

الحكمة

لدراسات الإعلامية والإتصالية

مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة
تعنى بالبحوث العلمية في مجال علوم الاتصال والإعلام بكل
تخصصاته



العدد الثاني عشر
السداسي الثاني (جويلية - ديسمبر) 2017



رئيس التحرير

مدير التحرير

الدكتور: محمد الفاتح حمدي

الاستاذ الدكتور: عبد القادر تومي

هيئة التحرير العلمية

- | | |
|---|--------------------------------|
| -أ.د. السعيد بومعيزة- البليدة | -أ.د. فضيل دليو- قسنطينة |
| -أ.د. وحيدة سعدي- عنابة | -أ.د. صالح بن نوار- أم البواقي |
| -أ.د. راجح الصادق. دبي-الإمارات العربية المتحدة | -أ.د. عبد الحق بن جديد- عنابة |
| -أ.د. شريف درويش اللبان- القاهرة | -أ.د. فضة عباسي - عنابة |
| -أ.د. مرفت محمد كامل الطرابيشي - مصر | -د. عبد القادر قروني- عجمان |
| -أ.د. محمود إسماعيل - مصر | -أ.د. محمد قيراط- قطر |
| -د. امل نبيل بدر - دبي الامارات العربية المتحدة | |

الجمع و التصفيف و الاخراج

محمد عمارة

الإيداع القانوني: 2013-5129

جميع الحقوق محفوظة

تصدر عن مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع
العنوان: حي المجاهدين رقم 22 بن عكنون - الجزائر

الهاتف : 0556 01 36 02

el hikma.media@gmail.com

kounouzelhikma@yahoo.fr

www.kounouzelhikma.net.dz

الهيئة العلمية المشرفة على مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية

اسم ولقب الباحث	الجامعة
1. أ.د. فضيل دليو	منتوري قسنطينة-الجزائر
2. أ.د. صالح بن نوار	أم البواقي-الجزائر
3. أ.د. محمد قيراط	قطر
4. أ.د. كمال حميدو	قطر
5. أ.د. وحيدة سعدي	عنابة-الجزائر
6. أ.د. فضة بصلي عباسي	عنابة-الجزائر
7. أ.د. السعيد بومعيزة	الجزائر 3
8. د. بدر الدين زواقة	باتنة -الجزائر
9. د. سميرة سطوطاح	عنابة-الجزائر
10. د. الصادق رايح	دبي-الإمارات العربية المتحدة
11. د. عبد العزيز السيد عبد العزيز	مصر
12. د. محمد علي الأصفر	الزيتونة -ليبيا
13. د. عوض هاشم	البحرين
14. د. عبد الكريم العجمي حسين الزباني	البحرين.
15. د. محمد أحمد فياض	الإمارات للتكنولوجيا -أبوظبي
16. د. جاب الله محمد حسن	Texas Southern University
17. د. هبة أحمد صالح الديب	الإمارات للتكنولوجيا - أبوظبي
18. نادية إبراهيم أحمد علي	السودان
19. د. نصر الدين عبد القادر عثمان علي	عجمان -الإمارات العربية المتحدة
20. د. هاشم احمد نعيمش الحمامي الزوبعي	الأردن
21. د. ميرفت الطرابيشي	مصر
22. د. محمد حميد صالح	اليمن
23. د. لطيفة علي الكميثي	طرابلس
24. د. خزيم سالم علي الخالدي	العين- الإمارات العربية
25. د. ليلى فلالي	الأمير عبد القادر-الجزائر
26. د. عبد الحق بن جديد	عنابة-الجزائر
27. د. رقية بوسنان	الأمير عبد القادر-الجزائر
28. د. ياسين قرناني	سطيف-الجزائر
29. د. أحمد فلاق	الجزائر 3
30. د. رشيدة سبتي	الجزائر 3
31. أ.د. نبيلة بوخبرة	الجزائر 3

قواعد النشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدمة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال مثل المتبعة في المجلات إعلامية عالمية: (Journalism studies, Journalism and mass communication Quarterly). الخ. ويلقى البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد تعديلات طفيفة، أو قبول بعد تعديلات جوهرية، أو الرفض. كما أن البحوث المرسلة إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر.

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدمة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال. ويلقى البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد تعديلات طفيفة، أو قبول بعد تعديلات جوهرية، أو الرفض. كما أن البحوث المرسلة إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر التالية.

- ألا يزيد حجم النص على 20 صفحة كحد أقصى، وأن لا يقل على 15 صفحة كحد أدنى، على ورق (A4)، بحجم 16 TraditionalArabic

للنصوص في المتن، و12 في الهامش مع ترك مسافة 1.5 بين السطور. وللمجلة أن تلخص أو تختصر النصوص التي تتجاوز الحد المطلوب.

- أن يصحب المقال بملخص بلغة غير لغة نص المقال (فرنسية أو انجليزية) في حدود (150-200 كلمة) - لا ينشر المقال دون الملخص والكلمات الدالة. --- يرجى من الكاتب إرسال ملخص عن سيرته الذاتية مع صورة إلكترونية حديثة خاصة بصاحب المقال.

- المجلة غير ملزمة بإعادة النصوص إلى أصحابها نشرت أم لم تنشر، وتلتزم بإبلاغ أصحابها بقبول النشر، ولا تلتزم بإبداء أسباب عدم النشر. تحتفظ المجلة بحقها في نشر النصوص وفق خطة التحرير ورقيا وإلكترونيا وحسب التوقيت الذي تراه مناسبا.

- لا تتبنى المجلة اتجاها أيديولوجيا محددا، ولا تخضع لقيود غير قيود العلم ومعاييره الأخلاقية. لذلك فالنصوص التي تنشر في المجلة تعبر عن آراء كتابها، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.

تنشر المجلة ما يلي

أولاً: البحوث الميدانية والبحوث النوعية التحليلية أو الفكرية:

يورد الباحث مقدمة يمهّد فيها لمشكلة البحث وأُسئلته مبيناً فيها أهميته وقيّمته في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومتراصة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجيهات، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.

- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي (الجامعة التي يعمل بها) وبريده الإلكتروني بعد عنوان البحث مباشرة.

- إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الإمبريقية):

- مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزء منها ومندمجة في جسم المقدمة أي بدون عنوان مستقل. - مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها أو فرضياتها. - أهمية الدراسة. - محددات الدراسة. - التعريف بالمفاهيم أو المصطلحات. - تحديد منهج الدراسة. - تحديد مجتمع الدراسة وعيّنته. - تحديد أدوات جمع البيانات واختبار صدقها وثباتها.

- عرض نتائج الدراسة ومناقشتها. - تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في النص وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية أسفلها. - تذكر الهوامش آخر المقال وترقم داخل المتن. - تذكر قائمة المصادر والمراجع مرتبة هجائياً حسب اسم الشهرة ووفق نظام (APA) في آخر البحث. - ترسل الأبحاث أو الدراسات عبر البريد الإلكتروني للمجلة

أولاً: البحوث الميدانية (الإمبريقية):

يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومبرراته ومدى الحاجة إليه، ثم يحدد مشكلة البحث، ثم يعرض طريقة البحث وأدواته، وكيفية تحليل بياناته، ثم يعرض نتائج البحث ومناقشتها والتوصيات المنبثقة عنها، وأخيراً يثبت قائمة المراجع.

ثانياً: البحوث النوعية التحليلية أو الفكرية:

يورد الباحث مقدمة يمهّد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيّمته في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومتراصة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهّد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجيهات، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.

01- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي (الجامعة التي يعمل بها) وبريده الإلكتروني بعد عنوان البحث مباشرة.

02- إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الإمبريقية):

- مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزءاً منها ومندمجة في جسم المقدمة أي بدون عنوان مستقل.

- مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها أو فرضياتها.

- أهمية الدراسة.

- محددات الدراسة.

- التعريف بالمفاهيم أو المصطلحات.

- تحديد منهج الدراسة.

- تحديد مجتمع الدراسة وعينته.

- تحديد أدوات جمع البيانات واختبار صدقها وثباتها.

- عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

03- تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في النص وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية أسفلها.

04- تذكر الهوامش آخر المقال وترقم داخل المتن.

05- تذكر قائمة المصادر والمراجع مرتبة هجائياً حسب اسم الشهرة ووفق نظام (APA) في آخر البحث.

06- ترسل الأبحاث أو الدراسات عبر البريد الإلكتروني الحالي: Elhikma.media@gmail.com

الافتتاحية

08

الدكتور: محمد الفاتح حمدي- جامعة جيجل- الجزائر

11

دور الاتصال في معالجة مشكلات التنمية

د/مفيدة طائر -جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3

27

مدخل للإعلام الخيري .. المفهوم والدور

أ/ مباركي ابتسام -جامعة أبوبكر بلقايد – تلمسان

40

الصحافة المكتوبة الجزائرية في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية

رسالة احتراف أم توجه نحو الإثارة

أ/ خولة بحري -جامعة الجزائر 03

55

دور الإدارة الالكترونية في تحقيق فاعلية التسيير بالمؤسسة

أ/ مصباحي العطرة- جامعة لونيدي علي البلدية 2

أ/ مصباحي سناء - جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس

69

العنف في الصحافة الجزائرية المكتوبة- دراسة تحليلية ليوميات

الشروق اليومي والخبر والنصر

أ/ مسعود بوسعيدية - جامعة جيجل

88

علاقة وسائل الإعلام بالجمعيات في الجزائر بين الوجود والغياب

والتغيب

أ/ هاجر لعروسي - جامعة الجزائر 3

102

تأثير الخصائص الاجتماعية والديموغرافية على بعض الممارسات

الثقافية والاجتماعية المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي دراسة ميدانية

بمدينة باتنة

د/ العكروف علي - جامعة باتنة 1

120

برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية والاعتراب الثقافي... أية

علاقة؟

أ/ سامية قرابلي -جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل

141	الإعلام الجديد كمجال لانتعاش الفضاء العمومي في الدول العربية أ/ تسعديت قدوار - جامعة مولود معمري (تيزي وزو)
158	الحقوق الأساسية للصحفي الجزائري في القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام الأستاذ: ثابت مصطفى - جامعة قاصدي مرباح ورقلة
174	اليقظة التكنولوجية في المؤسسة الإعلامية الحديثة: التمثلات والفعالية أ/ صحراوي أسماء- المدرسة الوطنية العليا للصحاف وعلوم الإعلام، الجزائر أ.د/ بوعجيمي جمال - جامعة الجزائر3
187	استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أ/ إيمان سكور - جامعة الجزائر3
197	انواع البحوث في علوم الاعلام والاتصال أ/ عكروت فريدة - جامعة عبد الحميد ابن باديس - الجزائر
210	مهارات الاتصال والتواصل دعائم أساسية لفعالية العمل الجماعي أ/ ساحي على - جامعة عمارثليجي الاغواط د/ بكاي رشيد - جامعة عمارثليجي الاغواط
232	الإعلام و الحراك الثوري العربي أ/ نوازي دبي - جامعة باتنة 1
243	موقع وسائل الاعلام من الوقاية من ظاهرة الجريمة أ/ يمينة بلغول - جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر

الافتتاحية

بقلم / د. محمد الفاتح حمدي.

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-

أتحدث هذه المرة في منبر مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية عن مكانة الجامعة الجزائرية داخل المجتمع، لأن حالها اليوم لا يبشر بالخير في ظل ما نراه من مظاهر وسلوكيات لا علاقة لها بالعلم والمعرفة. فالوضع داخل الجامعة يحتاج إلى تكاثف الجهود لمعالجة الخلل والوقوف على مختلف المشاكل، ولهذا يجب علينا أن نطرح العديد من الأسئلة حول طبيعة الأزمة التي تعاني منها الجامعة الجزائرية في السنوات الأخيرة.

هل المشكل في الطالب الجامعي أو في التكوين الذي يتلقاه داخل الجامعة؟ لماذا أصبح الطالب الجامعي همه الوحيد الحصول على الشهادة؟ لماذا أصبح طلب العلم والمعرفة ليس من أولويات الطالب الجامعي؟ أسئلة كثيرة تتبادر إلى الذهن وأنا أكتب هذه الكلمات؟ لأنني قبل كل شيء أنا أستاذ بالجامعة الجزائرية، وقد كنت بالأمس طالباً جامعياً بها.

لم يعد الطالب الجامعي ذلك الطالب الشغوف لطلب العلم والمعرفة والحصول على المراتب العليا في دفعته، والبحث عن الأفضل لبناء مستقبله، فكل المؤشرات تدل على أن الطالب الجامعي في عصرنا هذا يريد الحصول على الشهادة بكل الطرق والبحث عن منصب عمل في وقت قصير ودون بدل الكثير من الجهد والوقت. بين الماضي والحاضر هناك هوة كبيرة لا يمكن تغطيتها بسهولة، الطالب في السنوات الماضية كان

همه الوحيد من دخول أبواب الجامعة الجزائرية لأجل التكوين والتدريب والحصول على المعارف قدر المستطاع، ولو كلفه ذلك الكثير من الجهد والوقت والمال، فكانت الأسرة تسعى جاهدة لأجل توفير المناخ المناسب للدراسة، رغم الظروف الاجتماعية والاقتصادية المزرية التي كانت تعيشها أغلب الأسر الجزائرية، ورغم تلك الظروف القاسية التي يمر بها الطالب إلا أنه كان يدرك المعاناة التي كان يمر بها لأجل تكوين مستقبله وتحقيق طموحاته، فكانت النتيجة تكوين جيل ذهبي من النخبة الذين ساهموا بشكل كبير في بناء المجتمع الجزائري.

لست هنا بصدد عقد مقارنة لأن لكل فترة لها ظروفها وخصائصها، ولكن فيه بعض الأمور يجب أن يحافظ عليها الطالب الجامعي عبر مر العصور والأزمان، فلا يمكن تصور طالب بدون أخلاق داخل مدرجات الجامعة، لأن ما يحصل حاليا داخل أسوار الجامعة أثبت بأن فيه نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين ساهموا بشكل كبير في تشويه صورتهم داخل المجتمع، فلم تعد الأخلاق والتربية والاحترام وحب العلم والمعرفة والطموح القيم الغالبة في محيط مؤسسات التعليم العالي، وإنما حدث تشوه كبير لهذه القيم، أو بالأحرى حدث تدحرج كبير للقيم النبيلة، فأصبحنا نسمع بأن الطالب الجامعي همه الوحيد النجاح والحصول على الشهادة بأي طريقة كانت، وهذا الوضع الذي وصلت له الجامعة الجزائرية من التقهقر العلمي يتطلب النهوض قبل فوات الأوان، لأن بذور الخير لا تزال موجودة داخل أسوار الجامعة وما علينا سوى وضع إستراتيجية محكمة لإعادة تأهيل الطالب الجامعي، وإعطاء المكانة التي يستحقها الأستاذ الجامعي لإعادة تفعيل كل الآليات التي يمكن من خلالها تكوين جيل من الطلبة على مستوى عالي من الأخلاق والمثابرة والاجتهاد وحب العلم والمعرفة، والعمل على إعادة تأهيلهم بمختلف الطرق.

فالجامعة الجزائرية تحتاج إلى قفزة نوعية على كل المستويات، وهذا يتطلب خلق نوع من المشاركة الفعالة بين الطالب والأستاذ وباقي المؤسسات الأخرى، والابتعاد عن سياسة التهميش والإقصاء والبيروقراطية، ووضع معايير علمية على أساسها يتم تكوين وقبول الطلبة داخل الجامعة الجزائرية، كما أن الأستاذ الجامعي يحتاج إلى مزيدا من الاهتمام من قبل الجهات الوصية لأجل الاستفادة من جميع قدراته الفكرية، لأن انشغاله بأمور هامشية قد تعرقل مساره العلمي والعملية وهذا ينعكس سلباً على مستوى الطالب الجامعي.

الجامعة الجزائرية والطالب الجامعي الجزائري عملة نادرة داخل الوطن العربي، مهما قدمنا من نقد لمستوى لطالب الجامعي الجزائري إلا أنه يبقى يحمل في أعماقه حب الطموح والاجتهاد والمثابرة والعمل والنشاط، فعندما تتوفر له قليل من الإمكانيات المادية تجده يبذل في كل المجالات ويثبت بأن له من القدرات الفكرية ما ينافس بها الآخرين على المستوى العالمي. الشيء الوحيد الذي يحتاجه الطالب الجامعي الجزائري في عصرنا الحالي، يتمثل في الاهتمام به والعمل على تشجيعه وإعطائه الفرصة للإبداع والنشاط، فعندما يجد الجو المناسب سيقدم لك الكثير، ويهرك بإنجازاته. وهذا ما نسعى له حالياً داخل الجامعة الجزائرية مع الجيل الجديد من الأساتذة في مختلف التخصصات العلمية.

وتبقى مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية منبرا علميا نسعى من خلاله خدمة الطالب الجامعي وتقديم له مختلف الأبحاث العلمية الجادة، التي تساعد في تكوينه المستمر عبر مختلف الأطوار.

رئيس التحرير.

دور الاتصال في معالجة مشكلات التنمية

د/مفيدة طاير

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3

الملخص :

تعرف التنمية مشكلات عديدة بدأ من بناء الاستراتيجيات ومخططات التنمية إلى عملية التنفيذ. أي أنها تبدأ من الفرد وتنتهي إليه، وعيه يشكل الفرد عنصرا مركزيا في التفاعل مع التنمية، لكنه أيضا يساهم في مشكلاتها، حيث أن تحقيق التنمية تمر عبر تغيير العقلية وتكريس ممارسات جديدة تتفاعل بشكل إيجابي مع متطلبات التنمية. وعليه يلعب الاتصال دور أساسي في التعامل مع هذه المشكلات. من خلال هذا المقال سنحاول توضيح دور الاتصال في معالجة مشكلات التنمية.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، التنمية، الثقافة التنموية

Abstract:

Development is defined by many problems ranging from building strategies and development plans to the process of implementation. It begins with the individual and ends with him. The individual is a central element in the interaction with development, but it also contributes to its problems. Development is achieved through changing mindsets and devising new practices that interact. In a positive manner with development requirements. Communication plays a key role in dealing with these problems. In this article we will try to clarify the role of communication in addressing development problems.

Key words : Communication; Development; Culture of development.

مقدمة:

التنمية كمصطلح ظهر مع الثورة الصناعية لذلك فقد ظلت لفترة غير قصيرة مرتبطة بالتنمية الاقتصادية فحسب Bernard Conte "ففي مرحلة بناء الفكر من طرف رواد التنمية النمو الاقتصادي والتنمية كانا مرادفان لبعضهما" فالتنمية كانت

تعني الحصول على النمو الاقتصادي. حتى وإن كانت التنمية تعني النمو فلا يجب أن يتم اختصار التنمية في مجرد النمو الاقتصادي ،الذي قد لا يكون نتاج ثورة اقتصادية سبقتها ثورة فكرية خلقت نمو الوعي والاتجاه نحو خلق الثروة كما حصل في أوروبا وغالبية الدول المتقدمة اليوم ،لكن دول الجنوب الخارجة من نظم استعمارية كرسست الجهل والتبعية قد تحصل على النمو الاقتصادي بفضل استعادتها لثرواتها الطبيعية و/أو بحكم تبعيتها قد تستقبل الاستثمارات الصناعية للدول المتقدمة التي هي نفسها الدول الاستعمارية ،دون أن يرافق ذلك الوعي بتحديات التنمية التي تجعل من الإنسان صانع للتنمية وليس طرفا سلبيا فيها .

برنامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) يعطي للتنمية بعدا إنسانياً فيعرفها كما يلي:

" التنمية البشرية لا تخص فقط زيادة أو انخفاض الدخل الوطني. بل أن هدفه خلق محيط يستطيع فيه الأفراد أن يطوروا طاقاتهم وأن يمارسوا حياة منتجة وخالقة بما يتناسب مع حاجاتهم ومصالحهم. الثروة الحقيقية للأمم هي سكانها. دور التنمية إذن هو زيادة الاحتمالات لكل فرد، لاختيار الحياة التي تناسبه" ((PNUD)، (2001).

وعليه يبرز تحدي التنمية مختلفا لدول الضفة الجنوبية الذين هم أشد حاجة لتنمية الإنسان من قياس المؤشرات الاقتصادية للتنمية التي سترتفع لا محالة مع صناعة الفرد الذي مثل حاجة ملحة وأساس أي مجهود تنموي وهنا يبرز دور الاتصال الذي يمتلك الآليات التي تجعله قادراً على التعرف على مشكلات التنمية والمساهمة الأساسية في حلها .

1. مشكلة التنمية :

أصبحت التنمية بعد عملية التحرر وحصول دول العالم الثالث على استقلالها السياسي قضية أساسية واهتماما مركزيا شكل بالنسبة لها قضية وجود ومصير. إن الانتقال من نمط حياة معاصر ومتكيف مع مقتضيات النصف الثاني من القرن العشرين والآفاق المستقبلية البعيدة، ومحاولة ردم الهوة التي خلفتها سنوات الاستتباع والتدمير الثقافي والاقتصادي وغياب الدولة وانهايار البنى الاجتماعية إلى غير ذلك من مترتبات الوضع الاستعماري، شكلت الرهانات الأساسية لهذه الدول الناشئة. لقد استنزفت اقتصاديات هذه الدول وتم هيكلتها وتنميطها في ظل اقتصاد عالمي فرض عليها أن تكون سوقا لمنتجاته المصنعة، ومصدرا موردا للموارد التي

تتطلبها صناعاته المتقدمة...وسيصب رهان التنمية في هذا الإطار هو محاولة بناء اقتصادياتها ذاتيا لاستكمال شروط السيادة وتحقيق المضمون الحقيقي لفكرة الاستقلال السياسي الذي ناضلت من أجله شعوبها. إن إنسان هذه الشعوب قد تعرض لعمليات تهالك وهدر لإنسانيته جراء عمليات الاستغلال اللامحدود لطاقة عمله وإمكاناته المادية والمعنوية. (سعود، 2006، صفحة 38). وعليه تتمثل مشكلة التنمية هنا في إعادة بناء إنسان هذه الدول.

2. ماهية الاتصال:

كان هناك سبب وجيه لرجل الدولة الإنجليزي بنجامين ديسرايلي لكتابة "أكره التعاريف". في حين أن التعاريف ضرورية، فإنها يمكن أن تكون أيضا مزعجة. وعبرة "الاتصال" هي مثال على ذلك. منذ أكثر من خمسة وثلاثين عاما، قام دانس ولارسون بدراسة الأدبيات حول الاتصال، ووجد 126 تعريفا للكلمة "اتصال". ومنذ ذلك الحين، أضيف عدد لا يحصى من الآخرين إلى قائمتهم. وبمعزل عن القواسم المشتركة لتلك التعريفات، والرغبة في اختيار واحدة شاملة، فإننا نرى أن الاتصال عملية دينامية يحاول فيها الناس تقاسم دوافعهم الداخلية مع أشخاص آخرين من خلال استخدام الرموز. إن أهمية وتأثير الاتصال على السلوك البشري تؤكد بشكل كبير من قبل كيتنغ عندما كتبت: "الاتصال قوي: فهو يجلب رفقاء إلى جانبنا أو يشتت منافسينا، يطمئن أو ينبه الأطفال، ويصوغ الإجماع أو خطوط القتال بيننا" ما تقوله هو أن الاتصال - قدرتك على مشاركة معتقداتك وقيمك وأفكارك ومشاعرك - هو في صميم كل اتصال بشري. سواء كانوا يعيشون في مدينة في كندا أو في قرية في الهند،.... أو في غابات الأمازون المطيرة في البرازيل، فإنهم جميعا يستخدمون نفس النشاط عندما يحاولون مشاركة أفكارهم ومشاعرهم مع الآخرين. في حين أن النتائج التي تنتج عند إرسال الرسائل قد تكون مختلفة، والأسباب الناس للاتصال تميل إلى أن تكون هي نفسها. يساعد الاتصال على جمع المعلومات وتلبية الاحتياجات الشخصية الخاصة. كما يلعب الاتصال دورا في تحديد هوية الفرد. سواء تعلق الأمر بالهوية الفردية أو الجماعية أو الثقافية، والتفاعل مع الآخرين يقدم لك نظرة ثاقبة عن من أنت، حيث تنتهي، وحيث بقية الولاءات الخاصة بك. الهوية مهمة جدا للتواصل بين الثقافات. ومن المبادئ الأساسية للاتصال:

أولاً: تشير الكلمات إلى أن الاتصالات نشاط مستمر وعملية لا تنتهي؛ فهي ليست ثابتة. الاتصال هو مثل صورة متحركة، وليس لقطة واحدة.

ثانياً: إن الاتصال سياق لأنه "يحدث في حالات أو أنظمة معينة تؤثر على ما وكيف نتواصل وما المعاني التي نعلقه على الرسائل". وبعبارة مختلفة قليلاً، لا يحدث الاتصال في عزلة أو في فراغ، ولكن بل هو جزء من نظام أكبر يتكون من العديد من المكونات، وكلها يجب النظر فيها. وكما يذكر ليتلجوهن، "الاتصالات تحدث دائماً في سياق، وطبيعة الاتصالات تعتمد إلى حد كبير على هذا السياق". (McDaniel.,

Larry A. Samovar. Richard E. Porter. Edwin R., 2010, p. 15:17)

3. النهج الثقافي للتنمية:

الرأي السائد في العالم الصناعي يفترض وجود علاقة السبب والنتيجة بين الثقافة والتخلف: البشر هم أو بقوا متخلفين بسبب معتقداتهم أو توجهاتهم الثقافية تمنعهم من التنمية. بالنسبة لرئيس منتدى الأمم المتحدة الدائم المعني وقضايا السكان الأصليين (UNPFII)، مفهوم التخلف هو نتاج الاستعمار الأوروبي وما تلاه من آثار، فضلاً عن المبادرات التي اتخذتها دول الشمال لمساعدة بلدان الجنوب الفقيرة التي، حتى لو كانت حسنة النوايا، فقدت في بعض الأحيان طريقها. النداء الذي أطلق في عام 1949 من قبل رئيس الولايات المتحدة آنذاك، هاري. ترومان، من أجل الدول الغربية لوضع التقدم العلمي والتكنولوجي والصناعي في خدمة "نمو وتحسين المناطق المتخلفة" (نقلت في تولى-كوروبوز، 2008) قد لعبت دوراً كبيراً في هذا الاتجاه. تم تلخيص تأثير خطاب ترومان على النحو التالي: "في ذلك اليوم، أصبح ملياري شخص متخلفين. ومنذ تلك اللحظة، توقفوا عن أن يكونوا ما كانوا، في كل تنوعهم، ليتحولوا إلى صورة مقلوبة -لواقع غيرهم من البشر- الصورة التي تخفض قيمتهم وتضعهم في الجزء الأخير من حزمة الأمم، وإعطاء هويتهم معنى التجانس والاختزالية، مما يجعلهم أقلية بينما هم في الواقع أغلبية غير متجانسة ومتنوعة". من هنا فإن الثقافة قد ظهرت في التفكير الإنمائي كعقبة أمام النمو. فإن الدعوة إلى اقتصاد السوق وتحرير التجارة في التسعينيات ترجع إلى الاعتقاد بأن السياسات التي مكنت البلدان الغربية من تحقيق النمو الاقتصادي ستكون لها نفس الآثار في أماكن أخرى، مهما كان السياق الثقافي. وفي العقود الأخيرة، ركزت مختلف المبادرات والمؤتمرات الدولية على وضع عملية التنمية في سياق ثقافي أوسع

نطاقا. وبعد المؤتمر الحكومي الدولي المعني بالسياسات الثقافية في أفريقيا، الذي عقد في أكرافيا في عام 1975، حيث اعتبرت الثقافة شرطا أساسيا للتنمية المحلية المتوازنة ومتوازنة ، وتم معالجة نفس الموضوع حتى في المؤتمر العالمي للسياسات الثقافية (MONDIACULT) الذي عقد في مكسيكو سيتي في عام 1982 ، والتي أسفرت عن منظمة الأمم المتحدة للعقد العالمي للتنمية الثقافية (1988-1997) وأعمال المؤتمر الحكومي الدولي المعني بالسياسات الثقافية من أجل التنمية (ستوكهولم، 1988). في عام 1996، اللجنة العالمية المعنية بالثقافة والتنمية، تحت عنوان تنوعنا الإبداعي، نشرت تقريرا معلما: أوضح أن الثقافة يجب أن توضع في مركز التفكير الإنمائي لأنه هو بالضبط الوسائل التي البشر التعبير عن قدرتها ومن ثم فإنها تشكل جزءا لا يتجزأ من التنمية. وعلى نفس المنوال، أكد تقرير التنمية البشرية لعام 2004 للـ PNUD الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، والحرية الثقافية في عالم متنوع، يؤكد فيه أهمية الثقافة والتعددية الثقافية في استراتيجيات التنمية البشرية.

هذه التواريخ الرئيسية علامة على ظهور تصميم نظرة أوسع وأكثر دقة للتنمية، تعترف بأنه في حين أن وجود نظم قيم مختلفة قد يفسر المواقف والممارسات المختلفة في النشاط الاقتصادي، فالنجاح الاقتصادي لا يتطلب بالضرورة توحيد القيم الثقافية على النمط الغربي، فعلى أساس من الفردية والمنافسة في اليابان، على سبيل المثال، مدونة الساموراي للشرف والمؤسسة التعليمية كايكودو يمكن النظر إلى على أنها يلعبان دورا في الاقتصاد القائم على المسؤولية الجماعية، والولاء للأعمال التجارية، والثقة بين الناس والعقود الضمنية. وفي بعض البلدان، مثل جمهورية كوريا، تستند الممارسات التجارية إلى تقاليد كونفوشيوسية قوية. والتقاليد الثقافية الأخرى، التي تتسم بمفهوم اجتماعي أكثر من التجارة، تشكل ضمنا في ارتباط التنمية بتحقيق أقصى قدر من الأرباح وتراكم السلع المادية. ما هو لافت للنظر في معظم نظريات التنمية - نظريات التحديث ، والاعتماد ، والنظام العالم والنمو الاقتصادي ، على سبيل المثال، هو الافتراض بأن التنمية هي عملية خطية (التي تعمل في خط مستقيم من النقطة أ إلى النقطة ب) وتطورية (تتحول من مستوى "بدائي" أو "تقليدي"، أقل تطورا أو أدنى، إلى مستوى "متقدم" أو "حديث"، أكثر تطورا ومتفوقة). ونتيجة لذلك، فإن تطبيق مصطلح "التنمية" في سياق متعدد الثقافات هو مشكلة. فإن الكلمة تنقل عددا من الافتراضات المسبقة

فيما يتعلق بوضع الأشخاص المستهدفين بسياسات التنمية وولاء هذا الأخير. ومع ذلك، غالبا ما تغفل الثقافة من المعادلة، بينما يمكن أن تصبح الميسر الحقيقي للتنمية. وقد أظهرت التجربة مرارا وتكرارا أن "التنمية" المفروضة من الخارج تؤدي دائما إلى الاضطرابات البيئية وتفكك المجتمع. وعلاوة على ذلك، عندما يكون الاهتمام بالعوامل الاجتماعية والسياق الثقافي غير كاف، فإن رفض مشروع التنمية من قبل فإن السكان المستفيدين أمر لا مفر منه تقريبا، فالثقافة تعمل بطريقة "نظام المناعة".

وحقيقة أن الثقافة تساعد على تشكيل تنمية البشر والمجموعات يضطربنا إلى التشكيك في الحياد الثقافي المزعوم لمشاريع المساعدات الإنمائية. ووفقا لبعض المؤلفين، سياسات التنمية المختلفة من شأنها أن تقوض قدرة الثقافات المحلية على المساهمة في رفاهية شعوبها بفرض تصور للعالم تملأها المخاوف من الإنتاجية الاقتصادية والمساهمة في انتشار عقلية الدونية الثقافية. في الواقع استراتيجيات التنمية هي منغرسه بقوة مع الثقافات الأصلية لمصدر هذه الاستراتيجيات، بما يمكن تسميته المكون الباطن للتنمية. وتكمن جذور هذا التحيز الثقافي في عدم قدرة الجهات المانحة تصور نماذج أخرى من تلك التي كان يعمل فيها، والتي كان يشترك فيها والتي شرعيتها، بالنسبة له على الأقل، لا يرقى إليها أي الشك. أمثلة على الجهود حسنة النية لكن الضالة من المنظمات غير الحكومية الدولية التي لم تدرج المحددات الثقافية في تصميم مشاريعها كثيرة. وهي تتراوح من التثبيت الجماعي (المياه العذبة والصرف الصحي والرعاية الطبية أو الدعم للزراعة) التي بنيت في مكان من القرية غير مناسب رمزيا حيث لم يرغب أي قروي في استخدامه، إلى الفصول الدراسية غير الملائمة التي شيدت من الخرسانة في مكان تعوذوا فيه على التعليم في الهواء الطلق. فإن عواقب وضع استراتيجيات إنمائية سيئة التصميم يمكن أن تكون دراماتيكية. أمثلة أخرى من الإجراءات مع العواقب غير المقصودة تشمل تحديد الإقامة القسري للشعوب البدوية، واختفاء المتسارع للغات، ولممارسات ثقافية والقيم المحلية عند وضع نظام خارجي للتعليم، أو توزيع خلال المجاعات والكوارث الطبيعية، لمواد والضرورية التي لا تأخذ في الاعتبار الديناميكية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المعنية. فإن تطبيق الإيرادات الخارجية من التنمية - كما لو أن هذه المجتمعات لم تتطور من تلقاء نفسها - يجب أن تكون موضع تساؤل عميق اليوم. فإن زيادة الوعي على الصعيد المحلي بأهمية البعد

الإنساني - وبصفة خاصة عوامل "الثقافة" و"التنوع" - هو بلا شك مفتاح أي تطور يرجح أن يكون ل دائم تماما. وهذا يتطلب بذل جهود حقيقية لفهم واحترام الخصوصيات الثقافية والهويات والقيم والمناظر العالمية. في الواقع، من المستحيل تحقيق التغيير البشري، من مهما كانت أهميته ، دون القلق بشأن الثقافة. التنمية لا يمكنها تجاهل "شبكات المعاني" - التي يعرفها كليفورد جيرتز (1973) بأنها هي "الثقافة" - حيث يطور الأفراد قيمهم وعلاقاتهم وسلوكياتهم وهياكلهم الاجتماعية والسياسية: "يقترح النهج الثقافي أخذ بالاعتبار بشكل منهجي في "شبكات المعاني" التي ينشئها الأفراد؛ و يأخذ في الاعتبار السياق الثقافي الذي تعيش فيه المجتمعات والمجموعات؛ فإنه يتألف مع الهرمية الاجتماعية وطرق الحياة المحلية. إنها تنهله من أشكال الاتصال والتعبير لإشراك الناس. (UNESCO, 2010, p. 203:205)

4. تشكيل الهوية أو بناء الفرد:

تعرف استراتيجيات الاتصال تطوراً كبيراً، وزاد مجال نشاطها ليصبح جزء من صناعة الفرد . فعندما تسيطر الدول الكبرى على كل مقومات النشاط الاتصالي فهذا ليس صدفة حيث أنها تسعى بذلك لبسط نفوذها على العالم من خلال بناء هوية موحدة باسم العولمة أو ما أصبح يسمى اليوم بالأمركة نظراً للدور الذي تلعبه أمريكا في صناعة المضمون الاتصالي في أبعاده المختلفة . من هنا كان لا بد على كل دولة في ظل العولمة وتحول الحدود بين الدول إلى حدود وهمية أين يمكن لأي نشاط اتصالي معلوم أن يؤثر في أي فرد أينما كان مهما كانت خلفيته الثقافية والاجتماعية. لمجرد اتصاله بالشبكة العنكبوتية أو تعرضه لوسائل الإعلام العالمية التي تصنع القوالب الجاهزة وتنشر ثقافة الاستهلاك النابعة من سيطرة الرأس مالية على العالم.

لذلك بالرغم من إدعاء الغرب بمحاولته مرافقة المجهود التنموي لدول الجنوب إلا أنها وبأوجه مختلفة تسعى دائما إلى إبقاء نفوذها وسيطرتها على هذه الدول التي كانت مستعمراتها السابقة ، ولذلك هي تسعى إلى مواصلة علاقة السيد والعبد التي مارسها لقرون خلت من خلال ما أستخدم على تسميته بالقوة الناعمة (تشومسكي) أو وسائل الإعلام التي تسيطر على العقول وتكرس هيمنة الغرب الذي لا يمكن أن يتخلى عن لعب دور السيد من خلال بناء هوية الآخر الذي لا يجب إلا أن يكون العبد .

فلا بد اليوم من النظر إلى أن هذه الوصاية الدائمة على دول الجنوب هو في الحقيقة صناعة لهوية القاصر الغير قادر على التحكم بمصيره الذي لطالما اقتنعت بها هذه الدول وسلمت بذلك مصيرها من جديد للدول الاستعمارية السابقة لبناء السياسات وتقسيم الثروات واختيار التوجهات الإستراتيجية من خلال أشكال مختلفة من الوصاية أخطرها وصاية الهيئات الاقتصادية الدولية مثل صندوق النقد الدولي.

فكيف لنا أن نصنع هوية الفرد ؟ بما يجعله قادر على صناعة التنمية التي كما قلنا سابقا أنها تبدأ من الفرد وتنتهي إليه. يبدوا سؤالاً صعباً لكن في الحقيقة يمكن أن نستمد إجابته من الغرب نفسه الذي خلق المشكلة، فكل استراتيجيات الهيمنة الاتصالية الآتية من الغرب يمكن تفكيكها بفضل أبحاث الغرب أنفسهم الذي درسوا كيفية بناء الخطاب الإعلامي بمنطق القوة فنجد ذلك مثلاً في أبحاث Michel Foucault . فقد قدم فوكو مقارنته بناءً على ضرورة تفكيك مقومات السيطرة ، ولكن من المهم هنا أن نصنع المضمون القادر على صناعة الهوية التي ترفض كل أشكال احتقار الذات وتعظيم الآخر، فكما يشرح ذلك تايلور بقوله أن كتاب فرنز فانون "الملعونون في الأرض" شرح كيف أن سلاح الاستعمار هو تحقير الآخر المستعمر والطريقة الوحيدة للتحرر هو في البداية التخلص من هذه الصورة المحتقرة للذات، ويقترح فانون العنف للتحرر من الاستعمار كرد عن العنف الممارس لتحقيق التبعية. هذه الفكرة حسب تايلور أصبحت حاسمة في بعض إشكاليات الجندر وعنصر أساسي في الجدل الحالي حول التنوع الثقافي. (Charles Taylor and others , 1992, p. 65)

أما هونيث honneth فقد حدد هذا الصراع بشكل جديد من خلال تأكيده أن البراد يغم الأساسي لفكر فوكو لا يمكن أن يكون... صراع كل الأوقات و كل المستويات بل هو الصراع على الاعتراف. (Ferrarese, 2009) . ولا يمكن للآخر أن يعترف بنا إن لم نكن نعز بدواتنا، هذا لا يتم بالضرورة من خلال شيطنة الآخر ومحاولة إظهار المؤامرات التي يحيكها ضدنا ولكن يكفي أن نقدر دواتنا ونعز بقيمتنا وثقافتنا التي تصنع تميزنا عن الآخر وتخلق ندية صحية مع هذا الآخر الذي يسعى دائماً إلى بسط نفوذه وسيطرته علينا وهذا في الحقيقة شيء طبيعي بالنظر إلى رؤيته الرأسمالية التي تنظر إلى دول الجنوب كأسواق لا بد من فتحها . المشكل هو عدم قدرتنا على مجاراتهم فإما نحاول التعامل معهم كشر مطلق لا بد منه أو بمنطق

الإعجاب والانبهار. وفي كلتا الحالتين نظرتنا لذاتنا تعكس هاتين التصورين القائمين على نظرة الازدراء لدواتنا. فعندما نتخلص من هذه النظرة الدونية عن دواتنا التي تنقلها لنا وسائل الإعلام العالمية ونعيد إنتاجها بسذاجة لا بد من إعادة الاعتبار لخصوصيتنا ولهويتنا التي وإن اختلفت عن الآخر فلا بد أن نتعامل معها بمنطق المساواة مع هذا الآخر دون الحاجة للبحث عن الندية التي تدخلنا في دوامة من الصراعات الغير ضرورية لأن تحدي التنمية يتطلب الاختلاف ولكن من منطلق التكامل وليس من منطلق الصراع هذا من جهة. من جهة أخرى الهوية ليست شيئاً معطى بل هي شيء يُخلق. لا يشعر بها كل إنسان كوعي مباشر، فالإنسان اليومي يوجد أولاً، يعيش أولاً ثم يعي ذاته ثانياً. يأتي الوعي الذاتي بعد الوجود البدني، ثم يأتي الوعي بالعالم المحيط. وينشأ التساؤل عن الهوية: من هو؟ ولماذا هو في هذا الوضع الاجتماعي؟ وماذا يعني المحيط السياسي حوله؟ وما هذا الإعلام الصاخب الذي يسمعه؟ وماذا تعني هذه الصراعات السياسية حوله ومحاولة إقناعه أو إغرائه أو حتى شراء صوته للانتخاب إلى هذا الفريق أو ذلك؟ (حنفي، 2012، صفحة 23). ففقدان الهوية في هذه الحالة يفقد الفرد قدرته على التفاعل مع محيطه لأن فاقد الهوية فاقد لوعيه بالضرورة ولن يستطيع أن يساهم في نمو بيئة لا يحس بالانتماء لها. وعليه لا بد من الحفاظ على هوية الأفراد.

فتبنى هوية الفرد عبر:

■ إحياء الثقافة المحلية :من خلال إظهار الخصوصية الثقافية بالاعتراف بالإثنيات والأقليات الثقافية ونشر الفخر والاعتزاز بهذه الثقافات الأصلية ، وتجربة الجزائر مهمة في هذا المجال فالاعتراف بالهوية الأمازيغية للجزائر هو تكريس لأصالة هذه الثقافة وإبعادها من أشكال التطرف والنزعة الانفصالية في حالة الشعور بالإقصاء كما أنه يساهم بشكل كبير في صناعة هوية متميزة عن آخر وبالتالي يعزز المواطنة عندما يحس المواطن أن هويته الأصلية جزء لا يتجزأ من الهوية الوطنية ، كما أنها تعترف بذلك بما قدمه الأوائل من ثقافة وتبتعد عن التماثل مع الآخر الذي يصف الثقافات الأولية بالهمجية والتخلف.

■ النجوم الأصليين : إن ظاهرة النجومية أصبحت ظاهرة عالمية صنعتها الثقافة الاستهلاكية للمجتمع الرأس مالي ، مما نتج عنه تصدير نجوم غربيين بفضل انتشار السينما الأمريكية عبر العالم، بالإضافة لمشاهير الفن والغناء الذين ينقلون فيما

ينقلون ثقافتهم وهويتهم ويساهموا في الاغتراب الثقافي لأطياف غير قليلة من شباب دول الجنوب . لذلك لا بد من صناعة البطل المحلي الذي يتحول إلى قدوة والذي يغذي الأجيال الصاعدة بقيم وهوية خالصة تعزز انتمائهم وتزيد من رغبتهم في صناعة أمجاد جديدة. هذا البطل ليس من الصعب إيجاده إذا قلبنا في التاريخ الجزائري القديم والحديث ، خاصة أن أجيال من الشباب الجزائري لم تعد تعرف تاريخها ولا حتى حاضرها، فغياب صورة البطل الحي في يوميات المواطن الجزائري ليس بالأمر البسيط بل هو دليل واضح على غياب رؤيا مستقبلية لصناعة أمجاد جديدة لذلك أبطالنا هم من الأموات وليسوا أحياء بيننا. البطل الأيقوني.

5. صناعة خطاب التنمية:

أصبحت بيئة البشر محيطا مختل البناء، يخضع لقوى عملاقة طاغية هي قوى التكنولوجيا ورؤوس الاموال، حيث تتوارى فيه إنسانية الإنسان وقيمه الروحية، وهويته الثقافية، ويسيطر عليه الإحساس بالغرب والاستلاب. (الرحمان، 1999، صفحة 276). ويعرف مفهوم التنمية دائما من حيث مستوى المودم المعيشي، والتحضر، والتصنيع، واعتماد قيم ومبادئ الحداثة، بما في ذلك أشكال معينة من النظام والعقلانية والتوجه الفردي. وتمثل هذه الخصائص ظروف الحداثة الغربية. وبالتالي فإن "التنمية" ليست مجرد "ممارسة"، بل الأهم من ذلك، تنطوي على أيديولوجية، وهي أداة فعالة في ربط المجتمعات المحلية بالثقافة عبر الوطنية. فمن الممكن أن نفهم هذا الطابع المزدوج للتنمية عند النظر في توجهها في الممارسة الفعلية. وممارسة التنمية محلية أساسا، ولكن رؤيتها تكون عالمية . ومن ثم ينبغي فهم التنمية على أنها واحدة التي تدمج المحلية والعالمية، وتحويل العلاقات الاجتماعية تمشيا مع التوجه الحديث، وإنتاج الثقافة من خلال إدخال النظم الغربية من القيم. وقال غودلييه (1986) أن هذه الطريقة لإعادة ترتيب المجتمعات المحلية هي جزء من "تغريب" بقية العالم . في هذه العملية، لاحظ غودلييه أن أشكال العلاقات الاجتماعية للمجتمعات غير الغربية تحل محلها ثلاثة أنواع من العلاقات الاجتماعية الجديدة التي ظهرت في لحظات مختلفة في التاريخ الغربي: الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج والمال. الأشكال الرأسمالية للإنتاج وتبادل الأسواق؛ وتحويل معظم العمالة إلى العمل المدفوع الأجر . وعموما، بدأت العديد من الجوانب غير الاقتصادية للحياة الاجتماعية تتطلب المال لكي تعمل وتديم نفسها. وقد جادل

أرتورو إسكوبار (1988) بأنه "كمجموعة من الأفكار والممارسة"، فإن "التنمية" عملت تاريخياً في القرن العشرين كآلية للسيطرة الاستعمارية والاستعمار الجديد للجنوب من قبل الشمال (كما ورد في غاردنر ولويس، 1996) وكان ظهورها مرهوناً بعقوبات تاريخية معينة. ومن أهم هذه التحديات تحويل العلاقات العالمية بعد الحرب العالمية الثانية، وتدهور الاستعمار، والحرب الباردة، والحاجة إلى الرأسمالية لإيجاد أسواق جديدة، وإيمان الدول الشمالية بالعلم والتكنولوجيا. ويمكن إضافة نقطتين أخريين إلى هذه القائمة: الشيوعية المناهضة للشيوعية في البلدان الرأسمالية، والتهديد المتصور للنظام الرأسمالي من حركات التحرير في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية منذ الأربعينيات. تم التعبير عن حساسية الدول الرأسمالية تجاه هذا الاتجاه من حركات التحرر في العالم الثالث في خطاب الرئيس الأمريكي كينيدي الافتتاحي لعام 1961 الذي يتناول العلاقات الأمريكية مع "العالم الثالث": "نحن نتعهد ببذل قصارى جهدنا لمساعدة هؤلاء الناس في الأكواخ والقرى في نصف الكرة الأرضية الذين يكافحون من أجل كسر روابط البؤس الجماعي، لمساعدتهم على مساعدة أنفسهم، مهما كانت المدة المطلوبة، وليس لأن الشيوعيين قد يفعلون ذلك، وليس لأن نسعى للحصول على أصواتهم، ولكن لأنه صحيح، وإذا كان المجتمع الحر لا يمكن أن يساعد العديد من الفقراء، فإنه لا يمكن إنقاذ عدد قليل من الأغنياء " ما تعنيه هذه الانتقادات حول نظريات التحديث والتنمية هو أنها أصبحت عفا عليها الزمن، وبالتالي ليس لها قيمة في تفسير الأسباب الحقيقية للتخلف في "العالم الثالث". ولذلك، تجدر الإشارة إلى الاقتراح الذي قدمه إسكوبار (1997) فيما يتعلق بممارسة "التنمية" الحالية. ويقترح أنه بدلاً من البحث عن بدائل التنمية، التي تحترم الاستقلال الذاتي المحلي، والثقافة والمعرفة. ومن المهم هنا أنه على الرغم من أن التركيز على خطاب التنمية قد تغير طوال العقود من تركيزه على النمو الاقتصادي والتصنيع في الخمسينيات إلى والتنمية المستدامة في التسعينيات، فإن التوجه الأساسي لم يتغير، وأياً كانت التعديلات التي أدخلت عليه، فإن حقيقة "التنمية" نفسها لم تخضع للاستجواب الراديكالي. فإن خطاب التنمية جعل من الممكن للقوى الأوروبية أن تواصل السيطرة الاستعمارية باستخدام لغة "التنمية". ولتحقيق أهداف التنمية، قدمت البلدان الغربية برامج معونة ثنائية ومتعددة الأطراف إلى حكومات "العالم الثالث". وفي الوقت نفسه أنشئ جهاز مؤسسي (مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي) من أجل توجيه المعونة المادية والأيدولوجية

المرتبطة بالتنمية إلى هذه البلدان. (Banda, 2004). بعض الدوائر الفكرية تقول أن مفهوم التنمية ميت ، وتستند في هذا الحجة على الحقائق المرئية في كل من الظروف الاجتماعية والمعرفية حيث إن المعرفة التي ولدتها نظريات التنمية لم تفشل فقط في إدخال تحسينات دائمة على الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية في العالم الثالث، ولكنها لا تقدم إجابات مرضية أو تفسيرات لهذه الإخفاقات . فإن المعرفة المرتبطة بنظريات التنمية والتحديث غير قادرة على تقديم إجابات مرضية لمشاكل مثل الفقر والبطالة والتدهور البيئي في بلدان العالم الثالث. ولذلك، فإن مفهوم التنمية متأصل في البناء الاستعماري الجديد للعالم، وهو مفهوم أيديولوجي رئيسي وأداة في علاقات القوة العالمية . (Banda, 2004). توتر آخر يصاحب توسع الرؤية الغربية للعالم، يتعلق بالموقف المهيمن على الطبيعة، ضمنا هذا النهج التكنو-علمي فضلا عن القيم والمعايير والمؤسسات المرافقة لهم تستند إلى مبدأ أن الموارد موجودة لصالح تنمية البشرية، التي لها استخدام تفضيلي لها . أما العواقب البيئية المحتملة فهي في المرتبة الثانية . وستجاوز تداعيات هذه الرؤية نطاق البيئة . في الواقع، كل الهيمنة تنطوي على التسلسل الهرمي . في هذه الحالة، وترى أن البشر متفوقين على الكائنات الحية الأخرى والطبيعة بشكل عام. وفي مثل هذا الرأي المعتاد على الإنسان، فإن مسألة الحكم على ما إذا كان استغلال مورد ما جيدا أم لا مرتبط بالتحدي الذي تواجهه الحاجة ، لأن الموارد موجودة بشكل صارم لضمان حياة الإنسان على الأرض (François Anctil, 2015, pp. 35-36) . وعليه فإن خطاب التنمية المحلي الأصيل يجب عليه تجاوز خطاب التنمية الذي يحمل أبعاد الهيمنة حيث أن "التنمية" تنطلق في لغة مهيمنة: فهي تركز على افتراض مجرد - وإن كان لا جدال فيه - ولا أحد يهتم بتعريفه بشكل صحيح. وبعبارة أخرى، لم تعد "التنمية" بناء اجتماعي أو نتيجة إرادة سياسية، بل كانت نتيجة لنظام عالمي "طبيعي" اعتبر أمرا عادلا ومرغوبا فيه. هذه الخدعة - التي هي السبب الجذري لما يسميه بورديو "العنف الرمزي"، ثم جاء الخطاب الذي أراد التوفيق بين المتطلبات المتناقضة التي يتعين الوفاء بها من أجل حماية البيئة من التلوث وإزالة تأثيرات الاحتباس الحراري والتغير المناخي، وفي الوقت نفسه، ضمان السعي لتحقيق النمو الاقتصادي الذي لا يزال يعتبر شرط للسعادة العامة ، أسفرت هذه المهمة المستحيلة عن صياغة عبارة جذابة "التنمية المستدامة"، والتي حققت على الفور النجومية ، لسوء الحظ الأمر لا يعدوا عن تبديل كلمة طنانة بأخرى". أصبحت

التنمية المستدامة شعارا عالميا يمكن أن يؤيده الجميع بسهولة، وكان غامضا بما فيه الكفاية للسماح بتفسيرات مختلفة وغير متوافقة في كثير من الأحيان" ومرة أخرى، من المستحيل الجمع بين شاغل حقيقي للبيئة وتعزيز "التنمية". إن "التنمية المستدامة" ليست سوى عبارة بلاغية تجمع بين اثنين من الأضداد مثل "الرأسمالية ذات الوجه الإنساني". وكان المدافعون عن البيئة والنمو الاقتصادي على حد سواء حريصين على الادعاء بأنهم استمدوا الإلهام من نفس المفهوم الذي يمكن استخدامه لأغراض مختلفة. صحيح أن الاهتمام بحماية البيئة قد نما مؤخرا، ولكن هذا لا يمكن أن يعزى إلى الشعبية التي تتمتع بها فكرة "التنمية المستدامة". وإذا كان هناك عدد متزايد من الناس - في كل مكان وعلى جميع مستويات المجتمع - يشعرون بأنه لا بد من عمل شيء لتقليل أثر النشاط البشري على المحيط الحيوي، فإن ذلك يرجع إلى الأزمات البيئية المتزايدة التي نشهدها، من الأعاصير المتكررة، أو من التصحر التدريجي للمناطق المأهولة الكبيرة إلى التلوث الحضري... ولا تزال "التنمية" - سواء كانت مستدامة أم لا - تحتل مكانة عالية في جدول الأعمال، ولا أحد يبدو على وشك التخلي عنها. ولكن استمرارها ككلمة رائجة في الخطاب الاقتصادي والسياسي أيضا على أساس الأكثر أهمية، أي أن "التنمية" تتوافق مع الاعتقاد الحديث المعمم وذو الجذور الراسخة. وبدون الدخول في تفاصيل نظرية أكثر من اللازم، ينبغي أن نتذكر أنه وفقا لدوركايم، لا يمكن لأي مجتمع أن يكون قائما دون دين، لأن الدين هو "شيء اجتماعي بارز" والتمثيل الديني "تعبير عن الحقائق الجماعية" وبالتالي، فإن الدين، من هذا المنطلق، لا علاقة له بالرأي المنطقي الذي يربطه بفكرة المعتقدات الخارقة للطبيعة أو الحميمة فيما يتعلق بوجود الله والحضور في الكنيسة أو المسجد. وهو يتعلق باعتقاد مجموعة اجتماعية معينة في بعض الحقائق التي لا جدال فيها، وهو الاعتقاد الذي يحدد السلوك الإلزامي بطريقة تعزز التماسك الاجتماعي، فإن المعتقدات الدينية، كانت فوق الأيديولوجيات؛ ويعتقد الجميع أن أي شخص ينتمي إلى المجموعة الاجتماعية يشارك أيضا هذه المعتقدات (على الرغم من احتمال خلاف خاص) فهي خارج نطاق النزاع وتستتبع ممارسات مختلفة من جانب المؤمنين الذين لا يستطيعون التهرب منها دون تعريض تماسك المجموعة أو المخاطرة التي تعتبر منبوزين اجتماعيين. هذا الشرح الموجز لمفهوم الدين يجب أن يساعد على تفسير لماذا يمكن اعتبار "التنمية" واحدة من الحقائق التي لا جدال فيها والتي تغلغلت في عالمنا الحديث. أيا كانت

عقيدتهم الإيديولوجية، فإن أي سياسي سيجرؤ على الترشح على منصة انتخابية يستطيع أن يتجاهل النمو الاقتصادي أو "التنمية"، التي من المفترض أن تقلل البطالة وتخلق فرص عمل جديدة ورفاهية للجميع. "التنمية" أصبحت كلمة مرور أساسية لمن يرغب في تحسين مستوى معيشتهم. (Andrea Cornwall and Deborah Eade, 2010, p. 19:22)

6. الإعلام في خدمة التنمية:

وسائل إعلام التنمية في مجملها يجب أن تتضمن برامج اقتصادية ومقابلات وبرامج ثقافية والمعلومات الاجتماعية التي توجهها السلطات الرسمية إلى المجتمع. (Sandra Anderson, Heather Bateman, Emma Harris, Katy McAdam, 2006, p. 64)

وقد يكون توسيع الأفق الذهني أول مظهر من ظاهرو وظائف أجهزة الاتصال، إذ بإمكان هذه الوسائل، بفضل ما تكتسبه لدى الجماهير من مصداقية أن تساعد شعوب البلدان النامية على معرفة حياة الشعوب الأخرى، وعلى نظرتها إلى أساليبها الخاصة إن كانت في حاجة إلى المراجعة. ذلك أن المجتمع التقليدي، حسب د. لارنر، مجتمع «غير مساهم» خلافا للمجتمعات الحديثة. فأفراده يعيشون في أسرو قبائل منعزلة بعضها عن البعض الآخر، وفي هذا المجتمع لا تولد حاجات تدعو إلى ترابط المصالح الاقتصادية إلا نادرا، ولغياب هذا التشابك فإن أفق كل فرد يكون مقتصرًا على الإطار المحلي. والقرارات لا تهم إلا البعض من الأشخاص المعروفين والمعنيين المباشرة وبالتالي فلا فائدة في «أيديولوجية» وطنية تقرب بين الذين لا يعرف بعضهم بعضا، وتساعدهم على تبادل الآراء أو الاتفاق حول الاختيارات الأساسية. «والمجتمع الحديث مجتمع مساهم» لأنه يقوم على الاتفاق المتبادل إذ يتعين على متخذي القرار في المسائل ذات المصلحة العامة أن يكونوا متجاوبين في الغالب مع جل أفراد المجتمع دون سابق معرفة بينهم حتى يصبح من الممكن تركيز سلطة ثابتة. والمفروض في هذا المجتمع المساهم أن يتألف من أناس لهم مستوى ثقافي ملائم ولهم رأي في المسائل العامة ويحسب لهم حساب فيما يقولون أو يفعلون. وهكذا، فإن وسائل الإعلام في تقريبها للبعيد، وفي توضيحها للغامض وفي توسيعها لأفق المواطن تساعد على تسيير التحول من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث، وتساهم في تقريب مستويات العيش في المجتمعات النامية وتبقى غايتها المنشودة تحرير هذه المجتمعات من التواكل والجمود، وتشجيع المطامح الشخصية وحثهم على تحسين

ظروف حياتهم بالعمل البناء والمجهود اللازم. إن الأشخاص ذوي النفوذ، الذين تؤثر آراؤهم وأفكارهم تأثيرا مهما في صياغة القرار هم عادة من كبار المستهلكين للإعلام. وعن طريق قادة الرأي هؤلاء تستطيع أجهزة الاتصال التأثير في مجرى الأحداث، ذلك أن هذه الأجهزة قادرة على تعزيز النفوذ الأدبي للإطارات المحلية وتركيز الاهتمام حول جهود منسّطي التنمية الجماعية والمستشارين الزراعيين وجميع الذين يقومون بالوظائف التكوينية والتدريبية. وفي هذا السياق يقول «ويلبور شرام» لقد وضعت أجهزة الإعلام الجماهيري أساسا وفي بداية الأمر من أجل الاتصال العمودي النازل من مركز القيادة إلى القاعدة، والبلدان النامية لا تحتاج لذلك بقدر ما تحتاج إلى توطيد التدفق الأفقي للإعلام في المستوى «القاعدي». وهل من حاجة إلى التذكير بأن المعنى المتداول للاتصال بين الأشخاص بفضل وسائل الإعلام المحلية هو أخذ وعطاء في نفس الوقت. ومن حسن الحظ وفي كافة أنحاء العالم، بدأ الناس يعيرون أهمية للاتصال القاعدي ويولونه المكانة الملائمة في السياسات الإنمائية. (المصمودي، 1985، صفحة 116)

الخاتمة:

شكلت مشكلة التنمية أكبر تحدي عرفته الجزائر المستقلة، فرغم مرور أكثر من خمسين سنة على استقلال الجزائر لا زال هذا الانشغال يراوح مكانه. حاولنا من خلال هذا المقال تقديم حلول أخرى بعيدا عن الحلول الاقتصادية-التي أكدت فشلها- المأخوذة من النماذج الغربية الجاهزة، ففي الأول والأخير مشكلة التنمية هي مشكلة إنسان، الذي لا تمر التنمية إلا من خلاله وعليه علينا إعادة بناء وعي هذا الإنسان بتحديات التنمية من خلال الاتصال بأشكاله المختلفة.

