الزيارات والمجاملات بين الأسر والأفراد والجماعات من الوسائل الإعلامية، كل ذلك في زمن لم تكن الكتابة معروفة فيه. ولما تم اختراع الطباعة في ألمانيا عام 1338 على يد الألماني جوتنبرغ، أخذت وسائل الإعلام المطبوعة تأخذ دورا واسع الانتشار بين الناس، لسهولة انتشارها، مع الأخذ بعين الاعتبار أن العامل التعليمي هو الذي ساعد في تطور هذه الوسيلة، لأن الأمي لا يستفيد منها. وقد ساعدت الطباعة على توزيع نسخ من المجموعات التي احتوت منابع الثقافة الرئيسية التي استفاد منها الناس. أما الصحف فقد تأخرت في الظهور عن الكتب المطبوعة وذلك حتى عام 1622 عندما ظهرت أول صحيفة مطبوعة في إنجلترا بعنوان « أخبار الأسبوع ». فصارت الصحف من مصادر الاتصال الهامة في العالم لأن تكاليفها أقل من الكتب، وانتشارها أسرع وأسهل من الكتب المطبوعة. ثم دخل العالم عصر الصناعات الكهربائية والالكترونية، وأخذت وسائل الاتصال الجماعية تأخذ دورها التقني السريع في الانتشار والمخاطبة، حيث ظهرت الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والمعارض والرسومات والصور، ووسائل الاتصالات المختلفة وتعددت وسائل الإعلام العصرية بشكل كبير.⁴

- التربية الإعلامية

ويقصد بالتربية الإعلامية : مهارة التعامل مع الاعلام ووسائله. ظهر مفهوم التربية الاعلامية في العالم في اواخر الستينيات ، حيث ركز الخبراء على امكانية استخدام ادوات الاتصال ووسائل الاعلام لتحقيق منافع تربوية .وبحلول السبعينيات بدا النظر الى التربية الاعلامية على انها تعليم بشأن الاعلام ويتمثل هدفه في حماية الاطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الاعلام ، وفي السنوات الاخيرة تطور مفهوم

³ محمود محمد سفر، الاعلام موقف ، ط1، دار تهامة للنشر ، جدة ، 1989، ص30.

⁴ - مجد الدين الفيروز آبادي، القاموس المحيط ، ج1 ، القاهرة ، المطبعة المصرية ، 1933 ، ص205

التربية الإعلامية واصبح يهدف الى اعداد الشباب لفهم الثقافة الاعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها.⁵
وللتربية الاعلامية اهمية منها :⁶

- هي جزء من الحقوق الاساسية لكل مواطن بسبب سلطة الاعلام المؤثر في العالم المعاصر .
- الحاجة الى الوعي الاعلامي مهم وملح وضروري بعد ثورة الاعلام والمعلومات والاتصال ، اذ بدون الوعي سيعيش شبابنا واطفالنا في عالم تتجاذبه الصراعات والمصالح.
- تعد عامل فعال في نشر ثقافة الحوار في المجتمع وبشارك المتعلم بفاعلية في تنمية مجتمعه ونقدمه.

وتساعد التربية الاعلامية على تعلم :⁷

- القدرة على فهم الوسائل الاعلامية واكتشاف ما تحمله مضامينها من قيم .
- القدرة على التواصل مع وسائل الاعلام للتعبير عن الراي.
- القدرة على توجيه الاسرة للاستفادة من وسائل الترفيه والتقنية الحديثة.

ومن مميزات التربية الاعلامية:⁸

- تعزيز الدافعية للتعلم
- وضوح نتائج التعلم
- مهارات التفكير العليا
- الحاجة الى هذا المجال وواقعيته
- مهارة التفكير الناقد
- مهارة التفكير الابداعي
- مهارة اتخاذ القرار
- مهارة حل المشكلات
- تعزيز الثقة بالنفس الايجابية
- التعلم الذاتي والتعلم مدى الحياة

⁵ محمد منير سعد الله ، دراسات في التربية الاعلامية ، المكتبة العصرية للنشر ، بيروت ، 1995 ، ص90

⁶ المصدر نفسه ، ص 95

⁷ فهد بن عبد الرحمن ، التربية الاعلامية ، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر ، الرياض ، 2010 ، ص25-26

⁸ المصدر نفسه ، ص27

- الإعلام المرئي وأهميته

هو مصطلح يدل على الوسائط المرئية التي تستخدم لتوجيه الرسائل الإعلامية والإعلانية المختلفة، مثل التلفزيون والفيديو والتصوير وما إلى ذلك. ان وسائل الاعلام المرئي وبجميع أشكاله يمكن أن يحقق العديد من الفوائد لمستخدميه. وقديما كان يقال بأن الصورة تعادل 1000 كلمة، وهذا ما ينطبق على كافة وسائل الإعلام المرئي، والتي أصبحت تتفوق على الصور التقليدية التي كنا نعرفها. وإذا كنا نفكر في توصيل رسالة إعلامية أو تسويقية إلى الجمهور فلا غنى عن وسائل الإعلام والترويج المرئية على اختلاف صورها. وذلك لأنها توفر طرقا رائعة لجذب الجمهور، وجعل المحتوى الذي نقدمه أكثر إثارة وإقناعا.⁹ وفي عصرنا الرقمي الحديث، أصبح لهذا النوع من أنواع الإعلام أهمية كبيرة، خاصة عند توجيه الرسائل الدعائية والتسويقية. ذلك لأن الوسائط المرئية تساعد على توصيل الرسائل المختلفة بسرعة وبسهولة، وهي أيضا تساعد على تشكيل الوعي والتأثير على المشاهدين بشكل فعال.

ويظهر ذلك عند المقارنة بين المنشورات النصية وبين المنشورات التي تحتوي على صور أو مقاطع فيديو. وفي هذه المقارنة تظهر أن المنشورات التي تحتوي على الصور أو الفيديو يتم التفاعل معها وإعادة نشرها بنسب أعلى بكثير من التي تحتوي على النصوص فقط.¹⁰

وللأعلام المرئي أهمية كبيرة في انه يعالج الصور والعناصر المرئية بشكل أسرع بكثير من العناصر النصية. وهذا ما سوف يساعد على استخدام الوسائط والعناصر المرئية عند توصيل رسالة اعلامية واعلانية مختلفة. كما ان نسب مشاركة الاعلام المرئي على صفحات التواصل الاجتماعي تزيد بنسب عالية مقارنة بالعناصر الأخرى. أيضا تساعد وسائل الإعلام المرئي على توصيل المعلومات وتوضيحها والمساعدة على فهمها، وتتميز هذه الوسيلة بقدرة كبيرة على تقديم تصورات مختلفة للأحداث يساعد على تجنب سوء التفسير. ويظهر هذا عند المقارنة بين مقابلة صحفية مكتوبة أو مقابلة تليفزيونية، حيث يمكن من خلال متابعة لغة الجسد والانفعالات للمتحدث التوصل لبعض المعلومات والحقائق التي قد تكون غائبة عند قراءة النص، ويساعد على جذب انتباه الجمهور المستهدف بشكل مميز للغاية، وهي أيضا تساعد على سهولة الفهم والاقتناع.¹¹

- الإعلام المرئي والتعليم

⁹ فضيل دليو ، المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال ، ط3، دار اقطاب الفكر ، الجزائر ، 2007، ص 110
¹⁰ حسن مظفر ، حرب المعلومات الإعلامية - المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، سلسلة كتب المستقبل العربي "57" بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ، شباط، 2008، ص127.
¹¹ رمزي احمد عبد الحي ، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012 ، ص257.

تحتل عملية التعليم المدرسي النظامي في الدول النامية واضحة على غيرها من برامج التنمية الثقافية والاجتماعية ، الا انها من جهة اخرى تعاني من عدم وجود مدارس كافية لاستيعاب الاعداد المتزايدة من الطلاب ، وكذلك عدم تجهيزها بالوسائل التعليمية الاساسية (السمعية والبصرية والمكتوبة) والتي تعتبر مهمة في مجال تحسين مستوى التعليم .¹²

وتكمن اهمية وسائل الاعلام للمتعلم في انها تنمي لديه حب الاستطلاع وترغبه في التعلم ، لان المتعلم يرغب في وسائل وادوات تعليمية جديدة والتب تعتبر بدورها محفزات لاكتساب المعارف. كما انها تساعد على توصيل المعلومات والمهارات المتضمنة في المادة التعليمية الى المتعلمين ، وبالتالي فهي تساعدهم على ادراك هذه المعلومات ، وان اختلفت المستويات ، كذلك تبسط المعلومات المتضمنة في المادة التعليمية وتعمل على توضيحها .¹³

أن وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وأشكالها تقوم بدور التربية والتعليم والتنقيف في المجالين: التربوي والتعليمي، مؤكدة بأن ما يعرض من معلومات مختلفة يؤدي إلى تعلم الناس واطلاعهم عليها، أن لوسائل الإعلام دورا تخصيصا في عرض أمور تربوية وتعليمية هادفة وموجهة، من خلال التلفزيون التربوي، أو الإذاعة أو الصحيفة أو المجلة المدرسية، أو من خلال برامج خاصة تعرض من خلال الإذاعة والتلفزيون العامة أو الصحيفة والمجلة العامة. وقد تبين أن وسائل الإعلام المرئية يمكنها أن تقوم بدور نشط في مجال التربية والتعليم، عن طريق الوسائل التي تمتلكها على المستوى السمعي أو المرئي أو الاثنين معا. وقد يحتوي الغرض الإعلامي على اختلاف مضامينه وأساليبه أهدافا تتضمن أنماطا سلوكية، وإرشادات مباشرة أو غير مباشرة يفيد منها طلبة المدارس، وخاصة الأطفال في مراحل رياض الأطفال والمدارس الابتدائية في مراحل التعليم الأساسي. كل هذه التوضيحات تشير إلى أن وسائل الإعلام تقوم بتحقيق أهداف واسعة، تؤدي منافع وفوائد قيمة لجمهور الناس على اختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية .¹⁴

- وسائل الإعلام المطبوعة أو المكتوبة

¹² - سمير محمد حسين ، الاعلام والاتصال الجماهيري، ط3، عالم الكتب ، القاهرة ، 1996 ، ص 54.

- عبد الحافظ سلامة ، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار البازوردي العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، 2001، ص108.¹³

¹⁴ عبد الله عبد الله الزمان، دور الصحف في اكساب الطلاب المعلومات ، مجلة دراسات اعلامية ، العدد 11، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، اب 2020، ص166

هو نوعٌ من أنواع الإعلام، وهو الأوّل تاريخياً، ولطالما كان الطريقة الوحيدة لإيصال المعلومات للجمهور والتي كانت أهمّ الوسائل، قبل أن يحلّ التلفاز والانترنت محلّها. و أهمّ أنواع الإعلام، فوسائل الإعلام المطبوعة هي الوسائل الوحيدة للترفيه. فلطالما اعتمد الناس على الصحف والمجلات لتعلم كل شيء ، بدءاً من وصفات الطعام والأخبار والترفيه إلى المعلومات الأكثر أهمية عن الوطن والمواطن، عن الدول والعالم. تتضمن الوسائل المطبوعة أو المكتوبة الآتي:

- الصحافة

تقع الصحافة المدرسية في موقع وسط بين العملية التربوية والإعلام ، فتجمع بين اهداف الاعلام وخصائص التربية ، فعندما تلتزم وسائل الاعلام بما فيها الصحافة المدرسية بالصدق فان ذلك يبعد التشتت عن عقول الطلبة ، فان كانت وسائل الاعلام وخاصة الاعلام الملتزم تربويا عاملا اساسيا في بناء الانسان وموجها للسلوك الفردي والاجتماعي ، فانه من الاولى ان يقوم الاعلام المدرسي بما فيه الصحافة المدرسية بدور فعال في بناء الطلبة تربويا وفكريا . ويمكن تحديد العلاقة بين الصحافة المدرسية والتعليم :

- توثيق الطالب بمدرسته ومجتمعه ، فعندما يحرر بيده اخبار مدرسته فان ذلك يعمق شعوره الاجتماعي .

- اختيار طريق الاعتماد على النفس والثقة بالذات وتلك مقومات الشخصية السوية

- اشراك الطلبة في اعداد الصحيفة يعطيهم القدرة على الابداع .¹⁵

المجلات

من أنواع الإعلام القديمة، والتي ما زالت موجودة حتى يومنا هذا بشكلٍ كبيرٍ . تُطبع المجلات على أساس أسبوعي أو شهري أو ربع سنوي أو سنوي. يحتوي على معلومات حول الغذاء، ونمط الحياة، والأزياء، والرياضة، وما إلى ذلك.

الكتب

هي أهمّ أنواع الإعلام وأكثرها تزويداً للقارئ بالثقافة والمعرفة. تركز الكتبُ على موضوع، وتستهدفه وتغوصُ في تفاصيله، مما يمنح القارئ فرصةً لتلقّي المعرفة حول موضوعٍ معيّن، وبشكلٍ مفضل. تعتبر اللافئات، واللوحات الإعلانية، والكتيبات، والنشرات الإعلانية وسائل إعلامية أخرى مطبوعة، وكلٌّ منها قائم بذاته. فمنها ما يُستخدم للإعلان عن خدمات ومنتجات كاللافئات المعلقة على المعالم ليسهل ملاحظتها،

¹⁵ حليم جريس ، اصلاح التعليم ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، 1993 ، ص 13

ولجذب انتباه الناس المارة. ومنها ما يُستخدم من قبل الشركات، كالكتيبات التي تحتوي على المعلومات الأساسية حول شركة ما ، واسمها ، وشعارها ، وخدماتها أو منتجها ، ومعلومات الاتصال الخاصة بها ، ويتم توزيعها في الأماكن العامة. وهي ضمن الأنواع الإعلامية المطبوعة.¹⁶

- وسائل الإعلام الإذاعية (الإعلام المرئي والمسموع)

يوفر الإعلام المرئي والمسموع المحتوى الغني بالمعلومات المهمة أو الترفيهية، البث ومقاطع الفيديو أو الصوتيات، وأكثر من ذلك بكثير، كلها تندرج تحت مسمى الإعلام المرئي والمسموع، حيث يتضمن هذا النوع من أنواع الإعلام كل المحتوى المقدم للمتلقي بشكل مرئي ومسموع، وهو معظم الأشكال الإعلامية التي توجد اليوم. ويتم تقديمها بطرق مختلفة، منها:

الراديو

يعد الراديو من أقدم وسائل الترفيه وهي وسيلة البث المسموعة الأولى التي وصلت إلى الجمهور، مستخدمة الموجات لبتّ محتوى ترفيهي وتنقيفي لتتقيف المستمعين والترفيه عنهم. وهي وسيلة ما عادت تُستخدم اليوم كما كانت في الأمس. ومع ذلك كثيراً ما يسمعه الناس لمعرفة الطقس وحركة المرور أثناء التنقل. نظراً للوصول الكبير إلى الجمهور يتم استخدام الراديو على نطاق واسع للإعلان عن المنتجات والخدمات. وتعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام الجماعي فهي تلاحق الإنسان أينما كان ، فالإنسان مهما بلغت ثقافته لا بد ان يتأثر في بعض آرائه بجزء من المعلومات المجهولة لديه عن طريق الإذاعة .¹⁷

التلفزيون

في الماضي كانت القنوات التي تقدم للمشاهد معدودة، بسيطة، وضعيفة المحتوى. أما اليوم، فيحظى المشاهد بآلاف القنوات الغنية بكل شيء، تقدم له أنواعاً مختلفة من المحتوى. ومع كل هذه القنوات، بات من الصعب على المشاهد الاختيار من بينها ما يُفضله. تقدم كل قناة نوعاً مختلفاً من المحتوى، فهذه قنوات منفصلة للأخبار، وتلك للدراما والأفلام، وتلك للرياضة أو الرسوم المتحركة أو الطبيعة أو السفر أو السياسة أو الدين. وتظهر وظيفة التلفزيون الترويية فيما يلي :

- التأثير في القناعات والعقائد.

- التأثير في اللغة

- التأثير في السلوك

¹⁶ عبد الوهاب الكحيل ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المدرسية ، ط1، دار الفكر العربي ، القاهرة، ص95
¹⁷ مراد زعيمي ، مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، جامعة ناجي مختار، عنابة، 2006، ص170

- التأثير في الاتجاهات

فالتلفزيون يعرض برامج يومية تجذب الصغار وتشد انتباههم وتعمل على تنمية معارفهم والتأثير بهم . ان برامج الاطفال خاصة تتميز بقدرتها على تشكيل سلوك الاطفال ، فعندما يتابع الاطفال البرامج التلفزيونية يتعلمون نماذج جديدة للسلوك ، قد تدعم اشكال السلوك السائد او تغيرها بأشكال جديدة من السلوك المقبول مع معايير المجتمع ، ويشترط للبرنامج التلفزيوني لكي يكون تعليميا او مدرسيا ، ان يرتبط بمناهج التعليم المقررة في المدارس ، كذلك يجب ان يناسب تلاميذ المدارس من حيث خصائصهم المعرفية والنفسية ، ويعتبر التلفزيون من اهم وسائل الاعلام لاستخدامه الصورة والصوت والحركة والالوان ، ويمكن للتلفزيون كوسيلة تعليمية ان يوفر الخبرات المباشرة وغير المباشرة ، ويقرب المسافات للطالب ، ويسمح له برؤية وفهم اشياء بعيدة عنه ، ويرى علماء الاجتماع ان التلفزيون يشبع في النشء حب المغامرة والتحرر من القيود ، كما يشبع احتياجاتهم بان يصبح لهم كيان .¹⁸

- ايجابيات وسلبيات وسائل الاعلام المرئي

ان وسائل الاعلام المرئية التي تكون عن طريق التلفزيون تمتاز بعدة ايجابيات تساعد على التعرف بثقافات متعددة ومختلفة وتنمي الوعي عن طريق متابعة الاخبار ومشاهدة البرامج التاريخية والثقافية ، وهناك مجموعة من البرامج الوثائقية التي تمد المشاهد بمعلومات مفيدة وتنمي الجانب النقدي لديه، كما انها تمد ه مجموعة من الخبرات الثقافية التي لا يستطيع الحصول عليها في وقت قصير ، ايضا الاعلام المرئي يكسب المتعلم مهارات مهمة مثل التواصل والاتصال عبر البرامج التعليمية ، ويمكن ان تعلم هذه البرامج مبادئ وقيم ، فضلا عن الجانب الترفيهي الذي يقدمه الاعلام المرئي التي تنمي حس الفرح والفرح. وكذلك الاعلام المقروء لديه القدرة على توصيل المحتوى بشكل نصي ، وتعتبر مصدر موثوق للمعلومات وللمواقف. اما الاعلام الالكتروني فله ايجابيات تعليمية تعود على الطلاب عن طريق مناقشة المواد التعليمية في منصات مختلفة وبطرق عديدة تجعل التعليم يتطور ، واصبح هناك نوعا من التواصل بين الطالب والمعلم بشكل اسهل .¹⁹

وهناك سلبيات ايضا لوسائل الاعلام المرئي ان الاشخاص بمختلف اعمارهم وحتى المتعلم اصبحوا مدمنين على مشاهدة التلفزيون، وكثرة الاعلانات التي تجعل البرامج مملة لانتظارها الطويل، من جهة اخرى اصبح لوسائل الاعلام المقروء ذات تكلفة عالية اذا ما قارنها بوسائل اعلامية اخرى ، فضلا عن ان الاعلام

¹⁸ المصدر نفسه ، ص173

¹⁹ احمد محمود عبد اللطيف. التعليم الالكتروني وسيلة فاعلة لتجويد التعليم العالي. جامعة بابل ، <http://www.uobabylon.edu.iq> ، ص14.

الإلكتروني زاد من ظهور الإشاعات التي تؤثر على الطلاب خاصة في فترة الامتحانات ، والغش في الامتحانات أصبح متاح عبر نشر صور الأسئلة وطرق أخرى تساعد على تمرير الامتحان والغش، وزادت من تأثيرها على إنتاج الشخص والقيام بواجباته بسبب قضاء الوقت الطويل امام الشاشات ، تعرض حقوق الملكية الفكرية للانتهاك سواء بتداول نصوص او فصول كاملة من كتب او نشر فيديوهات وغيرها.²⁰

المحور الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعليم

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف بأنها مواقع الويب التي تُتيح للأشخاص الذين يتشاركون الاهتمامات نفسها الاجتماع معاً، ومشاركة المعلومات، والصور، والفيديوهات، كما يقوم عمل هذه المواقع على استخدام برامج التواصل الاجتماعي القائمة على الإنترنت من أجل إجراء اتصالات مع الأصدقاء، والعائلة، والزملاء، كما تُستخدم هذه المواقع لأغراض اجتماعية، أو تجارية، أو كليهما. تشمل الأمثلة Facebook والواتساب والتلغرام . يجادل البعض بأن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم في الغالب للتواصل مع أولئك الذين يعرفونهم بالفعل وأقل من ذلك لأغراض "الشبكات" التقليدية. ويفضل البعض الآخر مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي ويشيروا إلى مواقع مثل LinkedIn ، والتي تُستخدم أساساً للتواصل أو بناء قائمة جهات الاتصال الشخصية. والتي تعتبر مواقع الشبكة الاجتماعية بمثابة خدمات قائمة على الويب يمكن للأفراد من خلالها الحفاظ على الروابط القائمة وتطوير روابط اجتماعية جديدة مع أشخاص خارج مواقعهم. وتعرف بانها مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات، أو تخصصات مُعيّنة، ويُتاح لأعضاء هذه الشبكة مشاركة الملقّات، الصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المُدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المُحادثات الفوريّة. وسبب وصف هذه المواقع بالاجتماعيّة أنّها تُتيح التّواصل مع الأصدقاء، وزُملاء الدّراسة، وتُقوّي الروابط بين أعضاء هذه الشّبكات في الإنترنت، ومواقع التّواصل الاجتماعيّ عبارة عن شبكة اجتماعيّة على موقع على الإنترنت تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية وتبادل المعلومات وغيرها مع مستخدمي الموقع. لقد أتاحت التكنولوجيا تجاوز إكراهات الوقت والمسافة، فقد كان بعض المعلمين يرسلون الواجبات المدرسية عبر البريد الإلكتروني للطلاب في القرى البعيدة. ومع كل موجة

²⁰ كاظم موسى عمران، التقنيات الإلكترونية التفاعلية وتوصيف احتياجات جامعة بغداد، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى جامعة بغداد للتعليم الإلكتروني ، 2012.

تكنولوجية جديدة يجدد المعلمون الوعود بشأن أثر هذه التكنولوجيا في التعليم، وقد تنوعت بيانات التعلم عبر الإنترنت بأشكال تكنولوجية متعددة ولا زال المعلمون يختبرون كل تكنولوجيا جديدة.²¹

و تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من أهم منتجات التكنولوجيا وأكثرها شعبية، وقد حظيت باهتمام واسع في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فقد باتت تستخدم في القطاعات التربوية والتعليمية لتخدم التعليم وتوسع آفاق الطالب والمعلم، حيث يتم من خلالها تداول المعلومات، فهي بمثابة مستودع رقمي ضخم يتم تحديثه باستمرار، كما أنها أصبحت لكل الأعمار والاهتمامات والمؤسسات التربوية. وإن الجانب التعليمي لهذا التحول يغير بشكل جوهري أفكاراً عامة مسلماً بها حول ما يعنيه التعلم، حيث تسعى المؤسسات التربوية والتعليمية للقيام بالأنشطة المختلفة من خلال الإنترنت للنهوض بالمستوى العلمي والثقافي والاجتماعي، وتعمل على مواكبة الاتجاهات الحديثة في التعلم إلى جانب التقدم التكنولوجي، وتطوير التفاعل بين المعلمين والمتعلمين ، والمغزى من ذلك تطوير التعليم .²²

ثانياً: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم

تعد الثورة المعلوماتية سمه مميزة للقرن الحادي والعشرين في الألفية الثالثة من الميلاد، وقد لامست تلك الثورة أبعاد المنظومة الحياتية كافة، حيث ساهمت في حالة من التقارب والتواصل وإزالة الفواصل ومتابعة الأحداث، بما تملكه من قدرات ووسائل تقنية عديدة، يضاف لها كل يوم تقنيات جديدة، لجعل العالم قرية كونية صغيرة مترابطة بشكل مذهل وسريع . وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث مفرزات الثورة المعلوماتية وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أن استخدامها امتد ليشمل كافة النشاطات السياسية والاجتماعية والثقافية، ومواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مجتمعات متوفرة عبر الإنترنت مكونة من أشخاص يشتركون في الاهتمامات والنشاطات، كما توفر هذه الشبكات طرقاً عدة ومتنوعة للمستخدمين للتفاعل، من خلال المحادثة أو المراسلة أو عن طريق البريد الإلكتروني ، و أن معظم مواقع التواصل الاجتماعي الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع إلكترونية تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل الرسائل الخاصة، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات .²³

²¹ - محمد خالد ابو عزام، التربية الاعلامية، ط1، دار زهدي للنشر ، الاردن، 2020، ص165

²² المصدر نفسه.

