

# مجلة الدراسات الإعلامية

دورية دولية محكمة

المركز الديمقراطي العربي

## Journal of Media Studies

International scientific periodical journal



مجلة الدراسات الإعلامية



Volume : VII  
Issuance : twenty-seven  
may 2024

المجلد السابع



ISSN (Online) 2512-3203



# مجلة الدراسات الإعلامية

## Journal of Media Studies



دورية دولية محكمة  
تعنى بنشر الدراسات والبحوث  
في ميدان علوم الاعلام والاتصال والصحافة بعدة  
لغات

تصدر عن:



المركز الديمقراطي العربي

Germany

E-mail: [media@democraticac.de](mailto:media@democraticac.de)



المركز الديمقراطي العربي  
للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية  
Democratic Arab Center  
for Strategic, Political & Economic Studies

مدير المركز الديمقراطي العربي  
أ. عمار شرعان

President of the Democratic Arab Center

Dr.Ammar Sharaan

هيئة التحرير

رئيسة التحرير واللجنة العلمية

د. شيهاء الهواري

الهيئة الاستشارية العليا

د. اهاني مسعود

د. هويدا علي سيد مصطفى

أ. د. محمد ضريف

د. رشيد البكر

د. حسن الخطابي

د. محمد شادي

د. عبد الجبار المراكشي

## اللجنة العلمية

د. شيماء الهواري	استاذة ودكتورة في القانون العام والسياسات العمومية متخصصة في الاعلام السياسي؛ جامعة عبد المالك السدي؛ المملكة المغربية
سامية غشير	استاذة مساعدة بجامعة باجي مختار، عنابة_البلد، جمهورية الجزائر
مصطفى المريظ	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
فيروز المطاعي	استاذة محاضرة أ، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، جمهورية الجزائر
سهام بدبودي	دكتورة في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر
أ. د. عائشة محمد أحمد محمد الجميل	دكتورة وباحثة علوم سياسية، معلم خبير بالتربية والتعليم ومدرية بالأكاديمية المهنية للمعلم المهنية، مصر
علي عبد الهادي الكرخي	استاذ علوم الاتصال والعلاقات، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، العراق
طارق اسماعيل محمد	استاذ تصميم المنتجات والاتصال البصري كليبو الاعلام، جامعة عجمان، دولة الامارات العربية المتحدة
شهيرة بن عبد الله	استاذ مساعد بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار، بمنوبة، تونس

استاذ مساعد في ليبيا، عضو هيئة تدريس في كلية الإعلام جامعة بنغازي، التخصص: إذاعة وتلفزيون، التخصص الدقيق تكنولوجيا البث الفضائي، جمهورية ليبيا	مي عبد الغني يوسف محمود
دكتور في علوم الاعلام و الاتصال، استاذ قسم الاعلام جامعة الاسراء، العراق	علي مولود فاضل
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	ريم الشريف
استاذ مدرس في كلية الآداب بجامعة تكريت قسم علم الاجتماع، العراق	د. سرمد جاسم محمد الخزرجي
استاذ القانون الدستوري والنظم السياسية في جامعه الكاظم، العراق	ام د ميثم منفي كاظم العميدي
دكتوراه في العلوم السياسية والادارة العامة جامعة نجم الدين اربكان. تركيا	د. معاذ صبحي عليوي
رئيس قسم العلوم السياسية بجامعة القاهرة و المنتدبة الجامعة البريطانية في مصر	د. امانى مسعود الحديني
أستاذة محاضرة صنف "أ" بجامعة تيزي وزو الجزائر كلية العلوم الانسانية والاجتماعية فرع علوم الاعلام والاتصال. الجزائر	د. نصيرة خالفي
دكتورة في التاريخ كلية الآداب، جامعة الكوفة. العراق	د. خديجة حسن علي خشان القصير
دكتوراه من قسم الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس. مصر	د. مروة رشاد حداد مغازي
المدرس بكلية لاتصال والتواصل الاجتماعي في الجامعة البريطانية - مصر	لورى فيليبس

وكيل كلية الاتصال والتواصل الاجتماعي في الجامعة  
البريطانية - مصر

د. عادل صالح

## محددات النشر

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

### 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](mailto:media@democraticac.de)

يجب أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة سواء اللغة العربية أو الانجليزية وحتى اللغات الأخرى المستعملة، مع العناية بما يلحق به من خصوصيات الضبط والرسم والأشكال.

يتمّ تقويم البحث من ثلاثة محكمين، والرأي الأخير يكون للجنة العليا للمستشارين.

يتم إرسال ملاحظات التحكيم إلى الباحث.

يقوم الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة وإرسال البحث المعدل إلى البريد الإلكتروني المذكور أعلاه نفسه في غضون 3 أيام من تاريخ إرسال التعديلات.

التعديلات التي ترسل بعد الآجال القانون المحدد أعلاه تعتبر مرفوضة، إلا في حالات استثنائية.

الباحث ملزم بالتقيد بالآجل النهائي القانونية لاستقبال المقالات المعلن عنها من طرف المجلة.

أي مقال يرسل بعد الآجال النهائي يرفض.

أي تعديلات ترسل بعد الآجال النهائية ترفض.

الباحث ملزم بالتوقيع على تعهد قانوني ترسله له المجلة بعد الموافقة على المقال هذا التعهد يحفظ

حقوق الباحث العلمية من السرقات الفكرية مستقبلاً، ويلزم الباحث بانتساب المقال له، ويخلي دمة

المجلة قانونياً من أي التباسات مستقبلاً.

### ثانياً: كيفية إعداد البحث للنشر:

يجب أن تكون عدد كلمات المقال بين 4000 إلى 9000 كلمة أي في حدود 20 صفحة بما في

ذلك قائمة المراجع والجداول والأشكال والصور.

أن يلتزم المؤلف بالأصول العلمية المتعارف عليها في إعداد وكتابة البحوث وخاصة المقدمة وعناصرها، والخاتمة، ابراز اهمية المقال، وإشكالياته، فرضياته... يجب إثبات مصادر المعلومات وتوثيق الاقتباس واحترام الأمانة العلمية في الاحالات والمراجع والمصادر (وجوبا).

يجب ان تتضمن الورقة الأولى العنوان الكامل للمقال باللغة العربية وترجمة صحيحة لعنوان المقال باللغة الإنجليزية، كما تتضمن اسم الباحث ورتبته العلمية، والمؤسسة التابع لها، الهاتف، والفاكس والبريد الالكتروني.

يجب ان تتضمن الصفحة الاولى من المقال ايضاً: ملخصين، في حدود 200 مائتي كلمة للملخصين مجتمعين، حيث لا يزيد عدد أسطر الملخص الواحد عن 10 أسطر بخط 12 Simplified Arabic للملخص العربي و 12 Times New Roman للملخص باللغة الانجليزية، أحدهما بلغة المقال والثاني باللغة الانجليزية على أن يكون أحد الملخصين باللغة العربية. (وجوبا).

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

يجب ترقيم الإحالات بطريقة أكاديمية تراتبية (1,2,3,4...) 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.

يجب ان تكون الاحالات بحجم خط 9 نوع الخط ARIAL للخط العربي وللخط الأجنبي (وجوبا). يجب ترقيم الصفحات بشكل متتابع (وجوبا).

يجب ذكر قائمة المراجع في نهاية البحث وترتيبها هجائياً، 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 المرسلّة لا تعاد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر

المقالات المنشورة في المجلة لا تعبر إلا على رأي أصحابها

كل مقال لا تتوفر فيه الشروط لا يؤخذ بعين الاعتبار ولا ينشر مهما كانت قيمته العلمية.

يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.

يضع الباحث مقاله ضمن قالب المجلة قبل إرساله

يقوم الباحث بإرسال البحث المنسق على شكل ملف مايكروسوفت وورد، إلى البريد الإلكتروني:

[media@democraticac.de](mailto:media@democraticac.de)

## تفاصيل ومعلومات

<b>حول المجلة:</b>	مجلة الدراسات الإعلامية دورية دولية محكمة، لها هيئة علمية دولية فاعلة تشمل مجموعة كبيرة لأفضل الأكاديميين من عدة دول ، حيث تشرف على تحكيم الأبحاث الواردة إلى المجلة وتنقيحها وتقويمها.
<b>مجالات البحث:</b>	تهتم المجلة بنشر البحوث العلمية في ميادين علوم الاعلام والاتصال، وقوانين الاعلام والاتصال، والصحافة والنشر سواء الورقي أو الرقمي، إضافة إلى الاعلام الإلكتروني....
<b>الناشر:</b>	المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والإقتصادية
<b>الرقم المعياري الدولي:</b>	ISSN (Online) 2512-3203
<b>حول الناشر:</b>	المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية مؤسسة مستقلة تعمل في إطار البحث العلمي الأكاديمي والتحليلات السياسية والقانونية والإعلامية والإقتصادية حول الشؤون الدولية والإقليمية ذات الصلة بالواقع العربي بصفة خاصة والدولي بصفة عامة.
<b>شعار المجلة:</b>	تضع المجلة في قائمة أولوياتها العمل على تمكين الباحثين والإعلاميين والأقلام الحرة من طرح آرائهم بموضوعية ودون قيود، تحت شعار حرية التعبير والرأي ونشر المعلومة بمهنية علمية واحترافية، ويهدف تكريس مفهوم الديمقراطية التشاركية والشمولية.

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	عنوان المقال بالانجليزية	عنوان المقال بالعربية	الباحث	ترقيم المقال
17	Electronic transformation and its impact on improving administrative work, human resources and protecting information	«التحول الالكتروني واثره على تجويد العمل الاداري والموارد البشرية وحماية المعلومة»	د. شيماء الهواري: دكتورة القانون العام والسياسات العمومية، استاذة زائرة بملحقة القصر الكبير كلية متعددة التخصصات العرائش، ورئيسة تحرير واللجنة العلمية لمجلة الدراسات الاعلامية الدولية	1
53	Social media weaponization and discursive hegemony in the era of "digital oligarchy": A critical study of disinformation and algorithmic repression in the war on Gaza (2023)	تسليح الميديا الاجتماعية والهيمنة الخطابية في عصر "الأوليغارشية الرقمية": دراسة نقدية للتضليل المعلوماتي والقمع الخوارزمي في الحرب على غزة (2023)	د. شهيرة بن عبد الله: أستاذة مساعدة /معهد الصحافة وعلوم الإخبار/ جامعة منوبة. تونس	2
74	Managing Moroccan media institutions in light of modern technological changes. "Stakes and Challenges	إدارة المؤسسات الإعلامية المغربية في ظل المتغيرات التكنولوجية الحديثة. " الرهانات والتحديات "	حفيظ حفاظ باحث في مجال الصحافة والإعلام	3
94	Influential marketing for electronic influencers through social media sites	التسويق التأثيري للمؤثرين الإلكترونيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	بن خليفة نوفل جامعة الجزيرة-جمهورية السودان أ.د. محمد بشير منصور: جامعة الجزيرة-جمهورية السودان د. أيمن هاشم عوض	4

			الكريم: جامعة الجزيرة-جمهورية السودان	
130	The structure of the advertising poster and its elements Semiological approach	بنية الملصق الاشهاري وعناصره مقارنة سميولوجية	عزالدين القدري، طالب باحث بسلك الدكتوراه، جامعة القاضي عياض، مراكش، المغرب	5
144	The role of modern media in supporting trends in integrating students with hearing disabilities into public educational institutions	دور وسائل الإعلام الحديثة في تدعيم إتجاهات دمج التلاميذ ذوي الإعاقة السمعية في المؤسسات التعليمية العامة	عبدالسلام سالم مسعود البوسيقي: قسم السمع والنطق - كلية التقنية الطبية صرمان - جامعة صبراتة	6
177	The reality of Algerian society through the Algerian Ramadan series - a critical and analytical study of the series "Al-Dama" by director Yahya Muzahim»	"واقع المجتمع الجزائري من خلال المسلسلات الجزائرية الرمضانية - دراسة نقدية تحليلية لمسلسل "الدامة" للمخرج يحيى مزاحم-	وفاء مفتاح: ماستر إعلام واتصال تخصص سمعي بصري - جامعة الحاج لخضر باتنة	7
195	Media practices in the era of User-Generated Content (UGC)	الممارسة الإعلامية في عصر المحتويات التي ينتجها المستخدم	خولة الزين د. محمد هموش : صحافة والإعلام الحديث كلية اللغات والآداب والفنون جامعة ابن طفيل -القنيطرة-	8
207	The BBC Arabic Website's Media Framing of the War on Gaza (2023)	التأطير الإعلامي لموقع BBC البريطاني بالعربية للحرب على غزة (2023)	د. فريد عبد الفتاح أبوضهير: أستاذ مساعد، قسم الاتصال والإعلام الاتصال الرقمي جامعة	9

			النجاح الوطنية - نابلس / فلسطين همام عبد الله جاروشي: ماجستير علاقات عامة معاصرة، جامعة النجاح الوطنية - نابلس/ فلسطين فرح أحمد عبد الدايم: ماجستير علاقات عامة معاصرة، جامعة النجاح الوطنية - نابلس/ فلسطين بيسان عادل غانم: ماجستير علاقات عامة معاصرة، جامعة النجاح الوطنية - نابلس/ فلسطين	
229	Cultural media in Morocco: Emergence, Development, and Roles	الإعلام الثقافي بالمغرب: النشأة والتطور والأدوار	د. محمد علي امدغري، باحث في القانون العام، المغرب	10
<b>بحوث باللغة الانجليزية</b>				
243	Propagandizing China in the 21st Century: The Belt and Road Initiative in the U.S. mass media.		Dr. Lawrie Phillips is Acting Head of Radio and Television at the British University in Egypt, and Lecturer in political communication, multimedia production, and social marketing. Recent publications include articles on U.S. propaganda in the 21st Century, on the current role and discourse of the BBC, and on U.S. and Islamic State recruitment strategies.	11

264	<b>If I will not be here, I will be virtually there: Reflections of the insufficient media governance on public deliberations: National Dialogue in Egypt as a case study</b>	<b>Adel Saleh<sup>1</sup></b> <b>Professor of Political Communication &amp; Digital Media</b> <b>British University in Egypt</b>  <b>Amany Elhedeny:</b> <b>Professor of Political Sociology</b> <b>Cairo University</b>	12
<b>محور آراء و افكار</b>			
286	<b>Visual discourse analysis and the semiology of the image</b>	تحليل الخطاب المرئي وسيميولوجية الصورة	13
		خالد كب : طالب باحث في سلك الدكتوراه مختبر تكامل المناهج و تحليل الخطاب كلية اللغة بمراكش المغرب	
<b>مختارات بحثية للقراء</b>			
295	<b>The responsibility of the pharmacist in manufacturing and dispensing medicine from the legislative perspective in Morocco: a theoretical study</b>	مسؤولية الطبيب الصيدلي في صنع وصرف الدواء من الناحية التشريعية بالمغرب: دراسة نظرية	14
		قندسي عبد النور: دكتور في القانون الخاص. المغرب	
314	<b>Renewable energies in Morocco, environmental and development challenges</b>	الطاقات المتجددة بالمغرب، الرهانات البيئية والتنمية	15
		أ. رشيد مفتاحي، د. عيسى البوزيدي: مختبر البحث: "التراب، البيئة والتنمية"، كلية العلوم	

			الإنسانية والاجتماعية - جامعة بن طفيل، القيظرة	
--	--	--	--	--



«التحول الالكتروني واثره على تجويد العمل الاداري والموارد البشرية وحماية  
المعلومة»

**Electronic transformation and its impact on improving “  
administrative work, human resources and protecting information**

د. شيماء الهواري: استاذة ودكتورة القانون العام والسياسات العمومية، استاذة زائرة بملحقة  
القصر الكبير كلية متعددة التخصصات العرائش، ورئيسة تحرير واللجنة العلمية لمجلة الدراسات  
الاعلامية الدولية.

**ملخص:**

يسارع المغرب التطور التكنولوجي في المجال الرقمي والذكاء الاصطناعي ليكون مواكبا له ومنسجما مع ما وصلت له باقي دول العالم في دمج التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات العمومية والاستعانة بها من طرف المقاولات والمؤسسات الاستثمارية المغربية، كوسيلة لتسهيل المعاملات التجارية والاقتصادية بشكل عام، خاصة التجارة الإلكترونية وطنيا ودوليا، وايضا تقريب الادارة من المواطنين وتجويد الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات والادارات العمومية، ولا ننسى دور الرقمنة والذكاء الاصطناعي في الزيادة من مردودية الموارد البشرية وكفاءتها وجودة الخدمات التي تقدمها للمواطنين.

**Summary**

Morocco Is Accelerating Technological Development In The Digital Field And Artificial Intelligence To Keep Pace With It And Be Consistent With What The Rest Of The World Has Achieved In Integrating Digital Technology Within Public Institutions And Using It By Moroccan Companies And Investment Institutions, As A Means Of Facilitating Commercial And Economic Transactions In General, Especially E-Commerce Nationally And Internationally. Also, Bringing The Administration Closer To Citizens And Improving The Services Provided By Public Institutions And Departments, And Do Not Forget The Role Of Digitization And Artificial Intelligence In Increasing The Productivity Of Human Resources, Their Efficiency, And The Quality Of The Services They Provide To Citizens.

« يتعين تعميم الإدارة الإلكترونية بطريقة مندمجة، تتيح الولوج المشترك للمعلومات بين مختلف القطاعات والمرافق. فتوظيف التكنولوجيات الحديثة يساهم في تسهيل حصول

المواطن على الخدمات، في أقرب الآجال، دون الحاجة إلى كثرة التنقل والاحتكاك بالإدارة، الذي يعد السبب الرئيسي لانتشار ظاهرة الرشوة، واستغلال النفوذ».

مقتطف من نص الخطاب الملكي السامي الذي ألقاه صاحب الجلالة الملك محمد السادس، حفظه الله، يوم الجمعة 14 أكتوبر 2016 في افتتاح الدورة الأولى من السنة التشريعية الأولى من الولاية التشريعية العاشرة.

« ولا بد كذلك لأي مشروع يروم تنمية القارة الإفريقية ومبادلاتها التجارية أن يأخذ في الحسبان ضرورة مواكبة المستجدات التكنولوجية العالمية، وبحول النقص المسجل في المبادلات داخل قارتنا إلى فرصة حقيقية للنهوض بالتكنولوجيا الرقمية الحديثة.

إن إفريقيا ماضية اليوم في طريقها لتصبح مختبراً للتكنولوجيا الرقمية. فالتقانة الرقمية ما فتئت تغير وجه قارتنا، من خلال الانخراط الفعلي لشبابها المسلح بروح الإبداع والإقدام. ويعود الفضل في هذه القفزة الرقمية إلى المقاولات الناشئة النشيطة في عدة مجالات، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: قطاع المال، والاتصالات، والصناعة، والصناعات الغذائية. فالشباب من ذوي الدخل الضعيف هم في الغالب من يقودون عملية الابتكار هذه. وبالتالي، فحري بنا أن نضع العناية بهم في صلب سياساتنا العمومية».

"مقتطف من الخطاب الملكي السامي الذي وجهه صاحب الجلالة الملك محمد السادس، حفظه الله، إلى القمة الاستثنائية للاتحاد الإفريقي بالعاصمة الرواندية كيغالي حول منطقة التبادل الحر القارية الإفريقية، 21 مارس 2018".

## المقدمة

يسارع المغرب التطور التكنولوجي في المجال الرقمي والذكاء الاصطناعي ليكون مواكبا له ومنسجما مع ما وصلت له باقي دول العالم في دمج التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات العمومية والاستعانة بها من طرف المقاولات والمؤسسات الاستثمارية المغربية، كوسيلة لتسهيل المعاملات التجارية والاقتصادية بشكل عام، خاصة التجارة الإلكترونية وطنيا ودوليا، وايضا تقريب الادارة من المواطنين وتجويد الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات والادارات العمومية، ولا ننسى دور الرقمنة والذكاء الاصطناعي في الزيادة من مردودية الموارد البشرية وكفاءتها وجودة الخدمات التي تقدمها للمواطنين.

ووعيا من المغرب بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال قام بأول خطوة نحو الادارة الرقمية سنة 1997 وذلك بعد ان انخرط بشكل كلي في شبكة الانترنت سنة 1995، حيث تأسست في تلك الفترة اللجنة الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والتي هدفت للعمل في المجالات المتعلقة بتنمية

مجتمع المعرفة عبر تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بين مختلف الأطراف الفاعلة في المجتمع.

وتسعى الحكومة المغربية إلى تسريع عملية الرقمنة، وذلك من خلال إعداد مشروع قانون حول رقمنة الخدمات الإدارية خلال سنة 2024، وتنزيل استراتيجية «المغرب الرقمي 2030»، وفق ما تطرق له قانون المالية لسنة 2024.

ويهدف هذا القانون مستقبلا، إلى تعزيز المنظومة القانونية للتدبير الرقمي، ومواصلة المشاريع التي سبق إطلاقها، والتمثلة في "e-tamkeen" و "emploi-public.ma" و "chikaya.ma"، وكذا تفعيل الاتفاقيات الموقعة مع مختلف القطاعات الوزارية.

ويطمح المغرب ايضا؛ من خلال ذلك، الى التشجيع على خلق فرص الشغل، وزيادة مساهمة الرقمنة في الناتج المحلي الإجمالي. حيث أكدت منصة "EcommerceDB" في تقرير لها حديث، أنه من المتوقع أن تصل إيرادات التجارة الإلكترونية في المغرب، إلى حوالي 3.1 مليار دولار، أو ما يعادل 31.7 مليار درهم، بحلول عام 2027. وقد سجلت المحلات التجارية وتجار التجارة الإلكترونية المنخرطين في مركز النقديتات، برسم الأشهر الثلاثة الأولى من سنة 2023، ما مجموعه 41,3 مليون عملية أداء بواسطة بطاقات بنكية مغربية وأجنبية، بمبلغ إجمالي قدره 18,3 مليار درهم، ما يمثل ارتفاعا بنسبة 33,6 في العدد وبنسبة 50,8 في المائة في القيمة السنوية.

وهنا نكون امام تساؤلات مشروعة تدور في خلد المواطن المغربي العادي قبل المنتبغ للشأن القانوني والاقتصادي سواء داخل البلاد وخارجها، ونقصد هنا، الجالية المغربية المقيمة بالمخارج التي تحاول قدر الامكان الاندماج ضمن المنظومة الاقتصادية المغربية عبر المشاريع التجارية الإلكترونية بالأخص. اذن هل المغرب يتوفر على قوانين عملية تساعد في ترسيخ الرقمنة التجارية والتجارة الالكترونية وتكون داعمة لها؟ ام اننا امام قوانين إما تعيق او مجمدة تحول دون ان تساعد المقاولات التجارية الإلكترونية خاصة في تطورها المالي ومواكبتها لقريناتها في باقي الدول الافريقية كتونس مثال التي تعد سباقة في هذا المجال على المستوى الافريقي مقارنة بالمغرب، او عالميا؟ وهل الادارات المغربية تستعين بالتكنولوجيا الرقمية في تسهيل ولوج المرنفقين لها وتقديم خدمات سريعة وذات كفاءة وجودة، ام اننا مازلنا نعاني من سوء ذلك، نتيجة؛ عدم كفاءة الموارد البشرية وتدريبها على استعمال الرقمنة داخل الادارات والمؤسسات العمومية، وعدم تجديد الماكينات والحواسيب والخوارزميات المستعملة في الادارات المغربية، وكذلك قلة الاستعانة من طرف المقاولين والتجار المغاربة بالتقنين وخبراء الرقمنة كمستشارين لهم او مساعدين لهم عند افتتاح المنصات التجارية الإلكترونية او الشركات الإلكترونية مما يؤدي الى سوء التدبير والتسيير ومشاكل تقنية ومالية لاحقا.

هذه التساؤلات وغيرها سنقوم بالتطرق لها ضمن المداخلة الآتية، ولذلك استعنا بالتصميم التالي:

#### المقدمة

المحور الاول : معطيات حول وضعية الذكاء الاصطناعي بالمغرب

المحور الثاني: حوكمة الرقمية او الحكامة الرقمية

المحور الثالث: الحماية القانونية لعملية التجارة الإلكترونية عبر القنوات الرقمية

المحور الرابع: البرامج الوطنية لرقمنه العمل الاداري بالمغرب

المحور الخامس: اثر الادارة الرقمية على جودة اداء الموارد البشرية

المحور السادس: توصيات لدعم الاستراتيجيات الصناعية وتسريع وتيرة التحول الرقمي

للمقاولات وتعزيز الصناعة الرقمية ودمج الذكاء الصناعي

#### الخاتمة

المحور الاول : معطيات حول وضعية الذكاء الاصطناعي بالمغرب

لقد كان المغرب البلد الأفريقي الأول الذي أطلق مبادرة حكومة المعطيات المفتوحة سنة 2011 من خلال إطلاق البوابة الإلكترونية [www.data.gov.ma](http://www.data.gov.ma).

وقد أشار المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، في تقريره المعنون بـ «المعطيات المفتوحة، تحرير المعطيات العمومية في خدمة النمو والمعرفة»، إلى أهمية الحق في الولوج إلى المعلومة، وكذلك أهمية فتح المعطيات العمومية، بما يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمرتفقين. بعد ذلك، دخل القانون رقم 31.13 المتعلق بالحق في الحصول على المعلومات حيز التنفيذ بشكل كلي في مارس 2020 كما تم إطلاق بوابة [chafafiya.ma](http://chafafiya.ma) لمعالجة طلبات المواطنين والمواطنات والأشخاص الأجانب المقيمين بالمغرب للولوج إلى المعلومة.

تجدر الإشارة إلى أن القطاع الحكومي المكلف بالتعليم العالي والبحث العلمي والقطاع الحكومي المكلف بالتجارة والصناعة، قد أطلقا، سنة 2019 من خلال المركز الوطني للبحث العلمي والتقني ووكالة التنمية الرقمية، برنامج «الخوارزمي»، الخاص بدعم البحث في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته. وفي هذا الشأن، تم اختيار 45 مشروعا في مجال الذكاء الاصطناعي والمعطيات الضخمة من مجموع بلغ 251 معطى.

ووعيا منها بأهمية الرفع من القدرات وتجويد الموارد، من خلال توظيف تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي، شرعت العديد من البلدان في تخصيص ميزانيات ضخمة في هذا المجال ك:

المملكة العربية السعودية التي خصصت حوالي 20 مليار دولار بحلول 2030 ،  
وألمانيا التي خصصت حوالي 3 مليار يورو بحلول 2025، وفرنسا خصصت حوالي 1 مليار يورو  
للفترة 2022-2018، والدنمارك حوالي 160 مليون دولار بحلول سنة 2025 .

وحسب «تقرير مؤشر الذكاء الاصطناعي 2021» فإن المغرب لا ينتمي إلى البلدان التي  
اعتمدت استراتيجية تتعلق بتطوير الذكاء الاصطناعي، على غرار تونس وكينيا مثالا على  
مستوى القارة الإفريقية. ولتدارك هذا الأمر، فإن وكالة التنمية الرقمية تعمل على إعداد مشروع  
«خارطة طريق وطنية للذكاء الاصطناعي»، غير أن هذا الورش الذي يعد أحد المشاريع ذات  
الأولوية بالنسبة للوكالة، لا يزال في مرحلة الدراسة<sup>1</sup>.

### المحور الثاني: حوكمة الرقمية او الحكامة الرقمية

بفضل التطورات المستمرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت الرقمنة اليوم  
حاضرة في مختلف قطاعات النشاط البشري، وأضحت بالتالي بمثابة محرك لعولمة المبادلات  
بمختلف أنواعها.

وقد ظهرت مجموعات كبيرة على الصعيد الدولي تتمحور انشطتها حول الرقمنة والتكنولوجيات  
الرقمية، وذلك عبر توفير خدمات ومنتجات ومنصات، إلى درجة وصولها إلى تحقيق حجم  
مهم في سوق الاسهم، بل إلى حد تجاوزها لمجموعات اقتصادية كبرى في القطاعات  
الصناعية. والجدير بالذكر أن بعض هذه المجموعات لم يكن له وجود قبل عشرين سنة،  
كما أن جائحة كوفيد-19 التي أصابت البشرية جمعاء، كرسست قوة هؤلاء الفاعلين في مجال  
الثورة الرقمية.

وقد وضعت بلادنا عددا من الاستراتيجيات والبرامج من أجل تسريع وتيرة التحول الرقمي،  
على غرار «المغرب الرقمي 2013 و 2020 و 2030»، كما تم إحداث هيئات ذات صلة بتنفيذ  
هذه الاستراتيجيات، منها وكالة التنمية الرقمية واللجنة الوطنية لمراقبة حماية المعطيات  
ذات الطابع الشخصي كآلية لمواكبة التحول الرقمي. وفي سياق هذه الدينامية، تم إحداث بوابة  
IDARATI المخصصة للمساطر الإدارية، وأداء الضرائب والرسوم عبر الإنترنت ك: الضريبة  
السنوية على السيارات، الضريبة على الدخل، الضريبة على الشركات، الضريبة على القيمة  
المضافة، وغير ذلك، والشبكات الوحيد PortNet، وتتبع خدمات نظام «راميد»، والبوابة الوطنية  
للشكايات Chikaya ومنصة TELMIDTICE» للتعليم عن بعد ومكتب الضبط الرقمي،  
وغيرها من الإجراءات التي تندرج في إطار الخدمات العمومية الرقمية.

<sup>1</sup> نحو تحول رقمي مسؤول ومدمج: تقرير رأي اعده المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بإحالة ذاتية رقم 2021/52 ، على  
الموقع الإلكتروني: www.cese.ma

ومع ذلك، وعلى الرغم من هذا التقدم المحرز، ثمة فجوة رقمية ملموسة في العديد من القطاعات ومناحي الحياة. وقد احتلت بلادنا المرتبة 128 من بين 193 بلدا على صعيد «مؤشر تنمية الحكومة الإلكترونية»، خلال سنة 2022. اما في تقريره لسنة 2023 احتل المغرب المرتبة 58 من بين 66 دولة شملها المؤشر.

وهناك العديد من مكامن الضعف التي يمكن أن تفسر هذه الوضعية، ومنها على وجه الخصوص: تسجيل تأخر في تنفيذ الاستراتيجيات السابقة المعتمدة من أجل تحقيق التحول الرقمي في عدة قطاعات مثل الإدارة والصحة والتعليم؛

تسجيل بطء في إحداث التحول الرقمي الهيكلي لمختلف قطاعات الصناعة؛ ضعف إنتاج محتوى رقمي وطني، ثقافي وتعليمي، مما يجبر المستعمل المغربي على استهلاك منتجات قادمة بشكل أساسي من الخارج؛ غياب فاعلين تكنولوجيين محليين؛

غياب سياسة واضحة في حكمة المعطيات العمومية، وخارطة طريق وطنية للذكاء الاصطناعي. من هذا المنطلق، ينبغي بلورة رؤية خاصة بالتحول الرقمي تروم اعتماد نمط حكمة ملائم لتعبئة الفاعلين المعنيين ومضافة جهودهم، وتقليص الفجوة الرقمية الحالية، وتحديث مرافق الدولة، وتسريع التحول الرقمي للمقاومات وتفعيل الصناعة الرقمية.

### المحور الثالث: الحماية القانونية لعملية التجارة الإلكترونية عبر القنوات الرقمية

يعيش العالم اليوم ثورة معلوماتية لم يشهدها من قبل وذلك نظرا للتطور الهائل الذي عرفته وسائل التواصل والاتصال، ولعل أبرز مجال تأثر بهذه الثورة المعلوماتية هو المجال التجاري أو الاقتصادي عموما، فمعظم المعاملات التجارية أصبحت تجرى الآن عن بعد فأصبحنا أمام ما يسمى بعولمة المعاملات التجارية.

### الفقرة الاولى: مفهوم التجارة الإلكترونية

لقد تعددت التعاريف المقدمة لمفهوم التجارة الإلكترونية، فلم يتم الاتفاق على تعريف واحد لهذا المفهوم، لذلك سنكتفي باستعراض البعض منها التي تناسب توجهات البحث

### اولا: مفهوم الفقهي الاصطلاحي للتجارة الإلكترونية

قد تعددت التعاريف الفقهية المعطاة لمفهوم التجارة الإلكترونية، فقد ذهب بعض الفقه إلى اعتبارها تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين بائع ومشتري، وتتمثل في عقود الصفقات وتسويق

- المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت، وذلك دون حاجة لانقال الطرفين أو لقاءهما، فيتم التوقيع إلكترونياً على العقد.
- ومن التعريفات التي تتسم بالشمول: القول بأنها «تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، ويشمل ذلك:
- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات.
  - المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
  - علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع.
  - التفاوض على إبرام الصفقات.
  - عقد الصفقات و إبرام العقود.
  - سداد الالتزامات المالية و دفعها.
  - عمليات توزيع وتسليم السلع.
  - تبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك: كتالوجات الأسعار - الاستعلام عن السلع - الفواتير الإلكترونية - التعاملات المصرفية»<sup>2</sup>.

ثانياً : التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

لقد اكتفى القانون الجنائي المغربي بالإشارة لهذا النوع من المبادلات التجارية في المادة 25 من القانون رقم 831.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك بتعريف ثلاث مفاهيم لها ارتباط وثيق بمجال التبادل الإلكتروني بين البائع (المهني) والمشتري (المستهلك) ألا وهي تقنية التواصل عن بعد حيث؛ اعتبرها كل وسيلة تستعمل لإبرام العقد بين المورد والمستهلك بدون حضورهما شخصياً.

أما المفهوم الثاني فهو يعتبر أنه كل شخص طبيعي أو معنوي، تابع للقطاع العام أو الخاص يرتكز نشاطه المهني على وضع تقنية أو عدة تقنيات للاتصال عن بعد تحت تصرف المورد.

أما المفهوم الأخير الذي أتى المشرع على تعريفه في هذا الفصل فهو مفهوم "التاجر السيبراني" الذي «اعتبره كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاط مهني أو تجاري باستعمال شبكة الأنترنت».

الفقرة الثانية : القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في التشريع المغربي

ساهم التطور التكنولوجي في مجال المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة في التأثير على المؤسسات القانونية بسبب ظهور مفاهيم جديدة اثرت بشكل ايجابي على التشريعات الدولية والوطنية منها مصطلح او مفهوم التجارة الإلكترونية، الذي فرض نفسه في الساحة القانونية.

<sup>2</sup> رأفت رضوان :عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999 ص 16/15/14

يقوم هذا المفهوم على أساس عرض البضائع والخدمات والقيام بإجراءات البيع والشراء من خلال شبكة الأنترنت. ومما خلق لنا المحلات التجارية الافتراضية مرفوق بأنشطة التزويد والخدمات المالية والبنكية الإلكترونية، بل تطور الأمر إلى تدفق المعلومات وبيعها وشراؤها، وزاحمت في ذلك العمليات التقليدية التعاقدية (البيع والشراء).

وساير المغرب التطورات في هذا مجال عن طريق توفير ترسانة قانونية ملائمة لعصر النهضة المعلوماتية تمثلت في صدور قانون 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، يليه مجموعة من القوانين الاخرى الداعمة وقرارات وزارية تساندها.

#### اولا: قانون المنظم للتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية رقم 53.05

لقد أظهر المشرع المغربي إصرار نحو تبني استراتيجية سليمة في التعامل مع تحديات القانون في عصر التقانة، وقد صدر عنه مجموعة من التشريعات ذات الصلة الوثيقة بالمعاملات الإلكترونية، من أهمها القانون 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية.

#### المحركات المعدة بشكل إلكتروني أو الموجهة بطريقة إلكترونية

لقد نصت المادة الأولى من القانون 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية على أنه «يحدد هذا القانون النظام المطبق على المعطيات القانونية التي يتم تبادلها بطريقة إلكترونية وعلى المعادلة بين الوثائق المحررة على الورق، وتلك المعدة على دعامة إلكترونية، وعلى التوقيع الإلكتروني.

كما يحدد الإطار القانوني المطبق على العمليات المنجزة من قبل مقدمي خدمات المصادقة الإلكترونية وكذا القواعد الواجب التقيد بها من لدن مقدمي الخدمة المذكورين ومن لدن الحاصلين على الشهادات الإلكترونية المسلمة».

إن من أهم المقتضيات التي جاء بها القانون 53.05 هو توفير إطار قانوني لتبادل المعطيات بشكل إلكتروني، حيث؛ تم إحداثه نتيجة التطور الذي عرفته وسائل الاتصال الحديثة، وخاصة الأنترنت الذي يعد اليوم أهم وسيلة اتصال إلكترونية جد متطورة يمكن بواسطتها إرسال عدد من المعطيات والبيانات والصور والأرقام وتبادل المعطيات دون تدوينها على الورق وقد وجدت هذه الوسيلة الحديثة في الاتصال مجالها الخصب في التبادل التجاري وفي التعاقد بالبيع والشراء وتحويل الأموال بالإضافة إلى الأنترنت، إذ أصبح بالإمكان الاستغناء عن الورق واللجوء إلى التوثيق الإلكتروني أي توثيق وكتابة الرسائل والبيانات والخطابات على حوامل إلكترونية<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> موسى بن داوود: النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، مقال الكتروني، مجلة مغرب القانون، بتاريخ: 10 اغسطس 2018، تاريخ الدخول للموقع: 2023/12/09

## العرض أو الإيجاب الإلكتروني

أطلقت معظم القوانين على الإيجاب اسم "العرض" وهو مصطلح اقتصادي يقابله مفهوم "الطلب" واشترطت في هذا العرض أن يأتي باتا وواضحا ومتضمنا العناصر الجوهرية لعقد البيع حتى تكون بصدد عقد بيع عبر الأنترنت وإلا فإنه ليس إلا دعوة إلى التعاقد. وعلى خلاف العرض الموجه إلى شخص محدد أثارت مسألة العرض الموجه إلى الجمهور اختلافا فقهيما فيما إذا كان إيجابا أم مجرد دعوة للتعاقد، كما تم التأكيد على أن تكون مجموعة البيانات المطروحة عبر الأنترنت كاشفة عن طبيعته وصحيحة وواضحة ليستطيع المستهلك التعامل معها بسهولة. ويستند أصحاب هذا الاتجاه على المقتضيات التي جاءت بها اتفاقية الأمم المتحدة (2/14) التي نصت على: «إن العرض الذي يوجه إلى شخص أو أشخاص غير معينين لا يعتبر إلا دعوة إلى الإيجاب ما لم يكن الشخص الذي صدر عنه العرض قد أبان بوضوح عن اتجاه قصد إلى خلاف ذلك».

وبما ورد في العقد النموذجي المقترح من لجنة اليونسترال في الفقرة 1-2-3 بقولها: «لا يعتبر إيجابا الرسالة المتاحة إلكترونيا ما لم يشر إلى غير ذلك»<sup>4</sup> ونظرا لطبيعة التجارة الإلكترونية والفضاء الإلكتروني الذي تتم من خلاله، مع إدراجه من الناحية التشريعية ضمن طائفة العقود التي تبرم عن بعد، فإن الإيجاب يجب أن يتم تعريفه ضمن هذه الخاصة.

ومن هذه التعريفات ما جاء به التوجه الأوروبي الخاص بحماية المستهلكين، حيث عرف الإيجاب بأنه «كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة، بحيث يستطيع المرسل إليه من أن يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان»<sup>5</sup>.

وحتى يكون الإيجاب صحيحا من الناحية القانونية فقد ألزم المشرع المغربي الموجب أن يوضح للمستهلك الذي سيتم التعاقد معه من خلال الفصل 65-4 من قانون الالتزامات والعقود مجموعة من البيانات لتبصيره بخصوص السلعة أو الخدمات المراد التعاقد بشأنها. وتجدر الإشارة ان الموجب يبقى ملتزما بإيجابه خلال المدة المحددة في الإيجاب، وفي حالة عدم تحديدها يظل ملتزما بإيجابه ما دام أن ولوج العرض متيسرا بطريقة إلكترونية بفعل الموجب نفسه وهذا ما تمت الإشارة إليه في الفصل 65-4 من قانون الالتزامات والعقود<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> جميلة العماري: الوجيز في عقد البيع، مطبعة السليبي اخوين، طنجة، طبعة 2013 ، ص33

<sup>5</sup> محمد ابراهيم ابو الهيجاء: عقود التجارة الإلكترونية، مطبعة دار الثقافة، طبعة 2011، ص81

<sup>6</sup> جميلة العماري مرجع سابق ص 35

## القبول الإلكتروني

إذا كان القبول في العقد التقليدي يتم بشكل مباشر، ونهائي في مجلس العقد، أو بشكل غير مباشر، ونهائي عن طريق ما يعرف بمجلس العقد الحكمي، فإن الأمر خلاف ذلك كلما تحدثنا عن الإيجاب الإلكتروني بحيث لا يصبح نهائياً إلا إذا استوفى مرحلتين اثنتين: الأولى يعبر فيها الزبون عن رغبته في التعاقد، والثانية يؤكد فيها هذا الأخير الإذن الصادر عنه بعد تحققه من ثلاثة أمور رئيسية<sup>7</sup> ويتعلق الأمر ب:

- 1 - تفاصيل إذنه
- 2 - السعر الإجمالي
- 3 - الأخطاء المحتملة

ولكي ينعقد العقد بطريقة إلكترونية صحيحة لا يكفي الإعلان عن القبول وإنما لا بد من تصديره وهذا ما أشار إليه الفصل 65-5 من قانون المعطيات القانونية 53.05 أي إرساله إلى الموجب وذلك عن طريق تأكيد الموجب للأمر بواسطة النقر مرة ثانية<sup>8</sup>.

## الإثبات في المحررات الإلكترونية

نص المشرع المغربي في المادة 1/417 من القانون 53.05 على أن المحرر الإلكتروني يقبل كحجة على غرار المحرر المنشأ على دعامة ورقية، وهو نفس الاتجاه الذي أخذ به القانون الفرنسي<sup>9</sup>، والقانون النموذجي للتجارة الإلكترونية، من خلال ذلك يتضح أن المشرع المغربي قد أعاد تعريف الدليل الإلكتروني ولم يجعله مرتبطاً بدعامته وجعله مستقلاً عنها. ويسمح هذا القانون بإدماج الوثائق الإلكترونية كيفما كانت التكنولوجيا المستعملة، وهو ما يسمى بالحياد التكنولوجي، كما جعل قبول المحرر الإلكتروني كوسيلة إثبات خاضعا لشرطين، فمن جهة يجب التأكد من هوية الشخص الذي صدرت عنه، ومن جهة أخرى تكون معدة ومحفوظة وفق شروط من شأنها ضمان تماميه<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> وهذا ما تطرق إليه المشرع في المادة 65.5 في فقرتها الأولى: " يشترط لصحة إبرام العقد أن يكون من أرسل العرض إليه قد تمكن من التحقق من تفاصيل الإذن الصادر عنه ومن السعر الإجمالي ومن تصحيح الأخطاء المحتملة، وذلك قبل تأكيد الإذن المذكور لأجل التعبير عن قبوله ".

<sup>8</sup> جميلة العماري مرجع سابق ص 37

<sup>9</sup> المادة 3/1316 من القانون المدني الفرنسي

<sup>10</sup> زينب بنعومر - الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية في التشريع المغربي - عرض في إطار التكوين المستمر بمحكمة الاستئناف التجارية بمراكش في 27-1-2011 - ص 7

## النظام القانوني المطبق على التوقيع الإلكتروني المؤمن والتشفير والمصادقة الإلكترونية

### التوقيع الإلكتروني:

بالرجوع إلى نص المادة الثانية في فقرتها الأولى من قانون الأونسترال النموذجي للتوقيعات الإلكترونية الصادر عن الأمم المتحدة<sup>11</sup> نجدها تعرف التوقيع الإلكتروني بأنه «البيانات الإلكترونية الموجودة في رسائل البيانات والمرتبطة منطقيا بها والتي تستخدم للتحقق من شخصية الموقع في إطار هذه الرسائل وتشير إلى قبوله المعلومات التي تتضمنها»

وقد سارت التشريعات الوطنية المنظمة للتوقيع الإلكتروني على نهج قانون الأمم المتحدة في تعريف التوقيع الإلكتروني، سيما وأن مدلول التعريف يترتب عليه آثار قانونية محددة حسب التشريع الوطني وإن كان ليس بالضرورة أن تتوحد هذه التعريفات بين بلدان العالم، وهي مسألة نبه إليها القانون النموذجي المشار إليه أعلاه حيث لم يترتب آثار قانونية على التفرقة بين تقنية وأخرى أو بين شكل وآخر من أشكال التوقيع الإلكتروني وإنما العبارة بتوافر شروط الثقة أو المصادقية في ذلك التوقيع على نحو يوفر حجية تماما مثل حجية التوقيع الكتابي.

ومما تجدر الإشارة إليه أن تعريف التوقيع الإلكتروني في التشريعات الوطنية المنظمة له والمنظمة للتجارة الإلكترونية واحد تقريبا مع اختلاف الألفاظ لكن مع وحدة المضمون، فقد اختلفت الأساليب، التي يتم وضعها للتعريف دون أي تغيير في مضمونه ذاته وهو ما يعني أن التوقيع الإلكتروني لم ينم الاختلاف على تعريفه في جميع التشريعات لتنظيمه وتقنيته.

فعلى سبيل المثال جاء تعريف التوقيع الإلكتروني في المادة 1316 في فقرتها الرابعة من القانون المدني الفرنسي المعدل بقانون رقم 2000-230 بتاريخ 13 مارس 2000 المتعلق بالإثبات بأنه «التوقيع ضروري لاكتمال التصرف القانوني الذي يجب أن يميز هوية صاحبه كما يعبر عن رضى الأطراف بالالتزامات الناشئة عنه...وإذا ما تم التوقيع في شكل إلكتروني وجب استخدام طريقة موثوق بها لتمييز هوية صاحبه واتجاه إرادته للالتزام بالعمل القانوني المقصود»<sup>12</sup>

أما بخصوص المشرع المغربي رغم إدخاله التعديلات الجديدة على قانون الالتزامات والعقود وخصوصا قواعد الإثبات، إلا أنه لم يقد بتعريف التوقيع الإلكتروني مكثفيا بذكر شروط التوقيع العادي<sup>13</sup> والتوقيع الإلكتروني<sup>14</sup> والتوقيع الإلكتروني المؤمن<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> صدر هذا القانون عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي عام 2001 ويسمى قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية.

<sup>12</sup> ضياء علي نعمان - المسؤولية المدنية الناتجة عن الوفاء الإلكتروني بالبطائق البنكية - مطبعة الداوديات - مراكش - الطبعة الأولى 2010 - ص: 78

<sup>13</sup> أنظر الفقرة الأولى من الفصل 2/417 من ق ل ع والمتم بموجب المادة 4 من القانون رقم 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية

## التشفير

يقصد بعملية التشفير؛ التغيير في البيانات بحيث لا يستطيع قراءتها سوى الشخص المستقبل وحده باستخدام مفتاح فك التشفير من هنا تظهر العلاقة بين التوقيع الرقمي والتشفير فالتوقيع الرقمي هو ختم رقمي مشفر يتضمن عدم تعرض الرسالة للتعديل والاختراق وتستخدم التوقيعات الإلكترونية ما يعرف بنظام شفرة المفتاح الشفري العام والذي يستخدم منها مستعينا بمفتاحين مختلفين ولكنهما مترابطان حسابيا واحدا لتحويل البيانات إلى أشكال تبدو وكأنها لا يمكن فهمها والمفتاح الآخر للثبوت من صحة التوقيع الإلكتروني وإعادة الرسالة إلى شكلها الأصلي وهو ما يسمى بنظام التشفير اللاتماثلي **Asymmetric**.

ولم يعرف المشرع المغربي التشفير ولكن تحدث عن وظائفه ووسائله وعرف خدمته تعريفا موجزا في المادة 12 بقوله أنها «عملية تهدف إلى استخدام وسائل التشفير لحساب الغير فهي خدمة تقدمها بحجة معينة حددها القانون لفائدة جهة أخرى مستفيدة من تلك الخدمة»<sup>16</sup>.

## المصادقة الإلكترونية

تعتبر مرحلة التصديق على التوقيع الإلكتروني أهم مرحلة في إبرام العقد الإلكتروني على اعتبار أن لها دور في إثبات انعقاد العقد، والتأكد من صحة ما ورد به من بيانات<sup>17</sup>. وقد حدد القانون 53.05 جهات المصادقة الإلكترونية في المادة 15 حيث نص على أنه «يعهد إلى السلطة الوطنية المكلفة باعتماد ومراقبة المصادقة الإلكترونية المسماة بعده السلطة الوطنية...».

## الفقرة الثالثة: إدماج التجارة الإلكترونية في بعض القوانين والقرارات الوزارية

لقد وضع المشرع المغربي مقتضيات واليات قانونية تساعد في حماية وفهم طبيعة العقود الإلكترونية، لذلك نجده عزز قانون 53.05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية والمنظم في بعض جوانبه للتجارة الإلكترونية بقوانين أخرى وقرارات وزارية تم اصدارها تخص هذا الشأن.

## اولا: القوانين المعززة لمنظومة للتجارة الإلكترونية

لقد سعى المشرع المغربي من خلال بعض التشريعات أن يبرهن باللموس أنه مصر على الانتقال من مرحلة التعامل الورقي إلى مرحلة التعامل الإلكتروني وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على حرص المشرع على تهيئة بيئة قانونية ملائمة للتطورات التقنية في المعاملات الإلكترونية<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> الفقرة الأخيرة من الفصل 2/417 من ق ل ع المغربي

<sup>15</sup> انظر نص الفصل 3/417 من ق ل ع، الفقرة الأخيرة من نص الفصل 426 من ق ل ع، والمواد 6 الى 11 من القانون 53.05

<sup>16</sup> زينب بنعومر: مرجع سابق - ص: 33

<sup>17</sup> موسى بن داوود ، مرجع سابق

<sup>18</sup> زينب بنعومر: مرجع سابق - ص: 13

### قانون حماية المستهلك 31.08

نظرا للمخاطر الكبيرة التي تتطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها لوقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات ولوقيته من شر الوقوع ضحية لنزعتة الاستهلاكية، لذلك وجب على القانون أن يتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لاستخراج الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع الضرر والخطر عن المستهلك، مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي بهدف التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك<sup>19</sup>. وهذا ما تأتى من خلال تدخل المشرع المغربي عبر قانون 31.08 وسن مجموعة من النصوص القانونية المنظمة للتجارة الإلكترونية، والتي تهدف أساسا إلى حماية المتعاقد إلكترونيا<sup>20</sup>.

### قانون رقم 43.20 المتعلق بخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية

يهدف مرسوم رقم 2-22-687 صادر في 21 من ربيع الآخر 1444 الموافق 16 نوفمبر 2022 بتطبيق القانون رقم 43-20 المتعلق بخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية الى المساعدة على ترسيخ الثقة الرقمية، كونها تعد حلا لبعض الإشكاليات المتعلقة بالمفاضلة بين الوثيقة المادية والوثيقة الإلكترونية وتشجع بالتالي على اللجوء إلى الرقمنة. وفي هذا الصدد، نجح القانون رقم 43-20 المتعلق بخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية في إعطاء زخم جديد لتطوير الخدمات والتطبيقات الرقمية، حيث أتاح هذا الإطار القانوني، علاوة على التوقيع الإلكتروني، مجموعة أخرى من الحلول (الخاتم الإلكتروني، الختم الزمني الإلكتروني، خدمة الإرسال الإلكتروني المضمن...) التي تستجيب لمختلف الحاجيات، والتي من شأنها الرفع من منسوب الثقة وتشجيع اللجوء إلى الخدمات الرقمية ونزع الطابع المادي عن العديد من المعاملات مع الحفاظ على أثرها القانوني.

كما يسعى هذا المرسوم إلى وضع إطار تنظيمي قادر على تشجيع استخدام مختلف خدمات الثقة المنصوص عليها في القانون، كما يحدد القواعد المطبقة على كل خدمة ثقة وفقا للمعايير الدولية المعمول بها، ويحدد نظام اعتماد وتصريح مقدمي خدمات الثقة، ويقوم أيضا بتسليط الضوء على كفاءات التصريحات المسبقة والتراخيص لاستيراد أو تصدير أو توريد وسائل التشفير وتحليل الشفرات وكذا تقديم الخدمات المتعلقة بها.

وترتكز الأحكام الرئيسية لهذا المرسوم، الذي أعد بالتشاور مع مختلف القطاعات الوزارية وبعض الفاعلين في القطاع الخاص حول النقاط التالية:

<sup>19</sup> إدريس النوازي : حماية عقود التجارة الإلكترونية في القانون المغربي – المطبعة والوراقة الوطنية – مراكش – الطبعة الأولى

2010 – ص: 55

<sup>20</sup> موسى بن داوود مرجع سابق

### السلطة الوطنية لخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية:

تعين المديرية العامة للأمن نظم المعلومات التابعة لإدارة الدفاع الوطني بموجب المرسوم بصفتها السلطة الوطنية لخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية.

### القواعد المطبقة على خدمات الثقة:

يحدد المرسوم لائحة المعطيات والمعلومات الواجب إدراجها في شهادات التوقيع الإلكتروني أو الخاتم الإلكتروني المؤهلة، أو خدمات الثقة الأخرى المسلمة من مقدم خدمات ثقة معتمد، كما حرص على التنصيص على بعض الأحكام المطبقة على خدمة الإرسال الإلكتروني المضمون.

### شهادات المطابقة لآليات إنشاء التوقيع الإلكتروني أو الخاتم الإلكتروني:

وفقا لأحكام القانون رقم 20-43، يقصد بآلية إنشاء التوقيع الإلكتروني أو الخاتم الإلكتروني المؤهلة كل آلية مصادق عليها بشهادة مطابقة مسلمة من طرف السلطة الوطنية والتي تضمن مطابقة الآلية المعنية للمتطلبات التقنية والأمنية المنصوص عليها في القانون السالف الذكر رقم 20-43. وفي هذا السياق، يحدد المرسوم مكونات ملف طلب شهادة المطابقة وكذا كفاءات إيداعه لدى المديرية العامة للأمن نظم المعلومات، كما يحدد أيضا مدة صلاحية الشهادة والأحكام المطبقة على تجديدها أو توقيف العمل بها مؤقتا.

### النظم المتعلقة بتصريح واعتماد مقدمي خدمات الثقة:

يؤكد المرسوم على ضرورة تطوير منظومة فعالة لمقدمي خدمات الثقة عبر رفع عدد الفاعلين وتشجيع الابتكار، ولهذا الغرض، ينص هذا المرسوم على أن كل مقدم خدمات ثقة يرغب في الحصول على الاعتماد، يجب أن يوجه طلبه إلى المديرية العامة للأمن نظم المعلومات. كما يحدد محتوى الملف الذي يجب تقديمه للحصول على الاعتماد من طرف السلطة الوطنية. ولمنح الاعتماد، يخضع مقدم خدمات الثقة طالب الاعتماد إلى مراقبة مطابقة خدمات الثقة المعنية، إلى أحكام القانون رقم 20-43 والنصوص المتخذة لتطبيقه وكذا قواعد الأمن المحددة في مراجع المتطلبات المطبقة على خدمات الثقة المذكورة. وفيما يتعلق بنظام التصريح الخاص بمقدمي الخدمات التي لا تدخل ضمن خانة خدمات الثقة المؤهلة، يحدد المرسوم أيضا محتوى الملفات التي يجب إرسالها لاستكمال إجراءات التصريح.

### وسائل وخدمات التشفير وتحليل الشفرات:

يتميز القانون رقم 20-43 بين نظامي التصريح المسبق أو الترخيص اللذان يخضع لهما استيراد وسائل التشفير وتحليل الشفرات أو تصديرها أو توريدها، وكذا تقديم خدمات التشفير وتحليل الشفرات، وتحقيقا لهذه الغاية، يحدد المرسوم، في كلتا الحالتين، محتوى الملفات المقدمة وكفاءات إيداعها، كما يحدد لائحة أنواع هذه الوسائل والخدمات المعفاة من أي تصريح مسبق أو ترخيص.

وأخيراً، تجدر الإشارة إلى أن كفيات تطبيق المادتين 78 و79 من القانون رقم 20-43 المتعلقة بالضمانات الشخصية والعينية وبالحقوق العينية ستحدد بقرارات للسلطات الحكومية المختصة.<sup>21</sup>

### القانون 07.03 المتعلق بالإخلال بنظم سير المعالجة الآلية للمعطيات

إن ظهور الجريمة المعلوماتية لبرامج الحاسوب جعل القضاء في غياب أي تشريع خاص محاولة تطويع قواعد القانون الجنائي التقليدي الشيء الذي أثار جدل من حيث اختلاف الآراء فقها وقضاء بين مؤيد ومعارض فخرج للوجود قانون 07.03، وبموجبه عاقب المشرع المغربي في الفصل 607.3 كل من دخل إلى مجموعة أو بعض نظم المعالجة الآلية للمعطيات عن طريق الاحتيال تماشياً مع التوجه الفرنسي من خلال المادة 323 الفقرة الأولى منه، خلافاً للمشرع الأمريكي والإنجليزي اللذان اعتبرا جرماً من دخل نظام المعالجة بطريقة غير مشروعة حيث ربط الدخول بسوء نية المقترف.

وشدد العقوبة أكثر من خلال الفصل 607.6 كل من أخذ معطيات في نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو أنقلها أو حذفها منه أو غير المعطيات المدرجة فيه أو غير طريقة إرسالها عن طريق الاحتيال.

وعلى كل يجب تأمين البيانات والمعلومات الشخصية عند الاتصال فيما بين أطراف العلاقة التعاقدية وعدم السماح للأخرين بالاطلاع عليها. وإن تردد العملاء في استخدام شبكة الأنترنت قد يؤثر سلباً على التجارة الإلكترونية بسبب عدم توفر الأمان في تداول البيانات بدرجة كافية. وفي هذا الصدد جاء في حكم قضائي جنحي إبتدائي تلبسي (إبتدائية مراكش حكم غير منشور) عدد 3221 بتاريخ 2005/11/15 «وحيث أخفى الظنين ملفاً به وثائق مزورة عند المسمى (ل.ذ) دون أن يطلع على فحواها وأضاف أنه تعرف على الأجنبية عن طريق الأنترنت وصار يلتقي بها ووعدها أنه سيبحث لها عن شغل بثمن باهض بإحدى الشركات التي يديرها، ويقوم باستنساخ بعض الوثائق الخاصة بالشركة التي يعمل بها باسمه ولصالحه تستعمل في عملية التزوير كما قام بتزوير شواهد البكالوريا وشواهد جامعية في اسمه الحقيقي واستعملها في ملفاته الطبية. وحيث أنه قام بتزوير بطاقة تعريف وطنية ووضع بها صورته واستعملها في فتح حسابات بنكية واخرط بها باتصالات المغرب وميديتل الشيء الذي أوقع الشركة في الخطأ أضرت بمصالحها المالية»<sup>22</sup>

<sup>21</sup> مرسوم رقم 2.22.687 صادر في 21 من ربيع الآخر 1444 (16 نوفمبر 2022) بتطبيق القانون رقم 43.20 المتعلق بخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد 7160-19 جمادى الآخرة 1444 الموافق 12 يناير 2023 .

<sup>22</sup> إدريس النوازلي : حماية عقود التجارة الإلكترونية في القانون المغربي ، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، الطبعة الأولى 2010، ص147

## القانون 09.08 المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين

أما القانون 09.08 المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين اتجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، يثير مجموعة من الإشكالات خاصة تلك المتعلقة بحماية المتعاقد إلكترونيًا من الاطلاع على بياناته الإسمية أو الشخصية التي يقدمها قبل أو أثناء عملية التعاقد، وقد سار المشرع المغربي مع التوجه التشريعي للعديد من الدول التي تهدف إلى تحقيق حماية فعالة للبيانات الشخصية، وتبدوا أهمية هذا القانون - 08.09 - في كونه سيساهم بقوة في تقوية ثقة المتعاقد المغربي في المعاملات الإلكترونية، وسيشكل هذا التشريع أداة هامة لحماية الحياة الخاصة والبيانات الشخصية للمواطن المغربي خصوصًا في مجال المعلومات<sup>23</sup>.

### مدونة الجمارك

من خلال ما ورد بالفصل الأول<sup>24</sup> من مدونة الجمارك حاول المشرع المغربي أن يعطي للوثيقة أو المحرر مفهومًا يتناسب مع المجتمع الرقمي. ويظهر من خلاله أن المشرع كرس مفهومًا جديدًا يستجيب للمتطلبات الراهنة وفي هذا الإطار جاء الفصل 203 من نفس القانون<sup>25</sup> ينظم طريقة إيداع التصاريح وأوراق الطريق والإبراءات المكفولة والأوراق المتعلقة بها بكيفية إلكترونية و معلوماتية<sup>26</sup>.

### ثانيا: القرارات الوزارية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

#### قرار وزير الإقتصاد والمالية

صدر القرار رقم 1214.08 المحدد لشروط مسطرة الإقرار، والأداء الإلكتروني للضريبة على الشركات في 13 رجب 1429 الموافق ل 17 يوليوز 2008، فمن خلاله يتضح بأن الخاضع للضريبة يمكن له إيداع الإقرارات، والأداءات المنصوص عليها في الضريبة على الشركات لدى مديرية الضرائب بطريقة إلكترونية، وذلك عن طريق تقديم طلب الانخراط في الخدمة الإلكترونية للإقرار، والأداء الإلكتروني لدى إحدى المؤسسات البنكية التي أبرمت اتفاقية لهذا الغرض مع مديرية الضرائب. حيث تصدر هذه الأخيرة شهادات إلكترونية للإقرار، والأداء والتي يجب أن تحمل توقيعًا إلكترونيًا يقوم به الخاضع للضريبة، وعند توصل هؤلاء بوصولات، وإشعارات عليهم

<sup>23</sup> موسى بن داوود مرجع سابق

<sup>24</sup> ينص الفصل الأول من مدونة الجمارك " يقصد في هذه المدونة والنصوص المتخذة لتطبيقها من : ..... د : الوثيقة كل حامل يتضمن مجموعة من المعطيات أو المعلومات كيفما كانت نوعية الطريقة التقنية المستعملة مثل الورق و الاشرطة المغنطة و الاسطوانات و الاسطوانات اللينة و الأفلام الدقيقة "

<sup>25</sup> ينص الفصل 230 من مدونة الجمارك على أنه " في مكاتب الجمرک المجهزة بالنظم المعلوماتية للاستخلاص الجمركي مباشر بطريقة إلكترونية أو معلوماتية طريقة إيداع التصاريح المفصلة و الموجزة و سندات الاعفاء مقابل كفالة و يمكن بإذن من الإدارة أن يباشر بطريقة معلوماتية أو إلكترونية إيداع الوثائق المرفقة بالتصريحات المفصلة و الموجزة و سندات الاعفاء مقابل كفالة "

<sup>26</sup> زينب بنعومر: مرجع سابق ، ص: 13.

القيام بالإقرارات، وأداءات داخل الأجل النصوص عليه في القانون، وإذا تعذر الولوج داخل الأجل توجب عليهم القيام بواجباتهم الضريبية بالوسائل المعتادة<sup>27</sup>

### قرار لوزير الصناعة والتجارة والتكنولوجيا الحديثة

هذا القرار صدر في 5 ربيع الثاني 1431 الموافق ل 22 مارس 2010 يتعلق باعتماد الأشخاص الذين لا يتوفرون على الاعتماد بصفتهم مقدمي خدمات المصادقة الإلكترونية، والذين يرغبون في توريد خدمات التشفير الخاضعة للترخيص، فمن خلال اطلعنا على هذا القرار يتبين لنا أن التشفير يهدف بالخصوص إلى ضمان سلامة تبادل المعطيات القانونية بطريقة إلكترونية، أو تخزينها بكيفية تمكن من ضمان سريتها، ومصداقيتها، ومراقبة تمامها.<sup>28</sup>

### المحور الرابع: البرامج الوطنية لرقمنة العمل الإداري بالمغرب

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال إحدى وسائل تحديث وعصرنة الإدارة المغربية، لذلك يراهن عليها العديد من المهتمين في إعادة ترتيب الهيكل الإداري وترسيخ الديمقراطية الإدارية، خصوصا في ظل التحديات التي أصبحت مطروحة بحدّة على الإدارة باعتبارها قاطرة تقود مسلسل التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. فإدخال المعلومات الى الإدارة يساهم في تحسين جودة الخدمات الإدارية وكذا الرفع من مستوى التواصل الإداري من اجل تحقيق الشافية والحد من البيروقراطية واشباع حاجيات المرتفقين .

كما ان للرقمنة او الإدارة الإلكترونية او المعلوماتية تأثير قوي على الموارد البشرية وعلى الخدمات المقدمة منهم باعتبارهم الموظفين القائمين بالخدمات داخل الإدارة وعليهم عبء الانتاجية والجودة وحسن الاداء... فبالاستعانة بالرقمنة سيتمكنون من تطوير كفاءاتهم ومهاراتهم وتثمينها.

### الفقرة الاولى: استراتيجيات رقمنة العمل الإداري بالمغرب

تشكل الاستراتيجية الوطنية لرقمنة العمل الإداري حاليا بالمغرب أساس انطلاق مسلسل الإصلاح والتحديث الإداري برمته، فهي كخيار تديري أصبحت تفتح الباب أمام إعادة هيكلة المنظومة الإدارية وتطوير عمل المؤسسات والمرافق العمومية بهدف كسب ثقة المواطنين من جهة، والتمكين من رقمنة كافة النشاطات والإجراءات والمعاملات الإدارية وتبسيطها ونقلها من إطار اليدوي إلى الإطار التقني الإلكتروني من جهة اخرى، فهي وان كانت تشكل الطريق نحو التحديث الإداري فهي تبقى القناة الأساسية في مجال تطوير الخدمات العمومية عبر تثمين الجهود التي تبذلها الإدارات العمومية لتطوير المنظومة المعلوماتية الخاصة بالإدارة وجعلها تستجيب لطموحات الأفراد. فالإدارة الإلكترونية باتت حديث العالم في القرن الحادي والعشرين لم ينتظر منها من

<sup>27</sup> قرار لوزير الاقتصاد والمالية رقم 1214.08

<sup>28</sup> موسى داوود مرجع سابق

تسهيل معاملات الأفراد بشكل يخفف عنهم عناء الانتقال بين الإدارات الحكومية بهدف تحقيق الشفافية الإدارية والمساعدة في القضاء على الفساد الإداري والاقتصاد في النفقات بشكل عام<sup>29</sup>.

#### أولاً: برنامج ادارتي

لقد جاء برنامج إدارتي في سياق الجهود المبذولة من أجل تطوير الإدارة وتقريبها من المواطنين، وأيضاً بغاية تسهيل ولوج المرتفقين إلى المرافق العمومية عن طريق تبسيط المساطر الإدارية وتطوير الخدمة العمومية بتبني مناهج تعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ حيث تم في سياق تنزيل هذا البرنامج وضع آلية للاستقبال الإلكتروني تتكون من بوابة الخدمات العمومية [www.service-public.ma](http://www.service-public.ma) والتي تشمل على المعلومات المتعلقة بالمساطر والإجراءات الإدارية، إضافة إلى إحداث مركز للاتصال والتوجيه الإداري يعنى باستقبال ومعالجة تساؤلات المرتفقين وعموم المواطنين المرتبطة بالمساطر والإجراءات الإدارية.

#### المخطط الذي بني عليه برنامج إدارتي 2010

إن اعتماد برنامج إدارتي بالمغرب جاء في السياق العام لتطوير وبناء مجتمع المعرفة والإعلام، وأيضاً في إطار تحديث وعصرنة القطاعات الإنتاجية خصوصاً الإدارات والمؤسسات العمومية وقد هدف هذا البرنامج إلى:

- سد الهوة الرقمية جهويا واجتماعيا بتطوير المحتوى الملائم، وتعميم الولوج إلى خدمات الانترنت وخدمات الاتصال بصفة عامة، وتكوين الكفاءات المهنية التي يحتاجها اقتصاد المعرفة؛
- تحسين تموقع المغرب في الساحة الدولية في مجال صناعات التكنولوجيا المرتبطة بالمعلومات والاتصال؛
- تنمية الادارة الرقمية؛
- تعميم استعمال تكنولوجيا الاتصال؛
- تطوير الصناعات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات<sup>30</sup>.

شكل هذا البرنامج خطوة أولية نحو تكريس مبادئ القرب والشفافية الإدارية والحكمة الجيدة، لتحسين جودة الخدمات العمومية التي تقدم لمواطنين، وأيضاً تحسين علاقة الإدارة بالمرتفقين، كما قام هذا البرنامج على تشجيع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال التسيير

<sup>29</sup> حازم صلاح الدين عبد الله: تعاقب جهة الإدارة عبر الشبكة الإلكترونية دراسة مقارنة الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2013، ص 55  
<sup>30</sup> الاجتماع الثالث لمجموعات العمل الثانية- الحكومة الإلكترونية وتبسيط الإجراءات الإدارية- الاستراتيجية- MAROC، دبي 13/12 مارس 2008 ، منشور بموقع [www.oeid.org/mena/governance](http://www.oeid.org/mena/governance) تاريخ الزيارة: 19/06/2017

الإداري، وعلى الخصوص إدخال المعلومات إلى الإدارة وربطها بالشبكة باستعمال تكنولوجيا المعلومات<sup>31</sup>.

### الهدف من برنامج ادارتي 2010

راعى هذا البرنامج تحقيق العديد من الأهداف الواردة خلال المناظرة الوطنية الأولى حول الإصلاح الإداري لسنة 2001؛ تتجلى في:

اعتماد ضوابط ومقاييس موحدة لمواقع الإلكترونية؛

اعتماد معايير موحدة لتقنين عملية التبادل المعلوماتي بين الإدارات وتوحيد وترتيب المسميات والمحتويات والنماذج وكذا مساطر التواصل الإداري؛

اعداد مشاريع قوانين حول التأشير الإلكترونية؛

وضع نظام قانوني وتقني كفيل بحماية الحياة الخاصة لمواطنين في استعمال أبنك المعطيات التي تتوفر عليها الإدارات؛<sup>32</sup>

### ثانيا: استراتيجية المغرب الرقمي 2013

في إطار جعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قاطرة للتنمية، وتمكين المغرب من ولوج المجتمع الرقمي العالمي تم وضع استراتيجية جديدة لمجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي "المغرب الرقمي"، امتدت خلال الفترة ما بين 2009/2013، وهدفت هذه الاستراتيجية تعميم استعمال التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وتمكين شرائح واسعة من المواطنين من الاستفادة من خدمات الإنترنت ذي الصبيب العالي، وأيضا تمكين المقاولات المغربية من خدمات رقمية تضاهي تلك المعمول بها على الصعيد الدولي، وقد تأسست هذه الاستراتيجية على مجموعة من المبادئ وانصبت على تحقيق العديد من الرهانات والأهداف.

### رهانات استراتيجية المغرب الرقمي

تتمثل الرهانات الكبرى التي جاءت بها استراتيجية المغرب الرقمي 2013 في تحويل المجتمع المغربي تدريجيا إلى مجتمع المعلومات، بهدف خلق قيمة مضافة داخل المجتمع وتحسين مستويات العيش والرفاهية الاجتماعية لمواطنين، وقد هدفت هذه الاستراتيجية تطوير الاستخدام

<sup>31</sup> ياسين الاخشيدي: الإدارة الإلكترونية للجماعات المحلية بالمغرب، بحث نيل دبلوم الماستر في القانون العام، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الخامس السويسي الرباط الموسم الجامعي 2009/2008

<sup>32</sup> التقرير العام للمناظرة الوطنية الأولى حول الإصلاح الإداري بالمغرب تحت شعار «الإدارة المغربية وتحديات 2010» وذلك بمركز الأبحاث الإدارية واستكمال الخبرة التابع للمدرسة الوطنية للإدارة بالرباط يومي 8/7 ماي 2002

الأمتل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع الميادين سواء الاقتصادية والمالية أو الإدارية<sup>33</sup>.

الرهانات بالنسبة للإدارات: إذا كان للخدمات العمومية وفعاليتها تأثير كبير على الحياة الاقتصادية والاجتماعية والمالية بالمغرب، فقد أصبح من الضروري تقديم هذه الخدمات بطريقة مندمجة وشفافة ومؤمنة حتى يتسنى بفضل تكنولوجيا المعلومات تحويل المجتمع المغربي تدريجيا إلى مجتمع للمعرفة تماشيا مع حاجيات وتطلعات المواطنين والمقاولات<sup>34</sup>.

### ثالثا: استراتيجية المغرب الرقمي 2030

أكدت المذكرة التأسيسية لمشروع قانون المالية المغربي للعام 2023، والتي وجهها رئيس الحكومة المغربية عزيز أخنوش إلى الوزارات، أن الحكومة ستعتمد في السنة المالية الجديدة إلى مواصلة التدابير الموازية، التي تتوخى تسريع الورشات المتعلقة بإصلاح الإدارة، وتبسيط المساطر؛ حيث سيتم إطلاق استراتيجية جديدة للتحويل الرقمي في أفق سنة 2030، وذلك حسب ما جاء في المذكرة التأسيسية لمشروع قانون المالية برسم السنة المالية 2023، التي وجهها رئيس الحكومة عزيز أخنوش إلى القطاعات الوزارية.

وأوضحت المذكرة أن هذه الاستراتيجية تهدف بالأساس إلى رقمنة الخدمات العمومية، ووضع أسس انبثاق اقتصاد رقمي يخلق فرص الشغل، ويؤسس لتمركز أفضل للمغرب في هذا المجال.، إضافة إلى تحفيز مناخ الأعمال وتوفير فرص العمل وتحديث المرافق العامة وتوفير الخدمات للمواطنين بطريقة فعالة وسريعة، ما من شأنه توفير الجهد والمال والوقت.

ونصت مذكرة قانون المالية للسنة القادمة 2024 على أنه سيتم العمل على مواصلة مجهود الاستثمار العمومي، خصوصا في ما يتعلق بمشاريع البنية التحتية، وتفعيل الاستراتيجيات القطاعية الطموحة التي أطلقتها المملكة، ويأتي على رأسها "الجيل الأخضر"، والتحول الصناعي، والسياحة، والصناعة التقليدية، والاقتصاد الاجتماعي، إلى جانب تشجيع الإنتاج الوطني، ودعم تنافسية الوسم "صنع في المغرب"، وتعزيز السيادة الوطنية الغذائية والصحية والطاقة<sup>35</sup>.

<sup>33</sup> عبد الحكيم زروق: التنظيم القانوني للمغرب الرقمي، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب، 2014، ص122  
<sup>34</sup> تقرير المغرب الرقمي 2013 : الاستراتيجية الوطنية لمجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي 2009/2013، البوابة الإلكترونية للمندوبية السامية للتخطيط، ص16  
<sup>35</sup> التحول الرقمي رهان المغرب في افق 2030 : مقال نشر على موقع الكرتوني ل "العرب"، بتاريخ الخميس 2022/08/11 على الرابط الكرتوني: <https://alarab.co.uk>

### الفقرة الثانية: رهانات تطوير الادارة الإلكترونية بالمغرب

تعتبر الإدارة الإلكترونية من الرهانات الأساسية للتحدي الإداري وهذا ما عبر عنه الخطاب الملكي 14 أكتوبر 2016 بقوله: "كما يتعين تعميم الإدارة الإلكترونية بطريقة مندمجة تتيح الولوج المشترك للمعلومات بين مختلف القطاعات والمرافق..."

### اولا: موقع الادارة الإلكترونية في التشريع المغربي

إن تعميم الإدارة الإلكترونية وتحقيق مختلف الأهداف المرجوة من تطبيقها يرتبط بمدى قدرة المشرع من خلال مختلف القوانين على تنظيمها ومواكبة مستجداتها. لذلك سنتطرق هنا الى احداث وكالة التنمية الرقمية بموجب قانون رقم 61.16 ، وقانون الحق في الحصول على المعلومة رقم 31.13 و القانون رقم 20-05 المتعلق بالأمن السيبراني

### وكالة التنمية الرقمية

وكالة التنمية الرقمية هي مؤسسة استراتيجية تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال المالي، ثم إحداثها بموجب القانون رقم 61.16، الصادر بالجريدة الرسمية رقم 6604 بتاريخ 14 شتنبر 2017.

تسهر هذه الوكالة، التي تخضع لوصاية السلطة الحكومية المكلفة بالاقتصاد الرقمي، على تنفيذ استراتيجية الدولة في مجال التنمية الرقمية وتشجيع نشر الوسائل الرقمية وتطوير استخدامها بين المواطنين. وتتولى هذه وكالة مجموعة من المهام التي تهدف إلى هيكلة المنظومة الرقمية والعمل على خلق فاعلين متميزين في الاقتصاد الرقمي. كما تهدف إلى تشجيع الإدارة الرقمية عبر تقريبها للمرتفقين (المواطنين والمقاولات) مع وضع الأطر المرجعية للمنتوجات والخدمات الرقمية. هذا بالإضافة إلى التقليل من الهوة الرقمية ودعم الثورة الصناعية 4.0، والقيام بإدارة التغيير للمجتمع من خلال التكوين والتحسيس. كما تعمل الوكالة على تشجيع البحث والتطوير والحث على الابتكار الاجتماعي والمقاولاتي وضمان شمول رقمي مسؤول ومستدام.

وتعتمد وكالة التنمية الرقمية مقارنة تشاركية مع كافة الاطراف المتدخلة (ممثلي القطاع العمومي، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني). كما تعمل على التنسيق والتشاور حول مختلف تحديات التحول الرقمي وتأثيره على جميع مكونات المجتمع (الإدارة، والمقولة، والمواطن)<sup>36</sup>.

<sup>36</sup> تعريف وكالة التنمية الرقمية من على بوابة وزارة الانتقال الرقمي واصلاح الادارة: <file:///C:/Users/user/Desktop>

## قانون الحق في الحصول على المعلومات

إن الحق في الحصول على المعلومة من الحقوق الأساسية والتي ضمنتها مختلف المواثيق الدولية خاصة المادة 10 من اتفاقية الأمم المتحد لمكافحة الفساد والتي ألزمت الإدارات العمومية بضرورة تمكين المواطن من الحصول على المعلومات واتخاذ التدابير الكفيلة بممارسة هذا الحق. وقد نص دستور 2011 في الفصل 27 على انه: "للمواطنات والمواطنين حق الحصول على المعلومات الموجود في حوزة الإدارات العمومية والمؤسسات المنتخبة والهيئات المكلفة بمهام المرفق العام".

وتأكيدا لهذا التوجه الدستوري صدر القانون رقم 31.13 بالجريد الرسمية بتاريخ 2018/03/12<sup>37</sup>؛ حيث ينظم الحق في الحصول على المعلومات والتي يقصد بها حسب المادة 2 من نفس القانون: المعطيات والإحصائيات المعبر عنها في شكل أرقام أو أحرف أو رسوم أو صور أو تسجيل سمعي بصري أو أي شكل آخر والمضمنة في وثائق ومستندات وتقارير ودراسات ودوريات ومناشير ومذكرات وقواعد البيانات وغيرها من الوثائق ذات الطابع العام التي تنتجها أو تتوصل بها الهيئات المعنية ف إطار مهام المرفق العام كيفما كانت الدعامة الموجود فيها ورقية أو إلكترونية أو غيرها".

### القانون رقم 20-05 المتعلق بالأمن السيبراني

يهدف القانون رقم 20-05 المتعلق بالأمن السيبراني إلى وضع مجموعة من القواعد والتدابير الأمنية الرامية إلى تعزيز أمن وصمود نظم معلومات إدارات الدولة والجماعات الترابية والمؤسسات والمقاولات العمومية وكل شخص اعتباري آخر خاضع للقانون العام وكذا البنيات التحتية ذات الأهمية الحيوية التي تتوفر على نظم معلومات حساسة.

انخرط الغرب منذ سنة 2011 تحت القيادة الرشيدة لصاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله وأيده، في مسار تطوير القدرات الوطنية لأمن نظم المعلومات وتعزيز الثقة الرقمية، حيث اعتمدت بلادنا سنة 2012 الاستراتيجية الوطنية للأمن السيبراني، وكذا التوجيهات الوطنية لأمن نظم المعلومات التي بدأت في تطبيقها الإدارات والمؤسسات العمومية منذ سنة 2014 .

وتتزيلا لهذه الاستراتيجية ، قامت ادارة الدفاع الوطني سنة 2016 بإعداد مرسوم بشأن تحديد اجراءات حماية نظم المعلومات الحساسة للبنيات التحتية ذات الاهمية الحيوية، بالإضافة الى اصدار قرار لرئيس الحكومة سنة 2018 يحدد شروط اعتماد التعهدين الخواص لإفتصاص نظم المعلومات الحساسة للبنيات التحتية ذات الاهمية الحيوية وكذا كفيات اجراء هذا الإفتصاص.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> ظهير شريف رقم 1.18.15 صادر في جمادى الآخرة 1439 الموافق ل 22 فبراير 2018 بتنفيذ القانون رقم 31.13 المتعلق بالحق في الحصول على المعلومات صدر بالجريدة الرسمية عدد 6655 بتاريخ 23 جمادى الآخرة 1439 / 12/ مارس 2018 ، ص 1438

<sup>38</sup> الظهير الشريف رقم 1.20.69 الصادر في 4 دي الحجة 1441 الموافق 25 يوليوز 2020 بتنفيذ قانون رقم 05.20 المتعلق بالأمن السيبراني.

تجل الاهداف الاساسية لهذا القانون في وضع قواعد قانونية بشأن وسائل الحماية الرامية الى تعزيز الثقة ودعم الاقتصاد الرقمي، وبشكل أعم ضمان استمرارية الانشطة الاقتصادية والاجتماعية لبلادنا. ولهذا الغرض، وتحقيقا لأهداف الاستراتيجية الوطنية للأمن السيبراني، لا سيما التي تهم تعزيز حماية وصمود نظم معلومات الدولة والجماعات الترابية وكذا البنيات التحتية ذات الاهمية الحيوية، يتضمن هذا النص التشريعي تدابير أمنية تهدف الى تقوية القدرات الوطنية في هذا المجال والمساهمة في تأمين التحول الرقمي بالغرب وكذا تنسيق اجراءات الوقاية والحماية في مواجهة هجمات وحوادث الامن السيبراني.

وفي هذا الصدد، يضع القانون رقم 05.20 اطارا قانونيا يلزم ادارات الدولة والجماعات الترابية والمؤسسات والمقاولات لعمومية وكل شخص اعتباري اخر خاضع للقانون العام، المشار اليهم فيما بعد بالهيئات، باحترام التوجيهات والقواعد والانظمة والمراجع والتوصيات الصادرة عن السلطة الوطنية في هذا المجال.

كما يفرض هذا القانون على الهيئات تنفيذ التدابير التقنية والتنظيمية لإدارة المخاطر السيبرانية وتجنب الحوادث التي قد تؤثر على نظم المعلومات والالتزام بإبلاغ السلطة الوطنية للأمن السيبراني بأي حادث يؤثر على أمن أو سير نظم المعلومات الخاصة بها وذلك حتى يتسنى للسلطة الوطنية ايجاد الحلول الناجعة من أجل تجاوز هذا الحادث.

ويلزم هذا القانون كل هيئة بتعيين مسؤول عن أمن نظم المعلومات واعداد مخططات ضمان استمرارية واستئناف الانشطة في أقرب الآجال لإبطال مفعول انقطاعاتها.

وبالإضافة الى الاجراءات الامنية التي تخضع لها تلك الهيئات والتي تسري أيضا على البنيات التحتية ذات الاهمية الحيوية، ينص القانون رقم 05.20 على أحكام اضافية خاصة بالبنيات التحتية ذات الاهمية الحيوية التي تتوفر على نظم معلومات حساسة، لا سيما تلك المتعلقة بالصادقة على نظم المعلومات الحساسة الخاصة بها، واخضاع هذه النظم لافتحاصات أمنية من قبل الاعوان المعتمدين من طرف السلطة الوطنية أو من قبل متعهدي الافتحاص المؤهلين من طرف السلطة الوطنية.

نص القانون رقم 05.20 التعلق بالأمن السيبراني على اتخاذ التدابير التقنية والتنظيمية اللازمة لحماية شبكات ونظم معلومات فئات فاعلة أخرى تشمل مستغلي الشبكات العامة للمواصلات، ومزودي خدمات الانترنت، ومقدمي خدمات الامن السيبراني، ومقدمي الخدمات الرقمية وناشري منصات الانترنت.

ويعتبر هؤلاء المتعهدون طرفا استراتيجيا في تعزيز أمن نظم معلومات الهيئات والبنيات التحتية ذات الالهية الحيوية ومتعهدي القطاع الخاص والافراد. وينص هذا القانون كذلك على احتفاظ المتعهدين سالفى الذكر بالعطيات التقنية الكفيلة بتحديد حوادث الامن السيبراني والابلاغ عن أي حادث قد يؤثر على أمن نظم معلومات زينائم واتخاذ التدابير الوقائية اللازمة لمنع وتخفيف وقع التهديدات أو المساس بهذه النظم .

كما يولي هذا القانون كذلك أهمية كبيرة للوقاية والتحسيس بشأن تحديات الامن السيبراني، حيث يعهد للسلطة الوطنية بأن تنشر بانتظام على موقعها الالكتروني النصائح والتوصيات الوقائية المتعلقة بالأمن السيبراني لفائدة ادارات الدولة والجماعات الترابية والمؤسسات والمقاولات العمومية والبنيات التحتية ذات الالهية الحيوية ومتعهدي القطاع الخاص والمواطنين.

اضافة الى التأثير المباشر على سير الاقتصاد والمجتمع، سيمكن هذا القانون من تعزيز البيئة الوطنية للأمن السيبراني، وهو ما سيعطي دفعة لتطوير الخدمات في مجال الاستشارة والافتحاص والرصد ومعالجة حوادث الامن السيبراني وكذا المنتجات التي تسمح بتأمين الشبكات ونظم المعلومات.

ولضمان تطبيق وتنفيذ أحكام هذا القانون، يتضمن هذا النص التشريعي مقتضيات زجرية في حالة الاخلال، مثل عدم الابلاغ عن الحوادث التي تؤثر على نظم المعلومات، أو ايواء العطيات الحساسة خارج التراب الوطني، أو اعاقة اجراء عمليات افتحاص أمن نظم المعلومات، أو عدم تنفيذ القرارات والتدابير الامنية الصادرة عن السلطة الوطنية للأمن السيبراني<sup>39</sup>.

## ثانيا: الافاق المستقبلية للإدارة الإلكترونية

### تبسيط المساطر ورقمنتها

يشير مخطط الإصلاح الإداري الذي تم العمل به منذ 2017 الى أن الوضعية الحالية للإدارة تعرف صعوبة على مستوى تدوين المساطر والنشر المنتظم لها وعن بطئ تفعيل التدابير والإجراءات وهذا ما يؤثر سلبا على المرتفقين وكذا البيئة الملائمة للاستثمار.

وعليه فان مضامين اصلاح هذا الجانب تأخذ بعدين أساسيين:

### بوابة مساطر المقاوله [www.busines.procedurr.ma](http://www.busines.procedurr.ma)

تعنى هذه البوابة الإلكترونية بعرض المساطر الإدارية المتعلقة بالمقاوله مرحلة بمرحلة وبشكل مدقق، وكذلك سيتم إلزام الإداريين، باحترام المساطر المتعلقة بالمقاوله ومعالجتها في مدى لا

<sup>39</sup> \_ مذكرة تقديمية للقانون رقم 05.20 المتعلق بالأمن السيبراني الصادرة عن ادارة الدفاع الوطني

تتجاوز 48 ساعة<sup>40</sup>. ويذكر أن هذا الإجراء من شأنه تمكين المقولة من الحصول على المعلومات المتعلقة بالمساطر الإدارية دون الحاجة للانتقال للإدارة.

### اعتماد المنصة الحكومية

حسب مخطط الإصلاح الإداري، فإن اعتماد هذه المنصة سيمكن من حفظ المعلومات المتبادلة من خلال قاعدة بيانات مشتركة وكذا استعمالها كأداة للتبادل البين بين أنظمة معلومات الإدارة. وعليه فإن هذه المنصة ستهدف لربح الوقت وسهولة التحقق من صحة المعلومات إضافة إلى تقليص تكاليف إنجاز الخدمات الإدارية بالنسبة للمواطن والإدارة وهذا ما سينتج عنه تقليص عدد الوثائق الإدارية المطلوبة وتقليص الآجال وتخفيف عبء تنقلات المواطن نحو الإدارة وهذا كله سيؤدي لتحسين جود الخدمات العمومية.

### دعم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تدبير الموارد البشرية

إن تأهيل العنصر البشري من أهم الأهداف التي يسعى إليها مخطط الإصلاح الإداري؛ حيث تم العمل على إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين تدبير الموارد البشرية من خلال عدد من نقاط أهمها:

العمل على وضع برنامج معلوماتي مشترك لتدبير الموارد البشرية بالإدارات العمومية SIRH والذي يهدف لتكريس التدبير التوقعي للموارد البشرية وعقلنة وضبط النفقات المالية المرتبطة بتدبير هذه الموارد وذلك لتجاوز الوضعية الحالية والتي تتميز بتعدد الأنظمة وعدم تجانسها وصعوبة الحصول على إحصائيات شاملة للموارد البشرية.

إنجاز التقارير الدورية التي تضم المؤشرات والبيانات الإحصائية حول الموارد البشرية بالإدارات العمومية عن طريق استغلال القاعدة المعلوماتية المركزية للموارد البشرية  
صيانة وتطوير القاعد المعلوماتية المركزية.

مواصلة تطوير بوابة التشغيل العمومي وتطبيقه الذكي<sup>41</sup>.

هدف المغرب من خلال مشاريع الرقمنة التي سعى الى تطبيقها في العقود الماضية الى: تجويد الادارة المغربية، وتحديثها، وربطها بالتكنولوجيا المعلوماتية، اسوة بسائر الادارات والمؤسسات الدولية. لكن هذه المشاريع كانت تعاني من العديد من التعثرات التي تعيق هذا التقدم الاداري. هذه المثبطات لم تتل من تطوير الادارة مفهومها العام بل نال ايضا الموارد البشرية منها حيث ان

<sup>40</sup> التقرير العام للمناظرة الوطنية الاولى حول الإصلاح الإداري بالمغرب مرجع سابق  
<sup>41</sup> مرجع سابق

مشاريع الرقمنة لم تكن تصب نوع تحديث الادارة كأسلوب تدبير فقط بل كانت تهدف الى تكوين وتطوير مهارات الموارد البشرية للإدارات.

### المحور الخامس: اثر الإدارة الرقمية على جودة اداء الموارد البشرية

تعتبر التطورات التقنية وتقنيات المعلومات والاتصالات من الظواهر الرئيسية المرافقة للعولمة والقوة المحركة لها وأهم سبب في انتقال العالم من اقتصاد الموارد إلى اقتصاد المعرفة، فصارت المعلوماتية مطبقة على كافة الميادين وعلى مستوى جميع المؤسسات لتحقيق التكامل بين النظم الميكانيكية والمالية، ونظم الحاسب الآلي، إذ صبغ طابع الإلكترونيات على كل الوظائف، المهام والمحتويات، وكذا العالقات المتعلقة بالموارد البشرية مما خلق ثورة إدارية استوجبت تفعيل تأهيله وتطويره خلافا لما كان عليه سابقا من جهة، وتوفير بنية تحتية تساهم في ذلك من جهة اخرى؛ هذا ما يمكن وصفه بالوجه الاخر لتحول ادارة الموارد البشرية الى الادارة الإلكترونية او الرقمية للموارد البشرية<sup>42</sup>.

### الفقرة الاولى: التحول الالكتروني للموارد البشرية

#### اولا: ماهية الادارة الالكترونية للموارد البشرية

جاء مفهوم الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية (**Electronic Human Recourse Management**) نتيجة سلسلة تطورات في ممارسة إدارة الموارد البشرية التقليدية القائمة على المهام الروتينية المتمثلة في توظيف الأيدي العاملة، التعيين، الرواتب، الإجازات، وذلك من خلال تخزين هذه المعلومات في خزائن تتكون من عدة أدرج تحتوي ملفات ورقية مرتبة أبجديا، وبعد انتشار ثورة الاتصالات والمعلومات التي شهدها العالم، أدى ذلك إلى تأثر المنظمات بهذه التطورات، وأحدثت العديد من التغيرات نتيجة إدخال جهاز الحاسوب، واستخدامه في معالجة البيانات، والاحتفاظ بقاعدة بيانات، وإلغاء التعامل مع الملفات الورقية، مما أدى إلى ظهور مفهوم الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية<sup>43</sup>.

وتعرف الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية بأنها: «الاستغلال الكامل لقنوات شبكة المعلومات داخل المنظمة وخارجها من أجل تطبيقها بشكل عملي متكامل على العنصر البشري وبدعم من قبل الإدارة العليا»، كما تعرف أيضاً على أنها: «منهجية إدارية شاملة تهدف إلى استخدام هادف

<sup>42</sup> الطوبهري فاطمة: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية -دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت، بحث لنيل شهادة الماجستير في ادارة الاعمال تخصص التسويق، جامعة وهران2 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، السنة الجامعية 2014/2015، ص43

<sup>43</sup> احمد عبد الله عقيل الزبون: اثر الادارة الإلكترونية للموارد البشرية في جودة الخدمة الداخلية- الدور الوسيط لتقبل العاملين للتكنولوجيا: دراسة ميدانية في المستشفيات العاملة في العاصمة عمان، رسالة دكتوراه، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، عمان، الاردن، 2017، ص غير متوفرة

للتقنيات والتطبيقات الحديثة المواكبة للتطورات التي تدعم تطبيقها على الوظائف والممارسات الأساسية لإدارة الموارد البشرية والعمل على تنميتها»<sup>44</sup>.

ثانيا: أهمية نظم معلومات الموارد البشرية

نالت وظيفة إدارة الموارد البشرية أعلى مراتب الأهمية بين مختلف الوظائف الإدارية في المنظمة كونها تهتم وتعنى بأعلى وأثمن موارد المنظمة والأكثر تأثير على إنتاجيتها، كما أنها تتداخل بشكل كبير في الوظائف الأخرى للمنظمة من خلال دعمها وتزويدها بالكفاءات البشرية وتعظيم الاستفادة منها حيث؛ تعتبر تلك الكفاءات مصدرا استثماريا ناجحا للمنظمة يضمن ديمومتها وتطورها، ويعد نظام الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية بمثابة منهجية جديدة للاستفادة من النظم المتاحة وتطويرها، فقد برز العديد من نظم المعلومات للموارد البشرية بالإضافة الى قواعد البيانات الخاصة بالشركات والهيئات والمؤسسات.

وتساعد الإدارة الإلكترونية المنظمات التقليدية على التحول إلى منظمات إلكترونية، ويتطلب تطبيق الإدارة الإلكترونية توفر رؤية الالكترونية تساعد على تصور المكانة المستقبلية للمنظمة الإلكترونية، ويجب على الإدارة العليا ان تقدم للفريق المنفذ للإدارة الإلكترونية تقديم كل ما يلزم للتنفيذ خطة الوصول، فعليها أن تضع خطط الاتصال مع الجهات ذات الصلة، ويتطلب ذلك دراسة حاجات ورغبات المستفيدين من النظام، ودعم القدرات الفنية للقائمين على تقديم خدمات الإدارة الإلكترونية، ودراسة الإجراءات التفصيلية لأداء خدمات الإدارة الإلكترونية<sup>45</sup>.

ثالثا: اسباب التحول نحو الادارة الموارد البشرية الرقمية

اهم الصفات التي شكلت الدافع الحقيقي في التحول نحو تطبيق ادارة الموارد البشرية الإلكترونية: ادارة الموارد البشرية الإلكترونية: هي الوسيلة الأكثر فعالية، لتمكين الموظفين من تأدية مهامهم ووظائفهم، بجهد أقل، وبوقت اوفر.

تعمل على تمكين المدراء والمسؤولين من الحصول على المعلومات والبيانات ذات الصلة بمختلف المهام والوظائف، وتحليل السلوكيات التنظيمية للموظفين، واتخاذ القرارات الضرورية، والتواصل مع الاخرين، دون الاعتماد على خبراء الموارد البشرية.

تعمل على تمكين الموظفين من التحكم في معلوماتهم الشخصية، والوصل اليها، وتحديثها بسهولة ويسر، واتخاذ القرارات الخاصة بشان اوضاعهم دون الاعتماد على المدراء والمسؤولين.

<sup>44</sup> عمر الشريف/ عبد العليم اسامة/ بيومي هشام: الادارة الإلكترونية: مدخل الى الادارة التعليمية الحديثة، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2013، ص غير متوفرة

<sup>45</sup> راند يوسف محمد بصبوس: دور ادارة الموارد البشرية الإلكترونية في تعزيز الاداء الوظيفي، مقال الكتروني نشر بتاريخ: 2022/12/28، على موقع تعليم جديد، الرابط: <https://www.new-educ.com>

التأثير على كفاءة وفعالية نظام الموارد البشرية: عن طريق الحد من اهدار الوقت، وزيادة دقة المعلومات المتحصل عليها؛ والتقليل من عدد الموظفين غير المؤهلين.

تمكن نظام الموارد البشرية: من زيادة كفاءة وفعالية المؤسسة، من خلال تحسين قدرات كل من المدراء والمسؤولين والموظفين؛ فيما يخص اتخاذ القرارات توقيتا. تمكن نظام الموارد البشرية من خلق قيمة للمؤسسة بطرق جديدة ومبتكرة<sup>46</sup>.

**الفقرة الثانية: تأثير الادارة الرقمية على جودة اداء الخدمات للموارد البشرية ومعيقاتها**

**اولا : تأثير الادارة الإلكترونية او الرقمية على جودة اداء الخدمات للموارد البشرية**

تهدف الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية إلى تحقيق جملة من الأهداف كما أشار لها العديد من الباحثين، والتي تتمثل بإتاحة الفرصة للموارد البشرية بخلق آفاق جديدة للمساهمة في زيادة الكفاءة التنظيمية من خلال استثمار بعض الأدوات مثل إدارة المعرفة، ورفع القدرة التنافسية من خلال تحسين الموارد البشرية وخفض التكاليف. وتساعد شبكة المعلومات في تقليص استخدام الملفات الورقية، وعمليات الطباعة، ونشر الإعلانات في الصحف والمجلات ورفع مستوى كفاءة وإنتاجية الموظفين عن طريق إتاحة المعلومات في أي وقت ومن أي مكان، وتنفيذ التدريب بشكل أسرع وتطبيق المهارات المكتسبة والارتقاء في العلاقات بين القطاعات الوظيفية المختلفة داخل الشركة.

إن أهداف الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية تنبثق من تكاملها مع أهداف الإدارة الإلكترونية ومواكبتها للتغيرات في بيئة الأعمال، حيث إن تغير القوى والعوامل المؤثرة على المنظمات وقضايا العولمة، وتغير النظرة من الوظيفة الأمنية إلى المهنة الآمنة، وارتفاع معدلات التعليم في العالم وتغير نوعية قوى العمل المطلوبة، كل هذا أدى الى توجه المنظمات نحو الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية وذلك لتحقيق الأهداف كتحسين التوجه الاستراتيجي للموارد البشرية، وتخفيض تكلفة العمالة والنفقات الإدارية، وتحقيق مكاسب من الموارد البشرية، اضافة الى تسهيل أداء وظائف إدارة الموارد البشرية، ورفع معدلات الأداء والإنتاجية في المنظمة، وتنمية وتعزيز العلاقات في العمل وإرضاء العاملين، ودعم أفضل للإدارة عبر أقسام الشركة، وتوفير فرص أكبر للمشاركة والتدريب، وتحسين الصورة النمطية للمنظمة<sup>47</sup>.

<sup>46</sup> ايمان أيت مهدي: تسيير الموارد البشرية في ظل الادارة الإلكترونية، اطروحة دكتوراه، تخصص تنظيم وعمل، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2018، ص 74/73

<sup>47</sup> \_ مرجع سابق

## ثانيا : معيقات وسبل نجاح ادارة الموارد البشرية الإلكترونية

### معيقات التحول الرقمي لإدارة الموارد البشرية

يواجه تطبيق الإدارة الإلكترونية معوقات مختلفة تتباين من نموذج إلى آخر، تبعا لنوع البيئة التي تعمل في محيطها كل مبادرة، وعموما يمكن التطرق إلى بعض المعوقات التي تكاد تعترض أغلب برامج الإدارة الإلكترونية، وتتلخص أهم المعوقات فيما يلي :

- التخطيط السياسي والذي قد يؤدي إلى مقاطعة مبادرة الإدارة الإلكترونية؛
- عدم اقتناع القيادات الإدارية بفكرة وفلسفة الإدارة الإلكترونية وعد قدرتهم على التخلي عن نمط الإدارة البيروقراطية؛
- الاشكالات الناجمة عن عدم وجود بنية تحتية إلكترونية على مستوى الدولة؛
- انعدام التخطيط والتنسيق على مستوى الإدارة العليا للبرامج بتطبيق الإدارة الإلكترونية على مستوى المرافق العامة وضعف الاهتمام بتقييم ومتابعة تطبيقها
- عدم التأمين الكافي للنظم المعلوماتية الذي يعرض المؤسسات الإلكترونية لأخطار القرصنة، الفيروسات التي تترتب عليها، الأمر الذي يهدد بوقف البرمجيات الأساسية؛
- غياب الرؤية الواضحة بشأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة أمام تشعب وتعقد مهام وحساسيتها كونها المتعامل المباشر مع المواطنين؛
- المخاطر الأمنية المرتقبة عن تطبيق الإدارة الإلكترونية على مستوى المرافق العامة كحالة التجسس على الوثائق الإدارية وكشفها واتلافها؛
- قلة الموارد المالية أمام ضعف التمويل المحلي وعجز الحكومة عن تغطية كافة متطلبات أفرادها وذلك على مستوى الدول النامية خاصة؛
- غياب الدورات التكوينية لموظفي الإدارة والأجهزة التنظيمية في ظل التحول الإلكتروني؛
- إشكالات البطالة الناجمة عن تطبيق الإدارة الإلكترونية وحلول الآلة محل الإنسان؛
- التخوف من التقنيات الحديثة وعدم الاقتناع بالمعاملات الإلكترونية خوفا من المساس بالأمن والخصوصية في الخدمات العام؛
- قلة الموظفين المدربين والقادرين على التعامل مع الإدارة الإلكترونية والتصدي لأي طارئ يعترضهم سواء على مستوى التشغيل أو الصيانة.<sup>48</sup>

<sup>48</sup> حياة عمور: تأثير الإدارة الإلكترونية على ادارة المرفق العام، بحث لنيل شهادة الماستر تحت اشراف الدكتور برزوق الحاج، كلية الحقوق قسم القانون العام، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الموسم الجامعي 2019/2020، ص 71

## سبل انجاح الادارة الرقمية للموارد البشرية وتجويدها

الإدارة هي ابنة بيئتها تؤثر وتتأثر بكافة العناصر البيئية المحيطة بها وتتفاعل مع كافة العناصر السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية. وانفتاح الإدارة على الرقمنة مكسب مهم للمرتفقين والمواطنين وبالأساس اكثر اهمية لقسم الموارد البشرية الذي اصبح بفضلها اكثر ديناميكية وحادثة وتطورا وقربا للمرتفقين واكثر عملية وجودة في التعامل والاداء. ولضمان نجاح وتفعيل الإدارة الرقمية للموارد البشرية والادارة بشكل عام وجب الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من النقاط اهمها:

الرعاية المباشرة والشاملة للجهات العليا بعيدا عن الارتجالية والقرارات الغير مدروسة ووضوح الرؤية الاستراتيجية لديها والاستيعاب الشامل لمفهوم الإدارة الإلكترونية، ونشر فكر وثقافة التغيير بين الإدارتين وتهيئتهم لقبول العمل الإلكتروني، والعمل على التحديث المستمر لتقنية المعلومات ووسائل الاتصالات.

العمل على تدريب الموارد البشرية ليكونوا ملمين بالمجال الرقمي عن طريق التبرصات والدورات التدريبية التطبيقية، ونظام التدريب الإلكتروني عن بعد، لدعم كفاءاتهم في تسيير المرافق العامة إلكترونيا.

المتابعة والتقييم المستمر من أجل الوقوف على النقائص وحصر متطلبات الإدارة الإلكترونية وتكاليفها وتحديد مزاياها وتأكيدتها وحصر نقائصها من أجل تصحيحها والحفاظ على ديناميكية المسار الذي تم الالتزام به ودعم المجهودات المبذولة.

الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بالنظر الى ما يصرف ويستثمر على الإدارة الإلكترونية على أنه عامل يساعد على تحقيق عائد ايجابي في الأجل المتوسط أو البعيد، فالإصلاح الإداري الفعال يستطيع أن يقضي على التعقيد وكثير من الفساد، ويساهم في تقديم الخدمات العامة بجودة وفعالية إعادة هندسة عمليات الإدارة وليس حوسبتها؛ فلكي لا يتعرض مشروع الإدارة الإلكترونية للفشل ينبغي عدم العمل على مجرد إيجاد حل تكنولوجي لمشكلات البيروقراطية الإدارية وحوسبة المهام الإدارية، بل يجب استهداف إعادة هندسة عمليات الإدارة من جديد ضمن مشروع التحديث وتحقيق التنمية<sup>49</sup>.

ان اعتماد برامج ومبادرات الإدارة الإلكترونية والانتفاع من خلالها بتكنولوجيا المعلومات يساعد على بناء نظام إلكتروني مرن ومفتوح لتنفيذ الأنشطة المرفقية بجودة عالية وبتكلفة منخفضة بالمقارنة من تكلفة المعاملات التقليدية، غير أنها ليست بديلا عنها خاصة في المراحل الأولى من تطوير نظم الإدارة الإلكترونية ومع الصعوبة التي يجدها الموظفين في التعامل مع الجانب التقني

<sup>49</sup> \_ مرجع سابق ص 73

المعلوماتي للإدارة التقنية، فالمعروف ان اغلبية الموظفين في الادارات والمؤسسات لا يجيدون التعامل مع الحواسيب بشكل تقني مهني رغم الدورات التكوينية الموسمية ان صح التعبير، فلأسف الشديد اغلب الموارد البشرية لا تهتم بالتكوينات المعلوماتية واغلب الادارات لا تقوم بالزام الموظفين كلهم بالذهاب اليها بل يختارون عضو او اثنين منهم لتمثيل القسم او المرفق او المؤسسة فقط بشكل رمزي، كما ان المسؤولين عن برامج الادارة الإلكترونية لا يهتمون بتطوير البرامج وتحديثها وفق اخر المستجدات العالمية بل يعتمدون على برامج قديمة، هنا نكون امام اهمال من الرئيس والمرؤوس على السواء.

### المحور السادس: توصيات لدعم الاستراتيجيات الصناعية وتسريع وتيرة التحول الرقمي للمقاولات وتعزيز الصناعة الرقمية ودمج الذكاء الصناعي

ان الوصول الى التطبيق السريع للتحول الرقمي داخل المقاولات ودعم وتعزيز الصناعات الرقمية والذكاء الاصطناعي، يستدعي منا تنفيذ مجموعة من الاستراتيجيات وخرائط طريق وطنية التي ستسهل هذه العمليات، وقد توصل المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي الى مجموعة من التوصيات ستسهل هذه العمليات، ومنها:

العمل على انخراط الجامعات والقطاعات الاقتصادية، والصناعية خصوصا، في مشاريع البحث والتطوير ذات الصلة بالتحول الرقمي، بهدف خلق «منظومات» ملائمة لتطوير المقاولات الناشئة والصناعة الرقمية، سواء في ما يتعلق بالبنيات التحتية والتجهيزات، أو بإيجاد حلول في مجال البرمجيات والتطبيقات؛

إدراج متطلبات الاستدامة وحماية البيئة في السياسات والتدخلات العمومية والمبادرات الخاصة من أجل إحداث تحول رقمي مسؤول، باختيار تكنولوجيات أقل تلويثا، وتدبير التجهيزات وإعادة تدويرها؛

العمل من أجل صعود « منظومة » رقمية مغربية: عن طريق استخدام رافعة الصفقات العمومية وآليات تمويل مبتكرة بالنسبة للفاعلين في القطاع، وتزويد المقاولات التي تستثمر في عملية رقميتها بحوافز مالية: تعزيز التحفيزات الجبائية وضمان التمويل من طرف صندوق الضمان المركزي؛

جعل الذكاء الاصطناعي أولوية في ورش التحول الرقمي لبلادنا، بالنظر إلى أهميته البالغة بالنسبة للمخططات الاستراتيجية والاقتصادية. ذلك أن الذكاء الاصطناعي يسمح بتحسين عوامل الإنتاج عبر التدبير الأمثل للرأسمال وتجاوز الحدود المادية للعمل.

وبالتالي يوصي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بما يلي:

تحسيس الأطراف المعنية في القطاعين العام والخاص حول الطبيعة التحولية للذكاء الاصطناعي وفرصه الاقتصادية المختلفة؛

إعطاء الأولوية على مستوى وكالة التنمية الرقمية لإنجاز دراسة معمقة حول فرص تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وإطلاق نقاش وطني قصد إعداد «خارطة طريق وطنية للذكاء الاصطناعي»؛

تسريع وتيرة ورش تحرير المعطيات العمومية (المعطيات المفتوحة) وتحسين حكامته من أجل التوفر على المعطيات اللازمة لتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛

مواكبة صعود منظومة من الفاعلين الوطنيين في مجال الذكاء الاصطناعي واقتصاد المعطيات، قصد الإسراع بتنفيذ تطبيقات عملية للذكاء الاصطناعي تلبي حاجيات مجتمعنا (الصحة، التعليم، الفلاحة، الصناعة)...

تطوير المهارات والموارد البشرية، كميًا ونوعيًا، في مهن الذكاء الاصطناعي والمعطيات قصد التوقيع على مستوى سلاسل القيمة العالمية للذكاء الاصطناعي (وضع العمامات، هندسة المعطيات، علوم المعطيات، وغير ذلك)؛

تركيز وتعضيد وسائل البحث المتاحة في أقطاب تكنولوجية، تنصب على مختلف تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي، بشراكة مع المقاولات المصنعة لإعداد تطبيقات قطاعية ملائمة<sup>50</sup>.

#### خاتمة:

أن ورش رقمنة الإدارة المغربية، ورغم الأهمية التي أضحت يحتلها في مسار عصنة العمل الإداري، يعتبر ورشا مفتوحا للتنمية المستدامة من منطلق أن لا تنمية مجتمعية بدون تنمية إدارية؛ حيث ثم الشروع ومنذ بداية هذه الألفية في تنزيل برامج واستراتيجيات وطنية لبناء إدارة إلكترونية قائمة بذاتها، ولكن بعد مرور عقدين من الزمن فإن مختلف التقارير الوطنية والدولية تسجل وللأسف أن تنزيل هذا الورش مازال بعيدا عن تحقيق طموحات المرتفقين والاستجابة لمعايير الدولية في مجال الجاهزية الرقمية والنفوذ إلى المعلومات، مما يبين أن تطبيق الإدارة الإلكترونية ليس بالأمر الهين على الإطلاق بل تواجهه العديد من المشكلات الإدارية والمالية والأمنية التي تحول دون نجاح ورش الادارة الالكترونية.

ورغم ذلك فالإيجابيات التي تتحقق من تطبيق الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية تشمل جميع المستويات: الفرد والمؤسسة؛ حيث أن أهداف إدارة الموارد البشرية الإلكترونية تتكامل مع وظائف

<sup>50</sup> تقرير رأي عن المجلس الاقتصادي والاجتماعي و البيئي تحت عنوان: نحو تحول رقمي مسؤول ومدمج، احالة ذاتية بتاريخ . 2021/52

الإدارة الإلكترونية؛ حيث كل منهما يواكب تطور التكنولوجيا في إنجاز الأعمال، وبالتالي يجب على المؤسسات الاعتماد على إدارة الموارد البشرية الإلكترونية لتحقيق إيجابيات وكفاءة العمل وتخفيض التكاليف، والوصول السريع للمعاملات والبيانات، وتقليل الأخطاء المتعلقة بالمعلومات، وتحسين تتبع ومراقبة إجراءات الموارد البشرية، كما يحسن من التوجه الاستراتيجي لإدارة الموارد البشرية وبما ينعكس في تحسين خدمة العملاء، وذلك بالوصول الى البيانات المطلوبة بالسرعة وبالكيفية المطلوبة وبأسلوب يتميز بالدقة.

وبالتالي إن تقييم الأداء الإلكتروني للموارد البشرية من شأنه أن يقدم العديد من الفوائد والمزايا للمديرين؛ عن طريق إنشاء برامج تدريبية تساعد على تحسين الأداء، مما يحقق رضا العاملين داخل المنظمة على مدار العام، لأنه يؤمن كمية وفيرة من المعلومات والملاحظات التي تستخدمها الإدارة لتحسين بيئة، علاوة على ذلك يتيح متابعة أداء القسم الوظيفي، ويسهم في زيادة وفعالية وكفاءة عملية التقييم.

وفي الختام نستخلص ان رهان تجويد اداء ادارة الموارد البشرية يمر بالأساس على طريق الرقمنة، وادماج تكنولوجيا المعلومات، والمواظبة على تحديثها، وتخطي المفهوم البيروقراطي للتسيير والتدبير.. غير ذلك لن يكون للبرامج الحكومية لرقمنة الادارات المغربية أي نتيجة ايجابية على المستوى القريب.