المراجع :

1. Andrea Cornwall and Deborah Eade. (2010). Deconstructing Development Discourse Buzzwords and Fuzzwords. UK: Practical Action & Oxfam GB.
2. Charles Taylor and others . (1992). multiculturalism andThe politics of recognition (Vol. 1st edition). USA: Princeton university press.
3. Estelle Ferrarese .(2009) .Qu'est qu'une lutte pour la reconnaissance? Réflexions sur l'antagonisme dans les théories contemporaines de la reconnaissance de .
(URL:http://id.erudit.org/iderudit/039006ar (المحرر) ، (Revue Politique et Société 28 ،
.116-101 ،(3)
4. Liliana Diaz François Anctil .(2015) .Développement Durable Enjeux et trajectoires .
Canada: Presses de l'Université Laval.
5. Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD .(2001) .(Rapport mondial sur le développement humain .
6. R.M.Ranaweera Banda .(2004) .Development discourse and the third world .
Proceedings of the second academic sessions .SriLanka.
7. McDaniel.، Larry A. Samovar. Richard E. Porter .Edwin R. (2010). Communication Between Cultures (Vol. Seventh Edition). USA: Wadsworth، Cengage Learning.
8. Sandra Anderson، Heather Bateman، Emma Harris، Katy McAdam. (2006).
Dictionary of Media Studies. London: A & C Black.
9. UNESCO. (2010). interculturel. Rapport Mondial de l'UNESCO :Investir dans la diversité culturelle et le dialogue. UNESCO: UNESCO.
10. الطاهر سعود. (2006). التخلّف والتنمية في فكر مالك بن نبي (المجلد الطبعة الأولى). بيروت: دار الهدى.
11. حسن حنفي. (2012). الهوية (المجلد ط1). القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.
12. عواطف عبد الرحمان. (1999). الإعلام العربي وقضايا العولمة. العربي للنشر والتوزيع.
13. مصطفى المصمودي. (1985). النظام الإعلامي الجديد. الكويت: عالم المعرفة.
14. ناعوم تشومسكي. (بدون سنة نشر). السيطرة على الإعلام الإنجازات الهائلة للبروباغندا.
(أميمة عبد اللطيف، المترجمون) مصر: مكتبة الشروق الدولية.

مدخل للإعلام الخيري .. المفهوم و الدور

أ/ مباركي ابتسام

جامعة أبوبكر بلقايد – تلمسان-

lbtissem_mbarki@yahoo.fr

ملخص:

الإعلام الخيري مفهوم حديث عربي النشأة يجمع بين مصطلحي الإعلام و العمل الخيري وهو في الأساس إحدى شرائح الإعلام الاجتماعي التي تهم المجتمع بأكمله ، والتي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام بمسؤولية وكفاءة عالية ، إلى جانب قيام المؤسسات الخيرية والجمعيات التطوعية في المجتمعات المختلفة بالتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام لنشر ثقافة التطوع و العمل الخيري بين أفراد المجتمع الواحد والمساهمة في الحفاظ على التماسك و الترابط الاجتماعي بينهم مع تعزيز الصلات وأواصر التضامن و التأخي و التكاتف فيما بينهم .وعليه من خلال ما سبق سنحاول في هذا المقال إلقاء الضوء على مقاربات مفهوم الإعلام الخيري واهم مقوماته والدور الذي يحققه في المجتمع .

كلمات مفتاحية : العمل الخيري، ثقافة التطوع، الإعلام الخيري

Summary:

Charitable Media is a modern Arabic concept that combines the terms of media and charitable work. It is basically one of the types of social media that are of interest to the entire society, which should be played by the media with a high level of responsibility and efficiency. The media to spread the culture of volunteering and charitable work among the members of the same society and contribute to maintaining cohesion and social cohesion among them, while strengthening the links and bonds of solidarity and brotherhood and solidarity among them. Therefore, we will try in this article to shed A light on the approaches to the concept of charitable media and its most important components and the role it achieves in society.

Keywords: charitable work, volunteer culture, charitable media

مقدمة :

يمثل العمل الخيري قيمة إنسانية كبرى تتمثل في العطاء والبذل بكل أشكاله ، ويعتبر ركيزة أساسية في بناء المجتمعات ونشر التماسك الاجتماعي بين الناس، كما انه ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بكل معاني الخير والبر والعمل الصالح عند كل المجتمعات البشرية منذ الأزل، ولكنه يختلف من مجتمع لآخر، فنجد أن نشأة المؤسسات الخيرية في المجتمع الإسلامي مرتبط بالقيم الدينية والروحية المتجذرة في الفرد المسلم، إذ يلعب العمل الخيري دوراً مهماً وإيجابياً في تطوير المجتمعات وتنميتها فمن خلال المؤسسات التطوعية الخيرية يتاح لكافة الأفراد الفرصة للمساهمة في عمليات البناء الاجتماعي والاقتصادي اللازمة كما يساعد العمل الخيري على تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المشاركين ويشعرهم بقدرتهم على العطاء ، ولقد قامت الخدمات التطوعية الخيرية بلعب دور كبير في نهضة الكثير من الحضارات والمجتمعات ونشر الأفكار عبر العصور بصفتها عملاً غير ربحي يقوم به الأفراد لصالح المجتمع ككل ، لكن العمل الخيري من غير إعلام يصبح في دائرة مغلقة لا تؤثر ولا تتأثر بغيرها من أنشطة، بل يصعب سريانها في نفوس الناس وتحريك دوافع العمل الخيري فيها، وكذلك الإعلام فانه من غير مضمون خيري يصير بوقاً فارغاً لا قيمة له ، " فلم يعد لأي مؤسسة أو جمعية خيرية غنى عن جهاز إعلامي متطور يقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية التي يمكن من خلالها إحاطة المجتمع علماً بأوجه العمل الخيري ودفعه للمشاركة الإيجابية فيه".

فالإعلام الخيري مفهوم عصري حديث النشأة لكنه في الأساس هو إحدى شرائح الإعلام التي تهتم المجتمع بأكمله ، والتي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام بمسؤولية وكفاءة عالية فقيام المؤسسات الخيرية و الجمعيات التطوعية في المجتمعات المختلفة بالتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام في تحقيق التواصل و الترابط الاجتماعي و إبراز جهود مختلف شرائح المجتمع جنباً إلى جنب في العمل التطوعي والإنساني و الخيري و المساهمة في زيادة التكاثر المجتمعي و تعميق الصلات الاجتماعية بين الناس و تعزيز أواصر التضامن و الأخي و الحفاظ على التماسك الاجتماعي في البلاد يأتي في مقدمة أولويات التعاون بين الطرفين . و بعد هذا الطرح يثار التساؤل الآتي : ما المقصود بالإعلام الخيري ؟ و ما هي أهم مقوماته ؟ و فيما يكمن دوره في المجتمع ؟

بداية و للإجابة على هذه الأسئلة السالفة لابد أن نوضح أن الإعلام الخيري هو مصطلح يجمع بين الإعلام و العمل الخيري ، كما أن هناك علاقة ايجابية بين الإعلام و العمل الخيري على أساس التكامل في الدور المجتمعي الذي يؤديه الطرفين و هذه العلاقة الايجابية تساعد على النهوض بالعمل الخيري الذي من شأنه أن يعود بالفائدة على المجتمع.

1 مفهوم العمل الخيري :

تشير كلمة "الخير" في اللغة العربية إلى كل ما فيه نفع وصلاح، أو ما كان أداة لتحقيق منفعة أو جلب مصلحة كالمال، والمال الوفير يقال له خير¹، ولقد ارتبط فعل الخير بالسلوك الإنساني واعتبر أحد مقاييس عظمة ونجاح الحضارات، وكان للإسلام في التأصيل للعمل الخيري الكثير من الإسهامات خاصة أن الإسلام في غاية مقصده في تنظيم شئون الحياة هو تحقيق الخير من خلال درء المفسدة وجلب المصلحة، ولقد أصّل الإسلام لعمل الخير كمسؤولية تقع على الأفراد والمؤسسات، وقد جاءت الدلالات من الآيات القرآنية والسنة النبوية لتأصل لذلك كقوله تعالى : ﴿لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّنْ نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتَغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا﴾ - صدق الله العظيم - [سورة النساء: 1144]².

و العمل الخيري هو نشاط اجتماعي وإنساني بالدرجة الأولى يقوم به فردا أو جماعة أو جمعيات تطوعية و مؤسسات خيرية بهدف مساعدة الغير من المحتاجين و الفقراء و المرضى و المساكين، وذلك من خلال تقديم سلع مادية كالأغذية والألبسة و الأفرشة وكذا الأجهزة الطبية كالكراسي المتحركة، أو من خلال تقديم خدمات مختلفة، و يكون هذا النشاط بدون مقابل و هو ما يميز العمل الخيري عن غيره من الأعمال ذات الصفة التجارية الربحية البحتة. كما تتنوع أشكال العمل الخيري ، من تقديم الغذاء للفقراء و المحتاجين إلى الرعاية الصحية بالمرضى الذين لا يملكون نفقة العلاج، بالإضافة إلى مشاريع كفالة الأيتام و مشاريع الزواج الجماعي وإعانة المقبلين على الزواج من الفقراء، كما توسعت أشكال الأعمال الخيرية إلى مساعدة

¹-د. محمد عمارة، قاموس المصطلحات الاقتصادية، دار الشروق، القاهرة، ص: 205.

²-د. يوسف القرضاوي، خصائص العمل الخيري في الإسلام، الكويت: مجلة العالمية، العدد 221 أغسطس 2008 ، ص 15.

الطلاب و التلاميذ الفقراء في دراستهم من خلال تيسير السبل اللازمة لاستكمال دراستهم .

فالعامل الخيري إذن هو ذلك "الجهد أو الوقت أو المال الذي يبذله الإنسان بغير قصد ربحي لنفع المجتمع وتنوع أشكاله ووسائله وتتعدد صورته بحسب المجتمع وحاله وبحسب الحالات المنتفعة به ، وتختلف توجهات العاملين فيه ومقاصدهم ، غير أنه في الإسلام بني على أسس عظيمة واعتنت الشريعة الغراء به أعظم العناية وذلك لإغاثة الملهوف ومساعدة المحتاج ونفع الناس وبذل الخير للحياة كلها، حيث يقوم على تقديم العون والنفع للمجتمع وهو ركيزة في بناء المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين أفرادة"،¹ لذا يلزمه وعاء يسهم معه ويقوم بدور آخر، ألا وهو الإعلام؛ إذ يعد الوعاء المناسب لحمل العمل الخيري للمجتمع، والإسهام في تثقيف الأفراد ورسم أصول العمل الخيري لهم ونشر ثقافة العمل التطوعي الداخلي والخارجي وكذا نشر إسهامات وأعمال المتطوعين وتشجيع مؤسسات وأفراد المجتمع للعمل التكاملي في هذا الشأن.

2 مفهوم الإعلام:

والإعلام كما هو معروف هو عملية نقل و إيصال مجموعة من الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء المختلفة حول الأحداث والنشاطات والقضايا التي تهم المجتمع وتسلط الضوء عليها، وذلك من خلال وسائله المختلفة التقليدية والجديدة سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية أو الالكترونية و عبر الشبكة العنكبوتية كمواقع التواصل الاجتماعي . والمراد بالإعلام إذا أطلق وسائله وهي: القنوات الفضائية، والصحف والمجلات، والإذاعات، ومواقع الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وما في حكمها².

فالإعلام مفهوم عصري ينطبق خاصة على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من الإذاعة والصحافة والتلفزيون فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار والمعلومات والحقائق ويعرف فيرناندو ثيو بأنه نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة

¹-يوسف القرضاوي، أصول العمل الخيري في الإسلام في ضوء النصوص والمقاصد الشرعية، دار الشروق ، القاهرة، الطبعة الثانية 2008م، ص 21 .

² - كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي في العبد الفكري، المكتب الإسلامي، بيروت، الطبعة الأولى، 2004م، ص 68.

بواسطة الألفاظ و أو الأصوات وبصفة عامة جميع الإشارات التي يفهمها الجمهور المتلقي .

3 مفهوم العمل التطوعي ومفهوم ثقافة التطوع :

أولا يعرف العمل التطوعي بأنه: " بذل مالي أو عيني أو بدني أو فكري يقدمه المسلم عن رضا وقناعة، بدافع من دينه، بدون مقابل، بقصد الإسهام في مصالح معتبرة شرعاً يحتاج إليها قطاع من المسلمين.¹

ويعرف أيضاً انه " الجهد الذي يبذله أي إنسان بلا مقابل لمجتمعه بدافع منه للإسهام في تحمل مسؤولية المؤسسة التي تعمل على تقديم الرعاية الاجتماعية " ² أما ثقافة التطوع هي مجموعة من القيم و المعتقدات و الاتجاهات و المعرفة التي تشكل وعي الإنسان و سلوكه إزاء الآخرين و إزاء المجتمع بصفة عامة لكي يخصص الوقت و الجهد دون توقع عائد مادي لتحقيق منفعة للمجتمع ككل ³ أو لبعض الفئات المحتاجة و المعوزة و المهمشة و ذلك بشكل إرادي و دون إجبار.

و يمكن القول أن التطوع هو مصطلح شرعي تنزل به الوحي الإلهي على سيدنا محمد - صلى الله عليه وسلم - في موضعين من القرآن الكريم، وكليهما في سورة البقرة. ((وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ)) وقوله تعالى ((فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ)). مبيناً أن مصطلح التطوع له عمق في تاريخ امتنا الإسلامية، وليس وليد حاجة طارئة أو ظرف مؤقت، الأمر الذي يستلزم ضرورة العناية به، دراسة وتأصيلاً، وفق إشكاليات معاصرة ومتطلبات متعددة، وفي ضوء الظروف الدولية المعاصرة، والمتغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية للأمة الإسلامية وسط العالم المعاصر.⁴

¹ - مانع الجبني، دور المؤسسات في الخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، مكة المكرمة، جامعه أم القرى، أبحاث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، 1418هـ، ص543.

² - سليمان العلي، تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية، واشنطن، مؤسسة أمانة، 1416هـ، ص76.

³ - د.يوسف بن عثمان الحزيم ، قوة التطوع تطبيقاته السعودية ، دار ابن الأثرق للنشر، الرياض، الطبعة الأولى ، 2012 ، ص 46 .

⁴ - سلام نجم الدين الشرايبي، ثقافة التطوع و دور الاعلام في نشرها، مقال نشر في الموقع الالكتروني : www.lahaonline.com

4 الإعلام وثقافة العمل الخيري :

انطلاقاً من قيم الدين الإسلامي الحنيف في الحث على التكافل والتعاضد، يحظى العمل الخيري والتطوعي باحترام الناس في المجتمعات الإسلامية، ويتمثل الدور المهم لوسائل الإعلام وأجهزته في دعم ونشر ثقافة العمل الخيري، فعناوين من قبيل مساعدة الأسر المحتاجة والفقراء، كفالة اليتيم، علاج المرضى، المقبلين على الزواج وغيرها، تخلق اتجاهات إيجابية تجاه القطاع الخيري، ولا يمكن كسب ثقة الرأي العام إلا من خلال إعلام واتصال غني الجوهر والأبعاد¹. فالعلاقة بين الإعلام وثقافة العمل الخيري مهمة للغاية إذا ما تم صياغة الأهداف وإيصالها إلى الرأي العام بصورة صحيحة.

5 مفهوم الإعلام الخيري :

لا يوجد في الكتابات الأكاديمية في مجال الإعلام سواء العربية منها أو الانجليزية ما يشير إلى هذا المصطلح بشكل محدد، على الرغم من وجود العديد من الأدبيات التي تناولت الإعلام الاجتماعي من خلال علاقة الإعلام بالعمل الخيري، ولكن ليس في شكل مصطلح محدد يرمز إلى الجانبين معاً في أن واحد، كما هو الحال في مفهوم الإعلام الخيري، لذا فإنه يمكن القول أن مصطلح الإعلام الخيري يعد مصطلحاً عربي حديث النشأ إلى حد كبير، حيث طرح نفر من المختصين في الإعلام مفهوماً جديداً تحت مسمى "الإعلام الخيري" مع ضرورة تحديد منهجية علمية ومهنية في الواقع العملي له، واقترح الدكتور عبد القادر طاش (إعلامي سعودي ومؤسس قناة اقرأ و له إسهامات في تطوير الإعلام الإسلامي)- الذي يعد أول من طالب بهذا المفهوم- بعض الوظائف الاجتماعية لهذا الإعلام الخيري المأمول أبرزها: "تشكيل وعي اجتماعي داعم للعمل الخيري، وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الجمعيات الخيرية في المجتمع، والمساهمة في تنظيم وتنفيذ حملات إعلامية لجمع التبرعات للأعمال الخيرية"².

¹- سعيد محمد سعيد، دور الإعلام في دعم العمل الخيري، ورقة مقدمة لمؤتمر العمل الخيري، أبريل 2014، نشرت في موقع جمعية التوعية الإسلامية بالبحرين.

²- عبدا لقادر طاش، محاضره نحو تفعيل الإعلام الخيري، جدة، نشرت بموقع الجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن، 1422هـ.

كما يقول سعد لبيب في كتابه " الثقافة والإعلام والاتصال ": " إن الأثر الخيري للإعلام قد يكون بإضافة معلومات عن العمل الخيري أو خلق اتجاه جديد، أو إضعاف اتجاه قديم، أو المعاونة على خلق وجهة نظر محددة جديدة أو متحولة من وجهة نظر أخرى، وقد يكون في خلق قيمة خيرية جديدة أو تدعيمها أو إضعاف من سلوكيات قديمة، أو التحول عنها، وقد يتمثل الأثر في تعديل سلوك قائم أو العدول عنه إلى سلوك جديد، وهذا كله ما يعرف باسم اتجاهات التأثير.¹ التي تقدمها المؤسسات والجمعيات الخيرية، بل إن وظيفته نقل الرغبة في عمل الخير من جيل إلى جيل، والمساعدة على تنشئة الجيل الجديد وتربيته، تأتي في رأس المهام التي لا بد أن تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع.

ومما سبق يتضح أن الإعلام يمكنه القيام بدور أساسي في عملية التوحيد على عمل الخير، خاصة إذا تركزت الرسائل الإعلامية على المضامين الدينية المتصلة أساسا بفطرة المسلم التي فطر الله الناس عليها في عمل الخير.

مفهوم إجرائي للإعلام الخيري :

ونظرا لعدم وجود رؤى حول وضع مفهوم محدد للإعلام الخيري بين جمهور الباحثين ، ارتأينا أن نعرض فيما يلي جملة من التعاريف الإجرائية لمصطلح الإعلام الخيري :

الإعلام الخيري هو نوع من أنواع الإعلام الاجتماعي فهو عملية الاتصال التي من خلالها يتم نقل الرسائل و الأفكار والمعلومات والأخبار الصادقة حول ما يتعلق بالنشاطات و الأعمال الخيرية و التي تصدر عن جهات خيرية و تنشر و تبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف زيادة تأثير وفاعلية ما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام المتخصصة وعن القطاع الخيري كالجمعيات التطوعية و المؤسسات الخيرية من نشاطات إعلامية ذات طابع خيري او نداءات و حملات تضامنية لجمع التبرعات تقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون أو الصحف ومواقع التواصل الاجتماعي لتحفيز الجماهير من كافة شرائح المجتمع على المساهمة في العمل الخيري و غرس فيهم ثقافة التطوع و التبرع و توعيتهم بأهمية و فائدة ذلك من الجانب الديني و الاجتماعي و الإنساني.

¹ - طالب يسلم بن محفوظ، العلاقة التكاملية المقترحة بين وسائل الإعلام و الجمعيات الخيرية، ورقة عمل نشرت بصحيفة عكاظ، جدة، ص5.

من خلال هذا التعريف السابق الذي وضعناه " للإعلام الخيري " يتضح لنا انه يعبر عن :

* عبارة عن احد أنماط الإعلام المتخصص بالجانب الاجتماعي .
* يهدف الإعلام الخيري إلى تزويد المجتمع بمعلومات و حقائق و بيانات عن أهمية العمل الخيري الدينية و الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و العلمية و ذلك لا يكون إلا من خلال وسائل اتصالية متخصصة و متطورة .
* يقوم بتغطية و بث الأخبار والبيانات و الأفكار و المعلومات التي تصدر عن المؤسسات الخيرية و الجماعات التطوعية أو نداءات الفقراء و المحتاجين .
* النشر و البث عبر وسائل الإعلام المختلفة مكتوبة مسموعة مرئية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

* يهدف لنشر و غرس ثقافة التبرع و التطوع و فعل الخير بين أفراد المجتمع .
* يرمي إلى تحقيق تأثير ايجابي من الاتصال لتحقيق هدف نبيل و هو زيادة التفاعل بين المتبرع و المحتاج .

* كما يسعى الإعلام الخيري إلى الوصول إلى شرائح المجتمع المختلفة و تحقيق الترابط و التعاون بينها و خاصة الجماعات المانحة أو المتبرعة و المستفيدين من العمل الخيري و المؤسسات الخيرية ذات الصلة و المؤسسات الحكومية المعنية.
* يتضمن نشر أعمال و نشاطات المؤسسات الخيرية و الجمعيات التطوعية لضمان الحصول على ثقة و تأييد الجماهير من أفراد المجتمع .
* يقوم بمجموعة عمليات متكاملة و مخططة تبعد عن العشوائية و الارتجال بهدف تحقيق التوازن الاجتماعي و تلبية احتياجات المحتاجين و الفقراء و المرضى من أفراد المجتمع.

...رأي بعض المختصين في الإعلام الخيري:

نظرا لعدم وجود جهد أكاديمي محدد لمصطلح و مفهوم "الإعلام الخيري" و كذا وجود آراء مختلفة حول كيفية إيجاد إعلام متخصص في العمل الخيري، أجرى الباحث السعودي "طالب يسلم بن محفوظ" استطلاع رأي مع عدد من المختصين من أهل الإعلام و القائمين على الجمعيات الخيرية و مسؤولي الإعلام و العلاقات العامة، من أجل الوقوف على رأيهم بالنسبة إلى متطلبات هذا الإعلام الخيري، و قدم مقتطفات من هذه اقوالهم باختصار، املا أن تكون انطلاقة لإيجاد مراكز إعلامية متخصصة في العمل الخيري:

■ الدكتور حمد بن ناصر العمار "وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية والعميد الأسبق لكلية الدعوة والإعلام بالجامعة " يؤكد أن أهم هذه المتطلبات هو تدريب بعض المشتغلين بالعمل الخيري على بعض المهارات الإعلامية والفنون المتخصصة من خلال ورش العمل المتعددة، والإفادة من الأكاديميين الإعلاميين في مختلف التخصصات بتفعيل عملية الإعلام بالعمل الخيري، والعمل على إيجاد مركز إعلامي متخصص متكامل ليقوم بهذه المهنة.

■ الدكتور عبدالرحمن الحبيب – أستاذ الصحافة والإعلام المساعد بجامعة الملك عبدالعزيز جدة – يطالب بوضع آليات لإيجاد استراتيجية إعلامية مقننة وفاعلة في الإعلام الخيري محملاً المؤسسات الخيرية مسؤولية الاستفادة من معطيات ودور وسائل الإعلام المختلفة من خلال إنشاء إدارات للإعلام والعلاقات العامة في تلك المؤسسات الخيرية ووضع الخطط والدراسات اللازمة لتفعيل دور الإعلام في العمل الخيري والسعي نحو إيجاد آلية دائمة للتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة.

■ المهندس عبدا لعزیز حنفي – رئيس الجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم بمحافظة جدة – قال: إن الجمعيات تعول كثيراً على وسائل الإعلام لتجلية الصورة النقية عن الجمعيات الخيرية والتعريف بدورها الإنمائي والروحي والوجداني الذي تطلع به مطالباً الجمعيات الخيرية أن تقوم بجانبها بحملات إعلامية تعريفية عنها تنقل صورة واضحة لكافة شرائح المجتمع ولا تنتظر المبادرة من وسائل الإعلام.

■ الدكتور صالح الدوسي الزهراني – رئيس قسم التدريب وخدمة المجتمع بكلية المعلمين بجدة - يوضح أن للإعلام دور في مساندة العمل الخيري وفق ثلاثة أبعاد هي : البعد الاجتماعي الذي يحدد وظيفة الإعلام في شرح خصائص العمل الخيري ، والبعد العلمي المنطقي الذي يعكس قدرة الإنسان المسلم على المشاركة والسيطرة على محيطه البيئي ، والبعد التربوي الذي تتم فيه تطوير الذات من الوجود بالاسم إلى الوجود بالفعل .

■ الأستاذ سلمان العمرى - المدير العام للعلاقات العامة والإعلام بوزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد- أوضح أن الإعلام يتحمل مسؤولية كبيرة في دعم العمل الخيري ومساندته والتعريف به وبالأثار الإيجابية المترتبة على الأعمال الخيرية عموماً التي تتلخص في التعريف بالجهات العاملة في القطاع الخيري، والتشجيع على دعمها، وعرض الآثار الإيجابية للأعمال الخيرية، ودفع الشبهات التي

تحاك ضدها مشيراً إلى أن الإعلام يمكن أن يقوم بهذا الدور بتنظيم آليات لاستقبال المعلومات الخاصة بعمل المؤسسات والجمعيات الخيرية داخل المؤسسات الإعلامية ذاتها، وفتح قنوات اتصال دائمة مع هذه الجمعيات الخيرية واستضافة القائمين عليها وإلقاء الضوء على النتائج الإيجابية للأعمال الخيرية .

■ الأستاذ نبيل الحماد - مدير عام قناة اقرأ الفضائية - أشار إلى أن وسائل الإعلام عليها مسؤولية تجاه المجتمع في الحث على الخير، وعليها زكاة وصدقة في أن تبادر وتخترع وتتابع كل ما فيه تسويق الخير بالأساليب الإبداعية المختلفة. الأستاذ محمد باصره - مدير تنمية الموارد والعلاقات العامة بجمعية البر بجدة- أكد أن الجمعيات الخيرية بحاجة إلى إعلاميين متخصصين ذوي مهنية عالية لتغطية أنشطة وأعمال الجمعيات الخيرية حتى يأخذ العمل الخيري مساحة مناسبة للنشر في وسائل الإعلام إذ أن العمل الخيري قائم على تلمس حاجات ومتطلبات المجتمع لتقديم الخدمة المطلوبة لهم من خلال إمكانياته وقدراته.¹

6- مقومات الإعلام الخيري :

هناك مقومات لا يمكن تجاوزها لكي يؤتي " الإعلام الخيري " ثماره على أكمل وجه منها :

- ضرورة وجود كوادر إعلامية متخصصة في العمل الخيري واتجاهاته وأهميته، بالإضافة إلى وجود الخبرات الفنية الإعلامية المتخصصة ، وهذا إلى جانب المتابعة لتطورات العملية الإعلامية ووسائلها.

- هذا من جهة ومن جهة أخرى، لابد من توافر قاعدة بيانات عن الاحتياجات الواقعية للمجتمع كما يجب أن يهتم الإعلام الخيري بعرض الجدوى الاقتصادية من المشروعات المراد تنفيذها لتحقيق أعلى قدر من الشفافية بين مؤسسات العمل الخيري وأعضاء المجتمع سواء كانوا أفرادا وجماعات أو شركات .

- و يتوقف مدى نجاح الإعلام الخيري أيضا على قدرة المؤسسات الخيرية على تحديد أهدافها وعرض برامجها والتعريف بأنشطتها ومدى الاستفادة من تقنيات المعلومات والاتصال، كما لابد أن تتعاون المؤسسات الخيرية فيما بينها لإصدار وسائل إعلامية قوية وبث قنوات فضائية متخصصة في العمل الخيري تعرض

¹ - طالب بن محفوظ، العمل التطوعي آفاق وضوابط، جده، صحيفة عكاظ صفحه الفكر الإسلامي، ص 7 .

لأهدافه و تساعد على إشاعة ثقافة العمل الخيري في مجتمعنا الجزائري الإسلامي.و من الضروري أيضا الخروج بالمؤسسات الخيرية من التعريف الضيق وهو مساعدة الفقراء و المساكين و المرضى إلى دور المؤسسات الخيرية في التنمية المستدامة للمجتمعات .

- إيجاد وسائل الإعلام الخيري المتخصص هي أحد الحلول التي ستسهم في تطويره وتوسيع قوالب المعالجات الصحفية لأنشطة المؤسسات الخيرية المختلفة خاصة إذا ما تم إعداد جيل من الصحفيين القريبين من النشاط الخيري والمتفهمين لرسالته النبيلة .

7- دور الإعلام الخيري:

- تقديم نداءات المحتاجين وإيصالها إلى المحسنين .
- التعريف بالحالات المزرية التي يعيشها الفقراء ة المرضى و المحتاجين و تسليط الضوء عليها .
- التعريف بالمؤسسات الخيرية ودعم و تغطية نشاطاتها و الترويج لها .
- العمل على نشر و غرس ثقافة التطوع في أفراد المجتمع .
- تحفيز الجمهور على العمل التطوعي و التبرع و القيام بأعمال خيرية .
- تخصيص برامج متخصصة و خاصة بالعمل الخيري.
- القيام بحملات إعلامية لمساعدة المرضى الذين يحتاجون إلى عمليات مكلفة في الخارج وتنظيم حملات تضامنية لجمع التبرعات لهم .
- نشر ثقافة العمل الخيري بين مختلف الأوساط الاجتماعية .
- تحريك السلطات لمساعدة المحتاجين من خلال البرامج الإذاعية و التلفزيونية المكثفة و المستمرة و حملات "الفايسبوك" التضامنية التي لقت انتشارا و رواجا واسعا و أتت ثمارها في المجتمع الجزائري .
- تحريك الرأي العام للتعاطف و التضامن مع المحتاجين .
- مساهمة في نشر جمعيات ذات طابع شباني تطوعي ك "ناس الخير" " شباب الخير" "قوافل الخير" التي انتشرت عبر كافة التراب الوطني .
- إبراز تجارب الجمعيات التطوعية و المؤسسات الخيرية و جعلها تكسب ثقة الرأي العام فيها و في أعمالها الخيرية من خلال إعلام و اتصال غني الأبعاد و الجوهر .

- بناء رغبة المشاركة المجتمعية ومساعدة الدولة في النهوض والتنمية بشكل عام ، كما له دور هام في كشف التغيرات الاجتماعية وبناء حوافز جديدة وجذب الاهتمام للمشاركة المجتمعية والخدمية¹.

- المساهمة في " تعميق روح التكامل بين الناس ويشجع على التعاون وروح الجماعة ، كما يساهم في تعزيز قيم المشاركة والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والتكامل والعطاء"²

خاتمة :

وختاماً يمكن القول أن الإعلام الخيري كما سبق وذكرنا هو مصطلح يشير إلى العلاقة التكاملية بين وسائل الإعلام وثقافة العمل الخيري و التطوعي المتجذرة في ثقافة الفرد المسلم و التي تحث عليها العديد من النصوص الشرعية في الكتاب والسنة ، و بذلك تكون لمختلف وسائل الإعلام في المجتمعات العربية والإسلامية بصفة عامة و في مجتمعنا الجزائري بصفة خاصة مسؤولية دينية و توعوية يجب أن تراعىها لخدمة المجتمع وخاصة الأعمال الخيرية، فإذا وجدت هذه المسؤولية من الجانبين الوسائل الإعلامية والجمعيات الخيرية ، فإن ذلك سوف يثمر إلى علاقة تكاملية بين هاتين المؤسستين لخدمة المجتمع المسلم، وقد أصبحت هذه العلاقة من الضرورة الملحة، خاصة بعد الهجمات الإعلامية الغربية الشرسة على المؤسسات الخيرية الإسلامية في الوطن العربي بعد أحداث 11 سبتمبر. حيث يتحمل بذلك الإعلام بمختلف وسائله مسؤولية كبيرة في دعم العمل الخيري ومساندته والتعريف به وبالأثار الإيجابية المترتبة على الأعمال الخيرية عموماً التي تتلخص في التعريف بالجهات العاملة في القطاع الخيري، والتشجيع على دعمها، وعرض الآثار الإيجابية للأعمال الخيرية لتحقيق التعاون و التضامن بين أفراد المجتمع و تعزيز أواصر الترابط و التماسك بينهم .

لذا نوصي بأهمية تكثيف الجهود من طرف العاملين في القطاع الخيري أو الإعلامي على حد سواء وكذا من طرف الأكاديميين والمختصين في العلاقات العامة

¹- احمد السيد الكردي، دور الإعلام في دعم العمل التطوعي في المجتمع، موقع موسوعة الاعلام والتنمية .

²- احمد السيد الكردي، نفس المرجع السابق.

و الإعلام و علم الاجتماع لتحديد مفهوم الإعلام الخيري و رسم معالمه و آليات تطويره و تفعيله وفق منهجية محكمة تحقق الهدف من ذلك ليؤتي الإعلام الخيري ثماره في المجتمع .

قائمة المراجع :

- كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي في العبد الفكري، المكتب الإسلامي، بيروت، الطبعة الأولى، 2004م .
- طالب يسلم بن محفوظ، العلاقة التكاملية المقترحة بين وسائل الإعلام و الجمعيات الخيرية، ورقة عمل نشرت بصحيفة عكاظ، جدة.
- طالب بن محفوظ، العمل التطوعي آفاق وضوابط، جده، صحيفة عكاظ صفحه الفكر الإسلامي.
- سليمان العلي، تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية، واشنطن، مؤسسة أمانة، 1416هـ .
- مانع الجفري، دور المؤسسات في الخدمات التطوعية بالملكة العربية السعودية، مكة المكرمة، جامعه أم القرى، أبحاث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالملكة العربية السعودية، 1418هـ .
- محمد عمارة، قاموس المصطلحات الاقتصادية، دار الشروق، القاهرة.
- يوسف القرضاوي، أصول العمل الخيري في الإسلام في ضوء النصوص والمقاصد الشرعية، دار الشروق ، القاهرة، الطبعة الثانية 2008م.
- يوسف القرضاوي، خصائص العمل الخيري في الإسلام، الكويت: مجلة العالمية، العدد 221 أغسطس 2008.
- يوسف بن عثمان الحزيم ، قوة التطوع تطبيقاته السعودية ، دار ابن الأزرق للنشر، الرياض، الطبعة الأولى ، 2012 ، ص 46 .
- المواقع الالكترونية:
- احمد السيد الكردي، دور الإعلام في دعم العمل التطوعي في المجتمع، موقع <http://kenanaonline.com>
- سلام نجم الدين الشراي، ثقافة التطوع و دور الاعلام في نشرها، مقال نشر في الموقع الالكتروني : www.lahaonline.com
- سعيد محمد سعيد، دور الإعلام في دعم العمل الخيري، ورقة مقدمة لمؤتمر العمل الخيري ، أبريل 2014، نشرت في موقع جمعية التوعية الإسلامية بالبحرين <http://tawiya.org/alkhier>
- عبد القادر طاش، محاضره نحو تفعيل الإعلام الخيري، جدة، نشرت بموقع الجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن، 1422هـ <http://www.alukah.net>

الصحافة المكتوبة الجزائرية في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية رسالة احترام أم توجه نحو الإثارة

أ/ خولة بحري

جامعة الجزائر.03

ملخص :

تتناول هذه الدراسة واقع الصحافة المكتوبة الجزائرية خلال مرحلة التعددية الإعلامية هذه المرحلة التي نقلت الصحافة المكتوبة من التوجه الأحادي في الطرح إلى التوجه التعددي والطرح المتنوع ، ففي ظل هذا التحول سيطراً على المحتوى الإعلامي الكثير من التغيرات التي قد تكون في صالح الرأي العام وخدمة المصلحة العامة للجمهور كما وقد تكون عاملاً من عوامل الإساءة للمصلحة العامة وخدمة الرأي العام ، ولهذا اعتمدنا في هذه الدراسة على قراءة الواقع الإعلامي الجزائري في مرحلة التعددية الإعلامية من خلال مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ومدى انعكاسها في الصحافة الوطنية خلال مرحلة التعددية الإعلامية.

Abstract:

This study deals with the reality of the Algerian written press during the stage of media pluralism. This stage, which transferred the written press from the unilateral approach in the proposal to the pluralistic approach and the varied proposal. In this transformation, the media content will undergo many changes that may be in the interest of the public opinion. It may also be a factor in the abuse of the public interest and the service of public opinion. Therefore, in this study, we have relied on reading the Algerian media reality in the stage of media pluralism through the principles of social responsibility theory in the media and its reflection in the media During its national media pluralism stage.

مقدمة :

تعتبر الصحافة مرآة المجتمع وهذا من خلال سعيها للحصول على المعلومات ومعرفة المستجدات في مختلف القضايا والمواضيع ، قصد تحريك وتوجيه الوعي

العام وتكوين رأي عام مستنير قادر على اتخاذ القرارات الملائمة وتقرير مصيره بوعي وقوة .

ونظرا لما تحمله الصحافة المكتوبة من خصائص كسهولة الحصول عليها ولغتها البسيطة التي تجعلها تخاطب جميع القراء باختلاف مستوياتهم التعليمية ، هذه الخصائص وغيرها زادت من شعبيتها وتأثيرها على الجمهور ، ومن هذا المنطلق وجب علينا كباحثين النظر لمحتوى ما تقدمه هذه الوسيلة ، ومدى التزام المؤسسة الإعلامية والقائمين عليها بضرورة التحلي بأخلاقيات العمل الإعلامي ومبادئ المسؤولية الاجتماعية هذه النظرية المعيارية التي تسعى من خلال مبادئها إلى حماية الرسالة الإعلامية من لجوئها إلى مختلف أشكال الانحراف الإعلامي والسقوط تحت سيطرة النزعة الربحية الاستهلاكية التي تسعى نحو المبالغة في استخدام أساليب الإثارة الإعلامية من أجل زيادة السحب وزيادة الربح المالي .

إشكالية الدراسة :

في ظل التحول السياسي الذي عاشته الجزائر منذ سنة 1989 ، حيث استجابت السلطات السياسية لرغبة الجماهير الشعبية في إسماع صوتها وممارسة حريتها بما فيها الحرية السياسية والحرية الإعلامية .. إلخ .

وتأسيسا على ذلك فتح مجال التعددية السياسية ومنها التعددية الإعلامية وفتح المجال للخواص للاستثمار في هذا القطاع الذي سمح بولادة العديد من العناوين الصحفية ، بحيث شكلت سنوات التعددية الإعلامية في الجزائر تغيرا وفرقا في محتوى الرسالة الإعلامية ، وهذا هو هدفنا من هذه الدراسة التي سنسعى من خلالها إلى قراءة مستوى هذا الأداء الصحافي ومدى تجسيد هذا الجيل الجديد من الجرائد لمبادئ المسؤولية الاجتماعية .

ومن هذا الطرح يتبلور التساؤل الرئيسي لدراستنا :

ما هي طبيعة الأداء الصحافي الجزائري في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية ؟

ومنه تتفرع مجموعة من الأسئلة وهي كالتالي :

- 1- ما أنواع الصحف التي ظهرت خلال سنوات التعددية الإعلامية في الجزائر ؟
- 2- ما مدى تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في صحفنا الوطنية ؟
- 3- هل أثرت التعددية الإعلامية في الجزائر تأثيرا إيجابيا أم سلبيا على مضمون الصحافة الوطنية ؟

أهمية الدراسة :

تأخذ هذه الدراسة أهميتها في محاولتها إسقاط مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام على الواقع الصحفي الجزائري بهدف تقييم مستوى هذا الأداء ومدى تحليله بمبادئ المسؤولية الاجتماعية أو بعده عنها ، لاسيما في ظل التعددية الإعلامية وفتح القطاع الخاص للاستثمار في مجال الإعلام .

أهداف الدراسة :

- نهدف إلى الكشف على طبيعة الأداء الصحفي الجزائري في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية .

- التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لتعددية الإعلامية في الجزائر .

- نهدف إلى معرفة مدى تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في صحفنا الوطنية .

تحديد مفاهيم البحث :

الصحافة المكتوبة :

تعرف منظمة اليونيسكو الصحافة المكتوبة تحت عنوان " الدوريات periodical بأنها كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة ، ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها ويشترك في تحريرها العديد من الكتاب، ويقصد بها أن تصدر إلى مالا نهاية، وقد قسمت المنظمة، الدوريات إلى فئتين كبيرتين هما :

1 - news papers: ومنها الصحف اليومية صباحية كانت أو مساءية والصحف، غير اليومية أو الأسبوعية.

2 Magazines : وتنقسم إلى مجالات إخبارية هامة تهتم المثقف العام، ومجلات، متخصصة في أي مجال من المجالات، كالطب، أو الإدارة،... وهي لا تهتم سوى المتخصصين" ⁽¹⁾

المسؤولية الاجتماعية :

عرفت لجنة هاتشنز المسؤولية الاجتماعية في الإعلام من خلال " النظر إلى المصطلح انطلاقا من ثلاث مستويات:

أولا : مسؤولية إعلامي تجاه المجتمع العام .

ثانيا : مسؤولية إعلامي تجاه المجتمع المحلي .

ثالثا : مسؤولية إعلامي تجاه نفسه . " ⁽²⁾

الإثارة الإعلامية :

يعرف المعجم الحديث للمفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال الإثارة على أنها " تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة ، فتعمل على لفت انتباه القارئ ومخاطبة بعض غرائزه ، وتعتبر الإثارة العنصر الذي يقوم عليه عمل وسائل الإعلام والاتصال الحديثة خصوصا البرامج المرئية والمسموعة التي تسعى لنشر كل ما هو مثير وتستخدم كل تقنيات الصورة للجذب ، والتأثير ويمكن أن تبتعد عن الموضوعية وتتخطى الأخلاقيات المطلوبة في ممارسة الإعلام والاتصال " (3)

المحور الأول : نظرية المسؤولية الاجتماعية الخلفية التاريخية والمبادئ الأساسية:

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية من بين النظريات " المعيارية التي تصف وضعا مثاليا لنظام إعلامي تتجدد فيه الهيكلية والعمليات ، وهي لا تصف واقع الإعلام ، بل تؤكد على مثالية الإعلام وما ينبغي أن يكون عليه " (4)

وتعتبر النظريات الأربعة للإعلام عن التوجه الأيديولوجي للمجتمع الذي تقوم فيه المؤسسة الإعلامية ، إن هذه النظريات تولدت بشكل ارتباطي عن بعضها البعض ، ابتداء بالنظرية السلطوية فالليبرالية فالمسؤولية الاجتماعية والاشتراكية ، وقد أضاف دنيس ماكويل كل من النظرية التنموية والمشاركة الديمقراطية .

لقد عبرت كل نظرية عن النظام السياسي القائم في المجتمع وعن الوضع الفكري والأيديولوجي القائم ، وباعتبار أن المؤسسة الإعلامية جزء من المجتمع الذي تقوم فيه فهي ستنبع النظرية الأكثر ملائمة مع ذلك النظام ، وانطلاقا من النظرية السلطوية التي عكست مبادئ النظام السلطوي القائم على مبدأ تسلط الحاكم واحتكاره لمبدأ الحرية هذا الوضع الذي غيب مبادئ الحرية والديمقراطية وحق الجمهور في التعبير عن رأيه ، تعالت الأصوات الرافضة لهذه النظرية وهذا الوضع الاستبدادي وتزامننا مع قيام الثورة الفرنسية عام 1789 ، تعالت الأصوات المنادية بحق الشعب في الرأي والتعبير والاختيار فظهرت النظرية الليبرالية التي قامت أساسا على الفكر الليبرالي فأُسست معالم الحرية والديمقراطية والإيمان بضرورة تعدد الآراء والأفكار مع المناداة بضرورة رفع قيم الإنسان والدفاع عن حقوقه والتي يأتي في مقدمتها حقه في التعبير عن رأيه وهذا لا يتجسد إلا من خلال فتح المجال أمام

حرية الإعلام وحرية الصحافة " وبناء على ذلك فأن وسائل الإعلام في مثل هذه الأنظمة تعمل بصفة حرة كطرف مستقل في إطار الأنظمة الأخرى خاصة منها النظام السياسي فتعمل وسائل الإعلام على مراقبة عمل السلطة السياسية ولعب أدوار المعارضة ، ويسمح في ظل هذه الأنظمة بإنشاء الصحف والمجلات واستحداث محطات تلفزيونية أو إذاعية"⁽⁵⁾

لكن التطبيق الفعلي لمبادئ هذه النظرية أسفر على نتائج لا تعكس المبادئ والقيم التي نادى بها .

ذلك أن مفهوم الحرية المطلقة انعكس في الممارسات الإعلامية الفجة المليئة بالإثارة والخداشة للحياء العام من ناحية ومن ناحية أخرى إن مبادئ الحرية لم تنعكس على أرض الواقع ذلك أن مالكي رؤوس الأموال استثمروا في المجال الإعلامي وامتلكوا كل الوسائل الإعلامية مما أدى إلى ولادة الاحتكارات الإعلامية وتركيز وسائل الإعلام في يد قلة قليلة من مالكي رؤوس الأموال ، وبهذا تحكمت هذه الفئة الصغيرة في الصناعة الإعلامية وغاب جوهر الحرية الإعلامية التي نادى بها هذه النظرية .