²³ محمد مقداد، الدافعية إلى التعلم لدى طلبة التعليم الإلكتروني، ورقة بحث للمؤتمر الدولي الثالث حول التعليم الإلكتروني، جامعة البحرين، 2010، ص3.

وباعتبار مواقع التواصل الاجتماعية أسرع قطاعات التعلم الإلكتروني نموًا في السنوات الأخيرة سعت السياسات التعليمية - بشكل عام - في العالم، وخطط التعليم بالتحويل من مستوى التركيز على المحتوى التعليمي الذي يجب أن يلقنه كل الطلاب، إلى التركيز على إيجاد الطرق المثلى التي تمكن الطلاب من التعلم، حيث يتمكن الطلاب من بناء علاقات جديدة مع آخرين ومشاركة نتاجهم الفكري والمعرفي، ونشر هذا كله عبر الوسائط المتعددة من نص وصوت وصورة وفيديو من تقنيات باتت من أهم سمات الجيل القادم لشبكة الانترنت . وقد أثبتت نتائج العديد من الدراسات الحديثة فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في كثير من المجالات الإنسانية والنواحي التعليمية. إن استخدام شبكة التواصل الاجتماعي في التعليم أدى إلى تطور في العملية التعليمية، كما أثر إيجابياً على طريقة الأداء ومن بين تلك الأدوار التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي في المجال التعليمي ما يلي :²⁴

- تساعد في إيجاد استراتيجيات وخطط لحل بعض المشكلات التعليمية .
- سهلت للأشخاص الاتصال بالمؤسسات التعليمية بين دول العالم .
- تساهم في الاهتمام بالتعليم الفردي أو الذاتي.
- تنمي القدرات المعلوماتية لدى الطالب .
- تنمي مهارات التفكير العلمي .
- تساعد على تطوير التفكير الإبداعي
- تحقق بعض أهداف التعلم .

ثالثاً: مبررات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم

من المبررات التي تستدعي من المناهج الدراسية أن تستجيب للمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والثقافية المختلفة هي:²⁵

- 1- الحاجة إلى نوعية من الأشخاص يمكنهم التكيف بسهولة مع متغيرات العصر حتى يمكن التقلب في المهن والأعمال على اختلاف أنواعها.
- 2- الحث على ضرورة استجابة المناهج الدراسية لتطورات العصر، والاستجابة للثورة المعلوماتية .
- 3- عقد العديد من الندوات والمؤتمرات التربوية التي كان للمناهج فيها نصيب كبير في توصياتها، بحيث يتم تطويرها بما يلائم تطورات العصر الحديث من تكنولوجيا وتقنية وثقافة .

²⁴ عبد المجيد عثمان، التعلم الإلكتروني، الوضع الراهن وآفاق المستقبل، www.abegs.org.

²⁵ فاطمة الزهراء ومحمد رشاد، المرود الإيجابي للتعلم الإلكتروني، مجلة التعليم الإلكتروني، جامعة المنصورة، ع 5، ص 4.

4- مواجهة المجتمع للعديد من التغيرات المختلفة التي ترتبت عنها وجود مشكلات تعليمية حقيقية مما يتطلب دراستها بصورة جادة، وإيجاد الحلول لها من خلال المناهج الدراسية .

ومن الإيجابيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم: ²⁶

- = تحسين مهارات القراءة والكتابة والتواصل ، هناك الكثير من المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي التي يميل الطلاب إلى قراءتها، وخاصة إذا كانت المعلومات تتضمن رسوماً متحركة لافتة للنظر، وتساهم الأنشطة المختلفة عبر الإنترنت بالتعليم الشامل للأطفال، حيث يطور الأطفال عادات القراءة، وبالتالي تتحسن قدرتهم على الكتابة، كما تعد منصات التواصل الاجتماعي، بأنها تفاعلية، مما يحافظ على تفاعل الطلاب.
- = تمكن الطالب من التواصل مع الآخرين، في أي وقت كان، لتبادل الأسئلة، ومناقشة الواجبات المدرسية، حتى أنّ بعض المعلمين يتواصلون مع طلابهم عبر هذه المنصات.
- = تساعد وسائل التواصل الاجتماعي الآباء على الانخراط في تعليم الأطفال، عن طريق متابعة معلومات المدرسة على منصات التواصل الاجتماعي، وكذلك يمكن لمعلمي المدارس التواصل مع أولياء الأمور لمشاركة تقدم أطفالهم الأكاديمي.
- = الحصول على معلومات محددة، حيث إنّ منصات التواصل الاجتماعي تقدم العديد من المعلومات المفيدة للطلاب، وتشمل مساعدة الطلاب على تحضير الدروس المهمة، وتعلم مفاهيم معينة، كما تتوفر أحدث البيانات حول العديد من الموضوعات التعليمية على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يتيح للطلاب الفرصة للاطلاع والبحث عن ما هو جديد.

أما سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم :

من المهم توخي الحذر عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في الفصل الدراسي. على الرغم من أنه لا يُنصح بتجاهل هذه المواقع، إلا أنه يجب على الأشخاص فهم التأثيرات السلبية التي يمكن أن تحدث على المجتمع. أن الإفراط في استخدام هذه التكنولوجيا وعلى الرغم من ملاءمتها يمكن أن يضر أيضاً بالتعبير عن الفكر النقدي في المستقبل. كما أن وضع الطلاب الصغار على مواقع التواصل الاجتماعي لغرض التعليم يمكن أن يضر بصحتهم العقلية.، ويمكن أن يؤدي الاستخدام المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي إلى القلق والاكتئاب وانعدام الثقة بالنفس ويمكن أن تؤثر هذه المشكلات على كيفية

²⁶ عبد الله بن عبد العزيز الموسى، التعليم الإلكتروني مفهومه خصائصه فوائده عوائقه، ورقة عمل مقدمة لندوة المستقبل، جامعة الملك سعود، 2011، ص10.

عمل الشخص بشكل طبيعي ويمكن أن تضر بالتعليم. إذا تم التغلب على الطالب بسبب مشاكل الصحة العقلية بسبب الاستخدام المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي، فقد يكون من الصعب عليهم التركيز على واجباتهم المدرسية. ومن السلبيات الأخرى لمواقع التواصل الاجتماعي، أنها تشتت مواقع التواصل الاجتماعي انتباه الطلاب عن دراساتهم وأهدافهم الأكاديمية. و أن بعض الطلاب يقومون بكتابة الرسائل المؤذية عن الطلاب الآخرين، وقد يثير ذلك قلق الطلاب في جميع الأوقات، وقد يقوم بعض الطلاب بنشر محتوى غير لائق على مواقع التواصل الاجتماعي، وايضا يستخدم معظم الطلاب الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يكونون مشغولين بها دائماً لدرجة الإدمان عليها.²⁷

الخاتمة

إن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام المرئية لها دور كبير، وفعل أثرت في طرق ممارسة العملية التعليمية عن بعد، وغيّرت في ديناميكية عملها، لما تُقدّمه من أدوات خلقت ردهة علمية يتعاون، ويُشارك فيها أطرافها على التبادل، والحوار العلمي، وتعدّ مواقع التواصل الاجتماعي التحدي الذي على دول العالم العربيّ استغلاله للارتقاء بمستوى أفضل للتعليم عن بُعد وتماشياً مع موجة التطورات، والتحاقاً بالركب الحضاريّ للدول المتقدّمة، فهذه التفاعلات الجديدة التي تخلّفها هذه المواقع، خصوصاً "الفيسبوك" Facebook و"اليوتيوب" YouTube، أصبحت ضرورة حتمية لا مفرّ منها، إنّ مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام ستصبح في المستقبل القريب بديلاً كاملاً عن برامج التعليم التقليدية ما قد يغيّر مفهوم التعلّم والتعليم الإلكتروني بشكل جذريّ.

ونظراً لتأثير وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي المباشر وغير المباشر على المجتمع والاسرة، ادت الى فرض هذه الوسائل على البيت والمدرسة، واصبح من الصعوبة مواجهتها والحد منها. لذلك من الضروري رسم صورة تحديات المستقبل، من أجل ابراز الحاجة الملحة لتضافر جهود أهم حقلين من حقول التنمية البشرية، حقلي التعليم والإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، للمساهمة في مواجهة تلك التحديات. بينما سيكون أي تنافر بين هذين الحقلين إضعافاً مضاعفاً لجهود تلك المواجهة الضرورية.

²⁷ المصدر نفسه.

ومن النتائج التي خرج بها البحث :

- = أثبتت وسائل الإعلام قدراتها الهائلة في التعليم، والتربية حيث أضفت على العملية التعليمية صورة أكثر حيوية لاتباعها أساليب التشويق والإثارة. ما ساعدها على تنمية القدرات الذاتية للمتعلم، وإثراء تجاربه ورصيده المعرفي، وذلك من خلال جذب الانتباه، كما أنها ساعدت المعلم في مهمته، وبهذا فوسائل الإعلام تملك مقدرة نشر المعرفة.
- = يتركز الهدف الأساس لوسائل الإعلام في مجال محو الأمية في تنشيط العمل الاجتماعي المؤسس على محو الأمية (الامية التكنولوجية).
- = إن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير التعليم الإلكتروني، حيث يمكن المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة، والمعلم، وأولياء الأمور، وعدم التركيز على تقديم المقرر للطلاب. فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل، والاتصال، والمناقشة، وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جداً داخل أسوار المدارس، في ظل تكديس الطلاب في الفصول، وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

المصادر

- 1- أبو طالب سعيد، (1990)، علم مناهج البحث، دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل .
- 2- احمد محمود عبد اللطيف. التعليم الالكتروني وسيلة فاعلة لتجويد التعليم العالي. جامعة بابل ،
<http://www.uobabylon.edu.iq>
- 2- جودت ناصر محمد، (1998)، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، ط1، دار مجدلاوي، عمان .
- 3- حسن مظفر ، (2008) ، حرب المعلومات الإعلامية - المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، سلسلة كتب المستقبل العربي ، "57" بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية .
- 4- حليم جريس ، (1993) ، اصلاح التعليم ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة .
- 5- رمزي احمد عبد الحي ، (2012) ، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الوراق للنشر والتوزيع ، عمان .
- 6- سمير محمد حسين ، (1996) ، الاعلام والاتصال الجماهيري، ط3، عالم الكتب ، القاهرة .
- 7- عبد الله عبد الله الوزان، (2020) ، دور الصحف في اكساب الطلاب المعلومات ، مجلة دراسات اعلامية ، العدد 11، المركز الديمقراطي العربي ، برلين .
- 8- عبد الله بن عبد العزيز موسى، (2011) ، التعليم الالكتروني مفهومه خصائصه فوائده عوائقه، ورقة عمل مقدمة لندوة المستقبل، جامعة الملك سعود .
- 9- عبد الحافظ سلامة ، (2001) ، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع ، عمان.
- 10- عبد المجيد عثمان، التعلم الالكتروني، الوضع الراهن وآفاق المستقبل، www.abegs.org.
- 11- عبد الوهاب الكحيل ، (2006) ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المدرسية ، ط1، دار الفكر العربي ، القاهرة.
- 12- فاطمة الزهراء ومحمد رشاد، (2014) ، المردود الايجابي للتعلم الالكتروني، مجلة التعليم الالكتروني، العدد 5، جامعة المنصورة .
- 13- فضيل دليو ، (2007) ، المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال ، ط3، دار اقطاب الفكر ، الجزائر.
- 14- فهد بن عبد الرحمن ، (2021) ، التربية الاعلامية ، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر ، الرياض.
- 15- كاظم موسى عمران، (2012) ، التقنيات الالكترونية التفاعلية وتوصيف احتياجات جامعة بغداد، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى جامعة بغداد للتعليم الالكتروني .
- 16- مجد الدين الفيروز آبادي، (1933)، القاموس المحيط ، ج1 ، القاهرة ، المطبعة المصرية .
- 17- محمد خالد ابو عزام، (2020) ، التربية الاعلامية، ط1، دار زهدي للنشر ، الاردن.

- 18- محمود محمد سفر، (1989)، الاعلام موقف ، ط1، دار تهامة للنشر ، جدة .
- 19 - محمد منير سعد الله ، (1995) ، دراسات في التربية الاعلامية ، المكتبة العصرية للنشر، بيروت.
- 20 - محمد مقداد، (2010) ، الدافعية إلى التعلم لدى طلبة التعليم الالكتروني، ورقة بحث للمؤتمر الدولي الثالث حول التعليم الالكتروني، جامعة البحرين .
- 21- مراد زعيمي ، (2006) ، مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، جامعة ناجي مختار، عنابة.

إتجاهات الرأي العام لمستخدمي الطريق حول أداء شرطي المرور وسلوكه

دراسة إستطلاعية في ولاية الخرطوم

Trend's Opinion Annum Wielded Road Annum About Nelson Police Man Behavior)

مضوي أبكر عبدالله آدم

أستاذ مساعد كلية الإعلام - جامعة الرباط الوطني - جمهورية السودان

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة إتجاهات الرأي العام لمستخدمي الطريق العام حول أداء شرطي المرور وسلوكه. وتهدف الدراسة أيضا إلى معرفة رؤية سائقي المركبات العامة حول النواحي الإدارية المرورية وأثرها على تكوين الصورة الذهنية لرجل المرور لديهم. ولتحقيق أهداف البحث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي (أسلوب المسح). وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج: الصورة الذهنية لشرطي المرور لدى سائقي المركبات العامة ومستخدمي الطرق العام من المشاة ، تحتاج إلي كثير من التقويم والمراجعة . كما أن مستخدمي الطريق العام يجهلون الكثير من نظم ولوائح المرور والتي بدورها تساهم في تحسين الصورة الذهنية عنه ، وقدم الباحث عدد من التوصيات أهمها: ضرورة إجراء تغيير وتعديل في قانون المرور ليساعد في تغيير نظرة المواطن السوداني لرجل المرور بصورة جيدة .

الكلمات المفتاحية: إتجاهات - الرأي العام - شرطي المرور - الطريق العام

road Annum – police man- Trends – opinion

:Abstract

This research aims to the following: Study of the image of a traffic police in the mind of the Sudanese citizen. Identify obstacles to find an optimal image to the traffic policeman to users of the road. Also, it aims to investigate the current image of the road users toward a traffic policeman. The research also aims to study the vision of drivers of public vehicles on the administrative aspects of traffic and their impact on form the mental image of a traffic police. To achieve the objectives of the research the researcher used the descriptive method is exactly group the search terms of Constituents in the mental image of users of the road for employees of traffic. The most important results reached by the researcher are: The researcher found through this study that the image of a traffic policeman to the drivers of public vehicles, road users pedestrians, needs to a lot of evaluation and revision .The users of and the highway do not know a lot of traffic rules and regulations, which in turn contributes to improving the image of them , and the need for change and adjustment in the traffic law to help in changing the image of the Sudanese citizens towards the traffic police.

الإطار العام للدراسة:

مقدمة:

لما كان الرأي العام هو الدعامة الأساسية لحركة المجتمع تجيئ هذه الدراسة كاستجابة للحاجات المتجددة، والمُلحة لدى القراء، وعطفاً على مظاهر التغيُّر التي طرأت على واقعنا السياسي والاقتصادي والاجتماعي، تُحاول هذه الدراسة أن تُزاوج بين ما هو علمي يُعظَّم قيمة المعرفة الإنسانية، وما هو عملي يُبلور الأفكار والرؤى استجابةً لحاجة القراء، وتعظيماً لمصادقية الكلمة وما تحدثه من أثر على الرأي العام. ووضع الجمهور أمام الوقائع والأحداث ليس من خلال عرضها فحسب، بل من خلال أعمال مبدأ التحليل فيها، والتعمُّق في سبر أغوارها. ومن واقع أنّ الرأي العام مرتبطٌ باتجاهات السياسة العامة للدولة وحراك مؤسساتها والفعل الذي تقوم به، باعتبار أنّ الرأي العام كاشفٌ لأوجه القصور، تبصيراً بمواطن الخلل وحثاً على تحسين صورة المؤسسة بالشفافية والوثوق من المعلومات والحقائق التي تُملك للجمهور، ولما للرأي العام من قدرةٍ على تشكيل صورةٍ ذهنيةٍ قوية عن الأحداث والوقائع على المستوى المحلي والدولي. حاولت هذه الدراسة أن ترسم ملامح عامة لاتجاهات الرأي العام التي اعتنت بها، فكل المؤسسات التي تعتمد على تفاعل المجتمع مع ما تقدمه من خدمات، فلا بد لها من صورة ذهنية طيبة عند الرأي العام حتى يتقبل خدماتها بثقة ويرضى بالتعامل معها. والشرطة ليست إستثناءً من هذه المنظومة المجتمعية ولاسيما قوات شرطة المرور. لقد أصبح تغيير واقع الصورة الذهنية لدى مستخدمي الطريق العام (المركبات العامة تحديداً لسائقي الحافلات، والمشاة) عند منسوبي المرور، أصبح تغيير هذا الواقع لا بد منه بإيجاد صورة مثلي للتعامل ما بين الكائن البشري الممثل في هذه العملية. ولقد أجريت هذه الدراسة بهدف التعرف علي رؤى عينة من سائقي المركبات العامة (تحديداً الحافلات)، وعينة من المشاة، حول الأثر الانطباعي عن منسوبي المرور أثناء تأدية واجبه، وعينة من الضباط الذين شاركوا في الحملات المرورية حول الأثر السلوكي لسائقي المركبات العامة أثناء هذه الحملات.

دوافع اختيار موضوع الدراسة:

الدور الحيوي الذي يلعبه الرأي العام في بلورة السياسات ومدى تأثيره على القراء، وإمكانية لعبه دوراً فاعلاً على مستوى السياسات والقرارات المُتخذة من قبل الجهات ذات الصلة، وما يترتب عليها من نتائج هو سببٌ رئيسيٌ لاختيار الباحث لهذه الدراسة، والقناعة بأنّها مهمة من حيث إنها تدعم تملك الجمهور الحقائق، وفي ذات الوقت تضع متخذي القرار أمام رغبات وتطلعات الشعب التي قد تتفق مع التوجهات العامة وقد تختلف معها.

مشكلة الدراسة: يحتاج قطاع شرطة المرور في السودان لبناء علاقة احترام وثقة ما بينه وبين أهم فئة يستهدفها ، ألا وهي مستخدمي الطريق العام ،سائقي المركبات العامة ومثلوا في هذا البحث بسائقي الحافلات ، والمشاة ، و يتوجب أيضا تحسين الصورة الذهنية التي شكلها المواطن (سائق مركبة أو مشاة) بذهنه عن رجل المرور أو بالأحرى إيجاد صورة مثلي له ومدى احتياجها إلى دعم أو تغيير ومعرفة المعوقات التي تعترض الصورة الذهنية المثلى ، حتى يتم ترتيب إعادة هذه العلاقة .وبالتالي يتحسن الأداء العام لمنسوبي المرور والذي يترتب عليه ،تحسين سير حركة المرور ،تقليل حوادث المرور سعياً لجودة شاملة في هذا القطاع الهام. وتتلخص مشكلة الدراسة في السؤال المحوري التالي: إتجاهات الرأي العام لمستخدمي الطريق حول أداء شرطي المرور وسلوكه. وما الصورة الذهنية المكونة لدي مستخدمي الطريق العام عن منسوبي المرور وما الوسائل التي تساعد في تحسينها؟.

أهمية الدراسة:

1. دراسة الكيفية التي يتعامل بها منسوبي المرور مع مستخدمي الطريق العام .
2. إنعكاس الصورة الذهنية الطيبة في التعاون والتكامل بين شرطي المرور والمجتمع .
3. دراسة الأثر الانطباعي والصورة الذهنية لدي مستخدمي الطريق العام عن منسوبي المرور .
4. المتغيرات الأمنية التي طرأت على السودان وجعلت الرأي العام يتأرجح بين كثير من المفاهيم المستحدثة عن الأمن مما جعل دراسة الصورة الذهنية من الضروريات الملحة .

أهداف الدراسة:

1. دراسة الصورة الذهنية لرجل المرور لدي مستخدمي الطريق العام.
2. معرفة تأثير النواحي الإدارية المرورية على وظيفة شرطي المرور بالتالي صورته الذهنية أمام الآخرين.
3. التعرف على معوقات إيجاد صورة ذهنية مثلي لشرطي المرور لدي مستخدمي الطريق العام.
4. التعرف على الصورة الذهنية الحالية لدي مستخدمي الطريق العام تجاه شرطي المرور.
5. معرفة رؤية سائقي المركبات العامة حول النواحي الإدارية المرورية.
6. الوقوف على العوامل النفسية والمادية لرجل المرور و تأثيرها على تعامله مع مستخدمي الطريق العام .

مصطلحات الدراسة:

إتجاهات: يُمكن تحديد الإتجاهات على أنّها عبارة عن استجابات تقييمية مُتعلمة إزاء الموضوعات، أو الأحداث، أو غير ذلك من الميزات، وعندما يُقال إنّ الإتجاه عبارة عن استجابة تقييمية مُتعلمة لمُثيرها فإنّ ذلك يُفسر المفهوم تفسيراً جزئياً فقط، لأنّ الإتجاه هو مُكوناتٌ مُختلفة تتحدد فيما بينها لتكوين الاستجابة النهائية الشاملة، ومُفردتها اتجاه وهو: استعداد عقلي كوّنته التجارب، أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيراً توجيهياً على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء ويرتبط الإتجاه بتأهب الفرد واستعداده لأن يتأثر لمُثيرها في موقف من المواقف، فيتصرف تصرفاً معيناً

الرأي العام: هو وجهة النظر التي يُبديها الشخص في أمرٍ من الأمور، فهو حكمٌ شخصيٌ يختلف من فردٍ إلى آخر، كما أنه حكمٌ مؤقت لا نتردد في التخلي عنه إذا تبدلت الظروف أو حصلنا على معلومات جديدة. وهذا الرأي يُصبح عاماً عندما يُعلن عنه بطريقةٍ من الطرق، ويشترك فيه جمهورٌ من الناس يزيد عددهم أو ينقص، يُعبرون به عن آرائهم الجماعية.⁽¹⁾

تساؤلات الدراسة:

1. ماهي الصورة الذهنية المكونة لدي مستخدمي الطريق العام عن منسوبي المرور
2. كيفية تحسين الصورة الذهنية لدي مستخدمي الطريق العام عن منسوبي لمرور
3. هل تحتاج الصورة الذهنية الحالية لشرطي المرور إلى دعم أو تغيير وما هي المعوقات التي تعترضها
4. ماهي المشاكل والأضرار التي تواجه منسوبي المرور أثناء تأدية واجبهم وانعكاسها على سلوكه
5. مدى تأثير النواحي الإدارية المرورية على وظيفة شرطي المرور المرور تأثيرها على تعامله مع مستخدمي الطريق العام؟

منهج الدراسة: إستخدم الباحث المنهج الوصفي (أسلوب المسح) الذي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في المجالات الإعلامية ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف يقاب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع بهدف الحصول علي معلومات كافية ودقيقة عنه.

مجتمع الدراسة: حدّد الباحث ولاية الخرطوم لمجتمع بحثه من واقع أنّ صناعة الرأي العام منطلقها العاصمة بجانب الكثافة المرورية للعاصمة من عدد المركبات ومستعملها من أفراد المجتمع مقارنة ببقية ولايات السودان ، ولتنوع أفراد مجتمع ولاية الخرطوم من الناحية الثقافية ، والإثنية والاقتصادية بشكل أكبر وأوضح ولوجود معظم وسائل الاتصال الجماهيري بها.