## لائحة المراجع

### الكتب

\_ إدريس النوازي : حماية عقود التجارة الإلكترونية في القانون المغربي، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، الطبعة الأولى 2010

\_ جميلة العماري: الوجيز في عقد البيع، مطبعة السيليكي اخوين، طنجة، طبعة 2013

\_ حازم صلاح الدين عبد الله: تعاقد جهة الادارة عبر الشبكة الالكترونية دراسة مقارنة الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2013

\_ رأفت رضوان :عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999

\_ ضياء علي نعمان: المسؤولية المدنية الناتجة عن الوفاء الإلكتروني بالبطائق البنكية، مطبعة الداوديات، مراكش - الطبعة الأولى 2010

\_ عبد الحكيم زروق: التنظيم القانون للمغرب الرقمي، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب، 2014

- عمر الشريف/عبد العليم اسامة/ بيومي هشام: الادارة الإلكترونية: مدخل الى الادارة التعليمية الحديثة، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2013

\_ محمد ابراهيم ابو الهيجاء: عقود التجارة الإلكترونية، مطبعة دار الثقافة، طبعة 2011  
قوانين وظهائر:

\_ القانون المدني الفرنسي

- ظهير شريف رقم 1.18.15 صادر في جمادى الآخرة 1439 الموافق ل 22 فبراير 2018  
بتنفيذ القانون رقم 31.13 المتعلق بالحق في الحصول على المعلومات صدر بالجريدة الرسمية  
عدد 6655 بتاريخ 23 جمادى الآخرة 1439 / 12 مارس 2018

\_ قانون الالتزامات والعقود المغربي

\_ قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية الصادر عن الامم المتحدة

\_ قرار لوزير الاقتصاد والمالية رقم 1214.08

- مذكرة تقديمية للقانون رقم 05.20 المتعلق بالأمن السيبراني الصادرة عن ادارة الدفاع الوطني

\_ مرسوم رقم 2.22.687 صادر في 21 من ربيع الآخر 1444 ( 16 نوفمبر 2022) بتطبيق  
القانون رقم 43.20 المتعلق بخدمات الثقة بشأن المعاملات الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد  
7160- 19 جمادى الآخرة 1444 الموافق 12 يناير 2023

\_ الظهير الشريف رقم 1.20.69 الصادر في 4 دي الحجة 1441 الموافق 25 يوليوز 2020  
بتنفيذ قانون رقم 05.20 المتعلق بالأمن السيبراني

الاطروحات:

\_ احمد عبد الله عقيل الزبون: اثر الادارة الإلكترونية للموارد البشرية في جودة الخدمة الداخلية-  
الدور الوسيط لتقبل العاملين للتكنولوجيا: دراسة ميدانية في المستشفيات العاملة في العاصمة  
عمان، رسالة دكتوراه، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، عمان، الاردن، 2017

\_ الطويهي فاطمة: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في  
المؤسسة الجزائرية- دراسة حالة شركة انتاج الكهرباء بتيارت، بحث لنيل شهادة الماجستير في  
ادارة الاعمال تخصص التسويق، جامعة وهران 2 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،  
السنة الجامعية 2014/2015

\_ ايمان أيت مهدي: تسيير الموارد البشرية في ظل الادارة الإلكترونية، اطروحة دكتوراه، تخصص  
تنظيم وعمل، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2018

\_ حياة عمور: تأثير الادارة الإلكترونية على ادارة المرفق العام، بحث لنيل شهادة الماستر تحت اشراف الدكتور برزوق الحاج، كلية الحقوق قسم القانون العام، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الموسم الجامعي 2019/2020

- ياسين الاخشيدي: الادارة الإلكترونية للجماعات المحلية بالمغرب، بحث نيل دبلوم الماستر في القانون العام، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد الخامس السويسي الرباط الموسم الجامعي 2009/2008

#### تقارير:

- الاجتماع الثالث لمجموعات العمل الثانية- الحكومة الإلكترونية وتبسيط الاجراءات الادارية- الاستراتيجية- MAROC، دبي 13/12 مارس 2008 ، منشور بموقع [www.oeid.org/mena/governance](http://www.oeid.org/mena/governance) تاريخ الزيارة: 19/06/2017

\_ التقرير العام للمناظرة الوطنية الاولى حول الاصلاح الاداري بالمغرب تحت شعار «الإدارة المغربية و تحديات 2010 » وذلك بمركز الابحاث الادارية واستكمال الخبرة التابع للمدرسة الوطنية للإدارة بالرباط يومي 8/7 ماي 2002

\_ تقرير المغرب الرقمي 2013 : الاستراتيجية الوطنية لمجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي 2009/2013،البوابة الإلكترونية للمندوبية السامية للتخطيط،

\_ نحو تحول رقمي مسؤول ومدمج: تقرير رأي اعده المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بإحالة ذاتية رقم 2021/52 ، على الموقع الإلكتروني: [www.cese.ma](http://www.cese.ma)

التقرير العام للمناظرة الوطنية الاولى حول الاصلاح الاداري بالمغرب  
عروض وتكوينات:

\_ زينب بنعومر: الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية في التشريع المغربي، عرض في إطار التكوين المستمر بمحكمة الاستئناف التجارية بمراكش في 27-1-2011  
مقالات الكترونية:

\_ التحول الرقمي رهان المغرب في افق 2030 : مقال نشر على موقع الكرتوني ل "العرب"، بتاريخ الخميس 2022/08/11 على الرابط الكرتوني: <https://alarab.co.uk>

- تعريف وكالة التنمية الرقمية من على بوابة وزارة الانتقال الرقمي واصلاح الادارة: <file:///C:/Users/user/Desktop>

- رائد يوسف محمد بصبوص: دور ادارة الموارد البشرية الإلكترونية في تعزيز الاداء الوظيفي، مقال الكرتوني نشر بتاريخ : 2022/12/28، على موقع تعليم جديد، الرابط: [/https://www.new-educ.com](https://www.new-educ.com)

موسى بن داوود: النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، مقال الكرتوني، مجلة مغرب القانون، بتاريخ : 10 اغسطس 2018 ، تاريخ الدخول للموقع: 2023/12/09

## الفهرس

20	المحور الاول : معطيات حول وضعية الذكاء الاصطناعي بالمغرب.....
21	المحور الثاني: حوكمنة الرقمية او الحكامة الرقمية .....
22	المحور الثالث: الحماية القانونية لعملية التجارة الإلكترونية عبر القنوات الرقمية.....
22	الفقرة الاولى: مفهوم التجارة الإلكترونية.....
23	الفقرة الثانية : القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في التشريع المغربي .....
28	الفقرة الثالثة: إدماج التجارة الإلكترونية في بعض القوانين والقرارات الوزارية .....
33	المحور الرابع: البرامج الوطنية لرقمنه العمل الاداري بالمغرب .....
33	الفقرة الاولى: استراتيجيات رقمنة العمل الاداري بالمغرب .....
37	الفقرة الثانية: رهانات تطوير الادارة الإلكترونية بالمغرب .....
42	المحور الخامس: اثر الادارة الرقمية على جودة اداء الموارد البشرية.....
42	الفقرة الاولى: التحول الالكتروني للموارد البشرية.....
44	الفقرة الثانية: تأثير الادارة الرقمية على جودة اداء الخدمات للموارد البشرية ومعيقاتها .....
47	المحور السادس: توصيات لدعم الاستراتيجيات الصناعية وتسريع وتيرة التحول الرقمي للمقاولات وتعزيز الصناعة الرقمية ودمج الذكاء الصناعي .....
48	خاتمة:.....
49	لائحة المراجع .....

تسليح الميديا الاجتماعية والهيمنة الخطابية في عصر "الأوليغارشية الرقمية":  
دراسة نقدية للتضليل المعلوماتي والقمع الخوارزمي في الحرب على غزة (2023)  
Social media weaponization and discursive hegemony in the era of  
"digital oligarchy": A critical study of disinformation and algorithmic  
repression in the war on Gaza (2023)

شهيرة بن عبد الله - أستاذة مساعدة /معهد الصحافة وعلوم الإخبار/ جامعة منوبة، تونس

**ملخص:** تتناول هذه الدراسة التضليل المعلوماتي والقمع الخوارزمي كوجهين من وجوه "العسكرة الرقمية" وتستند إلى مفهوم "الهيمنة الخطابية" ودراسات الخطاب النقدية لمقاربة بنى الخطاب الإسرائيلي المضلل واستراتيجيات المنع الخوارزمية للمحتوى المؤيد لفلسطين. وفحصت الدراسة نماذج من المعلومات المضللة المروجة في بداية الحرب الإسرائيلية على غزة 2023 لفهم استراتيجياتها الخطابية والمعاني والتمثلات التي تؤسس لها ومظاهر الهيمنة الخطابية في أنماط الرقابة الخوارزمية التي تمارسها المنصات الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى أنّ عملية التعزيز الإدراكي للرواية السائدة حول الصراع، تستمد قوتها الخطابية من التدفق السريع للمعلومات المضللة وأنّ قوة الرواية الإسرائيلية لا تكمن في قوة بنى الخطاب الذي تروجه، بل في السيطرة على السياق التقني والاتصالي الذي ينقل هذه الرواية وبمنحها "أفضلية النفاذ" بموجب علاقات القوة التي تعقدها آلة الدعاية الإسرائيلية مع شركات الميديا الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: التضليل المعلوماتي-القمع الخوارزمي-العسكرة الرقمية-الهيمنة الخطابية-الرواية الإسرائيلية

**Abstract :** This study deals with disinformation and algorithmic suppression as two faces of “digital militarization”. It is based on the concept of “discursive hegemony” and critical discourse studies to compare between the construction of the misleading Israeli discourse and the algorithmic banning strategies of pro-Palestine contents.

The study examined samples of misleading information that circulated in the beginning of the Israeli war on Gaza in 2023 to understand its discursive strategies, meanings and representations and also to understand the aspects of discursive hegemony in the algorithmic censorship patterns used by social media.

The study found out that the cognitive reinforcement of the prevailing narrative about the conflict derives its rhetorical power from the rapid flow of disinformation. It found also that the power of the Israeli story does not lie in the strength of the discourse structure it was promoting; rather, it lies in controlling the technical and communication context that transmits this narrative and gives it “preference of access” owing to the power relations that the Israeli propaganda machine holds with social media companies.

**Keywords :** Disinformation - Algorithmic Oppression - Digital Militarism - Discursive Hegemony - The Israeli Narrative

#### مقدمة:

في تاريخ الحروب والصراعات، لم تدر حرب إلا كانت الشائعات والحرب النفسية والتضليل تشعل فتيلها وتحمي وطيسها وتحسم نتائجها. ذلك أن المعلومات هي عصب كل حرب وسلاح فعال في إدارتها لا يقلّ ضراوة عن السلاح العسكري.

وإذا كان التضليل الإعلامي قد أحدث أثره المطلوب في عصر الإعلام الجماهيري، فإن آلة التضليل قد تعززت قدراتها التقنية في عصر الميديا الاجتماعية و"الاضطراب المعلوماتي" وتوسّع نطاق تداولها وحجم تأثيرها وأصبحت أكثر قدرة على إلباس الحقّ بالباطل.

وقد أثبتت المعلومات المضلّلة، في هذا العصر، نجاعتها أثناء الصراع الروسي الأوكراني كما أثناء الحرب الإسرائيلية الأخيرة على غزّة. فقد نشطت أثناء هذه الحرب حملة تضليل غير مسبوقه في الاعلام الإسرائيلي والاعلام الغربي جنباً إلى جنب مع حملة القمع الخوارزمي للأصوات الداعمة لحق التحرّر الفلسطيني على منصات التواصل الاجتماعي.

فمنذ بدء عملية "طوفان الأقصى" في السابع من أكتوبر 2023، راهن جيش الاحتلال والاعلام الإسرائيلي على تزييف المعلومات لمحاربة الخصم وتكذيب روايته وتبرير حربه الوحشية على غزّة. ولم يتوان الاعلام الغربي عن نشر هذا الزيف وترديده رغم امتلاكه لأكبر منصات التحري والتثبت من المعلومات.

لقد بدا أنّ كسب معركة الصورة المدركة عن إسرائيل، في الداخل والخارج، على القدر نفسه من الأهمية مع كسب المعركة على الميدان. فعلى امتداد عقود من الصراع، واظبت إسرائيل على

توظيف الدعاية وحملات "الهاسبارا"<sup>51</sup> لتجميل صورتها وشرعنة وجودها وتبرير مجازرها وانتهاكاتها وزرع بذور الفتنة والخلاف فلسطينيا وعربيا إن في فترات السلم أو الحرب.

وبين عامي 2014 و2021، بدأ الدعم والتأييد الدولي للعمليات العسكرية الإسرائيلية على غزة يتلاشى وتحول التعاطف بشكل متزايد نحو الفلسطينيين نتيجة لما منحه الميديا الاجتماعية للناشطين من إمكانيات لنشر الرواية الفلسطينية للصراع وتوظيف الصور ومقاطع الفيديو لإظهار وحشية الآلة العسكرية والسعي الحثيث إلى تغيير الرأي العام الدولي.

ووعيا منها بهذا السياق وما ينجّر عنه من صعوبة التعقيم الكامل على ما يجري في الميدان من وقائع، كثّفت إسرائيل من استخدام المعلومات المضلّلة في هذه الحرب من أجل خلق رواية قابلة للتصديق واضفاء الشرعية على قصفها للمجمّعات السكنية والطبيّة واستهدافها الوحشي للمدنيين الفلسطينيين كما وظّفت منصات التواصل الاجتماعي لتحكم قبضتها الخوارزمية على المحتوى المؤيّد لفلسطين وخنق حملات المناصرة وحركات التضامن العالمية.

### مدخل نظري وطرح إشكالي:

ضمن هذا السياق، نتناول التضليل المعلوماتي والقمع الخوارزمي باعتبارهما وجهين من وجوه "العسكرة الرقمية"، كما يصفها الباحثان Adi Kuntsman و Rebecca Stein<sup>52</sup>. وهي عسكرة تصارع، بمنطق "ميشال فوكو"، من أجل فرض السردية الإسرائيلية وتصارع بهذه السردية من أجل الاستيلاء على سلطة الخطاب وأطره الإدراكية عبر التحكم في مدخلاته وتوجيه مخرجاته وسياقات توزيعه والوصول إليه. وهي، في مضمار بحثنا، ممارسات خطابية تتوسّل بإجراءات تقنية لحماية السردية الإسرائيلية (عبر نشر المعلومات المضلّلة) وممارسة أشكال من المنع من أجل طمس السردية الموازية (عبر مقصلة الخوارزميات وإجراءات الحجب والحذف والتقييد...). فما مدى قدرة هذه الممارسات الخطابية وما توظّفه من استراتيجيات تسويق واستقطاب وحجب، في عصر "الأوليغارشية الرقمية"<sup>53</sup> على النجاح في إكساب السردية الإسرائيلية طابعا عالميا وطمس الرواية الفلسطينية؟

<sup>51</sup> - الهاسبارا تعني، في اللغة العبرية، التوضيح والتفسير. وهي آلية دعائية تستخدمها الدبلوماسية العامة للربط بين حرب المعلومات والأهداف الاستراتيجية للدولة الإسرائيلية. وتهدف الهاسبارا إلى تغيير نظرة المجتمع الدولي إلى إسرائيل ورسم صورة إيجابية عنها في الاعلام الرسمي أو في منصات التواصل الاجتماعي.

<sup>52</sup> - Adi Kuntsman, Rebecca Stein, Digital Militarism: Israel's Occupation in the Social Media Age, (Stanford, California: Stanford University Press, 2015).

<sup>53</sup> - مصطلح الأوليغارشية يعني من المنظور الأرسطي حكم القلة الأثرياء. واقتران هذا المصطلح بالرقمية Digital oligarchie يقصد به سيطرة امبراطوريات التكنولوجيا الرقمية على البيانات وفرض رقابتها عليها. وقد ورد المصطلح في كتاب للباحث الإسباني "دييغو هيدالغو" بعنوان "مخدرون: الإنسانية تحت سطوة علم التقنية". وتضمّن الكتاب نقدا لسياقات النظام العالمي الرقمي الذي تتحكّم بموجبه مجموعة من الأفراد في مصائر شعوب ودول بأكملها وتقوّض الحريّات الجماعية:

Diego Hidalgo Demeusois, Anesthésiés : l'humanité sous l'emprise de la technologie, (ed. FYP, 2022).

نستند في هذا الطرح إلى مفهوم "الهيمنة الخطابية" Discursive hegemony الذي يعني بروز خطاب واحد مهيمن على خطابات متنافسة. والهيمنة على الخطاب تكون عن طريق السيطرة على مكونات إنتاجه وأساليب صياغته ووسائل توزيعه وأنماط التفاعل معه من أجل السيطرة على الإدراك الجماعي لموضوع ما.

وإنّ "الخطوة الأولى للتحكّم بالخطاب تكمن في السيطرة على سياقاته"<sup>54</sup>. ولعلّ إحدى أهمّ سياقات إنتاج خطاب الحرب الإسرائيلية، اليوم، هي منصات الميديا الاجتماعية. فهذه المنصات تديرها نخب متنفّذة تقرّر من الذي يمكن أن يشارك بالنشر فيها ومتى وبأيّ أهداف ويمكن اعتبارها، من منظور "فان ديك"، منافذ فعّالة للمشاركة في إنتاج الخطاب العام. إلّا أنّ الرقابة التي تمارسها القوى المتنفّذة على المحتوى المنشور فيها تعدّ شكلا من أشكال الهيمنة على الخطاب.

يدعونا ما سبق إلى التوكؤ على دراسات الخطاب النقدية التي "تركّز على سوء توظيف السلطة أي على الهيمنة... وكيفية انتاجها واستمرارها في الخطاب"<sup>55</sup>، لمقاربة بني الخطاب الإسرائيلي المضللّ وبنى المنفذ الرقمي واستراتيجياته الرقابية بهدف الإجابة على الأسئلة البحثية التالية:

إذا اعتبرنا أنّ التضليل المعلوماتي والقمع الخوارزمي ممارسات خطابية تهدف الى الهيمنة على خطاب الآخر، فكيف تعيد هذه الممارسات إنتاج خطاب الهيمنة والتحيّز وكيف تعمل على استبعاد الخطاب الفلسطيني المضاد؟

أيّ استراتيجيات تمثيل ونماذج إدراك توظّفها هذه الممارسات الخطابية لشرعنة الرواية الإسرائيلية؟ وهل تستمدّ هذه الرواية قوتها من بني الخطاب الذي تروّجه أم من سلطة التكنولوجيا الرقمية التي توظّفها؟

على اعتبار أنّه "حيثما توجد هيمنة وجدت مقاومة" على حدّ تعبير "فوكو"، ماهي الاستراتيجيات المتاحة والمنشودة لمقاومة هذه الهيمنة الخطابية واختراق بوابات المنع الخوارزمية وتعطيل أبنية التضليل الناعم الذي تراود به الرواية الإسرائيلية المجتمعات الغربية؟

#### المعلومات المضلّلة: الهيمنة الخطابية واستراتيجيات التلاعب

قادت المعلومات المضلّلة، بوصفها آلية دعائية جديدة في إدارة الصراع، الحرب الإسرائيلية على غزّة. ويمكننا اعتبار هذا النمط من المعلومات شكلا من أشكال التلاعب الخطابية (الذي يعدّ من المداخل الرئيسية في التحليل النقدي للخطاب)، نظرا لما تتضمّنه من قلب للحقائق وتزييف للوقائع وتعتيم عن بعضها. وهي لذلك، بني خطابية تهدف إلى هيمنة رواية منحازة والسيطرة على معارف الناس ومعتقداتهم بشأن موضوع أو قضية معيّنة.

<sup>54</sup> - توبين فان دايك، الخطاب والسلطة (المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014)، ترجمة غيداء العلي، ص 46.

<sup>55</sup> - فان ديك، الخطاب والسلطة، المرجع السابق، ص 42.

وقد لا يتسع المجال، في هذه الدراسة، لخصر العشرات من هذه المعلومات المضلّة التي تعمّدت الدعاية الإسرائيلية نشرها طيلة الحرب، ولكنّ فحص نماذج منها تمّ ترويجها في بداية الحرب يمكن أن يكون كافياً لفهم المعاني والتمثّلات التي تؤسّس لها.

وفي هذا الإطار، قمنا بجمع هذه النماذج بالاستناد إلى المعلومات التي تمّ تدقيقها وكشف زيفها من قبل بعض منصّات التحقّق من المعلومات العربية (مسبار، تقنيد، كاشف وتحقّق). ثمّ اعتمدنا في تحديد بنى الخطاب المضلّ على تصنيف "كلير واردل"، في دراستها حول "الاضطراب المعلوماتي"<sup>56</sup>، لأساليب التضليل. ولاحظنا أنّ الاعلام الإسرائيلي اعتمد على الأساليب التضليلية الثلاثة التالية: (أنظر الجدول عدد 1 أدناه)

مضامين مفبركة: تمّ التلاعب فيها بالمضامين والصور بصفة كليّة أو جزئية لتوجيه الرأي العام العالمي قدّمها الجيش الإسرائيلي وروّجها السياسيون والإعلاميون في الغرب على أنّها حقائق. وقد تمّ استخدام إمكانيات الذكاء الاصطناعي وقدرته على توليد المحتوى المكتوب والمرئي والمسموع في تزييف وتلفيق عدد من الأكاذيب التي تهدف إلى شيطنة المقاومة الفلسطينية.

مضامين مخرجة من سياقها: اعتمد جيش الاحتلال أسلوب اقتطاع عدد من المضامين الأصلية من سياقها الأصلي وإعادة صياغتها بشكل يكون متنسقا مع روايته للحرب. فوظّف مقاطع فيديو صورت في أحداث سابقة في فلسطين أو في أفلام سينمائية ووثائقية أجنبية ونسج بها قصصا جديدة على أنّها تدور في الحرب الحالية.

مضامين مضلّة: تمّ استخدامها بهدف التأيير السلبي لحماس وللمقاومة الفلسطينية عن طريق ترويج ادعاءات مغرضة تتهم مقاتلي حماس بالقتل والترويع والتكثيف.

جدول 1: يبرز بنى الخطاب المضلّ والتمثّلات التي يروّجها

النماذج الإدراكية	التمثّلات	بنى الخطاب المضلّ		نوع التضليل
		كشف الادعاء	الادعاء	
الحرب على الإرهاب منظومة حقوق الإنسان وحقوق الطفل	إظهار وحشية مقاتلي حماس وإسائيتهم وتشبيه حركة حماس بتنظيم "داعش".	أثبت الصحفي الأمريكي "جاكسون هنكل" أنّ هذه الصورة تمّ فيركتها بواسطة الذكاء الاصطناعي وأنّها في الأصل صورة لكلب كان يتلقّى العلاج في عيادة طبّ بيطري تمّ استبدالها بجثة متفحمة. وقد عرض "تانتياهو" هذه الصورة المفبركة على وزير	توظيف صورة رضيع متفحّم داخل مستشفى إسرائيلي على أنّها لطفل إسرائيلي من ضحايا هجوم السابع من أكتوبر <sup>57</sup>	المضامين المفبركة

<sup>56</sup>- Claire Wardle, «Understanding Information disorder», September 22, 2020.

[https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf?x21167](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x21167)

		الخارجية الأمريكي "بليكن".	
إرهاب داعش	المقاومة ترتكب مجزرة ضد أبناء شعبها وتضحي بحياة المدنيين	شكك تحقيق أجرته القناة الرابعة البريطانية في أن تكون اللهجة المستخدمة فيه هي اللهجة المحلية لسكان القطاع ملّمًا الى وجود احتمالية قوية لأن يكون التسجيل مفيبركا <sup>58</sup>	تسجيل صوتي لمكالمة هاتفية بين عضو سابق في حركة حماس وأحد سكان قطاع غزة يزعم أنها تثبت تورط "الجهاد الإسلامي" في قصف مستشفى المعمداني.
منظومة حقوق الإنسان القانون الدولي	حماس تتخذ من المستشفيات مراكز عسكرية لها	رصد موقع مكافحة الإشاعات والأخبار الكاذبة "مسبار" ثغرات عديدة غير منطقية في هذه الرواية <sup>59</sup>	عرض المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي، دانيال هاغاري مقطع فيديو كدليل على وجود مقرات عسكرية لحماس أسفل مستشفى "الرننيسي" للأطفال مدعيًا أنّ قواته احتجزت أسرى في غرفة داخل نفق تحت هذا المستشفى.
إرهاب داعش	حماس تجعل من سكان غزة رهائن لتنفيذ مخططاتها	دقق مرصد "تحقق" في مدى صحة الترجمة وتبين أنها مضللة، وجاءت خلافاً لرواية المرأة الأصلية حول مخاطرتها في الذهاب إلى مفترق نتساريم لسحب جثمان ابنها، حيث تمكنت من ذلك بعد محاولات حثيثة، كما وصفت الواقع المؤلم للمنطقة بحكم انتشار جثامين الشهداء فيها، وعدم التمكن من إخراجها بفعل منع الاحتلال الأهالي والطواقم الطبية الوصول إليها.	فيديو يظهر مسنة فلسطينية تتحدث لصحفي عن معاناتها في سحب جثمان ابنها من شارع صلاح الدين المحاصر بالدبابات الإسرائيلية، وأرفق الفيديو بترجمة مخالفة تماماً لحديث المرأة، مع عنوان: "مرأة فلسطينية من غزة تقول بوضوح إن حماس هي المسؤولة عن معاناتهم". وقالت المرأة في الترجمة المنسوبة لها "لا تصدقهم (حماس)، أنا أفضل اليهود، ابني أسير لدى حماس منذ 30 يوماً، وحاولنا الخروج من غزة لكن حماس منعتنا وأجبرتتنا على البقاء، لا أحد من الإرهابيين (حماس) يهتم لأمرنا".
إرهاب داعش	نفي المسؤولية عن إسرائيل حماس لا تعاباً بالمنشآت	تحليل "نيويورك تايمز" للمقاطع شكك في أن يكون الصاروخ الذي ظهر في الفيديو هو المتسبب في انفجار المستشفى. <sup>60</sup> وأكد تقرير للقناة البريطانية الرابعة أنّ الصاروخ	مقاطع فيديو وصور التقطت بواسطة الأقمار الصناعية أشارت إلى وقوع انفجارين قرب مستشفى المعمداني في غضون دقيقتين من القصف للدعاء

### المضامين المخرجة

<sup>58</sup> - أنظر تحقيق مسبار على الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=Gv5fQvbiZS8>  
<sup>59</sup> - معطيات تُشكك في رواية إسرائيل بوجود أنفاق لحماس أسفل مستشفى الرننيسي، 15 نوفمبر 2023.

<https://shorturl.at/EJQ34>

<sup>60</sup> - A Close Look at Some Key Evidence in the Gaza Hospital Blast, The Nex York Times, Oct. 24, 2023. At: <https://www.nytimes.com/2023/10/24/world/middleeast/gaza-hospital-israel-hamas-video.html>

من سياقاتها	بأنّ الصاروخ الذي استهدف المستشفى فشلت عملية اطلاقه من غزة وسقط على المستشفى	الذي ضرب المستشفى قد سقط بشكل رأسي، ويتعارض ذلك مع الرواية الإسرائيلية التي أشارت إلى إطلاقه من مقبرة قريبة من المستشفى <sup>61</sup>	الصحية
نشر الصحفي الإسرائيلي "إيدي كوهين" على حسابه على منصة X مقطع فيديو يدعي فيه أنّ عناصر من الجيش الإسرائيلي دخلوا أنفاقا تعود لحماس	وضّح الصحفي الأمريكي العامل ضمن فريق التحقيقات المرئية في صحيفة "نيويورك تايمز"، "أريك تولر" أنّ الأنفاق المزعومة هي في الحقيقة جزء من منشأة إرسال قديمة في السويد وأنّ الفيديو اقتطع وثائقي منشور في 2022 على موقع "يوتيوب" عن المخابئ السويدية التي تعود إلى زمن الحرب الباردة.	إسرائيل تهدف الى القاء القبض على مقاتلي حماس ولا تشن حربا على سكان غزة	الحرب على الإرهاب
تحقيق يدعي أنّ أحد صانعي المحتوى الفلسطيني "صالح الجعفرأوي" قام بتصوير فيديو مثل فيه مشهد الموت على سرير المستشفى ثم نشره لاستجداء العواطف ووصفه بممثل "البيبود" <sup>62</sup>	أثبتت التحليلات بطلان ادعاء فبركة هذا المشهد الذي لا يعود للجعفرأوي، بل للشباب المدعو "محمد زنديق" الذي فقد ساقه بعد إصابته جزاء اقتحام إسرائيل مخيم نور الشمس في طولكرم بالضفة الغربية في شهر أغسطس من العام الماضي.	الفلسطينيون يلقفون مشاهد الموت لاستعطاف المجتمع الدولي. ويبالغون في عدد الشهداء	لا يمكن الوثوق بالفلسطينيين
نشر محرر TV Network9 على منصة X أنّ إرهابي حماس عثروا على امرأة حامل في جنوب إسرائيل. وقاموا بتشريح جسدها ثم شق بطنها وأخرجوا الجنين بالحبل السري ليموت الجنين ببطء خارج رحم أمه. هذا ما يفعله المتوحشون اللانسانيون من حماس بالناس".	بيّنت منصة "كاشف" الفلسطينية أنّ هذه الرواية مستوحاة من مجزرة صبرا وشاتيلا (عام 1982) <sup>63</sup>	لا إنسانية مقاتلي حماس وممارساتهم الوحشية ضدّ الاسرائيليات	منظومة حقوق الانسان إرهاب داعش
ادعاء بتعرّض نساء إسرائيليات للاعتداء الجنسي من قبل مقاتلي حماس خلال هجومهم على المستوطنات القريبة من قطاع غزة <sup>64</sup>	بعد جدل كبير حول هذا الموضوع، عدّلت عدّة وسائل إعلام غربية وأمريكية تقاريرها حول هذا الموضوع. من ذلك أنّ صحيفة "لوس أنجلوس تايمز" العبارات التي تشير إلى الاعتصاب بشكل قاطع، وأشارت إلى أنه لم يجر تأكيد مثل هذه التقارير".	وحشية إنسانية مقاتلي حماس في التعامل مع النساء الاسرائيليات	منظومة حقوق الانسان إرهاب داعش

<sup>61</sup> - قناة بريطانية: إسرائيل زيفت الأدلة بشأن استهداف مستشفى المعمداني بغزة

<https://www.youtube.com/watch?v=FGytf3-QQlo>

<sup>62</sup> - بثّ هذا التحقيق على المحطة التلفزيونية الألمانية "فيلت" (Welt) في تبنّ واضح لنظرية المؤامرة التي انتشرت على منصات التواصل الاجتماعي ومفادها أنّ ممثلين فلسطينيين هواة يقومون باختلاق مشاهد الموت في غزة.

<sup>63</sup> - بحسب تقرير أعدته "Arab News" في الذكرى الأربعين لمجزرة صبرا وشاتيلا، فإنّ الشاهدة على مجزرة صبرا أم عباس أكدت رؤيتها لما حدث للنساء الفلسطينيات من قتلهن وإخراج الأجنة من بطونهن. وهذا ما أكدته كذلك نهاد في تقرير لـ "Medical Aid for Palestinians" وهي شاهدة على مجزرة صبرا وشاتيلا أيضا، حيث كانت شقيقتها في ذلك الوقت تبلغ 20 عاماً وفي الشهر الثامن من حملها، وحاولت منع قوات الجيش من قتلها لتحاظ على حياة طفلها إلا أنّهم قتلوها وأخرجوا طفلها من بطنها.

<sup>64</sup> - تناقلت عدّة وسائل إعلام غربية هذا الادعاء في الأيام الأولى للحرب ونسبته إلى مسؤول إسرائيلي غير معروف ولكنها لم تتمكن من تقديم الأدلة على ذلك خاصة أنّ الجيش الإسرائيلي لم يؤكد صحة هذا الاتهام.

منظومة حقوق الإنسان إرهاب داعش	ممارسات حماس الوحشية ضدّ الأطفال اللإسرائيليين ولا إنسانية مقاتلي حماس	اتّضح أنّ مصدر هذا الادّعاء كان رائدًا متطرفاً في جيش الاحتلال الإسرائيلي يدعى "ديفيد بن زيون"، على الرغم من أن المتحدث باسم الجيش نفى بنفسه ملكيته لأي معلومات تؤكد هذه الأخبار، في تصريحات أدلى بها إلى وكالة الأناضول.	ادّعاء قطع مقاتلي حماس رؤوس 40 طفلاً فلسطينياً خلال هجوم السابع من أكتوبر <sup>65</sup>
إرهاب داعش	تأكيد رواية ان حماس تتخذ من المستشفيات قواعد عسكرية لها	بيّنت منصّة "كاشف" أن الورقة المعلقة على الحائط مكتوب على عنوانها "معركة طوفان الأقصى" وكانت تتضمن تواريخ وأيام الأسبوع منذ تاريخ 2023\10\7، ولا تحتوي أي أسماء. <sup>66</sup>	مقطع فيديو لجندي إسرائيلي يدعي أنه في قبو مستشفى الرنتيسي بقطاع غزة، ويشرح كيف كان القبو مكانا لاحتجاز الرهائن الإسرائيلية. كما ادّعى أنّ ورقة معلقة على الحائط تحتوي أسماء حراس الرهائن ومواعيد مناوباتهم.
إرهاب داعش منظومة حقوق الإنسان	ممارسات وحشية داعشية	أثبت المرصد الفلسطيني "تحقق" عدم صحة الادعاء، فمقاتل القسام وثقّ في مقطع فيديو من داخل منزل المستوطنة قوله: "إن هذا المشهد وصية رسول الله محمد لنا نحن المسلمون المجاهدون ألا نقتل امرأة ولا طفلاً ولا شيخاً ولا عاجراً في صولتنا، وقد نفذنا وصية الرسول بقتل المحاربين وأبقينا على النساء والأطفال.	مقطع فيديو يُظهر أحد جنود المقاومة داخل منزل في إحدى مستوطنات غلاف غزة، وهي مسنة من ذوي الإعاقة برفقتها ممرضة تقوم على رعايتها، وقد ادعت الحسابات أن "إرهابيي حماس الفلسطينية قتلوا امرأة إسرائيلية معاقة ومقدمة الرعاية الهندية لها عندما دخلوا منزلهم"

لنشويه حركة حماس وشيطنتها وتبرير القصف الوحشي للمستشفيات في آن، سوّق الجيش الإسرائيلي لروايتين رئيسيتين: إحداهما تؤكد أنّ حماس هي داعش والأخرى تدفع باتجاه أنّ حماس تتخذ من المرضى دروعاً بشرية وتحصّن بالمستشفيات. ولم تخرج المعلومات المضلّلة التي تمّ ترويجها في بداية الحرب عن هذين الإطارين اللذين تردّدا في تصريحات المسؤولين السياسيين والعسكريين الإسرائيليين.

فهذه المعلومات المضلّلة تستبطن ما جاء في تلك التصريحات من نعت للمقاومة الفلسطينية بالإرهاب وتشبيه فصائلها بتنظيم داعش الإرهابي ووصم مقاتليها بالحيوانات البشرية. وجسّدت المعلومات المضلّلة فكرة معركة إسرائيل المتحضّرة في مواجهة البربرية الفلسطينية أو معركة قوى النور مع قوى الظلام.

<sup>65</sup> - نقلت هذا الادّعاء مراسلة قناة i24 الإسرائيلية "نيكول زيديك" قائلة أنّ جنوداً إسرائيليين أخبروها بذلك لتعتذر لاحقاً عن ترويج هذه المعلومة الكاذبة التي بثّتها على الهواء مباشرة دون أن تنتظر دعم هذا التصريح بالأدلة. ونشرت القناة التقرير على صفحتها في منصة "إكس" أين حقق نسبة عالية جداً من المشاهدات كما استحوذ على عناوين الصحف ونشرات الأخبار في الغرب. ولم تكن "زيديك" وحدها من وقعت ضحية لعبة التضليل الإسرائيلي. فقد ردّد الرئيس الأمريكي هذا الادّعاء في إحدى تصريحاته بشأن الحرب زاعماً أنه رأى صور الرضع مقطوعي الرأس بنفسه. ممّا اضطرّ البيت الأبيض، بعد ساعات قليلة، إلى سحب هذا التصريح مبرراً إياه باستنادته إلى "مزاعم" مسؤولين إسرائيليين وتقارير إعلامية محلية وناقياً لمشاهدته لأي صور من هذا القبيل.

<sup>66</sup> - المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية، "ادعاء مضلل حول ورقة مكتوب عليها أسماء حراس الرهائن الإسرائيلية في مستشفى الرنتيسي ومواعيد مناوباتهم"، 14 نوفمبر 2023. <https://shorturl.at/iq248>

وتجلّت في هذه المعلومات المضلّلة استراتيجية دعشنة حماس ومحو صفة النضال والمقاومة من سجلّها واستراتيجية نزع الإنسانية. وعملت هذين الاستراتيجيتين على تشييد هويّة سلبية للأخر الفلسطيني تشرعن للتصدّي له بكلّ الطرق المتاحة. فهذا الآخر المعتدي على أمن إسرائيل ومواطنيها يذبح الرضع والأطفال والعجز ويغتصب النساء ويمارس الإرهاب ويتحصّن بالمستشفيات ويعرض المرضى للموت ويجعل من سگان غزّة دروعا بشرية له ويتاجر بحياتهم.

وتتأسس هذه الهويّة الخطابية للأخر على الأيديولوجيا المعادية للإرهاب من خلال إبراز شرعية سعي إسرائيل إلى الحفاظ على أمنها واستقرارها ضدّ فصائل متوحّشة وفاقدة للإنسانية تهدّد وجودها ووجود الشعب الفلسطيني. فالربط بين حماس وداعش يقتضي التعامل مع حرب غزّة بوصفها حربا على الإرهاب تخوضها إسرائيل مع الغرب كما أنّ استدعاء فظاعات داعش المعروفة في انتاج المعلومات المضلّلة يهدف إلى تهويل ما تعرّضت له إسرائيل في هذه الحرب وتبرير قوّة ردّ الفعل الإسرائيلي وضمان الدعم الغربي المطلق لها.

ومن أجل ذلك، عوّلت هذه المعلومات المضلّلة على تنشيط النماذج المعرفية والثقافية الراسخة في الذهن الغربية واستثمار المناخ الإيديولوجي المعادي للعرب والمسلمين والمخاوف المتجدّدة من الهجمات الإرهابية في الغرب من أجل تضخيم الخطر الذي تمثّله المقاومة الفلسطينية على سلام إسرائيل والدول الغربية وبالتالي تعزيز رواية "حقّ إسرائيل في الدفاع عن نفسها".

وقد استخدمت المعلومات المضلّلة في ذلك استراتيجية قلب اللوم (أي لوم الضحية وتبرئة الطرف المعتدي). فللتغطية على ما ترتكبه القوات الإسرائيلية من انتهاكات فظيعة لحقوق الإنسان الفلسطيني، تمّ التركيز على إدانة حماس على استخدام المدنيين كدروع بشرية والمنشآت العمومية كأماكن للتحصّن وإخفاء السلاح والرهائن وإطلاق الصواريخ. ووفقا لذلك تصبح المجمّعات السكنية والطبّيّة بؤرا محتملة "لإرهاب حماس"، وهو ما يشرّع لإسرائيل استهدافها. و" هنا يتحول قطاع غزّة من مدينة شديدة التنوع والكثافة إلى مجرد هدف على جدار الرماية منتهك بشكل كامل ومهيئ للتصويب والاستهداف. وفق هذا المنطق، يتحول الضحايا إلى مجرد أرقام، وتتوارى المسؤولية الأخلاقية خلف متطلبات الأمن وضرورات الموقف، وينزع عن المنتقدين أرضية الاستعفاف طالما أن الضحايا هم بالأساس أجساد يتم استغلالها كدروع من قبل "الإرهابيين".<sup>67</sup>

وعلى هذا النحو، يتّضح أنّ الرواية الإسرائيلية المضمّنة في المعلومات المضلّلة ترتكن إلى بنية مؤسّسية صلبة مرتكزة على سياق الحرب الدولية على الإرهاب في مستوى التأطير الأمني

<sup>67</sup>- نبيل عودة، «آليات إسرائيل في "دعشنة" الرواية الفلسطينية وانعكاساتها على معادلة الصراع بعيد أحداث 7 أكتوبر 2023»، 19 نوفمبر 2023. <https://shorturl.at/JLQU1>

والقانوني وعلى منظومة حقوق الإنسان في مستوى التأطير الأخلاقي والإنساني. فالمزاعم والانتهاكات والأحكام السلبية التي تضمّنتها هذه المعلومات تستحثّ سرديات قديمة قابعة في العقل الجمعي الغربي وبالتالي، فهي يمكن أن تحظى بالقبول لدى المواطن الغربي لأنها لعبت على مسلّماته القيمية المشتركة.

ويمكن القول أنّ هناك ثلاث استراتيجيات حاجية تجمع بين كلّ أنماط المعلومات المضلّلة المستخدمة: استراتيجية التبرير عبر الاستعطاف الإنساني واستراتيجية الهجوم المضاد عبر تشويه حماس وشيطننة المقاومة الفلسطينية واستراتيجية الدفاع والانكار عبر لوم الضحية واثارة الشك وخلق ضبابية لدفع أيّ اتهام وتكثيف التصريحات التي تقدّم روايات بديلة والإصرار على تكرار الرواية نفسها رغم كشف بطلانها.

وفي المجمل، فإنّ هذه الاستراتيجيات الخطابية الثلاث تقوم على بنية استقطابية معهودة في الخطاب الإسرائيلي قائمة على التركيز على الأفعال السلبية للآخر وإخفاء الأفعال السلبية للذات والتقليل من أهمّيتها من خلال تلطيفها أو إنكارها.

وهكذا، يتمّ تمثيل الذات بصورة إيجابية وتمثيل الآخر بصورة سلبية وفق نموذج اختزالي للواقع يصوّر الحرب على أنّها حرب حضارية بين "أبناء النور وأبناء الظلام" لتبدو الذات الإسرائيلية وكأنّها تمارس حقها في الدفاع عن نفسها ضدّ الآخر الفلسطيني.

غير أنّ هذه البنية الاستقطابية، التي تساهم في التعزيز الإدراكي للرواية السائدة حول الصراع، استمدت قوتها الخطابية، في هذه الحرب، من التدفّق السريع للمعلومات المضلّلة وصعوبة تدقيق الكثير منها، وما يمكن أن يساهم به ذلك في نجاح "معركة كيّ الوعي التي اتبعتها إسرائيل لسنوات لتذويب القضية الفلسطينية"<sup>68</sup>. فلئن عجزت الدعاية الإسرائيلية على تقديم تضليل معلوماتي مقنع في هذه الحرب، إلّا أنّها راهنت على انتشاره بواسطة مجتمع نشط من المؤيدين من ذوي التفكير المتماثل يتشاركون المعلومات المضلّلة المنسّقة خوارزمية.

وقد نشطت على منصات التواصل الاجتماعي حرب إلكترونية تعمل على تضخيم الرواية الإسرائيلية وقادت عديد الحسابات حملة مكثّفة لدعم هذه الرواية. وبحسب تحقيق أنجزته وحدة التحقيقات في موقع "العربي"، فإنّ هذه الحسابات بدت مفضوحة بطريقة غريبة إذ غالبها يحظى بأقل من 100 متابع، وتلثها غير محدد الجنس، عدا أن هذه الحسابات تغرّد بطريقة القص واللصق أو الإغراق.<sup>69</sup>

<sup>68</sup> - لندا شلش، "أحداث فلسطين تسقط القناع عن دبلوماسية "إسرائيل" الرقمية"، 26 مايو 2021. <https://rb.gy/a9w3er>  
<sup>69</sup> - حسابات مفضوحة.. تحقيق لـ"العربي" يكشف عن حملة تضليل حول حرب غزة، 14 أكتوبر 2023. <https://rb.gy/ubjdfp>

وكشف تقرير لمنصّة "مسبار" عددا من الحسابات الوهمية على منصات التواصل الاجتماعي بأسماء عربية تروّج للدعاية الإسرائيلية باللغة العربية.<sup>70</sup>

وإنّ عمل حشود المؤيدين على "إعادة تدوير" المعلومات المضللة التي تروّجها آلة الدعاية الإسرائيلية يزيد من انتشار الأفكار التي تروّج لها كما تضاعف الانتقادات الموجهة لها ومحاولات تكذيبها من حجم الاهتمام بها وتأييدها.

ونسندلّ على ذلك بفكرة "بالليود" Pallywood التي تدّعي أنّ الفلسطينيين يقومون بتمثيل إصابتهم وآلامهم ويكذبون بشأن القتلى والمصابين والضحايا. فهذه الفكرة تمّ الترويج لها منذ سنوات وانتشرت أثناء العدوان الإسرائيلي في مايو 2021 ولكنّ إعادة توظيفها من قبل الحسابات التابعة لإسرائيل في هذه الحرب للتشكيك في معاناة الفلسطينيين يوسّع من انتشارها ويزيد من احتمالية تصديقها.

ضمن هذا المضمار، نقد "جيمس برايدل" عصر المعلومات الذي نحياه اليوم في كتابه "عصر مظلم جديد"<sup>71</sup> قائلا إن المشكلة لا تكمن في نقص المعلومات، بل في زيادتها المفرطة. وهي زيادة تديرها "آلة تضخيم مهولة يمكنها إعادة توجيه الانتباه على مساحات شاسعة من شبكة الأنترنت"<sup>72</sup>.

### القمع الخوارزمي أو الردع السبيرياني: الهيمنة واستراتيجيات المنع

في المقابل، خاضت إسرائيل ومعها منصات التواصل الاجتماعي حربا موازية على المحتوى الداعم للرواية الفلسطينية وفضحت هذه الحرب السبيريانية التحيزّ الخوارزمي لهذه المنصات التي تمارس الرقابة والتقييد على الأصوات المؤيدة لغزّة والمقاومة الفلسطينية، حتّى أنّ البعض وصف هذه الممارسة بـ "الفصل العنصري الرقمي" وبـ "القبة الحديدية الرقمية".

والحقيقة أنّ هذا التحيزّ وهذه الرقابة ليسا أمرين جديدين. فعلى مدى السنوات الماضية، بذلت إسرائيل جهودا استراتيجية للسيطرة على الخطاب المضاد لروايتها وإسكات الصوت الفلسطيني وأنشأت سنة 2015 وحدة "سايبير"<sup>73</sup> في صلب وزارة العدل تحت قيادة "إيليت شاكيد" آنذاك تقوم بإبلاغ شركات التكنولوجيا بعشرات المنشورات والحسابات التي تصنفها "متطرّفة".

<sup>70</sup> - فاطمة حماد، حسابات بأسماء عربية تروّج للدعاية الإسرائيلية خلال العدوان على قطاع غزة، 11 ديسمبر 2023. <https://rb.gy/lwkn93>

<sup>71</sup> - جيمس برايدل (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2022)، عصر مظلم جديد التقنية والمعرفة ونهاية المستقبل، ترجمة: مجدي عبد المجيد خاطر، عالم المعرفة عدد 497.

<sup>72</sup> - سينجر وبروكينج (أفاق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2022)، شبه حرب تسليح وسائل التواصل الاجتماعي، ترجمة: هدى يحيى، ص 204.

<sup>73</sup> - هذه الوحدة السبيريانية المرتبطة بمكتب المدعي العامّ مكلفة بتقديم طلبات إلى شركات التكنولوجيا بناء على الانتهاكات المزعومة للقوانين المحلية والمبادئ التوجيهية للشركات، ويتم منحها الصلاحية الكاملة لضبط الخطاب عبر الأنترنت وإسكات الفلسطينيين. وتستخدم هذه الوحدة خوارزميات للكشف عن المحتوى الذي تعتبره "متطرّفاً" وترسل بشكل سري طلبات لإزالته إلى منصات التواصل الاجتماعي بطريقة غير شفافة.

وشرعت إسرائيل في ممارسة هذا الشكل من الردع السيبراني بشكل واضح بالتعاون مع شركة "ميتا" خاصة خلال أحداث "حي الشيخ جراح" عام 2021. فقد تم الإبلاغ آنذاك عن حذف مئات المنشورات وتعليق عشرات الحسابات<sup>74</sup>، من ذلك تعطيل حساب الناشطة "منى الكرد" على منصة إنستغرام بشكل مؤقت وحجب القصص التي نشرها شقيقها "محمد الكرد".

وتتفق إسرائيل مبالغ ضخمة على الأدوات الرقمية لمراقبة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، وإغراق شركات التكنولوجيا بالتقارير وطلبات الإزالة وتقنيات الترهيب للامتثال، وتجنيد المتطوعين والطلاب في تطبيقات مصممة خصيصاً<sup>75</sup>.

وفي هذا الإطار، أشار الموظف السابق في فيسبوك "أشرف زيتون" إلى أن شركات التواصل الاجتماعي تواجه ضغوطاً وتهديدات هائلة من الحكومة الإسرائيلية والجماعات المؤيدة لإسرائيل، وهذا ما دفع فيسبوك إلى توقيع مذكرة مع الحكومة الإسرائيلية في عام 2016. ونتيجة لذلك، أصبحت السياسات منحازة ضد الرواية الفلسطينية.<sup>76</sup>

وعلاوة عن الإبلاغ عن المحتوى، تتوخى إسرائيل تكتيكات أخرى لإسكات الفلسطينيين منها مهاجمة واعتقال الصحفيين والناشطين وتدمير البنية التحتية للإنترنت والاتصالات وقصف المباني التي تضم وكالات إعلام محلية ودولية في غزة.

وهكذا، لم يكن قطع الكهرباء والاتصالات بشكل متكرر على قطاع غزة خلال الحرب الأخيرة سوى تكتيكاً لمنع تكرار سيناريو 2021 حيث نجح النشطاء والمؤيدون في استخدام منصات التواصل الاجتماعي وفي توثيق انتهاكات حقوق الإنسان، والسيطرة على السردية وتصحيح تقارير وسائل الإعلام رغم ما قوبل به هذا النشاط الرقمي من رقابة من قبل شركات الميديا الاجتماعية.

وواصلت هذه الشركات في الحرب الأخيرة التنفيذ الانتقائي لسياساتها المعتدلة ومارست تحيزاً ورقابة ممنهجة على المحتوى الداعم لفلسطين من كل أنحاء العالم. فصنفت الخوارزميات المحتوى المؤيد لفلسطين على أنه معلومات مضللة أو تحريض على العنف والكراهية، بينما فتحت بوابات النشر للمحتوى الداعم لقصف إسرائيل الوحشي ومنحته "أفضلية النفاذ" بما يجعله أكثر قابلية للظهور.

<sup>74</sup> - وثق تقرير لـ "حملة" (المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي) 500 حالة انتهاك لحقوق الفلسطينيين الرقمية خلال الفترة من 6 إلى 19 مايو 2021. وشملت هذه الانتهاكات إزالة المحتوى وإغلاق الحسابات وإخفاء الوسوم وتقييد الوصول إلى المحتوى. ومن بين 500 حالة تم الإبلاغ عنها، كانت 250 حالة على إنستغرام (50 بالمائة)، و179 حالة على فيسبوك (35 بالمائة)، و55 حالة على تويتر (11 بالمائة)، و4 حالات على تيك توك (1 بالمائة). وأفاد 17 صحفياً في غزة أن حساباتهم على تطبيق الواتساب، والتي تعتبر ضرورية للتواصل مع المصادر والمحررين ومع العالم خارج قطاع غزة المحاصر، قد تم حظرها.

<sup>75</sup> - خلال أحداث "حي الشيخ جراح" عام 2021، قامت منصة إنستغرام بحذف وإخفاء منشورات تحمل هاشتاغ #AIAqsa ونظيره العربي #الاقصى نظراً لخطها بين حرم المسجد الأقصى وجماعة "كتائب شهداء الأقصى" المسلحة. وبالمثل، حذف فيسبوك صفحة "أنقذوا الشيخ جراح" التي بلغ عدد منخرطيها في ذلك الوقت 60 ألف.

<sup>76</sup> - TAMARA KHARROUB, « Systematic Digital Repression: Social Media Censoring of Palestinian Voices », Jun 8, 2021. <https://arabcenterdc.org/resource/systematic-digital-repression-social-media-censoring-of-palestinian-voices/>

فقد خالفت "ميتا" معاييرها المعلنة لنشر المحتوى ومناهضة الكراهية والإرهاب وتبنّت سياسات عدّت الأكثر صرامة إزاء المحتوى المتعلق بحرب غزّة، ما عرّضها لاتّهامات واسعة بالتحيز لإسرائيل. في حين كانت تطبيقات "تليغرام" و"تيك توك" و"إكس" أكثر مرونة في تطبيق معايير الحظر، وهو ما جعلها تواجه ضغوطا سياسية للإذعان لقوانين مناهضة الدعاية "الإرهابي".

وأعلن مركز "حملة" (المركز العربي لتطوير الاعلام الاجتماعي) أنّه تحقّق، في الفترة ما بين 7 أكتوبر و14 نوفمبر 2023، من 1447 انتهاكاً من بينها 573 حالة تقييد للحسابات أو إزالة محتوى لمستخدمين ومؤيدين فلسطينيين و904 حالة من خطاب الكراهية والتحريض على العنف وغيرها من أشكال العنف عبر الإنترنت التي تسهلها التكنولوجيا والتي تم التحقق منها يدوياً.

فعلى سبيل المثال، تعمل القواعد السرية لفيسبوك على تعديل كلمة "صهيوني" كقناة محمية بموجب سياسات خطاب الكراهية، وبالتالي حظر المحتوى المعادي للصهيونية والمنتقد لإسرائيل في جميع التطبيقات الفرعية لفيسبوك على أساس كونها معادية للسامية. وتوجد محاولات إزالة "الأراضي المحتلة" في وصف الضفة الغربية. وينطبق الأمر ذاته على كلمات مفتاحية مثل: "طوفان الأقصى" و"الإبادة الجماعية" و"غزّة تحت القصف" و"غزّة تباد" و"قتل أطفال غزّة" وغيرها من الكلمات.

وتعرضت منصة إنستغرام لانتقادات بسبب إضافة كلمة "إرهابي" إلى السير الذاتية لمستخدميه الذين يصفون أنفسهم بأنهم فلسطينيين على المنصة. وأكد موقع سكاى نيوز الإخباري أن شركة "ميتا" المالكة لفيسبوك حذفت نحو 795 ألف منشور خلال الأيام الأولى للحرب في غزّة، فيما حذفت منصة "تيك توك" 500 ألف مقطع فيديو وأغلقت 8 آلاف بث مباشر متعلّق بالاعتداءات الإسرائيلية على الشعب الفلسطيني.

وتم الإبلاغ عن غلق صفحة @eye.on.palestine الداعمة للقضية الفلسطينية والتي يتابعها أكثر من 6 ملايين. وواجهت الروابط إلى صفحات التبرّع والدعوات إلى إنهاء الاستثمارات في بيع الأسلحة إلى إسرائيل عملية تقييد لظهورها تسمّى بالحظر الظلّي shadow-banning.

وقد لاحظ المستخدمون في جميع أنحاء العالم أن منصات التواصل الاجتماعي تحدّ من عدد الأشخاص القادرين على مشاهدة المحتوى الخاص بهم المرتبط بالإبادة الجماعية المستمرة والحرب الجارية في غزّة.

وفي هذا السياق، تحدّث أليس جيكر عن "جيوش الروبوتات" الخاصة بالذكاء الاصطناعي التي تقوم بتصنيف المحتوى وتحديد ما إذا كان مناصراً لإسرائيل أم ضدها، فإذا كان مع إسرائيل فإن جيشاً من الروبوتات سيولد لها سيلاً من ردود الفعل الإيجابية من الإعجابات والمشاركات، أما إذا

كان المحتوى ضدها، فستعمل تلك الروبوتات بالإبلاغ عنه حتى لا يلقى هذا المحتوى غير المرغوب فيه أي تفاعل.<sup>77</sup>

في المقابل، رصدت منظمة "صدي سوشيال" المتخصصة في مراقبة الانتهاكات الرقمية لحقوق الفلسطينيين، خلال شهر أكتوبر الماضي، أكثر من 20 ألف محتوى تحريضي ضد الفلسطينيين، يشمل مصطلحات وعبارات وصوراً ومقاطع فيديو تحريضية، فضلاً عن تداول محتوى يسخر من أشلاء الضحايا أو يتهمم بتلفيق الجرائم الإنسانية المرتكبة ضدهم.

ويمكن تفسير هذا التحيز الواضح بعوامل تجمع بين المصالح الاقتصادية والأبعاد التاريخية والسياسية. فهذه المنصات ترضخ الى ضغوطات المنظمات العالمية المدعومة من الحكومة الإسرائيلية وتخشى العقوبات المالية التي يمكن أن تسلبها المفوضية الأوروبية على منصات التواصل الاجتماعي حين لا تلتزم بقانون الخدمات الرقمية (DSA) الذي يفرض غرامات شاملة تصل إلى 6% من الإيرادات السنوية العالمية في حال امتناع المنصات عن إزالة المحتوى المضلل وغير القانوني بما في ذلك "الدعاية الإرهابية".<sup>78</sup> وهو ما يبيّن ارتباط النظم الخوارزمية بمواقف القوى الدولية في وضع التعريفات وتحديد السياسات والمعايير والتصنيفات ويكشف ارتباط علاقات القوة بالعلاقات الاقتصادية.

فمنصات التواصل الاجتماعي "تضع سياساتها الخاصة، وتنفذها وفقاً لأجنداتها ومصالحها، وتقوم بمراجعة الشكاوى واتخاذ القرارات بشأنها دون رقابة قانونية أو معايير عالمية أو تحقيقات مستقلة. وإن قوة شركات التكنولوجيا في مراقبة التعبير عبر الإنترنت مع الافتقار التام للمساءلة والشفافية، ودون الامتثال لمعايير حقوق الإنسان وحرية التعبير، تساهم في استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأسلحة للاضطهاد والقمع".<sup>79</sup>

وهكذا، فإن الخوارزميات ليست مجرد برمجيات ومعادلات رياضية أو هندسية تركز هيمنة تقنية على الفضاء التواصلية، بل هي هيمنة خطابية بوسائل مادية/ تقنية تسيطر على أفعال الكلام (الاتهامات والإدانان والتبريرات المضادة للرواية الإسرائيلية) وتتحكم في من يمكنه أن يتكلم أو يتفاعل وبأيّ طرق وماذا يجب أن يتكلم ومتى عليه أن يتكلم أو يتفاعل في رحاب هذا الفضاء. ويحيلنا ذلك إلى استراتيجيتين من استراتيجيات المراقبة والمنع التي تحدّث عنها "فوكو"، وهما:

<sup>77</sup> - Naomi Nix, «Pro-Palestinian creators use secret spellings, code words to evade social media algorithms», The Washington Post, October 20, 2023. <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/10/20/palestinian-tiktok-instagram-algospeak-israel-hamas/>

<sup>78</sup> - فاطمة الزهراء عبد الفتاح، "ماذا تباينت سياسات وسائل التواصل الاجتماعي إزاء حرب غزة؟"، مركز المستقبل للدراسات والأبحاث المتقدمة، <https://shorturl.at/llK67> 16 نوفمبر 2023.

<sup>79</sup> - TAMARA KHARROUB, « Systematic Digital Repression: Social Media Censoring of Palestinian Voices », op. cit

"الموضوع الذي لا يجوز الحديث عنه"<sup>80</sup> و"التقليل من عدد الذوات المتكلمة" حيث لا تكون "كلّ مناطق الخطاب مفتوحة بنفس الدرجة وقابلة للاختراق بنفس الدرجة"<sup>81</sup>.

وسنبيّن في الجدول الموالي مظاهر هذه الهيمنة الخطابية، بالاعتماد على الأنماط الستة من الرقابة غير المبرّرة التي تمارسها منصات التواصل الاجتماعي على المحتوى المؤيّد لفلسطين كما حدّتها منظمة "هيومن رايتز واتش"<sup>82</sup>.

جدول 2: يبيّن مظاهر الهيمنة الخطابية في أنماط الرقابة الخوارزمية

نمط الرقابة	من يتكلم؟	عما يتكلم؟	كيف يتكلم؟	متى يتكلم؟	لمن يتكلم؟
إزالة المنشورات والقصص والتعليقات		×			×
التعليق أو التعطيل الدائم للحسابات	×				×
القيود المفروضة على القدرة على التفاعل مع المحتوى (مثل الإعجاب والتعليق والمشاركة وإعادة النشر) لفترة محددة تتراوح من 24 ساعة إلى ثلاثة أشهر	×			×	×
القيود المفروضة على القدرة على متابعة الحسابات الأخرى أو وضع علامة عليها	×		×		
القيود المفروضة على استخدام ميزات معينة (مثل استخدام البث المباشر على فيسبوك وأنستغرام وتحقيق الدخل والتوصية بالحسابات لغير المتابعين			×		×
"الحظر الظلي": الانخفاض الكبير في ظهور منشورات أو حساب الفرد، دون إشعار، بسبب انخفاض توزيع المحتوى أو وصوله أو تعطيل عمليات البحث عن الحسابات.	×			×	×

وعلى هذا النحو، تصبح "خوارزميات القمع" كما تسمّيها الباحثة "صفية نوبل"<sup>83</sup> آلية من آليات التوزيع غير المتكافئ للسلطة أو "النفوذ التفضيلي" في البيئة الرقمية وسلاحا للهيمنة على الخطاب وتحقيق أهداف جيوسياسية. ذلك أنّ "النفوذ التفضيلي إلى الخطاب العامّ شيئاً قيماً وذا أهمية كبيرة من بين الموارد الأخرى التي تمثّل قاعدة السلطة للمجموعات المهيمنة لأنّه يسمح بالوصول إلى آليات السيطرة على العقل العامّ... ولصناعة الموافقة الجماعية"<sup>84</sup>

ويمكن القول إنّ منصات التواصل الاجتماعي باتت تشكّل "أوليغارشية رقمية" تتمتع بقدرات هائلة على السيطرة على ما تتم مناقشته في الفضاء السيبراني، ويصبح مالكو هذه المنصات "أنصار

<sup>80</sup> - ميشال فوكو (دار التنوير للطباعة والنشر، 2007)، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا، ص4.

<sup>81</sup> - المرجع نفسه، ص20.

<sup>82</sup> - Meta's Broken Promises Systemic Censorship of Palestine Content on Instagram and Facebook, December 21, 2023. <https://www.hrw.org/report/2023/12/21/metas-broken-promises/systemic-censorship-palestine-content-instagram-and>

<sup>83</sup> - Noble, S. U. (2018). Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism. NYU Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5>

<sup>84</sup> - فان ديك، الخطاب والسلطة، مرجع سابق، ص 187.

حكم القلّة الأميركيين، الذين يتحكمون في الوصول إلى الإنترنت لمليارات من المستخدمين<sup>85</sup> ويملكون سلطة تحديد "حقّ الامتياز" (أي من يحقّ له أن يتحدّث) ويتعاونون مع آلة الدعاية الإسرائيلية في إدارة المعرفة وتنظيم المعلومات وصنع ساحة المعركة.

وإنّ هيمنة الأوليغارشية التي تتكون من عدد قليل من الشركات الضخمة على العالم الرقمي تثير العديد من الأسئلة المزعجة للمشرعين، والمنظمين، وعامة الناس. "إن سيطرتهم غير المسبوقة على الفضاء الرقمي لديها القدرة على خنق الابتكار، وتقويض حقوق المواطنين، وقلب العمليات الديمقراطية في البلدان ذات السيادة".<sup>86</sup>

لا تكمن قوّة الرواية الإسرائيلية، إذن، في قوّة بنى الخطاب الذي تروّجه (وتواتر تداولها) والتفصيلات الدقيقة للمعنى الذي يحمله، بل في سوء توظيفها لسلطة شركات الميديا الرقمية وسيطرتها على السياق التقني أو وسائل الإنتاج (الإعلامية والاتصالية) التي تنقل هذه الرواية على حساب الرواية الفلسطينية التي يتمّ منعها من المشاركة بموجب علاقات القوّة التي تعقدّها آلة الدعاية الإسرائيلية مع شركات الميديا الاجتماعية. "إذ إنّ السياق -دائماً- هو الذي يتداخل مع هذه العلاقات (علاقات القوّة) ويعزّزها أو يحولها"<sup>87</sup>.

فمحدودية نفاذ الرواية الفلسطينية إلى الفضاء التواصلي الرقمي، بفعل القمع الخوارزمي، يؤدّي إلى استبعادها من الفضاء الخطابي الرمزي وافتقارها للوصول المؤثّر الى الرأي العام العالمي.

### استراتيجيات مقاومة الخطاب المهيمن

وإنّ حرمان الرواية الفلسطينية من سلطة النفاذ الى منصات الميديا الاجتماعية، ناهيك عن النفاذ الى وسائل الاعلام الغربية بفعل منع مراسلي الشبكات الإخبارية الغربية من التواجد في قطاع غزة ومناطق الاثتباك، هو نوع من "الإبادة المعرفية" بالموازاة مع ما يحدث على الأرض من إبادة جماعية.

ولكن، في عالم اليوم الذي يتميّز بلا مركزية الوصول إلى المعلومات بات من الصعب على أيّ نمط من الرقابة السيطرة الكليّة على التفاعل ولم يعد ممكناً للهيمنة الخطابية الإسرائيلية على السرد السياسي والتاريخي للصراع أن تكون مطلقة.

<sup>85</sup> - JONATHAN TAPLIN, "Andreessen—Four Billionaire Techno-Oligarchs—Are Creating an Alternate, Autocratic Reality", AUGUST 22, 2023. <https://www.vanityfair.com/news/2023/08/musk-thiel-zuckerberg-andreessen-alternate-autocratic-reality>

<sup>86</sup> - Charlie Angus, « Big tech is changing the world — but we need to have a say », May 25, 2018. [https://www.thestar.com/opinion/contributors/big-tech-is-changing-the-world-but-we-need-to-have-a-say/article\\_847881cb-7e83-5dcb-8729-ad3ec71332f4.html](https://www.thestar.com/opinion/contributors/big-tech-is-changing-the-world-but-we-need-to-have-a-say/article_847881cb-7e83-5dcb-8729-ad3ec71332f4.html)

<sup>87</sup> - فان ديك، الخطاب والسلطة، مرجع السابق، ص 201.

لقد أتاحت الميديا الاجتماعية انتشار عشرات الفيديوهات التي عبّر فيها ناشطون ومشاهير عرب وغربيين عن إدانتهم لجرائم "إسرائيل" وتعاطفهم مع سكان غزة في حملة تضامنية غير مسبوقه وعمّت، نتيجة لذلك، مظاهرات واسعة في العواصم الغربية وأمريكا ودول أخرى على وقع تمادي الآلة العسكرية الإسرائيلية في جرائمها وانكشاف الأكاذيب التي روّجتها الدعاية الإسرائيلية.

ومن أجل مواجهة الحملة التضامنية مع فلسطين على منصات التواصل الاجتماعي، قامت إسرائيل باقتناء نظام سبيرياني يعدّ الأول من نوعه في العالم. وأكدت صحيفة هآرتس الإسرائيلية أنّ ذلك تمّ بعد أن أدركت هيئات دفاع واستخبارات الاحتلال، أنها كانت تخسر المعركة على الإنترنت أمام "آلة الحرب النفسية والمعلوماتية المجهزة جيداً" التابعة للمقاومة وحماس. وبيّنت الصحيفة أن الدعم الدولي الشعبي الكبير الذي حظيت به القضية الفلسطينية، منذ اندلاع الحرب، قد فاجأ مسؤولي الاحتلال الإسرائيلي وأن هذا الدعم قد جرى استغلاله لتقويض مكانة إسرائيل بشكل غير مسبوق. ونقلت الصحيفة عن مسؤول استخباراتي كبير سابق، قوله: "إنها معركة حول شرعية وجود إسرائيل كدولة ذات جيش. وبهذا المعنى، فقد فازت حماس بالفعل".<sup>88</sup>

ورغم حظر شركتي Meta و Google حسابات حماس على منصات التواصل الاجتماعي، ارتفع عدد متابعي حماس بشكل كبير على تيليجرام<sup>89</sup> في الأيام التالية لهجوم "طوفان الأقصى"، وتضاعف عدد متابعي القناة الرسمية لكتائب القسام بأكثر من 3 مرات كما ارتفع معدل التفاعل على مقاطع الفيديو والمنشورات الأخرى على القناة التي حصلت على أكثر من 10 أضعاف العدد المعتاد من المشاهدات، وفق ما تضمّنه تحليل أجراه مختبر أبحاث التحليل الجنائي الرقمي التابع للمجلس الأطلسي.<sup>90</sup>

ووفقا لاستطلاع رأي أجرته "رويترز - إيبوس"، أظهرت الأرقام تراجع التأييد الشعبي في الولايات المتحدة الأمريكية لحرب إسرائيل على قطاع غزة، وبيّنت أنّ أغلب الشعب الأمريكي رأى أنه يجب على تل أبيب وقف إطلاق النار على الشعب الفلسطيني في الصراع الذي تفاقم إلى أزمة إنسانية.<sup>91</sup>

<sup>88</sup> - Omer Benjakob, «Israel Has Bought a Mass Online Influence System to Counter Antisemitism, Hamas Atrocity Denial», Haaretz, Jan 16, 2024. <https://shorturl.at/cGIRV>

<sup>89</sup> مصدرا مهماً Telegram عن المنصات الأخرى لأنها لا تستخدم الخوارزميات للترويج للمحتوى وتعّد قنوات Telegram -تختلف منصة المعلومات المباشرة بالنسبة للباحثين والصحفيين ومدققي الحقائق.

<sup>90</sup> - Emerson T. Brooking, Layla Mashkoor & Jacqueline Malaret, Distortion by design: How social media platforms shaped our initial understanding of the Israel-Hamas conflict, December 21, 2023.

<https://www.atlanticcouncil.org/content-series/the-big-story/distortion-by-design-how-social-media-platforms-shaped-our-initial-understanding-of-the-israel-hamas-conflict/>

<sup>91</sup> - Jason Lange and Matt Spetalnick, US public support for Israel drops; majority backs a ceasefire, Reuters/Ipsos shows, November 15, 2023. <https://www.reuters.com/world/us-public-support-israel-drops-majority-backs-ceasefire-reutersipsos-2023-11-15/>

وكشف استطلاع مماثل، أجرته جامعة هارفارد بالتعاون مع شركة هاريس<sup>92</sup>، أنّ تراجع تأييد إسرائيل برز بنسبة 50 بالمائة في صفوف الشباب من الفئة العمرية 18- 24 سنة الذين يستقون معلوماتهم بشكل أساسي من العالم الافتراضي.

لقد أصبح المستخدمون الفلسطينيون والمناصرون للقضية الفلسطينية أكثر وعياً بأشكال الرقابة والمنع التي عززتها المنصات الاجتماعية الرقمية واستطاعوا التكيف مع سياقاتها وطوّعوا أدوات واستراتيجيات جديدة لمقاومتها، فابتكروا تكتيكات للتخلص من قيودها. ومن بين تلك التكتيكات ما يسمّى بـ"خداع الخوارزميات" عبر أخذ "فواصل خوارزمية"، إذ يقوم المستخدمون بنشر قصص عادية لا صلة لها بحرب غزة ثم يضيفون بعدها قصصاً عن الحرب.

ومن أساليب التحايل الأخرى التي استخدمها النشطاء: إضافة أصوات تنبيه لإخفاء التعليقات الصوتية وتغيير تهجئة الكلمات الإنجليزية والعربية الشائعة مثل "فلسطين"، و"إبادة جماعية"، و"حماس" أي إنشاء كلمات جديدة لا تلتقطها الخوارزميات "algorithmspeak" عبر تجزئتها أو إضافة علامات ترقيم لها أو تعويض بعض الحروف العربية بحروف لاتينية.

وتعمّد بعض المستخدمين إضافة تشويش على الصور حتّى لا تتمكن برامج الذكاء الاصطناعي من التعرف عليها إلى جانب التركيز على المنشورات المكتوبة أكثر من المنشورات البصرية التي تكتشفها الخوارزميات بشكل أسرع.

كلّ ما تقدّم يثبت نجاح الناشطين في اخراج المحتوى المؤيد للسردية الفلسطينية من الحصار الرقمي ونجاحهم في تعرية زيف المضامين الإسرائيلية الملفقة وفضح الانتهاكات التي يمارسها الاحتلال في غزة. ولكنّ النجاح في الإفلات من قبضة القمع والمراقبة الخوارزمية وخرق "أفضلية النفاذ" لا يعني، بالضرورة، النجاح في إزالة القناع عن التشكيلات الخطابية التي تخترق بواسطتها السلطة الإسرائيلية الأنظمة المعرفية للذات الغربية للسيطرة عليها وتدجينها من أجل الانتصار في حرب الخطاب.

#### خاتمة:

إنّ المقاومة الخطابية تقتضي "صوغ بدائل صالحة للخطابات المهيمنة بحيث تتسجم مع مصالح الفئات المهيمن عليها"<sup>93</sup>. فالخطاب "ليس فقط ما يترجم الصراعات أو أنظمة السيطرة لكنه هو ما نصارع من أجله وما نصارع به وهو السلطة التي يسعى الكل للاستيلاء عليها"<sup>94</sup>.

<sup>92</sup>-Key Results – December [https://harvardharrispoll.com/wp-content/uploads/2023/12/HHP\\_Dec23\\_KeyResults.pdf](https://harvardharrispoll.com/wp-content/uploads/2023/12/HHP_Dec23_KeyResults.pdf)

<sup>93</sup>- فان ديك، الخطاب والسلطة، مرجع سابق، ص 39 .  
<sup>94</sup>- ميشال فوكو، نظام الخطاب، مرجع سابق، ص5.

وداخل منصات الميديا الاجتماعية "وفي كلّ نزاع عليها لا تزال قوّة الاختيار متاحة لنا جميعا... فنحن قادرون أيضا على التأثير على ما يعرفه الآخرون ويفعلونه ما يجعلنا الصناع الحقيقيين لنتائج كلّ هذه المعارك"<sup>95</sup>.

ولعلّ تملّك ناصية التكنولوجيا الرقمية، بوصفها إحدى "الأنماط المؤثرة في إنتاج الخطاب العام"، تعدّ من أهمّ آليات الصراع التي تمكّن من تأسيس استراتيجية مضادّة "للفاذ المقيد" وبناء نظام معرفي مقوّس لبنى الخطاب المهيمن ومصدّع للرواية الإسرائيلية.

ويمكن أن يكون تأسيس محركات بحث ومنصات رقمية عربية شكلا جديدا من أشكال استثمار السياق التكنولوجي والاتصالي الجديد لتشكيل خطاب مقاوم يمكّن من كسر سلطة "الأوليغارشية الرقمية" والولوج إلى الخطاب الدولي العامّ حول فلسطين لإحداث اختلال توازن إدراكي في المنظومة الفكرية الغربية وبناء قاعدة معرفية مناهضة للرواية الإسرائيلية السائدة في الغرب منذ عقود.

وخلاصة القول إنّ الهيمنة على الخطاب تستوجب "سيطرة سياقية" على منافذ الميديا الرقمية ولكّنها تحتاج أيضا إلى "سيطرة عقلية إدراكية" من أجل إعادة إنتاج خطاب الحرب وتوطينه ضمن إطار إدراكي يقبله العقل الغربي وتنقيته من كلّ أشكال التضليل والتلاعب والتحامل والتحيز والتنميط.

### بيبلوغرافيا

توين فان دايك، الخطاب والسلطة (المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014)، ترجمة غيداء العلي.  
جيمس برايدل (المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2022)، عصر مظلم جديد التقنية والمعرفة ونهاية المستقبل، ترجمة: مجدي عبد المجيد خاطر، عالم المعرفة عدد 497.  
سينجر وبروكينج (آفاق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2022)، شبه حرب تسليح وسائل التواصل الاجتماعي، ترجمة: هدى يحيى.

ميشال فوكو (دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت، 2007)، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا.  
- Adi Kuntsman, Rebecca Stein, Digital Militarism: Israel's Occupation in the Social Media Age, (Stanford, California: Stanford University Press, 2015).

- Diego Hidalgo Demeusois, Anesthésiés : l'humanité sous l'emprise de la technologie, (ed. FYP, 2022).

<sup>95</sup>- سينجر وبروكينج (آفاق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2022)، شبه حرب تسليح وسائل التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 413-414.

ويبوغرافيا:

المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية، "ادعاء مفضل حول ورقة مكتوب عليها أسماء حراس الرهائن الإسرائيلية في مستشفى الرنتيسي ومواعيد مناوباتهم"، 14 نوفمبر 2023.

<https://shorturl.at/iq248>

حسابات مفصوحة.. تحقيق لـ"العربي" يكشف عن حملة تضليل حول حرب غزة، 14 أكتوبر

<https://rb.gy/ubjdfp>. 2023

فاطمة الزهراء عبد الفتاح، "لماذا تباينت سياسات وسائل التواصل الاجتماعي إزاء حرب غزة؟"،

مركز المستقبل للدراسات والأبحاث المتقدمة، 16 نوفمبر 2023. <https://shorturl.at/IIK67>

فاطمة حماد، حسابات بأسماء عربية تروج للدعاية الإسرائيلية خلال العدوان على قطاع غزة، 11

ديسمبر 2023. <https://rb.gy/lwkn93>

قناة بريطانية: إسرائيل زيفت الأدلة بشأن استهداف مستشفى المعمداني بغزة

<https://www.youtube.com/watch?v=FGytf3-QQlo>

لندا شلش، "أحداث فلسطين تسقط القناع عن دبلوماسية إسرائيل" الرقمية"، 26 مايو 2021.

<https://rb.gy/a9w3er>

معطيات تُشكك في رواية إسرائيل بوجود أنفاق لحماس أسفل مستشفى الرنتيسي، 15 نوفمبر

<https://shorturl.at/EJQ34>. 2023

نبيل عوده، «آليات إسرائيل في "دعشنة" الرواية الفلسطينية وانعكاساتها على معادلة الصراع بعيد

أحداث 7 أكتوبر 2023»، 19 نوفمبر 2023. <https://shorturl.at/JLQU1>

A Close Look at Some Key Evidence in the Gaza Hospital Blast, The Nex York Times, Oct. 24, 2023. At: <https://www.nytimes.com/2023/10/24/world/middleeast/gaza-hospital-israel-hamas-video.html>

Charlie Angus, « Big tech is changing the world — but we need to have a say», May 25, 2018. [https://www.thestar.com/opinion/contributors/big-tech-is-changing-the-world-but-we-need-to-have-a-say/article\\_847881cb-7e83-5dcb-8729-ad3ec71332f4.html](https://www.thestar.com/opinion/contributors/big-tech-is-changing-the-world-but-we-need-to-have-a-say/article_847881cb-7e83-5dcb-8729-ad3ec71332f4.html)

Claire Wardle, «Understanding Information disorder», September 22, 2020. [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf?x21167](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x21167)

Emerson T. Brooking, Layla Mashkoo & Jacqueline Malaret, Distortion by design: How social media platforms shaped our initial understanding of the Israel-Hamas conflict, December 21, 2023. <https://www.atlanticcouncil.org/content-series/the-big-story/distortion-by-design-how-social-media-platforms-shaped-our-initial-understanding-of-the-israel-hamas-conflict/>

Jason Lange and Matt Spetalnick, US public support for Israel drops; majority backs a ceasefire, Reuters/Ipsos shows, November 15, 2023. <https://www.reuters.com/world/us-public-support-israel-drops-majority-backs-ceasefire-reutersipsos-2023-11-15/>

JONATHAN TAPLIN, “Andreessen—Four Billionaire Techno-Oligarchs—Are Creating an Alternate, Autocratic Reality”, AUGUST 22, 2023. <https://www.vanityfair.com/news/2023/08/musk-thiel-zuckerberg-andreessen-alternate-autocratic-reality>

Meta’s Broken Promises Systemic Censorship of Palestine Content on Instagram and Facebook, December 21, 2023. <https://www.hrw.org/report/2023/12/21/metas-broken-promises/systemic-censorship-palestine-content-instagram-and>

Naomi Nix ,«Pro-Palestinian creators use secret spellings, code words to evade social media algorithms», The Washington Post, October 20, 2023. <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/10/20/palestinian-tiktok-instagram-algospeak-israel-hamas/>

Noble, S. U. (2018). Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism. NYU Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5>

Omer Benjakob, «Israel Has Bought a Mass Online Influence System to Counter Antisemitism, Hamas Atrocity Denial», Haaretz, Jan 16, 2024. <https://shorturl.at/cGIRV>

TAMARA KHARROUB, « Systematic Digital Repression: Social Media Censoring of Palestinian Voices», Jun 8, 2021. <https://arabcenterdc.org/resource/systematic-digital-repression-social-media-censoring-of-palestinian-voices/>

## إدارة المؤسسات الإعلامية المغربية في ظل المتغيرات التكنولوجية الحديثة.

### " الرهانات والتحديات "

## Managing Moroccan media institutions in light of modern technological changes. Stakes and Challenges"

### حفيظ حفيظ حافظ: باحث في مجال الصحافة والإعلام

#### ملخص:

مما لا شك فيه بأن الحديث عن إدارة المؤسسات الإعلامية في المغرب أصبح من المواضيع الجديرة للدراسة والبحث، مقارنة بالسنوات الماضية حيث كان الباب موصدا لا يرغب الكثير طرقه وسبر أغوار البحث فيه بغية فك شفراته وفهم كنهه ومضمونه. لكن هذا الأمر لم يعد قائما في زمن يشهد تغيرات فائقة بفعل الطفرة التكنولوجية الحديثة التي فتحت الباب على مصراعيه لظهور أنظمة مفتوحة للإنتاج الابتكاري والإبداعي في العديد من المجالات الإدارية ومن ضمنها الإدارة الإعلامية والصحفية، ومن هنا أدرك القائمون أن نجاح هذه الأخيرة وتطورها رهين بهيكلتها وتنظيم نشاطها، داخليا، وخارجيا، لاسيما بعد تحول الصناعة الإعلامية إلى نشاط تجاري واقتصادي، حيث لم يعد حقل الإعلام والصحافة مجرد رسالة وفكرة، بل تطور في ظل المستجدات العلمية والتكنولوجية الحديثة، ليصبح عمليّة صناعة منطوية تحتاج إلى رؤوس أموال من أجل ضمان استمرار المؤسسة الإعلامية ونجاحها، كما أن الممارسة الصحافية بالمغرب لم تعد صحافة قائمة على الأفراد ، وإنما صحافة قائمة على المؤسسات، تعتمد في تسييرها وإدارتها على وسائل حديثة ومتطورة.

غايتنا من هذه الورقة البحثية استعراض أهم التحديات التي تواجهها إدارة المؤسسات الإعلامية انطلاقا من الإجابة عن جملة من التساؤلات من قبيل: كيف تساهم التقنيات الحديثة في إدارة المؤسسات الإعلامية بالمغرب؟ وما طبيعة التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية والصحفية في المغرب؟ وكيف يمكن مواجهتها؟ وأين يكمن دور القيادة في المؤسسة الإعلامية وعلاقتها بالنوعية والجودة والأداء الممتاز والفعال للمؤسسة الإعلامية؟ وما أهمية التخطيط وصناعة القرار داخل الإدارة الإعلامية؟ وما الاعتبارات الأخلاقية والقانونية التي يجب مراعاتها في صناعة المحتويات الإعلامية وإدارة المؤسسة؟

الكلمات المفتاحية: الإدارة- المؤسسة الإعلامية- المقالة الصحفية- التكنولوجية الحديثة\_ الرهانات- التحديات.

#### Abstract :

There is no doubt that speaking of the management of media institutions in Morocco has

become a worthy subject of study and research, as compared to previous years, when the door was closed, and not much of its methods and research was explored with a view to deciphering its cipher and understanding its content. However, this is no longer the case at a time when the new technological boom has opened the door to the emergence of open systems of innovative and creative production in many administrative areas, including the Department of Public Information and the press. Hence, the latter 's success and development have been determined by its structure and organization, both internally and externally, especially after the media industry has become a trade and economic activity. The media and press field is no longer just a message and an idea, but has evolved in the light of modern scientific and technological innovations, to become a sophisticated industry that needs funds to ensure the continuity and success of the media institution.

The purpose of this research paper is to review the most important challenges facing the management of media organizations, starting from answering a number of questions, such as: How do modern technologies contribute to the management of media institutions in Morocco? What are the challenges facing media and press institutions in Morocco? How can she be confronted? Where is the leadership role in the media institution and its relationship to the quality, quality and excellent and effective functioning of the media organization? What is the importance of planning and decision-making within the Department of Public Information? What ethical and legal considerations must be taken into account in the media content industry and enterprise management?

## مقدمة:

لم يعد الإعلام مجرد رسالة وثقافة وفكر بل تطور في ظل المستجدات العلمية والتكنولوجية الحديثة، لتصبح العملية الإعلامية صناعة متقدمة ودقيقة في آن واحد، فانتقلت الصحافة المطبوعة- على سبيل المثال- من صحافة أفراد إلى صحافة مؤسسات تتحرك بوسائل متطورة يشكل نظام أداء العمل فيها ركيزتها الأساس، وعليه، فإن موضوع الإدارة الصحفية والإعلامية ما زال غائباً عن أذهان الكثيرين من العاملين في المهنة على الرغم من أنه يُمارس عملياً من قبلهم بشكل تفصيلي دون أن يعوا أطره النظرية وأدواته المعرفية التي ينبغي أن يلم العاملون بالمهنة بجميع جوانب العملية الإعلامية سواء التحريرية منها أو الوظائف الأخرى المساندة لها على الرغم من أن "الإدارة الإعلامية" تُعد علماً قائماً بذاته في العالم المتقدم. إلا أن الاهتمام به في مؤسساتنا الإعلامية المغربية لم يكن بالمستوى المعبر عن تلك الأهمية نظراً لندرته لا سيما في البحوث الإعلامية وبرامج التأهيل الصحفي والإعلامي اللذين يفتقران إلى مثل هذا النوع المعرفي. وتزامناً مع ما تشهده المؤسسات الإعلامية من تطورات متلاحقة، كان لها أثر كبير على دور الإعلام في المجتمع وفي التأثير على سياسات الدولة، يأتي الاهتمام بقيادات تلك المؤسسات وبالتخطيط

الإداري والإعلامي وبصنع السياسات الإعلامية كأهم مدخلات العملية الإعلامية، حيث إنَّ مستقبل أي مؤسسة إعلامية يستلزم وجود القائد الذي يستطيع الموازنة بين أهداف مؤسسته الإعلامية وأهداف المجتمع، ولكي تتجح القيادة لا بدَّ أن تلتزمها عملية التخطيط، وخاصة بعد أن تحول الإعلام إلى صناعة تتطلب استثمارات مالية ضخمة وتعدى تأثيرها الحدود في ظل توسع انتشار الوسائل الإعلامية.

وعليه فقد أصبح ميدان الصحافة والإعلام في المغرب ميدنا معقدا نظرا لتداخل العديد من العمليات فيه، يتعلق معظمها بالجانب الاقتصادي المرتبط بالإدارة، ولا يختلف اثنان لما للإدارة من أهمية بالغة في نجاح المؤسسات الإعلامية وتحقيق أهدافها، كما أنه لا يجب إغفال الفروقات الموجودة بين إدارة مؤسسة إعلامية وأخرى ، وذلك راجع لطبيعة النشاط الذي تعتمده أي مؤسسة إعلامية مما أسهم في خلق جو من التنافس بين المؤسسات الإعلامية في المغرب، فالاختلاف بين طبيعة نشاطات المؤسسات الإعلامية ينعكس على الإدارة شكلا ومضمونا، ومن ثم فإن الممارسة الإعلامية تحتاج إلى إدارة ناجحة تتلاءم وطبيعتها، حيث إن طبيعة التنافس بين المؤسسات الإعلامية والصحفية لا يقتصر على أسلوب عرض الرسالة فقط، وإنما يرتبط بمضمونها، ومن ثم فإن التنافس يكمن في الحصول على أفضل الكفاءات التي يمكنها تقديم أفضل الرسائل ، فالمؤسسة الإعلامية اليوم تتسم بطابعها الرقمي أكثر من أي وقت مضى، وبالتالي تدفعها الحاجة إلى التسلح بمهارات تقنية إدارية مستمدة من علم الإدارة الحديث ، إضافة إلى التسلح بمهارات تواصلية مهنية تساعد في مرونة اتخاذ القرارات الإدارية والسرعة في حل المشكلات المتلاحقة والمتداخلة بين الأقسام الإدارية والفنية والتحريرية في المؤسسات الإعلامية والصحفية وبدون هذه المهارات لا يمكننا الحديث عن إدارة ناجحة.

**المحور الأول: إدارة المؤسسات الإعلامية المغربية في عالم متغير.**

**أولا) حول ماهية الفكر الإداري:**

لقد كانت الإدارة ولا تزال ذلك الجزء الذي لا يتجزأ من حياتنا اليومية لأن بها وبفضلها تقوم الدولة وتتأسس، ومن هنا صارت الإدارة ذلك العلم الحديث الذي يهدف بصورة مباشرة إلى تنظيم العمل في المؤسسات المختلفة بغض النظر عن نشاطها أو الميدان الذي تعمل فيه، ويرصد الأهداف الرئيسية والفرعية، ويضع خطط الطريق نحو تحقيق المهام المؤدية للوصول إلى هذه الأهداف والغايات، ويقوم على عدد من الوظائف الأولية التي تتمثل في كل من التخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة، والوظائف الثانوية، التي تتمثل في الكفاءة واتخاذ القرارات السليمة والتطوير والقدرة على المنافسة وغيرها. هو أحد فروع العلم التي تهدف إلى السيطرة والتحكم، والسير في خطى ثابتة نحو تحقيق الغايات، وينقسم إلى العديد من الجوانب، فهناك الإدارة الاستراتيجية،

والإدارة التربوية، والإدارة العامة، والإدارة الإعلامية، وإدارة الأزمات، وإدارة الوقت، وإدارة القوى البشرية أو إدارة الموارد البشرية، والإدارة المالية، والتسويقية وغيرها. وعليه؛ يعد علم الإدارة حقلاً من حقول الدراسة، وواحداً من فروع العلوم الاجتماعية، يُعنى بوصف وتفسير وتوقع الظواهر الإدارية والسلوك الإنساني الذي يجري في المنظمات المختلفة، بهدف تحقيق أهداف معينة، وفي الإدارة تخصصات مختلفة ومنها الإدارة الاستراتيجية والإدارة التربوية وإدارة البنوك والمصارف، وهي حقل دراسي ظهر وازدهر بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة. هو المجال العلمي الذي يستمد نظرياته ومفاهيمه وتقنياته وأساليبه المنهجية من كثير من العلوم المختلفة، بما في ذلك علم الاقتصاد، والسياسة، والرياضيات، وعلم الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعي، والاتصالات وتقنياتها، وتكنولوجيا المعلومات، وعلم الإحصاء والحاسوب، فكل هاته المجالات تدل على أن الإدارة نشأت "منذ قديم الزمن، فقد ذكر بعض المصادر أنه كان هناك دراسات عديدة لمشكلة الروتين وجمود الإجراءات في مصر القديمة، كما أنه كان هناك أيضاً دراسات عن بعض المشاكل التي كانت تقابلها الحكومات في النواحي الإدارية في عهد الإمبراطورية الرومانية، أما الإدارة العامة كعلم مستقل فلم تظهر إلا في نهاية القرن التاسع عشر حيث كان أول من كتب بحثاً في مواضيع الإدارة العامة وحاول تحديد مفاهيمها هو (woodrow wilson) عام 1887 والذي يعتبره الكثيرون الأب الروحي لعلم الإدارة العامة.<sup>96</sup> وفي السياق نفسه نجد الباحث بتر دركر يقول (peter f . Drucher) يقول: إن الإدارة تمثل العضو الرئيس في جسم المجتمع المسئول تحديداً عن جعل الموارد إنتاجية مثمرة من خلال مسئوليتها عن التطور الاقتصادي المنظم، وتعكس الروح الأساسية للعصر الحديث، والحق أن الإدارة لا يمكن الاستغناء عنها، وهذا ما يفسر سبب سرعة نموها وتطورها وقلة المعارضة التي واجهتها منذ ظهورها.<sup>97</sup> انطلاقاً من هذا التعريف يتضح بالملحوس أن الإدارة تعد من أهم الأنشطة الإنسانية في أي مجتمع، على أساس اختلاف مراحل تطوره، وقد استفادت المؤسسات الإعلامية من هذا العلم الحديث، مثلها مثل مختلف المؤسسات الأخرى لما شكله من طفرة نوعية على كافة المستويات تمثلت في اختصار الوقت، والجهد، والمال، وجعلت من هذه المؤسسات رافعة ترتقي من خلالها نحو تحقيق أهدافها التي أنشئت من أجلها. وعليه؛ فإن من البدهي أن يتوقع الإنسان بأن علم الإدارة ليس وليد اليوم، وإنما هو علم ضارب في التاريخ و قد تطور بتطور المجتمع، ومن البدهي أيضاً أن يزعم الإنسان بأنه سيستكمل علم الإدارة تطوره خاصة بعد انفجار الثورة الصناعية التي حدثت في النصف الثاني من القرن الثامن عشر، لكن المتمعن الفطن في مجمل التطورات التي شهدتها العديد من المجالات يجد أن علم الإدارة صار تفكيراً ابتكارياً متعلق باتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة موقف معين في

<sup>96</sup> زيد منير عبوي وآخرون، مدخل إلى الإدارة العامة بين النظرية والتطبيق، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص: 15 .  
<sup>97</sup> بيتر إف داركر، ممارسة الإدارة، تر: مكتبة جرير المملكة العربية السعودية، ط1، 2013، ص: 17 .

ضوء استعراض عدد من البدائل المتاحة يتم المفاضلة بينها، فالإدارة الناجحة تستخدم رؤية مبدعة لحل المشكلات وادارة سير المؤسسة، وبهذا نجد أن الإدارة ليست علما وإنما فنا يستخدم في حل المشكلات المختلفة داخل وخارج المؤسسات، لهذا نحن في حاجة ماسة إلى الاهتمام بعلم الإدارة وتسخيره لخدمة المؤسسات الإعلامية وما يعترئها اليوم من اختلالات داخلية وخارجية.

إنّ الوقوف على مفهوم علم الإدارة ووضع تعريف محدد له ليس بالأمر اليسير كما يزعم البعض، سيما وأن اتساع فكر الإدارة وشمولها وكثرة تعريفاتها أمر أدى إلى صعوبة الاتفاق على إعطاء تعريف محدد وشامل للإدارة، وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى اختلاف الفترات الزمنية التي ظهرت فيها التعريفات المتعددة لهذا المصطلح الزئبقي، إضافة إلى ذلك تنوع الخبرات واختلاف الثقافات والمرجعيات والاتجاهات الدراسية والعلمية التي حاولت الغوص في معالم هذا الموضوع ومعالجته من زوايا علمية مختلفة، لكن على الرغم من هذا كله نجد جهود كثيرة بذلت لغاية الالمام بهذا المفهوم والعمل على وضع تعريفات محددة له، ومن بين هذه التعاريف نجد تعريف فريديريك تايلر (Fredrick.T) رائد المدرسة الإدارية العلمية يقول بأن الإدارة " هي تلك المعرفة الدقيقة لما تريد من الرجال أن يعملوه، ثم التأكد من أنهم يقومون بعمله بأحسن طريقة وأرخصها."<sup>98</sup>، إلى جانب هذا التعريف نجد الباحث هنري فايول Henri الملقب بالأب الروحي للإدارة الحديثة حيث نجده يقول: " معنى أن تدير هو أن تتنبأ، وتخطط، وتنظم، وتصدر الأوامر، وتنسق وتراقب."<sup>99</sup>، هكذا إذا يصبح مفهوم الإدارة عبارة عن مجموع الأنشطة والجهود البشرية والمادية المنظمة والمتواصلة وتسخيرها بكفاءة عالية بغية الوصول إلى الهدف المنشود بأقصر الطرق وأقل التكاليف والجهود. خاصة أن الإدارة اليوم تحظى بأهمية كبيرة نظرا لتغلغلها في جميع أوجه النشاط الإنساني بصورة أو بأخرى هذا من جهة، وللتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي يشهدها العالم اليوم من ناحية أخرى، وبالتالي فكل هذه التغيرات وأخرى منها أدت إلى ظهور العديد من الظواهر ومنها على سبيل المثال: " كبر حجم المنظمات مما أدى إلى زيادة الحاجة إلى التخصصات الإدارية والدقيقة وتعقد العمليات الإدارية، الأمر الذي يتطلب معه ضرورة تحقيق التنسيق والتنظيم والرقابة الفعالة، إضافة إلى وجود انفصال بين المنظمات وملاكها، الأمر الذي أدى إلى ظهور طبقة المديرين المتخصصين لتحقيق وضمن مصالح الملاك والأطراف المختلفة، ضف إلى ذلك تزايد المنافسة في الأسواق، الأمر الذي يتطلب زيادة مهارات الإدارة في التجديد والابتكار لتحقيق ميزة نسبية في الأسواق كما نجد أيضا التغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية، الأمر الذي يُظهر أهمية التخطيط والتنبؤ بهذه التغيرات ومواجهتها والتكيف معها، إضافة إلى الندرة الملحوظة في

<sup>98</sup> Fredrick, T. —The Principles of Scientific Management and Shop Management (USA: Routledge, Thoemmes Press,1903)VO1,p.21.

<sup>99</sup> Henri, F.Industrial and General AdministrationII,1949,p.6.

الموارد البشرية والمادية مما يتطلب الرشد في كيفية استخدام هذه الموارد بأفضل طريقة وأقل تكلفة.<sup>100</sup>

تأسيساً على هذه المنطلقات السابقة نشير إلى أن الإدارة واكبت كل التطورات التي رافقت الإنسان وبالتالي أصبحت هذه الأخيرة ذات طابع حديث خاصة في ظل التوجه العالمي الذي يسير نحو اقتصاديات المعرفة انطلاقاً وتسخير التقنيات الحديثة لخدمة المعرفة بغية رفع مستوى الأداء، ولعل هذا ما تقطنت إليه المؤسسات الإعلامية من خلال توظيفها لتكنولوجيا الاتصالات كوسيلة بقاء وأداة لا يمكن الاستغناء عنها في عالم مفتوح يعتمد على القدرة التنافسية كميّار للتقدم والازدهار، وكأحد أهم المحركات التي تعمل على زيادة كفاءة وفعالية أداء الإدارة الإعلامية وتحسين العملية الاتصالية بها سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، وبالتالي إذا كان هدف المؤسسات الإعلامية هو إنتاج مادة إعلامية ذات جودة عالية تراعي خصوصيات المجتمع وتدفع به نحو الأمام، فهي مطالبة اليوم أكثر من أي وقت مضى إلى استخدام وتوظيف كفاءات ومهارات إدارية وتكنولوجية عالية، والعمل على تسخير كل الوسائل للنهوض بإدارة إعلامية راقية ومميزة. بقي أن نشير في ختام هذا الجزء الخاص بمفهوم الإدارة إلى أن هذه الأخيرة عرفت بأنها عملية تنظيم وتنسيق وتوجيه الموارد البشرية والمالية المتاحة ضمن مجموعة منظمة لتحقيق أهداف محدودة انطلاقاً واهتمامها بتحديد وتحليل طبيعة العمل الإداري ومضمونه وكذا الظروف والمتطلبات والسلوكيات والتكنولوجيا الضرورية لأداء فعال للعملية الإدارية. وعليه فالحديث عن الفكر الإداري حديث شائك وشائق في الآن معاً، شائك لتشعباته العلمية، وشائق لما له من متعة في البحث والتحليل.

#### ثانياً: إدارة المؤسسات الإعلامية:

مما لا مرأى فيه أن المؤسسات الإعلامية تشكل في عصر التقدّم التقني والتكنولوجي علامة فارقة في تطور المجتمع ونموه وذلك لارتباطها الوثيق بكافة المجالات الحياتية ، حيث يمكنها الاتصال بال جماهير من خلال الصحافة ، والإذاعة والتلفزيون ، ووسائل التواصل الاجتماعي. حيث تعلم الناس ، وتسهم في العملية التربوية في المجتمع ، وتزداد أهمية الإعلام يوماً بعد يوم ، وتزداد أيضاً وسائله في المجتمعات الحديثة ، ويرجع ذلك إلى انتشارها الواسع ، وجاذبيتها المبهرة ، وتجاوزها للحدود والقيود ، وسهولة الحصول عليها ، وارتفاع نسبة اعتماد الناس عليها في الحصول على المعلومات كما صارت هذه الوسائل من الحقائق المسلم بها ، حيث إنّ وسائل الإعلام المختلفة ، ولاسيما الإذاعة والتلفزيون صارت تطرق حياة الإنسان وتستغل جزءاً مهماً من وقته يكاد يكون أكثر من وقت الموظف في عمله ، أو الطفل في مدرسته . وصار الإنسان يستمتع بمشاهدة

<sup>100</sup> محمد فريد الصحن، مبادئ الإدارة، القاهرة: الدار الجامعية، ط1 ، 2000 ، صص: 15 ، 16 .

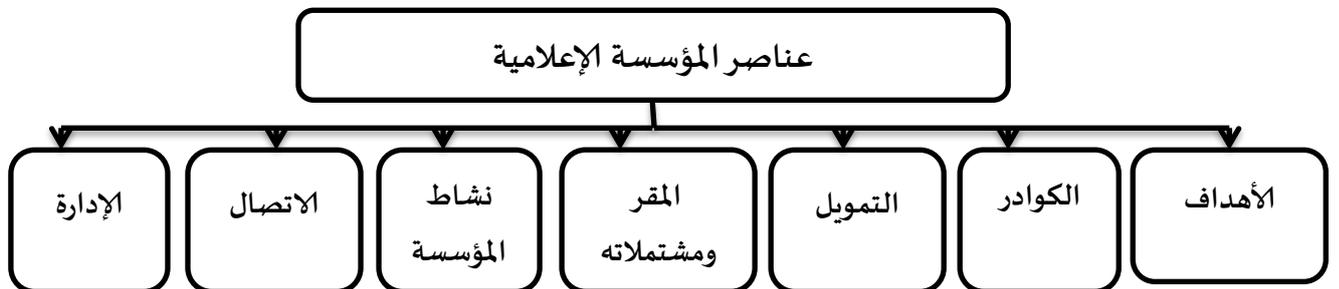
أو سماع البرامج المختلفة. ولقد ازداد ذلك بشكل ملحوظ باستخدام الأقمار الصناعية لربط مختلف برامج العالم مع بعضها، وبالتالي فإن تأكيد هذه الوظائف وترجمتها على أرض الواقع لا تتحقق إلا من إدارة إعلامية متميزة ومتمكنة تواكب في أساليبها التحديث والتطور في الأداء الفني في مجال الإعلام . وفي ذات الإطار نجد الباحث فريد عزت للحم يشير إلى أن "الإعلامي يكتب ويعد الرسائل الإعلامية قد انقضى عهده، وأصبح من الضروري إذا أريد للمؤسسات الإعلامية أن تحقق الأهداف المحددة لها بالمستوى المطلوب، أن يدرك هذا الإعلامي المشكلات الأساسية لكافة نواحي الإدارة الإعلامية، كذلك يجب أن يلم الإداريون الذين يعملون في النواحي الإدارية بالبحث، إماما كبيرا بما يدور في إدارات التحرير والبرامج، فلا ينكر مدى تأثير القطاع الإعلامي بالقرارات التي تصدرها الإدارة في المؤسسات الإعلامية تأثيرا بالغاً لذلك يجب تدريب الإعلاميين الذين تؤهلهم وظائفهم لتولي مراكز قيادية في المستقبل، على الأعمال الإدارية البحثية والفنية والهندسية.<sup>101</sup>، إلى جانب هذه الضوابط تقوم المؤسسة الإعلامية على اختلاف أهدافها و طبيعة نشاطها على تحقيق التوازن بين الضغوط المختلفة التي تواجهها سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي تجعلها في حاجة ماسة إلى وجود إدارة مثل إدارة العلاقات العامة شريطة أن يتم تنظيمها بأسلوب علمي سليم بحيث تستطيع أن تحقق فعاليتها في مختلف أنشطتها، من خلال قدرتها على تنظيم علاقات المؤسسة داخليا و خارجيا وكسب الرأي العام و الحفاظ على الصورة الذهنية للمؤسسة، و بهذا فاستخدام إدارة العلاقات العامة استخداما نافعا ومفيدا يزيد من فعاليتها في المؤسسة الإعلامية.

وعليه ما دام حديثنا يسير نحو العملية الإدارية بالمؤسسة الإعلامية فلا بد أولا وقبل كل شيء تعريف طبيعة هذه المؤسسات باعتبار النشاط الذي تشتغل عليه والخدمة التي تؤديها، فالمؤسسات الإعلامية أو الصحفية تشتغل أساسا على إنتاج منتج إعلامي، يمكن أن يكون منتوجا وحيدا وذا طبيعة محددة كما يمكن أن يكون منتوجا متنوعا، حيث يلاحظ على أن تطور ميدان الإعلام دفع بالإدارة الإعلامية نحو تنويع المنتج الإعلامي تماشيا ومتطلبات السوق الإعلامية أو رغبة في خلق مجال أوسع لنشاطها الإعلامي مما يسمح بتنويع المعروض، وبالتالي استقطاب شريحة مجتمعية جديدة، ومن ثم فإن هذا التنوع الذي تشهده المؤسسات الإعلامية وكذا التحولات العميقة التي شهدتها طبيعة الممارسة الصحفية التي كانت تقتصر على إنتاج الخبر أو المعلومة إلى حدوث تغيرات متلاحقة على مستوى تعريف المنتج وكذا على مستوى تعريف طبيعة الاستهلاك في المؤسسات الإعلامية هذه الأخيرة التي نجدها قد انتقلت من مرحلة معالجة الخبر وتسويقه إلى القراء والرأي العام، لكن سرعان ما تحولت نحو إنتاج منتج متعدد ومتنوع تمثل في المادة السمعية

<sup>101</sup> محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، 1944، ص:3

البصرية مرورا بالمادة الالكترونية وصولا إلى منصات وشبكات التواصل الاجتماعي، وبهذا التنوع أصبحت المؤسسة الإعلامية عبارة عن " كيان اجتماعي منسق إداريا بحدود واضحة نسبيا، ويمارس وظائف اتصالية على أسس مستمرة من أجل تحقيق أهداف محددة، كما أنها عبارة عن مجموعة من النشاطات المتميزة، يقوم بها أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقا لبعض القواعد، وتتميز المؤسسة الإعلامية بأنها تهتم بإنتاج وتوزيع المعرفة (كالإعلان والثقافة)، وتعتبر المؤسسة الإعلامية همزة وصل بين أفراد المجتمع، حيث تتوفر قنوات تربط فيها بين الناس وتربط كل فرد بمجتمعه، وكذلك تقتصر المؤسسة الإعلامية على المجال العام، على اعتبار أن القضايا التي تعالجها هي قضايا عمومية، والمؤسسة الإعلامية هي فضاء مفتوح يشارك فيها كل أطراف الجمهور المجتمعي بشكل إداري، وتتميز أيضا بربطها بكل القطاعات والمجالات، وارتباطها بالسلطة من حيث التنظيمات القانونية والجانب القانوني، وأخيرا تتوحد كل المؤسسات الإعلامية في تلبية الحاجات، والرغبات الجامعية والفردية.<sup>102</sup>

الجزير بالذكر هنا أن المؤسسات الاعلامية قد تتنوع بتنوع أنشطتها وقد تشمل العديد من الأنشطة والإدارات فمنها المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية. وقد يكون الهيكل التنظيمي للمؤسسات الإعلامية فيه بعض ما يتشابه مع الهياكل التنظيمية لمؤسسات أخرى ولكن بالطبع تختلف أوجه الأنشطة الإعلامية وإدارتها بالكثير عن غيرها من المؤسسات. وإدارة مثل هذا الهيكل التنظيمي المتفرع بإداراته المتنوعة يتطلب الكثير من القيادة والريادة وبالكثير من المهارات ومنها وضع الخطط وبناء الهياكل التنظيمية والتخطيط الاستراتيجي و الإدارة بالأهداف و ضبط الجودة ومواجهة المشكلات، وعبر هذا وذاك لا يمكن انكار أهمية الإدارة في نجاح أي منظمة كانت أو مؤسسة ، وبالتالي فإن اختلاف طبيعة النشاط قد ينعكس فقط على شكل الإدارة لا على جوهرها، وفي هذا السياق يمكننا تمثيل أهم عناصر الإدارة الإعلامية عبر هذه الشريحة التالية:



إن تحقق العملية الإدارية بالمؤسسات الإعلامية رهين بوجود العنصر البشري والمالي، بمعنى لابد أن تخضع المؤسسة الإعلامية لعملية إدماج هذه العناصر في صورة واحدة بغية تحقيق الإنتاج الإعلامي، كما أن تحقيق المنتج يفرض على الإدارة الإعلامية الحصول على حاجياتها، كأسواق

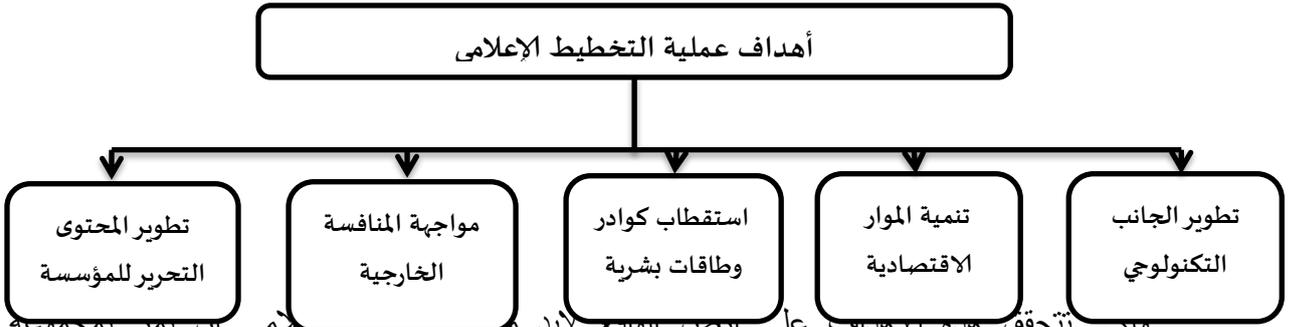
<sup>102</sup> بطرس حلاق، إدارة المؤسسات الإعلامية، الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص: 34 .

المال للحصول على رأس المال، وسوق الشغل الخاص بالصحفيين والطاغم الفني والإدارة، إضافة إلى وجود سوق المواد الأولية الضرورية للإنتاج، وبصفة عامة فإن بالإدارة يمكن السيطرة على مختلف أوجه نشاط المؤسسة وذلك بتوجيه كوادرها لتأدية واجباتها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل وبأقل التكاليف ومن ثم فإن الإدارة مسؤولة مباشرة عن العناصر السابقة الذكر.... فهي المسؤولة عن وضع أهداف المؤسسة... وعن اختيار كوادرها ممن ترى أنهم أكفاء لتأدية العمل المطلوب منهم.... وهي المسؤولة عن تمويل المؤسسة ومواردها والحفاظ عليها وتمييتها. وهي التي تحدد أشكال الاتصال داخل المؤسسة وخارجها وتقوم بضبطه والتنسيق بين أفراد المؤسسة بما يضمن حسن سير العمل... فالإدارة هكذا تكون عصب المؤسسة وضابطها الذي ينظم وينسق ويتابع ويشرف على حسن سير العمل بالمؤسسة الإعلامية هذه الأخيرة التي لا يمكن اعتبارها إدارة عامة فقط، لأن عملها يتطلب حرية ومرونة أكثر من غيرها من المؤسسات الأخرى، كما أنها لا تهدف إلى الربح فقط وإنما غايتها الأساس هو نشر وتبليغ الرسالة الإعلامية التي ترتقي بالأذواق ولا تنزل بالمستوى، ومنه فإن المؤسسة الإعلامية مزيج بين الإدارتين.

## 1-2 ( وظائف الإدارة في المؤسسات الإعلامية:

تعمل المؤسسات الإعلامية في عالمنا المعاصر في اقتصاد ديناميكي للغاية، حيث إن التغيير هو القاعدة، وليس الاستثناء، وهذا التغيير يحدث في كل الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية والتغير قد يكون فجائياً وشاملاً، أو قد يكون بطيئاً، ويحدث بالتدريج، ولكن المهم أن الأشياء لا تبقى أبداً على حالها ساكنة بل تتغير باستمرار، ويؤدي هذا التغيير إلى ظهور المشكلات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية. وهنا نجد أن الإدارة الناجحة للمؤسسات الإعلامية، هي التي تستطيع أن تتعامل مع مشكلات التغيير المنظورة المتوقعة، بينما تتخبط الإدارة الأقل نجاحاً مع المشكلات الفجائية، وتلهث خلفها، والأمر يعود بلا شك إلى قدرة الإدارة على التكيف مع البيئة التي تعمل فيها المؤسسة. يضاف إلى ذلك أن الإدارة الإعلامية الناجحة تحدد أهدافها بوضوح، وتضع الاستراتيجية الملائمة لتحقيقها، بينما تقشل بعض الإدارات في إنشاء أهداف بوضوح، وفي اتباع سبل العمل للوصول إليها. ويرجع الفرق بين الحالتين إلى القدرة على استقراء البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة الإعلامية، وعلى هذا الأساس تسير الإدارة الإعلامية وفق مجموعة من الوظائف ولعل أبرزها عنصر التخطيط هذا الأخير الذي يعتبر من أهم عوامل إنجاح القيادة الإعلامية، والذي يقصد به تلك " الجهود المبذولة لتحقيق أهداف مستقبلية في سياسة إعلامية محددة، وباستخدام خطط إعلامية متكاملة يجري تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة على تعبئة القدرات والإمكانات الإعلامية، واستغلالها بطريقة مثلى لتحقيق الخطط الإعلامية، إضافة إلى التنسيق

بين القوى المتفاعلة المؤثرة في العملية الإعلامية، بحيث يكفل التنسيق توفير الوقت والجهد وحسن الانتفاع بها، والاستفادة المثلى من التقدم الذي تحرزه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لاسيما في المجال الإعلامي.<sup>103</sup> ، وبهذا التعريف يصبح التخطيط بمثابة دراسة للطرق والبدائل المختلفة لأداء عمل معين قصد الوصول إلى أفضل البدائل الممكنة مع تحديد الوقت والإمكانيات التي تحقق الأهداف المطلوبة والتي يمكننا تمثيلها كالآتي:



وهي تتحقق هذه الأهداف على أرض الواقع لأبد من التخطيط الإعلامي ان يمر بمجموعة المراحل والخطوات التي تُتخذ لمواجهة الظروف والمشكلات خلال فترة زمنية مستقبلية، من بينها مرحلة جمع المعلومات وتحليلها، وذلك عبر إجراء مسح شامل للأوضاع القائمة في المجتمع بصفة عامة، وجمع بيانات حول الوسائل الاتصالية الموجودة في المجتمع. ثم تليها مرحلة تحديد السياسات الإعلامية، وتعرف بأنها مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة. ثم تأتي المرحلة الثالثة والمتعلقة بتحديد الأهداف الإعلامية في حدود الإمكانيات المتاحة مادياً وبشرياً وزمناً، ووضوح الأهداف لكل القائمين على تنفيذ الخطة الإعلامية، كما يجب أن تكون الأهداف قابلة للتحقيق وألا تكون الأهداف متعارضة، مع ضرورة أن تربط بين رغبات القراء والمستمعين والمشاهدين واحتياجاتهم، بعد ذلك تأتي مرحلة وضع الخطط الإعلامية وتنفيذها، والتي تقوم على تحديد المدخلات المستهدفة في المجالات التي تتناولها الخطة والأولويات المستهدفة كمخرجات للخطط، ثم إعداد الخطط التفصيلية لكل قطاع فرعي، وتشمل عدة مجالات منها مجال التنمية الاقتصادية، ومجال التعليم وغيرها، ثم إعداد الخطط البرمجية.

وتستهدف المرحلة الخامسة متابعة الخطة للتأكد من أن العمل يسير وفق الأسلوب المحدد له، والتعرف على المعوقات اليومية التي تعترضه، ويستهدف التقييم مدى تأثير الرسالة الاتصالية ومدى النجاح في تحقيق أهداف الخطة الإعلامية، وهكذا فالتخطيط الإعلامي يستند في شكله العام إلى تنمية المجتمع، وذلك عبر " جمع البيانات عن مجموعة من المتغيرات وتحليلها للتعرف على الاستراتيجية التنموية للمجتمع وأهدافها، وجمع المعلومات عن الاستراتيجية الإعلامية العامة

<sup>103</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكالية التخطيط والممارسة، دار جرير للنشر والتوزيع ط1 ، 2010 ، عمان: ص: 70 .

واستراتيجية الاتصال التنموي، إضافة إلى التعرف على الركاز الأساسية للسياسة الإعلامية المتبعة وتحديد أهداف الخطة الإعلامية بصورة عامة، وتحديد حجم وطبيعة مصادر الثورة الموجودة في المجتمع والبيئة والممكن استخدامها في التنمية، وفي مقابلة الاحتياجات العامة لهذه التنمية وحتى يكون هناك حدودا للعمل الإعلامي لا يتعداها أو يقصر عنها، فضلا عن توفير المعلومات والإحصاءات التفصيلية لدى المخططين على وجه العموم (الإعلاميين وغير الإعلاميين) عن المناطق التي يتم التخطيط لتتميتها، الأمر الذي يؤدي بالمخطط الإعلامي إلى إعطاء كل من هذه المناطق القدر المناسب من الاهتمام والمعالجة الإعلامية خلال الخطة، ومن ثم تحديد الأساليب والاستراتيجيات لتوجيه النشاط الاتصالي، وإعداد الخطة وتحديد التوقيت للتنفيذ وإعداد وإجراءات التنفيذ ومراجعة الخطة وتقييمها.<sup>104</sup>، ومن هنا نشير بأن التخطيط الإعلامي عملية مستمرة لا تنتهي بوضع خطة، حيث يتبع الخطة خطاً لاحقة مبنية على الخطط السابقة، إذ لا بد من تتابع الخطط في إطار التخطيط طويل المدى ومقتضياته بالإضافة إلى متابعة الخطط الموضوعية أثناء وبعد تنفيذها، واكتشاف المعوقات التي تقف أمام التنفيذ ودراسة سبل التغلب عليها من ناحية وتحاشيها في الخطط المستقبلية من ناحية أخرى، كما يتم قياس آثار الخطة الإعلامية من خلال التصنيف البرامجي اليومي والأسبوعي والشهري والذي يمتد إلى دورة برامجية كاملة حتى يتسنى إدخال التعديلات المناسبة في الخطط التالية لتتلاءم مع السياسات والخطط الإعلامية الموضوعية وتحقق أهدافها. وعليه؛ إذا كان التخطيط الإعلامي عملية تنموية متكاملة، فإن التنسيق الإعلامي أيضا عملية متكاملة لا تقتصر فيها عملية التخطيط الإذاعي على سبيل المثال على البرامج وإن كانت هي المجال الأساسي لها وإنما تمتد إلى النواحي الهندسية والتدريبية والمالية حيث يستلزم التخطيط الإذاعي وضع خطة رئيسية للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الأخرى بالإضافة الى مجموعة الخطط التفصيلية المتفرعة عن الخطط العامة أو الخاصة بقطاعات العمل المختلفة، في هذا السياق يشير الباحث فريد عزت " بأن مسؤولية التخطيط تقع أعباؤها على قيادات المؤسسة، و يشترك في عملية التخطيط كافة المستويات، بحيث يضع رئيس كل قسم، أو مدير إدارة التصورات الخاصة خلال فترة التخطيط، وتجمع الخطط الجزئية من أسفل إلى أعلى، ويتم التنسيق بينها عند كل مستوى إداري، ولكن القرار في النهاية بالنسبة للخطة الكلية، إنما هو قرار الإدارة العليا في المشروع... وكما أن الخطة تأخذ طريق إعدادها من أسفل إلى أعلى، فإن تنفيذ الخطة وقراراتها تأخذ طريقها بالعكس من أعلى إلى أسفل.<sup>105</sup>

<sup>104</sup> محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط3، 2003، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 116.  
<sup>105</sup> محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، 1944، ص: 42.