" وهذا ما جعل الصحفيين والجماهير أنفسهم يستاءون من الممارسات ألا أخلاقية ويطالبون بضرورة ظهور نظرية إعلامية تطالب بتأسيس أخلاقيات إعلامية تحترم من قبل جميع الإعلاميين ، ومن وحي هذه المطالبات ظهرت دراسة أمريكية سنة 1947 من قبل مجلة التايمز ودائرة المعارف البريطانية والتي جاءت بعنوان " صحافة حرة ومسئولة " كما وصدرت دراسة أخرى بعنوان . حرية الصحافة إطار المبدأ . "⁽⁶⁾ ، ومن هذا المنطلق انبثقت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية. مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية :

التأكيد على مسؤولية الحرية من خلال البحث عن الحرية وضماناتها ، ووضع حدود لها يجب احترامها ذلك أن النظرية تنتقد وبشدة فكرة أن الإنسان يسيره العقل لا العاطفة ، وهذا ما أثبتته الممارسة الفعلية لنظرية الحرية المطلقة .

احترام مبادئ وقيم المجتمع مع ضمان هامش معتبر للحرية الإعلامية ، بالإضافة إلى التأكيد على مبادئ الشرف الإعلامي وضرورة التحلي بها .

ذلك أن " الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت " ⁽⁷⁾ ، وهذا يتجسد من خلال التركيز على ضمان الصالح العام للجمهور والمحافظة على ضرورة وجود " إلزام ذاتي من جانب وسائل الإعلام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين الحرية الإعلامية من ناحية ومصالح المجتمع من ناحية ثانية " ⁽⁸⁾ ،

فالالتزام الذاتي من قبل الصحفي يجعل الصحافة تتمتع بأكبر قدر من الحرية بعيدة عن كل مضايقات السلطة والقوانين المكبلة للحرية الإعلامية .

إيمان هذه النظرية بأن الحل الوحيد للبعد عن مضايقات السلطة وقوانينها لا يتجسد إلا من خلال سعي الصحفيين والمؤسسات الإعلامية نحو احترام مهنة الصحافة واحترام الممارسة المهنية هذا ما يجعل الصحافة متحررة من قيود القوانين الضابطة للمهنة.

كما أولت هذه النظرية اهتماما كبيرا بضرورة تنوع وتعدد وظائف الصحافة وتقديم الحقيقة الكاملة للجمهور بغض النظر عن تأثيرها ، فمن حق الجمهور أن يعرف من خلال " تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام تنويرا يجعل من اليسير عليه أن يحكم نفسه بنفسه حكما صحيحا على الأحداث العامة " ⁽⁹⁾

إن أهم ما أسفرت عنه هذه النظرية هو تركيزها على ضرورة تحلي الصحافة بمبادئ الدقة ، المصادقية ، الموضوعية ، ورعاية المصالح الخاصة وحمايتها وهي نفسها المبادئ التي أوجزها الدكتور عبد الرحمان عزي في كتابه نظرية الواجب الأخلاقي الذي ينظر إلى الصحافة على أساس مدى احترامها لهذه المبادئ.

لقد تميزت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بطرحها الجديد والمغاير لمفهوم الحرية حيث ربطت مفهوم الحرية وأقرنته بالمسؤولية و الالتزام من حيث نظرتها وتفسيرها للحرية انطلاقا من وجهة نظر الصالح العام فقد نبذت هذه النظرية فكرة الحرية الفردية بل نظرت لها من خلال الجماعة ، ذلك أن الرسالة الإعلامية رسالة راقية ومسئولة يتوجب عليها خدمة الصالح العام ، ونبذت النظرة المادية الاستغلالية التي تنظر للإعلام على أنه صناعة ربحية يتحكم فيها قانون العرض والطلب ، لكن كثيرا ما يتجرد الصحفيين من مبادئ المسؤولية الاجتماعية في سعيهم نحو الشهرة وتحقيق السبق الصحفي وفي ظل المنافسة الشرسة بين المؤسسات الإعلامية وسعيها نحو الكسب المالي والتوزيع إلى جانب المضايقات القانونية حيال المؤسسات الصحفية في ظل سعيها لكشف الحقائق للرأي العام الأمر الذي يزعج السلطة مما يجعلها تتعسف في إسكات صوت هذه الجرائد بالغلق والحذف وتسليط الغرامات المالية لاسيما في الدول العربية التي لا يزال القطاع الصحفي فيها يعيش الكثير من الانتهاكات إذا انتهج نهجا معارضا للسلطة السياسية القائمة ، الأمر الذي يجعل صحف الوطن العربي صحف صفراء أو بيضاء ، على حد تعبير فاروق أبو زيد ، إما أن تكون صحف صفراء تنتهج نهج الإثارة الإعلامية

والمغالاة في نشر فضائح المجتمع والبعد الكلي على أخلاقيات الإعلام ، وبناء تغطيتها الإعلامية على القضايا الهشة التافهة ، وإما أن تكون صحافة بيضاء فارغة المحتوى بعيدة عن اهتمامات الرأي العام خوفا من الصدمات التي توقعها في مضايقات مع السلطة ، وانطلاقا من هذا الطرح سنحاول أن نسقط مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية على واقع الصحافة المكتوبة الجزائرية ابتداء من مرحلة التعددية الإعلامية في الجزائر.

المحور الثاني: واقع الصحافة المكتوبة الجزائرية أثناء مرحلة التعددية الإعلامية من 1989 إلى صدور قانون الإعلام 2012 :

لقد عرفت الجزائر الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية مع دخول الاستعمار الفرنسي للجزائر عام 1830 بحيث اعتمد على تأسيس أولى جرائده الممثلة في جريدة l estafette d'Alger هذه الجريدة التي حاولت التمهيد للدخول الاستعماري ، وهذه الجريدة تعرف الجزائريون على الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية وبدأ الاهتمام بها، إلا أن تم الاعتماد عليها كسلاح فكري لمحاربة الاستعمار من خلال صحافة الحركة الوطنية وثورة التحرير.

وبالتالي كان لهذه الوسيلة نضال دام لفترات طويلة للدفاع عن حريتها وبقائها في وجه الاستعمار وضلت على ذلك الحال حتى نيل الجزائر استقلالها ومن ثم نيل الصحافة الجزائرية استقلالها وأعلنت الدولة توجهها الاشتراكي الذي يملئ مبدأ الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج بما فيها وسائل الإعلام وبهذا تبنت الصحافة الجزائرية النظرية الاشتراكية ومبادئها ، وسيطر الحزب الواحد حزب جبهة التحرير الوطني وأصبحت هذه الصحافة خاضعة لجهاز الحكومة وسلطته ، وابتعدت عن انشغالات الرأي العام واهتماماته واستمر الوضع على هذا النحو إلى مجيء 5 أكتوبر 1989، بهذا التاريخ خرج الشعب الجزائري يطالب بحقوقه المهذرة ويناقش السلطة علنا على حقه في الديمقراطية والحرية ، وعلى إثر هذا الغضب الجماهيري قررت الجزائر تعديل الدستور ، والذي كان من نتاجه إنهاء مرحلة الاشتراكية وإعلان التوجه نحو التعددية السياسية وفتح مجال تعدد الآراء والأفكار والرؤى السياسية وهذا يضمن التعددية الإعلامية ، وخروج الإعلام بما فيه الصحافة من توجه الحزب الواحد والرأي الواحد وكان نتاج ذلك ميلاد صحافة جديدة صحافة متنوعة بأراء مختلفة .

حيث نص هذا الدستور في المادة 31 منه على أن الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة وتكون تراثا مشتركا بين الجزائريين والجزائريات " أما المادة 35 فقد نصت على أنه لا مساس بحرية المعتقد وحرمة الرأي " والمادة 36 "حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي مضمونة ، وأن حقوق المؤلف يحميها القانون ولا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أو وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلا بمقتضى قضائي " والمادة 39 التي كرست هذه المبادئ "حرية التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن " ⁽¹⁰⁾ ، " إن هذا الدستور الذي يعتبر أول وثيقة منذ الاستقلال تنص على حرية الإعلام وحقوق المواطن في إعلام موضوعي وفتح المجال أمام القطاع الخاص وحرية إصدار الصحف " ⁽¹¹⁾ إلى جانب الإعانات والمساعدات المالية التي قدمتها الدولة لكل من يرغب في الاستثمار في قطاع الصحافة المكتوبة من توفير مقر للجريدة ودفع رواتب الصحفيين لمدة عامين مسبقا مع إمكانية الرجوع للمؤسسة السابقة في حال فشل المشروع وغيرها من التسهيلات ، وتأسيسا على ذلك انقسمت الصحافة المكتوبة الجزائرية إلى ثلاث أقسام :

الصحافة العامة : وهي التابعة للقطاع العام وتعمل تحت وصاية الدولة وهي الموروثة عن النظام السابق وازدهرت أكثر بفعل العامل التاريخي والمالي .

الصحافة المستقلة : التي ظهرت نتيجة لقانون الإعلام الجديد ، المستقلة من ناحية ملكيتها ملك للخواص .

الصحافة الحزبية : ما تعرف بصحف الرأي أو الصحف الملتزمة ، مهمتها الدفاع عن خط حزب معين ، ويتمثل نشاطها في تزويد جمهور القراء بكل ما يتعلق ببرامج ومشاريع ذلك الحزب " ⁽¹²⁾

- مراحل التعددية الإعلامية في الجزائر :

المرحلة الأولى من 1989 إلى غاية 1991: العصر الذهبي للصحافة المكتوبة الجزائرية حسب تسمية الكثير من الكتاب الجزائريين ، وهذا راجع للكم الهائل من العناوين التي صدرت في هذه الفترة حيث ازدهر إصدار الصحف المستقلة والتي انقسمت بين صحف عامة بتوجه متنوع وبين صحف خاصة تهتم بشأن أو موضع محدد كما ازدهرت الصحافة الحزبية " حيث ارتفع عدد الصحف اليومية والأسبوعية من 49 عنوان سنة 1988 إلى 74 عنوان سنة 1991 ، بسحب إجمالي

قدر ب 1437000 نسخة في اليوم " (13) " ومن أهم الصحف التي لاقت رواجاً كبيراً هي : يومية الخبر ، مساء الجزائر ، يومية الجزائر ، الجزائر الجمهورية ، الوطن ، رياضة بالفرنسية ، أما صحافة القطاع العام فقد عرفت بعض المشاكل نتيجة منافسة القطاع الخاص لها من ناحية وهجرة كبار صحفها إلى القطاع الخاص " (14) إن أهم ما ميز الممارسة الإعلامية لهذه الجرائد في هذه الفترة أنها مليئة بالإثارة السياسية والكتابة الجريئة الشديدة ، التي لم تكن معهودة من قبل وهذا هو الأمر الذي رفع سقف مبيعات هذه الصحف ذلك أن الجمهور وجد فيها التحليل والنقد والتحقيق بجرأة غير معهودة من قبل في صحفنا الوطنية كما وكان هناك نشاط للصحف الحزبية كذلك ، لكن لم يستمر الأمر طويلاً سرعان ما دخلت الجزائر العشرية السوداء والأحداث الدامية .

المرحلة الثانية من 1992 إلى 1999 : تميزت هذه المرحلة بالأزمة الأمنية التي ضيقت الخناق على الصحافة الحرة الناشئة والمضايقات من قبل الحكومة ومن قبل الجماعات المتطرفة ، التي أجج لهيبها توقيف المسار الانتخابي 1992 وإعلان حالة الطوارئ في 9 فيفري 1992 الأمر الذي جعل السلطة السياسية تهيمن من جديد على قطاع الإعلام وتمارس الرقابة الصارمة على ما يتم نشره لا سيما ما يتعلق بالأحداث الأمنية خلال هذه الفترة ، بدا الحرص واضحاً من قبل الصحفيين والمؤسسات الصحفية ذاتها ففي هذه المرحلة بالتحديد أصبحت الصحافة المكتوبة الوطنية تعاني الأمرين رقابة السلطة السياسية والغلق والسجن والمضايقات الإرهابية من تهديدات واغتيالات للأسماء الصحفية بلغ عددها أزيد من 50 صحافي ، وبالتالي كان من البديهي أن تتغير الإيديولوجية والخط الافتتاحي لهذه الجرائد ، وتقلل من درجة جرأتها ، " لكن استمرت الصحافة الجزائرية في لعب دور فعال خاصة على الصعيد السياسي ، ذلك أن الأحزاب السياسية كانت تطلب من الصحافة تعزيز الديمقراطية الناشئة في الوقت الذي كانت فيه الصحافة تطلب من الأحزاب ورجال السياسة تعزيز الاستقلالية السياسية ومنها الصحافية ، وقد استفاد الحقل السياسي أكثر من الصحافة التي كانت فعلاً وجهاً للديمقراطية وحرية الرأي والتعبير " (15) ، وفي سنة 1993 بدأ ظهور أسبوعيات شكلت نقلة نوعية في الصحافة الجزائرية معلنة دخول صحافة الإثارة والصحافة الصفراء في الجزائر ، مثل " جريدة الشروق الأسبوعي التي ظهرت سنة 1993 هذه الجريدة الأسبوعية التي تناولت في صفحاتها عناوين مثيرة ، وتفرد على صفحاتها مواضيع تناولت أحداث

الاغتصاب وجرائم القتل والقصص الدرامية ، كما نجد أسبوعية بانوراما وأسبوعية نصف الدنيا عام 1994 إضافة إلى جريدة العائلة عام 1997 " (16) .

إذا منذ سنة 1993 بدأت السوق الإعلامية تعرض نوعا جديدا من الصحف التي غلب عليها طابع التسلية والترفيه والطابع الدرامي في عرضها للأحداث وتوجيهها نحو الاعتماد على القضايا الهشة ومواضيع الجريمة والجنس ، وما يلاحظ من خلال دراسة وحيد تاحي والتي جاءت بعنوان جمهور صحافة الإثارة في الجزائر. السمات العامة وعادات القراءة . ، "الذي أشار إلى أن هناك نسبة كبيرة من متابعي هذه الصحف واغلبها تتراوح أعمارهم من 35 سنة فما فوق ، ومن أهم الأسبوعيات التي تلاقي أكبر نسبة مبيعات هي صحيفة بانوراما الجميلة والعائلة ، مشوار الأسبوع ، وفي بعض الأحيان يطالع القارئ أكثر من اسم أما أهم تفضيلات القراء في هذا النوع من الأسبوعيات كان : قصص الفنانين ، أخبار النجوم ، فضائهم ، جديدهم ، مواضيع الاغتصاب ، المواضيع الدرامية والغرامية الأبراج والقصص الاجتماعية مشاكل الناس " (17) .

وكما يلاحظ أن هذه الصحف يقل بل يكاد ينعدم فيها الاهتمام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية ، وتعتمد على أسلوب الصحف الصفراء التي تسعى دائما إلى كل ما هو مثير وإلى تسطيح المواضيع والاهتمام بالهش منها والتفافه.

المرحلة الثالثة من 2000 إلى 2008 : بعد سنة 1999 وبعد الاستفتاء الجماهيري الذي قرر اختيار المصالحة الوطنية عادت الأوضاع الأمنية المستقرة للجزائر ، لكن المشهد الإعلامي ظل يعاني من الرقابة السياسية ، وتميزت هذه السنوات " بزيادة العناوين التي ناهزت الستين يومية وعشرات الأسبوعيات والدوريات ومنح تراخيص لإصدار الصحف و المجلات ، كما وارتفع عدد الصحفيين من 1500 صحفي إلى أزيد من 4 آلاف صحفي حتى مطلع 2008 رغم هجرة الكثيرين ، أما من الناحية العملية للممارسة الإعلامية نلاحظ تراجع في الاندفاعية التي ميزت الصحافة الجزائرية في السنوات الماضية " (18) .

من الطبيعي أن تقل درجات الاندفاعية والإثارة السياسية التي عهدها في الفترات السابقة ذلك أن حالة الأمن والاستقرار بعد نجاح مشروع المصالحة والوئام المدني قلص من حجم الأحداث الدامية الصراع السياسي ألا استقرار وبالتالي هذا الهدوء نقلته الساحة الإعلامية وتميزت به هذا من ناحية ومن ناحية أخرى شددت الرقابة

القانونية على الصحافة بدعوى الحفاظ على الأمن والاستقرار وهناك من يضيف " هشاشة الوضعية الاجتماعية للصحفي الجزائري من حيث الدخل وبيئة العمل " (19)

المرحلة الرابعة من 2008 إلى 2012 : سارت الصحف الجزائرية في هذه المرحلة للمبالغة في انتهاج الإثارة الإعلامية " بحيث أصبحت الصحف الجزائرية تصدم القارئ بعناوين تصور الجزائر كلها على أنها بقعة سوداء ، حيث زادت هذه الصحافة من متاعب وتشاؤم القارئ ، وحتى على المستوى الخارجي فإن الصحف الجزائرية تسير في اتجاه موازي ومعكوس مع رغبة الدولة في الوقت الذي ترغب فيه الدولة تصحيح صورتها تجد الصحافة الجزائرية تروج لصورة نمطية خطيرة مفادها أن الجزائر ليست دولة بل ليست أصلا بلدا " (20) ، وقد سيطر على المشهد الإعلامي الرقابة السياسية لا سيما في " ظل تعديل قانون العقوبات 2011 الذي مكن السلطة من احتكار شراء الورق والمطابع والإشهار وسياسة تعليق الصحف " (21)

وحيال هذه الرقابة المسطرة على الصحافة التي يمكن أن نعتبرها سببا من الأسباب الذي دفع الصحف الوطنية العامة للجوء إلى الاعتماد على وجود قضايا الانحراف الأخلاقي من جريمة وعنف واغتصاب بغية بيع الجريدة وزيادة الاعتماد على العناصر التيبوغرافية و لتحقيق أعلى نسب الإثارة الإعلامية ، وملء فراغ صفحاتها ، وإتباع الصحف هذا النهج لا يزعج الحكومة طالما الصحافة بعيدة عن مضايقتها وحتى مجيء سنة 2012 التي عرفت صدور قانون الإعلام الجديد والذي عمل جاهدا من خلال ما نص عليه من مواد إعلامية ، ضبط الممارسة الإعلامية وإقرار مبادئ المسؤولية الاجتماعية من خلال مانص عليه من مواد تدعو إلى ضرورة التحلي بأخلاقيات المهنة واحترام الجمهور في الوصول إلى المعلومة الصحيحة ، حيث فتح هذا القانون مجال حرية الإعلام في كل القطاعات الإعلامية ولم يجعله مقصورا على قطاع واحد (الصحافة المكتوبة) ، إلى جانب اهتمامه بالإعلام الإلكتروني كفضاء جديد للتعبير يختلف تماما عن سابقه ، وهذا الفضاء الذي يسمح للصحافة المكتوبة بالتحول من القطاع العام للقطاع الخاص وتبني خطاب يتسم بالجرأة في الطرح وتعرية الواقع ونقل الأحداث ، وهو ما زاد في أرقام السحب والمقروئية ، وتحولها لقلبة من عدد هائل من القراء تفوق بكثير أعداد قراء الصحف العمومية " (22)

فعلى الرغم من مساحة الحرية والإجراءات الجديدة التي أسفر عنها قانون 2012 إلا أن الممارسة الإعلامية أسفرت عن قلة احتراف وغياب لمبادئ المسؤولية ، سواء في

الصحافة المكتوبة التي أدخلت وبقوة أسلوب الإثارة الإعلامية على مضمونها وبالغت في استخدام العناصر التيبوغرافية والاعتماد المسرف على الصور ، أما من ناحية المضمون فقد اعتمدت على التغطيات المثيرة والاعتماد على مضامين الإرهاب والعنف وقضايا الجنس ..، وغيرها من المضامين المثيرة .

حتى المجال السمعي البصري وفتح القنوات الخاصة لم يعكس جانب التعددية فقد تشابهت القنوات فيما بينها كما وكشف الوضع الإعلامي في الجزائر عن قلة احتراف ، فإذا كانت المناداة لسنوات طويلة بالحق في الحرية والتعددية فقد حققت هذه المطالب ، لكن لم تتجسد فيها مبادئ المسؤولية الاجتماعية ولم تعكس التعددية السياسية التعددية الإعلامية الحقيقية .

المحور الثالث : انعكاسات التعددية الإعلامية في الجزائر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية :

- الانعكاسات التي ارتبطت بمبادئ المسؤولية الاجتماعية :

- إن أهم ما أسفرت عنه التعددية الإعلامية في الجزائر الموازنة ما بين اليوميات التي تستخدم اللغة الفرنسية واللغة العربية بل وتفوقت عليها أيضا ، " بحيث أن التعدد في اللغة الصحفية بين العربية والفرنسية عكس تباينا سياسيا في المجتمع ما بين الصحف الإستثنائية الراضية للحوار والمصالحة الوطنية وصحف مؤيدة ومناضلة من أجل المصالحة الوطنية " ⁽²³⁾ ، إن إشكالية اللغة كانت أبرز المخلفات السلبية التي أفرزها الوضع الاستعماري وقد تمكنت الصحافة الوطنية في مرحلة التعددية الإعلامية من القضاء على تبعية اللغة وأحسن استخدام اللغة العربية .
- إن مساحة الحرية الإعلامية التي أفرزتها مرحلة التعددية الإعلامية فتحت مجال النقد لكل الشخصيات الفاعلة في الساحة الجزائرية بمن فيهم رئيس الدولة ، ولعبت دورا فعالا في كشف سوء تسير المسؤولين ، كما واهتمت بالدفاع عن حرية الرأي والتعبير والدفاع عن حقوق الإنسان والمرأة وغيرها من القضايا الجادة ⁽²⁴⁾
- عكست تنوعا وتعددا إعلاميا من خلال ما قدمته من توجهات مختلفة فتعددت الجرائد ما بين الجرائد العامة التي تنوعت مضامينها ومجالات اهتمامها وما بين الجرائد الخاصة التي اهتمت بتوجه محدد دون سواه ، فوفرت للقارئ مساحة من الحرية في الاختيار .

- الانعكاسات البعيدة عن مبادئ المسؤولية الاجتماعية :

• ميلاد الصحف الصفراء التي ارتبطت بظهور الصحافة الأسبوعية في الجزائر التي ركزت محتواها على أخبار الفضائح الأخلاقية والقصص الدرامية والتي ظهرت بنسبة كبيرة في الصحافة الأسبوعية اما الصحافة الوطنية فقد استخدمت الإثارة من حيث الإخراج وفي التغطيات الصحفية المثيرة.

• إن فتح القطاع الخاص في الصحافة الجزائرية جعل القطاع الإعلامي " قطاعا تجاري عادة ما تتحكم فيه نظرية الإثارة بهدف البيع ويوظف هامش الحرية التي يتمتع بها في هذا الاتجاه ، مما يجعل الكثير من القضايا الإعلامية الهامة في المجتمع لا تحظى بالتغطية الإعلامية إذا لم تكن مثيرة ، أما الصحف الحكومية فهي محكومة بنظرية كل شيء على ما يرام ولا تنشر ما تعتقد أنه لا يرضي الحكومة " (25)

• إن فتح مجال التعددية في الجزائر الذي ظل لسنوات ذو توجه أحادي ، في أغلب الأحيان نظر إليه من منظور ربحي واستغل كمشروع استثماري ، الأمر الذي فتح المجال للإثارة الإعلامية كعنصر رئيسي في كتابة الأخبار على متن الجرائد .

خاتمة :

على الرغم من التغيرات السياسية التي حدثت بعد أكتوبر 1988 ودخول الجزائر مرحلة التعددية السياسية ومنها الإعلامية إلا أن إحساسها بحريتها الإعلامية لم يكتمل بعد في ظل ما تعرضت له من رقابة سياسية الأمر الذي يجعلها ترغب في الابتعاد عن كل ما يعرضها للمساءلة القانونية وتلجأ في أغلب الأحيان إلى التغطيات الصحفية الهشة والتافهة البعيدة عن العمق والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والقريبة في أغلب الأحيان إلى أساليب الإثارة والتضخيم الإعلامي ، إلى جانب نقص الاحتراف المهني وقلة الخبرة التي تكون سببا رئيسيا في تخلي المؤسسة الإعلامية عن مبادئ المسؤولية الاجتماعية ناهيك عن بحثها على الربح السريع وتوزيع الجريدة كل هذه العوامل تساهم في تشويه مسار التعددية الإعلامية في الجزائر.

الهوامش :

- 1- إبراهيم عبد الإله المسلي : دراسات في الإعلام مدخل إلى علم الصحافة ، دط ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1993 ، ص 23 . ص 24 .
- 2- محمد حسام الدين : المسئولية الاجتماعية للصحافة ، ط 1 ، منشورات الدار المصرية اللبنانية ، ص 5 .
- 3- مي العبد الله ، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال . المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ، ص 3.
- 4- عايش حليلة : الجريمة في الصحافة الجزائرية تحليل مضمون أخبار الجريمة في جريدة الشروق اليومي ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2008 ، ص 23 .
- 5- نعيمة واكد : مقدمة في علم الإعلام ، د.ط ، دار طاكسيج كوم للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2011 ، ص 194 .
- 6- بسام عبد الرحمان المشاقبة : أخلاقيات العمل الإعلامي ، ط 1 ، دار أسامة ، الأردن ، 2012 ، ص 175 .
- 7- علي دنيف حسين : المسؤولية الاجتماعية في وسائل الإعلام ، مدرسة الصحافة المستقلة ، 2016 .
- 8- فاروق أبو زيد : الإعلام والديمقراطية ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2010 . ص 84 .
- 9- بسام عبد الرحمان المشاقبة : أخلاقيات العمل الإعلامي ، مرجع سابق ، ص 178 .
- 10- الجريدة الرسمية دستور 1989 .
- 11- بخوش صبيحة : تطور السياسات الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990 . 2015 ، مجلة قاصدي مرباح ، ورقلة ، ص 4 .
- 12- المرجع نفسه ، ص 5 .
- 13- محمد فوزي كزاي : الإطار السياسي للصحافة المكتوبة في الجزائر في انتصار الحركة الميكافيلية ، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية ، ع 5 ، ماي 2010 ، ص 462 .
- 14- بخوش صبيحة : تطور السياسات الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990 . 2015 ، مرجع سابق ، ص 7 .
- 15- محمد لعقاب : قضايا ساخنة في الإعلام والإسلام والثقافة ، ط 2 ، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2012 ، ص 22 .
- 16- وحيد تاجي : جمهورية صحافة الاثارة في الجزائر . السمات العامة وعادات القراءة . ط 1 ، منتدى المعارف ، لبنان ، 2011 ، ص 129 .
- 17- المرجع نفسه ، ص 129 .
- 18- محمد لعقاب : قضايا ساخنة في الإعلام والإسلام والثقافة ، مرجع سابق ، ص 23 .
- 19- المرجع نفسه ، ص 66 .

- 20- المرجع نفسه ، ص 69
- 21- بخوش صبيحة : تطور السياسات الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990 . 2015 ، مرجع سابق ، ص 7.
- 22- دليلة غروبة : دور الصحافة المستقلة في ترسيخ الديمقراطية في الجزائر ، مرجع سابق ، ص 251 .
- 23- محمد لعقاب : قضايا ساخنة في الإعلام والإسلام والثقافة ، مرجع سابق ، ص 24 ص 25 .
- 24- المرجع نفسه ، ص 25 .
- 25- المرجع نفسه ، ص 26 .
- قائمة المراجع :
- 1- المشاقبة بسام عبد الرحمان : أخلاقيات العمل الإعلامي ، ط 1 ، دار أسامة ، الأردن ، 2012.
- 2- واكد نعيمة: مقدمة في علم الإعلام ، د.ط ، دار طاكسيج كوم للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2011.
- 3 - عبد الإله المسلمي إبراهيم: دراسات في الإعلام مدخل إلى علم الصحافة ، دط ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1993 .
- 4 - بخوش صبيحة: تطور السياسات الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990 . 2015 ، مجلة قاصدي مراح ، ورقلة.
- 5- كزاي محمد فوزي : الإطار السياسي للصحافة المكتوبة في الجزائر في انتصار الحركة الميكافيلية ، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، ع 5 ، ماي 2010.
- 6 - لعقاب محمد: قضايا ساخنة في الإعلام والإسلام والثقافة ، ط 2 ، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2012.
- 7- تاجي وحيد : جمهور صحافة الإثارة في الجزائر . السمات العامة وعادات القراءة . ، ط 1 ، منتدى المعارف ، لبنان ، 2011 .
- 8- حسام الدين محمد: المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، ط 1 ، منشورات الدار المصرية اللبنانية.
- 9- حسين علي دنيف : المسؤولية الاجتماعية في وسائل الإعلام ، مدرسة الصحافة المستقلة ، 2016 .
- 10- أبو زيد فاروق: الإعلام والديمقراطية ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2010.
- 11- الجريدة الرسمية دستور 1989 .
- 12 - عايش حليلة : الجريمة في الصحافة الجزائرية تحليل مضمون أخبار الجريمة في جريدة الشروق اليومي ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2008.
- 13- العبد الله مي ، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال . المشروع العربي لتوحيد المصطلحات .

دور الإدارة الالكترونية في تحقيق فاعلية التسيير بالمؤسسة

أ/ مصباحي سناء	أ/ مصباحي العطرة
جامعة محمد الشريف مساعدية	جامعة لونيبي علي
سوق اهراس	البليدة 2
mosbahiadra@hotmail.fr	mosbahiadra@hotmail.fr

ملخص:

تناولت هذه الدراسة موضوع "دور الإدارة الالكترونية في تحقيق فاعلية التسيير بالمؤسسة". واعتمدت هذه الدراسة النظرية على وصف أهم المجالات التي يمكن أن تعتمد عليها المنظمة لتفعيل دور الإدارة الالكترونية للوصول إلى تسيير فعال وكفاء . وحاولت الدراسة التعرف والكشف عن مدى تأثير ومساهمة الإدارة الالكترونية في خلق نقلة نوعية للمنظمة في مستويات أدائها كمحاولة منها للسيطرة على أسواق السلع والخدمات من جهة وللوصول إلى تحقيق فاعلية في تسييرها من جهة أخرى. وفي هذا السياق نطرح إشكالية بحثنا كما يلي: كيف يمكن للإدارة الالكترونية المساهمة في تحقيق فاعلية التسيير بالمؤسسة؟

الكلمات المفتاحية: إن الإجابة على أسئلة الإشكالية يتطلب منا ضبط بعض المصطلحات والمفاهيم أهمها: الإدارة الالكترونية ، الفاعلية، التسيير ...

مقدمة:

دخلت البشرية القرن الحادي والعشرين وفي يدها شعلة ثورة علمية هائلة لم يسبق لها مثيل في التاريخ ، وهذه الثورة تحمل في طياتها أهم المتغيرات وهي ثورة التكنولوجيا والاتصالات ، والاتجاه إلى تكوين كيانات اقتصادية كبيرة¹. حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات تقوم بالدور الرئيس في التقدم العلمي والتكنولوجي الراهن بفضل التطور الكبير في مجال تخزين المعلومات والبيانات.

¹ - ايهاب خميس أحمد المير: متطلبات تنمية الموارد البشرية لتطبيق الإدارة الإلكترونية. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ،علوم إدارية، كلية الدراسات العليا ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007، ص02

و في إطار توفر هذه التقنيات أخذت الأنشطة الحياتية تتحول بالتدريج من أنشطة تقليدية إلى أنشطة إلكترونية ، للاستفادة من مميزات هذه الأنشطة الجديدة في مجال تقديم الخدمات الإدارية، أو ما يطلق عليه الإدارة الإلكترونية ، بهدف تقليل تكلفة الإجراءات الإدارية و ما يتعلق بها من عمليات عن طريق تقديمها إلكترونياً، مما يترتب عليه زيادة كفاءة الإدارات خلال تعاملها مع الأفراد و المنظمات، وسهولة التعامل مع هذه التقنيات في ظل تطور برمجياتها . حيث أصبح معيار التقدم و الغنى لأي دولة في العالم يحكمها مقدرة الدولة على اللحاق بركب الثورة المعلوماتية وفهم حتميتها.¹

لذلك تمثل عملية تسارع المنظمات بأنواعها المختلفة لتطبيق العمل بالإدارة الإلكترونية صورة من صور قطف ثمار التقدم التقني الذي يعيشه العالم اليوم ولم يعد بوسع أي منظمة في القطاع العام أو الخاص أن تغفل تطلعات عملائها ومستهلكيها في الحصول على ما تقدمه من خدمات من خلال إجراءات غاية في البساطة تؤدي بجودة عالية و في وقت قياسي .و من الطبيعي أن تتوق تلك المنظمات لتحقيق الإيجابيات الأخرى المتوقعة تحقيقها جراء إتمام العمل بالإدارة الإلكترونية ، ولعل أبرز هذه الإيجابيات تحسين عملية التسيير داخل المنظمة و يحسن ما تقدمه من خدمات عبر تطبيق العمل بالإدارة الإلكترونية .

وفي هذا السياق تحاول هذه المداخلة التعرف على دور الإدارة الإلكترونية في تحقيق التسيير الفعال بالمنظمة؟
وذلك من خلال التعرف على:

- س1: ما المقصود بالدارة الإلكترونية؟ وما هي مميزاتها؟ وما هي وظائفها؟
- س2: ماذا نقصد بالتسيير الفعال؟ وما هي محدداته؟
- س3: كيف يمكن للإدارة الإلكترونية أن تساهم في تحقيق التسيير الفعال بالمنظمة؟

أولاً: الإدارة الإلكترونية:

1- مفهوم الإدارة الإلكترونية: يعتبر مصطلح الإدارة الإلكترونية من المصطلحات الإدارية الحديثة، والتي ظهرت نتيجة للثورة الهائلة في شبكات المعلومات والاتصالات، والذي أحدث تحولاً هاماً في أداء المنظمات بتحسين إنتاجيتها وسرعة أدائها وجودة

¹ - المرجع نفسه ، ص 03

خدماتها. ولقد تناول الكثير من الباحثين مفهوم الإدارة الإلكترونية، حيث عرفها محمد سمير أحمد على أنها : "الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية تم معالجتها حسب خطوات متسلسلة".¹

كما حددها محمد محمود الطعمانة وطارق شريف العلوش بأنها "منظمة إلكترونية متكاملة تعتمد على تقنيات الاتصالات و المعلومات لتحويل العمل الإداري اليدوي إلى أعمال تنفذ بواسطة التقنيات الرقمية الحديثة".²

و هناك من عرفها على أنها: "عبارة عن منظومة الأعمال و الأنشطة التي يتم تنفيذها إلكترونيا وعبر الشبكات و تقوم بانجاز الوظائف الإدارية من تخطيط وتنظيم و رقابة و اتخاذ القرارات من خلال استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات داخل المنظمة من ناحية كما تقوم بعمليات ربط المنظمة بفئة الموردين والعملاء".³ وهناك من عرفها بأنها : "تبادل غير ورقي لمعلومات العمليات الإدارية وذلك باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات و البريد الإلكتروني".⁴

و من خلال هذه التعاريف نستخلص بأن الإدارة الإلكترونية تقوم على استخدام كافة التقنيات الإدارية الإلكترونية باعتماد شبكة الاتصال في تسهيل عمليات التواصل وفي انجاز الوظائف الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة. لكي تتمكن الإدارة من تحقيق أهدافها بأقل وقت وجهد ممكن .

2- أهداف الإدارة الإلكترونية:

هناك أهداف كثيرة تسعى الإدارة الإلكترونية إلى تحقيقها منها⁵:

- تكامل أجزاء التنظيم وتوحيدها كنظام مترابط من خلال تكنولوجيا المعلومات.
- تطوير عمليات الإدارة وتعزيز فعاليتها في خدمة الأهداف المؤسسية.

¹ - محمد سمير أحمد : الإدارة الإلكترونية. ط1، دار المبصرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2009، ص32.

² -محمود محمد الطعمانة، طارق شريف العلوش: الحكومة الإلكترونية في الوطن العربي. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن، ص10

³ -ياسين سعد غالب : الإدارة الإلكترونية و أفاق تطبيقاتها العربية. معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005، ص220

⁴ - محمد حسين الوادي، بلال محمد الوادي: المعرفة والإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها المعاصرة. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص61

⁵ -سميرة مطر المسعودي : معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة الموارد البشرية بالقطاع الصحي الخاص بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديري و موظفي الموارد البشرية. ص28

- تقديم آليات فعالة وداعمة لاتخاذ القرارات.
- ضمان تدفق المعلومات بدقة وكفاية وتوقيت ملائم وجاهزية مستمرة.
- تقليل كلفة التشغيل وتحسين متواصل لمعدلات الإنتاجية.
- إدارة الملفات بدلا من حفظها.
- استعراض المحتويات بدلا من القراءة.
- البريد الإلكتروني بدلا من الصادر والوارد.
- الإجراءات التنفيذية بدلا من محاضر الاجتماعات.
- الانجازات بدلا من المتابعة.
- اكتشاف المشكلات بدلا من المتابعة.
- التجهيز الناجح للاجتماعات .
- 3- مميزات الإدارة الإلكترونية¹:

- 1- تتميز الإدارة الإلكترونية بأنها الأسلوب الأكثر فعالية وكفاءة لتسيير العمل الافتراضي من حيث التخطيط والتنفيذ والرقابة.
- 2- تتميز الإدارة الإلكترونية بخاصية القدرة على تحسين الفعالية التشغيلية من خلال الاستثمار الأمثل لأرقى التقنيات المتاحة والعقول الرقمية المدربة والخبرة.
- 3- القدرة على تحقيق أعلى درجات السرعة ورشاقة الحركة والمرونة العالية التي تتجسد بتوفير أي شئ وفي أي وقت ومكان وبأي طريقة.
- 4-تمتلك الإدارة الإلكترونية ثقافة راسخة تقوم على شفافية المعلومات والندية والتنافسية بين العاملين.
- 5- تتميز أيضا بقدرتها على تقليص التكاليف وتعزيز الأداء وتحسين مستويات جودة الخدمات المقدمة.
- 6- كما تتميز الإدارة الإلكترونية بأنها إدارة موارد معلوماتية تعتمد على الإنترنت وشبكات الأعمال تميل إلى تجريد وإخفاء الأشياء وما يرتبط بها إلى الحد الذي أصبح رأس المال المعلوماتي – المعرفي -الفكري هو العامل الأكثر فاعلية في تحقيق أهدافها والأكثر كفاية في استخدام مواردها ، في حين تتميز الإدارة التقليدية بأنها إدارة أشياء أي موارد مادية تخفي خلفها كل ما يتعلق بالمعلومات إلى الحد الذي لم يكن بالإمكان الحديث عن رأس المال المعلوماتي – الاجتماعي – الفكري إلا في أضيق الحدود .

²-المرجع نفسه، ص33

4 - دواعي التحول نحو تبني نموذج الإدارة الإلكترونية:

هناك الكثير من المبررات التي جعلت كثير من الدول والمنظمات تتسارع في تطبيق الإدارة الإلكترونية في إداراتها منها¹:

- 1- تسارع التقدم التكنولوجي والثورة المعرفية المرتبطة به حيث أدى ذلك إلى إظهار مزايا نسبية عديدة لتطبيقاتها العملية في مختلف مجالات الحياة الإنسانية.
- 2- توجيهاً للعولمة وترابط المجتمعات الإنسانية.
- 3- الاستجابة والتكيف مع متطلبات البيئة المحيطة ، فانتشار مفهوم وأساليب الإدارة الإلكترونية وتطبيقه في كثير من المنظمات والمجتمعات يحتم على كل دولة اللحاق بركب التطور تجنباً لاحتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر السرعة والمعلوماتية.

5- خطوات تطبيق الإدارة الإلكترونية:

- يتطلب الانتقال إلى الإدارة الإلكترونية من المنظمات القيام بعدة خطوات أهمها²:
- 1- دراسة الواقع الحالي للمنظمة من الإدارة والعاملين والأساليب المتبعة والتقنيات المتوافرة لديها، وتقييمها وتحديد نقاط القوة والضعف ، ثم يتم بناءً على ذلك تحديد أولويات التطوير.
 - 2- لا بد أن تحتوي الخطة على تحليل دقيق لكيفية إسهام التقنية الحديثة في تحقيق أهداف المؤسسة.
 - 3- تحديد كيف تدعم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات والعمليات اليومية للمنظمة، وتوضيح أهداف التغيير ودوافعه للعاملين وتدريبهم.
 - 4- تحديد مدى النجاح في إنجاز خطة إدخال التقنية إلى المنظمة ومن هذا المنطلق من الضروري التركيز على رسم خطط إستراتيجية وترجمتها إلى واقع ملموس ، ووضع آليات تطبيقية، لتهيئة المناخ الملائم للعمل الإلكتروني، وسهولة الانتقال من البيئة التقليدية إلى النمط الإلكتروني، لضمان نجاح تطبيق الإدارة الإلكترونية ، وبالتالي الدخول بثبات في عصر المعلومات والإدارة الإلكترونية.
- #### 6- عناصر ووظائف الإدارة الإلكترونية:

¹ - العلاق بشير عباس: الإدارة الرقمية.-المجالات و التطبيقات- مركز الإمارات والبحوث الاستراتيجية ،أبو

ظلي ،2005،ص36

² -سميرة مطر المسعودي :مرجع سابق، ص 27

إن الإدارة الإلكترونية تتطلب عدة عناصر وجب توفرها لتأدية وظائفها. وعليه سنتطرق إلى عناصر الإدارة الإلكترونية ثم نتعرف على أهمها وظائفها المؤداة إلكترونياً.

1-6 عناصر الإدارة الإلكترونية:

تشتمل الإدارة الإلكترونية على عدة عناصر لتأدية مهامها بالطريقة الملائمة، تركز أساساً على الجانب التقني، ومن أهم التقنيات الرقمية المدرجة داخل الإدارة ما يلي:

1-6-1 نظام حاسوبي متكامل: وهو الأساس الذي يقوم عليه مفهوم الإدارة الإلكترونية (الرقمية) وهو الدماغ المشغل لجميع الأجهزة المختلفة التي تستخدم في المكاتب الإدارية تقريباً. ومن خلاله يتم التحكم والسيطرة على العمل من خلال ربط جميع الأجهزة ذات الوظائف المختلفة إلى نظام حاسوب¹. هذا بالإضافة إلى أهمية وجود بعض البرمجيات داخل نظام الحاسوب، والتي تقوم بالسيطرة على الأجهزة الطرفية بالإضافة إلى التطبيقات الجاهزة الأخرى التي تستعمل داخل نفس النظام.²

1-6-2 الشبكة الإلكترونية: هي مجموعة من الحاسبات تنظم معاً وترتبط بخطوط اتصال بحيث يمكن لمستخدميها المشاركة في المواد المتاحة ونقل وتبادل المعلومات فيما بينه³، وتشتمل على الشبكات التالية:

- شبكة الانترنت: تتيح الانترنت كمية هائلة من المعلومات التي يمكن الاستفادة بها في الإدارة.

- البريد الإلكتروني: يتم إرسال الرسائل في البريد الإلكتروني على شكل وثائق إلكترونية مشفرة رقمياً، مثل تلك التي تحرر بواسطة معالجة الكلمات، ويتم إرسالها على شكل نبضات كهربائية عبر المودمات والأسلاك، وتستقر مثل هذه الرسائل في مساحة محددة من القرص الصلب للحاسوب المزود في الطرف المستقبل.

¹ محمد عبد الفتاح حافظ: الإدارة الإلكترونية للموارد. دار الكتاب القانوني، (د.ب.ن)، 2007، ص 205.

² عبد الرزاق السالحي: تكنولوجيا المعلومات. دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 57.

³ علاء السالحي: تقنيات المعلومات الإدارية. دار وائل للنشر، الأردن، 2001، ص 32.

- الشبكة الداخلية للمنظمة: INTRANET وهي شبكة خاصة بالموظفين و الإدارة فقط، تسهل عملية تبادل المعلومات وتسهل عملية الوصول إليها و البحث عنها.

- الشبكة الداخلية للمنظمة و العملاء: EXTRANET هي عبارة عن شبكات انترنت داخلية توسعت وامتدت خدماتها إلى مستخدمين خارجيين مخولين من داخل المنظمة أو الشركة أو المجهزين.

- صناع المعرفة: ويشتمل على كل القيادات الرقمية و المديرون و المحللون للموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المؤسسة.

2-6 وظائف الإدارة الالكترونية:

لقد أدى التطور الهائل في العصر الحالي عصر الثروة التقنية إلى حدوث تغيرات واضحة في الوظائف التقليدية للإدارة تحولت إلى وظائف إلكترونية، من أجل الاستخدام الأمثل للوقت والمال والجهد والطاقات حيث أن تكنولوجيا المعلومات المعاصرة ساهمت في إحداث تغير في العملية الإدارية التقليدية، وأصبحت الإدارة الحديثة تعتمد على نظم المعلومات في التخطيط وفي تصميم الهياكل التنظيمية وإدارة فرق العمل الجماعي وتحقيق التنسيق و الرقابة عن بعد¹.

2-6-1 التخطيط الإلكتروني: يقوم التخطيط الإلكتروني بصفة أساسية على استخدام التخطيط الاستراتيجي ويسعى نحو تحقيق الأهداف الإستراتيجية ، حيث تتسم القرارات التي تستخدم النظم الإلكترونية في تخطيط أعمالها بالشمولية لخدمة مختلف أقسام المنظمة وإدارتها ، ويعتمد التخطيط الإلكتروني أيضا في ظل الثروة الإلكترونية على استخدام نظم جديدة للمعرفة كنظم دعم القرار، والنظم الخبيرة ، ونظم الشبكات العصبية الاصطناعية ، كما يعتمد أيضا على تبسيط نظم وإجراءات العمل وهناك اختلافات أساسية بين التخطيط الإلكتروني والتخطيط التقليدي وهي كالتالي:

1- التخطيط الإلكتروني عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة والآنية وقصيرة الأمد وقابلة للتطوير المستمر ،بعكس التخطيط التقليدي الذي يحدد الأهداف من أجل تنفيذها في السنة القادمة وعادة ما يكون تغير الأهداف يؤثر سلبا على كفاءة التخطيط.

¹ - سميرة مطر المسعودي :مرجع سابق، ص ص32،30.

2- أن المعلومات الرقمية دائمة التدفق تضيف استمرارية على كل شئ في الشركة بما فيها التخطيط مما يحوله من التخطيط الزمني المنقطع إلى التخطيط المستمر.

3- التخطيط الإلكتروني هو تخطيط أفقي في إطاره العام بشكل بين الإدارة والعاملين ، بينما التخطيط التقليدي كان في جوهره تخطيط أعلى - أسفل حيث أن فكرة تقسيم العمل الإداري التقليدية بين إدارة تخطيط وعمال الخط الأمامي ينفذون.

6-2-2 التنظيم الإلكتروني: إن التنظيم الإلكتروني للمنظمات المعاصرة يعتمد على إجراء تغييرات في مستويات وشكل الهياكل التنظيمية ، فيتم تحويلها من الشكل الطويل إلى الشكل المفروح ، كما يتطلب أيضا إحداث تغييرات في الهياكل التنظيمية نفسها ، لمواجهة كل مشكلات التنظيمات الإدارية التقليدية والقضاء عليها ، ويتم ذلك من خلال تجميع الوظائف ، أو إعادة توزيع الاختصاصات ، أو استبعاد بعض الوحدات الإدارية من التنظيم ، واستحداث بعض الوحدات التنظيمية الجديدة ، كما يتطلب التنظيم الإداري للمنظمات المعاصرة أن يتضمن العديد من الوحدات الإدارية الجديدة ، والتي يتمثل أهمها بصفة أساسية في الوحدات التالية:

- إدارة قواعد البيانات والمعلومات والمعرفة إلكترونيا.

- إدارة الدعم التقني للمستفيد.

- إدارة علاقات العملاء إلكترونيا.

6-2-3 التوجيه الإلكتروني: يعتمد التوجيه الإلكتروني بالمنظمات المعاصرة على وجود القيادات الإلكترونية والتي تسعى إلى تفعيل دور الأهداف الديناميكية والعمل على تحقيقها ، كما يعتمد أيضا وجود قيادات قادرة على التعامل الفعال بطريقة إلكترونية مع الأفراد الآخرين ، والقدرة على تحفيزهم وتعاونهم ، لإنجاز الأعمال المطلوبة كما يعتمد التطبيق الكفء للتوجيه الإلكتروني على استخدام شبكات الاتصالات الإلكترونية المتقدمة كشبكة الإنترنت بحيث يتم إنجاز وتنفيذ كل عمليات التوجيه من خلالها . و قيادة الذات هي الأكثر بروزا في الإدارة الإلكترونية ، فالقائد الإلكتروني مطلوب منه أن يتخذ قرارات سريعة وفورية ، مما يجعله بحاجة إلى تطوير اتجاهات وقواعد خاصة للحالات المختلفة التي تساعد على سرعة الاستجابة.ولهذا فإن قادة الذات يتسمون بعدة خصائص منا:

-القدرة على تحفيز أنفسهم وإبقاء التركيز على إنجاز المهام.

-فهم المنظمة ومساهماتها من أجل حل المشكلات.

-الرغبة في المبادرة من أجل حل المشكلات.

- البراعة ، المهارة، والمرونة في التكيف للبيئة المتغيرة.
-المسئولية عن مساراتهم المهنية وأنشطتهم وتطورهم.
و هنالك جملة من المهارات الأساسية التي يجب أن تتوفر في القيادة الإلكترونية نذكر منها:

1-مهارات المعارف الإلكترونية: مثل تقنية المعلومات في الحاسبات الآلية وشبكات الاتصالات الإلكترونية والبرمجيات الخاصة بها والتعامل الجيد معها.
2-مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين : حيث يتطلب هذا الأمر ضرورة تأسيس علاقات عمل جديدة من خلال استخدام جميع أنواع الاتصالات سواء كانت مكتوبة أو شفوية.

3-مهارات إدارية : وهي تتضمن مهارات تحفيز الأفراد الآخرين بالمنظمة نحو العمل الجماعي والتعاون، بالإضافة إلى مهارات التخطيط والتنظيم والمتابعة والرقابة. كما يتعين على القياديين والمديرين في هذا العصر متابعة كل جديد في حقل التقنيات الإلكترونية وأن يتحلوا بثقافة الإبداع والانفتاح والمرونة والتي تعد من ضروريات هذا العصر، لكي يتمكنوا من التخطيط السليم والجيد للدخول إلى عصر الثورة الرقمية والاستفادة من إمكانياته لتطوير أداء المنظمات ورفع كفاءتها الإنتاجية.

4-2-6 الرقابة الإلكترونية: إن الرقابة الإلكترونية أكثر اقترابا من الرقابة القائمة على الثقة بدلا من الرقابة التقليدية القائمة على العلاقات والمساءلة الرسمية، وهذا يفسر الاتجاه المتزايد نحو التأكيد على الثقة الإلكترونية والولاء الإلكتروني بين العاملين والإدارة، وهذا ما يحول الرقابة كرصيد إلى الرقابة كعملية وتدفق مستمر ،وهناك العديد من المزايا للرقابة الإلكترونية منها:

- 1-أنها تحقق الرقابة المستمرة بدلا من الرقابة الدورية.
- 2-تحقيق الرقابة بالوقت الحقيقي وفي الآن الحقيقي بدلا من الرقابة القائمة على الماضي، فهي تحقق الرقابة بالنقرات بدلا من الرقابة بالتقارير.
- 3-الحد الأدنى من المفاجآت الداخلية في الرقابة: فلاشي يتفاقم داخل المنظمة دون معرفته أولا وهذا ما يقلص إلى الحد الأدنى المفاجآت الداخلية.
- 4-إن الرقابة الإلكترونية تتطلب بل وتحفز العلاقات القائمة على الثقة، وهذا مما يقلل من الجهد الإداري المطلوب في الرقابة.

5-إن الرقابة الإلكترونية تقلص مع الوقت من أهمية الرقابة القائمة عل المدخلات أو العمليات أو الأنشطة لصالح التأكيد المتزايد على النتائج ،فهي إذن أقرب إلى الرقابة بالنتائج.

6-أن الرقابة الإلكترونية تساعد على انخراط الجميع في معرفة ماذا يوجد في المنظمة إلى حد كبير؛ من اجل تحقيق مستلزمات الرقابة والحد من المفاجآت والأزمات في المنظمة.

ثانيا: فاعلية التسيير:

1-مفهوم التسيير:

لقدت تعددت تعاريف التسيير بتعدد التيارات الفكرية الحديثة، حيث عرف الكلاسيكي TAYLOR أنه " علم مبني على قوانين و قواعد و أصول علمية قابلة للتطبيق على مختلف النشاطات الإنسانية"¹

كما يمكن أن يعرف على انه " طريقة عقلانية للتنسيق بين الموارد البشرية، المادية و المالية قصد تحقيق الأهداف المرجوة، تتم هذه الطريقة حسب السيرة و المتمثلة في : التخطيط، التنظيم، الإدارة و الرقابة للعمليات قصد تحقيق أهداف المؤسسة للتوفيق بين مختلف هذه الموارد"².