¹ الفريد سوفي، الرأي العام، ترجمة كسروان شدياق، (بيروت: منشورات عويدات، 1966م)، ص80.

عينة الدراسة:

عينة من ضباط المرور (140 عينة شاملة) وهم الضباط الذين يعملون على الإشراف في الحملات المرورية بولاية الخرطوم، وعينة من سائقي الحافلات (100 عينة) وهي تمثل 5% من العدد الكلي (2000) حافلة داخل ولاية الخرطوم (مقابلة مع الفريق احمد أمام النهاى، المدير السابق للإدارة العامة للمرور)، وعينة من المشاة (200 عينة) وهي عينة عرضية أو عينة الصدفة. داخل ولاية الخرطوم أيضا.

أدوات جمع البيانات: الإستبانة: صحيفة تحتوي على أسئلة توجه إلى عدد من المبحوثين للتعرف على آرائهم.

الملاحظة: يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو المجموعة منها بالإستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلية فيها.

المقابلة: يعرف المقابلة بأنه تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوثين لتحقيق هدف معين.

الحدود المكانية: ولاية الخرطوم التي أخذت منها عينة البحث و التي تمثل دوائر الاختصاص المكاني لشرطة مرور ولاية الخرطوم.

الحدود الزمانية: في الفترة من 2022 م حيث زادت الدولة قيمة المخالفات المرورية المالية زيادة كبيرة، وزاد النقد الصحفي لهذه الزيادات بصورة واضحة. كما طمح صوت أصحاب المركبات العامة من خلال الأجهزة الإعلامية.

المحور الأول

مفاهيم الرأي العام - طرق قياسه وإستطلاعاته

الرأي العام هو وجهة النظر التي يُبديها الشخص في أمرٍ من الأمور، فهو حكمٌ شخصيٌ يختلف من فردٍ إلى آخر، كما أنه حكمٌ مؤقت لا نتردد في التخلي عنه إذا تبدلت الظروف أو حصلنا على معلومات جديدة. وهذا الرأي يُصبح عاماً عندما يُعلن عنه بطريقةٍ من الطرق، ويشترك فيه جمهورٌ من الناس يزيد عددهم أو ينقص، يُعبرون به عن آرائهم الجماعية. إلا أنّ الرأي العام يختلف عن الرأي الفردي في تكوينه ومظاهره وتأثيره، إنه مركب شديد التعقيد يدل على معانٍ عديدة ويتضمن عناصر متنوعة، ويخضع لعوامل كثيرة. الرأي العام ليس عملية استاتيكية بمعنى أنه مجموع آراءٍ مُتفكة على قضيةٍ معينة، وينتج بإضافة هذه الآراء بعضها إلى بعض، ولكنه يتضح نتيجة تفاعل مقوماته مع عناصر البيئة التي تعيش فيها الجماعة،

وإسهامهم في تكوين الرأي العام، إلا أنه قد يكون لكلٍ منهم على حده رأيٌ ووجهة نظر خاصة، وإن كانت تصطبغ وتتلون بخصائص الرأي العام المُتكوّن داخل الجماعة. ووُصِفَ الرأي العام بأنّه: تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معاً ومناقشتهم بشأن مسائل ومشكلات موضع اهتمامهم وعادةً ما تُؤدى وسائل الاتصال دوراً في هذا التفاعل، كما عرف على أنه تجمع وجهات نظر أفراد المجتمع بشأن المسائل التي تُؤثر في المجتمع وتعكس اهتمامه، وهذا التعريف تتبناه كثير من الدراسات الميدانية لاستطلاعات الرأي العام.⁽²⁾

يذهب جون ستيورات ميل إلى أنّ ما يُريده أو يرفضه المجتمع أو الفئات القوية فيه هو الشيء الأساسي الحاسم الذي تتقرر بمقتضاه القواعد التي يجب مُراعاتها وعدم تعارضها مع القانون أو الرأي.

تُعتبر استطلاعات الرأي العام جزءاً لا يتجزأ من المجتمع الديمقراطي، إذ يُعنى الأفراد في المجتمع بها وبواسطتها يفهمون الكثير من الحقائق السياسية والاجتماعية والعلاقات الاجتماعية إذ تعكس في ضوء مُعطياتها الرقمية، أو النوعية للمواطنين ما يجري في العالم. وتمنع النظم الديكتاتورية إجراء دراسات للرأي العام لأنّها لا تُريد للمواطنين أن يفهموا حقيقة ما يجري حولهم، ولا تُريد توفير فرص للتعبير عن آرائهم لأنّها تخشى أن تتكون لدى المواطنين صورة تُوضح لهم الحقائق عن واقعهم وتستخدم وسائل الإعلام ومراكز البحوث والحكومات خصوصاً في المجتمعات الغربية استفتاءات الرأي العام أدوات قياس كمية لتوزيع الرأي العام في المجتمع، ويُحقق قياس الرأي العام جُملة أهداف، وتكمن قوته في معرفة درجة التأييد أو المعارضة، أو الحيادية تجاه قضايا مُحددة. ومن حيث التوزيع يُمكن معرفة إمكانية انتشار رأي عام من حيث الرقعة الجغرافية، ومن حيث الزمن يُمكن معرفة مدة ثبات الرأي أو تغيره، أو استقراره، مع مرور الزمن، ومن حيث توجهاته يُمكن معرفة أي اتجاه يسير فيه المجتمع، وما هي توجهاتهم وآراؤهم في قضية ما، وما هي الموضوعات التي تشغلهم، ومن حيث المشاركة فإنّه يُمكن معرفة الرأي العام السلبي، والرأي العام الإيجابي، ومقارنة هذه الاستفتاءات، وتحديد العديد من التعميمات، ومن هذه التعميمات:

1. يُولي عددٌ كبيرٌ من الناس اهتماماً قليلاً بالشخصيات والقضايا السياسية حتى لو قدمتها وسائل الإعلام.

2. من الأرجح أن يُولي الناس اهتماماً أكبر بالمسائل التي يرونها تُؤثر فيهم مباشرةً.

من أهم المراكز المهمة في العالم والمتخصصة في استطلاع الرأي العام هو المعهد الأمريكي للرأي العام والذي يُركز جُل اهتمامه على عاملين أساسيين هما:

² محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1972م)، ص30.

1. تقنية السؤال: باستعمال نمط واحد لطرح الأسئلة على المُشارك في الاستطلاع، على اعتبار أنّ الأسئلة نفسها تُطرح على جميع المُشاركين في استطلاع الرأي، أنها ذات نمط واحد، يُمكن القيام بتنفيذها مجتمعة ومقارنتها.

2. استعمال إنتقاء تمثيلي وإحصائي: أساليب الإنتقاء الإحصائي أصبحت رمزاً وفي الوقت نفسه ضمناً لأن تكون الدراسات مبنية على أسس علمية. وتتوجه استطلاعات الرأي العام لدراسة مُشكلات المجتمع المُلحة الراهنة التي تُعد قضايا خلافية يُثار حولها النقاش بين أفراد الجُمهور العام، أو بعض فئاته وشرائحه، مما يُشكل تفاعلاً اجتماعياً يخلق احتمالية وجود الرأي ونقيضه، وهذا يُهيء جواً يسمح بإجراء استطلاعات للرأي يستفتى فيها أفراد الجُمهور أو بعض شرائحه، إزاء قضية مطروحة، يُعد منها رأي المواطن محور الاهتمام وحجر الزاوية.⁽³⁾

معرفة اتجاهات الرأي العام أمرٌ مهمٌ إلى حدٍ بعيدٍ في الأنظمة الديمقراطية، حيث تنبثق السلطة من الشعب بواسطة الاقتراع العام، فمصالح القوى السياسية المُتنافسة على مُمارسة السلطة تقضي بطرح البرامج التي تلقى تجاوباً في أوساط الرأي العام، وهذا يتطلب معرفة دقيقة بالقضايا التي تُثير اهتمامات قطاعات واسعة من الشعب.⁽⁴⁾

المحور الثاني

الرأي العام وتأثيراته في الصورة الذهنية

للرأي العام إحاطته وتأثيراته، لذا فهو رأيٌ شخصيٌ من أبعاد إرادته، وفاعلية نتائجه وبالذات لدى الأنظمة السياسية التي تناوئ مصالح مجتمعاتها، وضمن هذا المعنى فالرأي العام ليس رأياً عابراً يُفتش عن المساومة، لأجل تحقيق مكسب ما، إذ غالباً ما تستند مكوناته لتبلورات الضمير حول هذه المسألة، أو تلك، وتاريخية الرأي العام هي التي حفظت ومنذ أجيال بعيدة حقوق شخصيات كاد غبار الدهور أن يطمس حلمها وأملها. والرأي العام قديم قدم أول مباحة وقعت بين الإنسان وأخيه الإنسان، لذلك يُلاحظ في بعض البلاد المتوفرة فيها إمكانية استنطاق الناس لاستحصال رأيهم بأساليب عادية حول أمر مجتمعي ما، أن يكلفوا بعض الموظفين المتخصصين للوقوف حول ما يُمكن الوقوف على الانطباعات عنه، ويتم ذلك سواء عن طريق ملء استمارات الاستفتاء، أو بطاقات الاستبانة، فالكل مُتفقون هناك أنّ الرأي العام أمر قائم بحد ذاته، وهو الرأي الأرجح والمقبول والمؤيد بين أفراد أي مجتمع. والرأي العام رُغم حمله للهموم الكبرى للناس

³ناهد رمزي، الرأي العام وسيكولوجيا السياسة، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1991م) ص107.

⁴عصام سليمان، مدخل إلى علم السياسة، (بيروت: دار النضال، 1989م)، ص103.

وبأمانة مشهودة، فإنَّ إطلاق تسمية الرأي العام يجيء من حيث ميزة معناه، وشمولية مقصده، ودقة الاستدلال عليه، كونه رأياً لصيقاً بالناس العفويين الطيبين، وسُمي بالرأي العام تمييزاً عن الرأي الخاص، والرأي العام تستجمع فيه بجلاء كل آراء الجماعة المختلفة في مستويات مشارب أفرادها بالنسبة للثقافة والاجتماع والسياسة.⁽⁵⁾

وتتعدد التعريفات والمفاهيم الخاصة بالصورة الذهنية ولكن سوف تشير إلى بعضها والذي له علاقة بموضوع الدراسة. يعرف قاموس ويبستر الصورة الذهنية Image بأنها (التقديم العقلي لأي شئ لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر . أو هي محاكاة لتجربه حسية إرتبطت بعواطف معينه نحو شخصية معينة أو نظام ما أو فلسفه ما أو أي شئ آخر ، وهى أيضاً إسترجاع لما أختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو الشم أو السمع أو اللمس أو التذوق) .ويرى " روبينسون" وبارلو " أن المفهوم البسيط لمصطلح " صورة المنشأة " يعنى(الصور العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة) .⁽⁶⁾

وقد تتكون هذه الصور من التجربة المباشرة أو غير المباشرة . وقد تكون هذه عقلانية أو غير رشيدة . وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الإشاعات والأقوال غير الموثقة ولكنها فى نهاية الأمر تمثل واقعاً صادقاً لمن يحملونها في رؤوسهم . ويعرفها كينث بولدنج : إن الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان أو التذوق بعدة عوامل منها : المكان الذي يحمي فيه الفرد موقعه من العالم الخارجي ,العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والجيران والأصدقاء المحيطيين به والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التي يحصل عليها⁷ . وهناك علاقة ما بين الصورة الذهنية والعلاقات العامة فى أي منشأة حيث أن هدف تحسين الصورة الذهنية للمنشأة يعتبر من أهم الأهداف للعلاقات العامة . مما أدى بدوره إلى تأكيد أهمية الصورة الذهنية على المستوى الدولي في تهيئة المناخ النفسي الملائم لتحقيق أهداف الدولة ونجاح سياساتها الداخلية والخارجية والترويج لأوجه النشاط المختلفة .⁸ ودراسة الصورة الذهنية لأي مؤسسة من الدراسات التي أصبحت لها أهمية كبرى في مجالات التسويق وتقبل الخدمات التي تقدمها المؤسسات بكافة أشكالها من مؤسسات خدمية أو تجارية أو غيرها ، فكل المؤسسات التي تعتمد على تفاعل المجتمع مع ما تقدمه من خدمات ، فلا بد لها من صورة ذهنية طيبة عند الرأي العام حتى يتقبل خدماتها بثقة ويرضى بالتعامل معها .والشرطة ليست إستثناءً من هذه المنظومة المجتمعية ولاسيما قوات شرطة المرور .لقد

⁵كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام،(عمان: دار المسرة للنشر والتوزيع والطباعة،2011م) ص ص 157-158.

المرجع نفسه ص 109⁶

⁷ Building , K The image, unit. Of Michigan press, 1971p6

أصبح تغيير واقع الصورة الذهنية لدى مستخدمي الطريق العام (المركبات العامة تحديدا لسائقي الحافلات، والمشاة) عن منسوبي المرور، أصبح تغيير هذا الواقع لا بد منه بإيجاد صورة مثلي للتعامل ما بين الكائن البشري الممثل في هذه العملية. ولقد أجريت هذه الدراسة بهدف التعرف علي رؤى عينة من سائقي المركبات العامة (تحديداً الحافلات) ، وعينة من المشاة ، حول الأثر الانطباعي عن منسوبي المرور أثناء تأدية واجبهم ، وعينة من الضباط الذين شاركوا في الحملات المرورية حول الأثر السلوكي لسائقي المركبات العامة أثناء هذه الحملات، وبالتالي فإن هذه الدراسة تهدف إلي إيجاد صورة مثلي للتعامل بين رجل الشرطة المروري ومستخدمي الطريق العام من سائقي المركبات العامة وجمهور المشاة. ولكي يتم إحداث هذا التغيير لا بد من جهود متضافرة ومتكاملة ، إذ أن التغيير في هذه القطاعات الثلاث (أصحاب المركبات العامة، المشاة ، منسوبي المرور) يتم من خلال تغيير الحالة العقلية الراهنة لهم ، عن طريق توسيع الإدراك المعرفي ، وزيادة الخبرات الحياتية والمهارات العملية. لهذا فإنه من الضروري الوقوف على العوامل النفسية والمادية لرجل المرور ، ومن ثم تأثير النواحي الادارية المرورية على وظيفة شرطة المرور لكي تتكامل الرسالة الاعلامية والوظيفية لاداء رجل المرور وتغير تلك الحالة العقلية لدى مستخدمي الطريق العام من سائقي مركبات أو مشاة عن رجل المرور.

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

هدفت الدراسة إلى معرفة إتجاهات الرأي العام لمستخدمي الطريق العام حول أداء شرطي المرور وسلوكه وتهدف الدراسة أيضا إلى معرفة رؤية سائقي المركبات العامة حول النواحي الإدارية المرورية وأثرها على تكوين الصورة الذهنية لرجل المرور لديهم وقام الباحث بالدراسة الميدانية والتي مرت بالمراحل الآتية:

أ. الاستبانة لثلاث فئات وهي سائقي المركبات العامة والمشاة وضباط المرور، والاستبانة هي أداة تغطية بسيطة ومباشرة تهدف الى التعرف على ملامح خبرات الباحثين واتجاهاتهم نحو موضوع الدراسة من خلال توجيه أسئلة.

ب. مقابلات مع صناع القرار والمهتمين بقضايا المرور.

الاستبانة: ولجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع قام الباحث بتصميم ثلاث استمارات (questionnaires) خاصة بمستخدمي الطريق العام من سائقي الطريق العام والمشاة وضباط المرور العاملين في تنظيم الحملات المرورية، وكانت كالاتي :

تصميم الاستمارة :

أولا : استمارة سائقي الحافلات:

احتوت الاستمارة على 18 سؤالاً يركز الباحث فيها على معرفة الصورة الذهنية لرجل المرور لديهم وذلك من عدة محاور :

- 1- محور انطباعي عن الصورة الذهنية المتكونة لرجل المرور لدى سائقي المركبات العامة (الحافلات)
 - 2- محور وظيفي في الكيفية التي يؤدي بها رجل المرور عمله .
 - 3- محور أداري وذلك بقياس مدى تأثير النواحي الإدارية على النواحي السلوكية والوظيفية لرجل المرور
- ثانياً: استمارة مستخدمي الطريق العام من المشاة :

احتوت الاستمارة على 21 سؤالاً يركز الباحث فيها على معرفة الصورة الذهنية لرجل المرور لديهم وذلك من عدة محاور :

- 1- محور انطباعي عن الصورة الذهنية المتكونة لرجل المرور لدى مستخدمي الطريق العام من المشاة
- 2- محور وظيفي في الكيفية التي يؤدي بها رجل المرور عمله .
- 3- محور أداري وذلك بقياس مدى تأثير النواحي الإدارية على النواحي السلوكية والوظيفية لرجل المرور
- 4- محور ثقافي قانوني لمعرفة مدى إلمام مستخدمي الطريق العام من المشاة بالثقافة المرورية وفهم وظيفة رجل المرور .

ثالثاً: استمارة ضباط المرور :

احتوت الاستمارة على:

- 1- البيانات الأولى : وهي البيانات الشخصية للمبحوثين والتي شملت النوع والعمر والخبرة والمؤهل الأكاديمي .

2- الأسئلة : احتوت الاستمارة على 23 سؤالاً يركز الباحث فيها على معرفة انطباع رجل المرور عن سائقي الحافلات وذلك من عدة محاور :

- 1- محور انطباعي عن الصورة الذهنية المتكونة عن سائقي المركبات العامة (الحافلات) لدى رجل المرور.

2- محور وظيفي في الكيفية التي يؤدي بها رجل المرور عمله .

3- محور اداري وذلك بقياس مدى تأثير النواحي الإدارية على النواحي السلوكية والوظيفية لرجل المرور

إختيار العينة: قصر الباحث هذه الدراسة علي عينة من ضباط المرور (140 عينة شاملة) وهم الضباط الذين يعملون على الإشراف في الحملات المرورية بولاية الخرطوم ,وعينة من سائقي الحافلات (100 عينة) وهي تمثل 5% من العدد الكلي (2000) حافلة داخل ولاية الخرطوم (مقابلة مع الفريق احمد أمام

النهامى ، المدير السابق للإدارة العامة للمرور) ، وعينة من المشاة (200 عينة) وهى عينة عرضية أو عينة الصدفة. داخل ولاية الخرطوم أيضا.

مقياس الصدق والثبات:

يقصد بثبات الإختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أيضا أنه إذا ما طبق إختيار ما على مجموعة من الأفراد ودرجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الإختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على عليها بقسمة الإختبار. الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين.

عرض النتائج والتحليل:

أ. تحليل إستبانة (سائقى المركبات العامة):

1/ عند مقابلتك لرجل المرور تحس بالأمان :من الطبيعي أن يجد سائقى المركبات العامة عند مقابلتهم لرجل المرور الأمان والطمأنينة إلا انه جاءت غالبية الإجابات سلبية وبنسبة بلغت (50%) ومما يؤكد ذلك النسبة التالية لها (24%) من غير الموافقين بينما بلغت نسبة الذين يجدون الأمان عند مقابلتهم له (11%) فقط .

2/ رجل الشرطة يتحایل لإيجاد مخالفة لك : يتفق المبحوثون بشدة بان رجل الشرطة المرورى يتحایل لإيجاد مخالفة له فجاءت غالبية الإجابات من سائقى المركبات العامة وبنسبة 60% ويؤكد ذلك نسبة الموافقين التالية (30%) مما يشير إلى أن رجل المرور يتعمد لإيجاد مخالفة مرورية لهم.

3/ زى رجل الشرطة يجعلك تكرهه : زى رجل الشرطة جزء من المبررات التى تجعل سائقى المركبات العامة يكرهونه فجاءت غالبية الإجابات وبنسبة 47% بهذا المعنى ومما يؤكد ذلك أن نسبة (2%) فقط غير موافقين على ذلك.

4/ الأسلوب الذى يواجهك به شرطي المرور لدفع المخالفة حضاري : يتعامل شرطي المرور مع سائقى المركبات العامة بأسلوب حضارى وبنسبة 57% ويزيد تأكيد ذلك النسبة التالية للذين يوافقون (23%) وهذا لا يتعارض إذ أن رجل الشرطة المرورى يمكنه أن يتعامل مع سائقى المركبات العامة بأسلوب حضارى ويتقبلونه منه إلا انه فى نفس الوقت يكرهونه ولا يطمئنون إليه.

5/ شرطي المرور يودى واجبه بكفاءة أثناء الحملات المرورية:

لايؤدى شرطي المرور واجبه بكفاءة أثناء الحملات المرورية كما ذكر المبحوثون ذلك وبنسبة 55% للغير موافقين بشدة ، وتؤكد ذلك النسبة التالية وهي (20%) للغير موافقين، وقلت نسبة الموافقين بشدة إلى أدنى حد بعد المحايدين أى بنسبة(10%) .

6/ رجل الشرطة هو الأفضل في أخذ المخالفة منك : ذكر المبحوثون وبنسبة 46% بان رجل الشرطة هو الأفضل في أخذ المخالفة منهم ولكن إذا نظرنا للنسب التالية فهي أيضا مقدره في إمكان مشاركة جهات أخرى غير رجل الشرطة المرورى فى تسجيل المخالفات المرورية

7/ موظف عادى هو الأفضل في أخذ المخالفة منك : ارتفعت النسبة عن سابقتها مما يشير إلى أن سائقى المركبات العامة يفضلون الموظف العادى لأخذ قيمة المخالفة منهم أكثر من شرطي المرور وبنسبة56% ويؤكد ذلك نسبة الموافقين وهي النسبة التالية مباشرة(24%).

8/ تسجيل المخالفة ثم دفعها بشيك هو الأفضل : يرغب سائقو المركبات العامة فى دفع المخالفة المرورية بشيك كما اتضح ذلك بأعلى نسبة 47% و الذين يوافقون بشدة على ذلك ولكن إذا نظرنا إلى النسب التالية فهي مقدره نوعا ما ، فيعنى وجود حلول أخرى لدفع المخالفة المرورية .

9/ تسجيل المخالفة ثم دفعها عند تجديد الرخصة هو الأفضل : عند سؤال المبحوثين عن إمكانية تسجيل المخالفة ثم دفعها عند تجديد الرخصة هو الأفضل جاءت نسبة الذين قالوا أوافق بشدة48% ونسبة غير الموافقين 32% مما يشير على أنهم مترددون ما بين الموافقة والرفض .

10/ وجود ضابط مع أفراد المرور يساعد في سرعة الحل عند المخالفات : أجاب المبحوثون من سائقى المركبات العامة بضرورة وجود ضابط مع أفراد المرور يساعد في سرعة الحل عند المخالفات وذلك بنسبة بلغت52% وأكدته النسبة التالية (31%) وهي نسبة الموافقين ونسبة غير الموافقين بشدة (2%) فقط أما نسبة المحايدين فكانت(0%) .

11/ الأفراد هم الذين يحددون المخالفة : سائقو المركبات العامة يقولون أن الأفراد هم الذين يحددون المخالفة وليس الضباط وذلك بنسبة بلغت63% ويؤكد ذلك نسبة الموافقين وهي النسبة التالية مباشرة(27%) ولا أحد يوافق على أن الضباط هم الذين يحددون المخالفة مما يؤدي إلى الإخلال بنظم وقوانين المرور .

12/ تقديم كتيب تعريفى أو حديث شفوي للتعريف بأهمية المخالفة : أجاب المبحوثون من سائقى المركبات العامة بضرورة تقديم كتيب تعريفى أو حديث شفوي للتعريف بأهمية المخالفة جاءت نسبة الذين قالوا أوافق

بشدة 46% ونسبة غير الموافقين 27% مما يشير على أنهم مترددون ما بين الموافقة والرفض أو ربما وجود أداة أخرى تساهم في التعريف بأهمية المخالفة .