وهكذا إذا كان التخطيط عملية تقع أعباؤها على قيادات المؤسسة، فإن هذه الأخيرة يجب أن تكون ذات مواصفات سياسية أو تفهم الخط السياسي للدولة، حتى تستطيع أن ترسم خطة إعلامية تتماشى مع سياسة الدولة وتحقق أهداف الخطة بأعلى كفاءة ممكنة، وكلما كان اختيار عنصر القيادة في المؤسسة الإعلامية على اعتبارات سياسية زاد تدخل الحكومة في هذه المؤسسات، إلا أن الحكومة يمكن أن تقلل من ذلك التدخل باختيار عنصر قيادي كفاء وذو خبرة واسعة وعلى وعي كبير بالمصلحة القومية في فهم إدارة شؤون هذه المؤسسات، فمستقبل التقدم في أي مؤسسة إعلامية يستلزم وجود القائد الذي يوائم بين أهداف المؤسسة الإعلامية، وأهداف المجتمع والبيئة الاجتماعية الكبرى التي تضمها.

إن التخطيط الإعلامي يأخذ في العادة وجهتين مستقلتين "إحدهما التخطيط المادي، ويقصد به التخطيط فيما يتعلق بالجوانب المالية، والإدارية، والتكنولوجية، وغالبا ما يكون منفصلا عن إدارة التحرير، والبرامج، ولكن رئيس التحرير، أو مدير الإذاعة أو التلفزيون، يكون له دوره في ذلك، أو تشكل له لجنة تخطيط تحت إشراف المدير أو رئيس التحرير، والوجهة الأخرى هي التخطيط الإعلامي، أي ما يتعلق بالرسالة الإعلامية ذاتها، ففي الصحيفة على سبيل المثال يتعلق بالتخطيط في مجال التحرير، وفي الإذاعة والتلفزيون يتعلق بأسام البرامج التي تتولى مسؤولية التنسيق"<sup>106</sup>، أي ضرورة التنسيق بين الخطط الإعلامية للقطاع الواحد كالتنسيق بين الخطط الإذاعية للمحطة الواحدة وبينها وبين خطط المحطات الإذاعية الوطنية الأخرى وبين الخطط الإذاعية بوجه عام، وبين خطط وسائل الإعلام المختلفة. وتتولى إدارة التنسيق وضع وتصميم هيكل البرامج بناء على ما يصلها من اللجنة العليا للبرامج من خلال ترتيب ظهور البرامج في شكل ونسق معين خلال فترة الإرسال وتراعى فيه ظروف المستمع أو المشاهد وعادات الناس وهي تختلف من خدمة إذاعية أو تلفزيونية إلى أخرى ومن مكان لآخر وتراعى التوازن في ترتيب الفقرات والحرص على عدم التعارض بين المواد المذاعة في الوقت نفسه، ولذلك توجد في محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون إدارة للتنسيق تضم عدة شعب منها شعبة البرنامج الأسبوعي، وشعبة البرنامج اليومي ومكتبة الاحتياطي، ومكتبة التنفيذ، وشعبة التنفيذ وشعبة الموسيقى... الخ. لهذا فإن مسؤولية التخطيط تقع أعباؤها على قيادات المؤسسة، ويشترك في عملية التخطيط كافة المستويات، بحيث يضع رئيس كل قسم، أو مدير إدارة التصورات الحاصلة خلال فترة التخطيط، وتتجمع الخطط الجزئية من أسفل إلى أعلى ويتم التنسيق بينها عند كل مستوى إداري، ولكن القرار في النهاية بالنسبة إلى الخطة الكلية، وإنما هو قرار الإدارة العليا في المشروع، وكما أن الخطة تأخذ طريق

<sup>106</sup> محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، 1944، ص: 42

إعدادها من أسفل إلى أعلى، فإن تنفيذ الخطة وقراراتها يأخذ طريقه بالعكس من أعلى إلى أسفل.<sup>107</sup>

في ختام هذا المحور نشير إلى أن إدارة المؤسسات الإعلامية تشتمل على فن القيادة، والتخطيط، والرقابة، والتنظيم، والتمويل، بالإضافة إلى التوظيف والاتصال، وصنع القرار، وفن التعامل مع الآخرين، وكل هذه العناصر إذا تم تأديتها بنجاح تتكاتف لتصنع إدارة ناجحة، كما أن الإدارة الإعلامية لا تستطيع تحقيق أهدافها بمعزل عن تأثيرات البيئة السياسية، حيث هناك ارتباط وثيق بين العملية السياسية وصنع السياسات في الدولة من ناحية ووسائل الإعلام من ناحية أخرى، ويفضل ثورة المعلومات بات من السهل الحصول على المعلومات في التو واللحظة.

وهنا يبرز مصطلح مهم هو السياسة الاتصالية والتي تعني مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيرية؛ من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة .

إن الأساس الذي ينبغي أن تقوم عليه السياسة الإعلامية هو مبدأ ديمقراطية الاتصال، الذي يتكون من ثلاث ركائز هي: الحق في الاتصال والانتفاع والمشاركة، والذي بدوره يؤدي إلى الحد من السيطرة المبالغ فيها على وسائل الاتصال المختلفة أو على صياغة الرسائل الإعلامية بما يتيح مزيداً من التعبير عن الرأي والرأي الآخر ويطلق ملكات الإبداع الفني والفكري. وتهيئة المناخ المناسب لقيام ودعم وسائل اتصال محلية أو لخدمة المجتمعات ذات الطبيعة الخاصة. إضافة إلى خلق مصادر جيدة ومتنوعة يستطيع المتلقي أن يلجأ إليها للحصول على ما يريد من معلومات، من خلال تنوع وتعدد مصادر المعلومات، وبفعل هذا الأخير تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بقضية السياسات الإعلامية والاتصالية في تناول التخطيط الإعلامي، وذلك بهدف الدعوة إلى محاولة رسم سياسات مستقبلية تتسم بالتكامل ووضوح الأهداف، وتحديد المسارات وتوزيع المسؤوليات بالاستفادة من نتائج الممارسات السابقة والأهداف المحددة لخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما تأتي أهمية رسم سياسات اتصال شاملة من كونها الوسيلة المثلى لتحقيق قدر عالٍ من الفعالية للممارسات الإعلامية المختلفة، وتقادي التناقض أو التكرار أو كليهما، مما يؤدي إلى إهدار الموارد المالية والفنية البشرية، وهو الأمر الذي يدعو إلى كتابة السياسة الإعلامية وطبعها في كتيب وتوزيعها على العاملين بوسائل الإعلام؛ للتعرف عليها، كما أن من المستحسن طبع بعض أجزائها وتوزيعها على بعض المؤسسات والجماعات والشخصيات المهمة

<sup>107</sup> ليلي فقيري، سلامي اسعيداني، الوجيز في إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2016، ص:

التي تؤثر في هذه الوسائل أو تتعامل معها، فيما يعرف بـ السياسة الإعلامية المكتوبة، والتي تزيد من فعالية العمل الإعلامي وتقلل من إهدار الوقت والموارد. وترتبط الاستراتيجية الإعلامية عادة بالاستراتيجية العامة للدولة ارتباطاً بالكل، فهي أحد روافدها وتتبع منها، وتعمل مع غيرها من الاستراتيجيات النوعية على تحقيق الهدف الكلي والنهائي للدولة. ولا بدّ أن تعمل وسائل الإعلام على خدمة سياسة الدولة القائمة على صيانة المصالح العليا للمواطنين، وأن تعمل من خلال السياسة الإعلامية على تعزيز الروح الوطنية بين أفراد الشعب وذلك عبر تعريفهم بتاريخهم الوطني وإنجازاته، والتصدي للتحديات الإعلامية والدعائية التي تستهدف الهجوم على الوطن ومكتسباته في مجالات الأمن والاستقرار المجتمعي وتقويض تاريخه وتراثه وثقافته.

**المحور الثاني: رهانات وتحديات إدارة المؤسسات الإعلامية المغربية في القرن الحادي والعشرين.**

لقد فرضت التطورات التكنولوجية التي عرفها العالم أواخر القرن العشرين تحدياً كبيراً على مستوى الممارسة الإعلامية، حيث استطاعت الوسائل التكنولوجية الحديثة أن تُطرح وتُزيح العديد من المفاهيم والنظريات الاتصالية التي ظلت قائمة لقرون، وخلقت بذلك العديد من المفاهيم والمقاربات المنهجية التي أسست لعملية اتصالية جديدة. وتكنولوجيا الإعلام الحديثة تمثل جهاز المعارف الذي من شأنه أن يطور الأساليب الضرورية للتحكم في مصادر الإعلام، إنتاجاً واستقبالاً وتخزيناً وإرسالاً، هذا إضافة إلى كونها نتيجة حتمية لالتقاء الثورات العلمية الثلاث: ثورة المعلومات، ثورة تكنولوجيا المعلومات وثورة تكنولوجيا الاتصالات، فكانت بذلك عملية استفادت من تلك الثورات في توظيفها للتقنيات الناتجة عنها في الأداء الإعلامي ككل. ونظراً للتطور البالغ الذي عرفته تكنولوجيات الإعلام الحديثة والذي ما فتئ يتعزز من يوم إلى آخر ونتيجة للتقدم الهائل في المجال التقني والتكنولوجي الذي نشهده في عصر اليوم، هو ما دفع بالمؤسسات الإعلامية المغربية مسيرة هذا الوضع الجديد سعياً منها إلى التحكم فيما أفرزته التكنولوجيا الحديثة ومسيرة ما تدفع به من جديد في هذا المجال، حتى لا تزيد من الهوة المعرفية التي ظلت تميز المؤسسات الإعلامية المغربية عن مؤسساتنا وتقضي بذلك على هذا الشرح المعلوماتي الحادث بفعل عدة عوامل فرضها الزمن والواقع، وعليه؛ فالرهانات التي فتحتها تكنولوجيات الإعلام الحديثة - على تعددها وتنوعها - فرضت على العملية الإدارية بالمؤسسات الإعلامية إعادة تحديث تكنولوجي لهيكلها الإداري والتنظيمي قصد مجاراة التطورات الكبيرة في بنية العمل، ولذلك فإنه من الواجب على إدارات هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، كما يجب عليها أن تولد الاستعداد اللازم لدى عاملها لإقحام هذه التقنية في الأداء الإعلامي ككل والاستفادة منها في رفع مستوى أدائها الإعلامي داخلياً وخارجياً حتى تكون قادرة على المنافسة الإعلامية والوقوف أمام المتغيرات

المتلاحقة في هذا المجال، ذلك أن استمرارية ونجاح المؤسسات الإعلامية ببلادنا يعتمد بدرجة كبيرة على قدرتها وعزمها على تطوير وتبني التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، في هذا الإطار يشير الباحث مجد الهاشمي " بأن التكنولوجيا بمثابة التطبيقات العلمية للعلوم النظرية، والتي تنتج بالأساس عن تفاعل الإنسان مع عناصر الكون بوعي وكفاءة، بحيث يسعى إلى اكتشاف أسرار وقوانينه، وهو ما يؤدي إلى التقدم المستمر لأساليب وتكنولوجيا الإنتاج، وهذا ما قامت به الدول المتقدمة التي وظفت العلم لخدمة المجتمع، ونتج عن ذلك التقنيات الحديثة والاختراعات المتتالية واستخدام الحواسيب الآلية العملاقة. <sup>108</sup> ، فالمؤسسات الإعلامية لم تكن بمعزل عن التقدم العلمي في المجال التكنولوجي، وأيقنت أن الحصول على المعلومات وتوثيقها واسترجاعها، والعمل على صناعة مادة إعلامية متميزة، والعمل الجاد نحو تحفي السبق الإعلامي والمتابعات الإخبارية المتواصلة والتحليلات المتعمقة والتي أصبحت حتمية لضمان استمرارها، فكل ذلك يساعد على تفاعل القارئ مع مجموع المادة الإعلامية الأمر الذي يزيد من شعبية المؤسسات الإعلامية سواء كانت مكتوبة أو سمعية بصرية ، أو إلكترونية، وبهذا ندرك أن التقنيات التكنولوجية الحديثة لم تستن مجالاً من مجالات الحياة إلا وأحدث فيه تغييراً جذرياً على كافة الأصعدة سواء من الناحية الإيجابية أو السلبية، وقد كان للمؤسسات الإعلامية المغربية نصيباً من هذا التحول والتغير وهذه حقيقة لا ينكرها عاقل، فمجتمع اليوم أخذ لقب مجتمع "المعرفة والمعلومات" و بالتالي فهو مجتمع يعتمد أساساً على المعلومات كمورد استثماري وكسلعة استراتيجية وكخدمة ومصدر للدخل ومجال جديد للقوى العاملة، وقد تم استخدام المعلومات في المشاريع الناشئة كمورد اقتصادي في مختلف القطاعات ومن بينها القطاع الاعلامي، حيث أحدثت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات تغييرات كبيرة في الهياكل المؤسسية وفي البنية الاقتصادية والخدماتية، وبدأت عدة أشكال من المؤسسات والمقاولات الإعلامية ترى الوجود، في ظل التطور الذي يعرفه اقتصاد المعرفة باعتباره لبنة أساس في بناء مجتمع المعلومات وتطوير الاقتصاد الوطني.

وعليه؛ فمجمال التطورات التي أفرزتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات جعل المؤسسات الإدارية الإعلامية المغربية أمام تحديات كبيرة وكثيرة لعل أبرزها تلك الاستراتيجية التقليدية التي كانت تتبناها المؤسسة الإعلامية وتعتمدها في تسيير شؤونها الداخلية والخارجية، لكن سرعان ما وجدت نفسها أمام شبكات الإنترنت العالمية وتطبيقات وسائط الاتصال الجديدة المختلفة التي غيرت من ملامح وشكل الصناعة الإعلامية، وهو الأمر الذي فرض على إدارات المؤسسات

<sup>108</sup> مجد الهاشمي، (تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة). ط 1 ، 2004 عمان دار أسامة للنشر والتوزيع: 44

والمشروعات الإعلامية إعادة النظر في سياسات عملها وفي سياساتها الاستثمارية، وضرورة مواكبة هذه التحولات لضمان البقاء والاستمرارية، وبهذا التطور الجديد سواء في منظور الإدارة الاستراتيجية، أو في منظور صناعة المادة الإعلامية هو ما دفع بالعديد من المؤسسات أن تبذل جهودا كبيرة في سبيل الحصول على الموارد المتميزة والضرورية من عناصر الانتاج المختلفة من قبيل: رأس المال المادي والبشري، وكذا تكنولوجيا الانتاج وتقنياته، فكل هذه العناصر وأخرى منها تعد بمثابة سمة بارزة في الإدارة الحديثة تمكنها من مواجهة ضغوط السوق، والقدرة على البقاء والصمود والمنافسة.

إن تأثير التكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية لا يقتصر فقط على الجانب الإنتاجي و فقط، وإنما على هيكلها الإداري والقيادي، "فمدير المؤسسة الإعلامية يجب أن يستفيد ويستغل التكنولوجيا لصالح المؤسسة، على اعتبار أن هذه الأخيرة تؤثر في الوظائف الإدارية المتمثلة في التخطيط والتنظيم، والتوظيف والتدريب وصقل المواهب، وتحفيز الموظفين على الأداء الجيد من خلال المراقبة والتتبع، فالتكنولوجيا تحتم على مدير المؤسسة الإعلامية أن يدير وفق مناخ يتميز بالتغيير المستمر، وكذلك التكيف المستمر والمتواصل، فالمدير يخطط وفق المعطيات الجديدة التي تفرضها التكنولوجيا، سواء فيما يتعلق بطبيعة الوسيلة أو طبيعة العمل وشكله وطريقة أدائه، فالصحافة الإلكترونية على سبيل المثال تكون مراجعة التخطيط يعني ضرورة التكيف مع المعطيات الجديدة للتكنولوجيا، وهذا ما يؤثر في عملية المراقبة وطبيعة العمل التي تتغير بصفة آلية بموجب تغير التكنولوجيا".<sup>109</sup> وبالتالي هذا التخطيط الإعلامي الذي يقوم به مدير المؤسسة هو عبارة عن تنظير مستقبلي يتسم بالتكامل ووضوح الأهداف، وتحديد المسارات وتوزيع المسؤوليات بالاستفادة من نتائج الممارسات السابقة والأهداف المحددة لخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما تأتي أهمية رسم سياسات اتصال شاملة من كونها الوسيلة المثلى لتحقيق قدر عالٍ من الفعالية للممارسات الإعلامية المختلفة، وتقادي التناقض أو التكرار أو كليهما، مما يؤدي إلى إهدار الموارد المالية والفنية البشرية.

إن الأمر يدعو إلى كتابة السياسة الإعلامية وطبعتها في كتيب وتوزيعها على العاملين بوسائل الإعلام؛ للتعرف عليها، كما أن من المستحسن طبع بعض أجزائها وتوزيعها على بعض المؤسسات والجماعات والشخصيات المهمة التي تؤثر في هذه الوسائل أو تتعامل معها، فيما يعرف ب السياسة الإعلامية المكتوبة، والتي تزيد من فعالية العمل الإعلامي وتقلل من إهدار الوقت والموارد. وترتبط الاستراتيجية الإعلامية عادة بالاستراتيجية العامة للدولة ارتباط الجزئ بالكل، فهي أحد روافدها وتتبع منها، وتعمل مع غيرها من الاستراتيجيات النوعية على تحقيق الهدف الكلي

<sup>109</sup> محمد قراط، إدارة المؤسسات الإعلامية في الإمارات العربية المتحدة، مؤسسة البيان للطباعة والنشر، وحدة الدراسات، يناير 2016، ص:

والنهائي للدولة. ولا بدّ أن تعمل وسائل الإعلام على خدمة سياسة الدولة القائمة على صيانة المصالح العليا للمواطنين، وأن تعمل أيضا من خلال السياسة الإعلامية على تعزيز الروح الوطنية بين أفراد الشعب وذلك عبر تعريفهم بتاريخهم الوطني وإنجازاته، والتصدي للتحديات الإعلامية والدعائية التي تستهدف الهجوم على الوطن ومكتسباته في مجالات الأمن والاستقرار المجتمعي وتقويض تاريخه وتراثه وثقافته.

وفي هذا السياق فإن الخيار التكنولوجي في إدارة المؤسسات الإعلامية أصبح تحديا تنمويا في المقام الأول، ولم يعد هناك بديلا عنه للمؤسسات الإعلامية التي ترغب في تحقيق طفرة تنموية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية لما تتيحه تكنولوجيا المعلومات والاتصال من معارف وأدوات تسهم في زيادة الإنتاج والارتقاء بجودتها، كما تسهم في تطوير الخدمات وتحقيق التميز في أداؤها، وتطوير الاتصال داخليا وخارجيا. لذا أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات موضع اهتمام المؤسسات الإعلامية وركيزة من الركائز الأساسية في الإبداع التقني المعاصر، والوسيلة الأوسع انتشارا والأكثر تأثيرا في المؤسسات، وذلك لأن نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها يقاس بسرعة استجابتها وتفاعلها مع المتغيرات في المجتمع، وعليه فإن إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الإعلامية يعتبر استجابة لهذه المتغيرات، ما من شأنه أن يؤدي إلى إعادة صياغة أدوارها ووظائفها وذلك لمواكبة التطورات السريعة التي تشهدها، ومن أجل تحقيق التفوق والتميز يجب على المؤسسات الإعلامية المغربية الاهتمام بموردها البشري باعتباره العنصر الحاسم في هذه الأمور وهو القادر على رفع كفاءة وفعالية المؤسسة وبالتالي زيادة قدرات المؤسسة على التنافس واكتشاف فرص ومجالات جديدة يمكن أن تنطلق بها إلى آفاق التنمية والتطور، الأمر الذي يتطلب وجود نظم معلومات فعالة تلبي الاحتياجات المعلوماتية للمؤسسات خاصة في ظل التحولات المستمرة وخاصة التكنولوجية.

إن إدارة المؤسسات الإعلامية بصفة عامة تواجه العديد من التحديات منها ما يتعلق بالجانب التكنولوجي كما سبق الإشارة، ومنها ما يتعلق بالتكاليف المرتفعة في تسويق المادة الإعلامية، إضافة إلى المنافسة الشرسة من قبل المؤسسات الإعلامية العالمية، هناك أيضا تحديا يطرح على مستوى التكوين المهني للصحفيين والإعلاميين في مجال التقنيات الجديدة، وهناك أيضا ما يتعلق الجانب الديمقراطي في المجتمع المدني وكذا الالتزام بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الدولية، وأخيرا مسألة الاهتمام بالبحوث كأساس لتقويم العملية الإدارية والإعلامية، والاستفادة من نتائجها بغية تحديد مسار العملية الإدارية وتطوير الصناعة الإعلامية مضموناً وتجهيزاً وإخراجاً وتسويقاً، وتمثل ذلك في قياسات الرأي العام، وبحوث الجمهور، وإنشاء أقسام للبحوث والتطوير في معظم المؤسسات الإعلامية الكبرى، وضمن هذا المجال تحديدا، وفي خضم كل هذه التحديات نجد أن

نجاح المؤسسة الإعلامية " لا يعتمد على تحقيق الربح فقط، وإنما هناك عوامل عديدة تدخل في الاعتبار عند الحكم على النجاح أو الفشل، فالمؤسسة الإعلامية تعكس المجتمع بمختلف نشاطاته ومجالاته، وهي تساهم في التنشئة الاجتماعية وفي التوعية والتثقيف والتربية والتعليم والتسلية، فتحقيق الكسب المادي لا يعني بالضرورة أن المؤسسة الإعلامية حققت رسالتها في المجتمع، من هنا تبرز التحديات الكبيرة لإدارة المؤسسة الإعلامية، لأنها مؤسسة بطبيعتها منتجة إعلامية والفكري والسياسي والأيدولوجي تختلف عن باقي المؤسسات في المجتمع سواء كانت خدمية، ربحية، تجارية ... وهلم جرا، وهذا على الأهمية القصوى التي تتمتع بها الإدارة في المؤسسة الإعلامية وعلى الارتباطية الكبيرة بين فعالية الإدارة والأداء الجيد للمؤسسة، ليس ماديا فقط أو ربحيا، وإنما في مجال القيم والأخلاق والمبدئ والتتمة المستدامة في جميع مجالاتها، من جهة أخرى تواجه إدارة المؤسسات الإعلامية تحديات عديدة ومختلفة، ومنتامية تتطور وتتسبب وتتعد بمرور الزمن، سواء في المجال الاقتصادي أو التكنولوجي أو السياسي أو القانوني والتشريعي، أو فيما يتعلق بالضغط من قبل السلطة والمجتمع المدني أو الضغوط التنظيمية التي تتعلق بالعمل الإعلامي داخل المؤسسة نفسها، كالبنية التنظيمية من حيث كفاءة الكادر الإعلامي، الأسلوب التنظيمي، التجانس الفكري والقيمي، أو ضغوط طبيعة العمل الإعلامي كالأعتبارات المهنية والأخلاقية وكذلك المساحة والوقت.<sup>110</sup>

تماشيا مع كل هذه المنطلقات السابقة نشير إلى أن رهان اليوم، هو رهان تحديث الإدارة الإعلامية ورقمنتها، وهو بالفعل تحد يتطلب رؤية موضوعية وخبرة متجددة، ومهارة عالية، ولا يتأتى ذلك للمؤسسة إلا من خلال الاستثمار في القدرات العقلية لموظفيها وذلك من أجل التفوق وتحقيق الميزة التنافسية لها، فالتحول الرقمي للمؤسسات الإعلامية يوفر لها فرصا في مختلف الجوانب أهمها في مجال الصناعة الإعلامية بأشكالها وأنواعا، إضافة إلى تطوير وتنمية مواردها البشرية وهذا ما يساعدها على تحسين مسارها والرفع من تنافسيتها ولن يكون هذا إلا بضرورة تعميم الوعي بحتمية هذا التحول والعمل بصفة جماعية، إضافة إلى ذلك هناك واقع بدأ في التشكيل والتبلور على الصعيد المؤسسي وذلك بعد الاهتمام والتسارع المتزايد نحو اكتساب وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي أفرز مؤسسات حديثة تتميز بالطابع الإلكتروني في معاملاتها سواء الإدارية أو الاتصالية أو الخدماتية أو أنشطة أخرى فيما يخص التجارية والتسويقية وكافة أنشطتها ومهامها وذلك حسب نوع المؤسسة وطبيعتها.

<sup>110</sup> محمد قراط، إدارة المؤسسات الإعلامية في الإمارات العربية المتحدة، مؤسسة البيان للطباعة والنشر، وحدة الدراسات، يناير 2016، ص:38.

## خلاصة:

في ختام هذه الورقة البحثية باستطاعتنا القول أن إدارة المؤسسات الإعلامية هي كغيرها من إدارة المؤسسات الاقتصادية الأخرى، خاصة أن المؤسسة الإعلامية نشاطها اقتصادي، يحمل مميزات وخصائص هذا النوع من المؤسسات، إلا أن الفارق الوحيد هو طبيعة المنتج، فالمؤسسات الاقتصادية منتجاتها مادية، أما المؤسسات الإعلامية فمنتجاتها معنوية لها خصائص تميزها عن غيرها، وبالتالي إذا كان إنشاء المؤسسة الإعلامية قائم على أساس تجاري محض فإن المبدأ يكون مبدأ السوق ومنطقه، وإذا كان الهدف من إنشائها هو تقديم خدمة عمومية فإن الربح لا يشكل هاجسا، وهو المعطى نفسه يمكن قوله عند تحديد وظيفة المؤسسة الإعلامية على أساس البعد السياسي، وعليه فإن كل مؤسسة إعلامية يمكن دراستها إما بالاعتماد على مقارنة اجتماعية أي بالتركيز على علاقتها بالمجتمع، ومن زاوية السوق بالتركيز على مفهومها، أما إذا اعتبرنا الإعلام سلعة كباقي السلع سنكون آنذاك أمام آلية السوق حيث تكون هذه الأخيرة هي المحدد الرئيس للمؤسسة، وبالتالي السعي الدائم على مستوى إدارة المؤسسة لتحقيق المداخل التي تمكنها من الاستمرار في عملية الإنتاج، وبهذا فإن اعتبار المؤسسة الإعلامية مجموعة من العناصر غير متجانسة يخلق تحديات كبرى على مستوى إدماج المنتج، وإن كانت هذه العناصر تجمعها خاصية واحدة - طبيعة المنتج- والذي يجمع بين العمل الصناعي والعمل الثقافي والعمل الإبداعي، وهو ما يحول المؤسسة الإعلامية إلى مؤسسة قائمة الذات.

نشير أيضا بأن هذه الورقة البحثية توصلت إلى نتيجة مفادها أن إدارة المؤسسات الإعلامية بصفة عامة والمغربية بصفة خاصة تواجه العديد من التحديات التي فرضتها التكنولوجيا بتقنياتها المتطورة، الأمر الذي يدفع بأهل التخصص نحو التسلح بعلم إداري حديث يُمكنهم من مسايرة هذا العصر، وذلك للدور الكبير والاستراتيجي الذي تلعبه الإدارة في شكلها العام، وهكذا فإن نجاح المؤسسة الإعلامية يقوم ويتأسس على القدرة في الإبداع والابتكار والتكيف مع الظروف الجديدة قصد صناعة مادة إعلامية متميزة، والعمل الجاد على تحقيق السبق الإخباري والمتابعات الإخبارية المتواصلة والتحليلات المتعمقة قد أصبح حتمية لضمان استمرارها، فكل ذلك يساعد على تفاعل القارئ مع المؤسسات الإعلامية من خلال منابرها الإعلامية، ويزيد من شعبيتها لاسيما مع تزايد الاتصال الجماهيري، إذا بفضل الإدارة يمكن السيطرة على مختلف أوجه نشاط المؤسسة وذلك بتوجيه كواردها لتأدية واجباتها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل، وبأقل التكاليف ومن ثم فإن الإدارة مسئولة عن وضع أهداف المؤسسة... وعن اختيار كواردها ممن ترى أنهم أكفاء لتأدية العمل المطلوب منه، وهي المسئولة أيضا عن تمويل المؤسسة ومواردها والحفاظ عليها وتميبتها، وهي التي تحدد أشكال الاتصال داخل المؤسسة وخارجها وتقوم بضبطه والتنسيق

بين أفرادها بما يضمن حسن سير العمل ... فالإدارة تعد بمثابة عصب المؤسسة وضابطها الذي ينظم وينسق ويتابع ويشرف على مخرجات العمل بالمؤسسة.

#### قائمة المصادر والمراجع:

- بطرس حلاق، إدارة المؤسسات الإعلامية، الجامعة الافتراضية السورية، 2020 .
- بيتر إف داركر، ممارسة الإدارة، تر: مكتبة جرير المملكة العربية السعودية، ط1، 2013 .
- ليلى فقيري، سلامي اسعيداني، الوجيز في إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1 دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2016 .
- محمد فريد الصحن، مبادئ الإدارة، القاهرة: الدار الجامعية، ط1 ، 2000 .
- محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، 1944 .
- محمد قراط، إدارة المؤسسات الإعلامية في الإمارات العربية المتحدة، مؤسسة البيان للطباعة والنشر، وحدة الدراسات، يناير 2016 .
- محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط3 ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2003 ،
- مجد الهاشمي، (تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري ، مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة) . ط1 ، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع 2004.
- زيد منير عبوي وآخرون، مدخل إلى الإدارة العامة بين النظرية والتطبيق، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2006 .
- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكالية التخطيط والممارسة، ط1 ، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع 2010.

Fredrick, T. —The Principles of Scientific Management and Shop Management (USA: Routledge, Thoemmes Press,1903)VO1,p.21.  
Henri, F. Industrial and General Administration,1949,p.6.

## التسويق التآثيري للمؤثرين الإلكترونيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

### Influential marketing for electronic influencers through social media sites

أ. بن خليفة نوفل : جامعة الجزيرة-جمهورية السودان

أ.د. محمد بشير منصور: جامعة الجزيرة-جمهورية السودان

د. أيمن هاشم عوض الكريم: جامعة الجزيرة-جمهورية السودان

#### ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة في إطار دراسات التسويق الإلكتروني واستخدامه من طرف المؤثرين الإلكترونيين للتأثير على جمهور المستخدمين من خلال المحتويات المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها وأهدافها، ومن خلال دراستنا هذه الموسومة بعنوان "التسويق التآثيري للمؤثرين الإلكترونيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، سنحاول تسليط الضوء على هذه المفاهيم المعاصرة، ومعرفة مجالات واستراتيجيات هذا التأثير على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، التسويق الإلكتروني، التسويق التآثيري، المؤثرون الإلكترونيون.

#### Abstract :

This study came within the framework of studies of electronic marketing and its use by electronic influencers to influence the user audience through the contents displayed through social networking sites of various types and goals. Through this study titled "Influential Marketing for Electronic Influencers via Social Media Sites," we will try to shed light on these contemporary concepts and learn about the areas and strategies of this influence on users of social media sites.

**Keywords: Social Media, Electronic marketing, influence marketing, electronic influencers**

#### مقدمة:

أدى الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت وتطورها إلى نشأة العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، فأصبح الاهتمام بها من قبل المستخدمين يشكل جزءا من اهتماماتهم الشخصية، كما تنامي في الآونة الأخيرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتم استخدامها في كثير من الجوانب الخاصة بالتسويق والتأثير على الجماهير والمستخدمين لهذه الوسائط، ومن هنا جاءت الحاجة الى استحداث أساليب وأفكار واستراتيجيات تسويقية خلاقة تساعد في زيادة الربح والتأثير في القيم

والأفكار، ولعل أحد هذه الاستراتيجيات التي ظهرت مؤخرا هي التسويق التآثيري marketing influential أو التسويق عبر المؤثرين، marketing influencer، أو التسويق عبر المشاهير Celebrity marketing.

إن التسويق التآثيري في منظوره الكلي لا يعتبر تسويقا تجاريا فقط، فالتسويق السياسي يكون عبر النشطاء والسياسيين المشاهير المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي Influencers Political، كذلك التسويق الاجتماعي عبر المؤثرين من خلال عملية مناصرة ودعم المؤثرين لقضية اجتماعية معينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويشهد التسويق عبر المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا متزايدا من قبل قطاع واسع من الجمهور المتلقي، وخصوصاً الشباب الذين يمثلون الشريحة الأكثر تأثيرا وتأثرا بمحتوى هذه المواقع الاجتماعية في مختلف المجالات المرتبطة بحياتهم وعلاقاتهم الاجتماعية واتجاهاتهم واهتماماتهم الشخصية في العديد من الجوانب على مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها الجانب الخاص باتجاهات هؤلاء الشباب للعلامات التجارية أو تفضيلاتهم السياسية والاجتماعية وتأثرهم بما ينشره المؤثرون من أحاديث وإعلانات وتجارب من خلال هذه المواقع.

ولذلك تأتي هذه الدراسة لبيان مفهوم التسويق التآثيري وماهية وسمات المؤثرين، والأساليب التسويقية التي يستخدمها المؤثرون في التسويق على مواقع التواصل الاجتماعي، وعليه تسعى الدراسة الحالية إلى تسليط الضوء على أهم هذه المفاهيم في حقل التسويق الإلكتروني من تأثير ومؤثرين وأساليب واستراتيجيات وتقنيات وغيرها.

## 1-التسويق الإلكتروني:

### أ- تعريف التسويق الإلكتروني:

يعد التسويق الإلكتروني من المفاهيم الجديدة والمبتكرة في عالم التسويق<sup>111</sup>، حيث يعرف على أنه عملية إنشاء علاقات العملاء والمحافظة عليها من خلال أنشطة إلكترونية مباشرة بهدف تسهيل تبادل الأفكار والمنتجات والخدمات التي تحقق أهداف الطرفين<sup>112</sup>.

ويؤكد التعريف السابق على أن التسويق الإلكتروني هو عبارة عن عملية تستمر عبر الوقت وتشمل العديد من الخطوات يؤكد أيضا على أن جوهر التسويق الإلكتروني كما التقليدي هو بناء علاقات

<sup>111</sup> بشير العلق: التسويق الإلكتروني، الطبعة العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص15.  
<sup>112</sup> نوال عبد الكريم الأشهب: التجارة الإلكترونية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص14.

مع العملاء والمحافظة عليها ولكن الجديد هو الوسيط الذي يستعمل في هذه المرة ألا وهو الإنترنت.<sup>113</sup>

إن التسويق الإلكتروني هو أسلوب جديد يستخدم في شبكة الإنترنت ويقدم ثلاثة أنواع مختلفة من الصفقات. أولها تقديم خدمات الإنترنت نفسها، وشرح طريقة الوصول لهذه الشبكة بالنسبة لرجال الأعمال والزبائن، والثانية التسليم الإلكتروني للخدمات بما يعني تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، والثالثة استخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات حيث يتم شراء السلع عبر الشركة.

ولابد من الإشارة بأن التسويق الإلكتروني يتيح مجالات متعددة للمنتجين ورجال الأعمال والمستهلكين، فيسمح للمنتجين فرص عرض كل منتجاتهم ويتيح للمستهلكين والعملاء فرصة سهلة وميسورة وسريعة للحصول على سلع والخدمات المعروضة في مختلف الأسواق العالمية<sup>114</sup>.

عموما فإن التعريف التالي للتسويق الإلكتروني يعطي صورة شاملة للقارئ: هو الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وذوي المصلحة في المنظمة<sup>115</sup>.

#### ب- خصائص التسويق الإلكتروني:

يتميز التسويق الإلكتروني بخصائص الإنترنت، فلا بد من فهم هذه الخصائص لإنجاح العملية التسويقية، وهي كالتالي:

• قابلية التحديد: جعلت تكنولوجيا الإنترنت بإمكان زوار مواقع الشبكة من تحديد أنفسهم وتقديم المعلومات بشأن حاجاتهم من المنتجات ورغباتهم قبل الإقدام على المشتريات وقدرة أي سوق على تحديد الزبائن قبل أن يقدموا على عملية شراء معينة تدعى بالقابلية على التحديد.

• التفاعل: إن الخاصية المميزة للتسويق الإلكتروني هي التفاعل الذي يسمح للزبائن بالتعبير عن حاجاتهم ورغباتهم مباشرة للشركة استجابة لاتصالات التسويق للشركة وهذا يعني بأن المسوقين يمكن أن يتفاعلوا مع الزبائن الممولين في الوقت الفعلي.

<sup>113</sup> الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، المملكة العربية السعودية، تخصص تسويق،

التسويق الإلكتروني، 1429هـ، ص.7

<sup>114</sup> يوسف الطائي، هاشم فوزي العبادي: التسويق الإلكتروني، ط، 1، مؤسسة الوراق، عمان، 2008، ص.83

<sup>115</sup> بشير العلاق، المرجع السابق، ص.17

•الذاكرة: تشير الذاكرة إلى قدرة الشركة على الدخول إلى قواعد البيانات أو مخازن البيانات لحق المحتوى على المعلومات عن الزبون وتواريخ الشراء السابقة، واستخدام هذه البيانات في الوقت الحقيقي أو الفعلي لتقديم عرضها التسويقي لزبون معين.

•السيطرة: ويقصد بهذه الخاصية قدرة العاملين في موقع الشبكة الدولية على السيطرة على المحتويات التي يهتم بها المستخدمون.

•قابلية الوصول: القدرة على الحصول على المعلومات يشار إليها بالقدرة على الدخول. وبهذا يكون الزبائن على إطلاع أوسع بشأن منتجات أي شركة وقيمتها النسبية من أي وقت سابق.

•الأسلوب الرقمي: يشير الأسلوب الرقمي إلى القدرة على عرض منتج معين أو على الأقل بعض المنتجات كأجزاء رقمية من المعلومات ويعني الأسلوب الرقمي موقع الإنترنت الذي يمكن استخدامه من أجل توزيع وتعزيز تلك السمات بغض النظر عن المفردة المادية نفسها<sup>116</sup>.

وقد اتسم التسويق الإلكتروني بمميزات معينة من أهمها:

أ- خاصية أوتوماتيكية الوظائف التسويقية وخاصة في الوظائف التي تتصف بالتكرار والقابلية للقياس الكمي، مثل بحوث التسويق وتصميم المنتجات والمبيعات، وإدارة المخزون

ب- خاصية التكامل بين الوظائف التسويقية بعضها البعض ومع الجهات المعنية بالمحافظة على العملاء والذي يطلق عليه منهج إدارة العلاقات بالعملاء. والذي طور إلى ما يعرف بالتسويق التفاعلي<sup>117</sup>.

ج- المزيج التسويقي الإلكتروني:

من أجل نجاح الأنشطة التسويقية الإلكترونية يجب على المؤسسة أن تصمم مزيجا تسويقيا يركز على الزبائن باعتبارهم مركز ومحور الأنشطة الإنتاجية والتسويقية ويجب التعرف على حاجاتهم ورغباتهم والاستجابة لها من خلال إعداد مزيج تسويقي مناسب يتلاءم مع هذه الحاجات والرغبات<sup>118</sup>.

<sup>116</sup> يوسف الطائي، هاشم فوزي العبادي، المرجع السابق، ص. 186-185-184  
<sup>117</sup> منال سماحي: التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر دراسة حالة اتصالات الجزائر، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران 2 محمد بن محمد، كلية العلوم الاقتصادية، 2014-2015، صص 78-79  
<sup>118</sup> محمود جاسم الصميدى، ردينة عثمان يوسف: التسويق الإلكتروني، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 312

ولا يوجد اتفاق محدد وتقسيم موحد لعناصر المزيج التسويقي الإلكتروني بين العلماء والباحثين في ميدان الأعمال الإلكترونية، فهناك من يرى بأنها تتكون من نفس العناصر التقليدية " p4 السعر، المنتج، الترويج، التوزيع" مع اختلافات في الممارسة والتطبيق، في حين يضيف البعض الآخر ثلاثة عناصر إضافية وهي تصميم موقع الويب، site design، الأمن security، والخصوصية :<sup>119</sup> privacy

أ-تصميم موقع الويب: حيث يتوجب على رجال التسويق أن يقوموا بتصميم موقع جذاب والعمل على إيجاد الطرق التي يمكن من خلالها تحفيز المستهلكين لزيارة الموقع والبقاء داخله فترات طويلة، والعودة إليه باستمرار. كما يتوجب على الشركات أن تعمل على تحديث مواقعها الإلكترونية بصورة مستمرة حتى يتسنى لها مجاراة الأحداث الجارية ولجعلها تبدو أكثر جاذبية واثارة<sup>120</sup>.

ب-الأمن: يعد الأمن وسرية المعلومات التي تجري تبادلها بين البائع والمشتري من القضايا المهمة جدا والضرورية لنجاح هذه التجارة. خصوصا عندما تتعلق المسألة بأسرار العمل أو بقضايا مالية. بسبب عمليات الاختراق والتخريب التي يمارسها لصوص الإنترنت، أدت إلى خسائر كبيرة لمنظمات الأعمال الإلكترونية، وقد أدت في أكثر من مرة إلى توقف هذه المواقع عن الأعمال بسبب الفيروسات أو عمليات التخريب.

وهناك العديد من الطرق لتحقيق الأمن والسرية أهمها كلمات السر، التشفير بترميز المعلومات، وكذا البريد الإلكتروني الآمن<sup>121</sup>.

ت-الخصوصية: هي أحد عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني الأساسية ومن الطبيعي أن يشتمل كل موقع ويب على بيان متعلق بالخصوصية، والخصوصية تعبر عن حق الأفراد والجماعات والمؤسسات في تقرير مجموعة من القضايا بخصوص البيانات والمعلومات التي تخصهم.

وضمن سياسة الخصوصية ينبغي التأكيد على أن البيانات الشخصية التي يقدمها الزبون سوف تعامل بسرية وان استخدامها يجري في إطار ما تعلنه سياسة الخصوصية ويوافق عليه الزبون<sup>122</sup>.

<sup>119</sup> يوسف أبو فارة: التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 140.

<sup>120</sup> محمد عبد العظيم أبو النجا: التسويق المتقدم، د ط، دار الجامعية، مصر، 2008، ص 352.

<sup>121</sup> يوسف أبو فارة: التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، د ط، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 363.

<sup>122</sup> عماد الحداد: التجارة الإلكترونية، ط 2، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2004، ص 53.

د- مجالات ومتطلبات التسويق الإلكتروني:

-المجالات التي يخدمها التسويق الإلكتروني:

يمكن لرجل التسويق الاعتماد على الانترنت في عدة مجالات منها<sup>123</sup>:

1-البيع: يمكن من خلال الانترنت إعداد كشوف بأسماء العملاء المتوقعين والبيانات الديمغرافية المتعلقة بهم، إرسال العروض البيعية للعملاء، مناقشة العملاء، مواجهة اعتراضاتهم، تلقي الأوامر الشرائية منهم ومتابعة ذلك.

2-الإعلان: يمكن استخدام الانترنت في الإعلان عن المنظمات، الإعلان عن منتجاتها.

3-المنتجات الجديدة: يمكن الاعتماد على الانترنت في تلقي أفكار المنتجات الجديدة من المصادر المختلفة: العملاء، الموردين، المخترعين، عقد المؤتمرات والاجتماعات الخاصة بالمنتجات الجديدة، الحصول على البيانات والاحصائيات المنشورة، التي تمكن ادارة التسويق من اجراء الدراسات الاقتصادية للمنتجات الجديدة، اختبار المزيج التسويقي المقترح قبل تعميم تسويقها.

4-سياسات المنتجات: يمكن من خلال الانترنت الحصول على البيانات اللازمة لإجراء التعديلات في العبوة، الغلاف، الأسماء، العلامات، الخدمة، الضمان، القيام بتقييمها تمهيدا لاتخاذ القرارات الملائمة المتعلقة بها.

5-خدمة العملاء: يمكن الاعتماد على شبكه الانترنت في تلقي مطالب العملاء بشأن الخدمة تمهيدا لسرعة سلبيتها، تسجيل البيانات المتعلقة بالعملاء وشكاويهم وأسبابها وماذا تم فيها ايجاد صورته ذهنيه طبيبه للمنظمة في المجتمع من خلال إعداد المواد اللازمة عن المنظمة وانجازاتها في المجتمع وارسالها لكل من يهمه ذلك.

6-بحوث التسويق: يمكن من خلال شبكة الانترنت جمع البيانات الثانوية عن الشركات المنافسة (التي لديها مواقع الانترنت) الإحصائية المختلفة عن السكان، الدخل القومي محليا وخارجيا، الدراسات والبحوث والاحصائيات السابقة عن موضوعات مختلفة، ارسال قوائم الأسئلة من خلال الانترنت، والحصول على الإجابات عليها، تنظيم المقابلات المتعمقة والمقابلات الجماعية، تكوين قاعدة للمعلومات والبيانات بما يمكن من إعداد نظم متكاملة للمعلومات التسويقية، مناقشة عروض

<sup>123</sup> سمر توفيق صبرة، مبادئ التسويق للفنون التطبيقية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص- 239 249

وتقارير البحوث من خلال شبكة الانترنت مع العملاء وتلقي مقترحاتهم وتعليقاتهم قبل إعدادها في شكلها النهائي.

7-التوزيع: يعتبر البيع من خلال الانترنت أحد أشكال قنوات التوزيع التي تعتمد على التوزيع المباشر للمستهلك الأخير أو المنظمة.

8-الشراء: من خلال الانترنت يمكن الاتصال بالموردين لتحديد الاحتياجات نوعا، كمّا، وتوقيتا، تلقي العروض وتقييمها، إرسال أمر التوريد للمورد، متابعة تسليم الأصناف المطلوبة.

ب- متطلبات التسويق الالكتروني الفعال:

حين تتج عملية التسويق الالكتروني وتكون فعالة، فإنه ينبغي أن يتوفر فيها عدد من العناصر ومنها:<sup>124</sup>

1-تحقيق المنفعة للزبون :

ينبغي أن تسعى المؤسسة إلى تحقيق منفعة كافية وواضحة من خلال طرح المنتج عبر الانترنت، إذ يترتب على مستوى هذه المنفعة قرار الزبون بتكرار عملية الشراء، ولذلك ينبغي أن يتضمن محتوى الموقع المتجر الإلكتروني جميع الخدمات التعزيزية التي تستجيب لرغبات الزبون وأن تسعى المؤسسة قدر الإمكان لتحقيق الحاجات والرغبات الشخصية للزبون من خلال تبني منهج التوجه الشخصي.

2-تحقيق التكامل مع جميع أنشطة الأعمال الإلكترونية :

ينبغي أن تسعى المؤسسة إلى تحقيق التكامل بين التسويق الإلكتروني وبقية أنشطة الأعمال الإلكترونية المرتبطة به، والتي منها نظم الدفع عبر الانترنت، ونظم الحماية والأمن للموقع، وأنشطة تدريب العمال والموظفين، استخدام تكنولوجيا المعلومات واستغلال شبكه الانترنت.

3-القدرة على عرض محتويات المتجر الالكتروني في صورة فعالة :

ينبغي عرض محتويات المتجر الإلكتروني على موقع الويب بصورة تلائم الطبيعة الجديدة للأعمال، ذلك أن هذا العرض يختلف تماما عن عرض المنتجات في نظام التسويق التقليدي، وذلك عبر المتجر الإلكتروني الذي ينبغي أن يتضمن جوانب تسويقية أساسية، وهي:

<sup>124</sup> يوسف احمد ابو فاره التسويق الالكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، صص-138-139

-توفير المعلومات الكافية واللازمة حول المنتجات المعروضة للبيع عبر الانترنت، وذلك عبر منافذ وروابط سريعة وواضحة.

-تمكين الزبون من الاتصال مع عناصر مهمة في العملية التسويقية، مثل الباعة، مدير المتجر الإلكتروني، والجماعات التكميلية التي تتعلق بالمنتج.

4-البناء البسيط والابتكاري لموقع المتجر الإلكتروني :

ينبغي بناء الموقع الإلكتروني بصورة بسيطة وابتكارية تسهل للزبون الحصول على البيانات والمعلومات وإجراء عملية التبادل والتفاعل، على سبيل المثال ينبغي ألا يزيد عدد الارتباطات التي تقود إلى المعلومات النهائية اللازمة لشراء المنتج عن ثلاثة ارتباطات، وذلك حفاظا على وقت الزبون، وتحقيقا لعامل السرعة، وتشير نتائج الأبحاث والدراسات الحديثة في مجال خدمة العملاء عبر الانترنت إلى وجود مجموعة من السمات التي يجب توفرها في تصميم الموقع، والتي تشمل:<sup>125</sup>

-سهولة الوصول للموقع

-سهولة الاستخدام (بساطة الموقع)

-سرعة التنزيل

-سرعة الحصول على الردود والإجابات

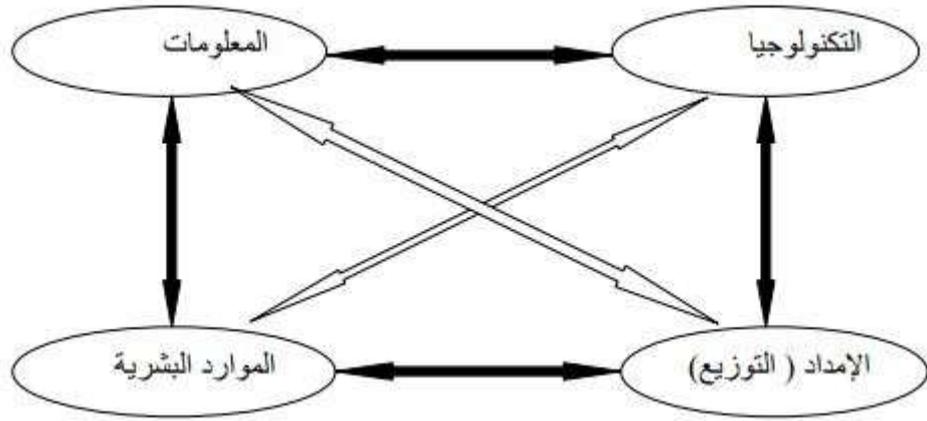
-تنظيم عرض المعلومات

-الجاذبية والتشويق في العرض

والتسويق الإلكتروني يركز على أربعة متغيرات أساسية وضرورية تشكل المبادئ القاعدية للتسويق الإلكتروني، وذلك حسب الشكل التالي:

الشكل رقم 02 يوضح المبادئ القاعدية للتسويق الإلكتروني:

<sup>125</sup> مصطفى محمود ابو بكر، اداره التسويق في المنشآت المعاصرة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2005 ، ص515



المصدر: مصطفى محمود أبو بكر: إدارة التسويق في المنشآت المعاصرة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 75.

#### 1- التكنولوجيا:

تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال عامة، وشبكة الانترنت بصفة خاصة، البيئة القاعدية للتسويق الإلكتروني والتطورات الكبيرة التي شهدت هذه التكنولوجيا في السنوات الأخيرة تعتبر سبب ظهور التسويق الإلكتروني كنشاط دعم للتجارة الإلكترونية.

#### 2- المعلومات:

تشكل المعلومات موردا كبيرا للتطوير والتسويق الإلكتروني، بدون تسجيل جيد لا يمكنه خلق القيمة للزبون والربح للمؤسسة، والتحكم في هذا المورد يشكل عنصرا مهما في حاجات الزبائن بصفة مخصصة.

#### 3- الموارد البشرية:

تشكل الموارد البشرية مع الزبائن ثروة المؤسسة، وإذا كان التسويق التقليدي يولي أهمية متواضعة لهذا العنصر، فإنه في ميدان التسويق الإلكتروني يشكل عاملا مهما جدا لضمان النجاح.

#### 4- الإمداد (التوزيع):

وهو عنصر هام يرهن نجاح التسويق الإلكتروني، لأن ضعف خدمات الإمداد من شأنه أن ينقص من جدول الجهود المبذولة بخلق التفاعلية والجوارية مع الزبون.

ونجاح عملية التسويق الإلكتروني يتطلب توافقا بين هذه العناصر الأربعة لرفع القيمة المضافة المقدمة للزبون وتعظيم الربح الإجمالي للمؤسسات.

-أما متطلبات التسويق الإلكتروني من الناحية الفنية (انشاء الموقع):

تضم شبكة الانترنت ملايين المواقع التجارية، وعملية بناء موقع تجاري في ظل هذا الحجم الهائل من المواقع يختلف عن افتتاح متجر في سوق تقليدية محدودة، اذ يحتاج الأمر إلى عناية فائقة وتخطيط مفصل ومدروس، وقد وضع خبراء الأعمال والتسويق على الانترنت عشر خطوات لتأسيس وإطلاق موقع تجاري للمؤسسة على شبكه الانترنت تتلخص فيما يلي:<sup>126</sup>

-تحديد الأهداف المطلوبة من الموقع التجاري على الانترنت حتى تغطي الاحتياجات وتعكس المعلومات المطلوب إظهارها للعملاء.

-تحديد عدد الزبائن، والمناطق الجغرافية، الشرائح السوقية، التي سيتعامل معها الموقع، وجمع معلومات دقيقة عن العملاء في هذه المناطق والشرائح، حيث قد تكون هناك حاجة لوضع أكثر من لغة على تحديث الموقع.

-اشراك جميع ادارات المؤسسة في عملية تأسيس وإطلاق الموقع التجاري لها، العمل الإلكتروني يعني تحول المؤسسة إلى نمط العمل الإلكتروني الشامل بمعنى أن تفكر المؤسسة بأسلوب الكتروني.

-تحديد الحدود التقنية للمتصفحين، وتحديد الوسائط المتعددة التي تؤمن الصوت والصورة وتحقق الاتصال بشكل جيد.

-وضع قائمة بمحتويات الموقع وعلاقتها بالعملاء المطلوبين كمرحلة أولية، ثم تعديل هذه المحتويات مع تزايد عمليات العملاء.

-اختيار اسم الموقع، ويفضل أن يكون صغيرا ورمزيا ومعبرا، بسهولة التداول والتصفح.

-التأكد من فعالية وصلات البريد الإلكتروني للموقع، وسهولة الوصول إليه.

-اختيار مؤسسه خاصه بتصميم المواقع يمكنها تصميم الموقع وتقديم خدمات منتظمة له.

-تسويق الموقع، ويتم ذلك من خلال الإعلان عن الموقع في مواقع إعلانية أخرى على الانترنت، سواء بشكل محلي أو دولي، وذلك حسب فئة المتصفحين المطلوب اجتذابها، والسوق الذي يراد اختراقه.

<sup>126</sup> محمد الطاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 37

إن اسم الموقع أو ما يصطلح عليه بـ "اسم النطاق" "domain noun" هو باختصار بطاقة الهوية التي تميز موقع المؤسسة عن ملايين المواقع على الشبكة، إذ لا يوجد موقعان يحملان نفس الاسم، كما أنه يجسد ويعزز صورة العلامة التجارية الافتراضية.

واسم النطاق هو عبارة عن مجموعة من الحروف أو الرموز التي تحدد مكان موقع الويب الخاص بالمؤسسة، ويتكون عادة من ثلاث مقاطع أساسية مفصولة عن بعضها بنقاط مثل [www.charef.com](http://www.charef.com)

ويفضل أن يكون اسم النطاق قصيرا ومرتبطا باسم المؤسسة، إن لم يكن نفسه وباسم المنتج، ويفضل أن يكون ذا علاقة بطبيعة نشاط المؤسسة<sup>127</sup>.

- ويحتاج إنشاء متجر افتراضي على الانترنت بشكل عام إلى<sup>128</sup>:

- جهاز كمبيوتر رئيسي يعمل كخادم (مزود) ويب (web server)، وخط هاتفي مستأجر للاتصال، يعملان طوال فترة الأربعة وعشرون ساعة على الدوام للاتصال بالإنترنت.

- برنامج ادارة جهاز الخدمة الرئيسي، وإدارة واجهة المتجر الافتراضي التي تكون على شكل صفحة ويب مصممة للتعامل مع عملية البيع للمنتجات (وتصل تكلفتها إلى حوالي 50 بالمئة من إجمالي تكلفة إنشاء المتجر الافتراضي).

- برامج تأمين تعمل على ضمان أمن معلومات المؤسسة الداخلية، وتأمين معلومات الزبائن والمعلومات الخاصة بالتعاملات المالية مع البنوك (تصل تكلفتها إلى حوالي 30 بالمئة من إجمالي التكلفة الكلية للإنشاء).

- برامج ربط واجهة المتجر مع قواعد بيانات المتجر لإدارة الاتصال بين الواجهة وقواعد البيانات الخاصة بالمخزون وعمليات الشحن والزبائن والانتاج والنظم المالية، والتي يطلق عليها اسم النظم الخلفية، وتصل تكلفتها إلى حوالي 30 بالمئة من إجمالي تكلفة إنشاء المتجر، وقد تزيد عن ذلك عند أتمتة العمل كليا.

وهناك خياران أمام المؤسسات الراغبة في إنشاء موقع تجاري لها على الانترنت:

<sup>127</sup> يوسف احمد بوفارة، مرجع سبق ذكره، ص 272  
<sup>128</sup> عبد الحميد البسيوني، التجارة الإلكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2003، ص 244

-الخيار الأول: إنشاء موقع مستقل يحمل اسم نطاق مستقل، وتجري عملية استضافة الموقع لدى أحد مزودي خدمة الانترنت، أو من خلال جهاز خادم خاص بالمؤسسة.

-الخيار الثاني: إنشاء موقع يحمل اسما مشتركا ويكون ذلك من خلال استضافة موقع المؤسسة لدى أحد المواقع التي توفر الاستضافة المجانية، وتعطي اسما مشتركا يجمع بين اسم الموقع المستضيف واسم موضع المؤسسة المستضاف.

والخيار الاول هو الأكثر استخداما من قبل المؤسسات، لأنه يتيح لها استقلالية كبيرة، إلا أنه يتطلب تكليف طاقم متخصص يقوم بإنشاء الموقع التجاري، كما يمكن لأي مؤسسة رغبة في شراء اسم نطاق ونشره على الإنترنت أن تتصل بأي مزود خدمات انترنت لتسهيل هذه العملية.

#### هـ - مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتسويق الإلكتروني:

يعرف التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والويكي وأي أدوات مشاركة أخرى على الإنترنت بهدف التسويق أو البيع أو العلاقات العامة أو خدمة الزبائن، هذه الأدوات تتيح للزبائن إمكانية التفاعل مع الشركات التجارية بدلا من أن يكونوا مجرد هدف لوسائل أحادية الاتجاه من تلك الشركات، كما أنها تتيح للمنظمات إمكانية فتح قنوات اتصال مع هؤلاء الزبائن والتواصل معهم بشكل تحاوري. ويقصد بالتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن هذه الأخيرة عبارة عن أداة للتحليل والتعرف على سلوك الزبائن من خلال البحث عن رغباتهم والعمل على تلبيةها، إضافة إلى إتاحة الفرصة لهم لإبداء آرائهم وتعليقاتهم واستخدامها في التعديلات التي تدخل على المنتج أو تطوير منتجات جديدة، ويتحقق هذا بإقامة علاقات مع الزبائن كونهم الركيزة الأساسية وأساس وجود العملية الإنتاجية<sup>129</sup>.

واليوم بفضل أدوات التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمخصصة لعمر معين أو قطاع معين، صار بإمكاننا إنشاء صفحة تسويقية خاصة بالمنتج أو إضافة خبر عنها على الحائط الخاص بنا على موقع فايسبوك أو إنستغرام، وبذلك نوفر مبالغ طائلة ونحصل على نتائج تسويقية مضمونة لمنتجاتنا.

129 أم الخير زيوش، خالد قاشي: "التسويق في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية -التسويق عبر الفايسبوك أنموذجا-"، مجلة دفاتر اقتصادية، جامعة البليدة2، المجلد10، العدد2، 2018، ص.373.

ومن بين المزايا التي أضافتها مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق الإلكتروني أهمها<sup>130</sup>:

- 1-زيادة قاعدة المستهلكين.
  - 2-جعل حملات التسويق الإلكتروني أكثر شخصية.
  - 3-تحسين العلاقات بين الشركة والمستهلك.
  - 4-إيجاد نموذج كامل ومتصل من الأعمال الإلكترونية.
  - 5-تخفيض تكاليف الأعمال الإلكترونية.
  - 6-زيادة معدلات الأرباح المحققة من الأعمال الإلكترونية.
- 2- المؤثرون الإلكترونيون والتسويق التآثيري:

#### 2-1-المؤثرون الالكترونيون:

##### أ- مفهوم المؤثرين:

يعرف المؤثر على أنه شخص مميز في طرحه للمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، باستخدام أسلوب قريب من جمهوره ومشاركته المواضيع التي يحتاجونها، فالمؤثر متجدد في طرح المواضيع التي تهتم المجتمع مما يساهم في زيادة متابعيه.

حسب قاموس الأعمال Business Dictionary 2017 المؤثر هو كما يدل عليه اسمه، ذلك الشخص الذي يملك درجة تأثير معينة على أفراد آخرين، وهذا قد يرجع إلى سمعة المؤثر، إلى خبرته العالية، أو إلى مدى تعرضه لوسائل الإعلام، فهم قادة الرأي الرقميون الجدد (( digital opinion leaders الذين يملكون تأثيراً أكبر على سلوكيات المستهلكين أكثر من العديد من المجالات مجتمعة. و بهذا يشكل المؤثرون "الاتجاهات العصرية tendencies في عدة مجالات، كما يعرف موقع «analyses influencer 2017» "المؤثر" على أنه: "ذلك الفرد الذي يملك

<sup>130</sup> فائزة شتاج، رشيدة شتاج: واقع التسويق الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لمستخدمي صفحة أونو عبر الفاييسبوك -أنموذجاً-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة مستغانم، 2016-2017، ص.127.

معدل تأثير عال على الآخرين، فهم أشخاص عاديون لديهم القدرة على لعب أدوار مفتاحية في المنافذ الإعلامية وبين جموع المستهلكين وجموع المجتمع عامة.<sup>131</sup>

يعرف المؤثرون أيضا على أنهم نجوم شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، قد يكونون "يوتيوبرز" "youtubers" مدونون "bloguers"، أو من خلال صفحاتهم على إنستغرام "instagramers"، هم في الأغلب مختصون في مجال معين مثل: "مؤثرو الألعاب الإلكترونية" "influencers of beauty" مؤثرو الرياضة واللياقة البدنية "influencers of beauty" مؤثرو الجمال "influencers of sports and gaming, influencers of travel" مؤثرو السياحة والأسفار "influencers of sports and fitness".<sup>132</sup>

حسب "لوران بور" مؤثر أو مؤثرة يعني كل شخص لديه سمعة في مجال معين من خلال شبكة الإنترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن ظاهرة التأثير انطلقت من عند المؤثرين، فهم قادة الرأي الرقمي الجدد، فالمؤثر قادر على التأثير في سلوكيات الشراء من خلال تدوينه في حسابه على إنستغرام، تويتر، يوتيوب... مرفقة بنشاط اجتماعي مكثف وعرض إعلامي قوي. هذه المكانة تعطيه قوة التحكم ووصف ونشر الاتجاهات "الميولات" الجديدة "tendances" ما يجعله محطة استقطاب العلامات التجارية (marques) التي تعتبر المؤثر عنصرا لا غنى عنه، حيث تدرجه في استراتيجيات الاتصال الخاصة بها.<sup>133</sup>

يعد التسويق ومواقع التواصل الاجتماعي الستار الخلفي للمؤثر، فهو شخص ذو حضور قوي من خلال قنوات رقمية تسمح له بالتأثير في سلوك الشراء والاستهلاك لمستخدمي الإنترنت "internautes" الذين يتابعونه، لهذا أدرجت العلامات التجارية المؤثرين في استراتيجيات التسويق والاتصال الخاصة بها من أجل ضمان الترويج لمؤسستهم، منتجاتهم وخدماتهم. والمؤثر حسب ما وصف في مجالات التسويق الرقمي، هو نجم شبكات الإنترنت الجديد وبالأخص مواقع

<sup>131</sup> Julie Deveaud : **De Montréal a la région d'Yverdon- Les-Bains**, comment les influenceurs nous font

voyager, Travail de Bachelor, module 786b, Haute Ecole de Gestion et tourisme, Valais, 2017, p10

<sup>132</sup> Reputation Vip, **Qu'est-ce qu'un influenceur ?** reputation vip, le :14/01/2021, a :22.18, <https://www.reputationvip.com/fr/guide/definitions/qu-est-ce-qu-un-influenceur>

<sup>133</sup> JCM journal du cm ? **Qu'est-ce qu'un influenceur ou une influenceuse ?** Laurent Bour, le :15/01/2021, a :23.04, <https://www.journalducmm.com/dictionnaire-marketing/influenceurinfluenceuse/amp/>

التواصل الاجتماعي والمدونات، لما له قدرة كبيرة وجيدة في وصف المنتجات والخدمات للمجموعة التي تتابعه والتي عادة ما تتفاعل معه<sup>134</sup>.

يعرفون أيضا على أنهم مجموعة من المبدعين في التواصل مع الجماهير الغفيرة من أتباعهم على مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن للمؤثرين أن يصبحوا مدافعين أقوى عن العلامة التجارية أثناء بناء الوعي بها والترويج لمنتجاتها أو ربط خدماتها مع الجمهور المناسب، حيث صارت التوصيات والاقتراحات تنتشر بسرعة بين الناس، فالمؤثرين الأكثر شعبية على مواقع التواصل الاجتماعي صارت آراءهم قيمة للغاية<sup>135</sup>.

#### ب- خصائص مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي:

يتميز مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص تميزهم عن باقي الأشخاص، وتتمثل في:

• المؤثر هو شخص من المحتمل أن يؤثر في سلوك عدد معتبر من المستهلكين: هو صانع محتوى، مدونة على سبيل المثال أو قناة يوتيوب، صفحة إنستغرام... فهو يملك شكل من الخبرة في مجاله تسمح له بتقديم نصائح واقتراحات حول المنتجات والخدمات.

• دائما حاضر على مواقع التواصل الاجتماعي: أو على أية قناة اتصالية تمكنه من الوصول إلى عدد كبير من الجمهور.

• يجمع مجتمع نشط ووفي: هذه نقطة مهمة، فحجم متابعيه لا يكفي ليكون مؤثرا جيدا، لذا فهو يعمل على كسب ثقة وولاء جمهوره.

• لديه قوة اكتساب جمهور حسب المواضيع التي تهتم: لا يمكن للمؤثر أن يلم بكافة المجالات، لذا عليه أن يتماشى مع ميولات متابعيه ومع المجالات التي تهتمهم أكثر دون غيرها<sup>136</sup>.

حسب "بيرونجير غلوغن" Berangere Gloaguen فإن أهم الخصائص التي تميز المؤثر هي:

• المؤثر خبير: influencer is expert فهو قبل كل شيء مختص معروف في مجال leader of opinion قائد رأي، prescriber واصف نشاطه، قد يكون سفير ambassadeur أو مرشد

<sup>134</sup> JCM journal du cm ? **Les influenceurs et les influenceuses, quels sont leurs rôles ?**

Laurent Bour,

le :16/01/2021, a : 00.10, <https://www.journalducmm.com/influenceurs>

<sup>135</sup> دولفينوس، التسويق عبر المؤثرين: كيف يمكن أن يساعدك على النمو والإزدهار؟، دولفينوس، بتاريخ: 2021/05/15 سا

<https://dolpinuz.com/blog/single/28/whats-influencer-marketing21:44>

<sup>136</sup> Squid impact, **Qu'est-ce qu'un influenceur ?** Stéphane Torregrosa, le :11/02/2021, a

:21.47, <https://www.squid-impact.fr/quest-ce-quun-influenceur/>

pedagogue، فمن خلال موقعه على الشبكة الاجتماعية ومستوى خبرته، ينقل مواقفه خبراته ونظريته بطريقة مفصلة وبمصادقية.

• المؤثر هو صانع محتوى: producer of content وذلك من خلال كتابة وإخراج البودكاست (podcast) والفيديو ومشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

• influencer has a unic personality: المؤثر ذو شخصية فريدة من نوعها.

الابتكار، التنوع، مواكبة كل ما هو جديد، الشغف، المصادقية، القيادة... هي جوانب تسمح للمؤثر بأن يتميز عن باقي الأشخاص.

• l'influencer has an engaged comunauty: لديه مجتمع وفي

قوة المؤثر ليست دائما حسب عدد متابعيه وكبر حجم مجتمعه، فالأهم هو كسب مجتمع يشترك وياه نفس الاهتمامات والمواضيع، فقيمة المؤثر تأتي من تفاعل متابعيه.

• المؤثرون هم أشخاص رقميون: digitalis وذلك لتواجدهم على منصات التواصل الاجتماعي<sup>137</sup>.

وهناك خصائص أخرى للمؤثرين تتمثل في:

- القدرة على التأثير في وجهات النظر وسلوكيات واختيارات الآخرين.
- امتلاك أعداد مهولة من المتابعين.
- تقديم محتوى هادف.
- التأثير من خلال عرض تفاصيل حياتهم اليومية
- كثرة المنافسة بين المؤثرين تدفعهم إلى جذب متابعين أكثر مما يجعلهم يعملون على الموازنة بين ما يحبونه وما يحبه متابعوهم.
- مشاركة محتوى جيد من صور جذابة وفيديوهات في حساباتهم على إنستغرام ويوتيوب... الخ.
- التواصل المستمر مع متابعيهم<sup>138</sup>.

وهناك أربع (4) مفاتيح أساسية تميز المؤثر الجيد، وهي كالآتي:

<sup>137</sup> Adobe, **Les 6 caractéristiques de l'influenceur**, Bérangère Gloaguen, le 11/02/2021, a :20 .40, <https://fr.blog.marketo.com/2019/07/les-6-caracteristiques-de-linfluenceur-btob.html>

<sup>138</sup>مدونات الجزيرة، . Op .cit

• لهم محتوى محدد ومختار بعناية: من أنتم؟ وماذا أنتم؟، الأشخاص الأكثر تأثيرا على مواقع التواصل الاجتماعي يستغلون حساباتهم من أجل الإجابة على هذه الأسئلة لأنهم يمثلون ويعبرون عن شغفهم.

• الاتصال هو المفتاح: من أجل أن يعمل المؤثر مع العلامة التجارية عليه أن يضع نفسه مكانها، فأفضل المؤثرين هم الذين يعرفون كيف يتواصلون، فالإتصال يسمح لهم بالعمل بفعالية وسرعة.

• لديهم خاصية العمل بالتعاون: collaboration يمكن للمؤثرين زيادة عدد متابعيهم وزيادة شهرتهم من خلال القيام بفيديوهات بالتعاون مع مؤثرين آخرين حيث يروج كل للآخر. كما يمكن القيام بذلك مع العلامات التجارية بهدف الترويج للمنتجات والخدمات التي تقدمها.

• عدم الخوف من قول لا: العامل الأساسي لوجود أي مؤثر هو جمهوره ومتابعيه، فكلما ازداد عدد المتابعين، ازداد إقبال العلامات التجارية على ذلك المؤثر، بغية إقامة شراكات (partnerships) معه، فهل على المؤثر القبول بها كلها؟ - من المهم ان يكسب المؤثر ثقة جمهوره، لذا فعلى المؤثر قول لا في حال ما إذا كانت تلك الشراكة تشكل خطرا على ثقة جمهوره به<sup>139</sup>.

### ج- أنواع المؤثرين:

تعددت أنواع المؤثرين واختلفت حسب طبيعة نشاطهم وخصائص وعدد متابعيهم، ويمكن تصنيف المؤثرين إلى فئتين، لكل فئة أربع (4) مجموعات أساسية:

الفئة الأولى: أنواع المؤثرين حسب عدد المتابعين:

• micro influencer: المؤثر الصغير

صناع المحتوى الذين يتراوح عدد جمهورهم من العشرة آلاف 10.000 إلى مئة ألف 100.000 متابع، ميزتهم الأهم هي قلة التكلفة التي تناسب كل الشركات، ورغم قلة المتابعين العديدة، فإن هؤلاء المؤثرين لديهم معدلات عالية من مشاركة الجمهور وتفاعل مستمر، مما يخلق حالة من الثقة المتبادلة بين المؤثر والمتابعين.

<sup>139</sup> bigsocial.fr, COMMENT RECONNAÎTRE UN BON INFLUENCEUR ? Rodolphe, le :11/02/2021, a :12.22, <http://bigsocial.fr/reconnaitre-bon-influenceur-2/>

ويتيح التعاون مع هذا النوع من المؤثرين للشركات استهداف شريحة محددة من الجمهور، وبالتالي تكثيف جهودها التسويقية والوصول إلى المستهلكين أو المستخدمين<sup>140</sup>.

• المؤثر متوسط الطبقة: macro influencer

هو نوع آخر من المؤثرين، يتراوح عدد جمهورهم من مئة ألف إلى 100.000 إلى خمسمئة ألف 500.000 متابع، تعمل معهم نسبة من العلامات التجارية ويتميزون بـ:

- إقامة شراكات partnerships حصرية مع العلامات التجارية<sup>141</sup>.

- أسعار العمل بالتعاون collaboration معهم جد مقبولة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

• "mega influencer: المؤثر الكبير" الضخم

هو نوع من المؤثرين، يتراوح عدد جمهورهم من خمسمئة ألف إلى 500.000 إلى 2 مليون متابع، سعر الحملة الإشهارية والمنشور لديهم باهض جدا، لكن وصوله لشريحة كبيرة من المستهلكين على مواقع التواصل الاجتماعي مضمون.

هذا النوع من المؤثرين شخصية معروفة، لذا فهو يعمل مع عدة علامات تجارية في نفس الوقت، ما يوجب عليه إمضاء اتفاقية شراكة خلال فترة الحملة. ويتميز بـ:

- جمهور واسع ومتنوع.

- أسعار العمل معهم جد مرتفعة.

• all-star influencer: المؤثر النجم

هذا النوع لديهم عدد هائل من المتابعين يفوق 2 مليون متابع، وهم قادة الرأي الذين عادة ما يتم خلطهم مع المشاهير من فنانيين ورياضيين بسبب العدد الهائل لمتابعيهم. يتميزون بـ:

- تنوع جمهورهم.

- لديهم قوة تأثير عالية تسمح لهم بالوصول إلى نتائج حسنة.

<sup>140</sup> خمسات، التسويق عبر المؤثرين: كيف تختار الإنفلونسر influencer المناسب للترويج لمنتجك، فريق خمسات، بتاريخ

<https://blog.khamsat.com/how-to-use-influencer-marketing>، 16:45 سا 2021/02/09

<sup>141</sup> Launchmetrics, 4 types d'Influenceurs et les objectifs que vous pouvez atteindre grâce à chacun, Gina

Gulberti, le :11/02/2021, a :20.19, <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>

- تسعيرتهم تحد من إقامة الشراكات معهم من قبل العديد من العلامات التجارية.

-الفئة الثانية: أنواع المؤثرين حسب المكانة الاجتماعية:

#### •المشاهير **célébrities** :

يملكون الملايين من المتابعين حول العالم أمثال نجوم الفن والمشاهير في مختلف المجالات، ومن المعروف عنهم أنهم منذ القدم يتعاقدون مع العلامات التجارية ليصبحوا وجوها إعلانية لها فهم يتميزون بالوصول إلى عدد هائل من الجمهور إلى جانب مستوى عالٍ من الاحترافية، فبالرغم من أنها ليست مهنتهم، فعقد الشراكات مع العلامات التجارية تصنع من المشاهير مؤثرين، مثل اللاعب العالمي كريستيانو رونالدو، فهو يعد نجما في هذا المجال، فقد قام بعدة حملات ترويجية منها حملة العلامة التجارية "نايك".

#### •نجوم الشبكات **stars of web** :

هذا النوع من المؤثرين يعرف من خلال شبكات الإنترنت، فهم أشخاص يملكون القدرة من خلال تغريدة (tweet)، منشور (post) أو فيديو توليد رؤى عديدة. وبفضل هذا التأثير يستطيع نجوم الشبكات إدارة طلبات الشراكة والعمل بالتعاون **Managing partnership requests and working in cooperation** التي تعرض عليهم، زيادة على الحصول على العديد من الهدايا من طرف العلامات التجارية.

#### •الزبائن الراضون **satisfied clients** :

هم أشخاص عاديون يملكون عددا مقبولا من المتابعين. عادة ما يمدحون منتجا ما أو خدمة دون أخذ مقابل، فبعض العلامات التجارية لها الحظ أن يعجب بها من قبل أشخاص لديهم عددا معتبرا من المتابعين، يعتبر هذا النوع مؤثرين، إلا أنهم في الأصل عبارة عن زبائن ارضون يشاركون آراءهم.

#### •المؤثرون المتخصصون **spécialised influencers** :

هم أشخاص يملكون حسابات أو مدونات حول قطاعات متخصصة (كالأطباء، الرياضيين...) لذا فليهم الشرعية في الكلام حول اختصاصهم على عكس المؤثر العام، فهم يشدون اهتمام جمهور مهتم حقا بالموضوع المطروح، ما قد يثير اهتمام بعض العلامات التجارية التي تنشط في نفس

المجال، مثال: مدونة لطبيب ينصح فيها متابعيه بعلاج أو دواء ما قد يثير انتباه المؤسسات المنتجة للأدوية للعمل معه<sup>142</sup>

#### د-مجالات مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مواقع التواصل الاجتماعي مليئة بالمؤثرين الذين يقومون بالنشر عن مواضيع ومجالات مختلفة، فبناء على الاهتمامات المختلفة لمستخدمي هذه المواقع، الذين قد يتابعون فئات معينة تربطهم بها نفس الاهتمامات، فالمؤثرون يروجون لمنتجات وخدمات لمختلف الشرائح. وتتمثل المجالات التي تستهوي المؤثرين فيما يلي:

#### -مؤثرون في مجال أسلوب الحياة: influencers of life style

أسلوب الحياة life style يعني فن العيش (art of live)، ويقصد به طريقة العيش، الوجود والتفكير لشخص معين أو مجموعة أشخاص، حيث يظهر تصرفاته اليومية والعادات والقيم التي يسير عليها. ففي المجتمع الصناعي أسلوب الحياة هو مفهوم نوعي، فهو يعني الطريقة التي تستعملها الأسر في إبراز قدراتها الشرائية.

أما في علم الاجتماع أسلوب الحياة هو الطريقة التي يعيش بها الفرد أو الجماعة، وهذا يتضمن العلاقات الاجتماعية، طريقة الاستهلاك، طريقة الترفيه، اللباس إنفاق الأموال...، وكل هذا يختلف من شخص لآخر حسب القيم السائدة لديه values ونظرته للعالم المحيط به المحتوى الذي يقدمه المؤثرون في مجال أسلوب الحياة يعكس شخصياتهم واهتماماتهم<sup>143</sup>. وعادة ما يكون هذا النوع مصدر جذب العديد من العلامات التجارية ذات مختلف الأنشطة كالمتخصصة في الأدوية، الملابس، التجهيزات المنزلية، المواد الغذائية، شركات خدمات الهاتفية... نظرا لقدرتهم على الجمع بين العديد من المجالات في آن واحد.

#### -مؤثرون في مجال السياحة و السفر influencers of tourism and travel :

يعتبر قطاع لسياحة والسفر من بين القطاعات الأكثر رواجاً والأكثر شعبية حالياً في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أدرك المؤثرون أنه من خلال الجمع بين المناظر الجميلة والملابس الأنيقة في الصور يمكن إحداث نجاح في عالم التسويق التأثيري.

<sup>142</sup> ReputationVIP, *qu'est ce qu'un influenceur ?*, le :25/01/2021, a 23:16,

<https://www.reputationvip.com/fr/guide/definitions/qu-est-ce-qu-un-influenceur>

<sup>143</sup> Overblog, *C'est quoi un blog lifestyle ?*, Virginie B, le 22/02/2021, a 13.45,

<http://www.virginiebichet.org/2015/06/c-est-quoi-un-blog-lifestyle.html>

مدونو السفر bloggers of voyage هم أكثر فأكثر انتشارا، حيث يسافرون إلى مختلف دول العالم ويوثقون الأماكن الجميلة التي يزورونها على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، قد يشاركون صوار أو فيديوهات يطلق عليها بالفلوغ vlog، فهذا يقدمون خططا جيدة good plans ونصائح قيمة للمقبلين على السفر حول أحسن الفنادق والمطاعم، الأماكن والوجهات الجيدة، الأسعار<sup>144</sup>...

يهدف أصحاب الوكالات السياحية agencies of voyage والفنادق الفخمة للتواصل معهم بغية العمل بالتعاون collaborate معهم من أجل التسويق لخدماتهم وللتعريف بعروضهم، حيث يقومون بتنظيم رحلات سياحية organised travels مدفوعة الأجر خصيصا لهذا النوع من المؤثرين بهدف التعريف بكيانهم وعرض خدماتهم وكسب سمعة حسنة، ولتعزيز الأنشطة السياحية<sup>145</sup>.

#### - مؤثرون في مجال الجمال:

هم مؤثرون يهتمون بقطاع الجمال، ما يعرف بمدونتي الجمال (beauty bloggers) بعض منهم له ملايين المتابعين، فمنذ بضعة سنين أصبح دورهم ضروري ولا غنى عنه في مجال صناعة الجمال والتجميل عبر الإنترنت (beauty industry on internet) فقد أصبحوا سفراء لأكبر العلامات التجارية الخاصة بمواد التجميل.

يتمثل دورهم في مشاركة كيفية وضع واستعمال مستحضرات التجميل (tutoriels make-up) مع تقديم نصائح حول الاهتمام بالبشرة وكيفية العناية بها، وتصنيف المنتجات placement de produits من خلال ذكر أسماءها واسم العلامة التجارية المصنعة لها باستخدام تقنية التague ، مع تبيان كيفية الحصول عليها إذا كانت تتواجد في محلات إلكترونية E-shope، أو مكان الحصول عليها من محلات التجزئة<sup>146</sup>. هذا ما يجذب المؤسسات والعلامات التجارية وحتى محلات التجزئة الخاصة بمواد التجميل (marques of cosmetics) إلى التواصل معهم

<sup>144</sup> influentia, **Classement: influenceurs voyage à découvrir en 2021**, Illan Khouader, le :23/02/2020, a :10.43, <https://influentia.fr/blog/voyage/meilleurs-influenceurs-voyage>

<sup>145</sup> definitions-marketing, **Voyage influenceurs**, B. Bathelot, le :23/02/2021, a :13.23, <https://www.definitions-marketing.com/definition/voyage-influenceurs/>

<sup>146</sup> INFLUENTH le magazine de l'influence marketing, **LE TOP 10 DES INFLUENCEUSES BEAUTÉ FRANÇAISES**, Isabelle amar, le :24/02/2021, a :17.45, <http://www.influenth.com/top-10-influenceusesbeaute/francaises/>

للاستفادة من خدماتهم التسويقية من خلال تنسيق أعمال مشتركة بينهم collaborate ليكون المؤثر دعما حقيقيا للمؤسسات في استراتيجياتها الاتصالية والتسويقية.

### - مؤثرون في مجال الموضة influencers of fashion :

مؤثرو الموضة أو ما يعرف بـ bloggers of fashion يقدّمون ويعرضون ملابس جاهزة ومنسقة لعلامات تجارية مختلفة ومتنوعة (ملابس يومية، ملابس رياضية، ملابس مناسبة...)، كما يقومون بخلق مجموعات تسمى بمدمني الموضة. (fashion addict) يتصفون بالأناقة وباهتمامهم الشديد بمظهرهم وبالعالم الموضة وبأنهم محط أنظار العديد من الناس، فهو يعرضون ملابس وأزياء looks ويقدمون خطط جيدة good plan تفيد متابعيهم في تنسيق الملابس، فقدرتهم على التأثير جد واضحة، لذا تعتبرهم العلامات الكبرى "خبراء للموضة" وتدعوهم عروض الأزياء الخاصة بها ولأسابيع الموضة fashion week جنب الصحفيين المختصين، كما تجعل منهم في بعض الأحيان الوجوه الاعلانية لها، تقوم بإصدار تشكيلات بالتعاون معهم.<sup>147</sup>

collaboration

الهدف من اتصال العلامات بهم للعمل معهم يكمن في قدرتهم على نشر أخبار التشكيلات الجديدة التي قامت بها على نطاق واسع لما لهم من شعبية في هذا المجال، وذلك من خلال تغطيتهم للأحداث الحية وعروض الأزياء باستعمال تقنية الستوري story على حساباتهم الخاصة في انستغرام.

### - مؤثرون في مجال الرياضة و اللياقة البدنية: influencers of sports and fitness

ممارسة الرياضة وخاصة كمال الأجسام واللياقة (muscultation and fitness) أصبحت تلقى رواجاً وانتشاراً كبيراً على مواقع التواصل الاجتماعي، بدأت هذه الظاهرة من خلال المؤثرين في الولايات المتحدة الأمريكية وانتشرت في بقية دول العالم. مبدأ هذه الممارسة هو مشاركة أسلوب عيش صحي healthy life style<sup>148</sup> فالمؤثرون الذين يهتمون بهذا المجال ينشرون صورهم اليومية أثناء قيامهم بهذه الممارسة لتحفيز متابعيهم ولتعزيز ممارسة الرياضة لديهم، كما يقدمون نصائح حول التمارين الرياضية والتغذية الصحية، أو نصائح تحفيزية.

<sup>147</sup> cosmopolitan, 15 influenceuses mode à suivre, Victoria lasserre et charlotte darnige, le :24/02/2021,

<sup>148</sup> vidclust, Top 10 des influenceurs fitness & musculation, Jacques Mura, le :26/02/2021, a :16.36, <https://medium.com/vidclust/pltop-10-des-influenceurs-fitness-musculation-bd3f3b57656a>

كما أن المؤسسات المتخصصة في صناعة الألبسة الرياضية مثل "puma" أو المؤسسات المنتجة للمكملات الغذائية يستغلون هذا النوع من المؤثرين من أجل إقامة شراكات معهم وتمويل بعض من مشورتهم التي تُظهر المنتجات الخاصة بهم، أما المؤثرون قد يستفيدون من مبالغ مالية مقابل ذلك إضافة إلى الحصول على المنتجات مجاناً<sup>149</sup>.

#### - مؤثرون في مجال الطعام والطبخ: influencers in culinary

يشتهرون بحبهم للأكل وتجربة أطباق جديدة تختلف باختلاف الأماكن والثقافات، هم مؤثرون يهتمون بالطبخ وتقديم وصفات جديدة، ومعروف عنهم زيارتهم للمطاعم والفنادق لتجربة أطباقهم وتقييمها واعطاء آرائهم حولها في حساباتهم الخاصة من خلال أسلوب باستعمال تقنية الستوري story على إنستغرام. يستغل أصحاب المطاعم والفنادق مكانتهم وشهرتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، فيقومون بدعوتهم لتجربة الأكل عندهم، أو عند افتتاح مطعم جديد، أو فرع جديد لمطعم ما، ليكون هذا كنوع من الإشهار لكسب اسم وسمعة في السوق ولتوسيع دائرة زبائنهم، حيث قال "آرنود موني، arnaud monnie "طباخ فرنسي مشهور: " خذوا الإلهام من المؤثرين من أجل القدرة على التواصل مع جماهيركم وانضموا إلى هذه المواهب"<sup>150</sup>.

كما تسعى المؤسسات المنتجة للمواد الغذائية للقيام بشراكات معم من خلال تمويل sponsoriser فيديوهات وصفات الطبخ الخاصة بهم مقابل استعمال منتجاتهم في الوصفات والتوصية باستعمالها.

#### - مؤثرون في مجال التكنولوجيا: influencers high-tech

في مجتمع تعددت فيه أدوات التكنولوجيا وتنوعت، أصبح من الصعب على المستهلك اختيار الأجهزة ذات العلامة التجارية المناسبة لعمله واحتياجاته وحتى ميزانيته، ما أدى به إلى اللجوء إلى مختصين وخبراء والأخذ بنصائحهم ومعرفة آراءهم حول بعض الأجهزة نظرا لاهتمامهم وارتباطهم بعالم التكنولوجيا<sup>151</sup>.

<sup>149</sup> INFLUENTH le magazine de l'influence marketing, **les 10 influenceurs fitness qui cartonnent sur les réseaux sociaux**, AXELLE GAUTIER, le :26/02/2021, a :23.47, <http://www.influenth.com/influenceursfitness> populaires/

<sup>150</sup> thinkwithgoogle, **De nouveaux influenceurs culinaires font bouillir la marmite digitale**, le :28/02/2021,

a :16.37, <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/tendances/vision/de-nouveaux-influenceurs-culinairesfont-bouillir-la-marmite-digitale/>

<sup>151</sup> kolsquar, **Trouvez vos influenceurs innovation et technologie (2020)**, le :02/03/2021, a :23.16, <https://www.kolsquare.com/fr/guide/innovation>

**-مؤثرو التكنولوجيا أو ما يعرف بـ : influencers high-tech**

هم مؤثرون ذوي الدور الإخباري، حيث يكمن دورهم في تغطية كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا مثل الهواتف الذكية، الحواسيب آلات التصوير روبوتات ...، فهم يرصدون كل ما هو جديد ويشاركون خبراتهم وآراءهم بعد تجربتها مع متابعيهم مع تبيان طريقة استعمالها ومكان الحصول عليها وكذا أسعارها، فهم يعتبرون مرشد فعال للزبائن.

هذا ما أدى بصنّاع التكنولوجيات إلى جعل هذا النوع من المؤثرين حلفاء لهم، لخبرتهم العالية ولقدرتهم على التأثير ولاستغلال مهاراتهم في تطوير استراتيجياتهم التسويقية<sup>152</sup>. حيث أصبح هؤلاء المؤثرين شركا partners ومتعاونين collaborators مع هذا النوع من العلامات التجارية، وتتم دعوتهم إلى الأحداث الحية événements والى أيام إطلاق الأجهزة الجديدة بهدف التعريف بكيانها في السوق وتوسيع دائرة زبائنها.

**-مؤثرون في مجال ألعاب الفيديو: influencers in gaming**

تاريخيا، صنّاع ألعاب الفيديو بحثوا دائما على أشخاص يجربون منتجاتهم قبل عرضها في السوق، قبل ظهور مفهوم المؤثرين وقبل حتى ظهور المنصات الخاصة بالفيديوهات مثل "اليوتيوب"، حيث كان صنّاع ألعاب الفيديو يقترحون منتجاتهم مباشرة للسفراء اللذين كانوا يمثلونهم مثل شاك shaq ومايكل جاكسن michael jackson، فقد كان مجال ألعاب الفيديو في الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي وسطا صغيرا وضيقا، إلا أنه استطاع كسر الحواجز سنة 2000م من خلال تنظيم بعض الأحداث الحية les évènements المختصة ودعوة وسائل الإعلام إليها. ومع ظهور المدونات blogues بدأ التحول الذي نعرفه حاليا، خاصة مع ظهور المؤثرين واختصاص البعض منهم في هذا المجال. حيث أدركت شركات إنتاج هذه الألعاب قدرة هذا الجيل الجديد ومهاراته، ومثل أي مؤثر أصبحت تقام شراكات معهم partnerships وكذا الاستعانة بهم للقيام بفترة تجريبية للألعاب الجديدة، كما تتم دعوتهم إلى المعارض exhibitions والعروض التقديمية présentations والى حفلات إصدار وإطلاق ألعاب جديدة، ليصبحوا بذلك المتحدثين الرسميين لهذه المؤسسات والمسوّقين الفعليين لمنتجاتها<sup>153</sup>

<sup>152</sup> influence4you, **Le top 12 des influenceurs high-tech**, Francois Foryou, le :02/03/2021, a :23.56, <https://blogfr.influence4you.com/top-influenceurs-high-tech/>

<sup>153</sup> JCM (journal du cm), **Les influenceurs dans le gaming... marketing d'influence et monde à part ?**, Antoine Heil, le :03/03/2021, a :14.45, <https://www.journalducm.com/influenceurs-gaming>

## 2-2- التسويق التآثيري:

## أ- مفهوم التسويق التآثيري:

تتطور الطريقة التي يستهلك بها الناس المحتوى، ومن أجل جذب انتباه الجماهير الذين يقضون وقتهم يحدقون في هواتفهم وقتاً أطول مما يحدقون في شاشات التلفزيون، يجب على الشركات والعلامات التجارية أن تغير نهجها في التسويق نحو الترويج عبر المؤثرين والذي يعزز بذلك قدرة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي على عرض منتجات وخدمات العلامات التجارية وايصالها إلى الآلاف أو حتى الملايين، ولهذا يعد التسويق عبر المؤثرين واحداً من أكثر الطرق فعالية، التي يمكن للشركات استخدامها لاستهداف جمهور نشط وزيادة الوعي بالعلامة التجارية. ومع استمرار انخفاض نسبة المشاهدة على التلفزيون، أصبحت إعلانات الشركات التلفزيونية أقل فعالية، وعليه فإن المسوقين المبدعين ووكالات الإعلانات والإعلانات ووكالات العلاقات العامة الذين يحاولون جذب انتباه الجمهور عبر الإنترنت يتساءلون حول ماهية التسويق عبر المؤثرين.

المؤثر هو فرد ذو وصول اجتماعي كبير ولديه القدرة على "التأثير" على القرارات التي يتخذها جمهوره، ونظراً لأنه أنشأ جمهوراً نشطاً يتابعه عبر قنوات التواصل الاجتماعي، يمكن للمؤثر أن يصبح من المدافعين عن العلامات التجارية في أثناء الترويج للعلامات التجارية وتقديم منتج أو خدمة ذي صلة بجمهوره. وللاستفادة من جمهور المؤثرين المستهدفين، تستطيع الشركات والعلامات التجارية إنشاء حملات تسويقية كجزء من استراتيجيتها التسويقية المتكاملة الشاملة، تتعاون في هذه الحملات مع المؤثرين بطرق متنوعة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة اشتراكات العملاء المحتملين أو زيادة زيارات الموقع، كأن تظهر كمواضيع أو إعلانات للمنتج أو إعجاب به أو نشر محتوى عن العلامة تجارية أو إعلانات خاصة بها أو إعلانات مدمجة أو محتوى ممول أو خليط من الأشكال السابقة. كما تتيح مشاركة مقالات المدونة ومقاطع فيديو يوتيوب ومشاركات إنستغرام الإبداعية لنجوم السوشيال ميديا، دمج منتج أو خدمة العلامة التجارية في محتواها، ومن خلال دمج العلامة التجارية بشكل منهجي في محتوى نمط حياتهم، يخلق المؤثرون زبائناً من الآلاف (أو في بعض الحالات الملايين) من المتابعين أو المشتركين الذين يرغبون في محاكاة الطريقة التي يبدو فيها المؤثرون وما يشترونه وأين يذهبون والأشياء التي يفعلونها. كما ان استهداف الجمهور باهتمامات معينة أيضا يعد فعال للغاية عندما تتشارك العلامات التجارية مع مؤثر يعكس هذا الاهتمام.

يمكن أن يكون للمؤثرين تأثير كبير على عمل الشركات والمؤسسات من خلال قنواتهم على السوشيال ميديا، حيث يمكنهم كتابة تدوينات أو صنع فيديو يتضمن المنتجات أو الخدمات في محتواها. ومن خلال دمج العلامة التجارية الخاصة بهم في نمط حياتهم، فهم يخلقون لأنفسهم عملاء من جمهور هؤلاء المؤثرين الذين يرغبون في المشاركة في نمط الحياة هذا<sup>154</sup>.

يعرفه "روبرت كشاف" على أنه استغلال أفضل صناع المحتوى على المنصات المختلفة في مجال معين لنشر الوعي بين الناس والترويج لمنتج أو خدمة معينة، فالمؤثرين يقومون بصناعة محتوى عما تقدمه الشركات والمؤسسات من منتجات وخدمات، وينشرونه بين متابعيهم على المنصات المختلفة، مما يساعد في وضع منتجاتهم أمام الجمهور الذي تستهدفه ومن ثم جلب المستهلكين والزبائن وتحقيق المبيعات، فالناس لا تكفي فقط بمعرفة المميزات التي تقدمها المنتجات، بل تريد أن ترى شخصا تثق فيه يختبر ويجرب هذه المنتجات، ويقارن بينها وبين غيرها مما هو متاح في السوق حتى يأخذوا قرار الشراء، فلو ذهبت الآن مثلا إلى أي قناة مشهورة أو حساب في مجال الهواتف ستجد الكثير من التعليقات التي يسأل فيها الناس صاحب القناة عن أفضل الهواتف التي تناسبهم وتناسب ميزانيتهم، هذا ما على الشركات أن تستغله في الترويج لخدماتها ومنتجاتها، فأبي كانت الصناعة التي تعمل بها ستجد لها مؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة<sup>155</sup>.

حسب "لوران بور" Laurant Bour فإن التسويق من خلال المؤثرين أخذ مكانة من بين أفضل الاستراتيجيات التي تستعملها المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق الأرباح و كسب سمعة إلكترونية e-réputation، في مركز هذه العملية التسويقية نجد "المؤثر" "influencer" الوصف الجديد للعلامات التجارية، والذي أصبح ضروريا في استراتيجياتها الاتصالية، و الذي بفضلها تستطيع زيادة عدد المبيعات في مدة قصيرة، فالتسويق من خلال المؤثرين هو مجموع التقنيات التي تميل إلى استعمال قوة التوصيات أو وصف المؤثرين للمنتجات و الخدمات، فهو بطريقة أو بأخرى قدرة المؤسسات على خلق واصفين prescribers أو سفراء ambassadors لعلاماتهم التجارية.<sup>156</sup>

<sup>154</sup> Op.cit، دولفينوس،

<sup>155</sup> علوم عظيمة، الترويج عبر المؤثرين في سنة 2020 مرشد جماعي ومبسطة، موسوعة كشاف، بتاريخ: 2021/05/17 سا 23:10https://www.greatsciences.com/9861/altswyq-br-almwthryn-fy-

2020-dlyl-shaml-wmbst

<sup>156</sup> JCM : journal du cm, **Qu'est-ce que le marketing d'influence et comment en tirer profit ?**, Laurent Bour, le :20/03/2021, a :15.45, https://www.journalducmm.com/marketing-influenceur/

أما "ب. باتلو B.Bathelot" فيرى أن التسويق من خلال المؤثرين هو مجموع الممارسات التي تهدف إلى استعمال إمكانية توصيات المؤثرين "recommandation of influencers" حيث تستهدف المؤسسات المؤثرين الأكثر شهرة في مجال اختصاصهم بهدف الوصول إلى قاعدة جماهيرية كبيرة ذات اهتمام مشترك (أي يجمعهم نفس المجال).<sup>157</sup>

يعرفه "حاتم الكاملي" على أنه نوع من أنواع التسويق بالتسويق التآثري Influence Marketing والذي يعتمد في أساسه على تركيز الجهود التسويقية على أفراد مؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي قادرين على نقل الرسالة التسويقية بشكل مكثف للجمهور المستهدف. تشير بعض الدراسات على أن أكثر من 60% من الشركات التي رصدت ميزانيات للتسويق الرقمي خصصتها للتسويق عن طريق المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>158</sup>

#### ب- استراتيجية التسويق التآثري:

يجب على العلامة التجارية وضع استراتيجية التسويق عبر المؤثرين بدقة واحتراف حتى تحقق الهدف المرجو منها وألا تتم بطريقة عشوائية بدون دراسة، لذلك هناك الكثير من الخطوات والترتيبات التي يجب أن يقوم بها صاحب المنتج لتحقيق أقصى استفادة من التسويق عبر المؤثرين وهي:

- في البداية على صاحب الشركة أو المنتج أن يحدد أهدافه بدقة عالية.
- يجب تحديد الجمهور المستهدف بدقة فإذا كانت العلامة التجارية تُروج لملابس رياضية مثلاً هنا يجب عليها اختيار أحد المؤثرين الناشطين في مجال الرياضة أو أحد الرياضيين ذوي الشهرة الواسعة للترويج على صفحته الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي للمنتج، ويجب عليها أن تضع خطة ترويجية شديدة الدقة وأن تكون على علم بأكثر المشاهير المؤثرين.
- ثم تحديد الميزانية المخصصة للتسويق عبر المؤثرين وما سيتم دفعه للمؤثرين مقابل صنعهم المحتوى المطلوب وعرضه عندهم، كما يجب تحديد بدقة عدد المنتجات المراد تسويقها عبر المؤثرين سواء من مشاهير الفن أو المؤثرين على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>157</sup> definitions-marketing, **Marketing d'influence**, B. Bathelot, le :28/05/2021, a : 14.28, <https://www.definitions-marketing.com/definition/Marketing-d-influence/>

<sup>158</sup> مدونة حاتم الكاملي، التسويق عبر المؤثرين باستخدام قنوات التواصل الاجتماعي، حاتم الكاملي، بتاريخ: 2021/05/22 سا [/http://hatemkameli.me/2017/08/16 20:55](http://hatemkameli.me/2017/08/16 20:55)

• يجب اختيار مؤثر ذو محتوى فعال وجذاب وأن يكون هذا المحتوى على صلة قريبة بما ستعرضه من منتجات، والذي يحقق أعلى نسب زيارات ومشاهدات وأنه ذو تأثير قوي على الجماهير لضمان نجاح حملة التسويق عبر المؤثرين لعدم تضييع الوقت بلا فائدة

• يجب اختيار المؤثرين ذوي التكلفة القليلة نسبياً حتى لا تتجاوز الحد المالي الذي قمت بتحديد مسبقاً لحملتك الإعلانية.

• يعتبر الوقت من أهم الأشياء في التسويق عبر المؤثرين حيث يجب على صاحب المنتج عمل جدول زمني محدد بدقة لكل خطوات التسويق عبر المؤثرين وأن تتم الحملات التسويقية عبر المؤثرين في أوقات محددة والتي يتم التأكد من الوصول فيه للمشاهدين وتحقيق أقصى استفادة.

• كما يجب في الأخير تقييم نتائج الحملة التسويقية، هل كانت الشراكة مع المؤثر الذي اختارته الشركة فعالة؟ وهل أنت بنتائج إيجابية؟ وبلغت الهدف الذي حددته في بداية الحملة؟<sup>159</sup>

#### ج- تقنيات التسويق التآثري:

تعددت الروافع والتقنيات التي يستعملها المؤثرون في تعاملهم مع العلامات التجارية والتي تسهل عليهم عملية التسويق وجذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، وفيما يلي نذكر التقنيات التي يستعملها المؤثرون في التسويق المؤثر:

#### • المجموعة الطنانة : Buzzkit

هو عبارة عن حزمة من المنتجات يتم إرسالها من قبل العلامات التجارية إلى صحفي أو مدون أو مؤثر إلكتروني لأغراض ترويجية أثناء إطلاق منتج أو إطلاق حملة اتصال<sup>160</sup> ، حيث تروج الشركة لمنتجاتها الجديد من خلال إرساله إلى أحد المؤثرين، والذي سيختبره بعد ذلك يشارك رأيه حوله مع متابعيه. والهدف من الحصول على المنتج هو أن يتحدث عنه المؤثرون لتوليد ضجة حوله في مواقع التواصل الاجتماعي.

#### • رعاية المحتوى : sponsoring of content

يمكن أن يحمل مصطلح "رعاية المحتوى" عدة معاني في مجال التسويق الرقمي، مبدئياً هو مصطلح موجه في الأساس إلى رعاية مدونة أو محتوى (صورة، فيديو، مقال...)، لكن منذ ظهور

<sup>159</sup> سيو تمام ، Op.cit

<sup>160</sup> Definitions marketing, **Buzz kit**, B. Bathelot, le :22/05/2021, a : 13.28,  
<https://www.definitionsmarketing.com/definition/buzz-kit/>

مواقع التواصل الاجتماعي أصبح غالبا ما يستخدم في المنشورات عليها. تتطلب هذه التقنية من العلامات التجارية رعاية مقال مدونة أو منشور أحد المؤثرين على الشبكات الاجتماعية، من أجل الوصول إلى الحد الأقصى من الناس للحصول على مكانة في السوق وكذا لبناء صورة ذهنية حسنة فهو إجراء داعم للعلامة التجارية.

#### • تصنيف (تنسيب) المنتجات **placement of products**:

تستخدم هذه التقنية بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا على اليوتيوب، فهذه التقنية تتطلب خدمات المؤثرين شرط أن يرتبط محتواهم بمجال العلامة التجارية. حيث يتم إظهار المنتج المعني بمهارة في صورة جميلة أو أحد مقاطع الفيديو<sup>161</sup>. هذه التقنية هي عبارة عن شراء مساحة مرئية من أجل المنتج داخل الفيديو أو الصور حيث يقوم المؤثر بإبراز مميزاته وخصائصه<sup>162</sup>، وسميت هذه التقنية بتصنيف المنتجات، لأن المؤثر يقوم بإظهار عدة منتجات في آن واحد ويبرز المنتج المراد التسويق له بطريقة ملفتة للانتباه من خلال تجربته وتبيان طريقة استعماله ومقارنته مع المنتجات أخرى.

#### • اخراج ما في العلبة: **unboxing**

هو عبارة عن طرد يرسل إلى المؤثرين من قبل العلامات التجارية أو قد يكون عبارة عن المشتريات التي اشتروها من المواقع الإلكترونية الخاصة بالبيع والشراء. ظهر هذا الفعل سنة 2006 في الولايات المتحدة الأمريكية لينتشر بعدها في كل أنحاء العالم مع انتشار المؤثرين فهو يقتضي فتح الطرد **opening the parcel** مباشرة أمام الكاميرا من أجل اكتشاف وتجربة ما في العلبة برفقة متابعيهم ومشاركتهم الحماس وآرائهم حول المنتجات المتحصل عليها<sup>163</sup>.

<sup>161</sup> JCM journal du cm, Op.cit

<sup>162</sup> Definitions marketing, **Placement produit YouTube**, B. Bathelot, le :22/05/2021, a : 14.56, <https://www.definitions-marketing.com/definition/placement-produit-youtube/>

<sup>163</sup> regarde :

- packhelp, **Unboxing: notre guide complet**, Ahmed Lahlou, le :03/06/2021, a :15.12, <https://packhelp.fr/guide-unboxing/>

- Definitions marketing, **Unboxing vidéo / YouTube**, B. Bathelot, le :22/05/2021, a : 14.56, <https://www.definitions-marketing.com/definition/unboxing-video/>

### • الاستلاء على الحساب الاجتماعي: Takeover of social account

هي عملية تقوم بها العلامات التجارية في الأحداث الحية events حيث تقوم باتمان حسابها على الإنترنت لأحد المؤثرين الذين يمتلكون قاعدة جماهيرية قوية من أجل إدارته خلال ذلك الحدث<sup>164</sup> هذه التقنية تتطلب تسيير المؤثر لحساب العلامة التجارية أو المؤسسة من أجل إبرازها والتعريف بمنتجاتها، وخدماتها والهدف من هذه العملية هو جذب الانتباه لها وكسب زبائن ومتابعين جدد من بين متابعين ذلك المؤثر.<sup>165</sup>

### • الأحداث الحية influencers of events :

تنظم العلامات التجارية الأحداث الحية من أجل الترويج لمنتوج جديد أو إدارة سمعتها الإلكترونية أو لزيادة وتوسيع مجموعاتها...، وهي كذلك فرصة لإحداث ضجة على مواقع التواصل الاجتماعي buzz، ولتوطيد الروابط وتوسيع دائرة المعارف حيث تقوم بدعوة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ذوي الصلة الأقرب إلى مجال نشاطها من أجل التحدث قبل، أثناء وبعد الحدث الحي، حيث يعلن المؤثرون أولاً عن مشاركتهم فيه ثم يقومون بإظهار ما يجري وما يحدث أثناء تواجدهم فيه، وبعد نهايته يقومون بتزويد متابعيهم بكل التفاصيل المعلومات حوله<sup>166</sup>.

الهدف من الأحداث الحية هو جذب انتباه المستهلكين وكذا الحصول على اهتمام وسائل الإعلام التي تقوم بتغطية شاملة للحدث، ما يساعدهم على تحسين وتوسيع شهرة المؤسسة وبناء صورة للعلامة التجارية<sup>167</sup>

### • الرمز الترويجي: promotion code

الرمز الترويجي هو تقنية تسمح للأشخاص بالاستفادة من التخفيضات خلال عملية الشراء الإلكترونية من المحلات الإلكترونية، e-boutique وهو كلمة تأتي على شكل رمز ايجدي رقمي alphanumérique يطلقها صاحب المحل الإلكتروني بأشكال مختلفة حيث يقوم الزبائن بكتابته في المكان المخصص له عند عملية الشراء ليسمح لهم بالاستفادة من التخفيضات، وهو عادة ما

<sup>164</sup> Definitions marketing, **Takeover de compte social**, B. Bathelot, le :22/05/2021, a : 16.35, <https://www.definitions-marketing.com/definition/takeover-de-compte-social/>

<sup>165</sup> JCM journal du cm, Op.cit.

<sup>166</sup> moon-event, **intégrer le marketing influentiel à vos événements**, le :04/06/2021, a :16.34, <https://www.moon-event.fr/agence-evenementiel/le-marketing-influentiel/>

<sup>167</sup> BRAND DEVELOPMENT, **De l'intérêt des événements**, Lisa Madi, le :04/06/2021, a : 21.45, <https://influenzzz.fr/brand-development/de-linteret-evenements/>

يكون صالح مدة معينة ومحددة<sup>168</sup> . فهو يستعمل في عملية التسويق التآثيري من قبل ممثلي التجارة الإلكترونية e-commerce في إطار الشراكة collaboration مع المؤثرين، أخذاً بذلك شكل تنسيب المنتجات placement of products حيث يتم تعبئة المؤثرين كل برمز ترويجي خاص به ليشاركه مع متابعيه . حيث أن استعماله يسمح بجعل العملية التسويقية ملفتة للانتباه أكثر ومقبولة من طرف الزبائن الذين يستفيدون منه، كما انه يعزز عملية الشراء ويرفع نسبة الزبائن<sup>169</sup> . يستعمل بشكل كبير وملفت للانتباه في نهاية كل موسم في يوم الجمعة السوداء black Friday

#### •مدونة الفيديو : vlog

« vlog هو اختزال لكلمة فيديو وكلمة مدونة، فهو يسمح لمؤلفه الذي نطلق عليه أيضا " video blogger أو "vloguer بمشاركة حياته واهتماماته وشغفه من خلال تصوير مقطع فيديو وبثه في حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركته مع متابعيه<sup>170</sup> . وحسب الوكالات الإعلانية والمعلنين يمكن أن تكون مدونات الفيديو دعامات supports لتتسيب المنتجات، placement of products ، ويمكن استعمالها في إطار الاستراتيجية التسويقية والحملة الإعلانية التآثيرية التي تعتمد بشكل كلي على المؤثرين.<sup>171</sup>

#### د- أهداف التسويق التآثيري:

التسويق عبر مؤثرين مواقع التواصل الاجتماعي هو عبارة عن نوع من أنواع التسويق الإلكتروني حيث هو عبارة عن شراكة بين العلامات التجارية والمؤثرين الذين يقومون بخطوات وتكتيكات من الأجل تحقيق الأهداف التالية:

•معرفة أكثر ما يفضل الجمهور حول العلامة التجارية وأقل المنتجات أو الخدمات اهتماما، فالمؤثرين على إطلاع دائم بآراء متابعيهم.

<sup>168</sup> regarde :

- L'agence web Aseox, **Code promotion**, le :05/06/2021, a : 23.17, <http://www.dico-ecommerce.fr/codepromotion.html>

- dictionnaire sensagent, **Code promotionnel**, wikipedia, le :05/06/2021, a :23.49, <http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Code%20promotionnel/fr-fr/>

<sup>169</sup> Definitions marketing, **Code promo influenceur**, B. Bathelot, le :06/06/2021, a : 00.35, <https://www.definitions-marketing.com/definition/code-promo-influenceur/>

<sup>170</sup> j'ai compris comment, **Qu'est-ce qu'un Vlog ?**, lucas chavanel, le :04/06/2021, a :22.14, <https://www.jaicompriscomment.fr/definition-vlog/>

<sup>171</sup> Definitions marketing, **Vlog**, B. Bathelot, le :06/06/2021, a : 01.27, <https://www.definitionsmarketing.com/definition/vlog/>

- زيادة معرفة ووعي جمهور مواقع التواصل الاجتماعي بالعلامة التجارية في مدة قصيرة وزيادة عدد زوار الموقع الإلكتروني من خلال الإعلان المستمر من قبل المؤثرين.
- الوصول السريع والفعال لأكثر الأشخاص اهتماما بالخدمات والمنتجات المقدمة من قبل العلامة التجارية وذلك بسبب عدد المتابعين المرتفع لدى المؤثرين.
- زيادة التفاعل على إعلانات العلامة التجارية لدى المؤثرين لأن الجمهور يحترم محتواه وتوصياته فهم على ثقة متبادلة
- الوصول إلى الجمهور المستهدف بأقصر الطرق من خلال عرض الإعلانات على المؤثرين الذين لديهم نفس الاهتمامات بمجال العلامة التجارية.
- فهم احتياجات العملاء وأولوياتهم بشكل أفضل من خلال الإعلان لدى المؤثرين<sup>172</sup>.
- زيادة نسبة المبيعات للمنتجات والخدمات التي توفرها العلامة التجارية بشكل كبير جدا.
- المنافسة مع أكبر العلامات التجارية.
- الرفع من نسبة العملاء المحتملين وكسب ولاءهم وثقتهم العملاء حول العلامة التجارية.
- معرفة نقاط ضعف منتجات وخدمات المؤسسة من أجل التطوير المستمر<sup>173</sup>.
- تحسين السمعة الإلكترونية e-reputation للمؤسسة وبناء صورة ذهنية حسنة.
- الترويج للمنتجات بأسعار منخفضة مقارنة بالإعلانات التقليدية.
- أما بالنسبة للمؤثرين فهدفهم الأول والأساسي هو جعل العلامة التجارية مصدرا للدخل من أجل تحقيق الأرباح والاستمرار في عالم التسويق التأثيري<sup>174</sup>.

<sup>172</sup> التسويق عبر المؤثرين، فريق Oriental، تاريخ 2021/05/14 سا 18:43،

<sup>173</sup> يلاً نفهم، nafham yalla، استراتيجية التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فريق الموقع، بتاريخ: 2021/06/22 سا

<https://yallanafham.com/2020/06/00:30>

<sup>174</sup> hivency, **Quels sont les objectifs du marketing d'influence pour une marque ?**, Cecile G, le :25/06/2021, a 22.54, <https://www.hivency.com/fr/2019/07/23/quels-sont-les-objectifs-du-marketingdinfluence-pour-une-marque/#%20>

قائمة المراجع:

الكتب:

- بشير العلاق: التسويق الإلكتروني، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010،
- نوال عبد الكريم الأشهب: التجارة الإلكترونية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2014،
- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، المملكة العربية السعودية، تخصص تسويق، التسويق الإلكتروني، 1429هـ
- محمود جاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف: التسويق الإلكتروني، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012،
- يوسف أبو فارة: التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004،
- محمد عبد العظيم أبو النجا: التسويق المتقدم، د ط، دار الجامعية، مصر، 2008،
- عماد الحداد: التجارة الإلكترونية، ط 2، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2004،
- سمر توفيق صبرة، مبادئ التسويق للفنون التطبيقية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009،
- مصطفى محمود ابو بكر، ادارة التسويق في المنشآت المعاصرة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2005،
- محمد الطاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005،
- عبد الحميد البسيوني، التجارة الإلكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2003،
- يوسف الطائي، هاشم فوزي العبادي: التسويق الإلكتروني، ط 1، مؤسسة الوراق، عمان، 2008،

مذكرات ورسائل جامعية:

- منال سماحي: التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر دراسة حالة اتصالات الجزائر، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران 2 محمد بن محمد، كلية العلوم الاقتصادية، 2014-2015

- فائزة شتاه، رشيدة شتاه: واقع التسويق الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لمستخدمي صفحة أونو عبر الفيسبوك -أمودجا-، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة مستغانم، 2016-2017

-مقالات ومجلات:

- أم الخير زيوش، خالد قاشي: "التسويق في ظل مواقع الشبكات الاجتماعية -التسويق عبر الفيسبوك أمودجا-،"مجلة دفاتر اقتصادية، جامعة البليدة 2، المجلد 10، العدد 2، 2018

-كتب أجنبية:

- Julie Deveaud : De Montréal a la région d'Yverdon- Les-Bains, comment les influenceurs nous font voyager, Travail de Bachelor, module 786b, Haute Ecole de Gestion et tourisme, Valais, 2017

- cosmopolitan, 15 influenceuses mode à suivre, Victoria lasserre et charlotte darnige

-Sites internet :

- Reputation Vip, Qu'est-ce qu'un influenceur ? reputation vip,

<https://www.reputationvip.com/fr/guide/definitions/qu-est-ce-qu-un-influenceur>

- JCM journal du cm? Qu'est-ce qu'un influenceur ou une influenceuse ? Laurent Bour,

[https://www.journalducmm.com/dictionnaire\\_marketing/influenceurinfluenceuse/amp/](https://www.journalducmm.com/dictionnaire_marketing/influenceurinfluenceuse/amp/)

- JCM journal du cm ? Les influenceurs et les influenceuses, quels sont leurs rôles ?