يعرف أيضا " على أنه التنظيم المستمر للأفراد، و الموارد لانجاز أهداف ديناميكية و هذا يستدعي أن نقوم بالتخطيط، و التنظيم و القيادة و الإشراف على تسيير جميع الأجزاء المختلفة بطريقة تنفذ بها جميع المهام بفعالية كالإضافة إلى تجنيد الأفراد لتحقيق الهدف المشترك "³ من خلال التعريفين نلاحظ أن التسيير يتميز بمايلي :

- يعرف التسيير بكونه مجموعة من مختلف العلوم بالإضافة إلى ممارسة كفاءات خاصة (تكوين سمات القائد، قدرة الاتصال، معرفة المهام، قدرة التأثير... الخ).

- التسيير مبني على وظائف تتأثر فيما بينها و تكون وحدة متماسكة، لهذا نستطيع أن نخطط عمليات التنظيم و الإدارة و الرقابة، كما نستطيع أن ننظم عمليات التخطيط و القيادة و المراقبة، و هكذا للوظائف الأخرى.

¹- عبد الرزاق بن حبيب: اقتصاد وتسيير المؤسسة. ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2002، ص 103.

²- المرجع نفسه ،ص103.

³- المرجع نفسه ،ص103.

- يتطور التسيير حسب دورة متواصلة، و لكي يتم لتحقيق بقاء المؤسسة يجب على عجلة التسيير أن تتحدد بصفة متواصلة.

- التسيير مبني على تقارب تباين وهما العقلانية، والإنسانية لدمج ثقافة المؤسسة. أما إذا تطرقنا إلى مفهوم التسيير كمصطلح، نجد أن المصطلح الفرنسي (GESTION) في الحقيقة هو مفهوم ضيق المضمون، حيث أنه لا يشير إلا إلى مجموعة من التقنيات هي عملية التسيير، بينما نلاحظ أن مفهوم التسيير حسب مصطلح الانجليزي (MANAGEMENT) فأن تسجيل المفهوم الحقيقي بالإضافة إلى القدرات والكفاءات القيادية التي يجب أن يتوفر عليها المسير.

2- مفهوم الفعالية:

تعرف الفاعلية على أنها "مدى مساهمة الأداء الذي يتم القيام به لتحقيق هدف محدد مسبقا بمعنى إمكانية الهدف والوصول إلى النتائج المرجوة، باعتبار أن الهدف هو النتيجة والنتيجة نقطة النهاية المراد الوصول إليها في وقت محدد وبمواصفات معينة لذلك لكي تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها يجب أن تكون هذه الأهداف محددة بشكل دقيق وواضح".¹ كما تعرف على بأنها "مدى تحقيق الأهداف المسطرة مقارنة بالأهداف المحققة".

وهناك من يعرفها على أنها "مقياس لقدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف في الأجل الطويلة".

- من خلال هذه التعاريف نستنتج أن مفهوم الفعالية مرتبط بأهداف المؤسسة ومن ثم تحقيق أهداف المؤسسة يعني تحقق الفعالية ، ولكن الأهداف تختلف من فرد لأخر ومن وظيفة لأخرى ومن مؤسسة لأخرى وهذا ما يجعل مفهوم الفعالية يختلف من مؤسسة لأخرى فهناك من يعتبر أن مقياس الإنتاجية هو المعيار المعبر عن الفعالية وهناك من يعتبر أن تحقيق الأرباح "المرودية المالية" هو المقياس المعبر عن الإنتاجية.

3- محددات التسيير الفعال:

3-1- تسيير ثقافة المؤسسة :

من الصعب فصل تقنية التسيير عن إطارها الثقافي الذي نشأت فيه و تطورت فيه ، تظهر هذه الصعوبات جليا في الشركات المتعددة الجنسيات ، حيث تلعب

² - محمد توفيق: إدارة الانتاج والعمليات -مدخل لاتخاذ القرار- مكتبة الاشعاع ، 1995، ص25.

المنظمات النقابية دورا كبيرا مرده اعتراف فشل المسير داخل هذه المؤسسات ، فاليابان مثلا نمطها التسييري يرتكز على كل نقاط الضعف و القوة للإطار الثقافي الياباني ، حيث تحتل الطقوس و الأعمال و الحركات الرمزية الخاصة بعاداتهم وتقاليدهم معنى كبير و أهمية عظمى في المجتمع الياباني ، حيث نجد القرارات جماعية مع التأكيد على روح التعاون الثقة و الأمان الوظيفي و الدقة في الأداء ، هذا عن الثقافة الخارجية ، أما عن الثقافة الداخلية فإذا كانت منسجمة مع النمط التسييري فتحقيق النجاح يكون بنسب عالية و العكس صحيح ، كما أن وجود عدة ثقافات فرعية داخل التنظيم الواحد يخلق الحاجة إلى تكامل تلك الثقافات لتحقيق الهدف العام للمؤسسة ، و هذا مرده إلى ترسيخ جماعي لإيديولوجية العمل و المؤسسة ، و بتثمين القيم المشتركة بين أفراد المؤسسة .

والملاحظ لنظريات التسيير يجد أنه يصعب فصلها عن الخصائص الثقافية ، فالنظريات قد تقبل بسهولة في بلد ما وقد تكون عائقا في بلد آخر ، فعندما نتكلم عن الحاجة للإنجاز في المجتمع الأمريكي يكون أمرا يسيرا لأن هذا المجتمع يتميز بالفردية و الكفاءة بينما يعد ذلك عائقا في بلد يتميز بالروح الجماعية ، إذن يمكن القول أن نمط التسيير و المحيط الثقافي له عاملين مرتبطين يتفاعلان داخليا في العمق والخلاصة هي أن وجود ثقافة المؤسسة الإيجابية تراعي فيها خصوصيات المجتمع الموجودة فيه تشكل جهازا مناعيا حصينا من المشاكل التي تواجه المؤسسة ، وهي في نفس الوقت دعامة أساسية لتحقيق الفعالية.

2-3 فعالية القيادة الإدارية:

نظام القيادة الإدارية يلعب دورا في تحقيق التقارب بين أفراد المؤسسة و تحقيق أهدافهم عن طريق إشراكهم في العملية الإدارية و تحمل مسؤولية العمل ، و جعلهم يشعرون بدورهم الإيجابي في ميدان العمل.

و القيادة الإدارية « هي القدرة على التأثير و الإقناع في توجيه مجموعة من الأفراد باعتماد على قوة التأثير الشخصي بصفة أساسية ، و السلطة الرسمية بصفة ثانوية »

فنجاح القائد الإداري يتمثل في كسب تعاون المرؤوسين معه لتحقيق التجانس بينهم و إقناعهم بأن في تحقيقهم لأهداف التنظيم نجاح لأشخاصهم و تحقيق لأهدافهم و طموحاتهم ، فنوعية الأفراد الذين يحتلون المناصب الإدارية ينبغي أن يكونوا من الصفوة ، لذا يجب اختيارهم من بين المميزين في ذكائهم و خصائصهم ،

إلى جانب تدريبهم بعناية لتأدية مهامهم على أحسن وجه إضافة إلى التمتع بالخصائص التالية:

- القدرة على تحفيز وتشجيع الأفراد ، فالقائد الفعال هو الذي يحفز الأفراد ذوي الأداء المتوسط إلى الأداء المرتفع .
 - القدرة على الاتصال عن طريق نقل و توصيل نزعة التصرف بحرية و استقلالية ولديهم الثقة في أنفسهم لتحقيق الأهداف التنظيمية
 - غرس الثقة في الآخرين ، فيجب أن يشعر المرؤوسين أن قائدهم هو ذلك الشخص الذي يمكنهم اللجوء إليه دائما، وبقدرته على توجيههم في الاتجاه السليم .
- 3-3 التسيير المنهجي للموارد البشرية:

تحقيق الفعالية يتطلب منا بالإضافة إلى العناصر المادية ، اهتماما خاصا بالموارد البشري الذي يعتبر مصدر الخلق و الإبداع و العمل و الإنتاج ، لأن التقدم المادي الذي يتحقق يوميا على اختلاف مستوياته و صوره ، ما هو إلا ثمرة لمجهودات العنصر لبشري ، هذا العنصر الذي رغم اختلاف دوره و مكانته في العملية الإنتاجية من مسئول كبير أو خبير إداري أو مسير أو عامل تقني أو مشرف ، إلا أنه يفوق ضرورة توافق الموارد والآلات التي تتوقف كفاءتها على كفاءة و مهارة من يستخدمها من عمال.

4-3 نظام مراقبة التسيير:

تعتبر مراقبة التسيير من المقومات الأساسية لتنفيذ إستراتيجية المؤسسة، فتحقيق الأهداف المسطرة بفعالية يستلزم وجود نظام واضح و محدد للرقابة يشمل جميع الأنشطة والوظائف الممارسة داخل المؤسسة ، مهمته مقارنة الأهداف المقدره (المسطرة) بالأهداف المحققة فعلا مع تحديد الانحرافات و تحليل أسبابها ، واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

ثالثا: دور الإدارة الإلكترونية في تحقيق فاعلية التسيير بالمنظمة:

يمكن الحديث عن دور الإدارة الإلكترونية في تحقيق فاعلية التسيير بالمنظمة من خلال الحديث عن وظائف الإدارة الإلكترونية، فمن متطلبات التسيير الفعال خلق رقابة محكمة وهي إحدى أهم وظائف الإدارة الإلكترونية.

فمن مهام نظام مراقبة التسيير صياغة النظام المعلوماتي : وله عدة منافع منها : إعطاء وصف أكيد لتطور الماضي من حيث الاتجاه و الوضعية، كما يسمح

بتشخيص المؤسسة وتسهيل التقديرات عن الخطط الطويلة و القصيرة ، وتوضيح القرارات التي يجب أن تؤخذ في الإطار التقديري، و إظهار الانحرافات وكذا السماح بشرح الأسباب وهذا ما يقوم به التخطيط الإلكتروني الذي يعتمد على استخدام نظم جديدة للمعرفة كنظم دعم القرار والنظم الخبيرة .

يدل مصطلح الإدارة الإلكترونية على استخدام نتاج الثورة التكنولوجية لتحسين مستويات الأداء في المنظمة ورفع كفاءتها وتعزيز دورها في تحقيق الأهداف. ويشمل ذلك الاستفادة من تراكم المعرفة وتزايد التقدم التقني المرافق لها في توسيع قاعدة المستفيدين من خدمات المنظمة وتمكن من الاطلاع على الخدمة و إكمال التبادل بين المنظمة و جمهور المستفيدين من خدماتها.

ومع ظهور أنظمة المعلومات وشبكة الانترنت وظهور خدمات المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني على مستوى المنظمات ، أصبح التعامل مع الجمهور يتم من خلال الموقع الإلكتروني الذي يخزن الطلبات في أنظمة الحاسوب المبرمجة مسبقا لقبول الطلب و إرجاع نتائجه للعميل .ومن ثم يتم تحويل خلاصة التعامل بين العميل وجهاز الحاسوب إلى المنظمة. تتيح الإدارة الإلكترونية للمنظمة العمل بدقة ، وتشير الدقة وفق نموذج الإدارة الإلكترونية إلى انجاز الأعمال وفقا لمعايير مضبوطة، تحدد من خلال أنظمة معالجة معلوماتية بشكل يحد من الأخطار الإدارية ،ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة .

انطلاقا من توظيف تكنولوجيا المعلومات بشكل كامل في أداء المهام، يؤدي ذلك إلى إمكانية المحاسبة على كل جزئيات تلك و الأنشطة من خلال وجود الرقابة الإلكترونية.

خاتمة:

تهدف الإدارة الإلكترونية إلى تحسين مخرجات المنظمة من خلال جودة العمليات، وتحقيق هذا الهدف يتطلب تسيير فعال قادر على زيادة التفاعل بين المنظمة و جماهيرها عبر خدمات متجددة تساهم الإدارة الإلكترونية في تقديمها عبر وظائفها الجديدة مثل التخطيط الإلكتروني و التنظيم الإلكتروني ،التوجيه الإلكتروني والرقابة الإلكترونية.

العنف في الصحافة الجزائرية المكتوبة

دراسة تحليلية ليوميات الشروق اليومي والخبر والنصر

أ/ مسعود بوسعدية

جامعة جيجل

البريد الإلكتروني: messaoud2020@yahoo.fr

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تشخيص ظاهرة العنف في المجتمع الجزائري من عدّة جوانب وأبعاد، وهذا من خلال ما تنشره الصحف الوطنية الثلاثة (الشروق اليومي والخبر والنصر) من أخبار حول العنف والجريمة، والطريقة التي عالجت بها الصحف الثلاثة هذا الموضوع من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: كيف تناولت الصحف الجزائرية ظاهرة العنف في المجتمع الجزائري من خلال الصحف الجزائرية الثلاثة (الشروق اليومي-الخبر-النصر). اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام أداتي تحليل المضمون واستمارة استبيان من أجل الكشف عن طبيعة هذه المعالجة شكلا ومضمونا، وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تخصص الصحف الثلاثة (الشروق اليومي، الخبر، النصر) حيزا معتبرا لموضوعات العنف عبر صفحاتها، واحتلت جريدة الشروق اليومي الصدارة ثم تليها جريدة النصر وأخيرا جريدة الخبر.
- اعتمدت الصحف الثلاثة محل الدراسة في تحريرها لموضوعات العنف بشكل أساسي على المعالجة الإخبارية التقريرية.
- تناولت الصحف الثلاثة كافة أنواع العنف مع تركيزها على العنف الاجتماعي يليه العنف التربوي ثم العنف السياسي ثم العنف الرياضي وأخيرا العنف الديني.
- أرجعت الصحف الثلاثة دوافع العنف إلى جملة من الأسباب من أهمها الشعور بالإهانة والظلم والملاسنات، وتجاوزات المسؤولين والمشكلات العائلية وغيرها.

- تضمنت الموضوعات الخاصة بالعنف جملة من القيم والسلوكيات السلبية مثل الضرب والقتل والانتحار والاعتصاب والخصومة وغيرها.
- الكلمات المفتاحية: العنف - الصحافة الجزائرية.

Résumé

Cette étude vise à tenter de diagnostiquer le phénomène de la **violence dans la société algérienne de plusieurs aspects et dimensions**, ce qui est par ce qui est publié par les trois journaux nationaux (Echourouk, Elkabar et Al Nasr) des nouvelles sur la violence et la criminalité, et la façon dont ces trois journaux ont géré ce sujet en répondant à la question principale suivante: Comment la presse algérienne a traité le phénomène de la violence dans la société algérienne à travers ces trois journaux algériens (Echourouk, Elkabar et Al Nasr) ?

Dans cette étude, nous avons adopté la méthode d'analyse descriptive, en utilisant deux outils pour analyser les contenus et un questionnaire afin de révéler la nature de ce traitement vis à vis la forme et le contenu, et les résultats les plus importants à l'issue de cette étude sont:

-les trois journaux réservent un espace considérable aux thèmes de la violence à travers ses pages, dont Echourouk occupe la tête suivi par Al-Nasr et enfin El Khabar.

- Les trois journaux sont principalement appuyés sur les reportages dans leurs études aux sujets de la violence.

- Les trois journaux ont traité tous les types de violence en mettant l'accent sur la violence sociale suivie par la violence éducative, la violence politique, la violence sportive et enfin la violence religieuse

.- Les trois journaux ont attribué la violence motivée par un certain nombre de raisons les plus importantes tels que le sentiment d'humiliation, l'injustice, les querelles et les dépassements des responsables et certain problèmes familiaux.

- La plupart des thèmes de la violence contiennent certaines valeurs négatives telles que l'assassinat, le suicide, la violence sexuelle ...etc.

- **Mots-clés:** Violence- la presse algérienne.

مقدمة:

تعتبر الجزائر من البلدان التي عرفت خارطتها الجغرافية تغيرات ملحوظة؛ أبرزها الهجرة الداخلية أو ما يعرف بالنزوح الريفي نحو المدن، خاصة مع تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للبلد نهاية ثمانينات القرن الماضي، ودخول الجزائر بعدها في دوامة من العنف والدم اصطلح عليه بما يسمى العشرية السوداء.

هذه العوامل جعلت من العنف ظاهرة لصيقة بالمجتمع خاصة مع التداول الإعلامي؛ الذي يعتبر أداة لصنع الأحداث والتأثير على مجرياتها واتجاهاتها، خاصة الصحافة المكتوبة التي أصبحت تؤدي دورا إخباريا هاما في المجتمع الجزائري، وهمزة وصل تربط بين ما يحدث في المجتمع والفرد من خلال القضايا التي تطرحها والتي تؤثر على تصرفات وسلوكيات الأفراد.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للتعرف على ظاهرة العنف في الصحافة الجزائرية المكتوبة وكذا معرفة الكيفية التي تعالج بها الصحافة المكتوبة لظاهرة العنف في المجتمع الجزائري وتحديد دورها في الحد من ظاهرة العنف داخل مؤسسات المجتمع أثناء تغطيتها ومعالجتها لمختلف أشكال العنف، والتعرف على مدى قدرتها على التوعية بخطورة العنف على مختلف فئات المجتمع، ومعرفة أسلوب تقديمها وتغطيتها للأخبار وأثره في الحد من الظاهرة.

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

تعد ظاهرة العنف من الظواهر القديمة التي عايشها الإنسان منذ القديم، بداية من قصة قتل " قابيل لأخيه هابيل "؛ التي كانت أول جريمة تقع فوق الأرض، ثم تواصلت الممارسات العنفية إلى غاية وقتنا المعاصر، لاسيما في ظل وجود اختلافات بين الأفراد في تنشئتهم الاجتماعية، وظروفهم وأوضاعهم، وكذا نفسياتهم التي تتحكم في استجاباتهم لاستعمال العنف أولا.

ويؤكد «باندورا Bondora» أن العنف يتم تعلمه من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية وخاصة الأسرة، والمدرسة، ووسائل الإعلام⁽¹⁾. إذ تعتبر هذه الأخيرة مصدرا يتعلم الفرد منها سلوكياته من خلال البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام بأشكالها المتنوعة من مرئي، ومسموع، ومكتوب والتي تؤدي بالفرد إلى عملية التقمص. وحسب باندورا الذي طور بحوثه سنة (1965)، " أن المصادر التي تعلم السلوكيات العدوانية تصنف في ثلاثة نماذج يتبناها الفرد وهي: يتعلم الطفل

العدوانية من عائلته، كما يتعلم الطفل العدوانية من محيطه المباشر(الرفاق، المدرسة..)، كما يتعلم الطفل العدوانية من وسائل الإعلام التي أصبحت تشغل حيزا كبيرا⁽²⁾. خاصة مع التطورات التكنولوجية التي شهدتها الوسائل الإعلامية على مستوى الشكل والمحتوى حيث أصبحت كل فئات المجتمع تستخدمها، ولا يمكن الاستغناء عنها.

ومن بين المؤسسات الإعلامية الجزائرية التي شهدت تطورا ملحوظا على مستوى الشكل والمحتوى في معالجتها لقضايا العنف، الصحافة المكتوبة في القطاعين الخاص والعام؛ حيث نجدها تخصص يوميا صفحات لمعالجة أخبار العنف في قوالب صحفية متعددة (أخبار-تحقيقات مقابلات-ريبورتاجات...الخ)، وهذا بغية اطلاع الرأي العام الجزائري على أهم الأحداث الراهنة.

وإذا كانت موضوعات العنف تأخذ حيزا كبيرا عبر الصحافة الجزائرية فهذا دليل على زيادة أعمال العنف داخل المجتمع الجزائري؛ مما يؤدي بنا إلى طرح مشكلة الدراسة حول كيفية تناول الصحافة المكتوبة الجزائرية لظاهرة العنف في المجتمع الجزائري، وذلك من خلال تحديد دور الصحافة المكتوبة في الحد من ظاهرة العنف داخل مؤسسات المجتمع أثناء تغطيتها ومعالجتها لمختلف أشكال العنف، والتعرف على مدى قدرتها على التوعية بخطورة العنف على مختلف فئات المجتمع، وهل ساهم أسلوب تقديمها وتغطيتها للأخبار في الحد من الظاهرة، وهل كان دورها يقف عند حد نشر أخبار العنف وإحصاء أعداد المعنفين، أم تسليط الضوء على القصص الإنسانية منها، أم أن دورها تجاوز ما سبق من خلال تقديمها لمضامين ونوعية مصادر، وأنماط تحريرية حققت الصحافة المكتوبة من خلالها وظائفها في المجتمع مثل وظيفة التوجيه، والتوعية، والتربية والتعليم، وتنوير الرأي العام، وغيرها من الوظائف؛ لتساهم في الحد من ظاهرة العنف داخل المجتمع الجزائري.

ومما سبق نطرح تساؤلات الدراسة وفقا لفئات الشكل والمضمون الذي تناولت من خلاله الجرائد الوطنية موضوع العنف في المجتمع الجزائري، ومن أبرز هذه الفئات معرفة الحيز الذي خصصته الصحافة المكتوبة الجزائرية لمعالجة قضايا العنف، وتبيان موقع موضوعاته أثناء المعالجة الإعلامية بالإضافة إلى نوعية الصور المرفقة مع القوالب الصحفية التي تم اختيارها من قبل الإعلاميين لتحرير المادة الصحفية الخاصة بموضوعات العنف. هذا من جانب شكل المادة الإعلامية، أما من حيث محتواها سنسعى إلى تشخيص أسباب ودوافع حدوث العنف بمختلف أشكاله

وأصنافه، وأيضا معرفة أهم الفاعلين في حدوث هذه الظاهرة، ومعرفة اتجاه وموقف الصحف نحو ظاهرة العنف، بالإضافة إلى تقديم الحلول للحد من انتشار هذه الظاهرة. وانطلاقا من البناء العام للمشكلة، نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تناولت الصحف الجزائرية ظاهرة العنف في المجتمع الجزائريمن خلال الصحف الجزائرية الثلاثة (الخبر-الشروق-النصر)؟

ومنه نطرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما هو الحيز الذي تخصصه الصحف الجزائرية الثلاثة(الخبر-الشروق-النصر) لموضوعات العنف في المجتمع الجزائري؟
- 2- هل توجد فروق بين الصحف اليومية الثلاثة(الخبر-الشروق-النصر) في تناول ظاهرة العنف من حيث الأنواع الصحفية التي جاءت بها الكتابة حول الظاهرة؟
- 3- ما هي القيمة التي أعطتها الصحف اليومية الثلاثة(الخبر-الشروق-اليومي-النصر) لظاهرة العنف المنتشرة في المجتمع الجزائري من حيث الموقع والعناوين؟
- 4- ما هي أسباب ودوافع حدوث العنف بمختلف أصنافه في المجتمع الجزائري حسب التناول الصحفي له؟
- 5- ما هي أشكال وأصناف العنف في المجتمع الجزائري حسب التناول الصحفي له؟
- 6- ما هي أكثر الفئات استهدافا من عملية العنف حسب التناول الصحفي له؟
- 7- ما مدى مساهمة الصحف اليومية الثلاثة(الخبر-الشروق-النصر) في الحد من ظاهرة العنف في المجتمع الجزائري؟
- 8- ما هي القيم والسلوكيات المتضمنة في مواضيع العنف حسب التناول الصحفي؟.

ثانيا: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا هذه، كونها من بين الدراسات التي تحاول تسليط الضوء على موضوع مهم هو موضوع الساعة في جميع أقطار المعمورة، كيف لا وهو موضوع "العنف" ونخص بالتحديد الحديث عنه في المجتمع الجزائري، كما أن التطرق لهذا الموضوع بطريقة علمية ممنهجة ومن زاوية نظرية كذلك بعرض مصطلحات ومفاهيم ذات صلة بموضوع العنف وتدعيم ذلك بالجانب التحليلي للمادة الإعلامية من خلال تطبيق منهج تحليل المحتوى الخاص بعينة الصحف الثلاثة، كل هذا من شأنه إثراء الموضوع بما يسمح بوضع خطة علاجية ووقائية.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى ما يأتي:

- 1- معرفة درجة اهتمام الصحافة الجزائرية بمواضيع العنف من خلال معرفة المساحة الإجمالية المخصصة لذلك.
- 2- التعرف على أهم القوالب الصحفية المستخدمة في المعالجة الصحفية لظاهرة العنف.
- 3- التعرف على أهم المصادر التي تعتمد عليها الصحافة الوطنية في تحرير أخبار العنف.
- 4- معرفة أثر المعالجة الصحفية في الحد من انتشار العنف داخل المجتمع الجزائري.
- 5- معرفة أكثر الفئات تضررا من ظاهرة العنف في المجتمع الجزائري.
- 6- التعرف على أهم الأساليب والوسائل المستعملة في علاج ظاهرة العنف من خلال المعالجة الصحفية.
- 7- معرفة أنواع العنف المنتشرة داخل المجتمع الجزائري من خلال المعالجة الصحفية للظاهرة.
- 8- معرفة الأسباب والدوافع الجوهرية للانتشار الكبير لظاهرة العنف في المجتمع الجزائري.

رابعا: حدود الدراسة.

يعد تحديد حدود الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة، فمن خلالها يتم التعرف على الميدان الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية والتحليلية، بالإضافة إلى معرفة طبيعة المفردات الوثائق التي أجريت عليها الدراسة، وأيضا معرفة الفترات الزمنية التي أنجزت فيها الدراسة، وقد "اتفق كثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاث وهي: المجال البشري والزمني والجغرافي"⁽³⁾. وهي كالتالي في هذه الدراسة :

- المجال البشري: يتمثل المجال البشري في المجتمع الجزائري، بحكم بأن دراستنا تشمل التغطية الصحفية لظاهرة العنف داخل المجتمع الجزائري.
- المجال الزمني: سنة 2016م.

- المجال الجغرافي: يتمثل المجال الجغرافي في الجزائر، لأن دراستنا خاصة بالتناول الصحفي للعنف في الجزائر.

خامسا: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات أمرا لا بد منه في البحوث العلمية لأن المفاهيم والمصطلحات تختلف خاصة في البحوث الإنسانية والاجتماعية والإعلامية تبعا للزمان والمكان وخصائص المجتمعات.

وفي دراستنا سنتطرق إلى المفاهيم الآتية:

- مفهوم الصحافة:

لغة: جاء في لسان العرب تعريف الصحيفة أنها: ما يكتب فيها، والجمع صحائف وصحف وفي التنزيل: (إن هذا لفي الصحف الأولى صحف إبراهيم وموسى) (سورة الأعلى: 18، 19). يعني الكتب المنزلة عليهما⁽⁴⁾

اصطلاحا:

تعريف خليل صابات: (هي مطبوع دوري ينشر الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية، والتقنية)⁽⁵⁾.

تعريف معجم مصطلحات الإعلام: (صناعة إصدار الصحف، وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات، بهدف الإعلام ونشر الرأي العام والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة المحكومة، فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام)⁽⁶⁾.

- مفهوم العنف:

في اللغة:

- جاء في لسان العرب:

عنف: العنف: الخرق بالأمر وقلة الرفق به، وهو ضد الرفق عنف له وعليه يعنف عنفا وعنافة وعنفه تعنيفا، وهو عنيف إذا لم يكن رفيقا في أمره.

واعترف الأمر: أخذه بعنف، وفي الحديث: «إن الله يعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف»: هو بالضم الشدة والمشقة.

والتعنيف: التعبير واللوم ... والتوبيخ والتفريغ⁽⁷⁾.

- وجاء في المنجد في اللغة والأعلام:

العُنْفُ والعُنْفُ والعِنْفُ: ضد الرفق، الشدة والقساوة.

الجنس العنيف: كناية عن الرجال يقابله الجنس اللطيف كناية عن النساء⁽⁸⁾.

- وجاء في قاموس لاروس :

العنف هو عبارة عن صف تبرز أو تكرر وتختلف معها العوامل بقوة حادة وقساوة معتبرة، هي في أكثر الأحيان ضارة ومهلكة وهو صفة لشعور رهيب نحو شيء، كالكره الرعب أو صفة لشخص له استعداد تام لاستعمال القوة، ويتصف بالعدوانية، كما يدل العنف على صفة اللاتسامح وعدوانية كبرى والاندفاع والقساوة في الكلام وحتى في التصرف، ويشير كذلك لمجموعة الأفعال والتصرفات التي تتميز بالمبالغة في استعمال القوة العضلية واستعمال الأسلحة أو صفة لعلاقة عدوانية حادة، وأخيرا صفة التعامل بالعنف كالإرغام والقهر عن طريق القوة⁽⁹⁾.

في الاصطلاح: يعرف العنف من الناحية السوسيولوجية: بأنه كل إيذاء باليد أو باللسان، بالفعل أو بالكلمة يندرج في الحقل التصادمي مع الآخر، أنه بالدرجة الأولى حالة تدرس بذاتها، ولكنها ليست مستقلة عن موجباتها ومبرراتها ومساراتها التاريخية، وهو بالدرجة الثانية حالة مركبة من حيث خطورتها وأبعادها وترابطها، حالة ذاتية لها موضوعها (الأنا في مواجهة الآخر) حالة وصفية لا تقبل الانخفاض ولا التبسيط السطحي⁽¹⁰⁾.

سادسا: نوع الدراسة ومنهجها.

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية الشائعة الاستخدام في مجال بحوث الإعلام والاتصال، حيث تسعى إلى جمع المعلومات والحقائق عن الواقع المدروس أو الظاهرة محل الدراسة، بطريقة تفصيلية ثم تحليلها وتفسيرها، من أجل استخلاص نتائج عامة تؤكد أو تنفي الفرضيات المطروحة. ويعرف الباحث سمير محمد حسين الدراسات الوصفية بقوله "هي تلك البحوث التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة"⁽¹¹⁾، وهذا ما ينطبق على دراستنا ؛ حيث تقوم الجرائد المحددة في عينة الدراسة بوصف ظاهرة العنف التي تحدث داخل المجتمع الجزائري، من خلال جمع البيانات والمعلومات وعرضها وتحليلها وتفسيرها وذلك بهدف الوصول إلى وصف دقيق ومتكامل للمشكلة من حيث أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها.

ويعرف محمد عبد الحميد منهج تحليل المحتوى على أنه "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة، في المحتوى أو العلاقات الإرتباطية

بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى⁽¹²⁾، وهناك من يرى أن تحليل المحتوى هو "أداة أو أسلوب أو طريقة تستخدم في وصف وتحليل محتويات المصادر والمؤلفات والأقوال والأبناء، والرسائل والأحداث وما إليها عن طريق تصنيف وتنظيم وترتيب للموضوع حسب الفئات التي صنف على أساسها ومن ثم يمكن التعبير عنها بصيغ يفضل أن تكون كمية، ويرى البعض أن تحليل المضمون أسلوب أو طريقة للبحث تهدف إل الوصف المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال من حيث كونه كل المعاني التي يعبر عنها بالكلمة أو الصوت أو الصورة أو الرسم بهدف الإجابة عن تساؤلات محددة مثل من قال؟ ولن قال؟ وكيف قال؟"⁽¹³⁾.

ويعتمد منهج تحليل المحتوى عند استخدامه لدراسة المشكلات العلمية على العديد من الخطوات المنهجية فبعد جمع المادة العلمية المراد تحليلها، وتحديد المشكلة، وطرح التساؤلات وضبط الفرضيات، وغيرها من الخطوات التي يتميز بها البحث العلمي بصفة عامة، تأتي مرحلة ترميز بيانات التحليل والتي بدورها تمر بعدة خطوات أساسية منها:

- تصنيف المحتوى إلى فئات: والفئات هي مجموعة من التصنيفات أو الفصائل، يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون، وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية، والشمول وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور⁽¹⁴⁾، وتنقسم هذه الفئات إلى نوعين هما:

- فئات المضمون (ماذا قيل؟): وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ أي مضمون المادة محل الدراسة وتنقسم هذه الفئات بدورها إلى فئات أخرى، وقد قمنا باختيار البعض منها بما يتماشى وأهداف دراستنا ومنها:

- فئة الموضوع: هي الفئة التي تسمح بتحديد المواضيع المتعلقة بمشكلات العنف في الصحف اليومية، وأكثرها بروزاً في المحتوى.

- فئة الأهداف: تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف الواردة في المحتوى محل الدراسة، بغية إيصالها إلى الجمهور المستهدف.

- فئة المصدر: هي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص، أو الجهة مصدر المعلومة، أو هي الفئة التي تبحث عن مختلف المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل،

وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص، والصحف، والمراسلون وغيرها من المصادر الأخرى المختلفة.

- فئة الفاعل: حيث تبحث هذه الفئة عن المحركين الأساسيين في المضمون، أي مجموعة الأشخاص أو الهيئات التي تصنع الحدث في المضمون محل التحليل، هذا بالإضافة إلى فئات أخرى كفئة الاتجاه وفئة المواقف، وغيرها من الفئات الأخرى.

- فئات الشكل (كيف قيل؟): وهي الفئات التي تقوم بوصف الشكل الذي قدمت فيه المادة محل التحليل وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ ومن بين فئات الشكل التي مع دراستنا وأهدافها ما يلي:

- فئة المساحة: تقوم هذه الفئة بقياس المساحة التي يحتلها الموضوع محل التحليل، لأن مساحة الموضوع تشير إلى مدى الاهتمام الذي توليه الجريدة لموضوع معين، "بحيث لا تقل مساحة الموضوع أهمية عن تناوله، بمعنى أن قارئ الصحف يمكنه أن يدرك الفرق بين المواضيع التي احتلت مساحة كبيرة من جريدته اليومية والمواضيع الأخرى"⁽¹⁵⁾.

- فئة الموقع: وهي الفئة التي تهتم بموقع المادة محل التحليل في المادة المدروسة، وأهمية الصفحات التي أتت على إثرها قضايا الفساد الاقتصادي.

- فئة العناصر الطبوغرافية: تقوم بعرض الكيفية التي تم بها إخراج المادة الإعلامية، ويعد جانب الإخراج ذو أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء أو المشاهدين أو المستمعين، حيث يرتاحون لحسن تقديم المادة ويضطلعون على المزيد منها⁽¹⁶⁾.

- فئة اللغة المستخدمة: يقصد بها اللغة التي تم بواسطتها تناول مواضيع العنف في المجتمع الجزائري حسب المعالجة الصحفية، هل هي لغة عربية أو عامية أو مزيج بينهما؟

- تحديد وحدات التحليل: تختلف وتتعدد وحدات التحليل في دراسات تحليل المحتوى، وفقا لإشكالية البحث وأهدافه وفرضياته، حيث تم في دراستنا هذه التركيز على وحدتين هما: وحدة الفكرة، ووحدة المساحة.

- تصميم استمارة تحليل المحتوى: بعد الانتهاء من الخطوات السابقة الذكر قمنا بتصميم الهيكل العام للاستمارة، حيث تم تقسيمها إلى عدة محاور، كل محور يحتوي على معلومات خاصة بالمراحل المذكورة أعلاه.

- تفريغ البيانات وتحليلها بطريقة كيفية: بعد الانتهاء من عملية تحديد الفئات والوحدات وتشكيل الاستمارة ، يتم اللجوء إلى إعداد جداول لحساب تكرارات الوحدات الموجودة في كل فئة من فئات التحليل بحيث يتم تفريغ تلك التكرارات المرمزة على مستوى الاستمارة في هذه الجداول وتحليلها والتعليق عليها بطريقة كيفية، وبعد الانتهاء من كل هذه المراحل يتم كتابة التقرير النهائي حول ما تم التوصل إليه من نتائج عامة، التي من خلالها يتم الحكم على فرضيات الدراسة بالإثبات أو النفي.

إلى جانب استخدام منهج تحليل المحتوى في هذه الدراسة تم الاعتماد أيضا على المنهج المسح الوصفي، ويعرف منهج المسح بأنه: "محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي وإن كان يهدف إلى الحصول على معلومات يمكن الاستفادة منها في المستقبل، ويعرفه "برجس" بأنه دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقديمه الاجتماعي"⁽¹⁷⁾.

سابعا: مجتمع الدراسة وعينته.

مجتمع الدراسة هو " جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، والمجتمع الكلي في بحوث التحليل، هو مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث"⁽¹⁸⁾، وعليه فالمجتمع الكلي لدراستنا يتعلق بجميع الأعداد الصادرة من جرائد الخبر اليومي والنصر والشروق اليومي التي وقع اختيارنا عليها، ومن بين المبررات التي دفعتنا لاختيار هذه الجرائد نذكر الآتي:

□ تعتبر جريدتا الخبر والشروق اليومي من بين أكبر الجرائد سحبا وتصفحا في الجزائر.

□ تعتبر جريدة الخبر أول جريدة معربة ظهرت في الجزائر في القطاع الخاص.

□ تعتبر جريدة النصر من بين الجرائد في القطاع العام التي لها مسار وتاريخ طويل في مجال الصحافة المكتوبة.

- حجم مجتمع الدراسة (الدراسة التحليلية): يقدر حجم مجتمع الدراسة بـ (365 مفردة خاصة بجريدة الخبر)، و(365 مفردة خاصة بجريدة الشروق اليومي)، و(313 مفردة خاصة بجريدة النصر). وقدر حجم مجتمع الدراسة بـ (1043 مفردة

من كل الجرائد). تم أخذ نسبة (3.5 %) من كل جريدة، بمعدل عدد من كل شهر، حيث قدر حجم العينة الإجمالي بـ (36 جريدة)، تم اختيارها بأسلوب الأسبوع الاصطناعي مع أخذ (12 مفردة) من كل جريدة، مع مراعاة الاختلاف في أيام السحب بالنسبة لكل جريدة.

- عينة الدراسة:

تم الاعتماد على عينة الأسبوع الاصطناعي في اختيار أعداد الجريدة التي يتم تحليلها، وهو أسلوب يتم بطريقة منتظمة، يضمن عدم تكرار التواريخ والأيام الخاصة بمفردات العينة، حيث اخترنا اليوم الأول من الأسبوع الأول، ثم اليوم الثاني من الأسبوع الثاني، ثم اليوم الثالث من الأسبوع الثالث وهكذا إلى غاية الحصول على جميع مفردات العينة، والذي بلغ 36 مفردة أو جريدة، حيث تم اختيار (12) مفردة من جريدة الخبر، و(12) مفردة من جريدة النصر، و(12) مفردة من جريدة الشروق اليومي.

ثامنا: أدوات جمع البيانات.

تعتبر وسائل أو أدوات جمع البيانات حجر الزاوية في عملية البحث العلمي، وتتعدد هذه الوسائل حسب الغرض الذي يستعمل لها، وقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة في جمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن أسئلتها، أو لفحص فرضياتها ومن بين وسائل جمع البيانات نجد المقابلة، الملاحظة، الاستمارة، وغيرها من الأدوات الأخرى⁽¹⁹⁾.

-استمارة تحليل المحتوى:

تعتبر استمارة تحليل المحتوى أداة من أدوات جمع البيانات الخاصة بدراسات تحليل المحتوى في البحوث الإعلامية، كالمواد المسموعة والمرئية والمكتوبة والالكترونية، حيث يتم التعبير فيها عن بيانات البحث بطريقة كمية، ويتم تصميم الهيكل العام لاستمارة التحليل من خلال تقسيمها إلى عدة محاور أساسية منها:

المحور الأول: ويتعلق بالبيانات الأولية الخاصة بالجريدة (وثيقة التحليل) مثل اسم الجريدة، تاريخ الصدور، العدد.

المحور الثاني: ويتعلق بفئات الشكل (كيف قيل؟) ومنها فئة المساحة، فئة الموقع، فئة العناصر الطبوغرافية، فئة اللغة المستخدمة.

المحور الثالث: ويتعلق بفئات المضمون (ماذا قيل؟) ومنها فئة الموضوع، فئة الأهداف، فئة الفاعلين، وفئة المصادر.

المحور الرابع: وهي المحور المتعلق بالملاحظات العامة.

ومن بين الوحدات التي تم التركيز عليها في هذه الدراسة نجد:

- وحدة الفكرة: وهي عبارة عن جملة أو فقرة أو مجموعة من الفقرات، تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل.

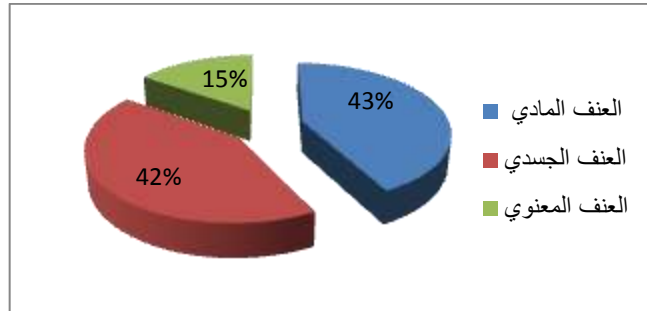
- وحدة المساحة: يتم اللجوء إلى هذه الوحدة لتحديد المساحة التي شغلها المادة الإعلامية المنشورة في الجريدة، والتعرف على مدى الاهتمام بالموضوع الخاضع للتحليل.

- الملاحظة:

تعد الملاحظة كأداة ثانية مساعدة إلى جانب أداة الاستبيان التي اعتمدنا عليها كأداة رئيسة في جمع البيانات، وهدفها يتمثل في أنها تفيد في التعرف على مدى التناقض الذي قد يحدث بين تصريح المبحوث وبين حقيقة مشاعره، وآرائه حول الأسئلة المطروحة عليه، التي تظهر على محياه وردود فعله وسلوكاته، كما تساعد في التعرف على معلومات جديدة لم يفكر فيها الباحث من قبل ⁽²⁰⁾.

تاسعا: أنواع العنف حسبالتناول الصحفي:

المتغير الفئات	الخبر		الشروق اليومي		النصر		المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
العنف المادي	12	50%	12	29.35%	12	44.44%	36	35.42%
العنف الجسدي	12	50%	12	29.35%	12	44.44%	36	35.42%
العنف المعنوي	00	00%	10	41.29%	03	11.11%	13	29.15%
المجموع	24	100%	34	100%	27	100%	85	100%

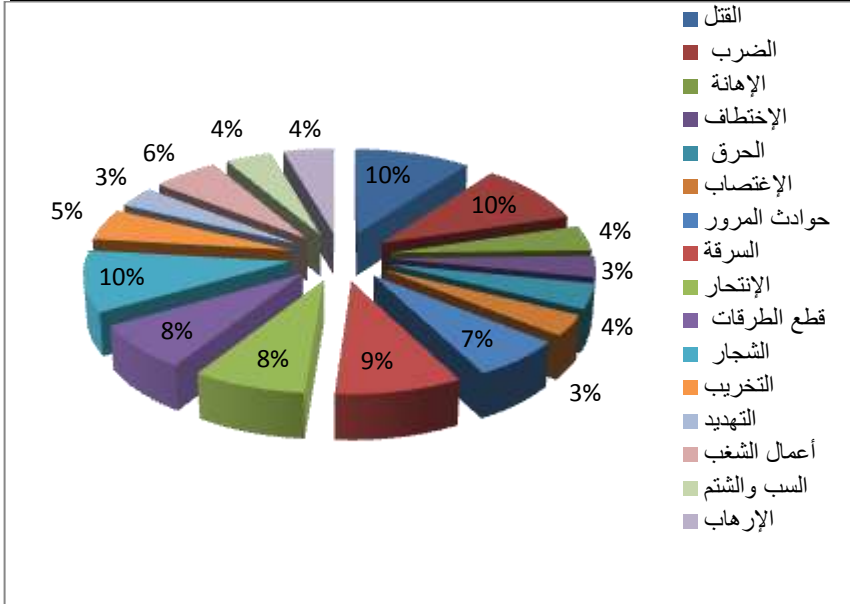


غلب على المواضيع المحللة نوع العنف المادي والجسدي بنفس النسبة (35.42%)، لكل فئة، حيث أن معظم الحوادث المسجلة كانت إما مادية أي مساسا بالمتعلقات والأشياء المادية الخاصة بأطراف الحوادث، وإما جسدية بالإعتداء والضرب والجرح وحتى القتل، وهذا ما احتوته فعلا معظم المواضيع المعالجة لدينا، أما فئة العنف المعنوي فكانت هي الفئة الأقل تكرارا في المواضيع عينة البحث بنسبة (29.15%)، ومن هذه النسب نستنتج أن ظواهر العنف المادي والجسدي هي الأكثر انتشارا في المجتمع الجزائري، وهذه سابقة خطيرة، إذ انتشرت مظاهر العنف في مجتمعنا الجزائري المسلم والذي من المفروض أنها تكون قليلة، ومن المفروض أن تسود فيه ذهنية الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وكذلك التسامح، والعفو عن من أساء إليك، لكن للأسف الشديد هذه الأمور أصبحت قليلة بل نادرة في مجتمعنا، فقلما تجد شخصا يسامح أخاه أو جاره أو صديقه، والأخطر من هذا كله أن ظواهر العنف أصبحت أكثر انتشارا بين الأرحام فتجد الأب ضد ابنه أو العكس أو مع أخيه أو أخته...إلخ، ومن يقوم بجولة بسيطة في محاكمنا يكتشف صحة هذا الكلام، حيث أصبحت المحاكم الجزائرية مكانا لفضح الأسرار العائلية ومكانا لمحاكمة المعتدين على الأصول، وعقوق الوالدين، وزنى المحارم والقتل...وغيرها، الأمر الذي نأسف له كثيران فكيف لا تمتلأ صفحات الجرائد بمثل هذه الأخبار.

عاشرا: مظاهر العنف المرتكب حسب التناول الصحفي:

المفغبر الفئات	الخبر		الشروق اليومي		النصر		المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
القتل	08	%81.10	12	%63.08	10	15،13	30	%38.10
الضرب	08	%81.10	12	%63.08	09	84،11	29	%03.10
الإهانة	00	%00	09	%47.06	03	94.03	12	%15.04
الإختطاف	04	%40.05	04	%87.02	02	63.02	10	%46.03
الجرح	05	%75.06	05	%59.03	02	63.02	12	%15.04
الإغتصاب	03	%05.04	06	%31.04	01	31.01	10	%46.03
حوادث المرور	01	%35.1	12	%63.08	06	89.07	19	%57.06
السرقه	06	%10.08	12	%63.08	08	52،10	26	%99.08
الإنتحار	03	%05.04	12	%63.08	08	52،10	23	%95.07
قطع الطرقات	08	%81.10	11	%91.07	03	94.03	22	%61.07
الشجار	10	%51.13	12	%63.08	07	21.09	29	%03.10
التخريب	05	%75.06	07	%03.05	03	94.03	15	%19.05

التهديد	01	%35.1	05	%59.03	04	26.05	10	%46.03
أعمال الشغب	07	%45.06	05	%59.03	05	57.06	17	%88.05
السب والشتم	00	%00	10	%19.07	02	63.02	12	%15.04
الإرهاب	05	%75.06	05	%59.03	03	94.03	13	%49.04
المجموع	74	%100	139	%100	76	100	289	%100



نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يمثل طبيعة العنف المرتكب حسب المعالجة الصحفية، أن أنواع العنف المعالج عبر عينتنا هذه في المجتمع الجزائري مختلفة ومتعددة، لكن نلاحظ عبر صفحات الجرائد الثلاثة أن جريمة " القتل " هي الظاهرة الأكثر انتشارا حيث بلغت نسبتها (38،10 %)، وهي أعلى نسبة مقارنة بمظاهر العنف الأخرى الواردة في عينتنا، تليه فئة الشجار والضرب بنسبة (03،10%)، لكل واحدة منهما، ثم ظاهرة السرقة بـ99،08%، ثم ظاهرة الانتحار بنسبة (95،07%)، وقطع الطرقات بنسبة (61،07%)، وبأقل نسبة يأتي الاغتصاب والاختطاف والتهديد بـ(46،03%)، حيث نجد أن جريمة القتل قد تكررت تقريبا في كل الأعداد الستة وثلاثين المحللة، لجرائد الخبر والشروق اليومي والنصر، وبالتالي فقتل النفس أصبح أمرا سهلا وعاديا في المجتمع الجزائري وهذا أمر خطير جعل من وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحف تتطرق بإسهاب لهذا الموضوع كما نلاحظ كذلك أنه لا يوجد عدد من الأعداد إلا وفيه كل يوم مظهر من مظاهر العنف، كما أن هذه العينة من الجرائد المحللة تعكس بحق خطورة وتفشي مختلف أنواع العنف في مجتمعنا

الجزائري، ناهيك عن مظاهر العنف الأخرى التي لا نسمع عنها ولا تتمكن الجرائد من نشرها أو تغطيتها.

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج العامة يمكن ذكرها كالتالي:

1- بلغت مساحة موضوعات العنف في الصحف الثلاثة محل الدراسة 35520 سم² من مجموع 1072512 سم²، واحتلت جريدة الشروق اليومي الصدارة إذ شكلت موضوعات العنف 73.38% من مجموع مساحتها ثم صحيفة النصر بنسبة 33.16% وأخيرا الخبر بنسبة 14.66%.

2- تنشر الصحف الثلاثة محل الدراسة الأخبار المرتبطة بالعنف بالموقع السفلي الأيمن من الصحيفة بنسبة 22.06%. كذلك الحال بالنسبة لصحيفة الخبر اليومي التي اختارت لموضوعاتها حول العنف نفس الموقع بنسبة 28.20%، أما صحيفة الشروق اليومي فقد تساوت نسب المواقع من النشر في الصحيفة، في حين اختارت النصر الموقع السفلي الأيسر من الصفحة بنسبة 23.91%.

3- اهتمت الصحف محل الدراسة بموضوعات العنف، حيث نشرت أغلب موضوعاتها في مواقع تسمح بجذب القراء لها حيث استحوذت الصفحة الأخيرة على نسبة 37.63% من مجموع المادة وأخذت باقي الصفحات نسبة 36.55% بينما أخذت الصفحة الأولى نسبة 25.80% وهو الترتيب الذي يتوافق تقريبا مع اتجاهات كل صحيفة.

4- اعتمدت الصحف محل الدراسة في نقل موضوعات العنف لغة عربية سهلة بنسبة 100% وهي اللغة التي يفهمها أغلب القراء، في حين انعدم استخدام اللهجات المحلية- المزيج من العربية واللهجات- ولغات أخرى تذكر والمعروفة بأنها لغات مبتذلة يصلح تداولها بين العامة وليس بين وسائل الإعلام وجمهورها.

5- أثناء تحرير الموضوعات المرتبطة بالعنف في الصحف الثلاثة محل الدراسة تم الاعتماد على نوعين من الخطوط الصحفية هما: الخط المتوسط والخط الصغير العادي بنسبة 37.11% لكل منهما بينما الخط الكبير فقد استخدم بنسبة 25.77%.

6- دعمت الصحف الثلاثة مجال الدراسة-موضوعات العنف- بقليل من الصور حيث احتلت الموضوعات المنشورة دون صور 61.11% ثم صور واقعية 27.7%، صور رمزية 09.25% و01.85% صور من الأرشيف، وتفسير غياب الصور يعود لحساسية الموضوع ولعدم إمكانية الحصول على صور واقعية لمظاهر العنف.

- 7- اعتمدت الصحف محل الدراسة في تحريرها لموضوعات العنف على قالب الخبر بنسبة 41.37% إذ احتل هذا القالب المرتبة الأولى على مستوى الصحف الثلاثة.
- 8- اعتمدت الصحف محل الدراسة على أبواب صحفية مختلفة احتل فيها الباب الأول (الصفحة الأولى) المرتبة الأولى بنسبة 31.48% ثم باب محليات بنسبة 20.37%، ثم باقي الأبواب.
- 9- تعتمد الصحف الثلاثة محل الدراسة في استقاء مادتها الخبرية المرتبطة بالعنف على «المراسلين الصحفيين» بنسبة 52.94% ثم جهات رسمية وغير رسمية بنسبة 30.88%، ثم الجهات الأمنية بنسبة 11.76% ومصادر مجهولة بنسبة 4.41%.
- 10- حررت الصحف الثلاثة محل الدراسة كافة أنواع العنف مع تركيزها على العنف الاجتماعي بنسبة 53.73% ثم العنف التربوي بنسبة 17.91% ثم العنف السياسي بنسبة 11.94% ثم العنف الرياضي بنسبة 10.44%. وأخيرا العنف الديني بنسبة 5.97%.
- 11- وقد ركزت الصحف محل الدراسة في تحريرها للموضوعات المرتبطة بالعنف على العنف المادي والجسدي بنسبة 42.35% و 15.29% على العنف المعنوي.
- 12- وحسب طبيعة العنف فقد ركزت الصحف محل الدراسة على القتل بنسبة 10.38% ثم الضرب بنسبة 10.03% ثم السرقة بنسبة 8.90% وهي الأكثر موضوعات العنف انتشارا حسب طبيعة هذا الأخير.
- 13- لقد تركزت موضوعات العنف حسب موقعها الجغرافي بالولايات الشمالية بنسبة 66.66% في حين في ولايات الجنوب كانت النسبة 33.33% ولعل ذلك يعود لطبيعة المنطقة المحافظة، أو لعدم وصول المراسلين لأدنى النقاط الجغرافية بالجنوب.
- 14- وبحسب المواقع أو الولايات الشمالية فقد احتلت الجزائر العاصمة أعلى نسبة لجرائم العنف بنسبة 10.50%، في حين احتلت ولاية بسكرة المرتبة الأولى لأماكن العنف بنسبة 33.33%، وحسب المعالجة الصحفية دائما فقد احتلت نسبة الشوارع أعلى نسبة حسب أماكن العنف داخل المجتمع بنسبة 16.41%، تليها الطرقات بنسبة 15.92%، والمنازل بنسبة 14.92%.
- 15- تعددت الوسائل المستخدمة في ارتكاب العنف بالصحف محل الدراسة تصدرتها كل من الأسلحة البيضاء والنارية ووسائل أخرى تذكر بنسبة 23.02% لكل منهما كما جاءت الحبال، والعصي والهرافات ووقود السيارات بنسب معتبرة.