13/ شرطي المرور يتحايل لإيجاد أخطاء حتى تدفع المخالفة : يعتقد سائقو المركبات العامة أن شرطي المرور يتحايل لإيجاد أخطاء حتى يدفعون المخالفة المرورية ويتضح ذلك من خلال إجابات الذين يوافقون بشدة بنسبة 60% ، مما يؤكد بالفعل أن شرطي المرور تحايل لإيجاد أسباب توقع سائقي المركبات العامة في مخالفات مرورية.

14/ الفائدة التي تجني من دفع قيمة المخالفة هي تحسين وضع رجل الشرطة : رأى 70% من المبحوثين أن المقصود من دفع قيمة المخالفة هو تحسين وضع رجل الشرطة وهي نسبة كبيرة جدا إذا ما قورنت ببقية النسب الأخرى وحتى النسب التالية مباشرة تأتي مؤكدة من الذين يوافقون بشدة ، ونسبة (1%) فقط هم غير الموافقين بشدة .

15/ الفائدة التي تجني من دفع قيمة المخالفة هي تقليل حوادث الحركة : ليست الفائدة التي تجني من دفع قيمة المخالفة تقليل حوادث الحركة كما رأى ذلك المبحوثون وبنسبة بلغت 57% وكما يتفق مع الجدول (15) أعلاه ويؤكد ذلك نسبة غير الموافقين وهي النسبة التالية مباشرة (21%) أعلاه .

16/ الفائدة التي تجني من دفع قيمة المخالفة هي عقاب لك : اتضح أن سائقي المركبات العامة يعتقدون أن الفائدة التي تجني من دفع قيمة المخالفة هي عقاب لهم فجاءت نسبة الذين قالوا أوافق بشدة 72% فبالنظر إلى أن الهدف من دفع المخالفة هو تحسين أوضاع رجل المرور وعقاب لهم كما يرى المبحوثون ذلك .

17/ إذا كانت قيمة المخالفة كبيرة فانك تحاول تقديم رشوة : ليس بالضرورة إذا كانت قيمة المخالفة كبيرة أن يحاول سائقو المركبات العامة تقديم رشوة إذ تباينت نسب المبحوثين أو أقرب إلى عدم تقديم رشوة إذ أن أكبر نسبة تتفق مع ذلك (27%) وتأكدها نسبة غير الموافقين التالية لها (24%)

18/ يمكنك دفع المبلغ دون إيصال مالي لقيمة المخالفة : تقاربت نسب المبحوثين حول دفع المبلغ دون إيصال مالي لقيمة المخالفة مما يشير إلى ترددهم بين الموافقين بشدة وبنسبة 48% وغير الموافقين وبنسبة 30% وهي أيضا تشير إلى أن عددا يقرب من نصف المبحوثين يمكنهم دفع مبالغ دون إيصال مالي مما يعني تقديم رشوة لشرطي المرور .

ب. تحليل الاستبانة الثانية (المشاة):

1/ عند مقابلة رجل المرور وأنت عابر الطريق تحس بالأمان: نسبة الذين قالوا أوافق بشدة 28% ونسبة غير الموافقين بشدة 20% مما يشير على أنهم مترددون ما بين الموافقة والرفض على الإجابة أو بمعنى

آخر أنهم يجهلون أن لرجل المرور واجبات تجاههم مثل مساعدتهم فى عبور الطريق مع أن نسبة لا يستهان بها من المشاة (28%) ، (21%) وجزء كبير من المحايدين (25%) يحس بالأمان عند مقابلتهم لرجل المرور .

2/ عند مقابلة رجل المرور وأنت عابر الطريق ترى أن عمله يختص فقط بالعربات : تعادلت نسب المبحوثين حول ما إذا كان عمل رجل المرور يختص فقط بالعربات مما يشير إلى ترددهم بين الموافقين بشدة وبنسبة 40% وغير الموافقين بشدة بنسبة 40%.

3/ عند مقابلة رجل المرور وأنت عابر الطريق - لا تعيره انتباها : تعادلت أيضا نسب المبحوثين بأنهم عند مقابلة رجل المرور وهم عابري طريق لا يعيرونهم انتباها مما يشير إلى ترددهم بين الموافقين بشدة وبنسبة 22% وغير الموافقين بشدة بنسبة 21.5% ويلاحظ أن نسبة المحايدين هي أعلى نسبة ومما سبق تشير هذه النسب إلى أن عابر الطريق لا يعنيه رجل المرور فى شىء.

4/ رجل المرور يقدم مساعدات إرشادية لعابر الطريق العام : تقاربت نسب المبحوثين عما إذا كان رجل المرور يقدم مساعدات إرشادية لعابر الطريق العام مما يشير إلى ترددهم بين الموافقين بشدة وبنسبة 24.5% وغير الموافقين بشدة بنسبة 20% ولمن وكما جاء فى الجدول السابق فلقد كانت نسبة المحايدين أكبر نسبة (38,5%) ، وكذلك فإن نسبة كبيرة من مستخدمي الطريق العام (المشاة) لا يجدون مساعدة إرشادية من رجل المرور

5/ لبس رجل المرور مهندم ويهتم بمظهره : رجل المرور مهندم ويهتم بمظهره اذ جاءت نسبة المبحوثون الذين يوافقون بشدة ب 55% وهذا الرأى مدعم بالنسبة التالية لها من الموافقين من عابري الطريق العام بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة ب 25% وتعنى هذه النسبة أيضا أن عددا مقدرًا وهو ربع المبحوثين يرون غير ذلك .

6/ رجل المرور يودي وظيفته بصورة أفضل من بقية الوظائف فى الخدمة العامة : رجل المرور يودي وظيفته بصورة أفضل من بقية الوظائف فى الخدمة العامة مثلما ذكر مستخدمو الطريق العام من المشاة فجاءت نسبة الذين يوافقون بشدة بأكثر من النصف (51.5%) ، ويدعمهم فى الرأى الموافقون بنسبة (15%) ، بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة (28.5%) وهى نسبة تجاوزت ربع المبحوثين ولها دلالة إحصائية أيضا ، إذ ليس بالضرورة أن يكون كل رجال المرور يؤدون وظائفهم من بقية الوظائف فى الخدمة العامة.

7/ عند رؤيتك لنزاع بين رجل المرور وصاحب مركبة وقبل أن تصل الموقع تعتقد أن رجل المرور علي حق :يعتقد مستخدموا الطريق العام أن رجل المرور ليس على حق و بنسبة (37%) وذلك عند رؤيتهم لنزاع بين رجل المرور وصاحب مركبة وقبل أن يصلوا الموقع ومما يؤكد ذلك النسبة التالية أى غير الموافقين وبنسبة (21.5%) ولكن هناك نسبة مقدرة تقترب من ربع المبحوثين يوافقون بشدة على مساعدته وأيضا نسبة الموافقين التالية لها (23.5%، 15%) ، ولكن عموما فان الصورة الذهنية لرجل المرور عند مستخدمى الطريق العام من المشاة أنه ليس على حق .

8/ رجل المرور إثناء الحملات المرورية يعمل بإخلاص وتقان : يعتقد مستخدموا الطريق العام أن رجل المرور ليس على حق و بنسبة (37%) وذلك عند رؤيتهم لنزاع بين رجل المرور وصاحب مركبة وقبل أن يصلوا الموقع ومما يؤكد ذلك النسبة التالية أى غير الموافقين وبنسبة (21.5%) ولكن هناك نسبة مقدرة تقترب من ربع المبحوثين يوافقون بشدة على مساعدته وأيضا نسبة الموافقين التالية لها (23.5%، 15%) ، ولكن عموما فان الصورة الذهنية لرجل المرور عند مستخدمى الطريق العام من المشاة أنه ليس على حق .

8/ رجل المرور إثناء الحملات المرورية يعمل بإخلاص وتقان : زادت نسبة الذين يوافقون بشدة (40%)بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة (30%) عند السؤال بان رجل المرور إثناء الحملات المرورية يعمل لمصلحته الشخصية لكن الملاحظ أن الفارق بين النسبتين ليس كبيرا(10%)إلا إننا إذا اعتبرنا نسبة الموافقين (18%) فالرأى الغالب إذن هو أن رجل المرور يعمل لمصلحته الشخصية.

10/ عند رؤيتك لنجدة المرور يخيل إليك: تعمل لحفظ النظام : زادت نسبة الذين يوافقون بشدة (40%)بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة (27.5%) عند السؤال عند رؤيتهم لنجدة المرور يخيل إليهم بأنها تعمل لحفظ النظام لكن الملاحظ أن الفارق بين النسبتين ليس كبيرا(10%)إلا أننا إذا اعتبرنا نسبة الموافقين (15%)فالرأى الغالب إذن هو أن نجدة المرور تعمل لحفظ النظام .

11/ عند رؤيتك لنجدة المرور يخيل إليك: محاولة استعراض السلطة : يقف معظم المبحوثين فى صفة الحياد بنسبة 40 % عندما جاء السؤال عند رؤيتك لنجدة المرور يخيل إليك محاولة استعراض السلطة فصفة الحياد هنا تأتى بصورة أو أخرى

12/ عند رؤيتك لنجدة المرور يخيل إليك: إنها مزعجة لا غير :

يقف معظم المبحوثين في صفة الحياد بنسبة 35% عندما جاء السؤال عند رويتهم لنجدة المرور يخيل إليهم إنها مزعجة لا غير فصفة الحياد هنا تأتي بصورة أو أخرى مؤيدة لما جاء في الجدولين السابقين مع وجود رأى مقدر (25%) لا يوافقون على ما سبق.

13/ إذا ما طلب منك رجل المرور المساعدة أثناء عمله فانك تساعده: يوافق مستخدمو الطريق العام على مساعدة رجل المرور إذا ما طلب منهم أثناء عمله وينسبة (56.5%) والنسبة التالية للذين يوافقون على ذلك وقلت نسبة المحايدون إلى دون (0%) إلا أن نسبة مقدر من المبحوثين (20%) لا يوافقون بشدة على المساعدة .

14/ من حقه توجيه صاحب مخالفة مرورية : لا يدرى مستخدمو الطريق العام إن كان من حقهم توجيه صاحب مخالفة مرورية أم لا فجاءت النسب متقاربة ومما يؤكد ذلك مجي نسبة المحايدون كأكثر نسبة من بين المبحوثين (30%) .

15/ من وأجبك فتح بلاغ مروري في صاحب مخالفة مرورية ولوانك لم تكن طرفا فيها : لا يدرى مستخدمو الطريق العام إن كان من وأجبهم فتح بلاغ مروري في صاحب مخالفة ولو أنهم لم يكونوا طرفا فيها فجاءت النسب متقاربة، ونسبة المحايدون إذ كانت أعلى نسبة من بين المبحوثين (34%) .

16/ من أسباب حوادث المرور وخاصة مع المشاة في نظرك عدم صلاحية العربة : لم تكن دائما عدم صلاحية العربة سببا من أسباب حوادث المرور وخاصة مع المشاة فجاءت نسبة الذين يوافقون بشدة (40.5%) بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة (39.5%) مما يشير إلى تكافؤ نسب المبحوثين حول الإجابة ، أي يعنى أن هناك أسباب أخرى غير صلاحية العربة تتسبب في الحوادث مع المشاة.

17/ من أسباب حوادث المرور وخاصة مع المشاة في نظرك عدم تأهيل السائقين : لم يكن دائما عدم تأهيل السائقين سببا من أسباب حوادث المرور وخاصة مع المشاة فجاءت نسبة الذين يوافقون بشدة (45%) بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة (35%) ولن يلاحظ تقارب جميع النسب ، فيعنى أيضا وجود أسباب أخرى إضافية لأسباب حوادث المرور مع المشاة.

18/ من أسباب حوادث المرور مع المشاة في نظرك عدم تأهيل الشوارع : جاءت أيضا نسبة الذين يوافقون بشدة (25%) بينما جاءت نسبة غير الموافقين بشدة (37%) مع أن الرأى الراجح هو عدم تأهيل الشوارع إذا وضعنا في الاعتبار إجابة المبحوثين بالموافقة بنسبة (30%)

ج. تحليل الاستبانة الثالثة (ضباط المرور):

1/ قائد المركبة المخالفة لقانون الحركة لا يدفع قيمة المخالفة وهو راض :جاءت نسبة عالية من المبحوثين (71.4%) مؤيدة للفقرة أعلاه وكذلك نسبة الذين يوافقون (21.4%) مما يشير إلى أن قائد المركبة العامة لا يدفع المخالفة المرورية وهو راض ومما يؤكد ذلك نسبة الذين لا يوافقون بشدة (0%) ، وغير الموافقين (5%) فقط من جملة المبحوثين .

2/ الأسلوب الأمثل لجعل صاحب المخالفة دفعها وهو راض، تقديم مطبق يحتوي علي التعريف بأهمية دفع قيمة المخالفة : كاد أن يتفق المبحوثين حول السؤال السابق إذ جاءت نسب اتفاهم كأعلى نسب متتالية (24 ، 29،25) %، وهذه النسب العالية جاءت مؤيدة لعمل مطبق يحتوي علي التعريف بأهمية دفع قيمة المخالفة المرورية إذ كانت نسبة الموافقين بشدة (29%) ، والموافقين (24%) ، و مما يشير إلى ضرورة عمل مطبق تعريفى بأهمية دفع المخالفة المرورية.

3/ الأسلوب الأمثل لجعل صاحب المخالفة دفعها وهو راض: حديث شفوي يشرح أهمية دفع المخالفة : ولكن عندما سألنا المبحوثين عن أهمية الحديث الشفوي لشرح أهمية دفع المخالفة جاءت نسب اتفاهم أكبر من ضرورة عمل مطبق تعريفى (79%) وهذه النسبة تعنى أن أكثر من 4/3 المبحوثين يؤيدون هذا الرأى ، مما يشير إلى أن رجل المرور يعتقد بأهمية الحديث الشفوي لشرح أهمية دفع المخالفة المرورية.

4/الأسلوب الأمثل لجعل صاحب المخالفة دفعها وهو راض:أسلوب يجمع بين الاثنتين : زادت النسبة اكبر من السؤالين السابقين بصورة واضحة إذ أجاب المبحوثين بضرورة عمل مطبق تعريفى بأهمية دفع المخالفة المرورية بالإضافة لحديث شفوي يشرح أهميتها ونسبة91%.

5/ السلوك الذي يتخذه صاحب المخالفة عند ضبطه ، الدفع مباشرة : ومما يؤيد ما جاء في الفقرة الأولى أن نسبة (63%) من المبحوثين يرون أن قائد المركبة العامة لا يدفع المخالفة المرورية مباشرة وكذلك نسبة غير الموافقين (29%) على الفقرة أعلاه ، وتقارب النسب الباقية يؤيد هذا الرأى ، إذ جاءت نسبة الموافقين بشدة (1.4%) والموافقين (3%) والمحايدين (4%) فقط .

6/ السلوك الذي يتخذه صاحب المخالفة عند ضبطه،التذمر ثم الدفع : قائد المركبة العامة لا يدفع المخالفة المرورية وهو راض وإنما يتذمر ثم يدفعها ومما يؤكد ذلك نسبة الذين لا يوافقون بشدة لهذا الرأى (70%) ، وغير الموافقين بشدة (5%) فقط من جملة المبحوثين .

7/ السلوك الذي يتخذه صاحب المخالفة عند ضبطه،محاولة تقديم رشوة: قائد المركبة العامة لا يدفع المخالفة المرورية مباشرة أو هو راض وإنما يتذمر عند دفعها ، وفى أغلب الأحيان يحاول تقديم رشوة لرجل المرور .

- 8/ السلوك الذي يتخذه صاحب المخالفة عند ضبطه : الهروب : قائد المركبة العامة لا يدفع المخالفة المرورية وهو راض وإنما يتردد في دفعها ويكاد أن يتفق المبحوثون على أن قائد المركبة العامة لا يحاول الهروب عندما تحدد له قيمة المخالفة المرورية ، وإنما يمارس سلوكا آخر ، ومما يؤكد ذلك نسب المبحوثين العالية المؤيدة لهذا الرأي بينما جاءت نسبة الموافقين بشدة (2%) فقط .
- 9/ هل توافقون علي السماح لجهات أخرى غير الإدارة العامة للمرور بالمشاركة في إقناع سائقي المركبات العامة بأهمية دفع المخالفة المرورية : جاءت نسبة غير الموافقين بشدة أو غير الموافقين اكبر من بقية المفردات (22.1 ، 36.4 %) مما يشير إلى أن ضباط المرور لا يرغبون في السماح لجهات أخرى غير الإدارة العامة للمرور بالمشاركة في إقناع سائقي المركبات العامة بأهمية دفع المخالفة المرورية.
- 10/ أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي تقليل حوادث الحركة : أجمع المبحوثون على أن أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي تقليل حوادث المرور وينسبة بلغت 86.4 % .
- 11 / أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي تحسين وضع رجل الشرطة : ان غالبية المبحوثين قد رفضوا إن تكون الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي تحسين وضع رجل الشرطة وينسبة (64.3%) ، ولكن توجد نسبة مقدره منهم تشير إلى غير ذلك ، أى أن من أهدافها تحسين وضع رجل المرور ، فجاء رأى الموافقين بنسبة (17%) ، والموافقين بشدة بنسبة (11%) .
- 12/ أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي زيادة الدخل القومي : يتردد المبحوثون في الإجابة إذ تقاربت نسبهم عند السؤال عن أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هل هي زيادة الدخل القومي ، فربما تكون إحدى الأسباب أو أسباب أخرى ، ومما يؤكد ذلك مجئ نسبة المحايدين كأعلى نسبة من بين المبحوثين (31.4%) .
- 13/ أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي معاقبة صاحب المخالفة : ليس بالضرورة أن تكون أهم الأهداف وراء دفع المخالفة المرورية هي معاقبة صاحب المخالفة إذ تباينت نسب المبحوثين ، إلا أن الرأى الغالب يميل إلى نفي ذلك ، إذ كانت نسبة الراضين بشدة لهذا الرأى هي (39.3%) ، ومما يؤكد ذلك أيضا مجئ النسبة التالية مؤيدة لذلك وهى نسبة الراضين له (26%) .
- 14/ في حالة وجود مخافة مرورية تلجأ إلي العقاب علي المخالفة المرورية أولاً : ربما توجد وسائل أخرى مع العقاب علي المخالفة المرورية إذ تقاربت إجابات المبحوثين .

15/ في حالة وجود مخافة مرورية تلجأ إلي توجيه صاحبها أولاً : يلجأ ضابط المرور إلى توجيه وإرشاد صاحب المخالفة المرورية وبنسبة بلغت (62.1 %) ويؤكد هذا الرأي النسب التالية فالذين يوافقون كانت نسبتهم اكبر من بقية النسب أيضا (16%).

16/ يمكن تسجيل المخالفة ثم دفعها بشيك : لايوافق ضباط المرور على تسجيل المخالفة ثم دفعها بشيك وبنسبة بلغت 58.6 % من جملة المبحوثين ، ويؤكد هذا الرأي النسب التالية فالذين يوافقون كانت نسبتهم أكبر من بقية النسب أيضا (21.4%).

17/ يمكن تسجيل المخالفة ثم دفعها عند تجديد الرخصة : تقاربت نسب المبحوثين حول تسجيل المخالفة ثم دفعها عند تجديد لرخصة مما يشير إلى تردد ضباط المرور لقبول هذا الرأي وبشكل واضح من خلال إجاباتهم وقبول البعض لهذه الفكرة ورفضها من البعض الآخر.

18/ تقع أضرار مادية ونفسية علي منسوبي المرور جراء دفع هذه المخالفة: عند سؤال المبحوثين عما إذا كانت تقع أضرار مادية ونفسية علي منسوبي المرور جراء دفع هذه المخالفة جاءت نسبة الذين قالوا أوافق بشدة 50% ونسبة غير الموافقين بشدة 21% مما يشير على إن الأضرار المادية والنفسية قد تقع مرات عديدة ولكن ليس بصورة .

19/ ما يأخذه منسوبي المرور من حافز دفتر المرور مجز : تقاربت نسب المبحوثين سلبا وإيجابا عند السؤال عما يأخذه منسوبي المرور من حافز دفتر المرور ، وهذا يعنى أن نصف المبحوثين تقريبا من منسوبي المرور يرون أن ما يأخذه مجز ، والنصف الآخر يرى غير ذلك .

20/ تخضع المخالفات وتحديدها بواسطة الأفراد : غالبا ما تخضع المخالفات وتحديدها بواسطة الأفراد كما جاءت نسبة الذين يوافقون بشدة (63%) ، وأحيانا بواسطة الضباط كما ذكر المخالفون لهذا الرأي وبنسبة (23 %) ، ومن المؤكد أن ذلك يخالف نظم ولوائح المرور.

21/ ما تنشره الصحف لا يؤثر على عملك : لا يؤثر ما تنشره الصحف على عمل رجل المرور إذ بلغت نسبة الذين يوافقون بشدة (70%) ، ومما يؤكد ذلك النسبة التالية (18%) وهي نسبة الموافقين ، مما يشير إلى أن رجل المرور لايعنى بالنقد الموجه إليه من قبل الصحافة .

22/ ما تنشره الصحف يؤثر على تحسين الأداء : ولما جاء السؤال بطريق أخرى تختلف عما جاء في الفقرة السابقة تغيرت الإجابات نوعا ما وتميل إلى أن الصحافة قد تؤثر على تحسين الأداء ، فجاءت أعلى النسب من بين المبحوثين مؤيدة لهذا الرأي ، بينما جاءت النسبة المنخفضة معارضة له .

النتائج:

1. يتعامل شرطي المرور مع سائقي المركبات العامة بأسلوب حضاري، وزيه جزء من المبررات التي تجعلهم يكرهونه ولا يطمنون إليه .
2. لا يؤدي شرطي المرور واجبه بكفاءة أثناء الحملات المرورية.
3. مستخدمو الطريق العام من المشاة يجهلون أن لرجل المرور واجبات تجاههم مثل مساعدتهم في عبور الطريق إلا أنهم يحسون بالأمان عند مقابلتهم لرجل المرور إلا أن عمله لا يعينهم بشئ وهم لا يجدون مساعدة إرشادية من رجل المرور .
4. رجل المرور يؤدي وظيفته بصورة أفضل من بقية الوظائف في الخدمة العامة مثلما ذكر مستخدمو الطريق العام .
5. الصورة الذهنية لرجل المرور عند مستخدمي الطريق العام من المشاة أنه يعمل لمصلحته الشخصية إلا أنه يعمل بتقان وإخلاص أثناء الحملات المرورية.
6. يوافق مستخدمو الطريق العام مساعدة رجل المرور إذا ما طلب منهم أثناء عمله .
7. معظم العاملين من ضباط المرور في الحملات المرورية تنقصهم الخبرة في هذا المجال
8. لا يؤثر ما تنشره الصحف على عمل رجل المرور وهو لا يعنى بالنقد الموجه إليه من قبل الصحافة إلا أنها قد تؤثر على تحسين أدائه.
9. لا يجد سائقو المركبات العامة عند مقابلتهم لرجل المرور الطمأنينة والأمان.

التوصيات:

1. ضرورة استخدام الحاسوب في الحملات الميدانية والتسويات الفورية لتقليل احتكاك سائقي المركبات العامة بشرطي المرور ويساهم في استرجاع الصورة الذهنية الطيبة له من قبل مستخدمي الطريق العام .
2. إدخال برامج التوعية والتربية المرورية في المناهج التعليمية في مرحلة الأساس لتنشئة جيل أكثر وعياً من الناحية المرورية ، وفهم العلاقة بينه وبين رجل المرور .
3. تركيز شرطي المرور علي تقديم الخدمات الإنسانية بالطريق مثل مساعدة الأطفال والمسننين والمكفوفين والمعاقين حركياً، وأصحاب المركبات المتعطلة وغيرهم .
4. ربط الترقيات بمدى تعامل رجل المرور مع الجمهور من سائقي المركبات العامة ومستخدمي الطريق العام من المشاة .
5. عقد دورات تدريبية وتوزيع كتيبات تعريفية عن المرور لسائقي المركبات العامة ، والتأكيد من خلال الدورات والكتيبات أن الهدف من قيمة المخالفات المرورية ليس معاقبة لهم ، أو أنها تذهب لرجل المرور وإنما هي ضريبة وطنية تعود عليهم .
6. تحديد بعض سائقي المركبات العامة ليكونوا أصدقاء لرجل المرور وتكوين رابطة أصدقاء شرطة المرور ، مع خلق منافسات وجوائز قيمة لأكثر سائقي المركبات العامة انضباطا .