Laurent Bour, <https://www.journalducmm.com/influenceurs>

- دولفينوس، التسويق عبر المؤثرين: كيف يمكن أن يساعدك على النمو والإزدهار؟، -

<https://dolphinuz.com/blog/single/28/whats-influencer-marketing>

- Squid impact, Qu'est-ce qu'un influenceur ? Stéphane Torregrosa,

<https://www.squid-impact.fr/quest-ce-quun-influenceur/>

- Adobe, Les 6 caractéristiques de l'influenceur, Bérangère Gloaguen,

<https://fr.blog.marketo.com/2019/07/les-6-caracteristiques-de-linfluenceur-btob.html>

bigsocial.fr, COMMENT RECONNAÎTRE UN BON INFLUENCEUR ? Rodolphe,

<http://bigsocial.fr/reconnaitre-bon-influenceur-2/>

المناسب للترويج لمنتجك، influencer خمسات، التسويق عبر المؤثرين: كيف تختار الإنفلونسر - <https://blog.khamsat.com/how-to-use-influencer-marketing> فريق خمسات،

- Launchmetrics, 4 types d'Influenceurs et les objectifs que vous pouvez atteindre grâce à chacun, Gina Gulberti <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>

- Overblog, C'est quoi un blog lifestyle ?, Virginie B

<http://www.virginiebichet.org/2015/06/c-est-quoi-un-blog-lifestyle.html>

- influenza, Classement: influenceurs voyage à découvrir en 2021, Illan Khouader <https://influentia.fr/blog/voyage/meilleurs-influenceurs-voyage>

-definitions-marketing, Voyage influenceurs, B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/voyage-influenceurs/>

-INFLUENTH le magazine de l'influence marketing, LE TOP 10 DES INFLUENCEUSES BEAUTÉ FRANÇAISES, Isabelle amar, <http://www.influenth.com/top-10-influenceusesbeaute-francaises/>

- vidclust, Top 10 des influenceurs fitness & musculation, Jacques Mura, <https://medium.com/vidclust/pltop-10-des-influenceurs-fitness-musculation-bd3f3b57656a>

- INFLUENTH le magazine de l'influence marketing, les 10 influenceurs fitness qui cartonnent sur les réseaux sociaux, AXELLE GAUTIER, <http://www.influenth.com/influenceursfitness-populaires/>

- thinkwithgoogle, De nouveaux influenceurs culinaires font bouillir la marmite digitale, <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/tendances/vision/de-nouveaux-influenceurs-culinairesfont-bouillir-la-marmite-digitale/>

- kolsquar, Trouvez vos influenceurs innovation et technologie (2020), <https://www.kolsquare.com/fr/guide/innovation>

- influence4you, Le top 12 des influenceurs high-tech, Francois Foryou, <https://blogfr.influence4you.com/top-influenceurs-high-tech/>

- علوم عظيمة، الترويج عبر المؤثرين في سنة 2020 مرشد جمعي ومبسط، موسوعة كشاف <https://www.greatsciences.com/9861/altswyq-br-almwthryn-fy-2020dlyl-shaml-wmbst>

-definitions-marketing, Marketing d'influence, B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/Marketing-d-influence/>

- مدونة حاتم الكامل، التسويق عبر المؤثرين باستخدام قنوات التواصل الاجتماعي، حاتم الكامل، <http://hatemkameli.me/2017/08/16>

-Definitions marketing, Buzz kit, B. Bathelot, <https://www.definitionsmarketing.com/definition/buzz-kit/>

-Definitions marketing, Placement produit YouTube, B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/placement-produit-youtube/>

- packhelp, Unboxing: notre guide complet, Ahmed Lahlou, <https://packhelp.fr/guide-unboxing/>
- Definitions marketing, Unboxing vidéo / YouTube, B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/unboxing-video/>
- Definitions marketing, Takeover de compte social, B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/takeover-de-compte-social/>
- moon-event, intégrer le marketing influentiel à vos événements, <https://www.moon-event.fr/agence-evenementiel/le-marketing-influentiel/>
- BRAND DEVELOPMENT, De l'intérêt des événements, Lisa Madi, <https://influenzzz.fr/brand-development/de-linteret-evenements/>
- L'agence web Aseox, Code promotion, <http://www.dico-ecommerce.fr/codepromotion.html>
- dictionnaire sensagent, Code promotionnel, wikipedia, <http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Code%20promotionnel/fr-fr/>
- Definitions marketing, Code promo influenceur, B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/code-promo-influenceur/>
- j'ai compris comment, Qu'est-ce qu'un Vlog ?, lucas chavanel, <https://www.jaicompriscomment.fr/definition-vlog/>
- Definitions marketing, Vlog, B. Bathelot, <https://www.definitionsmarketing.com/definition/vlog/>
- ، استراتيجية التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فريق الموقع nafham yalla يلاً نفهم، [/https://yallanafham.com/2020/06](https://yallanafham.com/2020/06)
- hivency, Quels sont les objectifs du marketing d'influence pour une marque ?, Cecile G, <https://www.hivency.com/fr/2019/07/23/quels-sont-les-objectifs-du-marketingdinfluence-pour-une-marque/#%20>

## بنية الملصق الاشهاري وعناصره

### مقاربة سميولوجية

#### The structure of the advertising poster and its elements Semiological approach

عزالدين القديري: طالب باحث بسلك الدكتوراه، جامعة القاضي عياض، مراكش، المغرب

#### ملخص:

يعد الخطاب الإشهاري في هذا العصر صناعة إعلامية وثقافية بأتم معنى الكلمة، ولذلك يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات وخصوصا المتطورة منها، كما يتميز بقدرة عالية على بلورة الرأي وتشكيل الوعي، وفي التأثير على الثقافة وتوجيهها في أبعادها المختلفة الأخلاقية منها والفلسفية. وقد انصب اهتمام الدراسة على بسط الأسس العامة للمقاربة السيميائية للإشهار بصفة عامة، والملصق الاشهاري بصفة خاصة، ضمن ثنائيات (النص والخطاب-البنية والوظيفة- الصورة والنسق الخطي). وقد أسفرت الدراسة عن نتائج جوهرية أهمها أن إجراءات التحليل السيميائي للملصق الإشهاري لا تخرج عن طبيعة أدوات التحليل المستخدمة في السيميائيات العامة. وإن المنهج السيميائي الموظف في هذه الدراسة يتصف بالكفاية العلمية في التحليل والمرونة الإجرائية في رصد الأنظمة الدلالية للملصق الإشهاري، ونظرا لخصوصية اعتماد السيميائيات كأساس للدراسة.

**الكلمات المفتاح:** إشهار، خطاب إشهاري، ملصق إشهاري، تحليل سيميائي، المتلقي.

#### Abstract:

In this era, advertising discourse is considered a media and cultural industry in the fullest sense of the word, and therefore it receives great attention in various societies, especially developed ones. It is also characterized by a high ability to crystallize opinion and shape awareness, and to influence and direct culture in its various moral and philosophical dimensions. The study was focused on extending the general foundations of the semiological approach to advertising in general, and the advertising poster in particular, within the dualities of (text and discourse - structure and function - image and linear format). The study produced fundamental results, the most important of which is that the procedures for semiological analysis of advertising posters do not deviate from the nature of the analysis tools used in general semiology. The semiological approach employed in this study is characterized by scientific competence in analysis and procedural flexibility in monitoring the semantic systems of the advertising poster, given the specificity of adopting semiology as a basis for the study.

**Key words:** advertising, advertising discourse, advertising poster, semiological analysis receiver.

## مقدمة

يعتبر الإشهار أحد الأنشطة الاتصالية التي عرفت تطورا مطردا خلال السنوات الأخيرة لما له من تأثير واضح على مختلف مناحي الحياة ليس الاقتصادية فقط باعتباره أهم عنصر في العملية الترويجية بل إلى نواحي الحياة الأخرى اجتماعيا واقتصادا. ويركز مصممو الملصقات الإشهارية على نتائج دراسات سلوك المستهلك حتى يتسنى لهم وضع الاستراتيجية الإشهارية التي تكفل لهم التأثير على المستهلك، ودفعه لتغيير سلوكه لصالح المؤسسة المعلنة بتوظيف مجموعة من العناصر كالألوان والشخصيات، والاهتمام بالحاجات المعنوية للمستهلك مثل الاهتمام بحاجاته المادية زيادة على استغلال قدرة الاستمالات أو الأساليب الإقناعية في التأثير على المستهلك وإقناعه بما تحمله من عروض وخدمات ومن ثم تغيير سلوكه الاستهلاكي. ولذلك فإن المقاربة السيمولوجية لهذه الرسالة ليست فقط للحديث عن الأشكال اللغوية والبصرية، وإنما لتحديد عمقها النفسي والاجتماعي ومدلولاتها الإيحائية وصولا إلى النسق الأيديولوجي الذي يحكم هذا النوع من العلامات السيمائية.

وبما أن الرسالة الإشهارية تحيل إلى أنماط مختلفة من الوسائط الإعلامية فإن مجال دراستنا هو الرسالة الإشهارية الثابتة من خلال ملصق التوعية الصحية، لما له من خصوصيات فنية وتكوينية ترشحه بامتياز لتأدية وظيفته التواصلية، فملصق التوعية الرقمي من أهم الأدوات التي لها دور حقيقي في تنمية الوعي الصحي، ومواجهة كثير من الظواهر السلبية بوصفه قيمة إبداعية تتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية والسيمائية والتداولية، فهو يحمل مقومات لغوية وبصرية ووجدانية.

## أهمية الدراسة

لعل طبيعة الأهداف المسطرة ناتجة عن الأهمية التي تكتسيها دراسة الأسس العامة للتحليل السيميائي للملصق الإشهاري، من حيث أن تفاعل وانسجام هذه الأسس ضمن شبكة مستوفية للشروط الإبلاغية، يؤدي إلى خطاب حامل لدلالة معرفية، تتمظهر عبر تلوينات إرسالية متعددة، كما تتبع أهمية هذه الدراسة من الاهتمام المتزايد للباحثين المهتمين، والذين أدركوا مدى جدوى الملصق الإشهاري كوسيلة فعالة من وسائل التواصل الجماهيري.

## أهداف الدراسة

استجلاء العناصر والمكونات التواصلية لملصق التوعية مما يؤهله ليكون خطابا حاملا لدلالة معرفية، تتمركز حولها إرساليات متعددة.

الكشف عن دور العلامة اللغوية اللسانية والعلامة البصرية في تشكيل خطاب ملصق التوعية الصحية، من خلال تحليل مكونات الرسالة ووظائفها التواصلية في علاقتها بسياقات الإنتاج.

تتبع البنيات الدلائلية للملصق، ومدى انسجامها مع الأنساق الشكلية في تأدية دورها الصحي التوعوي.

التعرف على سيمولوجيا ملصق التوعية الصحية.

### إشكالية البحث

تدور إشكالية البحث حول جملة من الأسئلة المنهجية والمعرفية التي تتمحور حول علاقة الدرس النقدي بتحليل الخطاب والرسالة الإشهارية ضمن الملصق الإشهاري وتجلياته اللغوية والفنية، وهي: ماهي إجراءات التحليل السيميائي المعتمدة في قراءة وتأويل الخطاب التواصلية للملصق الإشهاري؟

وقد تفرع عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية أهمها:

ما هي آليات اشتغال الخطاب التواصلية للملصق الإشهاري؟

ما أهم الأسس والعلاقات الجمالية التي ينبغي توفرها في ملصق التوعية؟

ما مدى مراعاة ملصق التوعية الإشهاري للضوابط اللغوية والسلامة الكتابية؟

كيف يعمل ملصق التوعية الإرشادي على تحفيز المتلقي على تقبل الرسالة التوعوية بما يضمن وصول الرسالة بشكل مباشر إلى المتلقي مما يؤكد نجاح الكفاءة التواصلية في الملصق الإشهاري؟

### منهج البحث

بما أن الرسالة الإشهارية في ملصق التوعية تعد نسقا اتصاليا يحمل كل عناصر العملية الاتصالية في بعده اللغوي والأيقوني والإشاري، الذي يفتح على منطقة خصبة من الدلالات والمضامين، فإن المنظور العلاماتي (المنهج السيميائي) يعد المنهج الأنسب لتحليل الرسالة الإشهارية في ملصق التوعية الصحية.

## الفرع الأول: ماهية الملصق الإشهاري وعناصره

## أولاً: ماهية الملصق الإشهاري

يمكن تعريف الملصق بشكل عام بأنه "وسيلة اتصال بصرية تحمل فكرة عبر تشكيلات فنية معبرة ومركزة، بسيطة ومفهومة، تهدف إلى تحقيق غرض ما اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي أو ثقافي"<sup>175</sup>.

ويرى ميشال لوني Michel Lenet أن الملصقة الإعلانية تتوجه إلى الجميع وتشد انتباه جمهور محدد بحكم وضعيتها، وتعتبر الملصقة من أفضل الوسائل وأكثرها كفاءة لتحفيز الحملة الإعلانية، إذ تكمن قوتها في عرضها لمرات عديدة موجهة لجمهور معين لأجل سلوك معين...<sup>176</sup>. أما فرانسواز انال Françoise enel فتعرفه بأنه: "صورة ثابتة ومرفقة بتعليق قصير تكون فيه الصورة عامة ملونة وتحمل محورا محددًا، عدد كلماته تتراوح بين عشرة إلى عشرين كلمة، ويعرف بفن الشوارع هدفه شد انتباه المارة وإعلامهم"<sup>177</sup>.

ويصمم الملصق "من أجل أن يُفهم من نظرة سريعة، وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوسائل اتصال مختصرة"<sup>178</sup>، وملصق التوعية الصحي هو ملصق إرشادي يقوم بتوجيه الناس نحو سلوك معين أو فعل ما. وإن الإقناع هو العنصر الأساسي الذي يجب على الملصق أن يؤديه، فالهدف الرئيس من الملصق هو تبليغ رسالة معينة باستخدام مختلف أشكال الإقناع، سواء عن طريق الأمر أي الحث على سلوك معين أو النهي أي إقناع المتلقي بالتخلي عن ذلك السلوك.

يمثل الإشهار اليوم أحد الأنشطة الرئيسية في مجال التسويق والترويج لمختلف السلع، التي أصبحت تتوافر بكميات ونوعيات هائلة إلى حد تفوق العرض على الطلب في كثير من الأحيان، هذا الأمر ساعد على تزايد الحاجة إلى استخدام الإشهار، بمختلف الأشكال وفي مختلف الوسائل الإعلامية، وكذلك في مختلف الأماكن، فلا يكاد يخلو منه شارع أو محل أو أي مكان عمومي، وذلك لقدرته الكبيرة في التأثير على حياة الناس ومساهمته في تشكيل الذوق العام و العادات لدى الأفراد.

يمثل الخطاب الإشهاري نوعا من أهم أنواع الخطاب لارتباطه بالحياة الإنسانية بشكل مباشر، فقد سيطر على الخطاب الاتصالي المعاصر عبر الوسائط الإعلامية المختلفة. ويعد من الخطابات

<sup>175</sup> سحر رؤوف سعيد، القيم التربوية السائدة في مضامين ملصقات الأطفال العراقية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مجلد 20، عدد 2، 2012، ص 564.

<sup>176</sup> عبدة صبطي وفؤاد شعبان، كيفية تصميم الإعلان، دار الخلدونية، الجزائر، 2010، ص 149.

<sup>177</sup> عبدة صبطي وفؤاد شعبان، كيفية تصميم الإعلان، نفس المرجع، ص 149.

<sup>178</sup> أنوار صباح الماشطة وعباس جاسم الربيعي، فاعلية الشكل في الملصق العالمي المعاصر، د.ط، 2016، ص 8.

"التي تندرج ضمن الممارسة الثقافية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري، فهو يؤثت فضاءات اليومي، ويستهلك إلى جانب الخطابات الأخرى. فإلى جانب بعده الاقتصادي-الاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية، يكتسي هذا الخطاب طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية"<sup>179</sup>.

من هنا، فإن الحديث عن الخطاب الإشهاري يفرض التمييز بين قطبين أساسيين متباينين ومتكاملين في الآن نفسه، ويتمثلان في البعد السوسيو-اقتصادي الذي يوجد خارج الخطاب؛ والبعد الخطابى بصفته نسيجاً تتشابك فيه مجموعة من العلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية. فالمسار السوسيو-اقتصادي يمثل الإطار العام الذي تمارس داخله عملية الإشهار. ويعطي الخطاب الإشهاري لنفسه كمهمة الإخبار عن خصائص ومميزات هذا المنتج أو ذلك بهدف الدفع بالمتلقي إلى القيام بفعل الشراء. هذه الوظيفة "الموضوعية" تبقى وظيفته المبدئية"<sup>180</sup>.

### ثانياً: بنية الملصق الإشهاري

تبرز أهمية تصميم الملصق بوصفه رسالة قيمة يسعى المصمم من خلالها إلى استمالة المتلقي وتحفيز ذهنه لإدراك مضمون الرسالة الصحية، ومن منطلق أن الرسالة عند السيميوطيقين هي نظام للعلامات، فإنه من الضروري تسليط الضوء على أهم العلامات في تصميم ملصق التوعية الذي تتقاطع فيه علامات متنوعة ومختلفة، تتحول معها الرسالة الإشهارية إلى رسالة تأثيرية قادرة على مخاطبة المتلقي بطريقة إقناعية، ورغم تعدد تصنيف العلامات وفقاً لطبيعتها البنيوية والاجتماعية والدلالية، إلا أن ما يهمنا هو تصنيفها وفق دورها في رسالة الملصق على نحو يلبي احتياجات الناس ومتطلباتهم.

تعد اللغة أبرز الأنماط السيمائية وأكثرها شيوعاً مقارنة بالأنماط الأخرى، ولا بد من التأكيد على أن الفهم الكامل للعلامة غير اللفظية لا يتم إلا بالعلامة اللغوية، حيث تتعاون جميعها لإنتاج المعنى، وهي ضرورية لتحقيق الكفاءة التواصلية في الملصق، وتتمثل الرسالة اللغوية في الشعار، والعنوان، والمتن، وهو النص الوصفي، كالشروحات وبعض التفاصيل حول المادة التي تم توجيهها للجماهير، ويتم فيه التركيز على محتوى الرسالة المصاحبة للصورة أو الأشكال، وارتباط اللغة بالصورة في الملصق هو ارتباط ضروري؛ لأن الصورة تمتاز بتعددية المعنى، ففي حال غياب النص المرافق قد يخطئ المتلقي في قراءة الصورة، وقد يؤولها تأويلاً خاطئاً، لذلك فالرسالة اللغوية الألسنية توجه القارئ إلى مدلولات الصورة، حيث تسمح له بأخذ البعض منه وتجاوز البعض الآخر الذي ليس له

<sup>179</sup> عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله، مجلة الفكر العربي المعاصر، مركز الإنماء القومي، عدد 94-90، ص98.  
<sup>180</sup> Jean Baudrillard : Le système des objets, Ed. Gallimard, 1968, p230.

علاقة بالصورة<sup>181</sup>، وتسمى هذه الوظيفة بالوظيفة الترسخية، ومن المهم الإشارة إلى أن للنسق اللغوي دلالة مباشرة تتمثل في إبلاغ الرسالة، ودلالة غير مباشرة تتمثل في طابعها التشكيلي، وهو ما يسمى بالتبويغرافيا، التي هي اللغة البصرية، فاللغة البصرية تفتقد طبيعة اللغة المحكية، لذلك تأتي التبويغرافيا لتصنع معها علاقة تكاملية، ولا بد في لغة الملصق أن تكون مركزة في بضع كلمات لتحديد الهدف منها، مع تحديد الفكرة لإنتاج صورة ذهنية تجسد التغيير المطلوب، إضافة إلى تفتيت تلك الفكرة إلى أجزاء يتم تحديدها برموز اصطلاحية، وتكون ضمن منظومة من القواعد والمؤشرات المعجمية والتركيبية التي تمكن المتلقي من إعادة تركيب الفكرة الأصلية المراد توصيلها، كما يمكن اختيار طريقة معينة لطريقة كتابة الرسالة مثل أن توضع الجمل "بأشكال تجعلها تبدو مختلفة، فبالإمكان تكبيرها أو تصغيرها كما أن خطوطها يمكن أن تكون خفيفة أو غامقة، وقد تكون حروفها في بعض اللغات مستقيمة أو مائلة، كما أن الحروف يمكن أن تبرز عن بقية الكلمات بدرجات متفاوتة، وكل هذه الأساليب للتعبير البصري عنها، أو معالجتها تعتبر جزءا من معاني الكلمة، وهي تؤثر أيضا في قراءة وفهم الكلمات"<sup>182</sup>.

البنية الإشهارية في الملصق هي عبارة عن وحدة منسجمة تخضع لقواعد وقوانين تركيبية تأليفية تحترم شروطا مقامية خاصة، ولا تقبل هذه الوحدة من الدلائل أن تختلط بها دلائل أخرى لا تقيم معها أية علاقة داخلية، غير أن هذا المعطى لا يعني الاتفاق بل يدلّ على إمكانية إدراج دلائل أخرى شريطة أن يخضع صنعها لقواعد منسجمة مع تلك التي بنيت على أساسها دلائل النسق"<sup>183</sup>. والملصق الإشهاري هو وحدة خطابية شاملة وبنية نصية كبرى للأنساق اللغوية والبصرية على حد سواء، وتشكل نسيجا تنتظم فيه مفاصل مكوناته بعلاقات تشابكية ومنسجمة تركيبيا ودلاليا وتداوليا، أيضا فإن خطاب الملصق الإشهاري بنية كلية ترتبط بها أجزاء الخطاب ويتم الوصول إليها عبر عمليات متنوعة تشترك كلها في سمة الاختزال، على أنها ليست شيئا معطى، بل هي مفهوم مجرد، به تتجلى كلية الخطاب ووحدته"<sup>184</sup>.

تركيبية الملصق الإشهاري تخضع لازدواجية في بنية خطابه التواصلية، فهو يعتمد من جهة على نسق بصري يتكون من دلائل أيقونية ورمزية دلالية تتفرع بدورها إلى سنن خطية ولونية وهندسية وبلاغية، ومن جهة أخرى على نسق لفظي يعتمد على أساليب اشتغال اللغة في مستوياتها الصوتية والمعجمية والدلالية. والخطاب اللفظي وغير اللفظي يستقي من منظورات معرفية متعددة،

181 عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، الصورة الثابتة نموذجاً، مجلة علامات، عدد 18، 2002، ص 124.  
182 أن زمر، فريد زمر، الصورة في عملية الاتصال، قراءتها وتصميمها من أجل التنمية، ترجمة خليل إبراهيم الحماش، مطبعة سلمى الفنية الحديثة، بغداد، دط، دت، ص 19.

183 حنون مبارك، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 1987، ص 22.

184 أنور المرتجي، سيميائيات النص الأدبي، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 1987، ص 84.

فمنها من يرى " أن كل البنيات الدالة اجتماعية من إنتاج عمل الأنساق، وعليه فكل الأنساق سواء كانت لسانية أو غير لسانية تساهم بفعالية وتكامل في تشكيل جوهر الحياة الاجتماعية كلها"<sup>185</sup>.

### ثالثا: عناصر الملصق الإشهاري

يتعدى الملصق أهميته في كونه ورقة تصمم وتلصق أو تنتشر إلى دوره في عملية التواصل الذي هو مقصد العلاقات الإنسانية وجوهرها، وهو من أقدم الممارسات الإنسانية، ولأهمية هذا الفعل نشأت نظرية التواصل التي تعد من أهم النظريات اللسانية الحديثة، وقد حاول اللغويون خلق نظرية تطبيقية لعملية التواصل فاتجهوا إلى تحليل الرسالة اللغوية وذلك طبقا للعناصر الدلالية والجمالية فيها، ورغم أن الرسالة في الملصق لا تقتصر على الرسالة اللغوية، وإنما هناك الأيقونية والشكلية، فإننا سنستفيد من نظرية التواصل اللغوي عند جاكسون، التي تقوم على ستة عناصر أساسية هي: المرسل، الرسالة، المرسل إليه، القانون، المرجع، القناة<sup>186</sup>. أما المرسل "هو منشئ الرسالة الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته، المتمثلة بتوصيل الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور"<sup>187</sup>.

وهناك المرسل إليه، ويسمى المتلقي أيضا، وهو الطرف الذي يستقبل رسالة المرسل، ويعد حلقة مهمة في تحقق العملية الاتصالية؛ فهو يقوم بمهمة أخرى تتمثل في فهم الرسالة، وفك رموزها وتأويلها وفهم محتواها، أما القانون (السنن أو الشيفرة) فهي مجموعة العلامات المركبة والمرتبطة وفق طريقة معينة (معيارية)، وقصد بها جاكسون نظام الترميز الخاص بين المرسل والمتلقي<sup>188</sup>. ولا يمكن للمرسل إليه أن يفهم هذه المجموعة من العلامات إلا إذا كان لديه النسق اللساني والرمزي الموجود لدى مرسل الرسالة، وهذا يعني أن السنن أو الشيفرة هي أمر مشترك بين المرسل والمرسل إليه<sup>189</sup>.

ثم هناك المرجع (السياق)، فلا بد لكل رسالة من سياق معين نُظمت فيه وأحيلت عليه، ولا يمكن فهم مكوناتها، أو تحليل رموزها وسننها إلا بالرجوع إلى السياق الذي قيلت فيه، قصد إدراك القيمة الإخبارية للرسالة، (من زمان ومكان وظروف وأحوال المرسلين والمتلقين، وغيره من الإشارات التي لا يمكن حصرها)، ولا بد أن يكون هذا السياق مقبولا من طرفي الإرسال. وأخيرا قناة الاتصال وهي الأداة المستخدمة في إيصال الرسالة إلى الجمهور، وهذه القناة تمثل صلة الوصل بين المرسل

<sup>185</sup> حنون مبارك، دروس في السيميائيات، نفس المرجع، ص28.  
<sup>186</sup> الطاهر بن حسين بومزبر، التواصل اللساني والشعرية: مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكسون، الدار العربية للعلوم، ناشرون، بيروت، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 1، 2007، ص ص 23-24.  
<sup>187</sup> رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، دط، ص 26.  
<sup>188</sup> رومان جاكسون، قضايا الشعرية، ترجمة محمد الولي ومبارك حنون، دار توبقال، الدار البيضاء، ط 1، 1988، ص 72.  
<sup>189</sup> رومان جاكسون، قضايا الشعرية، نفس المرجع، ص 72.

والمرسل إليه، وبدونها لا يتم التواصل، ومن مهامها إنشاء الاتصال والحفاظ عليه قائما، وهي متنوعة وكثيرة كالمجلات والجرائد، والملصقات، والإذاعة، والتلفاز.

إن فعالية الملصق في تعبيره عن حقائق يفترض أن تكون مباشرة مرهونة بقدرته على توظيف كثير من الصيغ الإبداعية والتقنيات والضوابط التعبيرية لكسب قابلية المتلقي؛ "لأن الملصق شأنه شأن وسائل الاتصال الجماهيري يواجه بنسبة كبيرة من المتفرجين السلبيين، وما لم تكن هذه الوسائل مبدعة بالأفكار، ومملوءة بالتحريض فإنها ستواجه خطر الانعزال والفشل"<sup>190</sup>. ويؤدي الملصق الإعلاني وظائفه المنوطة به والوصول إلى المستهلك المستهدف، وجب على المصمم الاعتماد على مجموعة من الأساليب أو الاستمالات التي تعمل على إقناع المستهلك ودفعه لاتخاذ قرار شراء السلعة أو الاستفادة من الخدمة. فالأساليب أو الاستمالات الإقناعية عبارة عن "منبهات أو مثيرات ترفع من مستوى التحفيز سلبا أو إيجابا لقبول توصيات أو توجيهات الرسالة الإقناعية"<sup>191</sup>.

كما تعرف أيضا بأنها "الأساليب الإقناعية لتقديم الرسائل الإعلانية بما يجعل المنتج جذابا ومفضلا للمستهلك، وهي بذلك مدخل التأثير الذي يتم استخدامه لجذب انتباه المستهلكين وتحريك اهتماماتهم للتأثير على قراراتهم الشرائية"<sup>192</sup>.

### الفرع الثاني: سيميائيات الملصق الإشهاري

#### أولا: الدراسة السيميائية للملصق الإشهاري

إن خصوصية الملصق الإشهاري كظاهرة دلالية مرتكزة على أوليات أعمال الصورة الثابتة أو الأشكال البصرية المطابقة لها، وكذا ازدواجية خطابه (رسالة بصرية ولسانية)، يستلزم تناولا خاصا يتميز من جهة بالتوظيف المرن للإجرائيات المفاهيمية، ومن جهة أخرى يتطلب المعالجة الحذرة لتجنب السقوط في انزلاقات وتأويلات غير مستصاعة. ويعتبر تحليل الباحث "رولان بارث Roland Barthes" للصورة الإشهارية من أولى مقاربات الخطاب البصري التي ارتكزت على توظيف مفاهيم بلاغية، وقاده هذا التحليل إلى تقديم قواعد أساسية لبلاغة الصورة، وفي هذا الصدد يقول: "سيكون من الممكن وضع بلاغة عامة أو لسانية لدوال التضمين صالحة الصوت المنطوق والصورة والإيماء"<sup>193</sup>.

<sup>190</sup> إبراهيم الحيسن، البعد التشكيلي في ملصقات الأفلام السينمائية المغربية، مجلة آفاق، اتحاد كتاب المغرب العربي، عدد 85 - 86، يناير 2014، ص 110 - 111.

<sup>191</sup> شذوان علي شبيبة، الإعلان: المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 145.

<sup>192</sup> السيد بهنيسي، ابتكار الأفكار الإعلانية، عالم الكتب، مصر، 2007، ص 131.

<sup>193</sup> رولان بارث، البلاغة القديمة، ترجمة عبد الكبير الشراوي، نشر الفنك، البيضاء، 1994، ص 17.

وسنقوم في موضوع الملصق الإشهاري بدراسة سيميائية للخطاب الإشهاري، وأهم الأدوات والإجراءات المتبناة في التحليل السيميائي للملصق الاشهاري، من حيث إبراز الدور الذي تؤديه هذه الأدوات في تفاعلها ضمن شبكة مستوفية لكل أساليب الاتصال الجماهيري.

### ثانيا: مقاربات التحليل

الهدف من تحليل الملصق اعتمادا على مقاربات نفسية واجتماعية وتكاملية بغية معادلته ودراسة كل جوانبه بطريقة عملية إيديولوجية. وإن التحليل يختلف من شخص إلى آخر ومن مقارنة إلى أخرى، وكذلك حسب أنساق وإيديولوجيات معينة، إلا أن التحليل له وجهين: التحليل الثابت المنطقي والتحليل الاعباطي. والإشهار كفرع من فروع marketing المعروف والمتداول عالميا باعتباره ركيزة من ركائز اقتصاد أي دولة لا يعرف الاعباطية كغيره مثل الرياضيات والفيزياء وباقي العلوم التطبيقية بل لكل رمز-لون، لغة أو صورة له إحالة تأثيرية إقناعية من مرجعية موثقة ومحللة بواسطة مجموعة متخصصة في مجالات متعددة المهام والتطلعات وأبعاد النظر إلا أن نسبة الترجيح العفوية ضئيلة.

ولقد اعتمدنا في هذا التحليل على أكثر من مقارنة فهناك مقارنة وصفية تحليلية ومقاربة سيميولوجية أي ما يتعلق بعلاقة الدال بالمدلول كعلاقة اللون بغرض الإشهار وهدفه، وكذلك مقارنة ذريعية فيما يخص تحليل اللغة وتأثيرها على المتلقي وسياقها وهل المعنى المباشر يحتاج إلى معنى آخر غير مباشر للاقتضاء التخاطبي ثم مقارنة نفسية اجتماعية وهي حاضرة بقوة.

فالتحليل الاجتماعي يتجلى في إشهار إيجابي وإشهار سلبي. أما ما هو نفسي فيعتبر الأهم بحيث هذا الأخير يجعل المتلقي يحلل تحليلا نفسيا بشكل قبلي بالبحث عن الأشياء التي ترضيه (الألوان، الأشياء، الشخصيات، الزمن والمكان...) إلى غير ذلك. ومنه يمكن القول إن الإشهار ابن بيئته سواء الداخلية أو الخارجية المختلفة أو المشتركة ولا بد من خصائص ثابتة.



يعد الملصق شكلا تمثيليا يروج لموضوع معين أو لمنتوج ما، منه ما يكون بدافع تجاري ومنه ما يكون بباعث إنساني، وتتنوع أنماط الملصقات بحسب الأغراض المتوخاة منها، لذلك هناك الملصق التجاري الذي تكون وظيفته ربحية والملصق الإنساني الذي ترتبط وظيفته بما هو توعوي أو خبري. وإن للملصق الإشهاري مكانة جد مؤثرة في مجال الإشهار، خاصة الإشهار الصحي الاجتماعي، وتأثيره في المجتمع كبير، لأنه يتضمن صورا ولغة، ومن المعلوم أن الصور والعبارات القصيرة تعلق بالذهن بسرعة. ويتم إدراج الملصق في اللافتات الإشارية سواء الإلكترونية أو الورقية، ولكل منها دور مهم في الإسهام في تبليغ الرسالة التوعوية للمواطنين حتى يكونوا على أتم الاستعداد في التجاوب مع مضمون الرسالة، وتعتبر الإشهارات التلفزية الموظفة للملصقات الإشهارية أكثر الوسائل التواصلية فاعلية في الوصول إلى المجتمع المغربي خاصة إذا تم اختيار الوقت المناسب لإيداعها، ويشكل اختيار الوقت عاملا رئيسا في تأدية الملصق لوظيفته وإلا ستكون فائدته ناقصة إن لم تتوصل به مختلف الشرائح الاجتماعية المعنية بالرسالة.

ويحتوي هذا الملصق الإشهاري المستطيل الحجم على مجموعة من المكونات الأيقونية التي تحمل علامات ذات مدلولات مهمة للمجتمع المغربي في تلك الفترة العصبية من كورونا، كما أنها تتضمن بنية لغوية تبين موضوع الملصق والفائدة منه، وكل هذه المكونات تتألف من أجل تفسير أهمية التلقيح للمجتمع المغربي ضد كورونا وفائدته عليهم، وللكشف عن دلالات كل مكونات الملصق اعتمدت على مستويين؛ المستوى الأيقوني والمستوى اللغوي.

## المستوى الأيقوني

يتوسط المصق من الأعلى تاج يؤشر على المملكة المغربية، وبالتالي فالمصق يسوق لحدث يهم المغرب. ويتضمن هذا المصق أيضا يدا مختص في مجال الصحة بالجانب الأيمن منه تعدان التلقيح دون الكشف عن الشخصية، لأن التركيز هنا مسلط على التلقيح وليس على من يقوم بإجرائه، ويظهر أن المختص يضع قفازات طبية جديدة قبل التلقيح حماية له من العدوى بفيروس كورونا ووقاية لمن يتلقوا اللقاح على يديه حتى لا ينتقل إليهم الفيروس بسبب عدم ارتدائه قفازات اليدين، ويبدو من حالة الإبرة أنها جديدة، ورمزية ذلك تكمن في طمأننة المجتمع المغربي بأن التلقيح يتم في ظروف آمنة، وهذا قصد تشجيعه على الذهاب إلى مراكز التلقيح من أجل تلقي اللقاح ضد كورونا.

ويوجد بالأسفل شعار على شكل نصف هلال باللونين الأحمر والأخضر يرمزان إلى علم المغرب يبتدئ من يسار المصق وينتهي بيمينه. ويظهر بالأسفل من يمين المصق وجود شعار على شكل يد بلوني علم المغرب فوقها محقنة وأيقونة فيروس كورونا تتلاشى بفعل التلقيح، ويفيد هذا على قدرة المغاربة المختصين في الطب على الحد من خطورة الفيروس والقضاء عليه لو أخذ كل أفراد المجتمع اللقاح، وكأنه يحيل على أن أمان المجتمع يكمن في اللقاح، وذلك لدفع أفراد المجتمع إلى التواجد بأقرب مراكز التلقيح، ومن طبيعة الإنسان أنه يخاف على ذاته وذويه من المخاطر، ومادام الفيروس يهدد حياته وحياة عائلته ومادام اللقاح هو السبيل الآمن له في الحفاظ على حياته وحياة عائلته فذلك يجعله يقبل دون تردد على أخذ جرعات اللقاح. وتدل هذه الأيقونات مجتمعة على توثيق أهمية اللقاح في الحد من انتشار الفيروس ومن استفحال خطورته.

وبخصوص الألوان الموظفة في المصق يلاحظ أنه احتوى على اللون الأبيض كخلفية له، وهو يحيل هنا على التشبث بالأمل من أجل القضاء على كورونا وعدم الاستسلام أمام مخاطرها، ثم يوجد به اللون الأحمر والأخضر اللذان يحيلان على علم المغرب، ويوجد به اللون الأزرق الذي تجسد في لون المحقنة ولون فيروس كورونا المتلاشي، وينبني هذا على دلالة تتمثل في قوة التلقيح في القضاء على كورونا.

## المستوى اللغوي

ويتجلى المستوى اللغوي بالمصق في البنية اللغوية التي يتشكل منها، حيث تتوسط المصق بالأعلى من اليسار عبارة "المملكة المغربية" باللون الأسود وتحته مباشرة وضعت الترجمة باللغة الأمازيغية وتحته الترجمة باللغة الفرنسية كذلك، ويجسد ذلك أن العربية والأمازيغية تشكلان هوية المغاربة بينما تجسد الفرنسية انفتاح المغرب على اللغة الفرنسية، وباليمين عبارة "وزارة الصحة"

بنفس اللون، وتمت هي الأخرى ترجمتها بأسفلها إلى الأمازيغية والفرنسية، ويُستنبط من العبارتين أن وزارة الصحة التابعة للمملكة المغربية هي التي تقود حملة التلقيح ضد فيروس كورونا، وبالتالي فهي تشكل المرجع في ذلك.

وتوجد عبارة " الحملة الوطنية" المكتوبة باللون الأزرق بخط غليظ بارز والمتجمة إلى الأمازيغية فقط في وسط الملصق من الأعلى قليلا، وجاءت تحتها باللون الأسود عبارة "للتلقيح ضد فيروس كورونا"، الجزء الأول منها كان بخط أقل بروزا من جزء "فيروس كورونا" الذي كان بخط غليظ وبارز جدا، وتدل العبارتين معا على موضوع الملصق، وتوضيحا لدلالة اللون الذي تمت كتابتها به فاللون الأزرق بعبارة "الحملة الوطنية" يدل على التحلي بالقوة والمسؤولية والأمل في التعامل مع آفة كورونا، في حين يدل اللون الأسود المضغوط الذي كتبت به عبارة "فيروس كورونا" على الأسى والحزن، نظرا لما يخلقه هذا الفيروس من مأس.

وهناك أيضا عبارة "حمي راسي .نحمي بلادي" المكتوبة بالدارجة المغربية وباللون الأزرق بوسط الملصق من الأسفل، وتحتها توجد الترجمة الأمازيغية، وتدل على مناداة المجتمع بلهجته، وذلك لتحسيسه بروح المسؤولية الملقاة على عاتقه، واختيرت هذه العبارة بذكاء لأنها تلمس روح المجتمع وتثير في أفراد الضمير تجاه وطنهم من أجل الحفاظ على حياتهم وحمايته من خطر كورونا، وربط حماية المغربي لذاته بحمايته لوطنه، ووُضعت بأسفل الملصق من اليمين بخط باهت باللون الأسود عبارة "اللقاح ضد فيروس كورونا"، وتجسد هذه العبارة الهدف الأساسي من الحملة الترويجية للملصق، لذلك تم توظيف تلك العلامات من أجل جذب المجتمع وتأهيل نفسيته وإشعاره بالارتياح للانخراط في المبتغى من الحملة ضد كورونا.

### خاتمة

تؤدي الملصقات الإشهارية دور الوسيط بين المستهلك والمؤسسة، كونها نقطة الالتقاء الأولى بينهما، تحمل رسائل إشهارية من شأنها التأثير على المستهلك وتغيير سلوكياته الاستهلاكية، من خلال الاعتماد على أهم نقطة في التأثير على سلوك المستهلك وهي معرفة حاجاته ورغباته التي يسعى لإشباعها، وتحديد مجمل العوامل والمتغيرات المتحركة في اتخاذ لقرار شراء سلعة أو الاستفادة من خدمة.

افتراض نصية الملصق الإشهاري في بعده اللساني والبصري والانتقال بعد ذلك لمفهوم النص نحو تحصيل الخطاب ينطلق من رؤية منهجية تتوخى تحصيل أدوات الاتساق والانسجام المشكلة لهذا الخطاب المفترض أن يشكل-بدوره- واعتمادا على أدواته هاته-تواصل بين باث الرسالة ومتلقيها.

وميزة البنية الازدواجية، التركيب بين الخطاب البصري واللساني يتطلب أفراد مقارنة متوازنة في وحدة الملصق الإشهاري على ضوء تصور تركيبى متكامل.

### لائحة المصادر والمراجع

#### باللغة العربية

- إبراهيم الحيسن، البعد التشكيلي في ملصقات الأفلام السينمائية المغربية، مجلة آفاق، اتحاد كتاب المغرب العربي، عدد 85 - 86، يناير 2014.
- السيد بهنيسي، ابتكار الأفكار الإعلانية، عالم الكتب، مصر، 2007.
- الطاهر بن حسين بومزير، التواصل اللساني والشعرية: مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكسون، الدار العربية للعلوم، ناشرون، بيروت، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 1، 2007.
- آن زمر، فريد زمر، الصورة في عملية الاتصال، قراءتها وتصميمها من أجل التنمية، ترجمة خليل إبراهيم الحماش، مطبعة سلمى الفنية الحديثة، بغداد، د.ط، د.ت.
- أنوار صباح الماشطة وعباس جاسم الربيعي، فاعلية الشكل في الملصق العالمي المعاصر، د.ط، 2016.
- أنور المرتجى، سيميائيات النص الأدبي، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 1987.
- حنون مبارك، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 1987.
- رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، د.ط، د.ت.
- رولان بارث، البلاغة القديمة، ترجمة عبد الكبير الشراوي، نشر الفنك، البيضاء، 1994.
- رومان جاكسون، قضايا الشعرية، ترجمة محمد الولي ومبارك حنون، دار توبقال، الدار البيضاء، ط 1، 1988.
- سحر رؤوف سعيد، القيم التربوية السائدة في مضامين ملصقات الأطفال العراقية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مجلد 20، عدد 2، 2012.
- شدوان علي شيبية، الإعلان: المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005 .
- عبد العالي بو طيب، آليات الخطاب الإشهاري، الصورة الثابتة نموذجًا، مجلة علامات، عدد 18، 2002.
- عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله، مجلة الفكر العربي المعاصر، مركز الإنماء القومي، عدد 94-90.
- عبدة صبطي وفؤاد شعبان، كيفية تصميم الإعلان، دار الخلدونية، الجزائر، 2010.

Jean Baudrillard, Le système des objets, Ed. Gallimard, 1968.

## دور وسائل الإعلام الحديثة في تدعيم اتجاهات دمج التلاميذ ذوي الإعاقة السمعية في المؤسسات التعليمية العامة

The role of modern media in supporting trends in integrating students with hearing disabilities into public educational institutions

عبد السلام سالم مسعود البوسيفي: قسم السمع والنطق - كلية التقنية الطبية صرمان - جامعة صبراتة

### الملخص :

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الحديث المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتعددة، في تدعيم توجه نحو دمج التلاميذ المعاقين سمعياً في المؤسسات التعليمية، وذلك من وجهة نظر عدد من طلبة قسم الإعلام في عدد من الكليات الليبية، بعينة بلغت (200) طالب وطالبة، كما استخدمت هذه الدراسة الإستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لبلوغ أهدافها، كما وأستعانت بعدد من الأساليب الإحصائية منها المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والنسبة المئوية، والوزن النسبي، ومعامل الارتباط بيرسون، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ، ومعامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية، واختبار (ت) للإجابة عن تساؤلاتها، حيث أسفرت نتائج هذه الدراسة عن توافق كبير من قبل أفراد عينة الدراسة على فقرات الإستبانة، التي أثبتت أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً كبيراً في تدعيم اتجاهات أفراد المجتمع والمعلمين والدفع في اتجاه تبني برنامج دمج المعاقين سمعياً داخل المؤسسات التعليمية وأهدافه، والدفع في اتجاه تقبل هذا البرنامج ودعمه والعمل على إنجاحه، كما وتأثر هذه الوسائل بشكل إيجابي في اتجاه تفعيل هذا البرنامج، كما وأسفرت نتائج هذه الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغيري الجنس والمؤسسات التعليمية.

### الكلمات الرئيسية :-

وسائل الإعلام الحديثة - الإتجاهات - الدمج - الإعاقة السمعية - المؤسسات التعليمية.

### Abstract:

This study aims to identify the role of modern media, represented by social networking sites in its various forms, in supporting the trend towards integrating hearing-impaired students into educational institutions, from the point of view of a number of students from the media department in a number of Libyan colleges, with a sample of (200). Male and female students. This study also used the questionnaire as a tool for collecting data and information. The study also used the descriptive analytical approach to achieve its goals. It also used a number of statistical methods, including the arithmetic mean, the standard deviation, the percentage, the relative weight, the Pearson correlation coefficient, the Cronbach's alpha reliability coefficient, and the Reliability with the split-half method, and the t-test to answer its questions, as the results of this study resulted in great agreement among the study sample members on the questionnaire items, which proved that social networking sites have a significant

impact in strengthening the attitudes of community members and teachers and pushing in the direction of adopting an integration program. The hearing-impaired within educational institutions and its objectives, and pushing towards accepting this program and supporting it and working to make it successful. These means also influenced positively towards the activation of this programme. The results of this study also resulted in the absence of statistically significant differences in the level of responses of the members of the study sample, which is due to For transgender people and educational institutions

## المقدمة :

شهد العالم على مدى العقود الماضية تطورات سريعة ومطرده في مجال التكنولوجيا الرقمية حتى أصبحت مظهراً من مظاهر حياة الفرد اليومية، وإرتبطت التكنولوجيا في جميع مناحي الحياة العلمية والعملية فقد دخلت في مجال التعليم، والتسويق، والتواصل الإجتماعي بين الناس مما جعل العالم أشبه بشاشة صغيرة يمكن التوصل إلى المعلومات والتواصل مع الآخرين من خلالها دون الحاجة إلى بذل الجهد في ذلك، فانتشرت العديد من مواقع التواصل الإجتماعي مثل فيسبوك (Facebook) سناب شات ( Snapchat ) انستغرام (Instagram) ( تويتر (Twitter)، واتساب (WhatsApp)، لينكد ان (LinkedIn) وغيرها من مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى، كما أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي تؤدي دوراً هاماً في تعزيز البناء الفكري للشباب وفي ترسيخ منظومة الوعي لديهم، كما تعمل على صناعة المواطنة التي يرتبط تأثيرها بتشكيل الهوية الوطنية للشباب من خلال أبعادها الترويجية، والفكرية، والثقافية، والتعليمية، والتشريعية، والتحفيزية.<sup>194</sup> وقد إستقطبت هذه المواقع عدداً كبيراً من الناس على إختلاف فئاتهم العمرية وكان طلبة الجامعات أكثر الفئات إستخداماً لهذه المواقع مما جعل حياتهم الشخصية مفتوحة للجميع.<sup>195</sup> وقد شكلت مواقع التواصل الإجتماعي في بداياتها مجتمعاً إفتراضياً على نطاق ضيق ثم ما لبثت أن إزدادت مع الوقت لتتحول من أداة إفتراضية نصية مكتوبة إلى مرئية مسموعة تؤثر في الأفراد وفي أنماط سلوكهم.<sup>196</sup> حيث باتت تلعب مواقع التواصل الإجتماعي دوراً جوهرياً في تغيير القيم وإعادة تشكيلها خاصة مع تسارع وتيرة الحياة، ويظهر التواصل من خلال مواقع التواصل الإجتماعي كتطور طبيعي لتكنولوجيا الإتصال، أي إتاحة الفرصة أمام كل شرائح المجتمع لنقل أفكارهم والتعبير عن آرائهم من خلال الأجهزة الذكية أو الكمبيوتر لمناقشة مختلف القضايا الإجتماعية، الإقتصادية، الثقافية، والسياسية وبذلك باتت مواقع التواصل الإجتماعي تساهم بقوة في خلق وتغيير الرأي العام

<sup>194</sup> رضوان عبدالمنعم (2016) المنصات التعليمية والمقررات التعليمية المتاحة عبر الإنترنت، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.  
<sup>195</sup> هادي طوالب (2017) المواطنة الرقمية في كتب التربية الوطنية والمدنية (دراسة تحليلية)، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 13 (2) 291-308  
<sup>196</sup> محمد عبد البديع السيد (2016) دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (12) 99-162.

وترسيخ وتوجيه قيم النظام الاجتماعي وأدت بالفرد إلى تغيير نمط طرق تفكيره ومعيشته وسلوكه في العادات، والتقاليد أو الحوار.<sup>197</sup> وكما لوسائل التواصل الاجتماعي بالغ الأثر على الفرد وعلى المجتمع على العديد من الأصعدة والمستويات وخاصة على الجانب الأكاديمي، والاجتماعي فلوسائل التواصل الاجتماعي تأثيرا سلبيا إذا ما تم توظيفها بشكل سلبي وخصوصاً في ظل هذه التناقضات الموجودة في عالمنا الآن وصراع المصالح وهيمنة بعض القوى على هذه الوسائل، وكما من الممكن توظيف هذه الوسائل في خدمة الأفراد الأسوياء، كان من الممكن توظيف هذه المواقع ووسائل التواصل الاجتماعي في خدمة ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل عام.

حيث إزداد الإهتمام في الآونة الأخيرة من قبل الاختصاصيين بعلم الإعاقة والتربية الخاصة وذلك من أجل خدمة أبناءنا من ذوي الاحتياجات الخاصة ليحيا حياة طبيعية كأقرانهم العاديين، فالأطفال المعاقين كالأطفال الغير معاقين تتأثر شخصياتهم بما يحيط بهم من ظروف نفسية، واجتماعية، واقتصادية كما تتأثر شخصيات غير المعاقين بالضبط ولكن ربما يتأثر ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكبر من غيرهم، حيث تفرض عليهم إعاقاتهم موانع كثيرة سواء أكانت بسبب عدم وعي أفراد المجتمع، أو عدم تكييف مرافق المجتمع، أو كان هذا القصور نابعا من شخصية المعاق نفسه، وهو ما قد يحدث إضطرابات ومشكلات في شخصية المعوق نتيجة الإعاقة أو النظرة السلبية نحوه، ومن ثم تفرض عليه الإعاقة بعض التصرفات والتي تميز شخصيته ببعض السمات كالإنطوائية، أو العدوانية، أو الإنحراف، أو عدم التوازن، ومن تلك الفئات فئة الصم وضعاف السمع الذين يعانون من خلل أو قصور في واحدة من أهم الحواس الأساسية وهي السمع والتي أثرت بشكل كبير على الجانب الأكاديمي، والنفسي، والاجتماعي وعلى كل المستويات والأصعدة، حيث تلعب حاسة السمع دورا مهما في تكوين شخصية الطفل وفي إكتسابه للغة التي هي المحور الأساسي للإتصال والتفاعل مع الآخرين، وعندما يفقد الطفل هذه الحاسة فإنه في الواقع قد فقد أهم مصادر التواصل مع الآخرين ومع البيئة المحيطة به، ولما كان النمو اللغوي، والإنفعالي، والنفسي يعتمد كلا منهم على الآخر بشكل كبير فإن الطفل الأصم يواجه العديد من المشكلات والإضطرابات التي تترتب على إعاقته السمعية، ليجد نفسه عاجزا عن التفاعل مع الآخرين ومشاركتهم أنشطتهم بما يؤثر سلبا على تكوينه والإنفعالي، والنفسي، وكذلك السلوكي وهو ما يجعله مختلفا عن أقرانه العاديين.<sup>198</sup> لذلك في السنوات الأخيرة لوحظ وجود إهتماما عالميا ودعوة إلى تغيير ما هو متبع من عزل الأطفال المعاقين عن الأسوياء، وأن هذا العزل يحدث فقط عندما تكون طبيعة الإعاقة شديدة بحيث لا يمكن تحقيق أهداف تعليمية وتربوية مرضية إلا من

<sup>197</sup>حمادة رشدي عبد العاطي (2021) المواطنة الرقمية في السياق التربوي، الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع.  
<sup>198</sup>طارق محمد السيد النجار(2013) مشكلات المعاقين سمعيا داخل المدرسة من وجهة نظر المعلمين وعلاقتها ببعض المتغيرات، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة عمر المختار.

خلال برامج وأنشطة فردية خاصة، وهذا ما أكدته نظريات التعلم من خلال نظرية التفاعل الاجتماعي، حيث أن التلاميذ المعاقين سمعياً لديهم القدرة على التعلم وذلك بالتقليد ومحاكاة التلاميذ الأسوياء، ومن جهة أخرى نجد أن التوجه الجديد للدراسات الحديثة ينص على دمج المعاقين وذلك لمنع عزلهم عن المجتمع، في حين يرى البعض أن ممارسة المعاقين الأنشطة الرياضية مع أقرانهم الأسوياء يساعدهم على الاندماج أكثر في المجتمع دون الشعور بالنقص أو الإحراج إلى جانب إبراز قدراتهم أمام زملاءهم.<sup>199</sup> لذلك جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع وعملية دمجهم داخل المؤسسات التعليمية.

### مشكلة الدراسة :-

من الإعاقات التي إنتشرت مؤخراً في مجتمعاتنا العربية الإعاقة السمعية التي تؤثر بشكل مباشر على حياة الانسان وعلى توافقه الاجتماعي، والنفسي، وعلى تفاعله مع مجتمعه وبيئته المحيطة به، حيث يشير (Malue) الى ان التلميذ المعاق سمعياً تقهره مشكلاته النفسية وتستهلك جهده وطاقاته، فهو يكافح على جبهتين جزء من طاقته النفسية والحيوية يتمركز حول مقاومة توتره الداخلي ومشكلاته الشخصية، وجزء كبير من طاقته يتجه نحو كسب ثقة مدرسيه وأقرانه وهو جهد يفوق جهد التلميذ السوي، كما تدفعه الحياة المدرسية بما فيها من مطالب إجتماعية ونفسية إلى تكوين فكرة بأنه طفل أقل من غيره مما يترتب على ذلك ألوانا من الضغوط النفسية والاجتماعية، وقد تنتج تحت وطأة هذه المشاعر مظاهر سلوكية غير سليمة.<sup>200</sup> وقد إتجهت الجهود على المستوى العالمي والمحلي للاهتمام بهذه الفئة وتحسين من الرعاية التي تتلقاها، فعلى المستوى العالمي أعلن المؤتمر العالمي المعني بتعليم ذوي الاحتياجات الخاصة الذي عقد في سيلامنكا إسبانيا(1994) أن المدارس العادية التي تأخذ منحى التعليم الجامع هي أنجح وسيلة لمكافحة مواقف التمييز والتي تنتج مجتمعات عادلة.<sup>201</sup> حيث تشكل إستراتيجية الدمج إحدى أهم الخدمات المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة، حيث أن تعليمهم مع الأطفال العاديين له فوائد كبيرة من الناحيتين الأكاديمية، والاجتماعية مقارنة بتعليمهم في فصول منعزلة إذا تم تطبيق هذه الإستراتيجية بشكل صحيح وبطريقة علمية، ومن تلك الفوائد أن الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة عندما تتوفر لهم الفرص للتفاعل مع الآخرين فإن مهارات التواصل وكذلك المهارات الأساسية في القراءة، والحساب، والمواد الدراسية الأخرى لديهم تصبح أكثر تطوراً، هذا بالإضافة لتطور المهارات

<sup>199</sup> سعد الدين عيشاوي، حنان كنودة (2016) الدمج بين المعاقين سمعياً والتلاميذ الأسوياء في حصة التربية البدنية والرياضية من وجهة نظر الأطراف الفاعلة في العملية التعليمية، جامعة عبدالحميد بن باريس، الجزائر.

<sup>200</sup> طلعت حسن عبد الرحيم (1980) سيكولوجية التأخر الدراسي، دار الثقافة للنشر، القاهرة، ص:11.

<sup>201</sup> عادل حسين على محمد (2020) دور معلم التربية الخاصة في تحقيق أهداف التربية الوجدانية لتلاميذ الدمج الأكاديمي للمعاقين سمعياً بسلطنة عمان، مجلة العلوم النفسية والتربوية، 6(3).

الإجتماعية.<sup>202</sup> وإستكمالا لمسيرة من سبقونا في مجال البحث العلمي وإستمرارا على نهج خطاهم، قام الباحث بإعداد هذه الدراسة وذلك لما إستقر في نفسه من معلومات وملاحظات أيدت كلها أهمية هذه الدراسة التي أثبتت أن هناك حاجة ماسة للتعرف أكثر على دور وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في مواقع التواصل الإجتماعي بأشكالها المتعددة في تبني توجه دمج المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية العامة وتأثير هذه الوسائل في دعم هذا البرنامج لتحقيق أهدافه المرجوة.

#### أهداف الدراسة:-

يحاول الباحث في هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

التعرف على وجهة نظر بعض من طلبة قسم الإعلام في عدد من الكليات الليبية إتجاه توظيف وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في مواقع التواصل الإجتماعي المتعددة في تدعيم توجه دمج وإشراك ضعاف السمع في الحياة الدراسية مع التلاميذ الأسوياء داخل المؤسسات التعليمية. الوصول إلى نتائج يمكن على أساسها تقديم عدد من التوصيات والمقترحات التي قد تساعد المختصين في جانب الإعاقة السمعية للإرتقاء بهذه الفئة أكاديمياً وإجتماعياً.

#### أهمية الدراسة:-

وتتمثل أهمية هذه الدراسة في عدد من النقاط وهي:-

إنبثقت أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تناولته والمُعنى بالبحث في تأثير مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في تدعيم إتجاهات دمج المعاقين سمعيا داخل المجتمع. توجيه أنظار الباحثين للبحث في هذا الجانب والبحث في أهم العوامل المؤدية لنجاح برنامج دمج المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية العامة. تقديم بعض التوصيات والمقترحات التي من شأنها دعم برنامج دمج التلاميذ المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية. تفتح هذه الدراسة أفقا جديدا أمام الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات للنهوض بثقافة الفرد وزيادة وعيه وزرع بداخله روح المحبة والتسامح وتقبل الآخر. تفيد الدراسة في رصد الواقع الميداني لدور وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي في دمج المعاقين سمعيا في المؤسسات التعليمية وإلقاء الضوء على معاناة فئة الصم وضعاف السمع ومحاولة دمجهم في المجتمع.

<sup>202</sup>إيمان فواد الكاشف (2010) التربية الخاصة مشكلات ذوي الإحتياجات الخاصة وأساليب إرشادهم، دار الكتاب الحديث.

أصالة الدراسة إذ تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القلائل إن لم تكن الأولى في بيئتنا المحلية التي تدرس دور الإعلام الحديث في دعم برنامج دمج ضعاف السمع مع التلاميذ الأسوياء داخل المؤسسات التعليمية العامة. تعد هذه الدراسة إسهاماً علمياً في سبيل تطوير الخدمات المقدمة للمعاقين سمعياً وخصوصاً من الناحية الأكاديمية. الوصول إلى نتائج يمكن على أساسها تقديم عدد من التوصيات والمقترحات التي قد تساعد المختصين في جانب الإعاقة السمعية للارتقاء بهذه الفئة أكاديمياً وإجتماعياً. قد تسهم الدراسة في الكشف عن الثغرات الموجودة في برنامج دمج ذوي الإعاقة السمعية مع الأسوياء لتلافيها في المستقبل ووضع الحلول للقضاء عليها.

**تساؤلات الدراسة:-**

وتتلخص تساؤلات الدراسة في التساؤلات الآتية :-

- 1- ما دور وسائل الإعلام الحديثة في تدعيم إتجاهات دمج المعاقين سمعياً داخل المؤسسات التعليمية العامة ؟
- 2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور /إناث)؟
- 3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية؟

**مصطلحات الدراسة :-**

وتشمل مصطلحات الدراسة المصطلحات الآتية:-

- الدمج:** هو تعليم الطلاب ذوي الإعاقة جنباً إلى جنب مع اقرانهم غير المعاقين في المدارس العادية.<sup>203</sup>
- التعريف الإجرائي للدمج :-** هو إشراك الأطفال المعاقين سمعياً في العملية التعليمية للاستفادة من الخدمات التعليمية المقدمة للأطفال العاديين في المؤسسات التعليمية العامة.
- الإعاقة السمعية :-** هي أي نوع أو درجة من فقدان السمع والتي تصنف ضمن بسيط، متوسط، شديد و شديد جداً.<sup>204</sup>

<sup>203</sup> عادل حسين على محمد (2020) دور معلم التربية الخاصة في تحقيق أهداف التربية الوجدانية لتلاميذ الدمج الأكاديمي للمعاقين سمعياً بسلطنة عمان ،مجلة العلوم النفسية والتربوية 6 (3)

<sup>204</sup> إبراهيم عبد الله فرج الزريقات (2003) الإعاقة السمعية، الأردن، دار وائل للنشر، ص 56.

**التعريف الإجرائي للإعاقة السمعية :-** هو فقدان جزئي أو كلي للسمع مما يحول

الطفل دون سماع الأصوات بشكل جيد ،أو يحول دون سماعها بشكل نهائي

**التعريف الإجرائي للمؤسسة التعليمية:-** هي تلك المؤسسات التي يتلقى فيها الطلاب كل أنواع العلوم والمعارف ويقصد بها في هذه الدراسة هي تلك المؤسسات التعليمية المقصودة بعملية الدمج والمعدة لإحتضان فئة ضعاف السمع لدمجهم في العملية التعليمية.

**مواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع على الانترنت توفر لمرتاديها المجال للنقاش وتبادل الأفكار والمعلومات من خلال الملفات الشخصية، والصور، والردشة وتمثل الشبكات الاجتماعية مجموعة من هويات اجتماعية ينشئها الأفراد أو المنظمات لإنشاء روابط للتفاعل الاجتماعي من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة.<sup>205</sup>

**التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع إلكترونية هدفها الأساسي إتاحة الفرصة للتواصل بشكل أفضل لتبادل المعلومات والخبرات، كما توفر هذه المواقع الوقت والجهد على مستخدميها، وقد استخدمت هذه المواقع الإلكترونية مؤخرًا في عملية التعليم عن بعد وخصوصًا في ظل انتشار جائحة فيروس كورونا المستجد.

**الإطار النظري :**

**مواقع التواصل الاجتماعي:**

بدأت نشأت مواقع التواصل الاجتماعي عندما عملت بعض الشركات بمحاولة بناءها بالإعتماد على تكنولوجيا الويب، وعلى الرغم من أن هنالك العديد من الوسائل التي وفرت لمستخدميها بعض ميزات مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن تلك المزايا لم تكن كافية ليُطلق عليها اسم موقع تواصل اجتماعي.<sup>206</sup> وإستمر هذا الأمر حتى عام (1997) حين ظهر أول موقع تواصل اجتماعي فعال ومشابه لطبيعة مواقع التواصل التي تستخدم حالياً، حيث سمح الموقع لمستخدميه بإنشاء ملفات شخصية، بالإضافة إلى إمكانية إضافة الأصدقاء، وإنشاء قوائم الإتصالات، وإرسال الرسائل إلى المستخدمين الآخرين، وبعد العقد الأول من القرن الحادي والعشرين أعلن عن أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث شهدت تلك الفترة ظهور معظم مواقع التواصل الاجتماعي، كما شهدت بداية القرن الحادي والعشرين تحديداً عام (2003) ظهور موقع تواصل اجتماعي جديد الذي منح مستخدميهِ إمكانية مشاركة المحتوى، والصور، ومقاطع الفيديو، كما

<sup>205</sup> عبد الكريم علي الديبسي، وزهير ياسين الطاهات. (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40(1)، 66-81.

<sup>206</sup> خالد المقدادي (2012) ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع.

شهد أيضاً إطلاق موقع تواصل إجتماعي آخر سيطر على أغلب مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي طوال الفترة الممتدة من (2005-2008) وهو موقع (Myspace) الذي وفر لمستخدميه إمكانية لعب الألعاب الإلكترونية مع المستخدمين الآخرين، إلا أن شعبية هذا الموقع انخفضت بالتزامن مع ظهور موقع (Facebook) <sup>207</sup> ويطلق مصطلح مواقع التواصل الإجتماعي على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني الويب التي تتيح التواصل فيما بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضي يجمعهم حسب مجموعات الإهتمام أو شبكات الإلتقاء كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة من إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتبعونها للعرض. <sup>208</sup> وتتعدد أشكال التواصل في العالم الرقمي بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء، والتجمع على الإنترنت، وتبادل المنافع، والمعلومات، والبيئة الرقمية تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، وهذه الأشكال أو التقنيات ما تزال تتطور يوماً بعد يوم ويوجد منها العديد من الأشكال مثل المدونات التي يستخدمها شخص أو أكثر كلوح أو كدفتر أو كصحيفة على الإنترنت يسجل فيها ما يرغب من إهتمامات، وذكريات، ومواقف، وآراء، وصور، ورسومات، وفيديوهات ويوجد كذلك ما يعرف بالمنتديات الإجتماعية التي تجمع عدداً من الأشخاص والجماعات ذوي الإهتمامات المشتركة، مثل منتدى الرياضيين، أو منتدى الأدباء وغير ذلك من الإهتمامات التي تتوزع بين السياسة، والإجتماع، والأدب، والعلوم، والرياضة، والفنون، والترفيه وغيرها الكثير. <sup>209</sup>

وعرف (Aksoy,2018) <sup>210</sup> مواقع التواصل الإجتماعي بأنها بيئة إجتمعت فيها مجموعة من الأشخاص لمشاركة البيانات، والعلاقات، والمحتوى بإستخدام قنوات الإتصال عبر الإنترنت حيث تظهر تطبيقات الوسائط الإجتماعية كمنتديات، ومدونات صغيرة، وشبكات إجتماعية، كما عرفها خليفة (2016) <sup>211</sup> بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للإتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر مستخدميها من خلال عملية الإتصال، ومن تلك المواقع :

واتس اب (WhatsApp): يعد من المواقع المجانية التي أنشئت عام (2009) حيث يتم تحميله على الهاتف النقال، ويُعد من التطبيقات الأكثر شهرة والأسرع انتشاراً إذ يساعد المستخدمين من

<sup>207</sup>عثمان الدليمي (2019) مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، الأردن، دار غيداء للنشر والتوزيع.  
<sup>208</sup>هالة حسن الجزار (2014) دور المؤسسة التربوية في غرس قيم المواطنة الرقمية تصور مقترح، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 56(3)، 385-418.

<sup>209</sup>علي محمد النوبي (2010) إدمان الإنترنت في عصر العولمة، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.  
<sup>210</sup>Aksoy, M. E. (2018). A qualitative study on the reasons for social media addiction. European Journal of Educational Research, 7(4), 861-865. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.7.4.861>

<sup>211</sup>إيهاب خليفة (2016) حروب مواقع التواصل الاجتماعي، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.

التواصل فيما بينهم من خلال تبادل الوسائط المتعددة على إختلاف أنواعها (صوت، صورة، فيديو، ونصوص).<sup>212</sup>

**تويتر (Twitter):** ظهر موقع تويتر عام (2006) كمشروع بحث، وجاء إسمه من كلمة تغريدة ورمزه العصفورة ويساعد هذا الموقع على التواصل بين الناس عن طريق إرسال النصوص التي لا تتجاوز عن (140) حرف، وكان له أدوار سياسية كبيرة في المجتمع من خلال إنتشار الأخبار السريع وسهولة استخدامه.<sup>213</sup>

**الانستغرام (Instagram):** هو شبكة إجتماعية تم إطلاقها عام (2010) يتيح هذا الموقع للمستخدمين إتقاط الصور وإضافة بعض الفلاتر إليها وتحميلها على الموقع ليتم مشاهدتها من قبل المستخدمين له.<sup>214</sup>

**سناپ شات (Snapchat):** يعد من مواقع التواصل الإجتماعي المجانية الذي أصدر عام (2011) ويقوم هذا الموقع على التواصل بين الناس والردشة القائمة على مشاركة اللحظات والأحداث اليومية فيما بينهم.<sup>215</sup>

**يوتيوب (YouTube):** هو أحد مواقع التواصل الإجتماعي المتخصصة في عرض ومشاهدة وتحميل ومشاركة الفيديوهات على الإنترنت، كما ويعد ثاني أكبر موقع بحث في العالم.<sup>216</sup>

**لينكد إن (LinkedIn):** هو أحد مواقع التواصل الإجتماعي الموجه نحو الأعمال والمهنيين، تأسس في عام (2002) وهو عبارة عن شبكة من الأفراد الذين يبحثون عن عمل والتواصل مع أرباب العمل، و"لينكد إن" معروف كوسيلة تسوق لعمل أو وظيفة لأن أرباب العمل يتفاعلون مع المهتمين بخدماتهم عن طريق الإجابة عن أسئلتهم والمشاركة في نقاشاتهم وغيرها، وبإمكان أصحاب الأعمال الإعلان عن وظيفة ما من خلال " لينكد إن " والوصول إلى أكبر عدد من الباحثين.<sup>217</sup>

**سكايب (Skype):** هو برنامج تجاري يساعد مستخدميه على الإتصال هاتفياً بشكل مجاني من خلال الإنترنت.<sup>218</sup>

<sup>212</sup>لمياء شعبان أبو زيد (2019) فاعلية برنامج مقترح في إدارة المنزل وإقتصاديات الأسرة قائم على تطبيق الواتس آب لتنمية الوعي الإقتصادي وبعض مهارات إدارة الوقت لدى طلاب جامعة القصيم، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، (35) (4) 304-344.

<sup>213</sup> Bellin, J. (2012). Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions Review. 160 (2), 331

<sup>214</sup>أفنان محمد عبدالله، حليلة الحبيب (2018) إتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الإجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2 (9) 1-39.

<sup>215</sup>مرام حامد الحازمي (2021) مستوى الوعي بقيم المواطنة الرقمية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في المدينة المنورة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، (1015) 71-123.

<sup>216</sup>Coates, A., Hardman, C., Halford, J., Christiansen, P. and Boyland, E., 2020. "It's Just Addictive People That Make Addictive Videos": Children's Understanding of and Attitudes towards Influencer Marketing of Food and Beverages by YouTube Video Bloggers. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(2) p:449

<sup>217</sup>عثمان الدليمي (2019) مرجع قد تم ذكره سابقاً

<sup>218</sup>على خليل شفرة (2014) الإعلام الجديد، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

**فايبر (Viber):** هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعددة المنصات، في البداية تم إطلاق التطبيق ليعمل على جهاز آيفون في (2010) وفيما بعد عمل على جميع الأجهزة، وهو من تطوير شركة فايبر ميديا حيث يتيح للمستخدمين إجراء الاتصالات وإرسال الرسائل النصية، والصور، والفيديو بشكل مجاني شرط استخدام الشخص هذا البرنامج، ويعمل على الشبكات الخلوية والشبكات اللاسلكية (واي فاي) على حد سواء، ويوفر التطبيق العديد من اللغات من بينها اللغة العربية.<sup>219</sup>

**اوتلوك (Outlook):** هو نظام تطبيق لإدارة المعلومات أو البيانات الشخصية من مايكروسوفت، وهو جزء من مجموعة مايكروسوفت أوفيس، بالرغم أنه بريد إلكتروني إلا أنه يتضمن أيضا عدة وظائف مثل إدارة المهام والتقويم وإدارة جهات الإتصال، وتسجيل دفتر اليومية، وتدوين الملاحظات، وتصفح الإنترنت.<sup>220</sup>

### أهمية مواقع التواصل الإجتماعي:

تؤدي مواقع التواصل الإجتماعي دورا هاما في حياتنا سواء أكانت العملية، أو الإجتماعية، أو حتى التعليمية، فعادة ما يتم استخدامها للتواصل مع الأصدقاء والأهل أو لتعقب الأحداث الجارية على كل المستويات، وربما الأهم من ذلك للترفيه عن أنفسنا، ولعل كل هذا وذلك هو السبب في أن ملايين من الأفراد يستخدمون مواقع التواصل في جميع أنحاء العالم، لذا يمكننا القول إنها تهدف إلى تحقيق الرفاهية للبشرية وجعل الحياة أكثر سهولة وبسر.<sup>221</sup> ويمكن الاستفادة من مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة في تطوير عملية التعليم والتعلم وذلك من خلال عدد من الأمور منها: الاستفادة من البرامج التعليمية التي يتم مشاركتها عبر مواقع التواصل الإجتماعي، التواصل مع الأشخاص المتخصصين بموضوعات معينة ومتابعتهم عبر وسائل التواصل الإجتماعي، كما ويمكن البحث عن موضوع معين ضمن هذه المواقع وإكساب الطلبة القدرة على بناء المصداقية الإجتماعية.<sup>222</sup> وتعد مواقع التواصل الإجتماعي من أهم ما توصلت له التكنولوجيا وأكثرها شيوعا حول العالم وقد حظيت بأهمية كبيرة في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فقد باتت مهمة جدا في القطاعات التعليمية والتربوية لخدمة العملية التعليمية وتوسيع آفاق الطلبة والمعلمين، حيث يتم من خلالها تداول المعلومات فهي بمثابة مستودع رقمي هائل يتم

<sup>219</sup>أنور شحادة نصار (2016) واقع استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعة غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، فلسطين، 6(1)، 161-185.

<sup>220</sup> Bellin, J. (2012) مرجع قد تم ذكره سابقا.

<sup>221</sup> علي محمد النوبي (2010) مرجع قد تم ذكره سابقا.

<sup>222</sup> منصور العور (2019) الجودة ومستقبل التعليم العالي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

تحديثه بشكل مستمر، كما أنها أصبحت تتناسب جميع الأعمار والإهتمامات والمؤسسات التربوية.<sup>223</sup>

ويمكن القول بأن مواقع التواصل الإجتماعي قد أصبحت شائعة وذات تأثير في السلوك والمعرفة وتبني المواقف من مواقع التواصل الإجتماعي التي لا تفارق المستخدم، فهي وسيلة تمتاز بالتفاعلية والتحديث بشكل مستمر وتتناول موضوعات ومسائل مختلفة ومن أبرز مواقع التواصل الإجتماعي (Facebook) الذي يعد من أهم مواقع التواصل الإجتماعي في هذا الوقت فهو يعد من مظاهر العولمة إذ أنه يساعد في تواصل الناس وإبداء رأيهم بعيداً عن حاجز المكان والزمان، وكانت بداياته كفكرة بسيطة لطالب جامعي يدعى (Mark Zuckerberg) وكان الهدف منه تعزيز التواصل بين الطلبة وإبقاء التواصل فيما بينهم حتى بعد التخرج من جامعة هارفرد وبعدها أصبح استخدامه عالمياً.<sup>224</sup>

### خصائص مواقع التواصل الإجتماعي:

وأشار هتيمي (2015)<sup>225</sup> أن من أهم خصائص مواقع التواصل الإجتماعي ما يلي:

**التلقائية:** حيث يمكن من خلال مواقع التواصل الإجتماعي التواصل مع الآخرين دون مواعيد مسبقة أو تخطيط أو قواعد لتنظيم التواصل.

**قلة التكلفة:** التواصل من خلال الإنترنت يكون مجاني ولا يحتاج إلى دفع مبالغ مالية لا استخدامه مما يساعد على التواصل بشكل أكبر من خلاله.

**إذابة الفواصل الطبقيّة:** توفر مواقع التواصل الإجتماعي الفرصة للتواصل مع العلماء وطلبة العلم مما يساعد على زيادة فرص التعلم والتواصل الإجتماعي فيما بينهم.

ويضيف كلاً من الزازان (2014)<sup>226</sup> والدليمي (2019)<sup>227</sup> خصائص أخرى لمواقع التواصل الإجتماعي تمثلت فيما يلي:

تعتمد مواقع التواصل الإجتماعي على المستخدم حيث يتم رفع المحتوى الذي يريده المستخدم لهذه المواقع.

<sup>223</sup> رضوان عبدالمنعم (2016) مرجع قد تم ذكره سابقاً .

<sup>224</sup> مريم نريمان نومار (2012) استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج، الجزائر.

<sup>225</sup> حسين محمود هتيمي (2015) العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، الأردن، دار أسامة للنشر.

<sup>226</sup> سارة عبد العزيز الزازان (2014) العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي والعزلة الإجتماعية لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد

الرحمن بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.

<sup>227</sup> عثمان الدليمي (2019) مرجع قد تم ذكره سابقاً.

تحقق مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل بين مستخدميها بحيث توفر تفاعلاً كبيراً بينهم من خلال عدة طرق مثل ممارسة الألعاب، وغرف الدردشة وغيرها من طرق التفاعل الإلكترونية.

تعزز مواقع التواصل الاجتماعي القواسم المشتركة بحيث تحتوي على العديد من المجموعات الافتراضية التي تجمع أفرادها قواسم وإهتمامات مشتركة.

تركز مواقع التواصل الاجتماعي على تطوير العلاقات بين مستخدميها حيث يزداد نجاح المواقع الاجتماعية كلما زاد عدد مستخدميها والعلاقات التي تتم فيما بينهم.

تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تعلم لغات وثقافات العالم من خلال التواصل مع أشخاص في مختلف الدول.

### مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

أما عن مميزات مواقع التواصل الاجتماعي يرى إسماعيل وآخرون (2019)<sup>228</sup> أنها تتمثل في النقاط الآتية:

**التكامل من مشاركة المصادر والموارد العلمية:** أي يتم النشر على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركتها مع الآخرين.

التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة أي يبقى الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء من خلال الالتحاق الإلكتروني بين المشاركين.

إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي أي التخلص من القيود المفروضة مثل الاختلافات الاجتماعية، والموقع الجغرافي، واللغة، والثقافة، وقيود المكان والزمان.

توفير مخزون معرفي للمجتمع من خلال تخزين المعارف والمعلومات حول أشكال المعرفة المختلفة.

التوفير والإقتصاد أي إقتصاد في المال، الجهد، والوقت في جمع المعلومات.

تمكن الأفراد من اكتشاف إهتماماتهم والبحث عن حلول للمشكلات مع الآخرين.

العالمية حيث تلغي الحواجز المكانية والجغرافية والغاء الحدود الدولية.

### إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الإيجابيات لخصها السرحان وآخرون (2016)<sup>229</sup> في النقاط التالية:

<sup>228</sup>سلمى عزت إسماعيل، فيفي أحمد توفيق، إيمان عبد الرحمن محمد (2019) الإنعكاسات التعليمية والأخلاقية للهواتف الذكية وأثرها على طلاب التعليم الثانوي العام والصناعي الثقافة والتنمية، 19(136) 78-39.

فتح المجال للتعبير عن الآراء الشخصية.

التحفيز على التفكير الإبداعي.

سهولة التواصل مع العلماء والمتقنين وفتح باب الحوار بينهم.

تزيد من مفهوم المشاركة والدعم من الآخرين.

سهولة الوصول للمعلومة والتعلم.

ومن أهم إيجابيات مواقع التواصل الإجتماعي أيضا يرى (الزازان، 2014) <sup>230</sup>:

تعلم لغات أجنبية جديدة وذلك من خلال التواصل والمحادثة مع أفراد بمختلف بقاع العالم مما يزيد من الحصول على فرص عمل أفضل.

### سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي:

ورغم كل ذلك إلا أن لمواقع التواصل الإجتماعي بعض السلبيات لخصها (هتيمي، 2015) <sup>231</sup> و (Collin, 2011) <sup>232</sup> في النقاط الآتية:

**الإدمان:** وهو استخدام مواقع التواصل الإجتماعي فوق الحد الطبيعي حتى يصل لدى البعض عدم استطاعته التوقف لمدة ساعة كاملة بدون تصفح هذه المواقع، ويؤثر إدمان مواقع التواصل الإجتماعي على التركيز بشكل عام وتشتت التفكير.

**العزلة الإجتماعية ووهم التواصل الافتراضي:** وهو التواصل مع العالم الإجتماعي أكثر من التواصل الفعلي مع العالم المحيط.

مراقبة أحوال الآخرين والنظر إلى مظاهر الترف والذي يتسبب في الإحباط واليأس لدى بعض مرتادي مواقع التواصل الإجتماعي ومنتبعي المشاهير وأخبارهم وذلك بسبب إظهار الجانب الإيجابي فقط من حياتهم دون التطرق إلى السلبيات فيها.

**إضاعة الوقت:** يمكن لمرتادي مواقع التواصل الإجتماعي فقدان الإحساس بالوقت وضياعه.

عرض المواقع الإباحية والتي تعتبر من أهم سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي.

### فوائد منجزات التكنولوجيا لذوي الإعاقة:

تتمثل أحد أهم مزايا استخدام منجزات التكنولوجيا مثل الحاسب الآلي وأجهزة الإتصالات الحديثة بما فيها من وسائل التواصل الإجتماعي في مجال رعاية ذوي الإعاقة في الطبيعة الفردية للتعليم

<sup>229</sup> هائل السرحان، عهد مشاقبة، محمد سلامة، محمد درادكة (2016) دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على

طلبة جامعة آل البيت 2015-2016، مجلة المنارة للبحوث والدراسات (422) 193-260.

<sup>230</sup> سارة عبد العزيز الزازان (2014) مرجع قد تم ذكره سابقا.

<sup>231</sup> حسين محمود هتيمي (2015) مرجع قد تم ذكره سابقا.

<sup>232</sup> Collin, P., Rahilly, K., Richardson., I (2011). The benefit of social networking services, a third cooperative research Centre for young people. Technology and well-being, pp 1-29

والتدريب والتثقيف. ولذلك فإن الأدوات التي توفر للمعاق إمكانية التواصل تشكل مصدر دعم كبير، كما أن البرمجيات المصممة جيداً تقدم تثقيفاً وتعلماً يراعي مبادئ التعليم الفعال وتستنير الدافعية بما فيها من استخدام وسائل سمعية وبصرية متعددة، وتمكن ذوي الإعاقة من تقييم إستجاباته بدقة نسبياً، وذلك يسمح بتقديم التغذية الراجعة الملائمة، ويشجع على الإنتباه والتذكر، ونقل أثر التعلم، وإتاحة فرص الممارسة الكافية واللازمة لإتقان المهارات، كما أن منجزات التكنولوجيا في مجال الإتصال ممكن أن توفر عدة خدمات للفرد منها:

توفير عدد من البرامج في مجالات مختلفة من الحياة.  
 كثيراً من البرامج والأنشطة تنفذ على شكل ألعاب، وذلك نموذج فعال لتعليم المهارات الحركية البصرية ومهارات أكاديمية.  
 حفظ المعلومات وجعلها أكثر سهولة وتنظيمها وتحديثها.  
 تطور تلك الأجهزة عند المعوقين الإحساس بالإستقلالية والسيطرة، وذلك يختلف عن الخبرات اليومية لمعظم الأطفال المعوقين الذين يغلب عليهم الشعور بالعجز.  
 توفر منجزات التكنولوجيا فرصاً كافية للتشعب في تقديم المعلومات، حيث تمكن الأفراد الذين يعانون صعوبة في الفهم من التعلم وإتقان المهارات المطلوبة كما تسمح بها قدراتهم.  
 كما أن تلك الأجهزة تستطيع إغناء هوايات الفرد وخاصة المعاق من حيث رسم الصور وحل الألغاز، وكتابة القصص، ولعب الألعاب.  
 تسهيل التواصل مع المجتمع من خلال وسائل التواصل الإجتماعي، مما يساعد على خروج المعاق من عالم الضيق إلى عالم أكثر رحابة واتساع.  
 معالجة المعلومات والتعلم التفاعلي حيث أن وسائل التواصل الإجتماعي تساعد الفرد المعاق على أن يصنع له وسط تعليمي يناسب قدراته.  
 يستطيع المعاقين إستقبال المعلومات عبر الكمبيوتر وأجهزة التلفزيونات النقالة الحديثة بإستخدام النموذج الحسي الأقوى لديهم ويستطيعون التحكم بسرعة تقديم المعلومات، وبذلك فهم يركزون إنتباههم على محتوى المعلومات وليس على عملية الإستقبال ذاتها والتواصل التعبيري يتحسن تبعاً لنفس الأسلوب الذي يتحسن فيه التواصل الإستقبالي.  
 مكنت وحدات التواصل من قبيل (Smart Phone) الأشخاص الصم من إجراء مكالمات هاتفية مع الأشخاص السامعين بإستخدام هواتفهم المنزلية.  
 قدمت تطبيقات التكنولوجيا في المجال الترويحي بعض البرامج للمستخدمين ألعاباً تستثير التفكير، وتوفر برامج أخرى فرصاً لتنفيذ أنشطة متنوعة مثل البحث، والقراءة، والدراسة الشخصية.

إستفاد المعاقين من بعض البرامج مثل البرنامج التربوي الفردي Individualized Education program بإعتباره نظاماً يحدد موقع الطالب حالياً، وإلى أين سيصل، وكيف سيصل إلى هناك، وكم من الوقت سيستغرق للوصول، وكيف ستعرف أنه قد وصل فعلاً إلى الموقع المنشود، من خلال وضع تحديد ومتابعة الأهداف بعيدة المدى والأهداف المرحلية. (عبد الرزاق، ٢٠١٦) <sup>233</sup> (وأبو صوي، ٢٠١٩) <sup>234</sup>

**الدمج:**

#### أهداف الدمج :

وتتلخص أهداف عملية الدمج في عدد من النقاط وهي :-

إتاحة الفرصة لجميع الأطفال المعوقين للتعليم المتكافئ والمتساوي مع غيرهم من الأطفال. إتاحة الفرصة للأطفال المعوقين للانخراط في الحياة العادية والتفاعل مع الآخرين من أفراد المجتمع داخل وخارج المدرسة. إتاحة الفرصة للأطفال غير المعوقين للتعرف على الأطفال المعوقين عن قرب وتقدير مشكلاتهم ومساعدتهم على مواجهة متطلبات الحياة. خدمة الأطفال المعوقين في بيئتهم المحلية والتخفيف من صعوبة إنتقالهم إلى مؤسسات ومراكز بعيدة عن بيئتهم وخارج أسرهم وينطبق هذا بشكل خاص على الأطفال من المناطق الريفية والبعيدة عن مؤسسات ومراكز التربية الخاصة. إستيعاب أكبر نسبة ممكنة من الأطفال المعوقين الذين لا تتوفر لديهم فرص للتعليم. التقليل من الفوارق الإجتماعية والنفسية بين الأطفال أنفسهم وتخليص الطفل وأسرته من الحرج بسبب وجوده في المدارس الخاصة. إعطاء الطفل المعوق فرصة أفضل ومناخاً أكثر إتساقاً لينمو نمواً أكاديمياً وإجتماعياً ونفسياً سليماً إلى جانب تحقيق الذات عند الأطفال ذوي الإحتياجات الخاصة وزيادة دافعيتهم نحو التعليم ونحو تكوين علاقات إجتماعية سليمة مع الغير.

التركيز بشكل أعمق على المهارات اللغوية للأطفال من ذوي الإحتياجات الخاصة في المدارس العادية، حيث نجد أن تعلم اللغة لا يتم بالصدفة وإنما يعتمد بشكل كبير على العوامل البيئية، ويعد النمو اللغوي للأطفال المدمجين غاية في الأهمية؛ حيث يسهل نجاحهم من خلال التفاعلات

<sup>233</sup>عبد الرزاق عبد السميع (2016) توظيف التكنولوجيا في خدمة ذوي الإحتياجات الخاصة شبكة المعلومات العنكبوتية على الرابط

<https://adlat.net/showthread.php?t=270590>

<sup>234</sup>ساجدة أبو صوي (2019) وسائل الإعلام والتواصل الحديثة شبكة المعلومات العنكبوتية على الرابط <https://mawdoo3.com>

اليومية مع الآخرين، لذلك فإن عملية الإهتمام بالجوانب المرتبطة باللغة كالقراءة، والكتابة، والتهجئة، والكلام، والإستماع يعد مطلباً ضرورياً لنجاح المعاق سمعياً أكاديمياً. تغيير إتجاهات المعلمين وتوقعاتهم نحو الأطفال ذوي الإحتياجات الخاصة من كونها إتجاهات تميل إلى السلبية إلى أخرى أكثر إيجابية. إدماج الأطفال ذوي الإحتياجات الخاصة مع الأطفال العاديين يساعد الأطفال العاديين على التعرف على هذه الفئة من الأطفال عن قرب وكذلك تقدير احتياجاتهم. يخلص الدمج الأطفال العاديين من العديد من الأفكار الخاطئة حول خصائص أقرانهم وإمكاناتهم وقدراتهم من ذوي الإحتياجات الخاصة. وضع الأطفال المعوقين في ظروف ومناخ تعليمي أكثر إدماجاً وأقل تكلفة، حيث يعتبر دمج الأطفال ذوي الإحتياجات الخاصة في المدارس العامة من الناحية الإقتصادية أقل تكلفة مما لو وضعوا في مدارس خاصة. من أهداف الدمج البعيدة المدى تخليص ذوي الإحتياجات الخاصة من جميع أنواع التحديات سواءاً المادية أو المعنوية التي تحد من مشاركتهم في جميع مناحي الحياة.<sup>235</sup>

**مراحل وخطوات الدمج :-**

لعملية الدمج عدة مراحل وخطوات وهي :

- مرحلة إختيار الأطفال المعوقين المستهدفين من برنامج الدمج.
- مرحلة إختيار المدرسة العامة.
- مرحلة تحديد برنامج الدمج.
- مرحلة تدريب الكادر التعليمي العامل في المدرسة العامة.
- مرحلة تعريف طلاب المدرسة العامة بالبرنامج وتزويدهم بالمعلومات المناسبة عن الطلاب المعوقين المستهدفين من برنامج الدمج.
- مرحلة تحديد المنهاج الدراسي، والخطط، والوسائل، والأساليب التعليمية المناسبة.
- مرحلة الإجتتماع بأولياء أمور الطلاب.
- تحديد نماذج التسجيل والمتابعة اللازمة للبرنامج.
- مرحلة التقييم والمتابعة.<sup>236</sup>

<sup>235</sup> عادل محمد العدل (2013) مدخل إلى التربية الخاصة، دار الكتاب الحديث، القاهرة.

<sup>236</sup> عادل محمد العدل (2013) مرجع قد تم ذكره سابقاً.

## مفاهيم خاطئة حول الدمج:-

يشوب برنامج الدمج بعض المفاهيم الخاطئة والتي يعتقد بصحتها بعض أفراد المجتمع وهي:

الإهتمام بالإحتياجات الخاصة لبعض الأطفال وترك الأطفال الآخرين.

الدمج مفهوم نظري صعب التحقيق.

الدمج عملية تقنية فقط.

الإهتمام بالجوانب الرعائية على حساب الجوانب التنموية.

الإهتمام بالإعاقات الظاهرة دون غيرها على سبيل المثال: الأطفال ذوي صعوبات التعلم.

الدمج التربوي في بعض مراحل التعليم.

إلحاق الأطفال ذوي الإحتياجات الخاصة مع الأطفال العاديين دون إحداث التغيير المطلوب في

المناهج والطرائق.<sup>237</sup>

## الخطوات الأولية للدمج:-

وتتمثل الخطوات الأولية للدمج في عدد من الخطوات وهي:-

زيارة عدد المدارس التي تطبق الدمج للإطلاع على وضع الدمج عن كثب والتعرف على العاملين

في تجربة الدمج.

قراءة الأبحاث الحديثة في مجال دمج المعوقين.

إعداد قائمة بفوائد ومعوقات الدمج المحتملة.

إذا لم يسبق العمل في مكان يطبق الدمج تبدأ التجربة بخطوات بسيطة.

تحديد الأفكار العلمية المناسبة نحو الدمج.<sup>238</sup>

## متطلبات الدمج :

تتطلب عملية الدمج عدد من المتطلبات نذكر منها:-

توفير الدعم النظامي والقانوني لضمان التعليم الشامل للأطفال المعوقين في المدارس العادية.

التخطيط المسبق للدمج وتحديد أهدافه والفئات التي سيشملها.

الإختيار الملائم للمدرسة التي سيتم تطبيق الدمج بها إنطلاقاً من حاجات الأطفال الذين سيتم

دمجهم.<sup>239</sup>

<sup>237</sup>نسرين جميل عبد اللطيف حجة (2010) السلوك العدواني لدى التلاميذ المعوقين في المرحلة الأساسية، كلية التربية والتكنولوجيا، جامعة فلسطين التقنية (خضوري)، فلسطين، ص:46.

<sup>238</sup>كالمين هول (2008) مبادئ التربية الخاصة، ط2، مطبعة البستان.

<sup>239</sup>محمد علي عمارة (2008) برامج علاجية للإعاقات الحسية، دار المسيرة، عمان.

الأسس التي يجب على مؤسسات المجتمع مراعاتها في برنامج الدمج:

تعتمد عملية الدمج على عدة أسس يجب على مؤسسات المجتمع مراعاتها في برنامج الدمج وهي:

تعريف مفهوم الدمج وتوضيحه بصوره إجرائية دقيقة.

تعريف فئة ذوي الإحتياجات الخاصة المستهدفة في برنامج الدمج بصورة تساعد على تحديد معايير يتم في ضوءها اختيار من سيلتحق بالبرنامج.<sup>240</sup>

الإعاقة السمعية:

تعريف الإعاقة السمعية:

حيث عرف العالم (ماليك) الإعاقة السمعية بأنها مستويات متفاوتة من الضعف السمعي تتراوح بين ضعف سمعي بسيط، ضعف سمعي شديد، وضعف سمعي شديد جدا.<sup>241</sup>

هي تلك المشكلات التي تحول دون أن يقوم الجهاز السمعي للفرد بوظائفه أو تقلل من قدرة الفرد على سماع الأصوات المختلفة.<sup>242</sup>

تصنيف الإعاقة السمعية حسب الفقدان السمعي:-

وتصنف الإعاقة السمعية حسب هذا البعد إلى ثلاث فئات بحسب شدة الفقدان السمعي وحسب درجة الخسارة السمعية والتي تقاس بوحدة الديسبل إلى:-

الإعاقة السمعية البسيطة وتتراوح قيمة الخسارة السمعية لدى هذه الفئة ما بين (20-40) ديسبل.  
الإعاقة السمعية المتوسطة وتتراوح قيمة الخسارة السمعية فيها لدى هذه الفئة ما بين (40-70) ديسبل.

الإعاقة السمعية الشديدة وتزيد قيمة الخسارة السمعية لهذه الفئة عن (90) ديسبل.<sup>243</sup>

أسباب الإعاقة السمعية:

أولاً: عوامل ما قبل الولادة:

وتتضمن هذه العوامل على:-

<sup>240</sup>حمدي أحمد، ونهى محمود الصواف (2013) الصم والدمج مع الأسوياء في حصة التربية البدنية، مركز الكتاب للنشر، الأردن.

<sup>241</sup>Moullik. Lond etra .K (1982) poorle arming ability poor learning in education exceptional children gniford com duslikim public string compaury

<sup>242</sup>إبراهيم عبدالله زريقات (2003) الإعاقة السمعية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان.

<sup>243</sup>ناهد حسن الباهي الثني (2018) مهارات لغة الإشارة لمعلمي الإعاقة السمعية في تحقيق التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزيرة كلية التربية حنتوب.

أسباب وراثية وتعتبر الوراثة من الأسباب الرئيسية لحدوث الصمم، ويتم التحقق من العوامل الوراثية بدراسة التاريخ العائلي لحالات الصمم وعلى الرغم من أن بعض الآباء الصم لهم أطفال صم إلا أن هذا لا يعني الجزم بأن جميع الآباء المصابون بالصمم سينجبون أطفالا يعانون من الإعاقة السمعية.

إصابة الأم وخاصة في الشهور الأولى من الحمل ببعض الفيروسات والأمراض مثل الحصبة الألمانية والزهري.

تناول الأم لبعض العقاقير أو التعرض لأشعة إكس أثناء الشهور الأولى من الحمل. إختلاف العامل الرايزيسي (RH) في دم الأم والطفل خاصة عندما يكون (RH) للجنين إيجابي (RH)، للأم سلبية.

#### ثانيا : عوامل أثناء الولادة:

ويمكن تلخيص تلك العوامل في عدة نقاط نذكر منها:-

الولادة المتعسرة، وطول فترة الولادة، وتعرض الجنين لنقص الأكسجين والذي قد يترتب عليه تلف الخلايا العصبية ومنها الخلايا السمعية وإصابته بالصمم. الولادة المبكرة أي قبل إكمال الجنين سبعة أشهر في رحم الأم. استخدام الآلات الساحبة بشكل خاطئ أثناء الولادة.

#### ثالثاً: عوامل بعد الولادة:-

وتشمل العوامل الآتية:

إصابة الطفل بالالتهاب السحائي. إصابة الطفل بالتهاب الغدة النكفية والحمى القرمزية أو بالحصبة أو مضاعفاتها. إصابة الطفل بالحمى الشوكية التي تصيب العصب السمعي بالالتهاب والضمور. إصابة الطفل بنزلات البرد الشديدة، التهاب اللوزتين مما يؤثر على الأذن الوسطى. التعرض للحوادث التي تؤدي إلى إصابة مركز السمع في المخ.

صمم الشيخوخة والذي ينتج نتيجة ضمور أنسجة السمع عند كبار السمع.<sup>244</sup>

#### أعراض صعوبة السمع:

ولصعوبة السمع عدة أعراض يمكننا من خلالها التعرف على أن الشخص يعاني من مشاكل في السمع لديه ومن بين تلك الأعراض ما يلي:-

<sup>244</sup>صفاء جلال عمر (2021) اتجاهات المعلمين نحو دمج ذوي الإعاقة البصرية والسمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزيرة، كلية التربية حنتوب.

إستجابة الشخص للصوت غير ثابتة.

تأخر الطفل في تطور اللغة والكلام.

كلام الشخص غير واضح.

يرفع الشخص صوت الراديو والتلفاز في وجود ضجة من حوله.

عجز الشخص عن تنفيذ التوجيهات الموجهة إليه سواء كان عجزاً تاماً أو جزئياً.

الشخص دائم الاستفسار بعبارات مثل: ماذا.

عدم إستجابة الشخص عند مناداته.

يرفع الشخص صوته عند الكلام بدون مبرر.

صعوبة في سماع الحروف الساكنة.

الإسحاب من المحادثات.

تجنب بعض العادات الإجتماعية.

الطلب المتكرر من الآخرين التحدث ببطء وبصوت مرتفع.<sup>245</sup>

**طرق الوقاية من الإعاقة السمعية:-**

وللوقاية من الإعاقة السمعية يجب إتخاذ بعض التدابير التي تحد بشكل كبير من خطر الإعاقة السمعية منها:

الوقاية من الصمم الوراثي بعدم تشجيع زواج الأقارب حيث تمنع تشريعات الزواج الحديثة الزواج من المرضى الذين يؤدي زواجهم إلى ولادة الاطفال المعوقين.

العناية بصحة الام الحامل ووقايتها من الأمراض، ومنعها من تناول العقاقير الضارة، والمخدرات، والمسكرات، وتوفير التغذية الضرورية لها وإتخاذ الاجراءات الحديثة لمعالجة تنافر فصائل الدم بين الوالدين.

الوقاية من أمراض الطفولة بالتحصين ضد الأمراض باللقاح اللازم. معالجة أمراض الأذن.

وقاية السمع من التعرض الى الانفجارات والضجيج.

عدم الإفراط في التدخين والإمتناع عن تناول الكحوليات.

التشخيص المبكر لأعراض الأذن.

توعية الاباء وتوجيه المعلمين لاكتشاف حالات ضعف السمع أو الصمم بين الاطفال.

توفير العلاج اللازم في الأدوار المبكرة من الإصابة بأمراض الاذن.<sup>246</sup>

<sup>245</sup> مروة بولخمير (2020) الإعاقة السمعية وعلاقتها بالتكيف الإجتماعي من وجهة نظر المربين المختصين، جامعة محمد الصديق بن يحي، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، الجزائر.

### الدراسات السابقة:-

ونظرا لعدم وجود دراسات سابقة توافق دراسة الباحث، فقد تعذر على الباحث كتابة بعض الدراسات السابقة والتعليق عليها ومقارنتها بدراسته الحالية.

### إجراءات الدراسة :-

**منهج الدراسة:-** وللإجابة عن تساؤلات هذه الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بإعتباره المنهج المناسب للدراسات التي تهدف إلى وصف الظاهرة كما هي في الواقع.

**مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس، وطلاب قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

**عينة الدراسة:** حيث تم إختيارها عن طريق تواصل الباحث مع عدد من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس، وطلاب قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا، وقد تم إختيار العينة بطريقة عشوائية وتمثل في:

**العينة الإستطلاعية:** وتشمل على عدد(50) من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس، وطلاب قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

العينة الاستطلاعية	العدد الموزع
ذكور	25
إناث	25
العدد الإجمالي	50

الجدول رقم (1) يوضح عينة الدراسة الإستطلاعية

**العينة الفعلية:** وتشمل علي عدد (200) من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس، وطلاب قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا.

أولاً: توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير الجنس(ذكور/ إناث):

<sup>246</sup> مروة بولخيمير(2020): مرجع قد تم ذكره سابقا.

النسبة المئوية	العدد	العينة الفعلية
50%	100	ذكور
50%	100	إناث
100%	200	العدد الإجمالي

الجدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية والتي تعزى لمتغير الجنس

ثانيا: توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير المؤسسات التعليمية:

النسبة المئوية	العدد	المؤسسات التعليمية
50%	100	قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا
50%	100	كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس
100%	200	العدد الإجمالي

الجدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية

أداة الدراسة :

وتتمثل أداة الدراسة في الإستبانة (من إعداد الباحث) حيث إشمئت الإستبانة على عدد (24) فقرة.

صدق وثبات أداة الدراسة:-

**صدق المحكمين:-** حيث تم عرض الإستبانة على عدد من المحكمين من ذوى الإختصاص والخبرة لإبداء الرأي في فقرات الإستبانة بعدد(5) محكمين وثم أخذ آرائهم بعين الاعتبار.

**صدق الإتساق الداخلي:** حيث تم تطبيق الإستبانة على عينة إستطلاعية قوامها(50) من طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة طرابلس، وطلاب قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا، وتم إستخدام معامل الارتباط بيرسون في حساب مدى إرتباط كل عبارة بأداة الدراسة فكانت النتائج كالتالي:

رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية
1	0.857	0.01	13	0.822	0.01
2	0.856	0.01	14	0.833	0.01
3	0.788	0.01	15	0.785	0.01
4	0.853	0.01	16	0.876	0.01
5	0.866	0.01	17	0.846	0.01
6	0.785	0.01	18	0.788	0.01
7	0.794	0.01	19	0.899	0.01
8	0.857	0.01	20	0.789	0.01
9	0.877	0.01	21	0.888	0.01
10	0.864	0.01	22	0.862	0.01
11	0.797	0.01	23	0.848	0.01
12	0.888	0.01	24	0.866	0.01
معامل الارتباط الكلي			0.841		

الجدول رقم (4) يبين مدى ارتباط كل عبارة بأداة الدراسة

من خلال نتائج الجدول السابق تبين لنا أن معاملات ارتباط العبارات بالإستبانة التي تتبعها كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) مما يؤكد على أن جميع عبارات الإستبانة تتمتع بدرجة كبيرة من الصدق الداخلي.

**ثبات الإستبانة :**

وتم التأكد من ثبات الإستبانة بإستخدام كلا من:

1-معامل الثبات ألفاكرونباخ : حيث تم إستخدام معامل الثبات (ألفاكرونباخ) لحساب ثبات الإستبانة وذلك بإستخدام البرنامج الإحصائي (Spss) للبيانات التي تم الحصول عليها من العينة الإستطلاعية فكانت النتائج كالاتي:

معامل الثبات الفاكرونباخ	الدالة الإحصائية	فقرات الاستبانة
0.875	دال	24 فقرة

الجدول رقم (5) يوضح معامل الثبات العام لفقرات الإستبانة بإستخدام معامل الثبات ألفاكرونباخ ومن خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نستطيع القول بأن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية جدا من الثبات.

## 2- بطريقة التجزئة النصفية:

حيث تمت تجزئة عبارات الإستبانة إلى نصفين، العبارات الفردية في مقابل العبارات الزوجية، وتم إستخدام معامل إرتباط بيرسون في حساب مدى الإرتباط بين النصفين، وجرى تعديل الطول بمعامل سبيرمان وبراون وبمعامل حساب جتمان فكانت النتائج كالاتي:

عدد فقرات الإستبانة	معامل الإرتباط بيرسون	معامل الثبات جتمان	معامل سبيرمان براون
24 فقرة	0.841	0.867	0.889

الجدول رقم (6) يوضح حساب ثبات أداة الدراسة بإستخدام طريقة التجزئة النصفية

ومن خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق تبين أن معامل الثبات العام للإستبانة بمعامل سبيرمان وبراون بلغ (0.889) وبمعامل جتمان بلغ (0.867) وتؤكد هذه القيم على أن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

نتائج الدراسة :

نتائج السؤال الأول:

والذي ينص على: ما دور وسائل الإعلام الحديثة في تدعيم إتجاهات دمج المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية العامة ؟ وللاجابة عن هذا السؤال تم حساب الأوزان النسبية لكل فقرة من فقرات الإستبانة فكانت النتائج كالاتي:

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
1	كبيرة جدا	%90	تساعد مواقع التواصل الإجتماعي على توعية أفراد المجتمع بأهمية برنامج دمج المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية.
24	متوسطة	%69	تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي لترسيخ اتجاهات دمج المعاقين سمعيا.
3	كبيرة جدا	%88	تزيد وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي من تواصل التلاميذ المعاقين سمعيا مع أقرانهم العاديين.
4	كبيرة جدا	%87	تعد مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة جيدة لتواصل الصم وضعاف السمع مع أنفسهم.
14	كبيرة	%78	تأثر مواقع التواصل الإجتماعي على توجهات أفراد المجتمع من حيث قبول أو رفض تواجد هذه الفئة في الحياة العامة.
19	كبيرة	%74	تعمل مواقع التواصل الإجتماعي على توجيه سلوكيات الفرد سلبا أو إيجابا.
21	كبيرة	%72	تعد مواقع التواصل الإجتماعي بيئة خصبة لنشر التوجهات الخاطئة إتجاه دمج فئة الصم وضعاف السمع سواء في المؤسسات التعليمية أو في المجتمع بشكل عام.
11	كبيرة	%81	تعمل وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي على زيادة الوعي بأحقية فئة الصم وضعاف السمع في الحياة بشكل طبيعي كأقرانهم الأسوياء.
20	كبيرة	%73	تشكل وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي أداة هامة لبث وزرع مفاهيم تقبل فئة الصم وضعاف السمع في المؤسسات التعليمية.
22	كبيرة	%71	تعمل وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي في توجيه رغبات الفرد وميوله وإتجاهاته بشكل عام.
23	كبيرة	%70	تساهم وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي في

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
			الرفع من ثقافة الفرد الخاصة بكيفية التعامل مع الأشخاص الصم وضعاف السمع.
5	كبيرة جدا	%87	تعتبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي ضرورية لمواكبة هذه الفئة للأحداث من حولهم.
10	كبيرة	%82	تعتبر وسائل الإعلام والتواصل الإجتماعي نافذة على العالم المحيط بفئة الصم وضعاف السمع.
17	كبيرة	%76	تعتبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي عامل جذب للأفكار والعقول.
15	كبيرة	%78	تعتبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي بيئة خصبة للتوعية بأهمية برنامج دمج فئات ذوي الإحتياجات الخاصة في المجتمع.
18	كبيرة	%75	تحد الرقابة على وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي من رفض المجتمع لوجود هذه الفئة في المؤسسات التعليمية.
12	كبيرة	%80	تساهم مواقع التواصل الإجتماعي في رفع مستوى الوعي لدى الفرد بقضايا ومشاكل المعاقين سمعيا.
9	كبيرة	%83	تساعد مواقع التواصل الإجتماعي على فهم الأشخاص الأسوياء للصم وضعاف السمع عن طريق التواصل عبر هذه المواقع وفهم أفكارهم وروايم .
16	كبيرة	%77	يكمن دور مواقع التواصل الإجتماعي بتوجيه وتوعية أفراد المجتمع والرفع من ثقافته.
13	كبيرة	%79	لمواقع التواصل الإجتماعي تأثير كبير على أفراد المجتمع ونجاح برنامج دمج فئة المعاقين سمعيا في المجتمع.
7	كبيرة جدا	%85	تساعد مواقع التواصل الإجتماعي على فتح قنوات التواصل مع الآخرين من أفراد المجتمع الأسوياء.
6	كبيرة	%86	تعد مواقع التواصل الإجتماعي عامل مهم في

الرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	العبارات
			التخفيف من معاناة فئة الصم وضعاف السمع وخصوصا في جانب التواصل الإجتماعي
2	كبيرة جدا	89%	تعد مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة هامة لتبادل المعلومات والخبرات بين الصم أنفسهم وبين معلميههم وأقرانهم العاديين.
8	كبيرة	84%	تعد مواقع التواصل الإجتماعي ووسائل الإعلام بشكل عام عامل مهم في نجاح برنامج دمج هذه الفئة في المجتمع.
	كبيرة	79.75%	المتوسط الحسابي العام

الجدول رقم (7) بين الأوزان النسبية ودرجات التوافق لدرجات إستجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات الإستبانة

ويتضح من الجدول السابق بأن الوزن النسبي العام قد بلغ (79.75%) حيث تدل هذه النسبة على إجماع وتوافق كبير لأفراد عينة الدراسة ونظرة إيجابية تجاه دور وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في وسائل التواصل الإجتماعي كالفيديو وغيرها من وسائل التواصل الأخرى في تدعيم إتجاهات دمج التلاميذ المعاقين سمعيا مع أقرانهم العاديين داخل المؤسسات التعليمية العامة، حيث جاءت إستجابات أفراد العينة الأكثر إرتفاعا على فقرات هذه الإستبانة كالاتي:-

**العبارة الأولى:** (تساعد مواقع التواصل الإجتماعي على توعية أفراد المجتمع بأهمية برنامج دمج المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية) حيث جاءت إستجابات أفراد عينة الدراسة على هذه العبارة بالموافقة بوزن نسبي بلغ (90%) وبدرجة توافق كبيرة جدا، حيث جاءت هذه العبارة في المرتبة (الأولى) من حيث درجة التوافق.

**العبارة الثالثة والعشرون:** (تعد مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة هامة لتبادل المعلومات والخبرات بين الصم أنفسهم وبين معلميههم وأقرانهم العاديين) حيث جاءت إستجابات أفراد عينة الدراسة على هذه العبارة بالموافقة بوزن نسبي بلغ (89%) وبدرجة توافق كبيرة جدا، حيث جاءت هذه العبارة في المرتبة (الثانية) من حيث درجة التوافق.

**العبارة الثالثة:** (تزيد وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي من تواصل التلاميذ المعاقين سمعيا مع أقرانهم العاديين) حيث جاءت إستجابات أفراد عينة الدراسة على هذه العبارة بالموافقة

بوزن نسبي (88%) وبدرجة توافق كبيرة جداً، حيث جاءت هذه العبارة في المرتبة (الثالثة) من حيث درجة التوافق.

#### نتائج السؤال الثاني:

والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور/إناث)؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيمة (ت) ودرجة الحرية، ومستوى المعنوية لإستجابات أفراد عينة الدراسة فكانت النتائج كالتالي:

عدد فقرات الإستبانة	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
24 فقرة	ذكور	100	24.3	2.8	0.94	57	0.33
	إناث	100	25.2	2.5			

الجدول رقم (8) يوضح إستخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد الفروق في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس

يتضح من النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) والتي تعزى لمتغير الجنس (ذكور / إناث).

#### نتائج السؤال الثالث:

والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيمة (ت)، ودرجة الحرية، ومستوى المعنوية لإستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كالتالي:

المؤسسات التعليمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
قسم الإعلام بالأكاديمية الليبية للدراسات العليا	100	23.3	2.5	0.92	55	0.33
	100	24.2	2.4			
كلية الإعلام والاتصال جامعة طرابلس						

## الجدول رقم (9) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد الفروق في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية

يتضح من النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية.

### الإستنتاجات:

بعد الإبحار عميقا في فصول هذه الدراسة أسفرت نتائج هذه الدراسة عن:

وجود إجماع كبير لأفراد عينة الدراسة على فقرات الإستبانة التي تهدف إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في مواقع التواصل الإجتماعي بأشكالها المتعددة في دعم الإتجاهات نحو برنامج دمج فئة ذوي الإحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع في المؤسسات التعليمية العامة.

وجود دور مؤثر لوسائل التواصل الإجتماعي في عملية توجيه أفراد المجتمع عموما إلى تبني توجه دمج المعاقين سمعيا داخل المؤسسات التعليمية العامة، ودور أكبر في عملية تحسين تواصل المعاق سمعيا بالبيئة المحيطة به.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس (الذكور/ إناث).

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إستجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير المؤسسات التعليمية؟

### التوصيات:-

بعد الرحلة التي خضناها في هذه الدراسة والطواف في فصولها يوصي الباحث ب:

تفعيل دور الإعلام للقيام بواجباته إتجاه هذه الفئات من ذوي الإحتياجات الخاصة. تسليط الضوء على أهمية دور الإعلام في رعاية ذوي الإحتياجات الخاصة بشكل عام وذوي الإعاقة السمعية بشكل خاص.

على وسائل الإعلام والمؤسسات والمراكز الإعلامية تسليط الضوء على معاناة هذه الفئة والمساهمة في إيصال أصواتهم للآخرين، وإبراز قدرات ذوي الإعاقة على العطاء، وإثبات بأنهم أشخاص فعالين وليسوا عالة على مجتمعاتهم.

تصميم برامج إلكترونية تتحدث عن ذوي الإعاقة بمختلف إعاقاتهم.

العمل على إعداد برامج لتدريب المعلمين وتأهيلهم للاشتراك في عملية دمج هذه الفئة في العملية التعليمية والقيام بواجباتهم نحوهم على أكمل وجه لتحقيق الأهداف المرجوة والمنشودة من هذه العملية.

العمل على توعية كافة أفراد المجتمع بأهمية وضرورة دمج المعاقين سمعياً في المؤسسات التعليمية عن طريق البرامج التوعوية في الإذاعات المرئية، والمسموعة، وعن طريق إعداد الندوات، والمحاضرات التي تبين مدى أهمية عملية الدمج في حياة المعاق سمعياً وعلى المجتمع ككل. العمل على رفع مستوى الوعي لدى جميع القائمين على العملية التعليمية وإيصال مدى أهمية دمج المعاقين سمعياً مع أقرانهم العاديين داخل المؤسسات التعليمية العامة، وتغيير الإتجاهات السلبية لديهم نحو برنامج الدمج وتدعيم الإتجاهات الإيجابية نحو دمج الأطفال المعاقين سمعياً من قبل المعلمين والأقران العاديين بحيث يصبح الجميع مهيبين لتقبل تطبيق برنامج دمج هذه الفئة داخل المؤسسات التعليمية.

ضرورة سن التشريعات والقوانين من قبل الجهات المختصة التي تضمن للمعاقين مبدأ تكافؤ الفرص أمام الأطفال العاديين للحصول على فرص متكافئة في التعليم العام.

#### المقترحات :

يقترح الباحث:

إجراء العديد من الدراسات التي تبحث في موضوع الدراسة بشكل أكثر دقة وأكثر تعمقا. على المسؤولين في الهرم التعليمي والمسؤولين على فئة الصم وضعاف السمع اخذ نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة والتي ستليها بعين الإعتبار ووضعها في إطار البحث. تكوين عدد من اللجان العلمية والمتخصصة في كل مجال على حدة لوضع كافة الحلول الممكنة لمعالجة كل تلك المشكلات التي تحول دون السماح للطفل الأصم وضعيف السمع من تلقي العلم والتعليم بالشكل الذي يحقق الأهداف المرجوة من العملية التعليمية من رفع لكفاءة الطالب، وزيادة قدراته، ومهارته، وصقل ودعم مواهبهم، ووضع هذه الحلول في إطار التنفيذ.

#### المصادر والمراجع :-

#### أولاً: المراجع العربية:

إيمان فؤاد الكاشف (2010) التربية الخاصة مشكلات ذوي الإحتياجات الخاصة وأساليب إرشادهم، دار الكتاب الحديث.

إبراهيم عبدالله زريقات (2003) الإعاقة السمعية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان.

إيهاب خليفة (2016) حروب مواقع التواصل الإجتماعي، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.

أفنان محمد عبدالله، حليلة الحبيب (2018) إتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 2 (9) 1-39.

أنور شحادة نصار (2016) واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعات غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، فلسطين، 6(1)، 161-185.

حمدي أحمد، ونهى محمود الصواف (2013) الصم والدمج مع الأسوياء في حصة التربية البدنية، مركز الكتاب للنشر، الأردن.