16- / وقد تناولت الصحف الثلاثة ظاهرة العنف ومسببات حدوثه؛ حيث جاء في المرتبة الأولى وبنسبة 12.50% كل من (الشعور بالظلم، الملامات، وأسباب مجهولة).

17- / ومن الناحية القانونية لجرائم العنف والتكليف القانوني لها فقد صنفت 40.24% منها كقضايا لم يفصل فيها ربما لتأخر التحقيق حولها، تليها الجنائية بنسبة 32.92% ثم الجنحة بنسبة 23.17% ثم المخالفة بنسبة 03.65% وقد تناولت الصحف أيضا أنواع العقوبات المسطرة والتي معظمها لم يصرح بها أيضا بنسبة 26.86% يليها الحبس المؤقت بنسبة 23.13% ثم باقي العقوبات.

18- / وقد استهدفت المعالجة الصحفية للصحف محل الدراسة الرجال بنسبة 36.08% وهي الفئة نفسها التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 38.20% من حيث الفاعلين الأساسيين في القضية أو الأشخاص المحركين بشكل أساسي للأحداث.

19- / وقد كان اتجاه الصحف محل الدراسة إزاء العنف إيجابيا بنسبة 40.84%.

20- / وقد أثبت التحليل أن الحالة الاقتصادية للفاعلين في عملية العنف كانت مجهولة بنسبة 94.73% لعدم أهمية ذكر الحالة الاقتصادية في الخبر.

21- / وقد تضمنت الموضوعات الخاصة بظاهرة العنف جملة من القيم السلوكية السلبية المتنوعة والمتعددة تصدرتها فئة الضرب بنسبة 06.51% تليها فئة القتل بنسبة 06.13% إضافة إلى الانتحار...إلخ، بينما القيم الإيجابية المتضمنة فقد تصدرتها قيمة الإعلام و الإخبار بنسبة 13.30% ثم استرجاع الحقوق بنسبة 12.87%...إلخ.

22- / ولعل آخر ما توصلت إليه الدراسة من نتائج على مستوى الصحف الثلاثة هو طبيعة الأهداف المتوخاة والتي جاءت بغية الإعلام والإخبار بنسبة 27.48%.

خاتمة:

مما سبق نستنتج أن ظاهرة العنف في المجتمع الجزائري ظاهرة مستفحلة وموجودة على أرض الواقع، وهذا ما أكدته الوجود الفعلي لمختلف المواضيع والأخبار التي قمنا بتحليلها عبر صفحات الصحف الثلاثة محل الدراسة، ومختلف النتائج التحليلية والإحصاءات والنسب التي توصلنا إليها.

ولعل نتائج هذه الدراسة تعزز ما توصلت إليه الدراسات السابقة من أن طريقة تناول الصحفي لظاهرة العنف في المجتمع الجزائري لها تأثير على انتشار هذه الظاهرة كما لها انعكاس واضح على استقرار المجتمع بمختلف فئاته.

الهوامش:

- 1- جمال معتوق: سوسيولوجيا العنف، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ط 1، 2013، ص 119.
- 2- مزوزيركو: العنف عند الأطفال وأشكال العقاب الممارس على الطفل العنيف، (المكتبة العصرية، مصر، 2010)، ص. ص 16، 17.
- 3- محمد شفيق: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، (القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، 1998)، ص 211.
- 4- ابنمنظور: لسانالعرب، (دارصادر، بيروت، ط3، 2004، ج4)، ص 3066.
- 5- خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط6، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1991، ص 75.
- 6- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1994، ص 124.
- 7- ابنمنظور: لسانالعرب، (دارصادر، بيروت، ط3، 2004، ج 10)، ص 303-304.
- 8- المنجد في اللغة والأعلام، (دار المشرق، بيروت، 2000 م، ط38)، ص 533.
- 9- Dictionnaire encyclopédique la rousse، tome 10، 1985، paris، librairie la rousse، p 107.
- 10- خليل إبراهيم خليل: المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، بيروت: دار الحداثة، 1984، ص، 138.
- 11- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والعلوم، 1980)، ص 14.
- 12- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979)، ص 55.
- 13- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، (د.ب: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010)، ص 98.
- 14- سمير محمد حسين: بحوث إعلاماً لأسس والمبادئ، (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والعلوم، 1980)، ص 265.
- 15- يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، (الجزائر: طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، 2007)، ص 27.
- 16- يوسف تمار: المرجع نفسه ص 32.
- 17- علي عبد المعطي، محمد السرياقوسي: أساليب البحث العلمي، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط 1، 1988)، ص 415.
- 18- محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص 91.
- 19- أسماء عبادي: المعالجة الإعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة قسنطينة: قسم علوم الإعلام والاتصال، 2010)، ص 102.
- 20- عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط 1، دس)، ص 41.

علاقة وسائل الإعلام بالجمعيات في الجزائر

بين الوجود والغياب والتغيب

أ/ هاجر لعروسي

جامعة الجزائر 3/ كلية علوم الإعلام والاتصال

الملخص:

تهدف هذه الدراسة النظرية والميدانية إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمعيات في الجزائر والوقوف على مدى التعامل بين هذه القطاعين واستفادة كل منهما من الآخر. إضافة إلى إبراز أهمية تطوير هذه العلاقة خاصة في ظل اتجاه الجمعيات إلى تبني إعلام خاص بها اعتمادا على الويب، وهو ما مهد لظهور الإعلام الجماعي أو إعلام الجمعيات أو الإذاعات الجمعوية. وتبيان العلاقة التبادلية في الأهمية والدور بين الإعلام والنشاط الجمعوي وبين الجمعوي ونظرتهم للإعلام. ولجعل هذه الدراسة أكثر موضوعية اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي واستخدمنا الاستمارة كأداة للبحث للوصول لجملة نتائج تتمثل في: أن معظم الإعلاميين يرون أن النشاط الجمعوي لا يشكل إلا مساحة ملأ فراغ الصفحات أو الزمن الإعلامي، كما يرجعون ضعف العلاقة إلى ضعف قدرة الجمعويين على التعامل مع وسائل الإعلام وغياب توزيع البرامج السنوية أو البيانات الصحفية لمجموع أنشطتهم وغياب التعاون الفعلي بينهم من خلال امتناعهم عن الإجابة عن الأسئلة الإعلامية أو البحثية، في المقابل أكد الجمعويون أن العلاقة عادية تعتمد على السطحية في التناول والمحابة في التعامل من خلال العلاقات الشخصية.

الكلمات المفتاحية: التسويق الاجتماعي، الاتصال العمومي، الجمعية.

Abstract:

This study is designed to identify the nature of the relationship between the media and associations in Algeria and stand over the deal between these two sectors and benefit from each other. In addition to highlighting the importance of the development of this relationship, especially under the direction of the association to adopt its own media depending on the web, which is the cradle of

the emergence of the media status or inform the association or broadcasts associations. The identification of the reciprocal relationship between the media and the importance of the role and activity status and Associative Member perception of information. To make this study more objective, we have used the descriptive approach adopted and used as a tool for scanning the form, the results of access: most of the media believe that the Activity Status is only to fill the vacuum of space media pages or time, and attribute the weak relationship to Associative Member weakened capacity to deal with the media and the absence of the distribution of the annual programs or press releases for a total of their activities and the absence of effective cooperation, including through the answer questions information or research, in turn, Associative Member confirmed that regular relationship depends on the surface in the communion and favoritism in dealing through personal relations.

Key words: Social marketing, Public communication, Association.

مقدمة:

يتنوع الإعلام بتنوع الاختصاصات التي يعمل فيها ويتداخل معها، خاصة في ظل تسارع التغيرات التي دخلت على مجال الإعلام في الممارسة والوسائل والرسائل والبث والجمهور، هذا الأخير تنشأ الحاجة لديه بالنقص أو الحرمان من إعلام يحقق مستوى معين من الإشباع يكون دافعا للبحث عن بديل لتحقيق الإشباع وهو ما ساهم في ظهور الإعلام البيئي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي والاجتماعي وصولا إلى ما اصطلح عليه بالإعلام الجماعي الذي يُعنى بتغطية أنشطة الجمعيات، المنظمات غير الحكومية أو غير الربحية، وهو ما ساهم في ظهور نوع جديد نسبيا يعرف بالإعلام الجماعي. حيث كان العمل الجماعي في السابق ينطلق من مفهوم عفوي وتقليدي قائم على عمل الخير والبر والإحسان والرعاية الاجتماعية بدافع ديني أو إنساني، أما اليوم في ظل تعقد الحياة تضمن أبعادا أخرى أكثر علمية ومهنية وأحسن تنظيمًا وخلق ديناميكية في المجتمع. حيث قدر عدد الجمعيات في الجزائر سنة 2005 بثمانين ألف جمعية ليصل سنة 2015 إلى 916 ألف جمعية¹.

الإشكالية:

تعد وسائل الإعلام سواء كانت التقليدية (كالصحف أو التلفزيون أو الإذاعة) أو الوسائل الحديثة كالصحافة الإلكترونية ومواقع الأخبار والمعرفة المختلفة على شبكة

الانترنت، وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر والتي تعد الآن أحد وسائل نقل الأخبار الأكثر شهرة في العالم، وكل هذه الوسائل لها تأثير كبير على الفرد والمجتمع حيث تساهم في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا مجتمعية والقدرة على تحليلها واستيعابها لاتخاذ السلوك المناسب حولها، فوسائل الإعلام أيضا قادرة على تغيير سلوك وأنماط المجتمع، وقد يكون تأثير وسائل الإعلام في بعض الأحيان قويا جدا وقادرا على نشر نمط سلوكي وثقافي واجتماعي ينتهجه الفرد أو المجتمع، وفي بعض الأحيان يكون أقل تأثيرا ويستطيع الفرد أو المجتمع الخروج من النمط الفكري والمجتمعي والسياسي الذي ترسمه وسائل الإعلام، ويتوقف ذلك على مدى رغبة الفرد أو المتلقي التعرض للرسائل والمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة. وقد طرح مجموعة من المختصين في الإعلام مفهوما جديدا تحت مسمى الإعلام الجماعي مع الدعوة إلى ضرورة تحديد منهجية علمية ومهنية في الواقع العملي له، ويقول سعد لبيب أن أثر الإعلام قد يكون بإضافة معلومات عن العمل الجماعي أو خلق اتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم أو الإعانة على خلق وجهة نظر محددة أو تدعيم قيمة جديدة أو إضعاف سلوكيات قديمة أو التحول عنها والتي تأتي على رأس المهام التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع. وعليه نطرح التساؤل الرئيس التالي:

ما هي سمات العلاقة بين وسائل الإعلام والجمعيات في الجزائر؟

وعليه يمكن طرح التساؤلات التالية:

- كيف ينبغي أن تكون العلاقة بين الجمعيات والإعلام؟
- كيف تبدو هذه العلاقة واقعا؟
- هل ثمة عوائق تحول دون الوصول لتلك العلاقة؟
- ما الذي يحتاجه الطرفان -الجمعيات ووسائل الإعلام- للوصول لعلاقة إيجابية فاعلة بينهما؟
- هل يعتبر توجه الجمعيات إلى إعلام خاص بها قائم على الويب 2.0 دليل على القطيعة بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية؟
- أهمية البحث: تنبع أهمية البحث من كونها تتناول موضوع يفرض نفسه في الوقت الراهن، والذي أصبح من الظواهر التي تستدعي البحث والتحليل، وذلك للرفع من

التعاون بين وسائل الإعلام والجمعيات من جهة والتأكيد على أن كل منهما يشكل شريك للآخر خاصة في ظل تنامي دور الجمعيات محليا ودوليا.

الهدف من البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى البحث في طبيعة العلاقة الحالية بين وسائل الإعلام والجمعيات في الجزائر وإبراز الدور المحوري الذي يلعبه كل منهما الآن ومستقبلا بالنسبة للآخر. ولجعل هذه الدراسة أكثر موضوعية، قمنا بإعداد استمارة الكترونية موجهة للإعلاميين وأخرى للجمعويين كأداة للبحث، وقد أستخدم المنهج الوصفي المسحي.

وبناء على ما سبق وتمثيلا لأهداف البحث قسمت الدراسة على النحو التالي:

المحور الأول: وسائل وتقنيات الاتصال في الجمعيات.

المحور الثاني: انعكاسات العلاقة بين وسائل الإعلام والجمعيات.

المحور الثالث: الانترنت وظهور إعلام الجمعيات.

مفاهيم الدراسة:

التسويق الاجتماعي: يستخدم التسويق الاجتماعي النظريات والنماذج الخاصة بالاتصال والإقناع للتأثير في معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور المستهدف، حيث يحدد القائم بالاتصال سواء كانت حكومات، منظمات، جمعيات..... الهدف منه. حيث تبحث الجمعيات وغيرها من المؤسسات غير الربحية عن تسويق منظماتها لكسب الدعم السياسي والاجتماعي بنفس درجة أهمية الكسب المادي. ويركز التسويق الاجتماعي على احتياجات الجمهور المستهدف ومعرفتها لتكون الرسائل ترجمة لتلك الاحتياجات.

والتسويق الاجتماعي هو ترويج فكرة أو قيمة معينة من أجل سلوك صحيح وذلك نزولا عند رغبة الجمهور المستهدف واحتياجاته فيكون هذا المنتج الاجتماعي فكرة أو ممارسة تترجم في اتجاه أو فعل، فالفكرة الاجتماعية المروج لها قد تكون اتجاها يستهدف تدعيم اتجاه حالي أو تغيير اتجاه موجود كما قد تكون ممارسة تترجم في فعل كالترويج للقيام بفعل واحد لتحقيق النتائج المرجوة².

الاتصال العمومي: أو الاتصال الاجتماعي يقع تحت معاني الصالح العام كحق الجمهور في المعلومات والبحث عن الحقيقة، فالعمل الاجتماعي للمجتمع وفق المبادئ المروج لها³. ويسمح الاتصال العمومي بإنجاز مهمة مشتركة ذات فائدة على المجتمع تجعل كل فرد يأخذ نصيبه من مسؤولية سعيًا لتطوير المشاركة ذات

المصلحة العامة، وهو رهان يذلل الصعوبات ويسمح بالوعي في الحياة الاجتماعية حيث يدعو لليقظة من أجل التقليل من النفقات.

الجمعية: نمط من المشاركة في الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية وأنها هيكل من هياكل الإدماج السياسي والاجتماعي، وأنها تدريب فردي وجماعي على الاستفادة من المعارف ووضعها موضع تطبيق تحقيقا للنفع العام من خلال التعاون والتطوع⁴ أما هيئة الأمم المتحدة تعرفها: مجموعة من المواطنين على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي بحيث لا يكون جزءا من حكومة ما ولا تعمل من أجل الربح وتشارك في إثارة قضايا معينة تخص الأسرة أو المجتمع "منظمات غير حكومية"⁵.

وحسب القانون الخاص بالجمعيات 06/12: هي تجمع أشخاص طبيعيين و/ أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها لاسيما في المجال المهني، الاجتماعي، العلمي، الديني، التربوي، الثقافي، الرياضي، البيئي، الخيري والإنساني⁶.

المحور الأول: وسائل وتقنيات الاتصال في الجمعيات

الاتصال فعل استراتيجي مهم للجمعيات، وهو في نفس الوقت معقد لأنه يرمي لتحقيق أهداف مشتركة وموجهة بين الأعضاء والمتطوعين والشركاء.⁷

- أشكال الاتصال في الجمعيات⁸:

1- Le couponing: الأوراق أو الوثائق المضافة أو المساعدة

عبارة عن أوراق تحوي معلومات إضافية ككتيب أو عريضة، تهدف الجمعيات من هذه التقنية إلى إثارة ممولين محتملين تتوافق خصائصهم مع خصائص الجمهور المستهدف من الإستراتيجية التسويقية للجمعية.

2- La création des événements médiatiques: خلق المناسبات الإعلامية:

وذلك مثل مناسبات "التيليطون"، الأيام العالمية التي تشكل بؤر اهتمام وسائل الإعلام كاليوم العالمي للمرأة، السيدا، الطفل....

3- Le mailing: الإرسال أو المراسلات

تستعمل هذه التقنية لضمان وفاء الممولين من خلال رسائل تحتوي نصوص أو جمل مفتاحية بها عبارات التقدير والاحترام للمستقبل مع طلب إجابات سريعة

لتفادي الإهمال، حيث يوضع عنوان الجمعية أو مصادر الاتصال بها قصد تسهيل العملية على الممول.

4- **Le nom et logo** الاسم والرمز: يعتبر اسم الجمعية أول عناصر الهوية والمشروع، فالاسم هو قلب الجمعية، كما للرمز الذي له أهمية كبرى في الإعلام والتميز عن مهام الجمعية واسمها والذي يظهر في كل وسائلها ودعائها كالمراسلات، الملصقات والمنتجات المتنوعة.

5- **le sponsoring** الرعاية: تقوم الجمعيات على نشاطات ترقية تعتمد في دعمها المالي على شركائها من مؤسسات وتنظيمات دولية أو محلية.

6- **les stars-ombrelles** المشاهير : حيث تلجأ الجمعيات إلى شخصيات معروفة قصد تحقيق:

- جلب اهتمام وسائل الإعلام

- الاستفادة من شهرة الشخص المختار وشعبيته.

7- **les journaux internes** الجرائد الداخلية: حيث تقوم كل الجمعيات بإصدار جريدة إعلامية توجه إلى الممولين كالتقارير السنوية أو الإصدارات الخاصة، وتعتبر هذه التقنية من أهم وسائل جمع التبرعات، بالإضافة إلى تقارير الاجتماعات والتي تعتبر من وسائل الاتصال الداخلي للجمعيات⁹.

بينما تعتمد كذلك على وسائل الاتصال الخارجية كالبيانات الصحفية¹⁰ communiqué de presse.

8- **الانترنت**: تتوفر أغلب الجمعيات اليوم على مواقع للانترنت، أو صفحات أو مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر كهوية على المجال الافتراضي تحوي كل المعلومات المرتبطة أو المتعلقة بمجال أو قطاع نشاط الجمعية.

- **عوائق الاتصال في الجمعيات. في الجزائر**

1- **التنظيم organisation**: تحوي الجمعية على شبكة اتصالية متعددة بين مسئولين، أعضاء، متطوعين، موظفون وشركاء، وهذه الشبكات تتقاطع أحيانا وتتشابك أحيانا أخرى، وإن لم تحدد المسؤوليات والإجراءات بدقة لا يمكن للعملية الاتصالية أن تتأسس وأن تحقق فعاليتها.

2- **التقسيم cloisonnement**: لا تحوي الجمعيات كما التنظيمات الأخرى على خبراء ووسائل مادية ومالية فهي عادة ما تعتمد على العمل الفني المعتمد على الخلق

والإبداع وبالتالي كل مسئول عن نشاط ما أو مشروع ما لديه تصورات للتصرف بشكل حصري لإنتاج ما يمكنه.

3- النقص *l'insuffisance* : ويرتبط إجمالاً بنقص التنظيم، الثقافة غير الظاهرة للعامة.

المحور الثاني: انعكاسات العلاقة بين وسائل الإعلام والجمعيات

عند الربط بين مفهومي الإعلام والجمعيات، نجد أن الأخيرة من غير إعلام تصبح دائرة مغلقة لا تؤثر ولا تتأثر بغيرها من الأنشطة بل يصعب سيرانها في نفوس الجماهير وتحريك دوافع الانضمام أو المشاركة.

ولتكون الجمعيات قوية وفعالة تحتاج لإعلام حر ومستقل تدعمه وتنشر أفكاره بين الجماهير، والصحفيين يحتاجون لمنظمات المدني من بينها الجمعيات التي تعمل بين الجماهير لتمدهم بالأخبار والأفكار والحلول لمشكلات هذا المجتمع.

ففي فرنسا على سبيل المثال تملك الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني نسبة 20 من المائة من مجمل المتعاملين الخواص في البث الإذاعي والبالغ عددهم 900 متعامل.¹¹ وهو ما يبرز فكرة أنه كلما كان المجتمع المدني قويا وفعالا ومشاركا في مجريات الأحداث في محيطه كلما فتح المجال واسعا أمام رسائل الإعلام لتغطية هذه الفعاليات والأحداث لتكون المؤسسات الإعلامية في المجتمع منبرا للحوار والنقاش، كما تسهم في إنتاج الوعي الاجتماعي وتكرس القيم والعادات والتقاليد والنسق القيمي والأخلاقي في المجتمع.

وليس هناك مواصفات محددة للعلاقة بين الإعلام والجمعيات يمكن اعتبارها مقياسا أو مؤشرا لعلاقة جيدة أو غير فاعلة، لكن يمكن القول أن العلاقة بين الطرفين علاقة تكاملية وعلاقة تأثير وتأثر، فالإعلام الفعال الذي يفرز الديمقراطية ويؤثر بها هو ذلك الإعلام الذي يستند لمجتمع مدني فعال. ومن الواقع المعيش تبدو العلاقة بين الإعلام والجمعيات في الغالب سطحية. وهو ما يترجم واقع الطرفين، فالجمعيات تعاني من قيود تحول دون قيامه بدوره الفعلي والتضييق عليه إلى درجة اتهامها بالعمالة للخارج حال أنشطة لا تصب في اتجاه سياسة السلطة. في المقابل لا تزال السلطة تنظر لوسائل الإعلام كأداة لتثبيت سياساتها ووسائل للتعبئة وتنظر للصحفي كمكمل لدورها.¹²

أهم النتائج التي يمكن أن تحققها الجمعيات من وسائل الإعلام:

- التعريف بنشاط الجمعيات.
- وصول الرسالة الإعلامية التي تريد الجمعية توصيلها لأكبر قدر من الناس في وقت قياسي.
- فهم المجتمع للرسائل الإعلامية التي تريد الجمعية إيصالها.
- التفاعل الإيجابي مع الجمعية من قبل الشرائح التي يتوجه إليها الخطاب.

علاقة الجمعيات بوسائل الإعلام في الجزائر:

وعليه وميدانيا سنطرح أسئلة على كل من الإعلاميين والجمعويين لمعرفة العلاقة الواقعية في الجزائر بين وسائل الإعلام والجمعيات: حيث توجهنا باستمارتين الكترونيتين لكل من الصحفيين والجمعويين وكانت كالآتي:

بالنسبة للإعلاميين تناولت:

- كيف ينظر الإعلامي الجزائري للنشاط الجمعوي؟
- كيف تقيم العلاقة بين وسائل الإعلام والجمعيات؟
- هل توزع الجمعيات برامجها السنوية على وسائل الإعلام؟
- كيف يتعرف الصحفي على نشاط الجمعيات؟
- بالنسبة للجمعويين كانت:
- ما هي أهداف الجمعية؟
- هل لديكم برنامج سنوي؟
- هل يوزع هذا البرنامج على وسائل الإعلام؟
- حسب رأيك، كيف ينبغي أن تكون العلاقة بين الجمعيات والإعلام؟ وكيف تبدو واقعيا؟
- هل ثمة عوائق للوصول لعلاقة قوية ومتبادلة؟ وما الذي يحتاجه الطرفان للوصول لعلاقة إيجابية؟
- ومنه كانت الإجابات كالآتي:

- معظم الإعلاميين يهتمون بالنشاطات الجمعوية في المقابل يرى أكثر من 50 من المائة أنها لا تتعدى كونها مساحة لملء فراغ الصفحات أو الزمن الإعلامي، بينما يروح 25 من المائة منهم إلى اعتبارها أخباراً ثانوية.

- أجمع جل الإعلاميين على أن العلاقة الحالية بين وسائل الإعلام على اختلافها تتميز بالضعف.

- يرى الإعلاميون أن التعامل بين وسائل الإعلام الجمعيات يجب أن يُبنى على التبادل والتنسيق من خلال الأعمال المشتركة أو إرسال الدعوات أو من خلال التعريف بالبرامج السنوية حيث يؤكد الإعلاميون أن غياب هذا البرنامج يجعل الجمعيات تعمل في عشوائية حيث أجمع أكثر من 80 من المائة أن طريقة حصولهم على أخبار الجمعيات تتم عن طريق العلاقات الشخصية.

- ضعف القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام والتدريب من بين أبرز أسباب نقص العلاقة بين الجمعيات ووسائل الإعلام إلى درجة اعتبارهم أن الهدف من وراء التعامل معهم يرجع لحب الظهور لا غير.

- تركز معظم الجمعيات على الرحلات والسفريات كأنشطة رئيسة لها خاصة ما تعلق بالتي تنشط في مجالي الشباب والطفولة أكثر منها اعتمادها على بناء الرأسمال البشري من خلال التكوينات أو التبادلات الثقافية.

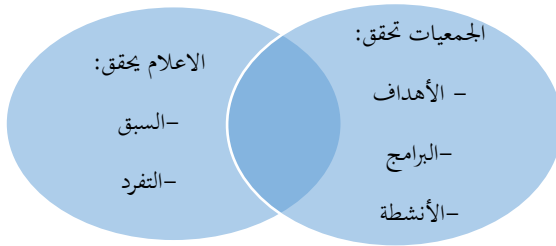
- أكدت الجمعيات المستجوبة على امتلاكها لبرنامج سنوي والتي بدورها تقوم بتوزيعه على وسائل الإعلام أو نشره عبر المواقع الخاصة بها في الانترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يحدث تناقض في مدى تلقي وتبادل وإطلاع كل من وسائل الإعلام والجمعيات على بعضها البعض.

- أرجعت الجمعيات تعامل وسائل الإعلام معها بالسطحية وذلك يرجع للمحسوبية في التناول من خلال الاعتماد على العلاقات الشخصية أكثر منها أهمية الأفكار التي تعمل بها.

وعليه يمكن رسم مستقبل العلاقة بين الإعلام والعمل الجمعوي في التالي¹³:

- يلزم على الجمعيات توسيع أنشطتها وأفكارها في دعايتها ومخاطبة الجماهير وتنتقل إلى مرحلة رجع الصدى وهو ما سينتج عنه حتما تفاعل بينها وبين وسائل الإعلام.

- يجب أن تقدم وسائل الإعلام الأخبار المتعلقة بالجمعيات كمنتج إعلامي وفق قالب احترافي ليس الهدف منه العمل الخيري ذاته بل تشويق الجماهير لهذه السلوكات.
 - ضرورة التنوع في الرسائل الإعلامية نظرا لتنوع جماهير المتلقين وبالتالي تحقيق الإعلام المتخصص.
 - مشاركة الإعلام في الاندماج في الأعمال الخيرية وهو ما سيحث الجماهير نحو هذا العمل.
- ويمكن تلخيص العلاقة المفترضة بين وسائل الإعلام والجمعيات في هذا المخطط:



1مخطط يوضح العلاقة التبادلية التي يحققها كل من وسائل الإعلام والجمعيات من بعضها.

المحور الثالث: الانترنت وظهور إعلام الجمعيات:

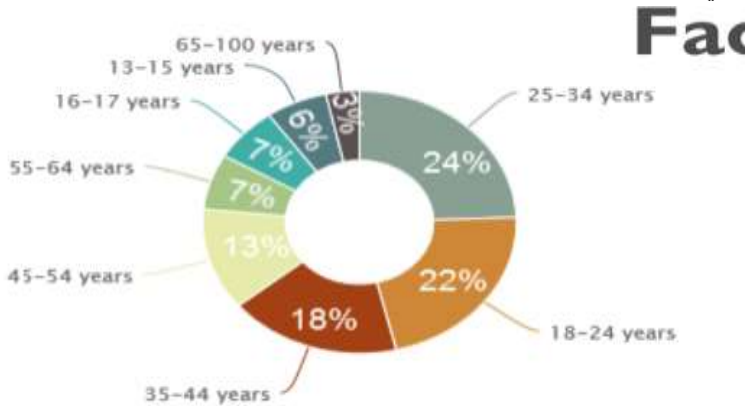
لم يعد لأي مؤسسة أو جمعية خيرية غنى عن جهاز إعلامي يقدم الوظيفة الإعلامية أو الدعائية التي من خلالها إحاطة المجتمع علما بأوجه العمل الجمعوي بل ويتعدى ذلك للمشاركة فيه ومن هنا يمكننا القول أن اتجاه الجمعيات إلى استحداث صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي والإذاعات الالكترونية هي حلول تسهم في تطوير وتوسيع قوالب المعالجة الإعلامية للنشاط الجمعوي. حيث أحدثت التكنولوجيا الرقمية تغييرا جذريا، وألغت التقسيم الكلاسيكي لوسائل الإعلام حسب نمط اتصالها وأدمجتها في وسيلة واحدة، وقد وصفتها مدرسة سوسيولوجيا الاستخدام بالهجنة¹⁴ hybridity، وقد جسدت الانترنت مفهوم الهجنة. حيث فتحت أمام الحشد « mass » المجال للتواصل والتعبير، وبدأت بخلق علاقات بين الجماهير بغض النظر عن أهمية مضمون الاتصال، حيث مع انتشار التقنيات الحديثة

للاتصال خاصة الانترنت بدأت معالم صناعة المضامين الإعلامية تتغير سواء من ناحية المساهمين فيها أو أشكالها أو الوسائل المعتمدة لتوصيل هذه المضامين¹⁵.

وظهر الجمهور كمستخدم يصنع المحتوى الإعلامي ويشكل نوعا جديدا من المضامين الإعلامية والذي اصطلح عليه بالإعلام الجماعي الذي تنتجه الجمعيات ويوجه للمجتمع، وهو ما يعرف بالمضمون الذي ينتجه المستخدم « user UGC generated content »¹⁶. فمثلا في بلجيكا استغلت الحركة الجمعوية الثورة الرقمية أو وسائل الإعلام عبر الخط média en ligne واستفادت من خدمات مواقع الانترنت والاستثمار في الفاييس بوك وغوغل واليوتيوب، حيث أن 90.5% من الجمعيات تملك مواقع على الانترنت، 59.2% ينشطون على مواقع التواصل الاجتماعي، 53.1% يستخدمون الرسائل القصيرة sms وذلك لجعل هذه المؤسسات أكثر فعالية من جهة ولربط كل الفاعلين من المتطوعين أو متبعي الجمعيات من جهة أخرى، إضافة إلى حث الجماهير على الانضمام وبالتالي الجمعيات تستخدم وسائل الإعلام الرقمية أو الويب 2.0 للإعلام والاتصال للتوظيف والحشد وهو ما يجدر لضمان الاتصال مع المواطن الجديد¹⁷.

ويختلف هذا الاستخدام تبعا لحجم الجمعية ومدى انتشارها محليا أو وطنيا أو

قاريا.



2- مخطط يوضح الشريحة العمرية لاستخدام موقع الفاييس بوك في العالم

قراءة في تجربة الإعلام الجمعياتي في الجزائر: إذاعة صوت المرأة أنموذجا.

يعيش المجتمع الجزائري عدة تحولات عميقة، وقد ظهرت مفردات جديدة تتداول على نطاق واسع مثل حرية التعبير، الصحافة، التعددية الحزبية، الديمقراطية،

المجتمع المدني والحركة الجمعوية. وحظيت بخطاب إعلامي يدعو إلى تثمينها وترقيتها، وقد حظي المجتمع المدني ومكوناته خاصة الجمعيات بأهمية قصوى لكونه القاعدة الأساسية لمشاركة المجتمع في الشؤون العامة والتكفل بالانشغالات والقضايا الملحة.

ويطلق على المجتمع المدني بالقطاع الثالث حيث جسد الانتقال من الاهتمام النضالي والعلمي بالحركات الاجتماعية إلى الحركات الجمعوية كسمة لهذا العصر أي التحول من المطالب المهنية والمادية إلى المطالبة بالمشاركة في الحكم واتخاذ القرارات والدفاع عن الحقوق والحريات والبيئة¹⁸. وهو ما تمخض عن ظهور ممارسة جديدة تربط بين مجالي الجمعيات والإعلام وهو ما اصطلح عليه "الإعلام الجمعوي" أو الإذاعات الجمعوية، حيث سمحت الانترنت بظهور ممارسة هذا النوع الجديد في الجزائر في المقابل تشكلت ملامحها في تونس والمغرب سابقا. وسنخصص الحديث عن تجربة الإعلام الجمعوي في الجزائر من خلال قراءة تجربة إذاعة صوت المرأة التابعة لجمعية المرأة في اتصال كإنموذج. إذاعة صوت المرأة هي إذاعة جمعوية عبر الويب تدار من طرف جمعية "المرأة في اتصال" منذ فيفري 2015 نشأت كمساحة حرة للديمقراطية خاصة ما تعلق بالمساواة بين الجنسين. وتبث مضامينها لمدة 5 ساعات يوميا إضافة إلى مقالات تدون على حائط موقع الإذاعة حول المرأة. وتقدم الصحفيات الأربع الدائمات في الإذاعة برامجهن بالاعتماد على اللغات العربية والفرنسية والأمازيغية كلغة لها. وهو ما جعل الإذاعة تركز مضامينها حول المواضيع المتعلقة بالمرأة "كالعنف والصحة الجنسية وإعادة بناء الأنماط المقولبة stéréotypes تجاه المرأة خاصة النظرة الدونية"¹⁹.

. إضافة إلى تسليط الضوء على كل النشاطات المنظمة من طرف المرأة. كما تسعى جمعية المرأة في اتصال حسب أهدافها إلى التحسيس حول أهمية استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لفائدة المرأة الجزائرية، من خلال تشجيع الولوج للمعلومات والعلم وتعزيز التحوار المدني والنقاش الديمقراطي. وهو ما ترجم توجه هذه الإذاعة الجمعوية إلى تعزيز الحوار الديمقراطي كنافذة لتبيان المشاركة الفعالة للمرأة في تنمية مجتمعاتها، حيث جاءت هذه الإذاعة كإضافة غنية للمشاهد الإعلامي الجزائري²⁰ من خلال جملة من القوالب كالريپورتاجات والنشرات والمقابلات والبورترهات والمناظرات. مجالات برامج الإذاعة: حقوق، صحة، عمل، تعليم، اقتصاد، عنف، بورتريه، التحرش الجنسي، الثقافة والإعاقة.

خاتمة:

تُعد وسائل الإعلام باختلافها التقليدية والحديثة من وسائل نقل الأخبار تداولها في المجتمعات بل ومن بين وسائل الحشد واتخاذ القرارات باختلاف المجالات: الاجتماعية،

السياسية، الاقتصادية... وهو ما يبرز تغلغلها في جميع قطاعات المجتمع وتفاعلها معها ما ينعكس على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمعيات التي تتميز بكونها علاقة تفاعلية وتبادلية تبرز كل جهة كشريك وفاعل للآخر. فالإعلام يجد مادته الإعلامية في الأنشطة الجمعوية والجمعيات تجد الانتشار والقبول لدى المجتمع الذي تستهدفه وتعمل فيه.

توصيات الدراسة:

- ضرورة إجراء دراسات وبحوث حول الإعلام والجمعيات.
- عقد مؤتمرات وندوات وورشات عمل مشترك بين مؤسسات الإعلام والجمعويين في الجزائر.
- العمل بالشراكة وتبادل الخبرات مع الدول الرائدة في الإعلام الجمعوي على غرار المغرب وتونس.
- إعطاء أهمية من خلال التكوين والإعداد المهني للمكلف بالإعلام والاتصال في الجمعيات من خلال التدريب على التعامل مع وسائل الإعلام أو الاستعانة بمختصين أو خريجي الإعلام لتولي هذا المنصب.
- ينبغي أن تكون العلاقة تبادلية أكثر مبنية على وظيفة التنمية في المجتمع، فالجمعيات تملك وظائف تنمية في المجتمع كبرامج الدعم أو تكوين الأفراد ووسائل الإعلام تسعى لتقديم التنمية من خلال التغطية.
- لا يمكن اعتبار الويب 2.0 قطيعة بين وسائل الإعلام التقليدية الحديثة لأنه لا غنى على الإعلام الثقيل خاصة كون الإعلام الذي تنتهجه الجمعيات عبر النت إعلام متخصص وتبرز فيه سمة النسوية le féminisme الذي يطرق لمواضيع تعتبر طابوها في وسائل الإعلام الأخرى ما يمكن اعتباره إعلام موجه لفئة معينة.

قائمة الهوامش:

- 1- عبد الرحمن عرعار "رئيس شبكة ندى"، 2015/11/13، مداخلة حول الدور الاجتماعي للجمعيات، الجامعة الخريفية لبرنامج جسر، وهران.
- 2- آمال عميرات، 2014، الاتصال الاجتماعي العمومي: وأبعاده في منهج الدعوة المحمدية، نبلأ ناشرون ودار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ص-66.
- 3- نفس المرجع، ص-11.
- 4- عبد الله بوصنيرة، إشراف نعيمة نصيب، 2010-2011، الحركة الجمعوية ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، ص-21.
- 5- نفس المرجع، ص-22.

- 6- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، جانفي 2012، قانون الجمعيات، الباب الأول، أحكام عامة: الموضوع والهدف ومجال التطبيق، العدد2.
- 7- Nawel Guellal, 30 septembre et 01 octobre 2016 , **la communication associative** « PDF », formation présentielle, Hydra Alger, p.10.
- 8- فتيحة أواهبيبة وآمال نواري، مارس 2006، الاتصال الجمعي: أشكاله، أجياله، وسائله، تقنياته وأهدافه، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد9، ص-ص، 10-11-12.
- 9- Nawel Guellal, op.cit., p.23
- 10- Idem, p.28.
- 11- نصر الدين لعياضي، 2015، عتبات التأويل: الثقافة، الإعلام والاتصال، مجلة الرافد، العدد08، الشارقة، ص.130.
- وهو ما يترجم الاشتراكية في المؤسسات الجزائرية، حيث كان ينظر للإعلام حسب قول للرئيس الجزائري "بومدين" إن دور الصحافة الوطنية يطرح مشكل وظيفة الصحفي ودوره حيث يؤدي مهمته، يجب على الصحفي أن يدافع على فكرة، أن يحسم أنه مع أو ضد الثورة في الجزائر الثورية، انه لا يستطيع إلا أن يكون ثوريا وملتزما لأنه الناطق الرسمي والمدافع عن الثورة ". "مداخلتنا موسومة بمراحل تطور الممارسة الإعلامية في الجزائر"، 2016، ندوة علمية حول الإعلام والثقافة في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
- 12- فهد بن عبد العزيز السندي، 2-4 مارس 2010، الإعلام والعمل الخيري: الواقع والمستقبل، مؤتمر العمل الخيري الخليجي الرابع، البحرين.
- 13- نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص.34.
- 14- السيد بخيت، 2012، "البيئة الإعلامية الالكترونية العربية: تحولات عاصفة وانبثاقات متجددة"، مجلة الرافد، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، تاريخ الزيارة 2017/10/16، http://arrafid.ae/arrafid/p12_2-2012.html
- 15- يعد مفهوم المضامين ينتجها المستخدم (User Generated Content UGC) من أحدث المفاهيم المرتبطة بصحافة الإعلام الجديد. وهو مفهوم يعد تطوراً لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الصحفية في السنوات القليلة الماضية مثل مفهوم التفاعلية (Interactivity)، وصحافة المواطن (Citizen Journalism)، وصحافة المشاركة (Participatory Journalism). وهو أي مضمون ينتجه مستخدمو وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم، وبشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية، ويستهدف مستخدمين آخرين، ويؤكد المفهوم 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.
- 16- Fondation roi Baudouin , mai 2014, « engagement social : société civile et médias en ligne », zoom, Bruxelles, p_p. 1_4.
- 17- مصطلح المواطن الجيد nouveau citoyen يقصد به ذلك الوصف الذي يميز مواطني الإعلام الرقمي بمعنى مستخدميه.
- 18- voix de femmes dz. qui sommes nous. visité le 4/12/2017, voir le lien <http://voixdefemmesdz.com/fr>
- 19- idem.
- 20- سميرة دهري، صحفية بإذاعة صوت المرأة التحقت بالجمعية والإذاعة منذ 2013 وتعتبر من المنشطات الرئيسيات في إذاعة صوت المرأة.

تأثير الخصائص الاجتماعية والديموغرافية على بعض الممارسات
الثقافية والاجتماعية المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي
دراسة ميدانية بمدينة باتنة

د/ العكروف علي

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا- جامعة باتنة1

ملخص :

تناول هذا البحث دراسة العلاقة بين مجموعة من الخصائص الاجتماعية والديموغرافية لعينة من مستخدمي الإعلام الإلكتروني (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المهنة) و بعض سمات هذه الوسيلة الحديثة وكيفية ممارستها (المواقع المفضلة، دوافع الاستخدام، عدد الساعات في يوم) وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة غير احتمالية من المستخدمين بلغ عددها 146 فرد. ولاختبار الفرضيات تم استخدام كل من معامل التوافق ومعامل ارتباط بيرسون.

وقد ضمت الدراسة ثلاثة محاور: جاء المحور الأول لاستعراض الإطار المنهجي للدراسة، ثم اتجهنا في المحور الثاني والثالث لتفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالبحث الميداني. الكلمات الدالة: الإعلام الحديث، المواقع المفضلة، دوافع الاستخدام.

Résumé

Notre étude se propose modestement d'étudier la relation susceptible d'exister entre diverses caractéristiques sociodémographiques (âge , sexe, niveau d'instruction , profession) et l'usage des médias numériques (les sites préférés , les mobiles de l'usage, le nombre d'heures dans une journée) .

A fin d'atteindre nos objectifs nous recourons à une enquête auprès d'un échantillon non probabiliste de 146 usagers de l'internet. Et pour tester nos hypothèses nous utiliserons deux coefficients : Le coefficient de contingence et le coefficient de corrélation de Pearson.

L'étude regroupe trois axes : Le premier sera consacré au cadre méthodologique .Le second et le troisième aborderont les résultats de l'enquête.

Mots clés : les médias numériques ,les sites préférés, les mobiles de l'usage.

مقدمة

لقد تزايد الاهتمام بشكل ملحوظ منذ مطلع الألفية الثالثة بدراسة العلاقة المتبادلة بين الإعلام الجديد (أو ما يطلق عليه الإعلام الرقمي أو الإعلام البديل، أو الإعلام الاجتماعي)¹ وخصائص و سلوك الأفراد. وجاء هذا الاهتمام البحثي بالمسألة نظرا لانتشار هذه الوسيلة الإعلامية بسرعة فاقت كل وسائل الاتصال الأخر، إذ "أصبح أكثر من أي وقت مضى ذا قيمة إستراتيجية، ليس فقط من أجل تنشيط المبادرات والنقاشات في الفضاء الاجتماعي، بل أيضا من أجل تحديث المجتمعات وزيادة فعاليتها الاقتصادية. فتقنيات الاتصال نفسها تساهم اليوم بقوة في تجديد تقنياتنا الثقافية والعقلية..."².

ولم يقتصر هذا النمو الإعلامي الجديد الهائل - الذي يعتبر مركز اهتمامتنا في هذه الدراسة - على رقعة انتشاره و الزيادة المطردة لعدد أجهزة استقبال إرساله، بل تعدى ذلك إلى نوعية و كمية إنتاجه و إرساله و متابعته. و كان ذلك بفضل تطور الاختراعات التكنولوجية التي ساهمت في تنمية و تحسين أداءه، من أقمار صناعية ووسائل الإعلام الألي و كذا التقنيات الرقمية لتحسين الصورة و الصوت والمادة الإعلامية.

وأكدت بحوث عربية أن وسائل الإعلام الجديد تكتسب مبررها الأساسي من تواضع مصداقية وسائل الإعلام التقليدية، التي تمثل نظاما فرعيا يتأثر بانحيازها إلى القوى المسيطرة.³

وأبرزت بحوث أخرى أن بقدر ما للإعلام الجديد آثار ايجابية فله اثار سلبية ، فهو يزيد في نشر قيم العنف و الجريمة والجنس.⁴

فالحرية التي تميز بها الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وأدواته، سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة في أوساط المستخدمين، فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم

¹ http://www.alukah.net/publications_competitions/0/55105/#ixzz37AM1DnJw . site consulté le 12/09/2014.

² محمد الصادق رابع: علوم الإعلام والاتصال، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 102/يونيو 2001، ص 90.

³ عبد الحميد محمد : الإعلام البديل ، عالم الكتب 2009 . بيروت. ص 12.

⁴ الشريف اسامة محمود : مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الالكترونية ، عمان . 2000، ص 80.

عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم¹. وقد وصل استخدامه حد الإدمان أحياناً؛ حيث يقضي الكثير من المستخدمين ساعات طوياً على الشبكات الاجتماعية دون فائدة تذكر، أو هدف محدد، وهذا باعتراف الكثير منهم على صفحات الفيس بوك، أو تويتر، وغيرها².

في هذا الصدد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على بعض الأبعاد المرتبطة بسمات الإعلام الحديث وكيفية ممارسته وعلاقتها بالخصائص الاجتماعية والديموغرافية لمستخدميه، وبالتالي تكوين صورة-حتى وإن كنا نعتقد أنها غير مكتملة-حول هذه الظاهرة، ولكنهم قد تمهد أرضية للمزيد من البحوث لتتضح الصورة بشكل أفضل حول هذه المسألة والتي يفتقرها البحث العلمي في الجزائر. بمعنى آخر يدخل هذا البحث ضمن دراسة بعض المحددات المحركة لإشباع حاجيات وراغبات الفرد المرتبطة بالانترنت.

وقد تم تناول هذه المسألة من خلال دراسة ميدانية بحثية، إذ تم اللجوء إلى أسلوب العينة غير الاحتمالية (غرضية) من مستخدمي الانترنت، شملت 146 مبحوث ومبحوثة، خصصت لهم استمارة مقابلة.

بناء على ما تقدم، نتجه إلى تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور أساسية:

تناول المحور الأول المقاربة المنهجية للبحث من خلال إلقاء نظرة مقتضبة عن مشكلة البحث وفرضيته وكذا أهدافه وأهميته. كما تم التطرق إلى إجراءات البحث التطبيقية المتعلقة بالمنهج المستخدم وحدوده وعينته وكيفية تطبيق الأدوات واستخراج النتائج وعرض الأساليب الإحصائية المستخدمة. وشمل المحور الثاني عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بالخصائص الشخصية للمبحوثين والمتمثلة في العمر والجنس والمستوى التعليمي والوضع المهني، كما تم في نفس المحور فحص وتفسير المتغيرات المرتبطة بممارسة الانترنت والمتمثلة في المواقع المفضلة، ودوافع الاستخدام، وعدد الساعات في يوم. وفي المحور الثالث من البحث تم اختبار

¹ الغامدي فينان عبد الله : التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني . جامعة

الأمير نايف العربية للعلوم ، الرياض، 2012 ، ص 12.

² http://www.alukah.net/publications_competitions/0/55105/#ixzz37ANklIX .. site

consulté le 12/09/2014.

العلاقة بين الخصائص الشخصية للمبحوثين على اعتبار أنها متغيرات مستقلة للدراسة بأبعاد الإعلام الرقمي السالفة الذكر بوصفها لمجموعة من المتغيرات التابعة.

1-المقاربة المنهجية للدراسة

1-1 أبعاد المشكلة

إن مشكلة البحث الحالي تنطلق من فكرة مفادهما أن بعض وظائف وسمات الإعلام الحديث وكيفية ممارسته (المواقع المفضلة، دوافع الاستخدام، عدد الساعات في يوم)- بوصفها متغيرات تابعة للدراسة- تخضع لمجموعة من العوامل- باعتبارها متغيرات مستقلة للدراسة- البعض منها مرتبط بالخصائص الديموغرافية والاجتماعية للمستخدمين (السن، الجنس، المستوى التعليمي، النشاط المهني).

انطلاقاً من هذا المدخل الوجيز فإننا نسعى من خلال البحث الحالي الإجابة على مجموعة من الأسئلة، جاءت كالآتي:

- 1- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام موقع معين من الانترنت حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين؟
- 2- هل توجد فروق ترقى إلى الدلالة الإحصائية في دوافع استخدام الإعلام الجديد حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين؟
- 3- هل توجد فروق جوهرية في مدة الاستخدام اليومي للإعلام الجديد حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين؟

2-1 فرضيات الدراسة

في ضوء التساؤلات السابقة الذكر تنبثق مجموعة من الفروض، والتي تسعى الدراسة لفحصها واختبارها، وتم صياغتها على شكل فرضيات إثبات أو بديلة، بمعنى أن كلها تعني وجود علاقة دالة إحصائية سواء أكانت هذه العلاقة عكسية أم طردية بين المتغيرات قيد الدراسة، وجاءت على النحو الآتي:

- 1- إن مواقع الانترنت المفضلة تتأثر تأثيراً بالغ الأهمية بالجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين.
- 2- إن دوافع استخدام الانترنت يختلف باختلاف جوهري باختلاف الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين.

3- إن مدة الاستخدام اليومي تختلف باختلاف جوهري حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين.

3-1 أهداف الدراسة

إن أهداف البحث الحالي هي أهداف ارتباطيه أو سببية، وتسعى لاختبار علاقة مجموعة من المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية، والمتمثلة في الجنس و العمر والمستوى التعليمي والوضع المهني باعتبارها متغيرات مستقلة للدراسة، بمواقع الانترنت المفضلة ودوافع استخدامها ومدة الاستخدام اليومي بوصفها متغيرات تابعة.

4-1 أهمية الدراسة

للبحث الحالي أهمية واحدة، وهي ميدانية وتتمثل في مساهمة نتائجه في التعرف على مدى ارتباط بعض من ممارسات الانترنت ببعض الخصائص الاجتماعية للمستخدمين.

5-1 منهجية البحث

بسبب طبيعة الموضوع، والذي يستهدف التعرف على العلاقة السببية بين متغيرين، فإنه كان من الضروري علينا أن نعتمد على منهج المسح بوصفه جهدا علميا منظما يمكن الباحث من الحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة المدروسة¹.

6-1 مجالات البحث الميداني

إن المؤسسة التي وقع اختيارنا عليها لإجراء البحث الميداني، هي مقهى للانترنت، والذي يقع في وسط مدينة باتنة (شرق الجزائر)، وتم استغلاله في سنة 2001. وقد اعتمدت الدراسة على المسح الشامل لكل مستخدمي الانترنت خلال فترة يوم كاملا من الزمن في المقهى للانترنت، والذي صادف يوم الثلاثاء 02 سبتمبر 2014، وهي عينة غرضيه تتكون من 146 مستخدم ومستخدمة.

7-1 أدوات الدراسة

لقد تم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، كونها التقنية الأكثر ملائمة لهذا النوع من المواضيع، على اعتبار أن نسبة الأمية منعدمة بين أوساط مستخدمي الانترنت.

¹ سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص 127.

وشملت الاستمارة سبعة أسئلة تضمنت كل من الجنس و السن والمستوى التعليمي والوضع المهني. كما شملت أيضا موقع الانترنت المفضل ودوافع استخدامها ومدة الاستخدام اليومي.

8-1 تفرغ البيانات

تم الاعتماد في عملية تفرغ البيانات ومعالجتها على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية رقم 18 (SPSS18). ولاختبار العلاقة بين المتغيرات، ومنه فحص فرضيات البحث، قمنا باستخدام الاختبارين التاليين:

$$1 - \text{معامل التوافق } (C_c) = \sqrt{\frac{x-1}{x}}.$$

2- معامل ارتباط برسون (r)

وللتذكير، وكما هو معمول به فإننا نرفض فرض العدم عند استعمال معامل التوافق ومعامل الارتباط إذا كانت قيمة p أقل أو يساوي 0.05 ، ونقبل بالفرضية البديلة، وهذا يعني أنه توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية عند مستوى 5%.

9-1 تعريف مفهوم الإعلام الجديد

الإعلام الجديد هو " مصطلح يضم أشكال التواصل الالكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي"¹.