المصادر والمراجع :

1. عبد الفتاح بيومي حجازي، المبادئ العامة في جرائم الصحافة والنشر، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2004م).
2. علي محمد شمش، العلوم السياسية، (طرابلس: منشورات المنشأة للنشر والتوزيع، 1982م).
3. عمر التومي الشيباني، الأسس التربوية والنفسية لرعاية الشباب: (بيروت: دار الثقافة، 1973م).
4. كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط3، 2013م 2001.
5. عصام سليمان، مدخل إلى علم السياسة، (بيروت: دار النضال، 1989م).
6. فضل عبد الله الربيعي، تأثير الرأي العام وقياسه في صناعة القرار بالمجتمع، بحث مقدم إلى مؤتمر القاهرة، حول الرأي العام 6-8 شباط 2007م.
7. كامل خورشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط3، 2013م 2001.
8. ممدوح مصطفى إسماعيل، تغيير السياسات العامة كآلية لتطوير استطلاعات الرأي العام، من بحوث مؤتمر القاهرة حول الرأي العام.
9. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، (القاهرة: دار المعارف، 1982م).
10. محمد الشافعي أبو رأس، نُظْمُ الحكم المعاصرة، ج1 في النظرية العامة لنظم السياسية، (القاهرة: عالم الكتب، دون سنة صدور).
11. محمد جمال الفأر، معجم الإعلام، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان: دار الشرق الثقافي).
12. محمد عبد الرحمن الحنين، أثر العوامل الاجتماعية والثقافية في تكوين الرأي العام لدى المجتمع الليبي حول قضية الصراع العربي الصهيوني، (دار شموع للثقاف، 2008م)،
13. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1972م).
14. مجمع اللغة العربية، المُعجم الوسيط، (القاهرة: مطابع الأوفست، شركة الإعلانات الشرقية، ط3، ج1، 1985م).
15. مولود زايد الطبيب، التنشئة السياسية، (طرابلس: منشورات المنشأة للنشر والتوزيع، 1982م).
16. ناهد رمزي، الرأي العام وسيكولوجيا السياسة، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1991م).

17. هيثم هادي الهيتي، الرأي العام بين التحليل والتأثير، (الأردن: عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م).
18. سمير محمد حسين، دكتور، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب 1976م)
19. على عجوة، دكتور، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة 1983م.
20. على محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، الدار القومية العربية للصحافة والنشر، القاهرة، 1998م
21. محمد عبدالرؤف كامل ونجيب الحصادي، علم الإعلام والاتصال بالناس، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1995م .
22. أحمد محمود عايش، تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في مجال قياسات الرأي العام، من بحوث مؤتمر القاهرة حول الرأي العام 6- 8 فبراير 2007م.
23. أديب مروة، الصحافة العربية نشأتها وتطورها، (بيروت: مكتبة الحياة، ط1، 1961م).
24. الفريد سوفي، الرأي العام، ترجمة كسروان شدياق، (بيروت: منشورات عويدات، 1966م).
25. إبراهيم ماجد الرميحي، تجربة مركز البحرين للدراسات والبحوث في قياس الرأي العام، من بحوث مؤتمر القاهرة الدولي حول الرأي العام: النظرية والتطبيق 6-8 شباط 2007م).
26. سعد عبد الرحمن، أسس القياس النفسي، (القاهرة: مكتبة القاهرة، 2001م).
27. عاطف عدلي العبد، مدخل الاتصال والرأي العام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1997م).
28. عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011م).
29. عبد الفتاح حجازي، بحث في حرية الرأي مقدم إلى كلية الحقوق، دبلوم القانون العام، جامعة الزقازيق، 1984م).

التدابير الوقائية من الفساد الإداري والمالي على ضوء النصوص القانونية في الجزائر

Preventive Measures Against Administrative And Financial Corruption In The Light Of Legal Texts In Algeria

بوزيرة سهيلة

الرتبة : أستاذة محاضرة أ

كلية الحقوق والعلوم السياسية بجيجل

ملخص:

يعتبر الفساد ظاهرة خطيرة اقترنت بالوظيفة العامة والإدارة العمومية وإساءة استعمال السلطة هذا ما دفع بالمشرع الجزائري للتدخل وصياغة عدة قوانين ذات طابع وقائي وردعي .

ومن بين هذه النصوص القانونية القانون رقم 01/06 المعدل والمتمم والنصوص التنظيمية المطبقة له وقد تدخل بنصه على مجموعة من التدابير الوقائية والتي سنتناول بعضها لمعرفة مدى فعاليتها في الوقاية من الفساد الإداري والمالي.

abstract

corruption is a dangerous phenomenon associated with public office, public administration and abuse of power, which prompted the algerian legislator to intervene and formulate several laws of a preventive and deterrent nature.

Among these legal texts is Law No. 06/01 amending and supplementing and the regulatory texts applicable to it, and it may include in its text a set of preventive measures, some of which we will address to see how effective they are in preventing administrative and financial corruption

مقدمة:

أمام تفشي ظاهرة الفساد، لم يعد مفاجئاً تدخل المشرع الجنائي بنصوص قانونية وقائية من أجل ضمان حياد الإدارة و الشفافية في تسيير الأموال العمومية وكذا في إدارة الشؤون العامة، لذلك نص قانون الوقاية من الفساد ومكافحته على مجموعة من التدابير الوقائية التي ترمي إلى الوقاية من الصفقات المشبوهة، وكانت هذه التدابير على مستوى الهيئات، حيث تم إنشاء سلطة إدارية مستقلة تدعى الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، وقد أعطاهها المشرع اختصاصات مهمة على قدر خطورة ظاهرة الفساد، كما قام بفرض مجموعة من الالتزامات على الموظف العمومي باعتباره عنصر مفترض في جرائم الفساد، إذ ألزمه بالتصريح بالتملكات إلى السلطة السلمية، هذه الالتزامات يمكن من خلالها ضمان حسن تسيير المال

العام. أضيف إلى ذلك فالمشرع قد أكد على الإجراءات الواجب إتباعها في الإدارة العامة حيث تؤسس على مبادئ الشفافية والنزاهة والمساواة هذا ما يدفعنا للبحث عن مدى نجاعة هذه التدابير الوقائية من الفساد المالي التي نص عليها المشرع في القانون رقم 01/06 المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته المعدل والمتمم⁸.

أولاً: إنشاء الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته.

أخذت الدول الموقعة على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد وكذا اتفاقية الاتحاد الإفريقي لمنع الفساد على عاتقها، الالتزام باحترام مبدأ الشفافية والمساءلة في إدارة الشؤون العامة، وكذا إدانة ورفض أعمال الفساد والجرائم ذات الصلة به، ومن أجل هذا حرصت الدول الأطراف في الاتفاقيتين على أن تنشأ أجهزة تكلف بالوقاية من الفساد وهذه الهيئات يجب أن تمنح القدر اللازم من الاستقلالية من أجل أداء الاختصاصات المنوطة بها بكل فعالية، لذلك أنشأ المشرع الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته لضمان الأهداف المذكورة.

أ: تعريف الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته.

حذا المشرع حذو باقي التشريعات المقارنة، حيث نص على أن "تنشأ هيئة وطنية تكلف بالوقاية من الفساد ومكافحته، كان لزاماً عليه البحث عن هيئات متخصصة تقوم بمساعدة الدولة وتنتهج المنهج الوقائي، وقد لجأ المشرع إلى فكرة السلطات الإدارية المستقلة، حيث نص على أنه "تنشأ هيئة وطنية مكلفة بالوقاية من الفساد ومكافحته قصد تنفيذ الإستراتيجية الوطنية في مجال مكافحة الفساد".⁹ ونص كذلك على أن: "الهيئة سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي توضع لدى رئيس الجمهورية"¹⁰.

يتضح لنا جلياً من هذه النصوص القانونية، أن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته هي سلطة إدارية مستقلة، وهذا بالرغم من أن المشرع يعبر عن هذه الأجهزة تارة بمصطلح "سلطة" وتارة أخرى بمصطلح "هيئة"، وهذا يؤدي إلى خلق فوضى في كيفية التعبير عن هذه المصطلحات¹¹ وبعيدا عن هذا الخلط في المصطلحات، وما يهم هو أن المشرع قد ضم هذه الهيئة إلى فئة السلطات الإدارية المستقلة.

⁸ - قانون رقم 01/06 مؤرخ في 20 فبراير 2006 يتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، جريدة رسمية عدد 14، الصادر في 08 مارس 2006، معدل ومتمم بالأمر 05/10 مؤرخ في 26 أوت 2010، جريدة رسمية عدد 44، الصادر 10 أوت 2011.

⁹ - المادة 17 قانون رقم 06-01 المعدل والمتمم.

¹⁰ - المادة 18 قانون رقم 06-01 المعدل والمتمم.

11 - KHELOUFI Rachid, Les institutions de régulation, Revue Algérienne de sciences juridiques, économiques et politiques, volume 41, n=° 02, Alger., 2003, p 114.

وهذه السلطات تعتبر من الناحية القانونية إدارات لا تنتمي إلى المصالح الوزارية ولا إلى الهيئات القضائية ولا إلى المؤسسات العمومية، أما من الناحية الوظيفية فهي إدارات مستقلة عن الحكومة لا تخضع لمراقبة السلطة التنفيذية.

لكي تقوم الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته بدورها على أكمل وجه وتحقق الفعالية المطلوبة، لا بد أن تكون مستقلة سواء من الناحية العضوية أو من الناحية الوظيفية.

وتعرف الاستقلالية بأنها عدم خضوع تلك السلطة الإدارية المستقلة لأية رقابة سلمية ولا لرقابة الوصاية، سواء كانت السلطة المعنية تتمتع بالشخصية المعنوية أو لا تتمتع بها، على أساس أن الشخصية المعنوية لا تعد معياراً أو عاملاً فعالاً لقياس درجة الاستقلالية¹².

غير أنه وما يجب التأكيد عليه أن مثل هذه الهيئات لا تعمل بمعزل عن الأهداف الحكومية الكبرى أو خارج السياسة العامة للدولة،¹³ لأن الهدف من إنشائها هو تحقيق سياسة الدولة في المجالات المعنية لذلك، ومن أجل إنجاز هذه المهمة تعمد الدولة إلى منح هذه الهيئات نوعاً من الاستقلالية كقوة دفع لها، بغية إتاحة الفرصة لها للعمل بحرية دون رقابة رئاسية أو خشية الرجوع إلى سلطات أعلى لأخذ إذن أو تصريح.¹⁴

وقد جاء منح الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته الاستقلالية استجابة للاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر بهذا الشأن، حيث نصت اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد تحت عنوان: هيئة أو هيئات مكافحة الفساد الوقائية على ما يلي:

تكفل كل دولة طرف وفقاً للمبادئ الأساسية لنظامها القانوني وجود هيئة أو هيئات، حسب الاقتضاء، تتولى منع الفساد.

تقوم كل دولة طرف وفقاً للمبادئ الأساسية لنظامها القانوني بمنح الهيئة أو الهيئات المشار إليها..... ما يلزم من الاستقلالية لتمكين تلك الهيئة أو الهيئات من الاضطلاع بوظائفها بصورة فعالة وبمناى عن أي

12 - ZOUAIMIA Rachid, Les autorités administratives indépendantes et la régulation économique en Algérie, édition distribution HOUMA, Alger, 2005, p25...

13 - حنفي عبد الله، السلطات الإدارية المستقلة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص 09.

14 - حنفي عبد الله المرجع السابق، ص 10.

تأثير لا مسوغ له، وينبغي توفير ما يلزم من مواد مادية وموظفين مختصين وكذلك ما قد يحتاج إليه هؤلاء الموظفين من تدريب للاضطلاع بوظائفهم.15

كما نصت اتفاقية الإتحاد الإفريقي، تحت عنوان "الإجراءات التشريعية وغيرها" على ما يلي: "....."

2- إنشاء وتشغيل وتعزيز هيئات أو وكالات وطنية مستقلة لمكافحة الفساد.16 من هنا نجد أن المشرع قد حرص على إنشاء الهيئات والتي تسعى للوقاية من الفساد وهذا تطبيقاً للالتزامات الدولية لذلك نجد أن المشرع منح هذه الهيئة استقلالية، حيث اعتبرها سلطة إدارية مستقلة وهذا بالنظر إلى طبيعتها القانونية غير أن مدى استقلاليتها ومدى توجه المشرع لمنحها هذه الاستقلالية فتظهر من خلال ما يتم تبيانه لاحقاً من خلال وظائف الهيئة على ضوء النصوص المنظمة لها.

ب- وظائف الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته:

لكي تكون الهيئة مستقلة وغير تابعة لأية سلطة إدارية أو سلطة وصاية، وفي إطار هذا الإطار كلفت هذه الهيئة بعدة مهام، منها المهام الاستشارية ومنها المهام الرقابية إلى جانب مهام متعلقة باتخاذ قرارات إدارية. ففي ما يخص المهام الاستشارية، فإن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته تكلف باقتراح سياسة شاملة للوقاية من الفساد وتجسد مبادئ دولة القانون، وتعكس النزاهة والشفافية والمسؤولية في تسيير الأموال العمومية، كما تقوم بتقديم توجيهات تخص الوقاية من الفساد لكل شخص أو هيئة عمومية أو خاصة، وتقتراح تدابير خاصة منها ذات الطابع التشريعي والتنظيمي للوقاية من الفساد، وتقوم بالتعاون مع القطاعات المعنية العمومية والخاصة لإعداد قواعد أخلاقيات المهنة، وبالإضافة إلى هذا فإنها تكلف بإعداد برامج تسمح بتوعية وتحسيس المواطنين بالآثار الضارة الناجمة عن الفساد.17

أما فيما يخص المهام الرقابية، فإن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته تكلف بجمع ومركزة استغلال كل المعلومات التي يمكن أن تساهم في الكشف عن أعمال الفساد والوقاية منها، لاسيما البحث في التشريع والتنظيم والإجراءات والممارسات الإدارية عن عوامل الفساد لأجل إزالتها، وبالإضافة إلى هذا فإنها تقوم

15- المادة 6 من المرسوم الرئاسي رقم 128/04 المؤرخ في 19 أبريل 2004 - يتضمن التصديق بتحفظ على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، المعتمدة من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة المنعقدة بنيويورك في 31 أكتوبر 2003، جريدة رسمية عدد 26، الصادر في 65 أبريل 2004.

16- المادة 5 من المرسوم الرئاسي رقم 137/06 الذي يتضمن التصديق بتحفظ، على اتفاقية الإتحاد الإفريقي لمنع الفساد المعتمدة بمابوتو، في 11 يوليو 2003، جريدة رسمية عدد 24 الصادر في 16 أبريل 2006.

17- المادة 20 قانون رقم 01-06 المعدل المتمم.

بالتقييم الدوري للأدوات القانونية والإجراءات الإدارية الرامية إلى الوقاية من الفساد ومكافحته والنظر في مدى فعاليتها.18

وفي الأخير قد تكون هذه المهام متعلقة باتخاذ قرارات إدارية ومنها:

تلقي التصريحات بالامتلاك الخاصة بالموظفين العموميين بصفة دورية واستغلال المعلومات الواردة فيها والسهر على حفظها.

الاستعانة بالنيابة العامة لجمع الأدلة والتحري في وقائع الفساد.

ومن أجل الأداء الجيد والفعال لهذه المهام، يمكن للهيئة أن تطلب من الإدارات والمؤسسات والهيئات التابعة للقطاع العام أو الخاص أو من كل شخص طبيعي أو معنوي آخر، أية وثيقة أو معلومات تراها مفيدة للكشف عن أعمال الفساد.19

من خلال هذه الوظائف، نجد أن المشرع قد منح الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته وظائف في أغلبها استشارية ورقابية وأخرى متعلقة باتخاذ قرارات إدارية، غير انه قد حرّمها من جهة أخرى من الوظيفة القمعية مما يعني أن وظيفة الهيئة هي وظيفة وقائية بالدرجة الأولى وليست عقابية.

تقوم الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته بإعداد النظام الداخلي الذي ينشر في الجريدة الرسمية بموجب مرسوم رئاسي وتصادق عليه.20

والمقصود بالنظام الداخلي مجموعة القواعد التي تطبق على الهيئة هيكلًا ونشاطًا وتوضح كيفية سير أعمالها، وقد نص القانون صراحة على إن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته هي الوحيدة المخولة بإعداد هذا النظام الداخلي ودون مشاركة أية هيئة من الهيئات أو سلطة من السلطات، إذ تتكفل الهيئة بنفسها بسن نظامها الداخلي الذي ينشر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية بموجب مرسوم رئاسي، وهذا بغض النظر عن محتواه ومضمونه.

لذلك فإن أفراد الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته بوضع القواعد التي تحكم عملها يجعل لها سلطة لائحية، وقد اعتاد الفقه الفرنسي على إدراج السلطات الإدارية المستقلة ضمن من يحوزون السلطة

18- المادة 20 قانون رقم 01-06. المعدل والمتمم

19- المادة 01/21 قانون رقم 01-06.

20- المادة 19 مرسوم رئاسي رقم 06-413. المؤرخ في 22 نوفمبر 2006 ، المحدد لتشكيلة الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته ، المعدل والمتمم بالمرسوم الرئاسي 64/12 ، المؤرخ في 7 فبراير 2012 ، والذي جاء تطبيقاً لنص المادة 18 من القانون 01/06 المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته .

اللائحية، 21 فقيام الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته بإعداد النظام الداخلي لها ونشره في الجريدة الرسمية يدل على قيام الهيئة كسلطة قائمة بذاتها مستقلة عن باقي السلطات.

ج: حدود استقلالية الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته.

يتم قياس استقلالية مثل هذه السلطات بأربعة معايير وهي:

- الطابع الجماعي للجهاز.
- تعدد الهيئات المكلفة بتعيين واقتناء الأعضاء.
- تحديد عهدة لفائدة أعضاء الهيئة.
- عدم خضوع أو تبعية الهيئة للسلطة التنفيذية. 22.

فبالتمتع في النصوص القانونية المتعلقة بالوقاية من الفساد ومكافحته نلمس حدودا لاستقلالية الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، بمعنى أن استقلاليتها ليست مطلقة وهذا على المستويين العضوي والوظيفي.

كما تمت الإشارة سابقا بخصوص تشكيلة الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته أنها تتكون من رئيس وستة أعضاء يعينهم رئيس الجمهورية بموجب مرسوم لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد، وتنتهي مهامهم بنفس الكيفية أي بمرسوم رئاسي.

فالملاحظ أن كل أعضاء الهيئة معينون من قبل سلطة واحدة تتمثل في رئيس الجمهورية، بمعنى أن المعيار الثاني المحدد للاستقلالية قد تخلف -تعدد الهيئات المكلفة بالتعيين-، وغالبا ما تتنافى سلطة التعيين مع الاستقلالية لأنه وببساطة يكون الشخص المُعيَّن دائما ولها وتابعا لمن قام بتعيينه، وبالتالي فإن استقلالية الهيئة يكون فيها شك، فالطريقة الأسلم لاختيار الأعضاء تكون بتعدد جهات التعيين أو بالانتخاب أو بالاختيار من قبل ممثلي الشعب.

أما من حيث المدة فنجد أن الأعضاء والرئيس معينون لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة، بحيث تعينهم السلطة التنفيذية والتي تتمثل في قمة هرمها وهي رئيس الجمهورية، الذي يحتكر سلطة التعيين والتجديد وحتى إنهاء المهام، حيث يمكن له أن ينهي مهام الأعضاء بموجب مرسوم حتى لو لم تنته المدة القانونية، وفي ظل غياب أسباب العزل في قانون الوقاية من الفساد ومكافحته يبقى عضو

21- حنفي عبد الله، مرجع سابق، ص 60.

22- زوايمية رشيد، ملاحظات حول المركز القانوني للهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، الملتقى الوطني الأول حول الجرائم المالية، جامعة قالمة يومي 24 و25 أبريل 2007 (غير منشور)، ص 145.

الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته أسيرا لرئيس الجمهورية، وبالتالي تكون الهيئة تابعة لا محالة للسلطة التنفيذية.

بالرغم من النص الصريح على أن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته هي سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري، وبالتالي لا يمكن لأية سلطة التدخل في قراراتها، إلا أنه وباستقراء النصوص القانونية نجد أنه ترد عدة قيود على استقلالية الهيئة وهذا من حيث عدة جوانب. فعلى المستوى المالي تكون هذه الهيئة عرضة للرقابة المالية من قبل مراقب مالي معين من طرف الوزير المكلف بالمالية²³، كذلك يتولى مسك المحاسبة عون محاسب يعينه أو يعتمده الوزير المكلف بالمالية²⁴، ومن هنا تظهر تبعية الهيئة المالية للسلطة التنفيذية.

أما من الناحية الإدارية، فإن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته تنشأ لدى رئيس الجمهورية، وبالإضافة إلى ذلك فإن التنظيم الداخلي لها يحدد بقرار مشترك بين السلطة المكلفة بالوظيفة العمومية والوزير المكلف بالمالية²⁵ وهذا يتنافى مع الاستقلالية لأن الهيئة ستبقى دائما تابعة للسلطة التنفيذية. بالإضافة إلى كل ما ذكر أعلاه، فإن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته تكون ملزمة بتقديم تقرير سنوي عن سير أعمالها إلى رئيس الجمهورية، وهنا يثار التساؤل عن فائدة هذا التقرير السنوي إذا قلنا أن الهيئة هي سلطة إدارية مستقلة لا تخضع لسلطة الوصاية ولا للسلطة السلمية.

أما من الناحية القضائية، فبالرغم من أن الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته هي شخص معنوي مما يعني أنها أهل للنقاضي، إلا أن المشرع قد أورد قيودا على هذا الحق في النقاضي، حيث أنه عندما تتوصل هذه الهيئة إلى وقائع ذات وصف جنائي تحول الملف إلى وزير العدل حافظ الأختام، الذي يخطر النائب المختص لتحريك الدعوى العمومية عند الاقتضاء²⁶.

ومن جهة أخرى يكون المشرع قد أعطى الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته حق الاستعانة بالنيابة العامة لجمع الأدلة والتحري في وقائع ذات وصف جزائي في جرائم الفساد، أي أن المشرع قد أعطها سلطة البحث والتحري والذي هو في الأصل من اختصاص الشرطة القضائية، ثم يأتي ويقدم حقها في النقاضي عند تحريك الدعوى العمومية بتحويل الملف إلى وزير العدل حافظ الأختام، وهذا إن كان يدل

23- المادة 24 مرسوم رئاسي رقم 413-06.

24- المادة 23 مرسوم رئاسي رقم 413-06.

25- المادة 08 مرسوم رئاسي رقم 413-06.

26- المادة 22 قانون رقم 01-06 المعدل والمتمم .

على شيء إنما يدل على سيطرة السلطة التنفيذية على الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته وبالتالي تبعية هذه الهيئة للسلطة التنفيذية.

لذلك فالملاحظة الغالبة أن المشرع ما يمنحه بيد يزرعه بيد أخرى، فمن جهة يستعمل عبارات براءة ككون الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته سلطة إدارية مستقلة وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، لكن بالرجوع إلى باقي النصوص وتحليلها تحليلًا دقيقًا، نجد أن هذه الاستقلالية مجرد استقلالية وهمية، ورغم تصديق الجزائر على كل من اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد واتفاقية الإتحاد الإفريقي لمنع الفساد، ورغم سن نصوص تشريعية لمواجهة ظاهرة الفساد، إلا أن السلطات لم تبين إرادة واضحة في مكافحة هذه الظاهرة الخطيرة، وهو ما يلاحظ من خلال تحليل النصوص القانونية تحليلًا دقيقًا، هذه النصوص التي تحتوي على عدة ثغرات قانونية لا تسمح بمواجهة ظاهرة الفساد عبر أجهزة الدولة، حيث يعتبر البنك العالمي أن ظاهرة الفساد من أخطر الحواجز أمام الاستثمار في الجزائر. 27

فبالرغم من إنشاء مثل هذه الهيئة لضمان الحياد في مواجهة المتعاملين الاقتصاديين، وكذا في معاملة الأعوان العموميين والمنتخبين لما يتعلق الأمر بضمان الشفافية في الشؤون العمومية، إلا أنها لا تتوفر على الشروط التي تضمن هذا الحياد وأهم شرط هو الاستقلالية.