حمادة رشدي عبد العاطي (2021) المواطنة الرقمية في السياق التربوي، الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع.

حسين محمود هتيمي (2015) العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، دار أسامة للنشر.

خالد المقدادي (2012) ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع.

رضوان عبدالمنعم (2016) المنصات التعليمية والمقررات التعليمية المتاحة عبر الإنترنت، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.

سعد الدين عيشاوي، حنان كنودة (2016) الدمج بين المعاقين سمعياً والتلاميذ الأسوياء في حصة التربية البدنية والرياضية من وجهة نظر الأطراف الفاعلة في العملية التعليمية، جامعة عبدالحميد بن باري، الجزائر.

سلمى عزت إسماعيل، فيفي أحمد توفيق، إيمان عبد الرحمن محمد (2019) الانعكاسات التعليمية والأخلاقية للهواتف الذكية وأثرها على طلاب التعليم الثانوي العام والصناعي الثقافة والتنمية، (136) 19 (78-39).

سارة عبد العزيز الزازان (2014) العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

ساجدة أبو صوي (2019) وسائل الإعلام والتواصل الحديثة، شبكة المعلومات العنكبوتية على الرابط: <https://mawdoo3.com>

صفاء جلال عمر (2021) إتجاهات المعلمين نحو دمج ذوي الإعاقة البصرية والسمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزيرة، كلية التربية حنتوب.

طارق محمد السيد النجار (2013) مشكلات المعاقين سمعيا داخل المدرسة من وجهة نظر المعلمين وعلاقتها ببعض المتغيرات، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة عمر المختار. طلعت حسن عبد الرحيم (1980) سيكولوجية التأخر الدراسي، دار الثقافة للنشر، القاهرة، ص:11.

عادل حسين على محمد (2020) دور معلم التربية الخاصة في تحقيق أهداف التربية الوجدانية لتلاميذ الدمج الأكاديمي للمعاقين سمعيا بسلطنة عمان، مجلة العلوم النفسية والتربوية، 6(3). عادل محمد العدل (2013) مدخل إلى التربية الخاصة، دار الكتاب الحديث، القاهرة. عبد الرزاق، عبد السميع (2016) توظيف التكنولوجيا في خدمة ذوي الإحتياجات الخاصة شبكة المعلومات العنكبوتية على الرابط <https://adlat.net/showthread.php?t=270590> علي محمد النوبي (2010) إدمان الإنترنت في عصر العولمة، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.

عثمان الدليمي (2019) مواقع التواصل الإجتماعي نظرة عن قرب، الأردن، دار غيداء للنشر والتوزيع.

على خليل شقرة (2014) الإعلام الجديد، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع. عبد الكريم علي الدبيسي، وزهير ياسين الطاهات. (2013) دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، 40(1)-81-66.

كالمن هول (2008) مبادئ التربية الخاصة، ط2، مطبعة البستان. لمياء شعبان أبو زيد (2019) فاعلية برنامج مقترح في إدارة المنزل وإقتصاديات الأسرة قائم على تطبيق الواتس اب لتنمية الوعي الإقتصادي وبعض مهارات إدارة الوقت لدى طلاب جامعة القصيم، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، (4)35-304-344.

منصور العور (2019) الجودة ومستقبل التعليم العالي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة. مرام حامد الحازمي. (2021) مستوى الوعي بقيم المواطنة الرقمية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في المدينة المنورة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، 71-123. مريم نريمان نومار (2012) إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج، الجزائر.

محمد علي عمارة (2008) برامج علاجية للإعاقات الحسية، دار المسيرة، عمان. مروة بولخمير (2020) الإعاقة السمعية وعلاقتها بالتكيف الاجتماعي من وجهة نظر المربين المختصين، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، الجزائر.

- محمد عبد البديع السيد (2016) دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (12) 99-162.
- ناهد حسن الباهي التني (2018) مهارات لغة الإشارة لمعلمي الإعاقة السمعية في تحقيق التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزيرة كلية التربية حنتوب.
- نسرین جميل عبد اللطيف حجة (2010) السلوك العدواني لدى التلاميذ المعوقين في المرحلة الأساسية، كلية التربية والتكنولوجيا، جامعة فلسطين التقنية (خضوري)، فلسطين، ص:46.
- هايل السرحان، عهد مشاقبة، محمد سلامة، محمد درادكة (2016) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت، 2015 - 2016، مجلة المنارة للبحوث والدراسات (422) 193-260.
- هالة حسن الجزائر (2014) دور المؤسسة التربوية في غرس قيم المواطنة الرقمية تصور مقترح، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، (3)56، 385-418.
- هادي طوالبه (2017) المواطنة الرقمية في كتب التربية الوطنية والمدنية (دراسة تحليلية)، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 13 (2) 291-308.

#### ثانيا : المراجع الأجنبية :

- 1-Aksoy, M. E. (2018). A qualitative study on the reasons for social media addiction. *European Journal of Educational Research*, 7(4), 861-865.  
<https://doi.org/10.12973/eu-jer.7.4.861>
- 2-Bellin, J. (2012). Facebook, twitter, and the uncertain future of present sense impressions Review. 160 (2), 331,
- 3-Collin, P., Rahilly, K., Richardson., I (2011). The benefit of social networking services, a third cooperative research Centre for young people. *Technology and well-being*, pp 1-29
- 4-Coates, A., Hardman, C., Halford, J., Christiansen, P. and Boyland, E., 2020. "It's Just Addictive People That Make Addictive Videos": Children's Understanding of and Attitudes towards Influencer Marketing of Food and Beverages by YouTube Video Bloggers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2) p:449
- 5-Moullik. Lond etra .K (1982) poorle arming ability poor learning in education exceptional children gniford com duslikim public string compaury

"واقع المجتمع الجزائري من خلال المسلسلات الجزائرية الرمضانية - دراسة نقدية  
تحليلية لمسلسل "الدامة" للمخرج يحيى مزاحم -  
« The reality of Algerian society through the Algerian Ramadan series  
- a critical and analytical study of the series "Al-Dama" by director  
» Yahya Muzahim

أ. وفاء مفتاح: ماستر إعلام واتصال تخصص سمعي بصري -جامعة الحاج لخضر باتنة

**المخلص:**

يعد مسلسل الدامة للمخرج "يحيى مزاحم" بطابعه الاجتماعي من أكثر المسلسلات الجزائرية التي حظيت بنسب عالية من المشاهدة رمضان 2023، كما أن هذا المسلسل أثار ضجة لدى الجمهور، ما بين منتقد ومؤيد. تدعو للتساؤل هل يعكس مسلسل الدامة واقع المجتمع الجزائري؟ وهنا تهدف دراستنا إلى إبراز محتوى مسلسل الدامة انطلاقا من الحلقة السابعة منه كعينة قصدية، معتمدين المنهج النقدي التحليلي. وقد توصلت الدراسة لنتائج أهمها: أن المخرج نجح في تصوير واقع الفاسدين في المجتمع الجزائري خاصة تجار المخدرات وفي تنفير المجتمع منهم. في حين بين التحليل النقدي للخطاب خروج المسلسل أحيانا مضمونا وإخراجا عن المطلوب.  
**كلمات مفتاحية:** مسلسل الدامة- المجتمع الجزائري- المسلسلات الرمضانية

**Summary:**

The Al-Dama series, directed by Yahya Muzahim, with its social nature, is one of the Algerian series that received high viewership rates during Ramadan 2023. This series also caused an uproar among the audience, with both critics and supporters. It raises the question: Does the Al-Dama series reflect the reality of Algerian society?. Here, our study aims to highlight the content of the Al-Dama series, starting from its seventh episode, as a intentional sample. Adopting the critical analytical approach  
The study reached the most important results: that the director succeeded in portraying the reality of the corrupt in Algerian society, especially drug dealers, and in alienating society from them. Meanwhile, a critical analysis of the discourse showed that the series sometimes departed from what was required .

**Keywords:** Al-Dama series - Algerian society - Ramadan series

**الإطار المنهجي للدراسة:**

**الإشكالية:**

تشكل المسلسلات الرمضانية الجزائرية بطابعها القصير من حيث عدد الحلقات ومدتها، وبطابعها الاجتماعي نوعا من الاهتمام لدى الجمهور، وتبرز كأكثر المسلسلات مشاهدة إذا ما قورنت

بالمسلسلات التي تبث في القنوات خلال العام، لذلك هي تأخذ تركيزا عاما سواء من طرف المنتجين، القنوات الجمهور وبالتالي النقاد وخاصة منها ما يكتسي الطابع الاجتماعي.

ويعد مسلسل الدامة للمخرج "يحيى مزاحم" بطابعه الاجتماعي من أكثر المسلسلات الجزائرية التي حظيت بنسب عالية من المشاهدة رمضان 2023، كما أثار هذا المسلسل ضجة لدى الجمهور ما بين من يقول أنه خطر على المجتمع الجزائري على أنه ينشر الجريمة ويروج لها، ومن قال بأنه يصور مجرمين على أنهم أبطال، وأنه مشجع على العنف، ومستغل للأطفال. وهناك في المقابل من دافع عنه بقوله أنه يصور واقع المجتمع الجزائري وحقيقته.

حيث يقول محمد سيدمو: "آراء رافضي العمل رأت في عمومها وجود رغبة في استهداف طبيعة المجتمع الجزائري المحافظ ... وجعل المتلقي يستسلم لفكرة أن الظواهر السلبية أصبحت تسيطر تماما على المجتمع، ما يجعلها قدرا يجب التعايش معه وأحيانا الإعجاب به من خلال تصوير شخصيات تتقاطع فيها عوالم الجريمة مثل تجارة المخدرات ومظاهر مساعدة الآخرين"<sup>247</sup>. ومن أصداء هذا المسلسل الرمضاني ما قاله أحد النواب إن «هناك مبالغة كبيرة في ترويج أبطاله للمخدرات، وجعل المنحرفين نجوما على الشاشة، إضافة إلى كثافة استخدام الأطفال». ولم يخلو الانتقاد حول المسلسل حتى من زمان أو مكان تصويره، يرى الكاتب الصحافي أسامة وحيد، أن القضية أعمق والمعركة أبعد من التمثيل بمفهومه السينمائي إلى «التمثيل» في أحياء وشوارع عريقة، ارتبط وجودها بالتاريخ والبطولات، فأريد لها أن تتحول إلى جثث مُمَثِّلٍ بها في لعبة التشويه والمسح ولعبة «الدائمة والدائمة». وما استغربه الحقوقي والمحامي عبد الرحمن صالح في هذا السياق، أن المسلسل ركّز على حي باب الوادي وكأنه لا يعيش فيه سوى المسحوقين، تجار الممنوعات، وغاب عن الحلقات ولو بأدوار ثانوية نماذج لأشخاص ناجحين، لأثرياء، للإمام وأستاذ المدرسة». وأبرز أن «حي باب الواد الذي قدم إطارات ووزراء وولاة وضباط وقضاة ومحامين وأئمة أكبر من أن يتم اختزاله في علام أو رضا أو صليحة (شخص المسلسل)». وخلافا لذلك، وفي مقابل يظهر من يعتبر المسلسل محاكاة لواقع معاش ولا مبرر للهجوم عليه، حيث قال الناقد الفني محمد علال إن «العمل لا ينقل الواقع وإنما يقتبس حكايته من الواقع المعيش في حي باب الوادي، فالدراما محاكاة أكثر منها سردا توثيقيا، لهذا فالجدل القائم لا يمكن الاعتماد عليه، فهو مجرد آراء

<sup>247</sup> محمد سيدمو، الجزائر: جدل سياسي ومجتمعي حول مسلسل «الدائمة» ونقاد يدعون للتفرقة بين الدراما والواقع، 2023/04/06، <https://www.alquds.co.uk/>

في معظمها فيسبوكية، وهذا أمر عادي عندما يتعلق الأمر بأعمال واسعة الانتشار تعرض خاصة في شهر رمضان».<sup>248</sup>

وكل هذه الانتقادات وما قبلها من تشجيع يدعو للتساؤل هل يعكس مسلسل الدامة حقيقة واقع المجتمع الجزائري؟

#### تساؤلات الدراسة:

ما هي الجوانب التي تعكس واقع للمجتمع الجزائري في الفيلم؟

ما هي المظاهر التي تنافي واقع المجتمع الجزائري؟

ما هي أهم الوقائع والأفكار التي رفضها المشاهد الجزائري في مسلسل الدامة؟

هل كان تقدير المشاهدين لهذا المسلسل صائبا؟ أم مخطئا؟

#### الهدف من الدراسة:

إبراز محتوى مسلسل الدامة انطلاقا من الحلقة السابعة، والبحث عن ما يجعله معبرا عن واقع المجتمع الجزائري وكذا البحث عن ما ينافي هذا الواقع، وكذا الكشف عن المحتوى الكامن في هذا المسلسل وخطابه ما جعل المشاهد الجزائري يهاجمه، والبحث عن مدى صحة الأقوال المنسوبة إليه سواء السلبية منها أو الإيجابية.

#### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في إبراز ضرورة البحث والتدقيق والتحليل والنقد للحكم على الأعمال الدرامية والإعلامية ككل، ومنه يفيد البحث في إثبات أو نفي الانطباعات الشخصية التي حامت حول مسلسل الدامة، وتقدير العمل على وجه علمي بحت مثبت دون أهواء ولا تأثيرات شخصية

مجتمع وعينة الدراسة: مجتمع الدراسة هو المسلسلات الرمضانية الجزائرية، تتمثل عينة الدراسة في مسلسل الدامة وباختيار الحلقة السابعة من السلسلة التي تم اختيارها بطريقة قصدية من طرفنا لأننا وجدنا فيه معظم ما يعبر عن محتوى المسلسل ككل

<sup>248</sup> محمد سيدمو، الجزائر: جدل سياسي ومجتمعي حول مسلسل «الدامة» ونقاد يدعون للتفرقة بين الدراما والواقع، 2023/04/06، <https://www.alquds.co.uk/>

**المنهج:** للبحث في هذا الموضوع كان لا بد من اختيار منهج مناسب ودقيق وقد وقع اختيارنا على المنهج النقدي لأن الموضوع يمس مادة إعلامية درامية وتقييم محتواها وصدى هذا المحتوى لدى الجمهور.

**أدوات البحث:** تم استخدام أداتين للبحث في الموضوع وهما:

**أداة الملاحظة:** بالنسبة للمادة البصرية لملاحظة مشاهد الحلقة السابعة من مسلسل الدامة ورصد مضمونها المرئي والمسموع

**أداة تحليل الخطاب:**

أداة تحليل الخطاب للمادة المسموعة التي تمثل خطاب المادة الإعلامية.

فالخطاب الإعلامي صنف من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، مقامة من المقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات المعرفية الأخرى. ويعد تحليل الخطاب من أنسب الأدوات المستخدمة لدراسة وتحليل أطر وبناء مضمون الرسالة الاتصالية في إطار الدراسات المختلفة، إذ أنه يوفر بنية أساسية لتحليل المعاني المستخدمة في تغطية المواد والمضامين الاتصالية المختلفة<sup>249</sup>؛ لذا فإن تحليل الخطاب صدى كبيرا في الدراسات الإعلامية خاصة في مجال تحليل النصوص والرسائل الإعلامية، لأنه يهتم بدراسة السياق والبنية الكلية التي تعكس آثارها على إدراك أطراف العملية الإعلامية، ومن ثم النصوص والخطاب الإعلامي<sup>250</sup>

ويعرف الخطاب الإعلامي بتعريفات متعددة منها: تعريفه على أنه مجموعة من الصور الذهنية التي يحرص صانع الرسالة الإعلامية على تضمينها وفقا لتفضيلاته اللغوية، وتجربته الإدراكية التي يقيس من خلالها الحديث وذلك قصد التأثي في مجريات الأحداث وسياقها من خلال مرشحات الرؤية الخاصة التي تفرض حضورها في شكل عبارات ومفردات وصور.<sup>251</sup>

**أدوات تحليل الخطاب الإعلامي:**

يتمثل تحليل الخطاب في الأدوات التالية:

<sup>249</sup> أميرة محمد سيد: تحليل الخطاب: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 8،

العدد 3، 2019، ص334

<sup>250</sup> محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ط1، ص210

<sup>251</sup> محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، المجلد 3، 2003، ص 1137



رابعاً: الربط بين الخطوات السابقة من أجل التوصل إلى استنتاجات عامة.<sup>255</sup>

ويعرف ماس الخطابات بأنها "أشكال لغوية ترتبط بالممارسة الاجتماعية ويجب بحثها من نواحي التاريخ وعلم الاجتماع، مع الاهتمام بالبعد البلاغي والتأويل".<sup>256</sup>

### الإطار النظري للدراسة:

#### وصف العمل:

مسلسل الدامة مسلسل درامي جزائري من 26 حلقات مدة الحلقة الواحدة : 40د، تم عرضه شهر رمضان المبارك من 23 مارس 2023 ، والعمل من إخراج: "يحيى مزاحم" وقصة وسيناريو "سارة برتيمية"، من تمثيل كوكبة من الفنانين منهم: بيونة، مصطفى لعربي، مراد خان، ريم تاكوش، بوعلام بناني، عايدة عبايسة، والطفل:

#### بطاقة للمخرج:

هو يحيى مزاحم فنان ومخرج جزائري مشهور، ولد في الجزائر في ثمانينات القرن الماضي، نال شهرة واسعة لما قدمه من أعمال فنية، وشارك المخرج الجزائري في العديد من الأعمال الفنية والمسلسلات الدرامية المتنوعة التي من خلالها وضع بصمته السحرية

وكان من أبرز أعماله: مسلسل المفتش الطاهر، ساعد القط، مسلسل عاشور العاشر، مسلسل طيموشة، مسلسل يد مريم، مسلسل ميلونير، مسلسل دقيوس ومقيوس، مسلسل الدامة

#### ملخص قصة المسلسل:

تدور أحداث المسلسل في حي باب الوادي الشعبي بالجزائر، وهو حي تنتشر فيه تجارة المخدرات حيث يستغل (رضا) - الأطفال في توزيع المخدرات، ويتاجر شقيقه (علام) في الآثار، وتتوالى الأحداث في نمط شيق مليء بالمفاجآت

#### وقع المسلسل في المجتمع:

لاقى مسلسل الدامة منذ ظهور حلقاته الأولى في شهر رمضان 2023 أعلى نسب المشاهدة، ووصل صدى الاهتمام بهذا العمل إلى خارج الجزائر، وفي المقابل واجه أعلى درجات الانتقادات وصلت حتى إلى الهجوم عليه من طرف نقاد وأفراد من المجتمع فهناك من اعتبره نشر للجريمة

<sup>255</sup> محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أسس نظرية ونماذج تطبيقية، مرجع سابق، ص90

<sup>256</sup> المرجع السابق، ص90

والفساد وتكريس للعنف... وهناك من نادى بتوقيفه ما أدى بسلطة السمعى البصري بإعطاء توجيهات عامة للقنوات بمنع كل مظاهر العنف في مضامينها الإعلامية.

وقد كتب "محمد سيدمو" مقالا نشر بجريدة القدس بعنوان الجزائر: جدل سياسي ومجتمعي حول مسلسل «الدامة» ونقاد يدعون للتفرقة بين الدراما والواقع" يقول في هذا المقال: "يحقق مسلسل «الدامة» (نسبة للعبة «الضامة») الذي يبثه التلفزيون الجزائري منذ بداية شهر رمضان، نسب متابعة قياسية، فكل حلقة من حلقاته تتعدى 3 ملايين مشاهدة، وهو في الوقت نفسه، للمفارقة، يتعرض لسيل عارم من الانتقادات ومطالب بمنع بثه، لأنه في رأي الرافضين له يشوه صورة حي باب الوادي، أكبر الأحياء الشعبية في العاصمة الجزائرية. ولعلها المرة الأولى في تاريخ الدراما الجزائرية التي يتعدى فيها الجمهور المتابع أبناء البلد إلى مشاهدين في دول عربية أعجبوا بالمسلسل، متجاوزين صعوبة اللهجة الجزائرية التي كانت عائقا أمام انتشار الأعمال الجزائرية في السابق، حتى وإن كانت هذه الحجة واهية في نظر البعض، فالأعمال الجيدة والسيناريوهات المحبوكة بعناية، يمكن بسهولة أن تفرض نفسها على المشاهد وتدفعه لأن يبذل جهدا في الفهم والتكيف مع لغة الخطاب. وسيناريو العمل الذي أخرجه يحيى مزاحم باختصار، هو في الواقع مجموعة قصص مفككة داخل المسلسل سيكتشف المتابع الروابط بينها في حلقاته الأخيرة. أما القصة الأبرز فيه، فهي لعائلة فقيرة تسكن في حي باب الوادي الشعبي (الحومة) الأب يعمل في الميناء والأم خياطة، لديهما ولدان مراهقان يدرسان في الثانوية يتاجران في الحبوب المهلوسة (الكاشيات) يتوفى الأب في حادث عمل، ما يضطر الأم للعمل، عاملة نظافة في الثانوية التي يدرس فيها ولداها. وهنا تكتشف الأم تعرض أبنائها للتمتر بين أقرانهم بسبب عملها، ويتطور الأمر لارتكاب ابنها جريمة ودخوله السجن بعد أن ضرب زميله وأرداه قتيلا، لتجد الأم نفسها وحيدة مع ابنها الأصغر، دون منزل بعد أن طلب الورثة بيعه.. وهكذا تتواصل الحلقات التي تتميز بتنوع درامي وتشويق كبيرين، ببروز أحداث جديدة ومطبات تواجهها الأم، شدت إليها المشاهد وجعلته ينتظر في كل يوم تطور القصة وتوقعات نهايتها.

غير أن نجاح المسلسل واستحواذه على اهتمام الجزائريين، وضعه في الوقت ذاته على مشرحة النقد وأحيانا الهجوم الحاد، الذي وصل إلى مساعلة وزير الاتصال نفسه أمام قبة البرلمان، فقال أحد النواب إن «هناك مبالغة كبيرة في ترويج أبطاله للمخدرات، وجعل المنحرفين نجوما على الشاشة، إضافة إلى كثافة استخدام الأطفال». وانتقد آخر الصورة المسيئة حسبها، التي أعطيت للحجاب، بسبب أن إحدى بطلات المسلسل محجبة بينما تقوم بترويج المخدرات وبيعها للشباب.

وبدا أن الوزير محمد بوسليمان في رده لم يكن قاطعا ضد ما تبثه الدراما الرمضانية، واختار مساييرة النواب المحافظين بالحديث عن توجيهات عامة كانت قد قُدمت عبر «سلطة ضبط السمعي البصري» التي أصدرت بيانا قبل دخول شهر رمضان، يدعو القنوات لتجنب الانزلاق وراء الريح المادي ونسبة المشاهدة وتجنب الإثارة ومظاهر العنف في كل أشكاله وأنواعه، وأيضاً احترام المرجعية الدينية الوطنية، وحماية الأطفال وتقديم خدمة إعلامية ترقى إلى تطلعات العائلة الجزائرية.

وأوضح علال في تصريح لـ«القدس العربي» أن هذا النوع من الدراما برز في السنوات الأخيرة بشكل خاص مع مسلسل «أولاد لحلال» الذي حاز مشاهدة عالية عام 2018، ومنذ ذلك الوقت أصبحت مواضيع الدراما التي يطلق عليها «الأندراوند» تشد إليها المنتجين، وهي أعمال تحاكي الواقع، وتتطرق إلى قصص من الأحياء الشعبية، وهموم الشباب وتلامس جراح المجتمع المسكوت عنها. وأردف المتحدث: «مثل هذه القصص التي لم يعتد الجمهور الجزائري على مشاهدتها، خاصة في القنوات العمومية، تطرح السؤال حول علاقة الصورة التي يجب أن نسوقها عبر شاشة التلفزيون، ودور الدراما الذي يبدو أن الجمهور العريض لا يفهمه بسهولة، ما يجعله في العادة يصدر أحكاما ومقارنات غير فنية، متناسيا أن العمل الفني مهما اقترب من الواقع فهو يبقى مجرد فن يتميز بالخيال والحكي». ويشير علال إلى أن الدراما بالنسبة للمتلقي العربي وليس فقط الجزائري دائما في قفص الاتهام، عندما تتناول السلبيات، وهي في عين السخرية عندما تقوم بتجميله. وما حدث من جدل حول مسلسل «الدامة» لا يخرج، حسب، عن تلك المعادلة، حيث تحرك بعض سكان الحي للدفاع عن حيهم باب الواد، باعتبار أن ما قدمته دراما الدامة يعتبر تشويها للواقع.<sup>257</sup>

ومنه يمكن تلخيص الأمور التي انتقد فيها الجمهور مسلسل الدامة في:

تكريس الفساد في المجتمع والتشجيع عليه

جعل مجرمين أبطال ونجوما خاصة الطفل رؤوف

تشويه صورة المجتمع الجزائري وسكان حي باب الواد

<sup>257</sup> محمد سيدمو، الجزائر: مرجع سابق، <https://www.alquds.co.uk/>

وهذه النقاط التي نحاول من خلال بحثنا تأكيد وجودها في رسالة المسلسل وصدق انطباع المشاهد أو نفيه.

### الدراسة الميدانية:

#### محتوى الحلقة السابعة

أحداث الحلقة: تصوير علام في حالة الفرار ويتحدث مع صديقه حول كيفية نفوذ من العدالة التي تلاحقه بسبب تجارة الآثار، ومثول الطفل رؤوف أما العدالة والحكم عليه بالسجن 10 سنوات وسط حسرة العائلة، وفرار رضا من عبد الحق الأخير الذي استطاع القبض عليه وإصابته إصابة خطيرة أدخلته المستشفى وإسالك الشرطة له وهو متلبس بحوزته مخدرات وضعها عبد الحق في جيبه

#### الاطروحات المتضمنة في الحلقة السابعة:

أطروحة 1: دور أجهزة الدولة والقانون في محاربة تجار المخدرات

من خلال ملاحقة المتهم علام ومحاكمة الطفل رؤوف والتحقيق في تجارة المخدرات

أطروحة 2: الأم تعاني من أعمال وفساد الأولاد

كل الفساد الذي يلحق بالطفل رؤوف أدى إلى معاناة أمه، أيضا فساد علام ورضا نتائجه بأن أمه كانت محط ملامة من طرف أم الطفل رؤوف

أطروحة 3: محبة الأم

يظهر المسلسل حقيقة كبيرة وهي رغم الإجرام والفساد فالأولاد معظمهم متمسكون بأهمهم ويعملون المستحيل لإسعادها، ولا يقبلون الإهانة لها وتجلى ذلك واضحا في سلوك الطفلين رؤوف وبلال اتجاه أمهم وسلوك علام اتجاه أمه

أطروحة 4 انتشار وطغيان الفساد في المجتمع الجزائري

كل حيثيات القصة في الفيلم تشير إلى انتشار الفساد في المجتمع وينسب متفاوتة

أرجع كاتب النص والمخرج هنا أسباب الفساد كلها للفقر، واعتبره هو محرك الفساد والاجرام

العرض جزئي لمضمون الحلقة والخطاب المحتوي فيها:

تبدأ الحلقة بعرض علام في مكان بعيد عن الأعين وهو فار من العدالة بعد اكتشافه  
وقد جرى حوار بينه وبين صديقه رشيد

رشيد: جاو زدمو عند يماك مالقاو والو

علام: عند لعجوز؟.... كفاش راهي؟.. تعيش رشيد ديرلي طريق باش نروح نشوفها

رشيد: منقدروش لخاطر الدار راهي معسوسة

علام: ماقدرنش خو..... عيط لفاروق خلي يجيني...واسمع زكية تقدر تجيها

رشيد: ايه بصح لازم نصبرو يما

رشيد: علام قلع

علام: واش راك حابني نهرب خو

رشيد: مش قضية تهرب ام وان ينساوك يامات او عيطلي الخير وقالني جيبولي لهنا انا نخرجوا  
على الحدود

علام: مزال شوية...خو منخبيش عليك دزاير منصبرش عليها

وتم يقامان بمواصلة الحديث وهم يلعبان الدامة

بعدها مشهد للشرطة تجول في الحومة وتساءل عند علام، ليدور حديث بين عمي الصالح البائع  
وشاب من الحومة ويقول الشاب ليسأل: عائلة الكوردوني واش مندعاوي لحقتهم واحد هارب واحد  
بين الحياة والموت لآخر مات مقتول...هذاك علام تعرف كنت حاسدو على البالاماريكان لي  
عندو

الصالح : يا بني وشبيك او الرزق على ربي...وناس زمان قالك لي مكتوب في الجبين ما ينحوه  
لندين

الشاب: كلام صواب اعمي الصالح

وتم يبدأ المشهد بدخول الأم حورية إلى قصر العدالة لتواجه حكم ابنها الذي قتل زميلا له في  
المتوسطة

ثم لقطه داخلية لدى مكتب القاضي تجمعها مع ابنها في مقابل القاضي إلى جانب محاميتها ومحامي الضحية

القاضي: قلي وليدي انت حبيت تقتلو ولا طبعو كي كنت مقلق

الطفل : هدرلي في يما ولي يهدرلي في يما ما نسملوش

القاضي: بصح شكون لي بدا لفتان ننا ولا هو

الطفل : طبعو لوكان نلقى ناكلو ناكلو

الأم: وليدي ماشي قتال شفت طفل يقتل طفل مكانش منها هادي الموت تاع بباه هي لي أثرت فيه سبا ما شي هوا هداك رضا كاشي ما شربلو لافامي تاع الصيد هوما السبة خوه علام

المحامية: بلعقل يا مدام هكاك راكي تقلقي في القاضي

سيدي الرئيس الموكل تاعي مزالو طفل صغير وماشي تاع قتل عمدي مزالو حاليا متأثر بالموت تاع بباه والظروف الاجتماعية لي راهي عايش فيهم ونلتمس من حضرتكم الاستفادة من أقصى ظروف التخفيف

القاضي: راكي تعرفي يا أستاذة بلي القانون في هذا الحالة صارم (بدلا من رانا في جريمة قتل شنيعة ..)

خاصة في حالة الضرب المفضي الى الوفاة)

(دون كلام محامي الضحية ولا انفعاله)

الشرطي يأخذ الطفل إلى الحبس

الطفل: يما متزعفيس وليدك راجل ولي يهدر عليك نقطعو

الام : علابالي بيك انت راجل ووليد بباك بصح قلم بلي ننا مدرتهاش بالعاني

رؤوف نحتاجك وليدي حتى خوك صغير تخليه وحدو

الطفل يما ما تبكيش وبلال تقدري تتكلي عليه بيان عاقل بصح هوا زندا

الام علابالي بلي نتوما رجال بصح ماشي هكدا

المحامية مدام اصبري بالعقل فيها خير نشا الله دوك نديرو استانااف الحكم بصح لازم  
بيدل اقوالو

الام: سمعت واش قالتك بدل الهدرة تاكك وليدي الله يسترك بدلها وخرجنا من هذا الحبس لي راك  
فيه مزالك صغير على هذا الشي متعرفش دركا بصح انا نفلك يماك كبيرة وتعرف مجربة وليدي  
يعيشك وليدي بدل هدرتك بدلها

الطفل: بابا علمني كي نقول كلمة منوليش للور (هنا عادة يقولها الطفل الذي اخذ الأمور السيئة  
تلك من والده وهو كان عكس والده تما ولا يسمع كلامه ولا كلام امه وهذه الطريقة في الكلام اخذها  
من رضا)

الام : قالك على الحق ماشي هكا معلبالوش بلي رايح تدخل الحبس هذا يسميوه حبس اوليدي  
تعرف واش معاناتها حبس

الله يعيشك وليدي بدل هدرتك وليدي علاه علاه تهلا في وليدي للشرطي

#### نقد المضمون:

يعرض مضمون الحلقة من المسلسل مصير الفاسدين ومشيعي الفساد في المجتمع وهو مواجهة  
القانون والعدالة، والتي استطاع المجرمون الأقوياء الفرار منها بينما تم الحكم على الطفل الضعيف  
بعد قتله لزميله في المتوسطة والذي مثل أمام القاضي وتم إيداعه سجن الأحداث بحكم 10 سنوات  
وسط انهيار عصبي للأم في حين تواسيها المحامية بالتماس استئناف الحكم

وما قدمه الفيلم واقع حقيقي تجسم في الفساد الطاعي والذي لا تستطيع حتى العدالة القضاء عليه  
بسهولة، لكن ما يشوب هذا المضمون هو في قصة الطفل الذي اعتبرته القصة انه طفل نشأ في  
كنف عائلة محافظة وابوه متدين، فممكن جدا أن يحدث لهذا الطفل أن يقتل بالخطأ لكن ردة فعله  
ستكون حتما الندم أو البكاء أو الفرع مما فعله وهو الذي لم يظهر على الطفل "رؤوف" تماما  
حتى في فراقه لأمه لم يحزن، والشيء الذي جعل المشاهد أكثر يستتكر من الكاتب استخدام الطفل  
لعبارات توحى بالبطولة رغم أنه لم يفعل شيء مما رياه أبوه يحدث تناقض في هذا المشهد حيث  
يقول لأمه " بابا علمني كي نقول كلمة منوليش للور" هذه العبارة بالذات توحى بأن الأب هو مثال  
الأعلى له بينما الطفل كان متمردا على أمه وأبيه قبل وفاته والذي لم يشاهد المسلسل من أوله

ستبدو صورة الأب على أنه ذلك الرجل القاسي والمشككي، أو لديه سوابق في مواجهات عنيفة مع الناس وهو العكس تماما مسالم ومبتعد عن المشاكل ومنعزل في الحارة المليئة بالمشاكل.

بالنسبة لأطروحة تعلق الأبناء بالأم فالطفل فعل فعلته لأجل أمه وكرامتها، وعلام لأجل أمه وعلاجها وحال فراره كان يبكي لفراق أمه، هذه الأطروحة معقولة جدا وموجودة حتى في المجرمين خاصة منهم من عاش يتيما، وهو يبدو له أنه يساعد أمه وهو في حقيقة الحال يؤذيها حقيقي ومعقول جدا لكن الأطروحة مبالغ فيها فبالمقابل توجد نماذج غفل عنها الكاتب وهي عقوق وضرب الوالدين نتيجة المشي في طريق الفساد والمخدرات، ويظهر هذا في الأشخاص الفاسدين بصفة دائمة أو حالات الغضب وتغييب هذه الخاصية في الفاسدين جعلهم يبدون كأشخاص جيدين عائليا بل وظهرت الأم كمبرر لأعمالهم وهذا الأمر غير حقيقي

أيضا هناك صورة متناقضة مع الواقع أظهرت علام المهرب على أنه بطل والذي قال لصديقه عندما نصحه بالهروب خارج الجزائر فرد عليه علام: خو منخبيش عليك دزاير منصبرش عليها" هذا الكلام لا ولا يمكن أن يصدر من مخربين وتجار مهربين للآثار يحطمون البلاد بأعمالهم والمشاهد هنا يحس بمحاولة تبييض هذه الشخصيات في المجتمع وجعلها أبطالاً ، حتى وإن كان من الممكن وجود حالة مثل علام فاسد ولا يريد مغادرة البلاد فلن يعبر ولن يجرؤ على التعبير بتلك الطريقة فمثلا سيقول : "منقدرش نبعد على داري وحومتي" وليس الجزائر

أيضا ما يشوب مضمون القصة هو غياب المعالجة في مقابل تقديم التبريرات للفساد الذي أصاب الشخصيات الطفل "رؤوف" لأجل الفقر وأمه وعلام لأجل أمه ورضا لأجل الزواج وهذه ليست مبررات فبالعكس السبب هو الجشع فالعائلات الجزائرية الفقيرة أكثر محافظة وأخلاقا من غيرها وبدل إظهار هذه النماذج المستقيمة في وسط الفساد كأبطال في القصة غيبتهم القصة وهمشتهم،

ولم يقدم الفيلم الصورة الأخرى المقابلة لهذه الأمثلة مثلما هو مفترض فالمعالجة الإعلامية بالدراما تفترض دائما الجانب الارشادي التوجيهي وغيابها بالتالي غياب الهدف من القصة ، لما نسمع للمخرج أو كاتب السيناريو في وسط هجوم المجتمع على المسلسل يبرر أن المسلسل يمثل الواقع لكن عادة وسائل المسلسلات تحاول معالجة الواقع بإضافة النهاية المأساوية للشخصيات الشريرة أو بإبراز نجاح الشخصيات السوية ولو في اطمئنان النفس والجانب الديني وهو ما لم يظهر في المسلسل، الذي جعل من العدالة الضعيفة هي النهاية المأساوية

وأكثر أمر يشوب المضمون هو معالجة قضية الطفل رؤوف أيضا فعند مثوله أمام العدالة كانت مخاطبة القاضي لهو بنبره هادئة ويبدو فيها محاولة لتبرئته وكأن الأمر يتعلق بضرب وليس جريمة قتل شنيعة مست طفلا بريئا وحتى المحامية تتكلم ببرودة وتغيب لردة فعل محامي الضحية الذي كان بدون كلام أمر يدعو للاستغراب الواقع يقول أن القاضي يكون في هذه الحالة مكشرا شديد اللهجة مع الجاني ويحاول إعطاء القضية حجمها، وعادة يكون محامي الضحية أو المدعي العام مطالباً بالمؤبد ويعرض حالة عائلة المجني عليه، أيضا تغيب مريب لعائلة الطفل المجني عليه ما جعل الطفل في الساحة وكأنه لم يفعل شيء بل محطا للبطولة.

### نقد الشكل:

العنوان: كان فريدا من نوعه ومعبرا تماما عن أحداث القصة، الدامة وهي لعبة شعبية ، حيث يستطيع الفوز في هذه اللعبة الماهر كما يستطيع الفوز بها المخادع والغشاش وهذا معبرا جدا عن الحياة في الأحياء الشعبية في الجزائر

أما بالنسبة لأماكن التصوير: فحي قديم من العاصمة هو مناسب جدا لكن المعيب أن المشاهد كلها كانت في نفس الحي فمسلسل بهذا الحجم كان لابد أن يأخذ نطاقا أوسع في التصوير

مكان تصوير مشهد علام وهو مختبئ من العدالة يبدو مكان أثري أو مكان تحت الأرض يشبه قصور الاتراك في العهد العثماني مكان غير مناسب للتصوير ولا يعبر عن مكان مناسب للهروب فعادة مكان الهروب يكون بيت قديم مهجور لا أدري ماذا أراد المخرج بهذا المكان الذي يوحي بأننا في أفلام مافيات الهند أو الولايات المتحدة

التأثيرات: المؤثرات غائبة في جل المشاهد خاصة مشهد الطفل لما قال يما متزعفيس وليدك راجل ولي يهدر عليك نقطعو هنا المؤثرات كانت يجب أن توحى بردة الفعل الغير متوقعة والشاذة للطفل وعند كلام الأم كان لابد وان ترفق بموسيقى تصاعد الاحداث لا موسيقى حزينة وكأن ما يقوله الطفل محزن أو مثير للشفقة بل هو مثير الاستغراب وللإحباط وهو ما أوحى للمشاهد ببطولة لدى الطفل رؤوف في مقابل أنها كارثة في قسوة وتحجر قلب الطفل، فمثلا لو أضاف المخرج صدى لصوت الأم وكأن الطفل لا يسمع ولا يفهم ما تقوله لما أخذ هذا الانطباع عن الطفل . ولو استغل المخرج مؤثرات توحى بحالة نفسية سيئة للطفل لما استاء الجمهور لأن ترك المشهد من دون مؤثرات جعل الطفل يبدو بطلا

الموسيقى: شبه غائبة في مشاهد الحلقة 7 وجل الحلقات، ورد فقط منها الموسيقى التي صاحبت ظهور رضا في المستشفى تبدو حزينة وتثير شعور بالحزن والشفقة من المفترض تكون موسيقى توحى بالخطر أو الفشل

الديكور: ديكور في الحلقة كلها غير ملفت تماما

الألوان: ألوان في المسلسل باهتة وذات طابع سينمائي أيضا تميل العتمة في المسلسل الى الأفلام التاريخية فهي توحى بالقدم على الرغم من حداثة أحداثه لكنها لم تشكل عيبا في المسلسل لأنها أدت بطبيعة الحال إلى التركيز على الشخصيات

زوايا التصوير: زوايا التصوير واحدة غير متنوعة تتبع الأحداث فقط

وكانت جلها زوايا أفقية بلقطات: عامة LS تصور الأشخاص من أخصم القدمين إلى أعلى الرأس مع جزء من المكان حوله، ولقطات متوسطة قريبة MCS وهي اللقطة تصور الشخص من صدره حتى أعلى رأسه وهي اللقطة تظهر تعبيرات الوجه هنا طاغية وعينا الشخص بارزتان. كما أن درجة لون بشرته يمكن تمييزها

وردت زاوية رأسية مناسبة جدا مرة واحدة لما سقطت الأم وأغمي عليها ومرة عند صراخ الطفل بلال على جيرانه

ويمكن القول هنا أن المخرج لم يستغل التنوع في اللقطات وزوايا التصوير بما يزيد التشويق وايصال الفكرة بسهولة للمشاهد ولكن على العموم لم يكن ذلك معيبا للعمل، أيضا لم يستغل المخرج الحركة السريعة بين اللقطات فجل اللقطات بطيئة الانتقال

اللغة: اللغة كانت جد مناسبة وقريبة من اللهجة الجزائرية، لكن ما يعاب عليها أنها لما اختارت كاتبة السيناريو بعض الشخصيات السيئة بأن تكون لغتها سوقية لم تلتزم بذلك في كل المشاهد خاصة حالت الغضب فالأشخاص في حالة الغضب تزيد ألفاظها السوقية وهذا لم يظهر مع شخصية علام تمام حيث كان كلامه مؤدبا مع صديقه وحتى مع زكية وهو غاضب

حتى لغة رضا تاجر المخدرات تخف حداثها أحيانا وفي مواضع كانت لا بد وأن تبدو سوقية أكثر

أما بالنسبة للهجة الطفل رؤوف وأخوه بلال والأم حورية والعم صالح فكانت جد معبرة وقريبة من واقع اللهجة لدى تلك الفئات من المجتمع

## نقد الشخصيات:

طغيان للشخصيات الفاسدة دون مقابلتها بشخصيات سوية ومستقيمة إلا في شخصيتان وهما الحاج عبد الحق الذي توفي سريعا، والعم حمزة الذي بدا مهماشا في المسلسل ولم يعتني السيناريست والمخرج بإبراز هذه الشخصية المتفردة الصالحة في وسط الفساد ، وذهبت القصة إلى إبراز كبير للشخصيات الفاسدة

وذلك يوحي بأن الشباب كله هكذا بينما الشعب الجزائري فيه شباب صالح

شخصية رضا تاجر المخدرات وعلام فقط من تثير النفور وتسبب كره المشاهد لهم بينما شخصية الطفل لا ولم يكن في ايماءاته ولا المؤثرات المحيطة به ما يعطي انطباع سلبي للشخصية شخصية الام : منفعة كثيرا ، لا دموع في معظم تمثيلها والأم دائما يبدأ انفعالاتها بالدموع.

الأسلوب: أسلوب الفيلم كان مشوقا للجمهور في معظم الحلقات وأكثرها الحلقة السابعة، أما من حيث الوضوح فهو واضح جدا فلا يحتاج المشاهد للتدقيق لمعرفة المقصود في المشاهد وقدم كل التبريرات له

وبالنسبة للاستمالات العاطفية فهي نجحت في اثاره عاطفة الامومة والاشمئزاز من متعاطي المخدرات رضا لكنها سقطت لأنها حاولت بطريقة ما بإثارة عاطفة الشفقة والتعاطف مع علام تاجر الآثار لا يفهم سببها .

## نتائج:

أصاب مخرج المسلسل في تصوير واقع وحال الفاسدين في المجتمع خاصة تجار المخدرات ونجح في توعية وتغيير المجتمع منهم ومجسد دور رضا كان بارعا في إيصال الفكرة وخطورة الشخصيات المروجة للمخدرات فقد تقمص الدور ببراعة

في حين خرج المسلسل عن المطلوب وفشل في تصوير الطفل رؤوف والعنف الصادر منه ضد زميله، وكذا مشهد خطاب علام مع صديقة رشيد ليعطي إحساسا للمشاهد بأنهم نجوم وأبطال .

فقد بين التحليل النقدي خاصة لخطاب المسلسل صدق إحساس المشاهد حول كون المسلسل بطريقة غير مقصودة أحيانا جعل من شخصيات فاسدة أبطالاً وهو ما تجلى في خطاب وقول علام: "الجزائر منصبرش عليها" ونسب الطفل رؤوف أفعاله لأبيه بقوله "أنا بابا علمني كي نقول

كلمة من وليم لور " وأبوه رجل ملتزم ومتدين والطفل متمرد لم يأخذ شيء من أبيه ولا أمه. وهي غير مقصودة حسب تقديرنا فإبراز شخصية الطفل رؤوف كبطل كانت ناتجة عن:

أولا غياب المؤثرات المصاحبة لظهور الشخصية التي كانت يجب أن تؤثر في المشاهد ليأخذ موقف نبذ للشخصية على أنها حالة نفسية غير سوية نتجت من صحبة السيئة

ثانيا: غياب الشخصيات السوية في القصة وما ظهر منها كان مهما كمشاهدة حمزة جعل من الطفل هو البطل البديل للمشاهد فلا بد لكل قصة من بطل، فلو أن السيناريو والمخرج على حد سواء على سبيل المثال ركزوا على شخصية حمزة لتكون النموذج السوي الذي يعبر عن الصلاح في فئة الشباب رغم الفساد المحيط ولو كان بنهاية محزنة لكان الفيلم سويا في معالجته للواقع فالواقع الجزائري وحتى العالمي يبرز للواقع هكذا هذا جواب للمخرج الذي تلقى نقد المجتمع بالتحجج بالواقع

#### خاتمة

بالنسبة للهجوم على المسلسل كان في الحقيقة المشاهد صادقا في احساسه حول ما قدمه المسلسل لكن عجز عن التعبير عن سبب هذا الإحساس وهذا ما يفصل العلم فيه دائما، فالمسلسل خاصة بعض اللقطات كانت تقدم أشرارا على أنهم أبطالاً سواء بقصد أو من غير قصد، وهذا السلبي قضى على روعة المسلسل كإنتاج فني فريد من نوعه في الساحة الجزائرية، يرجع ذلك حسب تصوري لغياب عمل النقاد الإعلامية في الساحة الإنتاجية للأفلام الجزائرية فلو تم عرض هذا المسلسل على نقاد قبل عرضه على المشاهد لتمكن المخرج والسيناريست من تدارك الأخطاء وتحسين العمل، لذلك يقترح دراستنا تفعيل النقد الإعلامي في مسار الإنتاج السينمائي والتلفزيوني والإذاعي

قائمة المراجع والمصادر:

- أميرة محمد سيد (2019)، تحليل الخطاب: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، م8، ع3، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- سميرة محمد موسى (2020)، خطاب الصحافة المصرية والغربية تجاه الاقتصاد المصري (في الفترة من يونيو 2014 - 2017) دراسة تحليلية على عينة من الصحف الاقتصادية، دراسة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر
- محمد عبد الحميد (2010)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- محمد منير حجاب (2003)، الموسوعة الإعلامية، المجلد3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- محمد شومان (2007)، تحليل الخطاب الإعلامي أسس نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.
- محمد سيدمو، الجزائر: جدل سياسي ومجتمعي حول مسلسل «الدامة» ونقاد يدعون للنفقة بين الدراما والواقع، 2023/04/06، <https://www.alquds.co.uk/>

## الممارسة الإعلامية في عصر المحتويات التي ينتجها المستخدم Media practices in the era of User-Generated Content (UGC)

أ. خولة الزين / د. محمد هموش : الصحافة والإعلام الحديث كلية اللغات والآداب والفنون  
جامعة ابن طفيل-القنيطرة

### ملخص:

يواجه الإعلام تحديات في التكيف مع التطورات التكنولوجية وتغيرات سلوك مستهلك الإعلام. لا سيما في عصر الفيديوها المتداولة وتأثيراتها على ممارسات الإعلام ودوره في المجتمع. تسلط الورقة البحثية الضوء على طرق استخدام الفيديوها المتداولة كوسيلة رئيسية لنقل الرسائل وتوثيق الأحداث، مما يجعل الخطاب الإعلامي أكثر ديناميكية وتفاعلية. كما تناقش الورقة في المقابل التحديات الأخلاقية والمهنية التي تنشأ من انتشار الأخبار المضللة والتحريرية عبر وسائل الإعلام الحديثة. بالإضافة إلى كيفية صناعة المادة الإعلامية بالاعتماد على محتويات الصحفي المواطن وكيفية غرلة المضامين وانتقاء المعلومات والتحقق من مصداقيتها وسلامة أسلوبها.

### الكلمات المفتاح:

الفيديوها المتداولة / Virals / الإعلام الجديد / صحافة المواطن / الصناعة الإعلامية / وسائل التواصل الاجتماعي / UGC

### Abstract:

The media faces challenges in adapting to technological advancements and changes in consumer behavior, especially in the era of viral videos and their impact on media practices and its role in society. The research paper highlights the ways in which viral videos are used as a primary means of conveying messages and documenting events, making media discourse more dynamic and interactive. Additionally, the paper discusses the ethical and professional challenges arising from the spread of misleading and biased news through modern media. It also examines how to create media content by relying on citizen journalist contributions, as well as how to screen content, select information, verify its credibility, and ensure the integrity of its style.

في عالم مليء بالتحويلات التكنولوجية السريعة، يعيش الإعلاميون عصر الصحافة الرقمية بقدر كبير من الريبة والتردد. وذلك لما تحمله هذه التحويلات من تحديات مهنية واجتماعية وأخلاقية واقتصادية. كلٌ حسب إيقاعه، يتابع تغير المنظومة الإعلامية من خدمةٍ ورسالةٍ مجتمعيةٍ إلى صناعة ربحية محضة، يتربع على عرشها الهاجس المادي الربحي وعدد المشاهدات واللايكات وخدمة الأجندات. الصحفيون، وهم سائرون في درب صاحبة الجلالة، يواجهون أسئلة مهمة حول قدرة المهنة على الصمود أمام تيار الثورة الرقمية الجارف.

تشهد وسائل الإعلام تطورات هائلة تؤثر بشكل كبير على شكل ومضمون المنتج الإعلامي. من بين هذه التطورات، تبرز ظاهرة انتشار الفيديوهات المتداولة بشكل لم يسبق له مثيل، حيث أصبحت هذه الفيديوهات لغة العصر الرقمي، تنقل الأحداث والأفكار بسرعة واسعة النطاق، وتؤثر بشكل كبير على سلوك مستهلكي الإعلام.

يعتبر الفيديو المتداول أحد أهم وسائل التواصل والتأثير، حيث يمتلك قدرة فريدة على إيصال الرسائل وتوثيق الأحداث بشكل مباشر وواقعي. يعكس هذا التحول الجذري في وسائل الإعلام نوعاً جديداً من الخطاب الإعلامي، يتسم بالدينامية والتفاعل والشمول، حيث يمكن لأي شخص بسهولة إنشاء فيديو ومشاركته عبر منصات التواصل الاجتماعي. يتطلب هذا التحول الجديد في الإعلام مراجعة شاملة لممارسات الإعلام التقليدية، فلا يكفي اليوم أن تكون وسيلة إعلامية محترفة للنجاح في نقل الرسالة، بل يجب أيضاً أن تكون قادرة على التفاعل مع الجمهور واستيعاب تغيرات سلوكه الإعلامي.

تتساءل هذه الورقة البحثية عن كيفية استفادة وسائل الإعلام الحديثة من هذا التحول لتعزيز دورها في المجتمع، وعن التحديات التي يواجهها الصحفيون عند صناعة المحتويات وكيفية التحقق من هذه الأخيرة لتقديم خدمة إعلامية مهنية.

### إشكاليات الورقة البحثية:

تهدف الورقة البحثية إلى الإجابة عن الأسئلة الإشكالية التالية:

ما تعريف المحتويات المتداولة User Generated Content؟

ما هي التحديات التي تواجه الصحفيين عند التعامل مع هذه المحتويات؟

ما هي إيجابيات وسلبيات ال-UGC؟

كيف نتحقق من المحتوى؟

أهداف الورقة:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى فهم التحولات التي تطرأ على العمل الصحفي، مما يساعد في رسم خطط واستراتيجيات لتطوير الممارسات الإعلامية. وتسلط الضوء على التحديات التي تواجه الإعلام في عصر المحتويات المتداولة، وبالتالي تساعد على إيجاد حلول فعّالة. تقدم الورقة كذلك اقتراحات وتوصيات لاستعمال وسائل الإعلام الحديثة بشكل أفضل من أجل تعزيز دورها في المجتمع وتحقيق أهدافها الاجتماعية والمهنية.

كما تروم هذه الورقة الإسهام في تطوير المجال الأكاديمي لدراسة وسائل الإعلام، وتعزيز فهمنا للتطورات الإعلامية الحديثة.

تعريف الفيديوهات المتداولة (Virals):

تبنى وسائل الإعلام موادها الصحفية على مصادر متعددة من الصحفيين والمراسلين ووكالات الأنباء والمؤسسات والشخصيات العمومية، بالإضافة إلى المحتويات المتداولة التي يصطلح عليها بال-UGC. هذا المصطلح يعتبر اختصاراً لعبارة: "User Generated Content"، ويشير إلى أي محتوى ينشئه أو يشاركه الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي أو منتديات المحادثة الإلكترونية، ويمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الإعلام التقليدية، كالقنوات التلفزيونية، أو الإذاعية، وعبر المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة شاملة.<sup>258</sup> وقد أصبح المحتوى الذي ينتجه المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي، من المصادر الرئيسية في إنتاج المحتوى داخل غرف الأخبار.<sup>259</sup> وبالتالي، تتداخل الممارسة المهنية مع الصحافة المسماة مواطنة، وتخدم كل واحدة الأخرى. فهذه الأخيرة تأتي بالمادة الخام التي تستقيها من عين المكان، أما المهنية، فترتكز أساساً على التحقق من الخبر وإيصاله إلى أكبر عدد من المتلقين، لا سيما وإن كانت المنصة الإخبارية تصل إلى متابعين كثر. وبالتالي، يصبح باستطاعة الجمهور المشاركة في كل مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي سواء من جمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار بإرسالها للآخرين أو حذفها، ويؤكد المفهوم (الصحافة

<sup>258</sup> بعزیز ابراهيم، تكنولوجيايات الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ص. 173-172

<sup>259</sup> يونس مسكين ومحمد خمائسة، دليل أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي، معهد الجزيرة للإعلام 2022

المواطنة) على مبادئ المساهمة الجماعية والتطوعية والاختيارية من قبل المستخدمين، وعلى تنوع وتعدد وجهات النظر والمعلومات والآراء المطروحة من قبل المستخدمين الذين ينتمون لفئات عمرية وجغرافية وثقافية متنوعة، وعلى تقاسمهم وتشاركهم للمعلومات والأخبار والصور مع غيرهم من المستخدمين.<sup>260</sup>

غير أن هذا الطرح لا يروق للكثيرين ممن يرون أن الـ UGC، تسير عكس تيار الخدمة الإعلامية المهنية. وذلك لإثارته مجموعة من الإشكاليات الأخلاقية حول صحة الخبر ودقة مكانه وزمانه، ومدى احترامه لأخلاقيات مهنة الصحافة قبل تحويله لمادة على المنصات الإخبارية.

### التحديات التي تواجه الصحفيين عند التعااطي مع الـ UGC:

#### 1.2 الملكية الفكرية:

أول علامات الاستفهام المطروحة عند تناول تحدي الملكية الفكرية للفيديوهات المتداولة: هل يُعدُّ المحتوى المنشور على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي "ملكا مشتركا" من حق المنابر الإعلامية الاستعانة به؟ أم يتطلب ذلك الحصول على إذن بالنشر (Acquisition)؟

بين مواطن لم يُجب وآخر لم يصل إليه الصحفي، قد تضيع الكثير من المعلومات والفيديوهات. لكن لسان الحال، يقول إنه من الضروري الحصول على إذن ما لم تطبق قيود أو استثناءات خاصة. ووفقاً لمعاهدة الويبو بشأن حق المؤلف ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي، كما اعتمدهما الدول الأعضاء في الويبو، يتطلب نشر مصنّفات الآخرين وعروض أدائهم وتسجيلاتهم الصوتية عبر الإنترنت بموافقة من صاحب الحق ودفع الرسوم ذات الصلة. وقد جعل النمو السريع الذي يشهده الإنترنت من هذه الوسيلة قناة مهمة للمستخدمين للوصول إلى المصنّفات.<sup>261</sup>

وفي الواقع، أصبحت حماية أصحاب ذوي الحقوق المرتبطة بالإنترنت تشكل تحدياً مشتركاً للمجتمع الدولي، لاسيما وإن تصادفت مع حوادث قد تلغي هذه الضرورة.

الكارثة الطبيعية مثال لهذه الاستثناءات حيث إن الوقت بين الطلب والجواب قد لا يسمح بذلك، وعليه يمكن اتباع الإرشادات التالية:

<sup>260</sup> السيد بخيت، أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد الثاني، يوليو - ديسمبر، 2008، ص 3 - 6  
<sup>261</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية، أساسيات الملكية الفكرية: سؤال وجواب للطلبة والطالبات، ISBN 1-3071-805-92-978

ربط التواصل مع صاحب المحتوى بغية أخذ الإذن بالنشر مع الانتباه إلى أن تكون الرسالة واضحة وصريحة.

التحقق من مصداقية المحتوى ومكان وزمان الحدث وواقعيته من عدمها، نظرا لظهور محتويات الذكاء الاصطناعي العارية من الصحة.

الحرص على إدراج اسم صاحب المحتوى على الشكل الذي تم التوافق حوله.

الموازنة بين حقوق المحتوى في حالة عدم التواصل مع صاحبه وبين المصلحة الفضلى للخدمة الإعلامية التي تستوجب إيصال المعلومة فور التوصل بها لاسيما في حالات الكوارث الطبيعية أو ما شابه ذلك.<sup>262</sup>

## 2.2 أخلاقيات المهنة:

بقدر ما أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توسيع حرية التعبير في الإعلام الجديد، بقدر ما فتحت الباب على مصراعيه أمام أنماط جديدة من الانتهاكات الأخلاقية. وبقدر ما يفترض أن تزيد من قدرة الصحفي على الإبداع والتميز عن طريق معرفة كيفية استخدام هذا الإعلام الجديد للبحث والنشر والبت، وكيفية استخدام النصوص والصور الآتية من المواطنين في عمله وكيفية تقديمه المحتويات للجمهور عبر المنصات المختلفة لهذا الإعلام الجديد.<sup>263</sup> لذلك يذهب كثير من الصحفيين والمهتمين إلى أن خصائص النشر الرقمي تستدعي إعداد موثيق أخلاقية خاصة بها.<sup>264</sup> وفي هذا الإطار قامت الفيدرالية المهنية لصحفي مقاطعة كيبك في كندا بتطوير ميثاقها الأخلاقي بإدراج مبادئ خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار أو المحررين دليلا اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين لهذه الطفرة الإعلامية، وكذلك فعلت كل من وكالة الصحافة الفرنسية (أ.ف.ب) رويترز وبي بي سي.<sup>265</sup> ما يمكن استقراؤه من معطيات هذه الموثيق مجتمعة، هو أن أخلاقيات مهنة الصحافة واحدة، لكن تكييفاتها متعددة حسب أصناف الوسائط الإعلامية.

في حالة الإعلام الرقمي، بات الواقع التكنولوجي الجديد يفرض التزامات أخلاقية أخرى، ذات طبيعة تقنية عند إنتاج المحتوى الرقمي:

<sup>262</sup> يونس مسكين ومحمد خمابسة، دليل أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي، معهد الجزيرة للإعلام 2022، ص 43

<sup>263</sup> إيمان عليوي، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد"، جريدة المدن اللبنانية، 08 ديسمبر 2015

<sup>264</sup> د. عبد الوهاب الرامي، الجامع في أخلاقيات الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام والمجلس الوطني للصحافة في المغرب، الصفحة 60

<sup>265</sup> إيمان عليوي، مرجع سبق ذكره

إخفاء ملامح وجوه الأطفال والأشخاص إن لم تتم الموافقة على بثها.

إخفاء وجوه المتهمين المشتبه بهم أو المتهمين أو المدانين.

حذف بعض اللقطات العنيفة أو المخلة، أو وضع تحذير أول الفيديو إن كان ضروريا مشاركتها، مع أخذ مدى خطورتها بعين الاعتبار.

تحيين المادة الصحفية كلما استوجب الأمر ذلك، ويشمل التحيين الشكل (تصحيح لغوي، توضيح فقرة غامضة، إضافة رسم توضيحي أو مبيان...) والموضوع (إضافة مستجد، إعادة التوازن داخل مادة إعلامية بتوظيف مصدر آخر مكمّل...)<sup>266</sup>.

الإفصاح عن الشركة الممونة للمحتوى، وذكر الجهات الشريكة عند تغطية حدث ما، متى ما توفرت.

عدم ترويع الرأي العام عبر تغطية فضائية للكوارث والحوادث، أو عبر إخراج الأحداث عن سياقها.

عدم استغلال المآسي لجلب المشاهدات

عدم تبني مبدأ إسقاط المتابع في فخ النقر (ClickBait)، عبر عناوين أو صور أو توصيفات كاذبة أو مضللة، والتمييز بين تسويق المادة وخيانة ثقة المتابعين.

إيجابيات وسلبيات المضامين التي ينتجها المستخدم:

1.3 الإيجابيات:

سرعة الوصول إلى الحدث.

قدرة التأثير على تشكيل الرأي العام.

سرعة انتشار المعلومات.

التفاعل الكبير للجمهور مع المعلومة.

الكلفة المادية البسيطة في إنتاج المادة الإعلامية.<sup>267</sup>

<sup>266</sup> د. عبد الوهاب الرامي، مرجع سبق ذكره  
<sup>267</sup> د. بن لباد سالم، ، حضري محمد الأمين، صحافة المواطنة -النشأة والتطور، مجلة الفكر المتوسطي المجلد 08 / العدد: 02 (2020)، ص -

### 2.3 السليبات:

سرعة انتشار المحتويات الزائفة وغير الدقيقة

الحد من الإبداع وتعطيل اللغة السليمة.<sup>268</sup>

تشجيع المواد الصحفية غير المتكاملة، نظرا لمحدودية الكلمات والمدة الزمنية التي يسمح بها هذا القالب الصحافي.

تشجيع محدودية قالب (الفيديوهات الفيرال) تداول معلومات خاطئة أو تظهر جانبا من الحقيقة دون آخر، أو تتيح لقضايا دون أخرى، أو تغيّب تركيب السياق.

### كيف نتحقق من المحتوى؟

غيرت وسائل التواصل الاجتماعي من ممارسات الصحافة، من خلال مشاركة الجمهور في الوقت الحالي في صناعة الأخبار<sup>269</sup>، إذ أضيفت مهام أخرى إلى الصحافيين فيما يتعلق بمسؤولية التحقق من الأخبار والبيانات.

وبينما لا تزال الصحافة في جوهرها، المجال الذي يعتمد التحقق كممارسة لها قواعدها، فإن طرق التحقق من المحتوى الخاص بالفيديوهات المتداولة تتطلب تحديثاً مستمرا لتواكب تأثيرات التقنيات الرقمية سريعة التغير خاصة تكنولوجيا الهاتف المحمول، والسلوكيات عبر الإنترنت وممارسات جمع الأخبار<sup>270</sup>. فإذا كان هناك شيئاً مذهلاً أو غير عادي قد تم توثيقه "على الكاميرا" ومشاركته على المنصات الاجتماعية فإن هناك احتمالاً كبيراً أن المشاهدين غير المميزين قد لا يسعون للتحقق من صحة الفيديو المعني، خاصة إذا لم يكن لديهم سبب للاعتقاد أو الشك في أنه قد تم "تعديله"، أو تحريره، أو تعزيزه، أو أنه حدث مرتب بشكل عام. وفي سيناريو الأخبار "الترند"، تعد السرعة عاملاً حاسماً في التحقق من الفيديوهات التي تنصدر المشهد الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي" بالتداول عبر المشاركة أو إعادة النشر، قديمة كانت أو حديثة، ما يتطلب من الصحفيين القدرة على تصفح كميات هائلة من المعلومات لبلوغ الهدف النهائي من التحقق من المحتوى الذي يولده المستخدمون، بهدف تحديد هوية المحمل الأصلي من أجل التواصل معه أو تبيان عدم تطابق العناوين والروايات المرفقة بالفيديو، ذلك وإن اكتسب هذا الأخير نوعاً من

<sup>268</sup> صفاء شريم، سليبات وسائل التواصل الاجتماعي، موقع موضوع، 21 أكتوبر 2021

<sup>269</sup> شيريلين إريبتون وجولي بوسيتي، "الصحافة.. الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة". بقلم اليونيسكو، 2018، الصفحة 56

<sup>270</sup> "الصحافة.. الأخبار الزائفة والتضليل" سلسلة اليونيسكو لتدريب الصحافة، طبعة 2020، الصفحة 88

المصادقية لدى المتصفحين الذين يتناقلون المقاطع ككرات الثلج المتدرجة يوميا دون البحث عن مصدرها أو حقيقتها.<sup>271</sup>

1.4 للعثور على "الأعلام الحمراء" بكفاءة ومهنية، يجب التمييز بين 3 أنواع رئيسية من المحتوى الخاص بالفيديوهات المتداولة "الخاطئة أو المضللة":

المكان الخطأ/الزمان الخطأ/السياق الخطأ: هو أكثر الأنواع شيوعا، بحيث يتم إعادة مشاركة مقاطع فيديو لحدث معين مع مزاعم جديدة مرتبطة بحدث آخر منفصل أو حدث مرتبط بنفس الواقعة لكن في سياق يخالف ما يظهر فيها.<sup>272</sup>

المحتوى الخاضع للتلاعب: هو المحتوى الذي تمت معالجته رقميا بأدوات تحرير الفيديو الرقمية أو تقنيات الذكاء الاصطناعي<sup>273</sup>، وذلك إما باستنساخ الأصوات أو الملامح أو فضاء وعناصر الحدث.

المحتوى المرتب مسبقا: وهو المحتوى الأصلي الذي تم إنشاؤه ومشاركته بغرض التضليل في المقام الأول.

2.4 الاستعداد لعملية التحقق يكون باستحضار نزعة الشك خاصة في الفيديوهات المعنونة بعبارات بكلمات مفاتيح متكررة. أما أدوات ممارسة التحقق فتتمثل في ما يلي:

البحث العكسي عن الصور: هناك عدة مواقع مجانية وأخرى مدفوعة أبرزها Tineye، وموقع izitru و google images<sup>274</sup>، توفر خدمة البحث عن الصور المطابقة لصورة ما. ولأن مقطع الفيديو عبارة عن آلاف المشاهد المتواترة المجمع، يمكن وقف المقطع في إحدى ثوانيه والنقاط "صورة شاشة" ثم تحميلها على أحد المواقع المذكورة أعلاه، ويمكن بذلك مقارنة النتائج الممنوحة مع المقطع المتداول للتأكد من تطابق زمان ومكان وسياق الحدث.

271 د. سحر عبد المنعم محمود الخولي، "دور الصحف الالكترونية المصرية في مواجهة الأخبار الزائفة وكشف الحقائق"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، صفحة 13

272 ماهر أسعد بكر، "الذكاء الاصطناعي والمعلومات المضللة"، 2023، الصفحة 6

273 ماهر أسعد بكر، مرجع سبق ذكره

274 أسماء قنديل، طرق وأدوات مهمة للتحقق من الصور والأخبار والفيديوهات على الشبكات والمواقع، شبكة الصحفيين الدوليين،

Amnesty YouTube Dataviewer: منظمة العفو الدولية طرحت هذه الأداة عام 2014 وتتيح التحقق من صحة الفيديوهات التي نشرت من قبل على يوتيوب. لكن فاعليتها محدودة عندما يتعلق الأمر بالفيديوهات المعدلة تعديلا طفيفا جدا، كما أنها تقتصر على فيديوهات يوتيوب فقط.<sup>275</sup>

In Video Veritas: أداة وفرها مشروع أوروبي أشمل وذات تقنية أكثر تطورا، وهي موجهة للصحفيين الراغبين في التحقق من الصور الرائجة على مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تتيح نتائج البحث المعاكس انطلاقا من نسخ روابط فيديوهات منشورة عبر تويتر وفيسبوك ويوتيوب وإنستغرام وفيميو ودائلي موشن ولايف ليك ودروب بوكس العنثر على المقطع الأصلي.

الذكاء الاصطناعي لمحاربة التزييف العميق: يُمكن للذكاء الاصطناعي أن يكون المشكلة والحل معا. إذ يُعد TensorFlow وPyTorch مثالين لأدوات مجانية تستخدم الشبكات العصبية العميقة لاكتشاف التزييف العميق، ويمكن استخدامهما لتحليل الصور والفيديوهات والإشارات الصوتية لكشف علامات التلاعب. وكل ما على المستخدمين فعله هو تحميل أمثلة لوسائط حقيقية ومزيفة لتدريب نموذج الكشف على التمييز بين الأمرين. كما يمكن التركيز بالعين المجردة على الحركات والأصوات والحواف لضبط أوجه القصور في تعابير الوجه أو أنماط الكلام والحركة.<sup>276</sup>

التحقق من الهوية: يمكن معرفة المزيد حول مصدر الفيديو عن طريق تحليل تاريخ حساب الفرد أو الصفحة الاجتماعي، وبالتالي تحديد ما إذا كان المنشور عبارة عن تغريدة روبوتية أم لا أو إن كان الحساب موثوقا، وهناك العديد من الأدوات التي وفرتها منصات اجتماعية شهيرة ك"فيسبوك" (Inteltechniques) و"إكس" وأخرى على الإنترنت.<sup>277</sup>

3.4 يمكن أيضا فحص المحتوى الخاضع لعملية التحقق من خلال دراسة:

- التأكد من تاريخ الفيديو: قارن بين تاريخ نشر الفيديو وتاريخ الأحداث المزعومة.
- التحقق من الموقع: ابحث عن معالم مميزة في الفيديو لتحديد موقع التصوير.
- التحقق من الظروف الجوية: قارن بين الطقس في الفيديو والظروف الجوية في الموقع المزعوم في ذلك التاريخ.

<sup>275</sup> فرانس 24، كيف يمكن التحقق من صحة الفيديوهات؟، 2018  
<sup>276</sup> إي جي ويلينغهام، "الصور والفيديوهات المزيفة في كل مكان، إليك كيفية رصدها"، سي إن إن 2019  
<sup>277</sup> "الصحافة.. الأخبار الزائفة والتضليل" سلسلة اليونسكو لتدريب الصحافة، طبعة 2020، الصفحة 94

- البحث عن معلومات خارجية: البحث عن أخبار أو مقالات تتعلق بالموضوع المزعوم في الفيديو لتوضيح السياق.

البحث عن نفس الفيديو على منصات أخرى: تأكد من صحة الفيديو من خلال البحث عنه على منصات أخرى.<sup>278</sup>

### خلاصة:

من خلال هذه الورقة البحثية يمكننا استخلاص ما يلي:

صار المحتوى الذي ينتجه مستعملو شبكات التواصل الاجتماعي، من المصادر الرئيسية في إنتاج المواد الصحافية داخل غرف الأخبار. مما يفرض واقع تداخل بين الممارسة المهنية والصحافة المسماة مواطنةً.

باتت حماية حقوق الملكية الفكرية وأصحاب ذوي الحقوق المرتبطة بالإنترنت تشكل تحدياً مشتركاً للمجتمع الدولي، لاسيما وإن تصادفت مع حوادث قد تلغي هذه الضرورة. لذلك وجب على الصحافيين الالتزام بمعايير النشر الأخلاقي عند استخدام المحتوى المتداول على الإنترنت.

أخلاقيات مهنة الصحافة واحدة، لكن تكييفاتها متعددة حسب أصناف الوسائط الإعلامية ومستجدات الحياة الإنسانية. وفي حالة الإعلام الرقمي، تفرض مستجدات الواقع التكنولوجي التزامات أخلاقية جديدة ذات طبيعة تقنية، عند إنتاج المحتوى الرقمي.

غيرت التكنولوجيات الحديثة ممارسات الصحافة، من خلال إتاحة مشاركة الجمهور في صناعة الأخبار، وهو ما أضاف مهاماً أخرى إلى الصحافيين فيما يتعلق بمسؤولية التحقق من الأخبار والبيانات وتقنيدها والأنباء الزائفة ومساابقة سرعة انتشارها.

### المراجع

السيد بخيت، أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية، دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

Kadia Tumban, How Newsrooms use Users Generated Content, Reuters Institute Journalist Fellowship Paper, University of Oxford

<sup>278</sup> دليل التحقق، الدليل الأساسي للتحقق من صحة المحتوى الرقمي في حالات الطوارئ، الفصل العاشر، ترجمة تاليا رحمة.

أساسيات الملكية الفكرية: سؤال وجواب للطلبة والطالبات، المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

يونس مسكين ومحمد خميسة، دليل أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي، معهد الجزيرة للإعلام  
شيريلين إريتون وجولي بوسيتي، "الصحافة.. الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة"، بقلم اليونسكو

"الصحافة.. الأخبار الزائفة والتضليل" سلسلة اليونسكو لتدريب الصحافة

د. سحر عبد المنعم محمود الخولي، "دور الصحف الإلكترونية المصرية في مواجهة الأخبار  
الزائفة وكشف الحقائق"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

ماهر أسعد بكر، "الذكاء الاصطناعي والمعلومات المضللة"

أسماء قنديل، طرق وأدوات مهمة للتحقق من الصور والأخبار والفيديوهات على الشبكات  
والمواقع، شبكة الصحفيين الدوليين

كيف يمكن التحقق من صحة الفيديوهات؟ فرانس 24

إي جي ويلينغهام، "الصور والفيديوهات المزيفة في كل مكان، إليك كيفية رصدها"  
سي إن إن.

"الصحافة.. الأخبار الزائفة والتضليل" سلسلة اليونسكو لتدريب الصحافة

دليل التحقق، الدليل الأساسي للتحقق من صحة المحتوى الرقمي في حالات الطوارئ، الفصل  
العاشر، ترجمة تاليا رحمة

ماهر أسعد بكر، "الذكاء الاصطناعي والمعلومات المضللة"

د. بن لباد سالم، حضري محمد الأمين، صحافة المواطن - النشأة والتطور، مجلة الفكر المتوسطي

إيمان عليوي، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد"، جريدة المدن اللبنانية

د. عبد الوهاب الزامي، الجامع في أخلاقيات الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام والمجلس الوطني  
للصحافة في المغرب

حنان بن يحيى علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد، دراسة قانونية في  
الجزائر، مختبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة

## التأطير الإعلامي لموقع BBC البريطاني بالعربية للحرب على غزة (2023) The BBC Arabic Website's Media Framing of the War on Gaza (2023)

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير: أستاذ مساعد، قسم الاتصال والإعلام والاتصال الرقمي

جامعة النجاح الوطنية - نابلس / فلسطين

همام عبد الله جاروشي: ماجستير علاقات عامة معاصرة، جامعة النجاح الوطنية - نابلس/

فلسطين

فرح أحمد عبد الدايم: ماجستير علاقات عامة معاصرة، جامعة النجاح الوطنية - نابلس/

فلسطين

بيسان عادل غانم: ماجستير علاقات عامة معاصرة، جامعة النجاح الوطنية - نابلس/ فلسطين

### الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التأطير الإعلامي لموقع (BBC) للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة (2023/2024). اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام أداة تحليل المضمون من أجل تحليل المقالات المنشورة على الموقع الإلكتروني الرسمي باللغة العربية لـ (BBC) في الأسبوعين الأول والرابع من بداية الحرب. وقد حيث بلغ حجم المادة المنشورة في الاسبوع الأول (67) منشوراً، فيما بلغ في الأسبوع الرابع (46) منشوراً. توصلت الدراسة إلى أن "إطار الصراع" هو الإطار المتصدر من بين الإطارات الخيرية، تلاه "إطار الاهتمامات الإنسانية". وبرزت الشخصيات الإسرائيلية والشخصيات الدولية من بين الشخصيات الأكثر ظهوراً بالقناة، كما أظهرت الدراسة أن الموقع انحاز بشكل واضح إلى الجانب الإسرائيلي من خلال الاهتمام والتركيز على الجانب الإسرائيلي، من حيث الكم والكيف، أكثر من التركيز على الجانب الفلسطيني. كلمات مفتاحية: العدوان الإسرائيلي على غزة، قناة (BBC)، التأطير، الأطر الخيرية.

### Abstract

This study aimed to know the most important issues covered by the BBC channel during its coverage of the Israeli aggression on the Gaza Strip 2023/2024, and to know what news frames were used, as well as to know the most prominent figures who appeared on the channel. The researchers relied on the descriptive analytical approach and the content analysis tool in order to analyze Articles published on the official website of the BBC channel, represented by 67 articles published in the first week of the war, and 46 articles in the fourth week. The studies concluded that the conflict frame was the leading frame among the news frames, followed by the humanitarian concerns frame, and Israeli figures and international figures emerged. Among the most prominent figures on the channel, the study also found that the channel is biased toward the Israeli side.

Keywords: Israeli war on Gaza, BBC channel, framing, news frames.

اندلعت الحرب على غزة بعد هجوم حماس في السابع من أكتوبر (2023) على معسكرات الجيش الإسرائيلي ومستوطناته في منطقة غلاف غزة. وقد أعلنت حماس أن هذا الهجوم له أهداف عسكرية محددة، وأنه لا يستهدف المدنيين، وأن كان قد حدث خروقات عديدة لهذا التوجه، خاصة وأن أعداداً كبيرة من الشبان في غزة اندفعوا إلى مناطق غلاف غزة الإسرائيلية، ولم يُظهروا انضباطاً في الإطار الذي حددته حركة حماس، حسب روايتها. وفي اليوم التالي، بدأت دولة الاحتلال الإسرائيلي بشن هجمات عنيفة، استمرت لعدة أشهر، وصفها البعض بأنها من أعنف وأسوأ ما حدث في العصر الحديث (زهرا، 2023). فقد ذكرت التقارير أن دولة الاحتلال الإسرائيلي قصفت غزة بما يزيد عن (40) ألف طن (حتى نهاية شهر نوفمبر 2023)، وهو أكثر بكثير مما استخدمته روسيا في أوكرانيا، وأمريكا في العراق وأفغانستان. ووصفه البعض بأنه يعادل ثلاثة قنابل نووية. وتسبب هذا القصف العنيف، وغير المسبوق من حيث الكثافة والقوة، باستشهاد ما يقارب (30) ألف، غالبيتهم الساحقة من الأطفال والنساء، ودمّر ما يزيد عن (60%) من المنازل، كلياً أو جزئياً وهجر ما يقارب المليون شخص، فضلاً عن الحصار الشديد الذي أدى إلى ما يشبه المجاعة وانهيار القطاع الصحي بشكل كبير، وانتشار الأمراض والأوبئة، وغير ذلك من أشكال المعاناة الإنسانية<sup>279</sup>.

وقد هزت هذه المشاهد ضمير العالم، وأربكت السياسات الدولية، وانتفضت وسائل الإعلام لجمع المعلومات ونشرها في حالة غير مسبوقة، على اعتبار أن دولة الاحتلال الإسرائيلي تحظى بدعم منقطع النظير من الولايات المتحدة الأمريكية، ومن الدول الغربية بشكل عام. كما تحظى بغطاء سياسي وإعلامي وعسكري من تلك الدول. فكانت هذه الحرب شكلاً من أشكال الاختيار للسياسات الغربية، وبالطبع إعلامها، في التعامل مع الضحية والجلاد. فالإعلام الغربي هذه المرة متعاطف مع الجلاد، وليس مع الضحية، وتحديداً في ما جرى بعد السابع من أكتوبر، وهو ما وضع الإعلاميين في اختبار أخلاقي حقيقي، وذلك بسبب التضارب بين الميول الشخصية والسياسية وانعكاسها على الأداء الإعلامي من جهة، والمجازر التي جرت بحق الأطفال والنساء الفلسطينيين على مرأى ومسمع من العالم على يد الإسرائيليين، من جهة أخرى<sup>280</sup>.

من هنا، وجد الباحثون أن دراسة كيفية تأطير الإعلام الغربي للحرب على غزة هو موضوع يستحق البحث والدراسة، وبخاصة الإعلام الراسخ الذي له باع طويل في العمل الإعلامي، وله جمهور

<sup>279</sup> الجزيرة (2023، كانون الأول 22). خبراء: الحرب الإسرائيلية على غزة من بين الحملات الأكثر دموية وتدميراً في التاريخ

<https://n9.cl/7uy3w>

<sup>280</sup> هيد سنيد (2024). معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى 2023: دراسة تحليلية، (1)6، 607-543، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري

واسع واحترام كبير، نظراً للتقاليد الأخلاقية التي أسهم في ترسيخها. وتمثل مؤسسة (BBC) البريطانية نموذجاً مهماً ومؤثراً في جماهير واسعة في العالم، فضلاً عن قربه من الساحة العربية تاريخياً وجغرافياً. كما أنه يمثل، من جهة أخرى، إعلاماً غربياً لدولة يتهمها الفلسطينيون بأنها كانت سبب نكبتهم، على اعتبار أنها أنشأت دولة الاحتلال الإسرائيلي على أرض فلسطين من خلال وعد بلفور، وقيامها بتسهيل هجرة اليهود إلى فلسطين وتمكين وجودهم فيها، فضلاً عن استمرار سياساتها في دعم دولة الاحتلال حتى الآن بكافة الوسائل.

### مشكلة الدراسة

تعتبر الأخبار عن حاجتين أساسيتين، إحداها حاجة الجمهور للمعرفة، والأخرى حاجة المؤسسة الإعلامية، وتبعاً لذلك، يتم نقل الأحداث والقضايا إلى الجمهور. وبرغم تفاوت أهمية تغطية الأحداث بالنسبة للمرسل والمستقبل، إلا أن هناك قضايا تفرض نفسها على المؤسسات الإعلامية مما يجعلها تخضع للمعالجة والتغطية الإعلامية الفورية، كالحروب والأزمات، حيث يتم تأطير الأحداث في قوالب إعلامية محددة حسب الأجندة التحريرية للمؤسسة الإعلامية. ونظراً للزخم الإعلامي حول الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة في أكتوبر 2023، المعروفة باسم "طوفان الأقصى"، جاءت هذه الدراسة لمعرفة كيفية معالجة موقع قناة (BBC) البريطاني لهذه الحرب. ومن هنا، يبرز سؤال: كيف عالج الموقع الإلكتروني لقناة (BBC) للعدوان الإسرائيلي على غزة؟

### أسئلة الدراسة

ما أهم القضايا التي تناولها موقع (BBC) خلال العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2023/2024؟  
ما الأطر الخبرية التي استخدمها موقع (BBC) في تغطية الحرب على غزة عام 2023/2024؟  
ما الشخصيات المحورية الأكثر بروزاً موقع (BBC) في تغطية الحرب على غزة عام 2023/2024؟

وكننتيجة لذلك: ما اتجاهات موقع (BBC) في تغطية الحرب على غزة عام 2023/2024؟

### أهداف الدراسة

التعرف إلى أهم القضايا التي تناولها موقع (BBC) خلال العدوان الإسرائيلي على غزة 2023.  
التعرف إلى الأطر الخبرية التي استخدمها موقع (BBC) في تغطية الحرب على غزة عام 2023.  
التعرف إلى الشخصيات المحورية الأكثر بروزاً موقع (BBC) في تغطية الحرب على غزة عام 2023.

التعرف إلى اتجاهات موقع (BBC) في تغطية الحرب على غزة عام 2023/2024.

## الدراسات السابقة

كشفت دراسة حرب (2021) الأطر الإخبارية المستخدمة في القناة (i24) الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية خلال العدوان الإسرائيلي عام 2021 على غزة. واعتمدت على المنهج المسح الإعلامي لتحليل المضمون، حيث تم تحليل برنامج هذا المساء في القناة. وحُلَّت (22) حلقة من تاريخ (5) أيار وحتى (4) حزيران (2021). ومن أهم النتائج أن البرنامج أولى اهتماماً كبيراً بإطلاق صواريخ المقاومة الفلسطينية بشكل ملحوظ، ثم العمليات العسكرية الإسرائيلية، واعتمد البرنامج بشكل أساسي على المراسلين كمصدر للمادة الخبرية. وتصدرت الشخصيات الإسرائيلية المقابلات في البرنامج، بينما اشتملت الأطر الإخبارية بالمرتبة الأولى على حل إطار الصراع، يليه الحلول لإنهاء العدوان، فيما كانت أهم عناصر الإبراز "الانتقاء"، يليه "الإغفال"، ثم "عرض الإحصاءات".

أما دراسة الكوع وآخرون (2023) فقد عالجت قضية الأسرى الفلسطينيين في الصحافة الأمريكية من خلال تحليل المواد الإعلامية في صحيفة واشنطن بوست. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتفسير الصورة التي تقدمها الصحيفة حول الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي. وتوصلت إلى أن الصحيفة استخدمت الصور في المقدمة بنسبة (91.8%)، كما احتل إطار الصراع المرتبة الأولى بالأطر الخبرية بنسبة (30%)، تلاه الإطاران "المحدد بقضية" و"الإطار الاستراتيجي" بنسبة (19.6%)، كما جاءت الشخصيات الإسرائيلية في مقدمة الشخصيات البارزة في الصحيفة.

وقارنت دراسة علي (2012) بين وسيلة إعلام عربية (صحيفة الأهرام) وأخرى أجنبية (هيرالد تريبيون) للوقوف على دلالات تأطير صور الحرب على غزة عام (2009)، وكيفية توظيف الصور لتوصيل فكرة محددة للقراء. اعتمد الباحث على منهج المسح الشامل وإدارة تحليل الأطر الإخبارية، وتم تحليل (223) صورة في الصحيفة المصرية، و(181) في الصحيفة الأجنبية. توصلت الدراسة إلى أن صحيفة الأهرام ركزت على التفاعلات السياسية في المرتبة الأولى، بينما اهتمت صحيفة هيرالد تريبيون بإطار الدمار الذي لحق بالفلسطينيين. كما أن صحيفة الأهرام، باعتبارها صحيفة قومية تابعة للنظام، عكست موقف النظام المصري من الحرب، حيث كانت أغلب الصور تدافع عن النظام وتبرر موقفه من القضايا المتعلقة بالحرب، مثل فتح المعبر، في حين اهتمت صحيفة هيرالد تريبيون بالمنظور الدولي للحرب والتغطية المصورة للدمار الذي أصاب مباني الأمم المتحدة في غزة.

وسعت دراسة خماش وغنتاب (2018) لمعرفة الطريقة التي أطرت بها صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية التغطية الإخبارية للحرب على تنظيم داعش وطبيعة المصادر التي اعتمدها في التغطية، حيث اعتمد على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون خلال الفترة (2016/10/17) حتى (2017/4/16)، وتم تحليل (155) قصة. توصلت الدراسة إلى أن صحيفة نيويورك تايمز ركزت في أطر تغطيتها الإخبارية على إبراز الدور الأمريكي في الحرب على تنظيم داعش ومحاولة تضيخه وجعله دوراً أساسياً ومحورياً. ولم تعط الصحيفة الاهتمام بالأطر المضادة للرواية الرسمية، أي الأطر المناهضة لمشاركة الولايات المتحدة في الحرب ضد التنظيم، كما أطرت التنظيم تحت بند الإرهاب، وذلك عن طريق استمرارية التهديد الذي يمثله التنظيم للأمن والسلم الدوليين.

وقارنت دراسة (Yang, 2003) بين الطريقة التي غطت بها وسائل الإعلام الصينية، ممثلة بصحيفتي (People's Daily Online) و (China Daily)، ووسائل الإعلام الأمريكية ممثلة بصحيفتي نيويورك تايمز وواشنطن بوست، الضربات الجوية التي نفذها حلف شمال الأطلسي ضد صربيا في عام (1999). كشف تحليل محتوى (200) قصة إخبارية أن الصحف الصينية والصحف الأمريكية اعتمدت إطارين إعلاميين مختلفين في سرد العمل العسكري واسع النطاق. فبينما صورت الصحف الصينية الضربات الجوية على أنها تدخل في سيادة صربيا وأراضيها، صورت الصحف الأمريكية الضربات الجوية على أنها مساعدة إنسانية للألبان لوقف التطهير العرقي الذي بدأ من قبل الصرب. كما أن الانعكاسات العامة المقابلة للمواقف الحكومية تجاه الضربات الجوية في الصحف تشير إلى تأثير كبير للمصلحة الوطنية على الأطر الإعلامية فيها. ويخلص المؤلف إلى أنه، في التقارير الإخبارية الدولية، غالباً ما تغطي المصلحة الوطنية وغيرها من العوامل التي تلعب دوراً فعالاً في تأطير النصوص الإعلامية.

كما ناقشت دراسة (Radwan, 2019) كيفية تأطير الصحف البريطانية المتمثلة في الصحيفتين: ذا غارديان وتايمز أوف لندن، والأمريكية المتمثلة في صحيفتي نيويورك تايمز وواشنطن بوست، لقرارات الأمم المتحدة الخاصة بفلسطين منذ توقيع اتفاقية أوسلو (1993) حتى رد الأمم المتحدة على قرار ترامب بشأن نقل السفارة الأمريكية إلى القدس. اعتمدت الباحثة على المنهج التحليلي من خلال أداة تحليل المضمون، حيث تم تحليل (124) مقالة صحفية، وتوصلت أن الصحيفتين الأمريكيتين نشرتا ضعف عدد المقالات حول قرارات الأمم المتحدة المتعلقة بالفلسطينيين مقارنة بالصحيفتين البريطانييتين. وكان إطار "الحرب والسلام" هو الإطار السائد على التغطية الصحفية لجميع الصحف حيث ظهر في أكثر من نصف المقالات بنسبة (42.7%)، وظهر في المرتبة الثانية "إطار حقوق الإنسان" بنسبة (21%).

وسعت دراسة (Foli, 2022) إلى مقارنة كيفية تأطير الصراع على مواقع الويب التي يتابعها الجمهور المعني في أوكرانيا وروسيا والولايات المتحدة والصين. واشتملت البيانات الكمية على القصص الإخبارية والبيانات الوصفية المقابلة لها، بينما تمثلت البيانات النوعية من المؤلفات الأكاديمية والحكومة والتقارير الإخبارية والمنشورات التنظيمية حول العلاقات بين روسيا وأوكرانيا قبل اندلاع الصراع وأثنائه. وتوصلت الدراسة إلى أن أوجه التشابه والاختلاف في تأطير الأخبار عبر الإنترنت حول الحرب في المواقع الأوكرانية والروسية والأمريكية والصينية كانت متوافقة في الغالب مع المصالح الجيوستراتيجية لحكومة كل دولة، خاصة فيما يتعلق بالاعتبارات الأمنية والاقتصادية والسياسية. ولم تؤكد نتائج البحث الافتراض بأن تأطير وسائل الإعلام الإخبارية عبر الإنترنت للحرب الروسية الأوكرانية سيكون مشابهاً جداً للتأطير في الولايات المتحدة والصين على التوالي بناءً على تحالفاتهما، وكان تركيز التغطية الإعلامية الإخبارية عبر الإنترنت المتعلقة بالصراع في أوكرانيا يتركز في الغالب على القضايا التي أثرت على بلد وكالات الإعلام المعنية، وكان تأطير القضايا المحددة غالباً ما يتماشى مع الموقف المعلن لحكومة ذلك البلد. كما أشار حجم التغطية الإعلامية الإخبارية عبر الإنترنت لكل دولة ارتباطاً إيجابياً بالمصالح الجيوستراتيجية والاقتصادية والسياسية والأمنية لذلك البلد.<sup>281</sup>

#### التعقيب على الدراسات السابقة

عرض الباحثون مجموعة من الدراسات ذات التشابه المباشر وغير المباشر بموضوع الدراسة، حيث ركزت العديد منها على موضوع الحرب على غزة، منها دراسة حرب (2021) التي هدفت إلى معرفة الأطر الإخبارية المستخدمة في القناة (i24) الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية خلال العدوان الإسرائيلي عام (2021) على غزة، ودراسة علي (2012) التي هدفت إلى مقارنة صور الحرب على غزة عام (2009) بين صحيفة عربية هي الأهرام، وأخرى أجنبية هي هيرالد تريبيون من أجل الوقوف على دلالات تأطير صور الحرب في الصحيفتين. كما تشابهت الدراسة مع كل من: دراسة حرب (2021)؛ عبد الرحيم (2012)؛ خماس وغنتاب (2018)؛ (Yang, 2003)؛ (Foli, 2022)؛ (Radwan, 2019) في الاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية وأداة تحليل المضمون. وقد اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة حرب (2021) بالمنهج حيث اعتمد في دراسته على منهج المسح الإعلامي.

<sup>281</sup> Foli, K (2022). A comparison of online news media framing of the 2022 Russia-Ukraine conflict in Ukraine, Russia, the US & China. Master dissertation, University of Glasgow.

## حدود الدراسة

الحدود الزمانية: تتمثل في إجراء مسح شامل لجميع الفنون الصحفية في الموقع الالكتروني لقناة BBC خلال الأسبوع الأول والأسبوع الرابع الذي تزامن مع بداية الحرب البرية على القطاع. الحدود المكانية: الموقع الرسمي الالكتروني لقناة BBC.

## نظرية التأطير

تعد نظرية التأطير (أو ما يعرف بنظرية الإطار الإعلامي) واحدة من النظريات المهمة في مجال الاتصال التي تتيح للباحث قياس المحتوى للرسائل الإعلامية. وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من الإطار والقالب الذي وضعت فيه من خلال التركيز على جوانب وإغفال جوانب أخرى<sup>282</sup>.

وقد لعب الباحث (Entman) دوراً رائداً في إدخال نظرية التأطير إلى الدراسات الإعلامية، حيث قام بدراسة العناصر السياقية التي تسهم في تشكيل تصورات الرسائل. وأوضح أن التأطير هو اختيار جوانب من الواقع المدرك، وجعلها أكثر بروزاً في توصيل النص بطريقة تعزز تعريف مشكلة معينة. كما يرى أن الأطر تكمن في الخصائص المحددة للسرد الإخباري الذي يشجع الجمهور على إدراك الأحداث وتطوير فهم معين لها. من هنا، فإن الإطارات تجعل بعض المعلومات والأخبار أكثر بروزاً ووضوحاً وتذكراً لدى الجمهور<sup>283</sup>.

وإذا نظرنا إلى التأطير من خلال المستوى التحليلي المتمثل في النص الإعلامي، سيوضح أن لهذه الآليات بعدين: أولهما شكلي، ويتمثل في موقع التغطية وحجمها، ومدى استخدام عناصر تبيوغرافية معينة، كالصور والعناوين وغيرها، وثانيهما مضموني، يتعلق بالمحتوى، كالإستعارات والتلميحات وربط أطر التغطية بنماذج سابقة، ونوعية الموضوعات الرئيسية والفرعية وغيرها<sup>284</sup>.

## أنواع الأطر الإعلامية

هناك عدة تصنيفات للأطر الإعلامية يختلف كل منها عن الآخر على نحو نسبي، لكنه لا يناقضه من حيث الجوهر. وقد ذكر العلماء أنواعاً متعددة للأطر الإعلامية، ولكن أهمها<sup>285</sup>:

الإطار المحدد بقضية: يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة لدى الجمهور. ويركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته.

<sup>282</sup> ثريا علموي؛ ومريم عمراوي (2022). آليات تأطير الإعلامي في التقارير التلفزيونية وأثره على المصداقية وفي نقل الأخبار دراسة تحليلية لعينة من التقارير الخبارية المتعلقة بتغطية قناة الجزيرة للعدوان على غزة خلال شهر ماي 2021 (رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة).

<sup>283</sup> Radwan, D (2019). Framing Palestine: News framing of United Nations resolutions on Palestine in US and British newspapers: 1993-2017. Doctoral dissertation, The University of Arizona.

<sup>284</sup> عبد الرزاق الدليمي (2016). نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري للنشر والتوزيع.

<sup>285</sup> مرجع سابق

الإطار العام: حيث يقدم الأحداث في سياق عام ويربطها بالمعايير الثقافية والسياسية. من الممكن أن تكون ثقيلة على نفسية المتلقي، إلا أنها تعتبر مهمة من أجل فهم المشاكل وتقديم الحلول.

الإطار الاستراتيجي: يقدم الأحداث من خلال سياقها الاستراتيجي الذي يؤثر على أمن الدولة القومي، حيث يتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية.

إطار الاهتمام الإنسانية: يقدم الأحداث في سياق تأثيراتها العاطفية والإنسانية، حيث يتم صياغة الأخبار المقدمة على شكل دراما ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

إطار النتائج الاقتصادية: يضع الوقائع والأحداث في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت بواسطة الأحداث، حيث يستخدم القائم بالاتصال الناتج المادي من أجل زيادة فعالية الرسالة الإعلامية على الجمهور المتلقي.

إطار المسؤولية: يضع القائم بالاتصال الرسالة من أجل الإجابة على سؤال: "من المسؤول عن؟" حيث أن الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة من هو المسؤول عن الحدث.

إطار الصراع: تقدم الأحداث والوقائع ضمن إطار تنافسي. وقد تتجاهل الرسالة الإعلامية عناصر مهمة من أجل إبراز سياق الصراع، فتقوم بإبراز الفساد وعدم الثقة في المسؤولين. فهي ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث، وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف.

إطار المبادئ الأخلاقية: عرض الوقائع والأحداث في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، حيث يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة لدى المتلقي، وقد يستشهد بالاقتباسات الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو المصادر أو الجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار.

إلا أن بعض الباحثين يصنف الأطر إلى أطر خاصة بالحدث (issue specific frames)، وأطر عامة (generic frames) والتي تنطبق على المجالات الأوسع زمنياً ومكانياً. إلا أن تصنيف الأطر وفقاً لطبيعة الحدث، أي الأطر الخاصة، هو المفضل عند الباحثين بسبب ابتكار طرق جديدة وفريدة ظاهرياً لوضع موضوع ما في سياقه، مثل حدث أو شخص وقضية أو حملة أو اتجاه أو أمور أخرى<sup>286</sup>.

وحيث أن الدراسة الحالية تسعى لمعرفة الأطر الإعلامية التي يستخدمه الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة BBC خلال تغطيته العدوان الإسرائيلي على غزة (2023)، فإن نظرية الأطر الإعلامية "التأطير" تقدم إطاراً مفيداً يمكن من خلاله الإجابة على أسئلة الدراسة، وتم اعتماد تصنيف الأطر الخاصة بالحدث في بحثنا هذا، إذ يمكننا من مناقشة الموضوع بوصفه موضوعاً محدداً ولغرض الإحاطة به بشيء من التفصيل.

<sup>286</sup> Brüggemann, M., & D'Angelo, P (2018). Defragmenting news framing research: Reconciling generic and issue-specific frames. In *Doing news framing analysis II*(90-111). Routledge

## نوع الدراسة ومنهجها

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي للظواهر من خلال التعرف على خصائصها العامة والتفصيلية من متغيرات وعلاقات ومؤثرات<sup>287</sup>.

## مجتمع الدراسة وعينتها

تمثل مجتمع الدراسة في جميع المنشورات الإخبارية المنشورة على الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC). وقد اعتمد الباحثون أسلوب المسح بالعينة لمختلف المنشورات الإخبارية في الموقع الإلكتروني لقناة (BBC) والتي تضمنت الأخبار حول العدوان الإسرائيلي على غزة في الفترة ما بين الأسبوع الأول من الحرب (7-14 أكتوبر 2023)، حيث تمكن الباحثون من حصر 67 مادة إعلامية، والأسبوع الرابع، بالتزامن مع بدء الحرب البرية على غزة في الفترة ما بين (28 أكتوبر 2023 حتى 4 نوفمبر 2023)، حيث بلغ عدد المواد الإعلامية المنشورة على الموقع في تلك الفترة 46، أي أن مجموع المادة للفترتين (117). وقد تم تحليلها جميعاً، واستخدم الباحثون خاصية البحث المتقدم المتوفرة في الصحيفة للعثور على المواد الإعلامية.

## أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون من خلال استمارة التحليل، حيث يتم تحليل المعلومات في الوسائل الإعلامية من خلال وصف المحتوى ودلالاته اللفظية وارتباطه بالاتجاهات المتعدد للنشر<sup>288</sup>، وذلك من خلال تحليل المعاني الواضحة للوثائق والمقالات التي نشرها موقع (BBC) حول العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة (2023)، ولمعرفة مدى اختلاف تغطية قناة (BBC) للعدوان الإسرائيلي على غزة عام (2023) في الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول، تم الاحتساب بناء على المعادلة التالية:

$$\text{الأسبوع الرابع} - \text{الأسبوع الأول} \\ \%100 * \frac{\text{الأسبوع الأول}}{\text{الأسبوع الرابع}}$$

بناء على هذه المعادلة إذا جاءت النتيجة سالبة هذا يعني أن هناك انخفاض، وعلى العكس إذا جاءت النسبة موجبة يدل هذا على ارتفاع التغطية.

287 عبد العزيز بركات (2015). مناهج البحث العالمي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق. القاهرة: دار الكتاب الحديث.  
288 محمد عبد الحميد (2015). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.

الموضوعات	الأسبوع الأول		الأسبوع الرابع		نسبة اختلاف تغطية الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
1 القوة العسكرية الإسرائيلية	26	16%	31	17%	19%
2 المحتجزين الإسرائيليين لدى حماس	33	20.3%	24	13.2%	27%-
3 إدانة هجوم حماس	29	17.9%	23	12.7%	20%-
4 القضايا الإنسانية في الحرب	67	41.3%	48	26.5%	28%-
5 وقف إطلاق النار	0	0%	43	23.7%	43%
6 الدعم الدولي لإسرائيل	7	4.3%	12	6.6%	71%
المجموع	162	100%	181	100%	11%

جدول (1) الموضوعات الرئيسية التي تحدث عنها الموقع الرسمي لقناة (BBC) حول الحرب على غزة 2023

يُظهر الجدول (1) أن القضايا الإنسانية تصدرت مختلف القضايا التي تناولتها (BBC) في الأسبوعين المذكورين، حيث بلغت في الأسبوع الأول (41%)، فيما بلغت في الأسبوع الرابع (26.5%)، مع انخفاض في مجموع التكرار في الأسبوع الرابع رغم الكارثة الإنسانية التي تسبب بها القصف الإسرائيلي على المدنيين في قطاع غزة، حيث بلغت نسبة الانخفاض (28%). والملفت في نتائج هذا الجدول هو أن وقف إطلاق النار، والذي لم يحظ بأية تغطية في الأسبوع الأول، ارتفع بشكل حاد إلى 23.7% في الأسبوع الرابع، أي بنسبة (43%)، مما يشير بوضوح إلى تزايد الاهتمام البريطاني بهذا الأمر مع ارتفاع مستوى المظاهرات والاحتجاجات التي تطالب بوقف إطلاق النار. ويبدو أن قضية المحتجزين الإسرائيليين لدى حماس تراجعت بدرجة ملموسة (من 20.3% إلى 13.2%) بنسبة انخفاض (27%). كما تراجعت إدانة هجوم حماس بشكل واضح (من 17.9% إلى 12.7%) بنسبة انخفاض (20%)، ويُفسر ذلك بانشغال الإعلام بالجوانب الإنسانية التي تفاقمت مع تصاعد القصف الإسرائيلي على قطاع غزة. ورغم أهمية هذا التراجع، فإن إدانة حركة حماس لم تتوقف، وإن تراجعت وتيرتها، وكذلك قضية المحتجزين التي استمرت كقضية مهمة بالنسبة للسياسيين ووسائل الإعلام.

جدول (2) عناصر إبراز الخبر في الموقع الرسمي لقناة (BBC) حول تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة 2023

الأسبوع الرابع		الأسبوع الأول				عناصر الإبراز		
الجانب الإسرائيلي		الجانب الفلسطيني		الجانب الإسرائيلي		الجانب الفلسطيني		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
42%	42	34%	34	34%	47	30%	41	
11%	11	13%	13	19%	26	16%	22	
100				136				المجموع

● لاحظ أن مجموع تكرارات عناصر إبراز الخبر لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الواحدة تشمل أكثر من عنصر إبراز

تظهر نتائج الجدول (2) أن الصور جاءت في مقدمة عناصر إبراز المادة الإعلامية، حيث جاءت نسبة الصور حول الجانب الإسرائيلي في المرتبة الأولى بنسبة (34%) في الأسبوع الأول و(42%) في الأسبوع الرابع في حين جاءت الصور التي تعبر عن الجانب الفلسطيني بنسبة (30%) في الأسبوع الأول و(34%) في الأسبوع الرابع، بينما جاء عنصر الفيديو بنسبة (19%) لصالح الجانب الإسرائيلي و(16%) للجانب الفلسطيني في الأسبوع الأول، وتصدر الفيديو في الأسبوع الرابع لصالح الجانب الفلسطيني بنسبة (13%) و(11%) للجانب الإسرائيلي. عبرت الصور الفلسطينية عن بعض حالات الدمار الناتج عن قصف الاحتلال الإسرائيلي لقطاع غزة، ولكنها أشارت أن تلك الغارات حدثت نتيجة لهجوم حماس في السابع من أكتوبر، بينما ظهرت غالبية الصور التي تعبر عن الجانب الإسرائيلي حول الرشقات الصاروخية على الأراضي الفلسطينية المحتلة (مستوطنات غلاف غزة)، وعبرت عنها، نقلا عن الجانب الإسرائيلي، بأنها صادرة عن حركة حماس، وقد عبرت عنها (BBC) بالمقال الذي نشر في تاريخ 10 أكتوبر 2023 بأن مسؤول كبير في وزارة الدفاع الأمريكية وصف حركة حماس بـ"المدمرين والدواعش". بالتالي، أظهرت (BBC) إسرائيل على أنها الضحية التي تدافع عن نفسها، إلا أنها لم تصف الغارات الإسرائيلية بأنها اعتداء، أو أن الشعب الفلسطيني هو الضحية. أما بالنسبة لمقاطع الفيديو الإسرائيلية، فقد تم تضمين صوراً لشهود عيان من مستوطنات غلاف غزة يتحدثون عن هجوم السابع من أكتوبر والخوف الذي أصابهم، وصور للدمار الذي خلفه هذا الهجوم، حيث تم وصفه بالعنف. وتكرر عرض فيديو هجوم حماس في السيارات داخل المستوطنات، والمحتجزين الإسرائيليين، إلا أن الموقع عرض أول فيديو للدمار الحاصل في غزة بعد مرور 4 أيام من بدء

العدوان، حيث تضمنت مقاطع الفيديو حالات الدمار الحاصل في غزة، ولم يتضمن شهود عيان لنقل الرأي الآخر (الرأي الفلسطيني) للحرب.

الأطر الخبرية التي استخدمها موقع (BBC)

جدول (3) يوضح الأطر الخبرية التي استخدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC) في تغطيته للعدوان الإسرائيلي على غزة 2023

نسبة اختلاف تغطية الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول	الأسبوع الرابع		الأسبوع الأول		الأطر الخبرية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
18%-	21.7%	105	41.8%	129	اطار الصراع
28%-	20.5%	48	21.7%	67	اطار الاهتمامات الإنسانية
35%-	16.2%	38	19%	59	اطار الاحتياجات الإنسانية
58%-	9.4%	22	17.2%	53	اطار سياق العدوان
24%-	100%	234	100%	308	المجموع

● لاحظ أن مجموع تكرارات الأطر الخبرية لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الخبرية الواحدة تشمل أكثر من إطار

يوضح جدول (3) الأطر العامة التي تم رصدها في تغطية موقع BBC في الفترة قيد التحليل (حيث سيتم تفصيل هذه الأطر في الجداول اللاحقة). وتُظهر النتائج أن إطار الصراع كان في المقدمة، وهو بالطبع ما يتوافق مع طبيعة الأحداث، تلا ذلك إطار الاهتمامات الإنسانية، ثم إطار الاحتياجات الإنسانية، ثم إطار سياق العدوان. وهذا الترتيب كان في كلا الأسبوعين، الأول والرابع، مع ملاحظة انخفاض الاهتمام بجميع الأطر مع الوقت. إن هذا الترتيب يعكس اتساق هذه الأطر مع المعايير الخبرية التي تركز على الصراع وعلى الجوانب الإنسانية بشكل أساسي.

جدول (4) إطار الصراع التي استخدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC) خلال تغطيته للعدوان الإسرائيلي على غزة 2023

نسبة اختلاف تغطية الأسبوع الرابع عن	إطار الصراع		
	الأسبوع الرابع	الأسبوع الأول	الموضوعات

الأسبوع الأول	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
27-%	13.8%	24	19.7%	33	المحتجزون الإسرائيليون
24-%	16.1%	28	22.1%	37	إطلاق صواريخ المقاومة
59%	29.4%	51	19.1%	32	القصف الإسرائيلي
58%	21.9%	38	14.3%	24	الخسائر البشرية الفلسطينية
21-%	18.4%	32	24.5%	41	الخسائر البشرية الإسرائيلية
3.5%	100%	173	100%	167	المجموع

● لاحظ أن مجموع تكرارات إطار الصراع لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الخيرية الواحدة تشمل أكثر من موضوع

يظهر الجدول رقم (4) أن اهتمام (BBC) في الأسبوع الأول بصواريخ المقاومة ضد دولة الاحتلال الإسرائيلي كان أعلى من الاهتمام بالقصف الإسرائيلي على غزة (22.1% و 19.1% على التوالي)، رغم الفارق بقوة القصف وحجم الخسائر التي يحدثها القصف الإسرائيلي. وهذا يشير إلى انحياز واضح للجانب الإسرائيلي. أما في الأسبوع الرابع، فقد تراجع الاهتمام بإطلاق صواريخ المقاومة على دولة الاحتلال، مقابل تزايد في الاهتمام بالقصف الإسرائيلي على غزة (16.1% و 29% على التوالي). وبالطبع، فإن هذا الأمر ينسجم مع تراجع القصف الفلسطيني لمدن الاحتلال الإسرائيلي بالصواريخ، في حين اشتد القصف الإسرائيلي على غزة. وبالرغم من كل ذلك، فإن (BBC) لم تول القصف على غزة الاهتمام الكافي الذي يتناسب مع حجم القتل والتدمير الذي مارسه جيش الاحتلال على غزة. ويظهر بوضوح أن تجاهل (BBC) لحجم الخسائر الفلسطينية في الأرواح، بحجة أن هذه الإحصاءات تصدر عن حكومة غزة التي تدعمها حماس، هو انحياز صارخ آخر لجانب الاحتلال، حيث صدرت مطالبات من قبل جهات عدة في غزة للدول الغربية والمنظمات العالمية للحضور إلى غزة لرصد تلك الخسائر. ويرى الباحثون أن (BBC)، كمؤسسة إعلامية عريقة وذات مصداقية تاريخية عالية، كان عليها أن تستجيب لقوة الصور التي تخرج من غزة حول هول الضربات التي توجهها دولة الاحتلال للمدنيين، وبخاصة الأطفال والنساء، بصرف النظر عن مصداقية الإحصائيات التي تخرج من المكتب الحكومي والمستشفيات في غزة. ويبدو أن (BBC) اضطرت لتعديل موقفها نتيجة التحرك الشعبي الكبير في المملكة المتحدة، وخروج مئات الآلاف من المتظاهرين احتجاجاً على المجازر التي تُرتكب بحق الأطفال والنساء في غزة. فنجد

أن الاهتمام بالخسائر البشرية في الجانب الفلسطيني ارتفع بشكل ملموس من (14.5%) في الأسبوع الأول إلى (21.9%) في الأسبوع الرابع. إلا أن هذا الاهتمام يبقى ضعيفاً إذا ما قورن بالاهتمام بالخسائر الإسرائيلية التي وصلت إلى (24.5%) في الأسبوع الأول، نظراً لفارق حجم الخسائر من جهة، وعنق القصف الإسرائيلي على غزة من جهة أخرى، مقارنة بهجوم السابع من أكتوبر.

جدول (5) إطار الاهتمامات الإنسانية التي استخدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC) خلال تغطيته للعدوان الإسرائيلي على غزة 2023

نسبة اختلاف تغطية الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول	إطار القضايا الإنسانية				الموضوعات
	الأسبوع الرابع		الأسبوع الأول		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10%	30.4%	21	41.3%	19	القضايا الإنسانية الفلسطينية
77%	69.5%	48	58.6%	27	القضايا الإنسانية الإسرائيلية
50%	100%	69	100%	46	المجموع

● لاحظ أن مجموع تكرارات إطار القضايا الإنسانية لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الواحدة تشمل أكثر من موضوع

تظهر نتائج الجدول (5) أن القضايا الإنسانية الإسرائيلية تصدرت أعلى نسبة في المواد الإعلامية في الفترة قيد البحث، حيث ظهرت بنسبة (58.6%) مقابل (41.3%) للقضايا الإنسانية الفلسطينية في الأسبوع الأول، بنسبة ارتفاع (10%)، و(69.5%) مقابل (30.4%) للقضايا الفلسطينية في الأسبوع الرابع وبنسبة ارتفاع (77%). وهذا يشير بوضوح إلى انحياز واضح لقناة (BBC) للجانب الإسرائيلي حيث استمرت في التذكير بما حدث في اليوم الأول من الهجوم، أي السابع من أكتوبر، فيما تجاهلت حجم الكارثة الإنسانية التي تسبب بها القصف الإسرائيلي المستمر والعنيف على قطاع غزة. وبالرغم من أن الجانب الفلسطيني هو الجانب الذي يتعرض للتهجير والإبادة، فإن هذا انحياز يشير إلى مواصلة قناة (BBC) دعمها لإسرائيل. ونظراً لفارق المأساة الإنسانية بين الطرفين، فإن من المفترض أن يتزايد الاهتمام بها على الطرف الفلسطيني، على الأقل بعد مرور أربعة أسابيع من الحرب، حيث تزايد أعداد الشهداء والجرحى والمفقودين بشكل هائل لدرجة أنه صدم العالم، فيما تراجع الخسائر الإسرائيلية إلى أقل الحدود نظراً لانتقال

المعركة إلى أرض غزة. ولكن المفارقة هي أن حجم الاهتمام بالقضايا الإنسانية الفلسطينية لم يتراجع فحسب، بل إنه ظل أقل من الاهتمام بالقضايا الإنسانية الإسرائيلية التي تناقصت خلال تلك الفترة بشكل واضح. ويعتقد الباحثون أن سبب تجاهل القناة للاهتمامات الإنسانية الفلسطينية مقارنة مع الإسرائيلية هو أن هذا الجانب يسهم في إظهار الجانب الفلسطيني على أنه ضحية للجرائم الواقعة عليه، الأمر الذي سوف يصب في مصلحة الفلسطينيين الذين تتهمهم إسرائيل والدول الداعمة لها بأنهم سبب هذه الحرب، وربما يتعارض مع السياسة الرسمية للدولة والتي تمثل القوى السياسية المؤثرة فيها.

جدول (6) أطر سياق العدوان التي استخدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC) خلال تغطيته للعدوان الإسرائيلي على غزة 2023

نسبة اختلاف تغطية الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول	أطر سياق العدوان				الموضوعات
	الأسبوع الرابع		الأسبوع الأول		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
54%-	100%	22	90.5%	48	أحداث السابع من أكتوبر
100%-	0%	0	9.4%	5	ما قبل أحداث السابع من أكتوبر
78%-	100%	22	100%	53	المجموع

● لاحظ أن مجموع تكرارات أطر سياق العدوان لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الواحدة تشمل أكثر من موضوع

يظهر الجدول (6) أن أحداث السابع من أكتوبر تصدرت النسبة الأعلى في أطر سياق العدوان، حيث بلغت نسبتها (90.5%) في الأسبوع الأول و(100%) في الأسبوع الرابع. ومع زيادة هذه النسبة، إلا أن التكرارات انخفضت في الأسبوع الرابع، حيث انخفض من (48) مرة إلى (22) مرة بنسبة بلغت (54%)، في حين جاءت الأحداث السابقة (وهي المتعلقة بممارسات الاحتلال الإسرائيلي بحق الفلسطينيين طيلة السنوات التي سبقت أحداث السابع من أكتوبر بشكل أساس) بنسبة متدنية جداً حيث بلغت (9.4%) في الأسبوع الأول، ولم تذكر بالمطلق في الأسبوع الرابع لذلك كانت نسبة الانخفاض (100%). ويرى الباحثون أن السبب هو أن المشكلة تمثلت في إخراج أحداث السابع من أكتوبر من سياقها التاريخي، واعتبرت أنها النقطة التي بدأ فيها الصراع الحالي. وبالتالي، اعتبرت المقاومة الفلسطينية أنها تتحمل المسؤولية عما حدث وعن تداعيات تلك

الهجمات دون الإشارة إلى السياق التاريخي الذي أدت إلى تفجير الموقف من خلال تلك الهجمات، والتي يعتبرها الفلسطينيون نتيجة طبيعية لتراكم السياسات والإجراءات التي تمارسها دولة الاحتلال الإسرائيلي بحق الفلسطيني، وهي الإجراءات التي أدت إلى ذلك الهجوم من وجهة نظر الفلسطينيين. ويدخل في إطار هذا السياق الحصار المطبق الذي تفرضه دولة الاحتلال على قطاع غزة، والسيطرة على كافة المعابر التي تربطه بالعالم الخارجي، والاعتداءات التي تحدث بالضفة الغربية على السكان، والاستيلاء على الأراضي لبناء المستوطنات الإسرائيلية، بالإضافة إلى ما يعاني منه الأسرى في سجون الاحتلال من إذلال وقمع واعتقال إداري دون تهمة أو محاكمة، وكذلك الاعتداءات على المسجد الأقصى، وغير ذلك من الإجراءات والممارسات التي تحرم الفلسطينيين من حقوقهم كشعب يستحق الحياة بحرية وكرامة. ولم يتطرق موقع (BBC) إلى أي من ذلك لوضع الأحداث في سياقها التاريخي لتوضيح أسباب هجمات السابع من أكتوبر، والتي عبّر عنها الأمين العام للأمم المتحدة بأنها "لم تحدث في فراغ".