II خصائص العينة

II-1 الخصائص الديمغرافية والاجتماعية لأفراد العينة

يتضح من خلال معطيات الجدول 3 أننا إزاء عينة بلغ قوامها 146 مبحوث تفوق أعمارهم 15 سنة، وما يقارب ثلاثة أرباع (74.7%) أفراد العينة تنحصر أعمارهم بين 15 سنة و 44 سنة. و طبقا لنفس البيانات فإن أكثر من ربع (28.8%) المستخدمين تقع أعمارهم في الفئة العمرية 15-24 سنة، ثم تليها الفئة 25-34 سنة ب 24.7%، أما الذين تقع أعمارهم بين 35 و 44 سنة فبلغت 21.2%. واحتل أفراد الفئة العمرية 55 سنة فأكثر المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 12.3%.

¹ كاتب سعود صالح: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، جامعة الملك عبد العزيز. جدة 2011 ص.6.

الجدول 1 : توزيع أفراد العينة حسب بعض الخصائص الاجتماعية و الديموغرافية

العدد	%	
الفئات العمرية		
42	28.8	24-15
36	24.7	34-25
31	21.2	44-35
19	13.0	54-45
18	12.3	55 فأكثر
الجنس		
99	67.8	ذكر
47	32.2	أنثى
المستوى التعليمي		
27	18.5	ابتدائي
33	22.6	متوسط
41	28.1	ثانوي
45	30.8	عالي
المهنة		
28	19.2	بطال
31	21.2	عامل بسيط
31	21.2	طالب/ تلميذ
28	19.2	تاجر
21	14.4	إطار
7	4.8	متقاعد
146	100	المجموع

وقد بلغ الوسط الحسابي لأعمار أفراد العينة 34.9 سنة.

وتبين معطيات ذات الجدول أن الإناث يمثلن 32.2 % من مجموع المستخدمين،

أي أن سيدة واحدة من أصل 3 مستخدمين تتردد على مقهى الانترنت.

وجاء توزيع المستوى التعليمي لأفراد العينة على الترتيب التصاعدي الآتي:

18.5% ذوي مستوى ابتدائي، يلها ذوي المستوى التعليمي المتوسط، حيث بلغت

22.6% . ثم تليها مستخدمي المستوى التعليمي الثانوي بنسبة 28.1 %، وسجلت

أعلى نسبة عند الجامعيين والحاصلين على شهادة جامعية بنسبة 30.8%.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أيضا أن نسبة مرتفعة من مستخدمي

الانترنت عاطلين عن العمل، حيث قدرت نسبتهم ب 19.2%، بينما بلغت نسبة

المتقاعدين 4.8 % ، وبلغت نسبة الطلاب والتلاميذ 21.2 %، فيما قدرت نسبة

أصحاب المهن الحرة 19.2 % ، وكانت نسبة العمال المهنيين 35.6%.

2-II ميزات استعمال الإعلام الجديد لأفراد العينة

إن الجدول 2 بين أن 32.2 % من مجموع أفراد العينة يفضلون استعمال الفيسبوك ، يليه في المرتبة الثانية اليوتوب بـ 30.1 %، ثم القوقل ثالثا بـ 21.2 % وحل الياهو في المرتبة الرابعة بـ 11.6 %.

الجدول 2 : توزيع أفراد العينة حسب سمات استخدام الإعلام الجديد

العدد	%	
<u>مواقع الإعلام الرقمي المفضلة</u>		
31	21.2	Google
44	30.1	You tube
17	11.6	Yahoo
47	32.2	Facebook
7	4.8	أخرى
<u>دوافع استخدام الإعلام الرقمي</u>		
37	25.3	للتواصل والتعارف
37	25.3	الترفيه والتسلية
23	15.8	البحوث العلمية والتثقيف
35	24.0	للتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية
14	9.6	التخلص من القلق والملل
<u>عدد ساعات استخدام الإعلام الرقمي</u>		
<u>في اليوم</u>		
36	24.7	أقل من ساعة واحدة
47	32.2	1-2 ساعة
41	28.1	2-3 ساعة
22	15.1	3 ساعات فأكثر
146	100	المجموع

وأبرزت بيانات ذات الجدول أن الدافع الأول لاستخدام الإعلام الرقمي هو التواصل والتعارف (25.3 %) وكذا الترفيه والتسلية (25.3 %) ، ويأتي في المرتبة الثالثة دافع التعرف على الأخبار (24%) ثم دافع البحوث بنسبة 15.8 %.

وتفيد المعطيات أن متوسط المدة التي يقضيها مستخدم الانترنت هي 105 دقيقة (ساعة واحدة و 45 دقيقة). إذ أن 32.2 % من مجموع أفراد العينة أفادوا أنهم يقضون من ساعة واحدة إلى ساعتين على طاولة الحاسوب ، فيما يقضى 28.1 % من ساعتين إلى 3 ساعات يوميا. ويستخدم الانترنت ما نسبته

24.7 % من أفراد العينة اقل من ساعة واحدة يوميا. فيما صرح 15.1 % من المستخدمين أنهم يقضون أكثر من 3 ساعات يوميا في استعمال الإعلام الجديد.

III - علاقة ميزات استخدام الإعلام الجديد بالخصائص الديموغرافية والاجتماعية

III-1- علاقة مواقع الإعلام الجديد المفضلة بالخصائص الديموغرافية والاجتماعية لأفراد العينة

III-1-1- علاقة مواقع الانترنت المفضلة بالجنس

يتضح من خلال الجدول 3 أن 35.4 % من الذكور يفضلن الفايسبوك ، في حين أن هذه النسبة تتراجع إلى 25.5 % عند الإناث. ووفق ذات البيانات فان الذكور يملون أيضا إلى اليوتوب (33.3%) أكثر من الإناث (23.4%). بينماياهو وقوقل فهما أكثر استخداما عند الإناث منه عند الذكور، إذ جاءت النسب على الترتيب التالي:

إناث: 17.0 % و 25.5 %

ذكور: 9.1 % و 19.2 %.

وقد اثبت استخدام معامل التوافق عدم ارتقاء العلاقة بين المتغيرين إلى الدلالة الإحصائية.

الجدول 3: توزيع أفراد العينة حسب المواقع المفضلة والجنس

المجموع	مواقع الانترنت المفضلة					الجنس
	أخرى	Facebook	Yahoo	Youtube	Google	
99	3	35	9	33	19	ذكر
47	4	12	8	11	12	أنثى
146	7	47	17	44	31	المجموع

III-1-2- علاقة مواقع الانترنت المفضلة بالسن

يشير تحليل معطيات الجدول 4 أنه كلما قل العمر كلما زاد التعلق بالفايسبوك، بمعنى آخر هناك علاقة عكسية بين استعمال هذا الموقع والعمر، فإذا كان 45.2 % من أفراد الفئة العمرية 15-24 سنة يفضلن الفايسبوك ، فان هذه النسبة تتدحرج إلى ما دون 22.5 % عند الفئة 35-44 سنة لتتخفض إلى 15.8 % لدى الفئة 45-54 سنة.

الجدول 4: توزيع أفراد العينة حسب المواقع المفضلة والسن

المجموع	مواقع الانترنت المفضلة					السن
	أخرى	Facebook	Yahoo	Youtube	Google	
42	1	19	7	8	7	24-15
36	3	17	3	10	3	34-25
31	1	7	2	13	8	44-35
19	1	3	3	7	5	54-45
18	1	1	2	6	8	+ 55
146	7	47	17	44	31	المجموع

أما بالنسبة للقول فان البيانات تشير إلى انه كلما زاد العمر زاد التعلق بهذا الموقع، حيث جاءت النسب حسب الأعمار السالفة الذكر على الترتيب الأتي: 16.7%، 25.8%، 44.4% .

وأشار معامل التوافق إلى أن العلاقة القائمة بين السن والمواقع المفضلة ترقى إلى الدلالة الإحصائية ($p = 0.042$; $Cc = 0.395$).

III-3-1 علاقة مواقع الانترنت المفضلة بالمستوى التعليمي

الجدول 5: توزيع أفراد العينة حسب المواقع المفضلة والمستوى التعليمي

المجموع	مواقع الانترنت المفضلة					المستوى التعليمي
	أخرى	Facebook	Yahoo	Youtube	Google	
27	1	16	1	5	4	ابتدائي
33	2	14	4	10	3	متوسط
41	2	8	7	17	7	ثانوي
45	2	9	5	12	17	عالي
146	7	47	17	44	31	المجموع

إن تحليل معطيات الجدول 5 يبين أن هناك تفاوت كبير في الموقع المفضل بدلالة المستوى التعليمي، إذ ان 59.3% من ذوي المستوى الابتدائي يفضلن الفيسبوك ، في حين أن هذه النسبة تراجع إلى 20 % عند الجامعيين.

و تفيد البيانات أن موقع قوقل أكثر استخداما عند الجامعيين (37.8 %) منه عند ذوي المستوى ابتدائي (14.8%) .

وأشار معامل التوافق إلى أن العلاقة بين المستوى التعليمي والمواقع المفضلة ترقى إلى الدلالة الإحصائية ($p = 0.01$; $Cc = 0.390$).

III-1-4 علاقة مواقع الانترنت المفضلة بالمهنة

إن دراسة الموقع المفضل بدلالة المهنة يشير إن التوفيق بينهما كبير، حيث أن قوئل أكثر استقطابا للمتقاعدين (28.6 %) والتجار (25.0 %) منه عند البطالين (14.3 %) والطلبة (12.9 %). على العكس من ذلك فن الفايبيوك أكثر جاذبية لفئة الباطلين (46.3 %) والطلبة (54.8 %) مقارنة بالتجار (14.3 %) والمتقاعدين (21.4 %). وعند اختبار العلاقة القائمة بين المتغيرين تبين أنها جوهريّة. (p= 0.017 ; 0.443 Cc=).

الجدول 6: توزيع أفراد العينة حسب المواقع المفضلة والنشاط المهني

المجموع	مواقع الانترنت المفضلة					النشاط المهني
	أخرى	Facebook	Yahoo	Youtube	Google	
28	2	13	3	6	4	بطال
31	1	7	0	13	10	عامل بسيط
31	2	17	3	5	4	طالب/ تلميذ
28	1	6	4	10	7	تاجر
21	1	3	7	6	4	إطار
7	0	1	0	4	2	متقاعد
146	7	47	17	44	31	المجموع

III-2-علاقة دوافع استخدام الإعلام الجديد بالخصائص الديموغرافية والاجتماعية لأفراد العينة

III-2-1 علاقة دوافع استخدام الإعلام الجديد بالجنس

إن دافع استخدام الإعلام الجديد لا يختلف باختلاف جنس المستخدمين (الجدول 7) ، فدافع التواصل على سبيل المثال لا يختلف كثير بين الذكور (23.2 %) والإناث (29.8 %). كما أن دافع البحوث العلمية لا يختلف هو الآخر باختلاف الجنس (15.2 % عند الذكور و 17.0 % عند الإناث).

الجدول 7: توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الإعلام الجديد والجنس

المجموع	دوافع استخدام الإعلام الجديد					الجنس
	التواصل والتعارف	الترفيه والتسلية	البحوث العلمية والتثقيف	التعرف على الأخبار	التخلص من القلق	
99	23	27	15	24	10	ذكر
47	14	10	8	11	4	أنثى
146	37	37	23	35	14	المجموع

وتسير الدوافع الأخرى في نفس الاتجاه الذي سار عليه دافع التواصل والتعارف،
إذ جاءت على الترتيب التالي:

التعرف على الأخبار: 24.2 % و 23.4 %.

الترفيه والتسلية: 23.2 % و 29.8 % .

التخلص من القلق: 10.1 % و 8.5 % .

III-2-2 علاقة دوافع استخدام الإعلام الجديد بالسن

الجدول 8: توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الإعلام الجديد والسن

المجموع	دوافع استخدام الإعلام الجديد					السن
	التواصل والتعارف	الترفيه والتسلية	البحوث العلمية والتثقيف	التعرف على الأخبار	التخلص من القلق	
42	12	12	7	6	5	24-15
36	13	11	3	8	1	34-25
31	6	6	8	9	2	44-35
19	3	5	3	4	4	54-45
18	3	3	2	8	2	+ 55
146	37	37	23	35	14	المجموع

إن معطيات الجدول 8 تبرز أن هناك علاقة عكسية بين دافع التواصل والعمر، بمعنى آخر كلما ارتفع العمر كلما قل ذكر هذا الدافع من أجل استخدام الإعلام الجديد، فإذا كان يلامس 36.1 % عند العمر 34-25 سنة فإنه لم يتجاوز 16.7 % عند العمر 55 سنة فأكثر. هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن التعرف على الأخبار يرتبط ارتباط طردي بالعمر، أي كلما ارتفع العمر كلما زاد هذا الدافع الأخير لاستخدام الإعلام الجديد، حيث جاءت النسب على النحو التالي:

14.3 % عند العمر 15.24 سنة و 22.2 % عند العمر 34-25 سنة و 44.4 % عند الفئة المفتوحة 55 سنة فأكثر.

إلا أن التوافق ضعيف بين المتغيرين، إذ كشف الاختبار أن الفرق لم يرق إلى مستوى الدلالة الإحصائية.

III-2-3 علاقة دوافع استخدام الإعلام الجديد بالمستوى التعليمي

عند إدخال بعد المستوى التعليمي على دوافع الاستخدام، فإن هذا الأخير يتأثر تأثير بالغ الأهمية بالمستوى التعليمي للمستخدمين (الجدول 9) ، فإذا كانت البحوث العلمية هي الدافع عند الجامعيين (42.2 %) ، فإن التواصل والتعارف هو

الدافع عند ذوي المستوى الابتدائي (37.0 %) والثانوي (31.7 %). وقد أشار معامل التوافق إلى أن العلاقة قوية بين المتغيرين.
($Cc = 0.488$; $p = 0.0001$).

الجدول 9: توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الإعلام الجديد والمستوى التعليمي

المجموع	دوافع استخدام الإعلام الجديد					المستوى التعليمي
	التواصل والتعارف	الترفيه والتسلية	البحوث العلمية والتثقيف	التعرف على الأخبار	التخلص من القلق	
27	10	10	0	6	1	ابتدائي
33	7	11	1	10	4	متوسط
41	13	11	3	12	2	ثانوي
45	7	5	19	7	7	عالي
146	37	37	23	35	14	المجموع

III-4-2 علاقة دوافع استخدام الإعلام الجديد بالنشاط المهني

تشير معطيات الجدول 10 أن 21.5 % من البطالين صرحوا أن التواصل والتعارف هو السبب الرئيسي لاستخدام الإعلام الرقمي. وكانت نسب هذا الدافع متقاربة عند الفئات الأخرى، إذ جاءت على النحو التالي:

29.0 % عند العمال البسطاء وكذا الطلاب والتلاميذ.

28.6 % عند التجار.

23.8 % لدى الإطارات .

الجدول 10: توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الإعلام الجديد والنشاط المهني

المجموع	دوافع استخدام الإعلام الجديد					النشاط المهني
	التواصل والتعارف	الترفيه والتسلية	البحوث العلمية والتثقيف	التعرف على الأخبار	التخلص من القلق	
28	6	10	4	4	4	بطال
31	9	5	6	9	2	عامل بسيط
31	9	9	3	8	2	طالب/ تلميذ
28	8	4	5	7	4	تاجر
21	5	6	4	4	2	إطار
7	0	3	1	3	0	متقاعد
146	37	37	23	35	14	المجموع

كما أبرزت النتائج أن دافع كل من الترفيه و البحوث العلمية والثقيف والتعرف على الأخبار هي الأخرى تختلف اختلافا كبيرا من فئة مهنية إلى أخرى. فإذا كان على سبيل المثال الدافع الأول هو الترفيه عند البطالين (35.7 %)، فان مواكبة الأخبار هي الدافع الرئيسي عند المتقاعدين (42.8 %). وعند فحص نتائج البحث الحالي فان معامل التوافق اظهر عدم ارتقاء العلاقة بين المتغيرين إلى الدلالة الإحصائية.

III-3 علاقة المدة الزمنية اليومية المخصص للإعلام الجديد بالخصائص الديموغرافية والاجتماعية لأفراد العينة

III-3-1 علاقة المدة الزمنية المخصص للانترنت بالجنس

الجدول 11: توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المخصص للانترنت والجنس

المجموع	المدة الزمنية اليومية المخصص للانترنت				الجنس
	أقل من ساعة واحدة	1-2 ساعة	2-3 ساعة	3 ساعات فأكثر	
99	21	26	33	19	ذكر
47	15	21	8	3	أنثى
146	36	47	41	22	المجموع

تبرز بيانات الجدول 11 أن الذكور يقضون 114 دقيقة يوميا، بينما يقضي الإناث 87 دقيقة. و أشار معامل التوافق إلى جوهرية العلاقة بين الجنس والمدة اليومية المخصصة للانترنت ($p= 0.01$; $Cc= 0.268$).

III-3-2 علاقة المدة الزمنية المخصص للانترنت بالسن

يقضي أصحاب العمر 55 سنة فأكثر 63 دقيقة في المتوسط في اليوم- وفق تحليل معطيات الجدول 12 - في حين أن هذا المتوسط يترفع إلى 103 دقيقة عند العمر 35-44 سنة ليلاص 133 دقيقة لدى الفئة العمرية 15-24 سنة. هذا يعني أن هناك علاقة عكسية بين المدة الزمنية والعمر، أي كلما ارتفع هذا الأخير قلت المدة الزمنية التي يمضيها المستخدم في الانترنت. رغم هذا التفاوت ، فان معامل ارتباط بيرسون أشار إلى عدم ارتقاء العلاقة بين متغيري قيد الدراسة إلى الدلالة الإحصائية ($r=- 0.046$).

الجدول 12: توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المخصص للانترنت والسن

المجموع	المدة الزمنية اليومية المخصص للانترنت				السن
	أقل من ساعة واحدة	1-2 ساعة	2-3 ساعة	3 ساعة فأكثر	
42	6	12	15	9	24-15
36	5	10	13	8	34-25
31	7	13	9	2	44-35
19	8	8	1	2	54-45
18	10	4	3	1	+ 55
146	36	47	41	22	المجموع

III-3-3 علاقة المدة الزمنية المخصص للانترنت بالمستوى التعليمي

إن فحص العلاقة الموجودة بين المستوى التعليمي و المدة الزمنية اليومية المخصص للانترنت تظهر (الجدول 13) أن فئة أصحاب المستوى الابتدائي هي الأكثر استخداما للإعلام الرقمي (114 دقيقة) ثم تليها فئة الجامعيين (103 دقيقة) ، ثم فئة المستوى المتوسط ب 101 دقيقة ، ويأتي في المرتبة الأخيرة ذوي المستوى الثانوي ب 98دقيقة.

الجدول 13: توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المخصص للانترنت والمستوى التعليمي

المجموع	المدة الزمنية اليومية المخصص للانترنت				المستوى التعليمي
	أقل من ساعة واحدة	1-2 ساعة	2-3 ساعات فأكثر	3 ساعات فأكثر أخرى	
27	4	10	9	4	ابتدائي
33	8	8	11	6	متوسط
41	14	11	9	7	ثانوي
45	10	18	12	5	عالي
146	36	47	41	22	المجموع

III-4-3 علاقة المدة الزمنية المخصص للانترنت بالمهنة

يوضح الجدول 14 أن عدد ساعات اليومية التي يمضيها البطالين في الانترنت (108 دقيقة) والطلاب (133 دقيقة) تزيد عن المدة التي يقضيها المتقاعدين (56 دقيقة).وقد أشار معامل التوافق إلى ارتفاع العلاقة بين المتغيرين إلى الدلالة الإحصائية. ($p = 0.039$; $Cc = 0.388$)

الجدول 14: توزيع أفراد العينة حسب المدة الزمنية المخصص للانترنت والنشاط
المهني

المجموع	المدة الزمنية اليومية المخصص للانترنت				النشاط المهني
	أقل من ساعة واحدة	2-1 ساعة	3-2 ساعة	3 ساعات فأكثر	
28	8	7	6	7	بطل
31	8	14	5	4	عامل بسيط
31	2	8	14	7	طالب/ تلميذ
28	7	9	9	3	تاجر
21	6	8	6	1	إطار
7	5	1	1	0	متقاعد
146	36	47	41	22	المجموع

خاتمة

لقد جاءت هذه الدراسة الميدانية البحتة لكشف النقاب على مدى تأثير بعض المتغيرات الاجتماعية على ممارسة هامة جدا، ألا وهي استخدام الإعلام الرقمي. واعتمدت الدراسة على عينة غير عشوائية من مستخدمي الانترنت والتي بلغ عددها 146 مفردة. تميزت بالخصائص التالية :

- نسبة عدد الذكور بلغت 67.8%، بينما بلغت نسبة الإناث 32.2%.
- 28.8% من المستخدمين تقع أعمارهم في الفئة العمرية 15-24 سنة.
- احتل أفراد الفئة العمرية 55 سنة فأكثر المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 12.3%.
- بلغ الوسط الحسابي لأعمار أفراد العينة 34.9 سنة.
- 18.5% من أفراد العينة ذوي مستوى ابتدائي.
- نسبة الجامعيين والحاصلين على شهادة جامعية بلغت 30.8%.
- نسبة البطالين بين أوساط المبحوثين تجاوزت 19.2%.
- 32.2% من مجموع أفراد العينة يفضلن استعمال الفيسبوك.
- الدافع الأول لاستخدام الإعلام الرقمي هو التواصل والتعارف وكذا الترفيه والتسلية(25.3%).
- متوسط المدة التي يقضيها مستخدم الانترنت هي 105 دقيقة (ساعة واحدة و45 دقيقة).

وهذه خلاصة للنتائج التي تم التوصل إليها في ظل فرضية الدراسة:

1الفرضية الأولى

- 35.4% الذكور يفضلن الفايسبوك ، في حين أن هذه النسبة تتراجع إلى 25.5% عند الإناث. الذكور يملون إلى اليوتوب في 33.3% من الحالات أما الإناث فيفضلن هذا الموقع بنسبة 23.4% (الجدول 3). رغم هذا التفاوت فإننا لم نسجل أي علاقة جوهرية بين المتغيرين.

- يشير تحليل معطيات الجدول 4 من جهة أنه كلما قل العمر كلما زاد التعلق بالفايسبوك، ومن جهة أخرى كلما زاد العمر زاد التعلق بموقع قوقل. وأشار معامل التوافق إلى أن العلاقة القائمة بين السن والمواقع المفضلة ترقى إلى الدلالة الإحصائية ($Cc = 0.395$; $p = 0.042$).

- هناك تفاوت كبير في الموقع المفضل بدلالة المستوى التعليمي (الجدول 5)، إذ أن 59.3% من ذوي المستوى الابتدائي يفضلن الفايسبوك، في حين أن هذه النسبة تتراجع إلى 20% عند الجامعيين. أما موقع قوقل فهو أكثر استخداما عند الجامعيين (37.8%) منه عند ذوي المستوى ابتدائي (14.8%).

وأشار معامل التوافق إلى أن العلاقة بين المستوى التعليمي والمواقع المفضلة ترقى إلى الدلالة الإحصائية ($Cc = 0.390$; $p = 0.01$).

- إن قوقل أكثر استقطابا للمتقاعدين (28.6%) والتجار (25.0%) منه عند البطالين (14.3%) والطلبة (12.9%). على العكس من ذلك فإن الفايسبوك أكثر جاذبية لفئة الباطلين (46.3%) والطلبة (54.8%) مقارنة بالتجار (14.3%) والمتقاعدين (21.4%).

وعند اختبار العلاقة القائمة بين المتغيرين تبين أنها تحمل الدلالة الإحصائية.

($Cc = 0.443$; $p = 0.017$).

وجاءت هذه النتائج لتتماشى- في أغلبها- مع الفرضية الأولى مؤداه أن مواقع الانترنت المفضلة تتأثر تأثيرا كبيرا بالجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين.

2- الفرضية الثانية

- إن دافع استخدام الإعلام الجديد لا تختلف باختلاف جنس المستخدمين (الجدول 7).

- لا وجود لأي علاقة بين السن ودافع استخدام الإعلام الجديد (الجدول 8).

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ودافع استخدام الإعلام الرقمي. وقد أشار معامل التوافق إلى أن العلاقة قوية بين المتغيرين. ($Cc = 0.488$; $p = 0.0001$).

- تبين من خلال تحليل معطيات الجدول 10 أنه لا يوجد أي توفيق بين النشاط المهني ودافع استخدام الإعلام الجديد.

وجاءت هذه النتائج لتسير-في أغلبها-عكس ما توقعته الفرضية الثانية التي ورد فيها أن دوافع استخدام الانترنت يختلف باختلاف جوهري باختلاف الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين.

3- الفرضية الثالثة

-إن الذكور يقضون 114 دقيقة يوميا، بينما يقضي الإناث 87 دقيقة (الجدول 11).وقد دل معامل التوافق إلى جوهرية العلاقة بين الجنس والمدة اليومية المخصصة للانترنت. ($p = 0.01$; $Cc = 0.268$).

- هناك علاقة عكسية بين المدة الزمنية والعمر، أي كلما ارتفع هذا الأخير قلت المدة الزمنية التي يمضيها المستخدم في الانترنت، إلا أن العلاقة لم ترق إلى الدلالة الإحصائية.

-تشير بيانات الجدول 12 انه لا توجد فروق دالة إحصائية في المدة الزمنية التي يمضيها المستخدم في الانترنت حسب المستوى التعليمي.

- إن عدد ساعات اليومية التي يمضيها البطالين في الانترنت (108 دقيقة) والطلاب (133 دقيقة) تزيد عن المدة التي يقضيها المتقاعدين (56 دقيقة). وعند اختبار العلاقة بين المتغيرين تبين أنها تحمل الدلالة الإحصائية. ($p = 0.039$; $Cc = 0.388$).

إذن يمكن القول في إطار ما تم عرضه من نتائج ،أن الفرضية الثالثة والتي مفاده أن مدة الاستخدام اليومي تختلف باختلاف جوهري حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي والنشاط المهني للمستخدمين تحققت جزئيا.

برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية والاعتراب الثقافي... أية علاقة؟

أ/ سامية قرابلي

قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-

ملخص:

تنطلق هذه الدراسة من محاولة تشريح ظاهرة برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية منذ بدايات ظهورها الأولى، واستعراض المواقف التي تكونت إزاءها والتي تباينت بين مرحب ومهلل يرى فيها نافذة مشرعة تُسهل الانفتاح الثقافي للمجتمعات العربية ومادة ترفيهية تلبي احتياجات الشباب وترقى بذائقة الفنية والجمالية، وبين منتقد معارض لها يعتبرها أداة من أدوات الغزو الثقافي، وطريقا مختصرا لمسح هوية الشعوب العربية وطمس خصوصيتها الثقافية من خلال الترويج لنمط الحياة الغربية، الأمر الذي يخلق أزمة ثقافية لدى المشاهد العربي تتمظهر غالبا في حالات التمرد وعدم تقبل القيم والمعايير السائدة في المجتمع، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية وانتشار ثقافة الاستهلاك.

وتخلص الدراسة إلى حسم الجدل بعرض جملة اقتراحات للحدّ من التأثيرات السلبية لهذه النوعية من البرامج وتخفيف حدة الشعور بالاعتراب الثقافي لدى المشاهد العربي.

الكلمات المفتاحية: برامج تلفزيون الواقع، الفضائيات العربية، الاعتراب الثقافي.

Abstract

this study starts off on the premise of exploring the phenomenon of the reality television in the arab satellite channels, since the beginning of its first appearance, and tackle the positions that were formed in relation to it; which varied between supporter and adversary who sees in it legitimate window that facilitate the cultural openness of the arab societies and an recreational article that provide the needs of young people and promoted with an artistic and an aesthetic. and between a critic that considers it as a tool of cultural invasion and a brief way to erase the arab's people

identity, and blur its cultural privacy by promoting to the western life style in which it creates the arab viewer a cultural crisis often presented as rebellion cases, and not accept values and norms prevailing in society, and instability in social relations and the proliferation of consumption culture.

The study concludes with the presentation of a number of suggestions to reduce the negative effects of this type of programs and reduce the feeling of cultural alienation.

Keywords: Reality television programs, Arab satellite channels, cultural alienation.

مقدمة:

أفرز التطور التكنولوجي الذي عرفته المجتمعات العربية مطلع الألفية الثالثة في مجال الإعلام - خاصة الفضائي منه- جملة من التغيرات ارتسمت ملامحها الأبرز في ازدحام خارطة البث الفضائي العربي بكم هائل من القنوات التي تعددت منابتها ومشاريعها، وتنوعت برامجها ومضامينها، وتزايدت ساعات إرسالها ونطاقات بثها. وتهافت ملاكها والقائمون عليها على استجذاب الجماهير واسترضائها بمضامين تجمع كثير من الدراسات على أن معظمها يتعارض مع مقومات الثقافة العربية الإسلامية، وتوجه لها أصابع الاتهام بترويج وإشاعة نموذج الثقافة ونمط الحياة الغربيين، وسحب المشاهد العربي إلى صراع قيمي عقائدي يحوله إلى كائن مغترب عاجز عن التوفيق بين ثقافة أصيلة تشرعها منذ نشأته الأولى، وثقافة دخيلة كونية وعولمية تسلبه تفردته وتدفعه إلى التماهي والذوبان في واقع لا صلة له بواقع حياته، من خلال استنساخ برامج تلفزيونية أمريكية وأوروبية عرفت بتلفزيون الواقع. تشجعه - تارة بالتصريح وأخرى بالإيجاء والتلميح- على اقتباس النموذج الغربي في الملبس والمأكّل والمشرب والعلاقات والممارسات وحتى درجة تمسكه بالدين ومدى اهتمامه بالأخلاقيات بمقابل تعلقه بالماديات.

من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة كمحاولة للإجابة عن تساؤل صاغه عبد القادر بن الشيخ (الشيخ، 2005، 19)، وما فتى يطرح نفسه بإلحاح - في ظل تعاظم الاهتمام بإنتاج هذه النوعية من البرامج في الفضائيات العربية- :

هل يمكن النظر إلى هذه النوعية من البرامج على أنها سعي جاد لتطوير الإنتاج التلفزيوني العربي من حيث أساليب العرض والمعالجة ومجالات الاهتمام تلبيةً لاحتياجات الشباب- على اعتبارهم الفئة الأكثر استهدافاً- واستجابةً لتطلعاتهم

وارتقاء بذائقتهم الفنية والجمالية، أم أنه تفتح ضبابي الرؤية مُغَيِّبُ الأهداف، قد يحدث صعقة ثقافية تمسح هوية شبابنا وتحيله إلى كائن عاجز منهوك القوى في صراع لا متناهِ بين ثقافة أصيلة مفعمة بالوطنية والروح القومية، وأخرى عولمية كوكبية تغريبية ؟

وقد ارتأينا معالجة هذا الموضوع من خلال التعرض للنقاط الآتية:

- الاغتراب الثقافي : دلالات المصطلح ومتعلقاته.
- ماهية برامج تلفزيون الواقع وواقع حضورها على خارطة البث الفضائي العربي.
- دوافع تعرض الشباب العربي لبرامج تلفزيون الواقع
- تلفزيون الواقع : بين التقبل والرفض
- اقتراحات وحلول

أولاً: الاغتراب الثقافي... دلالات المصطلح ومتعلقاته

الاغتراب واحد من المفاهيم المعاصرة التي تمتاز بحمولتها المعرفية والاجتماعية والحضارية، وعندما يرتبط بالثقافة أو ينسب إليها يزداد ثقله وتتشابك تفرعاته. من هنا وبغية الوصول إلى توصيف ملائم لهذا المصطلح؛ سيكون من الضروري أن نسبر غور هذا المفهوم المركب (بشقيه: الاغتراب والثقافة) في قواميس اللغات ومعاجمها العربية والأجنبية، حتى لا ننزلق في متاهات معانيه المتشعبة.

الاغتراب في اللغة العربية:

ورد في لسان العرب: الغرب الذهاب والتنحي عن الناس، وقد غرَّبَ عنا يغرِّب غرباً، وعرَّبَ وأغرب وأغرَّبه وأغرَّبه، نحَّاه .

وفي الحديث الشريف أن النبي صلى الله عليه وسلم أمر بتغريب الزَّاني سنة إذا لم يحصن" وهو نفيه عن بلده. والغربة والغرب والاغتراب النأي والبعد. (ابن منظور، دت، ص338)

الاغتراب في اللغات اللاتينية:

يقابل كلمة اغتراب في اللغة الإنجليزية alienation وتعني: " قابلية الشيء للتنازل عنه أو بيعه"

يستعمل علماء اللغة الاغتراب بمعنى التنحية والإقصاء من الوطن، ويلاحظ في هذا السياق أن القواميس العربية تبرز الجوانب الحسية الحركية لمعنى التغريب الذي يأخذ صورة النفي والإبعاد القسري عن الوطن والأهل.

يبدو وبشكل جلي أن المعاني آنفة الذكر التي حملتها معاجم اللغة لكلمة اغتراب ترتبط بالانفصال عن الأرض، ما يجعلها ضمن أطر الاغتراب المكاني أو الجغرافي. ولكن مفهوم الاغتراب يأخذ في توظيفاته الأخرى أبعاداً فكرية ثقافية وعلمية واجتماعية متعددة ومتنوعة، تتجاوز حدود الدلالة البسيطة بوصفه حركة ابتعاد ونأي.

الاغتراب اصطلاحاً:

يستخدم مصطلح الاغتراب بمعنى حالة الانفصال بين الفرد والموضوع، وبين الفرد والأشياء المحيطة به، وبين الفرد والمجتمع، مما يعني أن علاقة الفرد بالأشياء أو بالموضوع علاقة غير سوية، فهو يعيش بين أهله وفي مجتمعه ولكن في دائرة الغربة والانفصال، إنه يعيش في عالم مجرد من القيم لدرجة أنه لا يرفض الحياة فقط بل يعادها، فيدخل الفرد إلى عالم اللانتماء ويفقد الحس والوعي. (وهبة، 1979، د ص) ومنه فإن مصطلح الاغتراب يشير إلى فقدان أو نقص العلاقة أو الصلة حيث يجب أن تكون تلك العلاقة متوقعة، وهي حالة يكون فيها الأشخاص والمواقف الشائعة غريبة عن الشخص. وهكذا يتمحور معنى الاغتراب حول شعور الفرد بأنه غريب عن ذاته، أو عن مجتمعه الذي يحيا فيه.

الثقافة في اللغة العربية:

يشهد تراث اللغة العربية بعدم وجود أصل يحمل الدلالة الاصطلاحية لكلمة "ثقافة"، ففي القواميس العربية -على غرار لسان العرب والقاموس المحيط- تأتي من "ثقّف" بمعنى حنّ و فطن، وتعني تهذيباً وتشذيباً وتقويماً وتسويةً من بعد اعوجاج. يُقال فلانٌ إنسانٌ ثقِفٌ أي ذو فطنةٍ وذكاء. (ابن منظور، دت، 364) وقد جاء في الخطّة الشاملة العربية: "أنّ الثّقافة بالمعنى العربيّ الأصل للكلمة تعني سرعة التّعليم والحدق والفتنة وثبات المعرفة بما يحتاج المرء إليه". (العابد، 2004، 20) أي أنّها تحمل معاني الفطنة والذكاء والتهذيب.

الثقافة في اللغات اللاتينية:

تشقّق اللفظة الإنجليزية (culture) من الكلمة اللاتينية (cultural)، وظلّت حتّى بدايات القرن السابع عشر تعني فلاحه الأرض. ومع القرن الثامن عشر أضحّت تعبر عن التكوين الفكريّ عموماً وعن التقدّم الفكري للشخص بخاصّة، وعمّا يتطلبه ذلك من عملٍ وما ينتج عنه من تطبيقات. غير أنّ انتقال الكلمة إلى الألمانية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر؛ أكسبها مفهومًا جماعيًا بحيث صارت دالة

على التقدّم الفكريّ الذي يتحصّل عليه الفرد والجماعات الإنسانية بصفة عامّة.
(عماد، 2008، 29)

يستخلص ممّا سبق أنّ المعاني اللّغوية للثقافة تدور حول أمرين:

-الأول: تقويم الأشياء لمستوي معتدلة، سواء كانت فكراً أو سلوكاً أو أشياء مادّية.

-الثاني: التفوّق الفكريّ حدّقاً وفطنة، ممّا يؤدّي إلى الإدراك والفهم.

في الاصطلاح:

تجدر الإشارة إلى أنّ الثقافة كانت ولا زالت من المفاهيم العصيّة على التعريف،
التي يصعب تحنيطها في تعاريف جاهزة. لذا فأغلب التعاريف التي وُضعت كانت
إجرائية.

وقد تناولت هذه التعاريف كلمة ثقافة من نواحٍ عديدة؛ من النّاحية
السّوسولوجية والأنثروبولوجية والإثنولوجية، أشارت جميعها إلى أنّ هذا المصطلح
يغطّي حقائِق مختلفة بحسب الذي يوظّفه.

أوّل معنى لكلمة الثقافة – والمتداول بكثرة – يعود إلى مجموعة من المعارف والأفكار
التي تسمح لنا بتمييز المواضيع ذات الشقّ الثقافي من تلك التي لا تمتّ له بصلة.
(Bruno Ollivier، 2007، p183)، ومن أشهرها:

- تعريف العالم الإنجليزي "إدوارد تايلور Edward Taylor" في كتابه: "الثقافة
البدائية" الصّادر العام 1871م: "ذلك الكلّ المركّب الذي يشتمل على المعرفة
والعقائد والفنّ والأخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات التي يكتسبها
الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع". (الحاج، 2001، 168)

- ويعرفها "إبراهيم مولز" بأنّها: "رواسب ما استوعبناه وفهمناه وتكاملنا معه خلال
كلّ ماضينا فأضحى عنصراً من عناصر حاضرنّا يتنافر أو يتآلف مع إدراكنا الحالي
للعالم الخارجي". (بابا غواي داي وآخرون، 1983، 50)

- عرّفها مالك بن نبي في كتابه "شروط النّهضة" على أنّها: " مجموعة الصّفات
الخلقيّة والقيم الاجتماعيّة التي يتلقّاها الفرد منذ الولادة كراشمالٍ أوّلٍ في الوسط
الذي وُلد فيه، والثقافة على هذا هي المحيط الذي يشكّل فيه الفرد طباعه
وشخصيته". (بن نبي، 1987، 79)

- ويرى عبد الرّحمن عزّي أنّها: "كلّ ما يحمله المجتمع (الماضي)، وما يُنتجه
(الحاضر والمستقبل)، من قيمٍ ورموزٍ معنويّة أو مادّية، وذلك في تفاعله مع الزّمان
(التّاريخ)، والمكان (المحيط بماضي ذلك النّظام الاجتماعي). انطلاقاً من بعض

الأسس(القيم) التي تُشكّل ثوابت الأمة وأصولها (البعد الحضاري)". (عزي، 2003، 295)

- وفي العلوم الاجتماعية: "الثقافة هي أساليب وأنماط المعيشة التي تتعلّمها الأجيال الجديدة من القديمة عن طريق الاتصال اللّغوي". (طالب، 2009، 75)

- يعرفها معجم مصطلحات عصر العولمة بأنّها: "البيئة التي يحيا فيها الإنسان، والتي تنتقل من جيل إلى جيل، وتتضمّن الأنماط الظاهرة والباطنة من السلوك المكتسب عن طريق الرّموز، وتتكوّن ثقافة أيّ مجتمع من أفكاره ومعتقداته ولغته وفنونه وقيمه وعاداته وتقاليده وقوانينه، وغير ذلك من وسائل حياته ومناشط فكره". (عبد الكافي، دت، 166)

- وأما التعريف الذي انبثق عن المؤتمر العالمي للسياسات الثقافية الذي عقد بمكسيكو بين 06 جويلية و06 أوت 1982، تحت إشراف اليونسكو فقد نصّ على أنّ الثقافة بمعناها الواسع، يمكن أن ينظر إليها اليوم على أنّها "جماع السمات الروحية و المادّية والفكرية والعاطفية التي تميّز مجتمعا بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم و التقاليد والمعتقدات". (بن نعمان، دت، 23)

الاغتراب الثقافي اصطلاحاً:

استخدم مصطلح الاغتراب بمعنى حالة الانفصال بين الفرد والموضوع، وبين الفرد والأشياء المحيطة به، وبين الفرد والمجتمع، مما يعني أن علاقة الفرد بالأشياء أو بالموضوع علاقة غير سوية، فهو يعيش بين أهله وفي مجتمعه ولكن في دائرة الغربة والانفصال، إنه يعيش في عالم مجرد من القيم لدرجة أنه لا يرفض الحياة فقط بل يعادها، فيدخل الفرد إلى عالم اللانتماء ويفقد الحس والوعي. (وهبة، 1979، ص)

ومنه فإن مصطلح الاغتراب يشير إلى فقدان أو نقص العلاقة أو الصلة حيث يجب أن تكون تلك العلاقة متوقعة، وهي حالة يكون فيها الأشخاص والمواقف الشائعة غريبة عن الشخص. وهكذا يتمحور معنى الاغتراب حول شعور الفرد بأنه غريب عن ذاته، أو عن مجتمعه الذي يحيا فيه.

أما الاغتراب الثقافي فمصطلح يطلق على حالة الصراع الثقافي المقلق التي تتجاذب المجتمع خلال مرحلته الانتقالية من طور الثقافة الأصلية إلى ممارسات الثقافة الوافدة، ويتنازع على إثرها شعور قيمي متضارب يتلخص في التحدي أو

الاستجابة. وقد تصل حدة هذه الحالة إلى صراع ثقافي على مستوى الأجيال أو تكمن داخل الشخص الواحد. (بدر، 1414هـ، 84).

وهو على المستوى الفردي تعبير عن عدم الرضا والرفض للمجتمع وثقافته، وجوهره الشعور بالفقدان وأشدّه فقدان الذات، ويوجد عند الفرد شعورا باليأس يستحيل معه المغترب شخصا منهوك القوى جسمانيا، متمزقا عقليا، يتلبسه الخوف والوحدة وعدم الإحساس بتكامل الشخصية، الأمر الذي يؤدي به إلى فقدان الثقة وبالتالي عدم الالتزام الاجتماعي والتسيب. (ليب، 1984، 43)

ثانيا: حول ماهية برامج تلفزيون الواقع وواقع حضورها على خارطة البث الفضائي العربي

• مفهوم برامج تلفزيون الواقع:

تعرف برامج تلفزيون الواقع على أنها نوع تلفزيوني يُجسّد عبر التصوير الحي لأشخاص نكرة أو معروفين في اللحظة ذاتها التي يكونون في أوضاع مختلفة، سواء معدة مسبقا وفق سيناريو جاهز أو لا. ويبث تلفزيونيا بشكل مباشر أو مسجل، كاملا أو مختارا أحسن المقتطفات مما تم تصويره.

غير أن نصر الدين لعياضي يرفض الأخذ بهذا التعريف الذي يعتبر برامج تلفزيونا نوعا تلفزيونيا، في المقابل يراها مادة تلفزيونية تتضمن العديد من الأنواع التلفزيونية تمزج بين النمط اللهوي والنمط الوثائقي والنمط الدرامي، لإنتاج تصور عن الذات والآخر والعالم، تحركها مقاصد مختلفة ليست كلها معلنة. (لعياضي، 2008، دص)

يوافقه في هذا حسن عماد مكاوي حين رأى أن تلفزيون الواقع هو "نوعية من القوالب البرمجية غير المعدّة مسبقا، تتضمن شبابا عاديّين، يتمّ عزلهم عن بيئتهم الطبيعية، ويتعرضون لمواقف غير عادية في إطار تنافسي من أجل الفوز بجائزة أو لقب ما. ويتمّ توظيف تقنيات الإنتاج، من كاميرات وأجهزة لتصوير المتنافسين داخل الغرف المغلقة والأماكن الخاصة، ويعكس البرنامج مزيجا من المعلومات والترفيه والتسجيل والمواقف الدرامية، ويتسم بالتفاعلية، من خلال مشاركة الجمهور في التصويت والتحكّم في النتائج النهائية". (مكاوي، 2005، 79)

أما نهوند القادري عيسى فقد استخلصت من إجابات مبحوثها مفهومًا لتلفزيون الواقع يرى أنه "نمط جديد غير تقليدي من العمل المتلفز، يحمل للمشاهدين متعة

الفرجة على حميميات الآخرين، مقدما لهم بديلا أفضل من واقعهم". (العياري، القادري عيسى، 2008، 96).

• **برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية: الظهور وواقع الحضور**
سيكون من المجدي استقراء الظروف والمناخات الاجتماعية والسياسية التي سبقت وتزامنت وظهور هذه النوعية من البرامج على الفضائيات العربية، في محاولة لإيجاد مبررات لاهتمام ملاك هذه القنوات بإنتاجها والإقبال المتزايد للجماهير على مشاهدتها.

تشير العديد من الدراسات إلى أن المحاولات الأولى لاقتباس النموذج الغربي لهذه البرامج قد كانت عقب فترة عرفت فيها المنطقة العربية هزات جيوسياسية - على حد تعبير الزرن - (الزرن، 2005، 79) كان أشدها وطنا على العرب حرب الخليج وتوقيع اتفاقية السلام مع الكيان الصهيوني، وقتها التجأت القنوات العربية إلى الدراما التاريخية لتعوض الجمهور العربي عن خيباته وتوقظه من الأحلام الوردية التي أغرقته فيها الدراما المصرية لعقود مضت.

ذات الفترة التي شهد فيها قطاع السمعي البصري في الوطن العربي تحولا من العمومي إلى الخاص، ومن الأرضي إلى الفضائي عقب إطلاق أجيال جديدة من عربسات وقمر النابل سات، وما أفرزه من طفرة في مجال الإعلام الفضائي العربي، وهو الوضع الذي حقّز القائمين على هذه القنوات الفتية على القفز عن المألوف والبحث عن الجديد غير المعروف، سعيا نحو التميز والاستمرارية ورفع سقف المكاسب والمرباح المالية.

ولأن الهدف الأخير كان الأكثر سيطرة على توجهات ملاك هذه القنوات؛ فقد استلزم الأمر اختصار الطريق واختزال الجهد وريح الوقت اللازم للتفكير والتخطيط والإعداد والإنتاج والإخراج، باستيراد الفكرة معلبة في قوالب جاهزة لا يتطلب الأمر إلا عناء دبلجتها إلى العربية.

وقد كانت قناة المستقبل اللبنانية سباقة في ذلك بعرضها للنسخة المعربة من برنامج "الحلقة الأضعف" سنة 2002، وحذت حذوها عديد القنوات العربية حتى صارت برامج تلفزيون الواقع سلعتها المميّزة التي يقبل عليها الجمهور بشراهة ودونما توجس من المضامين الثقافية الغربية التي تروج لها.

ولا أدلّ على ذلك برنامج "ستار أكاديمي" الذي شرعت قناة LBC اللبنانية في عرضه شهر ديسمبر عام 2003، والذي أشارت بعض الإحصائيات إلى أنه استقبل في أحد مواسمه 70 مليون مشاركة لاختيار الفائز بلقب "ستار أكاديمي". (لعياضي، 2005، ص 20)

على العموم عرفت الفضائيات العربية منذ ظهور برامج تلفزيون الواقع على شاشاتها، شيوع أنواع عديدة أهمها:

- برامج الحديث الاستعراضي: تتخذ من الخلاف العائلي ومصاعب الحياة الزوجية ومخاطر تفككها، والحياة الحميمة للأشخاص موضوعاً لها. (لعياضي، 2005، ص 12)، على شاكله برنامج "المسامح كريم" الذي يقدمه جورج قرداحي على قناة أبو ظبي الإماراتية، و "أحمر بالخط العريض" على الـ LBC اللبنانية و "عندي ما نقلك" على قناة التونسية، و "ما وراء الجدران" على قناة النهار الجزائرية "ناس وحكايات" على الجزائرية وان... والقائمة طويلة لشقائق هذه البرامج التي تتغذى على الفضائح الأخلاقية لعامة الناس من خيانة زوجية وشذوذ وزنا محارم واغتصاب و... الخ. وهي في الأصل نسخ عن برنامج "أوبرا وينفري" Oprah Winfrey show الذي عرض لـ 22 موسماً، واستقطب اهتماماً عالمياً جعله يصنف عام 1998 على أنه أفضل برنامج تلفزيوني في القرن العشرين.

- برامج تغيير الوضعية الاجتماعية للمشاركين: هو ذلك النوع الذي يتطلب من المشاركين التخلي عن وضعهم الاجتماعي والمهني والثقافي، وتقمص دور آخر في سياق اجتماعي واقتصادي وثقافي مغاير (لعياضي، 2005، ص 13)

عن هذا النوع تحديداً؛ يقول نصر الدين لعياضي أنّ الفضائيات العربية لم تملك الجرأة لاستنساخ برامج تفرض على الزوجين أن ينفصلا مؤقتاً، ويستبدلا الشريك بآخر ويعيشا ضمن عائلة أخرى، ولكنها استعاضت عنها بالفكرة الأكثر حظوة بالقبول من الأولى، من خلال تعريب نسخة برنامج The farm تحت مسمى الوادي، وهو البرنامج الذي عرضته قناة lbc اللبنانية عام 2005، والذي يفرض على المشاركين العيش في مزرعة وفق نمط معيشة زراعي متقشف للتنافس على لقب أحسن مزارع.

- ويدرج ضمن ذات الفكرة البرامج التي عملت على تغيير شكل المشارك ومظهره، في محاولة صريحة لتكريس مقاييس الجمال الغربية التي يختصرها الشعر الأشقر والعيون الملونة والقذ النحيف الممشوق. (لعياضي، 2005، ص13)

وهو فعلا ما كرسه وجسده برنامج "بصراحة أجمل" الذي انطلق عرضه على قناة MBC1 سنة 2008، ثم حمل اسم مقدمته خيرة التجميل جويل ماردينان "جويل" الذي استمر عرضه لأكثر من عشرة مواسم، ولا يزال . تقوم فكرة البرنامج على تلبية رغبة المترشحات في تغيير مظهرهن وإطلالاتهن عن طريق الخضوع لسلسلة من العمليات التجميلية لتقويم الأسنان وتصغير الأنف وتكبير الصدر ونحت الجسم والتخلص من علامات التقدم في السن، وتغيير لون الشعر وقصته ونمط اللباس المعهود.

بنفس الفكرة أيضا انطلق برنامج " أنت أجمل " الذي عرضته قناة دبي TV وبرامج أخرى على المحطات الفضائية العربية بشكل ملفتٍ برعاية من كبريات شركات إنتاج مواد التجميل العالمية، ما يكشف التوجه الربحي التجاري لهذه القنوات وبعدها عن المضمون الجاد.

ننوه في هذا السياق أن حتى التقليد قد أصابت القنوات الفضائية الجزائرية بعرضها لبرنامج " بدل اللوك يحبوك" على قناة الجزائرية عام 2012، والذي تصطبح فيه مقدمة البرنامج المشاركة إلى صالون تجميل لتغيير لون شعرها وتزيين وجهها، بعد أن تكون قد رافقتها إلى أرقى محلات الملابس النسوية بالجزائر العاصمة، واقتُرحت عليها بدلتين أو أكثر مغايرة للستايل الذي تعودت على ارتدائه تماشيا مع الموضة أولا وشخصيتها ثانيا. ليختم البرنامج بلحظات درامية يختلط فيها الفرح بالبكاء من وقع المفاجأة التي أحدثتها رؤية المشتركة لمظهرها الجديد على مرآة كبيرة. وبنفس الفكرة وذات المقدمة شرعت القناة المذكورة مؤخرا في عرض برنامج الموضة والجمال "ميس شوبينغ miss shopping".

• برنامج نقل الواقع الحقيقي للمشاركين: تعتمد هذه البرامج على تصوير حياة الأشخاص في واقعهم الحقيقي وفي حياتهم اليومية، دون تغيير أو تعديل سواء كانوا من المشاهير أو كانوا أشخاصا عاديين. (لعزري، 2010، 67)، يلحظ فشل هذه الصيغة من برنامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية لاعتبارات تتعلق غالبا باحترام الخصوصية، قامت على اقتباس فكرة برنامج الواقع الشهير كيبينغ آب

ويد ذو كارداشيانز (Keeppeing up with the kardashians) - الذي عرضته MBC4 مترجما إلى العربية لأكثر من 10 مواسم-، البرنامج يعرض واقع حياة الشقيقات كيم Kim الأخت الكبرى وكورتني Kourtney وكلوي Khloé كارداشيان، شقيقهن روب Rob، أمهن كريس جينر Kris Jenner، وزوجها بروس Bruce المتحول جنسيا، وبناتهما كيندل Kendall وكيلي Kylie جينر، بالإضافة إلى شخصيات أخرى تترك آثارها على العائلة التي تحتل المرتبة الرقم 1 في الولايات المتحدة والعالم. كيم كارداشيان هي الأكثر شهرة بين أفراد العائلة على وسائل التواصل الاجتماعي. بدأت بفيلم إباحي تسرب قبل بضعة أعوام إلى الإعلام وساهم في تسليط الضوء عليها (أبي عازار، 2015)

على شاكلة هذا البرنامج عرضت قناة LBC اللبنانية واقع حياة خوات سنة 2014، والأخوات عبد العزيز The sisters (2015)، وكلاهما فشلا فشلا ذريعا، فالأول الذي يعرض حياة خمس أخوات بحرينيات لم ينجح في إقناع المشاهدين بواقعية ما يعرض عليهم ولم يجانس ثقافة المجتمع الخليجي، أما الثاني والذي يعرض يوميات الشقيقات اللبنانيات أليس، نادين و فرح اعتبر أسوأ نسخ الأخوات كارداشيان الأمريكي، تتمحور فكرة البرنامج حول الحياة اليومية للجميلات الثلاث، وما يفعلنه ويتحدثن به خلال النهار، كيف يستيقظن، وماذا يشربن أو يلبسن، ماذا يزعجن، وما رأيهن في ما يحصل حولهن؟ وقد كان التكلف والاصطناع في المواقف والمشاعر والتعبيرات اللفظية والجسدية السبب المباشر في فشل البرنامج.