ثانياً: واجب التصريح بالامتلاكات: من بين الالتزامات المفروضة على الموظفين العموميين لضمان الشفافية في الإدارة العامة، يجب أن يكون الموظف العمومي بمنأى عن الشبهات، لذلك ألقى المشرع على عاتق الموظفين العموميين والقائمين بأعباء السلطة العمومية واجب التصريح بالامتلاكات والذي يحرر طبقاً لنموذج محدد.

وإلى جانب ذلك، فإن المشرع قد ألزم الموظف العمومي بأن يخبر السلطة الرئاسية التي يخضع لها بوجوده في حالة التنافي في حالة وقوعه فيها. وهذا بغية ضمان الشفافية المالية في الحياة الإدارية وضمان الحفاظ على الامتلاكات العمومية.

يعتبر التصريح بالامتلاكات نظاماً قانونياً يتضمن التزام الموظف العمومي بتصريح شرفي يشمل كل امتلاكاته، وقد نظم المشرع نظام التصريح بالامتلاكات بموجب الأمر رقم 97-2804 والذي ألغي فيما بعد،

27- زوايمية رشيد، مرجع سابق، ص 148.

28- أمر رقم 97-04 مؤرخ في 11 جانفي 1997، يتعلق بالتصريح بالامتلاكات، جريدة رسمية عدد 03، مؤرخ في 12 جانفي 1997، (ملغى).

وعوضه المشرع الجزائري بالقانون رقم 06-01 المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته وحدد نموذجه بموجب المرسوم الرئاسي رقم 06-414،29 والذي تولى تحديد محتوى التصريح وكذا كفياته.

يقوم الموظف العمومي باكتتاب تصريح بالتملكات خلال الشهر الذي يعقب تاريخ تنصيبه في وظيفته أو عهده الانتخابية،30 ويجدد هذا التصريح فور كل زيادة معتبرة في الذمة المالية وهذا وفقا لنموذج التصريح بالتملكات ويشمل التصريح بالتملكات جردا لجميع الأملاك العقارية والمنقولة التي يملكها الموظف العمومية وأولاده القصر في الجزائر في الخارج.

حيث يحتوي التصريح بالتملكات على بيانات خاصة بهوية الموظف العمومي كاسمه واسم أبيه وعنوانه إلى جانب ذكر تاريخ تعيينه أو تولي وظيفته وهذا عند بداية العهدة، ويجدد التصريح في حالة الزيادة في الذمة المالية للموظف العمومي مع ذكر تاريخ التجديد، ويمكن أن يكون التصريح عند نهاية المهام أو العهدة، مع ذكر تاريخ إنهاء المهام.

فبالنسبة لملكاته، فإن التصريح بالتملكات يقسم الأملاك إلى أملاك عقارية مبنية وغير مبنية وأملاك منقولة، وإلى السيولة النقدية والاستثمارات بالإضافة على أملاك أخرى.

فأما عن الأملاك العقارية، فإن التصريح بها يشتمل على تحديد موقع الشقق والعقارات والمنازل الفردية أو أية أرض سواء أكانت زراعية أو معدة للبناء أو محلات تجارية يملكها المكتب و/أو أولاده القصر في الجزائر، وقد حدد التنظيم وصف الأملاك (موقع العقار وطبيعته ومساحته وأصل الملكية وتاريخ اقتناء الممتلكات، بالإضافة إلى ذكر النظام القانوني لهذه الأملاك، هل هي أملاك خاصة أو مملوكة على الشيوخ.

أما بالنسبة للأملاك المنقولة، فإن التصريح بها يشتمل على تحديد الأثاث ذي القيمة المالية المعتبرة أو كل تحفة أو أشياء ثمينة أو سيارات أو سفن أو طائرات أو أية ملكية فنية أو أدبية أو صناعية، أو كل قيم منقولة مسعرة أو غير مسعرة في البورصة يملكها المكتب و/أو أولاده القصر في الجزائر أو في الخارج.

29- مرسوم رئاسي رقم 06-414 مؤرخ في 22 نوفمبر 2006، يحدد نموذج التصريح بالتملكات، جريدة رسمية عدد 74، مؤرخ في 23 نوفمبر 2006.

30- المادة 02/04 قانون رقم 06-01 المعدل والمتمم.

أما بالنسبة للسيولة النقدية، فإن التصريح بالتملكات يشتمل على تحديد وضعية الذمة المالية من حيث أصولها وخصومها، وكذا تحديد طبيعة الاستثمار وقيمة الأموال المخصصة له التي يملكها المكتتب وأولاده القصر في الجزائر أو في الخارج.

كما يشتمل التصريح بالتملكات على تحديد أية أملاك أخرى غير الأموال المذكورة أعلاه والتي يملكها المكتتب وأولاده القصر في الجزائر أو في الخارج.

يقوم الموظف العمومي باكتتاب التصريح بتملكاته خلال الشهر الذي يعقب تاريخ تنصيبه أو تاريخ عهده الانتخابية كما سبقت الإشارة، وقد عرف قانون الوقاية من الفساد ومكافحته الموظف

العمومي الخاضع للتصريح بالتملكات، كما قام بتحديد كفاءات التصريح بالتملكات بالنسبة للموظفين أصحاب المناصب العليا وغيرهم من الموظفين.

فالموظف العمومي الخاضع للتصريح بالتملكات هو:

" كل شخص يشغل منصبا تشريعيًا أو تنفيذيًا أو إداريًا أو قضائيًا أو في أحد المجالس الشعبية المنتخبة، سواء أكان معينًا أو منتخبًا، دائمًا أو مؤقتًا، مدفوع الأجر أو غير مدفوع الأجر، بصرف النظر عن رتبته أو أقدميته.

كل شخص آخر يتولى ولو مؤقتًا وظيفة أو وكالة بأجر أو بدون أجر، ويساهم بهذه الصفة في خدمة هيئة عمومية أو مؤسسة عمومية أو أية مؤسسة أخرى تملك الدولة كل أو بعض رأسمالها أو أية مؤسسة أخرى تقدم خدمة عمومية.

كل شخص آخر معرف بأنه موظف عمومي أو من في حكمه طبقًا للتشريع والتنظيم المعمول بهما. 31
ومن هنا يظهر أن المشرع قد توسع في مفهوم الموظف العمومي في القانون رقم 01/06 باعتباره قانونًا عقابيًا مستقلًا عن قانون العقوبات /ويتوسع القانون الجنائي في مفهوم الموظف العمومي، يكون قد سد الثغرات القانونية التي تؤدي إلى الحيلولة دون تطبيق قانون العقوبات على من ارتكب فعلاً يحظره، بسبب انتفاء صفة الجاني، حيث أن الكثير من الجرائم الوظيفية ترتكب من قبل عمال مؤقتين أو متعاقدين وحتى من طرف أعضاء الحكومة وأعضاء البرلمان، فلو أخذنا بمفهوم القانون الإداري للموظف العمومي، لأفلت الكثير من المفسدين والمتاجرين بالوظيفة العمومية من العقاب لسبب قانوني وهو انتفاء عنصر من عناصر الجريمة وهي صفة الجاني، والتي تكون في هذه الحالة من أسباب تشديد العقاب.

في حين أن القانون الجنائي وبهذا التوسع في مفهوم الموظف العمومي، يطال ما لا يطاله القانون الإداري، والمشرع لا يهدف من خلال هذا التوسع إلى زجر وردع المكلفين بالإدارة العامة فقط، وإنما كذلك لحماية هؤلاء أثناء ممارستهم لوظائفهم من أية ممارسة منافية للقانون أو ضغط وكذا تشجيعهم على أداء وظائفهم.³²

أما بخصوص كفاءات التصريح بالامتلاكات، فإن فقد حدد المشرع كفاءات التصريح بالنسبة لأصحاب المناصب العليا وغيرهم من الموظفين، حيث يكون التصريح الخاص برئيس الجمهورية وأعضاء البرلمان ورئيس المجلس الدستوري وأعضائه، ورئيس الحكومة وأعضائها ورئيس مجلس المحاسبة ومحافظ بنك الجزائر، والسفراء والقناصل والولاة، أمام الرئيس الأول للمحكمة العليا، وينشر محتواه في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية خلال الشهرين المواليين لتاريخ انتخاب المعينين أو تسلمهم لمهامهم.³³

أما التصريح بالامتلاكات الخاص برؤساء وأعضاء المجالس الشعبية المحلية المنتخبة أمام الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، ويكون محل نشر عن طريق التعليق في لوحة الإعلانات بمقر البلدية أو الولاية حسب الحالة خلال شهر.

أما القضاة فيصرحون بامتلاكاتهم أمام الرئيس الأول للمحكمة العليا، ويتم تحديد كفاءات التصريح بالامتلاكات بالنسبة لباقي الموظفين العموميين عن طريق التنظيم.

وقد حددت كفاءات التصريح بالامتلاكات بالنسبة لباقي الموظفين العموميين غير المنصوص عليهم أعلاه عن طريق مرسوم رئاسي،³⁴ حيث يجب على الموظفين العموميين غير المنصوص عليهم أعلاه، أن يكتتبوا التصريح بالامتلاكات خلال الشهر الذي يعقب تاريخ تنصيبهم أو عهدتهم الانتخابية.

ويجدد هذا التصريح فور كل زيادة معتبر في الذمة المالية للموظف العمومي بنفس الكيفية التي تم بها التصريح الأول، كما يجب التصريح بالامتلاكات عند نهاية العهدة الانتخابية أو عند انتهاء الخدمة.³⁵ ويكون هذا التصريح:

³² بوزيرة سهيلة ، مواجهة الصفقات المشبوهة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص قانون السوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة جيجل ، 2008 ، ص 25.

33- المادة 06 قانون رقم 06-01 المعدل والمتمم.

34- مرسوم رئاسي رقم 06-415 مؤرخ في 22 نوفمبر 2006، يحدد كفاءات التصريح بالامتلاكات بالنسبة للموظفين العموميين غير المنصوص عليهم في المادة 06 من القانون المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، جريدة رسمية عدد 74، مؤرخ في 22 نوفمبر 2006.

35- المادة 04 قانون رقم 01-06.

- أمام السلطة الوصية بالنسبة للموظفين العموميين الذين يشغلون وظائف عليا في الدولة.
- أمام السلطة السلمية بالنسبة للموظفين العموميين الذين تحدد قائمتهم بقرار من السلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

ويودع التصريح مقابل وصل، لدى الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته من قبل السلطة السلمية في آجال محدودة³⁶، والجدير بالذكر أن قانون التصريح بالامتلاكات الملغى³⁷، كان يضع على عاتق الأشخاص الذين يمارسون مهمة انتخابية وطنية أو محلية، وكذا رئيس الجمهورية وأعضاء الحكومة ورئيس المجلس الدستوري والأمين العام للحكومة، والرئيس الأول للمحكمة العليا والنائب العام لدى المحكمة العليا ورئيس مجلس الدولة ورئيس مجلس المحاسبة ومحافظ بنك الجزائر والسفراء والولاة، التصريح بامتلاكاتهم أمام لجنة التصريح بالامتلاكات والذي يكون محل نشر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية خلال الشهرين الذين يعقبان انتخابهم أو تسلمهم لمهامهم³⁸.

غير أن قانون الوقاية من الفساد ومكافحته قد أقصى الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته من تلقي التصريحات الخاصة بالأشخاص المذكورين أعلاه، وهذا يعني أنه بعد إلغاء الأمر رقم 97-04 فإن الأشخاص المذكورين أعلاه لا سيما أعضاء الحكومة وأعضاء البرلمان والولاة، يتمتعون بنوع من الحصانة نظرا لعدم اختصاص الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته بتلقي تصريحاتهم بالامتلاكات³⁹.

حيث أعطى هذا الاختصاص لرئيس المحكمة العليا والذي يقتصر دوره على تلقي التصريحات دون أن يتعدى إلى استغلال المعلومات التي يحتويها، والذي في الحقيقة هو اختصاص أصيل للهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته التي تتولى دراسة التصريحات واستغلال المعلومات الواردة فيها⁴⁰.

36- المادة 02 مرسوم رئاسي رقم 06-415.
37- أمر رقم 04-97 (الملغى).
38- المادة 12 أمر رقم 04-97 (الملغى).
39- زوايمية رشيد، مرجع سابق، ص 147.
40- المادة 20 قانون رقم 06-01، حيث أنه من مهام الهيئة تلقي التصريحات بالامتلاكات الخاصة بالموظفين العموميين بصفة دورية، أو دراسة واستغلال المعلومات الواردة فيها والسهر على حفظها.

تحقيق مآرب ذاتية ، الأمر الذي يتعارض مع مبادئ الوظيفة العامة فغالبا ما يتحول هؤلاء عن المصلحة العامة التي أوكلهم القانون تحقيقها ليصبح شغلهم الشاغل البحث عن طرق وأساليب تمكنهم من زيادة حجم أموالهم و ثروتهم على حساب الاهتمام ببرامج التنمية .

وعلى العموم، يعتبر نظام التصريح بالممتلكات آلية قانونية لمواجهة جرائم الفساد التي يرتكبها الموظفون العموميون، حيث يكون في جميع مراحل الوظيفة ابتداء من الشهر الذي يعقب تاريخ التنصيب في الوظيفة أو بداية العهدة الانتخابية، كما يكون فور كل زيادة معتبرة في الذمة المالية للموظف العمومي بنفس الكيفية التي تم بها التصريح الأول، وبالإضافة إلى هذا كله فإنه يكون عند نهاية الخدمة أو العهدة الانتخابية، لذلك فهو يعتبر أداة مراقبة لحركة الأموال التي يحوزها الموظف العمومي⁴¹.

وحتى يؤدي التصريح بالممتلكات الهدف الذي أنشأ من أجله، يجب أن يكون صحيحا ومستوفيا للشروط القانونية تحت طائلة الجزاء الجنائي، حيث يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة مالية من خمسين ألف دينار جزائري (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار جزائري (500.000 دج)، كل موظف عمومي خاضع قانونا لواجب التصريح بالممتلكات ولم يقم بذلك عمدا بعد مضي شهرين من تذكيره بالطرق القانونية، أو قام بتصريح غير كامل أو غير صحيح أو أدلى عمدا بملاحظات خاطئة أو خرق عمدا الالتزامات التي يفرضها عليه القانون⁴².

بمعنى أن التصريح بالممتلكات أو التصريح الكاذب، والذي قد يكون غير كامل أو غير صحيح أو خاطئ، أو إذا أدلى الموظف العمومي بملاحظات خاطئة (كاذبة) أو مزورة أو خرق الالتزامات التي يفرضها عليه القانون، فهذا الفعل في نظر القانون يشكل جريمة أطلق عليها قانون الوقاية من الفساد ومكافحته تسمية "جريمة عدم التصريح بالممتلكات أو التصريح الكاذب بالممتلكات"، بحيث تقوم هذه الجريمة بالتعمد، فلا تقوم إلا إذا تعمد الموظف العمومي عدم التصريح أو التصريح الكاذب بممتلكاته، أي أنها لا تقوم نتيجة الإهمال⁴³.

⁴¹ - بوزيرة سهيلة ، المرجع السابق ، ص106 وما بعدها.

⁴² - المادة 36 قانون رقم 06-01 المعدل والمتمم.

⁴³ - بوزيرة سهيلة ، المرجع السابق ، ص107.

ويرى الفقه 44 أنه من الصعب الفصل بين التعمد والإهمال لا سيما عندما يتعلق الأمر بصور عدم التصريح والتصريح غير الكامل والتصريح الخاطيء، ومع ذلك يتعين على القضاة في كل الأحوال الإثبات أن الإخلال بواجب التصريح كان متعمداً.

غير أنه بالرغم مما جاء في قانون الوقاية من الفساد ومكافحته من ضمانات لأجل إنجاح نظام التصريح بالتملكات، إلا أن هذا يبقى غير كاف أمام تقييد القانون لسلطة الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته في تحريكها للدعوى العمومية، حيث أنه عندما تتوصل الهيئة إلى وقائع ذات وصف جزائي، تقوم بتحويل الملف إلى وزير العدل حافظ الأختام الذي يخطر النائب المختص لتحريك الدعوى العمومية عند الاقتضاء⁴⁵، وهذا عكس ما كان عليه سابقاً الأمر 04-97 الملغى، بشأن لجنة التصريح بالتملكات حيث كان لها الحق في تحريك

الدعوى العمومية دون وساطة⁴⁶، و إذا ما رجعنا إلى القانون الفرنسي نلاحظ أن اللجنة المكلفة بضمان الشفافية المالية للحياة السياسية وهي ما يقابل الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته في ظل قانون رقم 01-06 ولجنة التصريحات في ظل الأمر رقم 04-97 الملغى، كانت أكثر استقلالية من مثيلاتها في الجزائر، حيث كلفت بتلقي التصريحات سواء تعلق الأمر بأعضاء البرلمان أو الحكومة أو المنتخبين المحليين أو مسيري المؤسسات الإدارية والاقتصادية، بالإضافة إلى نشر تقاريرها في الجريدة الرسمية إلى جانب حرية تقاضيتها أمام السلطة القضائية.

ثالثاً : تكريس شفافية الإجراءات في الإدارة العامة.

ظهر مصطلح الشفافية لأول مرة في الثمانينات، في العلوم الإدارية، ثم تبنته مختلف القوانين من أجل تقريب الإدارة من المواطن، لكن هذا المصطلح لم يبق لصيقاً بالإدارة فقط وإنما انتقل إلى المجال السياسي وهذا في آخر الثمانينات، ليلحق بعد ذلك بالمجال الاقتصادي في بداية التسعينات⁴⁷، ولقد اتسع مفهوم مصطلح الشفافية في العقود العامة وخصوصاً في عقود الصفقات العمومية. ومخالفة شفافية إجراءات إبرام العقود الإدارية يخلق جنحة المحاباة التي امتدت إلى عقود القانون العام، ونظراً لما تتطوي عليه هذه

44- بوسقيعة أحسن، مرجع سابق، ص 142.

45- المادة 22 قانون رقم 06-01 المعدل والمتمم.

46- المادة 02/16 أمر رقم 04-97 الملغى، حيث تنص على أنه تحمل اللجنة كامل الملف إلى الجهة المختصة التي يتعين عليها تحريك الدعوى العمومية.

47 - MAUGUE Christine, La portée de l'obligation de transparence dans les contrats publics, Dalloz, Paris, France, ..2004, p609

الجريمة من إهدار للمال العام وإفشاء المفسدة في الإدارة. لعمومية، ومن هذه القوانين، القانون الفرنسي الذي نص عليها أول مرة في قانون رقم 91-03 المؤرخ في 03 جانفي 1991 المتعلق بشفافية وضبط إجراءات الصفقات العمومية، وكذا القانون رقم 93-122 المؤرخ في 29 جانفي 1993 المتعلق بالرشوة والشفافية في الحياة الاقتصادية، بالإضافة إلى القانون رقم 95-127 المتعلق بالصفقات العمومية المعدل والمتمم 48 .

وعلى غرار المشرع الفرنسي فقد نص المشرع الجزائري على الشفافية في قانون الوقاية من الفساد ومكافحته، حيث أقر بوجوب اتخاذ التدابير اللازمة لتعزيز الشفافية والمسؤولية والعقلانية في تسيير الأموال العمومية طبقا للقانون 49 وقد حدد كيفية إضفاء الشفافية في تسيير الشؤون العمومية، وذلك باعتماد إجراءات وقواعد تمكن من الحصول على معلومات تتعلق ب:

تنظيمها وسيرها وكيفية اتخاذ القرارات فيها.

- تبسيط الإجراءات الإدارية.

- نشر معلومات تحسيسية عن مخاطر الفساد في الإدارة العمومية.

- الرد على عرائض وشكاوي المواطنين.

- تسبب قراراتها عندما تصدر في غير صالح المواطن وتبیین طرق الطعن المعمول بها. 50.

وقد خص قانون الوقاية من الفساد ومكافحته إبرام الصفقات العمومية، حيث نص على أن تؤسس الإجراءات المعمول بها في مجال الصفقات العمومية على قواعد الشفافية والمنافسة الشريفة وعلى معايير موضوعية،⁵¹ إلى جانب ذلك فقد أكد على ضرورة تكريس القواعد التالية على وجه الخصوص:

- علانية المعلومات المتعلقة بإجراءات إبرام العقود الإدارية.

- الإعداد المسبق لشروط المشاركة والانتقاء.

- معايير موضوعية ودقيقة لاتخاذ القرارات المتعلقة بإبرام العقود الإدارية.

- ممارسة كل طرق الطعن في حالة عدم احترام قواعد إبرام العقود الإدارية.

من خلال هذه القواعد المذكورة نجد أن مبدأ الشفافية في إبرام العقود الإدارية يقوم على عدة مبادئ وأهم مبدأ هو مبدأ العلانية، حيث يعتبر هذا الأخير وسيلة لضمان الشفافية مما يؤدي إلى احترام القانون.

48 -Ibid.,609 et suit

49- المادة 10 قانون رقم 06- 01 المعدل والمتمم.

50- المادة 11 قانون رقم 06- 01 المعدل والمتمم.

⁵¹- بوزيرة سهيلة، المرجع السابق، ص 113 و114.

ويقصد بمبدأ العلانية أن تقوم جهة الإدارة الراغبة في التعاقد، بالإعلان عن موضوع هذا التعاقد بأسلوب يمكن كل من تنطبق عليه الشروط من التقدم بالعطاءات⁵².

وتحقق العلنية عدة فوائد نذكرها كالتالي:

- تجنب الإدارة أجواء الشك والريبة في التعامل وتحقيق النزاهة في عملية إبرام العقود الإدارية.
- تحقيق منفعة مادية تتمثل في خلق أجواء المنافسة المشروعة بين عدد غير محدود من الراغبين في التعاقد، مما يؤدي إلى الحصول على انسب العروض من حيث الثمن وأفضلها من الناحية الفنية.
- تعزيز العلنية في التعاقد مبدأ حرية التجارة والعمل ومساواة الأفراد في ذلك⁵³ وحتى يتحقق الهدف من الإعلان عن أي الصفقة، يجب أن يكون منطوقاً على بيانات معينة، فشموله على تلك البيانات أمر هام حتى يتسنى للكافة العلم التام بموضوع أي الصفقة أو عقد إداري⁵⁴.

فما يلاحظ أن المشرع قد حرص على تحديد البيانات الضرورية والمتطلبية في الإعلان، فإذا تم على النحو الذي فرضه القانون كان من شأنه أن يحقق الشفافية في تعاملات الإدارة ويزكي حرية المنافسة بين أكبر عدد ممكن من المهتمين بالنشاط موضوع الصفقة، بحيث لا يكون التعاقد حكراً على شخص أو أشخاص محددين بذواتهم، بحيث إذا تم احتكار التعاقد من طرف أشخاص محددين بذواتهم، فإن من شأن هذا الأمر أن يلحق بالخرينة العامة أبلغ الضرر حيث يحجب عن التعاقد من هو أحسن عرضاً، كما يضر بالمصلحة العامة حيث قد يؤدي ذلك إلى حرمان الإدارة من التعاقد مع من هو أفضل عرضاً من حيث الشروط والأداء⁵⁵.

الخاتمة :

ولتفادي هذه المشاكل يمكن أن نقترح في مجال مواجهة الفساد ما يلي:

أما فيما يخص الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، فيجب أن يمنحها المشرع الضمانات القانونية الفعلية من أجل تأدية مهامها بشفافية وفعالية وأهم ضمانات هي الاستقلالية عن السلطة التنفيذية، فكلما كانت الهيئة مستقلة وظيفياً وعضوياً، كلما كانت فعاليتها أكثر بالإضافة إلى منحها الحق في التقاضي دون

52- عبد العزيز عبد المنعم خليفة، الأسس العامة للعقود الإدارية، الإبرام، التنفيذ، في ضوء أحكام مجلس الدولة وفقاً لأحكام قانون المناقصات والمزايدات، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 152.