جدول (7) إطار الاحتياجات الأساسية للفلسطينيين في قطاع غزة التي استخدمها الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC) خلال تغطيته العدوان الإسرائيلي على غزة 2023

نسبة اختلاف تغطية الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول	إطار الاحتياجات الأساسية				الموضوعات
	الأسبوع الرابع		الأسبوع الأول		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
40- %	15.7 %	6	16.9 %	10	نقص الغذاء
75 %	18.4 %	7	6.7 %	4	نقص الامدادات الطبية
18 %	34.2 %	13	18.6 %	11	نقص الماء
40- %	23.6 %	9	25.4 %	15	نقص الوقود
66- %	7.8 %	3	32 %	19	قطع الكهرباء
35- %	100 %	38	100 %	59	المجموع

● لاحظ أن مجموع إطار الاحتياجات الأساسية لا تساوي مجموع المادة المحللة، لأن المادة الواحدة تحتوي على أكثر من موضوع

فرضت تهديدات قادة الاحتلال الإسرائيلي بقطع الماء والكهرباء والأدوية والوقود على سكان غزة اهتماماً بهذا الجانب منذ اليوم الأول من قبل وسائل الإعلام العربية والدولية. وتظهر نتائج جدول (7) أن اهتمام قناة (BBC) بتلك الاحتياجات الأساسية لسكان قطاع غزة ضئيل نوعاً ما مقارنة

بالأطر الأخرى رغم حجم الكارثة التي تسببت بها على المستوى الإنساني. كما أن اهتمام القناة بهذا الإطار (من حيث عدد المواد الإعلامية المنشورة) انخفضت في الأسبوع الرابع عما نُشر في الأسبوع الأول. وقد جاء موضوع نقص الوقود في الأسبوع الأول بنسبة 25.4% ليتراجع (من حيث عدد الأخبار) إلى 23.6% في الأسبوع الرابع، أي أن نسبته انخفضت في الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول بمقدار (40%)، وكذلك نقص الغذاء انخفضت النسبة من 16.9% إلى 15.7% فكان الانخفاض أيضا بنسبة (40%)، وانخفض الاهتمام بموضوع قطع الكهرباء بشكل ملموس من 32% في الأسبوع الأول إلى 7.8% في الأسبوع الرابع حيث أن نسبة الانخفاض كانت نسبتها عالية جداً بنسبة (66%). إلا أن بعض المواضيع ارتفعت نسبة الاهتمام بها، كنقص الإمدادات الطبية التي بلغت في الأسبوع الأول 6.7%، لترتفع إلى 18.4% في الأسبوع الرابع حيث كانت نسبة الارتفاع (75%)، وكذلك الاهتمام بنقص المياه الذي ارتفع من 18.6% في الأسبوع الأول إلى 34.2% في الأسبوع الرابع وكانت نسبة الارتفاع (18%) في الأسبوع الرابع عن الأسبوع الأول.

ونستنتج من هذا الجدول ما يلي: (1) أن درجة الاهتمام بالجوانب الإنسانية من قبل (BBC) تراجعت (بالمجمل) بشكل ملموس (من 59 مرة إلى 38 مرة). وكان من المفترض، مع تصاعد الأزمة الإنسانية نتيجة القصف المتواصل على المدنيين أن تتزايد بشكل دراماتيكي. (2) أن درجة الاهتمام بنقص المواد الطبية والماء تزايدت، وهو أمر طبيعي على اعتبار أنهما مقومان أساسيان من مقومات الحياة، وأن الوضع الإنساني في غزة لا يحتمل هذا النقص. (3) أن تراجع الاهتمام بنقص الغذاء والوقود والكهرباء هو أمر غير مبرر، حيث أن هذه الاحتياجات لا تقل أهمية عن الاحتياجات الطبية والمياه. وحين نتطرق إلى موضوع الكهرباء، فمن المعلوم أنه مرتبط بشكل جذري بالخدمات الصحية وضخ المياه وغيرها من الأمور الحيوية التي لا غنى عنها في حياة الإنسان.

الجدول (8) الشخصيات المحورية البارزة في الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة (BBC) خلال تغطيته العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2023

نسبة اختلاف الأسبوع الرابع عن الأول	الأسبوع الرابع			الأسبوع الأول			الشخصيات المحورية
	ك	%	% من المجموع	ك	%	% من المجموع	
44-%	5	38%	4%	9	43%	5%	الشخصيا قادة عسكريون في المقاومة

							الفلسطينية	ت
%75-	%1.5	%15	2	%4.6	%38	8	مسؤولون في السلطة الفلسطينية	الفلسطينية
%0	%0	%0	0	%0	%0	0	محللون وخبراء فلسطينيين	
%50	%4.7	%46	6	%2	%19	4	شهود عيان ومواطنون فلسطينيون	
%38-	%10	%100	13	%11.6	100	21	المجموع	
					%			
%11.5	%19	%42	29	%15	%29	26	قادة عسكريون إسرائيليون	الشخصيا
%17-	%15	%33	19	%13.4	%25	23	مسؤولون حكوميون إسرائيليون	ت
%62.5-	%2	%5	3	%4.6	%9	8	محللون وخبراء اسرائيليون	الإسرائيلية
%66-	%7	%19	11	%19	%37	33	شهود عيان ومواطنون اسرائيليون	
%36-	%43	%100	57	%52	100	90	المجموع	
					%			
%0	%0	%0	0	%0	%0	0	محللون وخبراء عرب	الشخصيا
%50	%4.7	%100	6	%2	%67	4	رؤساء الدول العربية	ت العربية
%100-	%0	%0	0	%1	%33	2	سفراء الدول العربية	
%0	%4.7	%100	6	%3	100	6	المجموع	
					%			
%0	%11	%27	14	%8	%26	14	مسؤولون بالإدارة الأمريكية	الشخصيا
%43.7	%18	%45	23	%9.3	%30	16	مسؤولون بالأمم المتحدة	ت الدولية
%33-	%9	23.5	12	%10.5	%33	18	شخصيات أوروبية	
		%						
%66-	%3	%4	2	%3.5	%11	6	محللون وخبراء دوليون	
%5.5-	%41	%100	51	%31.5	100	54	المجموع	
					%			
	%100	----	127	%100	----	171	المجموع الكلي	

يبين الجدول (8) أن الموقع أشار إلى الشخصيات الإسرائيلية بشكل كبير جدا في تغطية العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2023 مقارنة بالشخصيات من الجهات المختلفة (بما في ذلك الشخصيات الدولية)، حيث بلغت النسبة (52%) في الأسبوع الأول و(43%) في الأسبوع الرابع

مع تراجع في تلك الفترة بنسبة (36%)، يليها الشخصيات الدولية بنسبة (31.5%) في الأسبوع الأول و(41%) في الأسبوع الرابع (مع انخفاض بنسبة (5.5%)). في حين بلغت نسبة ظهور الشخصيات الفلسطينية (11.6%) في الأسبوع الأول، و(10%) في الأسبوع الرابع (بنسبة انخفاض (38%)). أما الشخصيات العربية فقد ظهرت جاءت بنسبة (3%) في الأسبوع الأول و(4.7%) في الأسبوع الرابع (دون زيادة في نسبة الظهور قياساً إلى مجموعة ظهور الشخصيات في تلك الفترة).

يظهر بوضوح تركيز الموقع على الشخصيات الإسرائيلية، وهو ما يمكن تفسيره بأنه يهدف إلى تثبيت الرواية الإسرائيلية وتكريس الصورة في أذهان الجمهور أن الإسرائيليين هم ضحايا الحرب. ويبرز ذلك في التركيز في الأسبوع الأول على شهود العيان والمواطنين الإسرائيليين بنسبة (37%). وبلغت التكرارات، فقد ظهر في المواد التي تم تحليلها ظهور 33 من الشهود العيان الإسرائيليين في الأسبوع الأول، مقابل 4 أشخاص فلسطينيين. أما في الأسبوع الرابع، فقد ظهر 11 شخصا من شهود العيان الإسرائيليين مقابل 6 أشخاص فلسطينيين. طبعاً يتم النظر إلى هذه الأرقام مع الأخذ في الاعتبار أن الأحداث في الأيام الأولى من الحرب تركزت على الجانب الإسرائيلي، وهو ما يمكن أن يبرر التركيز على شهود العيان الإسرائيليين في تلك الفترة. ولكن في الأسبوع الرابع، وحيث أن القصف الإسرائيلي الشديد على قطاع غزة تسبب بكارثة إنسانية من جوع وعطش وتشريد من المنازل وانقطاع كل مقومات الحياة، لا تُقارن بما حدث على الجانب الإسرائيلي في الأسبوع الأول، فضلاً عن توقف شبه تام لاستهداف الإسرائيليين في الأسبوع الرابع، إلا أنه رغم ذلك استمر تركيز الأضواء على شهود العيان الإسرائيليين.

وتكرر الأمر بالنسبة لظهور القادة العسكريين الإسرائيليين والشخصيات العسكرية لدى المقاومة الفلسطينية. فقد ظهر القادة العسكريون الإسرائيليون بنسبة (29%) من إجمالي الشخصيات الإسرائيلية، ولكن في الأسبوع الرابع ارتفعت نسبة الشخصيات العسكرية الإسرائيلية إلى (42%) أي بنسبة ارتفاع (11.5%). وبالطبع، فإن ظهور هذه النسبة من القادة العسكريين الإسرائيليين من شأنه إظهار وجهة النظر الإسرائيلية من جهة، وإبراز القوة العسكرية للجيش الإسرائيلي من جهة أخرى. وكانت أبرز الشخصيات الإسرائيلية التي ظهرت: المتحدث باسم الجيش دانييل هاغاري، ووزير الدفاع الإسرائيلي يوآف غالانت.

أما فيما يتعلق بالمسؤولين السياسيين، فقد كان الظهور الكبير في المواد الإعلامية في تلك الفترة للسياسة الإسرائيلية والدوليين. وهو ما يُظهر انحيازاً واضحاً للجانب الإسرائيلي أيضاً. وبالطبع، يمكن تفسير ظهور الشخصيات السياسية الدولية بدرجة كبيرة إلى أن (BBC) هي محطة بريطانيا موجودة في بيئة أوروبية. وبالطبع، فإن غالبية الساسة الدوليين منحازون إلى الجانب الإسرائيلي.

ومقابل ذلك، نجد أن ظهور الساسة الفلسطينيين والعرب كان محدوداً جداً، قياساً إلى ظهور الساسة الإسرائيليين والدوليين، مما يدل على أن (BBC) لديها توجه لإقصاء وجهة النظر الفلسطينية والعربية (بما فيها الأصوات التي يتم وصفها بالاعتدال).

أما بالنسبة لظهور الخبراء والمحليين العرب والفلسطينيين، فقد كان ظهورهم في تلك الفترة "صفر"، حيث لم يتم الرجوع لأي خبير أو محلل عربي للتعليق على الأحداث، سواء في الأسبوع الأول أو الرابع. وكان باستمرار (ولكن بدرجة محدودة) يتم الاستعانة بالخبراء الإسرائيليين والدوليين (مع تفوق دائم لحضور الخبراء والمحليين الإسرائيليين). وهذا يؤكد النتيجة التي ذكرناها آنفاً بأن (BBC) سعت إلى إقصاء الصوت الفلسطيني والعربي، وتقديم الصوت الإسرائيلي والدولي، وهو ما يؤكد انحياز (BBC) إلى الرواية الإسرائيلية.

ومن أبرز الشخصيات السياسية الإسرائيلية رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتانياهو، ووزير الخارجية الإسرائيلي إيلي كوهين ومن أبرز الشخصيات الرئيس الأمريكي جو بايدن ووزير الخارجية الأمريكية أنتوني بلينكن، ورئيس الوزراء البريطاني والمتحدث باسم الأمم المتحدة، في حين اقتصرت الشخصيات الفلسطينية البارزة على رئيس السلطة الفلسطينية محمود عباس وقائد كتائب القسام محمد الضيف ورئيس الوزراء الفلسطيني محمد اشتية، وكان ظهور الشخصيات العربية بشكل ضئيل جداً اقتصر على ملك الأردن عبدالله الثاني، وحسن نصرالله زعيم حزب الله ورئيس الخارجية اللبناني.

### مناقشة النتائج

كانت أبرز الموضوعات التي تناولتها قناة (BBC) في الأسبوع الأول الخسائر البشرية الإسرائيلية ثم تلاها إطلاق صواريخ المقاومة والمحتجزون الإسرائيليين، بينما في الأسبوع الثاني تصدر موضوع القصف الإسرائيلي أبرز الموضوعات ثم تلاه الخسائر البشرية الفلسطينية، احتل إطار الصراع المرتبة الأولى بالنسبة لأطر الخبرة المستخدمة في تغطية العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة يليه أطر الاهتمامات الإنسانية والاحتياجات الإنسانية وأخيراً أطر سياق العدوان. تبين أن الشخصيات المحورية الأكثر بروزاً في قناة (BBC) خلال تغطيتها للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة هي الشخصيات الإسرائيلية ثم الشخصيات الدولية ويليلها الشخصيات الفلسطينية. كان هناك انحياز صارخ لقناة (BBC) من خلال تغطيتها أحداث العدوان الإسرائيلي لقطاع غزة إلى الجانب الإسرائيلي وتأييد ودعم للحرب على قطاع غزة.

## التوصيات

نوصي بإجراء دراسات مستقبلية تهدف إلى رصد المضامين الإعلامية الإسرائيلية خاصة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي لما لها من تأثير على الجمهور، والاستفادة من الخبرات الأكاديمية في هذا المجال من أجل تدعيم الأداء الإعلامي العربي في مواجهة الدعاية الإسرائيلية وداعميها.

لم تتطرق هذه الدراسة إلى تحليل تعليقات الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي لقناة (BBC) ولم يتبين توجهات جمهور القناة من الحرب على قطاع غزة، لذلك نوصي الباحثين بإجراء دراسات مستقبلية ندرس من خلالها ردود فعل الجمهور من خلال التعليقات على منشورات القناة.

حللت هذه الدراسة فترتين مختلفتين من الحرب على قطاع غزة، نوصي بإجراء دراسات مستقبلية على فترات أخرى مغايرة ومقارنتها بنتائج هذه الدراسة.

## المراجع

### المراجع العربية

- أسامة علي (2012). دلالة تأطير الصورة الصحفية في التداول الإعلامي للحرب على غزة عام 2009 دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي الأهرام المصرية وهيرالد تريبيون الأمريكية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 11(2)، 97-144.
- إيمان زهران (2023، تشرين الثاني 11). *أبعاد وارتدادات التحولات الاستراتيجية "طوفان الأقصى"*، تم الاسترداد <https://n9.cl/117zjs>
- ثريا علماوي و مريم عمراوي (2022). آليات تأطير الإعلامي في التقارير التلفزيونية وأثره على المصدقية وفي نقل الأخبار دراسة تحليلية لعينة من التقارير الخبارية المتعلقة بتغطية قناة الجزيرة للعدوان على غزة خلال شهر ماي 2021 (رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة).
- الجزيرة (2023، كانون الأول 22). *خبراء: الحرب الإسرائيلية على غزة من بين الحملات الأكثر دموية وتدميرا في التاريخ*. تم الاسترداد <https://n9.cl/7uy3w>
- حليم خماش وأزهار غنتاب (2018). *تأطير الحرب على تنظيم داعش في جريدة نيويورك تايمز للمدة من 2016/10/17 لغاية 2017/4/16*. *مجلة الباحث الإعلامي*. 10(40). 161-182.
- حيدر المصدر (2016). *أساليب الدعاية في الصحف المصرية الإلكترونية اتجاه حركة حماس: دراسة تحليلية مقارنة*. رسالة ماجستير. غزة: الجامعة الإسلامية.
- عبد الرزاق الدليمي (2016). *نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين*. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز بركات (2015). *مناهج البحث العالمي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- غسان حرب (2021). *التأطير الإخباري للعدوان الإسرائيلي على غزة عام 2021 في قناة (i24) الإسرائيلية*. *مجلة البحث الإعلامي*. 13(53)، 7-30.
- محمد عبد الحميد (2015). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: عالم الكتب.

معين الكوع، وهبة ضرغام، ودعاء أبو الرب (2023). معالجة الصحافة الأمريكية لقضية الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي: صحيفة واشنطن بوست دراسة حالة. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 1(25)، 61-89.

هدد سنيد (2024). معالجة صفحات القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث طوفان الأقصى 2023 (دراسة تحليلية)، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، 6(1) 543-607.

المراجع الأجنبية

Yang, J (2003). FRAMING THE NATO AIR STRIKES ON KOSOVO ACROSS COUNTRIES Comparison of Chinese and US Newspaper Coverag. *The international journal for communication studies*.65(3), 231-249.

Lichtenstein, D., Esau, K., Pavlova, L., Osipov, D., & Argylov, N (2019). Framing the Ukraine crisis: A comparison between talk show debates in Russian and German television. *International Communication Gazette*, 81(1), 66-88.

Radwan, D (2019). *Framing Palestine: News framing of United Nations resolutions on Palestine in US and British newspapers: 1993-2017* (Doctoral dissertation, The University of Arizona).

Foli, K (2022). *A comparison of online news media framing of the 2022 Russia-Ukraine conflict in Ukraine, Russia, the US & China* (Master dissertation, University of Glasgow).

Brüggemann, M., & D'Angelo, P (2018). Defragmenting news framing research: Reconciling generic and issue-specific frames. In *Doing news framing analysis II*(90-111). Routledge.

## الإعلام الثقافي بالمغرب: النشأة والتطور والأدوار Cultural media in Morocco: Emergence, Development, and Roles

د. محمد علي امدغري، باحث في القانون العام، المغرب

### ملخص

الإعلام الثقافي في المغرب شهد تطوراً ملحوظاً منذ بداياته في الستينيات، بدأ البث التلفزيوني بتقديم الأخبار والبرامج الترفيهية، لكن مع مرور الزمن تنوعت البرامج وتحسنت جودة الإنتاج، مما جعله يلعب دوراً مهماً في نقل المعرفة والثقافة، وتوعية المجتمع بالقضايا الاجتماعية والثقافية، الإعلام التلفزيوني المغربي ساهم في دعم التنمية الثقافية للمجتمع المغربي وتعزيز الوعي الثقافي بين المواطنين، واضطلع بمجموعة من الأدوار في هذا الجانب، وهو ما يكشف عنه هذا المقال.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الثقافي - المغرب - النشأة - التطور - الادوار الثقافية

### Summary:

Cultural media in Morocco has witnessed significant development since its beginnings in the sixties. Television broadcasting started by presenting news and entertainment programs, but over time, programs diversified and production quality improved, making it play an important role in conveying knowledge and culture, raising awareness about social and cultural issues. Moroccan television media has contributed to supporting cultural development in Moroccan society and enhancing cultural awareness among citizens, assuming a variety of roles in this aspect, as revealed in this article.

**Key words: Cultural media - Morocco - Emergence - Development - Cultural roles**

### تقديم

يعد الإعلام الثقافي التلفزيوني من المجالات الحيوية والمؤثرة في المجتمعات الحديثة، حيث يشكل أحد أهم وسائل انتقال المعرفة وتبادل الثقافات، ويعتبر الاهتمام بالثقافة والتراث جزءاً لا يتجزأ من التنمية الشاملة وتعزيز الهوية الوطنية والتواصل الثقافي.

ومع زيادة الطلب على المحتوى الثقافي التلفزيوني، ظهرت العديد من القنوات الثقافية التلفزيونية التي تهدف إلى تلبية احتياجات الجمهور ونشر الثقافة والمعرفة، ومن بين هذه القنوات الثقافية التي

تضطلع بهذا الدور في دائرة الاعلام الثقافي الرسمي المغربي، نجد القناة الثقافية الرابعة، التي تعتبر نموذجاً رائداً في تقديم برامج ثقافية متنوعة وذات جودة عالية.

يهدف في هذا المقال إلى استكشاف تطور ودور الإعلام المغربي، بالتركيز على النشأة والتطور، بالإضافة إلى دور الإعلام الثقافي في المغرب، بحيث يعتبر الإعلام من أهم العوامل التي تشكل المجتمع وتؤثر فيه، ولذا فإن فهم تاريخ وتطور الإعلام المغربي يعزز فهمنا للمجتمع المغربي وثقافته. فكيف نشأ الإعلام المغربي وكيف تطور وما هي أبرز ادواره الثقافية؟

للإجابة على هذه الإشكالية، سنبدأ بدراسة نشأة الإعلام المغربي وتطوره، وسنتعرف على الجوانب الرئيسية التي ساهمت في تشكيل الإعلام المغربي والتغيرات التي مر بها على مر الزمن، وسنتطرق إلى ظهور وتطور وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، ونتناول أيضاً تأثير التكنولوجيا والإنترنت على الإعلام المغربي (المطلب الأول)

بالإضافة إلى ذلك، سنتحدث عن دور الإعلام الثقافي في المغرب، وسنستكشف كيف يلعب الإعلام الثقافي دوراً حيوياً في تعزيز الثقافة المغربية والحفاظ على التراث والتنوع الثقافي. سنناقش أهمية وسائل الإعلام الثقافية في نشر الفن والأدب والموسيقى والسينما، وكيف تساهم في تعزيز الوعي الثقافي للمجتمع المغربي (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: نشأة الإعلام المغربي وتطوره

سنحاول في هذا المطلب اعطاء نبذة موجزة عن نشأة وتطور الاعلام المغربي، وسنركز على الاعلام التلفزيوني، وسيتم ذلك وفق ما يلي: نظرة عامة حول الاعلام في المغرب (الفقرة الاولى) نشأة الإعلام التلفزيوني المغربي وتطوره (الفقرة الثانية).

### الفقرة الاولى: نظرة عامة حول الإعلام في المغرب

ينقسم المشهد الإعلامي المغربي إلى إعلام مرئي ومسموع ومكتوب وإلكتروني، فعلى صعيد الإعلام المرئي، يتوفر المغرب في الوقت الحاضر أزيد من تسع قنوات تلفزيونية عمومية تابعة للدولة،<sup>289</sup> سواء من حيث تمويلها أو من حيث إدارتها والإشراف عليها (المشرف على هذه القنوات

<sup>289</sup> القناة الأولى القناة الثانية، القناة الرابعة (التربوية)، القناة السادسة (خاصة بالقران الكريم). الفضائية المغربية القناة الأولى الفضائية، القناة الثانية الفضائية قناة العيون الجهوية القناة الرياضية.

هو في وزارة الاتصال ويعين مدراؤها العامون ظهير ملكي) وتعتمد في بث برامجها خاصة على اللغتين العربية والفرنسية، قبل أن يصبح للغة الأمازيغية حضور نوعي في برامجها. إضافة إلى ذلك، تحضر الإسبانية، خاصة في القناة الأولى من خلال بعض النشرات الإخبارية المخصصة لها.

وعلى صعيد الإعلام السمعي يتوفر المغرب على أزيد من 14 إذاعة، بعضها وطني وبعضها الآخر جهوي،<sup>290</sup> وهي جميعها إذاعات عمومية تابعة للدولة، باستثناء إذاعة ميدي 1 المعروفة بإذاعة البحر الأبيض المتوسط الدولية التي توجد في ملكية القطاع الخاص الأجنبي، وإذاعة "سوا" التابعة للولايات المتحدة الأمريكية، والتي تبث برامجها انطلاقا من التراب المغربي.<sup>291</sup>

أما على صعيد الإعلام المكتوب فيصل عدد العناوين الموجودة إلى 618 عنوانا، تنتوع من جهة أولى من حيث لغة تعبيرها ما بين اللغتين العربية والفرنسية، وبدرجة أقل اللغتين الأمازيغية والإسبانية، ومن جهة ثانية من حيث دورية صدورها ما بين اليوميات والأسبوعيات ونصف الشهرية والشهرية، ومن جهة ثالثة من حيث توجهاتها ما بين صحافة مستقلة وأخرى حزبية، وتتنوع من جهة رابعة من حيث اهتماماتها بين صحافة الأخبار وصحافة التخصص، كما تنتوع من جهة خامسة من حيث عدى انتشارها الجغرافي ما صحافة ذات بعد وطني وأخرى جهوية يقتصر توزيعها على دائرة جغرافية بين محددة.<sup>292</sup>

ويعرف مستوى انتشار الصحف المغربية تزايدا مضطربا حيث يصل عدد مبيعاتها إلى 240 ألف نسخة في اليوم إلى حدود سنة 2005، بعد أن كانت لا تتعدى 50 ألف نسخة قبل 40 سنة. وإلى جانب الصحافة الورقية توجد في المغرب صحافة إلكترونية، فقد أطلقت خدمة الأنترنت في المغرب سنة 1995، وتشير الأرقام إلى وجود أكثر من 4 مليون مستعمل، وإلى وجود هذا النوع تصدر بصفة غير دورية وغير منتظمة وتتنوع بين مواقع إلكترونية مستقلة ترجع ملكيتها إلى

<sup>290</sup> تتمثل الإذاعات الوطنية في الإذاعة الوطنية، الإذاعة الأمازيغية الإذاعة الدولية المعروفة Chaine Inter - إذاعة القناة الثانية وإذاعة محمد السادس للقرآن الكريم. أما الإذاعات الجهوية، فتتحدد في إذاعة الداخلة إذاعة العيون إذاعة لكابير إذاعة مراكش إذاعة الدار البيضاء، إذاعة وجدة إذاعة فاس إذاعة تطوان، وإذاعة طنجة.

<sup>291</sup> ابوبكر الجامعي، تعزيز حكم القانون والنزاهة في العالم العربي، تقرير عن وضع الاعلام في المغرب، المركز العربي لتطوير حكم القانون والنزاهة، مسودة بدون تاريخ، ص 5

<sup>292</sup> ابوبكر الجامعي، مرجع سابق، ص 6.

رأسمال خاص وأشخاص ذاتيين وأخرى رسمية تابعة للدولة، أبرزها الموقع الخاص بوزارة الاتصال و"مينارا (Menara) ، يضاف إلى ذلك أن أغلب الوزارات تتوفر على مواقع إلكترونية خاصة.<sup>293</sup>

### الفقرة الثانية: نشأة الإعلام التلفزيوني المغربي وتطوره

سنحاول الحديث في هذا المحور عن نشأة الإعلام التلفزيوني المغربي، مقسمين ذلك إلى مرحلة الظهور والبدايات الأولى للإعلام التلفزيوني (أولاً) ولمحة مختصرة عن التجارب الإعلامية الخاصة (ثانياً) ثم التطور الذي تم إحداثه تشريعياً (ثالثاً) مختتمين هذا المحور بلمحة عن التجارب خارج الحدود (رابعاً).

### أولاً: البدايات الأولى للإعلام التلفزيوني المغربي

عرفت المملكة المغربية في الخمسينيات تجربة أولى مع الشركة الفرنسية "تيلما" التي كانت ترى في الجالية الأوروبية المقيمة في المغرب جمهوراً مهماً. في 1951، تم تسليم رخصة الاستثمار والإذاعة إلى "تيلما" التي لم تبدأ البث إلا في 1954، وافتتحت القناة الوطنية المغربية يوم 3 مارس عام 1962 غداة الاستقلال، بالأبيض والأسود، ولم يتم إدخال الألوان إلا في سنة 1972.

في أكتوبر سنة 1966، أصبحت الإذاعة المغربية مؤسسة حكومية، وفي 1978، أصبحت الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة (مؤسسة التلفزيون الرسمي) ملحقة بالإدارة المركزية لوزارة الاتصال، أما القناة الثانية، المعروفة اختصاراً بـ 2M فقد انطلقت رسمياً في 4 مارس 1989، وكانت أول قناة خاصة قبل أن يبدأ مسار تأميم القناة في 1997، وصارت القناة الثانية منذ أواخر التسعينيات، الأولى من حيث نسب المشاهدة بين القنوات المغربية، متفوقاً على أختها الكبرى الأقدم "الأولى".<sup>294</sup>

وأنجب التلفزيون العمومي المزيد من القنوات التي لم تحظ بالكثير من النجاح أمام القناة الثانية، بينها القناة الدينية السادسة، القناة الثقافية الرابعة، قناة "المغربية" العامة الموجهة للجالية المغربية

<sup>293</sup> أحمد المريني، نظرة على تاريخ الصحافة المغربية، مدونة الجزيرة، <https://cutt.us/VAXRr> نشر 31 ماي 2015 اطلع عليه بتاريخ 14

مارس 2024.  
<sup>294</sup> محاضرات نشأة وتطور التلفزيون، نسخة رقمية منشورة على الرابط التالي: <https://cutt.us/hmAzt> تم الاطلاع عليها بتاريخ 15 مارس

في العالم، القناة السابعة للأفلام، والثامنة الأمازيغية، بالإضافة إلى الرياضية التي تحظى بمشاهدات أهم قليلاً بفضل نقلها للمبارات الرياضية المحلية.<sup>295</sup>

### ثانياً: التجارب الاعلامية للقنوات الخاصة

يمكن تقسيم ظهور القنوات الخاصة إلى مرحلتين، مرحلة أولى ظهرت فيها قنوات في سياق خاص جداً، وكانت قليلة الاستمرار أو قليلة الانتشار، ثم المرحلة الحالية التي عرفت تزايداً دراماتيكياً لم يشهده المغرب من قبل. كانت أولى التجارب تتلخص في "تيلما"، القناة الثانية، وكذلك "ميدي 1 تي في". دخلت القناتان الأوليان إلى سلطة الدولة وصارتا جزءاً من التلفزيون الحكومي، بينما كانت لـ"ميدي 1 تي في" تجربة ذات سياق أكثر خصوصية.<sup>296</sup>

تم إنشاء قناة "مدي 1 تي في" من قبل السلطات الفرنسية والمغربية لتعزيز الثقافات الفرنسية - المغربية والمغربية تحت اسم "مدي 1 سات" في 1 ديسمبر/كانون الأول 2006. وكان 56 في المائة من المساهمين مغاربة (اتصالات المغرب وصندوق الإيداع والتدبير)، و 30 في المائة لمساهمين فرنسيين، و 14 في المائة لإذاعة "ميدي 1".<sup>297</sup>

أصبحت القناة بعد سنتين مغربية تماماً، وذلك بعد الإعلان عن شراء أسهم الفرنسيين من قبل صندوق الإيداع والتدبير، وهو الصندوق المالي الرسمي الحكومي، ما يعني أن القناة صارت حكومية بشكل غير مباشر، قبل أن تحصل على تدفق مالي بقيمة 800 مليون درهم مغربي من مجموعتي "تيكست إنفستمنت" و"سايد ميديا" الإماراتيتين، ما منحهما حصة الأغلبية فيها، ولم يكن لـ"ميدي 1 تي في" حضور كبير مقابل منافس مثل "دوزيم" مثلاً. إذ أوردت دراسة أجريت عام 2017 أن القناة حققت نسبة مشاهدة بلغت 4.9 في المائة، مقابل 64 في المائة للقناة الثانية و 23.9 في المائة لباقي قنوات الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة خلال رمضان من نفس العام مثلاً.<sup>298</sup> كما يتوفر المغرب على قناتين تلفزيونيتين خاصيتين هما "تيلي ماروك" و"شدى تيفي" وهناك مشاريع خاصة أخرى في الطريق.

<sup>295</sup> نفسه، ص 4.

<sup>296</sup> محاضرات نشأة وتطور التلفزيون، مرجع سابق، ص 6

<sup>297</sup> وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية، تطور المفهوم الصحفي في المغرب، مجلة دعوة الحق، العدد 162، ص 80.

<sup>298</sup> حمزة التريباوي، التلفزيون المغربي الرحلة لا تزال في بدايتها، منشور على العربي الجديد بتاريخ 16 أكتوبر 2019، انظر الرابط التالي:

<https://cutt.us/WyIbW> تم الاطلاع بتاريخ 16 مارس 2024.

### ثالثاً: تطور الإعلام بتطور التشريع

عرف المشهد التلفزيوني المغربي قفزة كبرى في الطفرة غير مسبوقة من خلال منح "الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري" "الهكا" ترخيص بث من داخل التراب المغربي لمجموعة من المؤسسات الإعلامية. وبعدها كانت "شدى تي في" تُبث من الأراضي الأردنية، حصلت القناة الموسيقية الخاصة الآن على ترخيص للبث من الأراضي المغربية.

وحصلت "هيت راديو" على رخصتين لبث قناتين تلفزيونيتين عبر القمر الاصطناعي من داخل المغرب، الأولى هي قناة مخصصة للأطفال، والثانية ستكون قناة تلفزيونية وثائقية، وتم اطلاقها نهاية 2019<sup>299</sup> وكشفت تقارير محلية أن الهيئة وافقت، مبدئياً، على الترخيص لقناة تلفزيونية رياضية، تابعة لـ"راديو مارس"، في انتظار التوقيع النهائي على ترخيص القناة التي سوف تحمل اسم "مارس تي في".<sup>300</sup>

ويشترط القانون المغربي الحصول على ترخيص من "الهكا" التي تتولى منح الترددات للمؤسسات بتنسيق مع "الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات". ويعني هذا أن المغاربة باتوا على موعد مع عدد قنوات تلفزيونية لم يشهدها من قبل، يتسع المشهد الإعلامي بعد طول انتظار لكن في وقت قد يكون متأخراً، إذ بينما تنتقل القنوات إلى عدد أكبر، ينتقل المزيد من المشاهدين إلى الإنترنت متخليين عن التلفزيون التقليدي.<sup>301</sup>

وانطلاقاً من سنة 2015 عرف انتشار الصحف المغربية تراجعاً مضطرباً بسبب ضعف المبيعات، حيث لم يتجاوز عدد المبيعات اليومية في سنة 2021 ما مجموعه 50 ألف نسخة حسب التقرير السنوي لوزارة الاتصال والثقافة المغربية، ويعود هذا التراجع بالأساس إلى الإقبال على الإعلام الإلكتروني وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي.

<sup>299</sup> موقع الهكا <https://cutt.us/CRZ6x> تم الاطلاع عليه بتاريخ 16 مارس 2024.

<sup>300</sup> حمزة الترابوي، مرجع سابق.

<sup>301</sup> انظر القانون رقم 11-15

## رابعاً: تجارب من خارج الحدود

منذ عام 2002، دخل المغرب في ما بات يسمى بسياسة تحرير القطاع السمعي البصري. من بين نتائجها، عام 2006، منح "هاكا" عشرة تراخيص جديدة لإطلاق خدمات إذاعية، وترخيصاً واحداً لتلفزة تبث عبر القمر الاصطناعي من التراب الوطني.

لكنّ الهيئة لم تمنح تراخيص لمحطات تلفزيونية خاصة أخرى، وكانت أبرز الحجج هي مخاوف من انهيار سوق الإعلانات وضرورة الحفاظ على استقرار المؤسسات الإعلامية الحكومية. وأمام هذا الأمر الواقع، قرّر رجال إعلام مغاربة، قبل سنوات قليلة فقط وفي فترة متأخرة، إطلاق قنواتهم الخاصة من خارج التراب المغربي.

وكانت أبرز التجارب قناتا "تيلي ماروك" و"شدي تي في". انطلقت قناة "تيلي ماروك" من العاصمة الإسبانية مدريد عام 2017، وهي قناة عامة أساسها الصحافي المغربي المعروف، رشيد نيني.<sup>302</sup>

في حين لا توجد أرقام حول نسب مشاهداتها، إلا أنّها بدت قياسية في "يوتيوب". لكن صعود نجم برامج القناة تلتها الكثير من الضجة بسبب جرأتها وخوضها في مواضيع مثيرة للجدل، واضطر الغضب مثلاً على برنامج حوارى كانت تقدمه الصحافية بشرى الضو إلى توقيفه. وفي العام نفسه، أعلنت الشركة المالكة لإذاعة "شدي إف إم" المغربية عن إطلاق قناة تلفزيونية فضائية موجهة للمغاربة والعالم العربي تحمل اسم "شدي تي في" وتبث من الأراضي الأردنية. القناة ركزت على برامج الموسيقى والكليات واختارت نقل تجربتها القديمة في المنوعات من الراديو للتلفزيون، ولاحقاً حصلت على ترخيص بالبث من المغرب<sup>303</sup>.

لكن "شدي تي في" بدورها لم تسلم من الأزمات، إذ بالإضافة إلى جودة البرامج التي تظهر ضعيفة الميزانية من حيث الديكور والتصوير، تعرضت أخيراً لتوقيف برنامج The Kotbi Tonight لثلاثة أسابيع بعد تصريحات المغني الشعبي عادل الميلودي، الذي دعا خلال ظهوره على القناة إلى تعنيف المرأة، قائلاً إن "من لا يضرب زوجته ليس رجلاً، وإن من حق كل رجل أن يضرب زوجته أو يفعل بها ما يشاء".

<sup>302</sup> انظر موقع الهيئة العليا للسمعي البصري، الرابط التالي <https://cutt.us/dbOTy> تم الاطلاع بتاريخ 15 مارس 2024.

<sup>303</sup> نور الدين زمام، عولمة الثقافة المستحيل والممكن، مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2001، ص 167.

## المطلب الثاني: أدوار الإعلام الثقافي المغربي

في هذا المطلب سنتناول أدوار الإعلام الثقافي المغربي، والتي تتجلى أساسا في نشر الثقافة المغربية والتراث المغربي والوعي بهما (الفقرة الاولى) وتربية المجتمع على ثقافة التنوع والتعددية بالتعريف بمختلف الثقافات (الفقرة الثانية)

### المحور الاول: دور الإعلام الثقافي في نشر الثقافة والتراث في المغرب

يتمتع الاعلام بدور مهم في نشر الثقافة والحفاظ على هوية المجتمع، بالإضافة إلى نشر الوعي الثقافي، وتضطلع القنوات الإعلامية المغربية بمجموعة من الأدوار المهمة منها:

#### أولاً: الحفاظ على التراث المغربي

يعد الإعلام الثقافي منبرًا هامًا للحفاظ على التراث المغربي، ويتم استخدام وسائل الإعلام المختلفة مثل البرامج التلفزيونية التراثية والوثائقية والمقابلات مع العلماء والمختصين لتوثيق ونشر المعرفة المتعلقة بالتراث المغربي، ويتم تسليط الضوء على المواقع التاريخية والفنية والثقافية في المغرب، ويتم إبراز أهمية الحفاظ عليها للأجيال القادمة.

تعزيز الوعي بالثقافة المغربية: يلعب الإعلام الثقافي دورًا هامًا في تعزيز الوعي بالثقافة المغربية. يتم تناول المواضيع المتعلقة بالفن والأدب والموسيقى والعادات والتقاليد المغربية في البرامج والمقالات والمعارض الفنية. يتم تقديم مواهب الفنانين والكتّاب والمبدعين المغاربة، ويتم تشجيع التفاعل معهم ودعم إنتاجهم الثقافي.<sup>304</sup>

#### ثانياً: إثراء الثقافة المغربية

يعتبر الإعلام الثقافي منصة لإثراء الثقافة المغربية بالمعرفة والتجارب الجديدة. يتم تناول المواضيع المعاصرة التي تؤثر على المجتمع المغربي، مثل التحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، ويتم تحليلها ومناقشتها من منظور ثقافي. كما يتم تقديم الأفكار الجديدة والابتكارات الثقافية التي تساهم في تطوير الثقافة المغربية وتحفيز الابداع والتجديد.<sup>305</sup>

<sup>304</sup> سلوى امام، مرجع سابق، ص 87.

<sup>305</sup> سلوى امام مرجع سابق، ص 88.

### ثالثا: تسليط الضوء على التنوع الثقافي

يتميز المغرب بتعددية ثقافية متنوعة تتكون من مختلف الأعراق والأديان واللغات. يقوم الإعلام الثقافي بتسليط الضوء على هذا التنوع وتعزيز الاحترام المتبادل والتفاعل بين الثقافات المختلفة. يقدم الإعلام البرامج والمواد التي تروج للتعايش السلمي وتعزز الفهم المتبادل بين مختلف المجتمعات المغربية.<sup>306</sup>

### رابعا: تعزيز الوعي التاريخي

يقوم الإعلام الثقافي بتوثيق التراث التاريخي في المغرب، ويتم استعراض الأحداث التاريخية المهمة والشخصيات التي أثرت في تطور المجتمع المغربي، ويعمل على إشراك الجمهور وتعزيز الوعي التاريخي، مما يساعد على تعزيز الهوية الوطنية والانتماء إلى التراث المغربي.<sup>307</sup>

### الفقرة الثانية: نشر الوعي الثقافي والتنوع عن طريق الإعلام الثقافي في المغرب

تعتبر مسألة نشر الوعي الثقافي والتنوع اهم الادوار الملقاة على عاتق الاعلام الثقافي المغربي، ويتجلى ذلك من خلال:

### أولا: نشر الوعي الثقافي

يعمل الإعلام الثقافي على زيادة الوعي الثقافي للجمهور من خلال تقديم محتوى تثقيفي متنوع وممتع، ويتم تناول المواضيع المتعلقة بالتاريخ والأدب والفن والعلوم والتكنولوجيا والعادات والتقاليد. توفر البرامج التلفزيونية والراديو والمقالات والمدونات فرصاً للجمهور لتوسيع معرفتهم وفهمهم لمجموعة واسعة من المواضيع الثقافية.<sup>308</sup>

### ثانيا: تعزيز التنوع الثقافي

يسعى الإعلام الثقافي في المغرب لتعزيز التنوع الثقافي والتعايش السلمي بين المجتمعات المختلفة، ويتم تقديم فضاءات للثقافات المتعددة واللغات المتنوعة، ويتم تشجيع التفاعل والتبادل بين الثقافات

<sup>306</sup> عبد الله عويدات المرجع السابق، ص 14.  
<sup>307</sup> الياس فرح، دور الثقافة في المجتمع العربي، منشورات الطليعة العربية في تونس، الطبعة الأولى، سنة 1986، ص 45.  
<sup>308</sup> عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1999، ص 78.

المغربية المختلفة. يعمل الإعلام على هدم الحواجز الثقافية وتعزيز قيم التسامح والاحترام المتبادل.<sup>309</sup>

### ثالثاً: ترويج الثقافات المحلية

يساهم الإعلام الثقافي في ترويج ودعم الثقافات المحلية في المغرب. يتم تسليط الضوء على الموروث الثقافي المحلي والعادات والتقاليد التي تميز مناطق مختلفة في المغرب. يقدم الإعلام فرصاً للفنانين والمبدعين المحليين لعرض مواهبهم وإبراز المنتجات الثقافية المحلية، وبذلك يعزز التنوع الثقافي ويحفز التفاعل بين المجتمعات المحلية.<sup>310</sup>

### رابعاً: تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية

يلعب الإعلام الثقافي دوراً هاماً في توعية الجمهور بالقضايا الاجتماعية المهمة، ويتم تناول قضايا مثل المساواة بين الجنسين، حقوق الإنسان، العدالة الاجتماعية، التنمية المستدامة، وغيرها، ويعمل الإعلام على توجيه الضوء على التحديات التي يواجهها المجتمع المغربي وتشجيع المشاركة والعمل المجتمعي للتغيير الإيجابي.<sup>311</sup>

باختصار، يسعى الإعلام الثقافي في المغرب لتعزيز الوعي الثقافي والتنوع، وذلك من خلال توفير محتوى تثقيفي متنوع، وتعزيز التفاعل بين الثقافات المختلفة، ودعم الثقافات المحلية، وتعزيز الحوار الثقافي، وتوعية الجمهور بالقضايا الاجتماعية المهمة، ويهدف الإعلام الثقافي إلى تعزيز التواصل والتفاهم بين أفراد المجتمع وتعزيز الروح الاجتماعية والتعاون لبناء مجتمع أكثر تنوعاً وتطوراً.

### خاتمة

في ختام هذا المثال، يمكننا الاستنتاج بأن الإعلام الثقافي التلفزيوني يلعب دوراً حيوياً في تعزيز الوعي الثقافي ونشر الثقافة في المجتمع، وتتجلى أهمية هذا النوع من الإعلام في توسيع المعرفة وتعزيز الوعي الثقافي للمشاهدين، وتعمق الفهم للمواضيع المتنوعة التي تهتم المجتمع.

309 عبد الله عويدات، مرجع سابق، ص 17.

310 المضامين الثقافية والإعلام، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، لسنة 2018 ص 56.

311 أحمد المريني، الحضور الثقافي في الاعلام المغربي، المجلة المغربية للدراسات الإنسانية، مقال منشور بتاريخ 18 يونيو 2019، على الموقع التالي: <https://cutt.us/IWOxv> تم الاطلاع عليه بتاريخ 16 مارس 2024.

من خلال هذه المقال، توصلنا الى الفوائد التي يحققها الإعلام الثقافي التلفزيوني عندما يقدم برامج ذات جودة عالية ومحتوى ذكي وهادف، وبالتالي، فإن تطوير وتعزيز القنوات الثقافية التلفزيونية يمكن أن يكون له تأثير إيجابي كبير في تنمية المجتمع وتطويره، وتعزيز الوعي الثقافي للجمهور، بالإضافة إلى ذلك، يساهم الاعلام الثقافي التلفزيوني في تعزيز التفاهم الثقافي والتعددية الثقافية، وارساء اواصر التواصل والحوار بين الثقافات المختلفة.

ومع ذلك، يجب الانتباه الى بعض التحديات التي تواجه الإعلام الثقافي التلفزيوني، مثل تنافس الوسائط الرقمية والمنصات الرقمية الأخرى، وتغير عادات المشاهدة وتفضيلات الجمهور، والتحديات المالية والتقنية التي يواجهها الإعلام التلفزيوني بشكل عام والمغربي بشكل خاص، لذا، ينبغي على الجهات المعنية والمسؤولين عن الإعلام الثقافي التلفزيوني العمل على تطوير استراتيجيات مبتكرة ومستدامة لتعزيز الجودة والتنوع في البرامج، وتحسين تجربة المشاهدة والمشاركة، والاستفادة من التقنيات الحديثة والمنصات الرقمية للوصول إلى جمهور أوسع.

كما ينبغي تشجيع المشاهدين على المشاركة الفاعلة في العملية الإبداعية للإعلام الثقافي التلفزيوني، سواء عبر التعليقات والمناقشات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أو من خلال تقديم اقتراحات ومساهماتهم في تنمية المحتوى والبرامج.

وفي النهاية، يعد الإعلام الثقافي التلفزيوني أداة قوية لنشر الثقافة وتعزيز الوعي الثقافي في المجتمع، عبر العمل المستمر على تطوير هذا النوع من الإعلام وتعزيز جودته وتنوعه، يمكن أن نحقق تأثيرًا إيجابيًا وفعالاً في حياة الناس.

## لائحة المراجع

### كتب

- الياس فرح، دور الثقافة في المجتمع العربي، منشورات الطليعة العربية في تونس، الطبعة الأولى، سنة 1986،
- عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1999،
- ابوبكر الجامعي، تعزيز حكم القانون والنزاهة في العالم العربي، تقرير عن وضع الاعلام في المغرب، المركز العربي لتطوير حكم القانون والنزاهة، بدون تاريخ.

### مقالات

- وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية، تطور المفهوم الصحفي في المغرب، مجلة دعوة الحق، العدد 162،
- نور الدين زمام، عولمة الثقافة المستحيل والممكن، مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2001.

### روابط الكترونية

- أحمد المريني، نظرة على تاريخ الصحافة المغربية ، مدونة الجزيرة، <https://cutt.us/VAXRr> نشر 31 ماي 2015 اطلع عليه بتاريخ 14 مارس 2024.
- محاضرات نشأة وتطور التلفزيون، نسخة رقمية منشورة على الرابط التالي: <https://cutt.us/hmAzt> تم الاطلاع عليها بتاريخ 15 مارس 2024.
- حمزة الترابوي، التلفزيون المغربي الرحلة لا تزال في بدايتها، منشور على العربي الجديد بتاريخ 16 اكتوبر 2019، انظر الرابط التالي: <https://cutt.us/WylbW> تم الاطلاع بتاريخ 16 مارس 2024.
- موقع الهاكا <https://cutt.us/CRZ6x> تم الاطلاع عليه بتاريخ 16 مارس 2024.

➤ موقع الهيئة العليا للسمعي البصري، الرابط التالي  
<https://cutt.us/dbOTy> تم الاطلاع بتاريخ 15 مارس 2024.

➤ أحمد المريني، الحضور الثقافي في الاعلام المغربي، المجلة المغربية للدراسات الإنسانية،  
<https://cutt.us/IWOxv> مقال منشور بتاريخ 18 يونيو 2019، على الموقع التالي:  
تم الاطلاع عليه بتاريخ 16 مارس 2024.

#### تقارير

➤ المضامين الثقافية والإعلام، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، لسنة  
2018.



## بحوث باللغات اجنبية

## **Propagandizing China in the 21st Century: The Belt and Road Initiative in the U.S. mass media.**

**Dr. Lawrie Phillips is Acting Head of Radio and Television at the British University in Egypt, and Lecturer in political communication, multimedia production, and social marketing. Recent publications include articles on U.S. propaganda in the 21st Century, on the current role and discourse of the BBC, and on U.S. and Islamic State recruitment strategies.**

### **Abstract**

This paper explores mainstream televised U.S. news reports in order to provide insight into patterns of U.S. propaganda against China in general and against the Belt and Road Initiative in particular. These news reports span a five-year period, stretching from news coverage of the trade war (2018) and allegations that the Belt and Road Initiative poses a threat to U.S. global supremacy (2020) to coverage of the Belt and Road Summit in Beijing (2023), the crisis in Gaza (2024), and the banning of the China-owned TikTok social media app(lication) on the grounds that it is gathering U.S. data and shaping U.S. beliefs. This timeline of mainstream U.S. news reports reflects the timeline of crises outlined, constructed and generated on the Internet platform of the United States Council on Foreign Relations (2024). This paper uses an official CIA report published in the Washington Post (2021) to contextualize this propaganda campaign against China. This report suggests that the United States has to defend its global interests against the insidious threat of China. This paper traces U.S. media propaganda against China back to the stereotype of the Yellow Peril and the myth of the model minority, both of which have targeted, marginalised, and disempowered Chinese people. The paper uses a broad range of theoretical insights into representing, narrating and framing the Other in order to construct a nuanced interpretation of the current nature and role of propaganda towards China and the Belt and Road Initiative in current mainstream U.S. news production. Using multimodal discourse analysis of 14 CNN and Fox News reports on China in general, and 14 on the Belt and Road Initiative in particular, this paper confirms the Orientalist hypothesis that current U.S. propaganda seeks to control, manipulate, and incorporate China in its Neo-Liberal World Order.

## Propagandizing China in the 21<sup>st</sup> Century: The Belt and Road Initiative in the U.S. mass media.

### Introduction

U.S. propaganda against China should be seen in terms of an official CIA statement published in the Washington Post (2021) that characterises China as ‘the most important geopolitical threat that we [the United States] face in the 21st Century’. This report announces the establishment of a U.S. mission centre to be focused on ‘gathering intelligence about China,’ on ‘countering its espionage against the United States,’ and on ‘preparing for an all-encompassing, years-long struggle with Beijing’. The report portrays China as the greatest present geopolitical threat to the United States, and suggests that this threat is increasing.

CNN (2023d) refers to the Belt and Road Initiative in similar terms, suggesting that this initiative is the latest stage in China’s ‘up to \$1 trillion global infrastructure building drive’. CNN suggests that the Chinese leader, Xi Jinping ‘is escalating his push to challenge America’s global leadership’ and to create a world based on ‘iron-fisted, autocratic rule’. This report argues that the Chinese Communist Party is opposed to ‘an international system [that] it sees as unfairly stacked’ to support the United States and its allies, and claims that China is aiming to win support across the world, ‘through speeches, diplomatic meetings, forums and international gatherings large and small’.

The China Daily (2022) on the other hand challenges U.S. propaganda against China, by claiming that Congress drafted an ‘America Competes Act’ that pledged half a billion dollars to ‘churn out negative news coverage on China’. This Chinese news report characterizes U.S. reporters as instigators of an ‘unrelenting and disguised smear campaign against China’.

These reports suggest that there is an ongoing propaganda war between the U.S. and China, and that the U.S. sees China in general and the Belt and Road Initiative in particular as threats to their interests. The purpose of this article is to explore the nature of this campaign in mainstream news production in the United States, bearing in mind that the United States is a Liberal society based on ‘competition and diversity’ (Herman 2020) and that ‘there is a need to view news [in the digital age] through a lens of struggle; a struggle in which journalists, audiences, scholars and, indeed, all citizens have a part to play’ (Harcup 2023).

This paper will begin by exploring academic insights into stereotypical mainstream U.S. discourse on China before providing theoretical and nuanced practical insights into the current U.S. propaganda campaign against China.

### Negative U.S. stereotypes of China

Castaño et al. (2016) claim that the United States uses nationalism and negative stereotypes of other nations to support their global interests, by creating a collective

negative attitude towards societies such as China that pose a threat to U.S. global hegemony.

Negative U.S. stereotypes of China have portrayed Chinese people as ‘perpetual

foreigners who are unable to be assimilated' (Shim 1998). Such stereotypes suggest that Chinese people have a single, unified, pre-set, permanent identity (Hall 1996) and that Chinese people are in some sense inferior. Bhabha (1994) suggests that the goal of this nationalist racist discourse is to reinforce racial and cultural hierarchies.

These negative stereotypes of Chinese people can be traced back to the discourse of the Yellow Peril generated in newspapers such as the Los Angeles Times (1886). Such stereotypes created a moral panic (Cohen 1980; Hall 1981) around 'subhuman' Japanese and Chinese immigrants that are supposedly about to flood into the United States, displacing and eradicating Europeans, 'stealing' jobs, and 'destroying' culture (Shim 1998). The Immigration Act of 1924 categorised Asians as an 'undesirable' race, limited Asian immigration, and marginalized Asian communities.

Important movie stereotypes of this inferior traditional Chinese stereotype include Fu Manchu and Charlie Chan (Wu 1982). Fu Manchu represented a mysterious threat in contrast to Charlie Chan, a bumbling do-gooder. Chinese females in turn have been represented in movies and television programs either as delicate lotus blossoms or as dragon ladies, depending on their level of submissiveness or despotism. Lee (2007) has also denounced the negative media portrayal of young Asian women as objects of male desire, a stereotype propagated by the treatment of local women in the Philippines, Thailand, Vietnam and Japan at the hands of U.S. military personnel during the 19th and 20th Century.

Ono & Pham (2009) claim that mainstream U.S. media currently portray Chinese people as a model minority. Chinese people are portrayed as 'conscientious, industrious, disciplined, persistent, driven, studious, and intelligent people who have elevated their socioeconomic status through merit, persistence, tenacity, self-discipline, drive, and diligence' compared to other ethnic groups (ibid). This claim is based on their strong level of academic success, their professional careers, and their high household incomes.

On the other hand, Ono & Pham (2009) argue that this stereotypical portrayal of Chinese people as self-disciplined and successful is in itself problematic. East Asian people living in the U.S. have a larger income gap than other ethno-racial groups, and there is strong discrimination against them. This stereotype of Asian people as conscientious and successful contributes to the illusion that social mobility in the United States is based on merit, thereby masking prejudice and corruption.

Mukkamala & Suyemoto (2018) concur, arguing that the model minority stereotype of East Asian people occurred in the 1960s in order to counter the Black struggle for civil rights. This stereotype represented Asian people as successful examples of cultural assimilation, thereby turning the blame away from the pro-white establishment and against the Black protesters in the streets.

Other mass media stereotypes of Asia are also damaging (Ono & Pham 2009). The Asian dragon ladies are portrayed as ruthless, obsessed with the high academic achievement of their offspring, and Chinese men are represented as sexless. These stereotypical images marginalise Asian people in the United States.

The Chinese Ministry of Foreign Affairs (2022) uses 'facts and figures' to denounce 'Falsehoods in US Perceptions of China'. This report argues that the international order promotes U.S. interests and hegemony. It insists that China is committed to basic norms in international law, in international relations, and in the UN charter, and that

the U.S. is ‘the most belligerent country in the history of the world’.

Lu et. al. (2019) in contrast suggest that social media platforms are currently influencing and dissolving these negative stereotypes, and that Chinese ownership and use of the highly viewed TikTok app(lication) ‘provides great contrast to traditional U.S. news media which usually casts China in a negative light’.

TikTok audiences are predominantly composed of young college students. These audiences tended to watch videos on Food & Beverage and Fashion & Beauty. These videos gained over 10 million viewers, providing a positive and long-lasting framing of China and Chinese people. Unlike rival social media platforms such as YouTube, TikTok is associated with short videos that require low effort and commitment. These videos and positive views are personalized, discoverable, and shared amongst small circles.

Nevertheless, there are strong challenges to the notion of the Internet and the social media as a counter-public sphere that can challenge and bypass the private interests of capitalism and corporations (Castells 2015) and dissolve political, national, racial, cultural and economic barriers. The U.S. government for example has unleashed a legal campaign to ban the Chinese-owned TikTok platform (Washington Post 2024) on the grounds that it is gathering information on its 170 million U.S. users and at the same time ‘secretly’ shaping their beliefs. Such policies and measures seem to reflect the U.S. commitment to dominate and distance itself from China and Chinese people that is at the heart of this paper on ‘propagandizing China’.

### **The China virus**

Media rhetoric seems to impact on hate crimes. Ang (2020) argues that the portrayal of the white supremacist Ku Klux Klan in the Birth of the Nation movie incited riots and lynching in the early 20th Century. Yanagizawa-Drott (2014) claims that the radio programming in Rwanda promoted the extermination of the Tutsi people.

PBS (2020) explores the effect of U.S. media discourse and anti-Asian rhetoric on hate crimes inside the United States during the Covid-19 epidemic. The number of anti-Asian hate crime events in California more than doubled in 2020, their most common target being individuals rather than organisations, and their most common manifestation being violent crime in general, and simple assault and intimidation in particular. The number of property hate crime events, ranging from arson to vandalism, also increased dramatically.

The National Bureau of Economic Research (2022) argues that hate crimes against East Asians in the United States spiked ‘around the time Trump began attributing Covid-19 to China,’ resulting in ‘incidents of hate, violence, harassment, discrimination, shunning, and child bullying’. This report links these violent incidents to U.S. President Trump’s tweets regarding the so-called ‘Chinese virus’. These tweets created a negative mental construct that suggested that Chinese people ‘are’ the Covid-19 virus, and that this China virus, these stereotypical Chinese people pose a threat to the very survival of the so-called Free World.

Darling-Hammond et al. (2020) provide insight into the power of this negative discourse surrounding China, arguing that on March 8th the term Chinese virus and its derivatives were re-tweeted more than six times on Twitter (X) and on March 9th, 2020 the use of these terms increased eight times in news reports. Between March, 2020

and June 2021, the Stop AAPI Hate Coalition reported over 9,000 incidents of racial violence (Lang 2021). The connection between Chinese people (foreigners) and the pandemic then spilled over into racism, xenophobia, and othering of minorities in the United States (Elias et al. 2021), and into relations between the U.S. and China (Rodhan 2020).

Zakaria (2020) has argued that the discourse surrounding the pandemic intensified rivalry between the United States and China, undermining lucrative trade deals between the two powers in which China pledged to purchase \$200 billion of U.S. exports in return for relief on tariffs. Jia & Lu (2021) concur, arguing that instead of portraying Covid-19 'objectively' as a public health crisis, mainstream U.S. media reports have adopted the strategy of 'naming, shaming, blaming, and taming' against China, thereby promoting President Trump's America First campaign and simultaneously 'arresting China's ascendancy' and destroying the so-called 'Chinese dream'. The goal of this media campaign, according to Jia & Lu (2021), is to encourage U.S. businesses based in China to return to the United States and to encourage litigation against China.

The goal of this paper therefore is to explore in a more nuanced manner the methods that the U.S. media have used to assert themselves over China since the China virus campaign. In order to do so, this paper will use theoretical insights into representing the Other (Said 1978; Bhabha 1994), into narrating the Other (Schudson 2001; Peters 2011) and into framing the Other (Entman 1993; D'Angelo 2019) in order to interpret a series of important U.S. news reports on China. These CNN and Fox News reports span the period from the Covid-19 pandemic (CNN 2020a) to the genocide in Gaza (CNN 2024).

### Representing the Other

The first set of theoretical insights into the current nature of propaganda against China in mainstream U.S. news production suggest that U.S. news reports might present China and Chinese as the Inferior Other. This part of the paper contrasts two important theoretical insights into the representation of the Other: Orientalism and Othering (Said 1978) and hybridity and the interstice (Bhabha 2004).

In *Orientalism* (1978), the post-colonial Palestinian American scholar Edward Said critiques negative colonial representations of the East. His insights into negative stereotypes are based on 'the net of racism, of cultural stereotypes, of political imperialism [and] of dehumanizing ideology' that surrounded him in the United States (Said 2005).

Said's notion of Orientalism represents the Oriental Other as the eternal outsider (13-16). He argues that negative portrayals of the East strip Eastern people and cultures of their humanity. They are based on assumptions that the United States and Europe have the right to own and drain 'the majority of the world resources' because only he 'is a true human being' (Said 2003: 108).

He argues that the West views the East as inferior with populations that are ignorant, savage and immoral, 'Arabs, for example, are thought of as camel-riding, terroristic, hook-nosed, venal lechers whose underserved wealth is an affront to real civilization' (ibid). He concludes that Oriental stereotypes reflect a perceived right and will to power over the East, an intent to 'control, manipulate, even incorporate, what is a manifestly different world' (Said 1978: 12).

Homi Bhabha (2004) challenges Said's claim that the East is the passive object of the

hegemonic colonial control of the West, arguing instead that the relationship between the colonizer and the colonized, the East and the West is a reciprocal relationship. In *The Location of Culture* (1994), Bhabha introduces the concept of interstice to explain the hybrid nature of cultures, ideologies, and identities. The interstice is a hybrid space that permits people of the East to transcend stereotypes.

This paper therefore explores current mainstream news stories on China to measure the extent to which such stories might disseminate (Said 1978) or transcend (Bhabha 2004) dehumanizing Orientalist discourse and stereotypes of the eternal Asian Other--the extent to which current U.S. propaganda seeks to 'control, manipulate, even incorporate' (Said 1978: 12) China in its hegemonic neo-colonial empire.

### **Narrating the Other**

The second set of theoretical insights into the current nature of propaganda against China in mainstream U.S. news production suggest that U.S. news reports might create a discourse of objectivity (Schudson 2001) in order to support its claim that China is illegitimate, unreasonable and unjust.

Theories of narration contrast two types of news discourse. The first type of news reports disconnects so-called facts from opinions and present these supposed truths in a 'cool, rather than emotional' tone (Schudson 2001: 150). This style of reporting adopts a critical, impartial, objective, unbiased, rational tone based on a sense of political and emotional detachment (Sims 2007). The second type of news report uses emotion to craft engaging stories that appeal to the hearts and minds of audiences (Peters 2011). This style of reporting in contrast to the first adopts a partial, subjective, biased tone based on political partisanship and emotional involvement (Pantti 2010: 169).

The Digital Resource Center (2023) traces this debate between objective and subjective, factual and emotional reporting to the transition from newspapers that belonged to political parties to newspaper businesses that derived their profits from advertisement and sales. For example, Horace Greeley, the owner of The New York Tribune in 1841 separated news reports from opinion pieces, and labelled the opinion page 'Editorial Page', thereby segmenting the presentation of facts and opinions. This separation between so-called objective impartial truth and emotion is an important characteristic of

U.S. mass media. On the other hand, researchers such as Wahl-Jorgensen (2013) have argued that Pulitzer Prize-winning journalism uses a mixture of objective and subjective discourse, outsourcing emotion by attributing it to sources.

This paper suggests that U.S. mass media news reports are rooted in both objective and subjective discourses, and that these parallel discourses contribute to current understandings of Truth,

'The types of discourse which [society] accepts and makes function as true; the mechanisms and instances which enable one to distinguish true and false statements, the means by which each is sanctioned; the techniques and procedures accorded value in the acquisition of truth; the status of those who are charged with saying what counts as true' (Foucault 1980: 131).

This paper therefore explores current mainstream news stories on China in order to measure the extent to which such stories separate (Schudson 2001; Peters 2011) or blend (Wahl-Jorgensen 2013) objective and subjective styles of narration, the aim of these discourses being to delegitimise and control the designated political, economic and

ideological threat of China (Lai 2016).

### **Framing the Other**

The third set of theoretical insights into the current nature of propaganda against China in mainstream U.S. news production suggests that U.S. news reports might frame China, the target of their interest in power and profits as illegitimate, unjust, insidious, and undeserving.

These insights into framing are based on Entman's claim that journalists select political information in order to promote 'a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation' (1993: 52). Framing provides insight into 'the imprint of power' in political journalism. This imprint of power provides insights into 'the actors or interests that competed to dominate the text' (p. 55). It is at the same time important to understand that these political frames do not dominate meaning and interpretation of political texts (Hall 2011). Texts are interpreted according to the political attitudes (Iyengar 1991) and memories (Pan and Kosicki 1993) of individual members of the audience.

D'Angelo (2002: 873) argues that insights into framing should transcend the mere identification of frames. Framing research should also investigate the conditions that

produce frames and the influence of frames on both the individual and on public opinion in general. He also suggests that context is crucial, the influence of context on audience beliefs, attitudes, and practices (D'Angelo 2019). Ooi & D'Arcangelis (2018) provide general insights into 'discourses of othering in US news and political rhetoric,' identifying three salient elements in U.S. news reports on China, 'China as cheat: currency squabbles,' 'China as thief: cyber battles,' and 'China as lawless bully: maritime disputes.' Their insights into framing reflect the view that 'American images of China are inextricable from the formulation and enactment of Washington's foreign policies toward China' (Turner 2014).

This paper therefore explores current mainstream news stories on China to measure the extent to which such stories frame (Entman 1993; D'Angelo 2002, 2019; Ooi & D'Arcangelis 2018) China as illegitimate, unjust, insidious, and undeserving on both sides of the political spectrum (Democrat and Republican).

### **Multimodal discourse analysis**

This article uses multimodal discourse analysis to investigate the interconnected role of language, sound and image in constructing current U.S. news reports on China. This approach to the analysis of news reports is based on insights into ideational, interpersonal and textual meaning (Halliday 1978): insight into people and objects, into social interaction, into structure, and into the connection between text and context.

These insights into news reports are in turn applied to a broad range of modes and genres, using language, text, image, audio and video. Multimodal discourse analysis therefore explores polysemy (Kress & Leeuwen 2003), the interweaving of semiotic resources to capture the interest, minds and hearts of the public.

In the next part of this paper, multimodal discourse analysis will be used to explore the polysemy of mainstream U.S. news production and propaganda against China. This research is based on two important news outlets (CNN and Fox News) and on two samples of news reports. The first sample of news reports is about China in general and

the second is about the Belt and Road Initiative in particular.

The sample of 14 news reports on China in general spans the period from the outset of the Covid-19 pandemic (CNN 2020a, February 14) to the spiralling genocide in Gaza (CNN 2024, January 26). It both reflects and reflects on official U.S. policy towards China, and is based on the Council on Foreign Relations 'Timeline of U.S.-China relations' (2024). The sample of 14 news reports on the Belt and Road Initiative in particular spans the same period of time. The rationale behind the selection of news outlets and reports is provided in the next part of this paper.

### **CNN and Fox News**

This paper uses two powerful news channels to investigate the use of multimodal discourse to narrate and frame China in general and the Belt and Road Initiative in particular as illegitimate, unjust, insidious, and undeserving.

This paper has selected CNN and Fox News as prime sources of U.S. propaganda regarding China because these two news corporations have the largest audiences and revenues in the United States. CNN Press Room (2024) portrays CNN as 'the most honoured brand in cable news, reaching more individuals on television and online than any other cable news organization in the United States'. CNN International broadcasts to more than 200 countries and territories. CNN Digital is the number 1 online news platform, and has 'more unique visitors than any other news source'. CNN reaches around 80 million households in the United States, 347 million households worldwide, and registers more than 150 million unique visitors to CNN Digital. The U.S. telecommunications giant AT&T owns CNN, HBO and Warner Bros (BBC 2021).

The Fox corporation owns Fox News, and Disney owns 20th Century Fox (BBC 2020). Fox News dominates prime time with more than two million viewers whereas CNN has around 60,000 viewers (Pew Research 2022). The revenue of CNN stood at \$1.8 billion in 2022. The revenue of Fox News in contrast soared to \$3.3 billion. Both news conglomerates have a strong profit orientation (Pew Research 2023). CNN and Fox News represent the bipartisan political nature of mainstream news production in the United States. CNN has strong Democrat support and Fox News has strong Republican support (Pew Research 2020), but CNN and Fox News are merging politically, because John Malone, one of the leading shareholders in both CNN and Fox News has strong Republican orientation.

This paper suggests that powerful U.S.-based global investors such as Vanguard, SsGA and Black Rock, and powerful U.S.-based global advertisers such as insurance, pharmaceutical, private healthcare and communications industries influence the ideological orientation of both CNN and Fox News and their negative discourse regarding China and the Belt and Road Initiative.

### **Sampling**

This paper explores 1) a sample of 14 CNN and Fox news reports that spans an important period in U.S.-China relations, beginning with a CNN report on the Covid-19 pandemic in February, 2020 and ending with a CNN report on the genocide in Gaza in January, 2024, and 2) a sample of 14 CNN and Fox reports related to the Belt and Road project, beginning in February, 2020 and ending with the Belt and Road summit in China in November, 2023. This timeline of mainstream U.S. news reports reflects the timeline of crises outlined on the Internet platform of the United States Council on Foreign Relations (2024). This Council is an 'independent, nonpartisan membership

organization, think tank, and publisher' that has been designed to help its members to understand and support United States policy regarding China and the rest of the world. The mainstream

U.S. news reports on the Belt and Road project run parallel to this timeline of designated media-generated crises.

The next part of this paper therefore provides a multimodal discourse analysis of mainstream news reports on the issues highlighted in the official timeline of the United

States Council on Foreign Relations (2024) and on the issues highlighted in mainstream news reports on the Belt and Road project. This timeline dates this designated trade war to the President Trump administration that imposed tariffs on several Chinese clothing and electronics in 2018 and to the Chinese government that responded in kind. Ha et al. (2022) have claimed that the U.S. media tend to use combative rhetoric in their representation of these battles for products and profits. China, in contrast presents trade between these two powers in terms of mutual interests. This paper uses this so-called trade war between the United States and China to contextualise the battle for power and the U.S. propaganda against China that are embedded in this sample of 28 CNN and Fox news reports.

### **Multimodal discourse analysis of mainstream news reports: Timeline of the United States Council on Foreign Relations (2024)**

News report no. 1 (CNN 2020a) frames the Covid-19 pandemic in terms of the heroism, tragedy, and irony of the Chinese doctor who 'tried to warn the world' about the pandemic, but sadly, 'In a matter of days, Doctor L. Wenliang went from treating patients to becoming one, dying less than a week later.' The caption introduces the direction of the narrative, 'Wuhan coronavirus kills doctor who warned of outbreak,' perpetuating the stereotypical connection between China and the Chinese regime in general and Wuhan, capital of Hubei Province in China in particular and the deadly Covid-9 pandemic that is threatening to engulf the world. Being Neo-Liberal in its political orientation, this report blames the regime rather than the individual, thereby reinforcing the political construction of China as autocratic and bureaucratic. This report promotes a 'dehumanizing Orientalist discourse' (Said 1978) that suggests that China 'is' the virus, but suggests at the same time that the individual can transcend (Bhabha 2004) this oppressive regime.

This report therefore blends objective and subjective styles of narration (Schudson 2001; Peters 2011; Wahl-Jorgensen 2013) to create a factual report that contrasts the injustice of the Chinese regime and the heroism and martyrdom of the doctor. Doctor L. Wenliang is foregrounded, addressing the audience directly, behind a green mask, then on a ventilator, holding his personal ID. This report bears witness to the tragedy of Dr. Wenliang who tried to warn the world but was silenced by the regime. The CNN voice-over judges and blames China, claiming that 'if action had been taken while he and others were sounding alarms the severity of the outbreak might have been understood earlier.' CNN presents itself and the U.S. as oases of Freedom in contrast to the repression and censorship in China, 'Struggling to communicate he spoke with CNN by phone on January 21st.'

This portrayal of Chinese oppression is intensified through sound and vision. Dr. Wenliang tells us, 'I can barely breathe,' and coughs. CNN shows us the security outside the hospital, the red barricades across the street, and the metal fence around the

exotic local Chinese market. The voice-over tells us that instead of being praised, the doctor got silenced. He himself declares that he feared that he would be detained by the Chinese police. The report suggests that the local Chinese authorities covered up the scandal,

maintaining that ‘there was no evidence for human-to-human transmission’ and that the central Chinese government, ‘struggled to contain a rapidly spreading virus with a rising death toll’. None of this helped Dr. Wenliang, because ‘for many including Lee and his parents, it was too late. They all contracted the Corona virus.’

News report no. 2 (Fox News 2020a) perpetuates the Chinese coronavirus label, and criticises the hypocrisy of ‘the media and ... the Left’ that condemn the label ‘after using it themselves’. The report displays evidence of both President Trump and opposition candidate, Joe Biden calling it a foreign virus. The caption provides evidence of its deadly spread, ‘31 deaths, 1.000 confirmed Corona virus cases’. The official source on Chinese matters, director of a centre of Chinese strategy, talks of the move to ‘develop vaccine in China with American partners,’ and the problem of ‘trying to dampen down the hard line Chinese nationalism, trying to undermine us [the U.S.] around the world with their disinformation campaigns’. This news report then reinforces the stereotype of China as nationalistic and insidious.

News report no. 3 (Fox News 2020b) denounces China, kicking ‘out U.S. journalists amid coronavirus pandemic’. The split screen highlights the current battle between the national interests and flags of the U.S. and China, and informs its audience that the Chinese Foreign Ministry is requesting that New York Times, Wall Street Journal and Washington post journalists ‘hand back their press cards within ten days’. The report reminds us that this is a logical reaction to President Trump’s referral to Chinese media abroad as ‘foreign missions’ and his subsequent dismissal of Chinese journalists. This report confirms the stereotypical claim that the Chinese media (unlike media in the United States) are censored, and presents this as ‘yet another step towards depriving the Chinese people and the world of true information about China’.

News report no. 4 (CNN 2020c) glorifies the strong actions of President Trump against China regarding Hong Kong. The opening line, ‘Trump takes aim at China over Hong Kong’ uses a military metaphor to reinforce the concept of a trade war between the U.S. and China. The CNN Hong Kong suggests that such sanctions might ‘jeopardize tens of billions of dollars of trade’ and ‘create uncertainties for the 13,000 American companies that operate’ in Hong Kong, but confirms the neo-Liberal nature of the relationship between the U.S. and the U.S. news conglomerates and China.

News report no. 5 (Fox 2020c) defends the U.S. decision to revoke Hong Kong’s special status and trade preferences, and avails itself of this opportunity to invoke Cold War references to ‘Communist China’s laws and power’. News report no. 6 (CNN 2021a) designates China’s abuses of Uyghurs as genocide, reinforcing the illusion that the United States has an interest in the human rights abuses and unprotected labour upon which its capitalist empire is based (Mares 2022) This report coincides with the ‘democratic’ transition between President Trump and President Biden (2021), suggesting that the U.S. is, and always has been in control of the world and ‘tough on China’. CNN presents this accusation as ‘the conclusion of a scathing first of its kind report from an independent group of human rights and legal experts’. This report portrays China as a place of concrete

blocks, perimeter walls and barbed wire behind which ‘as much as two million people

have been forcibly detained, facing atrocities ranging from sexual assault to psychological torture to cultural brainwashing to death'. This CNN report gives China only a few moments to defend itself, 'China's Foreign Ministry calls the allegations preposterous,' before presenting its crimes in bullet points, 'Government mandated homestays [communists], mass internment, mass birth prevention, forcible transfer of Uyghur children to state-run facilities, eradication of Uyghur identity, community and domestic life, selective targeting of intellectuals and community leaders.'

This report supports the claim that mainstream U.S. news reports on China tend to present themselves as factual, unbiased truthful narratives (Schudson 2001). CNN provides a bare info-gram of Xinjiang 10-year birth rate and natural growth rate rather than harrowing stories of unbearable human rights abuses, suggesting that the purpose of such news reports is to 'control, manipulate, even incorporate' (Said 1978: 12) China in its hegemonic neo-colonial empire, rather than create awareness and critique of the evils of capitalism.

News report no. 7 (Fox News 2021) similarly charges China with committing genocide against Uyghurs, creating a sense of urgency that can pressure China's access to U.S. markets by 'accusing China in the last hour and a bit of committing genocide in its repression of Uyghur Muslims'. Fox News provides an exclusive interview with U.S. Secretary of State, Mike Pompeo, who has 'determined that the PRC under the direction and control of the Chinese Communist Party has committed genocide and crimes against the predominantly Muslim Uyghurs.' The U.S. therefore presents itself as judge and jury, attributing 'forced labour' and 'forced sterilisation' to China, and associating Communist China with Nazi Germany. The only other source is the white Counter-intelligence Chief who reinforces an insidious stereotype of Chinese influence on the United States, and arguing that 'we have to educate America so they know what malign influence tastes like, smells like, looks like, so when they see it, they can call it out.' Controlling China is therefore one of the duties of the United States. U.S. Secretary, Mike Pompeo patriotically portrays the U.S. as 'the most exceptional nation in the history of civilization'.

News report no. 8 (CNN 2021c) explains the diplomatic boycott of the Winter Olympics, in a list of bullet points, 'Beijing Olympics; US protesting treatment of Uyghur Muslims in China; There will be no delegation from the White House, Bipartisan support for boycott'. The only sources once again are the white columnist and author of 'The Coming Collapse of China' (typed in red letters, representing communism and blood) and the White House press secretary who talks about the need to take a stance against 'the People's Republic of China's egregious human rights abuses and atrocities in Xinjiang'. News report no. 9 (Fox News 2022a) pushes the issue further, threatening to boycott the game entirely, publicising a Republican Congressman who 'is going after the Chinese government as a brutal dictatorship with no regard for human rights'. He goes into China's human rights abuses in a little more detail, referring to 'control of religions in China, repression of information about Covid-19, and genocide and mass internment of Uyghurs in Xinjiang'.

Once again this narrative is factual and objective (Schudson 2001), providing a case against China but with little or no emotional insight into the horrors of genocide and human rights abuse upon which its profits are based (Mares 2022).

News report no. 10 (CNN 2022a) spotlights tensions flaring over the projected U.S. visit to Taiwan, beginning with a warning from the United States regarding 'unilateral efforts to change the status quo or undermine peace and stability across the Taiwan

Strait' and an official statement from China's Xinhua News Agency, opposing separatism and telling the U.S. side in no uncertain terms to 'abide by the One-China principle'. The report ends with a show of Taiwanese military force, of fighter jets scrambling, helicopters hunting submarines, destroyers opening fire and tanks moving through sand,' stereotyping China as a military threat to the rest of the world, and providing no historical context to the feud.

News report no. 11 (Fox News 2022c) similarly presents the visit of Nancy Pelosi to China as an altercation with China. The China-state affiliated media responds by threatening reprisals and 'unbearable consequences' to the Taiwanese authors. The flight plan of Pelosi and the Twitter photo that foregrounds President Biden calling the President of China suggest that the U.S. is pressuring China and the Chinese expert in the Hudson Institute provides evidence that China should be seen as a military threat to Taiwan. News report no. 12 (CNN 2023a) reinforces the stereotype of China as an intelligence threat to the United States as it responds to the question of 'How China responded after US shot down suspected spy balloon'. The Chinese Defence Ministry is quoted as saying that China will respond in kind to U.S. actions. A transportation analyst in Anchorage, Alaska is then interviewed on the prospective success of the salvage operation to find out what kind of information China is attempting to extract about or from the United States.

News report no. 13 (Fox News 2023a) in contrast uses this incident to prod the democrat President into taking action against the insidious China. President Biden is caught on camera, getting into his car, promising that 'we're going to take care of it'. Fox News then presents live flight tracking graphics that show the spy balloon being shot down, portraying China as a security threat that has on this occasion been neutralised, and confirming in the words of their China policy advisor that 'this is a very terrible reminder that the China threat is constant and it is real'.

News report no. 14 (CNN 2024) suggests that China is not a suitable agent of peace in the world, because a 'flood of anti-Semitic hate is going unchecked on Chinese social media'. Reminding the audience for the nth time of 'the deadly October 7th terror attack on Israel' that has been used ever since to justify an all-out genocide, CNN once again criticises censorship in China and the autocratic rule of the President and the communist party. It uses strong language and images to nullify China's claim to the moral high ground in the discourse of international relations by referring to 'doctored photos of Israeli flags combined with swastikas' and claiming instead that 'some are buying Israeli flags just to stamp on them or post online'. Rather than respond to the genocide and the horrors on the ground in Gaza, CNN claims that 'China is exploiting the hateful content [in order] to hurt the United States. CNN presents Chinese reactions to the injustice in Gaza as 'a

hornet's nest of hateful content' that criticises 'Israel's response in Gaza to the terrorist attacks'. The German Embassy then intervenes to claim that the images are 'degrading to human dignity' and to call the posters, 'ignorant idiots or shameless bastards'.

### **Multimodal discourse analysis of mainstream news reports: The Belt and Road project**

News report no. 15 (CNN 2020b) compares the President of China (Xi) and the President of Russia (Putin), claiming that the leaders of China and Russia are both autocratic, that they have similar geopolitical interests, and that there is 'a strong

personal relationship between the two leaders,' although President Xi's hold on power is much more secure. The visual framing of this threat to the global power and even survival of the United States involves a photograph of President Putin in the foreground and a Russian General in the background and a caption and hyperlink that reads, 'Hear Putin discuss nuclear weapons.'

News report no. 16 (Fox 2020b) launches into a seemingly impartial objective narrative that purports to explain the nature of China's Belt and Road Initiative, 'a planned multitrillion-dollar infrastructure program that is intended to link China with more than 100 countries through railroad, shipping and energy projects,' thereby recreating the Silk road, an old network of trading routes between the East and the West'. The map of the New Silk Road and the Maritime Silk Road plays an important role in the coherence and credibility of this report. The report adopts an impartial tone (Schudson 2001) by presenting two points of view. Proponents argue that the project might strengthen ties 'between Beijing and emerging markets', thereby 'lifting developing nations out of poverty'. Critics, on the other hand portray the initiative as 'part of China's desire to achieve trade dominance and control in order to compete with the United States'.

This report therefore reinforces the Othering of the Orient and Edward Said's suggestion that the United States seeks to 'control, manipulate, even incorporate' the East in its hegemonic neo-colonial empire (Said 1978: 12). This report presents the Belt and Road project as unjust and insidious, arguing that 'much about the project remains shrouded in secrecy' and that China is engaged in 'debt-trap diplomacy'. It then connects the project to the China virus, suggesting that the virus has hampered the initiative.

News report no. 17 (Fox 2021b) highlights the claim that China's Belt and Road Initiative threatens global U.S. interests. It pits two white heavyweights ('The Council on Foreign Relations' independent task force, chaired by former chief of Naval Operations' and a former Obama Treasury Secretary) against this latest manifestation of the Yellow Peril. It alerts its audience to the insidious geopolitical nature of Chinese influence, permeating digital infrastructure in countries around the world, and characterising China as a perpetrator of 'serious human rights abuse against ethnic minorities in the Xinjiang Uyghur Autonomous Region'.

News report no. 18 (CNN 2021b) provides evidence that the Belt and Road project is failing, informing its audience that Australia is scrapping 'Xi's signature project' and

predicting a backlash from this dangerous opponent. The report begins with a voice-over that claims that China is blocking exports, imposing tariffs on its agricultural products, and pressuring Australian journalists and a caption that states that Australia is 'bearing the brunt of latest coercion from China'. Two smiling white Australian journalists are linking arms, smiling, and challenging this media-generated pressure from the East. The Australian Minister of Defence then appears on screen to express his determination to defend 'our values' and 'our sovereignty'. The report states that Australia refuses to participate in China's plan to build ports, roads and railways because China is using leveraging Australia's trade in 'wheat, barley, coal, wine and even lobsters'. It also claims that Australia angered China by questioning the origins of Covid-19.

News report no. 19 (Fox 2022c) returns to the United States and associates China with

communism, claiming that ‘the Communist Party of China is actively seeking to make the Chinese currency supplant the U.S. Dollar’ and simultaneously ‘using debt to essentially take over other countries’ infrastructure’. The photograph reasserts the United States as the ruler of the world, by foregrounding President Biden in the middle, superimposed against a U.S. flag, stretching a hand towards an invisible Chinese Premier. Their Taiwanese source provides the example of Laos in which ‘China took control of the power grid because officials could not repay a loan from Beijing’. News report no. 20 (CNN 2022c) refers to Beijing’s ‘sprawling’ overseas development initiative that ‘has poured billions of dollars’ into ‘corrupt and coercive’ infrastructure projects’ that are ‘poorly built or environmentally destructive’. The U.S. Secretary of State argues that China imports or abuses labour and produces crushing debts. It then proposes its solution, ‘to unleash \$600 billion in investment’.

News report no. 21 (Fox 2022d) is an opinion piece that uses its panel of five self-proclaimed experts to berate Hunter Biden, son of the incumbent President, accusing him of ‘tax crimes and for lying about his drug use on a federal gun form’. The ‘Big Five’ accuse the Presidential family of being the American face of the Chinese Belt and Road and collaborating in ‘their imperial commercial strategy to supplant the United States as the number one world power’. News report no. 22 (CNN 2022b) reinforces the claim that China is a negative and oppressive influence on the world, because it is operating ‘more than 100 so-called overseas police stations across the globe to monitor, harass and in some cases repatriate Chinese citizens’. The picture of the bars around the Chinese embassy reiterates the notion of ‘Prison China’.

News report no. 23 (Fox 2022e) returns to the Cold War, representing the CCP (Chinese Communist Party) as the ‘greatest threat to the United States’. Images of two resolute white representatives of President Trump and the Republicans denounce progressive policies that have ‘welcomed China into the international system’. China has responded ungratefully by ‘exporting totalitarianism, aggression, and ideological control’. The Belt and Road initiative is dismissed as ‘debt trap diplomacy’.

News reports no. 24 and 25 (Fox 2023; CNN 2023b) support Italy’s sabotage of the Belt and Road Initiative. The blond blue-eyed image of the Italian Prime Minister supports its rejection of the ‘improvised and atrocious’ China project. News report no. 25 (CNN 2023b) begins with a map of the members of the Initiative, with the oldest members (2013-14) in the darkest tone of red and the latest in pink (2019 or later). The choice of the colour red suggests passion, blood or communism (Fagerholm 2009). The report marks the 10<sup>th</sup> anniversary of the project, and Italy ‘must decide if it will remain a member’. The presenter quotes the Italian Defence Minister who described the scheme as ‘wicked’. The Italian Prime Minister is once again broadcast, claiming that good trade can exist with China without embracing the Initiative. News report no. 26 (CNN 2023c) claims China has poured billions into Africa’s infrastructure but suggests that the Initiative is running out of steam.

News report no. 27 (Fox 2023c) asserts that ‘Russia and China have forged an informal alliance against the United States and other democratic nations’. It supports ‘the pummeling of the Gaza Strip with retaliatory airstrikes’ because ‘ Hamas’ surprise Oct. 7 attacks on Israeli civilians prompted Israel to declare war against the Gaza-based terror group’. It also characterises the Belt and Road project as a geopolitical threat to U.S. dominance. Finally, News report no. 28 (CNN 2023e) describes the Belt and Road Summit as China’s ‘most important diplomatic event’ because it touts

China's 'outsized' geopolitical role in development, thereby promoting U.S. exceptionalism. suggesting that the United States has an exceptional role. Once again China is represented as a usurper, dedicated to subverting a world supposedly based on 'the norms and values promoted by liberal democracies'. Once again, it rejects their support for Gaza that runs counter to the legitimising narrative and 'outpouring of support for Israel from leaders across Europe and the U.S.

## Conclusion

This paper has explored mainstream televised U.S. news reports regarding China in general and the Road and Belt Initiative in particular in order to provide insight into patterns of U.S. propaganda, beginning with the trade war (2018) and the allegation that the Road and Belt Initiative is a threat to the United States and to the rest of the world (2020) and ending with the Belt and Road Summit in Beijing (2023) and the allegations of anti-Semitism against China (2024). It uses an official report published in the Washington Post (2021) to contextualize this propaganda campaign. This report represents China as the most important geopolitical threat to the United States, claiming that the U.S. and China are entwined, and suggesting that the United States has to assert its power against this insidious enemy. The news report argues that President Xi's display of solidarity with President Putin at the Belt and Road Summit in Beijing in 2023 underscores the deepening division between the world's major powers, the U.S. and the Rest.

The paper then explores the history of U.S. propaganda against China, ranging from the Yellow Peril stereotype (Wu 1982; Shim 1998; Lee 2007) to the stereotype of the model minority (Shim 1998; Mukkamala & Suyemoto 2018), before ending with current social media stereotypes of China and the so-called China virus.

The paper uses a broad range of theoretical insights into current U.S. propaganda targeting China, beginning with the structural assumptions inherent in the propaganda model (Herman 2020) that suggest that mainstream U.S. news conglomerates such as CNN and Fox News engage in propaganda campaigns that reflect and operationalize their elite political interests and profit orientation. It uses theoretical insights into representing the Other (Said 1978; Bhabha 2004), narrating the Other (Schudson 2001; Peters 2011) and framing the Other (Entman 1993; D'Angelo 2002, 2019) to construct a nuanced interpretation of the current nature and role of propaganda in mainstream U.S. news production.

This multimodal discourse analysis of 14 mainstream news reports on China in general and 14 on the Road and Belt Initiative in particular confirms the Orientalist hypothesis that current U.S. propaganda seeks to 'control, manipulate, even incorporate' China in its hegemonic neo-colonial empire (Said 1978: 12). These news stories portray China as illegitimate, unjust, insidious, and undeserving. Both CNN and Fox News engage in these negative stereotypes, suggesting that interests on both sides of the mainstream political spectrum in the United States (Democrats and Republicans) converge.

The 14 mainstream news reports on China in general use factual impartial narrative techniques (Schudson 2001) and a narrow circle of official all-white sources (representing the Executive Branch, the State Department, and the centres of Chinese strategy in the United States) to provide a pretext that supports the strategic diplomatic and economic interventions that the U.S. uses to promote its global interests in power and profits. These pretexts are based on stereotypical narratives about censorship (of doctors and dissidents), about human rights abuses (against the Uyghurs), about

interference (in Hong Kong) and about threats to the security of Taiwan and the United States. There is a little emotion in the tale of Dr. Wenliang, standing up against the bureaucratic oppression, but not too much. There is little to no emotion in the tale of the Uyghur genocide.

The 14 mainstream news reports on the Belt and Road Initiative in particular use similar narrative techniques and stereotypes to provide parallel insights into the threat of China, claiming that the leaders of China and Russia are both autocratic, that they have similar geopolitical interests, and that there is ‘a strong personal relationship between the two leaders’. These reports also reinforce the Othering of the Orient, presenting the Initiative as unjust and insidious, as a debt-trap. Subtle references to the Yellow Peril and the China virus reverberate through these reports. Once again, the all-white experts and sources-- the Council on Foreign Relations, the Chief of Naval Operations, Fox’s Big Five of diehard Republicans and patriots-- are wheeled out to give the audience the so-called facts about China, to reinforce stereotypes of communism, digital infiltration and behind-

the-scenes genocide, and to accuse it of ‘exporting totalitarianism, aggression, and ideological control’ (Fox 2022). These reports are all understated. There is little visual evidence besides maps and diplomats, because the goal is to manipulate China and to maximize profits and to mute public outrage.

This paper concludes that the main role of these news reports (including the ones that refer to the designated genocide in Xinjiang) is to promote a ‘dehumanizing Orientalist discourse’ (Said 1978) that suggests that China is autocratic and bureaucratic but a good business partner nonetheless. The role of this discourse is to leverage the political and economic interests and profits of the United States. The United States uses China to promote U.S. interests, by always criticising China but never too much, and this is the current nature of United States mass media propaganda regarding China and the Belt and Road Initiative.

### Bibliography

- Al-Rodhan, N. (2020), ‘Meta-geopolitics of pandemics: the case of covid-19’ (In) Global Policy Journal, 8th May.
- Arezina, S. (2019), ‘US-China relations under the Trump administration: changes and challenges’ (In) China Quarterly of International Strategic Studies, 5(3): 299-301,
- Ang, D. (2020), ‘The Birth of a Nation: Media and Racial Hate,’ HKS Faculty Research Working Paper Series.
- Ashcroft, B., Griffiths, G. & Tiffin, H. (2007), Post-colonial studies: the key concepts, Routledge.
- Bahi, R. (2022), ‘The geopolitics of Covid 19: US China rivalry and the imminent Kindleberger Trap’ (In) Review of Economics and Political Science, 6(1): 76-94.
- Bhabha, H. (1994), The location of culture, Routledge.
- Castano, E., Bonacossa, A. & Gries, P. (2016), National images as integrated schemas: Subliminal primes of image attributes shape foreign policy preferences. Political Psychology 37(3): 351–366.
- Castells, m. (2015), Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age, Cambridge: Polity Press.
- China Daily (2022), ‘A 500-million-dollar business! America's state-sponsored anti-China propaganda’, 25th February,

- <https://global.chinadaily.com.cn/a/202202/25/WS6218243ba310cdd39bc88cae.html> Chinese Ministry of Foreign Affairs, (2022), Reality Check: Falsehoods in US Perceptions of China, 19th June, [https://www.mfa.gov.cn/eng/wjbxw/202206/t20220619\\_10706059.html](https://www.mfa.gov.cn/eng/wjbxw/202206/t20220619_10706059.html)
- CNN (2020a) 'Wuhan coronavirus kills doctor who warned of outbreak,' 7th February, <https://www.youtube.com/watch?v=ZtkSYY9Z2fE&t=33s>
- CNN (2020b), Putin may be following Xi's lead, but he's nowhere near as secure as the Chinese leader, 15th January, <https://edition.cnn.com/2020/01/15/asia/russia-china-putin-xi-president-intl-hnk/index.html>
- CNN (2020c), 'Trump takes aim at China over Hong Kong,' 15th July, <https://www.youtube.com/watch?v=yuN6eyPw0nE&t=3s>
- CNN (2021a) 'Report\_ China responsible for ongoing genocide of Uyghurs,' 9th March, <https://www.youtube.com/watch?v=fsFCgtJcgZM&t=1s>
- CNN (2021b), 'Australia braces for further backlash from China as it scraps Xi's signature project,' 26th April, <https://edition.cnn.com/videos/business/2021/04/26/australia-china-trade-belt-and-road-angus-watson-pkg-intl-hnk-vpx.cnn>
- CNN (2021c), 'White House announces diplomatic boycott of Winter Olympics,' 6th December, <https://www.youtube.com/watch?v=YA5QbDID600&t=3s>
- CNN (2022a), 'Biden and Xi's lengthy call spotlights tension over Taiwan,' 29th July, <https://www.youtube.com/watch?v=KtqF4fkNVM0&t=17s>
- CNN (2022b), 'Exclusive: China operating over 100 police stations across the world with the help of some host nations, report claims,' 4th December, <https://edition.cnn.com/2022/12/04/world/china-overseas-police-stations-intl-cmd/index.html>
- CNN (2022c), 'China's Belt and Road is facing challenges,' 22nd August, <https://edition.cnn.com/2022/08/22/china/china-belt-and-road-us-infrastructure-overseas-development-intl-hnk-mic/index.html>
- CNN (2023a), 'How China responded after US shot down suspected spy balloon,' 5th February, <https://www.youtube.com/watch?v=HRKH76uS6v8&t=2s>
- CNN (2023b), 'Italy to decide whether to remain in China's Belt and Road Initiative on program's 10th anniversary,' 1st August, <https://edition.cnn.com/videos/world/2023/08/01/exp-china-belt-road-initiative-italy-liu-church-intv-01083aseg2-cnni-world.cnn>
- CNN (2023c), 'China has poured billions into Africa's infrastructure,' 26th September, <https://edition.cnn.com/2023/09/26/china/china-african-loans-development-belt-and-road-intl-hnk/index.html>
- CNN (2023d), 'China has a sweeping vision to reshape the world — and countries are listening,' 9th November, <https://edition.cnn.com/2023/11/09/china/china-xi-jinping-world-order-intl-hnk/index.html>
- CNN (2023e), 'Putin's prominence and the shadow of conflict: Key takeaways from China's Belt and Road Summit,' 19th November, <https://edition.cnn.com/2023/10/19/china/china-bri-forum-key-takeaways-intl-hnk/index.html>
- CNN (2024), 'Flood of antisemitic hate is going unchecked on Chinese social media,' 26th January,

- <https://www.youtube.com/watch?v=jOIYWN-rM2k&t=9s> CNN Press Room (2024), <https://cnnpressroom.blogs.cnn.com/cnn-fact-sheet/>
- Cohen, S. (1980), *Folk Devils and Moral Panics: the creation of the mods and rockers*, Martin Robertson, Oxford.
- Council on Foreign Relations (2024), *Timeline of U.S.-China relations*, <https://www.cfr.org/timeline/us-china-relations>
- D'Angelo, P. (2002), 'News framing as a Multi-paradigmatic Research program: a response to Entman' (In) *Journal of Communication*, 52(4): 870-888.
- D'Angelo, P. (2019), *Beyond Framing: a forum for framing researchers* (In) *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1): 12-30.
- Darling-Hammond, S., Michaels, E., Allen, A., Chae, D., Thomas, M., Nguyen, T., Mujahid, M. & Rucker, J. (2020), 'After the China virus went viral: Racially charged coronavirus coverage and trends in bias against Asian Americans' (In) *Health Education & Behavior*, 47(6): 870-879.
- Elias, A., Ben, J., Mansouri, F. & Paradies, Y. (2021), 'Racism and nationalism during and beyond the COVID-19 pandemic' (In) *Ethnic and Racial Studies*, 44(5): 783-793.
- Entman, R. E. (1993), 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm' (In) *Journal of Communication*, 43: 51-58.
- Foucault, M. (1980), *The Foucault Reader: An Introduction to Foucault's Thought*, London: Penguin.
- Fox (2020a), 'Media condemns label Chinese coronavirus after using it themselves,' 14th March, <https://www.youtube.com/watch?v=zFWn5IVLYQk&t=174s>
- Fox (2020b), 'China kicks out US journalists amid coronavirus pandemic,' 18th March, <https://www.youtube.com/watch?v=QYmzSVWezrw>
- Fox (2020c), 'US pares back Hong Kong's special status,' 30th June, <https://www.youtube.com/watch?v=GhvMgmPi634>
- Fox (2021a), 'US charges China with committing genocide against Uighurs,' 19th January, [https://www.youtube.com/watch?v=\\_\\_\\_\\_\\_FmHM\\_a3YE&t=3s](https://www.youtube.com/watch?v=_____FmHM_a3YE&t=3s)
- Fox (2021b), 'China infrastructure plan could leave US 'grossly disadvantaged' ex-Navy leader says, as report warns of risk,' 23rd March, <https://www.foxnews.com/politics/chinas-belt-and-road-initiative-us-grosslydisadvantaged-poses-risk>
- Fox (2022a), 'GOP Rep pushing for boycott of 2022 Olympics,' 16th February, <https://www.youtube.com/watch?v=MfWRHMxrRyk&t=49s>
- Fox (2022b), 'Biden holds high-stakes call with China's Xi,' 18th March, <https://www.youtube.com/watch?v=t6UyIwRmWF4&t=19s>
- Fox (2022c), 'Tensions with China escalate as Pelosi visits Asia,' 21st July, [https://www.youtube.com/watch?v=NsCb1-\\_a8\\_E&t=7s](https://www.youtube.com/watch?v=NsCb1-_a8_E&t=7s)
- Fox (2022d), 'The Five on potential Hunter Biden charges,' 11th October, <https://www.foxnews.com/transcript/the-five-potential-hunter-biden-charges>
- Fox (2022e), 'China and the US are locked in a cold war. We must win it. Here's how we will,' 8th December, <https://www.foxnews.com/opinion/america-locked-china-cold-war-win>
- Fox (2023a), 'US shoots down suspected Chinese spy balloon,' 5th February, <https://www.youtube.com/watch?v=kYqOUb2VYXU>

- Fox (2023b), 'Improvised and atrocious: Italy looks to leave China deal, reversing decision of previous government,' 31st July, <https://www.foxnews.com/world/improvised-atrocious-italy-looks-leave-china-deal-reversing-decision-previous-government>
- Fox (2023c), 'Putin, Israel's Netanyahu to hold call over Hamas war ahead of Russian president's trip to China,' 16th October, <https://www.foxnews.com/world/israels-netanyahu-putin-hold-call-hamas-war-russian-presidents-trip-china>
- Gilroy, B. (2013), *There Ain't No Black in the Union Jack: the cultural politics of race an nation*, University of Chicago Press.
- Gitlin, T. (1980), 'The whole world is watching' (In) *Mass media and the making of the New Left*, Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974), *Frame analysis: Essays on the organization of experience*, Boston, MA: Northeastern University Press.
- Ha, L. & Willnat, L. (2022), 'Conclusion: The role of professional and user-generated media in shaping U.S.-China relations in the digital age' (In) L. Ha & L. Willnat (Eds.), *The US-China Trade War: Global News Framing and Public Opinion in the Digital Age*, Michigan State University Press.
- Hall, S. et al (1978), *Policing the Crisis: mugging, the state and law 'n' order*, Macmillan, London.
- Hall, S. (1980), *Encoding/decoding* (In) S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-1979*, pp. 128-138. Hall, S. (1996), *Questions of cultural identity*, Sage.
- Halliday, M. (1978), *Language as Social Semiotic*. London: Arnold.
- Harcup, T. (2023), 'The Struggle for News Value in the Digital Era' (In) *Journalism and Media* 4, 3: 902-917.
- Herman, E. S. (2020), 'The Propaganda Model Revisited' (In) *The Jus Semper Global Alliance*, November.
- Highhouse, C. H. (2023), 'China content on TikTok: the influence of social media videos on national image' (In) *Online Media and Global Communication*, 1(4), 697-722.
- Huang, Y. (2021), *The U.S.-China Trade War Has Become a Cold War*. Carnegie Endowment for International Peace. <https://carnegieendowment.org/2021/09/16/u.s.-china-trade-war-has-become-cold-war-pub-85352>
- Huxford J (2008), 'Surveillance, witnessing and spectatorship: The news and the war of images' (In) *Proceedings of the Media Ecology Association*, 5.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Jia, W. and Lu, F. (2021), 'US media's coverage of China's handling of COVID-19: Playing the role of the fourth branch of government or the fourth estate?' (In) *Global Media and China*, 6(1): 8-23.
- Kress, G. & Leeuwen, T. (2001), *Multimodal discourse analysis*, Oxford University Press.
- Lai, D. (2016), 'The US-China power transition: stage II' (In) *The Diplomat*, 30th June, <https://thediplomat.com/2016/07/the-us-china-power-transition-stage-ii/>
- Lang, C. (2021), 'Asian American Attacks: What's behind the rise in violence?' (In) *Time*, 18th February, <https://time.com/5938482/asian-american-attacks/>
- Lee, E. (2007), 'The Yellow Peril and Asian Exclusion in the Americas' (In) *Pacific Historical Review*, 76(4): 537-562.
- Lim, L., Bergin, J. & Lindberg, J. (2021), *The*

- Covid-19 story: Unmasking China's global strategy, [www.itf.org](http://www.itf.org)
- Lu, J. G., Nisbett, R. E. & Morris, M. W. (2019), 'Why East Asians but not South Asians are underrepresented in leadership positions in the United States,' Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. 117(9): 4590–4600.
- Mares, (2022), 'Regulating transnational corporations at the United Nations—the negotiations of a treaty on business and human rights' (In) The international journal of human rights, 26(9): 1522-1546.
- Moro, M. R. & Welsh, G. (2022). Parenthood and Immigration in Psychoanalysis: Shaping the Therapeutic Setting. Routledge. p. 113.
- Mukkamala, S. & Suyemoto, K. L. (March 2018). 'Racialized sexism/sexualized racism: A multimethod study of intersectional experiences of discrimination for Asian American women' (In) Asian American Journal of Psychology, 9(1): 32–46.
- National Bureau of Economic Research (2022), 'Can social media rhetoric incite hate incidents? Evidence from Trump's Chinese virus tweets,' October, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0094119023000608>
- New York Times (2023), 'As China Looks to Broker Gaza Peace, Antisemitism Surges Online,' 28th October, <https://www.nytimes.com/2023/10/28/world/asia/china-israel-hamas-antisemitism.html>
- Ono, K. A. & Pham, V. N. (2009), Asian Americans and the Media, Polity Press.
- PBS (2020), 'We Have Been Through This Before.' Why Anti-Asian Hate Crimes are Rising Amid Coronavirus,' PBS, 25th June, <https://www.pbs.org/newshour/nation/we-have-been-through-this-before-why-anti-asian-hate-crimes-are-rising-amid-coronavirus>
- Pantti, M. (2010), 'The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality' (In) European Journal of Communication, 25(2): 168-181.
- Peters, C. (2011), 'Emotion aside or emotional side? Crafting an 'experience of involvement' in the news' (In) Journalism, 12(3): 297-316.
- Pew Research (2020), 'Americans are divided by party in the sources they turn to for political news', 24th January, <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/01/24/americans-are-divided-by-party-in-the-sources-they-turn-to-for-political-news/>
- Pew Research (2023) Cable news fact sheet, September 14th, <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/cable-news/>

- Phillips, L. D. (2023), 'BBC public radio channels: struggling for survival in a privatized public sphere' (In) Faculty of Commerce Scientific Journal, Faculty of Commerce, Assiut University, 77: 323-351.
- Said, E. (1978), Orientalism: Western concepts of the Orient, Pantheon.
- Shim, D. (1998), 'From yellow peril through model minority to renewed yellow peril' (In) Journal of Communication Inquiry 22(4). 385–409.
- Schudson, M. (2001), 'The objectivity norm in American journalism' (In) Journalism, 2(2): 149-170.
- Time (2023), 'Is what's happening in Gaza a genocide?' November 14th, <https://time.com/6334409/is-whats-happening-gaza-genocide-experts/>
- Triandafyllidou, A. (1998), 'National identity and the other' (In) Ethnic and Ral Studies, 21(4): 593–612.
- Wang, T. (2021), Media, Pulpit, and Populist Persuasion: Evidence from Father Coughlin. American Economic Review, 111(9): 3064-3092.
- Washington Post (2020), 'This is just the first in a series of cascading crises,' 3rd April, [https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/this-is-just-the-first-in-a-series-of-cascading-crises/2020/04/02/45e8cc52-7510-11ea-87da-77a8136c1a6d\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/this-is-just-the-first-in-a-series-of-cascading-crises/2020/04/02/45e8cc52-7510-11ea-87da-77a8136c1a6d_story.html)
- Washington Post (2021), 'CIA creates new mission center to counter China,' October 7th, [https://www.washingtonpost.com/national-security/-china-mission-center/2021/10/06/fd477142-26d4-11ec-8d53-67cfb452aa60\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/national-security/-china-mission-center/2021/10/06/fd477142-26d4-11ec-8d53-67cfb452aa60_story.html)
- Wu, W. F. (1982), The Yellow Peril: Chinese Americans in American Fiction, 1850–1940, Archon Press.
- Washington Post (2024), 'TikTok and the U.S. government dig in for a legal war over potential ban,' 25<sup>th</sup> April, <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/04/25/tiktok-legal-battle-is-certain/>
- Yanagizawa-Drott, D. (2014), Propaganda and conflict: Evidence from the Rwandan genocide (In) The Quarterly Journal of Economics, 129(4): 1947-1994.

**If I will not be here, I will be virtually  
there: Reflections of the insufficient media  
governance on public deliberations:  
National Dialogue in Egypt as a case study**

**Adel Saleh: Professor of Political Communication & Digital Media  
British University in Egypt**

**Amany Elhedeny: Professor of Political Sociology Cairo University**

**Abstract:**

Undoubtedly people accessibility to the public space and the possibilities of sharing in running their affairs has been a global boomed call for long decades. Technology in media comes to accelerate this process of participation and power sharing and gives the digital media additional role in re-shaping the public space and its on-line platforms. Beyond the question of does mass media promote/ restrict the good governance or vice versa, tighten the public sphere through On or Offline platforms raises various debatable questions on: **To what extent the online media can be complemented with offline one in supporting the deliberative democracy in a society.** This core question will deliver extra sub questions on the role of state in governing the traditional and digital media platforms. Has online media and the virtual space been efficient transparent and responsive compared to the real space? To what extent the non-democratic states create rational and functional public space? And what are the consequences of creating an alternative (on-line platform) in odd with the real one? Later in Egypt, the head of state calls for a “national dialogue” to discuss priorities for the upcoming stage in policies and practices. President El-Sisi called for dialogue on April 26, 2022. The formation of the Board of Trustees was announced on June 26, 2022. The first dialogue session took place on July 5, 2022. Splatted over this above mentioned initiative between a “group” that suspected in the goals of this dialogue and considered it as “unproductive” and manipulated initiative and another group assured that it has positive outcomes, this study argues that **formal and official media agencies governs the virtual public space ineffectively and filter the communicative act of the Egyptian political opposition to reduce its influence on the dialogue and guide it to meaningless reform one which pushed the voiceless to have on line space.**

The paper comprises three parts. A theoretical framework that presents the main features of the deliberative democracy and approaching insufficient media governance reflections on public deliberation. In addition, this part focuses on approaching role of social media in enhancing principle of deliberative democracy. In the second, outlines the research methodology and design. While in the third and final section, the

researchers analyse the online discourse on two Facebook pages to measure the extent of adopting and practicing of principles of deliberative democracy in the Egyptian context.

## Part I:

### Theoretical framework

In low trust context, public deliberation can be useful for issues over which the public and the government are at odds. (Gimmler, 2001). Public deliberation can be an effective tool to increase transparency and accountability between policy-makers and the public and it can contribute significantly in enhancing the public trust.

In this context, (Cohen & Arato 1992) and (Etzioni, 1993) highlights the role of open discussion, and the importance of citizen participation to create rational and functional public sphere that plays undeniable role in the plural society.

With the significant change in the world perception for the socio-political transformation that occurred over the world in the last decades due to the unprecedented shift in the communication means that not only has left far impacts on the types of layman political participation but also overcome the real public space restrictions, virtual public space has been the “popular” parallel sphere for welcomed and unwelcomed strands of social actions in both democratic and non-democratic states.

### **Functionalized Media and Deliberative Democracy:**

In its significant themes, the classic literature on media and communication has established and developed the concept of a real “functionalized media”. It has been conditioned to the necessities of removing all restrictions and even the hostile context that misgoverned state- society communication. Governing media either by the state or private means professional has to be liable, impartial and neutral. (Bezabih, 2017)

Through overwhelming literature, the scholars have contributed in defining what the real functionalized media through two strands: societal and individual. The societal strand highlights how real media is investigating the socio-cultural context, creating coherent society and transmitting the cultural heritage as underlined by (Lasswell, 1948). In the same track, (Wright, 1975) highlighted the role of Media in providing people the medical information and how Media has to work to avoid the societal breakdown. While (Dyer, 2005) contributed in the individual strand by analysing how Media reduces loneliness and feeds individuals with means of entertainment, relaxation and draining the daily life tension, mobilizing individual to political and commercial propaganda were suggested as key concepts for defining what is the functionalized media by (McQuail, 2000)

Recently, Digitalism comes to have a part of media functions and to contribute politically in changing the citizens’ ability account the public officials through identifying cases of corruption, different types of deviances like bribe and nepotism or even human rights violations in either democratic or non-democratic states. **If steps are not taken to close this gap between digital mass expectations and the policy making officials, digitalization may worsen the crisis of political trust in societies and cause a significant democratic backsliding.**

In this regard, (Norris, 2009 ,) argues how channels of the news media can function to

promote government transparency, accountability by highlighting public policy failures, corruption in the judiciary, and scandals in the corporate sector The tendency of democracy and the quality of governance is underlined by (Gerring, 2005) as even if the state has a code of democratic procedures and a level of political diversity, maintaining democratic media has to be for transferring the procedural democracy to be true and plural one.

Therefore, **digital media may play a significant role in informing the publics about the plans and practices of the government in order to develop a culture of transparency and accountability.** In the weak society, **social media practiced distorted the truth and misgoverned. Objectivity, fairness and accuracy will not be supported** (Haythornthwaite, 2002).

Regardless of the broad debate over democracy that describe its liberal model as “adversary democracy” (Mansbridge, 1980), a vast literature on “deliberative democracy” has emerged to develop the majoritarian liberal democratic implication. While Liberal thinkers such as (Rawls, 1993) had emphasized the role of “public reason” and deliberation in democratic decision making, Anti- liberal thinkers, including (Sandel, 1984) and (Barber, 1984) have promoted a conception of democracy in which public discussion and cooperative, participatory discourse are central. **The deliberative democracy as a developing democratic model comes to satisfy individuals’ interests, understand their preferences and look at democratic political process as a fair public policy.** From this side, democratic process is not only procedural one but it is an instrument by which the competing preferences may be aggregated fairly (Talisie, 2005).

(Habermas, 1996), and (Mansbridge, 2009) underlined how the output of democratic process is only the product of interchange between people and government, and how the decisions come as a balanced aggregation of individual interests, not more. In this regard, the politicians behave like agents and the political process is restricted by the natural individual rights versus the oppression of dictator and the dynamics of authoritarian state. Accordingly, all types of political systems that based on unpopular rule are illegitimate form of governance.

**Deliberative democracy is beyond what liberalism allows. It came as a reaction of restricting the agenda of public discussion and neglecting as such the viewpoints of specific groups at the margins of the dominant culture in a society. Therefore, deliberative democracy came for further inclusion and a broadening the democratic discourse.** The idea of deliberative democracy is based on a statement: **the political life would be better with a “wider discussion to reach a fair terms based on moral values between people and their representatives** (Wertheimer, 1999).

Shortly, the deliberative democracy allows politics to be operated through bargaining over different policy preferences and interests. According to (Gutmann & Thompson, 1996), **the ideal sketch of deliberative democracy has four main purposes:**

- Legitimizing the collective actions as the democratic deficits undermine the government capacity.
- Encouraging public-spirited perspectives in arranging people affairs.
- Supporting mutual decisions by respectful bargaining.

- Correcting the mistakes of the past by keeping healthy context to increase people willingness to correct them.

Seemingly that **deliberative democracy comes to prove that the democratic deficit concept is not without challenge and the citizens' political disengagement should be attributed to the poor performance of political institutions** (Pharr, Putnam, & Dalton, 2000).

### **Insufficient Media Governance and Public Deliberations:**

Drawing the ideal sketch of deliberative democracy that supports mutual decision by respectful bargaining would not be viable without functionalized media. Insufficient media governance can have a significant impact on public deliberations, particularly in terms of the quality of information and the diversity of perspectives presented to the public. When media outlets are not held accountable for accuracy, fairness, and impartiality in their reporting, it can lead to the spread of misinformation and the amplification of certain viewpoints at the expense of others.

One way that insufficient media governance can affect public deliberations is by **limiting the range of voices and perspectives that are heard**. If media outlets are controlled by a small group of individuals or organizations with a specific agenda, they may prioritize certain viewpoints and exclude others, leading to a lack of diversity in the public discourse. This can be particularly damaging in democratic societies where informed public debate is essential for making good policy decisions.

Another way that insufficient media governance can impact public deliberations is by **allowing the spread of false or misleading information**. When media outlets are not held accountable for the accuracy of their reporting, it can lead to the dissemination of misinformation that can undermine public trust and erode the quality of public debate. This is especially concerning in an era where social media and other online platforms have made it easier than ever for false information to spread rapidly and widely.

Overall, **insufficient media governance can have a range of negative impacts on public deliberations**, from limiting the range of voices and perspectives that are heard to allowing the spread of false or misleading information. To promote informed public debate and democratic decision-making, it is essential to ensure that media outlets are held accountable for accuracy, fairness, and impartiality in their reporting.