إلى ذات النهاية وصل برنامج الملكة the queen للفنانة الإماراتية أحلام، بعد عرض حلقة واحدة منه على قناة دبي عام 2016، بعد الضجة التي أحدثها على مواقع التواصل الاجتماعي وهو بالأصل نسخة عن برنامج النجمة العالمية باريس هيلتون الذي عرض عام 2008 باسم "صديقي المقرب my new f f"، في البرنامج يتنافس 25 مترشحا من مختلف الأقطار العربية على كسب رضا الملكة المغرورة والمتطلبة بشئ الأساليب، للظفر بلقب مساعد في يرافقتها في حياتها الفنية.

• برامج المنافسات والمسابقات: قائم على التنافس والمواجهة، ويعد هذا النوع من برامج تلفزيون الواقع الأكثر حضورا على الفضائيات العربية لاعتبارات تجارية بالأساس، فكرة هذه البرامج تركز على تنافس عدّة مترشحين من بلدان عربية مختلفة في مراحل تصفوية للظفر بلقب أحسن صوت؛ مثلاً (the voice)، أو

موهبة (arab's got talent) أو ممثل (ararb casting) أو طاه (top chef)، أو مصمم أزياء (project runway middle east) .

- تجدر الإشارة أن الاتكالية وانعدام روح الإبداع لدى منتجي هذه البرامج قد تجاوز حد استيراد الفكرة، فسيناريوهاها وديكوراتها وحتى تعليقات أعضاء لجنة تحكيمها مستنسخة عن الأصل بصورة فاضحة مثيرة للسخرية والشفقة في آن واحد.

- مما يثير الانتباه أيضا، وأشارت إليه بعض الدراسات الإعلامية المتعلقة ببرامج تلفزيون الواقع هو أنه رغم تعدد المجالات التي تشملها هذه النوعية من البرامج فإن نسبة ما يقارب ثلاثة أرباع من برامج تلفزيون الواقع في القنوات العربية تقتصر على الجوانب الترفيهية مثل الغناء والرقص والألعاب وملكات الجمال وتصميم الأزياء والتجميل. بينما نجد أن الموضوعات الثقافية والجادة في برامج الواقع العربية مثل الشعر ومهارات الذكاء والاعتماد على النفس واتخاذ القرار واحترام الحوار وتقييم الذكاء والتشجيع على الخلق والابتكار لا تتجاوز ربع البرامج المقدمة. بل أقل من ذلك، وليس معلوما منها إلا أسماء قليلة كشاعر المليون (أبو ظبي)، نجوم العلوم (MBC4).

ثالثا: دوافع تعرّض الشباب العربي لبرامج تلفزيون الواقع

- حصر حسن عماد مكايي الأسباب الكامنة وراء اندفاع الشباب العربي نحو متابعة هذه المادة التلفزيونية في النقاط الآتية: (مكايي، 2005، 79)
- 1- مقدرتها على تهيئة الظروف النفسية للشباب قصد معايشة أجواء الحلم الجماعي وإفراغ هواجس ومكبوتات ترتبط بمعاناته من إحباطات واقعه المعيش.
 - 2- اعتقاد الكثير من الشباب العربي أنّ احتراف الغناء والرقص والرياضة وعروض الأزياء هو الطريق السريع لاكتساب الشهرة والثروة والجاه.
 - 3- تتميز المرحلة العمرية للشباب بحب الاستطلاع والاندفاع والمغامرة والظهور.
 - 4- تتميز برامج الواقع بطابع المنافسة والتسابق من أجل تحقيق النجومية، وترقّب ذلك على مراحل وفترات تمتد إلى شهور.
 - 5- يتيح تلفزيون الواقع حميمية مفتعلة بين المشاهد والمتسابق في البرنامج من خلال التصويت على من يبقى وعلى من يرحل، مما يشبع غريزة حب التسلط على الآخرين.

6- أصبحت برامج الواقع مطمحا هاما لبعض الشباب، فالأمر لم يعد يتوقف على مجرد المشاركة، وإنما التطلع إلى المشاركة والفوز.

7- يتيح التواصل مع هذه النوعية من البرامج البديل المناسب لبعض الشباب عن فقدان الحوار داخل الأسرة أو احتقانه، وتقلص التواصل مع الرفاق والأصدقاء.

8- يزداد إقبال الشباب على هذه البرامج ذات الأفكار المستوردة لفقدانه الأمل في تغييرات حقيقية في حياته العامة..

● وفي دراسة لهيئة اتحاد الإذاعات العربية أجريت على عينات من مشاهدي برامج تلفزيون الواقع في كل من لبنان والإمارات العربية المتحدة وتونس، كشفت عن أسباب مشاهدتهم لهذا النوع من البرامج كما يوضحه الجدول الآتي: (المنصف العياري وآخرون، 2008، 96، 117)

دوافع المشاهدة	العينة اللبنانية (116 مفردة)	العينة الإماراتية (100 مفردة)
الحاجة الطبيعية للترفيه	21.6%	32.46%
الهروب من الواقع الصعب والحلم بواقع أفضل	19.8%	16.88%
التسلية وتمضية وقت الفراغ نظرا لانتفاء البديل	18.1%	16.88%
الفضول وحب التلصص على خصوصيات الآخرين	16.4%	10.38%
الحاجة إلى المشاركة المفقودة في الحياة اليومية	10.3%	28.57%
التماهي مع النجوم كتعويض عن الكبت	10.3%	2.59%

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الدراسة .

● أما عزة مصطفى الكحكي، (الكحكي، دت، 24) فقد سجلت ارتفاع معدل الشباب الذين يشاهدون برامج تلفزيون الواقع بدافع " التسلية والشعور بالسعادة"، حيث أشار إلى ذلك بدرجة كبيرة نسبة 41.2% من عينة الدراسة، يليه دافع أنها " تقلل الشعور بالوحدة " بنسبة 39.2%، ثم دافع "محاكاة الأصحاب"، حيث ذكر 37.8% من العينة أنهم يشاهدون تلك البرامج بدرجة كبيرة لأن كل أصحابهم يتابعونها.

وذكرت نسبة 44.3% من أفراد العينة أن الدافع لمشاهدة تلك البرامج إلى حد ما هو أنه " تستهويني بعض شخصيات المتسابقين "، يليه إلى حد ما دافع " الاسترخاء والهروب من الضغط النفسي " بنسبة 43.4%، وتساوت هذه النسبة مع دافع أنها " تثير فضولي لمعرفة من الراح بنهاية البرنامج ".

- وجدت نسبة 47.6% وهي ما تقارب نصف العينة أن الدافع النفعي لمشاهدة برامج تليفزيون الواقع العربية كان إلى حد ما " أنها تساعدني على معرفة ملامح الواقع الذي نعيشه "

- جاء أيضاً الدافع بأنها " تشعرني بحرية التعبير وبسلطة اتخاذ القرار من خلال التصويت للمتسابقين " إلى حد ما بنسبة 46.8%، وتساوت نسبة العينة التي أشارت بأن الدافع النفعي لمشاهدة تلك البرامج إلى حد ما هو "أنها تسمح لي بمناقشة بعض الأمور المتعلقة بالحلقات مع الأصدقاء والأقارب، وأنها تزيد من مشاركتي للأسرة عند المشاهدة"، حيث حاز الدافعان على نسبة 46.5% لكل منهما، تلاهما دافع " اكتساب معلومات جديدة عن المتسابقين " إلى حد ما بنسبة 46.2%.

• أمّا سماح حسين القاضي فقد أظهرت دراستها؛ أن السبب الأهم الذي يدفع عينة الدراسة لمتابعة تلفزيون الواقع هو الملل بنسبة 80.33%، ثم تمضية وقت الفراغ بنسبة 79.42%، يليه الرغبة في الاستفادة من أسلوب حياة المشتركين بنسبة 67.58%، فالهروب من الواقع و الاطلاع على وسائل الترفيه التي يستخدمها المشاركون والتعرف على آخر المنتجات الاستهلاكية بنسبة 64% لكل سبب على حدة. (القاضي، 2014، 175)

رابعاً: تلفزيون الواقع... بين التقبل والرفض

تنشطر الرؤى حول هذا الموضوع في موقفين متباينين: أولهما يرى بعدم مسؤولية الأول عن الثاني، وثانيهما يعتقد بأن الثاني نتيجة حتمية وهدف غير معلن للسلع الثقافية التي يروجها الأول.

عرض الموقف المؤيد والمرحب:

يعتقد المتقبلون لفكرة برامج تلفزيون الواقع أنه حتمية إعلامية تندرج ضمن ثقافة العولمة التي تلغي التمايز وتحض على الاندماج فيما يعرف بالثقافة الكونية، وأنها مطلب ملح خاضع لاحتياجات الجماهير لمواد إعلامية تسلمهم وترفه عنهم وتنسبهم إحباطات واقعهم وانكساراتهم. (لعياضي، 2008، 7 بتصرف) ذلك

الإقبال المتزايد للجماهير على متابعتها والتفاعل معها، من كافة الفئات العمرية فلم يعد الأمر قاصراً على الشباب بل أطفالاً وكهولاً وحتى شيوخاً، ومن الجنسين ذكوراً وإناثاً.

ويذهب أحدهم إلى القول أن برامج تلفزيون الواقع " تُشكّل نافذة مشرعة على العالم، وظاهرة قد تسرع في تحول القيم وتشجّع على مزيد من الانفتاح في مجتمعات مغلقة تنتظر من يحركها". (الهرقام، 2005، 5)، وتسهل مهمة انتشارها من تخلفها ورجعيتها، في هذا الصدد سجلت سماح حسين القاضي ملاحظة عن برنامج " مخاطرتواجه الإعلام العربي"، الذي عرض على قناة أبو ظبي، تكرار عبارة: "لو أن العالم العربي بأسره تحول إلى ستار أكاديمي تغني فيه الشعوب العربية وترقص في الشوارع بناتا وشباناً، لما ظهر في العالم الإسلامي الشباب الإرهابي" (القاضي، 2014، 44)

وفي ذات السياق ترى باسمة يونس أن البث الفضائي العربي ساعد المجتمعات العربية على الخروج من بئر الجمود والتخلف الحضاري، من خلال " تعريف الإنسان العربي بالثقافة الغربية وتفتيح مداركه ومعارفه في ماهيتها بغرض الاستزادة منها والنهل من بحورها" (يونس، 2004، 493)

البعض الآخر انبرى لتبرئة ذمة هذه البرامج من تهمة التغريب التي ألحقت بها، مستنديين إلى نظرية النسبية الثقافية القائمة ليس فقط على نسبية تأثير التلفزيون وبرامجه، وإنما على خلفية نظرية تكشف على أن التباينات الثقافية بين الشعوب تنعكس في مضامين البرامج التلفزيونية وأن رؤية منتجها لها ولجمهورها تخضع - في آخر المطاف- لهذه التباينات (لعياضي، 2008، 6)

فالقول بحسبهم أن برامج تلفزيون الواقع تتحمل مسؤولية ضياع الأخلاق واندثار القيم في المجتمعات العربية مبالغة غير مبررة ومجانبة لواقع حال التلفزيونات العربية، ذلك أن مشاهد الانحلال الخلقي والعري كانت حاضرة على شاشات التلفزيونات العربية منذ بداياتها الأولى - وإن تباينت حدتها من قطر عربي لآخر- ولا أدلّ على ذلك ما دأبت السينما المصرية على تقديمه للمشاهد العربي من إحياءات جسدية ولقطات حميمة وعلاقات جريئة هي ذاتها التي تلاقي الرفض والشجب عندما تعرضها برامج الواقع.

• يتضح من خلال الطروحات السابقة أن مبررات الفريق الأول رغم ملامستها لواقع حال المشاهد العربي المكبوت عاطفياً المتلهف للفرجة والمتعة والمترقب للوafd الجديد، إلا أنها لا تتسم بالقدر الكافي من الموضوعية والمنطقية، ذلك أن البث الفضائي العربي لا يحقق التواصل الفكري والثقافي المتوازن بين طرفي المعادلة. لأن الكفة في الأصل راجحة باتجاه الطرف المالك للتقنية المتحكم في أبعادياتها، كما أن التسلية والترفيه لم تكن يوماً مرادفاً للابتذال والانحلال وسوء الأخلاق ولا مدعاة للتمرد والعصيان على قيم المجتمع.

عرض الموقف المعارض الناقد:

في الوقت الذي رحب فيه العديد من الشباب ببرامج تلفزيون الواقع، معتبرين إياها مصدر تسلية وإثارة، تعالت أصوات لتندّد بها معتبرة إياها جزءاً من خطة تهدف إلى التغلغل داخل المجتمعات العربية وتحطيم القيم والأخلاق فيها، وذلك عبر نشر الإباحية والانحلال الخلقي وتشويه عقول الشباب (الهرقام، 2005، 5) مما يشيع حالة من الاضطراب الاجتماعي، وعدم الاستقرار في العلاقات العامة الاجتماعية، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، والهروب من التصدي لواقع الحياة، والاستسلام له، والانهار بالنموذج الأجنبي على حساب الهوية الثقافية، وكذلك تراجع الانتماء للهوية وازدياد اليأس والإحباط. (عيساني، 2010، 223)، وعلى العموم يمكن ذكر بعض تأثيرات برامج تلفزيون الواقع على المشاهد العربي في النقاط الآتية:

• تفكيك العلاقات الاجتماعية التقليدية: فقد أسهمت برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية في زعزعة الاستقرار الاجتماعي في العديد من المجتمعات، وقد تجلّى ذلك في تقويض أركان النظم الاجتماعية وضعف درجة الالتزام بالمعايير والأنماط الاجتماعية من جانب أعضاء المجتمعات.

• النزوع نحو الفردانية وقتل الإحساس بالجماعة: من خلال تمجيد المغامرة الفردية والشعور بالعظمة الذاتية وتغليب قيم النفعية والمصلحة الشخصية. وإضعاف الروابط الأسرية وتعميق المشاعر الذاتية على حساب الالتزام الجماعي.

- إضافة إلى أنها تعمل على ترويج التعصب القطري، حيث ينقسم الجمهور المشاهد إلى أحزاب وطوائف، يناصر كل منها مرشح القطر الذي ينتمي إليه عبر الاتصالات والرسائل القصيرة SMS، بغض النظر عن جدارة المتسابق وأحقّيته بالفوز

"مما يعزز ثقافة الإقصاء على حساب ثقافة التسامح والقبول بالآخر". (مكاوي، 2005، 80)

● **اللاهدفية وفقدان القيمة:** فالتلفزيون كما أشار باركر ولایل وشرام يؤدي إلى الانسحاب من الحياة الواقعية إلى العزلة والتفاعل مع شاشة العرض التي يستسلم لها المشاهد، ويمتص ما تقدمه له ويتشرب ما يتضمنه من قيم، فهي تستغرقه وتهيمن عليه. (إمام، 1995، 253).

● بمعنى أن تكرار عرض الظواهر السلبية يمنحها شرعنة وقبولاً لدى المشاهد، وهذا بالفعل ما يراهن عليه القائمون على إنتاج برامج الواقع، فاللّغط الذي أحدثته في بدايات ظهورها- بسبب الجرأة التي اتسمت بها-نسبياً لم يثبم البتة واستمر عرض البرامج لأكثر من موسم واستمر معها إقبال الجماهير على مشاهدتها ويمكن القول أنه تضاعف.

● **تكريس النمطية وقتل روح الإبداع:** فتداول قوالب جاهزة لبرامج تلفزيون الواقع على نطاق واسع في سوق التلفزيون المعولم؛ أفرغ العملية الإبداعية من محتواها وقلص مساحة الخلق والابتكار في التلفزيون، حيث صرنا نشاهد ضرباً من الاستنساخ التلفزيوني الذي يخشى أن يؤدي في نهاية المطاف إلى تنميط للأذواق والسلوكيات، وفرض نماذج ثقافية واستهلاكية مهيمنة في ظل عولة غير متكافئة. (الهرقام، 2005، 6) - كما أن برامج تلفزيون الواقع تعتبر فضاء لتسليع العواطف والمشاعر الإنسانية فضلاً عن تأثيراتها السلبية في العلاقة بين الجهد والوجاهة، حيث أصبح التلفزيون وسيلة للشهرة حتى وإن كان الشخص فاقداً للشروط التي تؤهله لاكتسابها. (الهرقام، 2005، 6). ما يجعل الشباب العربي يعتقد بأن احتراف الغناء والرقص وعروض الأزياء هو الطريق السريع لاكتساب الشهرة والثروة والجاه وتحقيق النجومية المطلقة. يقول لعباضي في هذا السياق: "إن جوّ الإحباط الذي يعيشه الشباب العربي وانسداد أفقه، وتضاؤل آماله في المستقبل، جعل الكثير يعتقد أن احتراف الرياضة أو الغناء أو عرض الأزياء والموضة هي المنفذ الوحيد للرقى الاجتماعي ولاكتساب الجاه والثروة" (لعباضي، 2005، 28). وللتأكد من صحة هذه الفرضية يمكن مراجعة عدد الأشخاص الذين يغمرون أماكن إجراء مسابقات الانتقاء كل عام.

● **زعزعة القيم الأخلاقية والدينية ونشر الرذيلة والإباحية:** من خلال محاصرة المراهقين والشباب - بالدرجة الأولى- بمواد ثقافية يؤدي تعرّضهم المتواصل لها تدريجياً إلى فقدان الإحساس بالانتماء وإلى أزمة أخلاقية وغربة ثقافية. من خلال عرض

الحميميات بشكل مبالغ فيه، والتركيز على إثارة الغرائز وتشجيع معاقرة الفواحيش بتجسيم المفاتن وكشف العورات بلباس فاضح وبلقطات مكبرة تنزل بالمرأة عن مستواها الإنساني، وتصورها على أنها سلعة تقتزن بلذات ونزوات الرجال. -إضافة إلى أنها بحسب الكثير من الدراسات تروج لمبدأ التجسس أو التلصص على خصوصيات الأفراد، وتتيح إقامة علاقات بين الشبان والفتيات في فضاء مغلق، على امتداد ساعات الليل والنهار. (مكاوي، 2005، 80) الواقع الذي أفضى إلى تسجيل تجاوزات عديدة وثقتها كاميرات المراقبة المنتصبة في كل زوايا البناية التي تأويهم، مشاهد المجون والخلاعة التي رافقت العلاقات الغرامية التي نشأت بين المتبارين والتي ضجبت بها مواسم ستار أكاديمي العربي كانت أكثر الأسباب التي رفعت نسب مشاهدتها وزادت من إقبال المراهقين والشباب بالدرجة الأولى على مشاهدتها. ومن ثمة تقليدها دونما حرج.

ويقول بن بلقاسم: "إن هذه النوعية من البرامج غالبا ما تكون قاسية، وتعرض المشاركين للإذلال من أجل تسليية المشاهدين والحفاظ على مستوى إثارة ومشاهدة مرتفع، فأغلب قراء الصحف يبحثون عن الفضائح، وهذه الروح هي ما دفعت إلى نجاح "تلفزيون الواقع"، وللأسف فإن هذه البرامج تفتخر بأنها تقدم لجمهورها "العزير والوفي" فضائح حية على الهواء. (العرب، ع13، 10823)

● خلق فجوة بين الأجيال ودفع الشباب إلى التمرد والعصيان: يعد الشباب العربي هو الفئة الرئيسية المستهدفة ببرامج تلفزيون الواقع، لأنه يميل بطبيعته إلى التجديد والفضول في التعرف على الوافد، وهو لا يملك مع ذلك الحصانة الفكرية التي تعصمه من السقوط في شرك الاحتواء الثقافي مما قد يضعف ارتباطه بتراث أمته فيكون أقرب إلى فقدان هويته الثقافية والوقوع برائن التضييل الفكري والتشويه العقدي. (النجيري، 1991، 215). الذي يضعه في المواجهة على جبهات عدة، بدء من الأسرة وانتهاء بالأمّة والدولة.

● إثارة الشعور بالانهار بالغرب: يشكل الانهار بالغرب ظاهرة نفسية واجتماعية تتمثل في دهشة طرف بآخر، مع امتزاج تلك الدهشة لدى الطرف الأول بأنه عاجز عن اللحاق بالثاني أو مصارعته أو القيام بأداءات تصل في مستواها إلى مستوى أدائه، مما يشيع لديه حالات من اليأس والحيرة والتردد أو الشك وفقدان الثقة بالنفس. (الهييتي، دس، 322)

يمتد هذا الإحساس والإحباط باليأس مدى أوسع عندما تتظافر جهود وسائل الإعلام على تصوير واقع العرب والمسلمين المتشرذمين سياسيا، المتناحرين عقائديا، المتخلفين تكنولوجيا، والفلسين فكريا، والمأزومين اقتصاديا واجتماعيا.

● نشر ثقافة الاستهلاك: من جانب آخر فبرامج تلفزيون الواقع تقوم "باستنزاف أموال المواطن العربي في أمور سطحية مما يمثل هدرا اقتصاديا" (مكاوي، 2005، ص80)، يقول أديب خضور بهذا الصدد: "ضمن المفهوم العام لتلفزيون الواقع، الجمهور هو الذي يشارك ويتصرف ويتحرك ويرسم السيناريو ويصوت للرايح، وبالتالي هو الذي يصنع البرنامج، بهذه الصورة تستفيد الشركات الإعلانية من سلوكيات الجمهور" (العرب، 2017، 13)، فعن طريق فتح اعتماد خطوط الهاتف في كل دولة والحصول على الأرقام، يتم اقتسام عوائد المكالمات بين فاتح اعتماد الخط وهو القناة، وبين مقدم الخط وهو شركة الاتصالات، الأمر الذي يعود على هذه القنوات بالريح الوفير، وخاصة إذا علمنا أن الإحصاءات تؤكد وجود عشرات الملايين من المتصلين بهذا النوع من البرامج عبر الوطن العربي. خداع منظم ومدرّس يتعرض له الجمهور عبر هذه البرامج، هدفه إفراغ جيوب المتصلين المتلهفين والمتعلقين بهذه "الموضة" من البرامج.

● بعد هذا العرض؛ ربما لقائل أن يقول أن ما سبق ذكره يندرج في إطار ما يعرف بنظرية المؤامرة، وهو رأي لا يجانب الصواب فالحقيقة التي لا يجب أن نتجاهلها أن برامج تلفزيون الواقع وصفة ناجحة بامتياز يستمر المشاهد العربي في تذوقها بالرغم الجدل الذي تثيره -على مستواه الفردي وعلى المستوى الجمعي- وتفرض عليه محاكاة واقع لا يمت بصلة لواقعه بوعي أو دونما وعي. ومن هنا وجب النظر إلى هذه الظاهرة بنظرة مغايرة فبدل الشجب والرفض لها وتحميلها وزر الانحلال الأخلاقي الذي استشرى في مجتمعاتنا، وجب البحث عن البديل وتقديمه لهذا المشاهد المتعطش.

ختاما: مقترحات وحلول

يتعين في نهاية هذا الطرح رصد بعض الأفكار التي قد يشكل تجسيدها محاولة ذات جدوى للحد من تأثيرات برامج تلفزيون الواقع العربية وتخفيف حدة الاغتراب الثقافي الذي يعيشه المشاهد العربي نتيجة لها - في ظل استحالة محاصرة الظاهرة وإقصائها وانتفاء البديل -، والتي يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

- اعتماد قواعد الحوكمة الرشيدة في إدارة المؤسسات الإعلامية وفرض احترام مواثيق الشرف المهنية.

- استحداث هيئات لمراقبة المحتوى الإعلامي المروج عبر الفضائيات العربية وإخضاعه للحجب أو المنع والتوقيف في حال تسجيل تجاوزات.
- تكييف برامج تلفزيون الواقع مع قيم الثقافة العربية الإسلامية وتحويرها لخدمتها وإشاعتها وتعزيز ارتباط الناشئة بها.
- تشجيع إنتاج برامج الواقع الجادة التي تعنى بتطوير المهارات وصقل المواهب وتحفيز الذكاء.
- تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية - بدء من الأسرة مروراً بالمؤسسات الدينية والتعليمية ووصولاً إلى مؤسسات المجتمع المدني- في عملية التوعية بمخاطر التلوث الثقافي الذي تشيعه برامج الواقع المستنسخة التي تعرضها الفضائيات العربية عن طريق تقوية الوازع الديني وتشجيع الأجيال على الارتباط بقيم ثقافتهم الأصيلة والاعتزاز بتفرداتها وتمايزها.
- تشجيع دراسات الجمهور للوقوف على احتياجاته والأخذ بمقترحاته للارتقاء بالمنتج الإعلامي.
- الرقابة الوالدية على نوعية البرامج التلفزيونية التي يشاهدها الأبناء، وتقنين مدة وفترات المشاهدة وتشجيع المشاهدة الجماعية والابتعاد عن فكرة تلفزيون الغرفة.

قائمة المصادر والمراجع:

1. ابن منظور، (دت)، لسان العرب المحيط، دط، بيروت، دار الجيل ودار لسان العرب، المجلد الأول.
2. إمام، إبراهيم، (1995)، الإعلام الإذاعي والتلفزيون، د ط، الكويت دار الفكر العربي.
3. بدر، عبد المنعم محمد، (1414هـ)، الاغتراب وانحراف الشباب العربي، المجلة العربية للدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، (16/8).
4. بن نبي، مالك، (1987)، شروط النهضة، ت: عمر كامل مسقاوي وعبد الصبور شاهين، (ط4)، دمشق، دار الفكر للطباعة والتوزيع والنشر.
5. بن نعمان، أحمد، (دت)، هذي هي الثقافة، (ط1)، الجزائر: دار الأمة.
6. الحاج، كميل، (2001)، الموسوعة الميسرة في الفكر الفلسفي والاجتماعي، (ط1)، بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، 2001.
7. بن الشيخ، عبد القادر، (2005)، تلفزيون الواقع: أنموذج عابر أم رؤية متجددة؟، مجلة الإذاعات العربية، ع1.
8. الزرن، جمال، (2005)، عن تلفزيون الواقع وإليه: بداية الواقع أم نهاية الأسطورة؟، مجلة الإذاعات العربية، ع1.
9. طالب، محمد نبيل، (2009)، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، (ط1)، القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع.
10. العابد، حسن عبد الله (2004)، أثر العولمة في الثقافة العربية، دط، بيروت، دار النهضة العربية،

11. عبد الكافي، إسماعيل عبد الفتاح، (دت)، معجم مصطلحات عصر العولمة: مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وإعلامية، دد.
12. عزي، عبد الرحمن، (2003)، الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ع295.
13. عماد، عبد الغني، (2008)، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية.
14. العياري، المنصف، نهوند القادري عيسى، خالد زعموم، (2008)، ظاهرة تلفزيون الواقع وامتدادها في التلفزيونات العربية، تونس، اتحاد الإذاعات العربية.
15. عيساني، رحيمة، (2010)، برامج الفضائيات العربية: قراءة نقدية في المحتوى القيمي، ورقة مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي حول: الفضائيات العربية والهوية الثقافية، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.
16. غواي داي، بابا وآخرون، (1983)، التنمية الثقافية: تجارب إقليمية، ت: سليم مكسور، (ط1)، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
17. القاضي، سماح حسين، (2014)، تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية، (ط1)، عمان، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
18. الكحكي، عزة مصطفى، تعرض الشباب العربي لبرامج تلفزيون الواقع بالفضائيات العربية وعلاقته بمستوى الهوية لديهم، د م ن.
19. النجيري، محمود محمود، (1991)، الأمن الثقافي العربي: التحديات وآفاق المستقبل، (د ط)، الرياض، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.
20. لبيب، سعد، (1984)، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج.
21. لعياضي، نصر الدين، (2008)، تلفزيون الواقع في المنطقة العربية، بين التجانس الثقافي والنسبة الثقافية، نشرت هذه الدراسة ضمن الفصل الخامس من الكتاب الجماعي المعنون: ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية.
22. لعياضي، نصر الدين، (2005)، تلفزيون الواقع: رهانات التسلية، مجلة الإذاعات العربية، ع1.
23. لعززي، آمال، (2010) برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3.
24. مكاي، حسن عماد، (2005)، تلفزيون الواقع ومخاطره على الشباب، مجلة الإذاعات العربية، ع1.
25. الهرقام، عبد الحفيظ، 2005، تلفزيون الواقع: أي واقع، مجلة الإذاعات العربية، ع1.
26. وهبة، مراد، (2004)، الاغتراب والوعي الكوني، مجلة عالم الفكر الكويت، العدد الأول، 1979.
27. يونس، باسمه، دور وسائل الإعلام في إنتاج ثقافة هجينة، دمشق، منشورات الاتحاد العام للأدباء والكتاب العرب.
28. Bruno Ollivier, 2007 Les sciences de la communication Théories et acquis. Paris. Armond Colin
29. مواقع إلكترونية:
- أبي عازار، كريستين، (2015)، آل عبدالعزيز: كارداشيان العالم العربي؟ متوفر على الرابط <http://raseef22.com/life/2015/03/03/abdulaziz-kardashians-of-the-arab-world>
- العرب، تلفزيون الواقع لا علاقة له بالواقع، نُشر بتاريخ 25/11/2017، ع 10823. السنة 40، متوفر على : <http://www.alarab.co.uk/pdf/2017/11/25-11/p13.pdf>

الإعلام الجديد كمجال لانتعاش الفضاء العمومي في الدول العربية

أ/ تسعديت قدوار

جامعة مولود معمري (تيزي وزو)

البريد الإلكتروني : tguedouar@live.fr

ملخص

كان لوسائل الإعلام مساهمة هامة في التأسيس للفضاء العمومي باعتبارها تمنح إمكانية حدوث المناقشات الحرة والمتصلة بالشأن العام، بهذا تتجلى وسائل الإعلام كأداة رمزية للوساطة بين الفاعلين السياسيين، وجمهور وسائل الإعلام والمواطنين لكن وفي العديد من الدول العربية كانت محتكرة من السلطة ومنفصلة أيضا عن المجتمع بما أنها تقوم بوظيفة إقصاء الناس من الفضاء العام وتمنعهم من المشاركة في النقاش العام لكن مع بروز الإعلام الجديد شكل فضاء بديل و مواز في نفس الوقت باعتباره يمثل مجالا يحتضن النقاش العام والتعبير عن القضايا السياسية والثقافية ونشر الأفكار استثماره العديد من المواطنين المقصين من الفضاءات العمومية ومن وسائل الإعلام.

الكلمات المفتاحية الإعلام الجديد، الفضاء العمومي، المستخدم، المجتمع المدني، الديمقراطية الرقمية، الرأي العام.

Abstract :

The media has made an important contribution to the establishment of the public sphere as it offers the possibility of free and public debate , the media is seen as a symbolic tool for mediating between political actors, the media and citizens, but in many Arab countries it has been monopolized by Authoritys , they are detaching from society as they exclude people from public sphere and prevent them from participating in the public debate, but with the emergence of the new media formed an alternative and parallel sphere at the same time as an area that embraces public debate and the expression of political and cultural issues and

dissemination of ideas' It has been invested by many citizens who are excluded from public sphere and from the media.

key words :new media' public sphere' users' civil society' digital democracy'public opinion.

مقدمة

تم تداول مفهوم الفضاء العمومي l' espace public بداية من قبل ايمانويل كانط ثم اعتمده يورغن هابرماس Jürgen Habermas حيث شاع استعماله في التحليل السياسي خلال سبعينيات القرن الماضي وقد أصبح هذا المفهوم مرجعا لمن يطالبون بالديمقراطية، الفضاء العمومي هو نتيجة لحركة تحررية ثمنت الحرية الفردية التعبير عن الآراء و مكنت مختلف الفاعلين (السياسة، المجتمع، الدين، الثقافة) من التهاور المعارضة وأدى التطور الهائل لتكنولوجيات الاتصال الحديثة و على وجه التحديد الانترنت إلى توسيع رقعته و وظيفته وتجددت أدواره و من يسيطر عليه و الكيفية التي يستغل بها لأهداف مختلفة سياسية، اتصالية وثقافية حاليا انتدب الفضاء العمومي أشكال جديدة من صحافة مكتوبة إذاعة تلفزيون وأبرزها على الإطلاق الانترنت.

مكنت الانترنت من بروز ظاهرة جديدة لم تتضح معالمها بعد و مازال الجدل قائما حولها ابتداء بالصيغة الأنسب لمسمائها و انتهاء بدلالاتها و نتائجها الاجتماعية والثقافية والسياسية وهي ظاهرة الإعلام الجديد يتسم هذا النوع من الإعلام الذي يعد نتاجا للتزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة والرؤى الاجتماعية بصيغته الديمقراطية و انفتاحه و تكيفه مع الطبيعة المرنة للشبكة ويتقاسم الكثير من السمات مع الوسائط التقليدية إلا أنه يتجاوزها إلى صيغ أكثر تجديدا و جماعية فهو يشمل جمع المعلومات و التحقق منها و غريبتها معتمدا في ذلك صيغ جماعية الفعل و منها المدونات، الشبكات الاجتماعية، المنتديات إلخ.¹ لقد منحت مختلف تطبيقات الإعلام الجديد الفرد مجالا لممارسة الرفض والتعبير بعيدا عن آليات المنع و القمع و مختلف أشكال الإقصاء والتضييق، يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل

¹ - الصادق رابح، إعلام المواطن بحث في المفهوم و المقاربات :فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم والمقاربات و الرهانات، الطبعة الأولى، لبنان : دار النهضة العربية، 2013، ص 292.

المنافع و المعلومات و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، حيث لم تعد المعلومة و الرأي و الخبر حكرا على طرف ما دون غيره حيث ظهرت أطراف أخرى بمقدورها أن تمارس سلطة مماثلة تقريبا للفاعلين التقليديين في الفضاء العمومي بالتالي أصبحت بديلا لوسائل الإعلام التقليدية من الصحافة المكتوبة من ثم الإذاعة وصولا إلى التلفزيون التي استغلت في العديد الدول العربية و التي استحوذت السلطة الحاكمة عليها و منها على الفضاء العمومي وعلى عملية إشهار الأفكار والآراء والأحداث. بالتوازي مع هذا الواقع وبروز و انتشار الإعلام الجديد تشكل فضاء عمومي بديل و مواز وهو الفضاء العمومي الافتراضي، فضاء تملكه المواطنون في هذه الدول العربية تجلت من خلاله شخصيات وأحداث وقضايا من الحياة اليومية والاجتماعية والحياة السياسية والثقافية كانت محجوبة عن الفضاء العمومي التقليدي و استخدمه الناشطون والمناضلون السياسيون للتعبير عن آرائهم السياسية ولمناهضة النظام و تشكلت في الفضاء العمومي الافتراضي نخبة جديدة اكتسبت تدريجيا بواسطة مختلف تطبيقات الإعلام الجديد قدرة على التعبير السياسي و استحداث فضاءات للنقاش .

- الإعلام الجديد : التعريف و أهم تطبيقاته

بالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح للعالم للإعلام الجديد بسبب حالته الديناميكية المتغيرة والمتطورة بشكل مستمر إلا أن الحقيقة المؤكدة أن كثيرا من الأشكال الإعلامية والأنماط الاتصالية الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلامي، وتستقطب أعدادا متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد (الإنترنت) التي قامت بدمج الوسائل الاتصالية المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، وغيّرت كثيرا من المفاهيم الإعلامية التي استقرت لسنوات طويلة عند الباحثين والأكاديميين، كما أدت إلى تغيير الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة ورجع الصدى.

عرف الباحث عباس مصطفى صادق الإعلام الجديد بأنه: "الإعلام الرقمي Media Digital لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهم أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر و يطلق عليه الإعلام التفاعلي طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين

المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة.¹

و من التعريفات التي اقترحها الباحثان صونيا ليفنقستون و ليا ليفرو فإن الإعلام الجديد يحيل إلى التكنولوجيات الجديدة و العوالم المرتبطة بها، بيئة تحتية تتكون من ثلاث مستويات : الأجهزة أي الوسائل والأدوات المادية (الكومبيوتر والهاتف الجوال) و الممارسات (على غرار التدوين، الدردشة، التسويق) والتنظيمات الاجتماعية، إن الإعلام الجديد ليس عندئذ ظاهرة تكنولوجية أو وسائل يمكن أن يطوعها المستخدم حسب مشيئته، بل تتضمن إمكانيات وتطبيقات يفعلها المستخدم في سياقه الاجتماعي والثقافي أو يتجاهلها، وفي المقابل فإن السياق الثقافي يؤثر فيها لأن هذه الأشكال الجديدة من التعبير و من الفعل ومن التنظيم مخصصة، أي أن دلالاتها وأبعادها مرتبطة بسياقات محددة.²

أما الصادق رايح يعتبره نتاجا للتزاوج بين الكثير من التطورات التكنولوجية المتسارعة و الرؤى الاجتماعية بصبغته الديمقراطية و انفتاحه و تكييفه مع الطبيعة المرنة ويتقاسم الكثير من السمات مع الوسائط الاتصالية التقليدية إلا أنه يتجاوزها إلى صيغ أكثر تجديدا وجماعية فهو يشمل جمع المعلومات والتحقق منها و غرلبتها معتمدا في ذلك على صيغ جماعية الفعل ومنها المدونات والموسوعات والشبكات والمنتديات.³

تجدد الإشارة أنه توجد العديد من التسميات الأخرى للإعلام الجديد وذلك وفقا لوظائفه و أدواته فهناك من يصفه بأنه "إعلام عصر المعلومات" على اعتبار أنه ناتج عن تزاوج ظاهرتي تفجر المعلومات و الاتصالات عن بعد و هناك من أطلق عليه "الإعلام البديل" بعد نجاحه في تجاوز أحادية خطاب وسائل الإعلام التقليدية وأيضا إعلام المواطن من خلال الشبكات الاجتماعية المدونات المنتديات ... و أيضا الإعلام الرقمي التفاعلي الذي أتاح إمكانية مشاركة المستخدم و تحقيق درجة أعلى من التفاعلية و التحكم في الاتصال كما يطلق عليه إعلام الوسائط المتعددة لحالة

¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان: دار الشروق، 2008، ص31.

² - الصادق الحمامي، الميديا الجديدة و المجال العمومي : لإحياء و الانبعاث، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد الثالث لسنة 2011، تونس: اتحاد الإذاعات العربية، ص20.

³ الصادق رايح، مرجع سبق كره، ص362.

الاندماج التي تتم داخله بين النص و الصورة و الفيديو و كذلك إعلام الوسائط
التشعبية لطبيعته المتشابهة و إمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع
بعضها بوصلات تشعبية.

بناء على ما سبق يمكن التأكيد على أن الإعلام الجديد هو مجموعة المعطيات
التي يقوم الفرد بجمعها وإعطائها شكلا، من ثم نشرها و مشاركتها عبر تقنيات
الاتصال الحديثة بهدف الإخبار التعليم أو التأثير و يمكن تقسيمها إلى ما يلي :

➤ مواقع التحرير الجماعي (الويكي)

➤ المدونات

➤ منتديات المناقشة و غرف الدردشة الإلكترونية

➤ المواقع الإخبارية التساهمية أو من المواطنين

➤ مواقع مشاركة المحتوى

➤ شبكات التواصل الاجتماعي

- الفضاء العمومي الدلالات و النشأة في الدول العربية

يشير مفهوم الفضاء العمومي إلى أنه ثمة قطاعا في الحياة مفتوحا للتفاعل
الكلام و الآراء و التداول الفكري و المنظرات السياسية و الاتصال فيما بين الأفراد
إنه تلك الساحة التي يخرج إليها أفراد المجتمع بهدف الحوار و النقاش مع غيرهم
فيما يتصل بالمسائل العامة، يعتمد هذا الحوار على عدد من المبادئ العامة تتمثل
في عقلانية التفكير و قبول الآخر و التسامح و الإيمان بالتعددية و حرية الرأي والتعبير
و يهدف الجميع من هذا الحوار النقدي البناء إلى التوصل إلى الاتفاق الجمعي أو
تكوين الرأي العام الموضوعي الذي يبتعد عن أية مصلحة خاصة فيما يتصل
بالمسائل العامة التي كانت تشكل جوهر الحوار و مادته الكلامية .

يعرف يورغان هابرماس Jürgen Habermas الفضاء العام أنه مجال
للممارسات الفكرية المبنية على الاستعمال العام للعقل والمنطق من طرف أفراد
خواص حيث قدراتهم النقدية غير مرتبطة بانتمائهم إلى جهاز رسمي ما أو إلى بلاط
الملك و لكن يرتبط بنوعية قراءاتهم و مشاهدتهم الذين جمعتهم متعة الحوار
التعايشي¹ كما يعرفه أيضا بأنه المسار الذي يستحوذ من خلاله عامة الناس وهم

¹ - Vallerie Devillard, Hélène Janiere, **Espace public, communauté et voisinage** , In «
les espaces publics modernes », Paris : Edition le Minitour, 1997, p16.

أفراد يحتكمون إلى العقل على المجال العمومي المسير من طرف السلطة وتحويله إلى فضاء يمارس فيه النقد من خلال العقل والحكمة الذي يجب أن يتمّ عبر الاتصال العقلاني يمارسه عموم الناس ويجهرون بمداولاتهم ونقاشاتهم للعموم¹، لكن أمام الانتقادات التي تعرض لها أعاد النظر و اعترف بأن المجال العام كان متنوعا منذ نشأته الأولى و أنه إلى جانب المجال العام البورجوازي، يوجد مجال عام آخر، يضم الطبقات الدنيا من المجتمع.

و يرى لوي كيري أن الفضاء العمومي هو «النظام الذي تمثل الجماعة من خلاله ذاتها» أما الصادق الحمامي فيرى أن الفضاء العمومي هو مجال تمثيل الحياة الاجتماعية من ناحية أولى و من ناحية أخرى مجال المداولة في القضايا عبر النقاش العام.⁽²⁾ يعرفه كذلك على أنه ذلك المجال الرمزي الذي يتكون من الفضاءات التي تحتضن النقاش العام و الحجاج العلني في قضايا الشأن العام و التي يتشكل من خلالها الرأي العام عبر النقاش في المسائل العلمية التي تتعلق بإدارة الجماعة لذاتها.³

ارتبط ظهور الفضاء العمومي بأوروبا -الغربية في كل من فرنسا و ألمانيا وبريطانيا- حسب هابرماس خلال القرن الثامن عشر أين كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي و يناقشون في مسائل تتعلق بالفن و الأدب في مرحلة أولى ثم في مسائل سياسية بعد الثورة الفرنسية، و اتسم النقاش و الحجاج في هذه الفضاءات بالتكافؤ و العقلانية و على هذا النحو فإن النقاش العقلاني و الحجاج النقدي يمثلان الوساطة التي يتشكل من خلالها الرأي العام باعتباره المعيار الذي يتفق حوله المتحاورون للحسم في مسائل تتعلق بالحياة العامة.⁴

¹ - Jürgen Habermas , **L'espace public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise**, traduit par Marc B. de launay, Paris :Edition Paillot, 1990 , p46..

² _ الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص 17 .

³ - الصادق الحمامي، الإعلام التونسي ... أفق جديد بورقبيبة و الفايبيوك ... المدونون ... النقاب في الإعلام ..."، الطبعة الأولى، تونس: دار آفاق، 2012، ص 15.

⁴ -Louis quéré , **L'espace public de la théorie politique a la métathéorie sociologique**, revue quaderni n° 18, 1992,P77.

أما الفضاء العمومي العربي حسب الباحث الصادق الحمامي تكون وفق ثلاث نماذج وهي¹:

❖ نموذج صحافة الرأي : دشن مع ظهور المطبعة و الكتاب و الصحافة المكتوبة التي تشكلت حولها نخب جديدة تتميز عن النخب التقليدية المرتبطة بالمسجد باعتباره مؤسسة متعددة الأدوار ، مثلت الصحافة الوسيط المركزي الذي نظم المجال الإعلامي في تلك الحقبة فهي كانت مجالا للنقاش الفكري و الجدل السياسي و طرح القضايا العامة فالصحيفة واسطة بين المثقفين فيما بينهم من جهة و بين النخبة المثقفة و جمهور المتعلمين الجدد الذي أفرزهم النظام المدرسي الجديد والكلاسيكي، مثلت الآراء الفكرية و المواقف السياسية الهدف الأعلى للصحيفة .

❖ نموذج المجال السلطوي : الأنظمة السياسية العربية بعد الاستقلال كانت ذات طابع سلطوي و استبدادي وقامت باحتكار وسائل الإعلام و تحول الصحفي نتيجة لذلك من مثقف حامل لمشروع فكري إلى موظف تحكمه التبعية للدولة، أسست وسائل الإعلام و خاصة التلفزيون علاقة عمودية و سلطوية بحتة مع الجمهور لأنها اشتغل كحامل لخطاب الدولة.

❖ نموذج المجال العمومي الوطني المتعدد الفضاءات : شهدت الدول العربية ابتداء من تسعينيات القرن الماضي عدة تحولات عميقة للأطر التكنولوجية والاجتماعية للإعلام في العالم العربي و التي ساهمت في تشكيل عوامل داخلية مرتبطة بالسياق الثقافي و السياسي و خارجية مرتبطة بالعولمة و مقتضياتها ذلك أن هذه التحولات تحققت في سياق مجتمعي اتسم بتعاظم المطالبة بالديمقراطية والمشاركة السياسية بدأ ما نسميه "الفضاء الإعلامي العربي" في التشكل متسما بالخصائص التالية:

➤ تنوع الوسائل الإعلامية و الاتصالية الذي تكونه و تداخل البعد الوطني (القطري) العربي (القومي) خاصة فيما يتعلق المجال التلفزيوني.

➤ تقلص استقبال الإعلام الأجنبي و ظهور إعلام أجنبي بلغة عربية يطرح قضايا العالم العربي، ظهور فاعلين جدد أتاحت لهم إمكانيات متفاوتة للظهور الإعلامي، كالمثقفين و الحركات السياسية المعارضة و الشباب و النساء .

¹ - الصادق الحمامي، الميديا الجديدة و المجال العمومي : لإحياء و الانبعاث، مرجع سبق ذكره، ص ص 18، 19.

➤ ظهور مضامين جديدة ذات بعد سياسي و ثقافي و التي كان يحجبها الإعلام الرسمي و يمنع التداول فيها و تحولت الانترنت إلى مجال رحب لنشاط الحركات السياسية و الأفراد، أما ثقافيا فشكل ظهور الخطابات الحميمية و الشخصية تحولا رئيسيا من خلال أنماط برامجية تلفزيونية قائمة على الإفصاح عن خطاب الفرد و عوامله الخاصة التي وجدت أيضا في الانترنت مجالا للتعبير عن نفسها.

➤ ظهور أنماط من التفاعلات تختلف عن التفاعلات لتي كان يتسم بها الإعلام الوطني بمختلف وسائطه، إذ كان هذا الإعلام يقوم على نمط من التفاعل غير متكافئ و سلطوي و عمودي و يسمح التلفزيون و الانترنت بظهور أنماط من التواصل الأفقي بين الأفراد و الجماعات تساهم بدورها في تحول الإعلام إلى فضاء عام.⁽¹⁾ أدت هذه التغيرات التكنولوجية و بروز الإعلام الجديد إلى تغيير الفضاء العمومي espace public حيث أصبح لدى الأفراد القدرة علي التعبير عن آرائهم في قضايا السياسة العامة و أصبح لدي مؤسسات المجتمع المدني القدرة على تجميع مصالح الأفراد و هو ما يعتبره كثير من الباحثين ضروريا لتدعيم الممارسة الديمقراطية و تأتي أهمية الإعلام الجديد سواء في خصائصه الفنية كوسيلة، أو في عدد مستخدمييه خاصة بالنسبة لبعض الدول ذات الأنظمة السياسية السلطوية أو الديكتاتورية التي تشهد فشل أو قصور عمل وسائل الإعلام العمومية و الخاصة و اختلال وظائف المؤسسات السياسية غياب الهيئات البرلمانية، النقابات ... و التي من الفروض أن تنظم نقاش عام جعل الأفراد يتجهون إلى استخدام هذا النوع من الإعلام كمساحات بديلة للسياسة في الفضاءات الافتراضية التي أصبحت تناقش فيها قضايا هامة من طرف شرائح مجتمعية مختلفة.

حسب الباحثين فؤاد لروسي و فابيا لينارد Fabien Foued Laroussi، lienard فإن الاستخدامات الجديدة للإعلام الجديد أعاد رسم الفضاء العام خاصة في دول الجنوب و التي تعيش في محيط سلطوي مع تجاوز إمكانيات السلطة

¹ - الصادق الحماي، هوية الإعلام في المجتمعات العربية: جدلية التنوع و الوحدة، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://www.arabmediastudies.net/file/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A.pdf>
تم الإطلاع عليه بتاريخ 20 مارس 2012 على الساعة 21 سا 40د. , pdf

على مراقبة انتقال الصور، المعلومات والآراء*، يتم الولوج إلى الفضاء العمومي الافتراضي في هذه الدول لقلة تكاليفه وإمكانية الوصول إلى عدد لا حصر له من الجمهور، توفر المعلومات وينشط فيه الأفراد لتجاوز الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام الكلاسيكية في الدول العربية هؤلاء الفاعلين في الفضاء العمومي الافتراضي يقومون بما تقوم به الوسائل الإعلامية الكلاسيكية مثل نقل الأخبار التعليق على الأحداث أو المشاركة في منتديات النقاش السياسية.

- الإعلام الجديد كفضاء عمومي بديل و مواز في الدول العربية

إن الفضاء العمومي ليس معطى تفرزه وسائط الإعلام الكلاسيكية و التقليدية أو الإعلام الجديد و هو ليس مؤسسة يمكن إنشاؤها بقرار سياسي، إنما هو نتاج لتفاعله مع السياق السياسي و الثقافي و بتعبير آخر فإن الفضاء العمومي الفسيح الذي أضح الإعلام الجديد أحد مكوناته في المجتمعات العربية ليس نتيجة حتمية فرضتها علينا العولمة التكنولوجية و إنما تشكل في سياق كان فيه النظام الإعلامي الوطني عاجزا بسبب الإدارة السلطوية و النموذج التقليدي للإعلام عن إدماج الأفراد و الجماعات المتعلمة و المنفتحة على العالم و الطامحة إلى المشاركة في الشأن العام⁽¹⁾.

إن كل فرد يهيمش سياسيا و اجتماعيا يسعى إلى خلق و تصور وسائل و فضاءات إعلام هامشية لكنها مؤثرة لأنها لا تخضع إلى رقيب و لا هي مكلفة و لا تخضع إلى أخلاقيات و لا إلى قوانين و هو ما نطلق عليه بالإعلام الموازي عندما سيطرت الدولة على وسائل الإعلام و ذلك عبر الرقابة و الإقصاء، لم تجد النخبة الفكرية و السياسية العربية إلا الفضاء الاتصالي الافتراضي لتجاوز ما كانت تعيشه من تهميش من الوسائل الإعلامية التقليدية و التي لا تعكس جميع الآراء المتاحة في الفضاء العمومي و إنما جزء منه "مسموح له" حسب إجماع مصطنع، القطاع الإعلامي العمومي في الوطن العربي تم احتكاره خوفا من صبغته الجماهيرية إن هذه

* أنظر الدراسة المعنونة :

Foued laroussi , fabien lienard ,révolution tunisienne et communautés de paroles virtuelles : les écrilectes pour communiquer, France : l'harmattan ,2013.

¹ - الصادق الحمامي، الميديا الجديدة و المجال العمومي : الإحياء و الانبعاث، مرجع سبق ذكره، ص25.

الفضاءات الافتراضية تعطي مجالا للتعبير للذين همشوا من الفضاءات الإعلامية التقليدية وأصبحوا بإمكانهم تعبئة الجماهير دون أن يضطروا للانضمام إلى هيئات سياسية معينة.