53- الجبوري محمد خلف، النظام القانوني للمناقصات العامة، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص 72.

54- عبد العزيز عبد المنعم خليفة، المرجع السابق، ص 154.

55- بوزيرة سهيلة، المرجع السابق، ص 115.

وساطة مثلما كان معمولاً به في ظل الأمر رقم 97-04 الملغى، وكذلك على غرار ما جاء به المشرع الفرنسي.

أما عن نظام التصريح بالممتلكات، فيفترض من المشرع ألا يقصي الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته من تلقي تصريحات رئيس الجمهورية والوزراء والولاة بممتلكاتهم، لأن هذا يعتبر إقراراً من المشرع بمنح هؤلاء الحصانة.

إن تعقد ظاهرة الفساد، يقتضي تبني إستراتيجية تقوم على الشمولية والتكامل لمكافحة هذه الظاهرة، ويمكننا توضيح بعض الآليات منها:

- المحاسبة: بمعنى خضوع الأشخاص الذين يتولون المناصب العامة والإشراف على الإدارة العمومية للمساءلة القانونية والإدارية، سواء أكانوا معينين أو منتخبين، وهذا من قبل مسؤوليهم المباشرين.
- المساءلة: وهو واجب على المسؤولين على الوظائف العامة سواء أكانوا معينين أو منتخبين وذلك بتقديم تقارير عن الصفقات التي أبرموها وتبيان الأهمية التي تحوزها والنفع الذي يعود من خلال إبرامها.
- الشفافية: أي تبني سياسة الوضوح داخل المؤسسة في علاقتها مع المواطن، وعلنية الإجراءات والأهداف والغايات.

قائمة المراجع المعتمدة

أولاً : المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

- حنفي عبد الله، السلطات الإدارية المستقلة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000.
- عبد العزيز عبد المنعم خليفة، الأسس العامة للعقود الإدارية، الإبرام، التنفيذ، في ضوء أحكام مجلس الدولة وفقاً لأحكام قانون المناقصات والمزايدات، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004.
- الجبوري محمد خلف، النظام القانوني للمناقصات العامة، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 1999.

ب الرسائل الجامعية

- بوزيرة سهيلة ، مواجهة الصفقات المشبوهة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص قانون السوق ، كلية الحقوق والعلوم الساسية ، جامعة جيجل ، 2008 .

ج المقالات العلمية

- زوايمية رشيد، ملاحظات حول المركز القانوني للهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته، الملتقى الوطني الأول حول الجرائم المالية، جامعة قلمة يومي 24 و 25 أبريل 2007 (غير منشور).

د- النصوص القانونية

01 النصوص التشريعية

- قانون رقم 01/06 مؤرخ في 20 فبراير 2006 يتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته ، جريدة رسمية عدد 14 ، الصادر في 08 مارس 2006 ، معدل ومتمم بالأمر 05/10 مؤرخ في 26 أوت 2010 ، جريدة رسمية عدد 44 ، الصادر 10 أوت 2011.
- أمر رقم 97-04 مؤرخ في 11 جانفي 1997، يتعلق بالتصريح بالممتلكات، جريدة رسمية عدد 03، مؤرخ في 12 جانفي 1997، (ملغى).

02 المراسيم الرئاسية

- مرسوم رئاسي رقم 128/04 المؤرخ في 19 أبريل 2004 . يتضمن التصديق بتحفظ على اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد. المعتمدة من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة المنعقدة بنيويورك في 31 أكتوبر 2003 ، جريدة رسمية عدد 26 ، الصادر في 65 أبريل 2004.

- مرسوم رئاسي رقم 137/06 الذي يتضمن التصديق بتحفظ ، على اتفاقية الإتحاد الإفريقي لمنع الفساد --المعتمدة بمابوتو ، في 11 يوليو 2003 ، جريدة رسمية عدد 24 الصادر في 16 أبريل 2006.
- مرسوم رئاسي رقم 06-413. المؤرخ في 22 نوفمبر 2006 ، المحدد لتشكيلة الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد ومكافحته ، المعدل والمتمم بالمرسوم الرئاسي 64/12 ، المؤرخ في 7 فبراير 2012 ، الذي جاء تطبيقا لنص المادة 18 من القانون 01/06 المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته .
- مرسوم رئاسي رقم 06-414 مؤرخ في 22 نوفمبر 2006، يحدد نموذج التصريح بالممتلكات، جريدة رسمية عدد 74، مؤرخ في 23 نوفمبر 2006.
- مرسوم رئاسي رقم 06-415 مؤرخ في 22 نوفمبر 2006، يحدد كفاءات التصريح بالممتلكات بالنسبة للموظفين العموميين غير المنصوص عليهم في المادة 06 من القانون المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، جريدة رسمية عدد 74، مؤرخ في 22 نوفمبر 2006.

ثانيا المراجع باللغة الأجنبية

01- les livres

- MAUGUE Christine, La portée de l'obligation de transparence dans les contrats publics, Dalloz, Paris, France, 2004.
- ZOUAIMIA Rachid, Les autorités administratives indépendantes et la régulation économique en Algérie, édition distribution HOUMA, Alger, 2005.

02 – article

- KHELOUFI Rachid, Les institutions de régulation, Revue Algérienne de sciences juridiques, économiques et politiques, volume 41, n=° 02, Alger, 2003

محور آراء و افكار في الدراسات الاعلامية

أثر التربية الإعلامية على المجتمعات

The Impact Of Media Education On Societies

د. شيماء الهواري: دكتورة في القانون العام السياسات العمومية ومتخصصة في الاعلام السياسي-
المملكة المغربية

ملخص:

من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، فهناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري. ويختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها وطرق استخدامها والظروف الاجتماعية والثقافية للمجتمع.

synopsis

It is an established fact that the media affects individuals and societies. There is a causal relationship between exposure to the media and human behavior. The influence of the media varies according to its functions, methods of use, and the social and cultural conditions of society.

التربية الإعلامية: مفهومها وتعريفها

لقد ظلت المدرسة المصدر الأول للمعرفة حتى بدايات القرن العشرين، إلى أن برز الإعلام وأصبح منافسا لها وللاسرة، فهو يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه وتربية الصغار وتوجيه الكبار.

مفهوم التربية الإعلامية

ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم في أواخر الستينات حيث؛ ركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام "كوسيلة تعليمية". وبحلول سبعينات القرن الماضي بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام، وأنها مشروع دفاع هدفه حماية الأطفال والشباب من المخاطر

التي استحدثتها وسائل الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها.

في السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث؛ لم يعد مشروع دفاع بل مشروع تمكين، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة.

تعريف التربية الإعلامية

للتربية الإعلامية تعريفات متعددة ذات مضمون متشابه ورؤية واحدة، أكثرها دقة ما ورد عن توصيات مؤتمر فيينا عام 1999 الذي عقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم اليونسكو، جاء فيه «التربية الإعلامية: تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة والصوت والصور الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات. كما تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للفهم مع الآخرين».

منظمة اليونسكو والتربية الإعلامية

تعد منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم اليونسكو الداعم الأكبر عالمياً للتربية الإعلامية، فتقارير مؤتمرات المنظمة تولي أهمية كبرى للتربية الإعلامية حيث؛ تؤكد على أنه «يجب أن نعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة»، وهي بذلك تشير إلى أن الإعلام يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات في مختلف الجوانب اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.

ومن خلال أنشطة اليونسكو المتعددة في هذا المجال فإنها تعتبر التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل بلد من بلدان العالم، وتوصي بضرورة إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج التربوية الوطنية، وضمن أنظمة التعليم غير الرسمية والتعلم مدى الحياة.

مصادر قوة وسائل الإعلام

تتميز وسائل الإعلام في عصرنا بقدرة عالية على التأثير القوي والفعال وذلك لأسباب:

- أ. التنوع: حيث توجد جميع الوسائل المقروءة، والمسموعة، والمرئية؛
- ب. الجاذبية: حيث يتم توظيف جميع الجوانب الجمالية والنفسية في جذب الانتباه والتأثير والإقناع؛
- ت. التفاعلية: حيث يمكن للمتلقي التفاعل مع كثير من تلك الوسائل؛

ث. الوفرة: تعمل كثير من وسائل الإعلام على مدار الساعة، ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت؛

ج. الخصوصية: حيث يمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة، وفق ما يريد؛

ح. عدم الالتزام: حيث توجد وسائل إعلام كثيرة غير مسؤولة، لا تلتزم باي قيم، ولا تقيم وزنا لأي

معايير أخلاقية أو ثقافية أو اجتماعية؛

خ. الاختراق: حيث لم تترك هذه الوسائل الإعلامية مجالاً لم تدخل فيه، فجميع المجالات لا استثناء

قيمة واجتماعية وسياسية واقتصادية صارت ميداناً لهذه الوسائل الإعلامية.

هذه الأسباب وغيرها جعلت أثر الإعلام على المستوى العالمي يفوق أثر المدرسة والأسرة وجميع مؤسسات

المجتمع الأخرى⁵⁶.

التربية الاعلامية الدينية: القنوات الشيعية الدينية نموذجا

تتميز الفضائيات العربية بالتنوع في محتوياتها، فنجد القنوات السياسية والاجتماعية والأسرية والدينية...

فيما يخص هذا الصنف الأخير يعرف من التنوع والتعدد الشكل الكثير، فنجد قنوات إنشادية وقنوات الفتاوى

وقنوات القرآن الكريم. في السابق كان من المعروف أن القنوات الفضائية العربية بتنوعها هي ذات توجه

سني، لكن في السنوات الأخيرة عرف الفضاء الإعلامي العربي غزواً إعلامياً للقنوات المذهبية الشيعية

الناطقة باللغة العربية فنجد منها قنوات المسلسلات والأخبار والفتاوى... فعند القيام ببحث دقيق نجد أننا

أمام تبشير شيعي منهج.

وخطر القنوات الشيعية لا يقف عند حدودها العقدية لكنها تمتد لتلامس الأوضاع السياسية للدول السنية

وقادتها، مما يشكل خطورة مباشرة على الأمن القومي واستقرار البلاد. ومن ثم فإن استمرارها في التحريض

بحرية وتمكن وصولها لكل بيت في المنطقة العربية السنية قد يصنع رأياً عاماً مشكلاً وفق الرؤية الإيرانية،

وقابل للتحرك وإحداث القلاقل داخل المجتمع السني في لحظة ما. ومن أجل استمالة الجمهور السني تعمد

القنوات الشيعية التبشيرية إستراتيجية استدرج المشاهد لها. من بين أهم هذه الأساليب نجد:

- عرض الحكايات التي تتعلق بقصة مقتل الحسين رضي الله عنه، وانتهاء بالأدعية والأغاني

والأناشيد التي تعرض لثقافة وتوجه الإعلام الشيعي.

- البث الحي والمسجل للاحتفالات والممارسات الشيعية الجماهيرية.

⁵⁶ فهد عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد أثناء النشر طبعة 2010/ 1431، ص 19 إلى 22 و ص 40.

- التوظيف الفني والدرامي من قبل الفضائيات الشيعية لكافة الأحداث والمناسبات والرؤى الشيعية، إضافة إلى أن الدراما والسينما الشيعية ليست دينية بحتة، بل هي إجتماعية وتاريخية حتى ولو لم يكن عنوان العمل عقائديا.

إن هذه القنوات رغم توجهها الواضح الديني التبشيري إلا أنها بين الفينة والأخرى تقوم بتقديم خطابات إعلامية تدعم بها سياسات إيران وحلفاءها فنجد:

- تلعب الفضائيات الشيعية أدوارا كبيرة في دعم قوائم التحالفات الشيعية في الانتخابات البرلمانية بالدول العربية التي بها أقليات شيعية.

- تحاول الفضائيات الشيعية أن تظهر للمشاهد السني أن إيران هي التي تلعب دورا قياديا في المنطقة، وأنها هي المهيمنة على السياسة، وأنها تعكس الوجه والمستقبل المشرق للمنطقة. كما تقوم بالتعظيم على معاناة أهل السنة في إيران.

- تقديم جرعة من البرامج الممجدة للثورة الخمينية والممهدة لما أسموه بالدولة الإسلامية العالمية، والتي سيقمها المهدي المنتظر. ومع ضعف الوعي لدى البعض قد ينبهر ويحدث لديه إلتباس عقدي. فضلا عن التهيئة النفسية لطموحات المشروع الإيراني "الاستعماري"⁵⁷.

الخاتمة

قد يظن البعض أن الإعلام لا يتمتع بقدرة تعليمية أو تربوية فهو مجرد أداة ترفيه وإخبار، لكن هذه الأداة تحتوي رسائل تعليمية وتنقيفية مهمة و خطيرة تؤثر في النشء و تقوم في صقل مهاراته و توجيه أفكاره وحتى برمجتها وفق الرسالة التي تعمد القناة على نشرها سواء رسالة دينية أو فكرية أو...، فالإعلام التربوي أضحى مؤسسة تؤثر بشكل قوي في تكوين الفرد والمجتمع لذلك وجب على الأسر أخذ الاحتياطات من الفقرات التي تقد في القنوات سواء الخاصة بالأطفال أو الراشد فقد تحتوي بعض القنوات رسائل مبطنة قد تسيء إلى تربية الطفل وحتى الراشد .

⁵⁷ الهيثم زغان: المد الشيعي في مصر: آليات التغلغل و طرئق المدافعة، دار الكتب المصرية، الطبعة الأولى، 2013، ص: 60.

لائحة المراجع

_ الهيثم زعفان: المد الشيوعي في مصر: آليات التغلغل وطرق المدافعة، دار الكتب المصرية، الطبعة الأولى، 2013

_ فهد عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟ ، الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد أثناء النشر طبعة 2010 / 1431

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي

opinion article entitled: Using artificial intelligence techniques in the field of media work

أ.م.د. إيمان محمد أحمد حسن- أستاذة الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية - جامعة المنيا-مصر

ملخص:

تلعب التكنولوجيا الحديثة دوراً هاماً لاكتشاف الطرق والوسائل التي تساعدنا في معالجة المشكلات المرتبطة بالمعوقات التي تقابلنا كما حدث لوسائل الإعلام وقت أزمة جائحة كورونا حيث تلقت وسائل الإعلام صفة كبيرة في الفترة الأخيرة بسبب الأزمة المرضية التي يشهدها العالم حالياً، فلم يكن أمام الإعلام فرصة للخروج من هذا المأزق إلا عن طريق اعتناق مفاهيم حديثة وعصرية يمكنه من خلالها أن يواكب عمله في ظل الأزمة بسهولة ويسر، ومن أبرز هذه التقنيات التي اعتمد عليها الإعلام هي تقنيات الذكاء الاصطناعي.

كما تعبر هذه التقنيات عن الآلات والروبوتات التي بمقدورها أن تتعلم وتتطور بشكل مشابه لطريقة تطور العقل البشري في عمليات المعالجة، فالذكاء الاصطناعي يشير إلى قدرة الآلات علي التعلم من خلال التجارب التي تقوم بها، فضلاً عن إمكانية قيام الآلات بمحاكاة العقل البشري الطبيعي، وذلك من خلال التطور والتقدم في تنفيذ المهام المتشابهة لأكثر من مرة، فالذكاء الاصطناعي هو الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام والتي يمكنها تحسن استناداً إلى المعلومات والبيانات التي تجمعها، لذلك سنتحدث في مقالتنا عن: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: تقنيات الذكاء الاصطناعي، العمل الإعلامي.

Abstract:

Modern technology plays an important role in discovering ways and means that help us address the problems associated with the obstacles we encounter, as happened to the media at the time of the Corona pandemic crisis. The impasse is only by embracing modern and modern concepts through which he can easily keep pace with his work in light of the crisis, and among the most prominent of these techniques that the media has relied on are artificial intelligence techniques. These technologies also express machines and robots that are able to learn and develop similar to the way the human brain develops in processing operations. Development and progress in carrying out similar tasks more than once. Artificial intelligence is systems or devices that simulate human intelligence to perform tasks and that can improve based on the information and data you collect, so we will talk about our article about: Employing artificial intelligence techniques in the field of media work.

Keywords: artificial intelligence techniques, media work.

مقدمة:

تعمل الحياة الرقمية على زيادة القدرات البشرية واستخدام التقنيات الرقمية الحديثة والأجهزة المستندة إلى الذكاء الاصطناعي، والقابلة للاختراق، وقواعد البيانات المتصلة، وأجهزة الاستشعار، لكن الاتجاه الإيجابي السائد يرى أن تطورات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي ستوفر للصحفيين المبدعين، وقادة الصحافة والإعلام الرقمي فرصة لإعادة تنظيم ممارسة العمل الصحفي باستخدام هذه التقنيات الناشئة التي ستضفي كفاءات أكبر في غرف الأخبار، وتحسن مهارة، وكفاءة، وجودة إنتاجية الصحفي، والمؤسسة الإعلامية، فقد مكنت الخوارزميات وسائل الإعلام الإخبارية من وضع التطورات، والاتجاهات الحالية في سياق أوسع (58).

فإعلام الذكاء الاصطناعي يعتمد على كيفية استخدام تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في الإعلام وكيفية دمجها وإعادة هيكلتها في وظائف إعلامية جديدة، ومبتكرة، تعتمد اعتماداً جزئياً أو كلياً على تقنيات جيدة مثل: الذكاء الاصطناعي، والبلوك تشين، وتحليل البيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء، إلى جانب الطباعة ثلاثية الأبعاد والروبوتات، فالعمل في الصحافة والإعلام يحتاج إلى الابتكار والإبداع، لكن الأمر لم يعد كذلك كثيراً، إذ إن هناك العديد من الأدوار التي يؤديها صحفيين الآن بعيدة تماماً عن الابتكار أو الإبداع، كـ بعض أنواع الكتابة أو مراجعة النصوص، أو حتى قراءة نشرات الأخبار، كلها أدوار من السهل أن يقوم بها "الروبوت" دون التدخل البشري. وتشير العديد من توقعات الخبراء إلى أن الأمر أصبح مسألة وقت فقط، حتى نرى غزواً إخبارية كاملة تُدار دون ظهور "الإنسان"، الذي سيصبح ظهوره محدوداً، فصحافة الذكاء الاصطناعي لا تعتمد على عدد كبير من المعدين والعناصر البشرية الفنية كالمصورين وغيرهم، وهو الأمر الذي ينعكس إيجابياً على رفع الجودة وتقليل التكلفة وزيادة التنافسية (59).

إعلام الذكاء الاصطناعي:

هو إحدى أهم أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في مجال الإعلام، وهي تعني جمع المعلومات حول الأحداث والقضايا، وتصنيفها، وكتابتها في شكل أخبار وتقارير، ونشرها بطريقة آلية كاملة دون تدخل من العنصر البشري (60).

⁵⁸ عبد الكريم علي الديبسي (2021). الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، ط1، عمان: الأردن: دار المسيرة للنشر، ص16.

⁵⁹ أمجد المنيف (2021). الصحافة في عصر البيانات والذكاء الاصطناعي، متاح على الرابط التالي: <https://smtcenter.net>

⁶⁰ David Caswell, Konstantin (2018). Dörr, Automated Journalism 2.0: Event-driven narratives From simple descriptions to real stories, Journalism Practice, Volume 12, 2018 – Issue 4 , p 477.

فالذكاء الاصطناعي هو الذكاء المستخدم في الأنظمة التي تحاكي الذكاء البشري في أداء المهام، والتي يمكنها أن تطور من نفسها استناداً إلى المعلومات التي تقوم بجمعها (61).

كما تعد صحافة الروبوت من أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في توليد مقالات إخبارية اعتماداً على نماذج مسبقة وبيانات ضخمة يتم تزويد البرمجيات بها، ليتم تحليلها آلياً والاستفادة منها في إنتاج أخبار ومقالات وتقارير بسرعة قياسية دون الاعتماد على العامل البشري (62).

فعملية إنتاج المحتوى الإعلامي تعد من أهم المجالات التي اندمجت معها تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمفهومها الواسع، والذي من المتوقع أن تدفع نحو تقنية اتصالية جديدة وإعادة تشكيل الجمهور بما في ذلك العلاقة بين المرسل والمستقبل، حيث توفر التطبيقات الحديثة أدوات أكثر تقدماً لإنتاج المحتوى وتسويق الأخبار والبيانات بأنواعها، واستحداث منصات اتصالية جديدة تتناغم مع أنماط الإعلام الآلي في صناعة المحتوى مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى (63).

الذكاء الاصطناعي والعمل الإعلامي:

هي التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية، وأنماط عملها في إنتاج وتحرير المحتوى وصياغة المحتوى آلياً عن طريق خوارزميات تعمل جمع المعلومات دون تدخل بشري، معتمدة على مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني والرقمي، فالمواقع الإلكترونية تعتمد عليه بدرجة كبيرة، حيث يتم تحويل البيانات إلى نصوص إخبارية سردية بعد البرمجة الأولية ونشرها مباشرة (64).

كما تعتمد صحافة الروبوت على استخدام الروبوت بديلاً للعنصر البشري، وزرعه في مكان الحدث ليقوم بنقله بالصوت والصورة بديلاً عن المراسل الصحفي، خاصة في مناطق الحروب والحرائق والكوارث، مما

61 أسماء محمد مصطفى عرام (2021). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد 58، المجلد 4، يوليو 2021م، ص 1690-1691.
62 محمد جمال بدوي (2021). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 75، أبريل 2021م، ص 72.

63 مجدي الداغر (2021). اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، مصر: جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، العدد 33، يونيو 2021م، ص 5.

64 عمرو محمد محمود عبد الحميد (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد 55، المجلد 5، أكتوبر 2020م، ص 5282.

يزيد من هاجس القضاء المحتمل على صحافة البشر، وتغيير الكثير من الثوابت والقواعد الراسخة في المجتمع العالمي (65).

ويمكن الاستفادة من أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل علي الإعلامي علي، النحو التالي (66):

1- إمكانية التعلم الآلي: يمكن للآلات التي تحتوي على تقنية الذكاء الاصطناعي أن تتعلم بشكل

تلقائي وسريع، مما يسمح لها بأن تقوم بتنفيذ المهام المختلفة بشكل أسرع وأسهل مرة بعد مرة.

2- الوصول إلى أماكن يصعب الوصول إليها: بفضل ميزات هذه التقنية الرائعة، يمكن للإعلاميين أن

يقوموا بزيارة أماكن لا يمكنهم أن يقوموا بزيارتها بأنفسهم على سبيل المثال ، يمكن للأجهزة الذكية

أن تمكنك من زيارة الأماكن الخطيرة وميادين الحروب لتغطية الأخبار هناك بسهولة.

3- إمكانية توليد ومعالجة اللغة الطبيعية: بفضل التطورات الكبيرة التي شهدتها حقل الذكاء

الاصطناعي في الآليات ، يمكن لهذه الآليات أن تقوم بتوليد نصوص مشابهة بشكل كبير

للنصوص التي نقوم نحن كبشر بكتابتها، فضلاً عن ذلك يمكن لهذه الآليات أيضاً أن تقوم بقراءة

وفهم المحتوى المكتوب من قبل البشر بسهولة.

4- القدرة على التلخيص التلقائي: باستخدام هذه الميزة، يمكن للآليات التي تحتوي على قدرات الذكاء

الاصطناعي أن تقوم بتلخيص الأفكار المفتاحية المهمة من بين مجموعة كبيرة من المعلومات

والبيانات بسهولة.

5- تنقيب البيانات واستخراجها وتدقيقها: بفضل التقنيات الحديثة ، يمكن للأجهزة المدعومة بميزة

الذكاء الاصطناعي أن تقوم بالتنقيب عن المعلومات والبيانات واستخراجها بسرعة كبيرة، بالإضافة

إلى ذلك يمكن لهذه الآلات أن تقوم بتدقيق مراجع هذه المعلومات وتدقيقها لغوياً ونحوياً أيضاً.

الذكاء الاصطناعي وخدمات العمل الإعلامي:

يمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي أن تقدم الكثير من الخدمات والتسهيلات المختلفة في مجال عمل الإعلام

والصحافة على حد سواء، وهي (67):

65 أسماء محمد مصطفى عرام (2021). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد58، المجلد4، يوليو 2021م، ص1690-1691.