Insufficient media governance can have negative impacts on deliberative democracy, that emphasizes the importance of informed and inclusive public deliberation in decision-making processes. In general, insufficient media governance can have significant negative impacts on deliberative democracy by:

- **Limiting access to information**: Insufficient media governance can limit access to accurate and reliable information, which is essential for informed

public deliberation. This can undermine the quality of public discourse and reduce the ability of individuals to make informed decisions.

- **Amplifying certain voices over others**: Insufficient media governance can lead to certain voices and perspectives being amplified over others, either due to commercial or political interests. This can distort public discourse and prevent a diverse range of voices from being heard.
- **Reinforcing polarization**: Insufficient media governance can reinforce polarization and lead to the creation of echo chambers where individuals are only exposed to viewpoints and perspectives that confirm their existing beliefs. This can make it difficult to engage in constructive and inclusive

public deliberation.

- **Undermining trust in democratic institutions:** Insufficient media governance can erode public trust in democratic institutions by perpetuating false information, biased reporting, or a lack of transparency in decision-making processes. Allowing for the spread of disinformation: Insufficient media governance can allow for the spread of disinformation, which can manipulate public opinion and undermine the quality of public deliberation.

To mitigate these risks, it is important to promote media literacy and critical thinking skills, as well as to advocate for policies and regulations that promote media diversity, transparency, and accountability.

**Social Media as an Alternative Space for Enhancing Public Deliberations:** Social media can provide an alternative space for public deliberations that can enhance democratic engagement and promote a more diverse and inclusive public discourse.

Here are some ways in which social media can facilitate this:

- **Amplifying diverse voices:** Social media provides a platform for individuals and groups who may not have had a voice in traditional media outlets to share their perspectives and opinions. This can lead to a more diverse and inclusive public discourse that reflects the perspectives of a wider range of people.
- **Facilitating engagement and participation:** Social media can help to increase engagement and participation in public deliberations by making it easier for people to access information and share their views. Social media platforms such as Twitter and Facebook can be used to create online communities where people can discuss and debate issues and share information and resources.
- **Enabling real-time feedback:** Social media can provide real-time feedback on public deliberations, allowing policymakers and decision-makers to gauge public sentiment and respond to emerging issues in real-time.
- **Increasing transparency:** Social media can help to increase the transparency of public deliberations by providing a platform for

stakeholders to share information and communicate with each other. This can help to promote greater accountability and trust in democratic decision-making processes.

- **Enhancing access to information:** Social media can provide a platform for the dissemination of information and news in real-time, making it easier for people to access information and stay informed about issues of public importance.

Overall, social media can provide an alternative space for public deliberations that can enhance democratic engagement and promote a more diverse and inclusive public discourse. However, it is important to recognize that social media can also have negative effects on public deliberations, such as the spread of false information and the amplification of certain voices over others. As such, it is important to approach social media as a tool that can be used to enhance public deliberations, but also to be aware of its limitations and potential risks (Guy & Hoskins, 2013).

Though the digital era has created new opportunities and challenges for deliberative democracy. Here are some conditions that are necessary for safeguarding well-informed and inclusive public deliberation in decision-making processes:

- **Access to reliable and diverse information:** Deliberative democracy requires access to accurate and reliable information from a diverse range of sources. In the digital era, this means promoting media literacy and critical thinking skills to help individuals distinguish between accurate and false information, as well as promoting media diversity, transparency, and accountability.
- **Inclusive and respectful digital platforms:** Deliberative democracy requires inclusive and respectful digital platforms that encourage constructive and informed dialogue among individuals and groups with diverse perspectives. This means promoting the use of online platforms that foster respectful and constructive dialogue, and providing resources and support for individuals and groups who are marginalized or underrepresented in public discourse.
- **Transparency and accountability in decision-making processes:** Deliberative democracy requires transparency and accountability in decision-making processes, including clear and accessible information about how decisions are made, who is involved, and how the public can provide input. In the digital era, this means promoting open and transparent decision-making processes that allow for public participation and feedback.

**Strong democratic institutions:** Deliberative democracy requires strong democratic institutions that are accountable to the public and that promote and accountability of government and other institutions, as well as supporting civil society organizations that promote democratic values and principles.

- **Protection of privacy and civil liberties:** Deliberative democracy requires the protection of privacy and civil liberties, including the protection of personal data and freedom of expression. In the digital era, this means promoting the protection of personal data and the rights of individuals to express their views without fear of harassment or retaliation.

## **Part II:**

### **Methodology Research statement**

The article addresses the issue of severe restrictions on traditional public sphere platforms in Arab countries, which has led to questions regarding the role of citizens in governing virtual spaces and whether this will facilitate or hinder the democracy process. The article aims to answer the main question of whether virtual spaces will promote good governance and deliberative democracy in the Arab region, specifically in Egypt, or if they will instead hinder the democratic process due to their dysfunctionality.

### **Research questions:**

1. To what extent has the "National Dialogue" in Egypt been discussed and deliberated on virtual platforms?
2. How is the "National Dialogue" framed in virtual spaces?
3. How do social media followers interact with posts related to the "National Dialogue" on Facebook?
4. To what extent does social media discourse reflect the values and principles of deliberative democracy?
5. Does the culture of virtual national dialogue (attitudes, values, behaviors) establish a new type of deliberative democracy that may increase

- transparency and public trust?
6. How do traditional and virtual spheres interact while deliberating public issues?

**Data Collection Methods:**

The researchers created a content analysis coding book that combines both quantitative and qualitative methods. The first part of the book is dedicated to collecting data on the number of posts related to the "National Dialogues" on a monthly basis, as well as analyzing the various reactions users have to the posts, such as Like, Love, Care, Haha, Wow, Sad, and Angry, as well as the interactive actions of Share and Comment. The gender of the deliberators has also been coded.

The second part of the book focuses on items related to deliberative democracy, the public sphere values, conditions, and practices, and the endorsement of good governance principles such as transparency, accountability, and the role of laws.

The third part of the book is dedicated to qualitative content analysis, which involves interpreting the various ways in which the "National Dialogue" is framed in virtual discourse and the level of trust among participants, as well as their views on political institutions and the outcomes of the National Dialogue. Additionally, this part examines the interaction between traditional and virtual spaces when discussing public issues.

### Sample:

Data has been collected from the official Facebook page of the "National Dialogue"<sup>3</sup> established on June 15, 2022, with 31K followers and Al-Shorouk newspaper<sup>4</sup>, with 5.9 M followers.



Figure (): <https://www.facebook.com/National.Dialogue.NTA/>

<sup>3</sup> Created and managed by the National Training Academy, which is affiliated with the Egyptian Presidency

<sup>4</sup> A semi-independent private Egyptian newspaper



Figure (2) : [https://www.facebook.com/shorouknews/?locale=ar\\_AR](https://www.facebook.com/shorouknews/?locale=ar_AR)

Two Facebook posts have been analysed out of 100 posts identified relevant to “National Dialogue” on two pages, as Facebook is the most common social media platform in Egypt has more than 50 M users which almost half of the population (Internet World Stats, 2022). Based on the information provided, it appears that the two selected posts for analysis are:

1. "The National Dialogue Department announces the full formation of its Board of Trustees" on the National Dialogue Facebook page, posted on June 26, 2022.
2. A video of Ahmed Moussa (Journalist) on the Al-Shorouk newspaper page, posted on July 20, 2022, where he states that "The National Dialogue outcomes are not binding on President Sisi".

The researchers have collected and analyzed the 100 most recent comments on each of these posts, resulting in a total sample of 200 comments.

### Pat III: Findings

According to the analysis, there were a total of 100 posts made on the Facebook pages of Al-Shorouk newspaper and the "National Dialogue" from the time of the President's call for dialogue on April 26, 2022 until the beginning of March 2023. The posts were evenly distributed between the two Facebook pages. Most of the posts were made in 2022, with all of the posts on the Al-Shorouk newspaper page being from that year. On the other hand, the posts on the official "National Dialogue" page were mainly from 2022 (92%), with only a small percentage from 2023 (8%). The majority of the posts (38%) were made in July 2022, during the first dialogue session, followed by September 2022 with a rate of 19%.

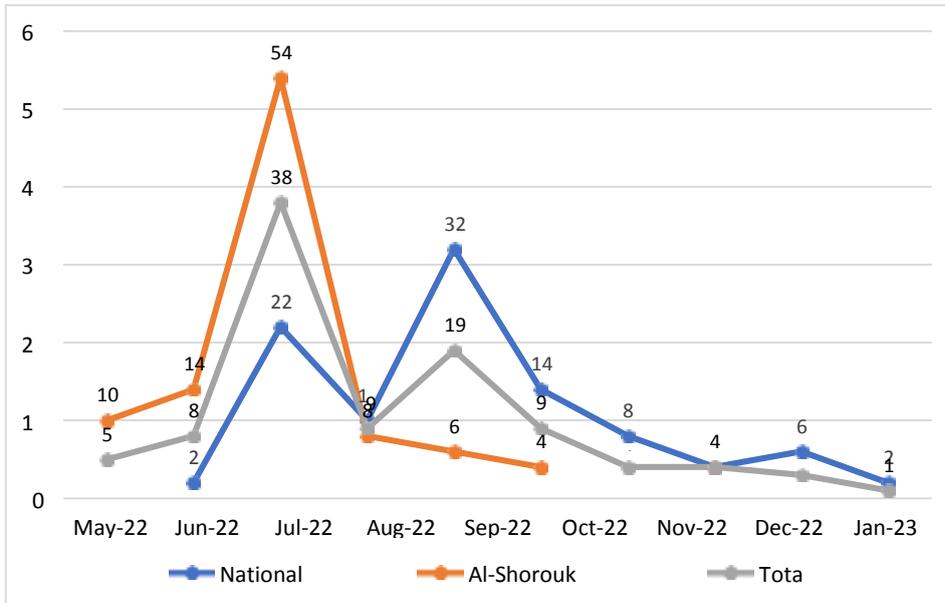


Figure (3): Posts distribution of over the time period

Based on the analysis, it was found that the majority of the posts published on the official Facebook page of the “National Dialogue” were descriptive, focusing on the sessions, meetings, and organizational procedures such as committee formation and selection of rapporteurs and regulations. On the other hand, the majority of posts on Al-Shorouk's Facebook page focused on statements from media figures and politicians, discussing included and excluded members, the importance of the “National Dialogue”, expected outcomes, and raised public issues.

In terms of the gender of the virtual deliberators, the analysis revealed that men dominated the virtual discourse, while women were significantly underrepresented.

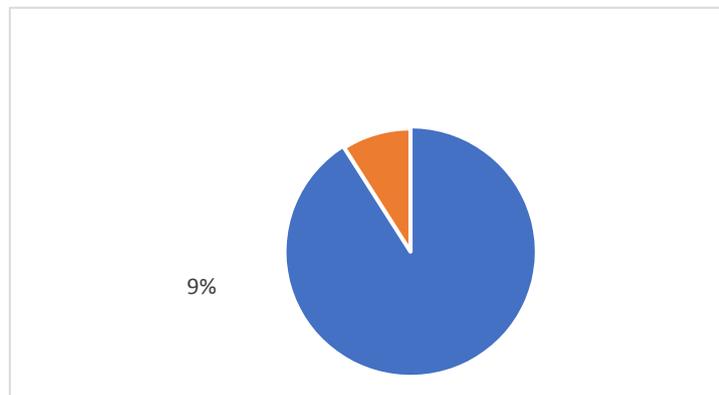


Figure (4): Gender representation on virtual discourses of the “National Dialogue”

■ ■

This finding highlights the significant gender disparity in online discussions, as women's participation in the National Dialogue was only 9% of the total comments, while men's comments accounted for 91% of the total.

Based on a qualitative analysis of framing the National Dialogue in virtual discourses, it was found that most comments regarding the "National Dialogue" lacked a thorough understanding of the issue at hand. Commentators were not engaging in productive or meaningful discussions with one another to enhance their understanding or reach a conclusion.

The comments were polarized into four distinct categories, with some were providing constructive feedback based on research and knowledge of the National Dialogue. For instance:

- *“A wonderful and very brilliant step, with the names of great writers, intellectuals and journalists, yet I searched for all these names, and I did not find patriotic poles in Egypt from the representatives of Al-Azhar and the Church, or at least the moderate religious approach”, “How long will we bury our heads in the sand like ostriches...How long will we applaud falsehood? How long will we waste the resources of the country and let the corrupt senior officials tamper with the capabilities of the beloved country and the honorable toiling patriotic citizen. Corruption crimes are within from His Excellency the President of the Republic, Field Marshal Abdel Fattah El-Sisi. This is because their positions, chairs, and ranks are more important than the homeland and the honorable, patriotic, toiling citizen. if it breaks, all its life will come out without standing, and if the staircase or ladder is not cleaned from top to bottom, it will not be cleaned at all”, “The problems that the Egyptian society suffers from are multiple and intertwined. They need people who possess academic competence in addition to a sense of patriotism and a sense of people’s suffering and pain, and they possess a realistic gradual and implementable reform vision. There must be national personalities who specialize in economics, politics, education and society”, “Please include all groups; especially workers who are supposed to be represented by the Federation of Egyptian workers and it is far from their problems. Evidence for my words is that we are a group of trade unionists and labor leaders. we established a group called the National Labor Dialogue and many problems were presented and solved thanks to the President’s invitation to the National Dialogue and we hope that it reaches all sects of the Egyptian people and that it is not limited to specific people.” We hope to add someone who talks about farmers and professional workers*

so that the national dialogue system is complete”, “We want someone to feel the pulse of the people and what they are suffering from with sincerity, not slogans. Greetings to all the honorable people of Egypt. Long live Egypt, the mother of the world. Greetings to our loyal president”, “Respected personalities, good luck. Yet, is it possible to work at the level of governorates like what was done at the level of the Republic? and Can we go down to the level of departments, centers and villages with official councils to spread the benefits?”, “There should be agreed upon headlines and a societal dialogue should be launched under the management and supervision of this respected national committee”, “The Board of Trustees of the National Dialogue, agreed upon by the national group, reflects all colors of the political and social spectrum. A board of 19 members with expertise, representatives of political currents, the media, the House of Representatives and the Senate, and the civil society organizations, gives an indication of the seriousness and credibility of the dialogue before it begins”.

Among the posts analysed, there were commenters who blindly supported or opposed the idea without demonstrating any understanding of the matter. These commenters may have made statements that were not well- informed or lacked evidence to support their views. For example, they may have expressed their support or opposition without providing any reasons or justifications, for instance, supporters commented:

- “National Dialogue is an honor and integrity for political dialogue for the goal of progress and prosperity and serving citizens for the sake of development and preserving the rights of citizens”, “Good luck for the interest of the citizens and the preservation of the institutions of the Egyptian state. May God protect Egypt, its great people, its armed forces and its leader, Sisi, and the new capital”, “A step that deserves praise and appreciation, with hopes for the desired results of the national dialogue in favour of Egypt”, “A strong beginning. God knows how much we hope for the dialogue to serve the interest of all the national forces in Egypt and that that our goal will be an Egypt that includes all of us”, “May God protect Egypt and its great people and may God protect the President of the Republic. We are with you for the sake of Egypt. Long live Egypt. Long live Egypt. Long live Egypt. Long live Sisi, my president and I am proud”.

While comments expressed by opposing groups said:

- “A national dialogue without the condition of accepting the results is called a dialogue of the deaf”, “If not binding, what is the benefit of it? They are just being entertained;

*especially that you foresaw its failure, or is it just to absorb people's anger in hope that there would be hope? I wish you would shut up", And the dialogue, if not binding on all parties; especially the executive authorities, then it is only for media distortion and is not necessary", "So it is the dialogue of the snapshot...only to take the snapshot and that is it", "Meaningless plays...", "What was the need for the conference then? You could have saved money as long as its results are not binding on the President".*

There were some other commenters who opposed the idea in order to insult the government and its officials, rather than based on any valid concerns about the proposal. These commenters may have used inflammatory language or made personal attacks in their comments.

- *"The National Dialogue's film will end by the end of Sisi's tour abroad", "So, this is an acting movie and meaningless expenses. Well, it would have been more humane if you saved money and improved the load of bread. God suffices me, and He is the best disposer of affairs", "Dialogue after what? After the destruction of the country for eight years during which you shut mouths and spread terrorism against the defeated people? or you are sure that these people would eventually forget? Gentlemen, Egypt has become a jungle; thanks to the one who governs us. May we be compensated", "It is meaningless. It is an image to polish the system and reduce external pressure on citizen rights. It is well known that members of the House of Representatives do not even represent themselves because they are appointed. The dialogue begins with a popular base of free patriotic opponents without positions or personal interest".*

Overall, holding government and Dialogue officials accountable for decisions and outcomes is crucial for ensuring that public policy decisions reflect the best interests of the citizens. However, to do so effectively, it's essential that all stakeholders have access to accurate and relevant information about the Dialogue and its purpose. Constructive feedback is vital for any democratic process, and it's only possible when people have a clear understanding of the issues at hand. Rather than opposing or insulting government officials, people should focus on promoting a deliberative approach that encourages open dialogue and informed opinions.

To achieve this, the media and social media can play a vital role in providing accurate information and facilitating discussions. Experts in relevant fields can also contribute to the dialogue by sharing their knowledge and expertise.

Overall, promoting a deliberative approach to the Dialogue's purpose and operation is essential for ensuring that all stakeholders have the information they need to make informed decisions. By working together, we can hold government

and Dialogue officials accountable and ensure that public policy decisions reflect the best interests of the citizens.

Table (1): Interacting with posts on the Facebook pages of Al-Shorouk newspaper and the “National Dialogue”

Reacts	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
like	9	3300	13652	136.52	329.940
love	0	355	1905	19.05	38.342
care	0	65	283	2.83	6.917
angry	0	122	290	2.90	12.369
Haha	0	905	5856	58.56	121.202
Wow	0	12	86	.86	1.902
Sad Sad	0	6	40	.40	1.015
Total Reacts	21	3800	22268	222.68	396.165
Share	0	548	2312	23.12	60.165
Comment	7	1300	12074	120.74	168.647
Video Views	1100	3600	16200	2025.00	747.854

Engaging with other users through reactions, shares, and comments can be very important for a number of reasons. Firstly, it allows users to express their opinions and perspectives on a given topic, which can lead to a more diverse and dynamic discussion. Additionally, this can help users learn from each other, challenge their own assumptions, and gain new insights and knowledge. Secondly, social media algorithms often prioritize content that receives a lot of engagement, which means that interacting with content can help it reach a wider audience. This can be particularly important to promote specific ideas. Finally, social media interactions can help users build connections and relationships with others who share their interests or values. This can lead to the formation of online communities that can provide support, encouragement, and inspiration.

Results show that there was no significant difference in total reacts,  $t(98) = .876, p = .383$ , despite reacts on “National Dialogue” ( $M = 257.4, SD = 519.8$ ) being higher than Al-Shorouk ( $M = 187.9, SD = 210.7$ ). Nevertheless, there was a significant difference in average of Like, Love and Care reacts (consequently:  $M = 212.08, 34.28, 5.02, SD = 452.40, 49.83, 9.26$ ) on “National Dialogue” compared to Al-Shorouk (consequently:  $M = 60.96, 3.82, .64, SD = 60.19, 3.64, 1.045$ ) demonstrated significantly more reacts,  $t(98) = 2.34, 4.31, 3.32, p = .021, .000, .001$ .

Similarly, there was a significant difference in average of Haha and Waw reacts (consequently:  $M = 115.10, 1.48, SD = 151.92, 2.435$ ) on Al-Shorouk page compared to “National Dialogue” (consequently:  $M = 2.02, .24, SD = 8.71, .77$ ) demonstrated significantly more Haha and Waw reacts,  $t(98) = -5.25, -3.43, p = .000, .001$ .

Also, results point out that there was a significant difference in average of Share ( $M = 39.86$ ,  $SD = 81.50$ ) on “National Dialogue” compared to Al-Shorouk ( $M = 6.38$ ,  $SD = 9.895$ ) verified significantly more sharing and interacting with the “National Dialogue” content,  $t(98) = 2.88$ ,  $p = .005$ . But, there was no significant difference in Comment,  $t(98) = 1.17$ ,  $p = .244$ , despite comments on “National Dialogue” ( $M = 140.46$ ,  $SD = 206.12$ ) being higher than Al-Shorouk ( $M = 101.02$ ,  $SD = 119.09$ ).

Generally, these results suggest that participants are more interested in expressing their emotional response to a post rather than engaging in a deeper discussion. This trend may indicate a lack of interest or motivation for a more rational and evidence-based deliberation in virtual spaces. The low score for sharing also suggests that participants are less interested in spreading information or engaging in conversations with others outside their immediate network.

However, it is important to note that this finding is based on the two selected posts and may not be representative of the overall trend in virtual deliberations. Further analysis of a larger sample of posts and comments is needed to confirm these findings.

Table (2): T.TEST Significant differences between the “National Dialogue” and Al-Shorouk pages in the mean scores of interactions about the published posts

Interactive Feature	National Dialogue			Al-Shorouk Newspaper			t-value	df	Sig.
	N	Mean	Std. Deviation	N	Mean	Std. Deviation			
like	50	212.08	452.401	50	60.96	60.197	2.341	98	.021
love	50	34.28	49.835	50	3.82	3.646	4.310	98	.000
care	50	5.02	9.261	50	.64	1.045	3.323	98	.001
angry	50	.66	1.686	50	5.14	17.206	-1.832-	98	.070
Haha	50	2.02	8.712	50	115.10	151.920	-5.255-	98	.000
Wow	50	.24	.771	50	1.48	2.435	-3.433-	98	.001
Sad	50	.32	.935	50	.48	1.092	-.787-	98	.433
Total Reacts	50	257.42	519.831	50	187.94	210.737	.876	98	.383
Share	50	39.86	81.509	50	6.38	9.895	2.883	98	.005
Comment	50	140.46	206.122	50	101.02	119.099	1.172	98	.244
Video Views	8	2025.00	747.854	-	-	-	-	-	-

Results show that there was no significant difference in total reacts,  $t(98) = .876$ ,  $p = .383$ , despite reacts on “National Dialogue” ( $M = 257.4$ ,  $SD = 519.8$ ) being higher than Al-Shorouk ( $M = 187.9$ ,  $SD = 210.7$ ).

Nevertheless, there was a significant difference in average of Like, Love and Care reacts (consequently:  $M = 212.08$ ,  $34.28$ ,  $5.02$ ,  $SD = 452.40$ ,  $49.83$ ,  $9.26$ ) on “National Dialogue” compared to Al-Shorouk (consequently:  $M = 60.96$ ,  $3.82$ ,

.64,  $SD = 60.19$ , 3.64, 1.045) demonstrated significantly more reacts,  $t(98) = 2.34$ , 4.31, 3.32,  $p = .021$ , .000, .001.

Similarly, there was a significant difference in average of Haha and Waw reacts (consequently:  $M = 115.10$ , 1.48,  $SD = 151.92$ , 2.435) on Al-Shorouk page compared to "National Dialogue" (consequently:  $M = 2.02$ , .24, ,  $SD = 8.71$ , .77) demonstrated significantly more Haha and Waw reacts,  $t(98) = -5.25$ -, -3.43-,  $p = .000$ , .001.

Also, results point out that there was a significant difference in average of Share ( $M = 39.86$ ,  $SD = 81.50$ ) on "National Dialogue" compared to Al-Shorouk ( $M = 6.38$ ,  $SD = 9.895$ ) verified significantly more sharing and interacting with the "National Dialogue" content,  $t(98) = 2.88$ ,  $p = .005$  but, there was no significant difference in Comment,  $t(98) = 1.17$ ,  $p = .244$ , despite comments on "National Dialogue" ( $M = 140.46$ ,  $SD = 206.12$ ) being higher than Al-Shorouk ( $M = 101.02$ ,  $SD = 119.09$ ).

In sum, these results suggest that citizens are more engaged with the content posted on the "National Dialogue" page compared to the Al-Shorouk page, as evidenced by the higher number of likes, loves, and care reacts, as well as shares. On the other hand, citizens seem to engage more via ridiculous or sarcastic emjis on the Al-Shorouk page, as demonstrated by the higher number of Haha and Waw reacts. However, there was no significant difference in the number of comments posted on either page. It is important to note that these findings only apply to the two selected posts, and further research is needed to generalize these results to the larger discussion on the "National Dialogue" in Egypt.

Table (3): Deliberative democracy indicators in the National Dialogue virtual discussions

Deliberative democracy indicators	National Dialogue	Al- Shorouk Newspaper	Total		X2	Sig.	Contingency Coefficient (C)
	N	N	N	%			
Discussions provide in-depth and rich insights into the core deliberated issues	39	1	40	20	54.21	.000	0.514
Discussions relies on evidence-based thoughts	35	10	45	22.5	21.41	.000	0.181
Participants accept other people's views and opinions	12	3	15	7.5	4.84	.020	0.208
Participants recognize other people's political and civil rights	37	1	38	19	51.20	.000	0.521
The balance of opinion	38	1	39	19.5	54.00	.000	0.514

Recognition of political equality and fair representation	50	1	51	25.5	04.24	.000	0.540
Total	100	100	200				

These results indicate that virtual discussions do not heavily incorporate elements of deliberative democracy. Specifically, an examination of comments on the two most interactive posts regarding the "National Dialogue" reveals that only 20% of the comments offer thorough and substantial insights into the central topics being discussed. Additionally, just 22.5% of the deliberations are based on evidence-based ideas. This results in a lack of knowledge and an increase in false information among users. Using non-evidence-based content in virtual spaces will not promote the development of well-informed citizens, which in turn will have negative consequences on the creation of a democratic environment.

Furthermore, the results indicate that there is a noticeable absence of objectivity in the discussions related to the "National Dialogue" on the two Facebook pages that were analyzed. Specifically, only 19.5% of the comments included a balanced assessment of the initiative and its potential outcomes, highlighting both positive and negative aspects. The majority of comments either expressed complete support for the initiative or conveyed disappointment and criticism towards it.

The findings also reveal a low level of acceptance towards different viewpoints and opinions when discussing public issues. Particularly, only 7.5% of the content related to the "National Dialogue" indicates a respectful consideration of other deliberators' views and opinions.

The results also highlight that a mere 19% of the contents demonstrate respect for other people's political and civil rights. Furthermore, only 25.5% of the posts demonstrate recognition of political equality and fair representation. These findings suggest that there is a lack of adherence to the discursive democracy values of inclusiveness and equality by avoiding bias and political discrimination.

The findings suggest that there is a statistically significant difference between the "National Dialogue" Facebook page and the "Al-Shorouk Newspaper" Facebook page, with a p-value of less than .005. The percentages of all addressed discursive democracy principles on the "National Dialogue" page are higher compared to the "Al-Shorouk Newspaper" page.

The results show that virtual discussions do not fully incorporate deliberative democracy elements, with only a small portion of comments offering insightful and evidence-based ideas. This lack of evidence-based content can lead to false

information and uninformed citizens. Moreover, the discussions related to the "National Dialogue" were found to be mostly subjective, with little objective analysis of the initiative's positive and negative aspects. The study also suggests that there is a lack of acceptance towards different viewpoints, as only a small percentage of the content indicates a respectful consideration of other people's opinions. Furthermore, there is a lack of adherence to discursive democracy values of inclusiveness and equality. The findings also indicate a significant difference in the percentages of all addressed discursive democracy principles between the "National Dialogue" Facebook page and the "Al-Shorouk Newspaper" Facebook page.

### Discussion

In summary, these results demonstrate that all stakeholders are not effectively participating in upholding the values and practices of discursive democracy.

The fact that the government, which initiated the "National Dialogue" and created a Facebook page as a virtual platform for enhancing citizen engagement and deliberation to address social issues, has failed to ensure discursive democracy is ironic. This situation confirms that the government can misuse social media in numerous ways, resulting in negative impacts on public deliberations and democratic engagement. The government can use social media to spread false or misleading information, either intentionally or unintentionally, which can erode the quality of public discourse and undermine public trust. Additionally, it can manipulate public opinion by amplifying certain voices and perspectives over others or by employing bots and other tactics to artificially inflate or suppress certain views. It can also use social media to suppress dissent by censoring or blocking critical content or by intimidating and harassing individuals with dissenting views. Lastly, the government can use social media as a tool of propaganda or as a means of attacking political opponents, which can further erode public trust and democratic engagement.

In conclusion, the misuse of social media by governments can have severe negative consequences on public deliberations and democratic engagement. To address these risks, it is crucial to hold governments accountable for their use of social media and to ensure that democratic values such as freedom of expression and privacy are upheld in all online interactions. This will require a collective effort from all stakeholders to foster a culture of responsible online engagement that promotes inclusiveness, objectivity, and respect for differing viewpoints. By doing so, we can help safeguard the integrity of public discourse and strengthen the foundations of democratic governance.

Furthermore, the deliberative perspective places a significant burden on citizens, but it does so because a diverse democracy cannot function effectively without

such expectations. However, the misuse of social media as an alternative communicative and discursive platform by laypeople or professional media can erode the potential for realizing a democratic environment. The overall results confirm that the public can misuse social media by sharing false or misleading information, which can spread rapidly and undermine public trust in accurate and reliable sources of information. The anonymity and accessibility of social media can also create a breeding ground for cyberbullying and insults, which can create a hostile environment for public discourse and discourage participation from certain groups. In general, it can be concluded that non-democratic virtual discourse can create echo chambers where individuals are only exposed to viewpoints and perspectives that confirm their existing beliefs. This can lead to polarization and an unwillingness to engage in open and constructive dialogue. The misuse of social media by the public and media can also have negative impacts on public deliberations and democratic engagement. To address these issues, it is important to promote responsible social media use and encourage constructive dialogue that is inclusive, objective, and respectful of diverse perspectives.

The Egyptian case presents an odd face of deliberative democracy, as the results of the study show a lack of adherence to the principles and values of discursive democracy in online spaces. The virtual discourses analyzed in the study revealed a low percentage of in-depth and rich insights into the core deliberated issues, a lack of objectivity, and a low level of respect for other people's views and opinions. Additionally, few posts showed recognition of political equality and fair representation, revealing the absence of democratic deliberation values of inclusiveness and the avoidance of bias and political discrimination.

The study also highlighted the potential for the misuse of social media by governments, which can have significant negative impacts on public deliberations and democratic engagement. The government's use of social media to spread false or misleading information and manipulate public opinion undermines public trust and erodes the quality of public discourse. The anonymity and accessibility of social media also create a breeding ground for cyberbullying and insults, creating a hostile environment for public discourse and discouraging participation from certain groups.

### **Conclusion**

Overall, the Egyptian case presents a challenging context for realizing the principles and values of deliberative democracy. To address these issues, it is essential to promote responsible social media use and encourage inclusive, objective, and respectful dialogue that values diverse perspectives and respects democratic values such as freedom of expression and privacy. Holding governments accountable for their use of social media is also crucial to ensuring

that democratic engagement is protected and that the potential for misuse is minimized.

## References

- Barber, B. (1984). *Strong Democracy (Berkeley and Los Angeles)*. University of California Press.
- Bezabih, T. (2017). Mass Media and Governance: Issues and Challenges in Contemporary Ethiopia. *New Media and Mass Communication, Vol.61*.  
<https://iiste.org/Journals/index.php/NMMC/article/view/37598>
- Cohen L.J. & Arato, A. (1992). *Civil Society and Political Theory*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Dyer, R. (2005). *Only Entertainment*. 2nd ed. Taylor and Francis.  
<https://www.perlego.com/book/1605856/only-entertainment-pdf>
- Etzioni, A. (1993). *The Spirit of Community: Rights Responsibilities, and the Communication Agenda*. Crown Publishers. <https://doi.org/10.1002/ncr.4100820216>
- Gerring, J., Bond, P., Barndt, T.W., & MORENO, C. (2005). Democracy and Economic Growth: A Historical Perspective. *World Politics* 57, 323–64.
- Gimmler, A. (2001). Deliberative democracy, the public sphere and the internet. *Philosophy & Social Criticism* 27 (4). <https://doi.org/10.1177/019145370102700402>
- Gutmann & Thompson (1996). *Democracy and Disagreement*. Cambridge: Bell-nap Press of Harvard University Press.
- Guy T. & Hoskins, T. G. (2013). Meet the Habermasses: Charting the emergence of a social media-enabled public sphere in new democracies,” *International Journal of Technology, Knowledge and Society, volume 9, number 4, pp. 25–39*.
- Habermas, J. (2000). The Inclusion of the Other: Studies in Political Theory. In: Studies in Cronin, P. C. & De Greif, P. (Eds). *Contemporary German Social Thought*. Cambridge, MA: MIT Press
- Haythornthwaite, C. (2002) Strong, Weak, and Latent Ties and the Impact of New Media,  
*The Information Society, 18:5, 385-401*. DOI: 10.1080/0197224029010819 5
- Internet World Stats. (2022). *Internet Users Statistics for Africa*.  
<https://www.internetworldstats.com/stats1.htm> .
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas: A series of addresses* (pp. 37–51). New York, NY: Institute for Religious and Social Studies.

[Mansbridge](#) J., Bohman, J. , [Chambers](#), S. & Simone C. & [Estlund](#), D. (2009). The Place of Self-Interest and the Role of Power in Deliberative Democracy. *Journal of Political Philosophy*, 18(1):64 – 100 DOI:10.1111/j.1467-9760.2009.00344.

Mansbridge, J. (1980). *Beyond Adversary Democracy*. New York, basic books.  
McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*. Sage Publications, London.  
Norris, P. (ed). (2009). *Public Sentinel the News Media and the Governance Agenda*. The World Bank. Washington DC. DOI: 10.1596/978-0-8213-8200-4

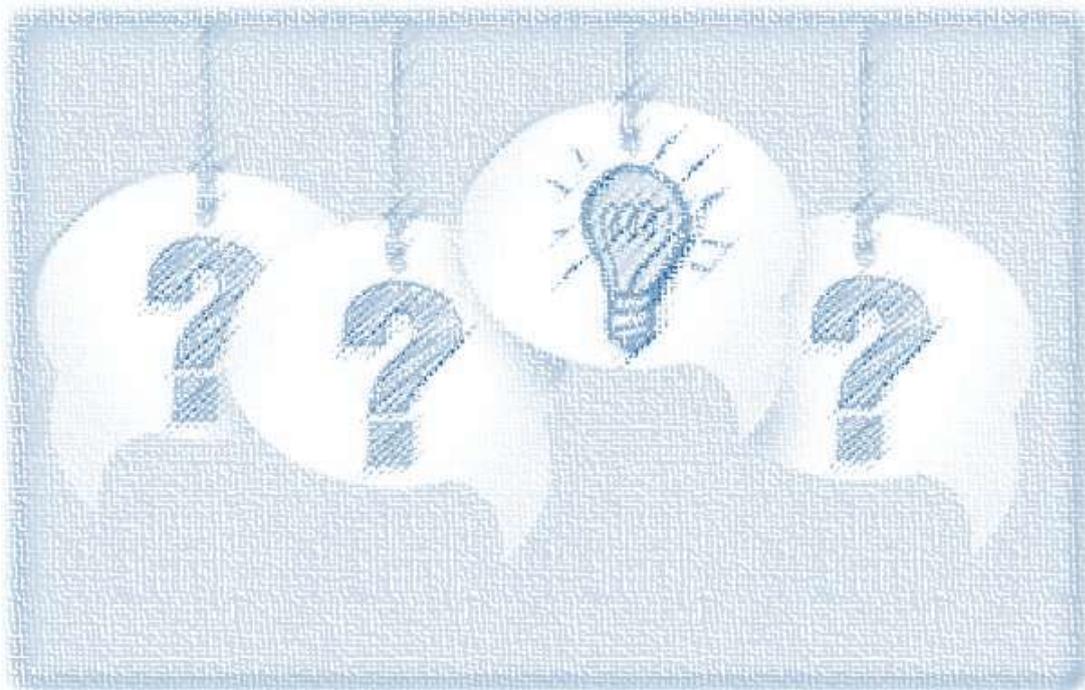
Pharr, S.J., Putnam, R. D., & Dalton, R.J. (2000). Trouble in the Advanced Democracies? A Quarter Century of Declining Confidence. *Journal of Democracy*, 11 (2) :5-25.

Rawls, J. (1993). *Political Liberalism*. New York: Columbia University Press. Sandel, M. (1982). *Liberalism and the Limits of justice*. Cambridge University Press  
Talisce, R. (2005). *Democracy after liberalism, Pragmatism and deliberative democracy*. Taylor & Francis Group, Rutledge.

Warren, E.M. & Pearse, H. (2008). *Designing Deliberative Democracy*. The British Columbia Citizens' Assembly, Cambridge University Press.

Wertheimer, P. A. (1999). *Deliberative Politics Essays on Democracy and Disagreement*. New York Oxford University Press.

Wright, W.W. (1975). Mass Media as Sources of Medical Information, *Journal of Communication*, Volume 25, Issue 3, pp.171–173, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1975.tb006>



محور اراء و افكار في الدراسات الاعلامية

## تحليل الخطاب المرئي وسيميولوجية الصورة

### Visual discourse analysis and the semiology of the image

خالد كب : طالب باحث في سلك الدكتوراه مختبر تكامل المناهج و تحليل الخطاب كلية اللغة

بمراكش المغرب

#### الملخص:

تهدف الدراسة الى تحليل فيلم : one Hundredth of a Second عبر تحليل الخطاب المرئي وسيميولوجية الصورة .

فالصورة السينمائية وهي معروضة على الشاشة تفصل عن كل الاشياء التي تجعل منها صورة , انها مستقلة وحررة , بينما الصورة المدركة حسيا لا تتفك ابدا عن الاشياء وليس لها وجود خاص , لان وجودها مقترن بوجود تلك الاشياء نفسها

وفي خضم التساؤل والتفكير بصدد الصورة السينمائية وعلاقتها بالخطاب المرئي , والتي تفرض نفسها كثنائية الان واكثر من اي وقت مضى, بل ستظل مطروحة باستمرار, سنجد انفسنا حتما ودوما محاصرين بضرورة تحديد علاقة الخطاب داخل هذه الثنائية -الاشكالية-

مع النسق الثقافي الحديث و المعاصر , "ذلك ان هذه السينما في كل ابعادها وتطلعاتها ومكوناتها ورهاناتها وانجازاتها ولنقل تكونها , بالمعنى الابداعي السوسيولوجي والجمالي...

يمكنها دلالتها ويسعى الى التأثير فيها على مستوى رؤيتها للعالم المحيط ومستوى رؤيتها الاستيطيقية ايضا. كما يهدف هذا البحث الى :

- ✓ التعرف على اهمية الصورة سينمائيا بوصفها اداة معرفية ووسيلة اتصالية لادراك المعنى.
- ✓ قدرة الصورة على اكتساب وتحميل سمات نوعية واشاراية وعلاماتية قصدية ضمن خصوبة المدرك الحسي الذي يفضي تداوليا الى قاعدة استناد المعنى.

#### الكلمات المفتاحية:

الخطاب المرئي: نسق من العلامات ينطوي على مفهوم وهو الجانب التنفيذي الموازي للكلام الذي يؤدي الى معنى ضمن السياق الاجتماعي في علاقة مجازية غير مباشرة .

سيميولوجيا الصورة : يعتبر "رولان بارث" أول من طبق منهج التحليل السميولوجي على الصورة ولقد أوضح "بارث" هدف هذا العلم الذي أسماه "سميو لوجيا" كل النظم الرمزية أيا كان الجوهر أو المضمون وأيا كانت الحدود، الصورة، الإشارات، الأصوات النغمية، الرموز التي نجدها في الأساطير، البروتوكولات، والعروض التي نعتبرها جميعا لغات أو على الأقل نظاما للمعنى

#### abstract:

The study aims to analyze the movie: one Hundredth of a Second by analyzing the visual discourse and the semiology of the image.

The cinematic image, which is shown on the screen, separates from all the things that make it an image, it is independent and free, while the perceptual image is never separated from things and does not have a special existence, because its existence is

associated with the existence of those same things.

In the midst of questioning and thinking about the cinematic image and its relationship to the visual discourse, which imposes itself as a duality now more than ever.

Rather, it will remain constantly on the table. We will inevitably and always find ourselves surrounded by the necessity of defining the discourse's relationship within this dichotomy – the problematic –

With the modern and contemporary cultural pattern, "This is because this cinema in all its dimensions, aspirations, components, stakes, and achievements, and let's say its formation, in the creative, sociological and aesthetic sense...

He gives it its significance and seeks to influence it on the level of its view of the surrounding world and the level of its aesthetic vision as well.

### تقديم:

يقول البرت اكموس: (عندما يعجز العقل عن التفكير يبدأ الفن) وحدها السينما ربما تكون الاكثر انتشارا وتأثيرا بين وسائل الاعلام, فبالنظر الى الارياح الخيالية التي تدرها الافلام السينمائية وخصوصا – الهوليودية – منها يمكن الوقوف امام عدد من ملايين المشاهدين في طول الدنيا وعرضها, الذين ينحشرون في القاعات المظلمة ليتابعوا بأنفاس مقطوعة احداث فيلم , ربما يتسرب الى اعماق وعيهم ويرسم ملامح قناعاتهم الحياتية دون ان ينتبهوا لذلك.

الفيلم السينمائي بات بشكل اداة خطيرة ولسان حال كثير من القضايا, وربما استطاع كاتب سيناريو او مخرج ماكر ان يقلب الحقائق راسا على عقب, وبما يتفق مع قناعاته ومعتقداته ودون النظر الى أي اعتبار.

ان السينما قبل ان تكون لغة هي اداة للتعبير, وقبل ان تكون حكيما وتنظيما تمثيلا في المدة الزمنية, وقبل ان تكون توترا ايقاعيا, هي فضاء أي عرض لامتداد.

### 1- الفيلم من خلال الخطاب السيميولوجي للصورة :

في مقال له بعنوان من اجل "سيميولوجيا للصورة" يحاول الباحث جورج مونان اعادة النظر في مجموعة من عناصر الخطاب السيميولوجي للصورة, وي طرح اسئلة تتعلق ببعض

مظاهر الصورة التي تجعل من الخطاب السيميولوجي خطابا مشروعا لقراءة المتن البصري واول هذه الاسئلة يتمثل في ما اذا كانت الصورة وسيلة للتواصل (G.Mounin)<sup>312</sup>.

ان المتأمل لصور من مقتطفة من الفيلم القصير one Hundredth of second والذي عرض سنة 2007 بالولايات المتحدة الامريكية وكتبه اليكس بون , واثبتت فيه المخرجة سوزن جاكسون

ان لهت الصحفيين وراء السبق الصحفي, قد يجردهم من انسانيتهم ويجعل ضميرهم المهني على المحك, ويعرض سلوكهم على مشرحة النقد وسكانير التمحيص .

يعكس الى حد ما اسناد الوظيفة التواصلية ( لخطاب الصورة) , ما يعني اساسا ان هذا الخطاب قد انتج بغرض التبليغ, اي تبليغ رسالة ما. وفي حالة عرض الصورة الفائزة بالجائزة وهي لفتاة ملقاة بعد اعدامها بالرصاص , جعل الصحفية تعيش حالة من الشرخ النفسي والتمزق العاطفي, فهو تكريم ملطخ بالدماء. ويطرح سؤال الحد الفاصل بين الواجب المهني و الضمير الانساني رغم نظرات التوسل الصامتة التي رمت بها الطفلة الصحفية وهي صورة لا تخلو من دلالة فاضحة مما يطرح السؤال هل تاجرت الصحفية بدماء الطفلة لتفوز بالجائزة وهل ادراكها بجرم فعلتها منعها -على استحياء- من مغادرة القاعة دون تسلم نظير صيدها الثمين?

ان في حلة الصور التي يزخر بها الفيلم لا يمكن ان نعدم هذه الوظيفة التبليغية /التواصلية . غير ان هذه الفكرة حسب - مونان - على سبيل المثال لا الحصر, لا ينبغي ان تعطينا الانطباع المطلق عن امتلاك الصورة لهذه الوظيفة وحدها , فعندما يكون الشيء المبلغ عن طريق الصورة احساسا او انفعالا ما , لا يبقى هناك حديث عن رسالة message بمفهومها الإبلاغي فقط .

ان صورة الفتاة وهي ملقاة على الارض بعد ان تم افراغ رصاص الرحمة في راسها , ان هذه الصورة "تسعى في غالب الاحيان", وبشكل واع الى انتاج اثر شبه بيولوجي او صدمة اي انها مثير stimulus موجه الى الحصول على رد فعل, وهي اذن مختلفة تماما عن الرسالة ذي الحمولة الإبلاغية (G.MOUNIN, 1974)<sup>313</sup>.

ان الصورة ليست تماثلية سوى في شكلها العام, وهي اضافة الى ذلك تحتوي على مجموعة من العلاقات الاعتباطية بموضوعها . ان اهمية المماثلة تتجسد في كونها وسيلة لتحويل الأسنن codes فعن طريق تشابه الصورة بموضوعها " الواقعي" يكون بإمكان قراءة الصورة او فك رموزها , وهي القراءة التي تستفيد هي نفسها من الاسنن الداخلة في قراءة الموضوع نفسه.

في الحقيقة في قراننا لصورة من صور الفيلم ,نتوسل سبل اخرى لفهم هذه الصورة مستثنين في ذلك مثلا الى طبيعتها الرمزية او(الاعتباطية ) , وهذا يؤدي بالضرورة الى الخروج من الحيز

المطلق للصورة، لإقامة نوع من التواصل مع انظمة دالة اخرى وفي مقدمتها اللغة لما يكتسبها هي ايضا من طابع اعتباطي، باعتبار ان الصورة البصرية على الاقل ليست صوتية. ان " اللغات البصرية " للفيلم تقيم مع باقي اللغات - التي يحوزها الفيلم - علاقات نسقية متعددة ومعقدة، ولا اهمية لإقامة تعارض ما بين الخطابين اللغوي والبصري بوصفها قطبين كبيرين يحظى كل منهما بالتجانس و التماسك في غياب اي رابط بينهما.

ان الصورة السينمائية فهي مصنوعة اليا، ولكنها متعددة ومتحركة ومتألفة مع باقي العناصر السمعية (كلام، موسيقى...) والاشارات الكتابية.

كما انها نموذج للصورة التعيينية، وذلك بالنظر - لطبيعتها المطلقة - انها تشكل بتعبير بارث رسالة من دون سنن وهي التي تستطيع وحدها، ان تقوم بوظيفة الابلاغ دونما الحاجة الى سنن، باعتبار الصورة تظل محكومة ليس بمبدأ التحويل او النقل، بل بمبدأ التسجيل.

ان تفكيك الصورة بعد التفكير فيها يجعلنا ننظر اليها كمتعدد اجتمع في اطار واحد من حيث اشتمالها على اشياء كثيرة ذات دلالة (اللباس/الاكسسورات/الماكياج/الالوان/الجسد... الخ)

جون ميري يقول: <sup>314</sup>(J.Mitry, 1963) في مؤلفه "استيطيقا وسيكولوجيا السينما"

"ان الوعي لا يوجد في حد ذاته، فهو ليس شكلا جوهريا substantiel للواقع، ان عذا الشيء الذي اشعر به لا يوجد في وعيي، بل يشكل معطى لهذا الوعي الذي ليس شيئا اخر غير الادراك الحسي نفسه ومحققا..."

وبهذا فان الصورة حسب الفيلم، نشاط ذهني وفعل ارادي، وفي استقلالها عن كل ذلك لاتساوي الصورة اي شيء، ومن ثمة فان الصورة الذهنية ليست سوى نتاج لإرادة تفكير ووعي بالتفكير، نملك وعيا بها كصورة.

ان صورة الفتاة وهي ملقاة على الارض كجثة هامة، او صورة الصحفية وهي تحمل آلة التصوير وغيرها من صور الفيلم ليست مجرد نقل الواقع فحسب بل ابعد من ذلك، فالصورة لن تكون ابدا هي نفسها اذا كانت مجرد نقل ميكانيكي "موضوعي" للعالم الخارجي، فهي فن اولا وشكل جمالي باعتبار حضور الجمال في القبح، بدليل فوز الصحفية بالجائزة رغم فظاعة صورتها الملطخة بالدم وتدنرها بالوحشية والقتل الهمجي.

وهي شكل جمالي، قبل ان تكون قناة إبلاغيه لخطاب ما وهنا يمكن تماثلها او شبهها النسبي لموضوعها (الواقع)، فالصورة الفوتوغرافية هنا هي من صنع الفوتوغرافي/الصحفية فهو الذي

يختار موقعه ضمن عملية التصوير ويحدد اطار الموضوع الذي يلتقط والزاوية و يضبط قوة الانارة وكميتها... الخ .

ان الصورة الفوتوغرافية خاضعة دائما لتأويل ما , وهي شهادة على رؤية معينة , كما هي مشحونة بذاتية واضحة وصارخة بكل ما تحمل الكلمة من معنى .

ان ما يثبت هذه الاستقلالية - النسبية - للصورة عن الواقع الذي تنقله هو الفرق الواضح بين الصورة سينمائيا والواقع الذي تنتجه .

فالشخص السينمائية لا تستطيع الانتقال في الفضاء الفيلمي الا عندما يسمح لها المخرج بذلك فهو الذي يرسم لها خطواتها وحركاتها وسكناتها , في حين ان لها كامل القدرة للتحرك في الفضاء الواقعي متى وكيفما تشاء .

فالصورة السينمائية وهي معروضة على الشاشة تفصل عن كل الاشياء التي تجعل منها صورة , انها مستقلة وحررة , بينما الصورة المدركة حسيا لا تنفك ابدا عن الاشياء وليس لها وجود خاص , لان وجودها مقترن بوجود تلك الاشياء نفسها .

وفي خضم التساؤل والتفكير بصدد الصورة السينمائية وعلاقتها بالخطاب المرئي , والتي تفرض نفسها كثنائية الان واكثر من اي وقت مضى, بل ستنزل مطروحة باستمرار, سنجد انفسنا حتما ودوما محاصرين بضرورة تحديد علاقة الخطاب داخل هذه الثنائية -الاشكالية-

مع النسق الثقافي الحديث والمعاصر , "ذلك ان هذه السينما في كل ابعادها وتطلعاتها ومكوناتها ورهاناتها وانجازاتها ولنقل تكونها , بالمعنى الابداعي السوسيولوجي والجمالي ...

يمنحها دلالتها ويسعى الى التأثير فيها على مستوى رؤيتها للعالم المحيط ومستوى رؤيتها الاستيطيقية ايضا " (قمري، 2001) <sup>315</sup>

ان السينما شأنها شأن الكتابات القصصية والروائية, ترتبط في خلفيتها بالذاكرة /الصورة ك لحظة توثيقية , والانسان والهوية وافق انتظارات محتملة بالنسبة للمخرج والمتلقي , على مستوى الكتابة والموضوعات (التيما) والتخيل و اللغة , بعد تشكل اتجاهات عديدة ومتعددة

جعلت المخرجين يدخلون في دائرة وسحر وجاذبية السينما الواقعية والسينما الجديدة وغيرها من دون ان ننسى" السينما السياسية ", اينما كانت تتحقق ضدا على السينما الفطرية و الشعبية , والميلودرامية او سينما السباغيتي او سينما الحركة والمغامرة المطلقة من دون ضفاف او السينما التاريخية الفجة .

ان فيلم : one Hundredth of a Second كفيلم نضالي ضدا على وحشية الانسان ازاء اخيه الانسان , فيلم يطرح من خلال ما يحبل به من صورة صارخة مظاهر مضمونية وتعبيرية و جمالية , بل حتى الرؤيوية ,تعكس بشكل جلي بعض قضايا المجتمع الغربي , وعلى راسها قضية الاتجار بالبشر الذي حرّمته المواثيق الدولية وعاقب عليه القانون .

فقد دخلت الصحفية " بطة الفيلم " غمار معركة ورهنت حياتها بصور تلتقطها قد تدخلها التاريخ , وهي تزج بنفسها ويتمايل بين الرصاص ,في مشاهد تحبس الانفاس وتفوح منها رائحة الموت , ليدفعها حسها الصحفي للحاق بطفلة , فتبعتها لعل عدستها تحقق رغبتها بصيد ثمين , فوجدت لحظة الموت لهذه الطفلة قد دنت , فوثقت قتلها بدم بارد, ولكن عند التكريم وجني الغنائم , رفضت استلام جائزة افضل مصور صحفي , لإدراكها لحظة اعلان فوزها انها تاجرت بدم طفلة لتفوز بها .

ان الصورة كخطاب كل رسالاته الممكنة متزامنة الحضور ومن هنا تنتوع المقاربات و القراءات والتأويلات الممكنة .

ان قراءة وتفسير المكونات الخطابية لهذه الصورة , ليست ممكنة الا عبر قراءة خطية .

## 2- الصورة والتعددية المركبة/الدلالات الممكنة :

ومعنى ذلك ان تركيز البصر على الصورة لا يمكن ان يمدنا دفعة واحدة بكل الرسالات والدلالات الممكنة . ان ذلك يقتضي بان تمدنا العين بمجموعة من الحركات (عمودية وافقية و دائرية ...الخ ) . وضمن هذا الاشتغال البصري , ثمة تسلسل خطي لوحداث الرسالة في الصورة , حيث انه وانطلاقا من الحركة الخطية للبصر تتشكل بلاغة الصورة .

ان صورة الطفلة مقتولة تتصدر مسرح التتويج , لاقت تصفيقا حارا لملتقطتها دون ادنى احساس بالضحية وعائلتها , او الالتفاف لمعالجة الظروف التي ادت الى قتلها بهذه الصورة البشعة , فالبلاغة الخطابية للصورة كانت اكثر دلالة ودونما الحاجة الى كلمات , لان الصورة بألف كلمة كما يقال.

وهو ما عبر عنه هيدغر حينما ذهب الى ان ليس جميلا الا ما يجيد تعبيره في الفن, بوصفه خلقا روحيا ولا يستاهل الجمال الطبيعي هذا الاسم الا في نطاق علاقته بالروح .

فالصورة اصبحت هنا ذات بعد اخلاقي من خلال الرسالة التي تحملها تهدف الى تنوير المتلقي , بلفته الى وحشية المشهد وضرورة استنكاره والتصدي بحزم الى هذه السلوكيات والمسلكيات المنافية والمتعارضة مع الضمير الاخلاقي والانساني .

انه الشعور بالعار الذي لن يغسله الى الفن عن طريق الصورة السينمائية , من خلال تربية المتلقي تربية جمالية , بل تربية فنية تعتمد الى التمكن من ادوات تدفع باتجاه امتلاك اتجاه فني توعوي وتربوي و توجيهي خلاق قوي وفعال .

بناء على الثقافة الشخصية والتجربة الذاتية والذائقة الفنية والفكرية للمتلقي كمبدع ثان يستطيع استجماع افكاره اثناء عملية التلقي , قصد التفاعل المبدع والايجابي مع الخطاب المرئي للفيلم من خلال تفكيك شفرات خطابه وتحليل معانيه .

ان الفن وعبره السينما , فاعلية انسانية تهدف الى انتاج قيم جمالية او ابداع اثار فنية تبتغي تحقيق مثال للجمال , بل ان الغاية من تلقي الفن في عملية تلقيه هو المتعة وهذه الاخيرة تتطوي على ابعاد دلالية مركبة حالها حال "المعنى " وما له من تعقيدات في تشابكات دلالاته , حيث تنتج المتعة عند المتلقي من الحدث الفني نفسه وبما يحمله من تأكيدات .

ان الفن : " نص ثقافي " لفظي و تعبيرى " له انساق و سياقات ثقافية متعددة ومتداخلة , هي عبارة عن جملة من العلامات التي تحتضن مسوغات الامتاع ومسوغات الرفض والقبول لدى المتلقي ..علما ان الفن في جانب منه يفصح عن إمكانات الذات الفنية , المهياة للتوظيف

التعبيري من جهة , وقابلة للتكرار من جهة ثانية , فالكلام مثلا بما هو فن من الفنون البشرية لا يتصف بصفته التعبيرية الا لقابليته للتكرار " (رشيق، صفحة 21) <sup>316</sup>

والواقع اذا كان المتلقي يرد انطباعاته الى خبرة موحدة تقوم بالتأويل , بينما نوع الاستقبال السائد في الفن حاليا يقوم على استيعاب التشتيب والتناقض في التجربة الجمالية للعمل الفيلمي /الجمالي وخلق التناقض بين الوحدات التي يتكون منها العمل الفني , بحيث يظل وعي المتلقي يقظا مشاركا في انتاج العمل الفني / الفيلم .

ان المرحلة الراهنة اصبحت تستلزم على التكوين الذاتي للفرد / المتلقي وجعله قادرا على الخضوع للمستلزمات التي ينجزها او يتعرفها , وكذا تشبعه بالتربية الفنية /الجمالية والتي تساعد على اكتساب الخصال الفنية " السينما نموذجا " وتأصيلها في شخصيته لتنمو معه وتتطور بالممارسة المستمرة للفن , في اتجاه ان يصبح متذوقا ولما لا ناقدا لما يتلقاه سينمائيا

ان تلقي المتلقي تكويننا نظريا وعمليا في التصوير, وغيرها من الفنون ذات الصبغة العملية واللاقائية و البصرية , سوف يساعده على فهم الخطاب المرئي للصورة , وهو ما يؤدي الى تنمية وترقية القدرات والمدارك الكلية له , بحيث لا يكون دوره قاصرا على كيانه العقلي والذهني دون نظيره الحسي الانفعالي والوجداني .

فيمتلك رصيذا معقولا من الخبرات في التلقي ولما لا / النقد الفني تمكنه من فهم المادة الفيلمية /الصورة وتقييمها , وتمكنه من وسائل النقد والتحليل و التفسير المرتبطة بها .

تفاديا لمنزلق اصدار احكام ليست جمالية في شيء والسقوط في فخ الخلط بين (القيمة الاستيطيقية للموضوع المتلقى) اي قيمه الذاتية الابداعية , وبين القيمة التي تخلع عليه من منطلق منهجي او نظري او براغماتي , فتتعدم بذلك الاستجابة الجمالية الحرة .

**ومجمل القول :** ان تحليل الخطاب المرئي لصور العمل الفني / الفيلم تتطلب معرفة دقيقة بسميولوجيا وتحليل الخطاب , وبمتفرج / متلقي , يملك الزاد لمواصلة تفكيك الصورة وفق مؤهلات علمية وجمالية لقراءة الابعاد المتعددة للصورة في شموليتها كما الحال في العمل الفني الذي بين ايدينا , وبالتالي امتلاك القدرة الصائبة على الحكم الصائب .

## Bibliographie

1/ G.Mounin. (1970). pour une semiologie de l image. p. 14.

2/ G.MOUNIN. (1974). *POUR UNE SEMIOLOGIE DE L IMAGE.*

3/ J.Mitry. (1963). *Esthetique et psychologie du cinema .*

قمري/ 4 .(2001) ,جريدة الفنون ,العدد الثاني , ص.6

ابن رشيق /21.5ص. العمدة.



## مختارات بحثية للقراء

مسؤولية الطبيب الصيدلي في صنع وصرف الدواء من الناحية التشريعية بالمغرب:

دراسة نظرية

The responsibility of the pharmacist in manufacturing and dispensing medicine from the legislative perspective in Morocco: a theoretical study

د. قنيسي عبد النور: دكتور في القانون الخاص

#### الملخص:

مسؤولية الطبيب الصيدلي في صنع وصرف الدواء بالمغرب قد تكون ناتجة عن النقص في الدراسات و التجارب السابقة لتسويق المنتج أو عن عدم التأكد من مطابقة المنتج المصنع لما هو وارد في الملف التقني للدواء أو في دستور الأدوية، أو بسبب قصور في تقديم المنتج.

فبالرجوع إلى التشريعات المتعلقة بالأدوية والصيدلة، نجد المشرع المغربي، رفض على الصيدلي المنتج مراقبة المستحضرات الصيدلانية، ولا تقتصر هذه الرقابة على المستحضر في صورته النهائية، و لكن تشمل الرقابة على المواد الأولية المكونة لهذا المستحضر حيث أوجب إخضاع صناعة كل دواء لقواعد حسن إنجاز الصنع و التوزيع المحدد من طرف الإدارة بعد استطلاع رأي المجلس المهني لهيئة الصيدلة .

كما أخضع كل حصة من الأدوية تم إنتاجها قبله تسويقها من طرف المؤسسة الصيدلانية المنتجة لتحاليل المطابقة قصد التأكد من جودة الحصة المذكورة و إثبات صلاحيتها للاستهلاك .

ولكن، رغم كل ذلك، فيجب تفعيل هذه الرقابة خصوصا إذا علمنا أن المواد المستعملة في صناعة الأدوية بالمغرب تستورد كلها تقريبا من بلدان أجنبية حيث لا تتعدى صناعة الأدوية بالمغرب مهام جلب ملف الدواء المراد إنتاجه من الخارج، و استيفاء المساطر القانونية، ثم المرور بعد ذلك إلى عجن المواد الأولية المستوردة من الخارج وهي المواد المحددة في الملف التقني للمنتج، و إفراغها في قوالب صيدلانية ثم تسويقها.

#### Abstract:

The responsibility of the pharmacist in the manufacture and delivery of medicine in Morocco may be caused by a lack of studies and experience prior to the marketing of the product, a lack of assurance that the product produced is in conformity with the technical file of the drug or the pharmaceutical constitution, or a lack of delivery of the product..

With reference to the legislation on medicines and pharmacy, the Moroccan legislator has refused to control pharmaceutical products. This control is not limited to the last

product, but includes the control of the raw materials that make up this product. In addition, each share of the drugs produced before it was marketed by the pharmaceutical manufacturer was subjected to matching analyses in order to verify the quality of the quota and prove its viability for consumption. However, this control must be enforced, especially if we know that the materials used in the manufacture of medicines in Morocco are almost all imported from foreign countries. The Moroccan pharmaceutical industry does not exceed the task of collecting the medicine file to be produced from abroad, meeting the legal lines, and then passing into the dough of raw materials imported from abroad, which are specified in the product's technical file, emptying them into pharmaceutical templates and marketing them.

Keywordsالكلمات المفتاحية :

pharmacist الصيدلي :

pharmaceutical preparations المستحضرات الصيدلانية :

#### المقدمة :

تحتل الأدوية المستعملة في الطب البشري أهمية خاصة مما دفع المشرع المغربي إلى إفراد قواعد وقائية خاصة بها لضمان سلامتها من العيوب التي قد تلحق بمستهلكيها إضرار بصحتهم و أمنهم. وتوزعت هذه القواعد بين إجرائية تقضي بأنه يجب أن يكون الدواء مسجلا حتى يمكن أن يكون محل وصف من قبل الطبيب بناء على طلب من المؤسسات المعنية بإنتاجه و تسويقه المرخص لها بالإنتاج و التوزيع وقواعد مؤسساتية تقضي باختصاص هيئات عمومية بإعمال تفتيش الصيدليات ومراقبة نوعية المنتجات الصيدلانية.

وعلى الرغم من وجود هذه القواعد فإن هذه الأدوية مازالت تلحق بمستهلكيها إضرارا قد تصل إلى منزلة الجسامة مما يستدعي اللجوء إلى القواعد الإجرائية وقد قام المشرع المغربي في معالجته للقواعد الوقائية لضمان سلامة المنتج على التمييز بين القواعد المطبقة على جميع المنتجات وبين تلك المطبقة على منتجات بشكل فردي .

ويأتي هذا التمييز نتيجة تمتع بعض المنتجات بأهمية خاصة وفي هذا الإطار نجد الأهمية التي تحتلها المنتجات الطبية أو الصيدلانية بوجه عام والأدوية بشكل خاص مما دفع المشرع المغربي إلى أن يفرد لها قواعد خاصة تستمد هذه الأخيرة أهميتها من استعمالها الواسع كما و نوعا مما يترتب عليها ازدياد المخاطر و من تم الأضرار الناتجة عنها في حالة تضمنها عيب في السلامة.

من كل ما تقدم يمكن طرح التساؤل التالي:

ماهي شروط عرض الدواء في السوق؟

ثم كيف تقوم مسؤولية الصيدلي في صنع و صرف الدواء ؟

للإجابة على التساولين نقترح التصميم التالي:

في المبحث الأول :عرض الدواء للتداول في السوق .

وفي المبحث الثاني :مسؤولية الطبيب الصيدلي عن صنع و صرف الدواء.

**المبحث الاول: عرض الدواء للتداول في السوق المغربي.**

سنتطرق لشروط الترخيص بعرض الدواء (المطلب الأول) ثم قانون تسويق الأدوية في السوق (الفقرة الثانية).

**المطلب الاول: شروط الترخيص بعرض الدواء .**

سنتناول في هذا المطلب جودة المنتج (الفقرة الأولى) ثم الترخيص بعرض الدواء (الفقرة الثانية).

**الفقرة الاولى : جودة المنتج .**

تهدف القواعد العامة للاستهلاك،الى حماية المستهلك بالدرجة الأولى وتوفير هذه الحماية خاصة لصحته وسلامته.ومن حقوق المستهلك المهددة والتي يجب الدفاع عنها وتجديدها:"الحق في السلامة أي الحق في الحماية عند بيع مواد خطيرة على الصحة والحياة".

يقع على المحترف الإلتزام بضمان سلامة المنتج وعدم إضراره بصحة و حياة المستهلك، فلم يفتر المشرع من التدخل لفرض إجراءات وقائية، إذ أخضع للمراقبة المواد التي تشكل خطرا على الصحة العامة بموجب القانون 04-17 بمثابة مدونة الادوية والصيدلة المادة 08 منه:" لا يمكن أن يسلم الإذن بالعرض في السوق إلا إذا خضع الدواء مسبقا لتجربة خاصة ترمي إلى:

1. بيان فعالية الدواء ؛

2. ضمان عدم ضرره حين استعماله في ظروف عادية ؛

3. توضيح منفعته العلاجية ؛

4. تحديد التكافؤ الحيوي عندما يتعلق الأمر بدواء جنيس.

إضافة إلى ذلك ، يتعين على الصانع أو المستورد أن يثبت أنه:

عمل على إجراء التحليل النوعي والكمي للدواء ؛

يتوفر فعلا على طريقة الصنع وإجراءات المراقبة التي من شأنها أن تضمن جودة المنتج أثناء الإنتاج الصناعي."

ويلاحظ، أن الحق في السلامة الذي يقره القانون ليس له إلا وجهة إعتدالية، بحيث يتعلق الأمر بحماية صحة المستهلك، باعتبار أن الأدوية لا تندرج ضمن السلع التي تنظم إجراءات الحماية بشأنها. على العكس، لا بد أن يخضع الدواء لقواعد تتسم بمظهر أكثر حيوية، إذ لا يتوقف الأمر عند حالة المريض فحسب، بل العمل أكثر على ترقيتها وتحسينها. لذلك لا بد أن يؤخذ مفهوم الإنتاج بمدلوله الواسع، لتندرج الأدوية ضمن السلع التي ينظم القانون إجراءات الحماية بشأنها، بهدف تحقيق أقصى درجات الحماية للمريض.

#### الفقرة الثانية: الترخيص بعرض الدواء .

لقد تعددت القواعد التي تتكفل بحماية المستهلك . وأمام وفرة هذه الاخيرة وتنوعها ، أدى الأمر برجال القانون إلى إجراء تصنيف لها وذلك حسب نوع المنتجات . إلا أنه ليست لهذه التنظيمات مجالات تطبيق متشابهة بالنسبة للمنتجات الخطيرة طبقا للقواعد العامة .

لقد أوجب المشرع المغربي على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه ، من أي عيب يجعله غير صالح للإستعمال المخصص له. وقد تدخل في هذا الشأن بموجب القانون رقم 04-17 المادة السابعة منه : " يجب أن يكون كل دواء مصنع أو مستورد أو مصدر ولو في شكل عينات ، موضوع إذن مسلم من طرف الإدارة ، قبل تسويقه أو توزيعه سواء بالمجان أو بمقابل ، بالجملة أو بالتفصيل ، وذلك وفق الأشكال الآتي ذكرها:

إما في شكل إذن بالعرض في السوق يضمن رقمه في التوضيب الثانوي لكل دواء موجه للتسويق ؛ وإما في شكل إذن خاص في ما يتعلق بالعينات المقدمة لغرض تسجيل المنتجات والتجارب السريرية أو في ما يتعلق بالأدوية الموصوفة وغير المسجلة في المغرب أو في ما يتعلق باستعمال مؤقت لبعض الأدوية المخصصة لعلاج أمراض خطيرة أو نادرة عند عدم وجود علاج خاص بها في المغرب".

ولكي يضمن المشرع حق الانسان في سلامة جسمه فقد منع بيع الادوية المغشوشة وأورد هذا الحكم في المادة 9 من مدونة الادوية والصيدلة التي جاء فيها:

"يمكن أن يتوقف منح الإذن بالعرض في السوق لدواء مستورد على إجراء زيارة لموقع الصنع من قبل مفتشي الصيدلة".

ويكون الهدف من هذه الزيارة التأكد من أن الدواء المراد استيراده تم تصنيعه وفقا لقواعد حسن إنجاز الصنع تعادل القواعد الجاري بها العمل في المغرب".

ومن هذه المادة كذلك نستنتج ان المشرع المغربي قد منح سلطة خاصة لمفتشي الصيدلة بالقيام في أي وقت، وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتج للإستهلاك بتحريات مراقبة المطابقة ، قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة المستهلك وأمنه أو التي تمس مصالحه المادية .

الملاحظ أن هذه الإجراءات هي إجراءات تناسبية بالنظر الى سيمتها أو الأخطار التي تنتج عنها، والتي يكون الهدف منها تفادي أو وقف الخطر في الظروف العادية للإستعمال .وإذا ثبت خطر المنتج الذي تم عرضه للإستهلاك ،تقوم السلطة الإدارية المتخصصة بسحبه فوراً ،مع إعلام المستهلكين بكافة الوسائل الممكنة .وفي حالة ما إذا كان المنتج المعروض أو الذي تم تحليله يحتوي على خطر وشيك يهدد صحة وأمن المستهلك ،فإن السلطة الإدارية المختصة تأمر بموجب قرار بسحب المنتج من مسار عرضه للإستهلاك ،ويتمثل السحب المؤقت في منع حائز المنتج من التصرف فيه .

#### المطلب الثاني: قانون تسويق الأدوية في السوق .

سنتناول في الفقرة الأولى الرقابة على تسويق الأدوية (الفقرة الأولى) ثم الفقرة الثانية (طرق البيع) .

**الفقرة الأولى: الرقابة على تسويق الأدوية.**

1-الرقابة القبلية: تستوجب الرقابة السابقة القيام بالإختبارات الفنية والعلمية ،قصد حماية المستهلك من الأخطار التي قد يتعرض لها من وراء تناوله للدواء ،إلا أنه تتطلب نفقات وإجراءات طويلة ،الشيء الذي يجعل العملية صعبة المنال في الواقع العملي ،فضلاً أنه قد تظهر هذه المراقبة غير مجدية ، إذا لم تكن مقترنة بمراقبة بعدية خاصة بإستجابة المنتج للجودة و المواصفات القانونية و التنظيمية التي تهمة وتميزه عند عرضه للإستهلاك .

وإذا نظرنا الى قانون الصحة العامة، نجد أن المشرع المغربي أكد على أنه يجب وضع قائمة للمستحضرات الصيدلانية التي يمكن تسويقها .مما يستتبع ذلك أنه : "لا يجوز تصريف أي مستحضر إذا لم يرخص مسبقاً بعرضه في السوق بموجب رخصة صادرة عن الوزير المكلف .

وبافتراض خضوع هذه المستحضرات لنظام الرقابة السابقة ،فلا يعدو أن يكون ذلك مقراً لغرض استيفاء حماية الصحة إلا بإجراء رقابة لاحقة.

2-الرقابة اللاحقة: إضافة الى الرقابة الذاتية التي يمارسها المنتج كمؤسسة لإنتاج الأدوية أثناء صنع الدواء ،كما جاء في المادة 50من مدونة الادوية والصيدلة : " يجب حفظ الأدوية ونقلها بكيفية تصون جودتها وتجنبها التلثف.

يجب على الصيدلي أن يقوم بصفة منتظمة بجرد الأدوية المخزونة لديه بغرض التأكد من تاريخ صلاحيتها .كما يجب عليه سحب الأدوية التي انتهى تاريخ صلاحيتها من الرفوف وعزلها في المكان المخصص للحجز الصحي بالصيدلية بعيدا عن الأدوية الصالحة للاستهلاك وذلك بهدف إرجاعها إلى المؤسسة الصيدلية المعنية بقصد إتلافها.

لا يجوز بيع الأدوية غير الصالحة للبيع والأدوية التي انتهى تاريخ صلاحيتها أو صرفها ، وتصبح غير صالحة للاستهلاك ويتعين إرجاعها قصد إتلافها إلى المؤسسة الصيدلية التي صنعتها ، إما مباشرة أو عن طريق المؤسسة الصيدلية الموزعة بالجملة التي قامت بتوزيعها. يجب إتلاف الأدوية غير الصالحة للاستهلاك وفق التشريع والتنظيم الجاري بهما العمل وشروط تكفل عدم الإضرار بالصحة العامة والبيئة.

يجب أن يحرر في شأن لائحة الأدوية التي تم إتلافها وكذا عمليات الإتلاف محضر يضمن في سجل خاص يمسكه الصيدلي المسؤول عن المؤسسة الصيدلية أو صيدلي الصيدلية أو الصيدلي مسير مخزون الأدوية بالمصحة."

#### الفقرة الثانية: طرق البيع .

نحن نعلم أن المشرع في ظل القواعد العامة قد منع بعض طرق البيع ،حتى يحتفظ المشتري بحريته في إختيار المنتج ،والعلة ذاتها يمكن العمل بها بالنسبة للمستحضرات الصيدلانية ،سواء ماتعلق بالتغليف أولا ،أو بالإشهار ثانيا .

أولا:التغليف.

يهدف التغليف التعرف على المنتج وإعلام المستهلك بالبيانات الضرورية على المنتج ،كأوصافه والمواد الداخلة في تركيبه وطريقة إستعماله أو صيانتته.

لذا يتوجب توفير جميع الوثائق اللازمة .أي على الأقل مستندات دنيا لكل مهتم بالمنتج ،كالمنتجات الصيدلانية من طبيب وصيدلاني ومريض ،بحيث نجد في مدونة الأدوية والصيدلة تم حضر بيع أدوية خفية تقدم على أساس أنها أدوية لكن لا تحمل في تكليفها الإسم ومقدار كل مستحضر داخل في تركيبها وإسم وعنوان الصيدلي الذي حضرها .

أما البيانات الأخرى، فهي تمكن غير المحترفين من إستعمال المستحضرات في ظروف ملائمة وبدون خطر. ويجب أن تكون البيانات كافية ومكتوبة بلغة يسهل فهمها وبخاصة تركيبة الدواء وطريقة الإستعمال. لكن ماهو المقصود بالظروف العادية للإستعمال ؟ هل يقصد بها تلك الظروف المقررة من قبل المنتج؟ ألا يمكن القول في هذه الحالة بأنه تفسير ضيق . لأنه لا يتوقف على فهم المستهلك بل على نية المحترفين (المختصين). لذلك يجب البحث على البيانات والألفاظ التي يمكن للشخص المعتاد فهمها وإستيعاب معانيها والأخذ بعين الإعتبار ردود فعله . فيجب إزالة كل إلتباس وتقديم البيانات اللازمة عن الدواء بشكل مفهوم .

ثانيا :الإشهار .

وهنا يجب التفرقة بين الإشهار الذي يكون موضوعه الدفع بالمضروور الى الإستهلاك والإعلان الذي يمكنه من الشراء عن دراية. لكن الأمر يختلف بالنسبة للأدوية ،فهذه الأخيرة منتجات خطيرة وبالتالي فإن الترويج لها و زيادة إستهلاكها يؤثر ولا شك على صحة الجمهور ،فيخشى أن يكون الإشهار الموجه بطريقة جيدة الى الحث على الإفراط في الإستهلاك .فالإشهار الضال أو الخاطيء قد يكون مصدر نصب ،مماثل للممارسة الممنوعة للطب والصيدلة .

وكما جاء في المواد من 38 الى 47 من مدونة الأدوية والصيدلة:

يراد بإشهار الأدوية كل أشكال الإعلام بما فيها السعي لجلب الزبناء أو البحث عنهم أو التحفيز الذي يهدف إلى الحث على وصف الأدوية المذكورة أو تسليمها أو بيعها أو استهلاكها.

غير أنه لا يدخل في حكم الإشهار:

الإعلام الذي يقوم به صيادلة الصيدليات والصيدالة مسيرو مخزونات الأدوية بالمصحات في إطار مزاوله مهامهم ؛

المراسلة المرفقة ، عند الاقتضاء ، بكل وثيقة غير إشهارية ضرورية للإجابة على سؤال محدد يتعلق بدواء معين ؛

المعلومات العلمية الدقيقة والوثائق المرجعية المتعلقة على الخصوص بتغيير التوضيب والتحذيرات المرتبطة بالتأثيرات غير المرغوب فيها في إطار الاحتراز الدوائي وكذا قوائم البيع ولوائح الأسعار وذلك إذا لم تتم الإشارة فيها إلى أية معلومة حول الدواء ؛

المعلومات المتعلقة بالصحة أو بأمراض بشرية أو حيوانية على ألا تتم الإشارة فيها إلى دواء معين ولو بصفة غير مباشرة..

يجب ألا يكون الإشهار خادعا وألا يمس بحماية صحة الأشخاص، ويجب على الإشهار أن يقدم الدواء أو المنتج بطريقة موضوعية وأن يسهل حسن استعماله. كما يجب أن يكون مطابقا لملف الإذن بالعرض في السوق. لا تكون موضوع إشهار إلا الأدوية المستفيدة من الإذن بالعرض في السوق. لا يقبل إشهار دواء ما لدى العموم إذا كان خاضعا لوصفة طبية أو قابلا لإرجاع المصاريف من طرف أنظمة التأمين عن المرض أو يتضمن الإذن بعرضه في السوق قيودا تتعلق بالإشهار لدى العموم بسبب خطر قد يلحق بالصحة العمومية. غير أنه يمكن القيام بحملات إشهارية لدى العموم فيما يتعلق باللقاحات والأدوية المتعلقة بتنظيم النسل أو بمحاربة التدخين. يرفق إشهار دواء لدى العموم وجوبا برسالة تحذير وإحالة إلى استشارة الصيدلي متبوعة بعبارة "راجع الطبيب عند استمرار الأعراض". يتوقف كل إشهار لدى العموم على الحصول على تأشيرة تسلم لهذا الغرض. تمنح تأشيرة الإشهار لمدة سنة قابلة للتجديد في حدود مدة صلاحية الإذن بالعرض في السوق وتسلم تحت رقم ترتيبى يتعلق بطريقة أو طرائق محددة للنشر. ويجب أن يشار في كل إشهار يتم بثه للعموم إلى الرقم الذي سلمت بموجبه التأشيرة. لا ينتج عن تأشيرة الإشهار أية ضمانات من طرف الإدارة فيما يتعلق بخصائص المنتج وتأثيراته العلاجية. وتحدد بنص تنظيمي شروط منح تأشيرة الإشهار أو إيقافها أو سحبها. يجب أن يتم كل إشهار تحت مسؤولية الصيدلي المسؤول عن المؤسسة الصيدلية الصناعية المرخص لها والحاصلة على الإذن بالعرض في السوق. يجب أن يكون كل إشهار لدواء ما لدى مهنيي الصحة المؤهلين لوصف الأدوية أو صرفها أو استعمالها في ممارسة مهنتهم موضوع إيداع لدى الإدارة المختصة قبل نشره بـ 15 يوما وتحدد هذه الإدارة كفايات الإيداع. ويجب أن تكون جميع المعلومات المتضمنة في الإشهار المذكور صحيحة ومحينة ويمكن التحقق منها وشاملة بحيث يستطيع الشخص الموجهة إليه تكوين فكرة عن القيمة العلاجية للدواء.

ولا يمكن أن يتضمن الإشهار أي عرض بمكافآت أو أشياء أو منتجات أو مزايا مادية يتم منحها بطريقة مباشرة ، كيفما كانت طبيعتها ، ما لم تكن غير ذات قيمة. يجب أن يكون كل إشهار لفائدة المؤسسات الصيدلانية الصناعية المرخص لها موضوع تصريح مسبق لدى الإدارة وفق الكيفيات المحددة بنص تنظيمي.

### المبحث الثاني:مسؤولية الصيدلي عن صنع وصرف الدواء.

و حيث أن الأطباء و الصيادلة كغيرهم مسؤولون بالمقتضيات القانونية التي لا توحى بأي تمييز أو استثناء لهؤلاء من قاعدة المسؤولية عن الخطأ أو الأخطاء التي يرتكبونها أثناء القيام بوظيفتهم أو بسببها".

و الأخطاء الصيدلانية قد تكون ناتجة عن تصور أو صنع الأدوية، أو خلال صرفها للمرضى من قبل الصيدلي الممارس.

### المطلب الاول: مسؤولية الصيدلي عن خطئه في صنع الدواء

سنتناول في هذا المطلب مرحلة تحضير الدواء في المصنع والمسؤوليات المترتبة عنه (الفقرة الأولى) ثم موقف مدونة الأدوية والصيدلة من الأدوية الراجعة في السوق.

### الفقرة الأولى: مرحلة تحضير الدواء في المصنع و المسؤوليات المترتبة عنه

الدواء - حسب المادة الأولى من ظهير 14-17- هو كل مادة أو مركب يقدم على أن له خاصيات علاجية أو وقائية إزاء الأمراض البشرية أو الحيوانية. و كذا كل منتج يمكن وصفه للإنسان أو الحيوان بهدف إجراء تشخيص طبي، أو استرداد الوظائف العضوية أو تقويمها أو تغييرها.<sup>317</sup>

و يمر إنتاج الأدوية وفقا للأصول العلمية لصناعة الأدوية بثلاث مراحل و هي:

مرحلة الدراسة العملية ثم مرحلة التجريب على الحيوان، فمرحلة التجريد على الإنسان، و لعل ذلك يسجل ثم يسمح بطرحه في السوق.<sup>318</sup>

وقد حددت المادة 53 من م.أ.ص الشروط اللازم توفرها قبل عرض الأدوية في السوق و هي:

317« On entend par médicament toute substance ou composition présentée comme possédant des propriétés curatives ou préventives à l'égard des maladies humaines ou animal ainsi que toute substance ou composition pouvant être utilisée chez l'homme ou chez l'animal en vue d'établir un diagnostic médical ou de restaurer, = corriger ou modifier leurs fonctions physiologiques, en exerçant une action pharmacologique, immunologique ou métabolique ».

Antoine LECA: «Droit pharmaceutique, dispositifs médicaux», Revue général de droit médical, n°23, 2007, p : 215

318أسامة عبد الله قايد: " المسؤولية الجنائية للصيدلة، دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1996.

1- التحقق من عدم ضرر المنتج، في حالة استعماله في ظروف عادية، و أن المنتج خضع لتحليل نوعي و كمي.

تقديم طريقة الصنع و إجراءات المراقبة التي من شأنها ضمان جودة المنتج المراد تسجيله في مرحلة الإنتاج الصناعي.

و تعد مرحلة تحضير الدواء في المعمل من أخطر مراحل إعداد الدواء، فأى خطأ في التصنيع نتيجة عدم مراعاة الأصول العلمية المقررة في علم الأدوية، أو عدم إجراء البحوث و التجارب الكافية يؤدي إلى كوارث فادحة ولا أدل على ذلك من حوادث غبرة بومول Poudre Boumol و التي خلفت 73 وفاة سنة 1952، و حوادث الستالينون Stalinon و التي ترتب عنها وفاة 100 شخص.<sup>319</sup>

ومسؤولية الصيدلي الصانع قد تكون ناتجة عن النقص في الدراسات و التجارب السابقة لتسويق المنتج أو عن عدم التأكد من مطابقة المنتج المصنع لما هو وارد في الملف التقني للدواء أو في دستور الأدوية، أو بسبب قصور في تقديم المنتج.

فبالرجوع إلى التشريعات المتعلقة بالأدوية و الصيديلة، نجد المشرع المغربي، رفض على الصيدلي المنتج مراقبة المستحضرات الصيدلانية، و لا تقتصر هذه الرقابة على المستحضر في صورته النهائية، و لكن تشمل الرقابة على المواد الأولية المكونة لهذا المستحضر حيث أوجب إخضاع صناعة كل دواء لقواعد حسن إنجاز الصنع و التوزيع المحدد من طرف الإدارة بعد استطلاع رأي المجلس المهني لهيئة الصيدلة (المادة العاشرة م.أ.ص).

كما أخضع كل حصة من الأدوية تم إنتاجها قبله تسويقها من طرف المؤسسة الصيدلية المنتجة لتحاليل المطابقة قصد التأكد من جودة الحصة المذكورة و إثبات صلاحيتها للاستهلاك (المادة 20 م.أ.ص).

ولكن، رغم كل ذلك، فيجب تفعيل هذه الرقابة خصوصا إذا علمنا أن المواد المستعملة في صناعة الأدوية بالمغرب تستورد كلها تقريبا من بلدان أجنبية حيث لا تتعدى صناعة الأدوية بالمغرب مهام جلب ملف الدواء المراد إنتاجه من الخارج، و استيفاء المساطر القانونية، ثم المرور بعد ذلك إلى

319 بناصر الحاجي: " الدور الاجتماعي للصيدلي الممارس (أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، كلية الحقوق عين الشق، الدار البيضاء، الموسم الدراسي لسنة 1999 ، ص1

عجن المواد الأولية المستوردة من الخارج و هي المواد المحددة في الملف التقني للمنتج، و إفراغها في قوالب صيدلانية ثم تسويقها.<sup>320</sup>

و هذا ينتج عنه، أنه في حالة سحب منتج ثبت ضرره في بلد المنشأ التأخر في تسويقه بالمغرب و الأمثلة على ذلك كثيرة ذكر منها: أدوية أركابرين Irgapyrine و التي تصنع من مادة أساسية تسمى الأميدوبرين و تستعمل كمسكن للأوجاع، حيث تبين بعد مدة من الاستعمال بأن المواد الفعالة (الأميدوبرين) تتسبب في التهابات جسمية و تنتهي بالموت في الكثير من الحالات. وبعد سحبه من البلد الأم (أمريكا) ظل يسوق في العديد من الدول النامية و منها المغرب، إلى أن تداركت المختبرات المغربية الأمر، و سحبت الأميدوبرين بصورة تدريجية و عوضتها بمواد بديلة خلال الثمانينات.<sup>321</sup>

أدوية " الأنتروفيو فرورم " و "المكسافورم " و المكونة من مادة " الكلبيكنول " التي تستخدم لعلاج حالات الإسهال، و الذي تم سحبها بعد أن ظهر أن لها آثار جانبية خطيرة تسببت في وفاة ألف شخص و إصابة 30 ألف بعاهات في اليابان نتيجة تناوله لمدة طويلة و قد أوضحت الشركة المسؤولة أن هذه المادة سيتم سحبها من الأسواق العالمية، و منها المغرب ما بين ثلاثة و خمسة أعوام، أي بعد أن يتم استهلاك جميع الكميات المصنوعة حتى و لو أدى ذلك إلى إصابة الملايين من البشر بالشلل أو بعاهات دائمة.<sup>322</sup>

و في هذا الشأن، قضت المحاكم الفرنسية بإلزام الصيدلي بفحص المواد الأولية التي يتكون منها الدواء، فقد جاء في حيثيات حكم محكمة بوردو Bordeaux في قضية La poudre Baumol السالفة الذكر « أنه من الواضح أن الصانع لم يقيم برقابة دقيقة لكل مواد الإنتاج، و لو كان قد قام بذلك لأمكنه اكتشاف سمية البودرة، و أمكن تجنب الحوادث التي نتجت عن استعمال هذا المستحضر.<sup>323</sup>

كما أن مسؤولية الصانع قد تكون ناتجة عن عدم التأكد من مطابقة المنتج المصنع لما هو وارد في الملف التقني للدواء أو في دستور الأدوية،<sup>324</sup> حيث أن هذا الأخير ملزم بتفحص منتوجه و

320 بناصر الحاجي : م.س، ص: 81.

321 الحاجي بناصر: م.س، ص: 32176

322 الحاجي بناصر: م.س، ص: 77

323 Tribunal de grande instance, Bordeaux, 4/12/1959, Bulletin de l'ordre des pharmacies, n°252 février 1982, p : 186.

324 جاء في المادة الخامسة من مدونة الأدوية والصيدلة:

" يراد بدستور الأدوية الفارماكوبيا» المصنف الذي يتضمن على الخصوص ما يلي: قائمة العقاقير و الأدوية البسيطة والمرتبطة و المنتجات الصيدلانية غير الدوائية.

لائحة أسماء الأدوية المتعارف عليها دوليا.

مطابقته للمعادلة la formle الواردة في المراجع العلمية. كما يلتزم بتتبع المتنوع للتأكد من استقراره على الحالة la stabilité du médicament حتى إذا ظهرت عيه عدم المطابقة أو عدم الثبات وجب إجراء التعديلات والتتقيقات الضرورية، وفي هذا الشأن قضت محكمة باريس<sup>325</sup> بمسؤولية الصيدلي المنتج عن الإهمال الجسيم نتيجة إخلاله بواجب المطابقة بين المستحضر والتركيبية المعلن عنها، مما ترتب عنه حدوث أضرار جسيمة، كما قضت في حكم آخر بأن قانون الصحة العامة يفرض على الصيدلي الصانع ضمان المطابقة المطلقة للمستحضرات الصيدلانية التي تطرح في السوق للتداول وفقا للترخيص الذي حصل عيه، كما أنه يضمن عدم حدوث ضرر في الظروف العادية لاستخدامها.<sup>326</sup>

### الفقرة الثانية : موقف مدونة الأدوية والصيدلة من الأدوية الراجعة في السوق

لقد كرست مدونة الأدوية والصيدلة مجموعة من المقتضيات، حيث تطلبت في المادة السابعة شرط الإذن المسبق لكل دواء يروج في السوق المغربية، سواء صنع محليا أو كان مستوردا أو مصدرا، وذلك من أجل مراقبة فعالة للدواء، كما نصت المادة الثامنة على عدم تسليم الإذن بالعرض في السوق إلا بعد خضوع الدواء لتجربة مسبقة، ترمي إلى بيان فعالية الدواء، و ضمان عدم ضرره حين استعماله في ظروف عادية وتوضيح منفعة العلاجية.

بل الأكثر من ذلك، تطلبت الفقرة الرابعة من المادة السابقة، عندما ين يتعلق الأمر بالأدوية الجينية،<sup>327</sup> أن يثبت الصانع أو المستورد أنه: عمل على إجراء التحليل النوعي و الكمي للدواء. يتوفر فعلا على طريقة الصنع و إجراء المراقبة التي من شأنها أن تضمن جودة المنتج أثناء الإنتاج الصناعي.

جدوال المقادير القسوى و الاعتيادية للأدوية بالنسبة للبالغين و الأطفال، و كذا المقادير المعفاة المعلومات التي يمكن أن تفيد الصيدلي في مزاولة الأعمال الصيدلانية...".  
و هناك نوه بموقف المشرع المغربي الذي تجاوز القصور الذي شاب ظهير 1960/02/19 بالنص على: " دستور الأدوية الجاري به العمل " بدل " دستور الأدوية الفرنسي "، ذلك أن المغرب يستورد الأدوية ليس فقط من فرنسا بل من كل البلدان المصدرة للمستحضرات الصيدلانية، كما حث على إيجاد دستور للأدوية مغربي و أوكل مسألة تنظيمه لصندوق نص تنظيمي.  
325 حكم محكمة باريس الابتدائية بتاريخ 1958/06/03، مذكور عند عبد الله قايد، المسؤولية الجنائية للصيدلة، دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1996، ص 79.  
326 محكمة استئناف باريس بتاريخ 1983/12/15، عبد الله قايد، المرجع السابق، ص 79.  
وانظر كذلك حكم لنفس المحكمة في قضية " الستالينون " بتاريخ 31 مارس 1956 و الذي ورد في حيثياته " الكريات التي تحتوي المنتج لم تخضع بعد الصنع إلا لدعامة عن طريق وزن و همي بميزان مختبري أقل عيار فيه هو عشر الغرام دون أن يكلف نفسه بالبحث عن ميزان أكثر دقة"، و بالتالي مؤاخذته على " الإهمالات الجسيمة و المتراكمة مذكور عند بانصر الحاجي م.س، ص: 82.  
327 المستحضرات الجينية (Spécialité générique) و تسمى كذلك لأنها بالمقارنة إلى آخر يعتبر مرجعية، إذ لها نفس التركيبية النوعية و الكمية من المواد الفاعلة و الموجودة في المستحضر المرجعي، و كذلك نفس الشكل الصيدلي و الذي ثبت تكافؤه الحيوي مع هذا الأخير، بحسب الدراسات الملائمة في مجال التوافر الحيوي.

وهذه الضوابط تعد إحدى الضمانات الأساسية لجودة الأدوية المصنعة محليا، وتتيح كذلك إمكانية التصدير إلى الخارج، وهذا ما لم يكن منصوصا عليه من قبل في ظهير 19 فبراير 1960.<sup>328</sup>

وإلى جانب ذلك فقد تكون مسؤولية الصيدلي ناتجة عن قصور في تقديم المنتج إذ يجب عليه أن يقوم بتتوير إرادة المستهلك و تبصيره بآثارها النافعة و الضارة و ذلك بكتابة كل الإيضاحات في ورقة البيانات، حول الجوانب العلاجية للدواء، و نواهي الاستعمال، و ذلك بصفة مفصلة و مطابقة للحقيقة، فقد ذهب القضاء الفرنسي إلى القول بأن الإعلان عن الأدوية يجب أن يطابق الحقيقة، و يجب عدم الخلط بين التتوير و المديح فيما يتعلق بالأدوية.

وهذا ما نصت عليه المادة (21) من المدونة حيث عرفت الدواء السري بأنه كل دواء بسيط أو مركب تتم حيازته بغرض البيع أو يعرض للبيع أو يباع دون أن يتضمن عنصر من عناصر توضيحه أحد البيانات التالية:

1- اسم و عنوان الصيدلي.

2- اسم و مقدار كل مادة فاعلة بتضمنها المنتج المعروض للبيع.

كما لا يعتبر المنتج دواء سريرا، و إن كانت تركيبته شهر معرفة كفاية عندما يكون اسم و نوعية المواد الأولية المستعملة في صنعه أو تحضيره، و كذا الطرق المنتجة لهذا الغرض دقيقة إلى درجة يمكن من جراء تطبيقها الحصول على دواء مشابه للدواء المعني و لا يجوز أن يعوض رقم التسجيل الموجود بسجل الوصفات، ضرورة الإشارة إلى الاسم و المقدار، ما عدا فيما يخص المحضرات الوصفية، إذ يمكن الاقتصار على رقم التسجيل دون الإشارة إلى اسم و مقدار المواد الفاعلة.<sup>329</sup>

وفي هذا انشأن، ورد في حكم محكمة السين بتاريخ 25 يونيو 1955 " بأنه و لو سلمنا بأن سبب بعض الحوادث يرجع إلى عدم مراعاة كيفية الاستعمال فإننا ملزمون بملاحظة أن التحذير الموجه للعموم عن هذه النقطة غير كاف لإحداث فكرة خطر جاد"، و تضيف المحكمة " و نظرا لكون بيع الكسيلومسين كان حرا، دون استلزام وصفة طبية، و أن ذكر كلمة (Important) التي تصدر

328 للمزيد من الاحتراز، نصت المادة (9) من المدونة على إمكانية توقف الإذن بالعرض في السوق لدواء مستورد على إجراء زيارة لموقع 328 الصنع من قبل مفتشي الصيدلة، و هذا ما لم يطرق له ظهير 1960، و يكون الهدف من هذه الزيارة التأكد من أن الدواء المراد استيراده تم تصنيعه وفقا لقواعد حسن الجاز الصنع تعادل القواعد الجاري بها العمل في المغرب  
329 للمزيد من التفصيل، انظر: محمد الأعظف غوتي: مدونة الأدوية و الصيدلة، مقارنة قانونية نظرية و تطبيقية، مطبعة البيضاوي، الطبعة 329 الأولى 2007، ص: 96 و ما بعدها.

كيفية الاستعمال لن تصبغ على هذه الأخيرة - كيفية الاستعمال - سوى مجرد نصح "conseil" يترتب على نسيانه مجرد نقصان الفعالية أو اضطرابات ضئيلة...<sup>330</sup>

هذا بالنسبة للصيدلي الصانع، فماذا عن مسؤولية الصيدلي البائع؟

**المطلب الثاني مسؤولية الصيدلي عن خطئه في صرف الأدوية**

سنتناول في هذا المطلب ماهية صرف الأدوية (الفقرة الأولى) ثم (الفقرة الثانية) الدور الشكلي و الموضوعي للوصفة الطبية و علاقتها بالصيدلي

**الفقرة الأولى: ماهية صرف الأدوية**

إن الأدوية، باعتبارها مادة حيوية لعلاج الأمراض، لها آثار على الجوانب الجسمانية و النفسية للمريض، نتيجة تداخل المواد الفاعلة للأدوية فيما بينها، أو فيما بينها و الأطعمة، فهي من المنتجات الخطيرة المعدة للاستهلاك، خصوصا أن مستعملها يكون في حالة تقلص معها القدرات الدفاعية لجسده، و تزداد هذه الخطورة كلما فرط الصيدلي الصانع في تقديم الدواء، و هنا تهدف الحاجة إلى الصيدلي البائع باعتباره آخر حلقة من السلسلة التطبيقية و ذلك بإلقاء التزام إيجابي على عاتقه،<sup>331</sup> يتمثل في ضرورة تنوير إرادة المريض و إعلامه و تحذيره، على أساس أن الصيدلي يفرض نفسه كمتعمل لعمل الطبيب، أو كوسيط أساسي بين المريض و المنتج الأصلي، و ذلك تحت إمكانية المساءلة الجنائية خصوصا في حالة إهماله لواجب الرقابة في تنفيذ الوصفة الطبية، أو في حالة صرف أدوية غير صالحة للاستعمال ينتج عنها جرح أو قتل غير عمديين.

و يراد بصرف الأدوية حسب المادة 29 من ظهير 04-17، " العمل الصيدلي الذي يكمن في:

- تسليم دواء أو منتج صيدلي غير دوائي مع تحليل الوصفة الطبية أو الطلبية المتعلقة بهما.

- وضع المعلومات الضرورية رهن إشارة العموم حول حسن استعمال الأدوية و المواد الصيدلانية و كذا الأعمال المرتبطة بالنصائح الوقائية و التربية الصحية.

- النصح باستعمال دواء لا يكون تسليمه مقيدا بحكم القانون بضرورة الإدلاء بوصفة طبية ".

يلاحظ من هذه المادة أن الصيدلي، باعتباره شريكا أساسيا في العلاج، ملزم بتبصير المريض بالطريقة المثلى لاستعمال الدواء، خصوصا أن المريض يضع ثقته التامة في الدواء معتقدا أنه سيضع حدا لآلامه، أو على الأقل سيخففها، و لهذا عد المريض مستهلك تحت الوصاية، أو كما

330أورده بناصر الحاجي: م.س، ص: 86-87.

331 وهذا الالتزام مصدره القانون المدني الفرنسي ومفاده:

Qu'il y a obligation d'informer celui qui ne peut pas s'informer.

يرى « Y. Chaput » أن الدواء منتج ذو تقنية عالية، موضوع بين أيدي منعدمة التجربة (أي المريض).<sup>332</sup>

### الفقرة الثانية: الدور الشكلي و الموضوعي للوصفة الطبية و علاقتها بالصيدلي

فصرف الأدوية ليس مقصودا في حد ذاته، بهدف إعطاء امتياز لممتنهن الصيدلة، و إنما بتعويض الدور التقليدي - أي صنع وتحضير الأدوية- بدور جديد يتلاءم مع المتطلبات الجديدة لفعالية الأدوية و خصوصيتهم و هو دور الناصح و المرشد للمريض بدءا من مرحلة ما قبل التعاقد إلى مرحلة صرف الأدوية و إرفاقها بالبيانات المطلوبة للحصول على علاج ملائم و مأمون من الخطر،<sup>333</sup> و هذا الدور لن يتأتى إلا بتفحص الجانب الشكلي و الموضوعي للوصفة الطبية.

فبالنسبة للجانب الشكلي يلتزم الصيدلي بالتبين و التحقق من المعلومات التي يجب أن تحتويها الوصفة، درءا للمخاطر التي قد تتجم عن تنفيذ وصفة غير دقيقة أو مزورة، و قد عدت المادة 34 من مدونة الأدوية و الصيدلة للشروط الشكلية المتطلبة في الوصفة، فيجب أن تكون صادرة عن طبيب أو جراح أسنان أو قابلة أو بييطري،<sup>334</sup> كما يشترط أن تحمل تاريخ تحريرها. و كذا التوقيع بيد خط محررها و ختمه و اسمه و صفته مكتوبة بكاملها و عنوانه.

و عندما يتعلق الأمر بطفل يقل عمره عن 12 سنة، اسمه و سنه بل الأكثر من ذلك يجب أن تحرر بشكل واضح.<sup>335</sup>

و هكذا يجب على الصيدلي أن يتأكد من كافة البيانات السابقة، و إذا خلص إلى وجود نقص في هذه البيانات، أن يستعلم بكافة الطرق، كمهاتفة الطبيب محرر الوصفة أو الامتاع عن تنفيذ الوصفة باعتبارها غير صالحة للتنفيذ شكلا، و هذا ما ذهب إليه القضاء الفرنسي فقد قضت محكمة النقض بانتفاء خطأ الصيدلي عن تنفيذ الوصفة المقدمة إليه، معللة قرارها بعدم استيفاء الوصفة الطبية للشروط و الشكليات التي ينص عليها القانون.<sup>336</sup>

و في حكم آخر قضت محكمة **la seine** بأن على الصيدلي " أن يتحرى من العميل عن اسم الطبيب و عنوانه، فإذا كان الطبيب غير معروف له، فيجب أن يتحقق بمساعدة دليل الهاتف أو

332 بناصر الحاجي: م.س، ص: 220.

333 بناصر الحاجي: م.س، ص: 333

334 و لا يكفي أن تكون الوصفة صادرة عن طبيب بل يجب أن تكون في مجال اختصاصه فلا يمكن للطبيب البييطري أن يصف أدوية تتعلق 334 بالإنسان

335 و تضاف إلى ذلك بيانات أخرى في حالة صرف المواد السامة سنتطرق إليها في وقتها.  
336 حكم محكمة النقض بتاريخ 1978/07/10، مذكور عند بناصر الحاجي، م.س، ص: 152

أية وسيلة أخرى، من صحة البيانات المدلى بها، فإن لم يفعل اعتبر مخلا بالضمانات الأساسية التي يضعها المشرع بهدف حماية الصحة العامة.<sup>337</sup>

وفي هذا الإطار يرى أحد المهنيين،<sup>338</sup> بضرورة كتابة الوصفة بالحاسوب أو عن طريق الشبكة المعلوماتية مباشرة من عيادة الطبيب إلى حاسوب الصيدليات مما يحول دون وقوع الأخطاء في صرف الأدوية للمرضى.

أما بالنسبة للجانب الموضوعي، فيجب على الصيدلي، بعد التأكد من الجانب الشكلي للوصفة، أن يراجعها في جانبها الجوهري ليتأكد من مطابقة الدواء الموصوف للقواعد الفنية لتدارك أخطاء الأطباء وسهولهم، فوصف الدواء يتطلب من الممارس معارف دقيقة و يقظة خاصة، فإذا كان الطبيب حر في وصف الدواء الذي يريده فالصيدلي حر في مراقبة مدى صحة الوصفة، و ذلك تحت تحمل المسؤولية الجنائية لأن الأمر يتعلق بصحة الأفراد، حيث أن الصيدلي و بدون اعتباره شرطيا لا يمكن اعتباره تاجرا عاديا مثل البقال،<sup>339</sup> فالقراءة المتأنية للوصفة تفرض نفسها في هذا الإطار.

وهكذا، أدانت المحاكم الجنائية عدة صيدلانيين عن أخطائهم الناتجة عن عدم الانتباه والتبصر في تنفيذ الوصفة الطبية، من ذلك إدانة صيدلي عن القتل غير العمد لكونه قدم دواء **l'aspégic** جرعة 1000 mg بدل أوامر الطبيب الذي وصف **l'aspégic** جرعة 100 mg لطفل لا يتجاوز 3 سنوات أدت إلى وفاته.<sup>340</sup>

وفي قضية أخرى، تتلخص وقائعها فيما يلي: لاحظ طبيب بمناسبة زيارة شهرية لمركز الولادة، أن الوليد ذو الخمسة أسابيع يتميز بوزن غير عادي، فوصف له دواء « **Indusil** » و لكن بدل أن

يكتب **Inducid (Anti-inflammatoire)** كتب **Indusil (Un anabolisant)**

337 محكمة استئناف la seine بتاريخ 1995/11/15، نفس المرجع السابق.  
338 محمد الأغظف غوتي: " مدونة الأدوية و الصيدلة، مقارنة قانونية نظرية و تطبيقية "، مطبعة البيضاوي، الطبعة الأولى 2007. ص 1 و ما 338 بعدها

339 Héléne CONCHON : « la responsabilité pénale du pharmacien d'officine », Bell. Ordre des pharmaciens, n°364, Octobre 1994, p : 456.

340 Tribunal de grande instance de Saint-Malo, 18 septembre 1981, jurisprudence citée par Fedwa FATHI : «La profession pharmaceutique au Maroc, spécificités et responsabilités >>, D.E.S.S., Université Med V, Rabat, 2004-005, p : 101.

مشيرا إلى كيفية استعماله بإعطاء كبسولة في الرضاعة في الصباح والمساء، و دون أن ينتبه الصيدلي، نفذ الوصفة حرفيا، وفي اليوم الموالي لإعطاء الجرعات للمرضى ظهرت على كل أنحاء جسمه طبقات حمراء وتقياً مواد خضراء، أدت إلى وفاته بعد أيام سبقتها محاولات فاشلة لإنقاذه.<sup>341</sup>

فأدلت محكمة استئناف **Blois** الصيدلي، لعدم يقظته في تنفيذ الوصفة إذ كان عليه أن يتبين النقص والخطأ وهو يقرأ كيفية الاستعمال - كبسولة في الرضاعة- معللة حكمها بأنه يتوجب في تقدير المسؤولية الجنائية للصيدلي الحامل للدبلوم الأخذ بعين الاعتبار ليس فقط المعارف التقنية و الفنية، ولكن كذلك اليقظة المتطلبة للحفاظ على صحة العموم.<sup>342</sup>

وفي حكم آخر، أدانت محكمة **POLICE DE VILLFRANCHE-SUR-SAONE** بتاريخ 22 ماي 1980 صيدلانية لعدم مراقبة محتويات الدواء و طريقة استعماله و ذلك بالرجوع إلى " الفرماكوبيا، والتأكد من مقادير المادة الفاعلة للقويبات (**Suppositoires**) والتي لا تلائم الأطفال مما نتج عنه عجز دائم.<sup>343</sup>

ولالإشارة، فهناك سؤال يطرح نفسه بحددة وهو إذا ما كان يحق للصيدلي يناقش في محتوى الوصفة أم يلتزم بالصرف الحرفي لها؟ و هل يجوز له من جهة أخرى أن يناقش في مدى ملائمة العلاج أو على الأقل مراقبة مدى توفيق الأدوية الموصوفة و تظاferها للحصول على العلاج الفعال والمأمون؟

إن الإجابة على هذا السؤال بالصعوبة بما كان، أمام سكوت النص، و لكن يمكن القول أن الصيدلي مطالب بمطابقة الدواء المبيع مع ما هو موصوف من طرف الطبيب، وذلك لأن الصيدلي وهو يغير في الوصفة لو يستبدل دواء بآخر، يتحمل مسؤولية جسيمة، إذ أن الوصفة تعتبر المرجع الحقوقي الذي يمكن الاحتكام إليه في حالة وقوع حوادث، و أن التشطيب فيها أو الكناية بين الأسطر أو تكملة الحروف من شأنه أن يحل الطبيب من المسؤولية، و يحمل الصيدلي جرم ممارسة مهنة الطب بصفة غير قانونية.

341 FOUASSIER (E) : FOUASSIER (E) : << La responsabilité juridique du pharmacien Edition Masson, 2000, p : 84.

342 Tribunal de BLOI cité par Fedwa FATHI : op.cit, p : 102.

Tribunal de police de villfranche-sur-saône, 22 Mai 1980, Bull. ordre pharm, n°235, Octobre 1980, p: 1116.343

ولعل الأنسب في حالة اكتشاف الصيدلي لأخطاء في الوصفة هو إرجاعها إلى محررها أو الاتصال به هاتفياً، أما إذا كان التجاوز مقصوداً من الطبيب كحالة التجاوز في الجرعات المنصوص عليها في دستور الأدوية، فيجب على الطبيب أن يكتب المقدار بالحروف مسبقاً بعبارة التحذير " أقول و أؤكد " كما ينص على ذلك الفصل 35 من مدونة الأدوية والصيدلة.

و قد أكد هذا التوجه القضاء المغربي، و في هذا الصدد قضت المحكمة الابتدائية بميدلت براءة الطبيب و إدانة مساعدي الصيدلي بجريمة إعطاء دواء خاص بالكبار لطفل صغير تسبب له في مرض خطير، نتيجة استبدال المساعد للدواء المكتوب في الوصفة الطبية بدواء آخر.<sup>344</sup> و تجدر الإشارة إلى أن الصيدلي ملزم بصرف أدوية صالحة للاستعمال، فكما هو معلوم فالدواء يتأثر بعامل الحرارة و الرطوبة، فتزداد سميته أو نقصان فعاليته، لذلك فالصيدلي الممارس يتحمل مسؤوليته عن الأضرار الناجمة عن الحفظ الرديء للأدوية الموصى بضرورة حفظها في ظروف خاصة و ذلك داخل الأجال التي يحددها الصيدلي الصانع.<sup>345</sup>

#### خاتمة

و إذا كان تدخل المشرع بوضع مدونة الأدوية و الصيدلة يشكل ثورة في ميدان السياسة الدوائية في بلادنا، إذ سمت بأوضاع القطاع الصيدلاني إلى مشارف هذا القرن، حيث عززت موقع الصيدلاني و استوعبت التطورات السريعة و المتسارعة التي شهدتها هذا القطاع وطنياً و دولياً، فقد وسعت مجال التعريف القانوني للدواء بإضافة جميع المنتجات الصيدلانية غير الدوائية مثل ألبان الرضع، كما عملت على توفير ضمانات الجودة إنتاجاً و توزيعاً و صرفاً، بالإضافة إلى أنها منحت الصيدلي دوراً محورياً في كافة مناحي التدخل الصيدلاني إعمالاً لمبدأ " حيثما وجد الدواء فتم الصيدلي " إلا أنها لم تنظم مسؤولية الصيدلي الجنائية رغم أهميتها في ضبط ممارسة المهنة و نظراً لطبيعتها التقنية و المتشعبة.

#### لائحة المراجع

□ 4+ أسامة عبد الله قايد: " المسؤولية الجنائية للطبيب عن إنشاء سر المهنة-

دراسة مقارنة " دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1987.

344ملف جنحي عدد 1244 بتاريخ 1987/12/17 حكم عدد 87/933 أورده محمد أوغريس: م.س، ص: 70  
345لمزيد من التعمق، انظر بناصر الحاجي: م.س، ص: 192 و ما بعدها

- بناصر الحاجي: " الدور الاجتماعي للصيدلي الممارس"، أطروحة لنيل دكتوراه الدولة في القانون الخاص، كلية الحقوق عين الشق، الدار البيضاء، الموسم الدراسي لسنة 1999.
- محمد الأغظف غوتي: " مدونة الأدوية و الصيدلة، مقارنة قانونية نظرية و تطبيقية، مطبعة البيضاوي، الطبعة الأولى، 2007.
- محمد أوغريس: " مسؤولية الطبيب في التشريع الجنائي"، سلسلة الدراسات القانونية، دار القرويين بالدار البيضاء، الطبعة الثانية.
- أسامة عبد الله قايد: " المسؤولية الجنائية للصيدلة، دراسة مقارنة " دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1996.

#### Ouvrages :

- Thèses et Mémoires
- FOUASSIER (E) : «La responsabilité juridique du pharmacien » Edition Masson, 2000
- Fedwa F ATHI : « La profession pharmaceutique au Maroc, Spécificités et responsabilités », D.E.S.S., Université Med V, Rabat, 2004-2005.

#### Reuves :

- Antoine LECA : « Droit pharmaceutique, dispositifs médicaux », Revue général de droit médical, n°23, 2007
- Hélène CONCHON : « La responsabilité pénale du pharmacien d'officine », Bulletin de l'ordre des pharmaciens, n°364, Octobre 1994
- Bulletin de l'ordre des pharmaciens, n°252 février 1982.

Antoine LECA: «Droit pharmaceutique, dispositifs médicaux», Revue général de droit médical, n°23, 2007 .

FOUASSIER (E) : FOUASSIER (E) : «< La responsabilité juridique du pharmacien Edition Masson, 2000.

Hélène CONCHON : « la responsabilité pénale du pharmacien d'officine », Bell. Ordre des pharmaciens, n°364, Octobre 1994

Tribunal de grande instance de Saint-Malo, 18 septembre 1981, jurisprudence citée par Fedwa FATHI : «La profession pharmaceutique au Maroc, spécificités et responsabilités >>, D.E.S.S., Université Med V, Rabat, 2004-2005.

Tribunal de BLOI cité par Fedwa FATHI : op.cit

## الطاقات المتجددة بالمغرب، الرهانات البيئية والتنمية

### Renewable energies in Morocco, environmental and development challenges

أ. رشيد مفتاحي، د. عيسى البوزيدي، مختبر البحث: "التراب، البيئة والتنمية"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة بن طفيل، القنيطرة

#### ملخص:

أدى تزايد الاهتمام العالمي بقضايا البيئة والتنمية المستدامة، بفعل المشاكل البيئية ذات التأثير العالمي، مثل ظاهرة الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية وثقب الأوزون، خصوصا بعد صدور تقرير "لجنة بروندتلاند" سنة 1972 ومؤتمرات ريو دي جانيرو وجوهانسبورغ... التي انبثق عنها توصيات واتفاقات تدعو دول العالم إلى الالتزام بالحد من الانبعاثات الغازية وضرورة الحفاظ على البيئة، إلى تبني سياسات تنموية تعمل على ضمان حقوق الأجيال القادمة... ما دفع مختلف دول العالم إلى تبني سياسات التحول الطاقوي باستعمال الطاقات المتجددة، التي أثبتت فعاليتها في إنتاج الطاقة مع الحفاظ على البيئة، وبالتالي ضمان استمرارية التنمية، بحكم وفرتها وسهولة الحصول عليها وديمومتها- في شتى مناطق العالم.

أصبح لزاما على المغرب، بحكم نشاطه والتزاماته الدولية المرتبطة بهذه القضايا، تحيين تشريعاته بتضمينها مختلف البنود الملزمة في هذه الاتفاقيات، وتبني استراتيجية تنموية جديدة. عمل سنة 2009 على تنزيل الاستراتيجية الوطنية الطاقية، كأساس للحد من الانبعاثات الغازية، واستجابة لحاجياته الملحة من الطاقة، وتأمين جزء منها ضمن المزيج الطاقوي. أتبعها بتبني استراتيجية النجاعة الطاقية، ثم في سنة 2017، تم تنزيل استراتيجية وطنية للتنمية المستدامة.

ترتكز هذه الاستراتيجية على وضع أسس وتوجهات تتضمن برامج، تطمح تحقيق نسبة 42 % من الطاقات المتجددة في أفق 2020، ثم 52 % في 2030. مع مواكبتها بنهج استراتيجية وطنية للتنمية المستدامة تؤسس لمرحلة جديدة للحد من التأثير البيئي، عبر العمل على تطوير وتنويع الباقة الطاقية إلى تطوير الطاقات المتجددة والنجاعة الطاقية وكذا تقوية الاندماج الجهوي...

الكلمات المفتاح : الطاقات المتجددة، البيئة، التنمية المستدامة، الانتقال الطاقوي، المغرب.

#### Abstract:

The increase in global interest in issues of the environment and sustainable development, due to environmental problems with a global impact, such as global warming, climate change, and the ozone hole, especially after the issuance of the "Brundtland Commission" report in 1972 and the Rio de Janeiro and Johannesburg

conferences... from which recommendations and agreements emerged calling on countries The world has committed to reducing gas emissions and the necessity of preserving the environment, to adopting development policies that work to guarantee the rights of future generations...which has prompted various countries of the world to think about effective solutions that work to adopt energy transformation policies using renewable energies, which have proven effective in Producing energy while preserving the environment, thus ensuring the continuity of development, by virtue of its availability, ease of access, and sustainability in various regions of the world.