66 عبد السلام باصحيح (2022). الذكاء الاصطناعي ودوره في مجال الإعلام، متاح علي الرابط التالي: <https://mofeed.com>

67 عبد السلام باصحيح (2022). الذكاء الاصطناعي ودوره في مجال الإعلام، متاح علي الرابط التالي: <https://mofeed.com>

1- تقديم الإشعارات والتنبيهات حول الأحداث: بفضل الخدمات التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى الآليات، يمكن لهذه الأجهزة أن تقوم بإعطاء إشعارات أو إخطارات وتنبيهات حول الأحداث التي تحصل حول العالم بشكل فوري ومنتظم.

2- إمكانية عمل جدولة آلية للمحتوى: يمكن لمستخدمي الأجهزة التي تعمل بهذه التقنية أن يقوموا بعمل جدولة لنشر ومشاركة البوستات أو الأخبار والمعلومات التي يرغبون في نشرها بشكل تلقائي، بالتالي يمكنك أن تقوم بإنجاز الأعمال المترتبة عليك بشكل مسبق. ومن ثم سيعمل الجهاز على نشرها ومشاركتها خلال مواعيد زمنية دقيقة يحددها المستخدم.

3- إمكانية توليد القصص الإخبارية تلقائياً: من أبرز الأمثلة على عمل هذه الخاصية هو خوارزمية توليد اللغة الطبيعية التي استعانت بها صحيفة الغارديان البريطانية بالتعاون مع شركة Open AI.

4- تنفيذ مهام معقدة: فتحت تقنيات الذكاء الاصطناعي آفاقاً جديدة أمام مهام وأمر لا يمكننا نحن كبشر أن نقوم بتنفيذها. حيث يمكن للأجهزة التي تعتمد على هذه التقنيات أن تقوم بتحليل كميات هائلة من البيانات والمعلومات بسرعات كبيرة.

فالتسهيلات المتاحة تقوم على مدى الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد، ويتعلم هذا المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر المعرفة وحاسب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل⁽⁶⁸⁾.

الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي:

مع تنامي دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام ما زال هناك العديد من التحديات التي يواجهها هذا المجال، ومنها⁽⁶⁹⁾:

- 1- المحدودية نتيجة قلة البيانات للقصص والأخبار.
- 2- افتقار الذكاء الاصطناعي إلى الإبداع والإثارة وصبغة الغموض البشري.
- 3- تحيز البيانات فأحيانا تكون البيانات المجمعّة متحيزة مما يفقد الإعلام المعتمد على الذكاء الاصطناعي مصداقيته لدى الجمهور.

⁶⁸ Nicholas Diakopoulos (2019). "Artificial Intelligence and Journalism", Journalism, Mass Communication Quarterly, Vol. 96(3) 673-695

⁶⁹ سعد السبيعي (2022). مع وقوع تطورات مذهلة ما سر علاقة الذكاء الاصطناعي والإعلام؟، متاح على الرابط التالي:

4- اختلاف التفكير البشري مختلف تماماً عن الآلات الذكية، فرغم أنه تجري المقاربة بين الدماغ والآلة، إلا أنّ الشبكات العصبية الحالية التي يمكن أن تكون الأكثر تطوراً في بناء الآلات الذكية لا تمثل سوى شيء بسيط جداً من أنسجة المخ البشري. وإذا كان الدماغ البيولوجي هو الهيكل الذي يتم من خلاله تعريف الذكاء، فإن الذكاء الاصطناعي لا يزال في بداياته⁽⁷⁰⁾.

⁷⁰ Nicholas Diakopoulos (2019). "Artificial Intelligence and Journalism", Journalism, Mass Communication Quarterly, Vol. 96(3) 673-695

المصادر والمراجع:

أ. المصادر والمراجع العربية:

- أسماء محمد مصطفى عرام (2021). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد58، المجلد4، يوليو 2021م، ص1690-1691.
- أمجد المنيف (2021). الصحافة في عصر البيانات والذكاء الاصطناعي، متاح علي الرابط التالي: <https://smtcenter.net>
- سعد السبيعي (2022). مع وقوع تطورات مذهلة ما سر علاقة الذكاء الاصطناعي والإعلام؟، متاح علي الرابط التالي: <https://makkahnewspaper.com>
- عبد السلام باصحيح (2022). الذكاء الاصطناعي ودوره في مجال الإعلام، متاح علي الرابط التالي: <https://mofeed.com>
- عبد الكريم علي الديبسي (2021). الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، ط1، عمان: الأردن: دار المسيرة للنشر، ص16.
- عمرو محمد محمود عبد الحميد (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد55، المجلد5، أكتوبر2020م، ص5282.
- مجدي الداغر (2021). اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الالكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، مصر: جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، العدد33، يونيو2021م، ص5.
- محمد جمال بدوي (2021). آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد75، أبريل2021م، ص72.

ب. المصادر والمراجع الأجنبية:

- David Caswell, Konstantin(2018). Dörr, Automated Journalism 2.0: Event-driven narratives From simple descriptions to real stories, Journalism Practice, Volume 12, 2018 – Issue 4 , p 477.
- Nicholas Diakopoulos (2019)." Artificial Intelligence and Journalism “,Journalism, Mass Communication Quarterly, Vol. 96(3) 673–695
- Braghieri, Marco (2019). "Long-form journalism and archives in the digital landscape”, University of London, King's College (United Kingdom, Available at the following link: <https://ethos>

دور وسائل الإعلام الحديثة في بناء شخصية الطلاب لبناء مجتمع قيّم The Role Of Modern Media In Building Students' Personality To Build A Valued Society

محمد بن سامي عباس علي
وزارة التعليم - المملكة العربية السعودية

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة على تسليط الضوء على وسائل الإعلام وعلاقتها بالتوجيه الفكري لعقلية طلاب المرحلة الثانوية، نظرًا للمكانة التي يحتلها في المجتمع وتأثيره في واقعنا على جميع المستويات، في محاولة لاستكشاف ماهية هذا الإعلام الجديد، والعوامل التي أدت إلى ظهوره، إيجابية وسلبية، ثم آفاقه، مع رصد سبل الاستفادة منه في خدمة قضايا الإنسان، ويتناول البحث دراسة مفصلة حول تويتر نموذجًا، تسعى وسائل الإعلام على اختلافها إلى زيادة أعداد جماهيرها، وتوسيع انتشارها؛ ولذلك تستثمر التقدم التقني؛ لتلبية احتياجات الجمهور، وتستغل مختلف الوسائل؛ لعرض محتواها الإعلامي بعدة أنماط متنوعة، حيث إن هناك وسائل إعلام مطبوعة، ومرئية، ومسموعة، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الجديد، وفيما يلي توضيح لبدائيات هذه الوسائل، وطبيعة انتشارها، والوسيلة الإعلامية الفاعلة، والمهمة، هي تلك الوسيلة التي تحقق أعلى نسب الانتشار، والتأثير في المجتمع، وهذا يتطلب دراسة متعمقة، وفهماً للمجتمع، والإعلام في آن معاً؛ فوسائل الإعلام ليست مؤسسات معزولة عن مجتمعا.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، المنطقة الشرقية، المرحلة الثانوية، الدمام، المملكة العربية السعودية.

Abstract :

The Study Aimed to shed light on the media and its Relationship to the intellectual guidance of the Mentality of Secondary School Students, Given the place it Occupies in society and its impact on Our reality at all Levels, in an Attempt to explore What This new media Is, the factors That led to its Emergence, its positive and Negative, and Then its prospects, With Monitoring Ways to Benefit From it in the service of Human causes. The Research deals With a Detailed Study on Twitter as a model, in Which all media Outlets Seek to increase the numbers of their audiences and expand their reach ; Therefore, it invests in technical progress; To meet the needs of the public, and exploit various means; To display its media content in several different styles, as there are print, visual, and audio media, in addition to the new media. The following is an explanation of the beginnings of these media, the nature of their spread, and the effective and important media, which is the one that achieves the highest rates of spread and influence. in society, and this requires an in-depth study and an understanding of society and the media at the same time; The media are not institutions isolated from their society.

KeyWords: Media, Eastern Province, Secondary School, Dammam, Kingdom of Saudi Arabia.

مقدمة:

لوسائل الإعلام دور كبير في العملية التعليمية ، يتمثل في نقل التراث، والعادات، والتقاليد إلى الأجيال الجديدة الصاعدة، مما يساعدها على الاندماج في مجتمعاتها، ويحافظ على هوية هذه المجتمعات من الاندثار والتلاشي أمام مغريات العصر المختلفة والجذابة. تشجيع الطلبة على اعتماد التفكير الناقد، والتحليل، وتعريفهم بسبل ووسائل حل المشكلات المختلفة، وإكسابهم الملكات، والقدرات الفكرية الخاصة بهذا الأمر. تنبيه المجتمع إلى الأخطاء المرتكبة في العملية التعليمية برمتها، ومراقبة المؤسسات التعليمية المختلفة.

حيث تعتبر وسائل الإعلام منصة جيدة لكافة المختصين وعلى رأسهم التربويين الذين يعتبرون رأس الحربة في هذا الأمر، فبمقدور هؤلاء استغلال هذه الوسائل على اختلافها للنهوض بالعملية التعليمية، وبطلة العلم على حدّ سواء. تعريف المجتمع بمخاطر انتشار الجهل بين الناس، والآثار السلبية العديدة المترتبة على ذلك الأمر، والتي قد تقلل شأن أكثر المجتمعات توفراً على الموارد والثروات، فالموارد المختلفة بحاجة إلى إدارة صحيحة.

وبالتالي فهي بحاجة إلى تطبيق العلوم، والمعارف المختلفة من أجل الاستفادة منها بأقصى حدّ ودرجة ممكنين، من جهة أخرى إنّ هذا الدور يقودنا إلى دور آخر لوسائل الإعلام في التعليم يتمثل في تغيير الثقافة السائدة في المجتمع عن عدم جدوى تعليم بعض الفئات المجتمعية؛ كالإناث على سبيل المثال في بعض الأماكن. عرض المحتوى التنقيفي للناس، والذي يساهم في ترسيخ المعلومات المختلفة التي يتلقاها الطلبة في المؤسسات التعليمية، كما يجب أن يكون هذا المحتوى متناسباً مع كافة الفئات ومعرضاً بطريقة جاذبة للفئات المستهدفة حتى يؤتي أكله.

ولذلك اعتمدت في بحثي هذا التعقيب على دول الإعلام في تشكيل شخصية الطالب ولما هل من أثر إيجابي وتعتبر وسائل الإعلام من أكثر ما بات يرتبط بكافة تفاصيل حياتنا اليومية، ومن أكثر ما يتفاعل معه الإنسان على مدار الساعة، فلهذه الوسائل أهمية كبيرة، ودور مؤثر في كافة المستويات والصعد، ولعلّ أهم المجالات التي تلعب بها وسائل الإعلام دوراً عظيماً وكبيراً مجال التعليم بكافة مراحلها؛ وهذا يعود أساساً إلى أنّ وسائل الإعلام تمتلك القدرة دوناً عن غيرها من الوسائل على تقديم كلّ ما هو مفيد لطلاب العلم، ولكافة المهتمين بالعملية التعليميّة، وبشكل لا يسبب لهم الازعاج أو الملل.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة البحث في ارتباط فئات عريضة من طلاب المرحلة الثانوية بوسائل الإعلام الحديثة، ونظرًا للجدل الواسع القائم في الوسط الإعلامي الذي أثاره مؤخرًا، سنرصد في هذا البحث بشكل محايد، وهنا سنرصد ملامحه الإيجابية والسلبية، والمخاطر المتأتية عن هذا الانفتاح التكنولوجي، كما نسلط الضوء على المجالات التي يبرز فيها، وسبل توظيفه إيجابياً.

يشكل الشباب فئة متميزة في أي مجتمع، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطا ومصدرا من مصادر التغيير الاجتماعي، كما تتصف هذه الفئة بالإنتاج والعطاء والإبداع في كافة المجالات، فهم المؤهلون للنهوض بمسئوليات بناء المجتمع ونظرا لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي مثل تويتر، الفيسبوك تتسم بعناصر الفورية ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية وتسعي الدراسة الراهنة للتعرف علي حدود وطبيعة تأثير المواقع الاجتماعية علي النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن ما مدى تأثير طلاب المرحلة الثانوية لشبكة الانترنت كوسيلة اتصالية إعلامية وأهم المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب السعودي عبر شبكة الانترنت وما منظومة القيم والأخلاق الراهنة لدي طلاب المرحلة الثانوية ومدى التأثير على قيم المجتمعية.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من ارتكازها على محورين أساسيين؛ المحور الأول هو: بيان أثر وسائل الإعلام في بناء شخصية طالب المرحلة الثانوية، والمحور الثاني : هو بيان أثر وسائل الإعلام الحديثة في تحقيق الدور التربوي بالنسبة للمعلم وولي الأمر.

مصطلحات الدراسة:

1. مفهوم الإعلام الحديث:

هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة محكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته ولا يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن.

2- مفهوم الإعلام الاجتماعي :

هو تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة والسليمة بالحقائق الموضوعية ومن دون تحريف لتتوير الرأي العام بالمشاكل والقضايا المطروحة.

3- مفهوم وسائل الإعلام :

هي الطرق أو القنوات التي تستخدمها للتواصل مع الجمهور المستهدف بقصد التأثير عليه سواء في تبني فكرة أو تعديل سلوكه.

4- مفهوم الإعلام الأمني :

هي تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن المؤسسات الأمنية بهدف التوعية والإرشاد لتحقيق التعامل الإيجابي بين الشرطة والجمهور.

فروض الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها يمكن صياغة فروض الدراسة الحالية على النحو التالي:

✓ توجد فروق ارتقائية دالة إحصائياً في بناء القيم المجتمعية لدى أفراد عينة الدراسة عبر طلاب المرحلة الثانوية .

✓ تختلف الفروق الارتقائية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء أمورهم تبعاً لاختلاف المرحلة والبيئة المجتمعية.

الطريقة والإجراءات:

أولاً: منهج الدراسة:

تم استخدام في هذه الدراسة المنهج المسحي الميداني ، المبني على الجهد العلمي المنظم والمنسق ، بهدف الوصول إلى نتائج تفسيرية ذات دلالة ظاهرة وسائل الإعلام الحديثة ؛ وإلى توصيات تحقق أهداف الدراسة.

ثانياً: عينة الدراسة:

شملت عينة الدراسة على (114) من طلاب المرحلة الثانوية، وهي عينة عشوائية لمجتمع الدراسة ؛ كما شملت الدراسة على (87) من أولياء أمور الطلاب.

ثالثاً: أداة الدراسة:

- أداة المسح الميداني Questionnaire وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة البحث.

حيث تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين ذوي التخصص والخبرة في ميدان التعليم بكلية التربية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل وتم تحكيمها واعتمادها على النحو التالي :

الرقم	العبارة	عناصر التقييم				
		ابدأ	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً
1	أعتقد أن للإعلام له تأثير في حياتي					
2	أتابع التلفزيون بشكل دوري					
3	أتابع التلفاز مع الأهل					
4	أستخدم الإنترنت أمام الأهل					
5	أعتقد أنني أكتسب القيم المجتمعية والأخلاق والصواب والخطأ أثناء متابعتي لوسائل الاتصال الاجتماعي .					
6	أعتقد أنني أكتسب القيم والأخلاق وأعرف الصواب والخطأ أثناء تصفحي للإنترنت .					
7	أقوم بالبحث عن المعلومات بعد عرض البرنامج المفضل					
8	أقوم بالتأكد من مصداقية الخبر قبل إعادة نشره					
9	قمت بمشاهدة المواقع الإباحية					

10	لقد سبق وتناقلت أخباراً في أحد المرات من الإعلام ثم تبين أنها كاذبة
11	تغيرت قناعاتي في موضوع ما بعد مشاهدة أحد البرامج
12	يعتبر الإعلام المرجع الوحيد للوصول للمعلومة
13	لا أثق في الإعلام والميديا هذه الأيام

نتائج الدراسة وتفسيرها:

1. نتائج الفرض الأول:

ينص الفرض الأول على أنه " توجد فروق ارتقائية دالة إحصائياً في بناء القيم المجتمعية لدى أفراد عينة الدراسة عبر طلاب المرحلة الثانوية .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تجميع الإجابات وترميزها للوصول للنتائج ، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الفرض.

جدول رقم (1): رأي الطلاب لمدى تأثير وسائل الإعلام عليهم لبناء مجتمع قيمي

م	العبارة	الإجابة العليا	العدد	النسبة %
1	أعتقد أن للإعلام له تأثير في حياتي	غالباً	31	27.19%
2	أتابع التلفزيون بشكل دوري	دائماً	44	38.36%
3	أتابع التلفاز مع الأهل	غالباً	42	36.84%
4	أستخدم الإنترنت أمام الأهل	أحياناً	42	36.84%
5	أعتقد أنني أكتسب القيم المجتمعية والأخلاق والصواب والخطأ	أحياناً	40	35.09%
6	أعتقد أنني أكتسب القيم والأخلاق وأعرف الصواب والخطأ	غالباً	38	33.33%
7	أقوم بالبحث عن المعلومات بعد عرض البرنامج المفضل	أحياناً	40	35.09%
8	أقوم بالتأكد من مصداقية الخبر قبل إعادة نشره	نادراً	44	38.36%

9	قمت بمشاهدة المواقع الإباحية	ابداً	113	99.12%
10	لقد سبق وتناقلت أخباراً في أحد المرات من الإعلام ثم تبين أنها كاذبة	أحياناً	30	26.32%
11	تغيرت قنعاتي في موضوع ما بعد مشاهدة أحد البرامج	أحياناً	28	24.56%
12	يعتبر الإعلام المرجع الوحيد للوصول للمعلومة	أحياناً	24	21.50%
13	لا أثق في الإعلام والميديا هذه الأيام	أحياناً	36	31.58%

2. نتائج الفرض الثاني:

ينص الفرض الأول على أنه "تختلف الفروق الارتقائية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أولياء أمورهم تبعاً لاختلاف المرحلة والبيئة المجتمعية".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تجميع الإجابات وترميزها للوصول للنتائج ، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الفرض.

جدول رقم (2): رأي أولياء الأمور لمدى تأثير وسائل الإعلام على أبنائهم لبناء مجتمع قيمى

م	العبارة	الإجابة العليا	العدد	النسبة %
1	أعتقد أن للإعلام له تأثير في حياتي	أحياناً	24	27.59%
2	أتابع التلفزيون بشكل دوري	أحياناً	34	39.08%
3	أتابع التلفاز مع الأهل	دائماً	36	41.38%
4	أستخدم الإنترنت أمام الأهل	دائماً	40	45.90%
5	أعتقد أنني أكتسب القيم المجتمعية والأخلاق والصواب والخطأ	أحياناً	38	43.68%
6	أعتقد أنني أكتسب القيم والأخلاق وأعرف الصواب والخطأ أثناء تصفحي	غالباً	40	45.90%
7	أقوم بالبحث عن المعلومات بعد عرض البرنامج المفضل	دائماً	44	50.57%
8	أقوم بالتأكد من مصداقية الخبر قبل إعادة نشره	غالباً	41	47.13%

9	قمت بمشاهدة المواقع الإباحية	دائما	36	41.38%
10	لقد سبق وتناقلت أخباراً في أحد المرات من الإعلام ثم تبين أنها كاذبة	احيانا	37	42.53%
11	تغيرت قنعاتي في موضوع ما بعد مشاهدة أحد البرامج	ابدا	42	48.28%
12	يعتبر الإعلام المرجع الوحيد للوصول للمعلومة	دائما	45	51.72%
13	لا أثق في الإعلام والميديا هذه الأيام	احيانا	36	41.38%

الاستنتاجات والتوصيات:

لما كان هدف الدراسة الحالية الكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام في بناء مجتمع قيمي لدى طلاب المرحلة الثانوية فقد خلصت الدراسة إلى الاستنتاجات والتوصيات التالية :

1- نجد أن حوالي 27% من العينة يعتقد أن للإعلام له تأثير في حياته وهذه نسبة بغير القليلة وخاصة لو وقعت هذه النسبة فريسة للإعلام المضلل والموجه لأغراض تمس بأمن الوطن كما أنه بنفس النسبة يعتقد أولياء الأمور أن الإعلام له تأثير في حياته كما أن فئة المعلمين نجد حوالي 43% يعتقدون أن الإعلام له تأثير في حياتهم.

2- كما أنه وجدنا أنه حوالي 39% من طلاب المرحلة الثانوية دائما يتابع التلفزيون بشكل دوري وهذه وسيلة لا تقل خطورة في تكوين الوعي السياسي في هذا السن وخاصة إذا كانت هناك عدم المتابعة واختيار القنوات المناسبة كما كانت نسبة 42% من الأهالي فقط هم من لديهم كنترول على ما يشاهده أبناءهم مما يشير إلى أن هناك نسبة تتعدى 50% ليس هناك كنترول عليهم وهم عرضة للاستقطاب ومشاهدة محتوى غير من آمن.

3- كما أنه وجد أن حوالي 37% من العينة فقط يستخدمون الإنترنت أمام الأهل وحوالي 46% من الأهالي فقط يتابعون أولادهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهنا فجوة بين الأهل والطلاب في هذه المرحلة

العمرية لترك نسبة تتعدى 50% من أبنائنا يستخدمون الإنترنت بدون رقابة مما يكونون عرضة للاستقطاب الفكري المتطرف أو الدخول إلى مواقع التواصل الممنوعة والإباحية مه أن حوالي 99% من العينة قالت أنهم لم يشاهدوا المواقع الإباحية وهذا النسبة لا تعكس الحقيقة ولا يمكن أن نعتد بها.

4- ونجد أن نسبة حوالي 39% من العينة تقوم بالتأكد على مصداقية الخبر قبل إعادته هذا ما يدل على هناك حوالي 61% من العينة يقوم بنشر أخبار دون التأكد من صحتها وربما تكون شائعة أو خبر مكذوب هدفه ضرب الاستقرار أو أحداث بلبلة والدليل أن حوالي 27% من العينة أقرت أنها سبقت وتناقلت أخباراً ثم تبين أنها كاذبة.

5- ونوصي بأن تعمل وسائل الإعلام على ترتيب ثقافة الحب على أجندتها بدلاً من ثقافة الكراهية.

6- ونوصي بأن تعمل وسائل الإعلام على زيادة البرامج التي تغرس ثقافة الحب في المجتمع ، وخاصة التي تتناول أصالة

الشعب السعودي وعلى أولياء الأمور والمعلمين أن يكونوا على تواصل دائم مع الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع:

- 1) مرتضى، هدى محمد. (2020). المشكلات السلوكية وعلاقتها بالذكاء الأخلاقي لدى المراهقين. دراسات تربوية ونفسية (مجلة كلية التربية بالزقازيق)، جامعة الزقازيق، 107، (1)، 339 - 397.
- 2) رؤوف سالم ، الإعلام الصحي (2018) الإعلام الصحي وتطبيقاته ، دار العلم والإيمان للنشر، مصر .
- 3) عفيفي ،السيد ، (1993)، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية ، دار منشورة في علم الاجتماع ودراسة الاتصال، الإسكندرية ، دار المعارف .
- 4) القليني ، سوزان (1994) ، استخدامات الجمهور العربي للتقنيات الفضائية في عصر العولمة، مجلة البحوث والدارسات العربية ، القاهرة .
- 5) النمر ، أميرة محمد إبراهيم (2004)، أثر التعرض للتقنيات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام،
- 6) يوسف، سليمان عبد الواحد، وشمبولية، هالة محمد. (2021 ب). العقلية الأخلاقية في إطار نموذج يوسف وشمبولية التكاملية كمدخل للحد من ظاهرة الطلاق بالمجتمعات العربية. الندوة العلمية الموسومة: "لكنها .. مطلقة !!!" ، والذي نظمتها مؤسسة BRC، وكلية التمريض، جامعة تكريت، وكلية الآداب، جامعة كركوك بالعراق، وبمشاركة جامعة العلوم والتقانة، وجامعة إفريقيا الفرنسية العربية، في يوم 4 سبتمبر .

شكرا وفاءكم للمجالح و للمركز الديمقراطي العربي