It has become an obligation for Morocco, by virtue of its international activity and commitments related to these issues, which prompted it to update its legislation by including various binding provisions in these agreements, and to adopt a new development strategy. Therefore, since 2009, he has worked to download the national energy strategy, as a basis for reducing gas emissions, in addition to responding to his urgent energy needs, especially with the rise in the energy bill and securing a portion of it within the energy mix. It was followed by adopting an energy efficiency strategy, and then in 2017, a national strategy for sustainable development was launched.

This strategy is based on establishing foundations and directions that include programs that aspire to achieve 42% of renewable energies by 2020, then 52% by 2030. It is accompanied by a national strategic approach for sustainable development that establishes a new phase to reduce environmental impact. By working to develop and diversify the energy package to develop renewable energies and energy efficiency, as well as strengthening regional integration...

**Key words:** renewable energies, environment, sustainable development, energy transition, Morocco.

### مقدمة عامة :

تلعب الطاقة دورا حيويا في شتى مناحي الحياة فهي المحرك الأساس لمختلف دورات الإنتاج، وأصبحت جل دول العالم تعتمد عليها لتحفيز اقتصادها وتنمية قدراتها البشرية والصناعية، في القرن الماضي ظهرت دول اعتمدت صناعتها على الطاقة بشكل فعال، وهو ما دفعها إلى الحرص على تأمين حاجاتها لمدد طويلة من مواردها الطاقية، بل وأصبحت القوى العالمية تتنافس لتأمين مصادر التمويل لدى الدول المنتجة والمصدرة، وكان من بين أسباب الحرب العالمية الثانية بالخصوص.

يعتبر مؤتمر ستوكهولم 1972 من أهم المؤتمرات التي حركت مشاعر الشعوب لدفع حكوماتها لتبني مطالب بيئية مستعجلة، تستوجب استيعاب الحلول البيئية ضمن ترسانتها التشريعية، وضمان التزام الدول الصناعية بالخصوص لتبني الحلول الناجعة، حيث ثبت أن الطاقة الأحفورية مهددة بالنضوب خلال العقود القليلة المقبلة، أنها لا تسمح بوجود تنمية مستدامة بسبب الانبعاثات

الضارة على البيئة، فضلا عن عدم استدامتها. شكل ذلك حافزا للبحث عن مصادر أخرى للطاقة غير ملوثة متجددة كالشمس والرياح وطاقتي المد والجزر، وذلك لأجل تحقيق تنمية مستدامة تشمل جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والسياسية. وفرت اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ منذ دخولها حيز التنفيذ في عام 1994 الأساس للمفاوضات الدولية بشأن المناخ، بما في ذلك الاتفاقيات التاريخية مثل بروتوكول كيوتو (1997) واتفاق باريس (2015)..

في العقدين الأخيرين أظهرت التجارب إمكانية تبني مصادر طاقة أخرى بديلة ومتجددة، متوفرة ويمكن الحصول عليها من عمليات طبيعية تتجدد باستمرار وغير ملوثة، فهي متنوعة ومختلفة المصدر، وتظهر بأشكال مختلفة : ميكانيكية، حرارية، ضوئية، كيميائية إلخ... وأن العالم ملزم بضرورة مواكبة هذا المستجد لتفادي أخطار التلوث البيئي.

انعقد مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية (UNCED) في يونيو 1992 بربو دي جانيرو بالبرازيل، بمناسبة الذكرى العشرين لمؤتمر ستوكهولم لعام 1972، والمعروف كذلك باسم "قمة الأرض"، تبنت "قمة الأرض" مفهوم التنمية المستدامة والذي كان هدفاً يمكن تحقيقه لجميع شعوب العالم، كما أقرت بأن دمج الشواغل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتحقيق التوازن بينها في تلبية احتياجاتنا أمر حيوي لاستدامة الحياة البشرية على هذا الكوكب، وأن مثل هذا النهج المتكامل ممكن تحقيقه.

أقر المؤتمر كذلك، بأن دمج الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتحقيق التوازن بينها، يتطلب تصورات جديدة عن طريقة إنتاجنا واستهلاكنا، وطريقة عيشنا وعملنا، وطريقة اتخاذنا للقرارات. كان هذا المفهوم ثورياً في وقته، وأثار نقاشاً حيوياً داخل الحكومات وبين الحكومات ومواطنيها حول كيفية ضمان استدامة التنمية.

تكمن المشكلة التي أثارت بداخلنا البحث في مجال الطاقة المتجددة بالمغرب ورهاناتها البيئية وفي مجال التنمية المستدامة، في ارتفاع الاستهلاك الطاقوي بالمغرب في ظل اعتماده على مصادر أحفورية يتم استيرادها من الخارج، تستنزف موارده المالية، الأمر الذي دفعه إلى البحث عن مصادر متجددة للطاقة كالشمس والرياح متوفرة ومتاحة بالخصوص، لتلبية لاحتياجاته الطاقوية ولأجل تحقيق تنمية مستدامة تشمل جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. فإن الدراسة تتجه إلى الوقوف على رهانات وآفاق استخدام الطاقة المتجددة لتحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة بالمغرب.

تكمن أهمية الموضوع في أن استراتيجية الطاقات المتجددة آلية فعالة وناجعة، لتحقيق الكفاءة الطاقوية من خلال طرح ووضع سياسة تنموية نموذجية، تفتح آفاقاً جديدة لحل مشكل شح الموارد

الطاقة بالمغرب، تشكل البديل الأمثل لمحاربة آفة التلوث، الذي يشكل عائقا حقيقيا أمام التنمية المستدامة بالمغرب، يساهم في الإخلال بتوازن النظام البيئي ككل. بالتالي، فهي تمثل فرصة حقيقية لإحداث التحول الشامل نحو اقتصاد متجدد (أخضر)، تطبق فيه النمذجة الاقتصادية والتحليل القطاعي. يظهر بوضوح أن الاستثمارات في مشاريع الطاقات المتجددة يمكن أن تدفع عجلة النمو الاقتصادي، أن تؤدي في المستقبل إلى الازدهار، وتوفير فرص العمل والحد من الفقر مع تفادي المشاكل البيئية.

تكمّن أهمية الدراسة في زيادة الطلب على الطاقة المتجددة بالمغرب لتحقيق أهداف التنمية المستدامة مع الحد من استخدام الطاقة الأحفورية، فضلا عن إبراز رهاناتها وأهميتها في تحقيق التنمية المستدامة دون الإضرار بالبيئة، وتحفيز الاستثمارات في مجال الطاقة المتجددة، لكون المغرب منخرط بالتزامات دولية في أفق صفرية الكربون بحلول سنة 2050، وكذا المساهمة بإثراء البحث العلمي في هذا المجال.

تقوم الدراسة على فرضية أساسية هي أن الطاقة المتجددة لها دور كبير في تحقيق التنمية المستدامة وكسب رهان البيئة، تتبثق عنها عدة فرضيات فرعية هي:

1. توجد علاقة وثيقة بين الطاقة المتجددة والتنمية المستدامة.
2. تتوافر مصادر الطاقة المتجددة بالمغرب، مما يمكنها من خوض تجربة التحول نحو الطاقة المتجددة.
3. تساهم الطاقات المتجددة في خفض التكاليف البيئية، في خلق فرص دائمة للعمل والقضاء على الفقر وتحقيق العوائد الاقتصادية على المدى المتوسط والطويل.
4. الطاقة المتجددة أثبتت فعاليتها في كسب الرهان البيئي والتنمية المستدامة بالمغرب.

#### المحاور الأساسية للدراسة :

أولا : إمكانات المغرب في مجال الطاقات المتجددة لدعم إنتاج الطاقة الكهربائية

ثانيا : رهانات وطموحات المغرب في مجال الطاقات المتجددة

ثالثا : تداعيات تبني الطاقات المتجددة على البيئة والتنمية المستدامة بالمغرب



شكل رقم 1 : موقع مجال الدراسة  
موقع المغرب (بتصرف)

## أولا : إمكانات المغرب في مجال الطاقات المتجددة لدعم إنتاج الطاقة الكهربائية

شكل تنويع المصادر الطاقية وكذا التخفيف من التبعية الخارجية، مع الاستفادة من الموارد الوطنية من الطاقات المتجددة والمحافظة على البيئة، أهم الرهانات التي يسعى المغرب لكسبها، إذ يطمح إلى تأمين إمداداته الطاقية، والسيطرة على التكاليف المستقبلية لخدماتها، وذلك بالنظر إلى اضطراب أسواق الطاقة والاتجاه التصاعدي في أثمان المنتجات النفطية، فضلا عن التزاماته بالحفاظ على البيئة من خلال تقليل انبعاث الغازات الدفيئة، وهذا ما دفعه إلى تبني مجموعة من البرامج التي تهتم الطاقات المتجددة، من قبيل المخطط المغربي للطاقة الشمسية ومشاريع الطاقات الريحية والكهرومائية، والاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة.

اعتمد المغرب استراتيجية وطنية متكاملة، تهدف إلى تعزيز الاستدامة البيئية وتحقيق الأمن الطاقى وتنمية اقتصادية مستدامة. فيما يلي بعض محدداتها الرئيسية :

- الاستراتيجية الوطنية للطاقة المتجددة: عمل المغرب على تنزيل استراتيجية وطنية واضحة، تهدف إلى زيادة حصة الطاقات المتجددة في مزيج الطاقة الوطني، تستهدف تحقيق نسبة محددة من الطاقة المتجددة في الإنتاج الكلي للطاقة بحلول عام معين؛
  - الاستراتيجية الوطنية للنجاعة الطاقية؛
  - الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة؛
  - التشريعات والسياسات الداعمة: توجد قوانين وسياسات في المغرب تشجع على استخدام الطاقات المتجددة، مثل الحوافز المالية والرسوم البيئية والتشريعات الضريبية المحفزة؛
  - الاستثمارات الحكومية والخاصة: تستثمر الدولة المغربية بشكل كبير في مشاريع الطاقات المتجددة، وتشجع القطاع الخاص على المشاركة في هذا المجال من خلال الحوافز المالية والتسهيلات؛
  - التعاون الدولي: يستفيد المغرب من التعاون مع الشركاء الدوليين، سواء من خلال التمويل أو نقل التكنولوجيا أو الدعم الفني، لتطوير مشاريع الطاقات المتجددة؛
  - الاستدامة البيئية والاجتماعية: تحرص مشاريع الطاقات المتجددة في المغرب على تحقيق الاستدامة البيئية والاجتماعية، بمراعاة التأثيرات البيئية والتأثيرات الاجتماعية الإيجابية.
- من خلال هذه المحددات، يتم تشجيع وتعزيز مشاريع الطاقات المتجددة في المغرب بهدف تحقيق التنمية المستدامة والحد من اعتماد البلاد على الوقود الأحفوري.

## 1- محاور استراتيجية التنمية المستدامة بالمغرب

اعتمد المغرب مفهوم التنمية المستدامة في استراتيجيته التنموية، لكونها تعزز التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وذلك بهدف تحسين نوعية إطار عيش المواطنين، وتعزيز التدبير المستدام للموارد الطبيعية وتشجيع الأنشطة الاقتصادية التي تحترم البيئة.

وضع المغرب الأسس اللازمة لتحقيق التنمية المستدامة من خلال عدة إصلاحات، همت المجالات التشريعية والمؤسسية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، تماشيا مع التزاماته الدولية في إطار قمم الأرض المنعقدة في ريو دي جانيرو (1992) وجوهانسبورغ (2002) والاتفاقيات الدولية ذات الصلة.

تعزز هذا المسار من خلال اعتماد الميثاق الوطني للبيئة والتنمية المستدامة في 2014، تنفيذًا للتوجيهات الملكية السامية لجلالة الملك محمد السادس، بمناسبة عيد العرش بتاريخ 30 يوليوز 2009.

### 1- تفعيل الميثاق الوطني للبيئة والتنمية المستدامة

تم تفعيل الميثاق الوطني للبيئة والتنمية المستدامة من خلال انطلاق مسلسل إعداد :

- القانون الإطار بشأن الميثاق الوطني للبيئة والتنمية المستدامة<sup>346</sup>؛
- الاستراتيجية الوطنية للطاقات المتجددة؛
- الاستراتيجية الوطنية لحماية البيئة؛
- الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة؛
- الاستراتيجية الوطنية للنجاعة الطاقية.

جسدت الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة التزام المملكة لتحقيق الاستدامة.

### 2- أهم محاور الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة :

تتلخص أهداف هذه الاستراتيجية، في تسريع الانتقال التدريجي للمغرب نحو الاقتصاد الأخضر الشامل، منجزا تم في إطار تشاوري مع كل الجهات المعنية من قطاعات وزارية، وقطاع خاص، ومجتمع مدني، وإعداد 21 مخطط عمل قطاعي للتنمية المستدامة، تحدد مساهمة القطاعات الوزارية المعنية في تنزيل هذه الاستراتيجية، مع مخطط عمل أفقي خاص بالأداء المثالي للدولة، في إطار تنزيل مفهوم الإدارة النموذجية، بإعمال مبادئ التنمية المستدامة. مع تحديد الإجراءات الأولوية، التي سيتم تفعيلها على مستوى كل قطاع، والغايات المراد تحقيقها في أفق 2021، وكذا المؤشرات التي يجب اعتمادها لتتبعها على أرض الواقع، وذلك من أجل تقييم التقدم المحرز في هذا الإطار، خلال مختلف المحطات المقبلة.<sup>347</sup>

<sup>346</sup> القانون الإطار رقم 12-99، بمثابة ميثاق وطني للبيئة والتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية عدد 6240، بتاريخ 20 مارس 2014

<sup>347</sup> <https://www.maroc.ma/ar/content/الاستراتيجية-الوطنية-للتنمية-المستدامة/>

التزم المغرب بتحقيق الاستدامة، بهدف تحقيق اقتصاد أخضر شامل ومندمج بالمغرب في 2030، تعتمد على المحاور الأربعة الأساسية للتنمية المستدامة :

- هدف اجتماعي، يتمثل في ضمان التنمية البشرية والتماسك الاجتماعي؛
- هدف اقتصادي، يتمثل في تعزيز مستدام للتنافسية؛
- هدف بيئي، يتمثل في أخذ الرهانات البيئية بعين الاعتبار بصفة ممنهجة؛
- هدف ثقافي يتمثل في تعزيز ثقافة التنمية المستدامة وتنميين الموروث الثقافي.

في ماي 2021، كلفت اللجنة الوطنية للتنمية المستدامة السلطة الحكومية المكلفة بالبيئة بتقييم الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة، تمثلت أهم نتائج تقييمها في :

- مكنت الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة من خلق إطار عمل دائم يعزز التزام القطاعات برهانات التنمية المستدامة؛
- مكن إطار الحكامة المعتمد من خلق مجال لتبادل سلس للمعلومات بين القطاعات؛
- مكن النظام المعلوماتي من تعزيز نجاعة تتبع تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة؛
- تشمل الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة جزء كبير من أهداف التنمية المستدامة لأجندا 2030؛
- تم تسجيل العديد من الإنجازات من خلال مخططات العمل القطاعية للتنمية المستدامة وميثاق مثالية الإدارة.

## II- مصادر الطاقات المتجددة

تتميز الطاقات المتجددة بتنوع مصادرها وتعتبر الطاقة الشمسية أهمها، لكونها سهلة ومتجددة باستمرار، إضافة إلى وفرتها في شتى بقاع العالم، تليها الطاقة الريحية والطاقة المائية ثم طاقة باطن الأرض والمد والجزر والهيدروجين.... وهناك من يعتبر الطاقة النووية ضمن مصادر الطاقة المتجددة من حيث كونها طاقات متجددة عبر الزمن.

تساهم الطاقات المتجددة بالإضافة إلى مميزاتها الحيوية، في خفض الكلف البيئية وكذا في الحد من ظاهرة الاحتباس الحراري. إضافة لكونها مصدرا مجانيا ودائما للطاقة، تساهم في خلق فرص شغل جديدة وفعالة وتعمل على كسب المال والوقت عند استعمال تكنولوجيات الطاقات المتجددة النظيفة والأمنة بيئيا.<sup>348</sup>

<sup>348</sup> زواوية حلام، "دور اقتصاديات الطاقات المتجددة في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدول المغاربية - دراسة مقارنة بين الجزائر، المغرب وتونس"، رسالة لنيل الماستر، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس - سطيف- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، السنة الجامعية: 2012-2013. ص. 152

## 1- الطاقة الشمسية

خلق الله تعالى الشمس والقمر كآيات دالة على قدرته وعظيم سلطانه، وجعل شعاع الشمس مصدرا للضياء على الأرض<sup>349</sup>، حيث قال تعالى في كتابه العزيز: " هُوَ الَّذِي جَعَلَ الشَّمْسَ ضِيَاءً وَالْقَمَرَ نُورًا وَقَدَرَهُ مَنَازِلَ لِتَعْلَمُوا عَدَدَ السِّنِينَ وَالْحِسَابَ ۗ مَا خَلَقَ اللَّهُ ذَلِكَ إِلَّا بِالْحَقِّ ۗ يُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ (5)".<sup>350</sup> لقد فرق العزيز الحكيم في الآية الكريمة (هُوَ الَّذِي جَعَلَ الشَّمْسَ ضِيَاءً وَالْقَمَرَ نُورًا) بين أشعة الشمس والقمر، فسمى الأولى ضياءً والثانية نورا.

فالشمس تجري في الفضاء الخارجي بحساب دقيق، ومدار الأرض حولها محدد بشكل دقيق، فإله تعالى جعل شعاع الشمس مصدرا للضياء على الأرض وجعل الشعاع المعكوس من سطح القمر نورا، فقدره الله تعالى وحدها جعلت الشمس الحارقة رحمة ودفئا ومصدرا للطاقة.... وهي أيضا مصدر الطاقة المخزونة في النفط والفحم والغاز الطبيعي التي تجمعت على مدى آلاف السنين، كما أنها مصدر للطاقات المتجددة الأخرى كطاقة الرياح والمساقط المائية، والكتلة الحيوية العضوية وأمواج البحار وحرارة البحار وغيرها...<sup>351</sup>

- مصادر الطاقة الشمسية :

يتم الحصول على الطاقة الشمسية من خلال ضوء الشمس. يستعمل الضوء من الشمس لتوليد الطاقة الكهربائية، وتزويد البنايات بالتدفئة والتبريد وتسخين الماء...، واستعملت الطاقة الشمسية منذ آلاف السنين، وبطرق مختلفة أخرى...

تستعمل الطاقة التي تجيء من الشمس تقنيات الطاقة الشمسية، إذ تندمج ذرات الهيدروجين بداخلها مكونة الهيليوم، وتنتج كميات هائلة من الحرارة، تبلغ في مركز الشمس بحدود عشرون مليون درجة مئوية، وعلى سطحها المسمى "فوتوسفير" أكثر من خمسة آلاف درجة مئوية.

## 2- الطاقة الريحية

الرياح هي تيارات هوائية تنتج عن تفاعل الأشعة الشمسية مع مكونات سطح الأرض والغلاف الجوي في ظل تأثير الجاذبية الأرضية. تمثل الطاقة الريحية تحولا للطاقة الشمسية من شكلها الذي تصل به إلى سطح الأرض، أي طاقة إشعاعية إلى طاقة حرارية، أولا عند امتصاص مكونات سطح الأرض لهذه الأشعة، ثم ثانيا إلى شكل آخر يتمثل في طاقة حركية للكتلة الهوائية أي تيارات هوائية.

يترتب عن هذه الاختلافات وهذا التواتر فرق في درجة الحرارة بين المناطق. ينتج عن هذا الفرق في درجة الحرارة بين منطقتين من سطح الأرض فرق في درجة حرارة الطبقات الهوائية المجاورة،

349 محمد فهد بن سلطان، "الطاقة الشمسية - الجزء الأول" مجلة العلوم والتقنية، عدد 34، سبتمبر 1995، ص.4 تصدرها مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، المملكة العربية السعودية.

350 سورة يونس، آية 5

351 محمد فهد بن سلطان، "الطاقة الشمسية - الجزء الأول"، نفس المرجع، ص. 4

وتكون هذا الفرق بين موقعين متجاورين داخل وسط غازي، تنتج عنه تيارات الحمل الحراري. هذه التيارات هي ما يسمى الرياح.<sup>352</sup>

استخدمت طاقة الرياح منذ آلاف السنين في دفع المراكب على سطح الماء، وفي طحن الحبوب والري وفي ضخ المياه إلى جانب بعض التطبيقات الميكانيكية الأخرى. تشير المراجع العلمية والمخطوطات التاريخية إلى أن الفرس هم أول من استخدم طاقة الرياح في إدارة الطواحين لطحن الحبوب وضخ المياه. انتشرت منذ القرن الثاني عشر طواحين الرياح "Wind Mills" في أوروبا، حتى وصل عددها في عام 1750 إلى أكثر من 8000 طاحونة في هولندا وأكثر من 10.000 طاحونة في إنجلترا. كان الغرض الرئيسي لعملها هو ضخ المياه من المناطق المنخفضة إلى مناطق الزراعات العالية، أو إدارة أحجار الطحن "الرحى" لطحن حبوب القمح والذرة وغيرها. تتلخص فكرة إنتاج الطاقة الكهربائية من توربينات الرياح على النحو التالي؛ تعمل الطاقة الحركية للرياح على إدارة الريش المثبتة على التوربينة، وكما نجد أن ريش التوربينة مثبتة على صُرة "Hub" ترتكز على عمود الدوران الرئيسي الموصل بصندوق سرعات "Gearbox" يتولى رفع سرعة الدوران، ثم تنتقل الحركة إلى عمود الدوران السريع "High Speed Shaft" فيقطع بدورانه مجال مغناطيس داخل مولد، مما يؤدي إلى توليد الكهرباء.

### 3- الطاقة الكهرومائية

أعظم نعم الله عز وجل على خلقه الماء، هو ضروري للحياة ولا غنى للإنسان والكائنات الأخرى عنه، قال تعالى: " وجعلنا من الماء كل شيء حي أفلا يؤمنون"(سورة الأنبياء- الآية 30). فالماء مركب كيميائي ناتج عن اتحاد ذرتي هيدروجين وذرة أكسجين، من أهم خواصه أنه عديم اللون والطعم والرائحة، ويتجمد عند درجة حرارة صفر مئوي ويغلي عند 100 درجة مئوية. وهو المركب الوحيد الذي يتواجد في الطبيعة في الحالة الصلبة والسائلة والغازية، يتحول من حالة لأخرى باكتساب أو فقدان كمية من الطاقة الحرارية. يكوّن الماء 71% من مساحة سطح الكرة الأرضية.<sup>353</sup>

تتوزع المياه في شكل محيطات، بحار، بحيرات وأنهار، لذلك قامت العديد من الدول باستغلال الوفرة الهائلة لتلك المصادر لإنتاج الطاقة الكهربائية... فالطاقة المائية هي أي طاقة كهربائية تتولد بواسطة الطاقة التي يحتويها الماء، ويعبر عنها في جميع المصادر والمراجع بالكهرومائية.<sup>354</sup> توجد عدة طرق للاستفادة من موارد المياه لتوليد الطاقة. الأساس هو بناء السدود أو السدود، وهي هياكل كبيرة تهدف إلى تحويل أو الاحتفاظ بالمياه. بهذه الطريقة، على سبيل المثال، يتم إنتاج

352 عبد العزيز بنونة، رشيد بنشريف، إدريس زجلي، منخل إلى الطاقة، معهد الدراسات والأبحاث للتغريب جامعة محمد الخامس السويسي، ص. 111-

13

محمد مصطفى محمد الخياط، مصادرهما، أنواعها، استخداماتها، ص. 56

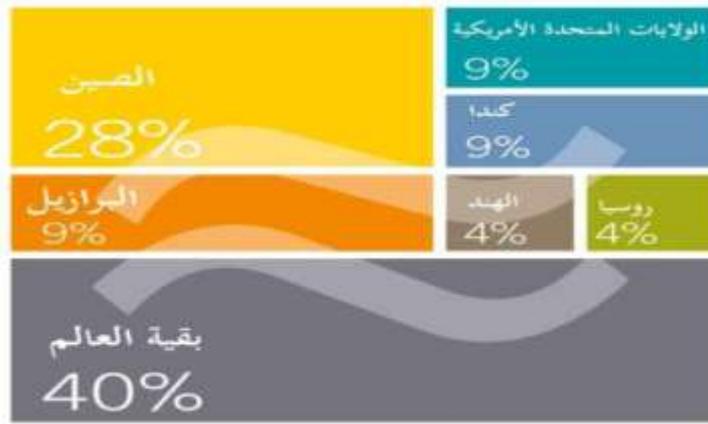
353

354 حمزة جعفر، "اليات تمويل وتنمية مشاريع الطاقة المتجددة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 1، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، 2017-2018، ص. 88

الكهرباء. وذلك من خلال التوربينات الكهربائية، وهي آلات تنتج دورانياً للسوائل التي تمر عبرها، مما يجعل مولداً كهربائياً يعمل.

تأتي الطاقة من المياه من عدة طرق وأساليب مختلفة وفيما يلي نذكر بعضها :

- الطاقة المتولدة من تدفق المياه أو سقوطها في حالة الشلالات (مساقط المياه) كما هو الحال في السدود؛
- الطاقة المتولدة من حركات المد والجزر في المياه؛
- الطاقة المتولدة من "الفوارق الحرارية لطبقات المياه" من الفارق في درجات الحرارة بين الطبقتين العليا والسفلى من المياه التي يمكن أن تصل إلى فرق 10 درجات مئوية.<sup>355</sup>



الشكل رقم 2 : القدرات المائية المضافة في أعلى ستة دول في العالم، بين سنة (2016-2015)<sup>356</sup>.

#### 4- طاقة الهيدروجين

يعد غاز الهيدروجين أحد أهم البدائل، ومن خواصه أنه ليس له لون أو رائحة، ويمثل 75% من كتلة الكون. يوجد الهيدروجين على سطح الأرض متحداً مع عناصر أخرى مثل الأوكسجين والكربون والنيتروجين، وهو ما يعني ضرورة فصله عن هذه العناصر حتى نستطيع استخدامه.<sup>357</sup> يبدأ تاريخ الهيدروجين نفسه مع الصينيين في القرن الرابع عشر، ويتواصل مع اكتشافه وإطلاق اسمه عليه من قبل كافنديش ولافوازييه Cavendish and Lavoisier إلى يومنا هذا.

<sup>355</sup> مجد جرعلي، "أهمية اعتماد الطاقة المتجددة ودورها في المحافظة على صحة الإنسان والبيئة"، موقع دراسات خضراء، 2 نونبر 2011، <http://green-studies.com/2011/11>

<sup>356</sup> Renewable Energy Policy Network for the 21st Century (REN21), RENEWABLES 2017 GLOBAL STATUS REPORT, REN21, PARIS, 2017, P58.

<sup>357</sup> محمد مصطفى محمد الخياط، مرجع سابق، ص 78

كما تشيع أيضا عمليات الأكسدة الجزئية لإنتاج الهيدروجين من الهيدروكربونات الأثقل وزنا، مثل النفط والفحم الحجري، بينما يمكن أن يكون تحويل الكتلة الحيوية إلى غاز أسلوبا مهما أيضا<sup>358</sup>. يستخدم الهيدروجين في الوقت الراهن في تصنيع الأمونيا وفي تكرير البترول بغرض استخلاص الميثانول. يستخدم في وكالة ناسا NASA لأبحاث الفضاء كوقود لسفن الفضاء، وأيضا في خلايا الوقود Fuel Cells للحصول على الحرارة والكهرباء والمياه. سيستخدم الهيدروجين في المستقبل لتسيير العربات كبديل للبنزين والسيارات، وكذلك الطائرات وفي إمداد منازلنا بالطاقة. يحتوي الهيدروجين طاقة عالية، كما أن الآلات التي تقوم بحرقه لا يصدر عنها أي ملوثات<sup>359 360</sup> Pollution Zero.

الهيدروجين هو أول وأخف عنصر كيميائي في الجدول الدوري، بصفته المادة الكيميائية الأكثر وفرة في الكون، يطلق عليه غالبا الحلقة المفقودة لانتقال الطاقة، يرجع ذلك إلى دوره الرئيسي في ربط القطاعات : يمكن للهيدروجين كناقل للطاقة، أن يربط بين القطاعات المستهلكة للطاقة مثل المباني (التدفئة والتبريد) والنقل والصناعة، مع قطاع صناعة الطاقة وتطويرها.<sup>361</sup> تمر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بمرحلة تغيير الطاقة، الذي بدوره يمكن أن يجعل منها لاعبا أساسيا في هذا المجال لكبر مساحة الصحراء فيها. تم إدخال الإلكترونيات والجزئيات الخضراء إلى استراتيجيات عمل العديد من المنظمات مثل أكوا باور ونيوم وسنوم ومازن، للتسريع بعجلة التحول نحو اقتصاد منخفض الكربون في العالم العربي.

بالإضافة إلى المبادرات العالمية التي تركز على تطوير السوق الإقليمي مثل Desert Energy 3.0 Desertec، والتي تم توسيع نطاقها من قبل مجموعة تحالف الهيدروجين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. الهيدروجين الأخضر هو وعد للازدهار والاستقرار والاستدامة في المنطقة من خلال إنشاء سوق قوي مع وظائف وصناعات محلية مرتبطة بتحول قطاع الطاقة.<sup>362</sup>

#### 5- طاقة الكتلة الحيوية

تتكون الكتلة الإحيائية أو الحية أو البيولوجية، عبر عمليات بيولوجية نباتية أو حيوانية أو بشرية، في إطار نمو النبات والحيوانات والبشر. تحتوي هذه الكتلة نسبا كبيرة من المركبات العضوية المتضمنة للهيدروجين والكربون، تمكن الحصول على كميات من المسماة طاقة الكتلة الإحيائية biomasse، من مخلفات الإنسان والحيوان وبقايا النبات وأجزائه، كأوراق وأغصان الشجر وجذوعها وما شابه.

<sup>358</sup> هارت ديفيد، مستقبل الطاقة: هل نتجه نحو الاقتصاد الهيدروجيني؟، المخاطر والغموض في أسواق الطاقة العالمية المتغيرة، الانعكاسات على

منطقة الخليج العربي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط 1، أبو ظبي، 2006 ص 65

<sup>359</sup> محمد مصطفى محمد الخياط، نفس المرجع، ص. 79

<sup>360</sup> رواوية حلام، المرجع السابق، ص 146-147

<sup>361</sup> كورنيلوس ماتيس، فاليريا أروفو، لويس ريتي برادو، تر. نهى فؤاد خليفات، "تحديات وفرص إنتاج الهيدروجين الأخضر وتصديره من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا إلى أوروبا"، تقرير موجه إلى مؤسسة فريدريش إيبيرت، نوفمبر 2020، ص. 5.

<sup>362</sup> كورنيلوس ماتيس، فاليريا أروفو، لويس ريتي برادو، تر. نهى فؤاد خليفات، مرجع سابق، ص. 3.

من الممكن الحصول على كميات كبيرة من طاقة الكتلة الإحيائية عبر تطبيقات وتكنولوجيات، منها ما هو بدائي وبسيط، ومنها ما هو معقد ومتطور، وكلها تؤدي إلى إنتاج الطاقة الحرارية التي يمكن الاستفادة منها :

- حاجات التسخين والتدفئة وما شابه؛
- للحصول على الطاقة الميكانيكية المولدة انطلاقا من الطاقة الحرارية في محركات الاحتراق الداخلي، وهو ما يحصل في وسائل النقل كالمركبات على سبيل المثال؛
- للحصول على الطاقة الكهربائية المنتجة انطلاقا من الطاقة الحرارية مرورا بالطاقة الميكانيكية.<sup>363</sup>

هناك عدة طرق للحصول على الطاقة الحرارية :

1. الحرق المباشر للكتلة الإحيائية الصلبة : وهي طريقة شائعة في البلدان الفقيرة والنامية، جد بدائية في معظم الأحيان، مما يؤدي إلى تلوث البيئة خاصة وأن الاحتراق يكون غالبا غير كامل...

2. التخمر اللاهوائي : الذي يحصل بتحلل المواد العضوية التي توجد في فضلات الإنسان والحيوان والنبات في ظروف محددة من الرطوبة والدفء والظلمة، وبواسطة فئات خاصة من البكتريا الهوائية ANAEROBIC، مما يؤدي بمساعدة هذه الكائنات الدقيقة التي تعيش في هذه المواد العضوية إلى تكوّن الميثان  $4CH$  ومركبات أخرى منها ثاني أكسيد الكربون.

3. تحويل الكتلة الإحيائية إلى وقود سائل : يتم ذلك عبر تخمير المواد النشوية والسكرية والزيوت الموجودة في النبات أو فضلات النباتات أو دهون الحيوانات، إلى مواد كحولية كالميثانول  $CH_3OH$ ، والإيثانول  $C_2H_5OH$ ، يصار إلى استعمالها كوقود سائل لا سيما في محركات السيارات والمحركات الصغيرة لتوليد الكهرباء.

بوشر في البرازيل على سبيل المثال، بإنتاج الكحول من قصب السكر منذ العام 1975 لاستعماله في محركات مركبات النقل، وهناك إمكانية لإنتاج هذا النوع من الكحول في منطقة الإسكوا في السودان مثلا...<sup>364</sup>

363 - الإسكوا، "تطبيقات الطاقة المتجددة في المناطق الريفية-رأفد أساسي من روافد التنمية المستدامة" كتيب صادر بالمؤتمر الإقليمي بالمملكة المغربية حول "الطاقة المتجددة والتنمية المستدامة بمنطقة الإسكوا"، ص. 18 الرباط في 26-28/11/2013

364 الإسكوا، نفس المرجع، ص.18

مصدر الطاقة غير	مصدر الطاقة المتجددة	مصدر الطاقة الدائمة
النفط	الحيوية	المد والجزر
الفحم	المساقط المائية	الرياح
الزيت الصخري		الحرارة الجوفية
الغاز الطبيعي		الطاقة الشمسية
النووية		حركة الأمواج

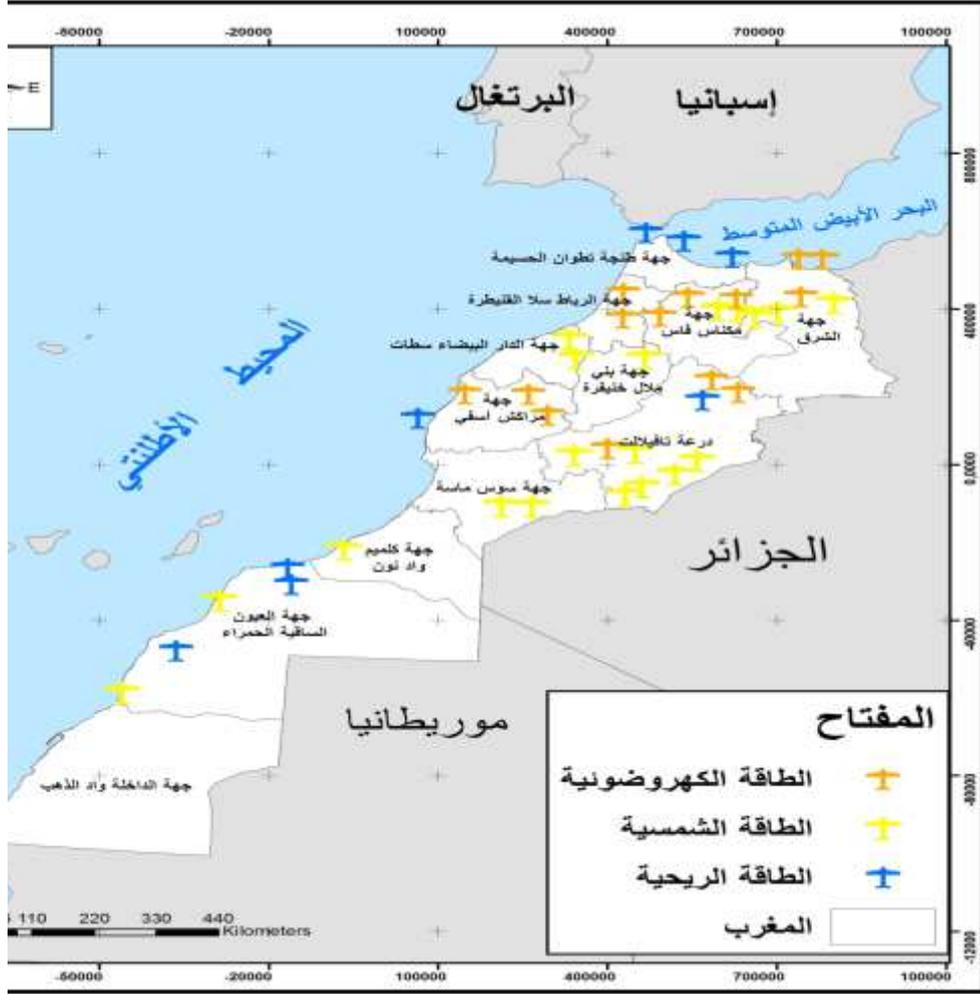
صورة رقم 1: جدول يبين مصادر الطاقة الدائمة والمتجددة وغير متجددة<sup>365</sup>، المصدر: فارس قاسم

### III- أهم مشاريع الطاقات المتجددة بالمغرب

أكدت وزيرة الانتقال الطاقوي في تصريحها بمجلس المستشارين، خلال الأسئلة الشفوية الآنية، جلسة 25 يناير 2022، بخصوص المراحل الأساسية لتنفيذ استراتيجية الانتقال الطاقوي نحو تنمية مستدامة، أنه يوجد حاليا 61 مشروعا قيد التطوير أو الإنجاز، بقدرة إجمالية تقدر بـ 4,6 جيجاواط ... كما تمت بلورة مجموعة من المبادرات والبرامج الجديدة لدعم الاستثمار في الطاقات المتجددة. شمل المشروع المغربي للطاقة الشمسية إنجاز خمس محطات لإنتاج الكهرباء من مصدر شمسي في كل من ورزازات وعين بني مطهر وفم الواد وبوجدور وسبخت الطاح، بتكلفة مالية تصل إلى 9 ملايين دولار أمريكي، لمكين المغرب من إنتاج حوالي 2000 ميغاواط من الكهرباء، وذلك في أفق سنة 2020.<sup>366</sup>

<sup>365</sup> فارس قاسم، "الطاقة في حياتنا-أنواعها ومصادرها"، 27 أبريل، 2021، تاريخ التصفح: 2022/02/15، مقال منشور بالموقع: <https://al3loom.com/>

<sup>366</sup> تم الاطلاع على الموقع في 2019/05/12، مشاريع الطاقات المتجددة.. إقلاع طاقوي يرتقي بالمغرب إلى مصاف الدول المتقدمة - Map Ecology



الشكل رقم 3 مشاريع الطاقات المتجددة المركبة بالمغرب إلى حدود سنة 2018<sup>367</sup>

يلاحظ من خلال هذا الشكل أن المغرب يتوفر على مشاريع كبيرة وجد متنوعة، تخص بالخصوص الطاقة الكهرومائية، الطاقة الريحية والطاقة الشمسية، تتمركز بمختلف مناطق المملكة، وتم فيها مراعاة المناطق التي تتميز بأعلى مردودية للمواقع الأنسب للقيام بمشاريع الطاقات المتجددة لرفع كفاءة الاستخدام، وقد سبق للقطاع الوصي على الطاقة بالمغرب، أن أصدر قرارين تضمننا خرائط تحدد المناطق المعدة لاستقبال مواقع لتنمية مشاريع الطاقات المتجددة عليها، لإنتاج الطاقة الكهربائية من مصادر الطاقة الشمسية<sup>368</sup> وكذا أخرى للطاقة الريحية<sup>369</sup> باستعمال وسائل نظم المعلومات الجغرافية.

<sup>367</sup>مفاتيح التنمية، تم الاطلاع عليه في 2024/01/16 بالموقع: <https://moroccoam2023.ma/ar/economy-development-2/cle-developpement>

<sup>368</sup> قرار 2138.22 لوزير الانتقال الطاقوي؛ الذي تم نشره في الجريدة الرسمية 7129 بتاريخ 26 شتنبر 2022، مرفقا بخرائط طبوغرافية، فقد تم تحديد العديد من الأقاليم داخل الجهات الـ 12 للمملكة كمواقع لتنمية مشاريع إنتاج الطاقة الكهربائية من الطاقة الشمسية. والذي تم إعداده باقتراح من الوكالة المغربية للطاقة المستدامة والجماعات الترابية المعنية والمكتب الوطني للكهرباء والماء الصالح للشرب، قررت الوزارة تحديد المناطق المعدة لاستقبال مواقع تنمية مشاريع إنتاج الطاقة الكهربائية من مصادر الطاقة الشمسية، وعلى الخرائط الطبوغرافية بأربع مناطق بمقياس 1:100000

لماذا تبني المغرب استراتيجية الطاقات النظيفة وعلى رأسها الطاقة الشمسية والريحية؟ يعبر المغرب أهمية كبيرة لمسألة تحقيق اكتفائه الذاتي على مستوى المصادر المولدة للطاقة الكهربائية، لذا تعين عليه تنويع مصادر تزوده وتثمين موارده باستعمال الطاقات المتجددة: الشمسية والريحية والمائية أساسا.

يعد المغرب حاليًا من الدول صاحبة الريادة في إنتاج الطاقة الخضراء على صعيد العالم، حيث بذلت المملكة جهودًا على مدار السنوات الماضية، وسعت خلالها المحطات الشمسية ونشرت المزيد من مولات الرياح في سياق خطة متكاملة هدفها إيجاد بديل حقيقي للحد من اعتمادها على الوقود الأحفوري، حيث أصبح تطوير القطاع خيارا استراتيجيا.

فالمغرب دولة غير منتجة للنفط وإنتاجيته ضعيفة في مجال الغاز والفحم، لكنه يتوفر على العديد من الإمكانيات (300 يوم من أشعة الشمس في السنة، وسرعة الرياح 9 أمتار في الثانية في المناطق الساحلية، فضلا عن موارد المياه).

باعتباره باعنا ضعيفا للغازات المسببة للاحتباس الحراري، تبني المغرب، سياسة تطوعية وطموحة بشأن الطاقات المتجددة، حددت المملكة لنفسها هدف الوصول إلى 42% لإنتاج الكهرباء الخضراء من الطاقة الإنتاجية من مجموع الطاقة المتجددة بحلول 2020، تم رفع هذا الهدف إلى 52% بحلول عام 2030، وجعل المغرب الطاقات المتجددة أولوية في تطوير سياسة الطاقة. وفيما يلي أهم مشاريع الطاقات المتجددة بالمغرب :

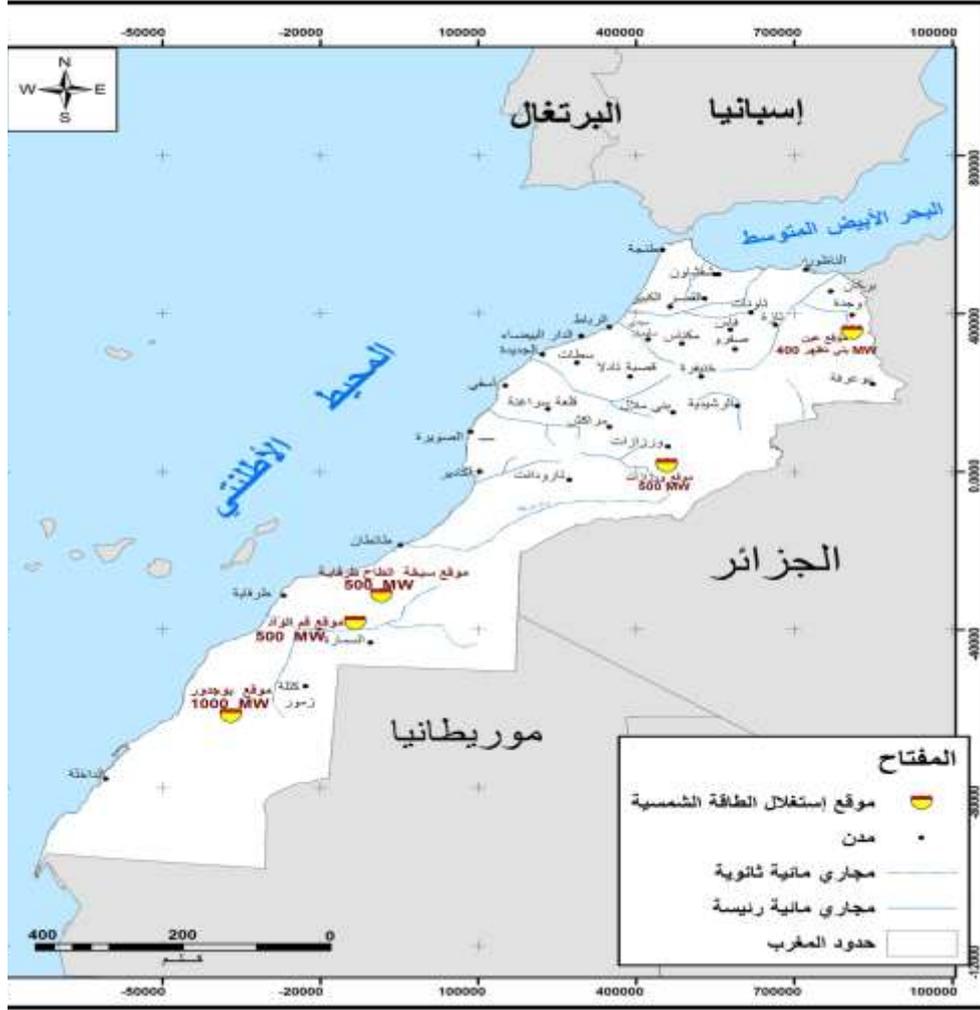
### 1- مشاريع الطاقة الشمسية

تعتبر الطاقة الشمسية أكبر مورد متجدد، فالأرض تستلم يوميا من طاقة الشمس ما يقارب 15 ألف مرة من الطاقة التي ينتجها الإنسان من باقي الأنواع، ومع ذلك فإن جزءا صغيرا جدا فقط منها يحول لإنتاج طاقة مفيدة. ونظرا للموقع الجغرافي للمغرب، فإن متوسط إمكاناته من الطاقة الشمسية يقدر بأكثر من 5 كيلو واط في الساعة بكل متر خلال اليوم (5kWh/m2/Jours).

المرفقة بهذا القرار المتضمن لأربعة مناطق، والذي يهدف إلى تسهيل الولوج للمعلومات المتعلقة بفرص الاستثمار، مما سيمكن من تعزيز جاذبية قطاع الطاقات المتجددة للاستثمار الخاص المحلي والدولي.

كما يهدف إلى تحسين الإطار التشريعي والتنظيمي الذي ينظم نشاط تنفيذ مشاريع الطاقات المتجددة من طرف الخواص، مع ضمان سلامة وصلاحية المنظومة الكهربائية الوطنية وتوازن جميع مكوناتها.

369 قرار رقم لوزير الطاقة والمعادن والماء والبيئة رقم 2657.11 بتاريخ 19 شتنبر 2011، المحدد لمناطق استقبال مواقع تنمية مشاريع إنتاج الطاقة الكهربائية انطلاقا من مصادر الطاقة الريحية وعلى الخرائط الطبوغرافية بأربع مناطق بمقياس 1:100000 المرفقة بهذا القرار متضمنة ستة مناطق (ج.ر عدد 5984 بتاريخ 6 أكتوبر 2011)



شكل رقم 4 : مواقع استغلال الطاقة الشمسية بالمغرب، المصدر : عمل فردي

أطلقت المملكة المغربية أحد أكبر مشروعات الطاقة الشمسية في العالم، وكان هدف هذا المشروع هو توليد 2000 ميغاوات من الكهرباء بالطاقة الشمسية، وتغطية 42% من احتياجاتها من الكهرباء باستخدام الطاقة المتجددة بحلول سنة 2020. واستطاعت بالفعل تحقيق أهدافها بنسبة عالية، حيث شكلت الطاقة المتجددة 37% من إجمالي الاستهلاك في نهاية 2020. تدخل كل محطات الطاقة الشمسية القائمة في المغرب ضمن مشروع "نور" الذي يهدف إلى تعظيم دور الطاقة المتجددة في البلاد وخاصة الشمسية، والتخلي التدريجي عن الوقود الأحفوري كمصدر للطاقة. وتقوم الوكالة المغربية للطاقة المستدامة "مازن" بتدبير المشاريع المتعلقة بالطاقة الشمسية، حيث تم إسناد عملية الإنجاز والتشغيل والصيانة إلى مجموعة المقاولات التابعة لشركة "أكوا باور".

اسم المحطة	الموقع	السعة بالميغاواط	السنة
محطة نور الأطلس	بوذنيب، عين بني مطهر، طاطا ومدينة طان طان	قدرة ما بين 25 و 35 مغ لكل منطقة	2022
محطة نُور تافياللت	مدينة زاكورة، أرفود وميسور	120	2020
مجمع نور ورزازات	جهة درعة تافياللت - إقليم ورزازات	2000 مغ أربع محطات	2016
محطة نُور ميدلت	ميدلت	200	في طور الانجاز
مشروع نور العيون	العيون	85	2017

جدول رقم 1 : قائمة بمحطات الطاقة الشمسية

يمثل مشروع الطاقة الشمسية بورزازات بداية جيل جديد من المشاريع التنموية التي يسعى المغرب من خلالها للارتقاء إلى مصاف الدول المتقدمة، وتوفير الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، التي تؤمن حياة كريمة للمواطنين. تتوافق أهداف المشروع بشكل وثيق مع الأولويات الوطنية للمغرب في مجال الطاقة.

- مشروع عين بني مطهر: يقع موقع عين بني مطهر في المنطقة الشرقية على بعد 84 كلم جنوب مدينة وجدة، ويمتد على مساحة تقدر ب 2000 هكتار.

محطة توليد الكهرباء بالطاقة الشمسية والغاز في عين بني مطهر هي محطة توليد طاقة تعتمد على تقنية الطاقة الشمسية بالدائرة المشتركة. ويقصد بالدورة المركبة في عملية توليد الكهرباء الدورة التي تتكون من محركات حرارية، والتي تعمل بالتتابع بنفس مصدر الحرارة محولة مصدر الحرارة هذا إلى طاقة ميكانيكية، تُستخدم مباشرة في توليد الكهرباء باستخدام مولدات كهربائية.

الطاقة الكلية للمحطة هي 472 ميغاواط، 20 ميغاواط منها تولد من قبل الطاقة الشمسية، وتعطي إنتاج طاقة بمعدل سنوي يقدر 3,538 جيجاواط ساعة. تستخدم المحطة الغاز الطبيعي كوقود توصل بأنبوب طوله 12.6 كم إلى خد الأنابيب الأوروبي \_ المغربي (GME).

يتمشى هذا المشروع مع توجهات سياسة الطاقة الوطنية التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين العرض والطلب على الطاقة الكهربائية، من خلال تنفيذ استثمارات لتلبية الطلب الوطني على الكهرباء بأقل تكلفة.<sup>370</sup>

<sup>370</sup> Banque Africaine de Développement (2014), Projet de centrale thermo-solaire d'Ain Béni Mathar, Rapport d'achèvement, Département ONEC Janvier 2014, p.3

سيصبح المغرب بإنجاز المخطط المغربي للطاقة الشمسية، جهة فاعلة مرجعية في مجال الطاقة الشمسية، وذلك بحكم مساهمتها في الاستجابة للطلب المتزايد على الطاقة الناتج عن التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تعرفها المملكة، إضافة إلى الأثر الإيجابي لهذه المشاريع على تطوير برامج أخرى تتعلق بشكل أساسي بالتكوين والتخصص التقني والبحث والتطوير، وإعادة تأهيل صناعة الطاقة الشمسية المندمجة وإمكانية تشغيلها في مشاريع تحلية مياه البحر. بلغت قدرة الطاقة المركبة من مصدر شمسي سنة 2021 ما يقارب 750 ميغاواط، وبمقارنة هذه الحصيلة مع الأهداف المعلنة عنها ضمن الاستراتيجية الوطنية للطاقة، نجد أن هناك تأخرًا يفوق النصف، برره تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي "تسريع وتيرة الانتقال الطاقي" عند تحليله، بوجود خلل في الخيارات الأولية للمشاريع التي تم الإعلان عنها في مشروع نور ورزازات...

## 2- مشاريع الطاقة الريحية

يتمتع المغرب بإمكانات كبيرة و متميزة في مجال الطاقة الريحية، في هذا الإطار، التزم المغرب ببرنامج رياح واسع النطاق كجزء من استراتيجيته للطاقة، لدعم تطوير الطاقات المتجددة وكفاءة الطاقة في البلاد.

المشروع المغربي المتكامل لطاقة الرياح الممتد على مدى 10 سنوات باستثمارات إجمالية تقدر بنحو 31.5 مليار درهم، سمح للبلاد بزيادة الطاقة الكهربائية المركبة من طاقة الرياح، من 280 ميغاواط في عام 2010 إلى 1430 ميغاواط سنة 2021 حسب موقع وزارة الانتقال الطاقي.

### أهم مواقع الطاقة الريحية :

طرفاية (300 ميغاواط)، ميدلت (850 ميغاواط)، افتيسات بوجدور (200 ميغاواط)، حوما بطنجة (50 ميغاواط) وجبل خلادي (120 ميغاواط)، تسكراد بالعيون (850 ميغاواط)، 1000 ميغاواط مخطط لها في 5 مواقع جديدة تم اختيارها لإمكاناتها الكبيرة: طنجة 2 (150 ميغاواط)، كودية البيضاء في تطوان (300 ميغاواط)، تازة (150 ميغاواط).



المصدر : الوكالة المغربية للطاقة المستدامة (مازن)، 2020

شكل رقم 5 : مشاريع الطاقة الريحية بالمغرب

هدف برنامج الرياح المغربي إلى زيادة حصة طاقة الرياح من إجمالي الطاقة الكهربائية إلى 14% بحلول عام 2020 وتحقيق طاقة إنتاجية من طاقة الرياح 2 جيجاواط وطاقة إنتاجية سنوية 6600 جيجاواط / ساعة بما يعادل 26% من إنتاج الكهرباء الحالي.<sup>371</sup>

يزخر مخطط المغرب على ستة أنظمة رياح مختلفة ومتكاملة : نظام طنجة، وحوض الصويرة - آسفي، وممر تازة، والأطلس المتوسط، وحوض المغرب الشرقي، وحوض الصحراء.

يعتبر معدل توفر الرياح مرتفعاً جداً بمتوسط 50 في المائة على الأقل ويتجاوز 60 في المائة في بعض المواقع. ويتميز المغرب بنوعية استثنائية من الرياح، منتظمة ومتوسطة الشدة تفوق 12م / ث. يمكن لمعدلات توافر الرياح أن تكون أفضل في السنوات القادمة، بفضل استخدام توربينات أكثر علواً من شأنها النقاط رياح أكثر استقراراً والتقليل من الاحتكاك بالأرض.

جدول رقم 2 : قائمة بمحطات الطاقة الريحية بالمغرب

اسم المحطة	الموقع	السعة بالميجاواط	سنة بدأ العمل
مزرعة الرياح بطرفاية	طرفاية	300	2013
محطة ظهر سعدان	طنجة	240	2007
مَحطة الرياح أخفنيير	أخفنيير	200 ميجاواط	2013
الرحبة الريحية بتازة	تازة	150 ميغاواط	2022
محطة جبل خلادي	طنجة	120 ميغاوات	2017
محطة الكدية البيضاء	تطوان	300 ميغاوات	2020
مشروع أفقيسات 3	العيون الساقية الحمراء	50	في طور الانجاز
محطة فم الواد	إقليم العيون	50	2013
المحطة الريحية تيسكراد	العيون جنوب المغرب	100	في طور الانجاز
محطة بوجدور	بوجدور	100ميغاوات	2020

تمثل الاستراتيجية الوطنية للطاقت المتجددة في إطار الدينامية الجديدة للتنمية الشاملة التي يشهدها المغرب، نموذجاً يقتدى به، أثبت نجاعته ووجاهته في الانتقال بالمملكة المغربية إلى منتج للطاقة المتجددة، وتحويل التحديات القائمة في مجال الطاقة إلى فرص استثمارية، من خلال الانخراط في مشاريع كبرى لتطوير هذا القطاع. عززت موقع المغرب ضمن مصاف البلدان الرائدة في مجال الانتقال الطاقى على الصعيد العالمي، ووضعته على مسار جديد قادر على تحقيق

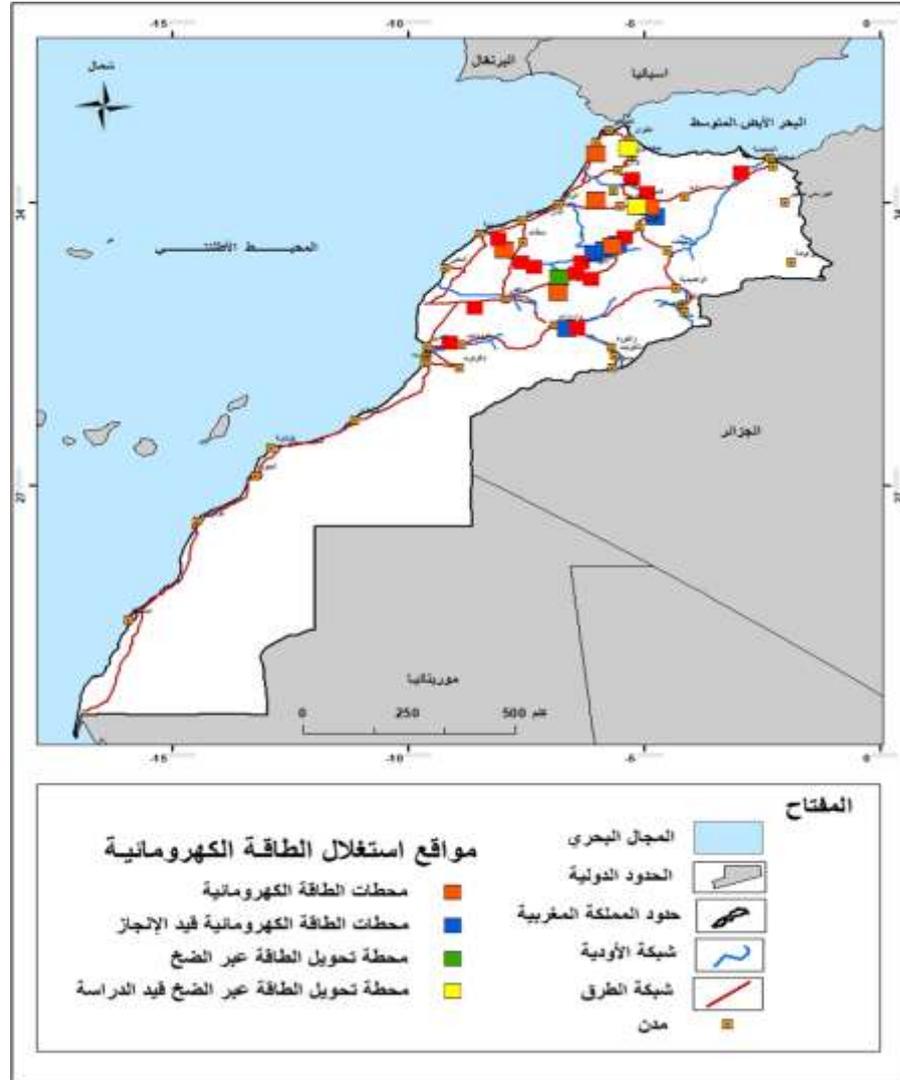
<sup>371</sup> حمزة ودغيري، توربينات الطاقة الريحية بالمغرب وأثارها على البيئة والإنسان والتنمية، مقال منشور بموقع شبكة العمل المناخي في العالم العربي أو "كاناو"، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2023/12/25، <http://canaw.org/ar/arabic-title>

منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية هامة، وقد يقوده إلى طموحه المتمثل في الوصول إلى الحياد الكربوني الشامل بحلول عام 2050.

### 3- مشاريع الطاقة الكهرومائية

يتمتع المغرب بمؤهلات كهرومائية كبيرة تقدر بحوالي 5000 جيجاوات/ساعة، وتتنوع على أكثر من 200 موقع قابل للاستغلال.

تتمركز معظم المحطات الكهرومائية بالمغرب في المناطق الشمالية والوسطى التي تتوفر على موارد مائية مهمة. تهدف هذه المشاريع إلى الوصول إلى طاقة إجمالية تبلغ 2280 ميغاواط بإنشاء محطتي الضخ بالقرب من أكادير وأخرى بمنطقة الشمال، وفي سنة 2021 وصلت القدرة المنشأة من الطاقة الكهرومائية ما يعادل 1770 ميغاواط.



المصدر : الوكالة المغربية للطاقة المستدامة (مازن)، 2020 (بتصرف)

شكل رقم 5 : مشاريع الطاقة الكهرومائية

ساهمت ندرة التساقطات المطرية في خفض إنتاج الطاقة الكهرومائية بـ 58 % بالمغرب ما بين 2021 و 2022. يتم إنتاج الطاقة الكهرومائية في المغرب في عدد من السدود، لكن الإنتاج تأثر بانخفاض نسبة الملاء نتيجة ضعف التساقطات المطرية.<sup>372</sup>

جدول رقم 3 : قائمة بأهم محطات الطاقة الكهرومائية في المغرب

اسم المحطة	الموقع	السعة بالميجاواط	السنة
محطة الضخ أفورار	إقليم أزيلال	416 ميغاوات	2004
سد الوحدة	إقليم تاونات	240	1997
سد علال الفاسي	بمدينة صفرو	240	1994
سد بين الويدان	جهة بني ملال	135	1953
سد المسيرة	مدينة سطات	128	1979
سد الحسن الأول	دمنات	67.2	1991
سد إدريس الأول	إقليم تاونات	40	1978
مجمع تنقيت - البرج	خنيفرة	40 ميغاوات	2009
سد محمد الخامس	زايو	23	1967

يظهر هذا الجدول أهم المحطات الكهرومائية بالمغرب، تتنوع ما بين المحطات المبنية على السدود ومحطات تحويل الطاقة عبر الضخ.

4- مشاريع طاقة أخرى

□ طاقة الهيدروجين : يعدّ الهيدروجين الأخضر حلاً واعدًا، في وقت يواجه فيه العالم

العديد من التحديات البيئية وتحديات تتعلق بتوفير الطاقة، تتطلب انتقالاً سريعاً وفعالاً نحو مصادر الطاقة المتجددة والمستدامة.

يعد هذا الوقود الأخضر من أكثر المصادر النظيفة والمتجددة للطاقة، إذ يُنتج باستعمال المصادر المتجددة مثل الطاقة الشمسية وطاقة الرياح، ومن ثم لا يترتب عليه انبعاثات ثاني أكسيد الكربون أو أي ملوثات أخرى.

يتوقع أن تؤدي صناعة الهيدروجين الأخضر دوراً حيوياً في تحقيق التنمية المستدامة، وتوفير حلول فعالة ومستدامة لتلبية احتياجاتنا للطاقة في المستقبل.

<sup>372</sup> عبد السلام الصالحي، الطاقات المتجددة ورهانات التنمية المستدامة بالمغرب- مثال إقليم القنيطرة، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، القنيطرة، ص. 122-123، تمت المناقشة في 2022/07/25.

يتوفر المغرب على إمكانات كبيرة تمكنه أن يصبح من بين أهم الدول المنتجة والمصدرة والمخزنة للهيدروجين الأخضر. وبالتالي فإن استغلال هذه المادة الحيوية، بإمكانها دعم وتنويع الباقية الطاقة بالمغرب.

أصدر المغرب بيان تفعيل "عرض المغرب" لتطوير قطاع الهيدروجين الأخضر في مارس 2024، يهدف إلى جعل المملكة فاعلاً تنافسياً في هذا المجال ذي الآفاق الواعدة، من خلال خريطة الطريق للإنتاج تهدف إلى تنويع إنتاجها من الطاقة وبلورة نموذج ملائم لإنتاج هذا النوع من الطاقة.

يتألف هذا العرض من ستة أجزاء؛ تتمثل في مجال تطبيق عرض المغرب، وتعبئة العقار لتنفيذ عرض المغرب، والبنيات التحتية الضرورية لتطوير قطاع الهيدروجين الأخضر، والإجراءات والتدابير التحفيزية الواردة في عرض المغرب، وعملية انتقاء المستثمرين وإبرام عقود مع الدولة، وحوكمة قطاع الهيدروجين الأخضر."

أضاف البيان أن "الدولة قامت بتحديد عقارات عمومية مهمة تناهز مساحتها مليون هكتار، سيتم خلال المرحلة الأولى توفير 300 ألف هكتار لفائدة المستثمرين، ستوزع على قطع أرضية تتراوح مساحتها بين عشرة آلاف و30 ألف هكتار، وذلك وفق حجم المشاريع المرتقبة".

يسرع المغرب إنتاجه من الهيدروجين الأخضر وصولاً إلى ما مجموعه 160 تيراواط- ساعة في أفاق العام 2050، في دراسة أنجزها المعهد الألماني "فراونهوفر"، المتخصص في البحث في العلوم التطبيقية، وأن رهان المملكة على الهيدروجين الأخضر ليس وليد اللحظة، إذ بذلت جهود هائلة منذ العام 2021 لتطوير سلسلة القيمة.

توجد مشاريع طموحة لشركات أوروبية تهدف إلى إنتاج الأمونيا الخضراء وتصديرها وتخزينها، باعتبارها تستعمل الهيدروجين الأخضر والأزوت الموجود بكثرة في الهواء، واستغلالها يكون آمناً وذا طاقة كبيرة مقارنة مع باقي الأشكال الأخرى للهيدروجين.

كشف وزير التجهيز والماء، نزار بركة، عن شروع المملكة المغربية في شراكة مع البنك الدولي، في دراسة إمكانية تخزين وإمداد وتصدير الهيدروجين الأخضر ومشتقاته داخل بعض الموانئ المغربية، بغية استعماله كوقود بديل للسفن وتقليل انبعاث ثنائي أكسيد الكربون.

تشمل الدراسة كل من ميناء "المحمدية" والجرف الأصفر" و"طنجة المتوسط" و"طانطان"، بالإضافة إلى أن 96 في المئة من التجارة الخارجية للمغرب تمر عبر الموانئ، وعلى المستوى العالمي فإن النقل البحري يساهم في تسهيل التجارة العالمية بنسبة تصل إلى 80 في المئة.

## □ الطاقة الحيوية

يقصد بالطاقة الحيوية تلك الطاقة أو الحرارة أو الكهرباء التي يمكن الحصول عليها عبر عمليات مختلفة بناء على مصادر الكتلة الحيوية المتنوعة التي تخزن الكربون، الذي ينبعث بمجرد تحلله على شكل غاز ثاني أكسيد الكربون.

أفادت معطيات رسمية لوزارة الطاقة والمعادن والبيئة بأن الإمكانيات الطاقية المتاحة للمغرب من الكتلة الحيوية (BIOMASSE) تناهز حوالي 13.4 ملايين ميغاواط في الساعة سنوياً، لكن تميمها يتطلب استثمارات بحوالي 4.3 مليارات درهم في أفق 2030. ذكرت الوزارة، ضمن خارطة طريق تسعى إلى تميم الكتلة الحيوية باعتبارها مصدراً للطاقة المتجددة، أن الإمكانيات الطاقية التقنية المتاحة تقدر بحوالي 13.4 ملايين ميغاواط في الساعة سنوياً، منها 6.6 ملايين مستخلصة من قطاع الفلاحة، و3.5 ملايين ميغاواط/الساعة سنوياً من القطاع الغابوي، و3.1 مليون من قطاع النفايات، و0.2 مليون ميغاواط/الساعة سنوياً مستخلصة من المياه العادمة.

فيما يتعلق بمناصب الشغل، فإن تميم الطاقة الحيوية يمكن أن يوفر مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة كبيرة على المستوى الإقليمي، تتركز بالأساس في مجال إدارة وتوريد المواد الخام.

حسب التقديرات الرسمية، تميم هذه الطاقة سيوفر في أفق سنة 2030 ما بين 2700 و4100 منصب شغل في السنة، في مجال البناء والتصنيع والتركيب، وما بين 3800 و6000 منصب في التشغيل والصيانة، و7300 و11000 منصب شغل لتوريد الكتلة الحيوية.

أما فيما يتعلق بالتأثير على البيئة، تقدر انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، التي سيتم تجنبها في حالة رفع مستوى الكتلة الحيوية القابلة للاحتراق والتخمير بحلول سنة 2030 بما بين 2.2 و55 مليون طن.

تهدف خريطة الطريق إلى الاستخدام المستدام للكتلة الحيوية كمصدر للطاقة المتجددة، عبر سلسلة القيمة من التجميع إلى التقييم النهائي لمورد الكتلة الحيوية. بالإضافة إلى إنتاج الكهرباء، سيكون للمشروع تأثير إيجابي على البيئة، حيث سيساعد في تخفيف مكبات النفايات في المملكة. مشاريع التميم الطاقية للكتلة الحيوية لا تتطلب استثمارات كبيرة لتطوير شبكة الكهرباء نظراً لصغر حجمها بشكل عام وتتطلب الاتصال بشبكة الكهرباء ذات الجهد المتوسط أو المنخفض.<sup>373</sup>

ختاماً يمكن القول بأن المغرب خطا خطوات جد مهمة لإنجاز مختلف المشاريع الطاقية التي تتبنى الطاقات المتجددة في مزيجها الطاقية، رغم أنها لم تستطع تحقيق مبتغى الوصول إلى 42% في سنة 2020 الذي تم الإعلان عنه، وواكبته الدولة بمجهودات جبارة حيث تمت تعبئة كل الموارد الممكنة، وصلت النسبة إلى غاية 37%، حسب البيانات الرسمية الصادرة عن قطاع الانتقال الطاقية، من الممكن تحقيقها سنة 2023 عند بدء اشتغال مجموعة من المشاريع المبرمجة.

<sup>373</sup> تميم "طاقة الكتلة الحيوية" يحتاج استثمار 4.3 ملايين درهم بالمغرب، مقال منشور بتاريخ 2021/09/01 بموقع هسبريس شنتير

## ثانيا : رهانات وطموحات المغرب في مجال الطاقات المتجددة

أدرك المغرب وبقية دول العالم خلال العقود الماضية أن نموذج النمو الحالي يشكل ضررا على مستوى التنمية، وبالتالي فإنه وجب مراجعة السياسة الاقتصادية لتواكب المستجدات التنموية لجعلها مستدامة، تطمح لتبني طاقة مستدامة تلبي حاجياتها وتؤسس لمرحلة جديدة من النمو يحافظ على البيئة، ويتبنى نمودجا اقتصاديا تكون فيه العملية الإنتاجية تلبي حاجيات المجتمع وتحترم متطلبات وحاجيات الأجيال القادمة.

فالطاقة تمثل أحد أبرز العناصر الأساسية في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستويين العالمي والعربي. على الرغم مما حققه الإنسان اليوم من تطور هائل في حقول العلم والتقانة، فهو لا يزال يعتمد أساسا على مصادر الطاقة التقليدية، فبالرغم من تطوره التكنولوجي لم يتمكن حتى الآن من إيجاد الطاقات البديلة والمناسبة وذات الكلفة الرخيصة، أو على الأقل ترشيد استهلاك الطاقة اللازمة للتقدم العلمي والتكنولوجي.

تواجه البشرية مرحلة تطويرية هامة في مسعاها للانتقال من الاعتماد على مصادر الطاقة غير المتجددة، إلى مصادر تتميز بالتجدد المستمر وعدم النضوب، كالطاقة الشمسية والجوفية وطاقة الرياح وغيرها، حتى تضمن استمرار الحياة المستقبلية والحفاظ على حضارتها.

انخرط المغرب بدوره لتلبية الاستهلاك الوطني في مجال الطاقة، أمام هذه التحديات وتماشيا مع ظهور الاهتمامات البيئية كأولوية، من خلال تبني أنماط إنتاج واستهلاك مستدامة، وذلك عن طريق برمجة مجموعة من المشاريع المهيكله في ميدان الطاقة الشمسية والريحية والكهرومائية. سنقوم بدراسة تداعيات مختلف البرامج والمشاريع الطاقية، وكذا التعرف على آثارها في تحقيق مختلف أبعاد التنمية المستدامة، وآفاقها المستقبلية.

## I- واقع مشاريع الطاقات المتجددة

يتوفر المغرب على إمكانيات مهمة لمصادر الطاقة المتجددة خاصة منها الطاقة الكهرومائية والطاقة الشمسية والريحية... كما أن حجم استيراد الطاقة الأحفورية يؤثر بشكل كبير على ميزانه التجاري. لتجاوز هذا العجز، التزم ببناء نموذج تنموي جديد يواكب طموحاته ويلبي حاجياته الطاقية، يتمثل في خوض التجربة في مجال الطاقات المتجددة، وذلك بوضع استراتيجية طموحة تراهن على الوصول إلى نسب جد مهمة من الرصيد الوطني الطاق، بهدف جعلها مصدرا حقيقيا للإنتاج من الكهرباء النظيفة، وتشكل بديلا يعزز به التنمية المستدامة مع تحقيق النجاعة الطاقية. تهدف الاستراتيجية الوطنية للطاقة، الاستفادة من المؤهلات الطبيعية الوطنية من الطاقات المتجددة، خصوصا منها الطاقة الشمسية والريحية استجابة للتحديات الداخلية والخارجية، تطمح تحقيق مزيج طاقي بنسبة 42 في المئة في أفق سنة 2020، من خلال بلوغ هدف 2000 ميغاواط من الطاقة الشمسية و2000 ميغاواط من الطاقة الريحية و2000 من الطاقة الكهرومائية.

تتوافق رهانات النموذج التنموي الجديد مع مجالات الاهتمام المشترك ولها القدرة على تحقيق منافع متبادلة، فهي تشكل أيضا رافعة لتعميق وتنويع الشراكة المتميزة التي تربط المغرب مع الاتحاد الأوروبي.

يتعلق الأمر على وجه الخصوص بما يلي: الرهان على طاقة تنافسية وخضراء، حيث يمتلك المغرب مؤهلات للمساهمة في الميثاق الأخضر للاتحاد الأوروبي، والذي يهدف لاستيراد 40 جيجاواط من الطاقة المتجددة في أفق 2050.<sup>374</sup>

تم تحديد ست توجهات استراتيجية تأخذ بعين الاعتبار عناصر التشخيص والطموح المقترح، وذلك قصد تسريع عملية الانتقال الطاقوي بالمغرب وتمكينه من تحقيق أهدافه فيما يتعلق بالتنافسية الاقتصادية والتنمية المستدامة، نجلها في النقاط الأساسية :

1. إرساء هندسة مؤسسية جديدة مرتكزة على هيئة تقنين قوية لقطاع الطاقة بأكمله تحظى بالاستقلالية والمصداقية.

2. وضع سياسة تسعير شفافة ومرنة وتنافسية ومبنية على فصل واضح لأدوار الفاعلين.

3. إعادة هيكلة المكتب الوطني للكهرباء والماء الصالح للشرب لتمكينه من أداء وظيفته الاستراتيجية المتمثلة في تحديث شبكة نقل الكهرباء ومواكبة إصلاح القطاع.

4. تطوير الإنتاج اللامركزي للطاقة، بشكل فعال وذكي، لتوفير طاقة كهربائية تنافسية على المستوى الترابي.

5. إلغاء التسقيف المطبق على الغاز الطبيعي في القطاع الصناعي كوسيلة للتنمية بالبلاد.

6. تمكين المغرب من تبوء مكانة مهمة إقليميا كمنصة للمبادلات الطاقوية والبحث العلمي وتطوير المحتوى المحلي.

على المدى البعيد، تمثل مشاريع الطاقة الهيدروجينية "X-to-Power" وسيلة جديدة باهتمام الدولة، في أفق استبدال الوقود الأحفوري وتوسع استخدام الطاقة الكهربائية منخفضة الكربون. من جهة أخرى، يعتبر إنتاج الأمونياك الاصطناعي، إضافة إلى الهيدروجين، من المجالات الواعدة بالنسبة للبلاد، حيث سيمكن الإنتاج المحلي للأمونياك الأخضر من تخفيف تبعية المغرب للخارج في إنتاج الأسمدة المعتمدة على الفوسفور. وتوفر الطاقات البحرية المتجددة (طاقة المد والجزر وطاقة الأمواج والطاقة الحرارية للبحار وطاقة الرياح البحرية) أيضا مؤهلات حقيقية لخلق الثروة وفرص للشغل، مما يسمح للمغرب باستكشاف مصادر مبتكرة جديدة لإنتاج الطاقة النظيفة والانفتاح على أسواق جديدة لا سيما الأوروبية، وبالتالي تحقيق استغلال أمثل للواجهة البحرية للبلاد.<sup>375</sup>

<sup>374</sup> مجموع المذكرات الموضوعاتية والرهانات والمشاريع المقترحة في إطار النموذج التنموي الجديد، القسم الثاني - محاور عرضانية، ص.

<sup>375</sup> [https://csmd.ma/documents/المذكرات\\_الموضوعاتية\\_الرهانات\\_والمشاريع](https://csmd.ma/documents/المذكرات_الموضوعاتية_الرهانات_والمشاريع) pdf:320

مجموع المذكرات الموضوعاتية والرهانات والمشاريع المقترحة في إطار النموذج التنموي الجديد، مرجع سابق، ص.225-229.

## II- الانعكاسات البيئية لمشاريع الطاقات المتجددة

يعتبر توافر خدمات الطاقة اللازمة لتلبية الاحتياجات البشرية ذو أهمية قصوى بالنسبة للركائز الأساسية الثلاثة للتنمية المستدامة.

يؤثر الأسلوب الذي يتم به إنتاج هذه الطاقة وتوزيعها واستخدامها على الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية لأي تنمية متحققة.

تتوافر إمكانيات واحتمالات مستقبلية لتكنولوجيات الطاقة المتجددة لتسهم في الوفاء بالاحتياجات الأساسية للطاقة، وفي دعم تخفيف وطأة الفقر وتحقيق التنمية المستدامة.

بالتالي، تشكل الطاقة المتجددة الخيار الأمثل للبيئة على اعتبار أنها لا تنتج غازات الاحتباس الحراري في أثناء إنتاج الطاقة. بالنظر إلى دورة حياة مشاريع الطاقة الخضراء، بدءاً من شراء المواد الخام إلى التصنيع حتى إنتاج الطاقة، نجد أنّ كمية انبعاثات غازات الاحتباس الحراري تقترب من الصفر.

مع الانتقادات الشديدة للحكومات المتمثلة في عدم جديتها بشأن معالجة المشكلات البيئية، يبرز الاستثمار في الطاقات المتجددة كوسيلة فعالة لمعالجة المشكلات البيئية.

البيئة أصبحت اليوم عنصراً من عناصر الاستغلال العقلاني للموارد ومتغيراً أساسياً من متغيرات التنمية المستدامة، نظراً لما يحدثه التلوث من انعكاسات سلبية على المناخ من جهة، ولكون الكثير من الموارد الطبيعية غير متجددة مما يحتم استغلالها وفق قواعد تحافظ على البقاء ولا تؤدي إلى الاختلال أو كبح النمو.

حظيت الطاقات المتجددة باهتمام كبير، وبدأ النظر إليها والاستثمار فيها كاستراتيجية فعالة من أجل تحقيق الأهداف البيئية والاقتصادية والاجتماعية، على اعتبار أنها صديقة للبيئة، تمتاز بتنوع مصادرها واستدامتها. ولا يخفى أن الطاقة المتجددة طريق المستقبل.

على الجانب السلبي، لوحظت بعض الجوانب التي هي أصل أنظمة طاقة الرياح، وعدد من المشاريع في هذا المجال في عدة مناطق بالعالم تأخرت أو تم إلغاؤها، بسبب معارضة بيئية قوية بناء على الآثار السلبية لهذه الأنظمة، يمكن تقسيم احتمالية حدوث تأثيرات سلبية لطاقة الرياح إلى أربع فئات : التفاعل بين الحيوانات وتوربينات الرياح التأثير المرئي لتوربينات الرياح، الضوضاء الصادرة عن توربينات الرياح، تأثيرات التداخل الكهرومغناطيسي من توربينات الرياح.

بالنسبة للآثار البيئية لمزارع الرياح المغربية، يشار أن المغرب يعتمد أداة دراسة التأثير على البيئة كوسيلة وقائية من أجل حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة للبلاد. يعتبرها المغرب ميزة وليس تكلفة إضافية، كما التزم المغرب دولياً بتطبيق دراسة التأثير على البيئة، من خلال ما تم اعتماده

في إعلان ريودي جانيرو، الذي ينص على أنه "عندما تتمتع الحكومات بسلطة تقييرية، فإنه يتعين عليها أن تخضع لدراسة التأثير على البيئة أي مشروع من المحتمل أن يسبب أضررا للبيئة.<sup>376</sup>

عموما تعتبر الاستدامة والتأثير البيئي أحد أهم المعايير عند المقارنة بين الطاقة الشمسية وطاقة الرياح. تعتبر الطاقة الشمسية نظيفة ولا تنتج أي انبعاثات ضارة للغلاف الجوي، بينما يمكن أن يكون لطاقة الرياح تأثير بيئي بسبب الضوضاء وتأثيرها على الحياة البرية.

### III- آثار مشاريع الطاقات المتجددة في مجال التنقل المستدام

عندما يتعلق الأمر بقطاع النقل، تواجه البلدان النامية تحدياً مزدوجاً : ضمان توافر وسائل نقل تتسم بالكفاءة والأمان ويسر التكلفة للجميع، والقيام بذلك بأقل تأثير على المناخ. من الممكن تزويد السيارات والحافلات والقطارات والطائرات بالطاقة الكهربائية بدلاً من البنزين والديزل. يتحقق هذا عندما تكون الكهرباء هي الوقود المستخدم في وسائل النقل والمواصلات، سيما وأن المنطقة تتمتع بموارد الطاقة المتجددة.

يمثل توسيع خيارات النقل المستدام، لا سيما في المجتمعات المحلية منخفضة الدخل أو الضعيفة، وسيلة قوية للبلدان لدعم التنمية البشرية والشمول الاجتماعي. فعلى سبيل المثال، ارتفع معدل التحاق الفتيات بالمدارس الابتدائية في المناطق الريفية بالمغرب من 17% إلى 54% عندما تحسنت إمكانية الوصول إلى الطرق. ينبغي أن يكون التحول الاستراتيجي إلى المركبات الكهربائية أحد ركائز المضي قدماً إلى مستقبل يراعي البيئة ويتسم بالقدرة على مجابهة الأخطار وشامل للجميع ومستدام.<sup>377</sup>

حقق المغرب تقدماً لا يمكن إنكاره في تطوير بنيات تحتية حديثة، وكذلك فيما يتعلق بمنظومة النقل متعددة الأنماط، بما في ذلك الأشكال المستدامة، كما يتضح في مشاريع من قبيل : خط القطار فائق السرعة، الترامواي والحافلات الكهربائية عالية الجودة في مدار خاص. أصبح هذا التقدم المحرز ممكناً، على وجه الخصوص، بفضل الآليات التشريعية والتنظيمية الجديدة، وبفضل الأشكال الجديدة للحكامة الترابية، في إطار الجهوية المتقدمة. ترتكز آفاق تطوير التنقل المستدام في المغرب على مبادرات واعدة، ومشاريع مهيكلية، وإمكانات ملموسة، وهو ما يسمح ببلورة توصيات ذات طبيعة استراتيجية وإجرائية ومصاحبة، والتي تشكل في هذا الشأن أداة توجيه ومساعدة بالنسبة للأطراف المعنية.

<sup>376</sup> حمزة ودغيري، توربينات الطاقة الريحية بالمغرب وآثارها على البيئة والإنسان والتنمية، مرجع سابق  
<sup>377</sup> النقل باستخدام المركبات الكهربائية يغير قواعد اللعبة في قطاعي الطاقة والنقل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بول نومبا أم، أشوك سركار، ديكسون إيفاه، 10/ 2020/01، تم تصفح الموقع في 2023/10/15، <https://blogs.worldbank.org/ar/arabvoices/electric-mobility-game-changer-menas-energy-and-transport-sectors>

من أجل مواكبة هذه التحولات العميقة، والانخراط في مسلسل تنفيذ أهداف التنمية المستدامة، وضع المغرب، الذي نظم مؤتمر الأمم المتحدة للأطراف (الكوب 22) بمدينة مراكش سنة 2016، العديد من المبادرات والاستراتيجيات الوطنية، في إطار مسلسل باريس للتنقل والمناخ، وذلك عبر اعتماد الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة، ومشروع خارطة طريق للتنقل المستدام، وهو ما يمثل التزاما يعبر عن إرادة الدولة في الانخراط في مسار الاستدامة.<sup>378</sup>

### ثالثا : تداعيات تبني الطاقات المتجددة على البيئة والتنمية المستدامة بالمغرب

يعتبر توافر خدمات الطاقة اللازمة لتلبية الاحتياجات البشرية ذو أهمية قصوى بالنسبة للركائز الأساسية الثلاثة للتنمية المستدامة. ويؤثر الأسلوب الذي يتم به إنتاج هذه الطاقة وتوزيعها واستخدامها على الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية لأي تنمية متحققة. تتوفر إمكانات واحتمالات مستقبلية لتكنولوجيات الطاقة المتجددة لتسهم في الوفاء بالاحتياجات الأساسية للطاقة، وفي دعم تخفيف وطأة الفقر وتحقيق التنمية المستدامة. بالتالي فإن الطاقة المتجددة تشكل الخيار الأمثل للبيئة، على اعتبار أنها لا تنتج غازات الاحتباس الحراري في أثناء إنتاج الطاقة. بالنظر إلى دورة حياة مشاريع الطاقة الخضراء بدءاً من شراء المواد الخام إلى التصنيع حتى إنتاج الطاقة، نجد أن كمية انبعاثات غازات الاحتباس الحراري تقترب من الصفر، ومع الانتقادات الشديدة للحكومات المتمثلة في عدم جديتها بشأن معالجة المشكلات البيئية، يبرز الاستثمار في الطاقات المتجددة كوسيلة فعّالة لمعالجة المشكلات البيئية. وبالنسبة لآثار البيئية لمزارع الرياح المغربية، يشار أن المغرب يعتمد أداة دراسة التأثير على البيئة كوسيلة وقائية من أجل حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة للبلاد. ويعتبرها المغرب ميزة وليس تكلفة إضافية، كما أن المغرب قد التزم دولياً بتطبيق دراسة التأثير على البيئة من خلال ما تم اعتماده في إعلان ريودي جانيرو، والذي ينص على أنه "عندما تتمتع الحكومات بسلطة تقييدية، فإنه يتعين عليها أن تخضع لدراسة التأثير على البيئة أي مشروع من المحتمل أن يسبب أضرراً للبيئة."<sup>379</sup>

عموما تعتبر الاستدامة والتأثير البيئي أحد أهم المعايير عند المقارنة بين الطاقة الشمسية وطاقة الرياح. تعتبر الطاقة الشمسية نظيفة ولا تنتج أي انبعاثات ضارة للغلاف الجوي، بينما يمكن أن يكون لطاقة الرياح تأثير بيئي بسبب الضوضاء وتأثيرها على الحياة البرية.

1. انعكاسات استراتيجية الطاقات المتجددة على البيئة

أ- في مجال التنقل المستدام

<sup>378</sup> التنقل المستدام : نحو وسائل نقل مستدامة ومتاحة، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، إحالة ذاتية رقم 2021/53، ص.10-12، <https://www.cese.ma/media/2023/09/pdf-التنقل-المستدام>

<sup>379</sup> توريينات الطاقة الريحية بالمغرب وأثارها على البيئة والإنسان والتنمية، مرجع سابق

تجدر الإشارة إلى أن التنقل المستدام يرمي إلى تحقيق الرفاه للمواطن، بفضل تحسين ممارسة حرية التنقل والحق في الولوج إلى الخدمات الاجتماعية الأساسية وإلى الشغل، وذلك عبر وسائل نقل ذات جودة وسهلة الولوج وأكثر احتراماً للبيئة.

ترتكز آفاق تطوير التنقل المستدام في المغرب على مبادرات واعدة، ومشاريع مهيكلية، وإمكانات ملموسة، وهو ما يسنح ببلورة توصيات ذات طبيعة استراتيجية وإجرائية ومصاحبة، والتي تشكل في هذا الشأن أداة توجيه ومساعدة بالنسبة للأطراف المعنية. من أجل مواكبة هذه التحولات العميقة، والانخراط في مسلسل تنفيذ أهداف التنمية المستدامة، وضع المغرب، الذي نظم مؤتمر الأمم المتحدة للأطراف (الكوب 22) بمدينة مراكش سنة 2016، العديد من المبادرات والاستراتيجيات الوطنية، في إطار مسلسل باريس للتنقل والمناخ، وذلك عبر اعتماد الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة، ومشروع خارطة طريق للتنقل المستدام، وهو ما يمثل التزاماً يعبر عن إرادة الدولة في الانخراط في مسار الاستدامة.<sup>380</sup>

ب - في خفض التكاليف الطاقية على المستوى الصناعي

يتجلى الدور الأساسي للطاقات المتجددة في ضمان إمداد نظام التنمية الحالي بمصدر موثوق ومستدام للطاقة، من خلال اعتماد قاعدة اقتصادية متنوعة تتيح إطالة أمد الاستثمارات القائمة على موارد كالنفط والغاز، وزيادة مساهمات القطاعات المتجددة في الناتج المحلي الإجمالي، والحفاظ على مكانة الدول في أسواق الطاقة العالمية وتعزيز نمو الاقتصاد الوطني.

في بداية سنة 2013، أطلقت الوكالة المغربية للنجاعة الطاقية، الحالات العامة للنجاعة الطاقية، كما نظمت اجتماعات وطنية تشاركية شاملة وشفافة، للمناقشة على نطاق واسع بهدف تطوير الرؤية الوطنية للنجاعة الطاقية في أفق 2030، قامت أيضاً بإعداد مخططات العمل المرتبطة بها سواء على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد.

تشكل الأنشطة الاقتصادية الطاقية عبر هذه الفحوصات المادة الأولى والمفيدة لوضع نظام تسيير الطاقة ISO 50001 الذي يمكن أن يحقق اقتصاداً طاقياً بنسبة تتراوح من 15% إلى 25% مع استكمالها بمقاييس محددة لتحقيق نسبة اقتصادية تتراوح ما بين 5 و 10%.<sup>381</sup>

تطرح مسألة استدامة النموذج الصناعي المغربي على المدى الطويل، إذا ما تم الاستمرار في انتهاج الإستراتيجية الحالية دون تحقيق تحول كبير لمحدداته الرئيسية، لا سيما من حيث التمكن من خلق تشكيلة جديدة من المنتجات وتطوير آليات الإنتاج. وفي مواجهة هذا الخطر، هناك

<sup>380</sup> التنقل المستدام : نحو وسائل نقل مستدامة ومتاحة، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، إحالة ذاتية رقم 2021/53، ص.10-12.

<https://www.cese.ma/media/2023/09/الاستدامة-المستدام/2023/09/الاستدامة-المستدام.pdf>

<sup>381</sup> النجاعة الطاقية في قطاع الصناعة، تم تصفح الموقع في 2024/02/15، ص. 36

<https://www.amee.ma/ar/النجاعة-طاقية-في-قطاع-الصناعة>

حاجة إلى دراسة العوامل البنوية التي تعرقل مسيرة المغرب نحو تصنيع أكثر اطراداً وإدماجاً واستدامة.

□ الاقتصاد الأخضر، حليف صناعة الغد:

تتطلب تحديات الانتقال الطاقوي، والتدبير الأمثل للموارد، والتحكم في مستوى التلوث، وتدبير النفايات وحماية التنوع البيولوجي والأنظمة البيئية تعديل منظومة الإنتاج ككل. ويتعين على القطاعات الصناعية أن تأخذ في الحسبان انعكاسات أنشطتها على البيئة والأرض والمستهلكين وأن تتحكم فيها. وينبغي أن تعتمد مقاربة جديدة تروم تعزيز الاقتصاد المادي والابتكار وتكفل ظهور قطاعات تنافسية جديدة.

يقترح المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي أن يتم تزويد المناطق الصناعية الكبرى منذ البداية بالطاقات المتجددة وتجهيزها بمعدات قادرة على معالجة النفايات الغازية والسائلة والصلبة.<sup>382</sup>

ج- في إنجاح نمذجة اقتصاد منخفض الكربون والحد من الانبعاثات

□ فهم بصمة الكربون وتأثيره

من منظور بيئي، تعد بصمة الكربون مؤشراً رئيسياً على العواقب البيئية للأفعال البشرية. بصمة الكربون لها آثار اقتصادية عميقة أيضاً. نظراً لأن الحكومات في جميع أنحاء العالم تنفذ سياسات لمكافحة تغير المناخ، فإن الصناعات التي تتبع منها مستويات عالية من غازات الدفيئة قد تواجه زيادة اللوائح والتكاليف.

بالنظر إلى المنظور الاجتماعي، يساعد فهم بصمة الكربون على زيادة الوعي بالمسؤولية الفردية والجماعية عن تغير المناخ. من خلال إدراك مساهماتنا الشخصية في انبعاثات غازات الدفيئة، يمكننا اتخاذ خيارات مستنيرة لتقليل تأثيرنا على البيئة. ويشمل ذلك تبني تقنيات موفرة للطاقة، وذلك باستخدام وسائل النقل العام أو السيارات بدلاً من القيادة بمفردها، ودعم مصادر الطاقة المتجددة، واستهلاك السلع المنتجة بشكل مستدام.

382 التقرير - تغيير النموذج المعتمد من أجل بناء صناعة دينامية في خدمة تنمية مطردة ومدمجة ومستدامة، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، إحالة ذاتية رقم 2017/30، 2017/11/29، ص. 124-125  
<https://www.cese.ma/media/2020/10/التقرير-تغيير-النموذج-المعتمد-من-أجل-بناء>



الشكل رقم 5 : نهج كلي للاستدامة البيئية

المصدر : <https://fastercapital.com/arabpreneur>

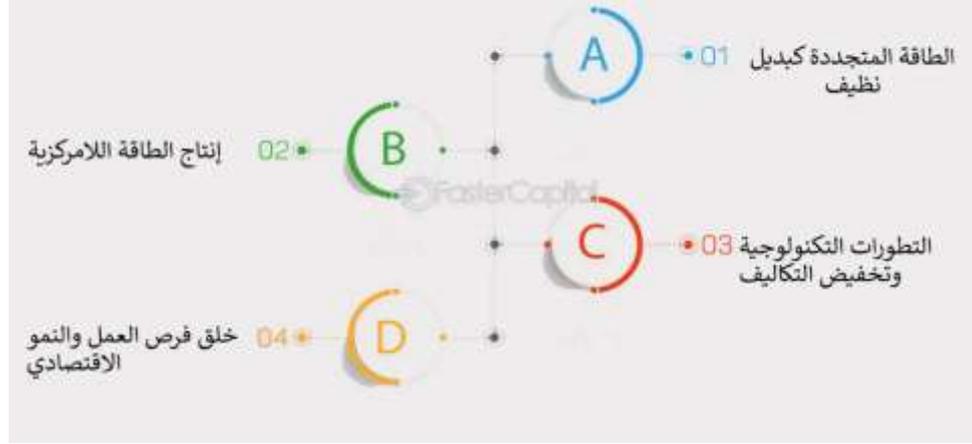
الانتقال من الوقود الأحفوري إلى مصادر الطاقة المتجددة هو حجر الزاوية في الاقتصاد الأخضر. من خلال الاستثمار في الطاقة الشمسية، والرياح، والطاقة المائية، والطاقة الحرارية الأرضية، يمكن للبلدان تقليل اعتمادها على إنتاج الطاقة كثيفة الكربون وتخفيف تغير المناخ. مثال، اتخذت الدنمارك خطوات كبيرة في اعتماد الطاقة المتجددة، حيث تمثل توربينات الرياح أكثر من 40 % من توليد الكهرباء.

□ دور الطاقة المتجددة في تقليل انبعاثات الكربون:

دور الطاقة المتجددة في الحد من انبعاثات الكربون هو جانب حاسم في الاقتصاد الأخضر. توفر الطاقة المتجددة، مثل الطاقة الشمسية والرياح والطاقة المائية والطاقة الأرضية، بديلاً مستداماً للوقود الأحفوري ويحمل إمكانات هائلة في كبح انبعاثات غازات الدفيئة. سنركز هنا على وجهات النظر المختلفة المحيطة بدور الطاقة المتجددة في تقليل انبعاثات الكربون، وتوفير رؤى وأمثلة لتسليط الضوء على أهميتها :

1. الطاقة المتجددة كبديل نظيف
2. إنتاج الطاقة اللامركزية
3. التطورات التكنولوجية وتخفيض التكاليف
4. خلق فرص العمل والنمو الاقتصادي

## دور الطاقة المتجددة في تقليل انبعاثات الكربون



الشكل رقم 6 : دور الطاقة المتجددة في تقليل الكربون

المصدر : موقع <https://fastercapital.com/arabpreneur>

تلعب السياسات الحكومية والتعاون الدولي دوراً حاسماً في تمكين الانتقال إلى اقتصاد منخفض الكربون. نظراً لأن العالم يتصارع مع تحديات تغير المناخ، فقد أصبح من الواضح بشكل متزايد أن الجهود المتضافرة مطلوبة على كل من المستويات الوطنية والعالمية للتخفيف من انبعاثات غازات الدفيئة وتعزيز التنمية المستدامة.<sup>383</sup>

### 2. انعكاسات مشاريع الطاقات المتجددة على التنمية المستدامة

إن هدف التنمية المستدامة رقم 7 وغاياته الخمس إنما تكمن في قلب أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر. إذا لم نبلغ هدف الطاقة فلسوف يصعب إلى حد كبير للغاية إتاحة الفرصة للحصول على رعاية صحية أو تعليمية جيدة، أو تحقيق مساواة الجنسين، أو خلق فرص العمل، أو تحقيق النمو أو ضمان الاستهلاك المستدام أو المقاومة الفعالة لتغير المناخ، مما يهدد بتقويض منجزات الأهداف جميعاً. كما أن الهدف السابع المذكور أعلاه يشكل عاملاً أساسياً بالنسبة لما يكاد يكون كل جانب من جوانب التنمية. ولهذا السبب فلا بد من أن يشكل النجاح هدفاً طليعياً نحتاج إلى أن نبلغ غاياته في موعد أبكر بكثير من عام 2030 من أجل أن نتهيأ شروط التمكين لتحقيق التقدم بالنسبة لسائر الأهداف.

انخرط المغرب في إنجاز مشاريع كبرى بهدف تنمية باقته الطاقية، وهو القرار الذي يعكس السياسة الطموحة للمملكة في القطاع الطاقى، ويعد قراراً سديداً ستكون له من دون شك آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني. وفي هذا السياق من التنمية التي تراعي البيئة، من الهام التأكيد على الملح

<sup>383</sup> بصمة الكربون: تقليل بصمة الكربون: دور الاقتصاد الأخضر،

<https://fastercapital.com/arabpreneur/html-بصمة-الكربون-تقليل-بصمة-الكربون-دور-الاقتصاد-الأخضر>

الاستراتيجي لخيار إنتاج الطاقة النظيفة في أفق مواكبة النمو الاقتصادي المطرد وتعزيز الاستقلال الطاقوي للبلاد في الأجل المنظور.

يوصل المغرب استيراد قسط كبير من حاجياته الطاقوية، ويظهر في الوقت ذاته عزيمة قوية من أجل تعزيز بنياته التحتية خاصة في القطاعات ذات الأولوية. ويفسر طموح المملكة لتغيير هذا الوضع، حرصها على عدم ادخارها أدنى جهد في تعبئة الوسائل من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتقليص الفاتورة الطاقوية وتقليص الاعتماد على الخارج في هذا المجال.

كما أن نقل التكنولوجيا سيمكن أيضا من تنمية هذا المجال لجعله محورا في قطاع الطاقات المتجددة بالمغرب. فبورزازات مثلا، تطور الوكالة المغربية للطاقة المتجددة مع شركائها، 4 محطات شمسية، ويتعلق الأمر بـ "نور 1" (دخلت حيز الخدمة منذ 2016)، و "نور 2 و 3 (في طور البناء)، ونور 4 التي أطلق جلالة الملك أشغالها في أبريل 2017.

مما لا شك فيه، سيكون لمشاريع الطاقات المتجددة أثر استثنائي، إن على الجهات التي توجد بها أو على سائر الاقتصاد الوطني. وإضافة إلى إسهامها في تعزيز تموقع المغرب كعملاق طاقي ومنتج عالمي للطاقة النظيفة، فإن الآثار الإيجابية المتوقعة أن تفرزها هذه المشاريع تفسر لماذا يمثل قطاع الطاقات المتجددة خيارا مستقبليا ومنطقيا للنجاح.<sup>384</sup>

1- حلول الطاقات المتجددة في مجال السياحة المستدامة

شكل العام 2015 عاماً مفصليا في ما يخص التنمية على الصعيد العالمي، حيث أن الحكومات قد اعتمدت خطة التنمية المستدامة لعام 2030 إلى جانب أهداف التنمية المستدامة. خصوصا الأهداف 8، 12، و 14 التي تتعلق تباعاً بالنمو الاقتصادي الشامل والمستدام، والاستهلاك والإنتاج المستدامين، والاستخدام المستدام للمحيطات والبحار والموارد البحرية.

في المغرب، وفي إطار «مشروع الاستهلاك والإنتاج المستدامين من أجل اقتصاد منخفض الكربون في قطاع السياحة»، أجرى القطاع الحكومي المكلف بالسياحة دراسة، تهدف تحديد كمية انبعاثات غازات الاحتباس الحراري للقطاع على مستوى مدينة مراكش، بهدف تقييم هشاشة القطاع أمام التغيرات المناخية، وتحديد إجراءات التخفيف الملائمة وطنيا على مستوى قطاع السياحة.

لتجسيد هذا الطموح على أرض الواقع، من خلال ترصيد المبادرات التي تم اتخاذها للنهوض بالسياحة الوطنية، المستخلصة من التجارب الدولية، يقترح المجلس جملة من التوصيات بخصوص محور السياحة المستدامة والمسؤولة:

<sup>384</sup>الطاقات-المتجددة-رافعة-من-أجل-التنمية، 2018/07/19، تم تصفح الموقع في 2020/06/23،  
<https://mapecology.ma/ar/slider-ar/> /الطاقات-المتجددة-رافعة-من-أجل-التنمية

1- تفعيل الميثاق المغربي للسياحة المستدامة، بما يضمن الالتقائية بين المسؤوليات المنوطة بالفاعلين المعنيين، وتعزيز جاذبية الجهات وترسيخ التماسك الاجتماعي؛  
2- الاستثمار في تطوير معايير الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية في جميع المجالات (حقوق الإنسان، النقل، الاقتصاد، وغيرها) وبالنسبة لجميع الفاعلين في سلسلة القيمة، لا سيما الفاعلون الصغار؛

3- اعتماد مقارنة «سياحة 365 يوما». وترتكز هذه المقاربة على تطوير فروع جديدة لا ترتفع بشكل كبير بالظروف المناخية وموجهة نحو معايير أداء نوعية، كالمداخيل من العملة الصعبة ومتوسط مدة الإقامة.<sup>385</sup>

ب- مساهمة الطاقات المتجددة لإنجاح الانتقال نحو المدن المستدامة  
إن مفهوم المدن الخضراء أو المستدامة، يحيل إلى الخصائص والمعايير الواجب توفرها لتحقيق الاستدامة والتنمية المستدامة. وبالنظر إلى كون المدن تستهلك كميات كبيرة من الموارد الطبيعية بفعل تنامي الطلب عليها كالطاقة والماء وتطرح النفايات وتتسبب في تلوث الهواء، فقد باتت من الضروري تطوير المدن وتحويلها لتصبح خضراء ومستدامة. كما أن المدن التي تعتمد خطط عمل لا يدخل المناخ ضمن أولوياتها بسبب نقص البيانات والمعدات، تتسم بارتفاع معدل انبعاثات الغازات الدفيئة، وتبين خلال العقد الماضي أن تغير المناخ يؤثر تأثيرا شديدا على العديد من المدن في العالم نظرا للارتفاع المتزايد لانبعاثات الغازات الدفيئة خاصة ثاني أكسيد الكربون.  
كما أن تطور المدن أصبح رهينا بربط التنمية المستدامة بها. فأحداث مدن تحترم معايير التنمية المستدامة وربط التنمية الحضرية والسياسات ذات الصلة بأهداف التنمية المستدامة، خاصة الهدف 7 (طاقة نظيفة وبأسعار معقولة)؛ والهدف 11 (مدن ومجتمعات محلية مستدامة)؛ والهدف 12 (الاستهلاك والانتاج المسؤولان)؛ والهدف 13 (العمل المناخي)، أصبح أولوية رئيسية، خاصة في البلدان النامية.

يستلزم تطوير المدن الخضراء الفهم الشامل لخصائص المدينة الخضراء، مثل: أ) النقل النظيف والذكي؛ ب) المباني الخضراء والذكية؛ ج) الطاقة المتجددة؛ د) إدارة المياه وإعادة تدويرها؛ هـ) إدارة النفايات وإعادة تدويرها؛ و) الادارة المستدامة للأراضي ومن الضروري كذلك عند تحويل المدن الحالية إلى مدن ذكية مراعاة التدابير الخضراء لتطبيق التكنولوجيات الجديدة والابتكار، مع استخدام أدوات متينة لإنشاء مدن خضراء ومستدامة وقادرة على التكيف.<sup>386</sup>

ج- نجاعة مشاريع الطاقات المتجددة في تحقيق التنمية القروية المستدامة

<sup>385</sup> السياحة، رافعة للتنمية المستدامة والإدماج من أجل استراتيجية وطنية جديدة للسياحة، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، ص. 28-30،  
إحالة ذاتية رقم 2020/52، pdf. <https://www.cese.ma/media/السياحة/09/2023/>  
<sup>386</sup> وثيقة توجيهية حول المدن الخضراء ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، المؤتمر الإسلامي السابع لوزراء البيئة، ص. 6، 11،  
pdf. [https://www.ksaaem.org/wp-content/uploads/وثيقة\\_توجيهية\\_حول\\_المدن\\_الخضراء/](https://www.ksaaem.org/wp-content/uploads/وثيقة_توجيهية_حول_المدن_الخضراء/)

منذ سنوات الستينيات، تم إطلاق العديد من المشاريع «المندمجة» من أجل تنمية العالم القروي. كما جرى إطلاق برامج قطاعية خاصة هدفها سد أشكال النقص الحاصل في مجال البنيات التحتية والولوج إلى الخدمات الأساسية. وجرى أيضا مباشرة جملة من الإصلاحات تهم التخطيط الاستراتيجي وإطار الحكامة ورافعات تمويل مشاريع تنمية المجال القروي والمناطق الجبلية.

أدى ذلك إلى استمرار أوجه الخصائص على المستويات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وتفاوتات بين مكونات المجال الترابي الواحد، وفي ما بين المجالات الترابية، مما ساهم في بقاء هذه المناطق في حالة من العزلة والنقص في التجهيز تعوق نماءها.

اعتبر المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي أنه من المهم العمل على استعراض الوضع الراهن لتنمية المناطق الجبلية؛ تقييم مختلف الإشكاليات الناجمة عن السياسات العمومية المنجزة في هذه المناطق؛ واقتراح توصيات ذات بعد استراتيجي وآليات عملية من أجل تنمية هذه المناطق.

يعتبر قطاع السياحة الجبلية قطاعا واعدا، لكنه لا يحظى بالقدر الكافي من التثمين. السياحة في المغرب لا تزال معتمدة بشكل أساسي على السياحة الشاطئية والمواقع التاريخية، فالمناطق الجبلية باتت تقرض نفسها بشكل متزايد كمناطق سياحية ذات إمكانات واعدة. علاوة على ذلك، لم يتم لحد الآن تثمين المنتجات الفلاحية ومنتجات الصناعة التقليدية المحلية، ولا إدماجها بالقدر الكافي كعنصر مكمل للعرض السياحي المحلي.

أمام هذا الوضع تم إعداد استراتيجية للعالم القروي والمناطق الجبلية. وجرى تشكيل لجنة وزارية دائمة لتنمية المجال القروي والمناطق الجبلية تتألف من 17 قطاعا وزاريا من أجل تدبير هذه الاستراتيجية، أنيطت أعمال السكرتارية الدائمة للجنة بوزارة الفلاحة والصيد البحري.

## خاتمة :

استطاعت استراتيجية الطاقات المتجددة حل المشكلة الطاقية بالمغرب إلى حد كبير، حيث يمكن الرصيد الطاقى من هذه الطاقات من تلبية حاجيات جد مهمة من حجم الاستهلاك الوطني، بالإضافة إلى الحد من الانبعاثات الغازية.

ستشكل المشاريع في طور الإنجاز، بدورها وفترة جد مهمة للانتقال بالمغرب نحو التحول الطاقى، كما أثبتت الأسئلة التي طرحناها، أن الطاقة المتجددة فاعل أساسي في الاقتصادات الدولية. المغرب بدوره استفاد بشكل كبير من هذه التجربة الناجحة، حيث أن المزيج الطاقى بالمغرب ساهم بشكل فعال في تلبية حاجيات طاقية مهمة، كما ساهم في وضع خريطة الطريق أمام تشكيل برامج لتحقيق التنمية المستدامة.

انخفضت التبعية الطاقية للمغرب إلى مستوى 88 في المئة، ما مكنه من تفادي استنزاف موارده المالية، والحفاظ على البيئة، والمشاريع المقبلة ستجعل من المغرب دولة مصدرة للكهرباء النظيفة في العقد المقبل. وفي إطار سعي المغرب لتحقيق تنمية مستدامة وفقا لاستراتيجية 2030، فإن الدراسة أكدت أن المغرب استطاع مواكبة التحول من خلال الطاقة المتجددة لتحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة بالمغرب.

كما أن تخطيط المغرب لمراجعة وسائل العمل الاستشرافية لاستراتيجية التنمية المستدامة، وتضمينها توصيات اللجنة الخاصة بالنموذج التنموي الجديد ستشكل لا محالة حافزا قويا لتحسين أدائها في أفق 2035.

يمكن القول إن استراتيجية الطاقات المتجددة آلية فعالة وناجعة، والمغرب بتبنيه أورش طاقية نظيفة، كما عملت الاستثمارات الأجنبية التي كان لها الأثر الكبير والداعم الأساسي لإنجاح هذه التجربة، إضافة إلى تنزيل استراتيجية النجاعة الطاقية مواكبة لاستراتيجية الطاقية بالمغرب، ساهم في توجيه القطاعات المستهلكة للطاقة كقطاع النقل والبناء والصناعة لضمان استدامتها، وتحفيزها نحو تشكل البديل الأمثل لمحاربة آفة التلوث، والدعم الحقيقي لترسيخ التنمية المستدامة بالمغرب، والحفاظ على توازن النظام البيئي ككل.

بالتالي فإن إحداث التحول الشامل من الاقتصاد التقليدي نحو اقتصاد متجدد (أخضر)، تطبق فيه النمذجة الاقتصادية والتحليل القطاعي، بما يبين بوضوح أن الاستثمارات في القطاعات التي تعتمد على الطاقات المتجددة يمكن أن تدفع عجلة النمو الاقتصادي، تؤدي في المستقبل إلى الازدهار، وتوفير فرص الشغل والحد من الفقر مع تفادي المشاكل البيئية.

إضافة إلى ذلك، إن انخراط المغرب في ظل التزامات دولية في أفق صفرية الكربون بحلول سنة 2050، تبين أنه ممكن التحقيق، رغم أن الطريق ما زال طويلا وأن العقبات تظهر من حين لآخر

أمامه، لكسب رهانات البيئة والتنمية المستدامة من خلال الطاقات المتجددة، فالانتقال الطاقى سيتطلب نفسا طويلا لكافة الفاعلين لتثمر هذه الجهود وتحقيق النتائج الكبرى.

لائحة المراجع :

الكتب والتقارير :

- الإسكوا، "تطبيقات الطاقة المتجددة في المناطق الريفية-رافد أساسي من روافد التنمية المستدامة" كتيب صادر بالمؤتمر الإقليمي بالمملكة المغربية حول "الطاقة المتجددة والتنمية المستدامة بمنطقة الإسكوا"،
- مجد جرعلي، "أهمية اعتماد الطاقة المتجددة ودورها في المحافظة على صحة الإنسان والبيئة"، موقع دراسات خضراء،
- كورنيليوس ماتيس، فاليريا أروفو، لويس ريتي برادو، تر. نهى فؤاد خليفات، "تحديات وفرص إنتاج الهيدروجين الأخضر وتصديره من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا إلى أوروبا"، تقرير موجه إلى مؤسسة فريدريش إيبيرت،
- هارت ديفيد، مستقبل الطاقة: هل نتجه نحو الاقتصاد الهيدروجيني؟، المخاطر والغموض في أسواق الطاقة العالمية المتغيرة، الانعكاسات على منطقة الخليج العربي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية،
- شحاتة حسن أحمد، "التلوث البيئي ومخاطر الطاقة"، مكتبة الدار العربية للكتاب،
- الخياط محمد مصطفى محمد، الطاقة: مصادرها، أنواعها، استخداماتها.
- السياحة، رافعة للتنمية المستدامة والإدماج من أجل استراتيجية وطنية جديدة للسياحة، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي،
- مجموع المذكرات الموضوعاتية والرهانات والمشاريع المقترحة في إطار النموذج التنموي الجديد، القسم الثاني - محاور عرضانية.
- محمد فهد بن سلطان، "الطاقة الشمسية - الجزء الأول" مجلة العلوم والتقنية، عدد 34، سبتمبر 1995، تصدرها مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، المملكة العربية السعودية.
- عبد العزيز بنونة، رشيد بنشريف، إدريس زجلي، مدخل إلى الطاقة، معهد الدراسات والأبحاث للتعريب جامعة محمد الخامس السويسي،
- وثيقة توجيهية حول المدن الخضراء ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، المؤتمر الإسلامي السابع لوزراء البيئة،
- . القرآن الكريم، سورة يونس، آية 5
- الطاقات-المتجددة-رافعة-من-أجل-التنمية،
- بصمة الكربون: تقليل بصمة الكربون: دور الاقتصاد الأخضر،

- التقرير- تغيير النموذج المعتمد من أجل بناء صناعة دينامية في خدمة تنمية مطردة ومدمجة ومستدامة، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي،
  - النجاعة الطاقية في قطاع الصناعة، الوكالة المغربية للنجاعة الطاقية
  - التنقل المستدام : نحو وسائل نقل مستدامة ومتاحة، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي،
  - النقل باستخدام المركبات الكهربائية يغير قواعد اللعبة في قطاعي الطاقة والنقل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بول نومبا أم، أشوك سركار، ديكسون إيفاه،
- النصوص القانونية :

- قرار 2138.22 لوزيرة الانتقال الطاقية؛ الذي تم نشره في الجريدة الرسمية 7129 بتاريخ 26 شتنبر 2022،
- القانون الإطار رقم 12-99، بمثابة ميثاق وطني للبيئة والتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية عدد 6240، بتاريخ 20 مارس 2014

المقالات :

- تثمان "طاقة الكتلة الحيوية" يحتاج استثمار 4.3 ملايين درهم بالمغرب، موقع هسبريس
- حمزة ودغيري، توريينات الطاقة الريحية بالمغرب وآثارها على البيئة والإنسان والتنمية، موقع شبكة العمل المناخي في العالم العربي أو "كاناو"
- مشاريع الطاقات المتجددة.. إقلاع طاقي يرتقي بالمغرب إلى مصاف الدول المتقدمة
- مفاتيح التنمية،

الأطروحات والرسائل:

- عبد السلام الصالحي، الطاقات المتجددة ورهانات التنمية المستدامة بالمغرب- مثال إقليم القنيطرة، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، القنيطرة،
- حمزة جعفر، "آليات تمويل وتنمية مشاريع الطاقة المتجددة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 1، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر،
- زواوية حلام، "دور اقتصاديات الطاقات المتجددة في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدول المغاربية - دراسة مقارنة بين الجزائر، المغرب وتونس"، رسالة لنيل الماستر، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس - سطيف- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر،
- المراجع الأجنبية :

Banque Africaine de Développement (2014), Projet de centrale thermo-solaire d'Ain Béni Mathar, Rapport d'achèvement, Département ONEC Janvier  
Renewable Energy Policy Network for the 21st Century (REN21), RENEWABLES 2017 GLOBAL STATUS REPORT, REN21, PARIS,

أشكال وصور :

- موقع المغرب (مجال الدراسة)
- القدرات المائية المضافة في أعلى ستة دول العالم
- مشاريع الطاقات المتجددة المركبة بالمغرب
- مواقع استغلال الطاقة الشمسية بالمغرب
- المحطات الريحية المنجزة
- المحطات الكهرومائية بالمغرب
- نهج كلي للاستدامة البيئية
- دور الطاقة المتجددة في تقليل الكربون

المواقع الإلكترونية:

<http://green-studies.com/2011/11>

<http://kenanaonline.com/users/abdooo20092009/posts/132331>

<https://www.maroc.ma/ar/content/الاستراتيجية-الوطنية-للتنمية-المستدامة>