على الرغم من أن العديد من الدول العربية تشهد منذ أكثر من عقد من الزمن تحولا إعلاميا لافتا نظرا إلى الاهتمام المتزايد بالحقل الإعلامي و المهني الصحافة والاتصال من قبل المسؤولين و الحكام بالبلاد العربية ما زالت بعض الفئات هي المتحكمة في وسائل الإعلام و حتى بالنسبة للفاعلين و منهم المجتمع المدني لا يلجئون ولا يستعملون هذه الوسائل بالقدر الكافي بالرغم من حاجتهم الماسة إليها، يرجع هذا الأمر إلى وضعية شاذة في العالم العربي، فرغم ما يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام من دور ريادي فإن تأثيرها وفعاليتها عادة ما تصطدم بأشكال متنوعة من المقاومة التي ترجع لوسائل الإعلام المعبر عنها من قبل الفاعلين و الجمهور عامة إلى أسباب مختلفة تصب جميعها في ضحالة الثقافة الإعلامية و تجد تعبيرها في الجو المشحون بعدم الثقة الذي تعكسه العلاقة بين وسائل الإعلام و فئة عريضة من الجمهور¹ مع ظهور و انتشار الإعلام الجديد برزت هناك آمال في إعلام بديل طالما حلم به المواطنون على مستوى هذه الدول بالرغم من بعض الفترات الاستثنائية منفصلا عن المجتمع و- حراكه و منقطعا عن الحياة السياسية و الاجتماعية و آلية توظيفها السلطة لاستعراض نفوذها و للتحكم في قنوات الاتصال العمومي، لقد ساهم الإعلام الجديد الذي يقوم به أفراد المجتمع أو الهواة أو حتى الصحفيون والإعلاميون المحترفون كسر حدة الاحتكار الحكومي والرسمي لوسائل الإعلام، وأدخل الإعلام العربي مرحلة جديدة من مراحل حرية الرأي والتعبير، مثل المدونات، أو المجموعات الافتراضية التي تتشكل على الشبكة العنكبوتية و تمارس دورا كبيرا في خلق إعلام شعبي بديل للإعلام الذي تسيطر عليه الأنظمة السياسية العربية، بالتالي توري دور الرقيب الذي تمارسه الحكومات حيث أن ما يتم اقتطاعه من معلومات أو مناظر لحجب رؤيته عن الجمهور يمكن أن يصل إلى ذلك الجمهور بفضل الإعلام الجديد، فهو الفضاء الوحيد الذي أفلت من رقابة السلطات في الدول العربية على هذا النحو فإن المواطنين في بعض الدول القابعة تحت الأنظمة السلطوية أنشئوا

¹ - عبد اللطيف بن صفية، وسائل الإعلام و المجتمع المدني في الفضاء العمومي ،مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد الثالث 2011، تونس:اتحاد الإذاعات العربية، ص18.

اعتمادا عليه فضاء عموميا بديل أو فضاء عمومي افتراضي ' مكن من تجاوز حاجز الخوف بحيث أصبح المواطن يشعر أنه مدعوم من جماعة كبير عند تواجده فيه وهو ما ولد لدى هؤلاء الشعور بانتماء سياسي ومدني كانوا محرومين منه ولن نبالغ إذا قلنا أنه ولد انصهارا وتلاحما في المصير بحيث أصبحت الفضاءات العمومية الافتراضية بديلة للتقليدية تغرد خارج النظام الاجتماعي والسياسي.

لقد ساهم الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص في إسماع أصوات مغمورة وفي تمكين هذه الأصوات المهمشة من التعبير عن نفسها ومشاعلها واحتياجاتها لدى مختلف الهيئات السياسية سواء الداخلية أو الخارجية منها، فمكثهم من إبداء الرأي حول مختلف القضايا السياسية وانتقائها والتعليق عليها أو مساندتها وتشكيل جماعات وتنظيمات افتراضية حول اهتمامات وأهداف مشتركة لتمارس الضغط على السياسيين، يؤكد العديد من الباحثين أن هذا الأمر من شأنه أن يقود إلى "تنشئة سياسية" وتكييف سياسي أكثر وأساس هذا التوقع أن المواطنون أصبحوا أكثر نشاطا في التعبير عن آرائهم من خلال الإعلام الجديد ومختلف التطبيقات التي يتيحها وتمنحهم فرصا جديدة لتوصيل رغباتهم وآرائهم التي توضح توجهاتهم السياسية، كما تتيح للأفراد فرصة المشاركة الديمقراطية في العملية السياسية، إن الأثر البارز للإعلام الجديد هو قيامه بتطوير العملية الديمقراطية، إنه يساعد على ممارسة "ديمقراطية شعبية" استنادا إلى أن لكل فرد له الحق المتساوي في طرح وجهات نظره والمشاركة في الآراء والمناقشات والتعبير عن الأفكار بدون أية قيود⁽¹⁾، كما ساهم في كسر الحواجز بين الحدود والمجتمعات على نحو جعل الرقابة والتعتيم واحتكار نشر المعلومة أمورا غير مجدية بالإضافة إلى فتح إمكانات هائلة للتواصل والتداول والتبادل .

إن ما يتكون الآن ليس فضاء سياسيا جديدا ديمقراطيا تنافسيا ومتنوعا فحسب لكن أيضا مجالا عموميا منفتحا ومتعددا فقد فيه المثقف والسياسي سلطة الكلام باسم الشعب، ما يجب على الخطاب السياسي والثقافي أن يعيه هذا التغيير الحاسم : هو هذا المجال الجديد الضروري للديمقراطية على غرار الآليات الانتخابية مجال نتجلى فيه بعضنا لبعض في إطار التنوع، بالرغم من الأشكال

¹ - عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عزيز، دور الشبكات الاجتماعية في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية العدد 44، ص ص 220-222.

العدائية التي يتخذها أحيانا، لعل الشرط الأول للاعتراف بهذا الفضاء هو القبول بهذا التنوع كحالة طبيعية للمجتمع في الدول العربية وليس حالة عرضية ستزول . تعاظم التدوين و استخدام الشبكات الاجتماعية و مختلف التطبيقات الأخرى التي يتيحها الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة مرتبط بانحصار الفضاءات العمومية التقليدية المشتركة و كذا غياب الوسطاء : المثقفين و السياسيين و الصحفيين والمؤسسات المرتبطة بهم و التي لا يقوم النظام الاجتماعي دونها، في هذا السياق تشكلت نخب جديدة من نشطاء الإعلام الجديد و الذي أضحى اليوم بسبب أزمة الوسطاء التقليديين يحكم الفضاء العمومي الافتراضي و يحدد أجندة النقاش العام و أطره .⁽¹⁾

ومن هنا جاء توظيف كل قوى المعارضة السياسية وغيرها التي لا تستطيع أن تملك وسائلها الإعلامية العلنية أو تحصل على موقع لنشر مواقفها على وسائل الإعلام التقليدية لإمكانات شبكة الانترنت لتعيد رسم خريطة جديدة للصراع والتنافس السياسي والإعلامي وهي خريطة شديدة التعقيد و بالغة السرعة والفورية وواسعة الانتشار و غير قابلة للقمع والتكميم و بذلك فقد تشكل فضاء إعلامي جديد ما زالت إمكاناته في تطور و ما زال اللاعبون الأساسيون فيه يعملون من أجل فتح منافذه وتوسيع أطره و إضافة إلى ما قدمته شبكة الانترنت في إطار تحرير الأداة الاتصالية و حرية المتلقي في الوصول إلى مصدر المعلومات فقد أسهمت في تقليص المسافة بين مصدر الرسالة ومستهلكها النهائي.⁽²⁾

حسب الدراسة التي قامت بها الباحثة توات زينب بعنوان

internet et facebook de nouvelles formes d engagement en Tunisie

الأنترنت و الفايسبوك : أشكال جديدة من الالتزام في تونس، فإن التجاوزات التي عرفت وسائل الإعلام التقليدية وسيطرة الدولة على الهيئات الإعلامية كان السبب الذي أدى بالمجتمع المدني، النقابات الحركات النسوية وغيرها ... إلى استخدام الأنترنت، و الأمر الذي حفز أكثر هو سهولة الولوج إلى الشبكة، التكلفة المادية

¹ - الصادق الحمامي، الإعلام التونسي ... أفق جديد، مرجع سبق ذكره، ص ص 74-103.

² -فايزة يخلف، الثورات العربية بين مسوغات الإعلام التقليدي و سلطة الاتصال الشبكي، الوطن العربي و التحولات الديمقراطية، مجلة دراسات و أبحاث، العدد الأول 2012، منشورات مركز الحكمة، ص 72 .

المحدودة، صعوبة مراقبة المستخدمين خاصة في الحالات التي يتم فيها الاعتماد على هويات مستعارة، عليه مثل الفضاء الافتراضي الذي شكلته الانترنت بديلا للمناضلين الأقل تنظيما والمالكين لإمكانات قليلة، فشكل فضاء تعبري جديد لهؤلاء المناضلين المقصيين من الوسائل الإعلامية الكلاسيكية ومن النقاش السياسي لأنهم لا ينتمون لأي حزب أو تيار سياسي معترف به، كما أن العديد من المعارضين أو المدافعين على حقوق الإنسان يستخدمون الفضاء العمومي الافتراضي كواجهة دولية لنشاطهم ومنبر لهم.⁽¹⁾

لقد استفادت الثورات العربية من تطبيقات الإعلام الجديد حيث أتاح فرص الحوار والتعبئة والتنسيق والتحضير للحركات الشعبية والاعتصامات من غير أن يعرض أحد نفسه للمضايقات، لم يقتصر دوره على هذا الحد بل إنه استطاع أن يخلق حالة من التضامن والتفاعل بين شعوب هذه الدول التي كانت تعيش معاناة مشتركة من أنظمة تشابهت أدواتها ووسائلها في ممارساتها الاستبدادية وقد كان ذلك من خلال العديد من الصفحات المساندة التي تأسست خصيصا لذلك، ثم إن شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك واليوتيوب أصبحت فضاء عموميا للنقاش وتبادل المعلومات، يمكن حصر إيجابيات الإعلام الجديد في النقاط التالية:

- توفير هامش كبير من الحرية في التعبير و ضمان الحماية الذاتية و الجماعية بعدم الكشف عن الهويات بالنسبة إلى من لا يريد ذلك .
- السرعة في التبليغ والاستجابة والتفاعل حول الرسائل المتداولة والتعليق عليها في حينها مما يمكن من اتخاذ قرارات جماعية .
- قاعدة شاسعة جدا في المشاركين تتعدى الحدود الجغرافية مما يجعل المغتربين يساهمون أيضا في الحوار .
- التنوع والتعددية في الرأي والفكر والاختيارات والمواقف مما يؤسس للثقافة الحوار مع تقبل مبدأ الاختلاف .

¹ - Zeineb touati , internet facebook et l'émergence de nouvelles formes d'engagement en Tunisie , ? les medias font-ils les révolutions?, France : l'harmattan,2013, 168-172.

- خلق تكتلات افتراضية و توجيهها إلى الشارع بتعبئتها و تهيئتها للعمل دونما الحاجة إلى ترخيص إداري.¹
 - أضفى الإعلام الجديد على الثورات العربية سمة التلقائية و العلنية، لقد أضفى وسيلة فعالة في يد الشعوب العربية التي طمحت إلى التغيير و اللحاق بركب الحضارة الإنسانية.
 - أفرزت الثورات العربية مفهوم النشاط الإلكتروني كمصطلح مرادف للنشاط السياسيين على اعتبار أن المصطلح الأول يشير إلى سمة جديدة ألا و هي ممارسة المعارضة السياسية من خلال الإعلام الجديد بأنماطه المختلفة.
 - ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في بناء فضاء سياسي للمعارضة السياسية للنظم العربية من خلال حركات سياسية عربية من أبرزها : "حركة 6 أفريل " ، "كلنا خالد سعيد"، في مصر و حركة "الحرية والديمقراطية" في المغرب، "و الثورة في سوريا" في سوريا .
 - ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم قادة رأي و نشاط بارزين في المجتمعات العربية.²
- لقد أصبح الشأن السياسي متغيرا أساسيا في الإعلام الجديد و الذي أسهم في دمج التفاعلات السياسية في عالمين، العالم الواقعي و الثاني هو العالم الموازي المتمثل في الفضاء العمومي الافتراضي الذي يشكله الإعلام الجديد، إن المردود السياسي للإعلام الجديد يتجلى بوضوح في النواحي السياسية و يظهر ذلك في الأدوار التي يؤديها :
- تعبئة الرأي العام : تلعب الجماعات الافتراضية دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية فعلى سبيل المثال أصبح الإعلام الجديد مجالا للاحتجاجات و التشجيع على الإضرابات، كما فتح مجالا جديدا للدعاية الانتخابية و طرح برامج انتخابية و حشد التأييد الشعبي.

¹ - عبد اللطيف بن صفية، مرجع سبق ذكره، ص ص 12، 13.

² - خالد صلاح الدين حسن علي، الديمقراطية الرقمية : تطبيقاتها العالمية و آفاقها المستقبلية في الوطن العربي في إطار تحليل النظم العامة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد الثالث 2011، تونس : اتحاد الإذاعات العربية، ص ص 60، 61.

- ظهور المواطنة الافتراضية : فتحت الفضاءات الافتراضية التي يتيحها الإعلام الجديد المجال أمام ممارسة المواطنة الافتراضية، ففي ظل التوترات التي تعانيها الدولة القومية و تقلص و انعدام الحقوق السياسية و عدم مصداقيتها في السياقات الواقعية للمجتمعات العربية، يصبح المجتمع الافتراضي مجالاً لممارسة لحقوق المواطنة و المطالبة بالحقوق السياسية .

- تفعيل دور المجتمع المدني : حيث أن العديد من جمعيات المجتمع قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي و تعمل هذه المنظمات على استغلال هذه الفضاءات في زيارة عدد أعضائها في التواصل بينهم و دعوة المستفيدين إلى برامجها.⁽¹⁾

- واجهات إعلامية بديلة : استفاد المواطنون من كل التطبيقات التي يتيحها الإعلام الجديد الذي أصبح كواجهة إعلامية بديلة يتابع من خلالها المواطنون كل ما يحدث من تطورات على مستوى بلدانهم كما مكثهم من إيصال صوته إلى العالم أجمع متحدين التعقيم الذي يمارسه الإعلام الرسمي .

- كسر احتكار الدولة و الطبقات السياسية و الاجتماعية للإعلام : وذلك بظهور الإعلام الجديد بالإضافة إلى تغير الأدوار بين الشارع و السلطة فقد كان الشارع دائماً يأخذ دور المستقبل بينما السلطة تأخذ دور المرسل المؤثر و صانع الخطاب الإعلامي و تغير الأمر بعد ظهور الإعلام الجديد .

- الحصول على دعم المجتمع الدولي : فقد لجأ العديد إلى تدوين قضاياهم بهدف الحصول على دعم دولي كان حاسماً في بعض الحالات .⁽²⁾

إن الإعلام الجديد في الوطن العربي قد طرح على الحكومات العربية تحدياً كبيراً و غير مسبوق يتمثل في ضرورة تطوير إعلامها و تخليصه من أغلال الرقابة التي تطوقه و إكسابه المزيد من المصداقية و الموضوعية و إخضاعه إلى قانون الاحترافية.

إن الحضور المتزايد للمواطنين في الدول العربية في الفضاءات العمومية الافتراضية يوحي بالدور المتعاظم لهذه الفضاءات إذ من شأنها أن تلعب دوراً مركزياً في عمليات مختلفة منها التنشئة السياسية و الثقافية و المشاركة السياسية، تشكيل مجتمعات افتراضية يتم من خلالها ممارسة ديمقراطية حقيقية يكون لكل فرد فيها

¹ - وليد رشاد زكي، الشبكات الاجتماعية محاولة للفهم، مجلة السياسية الدولية العدد 180، مصر: مركز الأهرام، 2010، ص 96.

² - عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عزيز، مرجع سبق ذكره ، ص 217.

رأيه الخاص والذي يعبر عنه بحرية كما تشكل هذه المجتمعات الافتراضية منابر فكرية وسياسية واجتماعية سيتم من خلالها تبادل الأفكار والمعلومات والمناقشات الهادفة والمتميزة فضلا عن دور هذه الفضاءات في الجانب الإعلامي، إذ أصبحت واجهات إعلامية بديلة وجد فيها المواطن مصدرا رئيسيا وموثوقا به في الحصول على الأخبار والمعلومات لاسيما بعدما أثبت الإعلام العربي التقليدي فشله في الحصول على ثقة المواطن العربي، أصبحت الفضاءات العمومية الافتراضية تؤدي دورا مهما في الجانب الصحفي والتي من شأنها أن تلعب دورا بارزا لصحافة الانترنت على ما تم ويتم إطلاقه من بوابات إخبارية و صحف الكترونية و مدونات إعلامية و التي أصبحت تنافس الصحافة التقليدية و تجذب أعدادا كبيرة من القراء و الناشرين عليه فإنه من المتوقع أن تلعب الفضاءات العمومية الافتراضية بكل ما تتيحه دورا ملحوظا في تطبيق الديمقراطية و في تفعيل الرقابة الشعبية على أداء المؤسسات و النظام السياسي عبر فاعلين جدد يمتلكون القدرة على مخاطبة شرائح مؤثرة في الرأي العام بدرجة أكبر وأسرع من المؤسسات التقليدية .

خاتمة

أصبح الفضاء العمومي العربي حاليا يتكون من فضائين يتفاعلان بشكل محدود أو واسع وفق السياق الخاص بكل مجتمع عربي : الفضاء العمومي التقليدي الخاضع للإدارة السلطوية في بعض الدول و الفضاء العمومي الافتراضي الذي تشكل من خلال الإعلام الجديد تجلت من خلاله شخصيات وأحداث وقضايا من الحياة اليومية والاجتماعية و الحياة السياسية و الثقافية التي كانت محجوبة عن الفضاء العمومي التقليدي حيث أصبح لدى المواطنين القدرة علي التعبير عن آرائهم في القضايا ذات العلاقة بالشأن العام، إن الأثر البارز للإعلام الجديد هو قيامه بتطوير العملية الديمقراطية، إنه يساعد على ممارسة "ديمقراطية شعبية" استنادا إلى أن لكل فرد له الحق المتساوي في طرح وجهات نظره والمشاركة في الآراء و المناقشات و التعبير عن الأفكار بدون أية قيود، كما ساهم في كسر الحواجز بين الحدود و المجتمعات على نحو جعل الرقابة و التعقيم و احتكار نشر المعلومة أمورا غير مجدية .

قائمة المراجع

بالغة العربية

- أحمد عبد الله عبد الجبار، كوركيس عزيز فراس، دور الشبكات الاجتماعية في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية العدد 44.

- الحمامي الصادق، الميديا الجديدة و المجال العمومي : لإحياء و الانبعاث، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد الثالث لسنة 2011، تونس: اتحاد الإذاعات العربية.

الصادق الحمامي، الإعلام التونسي ... أفق جديد بورقيبة و الفايبيوك ... المدونون ... النقاب في الإعلام ...، الطبعة الأولى، تونس: دار آفاق، 2012.

- الحمامي الصادق، هوية الإعلام في المجتمعات العربية: جدلية التنوع و الوحدة، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://www.arabmediastudies.net/file/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A.pdf> ، تم الإطلاع

عليه بتاريخ 20 مارس 2012 على الساعة 21 سا 40د.

- بن صفية عبد اللطيف، وسائل الإعلام و المجتمع المدني في الفضاء العمومي ، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد الثالث 2011، تونس: اتحاد الإذاعات العربية.

- راجح الصادق، إعلام المواطن بحث في المفهوم و المقاربات :فضاءات رقمية : قراءات في المفاهيم و المقاربات و الرهانات، الطبعة الأولى، لبنان : دار النهضة العربية، 2013، ص 292.

- رشاد زكي وليد، الشبكات الاجتماعية محاولة للفهم، مجلة السياسية الدولية العدد 180، مصر: مركز الأهرام، 2010.

- صلاح الدين حسن علي خالد، الديمقراطية الرقمية : تطبيقاتها العالمية و آفاقها المستقبلية في الوطن العربي في إطار تحليل النظم العامة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد الثالث 2011، تونس : اتحاد الإذاعات العربية.

- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان: دار الشروق، 2008.

-يخلف فايزة، الثورات العربية بين مسوغات الإعلام التقليدي و سلطة الاتصال الشبكي، الوطن العربي و التحولات الديمقراطية، مجلة دراسات و أبحاث، العدد الأول 2012، منشورات مركز الحكمة.

باللغة الفرنسية

-ben nablia Sahbi, lafrance Jean-Paul, **la révolte populaire en Tunisie et la difficile conquête d un espace public arabe** , les medias font-ils les révolutions ?, France : l'harmattan , 2013.

-Habermas Jürgen , **L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise** , traduit par Marc B. de launay , Paris :Edition Paillot, 1990 .

-quééré Louis , **l'espace public de la théorie politique a la métathéorie sociologique** , revue quaderni n° 18, 199 2.

- touati Zeineb , **internet facebook et l émergence de nouvelles formes d engagement en Tunisie . ? les medias font-ils les révolutions ?** , France : l'harmattan , 2013.

- Devillard, Vallerie Janiere Hélène, **Espace public. communauté et voisinage** , In « les espaces publics modernes », Paris : Edition le Minitour, 1997 .

الحقوق الأساسية للصحفي الجزائري في القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام

أ/ ثابت مصطفى

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الملخص

تسعى هذه الورقة البحثية إلى معرفة أهم الحقوق الأساسية التي تكفل حرية الصحافة والممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال نصوص ومواد القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام، وذلك بمناقشة وتحليل الطريقة التي صاغ بها المشرع الجزائري تلك المواد والهدف منها مقارنة بنصوص القوانين السابقة، مع التركيز على نقاط قوتها وضعفها والثغرات التي تمثل تحديات جديدة أمام المشرع ومهني قطاع الصحافة على حد سواء.

الكلمات المفتاحية: حرية الصحافة، الممارسة الإعلامية، الحقوق الأساسية، قانون الإعلام.

Resume:

La présente étude a pour objectif de faire la lumière sur les principaux droits fondamentaux qui garantissent la liberté de presse et le métier de journalisme, en Algérie, en passant en revue les différents textes et articles du code organique 05/12 portant organisation du métier du journalisme.

Pour ce faire nous avons opté pour l'analyse de l'approche adoptée par le législateur algérien pour édicter ces différents textes et articles dans le but de faire une comparaison entre les différents textes et articles du code actuel avec ceux du code précédent. Laquelle comparaison vise surtout à faire émerger, d'une part les acquis à conserver et d'autre part les lacunes qui représentent un déficit à relever aussi bien pour le législateur que pour les praticiens du secteur du journalisme.

Mots-clés : Liberté de presse, métier du journalisme, droits fondamentaux, code de l'information.

تمهيد

إن صناعة الإعلام والمعلومات والممارسة الإعلامية برمتها لا يمكن أن تزدهر وتتطور بدون حرية مادامت تعد شرطاً أساسياً لتحقيق مصداقية هذه الصناعة وثقة الجماهير بها، وبدون هذه الحرية ستظل تلك الصناعة تابعة للسلطة وللنظام الإعلامي المهيمن على الساحة، وتعد حرية الصحفي في ذات السياق من أهم أركان حرية الصحافة، إذ أن الصحفيين الأحرار هم الذين يقدمون صناعة إعلامية تجذب ثقة الجمهور واهتماماته، إذن فالصحافة والصحفيين وكذا مختلف وسائل الإعلام بحاجة دائمة لقدر معين من الحرية حتى تتمكن من أداء مهامها والوظائف المنوطة بها، بالتالي فعلى المجتمع أن يضمن لها تلك الحرية ومجموعة من الحقوق كي تتدفق المعلومات والحقائق التي تمكن الجماهير من إصدار أحكام صحيحة على كل القرارات والسياسات، لذا كان من الواجب وضع قاعدة تشريعية ومنظومة متكاملة من القوانين تتناول حقوق الصحفيين المرتبطة بحرية الإعلام وأخلاقيات المهنة، لأن الحرية فقط لا تكفي إذ لا بد أن تتلازم وتتزامن مع المسؤولية، وهو ما حاول أن يتناوله المشرع الجزائري في عدة نقاط ومواد تضمنها القانون الوضعي 05/12 المتعلق بالإعلام، من هنا يبرز سؤال رئيسي لإشكالية بحثية مفاده:

- كيف تناول المشرع الجزائري الحقوق الأساسية للصحفي في القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام؟

تتمثل أهم الحقوق الأساسية التي تبني عليها حرية الصحافة والنشاط الإعلامي في جملة من الركائز كالآتي:

1- حقوق الصحفي المرتبطة بوفائه بحق الجماهير في المعرفة

تزايد أهمية الصحافة ووسائل الإعلام فيما يخص حق الجماهير في المعرفة مما يزيد في نفس الوقت المسؤولية التي تقع على الصحفي في الكفاح من أجل تحقيق حرية الإعلام، ومن الحقوق التي تساهم في قدرة الصحفيين على الوفاء بحق الجماهير في المعرفة والمعلومة ما يلي:

1/1 - حق الصحفي في تغطية الأحداث: هو من الحقوق الأساسية التي نص عليها المؤتمر العام لليونسكو عام 1978، لكن هذا النص لم يجد صداه في كل تشريعات العالم كما في التشريع الإعلامي الجزائري، حيث ظلت هناك الكثير من العراقيل والعقبات القانونية التي تحول دون تمتع الصحفيين بحقوقهم في تغطية الأحداث،

وذلك لميل السلطات في كل دول العالم إلى فرض السرية على كثير من الأحداث، ولأنك أن هناك تراث طويل من منع الصحفيين في ممارسة حقهم في تغطية الأحداث خاصة في الحروب التي شنتها وتشنها الدول الغربية في مختلف أقطار العالم، أين يتم منع المراسلين من التجول بل و حتى قتلهم لإخفاء ما تقوم به من عمليات عسكرية.(1)

وتزايد القيود في كل أنحاء العالم على حق الصحفيين في تغطية الأحداث عندما يتعلق الأمر بالنزاعات تحت ذريعة المحافظة على الأمن القومي و النظام العام، كما حدث في الجزائر بعد الإعلان عن حالة الطوارئ في 09 فيفري 1992 بموجب المرسوم الرئاسي 44/92 الذي أعطى صلاحيات معتبرة لوزارة الداخلية فيما يخص الأمن العام مما أدى إلى تعرض الكثير من الصحفيين إلى مضايقات جمة، وفي بعض الأحيان إلى الاعتقالات بتهمة مخالفة القانون في ظل تلك الظروف الاستثنائية، وبذلك تدهورت العلاقة بين الصحافة والسلطة تحت شعار "استرجاع هيمنة الدولة"(2) هذا من جهة، و من جهة أخرى و موازاة مع هذه الإجراءات الإدارية والسياسية التي استهدفت تضيق الخناق على حرية التعبير كثف الإرهاب اغتياالاته ضد العاملين في قطاع الإعلام والكتاب والجامعيين دون استثناء بسبب أفكارهم وانتمائهم.(3)

ورغم الأشواط التي قطعتها الصحافة المكتوبة في الجزائر قبل وبعد إصدار القانون الوضعي 05/12 المتعلق بالإعلام، يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يورد أي نص قانوني يمنح الحق في التغطية الإخبارية لمختلف الأحداث والوقائع، بالتالي فهذا الأمر يحتاج إلى إصرار صحفي و تضامن ضد تقييد حريتهم وحقهم في إلقاء الضوء على القضايا التي تهم الرأي العام وتسمح لهم بإظهار الحقائق التي يحتاجها الجمهور والمجتمع على حد سواء.

2/1 - حق الصحفي في حضور الاجتماعات العامة وجلسات المحاكم: تمثل الاجتماعات العامة في الأصل من أهم المصادر الصحفية، وكثيرا ما تقوم السلطات بمنع صحفيين يعملون في وسائل إعلامية معينة من حضور تلك الاجتماعات كنوع من العقاب لهذه الوسائل، بل وتتحكم السلطات بصفة غير مباشرة في نوعية الأخبار والمعلومات عن طريق التراخيص التي تعطيها للصحفيين الموالين لحضور اجتماعات المجالس النيابية والمحلية، وتمنع في نفس الوقت الصحفيين الذين لا ترض عنهم أو الذين ينتمون إلى صحف المعارضة.

أما بالنسبة للمحاكمات فإن الأصل هو علانيتهما، بالتالي من حق الصحفيين حضورها ومن حقهم تصويرها ونقلها بصورتها الدقيقة للجمهور.

كل هذا لا ينفي أحيانا أن تكون هناك مصلحة عامة مشروعة في فرض السرية على بعض جلسات النيابة أو جلسات المحاكمة، لكن ذلك لا بد أن يكون بمبررات واضحة ولأغراض معينة، لأن الأصل فيها دوما علانيتهما وحق الصحفيين في حضورها كممثلين للجمهور ينقلون إليه ما يدور فيها، لذا فمنع وحرمان الصحفيين من هذه الجلسات ينفي الوظيفة الديمقراطية للمجالس المحلية والهيئات النيابة، ويحرم الجمهور من حقه في المعرفة.(4)

كل هذا تجاوزه المشرع الجزائري في القانون الوضعي 05/12 تاركا ذريعة سرية العمل أو المهنة أو المصلحة العامة تستخدم في كثير من الحالات من قبل بعض الهيئات و المجالس لتحرم الصحفيين من حضور اجتماعاتها و جلساتها المختلفة، بالتالي حرمان شريحة هامة من الجماهير من المعلومات والحكم عن القرارات المتخذة في تحديد مصيره، وإن أراد التشريع الجزائري تطبيق مبدأ حق المواطن في الإعلام والمعرفة فلا بد من تضمين تشريع قانوني يكفل للصحفيين الحق في حضور كل الاجتماعات العامة والجلسات المختلفة لكل الهيئات باعتبارهم عين المجتمع، وعدم التمييز بين الصحفيين في هذا الحق، إضافة إلى تضمين المواثيق الأخلاقية للتنظيمات الصحفية في الجزائر على أن الصحفيين ملزمون أخلاقيا ومهنيا بالتضامن مع أي صحفي يتم منعه من حضور هذه الاجتماعات، عدى في الحالات المبررة بالمصلحة العامة المقنعة.

3/1 - حق الصحفي في الحصول على المعلومات: لم يظهر الحق في الإعلام في شكله الراهن كما تحدده المواثيق الأممية ودساتير وقوانين بعض الدول سوى بعد الحرب العالمية الثانية في سياق البحث عن وسائل و أدوات تمكن الحلفاء المنتصرين من فرض بدائل كان يعتقد أنها تمكن الإنسانية من تفادي مأساة شبيهة بمخلفات تلك الحرب.(5)

ولأن المعلومات تشكل المادة الخام لمضمون الصحف ووسائل الإعلام، فإن ضمان حق الصحفيين في الحصول على المعلومات والأخبار يزيد من إمكانية نجاح الإعلام في قيامه بوظائفه وخدمة الجمهور والوفاء بحقه في المعرفة .

لذا فهناك حاجة وضرورة لنصوص قانونية تضمن حق الصحفيين في الحصول على المعلومات، الأمر الذي أكدته المشرع الجزائري في القانون الوضعي 05/12 المتعلق

بالإعلام حيث نصت المادة (83) أنه يجب على الهيئات و الإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به.(6)

لكن حق الصحفي الجزائري في الحصول على المعلومة و الوصول إلى مصدر الخبر من جهة أخرى لا يجيز له أن ينشر كل ما يتحصل عليه من مادة صحفية، فهناك معلومات ذات طبيعة خاصة تحتم عنه التعامل معها بحذر وتحفظ حصرتها المادة (84) من نفس القانون في المعلومات التي تكشف أسرار الدفاع الوطني، أو تهدد الأمن الوطني أو أمن الدولة، أو تمس سمعة التحقيق والبحث القضائي، أو التي تتعلق بالسر الاقتصادي والسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.

إذن من الواضح أن كل تشريعات دول العالم على غرار التشريع الجزائري قد توسعت في فرض السرية على كثير من أنواع المعلومات ووسع نطاق الأمن القومي، إلا أنه في كثير من الأحيان يتضح أن هذه السرية تشكل ضررا بالمصالح العليا للبلاد و بالأمن القومي، وأن السلطات تخفي هذه المعلومات لحماية نفسها وليس لحماية الأمن القومي أو مصالح البلاد كما تدعي.(7)

لهذا فهناك حاجة ملحة في التشريع الجزائري لمناقشة واسعة حول كيفية خلق توازن بين حق الجمهور في المعرفة وحق السلطات في فرض السرية على بعض أنواع المعلومات والوثائق، والتوصل إلى بناء قواعد قانونية تحقق آلية هذا التوازن.

كما أنه وفي ذات السياق لا بد من الإشارة إلى مشكلة أخرى تحول دون وصول الصحفي إلى المعلومات ألا وهي أقسام العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات المختلفة، ففي كثير من الحالات أصبح الصحفيون والجمهور تحت رحمة صناع الصور من محترفي العلاقات العامة الذين يهدفون دائما إلى بناء صورة إيجابية للمؤسسات والهيئات التي يعملون بها، مما يضطر في بعض الأحيان بالصحفيين إلى الاعتماد على الأخبار الجاهزة التي تقدمها لهم أقسام العلاقات العامة، ويقوموا بنقلها دون القيام بوظيفتهم في البحث عن المعلومات بأنفسهم، كل هذا طبعا يحرم الجمهور من معرفة حقيقة الأخبار والمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام.(8)

4/1 - حق الصحفي في نشر الأعمال الصحفية وإعادة نشرها: هناك قدر كبير من الاتفاق في كل أنحاء العالم على حق الصحفي في نشر المعلومات التي يحصل عليها، وأنه ليس من حق السلطات منعه من النشر، كما وضحته قضايا مهمة مثل قضية أوراق البانتاغون (قضية الووتر غيت)، ولكن في الوطن العربي مازالت السلطات

تملك من الوسائل ما يسمح لها بمنع الصحفيين من نشر المعلومات المتحصل عليها، خاصة في الصحف ووسائل الإعلام التي تملكها أو تسيطر عليها .

أما ما يخص حق الصحفي الجزائري في نشر أعماله أو إعادة نشرها، فبالرجوع للقانون العضوي 05/12 يلاحظ عدم وجود نصوص صريحة تشير إلى هذا الحق وإنما يظهر ذلك ضمنا من خلال مفهوم ومحتوى بعض المواد التي تعرضت جزئيا إليه وهي المادة (86)، (87)، (88)، (89) وبعض مواد المخالفات المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي كالمادة (119)، (120)، (121)، (122) والمادة (123) من ذات القانون.

إن هذا الإيهام القانوني يجعل الصحفي الجزائري ملزم دائما بأداء المهام التي توكل له دون حق مطالبة مسؤولي مؤسسته الصحفية بنشر الأعمال التي طلبت منه أو التي قبلت منه وأنجزها بمبادرته الخاصة.

إذن فهذا الحق لا زال يحتاج التأكيد والضمان للصحفي خاصة إذا لم يتعارض نشر الأعمال الصحفية مع مبادئ أخلاقية تفوق في أهميتها هذا الحق، وهنا يجب التأكيد على المسؤولية الأخلاقية للصحفيين في الاعتماد على مصادر متعددة للتأكد من صحة المعلومات، وأن نشرها يحقق مصلحة عامة مشروعة، وأن الجمهور يحتاج بالفعل إلى معرفة هذه المعلومات المتضمنة في الأعمال الصحفية، وبذلك يرتبط حق النشر بالمسؤولية الأخلاقية للصحفيين في التأكد من صحة المعلومات واحترام حق الرد والتصحيح.(9)

5/1 - حق الصحفي في النقد: إن مضمون القانون الوضعي 05/12 المتعلق بالإعلام لم يتطرق لا تصريحاً ولا تلميحا لحق الصحفي في النقد، شأنه شأن قانون الإعلام 07/90، والغريب هنا أن المشرع الجزائري قد نص على هذا الحق سلفا في المادة (121) من قانون الإعلام 01/82 بالقول: لا يشكل النقد البناء الرامي إلى تحسين تنظيم المصالح العمومية وسيرها جريمة من جرائم القذف (10)، لذا فلا يمكن تصور أن هذا الحق يفهم ضمنا من نصوص المواد التي تتيح نشر الأخبار والمعلومات.

بالتالي فعدم تشريع مادة خاصة بحق النقد في القانون الوضعي 05/12 سيجعل الصحفي الجزائري عرضة لمتابعات قضائية جمة بعد تصنيف بعض أعماله في خانة القذف، في حين قد يكون مضمون هذه الأخيرة لا يتعدى حدود النقد المباح.

وعليه فعلى المشرع الجزائري أن يعيد النظر أكثر في مجال هذا الحق الذي يسمح للصحفي من التحرر أكثر في التعبير عن رأيه ورأي الجمهور الذي يمثل عينه على المجتمع، وليكون هذا الحق أيضا قوة إلزامية تجاه الجميع تحصن الصحفي من المضايقة والمتابعة لمجرد إبداء أبسط الآراء.

2- حقوق الصحفي المرتبطة بالممارسة الحرة في المؤسسات الصحفية

إن الممارسة الإعلامية الحرة والمسؤولية في المؤسسات الصحفية تشكل ضمانا للكثير من حقوق الصحفيين، يضاف إلى ذلك أنها يمكن أن تساهم في زيادة قدرتهم على توفير أكبر قدر من المعلومات والأخبار، ويرتبط بهذا الحقوق التالية :

1/2 - حق الصحفي في الأجر والتأمين: بناء على ما نص عليه القانون 11/90 المتعلق بعلاقات العمل فإن الصحفي وباعتباره عاملا فإنه يستفيد من الحقوق التالية:

- الحق في الأجر والذي يحدد في عقد العمل مع الهيئة المستخدمة.
 - الحق في التأمين ضد المخاطر التي قد يتعرض لها في إطار ممارسته لمهنته وبخاصة في مناطق الحرب والنزاعات.
 - الحق في الضمان الاجتماعي.
 - الحماية ضد حوادث العمل.
 - الحق في الإضراب عن العمل.
 - الحق في التنظيم النقابي والانضمام للنقابات المدافعة عن حقوقه.
- وقد حاول المشرع الجزائري عبر القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام ضمان هذه الحقوق، فبالنسبة للحق في الأجر فلم يصرح به نصا إنما يفهم ضمنا من خلال محتوى المادة (80) التي نصت أن كل علاقة العمل بين الهيئة المستخدمة والصحفي تخضع إلى عقد عمل مكتوب يحدد حقوق الطرفين وواجباتهم، طبقا للتشريع المعمول به، ويتضح هنا أن هذا القانون لم يحدد بدقة قضية أجر الصحفيين وتركها للتنظيم على مستوى الاتفاقيات الجماعية التي تضع مقاييس الأجور للصحفيين حسب كفاءاتهم المهنية وتأهيلهم العلمي، والغريب أن المادة (21) من الأمر 525/68 قد فصلت في ذلك سابقا بشكل نهائي قولا "يحق للصحفي أن يتقاضى عن عمله أجرا يشتمل على مرتب، ثم على تعويضات عن الاقتضاء، أو يحدد مرتب الصحفي بالاستناد إلى صنف الوظيفة والدرجة التي يتبعهما".(11)

أما بخصوص حق التأمين عن مخاطر العمل فقد انفراد القانون العضوي 05/12 عن سابقه في ضمانه، حيث نصت مادته (90) أنه يجب على الهيئة المستخدمة اكتباب تأمين خاص على حياة كل الصحفي يرسل إلى مناطق الحرب أو التمرد أو المناطق التي تشهد أوبئة أو كوارث طبيعية، أو أي منطقة أخرى قد تعرض حياته للخطر، مما سيدفع بالصحفي بالتحمس والتضحية أكثر في سبيل أداء كل المهام الموكلة إليه دون خوف مسبق نتيجة شعوره بنوع من الحماية والتأمين ضد مخاطر مهنة المتاعب، ليتأكد ضمان هذا الحق أيضا في نص المادة (91) التي منحت للصحفي الذي لا يستفيد من التأمين الخاص المذكور في المادة (90) الحق في رفض القيام بالتنقل المطلوب دون اعتبار هذا الرفض خطأ مهنيا، ولا يمكن أن يتعرض الصحفي بسببه إلى عقوبة مهما كانت طبيعتها.(12)

2/2 - حق الصحفي في تطبيق شرط الضمير: تتميز مهنة الصحافة عن غيرها من المهن بهذا البند أو الشرط في إنهاء علاقة عمل الصحفيين بالمؤسسات الصحفية المستخدمة، وهذا الحق يجب توسيعه بحيث يشمل الحقوق المادية والمعنوية للصحفي ولا يقتصر على حق الاستقالة بدون إنذار مسبق مع الحصول على تعويض في حالة حدوث تغير في الملكية أو في السياسة التحريرية للصحيفة .

وقد ظهرت جوانب مفهوم شرط الضمير في القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام والحالات التي أجاز فيها للصحفي فسخ عقده مع المؤسسة الصحفية مع الحصول على التعويضات اللازمة في نص المادة (82) منه " في حالة تغير توجه أو مضمون أي نشرية دورية أو خدمة اتصال سمعي بصري أو أية وسيلة إعلام عبر الانترنت، وكذا توقف نشاطها أو التنازل عنها، يمكن الصحفي المحترف فسخ العقد، ويعتبر ذلك تسريحا من العمل يخوله الحق في الاستفادة من التعويضات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما ".(13)

لقد حصر المشرع الجزائري هنا الحالات التي يمكن فيها للصحفي المحترف المطالبة بشرط وبند الضمير في ما يلي:

١ - تغيير توجه أو محتوى الصحيفة أو الجهاز الإعلامي: ونظرا لعمومية هذه المادة فإن أي تغيير في الاتجاه الفكري أو السياسة التحريرية للصحيفة أو الجهاز الإعلامي يعطي للصحفي الحق في فسخ العقد معها، ولم يشترط النص أن يكون التغيير جوهريا أو جذريا أو حد معين منه.

ب - توقف نشاط الصحيفة أو الجهاز الإعلامي: فنص المادة لم يبين ما إذا كان التوقف المؤقت يجيز للصحفي الحق في التمسك بشرط الضمير أم لا، تاركا بذلك المجال الزمني مفتوحا مما يوقع الصحفي المحترف ومؤسسته الإعلامية في جدال مفتوح بهذا الخصوص.

ج - التنازل عن الصحيفة أو الجهاز الإعلامي : إن كلمة التنازل هنا تعني تحويل الملكية إلى شخص آخر أو شركة أو هيئة أخرى وخروج المالك القديم تماما، مما يدل على أن دخول شريك آخر أو حصوله على جزء من ملكية المؤسسة لا يتيح للصحفي التمسك بشرط الضمير.(14)

بعد قراءة المادة (82) يلاحظ تميزها بالعمومية، فحق وشرط الضمير لم يوضح حدود تغير التوجهات في المؤسسة الإعلامية أو مدة توقفها، أو حتى تحديد أسباب التوقف التي تجيز للصحفي المحترف المطالبة بشرط الضمير، لذا فهذا الحق ما زال ينتظر الضبط الدقيق وإزالة الغموض حوله.

3/2 - حق الصحفي في التدريب والمدة التجريبية: تكمن القيمة الحقيقية للصحيفة بشكل أساسي في مجموعة قوتها البشرية وطاقمها الإعلامي، فكلما زادت كفاءة الصحفيين العاملين في الصحيفة زادت قدرتها على تقديم خدمة متميزة للجمهور، ومن ثمة تزيد قيمتها وأهميتها في المجتمع، لذا يجب على المؤسسات الصحفية أن تسعى بشتى الوسائل لرفع كفاءة كوادرها البشرية من أجل تطوير وازدهار الصناعة الإعلامية بصفة عامة.

من هنا أضى التدريب والتأهيل المستمر أحد الحقوق الأساسية والهامة للصحفي التي يتعين على المؤسسة الصحفية والقائمين عليها في الدولة ضمانها والسهر عليها، مادامت المعارف و المعلومات التي يتلقاها الصحفي أثناء دراسته الأكاديمية لا تكفي لتكوينه وتمكينه من أداء مهامه بكل جدارة وإتقان، من هذا المنطلق أراد المشرع الجزائري عبر الباب العاشر الخاص بدعم الصحافة وترقيتها من القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام أن يضمن حق الصحفي في التكوين ورفع مستواه المهني وترقية الأداء الإعلامي ككل مثلما نصت المادتان (128) و(129) منه.

غير أن هذا الأخير لم يتناول حقا لا يقل أهمية من حق التدريب والتكوين ألا وهو حق الصحفي في المدة التجريبية الذي أقره قانون العمل رقم 90 / 11 في المادة (18) التي نصت أنه " يمكن أن يخضع العامل الجديد عند توظيفه إلى مدة تجريبية لا

تتعدى ستة أشهر، كما يمكن أن ترفع المدة إلى اثني عشر شهرا لمناصب العمل ذات التأهيل العالي". (15)

وللإشارة فإن المدة التجريبية اهتم بها المشرع الجزائري من قبل في الأمر 68/525 الصادر في 09 سبتمبر 1968 والمتضمن القانون الأساسي للصحفيين في مادته (17)، حيث يقوم كل شخص يوظف من قبل هيئة للأخبار بتمرين مدته ستة أشهر بالنسبة للمرشحين الحائزين على شهادات من مدارس الصحافة، و تحدد مدة التمرين بسنتين بالنسبة للأشخاص الجاري تعيينهم مباشرة. (16)

4/2 - حماية الصحفي من التدخل الخارجي: إن أشكال التدخل الخارجي في مجال الإعلام والضغط التي يتعرض لها الصحفيين كثيرة ومتنوعة، وتأتي من جهات مختلفة من أجهزة الدولة وجماعات الضغط، ويعتبر العنف الذي يمارس ضد الصحفيين أكثر أشكال التدخل خطورة، حيث تستخدم كل النظم العنف ضد الصحفيين بهدف منع وجهات نظر معينة من الوصول إلى الجماهير، لذا فبدون توفير حد أدنى من الأمان والحماية لا يمكن ضمان حصول الجماهير على مضمون يتسم بالموضوعية والمصادقية الإعلامية.

إذن فمقاومة كل أشكال التدخل الخارجي في الممارسة الإعلامية هي حماية يكفلها القانون بنصوص تنظيمية، وهي مسؤولية أخلاقية يجب أن يلتزم بها الصحفيين بعدم الاستسلام لأي ضغط خارجي يهدف لمنع نشر أعمالهم الصحفية أو أية تغيرات فيها لأي غرض كان، وهذا المبدأ يحتاج إلى مزيد من الكفاح لأنه من أهم ضمانات حرية الإعلام (17)، وبالنسبة لمسألة حماية الصحافة والصحفي الجزائري من الضغوطات والتدخلات الخارجية فقد يستغرب الدارس أنه في الوقت الذي كان ينتظر فيه الصحفيين والمهتمين بالشأن الإعلامي في الجزائر اهتماما خاصا بتلك المسألة في القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام، لكن هذا الأخير خالف كل التوقعات وأغفلها بصفة شبه كلية، إذ لم يذكرها إلا في المادة (87) التي نصت أنه يحق لكل صحفي أحير في أية وسيلة إعلام، أن يرفض نشر أو بث أي خبر للجماهير يحمل توقيعه، إذا أدخلت على هذا الخبر تغييرات جوهرية دون موافقته (18)، وحتى محتوى هذه المادة لم يحدد بدقة الجهة التي تملك الحق في إدخال التغييرات على الخبر وإن كانت في الغالب داخلية ممثلة في هيئات التحرير، كما أن عبارة " تغييرات جوهرية " هي عبارة فضفاضة تسمح أولا بإمكانية التعديل في الأعمال الصحفية، وثانيا باحتمال تغيير معناها بعد التحجج بعدم المساس بجوهرها.

من هنا يتجلى سؤالاً جوهرياً كالتالي:

- لماذا تجاوز القانون العضوي 05/12 قضية حماية الصحافة من التدخل الخارجي رغم أهميتها القصوى بحكم طبيعة النشاط الصحفي الذي يحتك بكل القطاعات ما يجعله عرضة لكل أنواع الضغوطات والمضايقات؟

والغريب من ذلك أن المشرع الجزائري ضمن سابقا في القانون 07/90 المتعلق بالإعلام حماية الصحفيين من أي تهديد أو تدخل خارجي، حيث نصت المادة (32) أنه يجب على الهيئة المستخدمة أن تخطر الجهة القضائية المختصة وتمثل الطرف المدني إذا تعرض الصحفي المحترف أثناء مهمته لعنف، أو محاولة إرشاء أو تهريب أو ضغط سافر (19)، رغم أن واقع التطبيق لهذه المادة كان مغايرا للمحتوى، حيث عرفت الصحافة الجزائرية مضايقات عدة لكم أفواه الصحفيين ومن ثمة كبت حرية الإعلام بفرض الرقابة المسبقة على المادة الإعلامية خاصة ما يتعلق منها بالأخبار الأمنية على مستوى مؤسسات الطباعة العمومية بعد حالة الطوارئ عام 1992.(20)

5/2 - حق الصحفي في التنظيم المهني: ظهرت التنظيمات الصحفية بعد أن تزايدت الانتقادات الموجهة إلى الصحافة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية عقب الحرب العلمية الثانية، وبرزت الدعوى للتنظيم الذاتي الاختياري لمهنة الصحافة بدل النصوص القانونية، بأن تقوم الصحافة بنفسها وبدون أي تدخل خارجي بإنشاء مجالس الصحافة وإصدار موثائق الشرف الصحفية وبحث شكاوي المواطنين ضد الصحف وغيرها.

من ثم أصبحت التنظيمات المهنية المختلفة للصحافة أداة مهمة للدفاع عن حقوق أعضائها، وحمايتهم ضد تعسف إدارات المؤسسات الصحفية، كما أنها أداة لتنظيم كفاح الصحفيين من أجل تحقيق حرية الصحافة وحمايتها ضد الممارسات السلطوية والقيود القانونية ومن ثمة حماية حق المواطن في الإعلام والمعرفة.(21)

أما في الجزائر فم منذ دستور 23 فيفري 1989 الذي فتح المجال أمام التعددية الإعلامية، وبالرغم أن الساحة الإعلامية عرفت ميلاد العشرات من العناوين والمؤسسات الصحفية وتزايد مستمر للعاملين بهذا القطاع (22)، وأن القانون 07/90 المتعلق بالإعلام منح حرية الانتماءات النقابية والسياسية للصحفيين في مادته (33)، إلا أنه لم يتم تنظيم علاقات العمل في إطار اتفاقيات جماعية، كما أن

التنظيمات النقابية الجزائرية لم تؤد دورها الذي من المقرر أن تلعبه في تنظيم وحماية للممارسة الصحفية، على غرار جمعية الصحفيين الجزائريين (AJA) والنقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين (SNJA) والمجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة.

وبالنسبة للقانون الوضعي 05/12 المتعلق بالإعلام فيلاحظ أنه لم يتطرق لحق الصحفي الجزائري في التنظيم المهني والنقابي، ولم يعترف له باستقلالية انتماءاته الفكرية، وهذا الوضع قد ينجر عنه تشتت الطاقات الصحفية وتذبذبها في تحصين قطاعها من انقسامه لقطاعين قانونيين (عمومي وخاص)، صحافة فرنكوفونية وأخرى عربية قد لا يلتقيان أبدا للدفاع عن الحقوق الاجتماعية والمهنية للصحفيين.

3- حقوق الصحفي المرتبطة بالعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة

إن ضمان حقوق الصحفيين وحمايتهم يحتاج إلى إيجاد علاقة متوازنة بين وسائل الإعلام والسلطة، ذلك أن السلطة في كثير من الحالات تعتدي على حقوق الصحفيين وتقيد حريتهم في مجال عملهم، وتحرمهم من الوصول إلى الأخبار والمعلومات، لذا فكي تتمكن الصحافة والصحفيون من أداء مهامهم لابد من حماية الحقوق التالية:

1/3 - عدم إجبار الصحفي على إفشاء مصادر معلوماته (السر المهني): إن الصحفي ملتزم أخلاقيا ومهنيا بعدم الكشف عن مصادر أخباره، ومعنى هذا أن السر المهني وعدم إفشاء مصادره يعد من أهم الحقوق المعنوية التي تعطي حماية قانونية للصحفي ومصادره على حد سواء، كما أنها تعبر عن مدى استقلالية الممارسة الصحفية بشكل عام، وهذا التقليد المهني يشكل ضرورة لعمل الصحفيين في البحث عن المعلومات، خاصة وأن هناك الكثير من النصوص التي تعاقب الموظفين على الكشف عن المعلومات للصحافة ما يضطر بالصحفيين أحيانا في سبيل حصولهم على المعلومات تقديم وعودا لمصادرهم بعدم الكشف عن أسمائهم أو تحديد هويتهم، لهذا فحماية حق الصحفي بعدم الكشف عن أسرار مصادر معلوماته وأخباره تعتبر من أهم الوسائل التي تضمن تدفق المعلومات إلى الجماهير وضمان حقها في المعرفة والإعلام.

وقد ضمن القانون الوضعي 05/12 المتعلق بالإعلام حق الصحفي الجزائري ومسؤولي الوسائل الإعلامية في الاحتفاظ بسرية مصادرهم وحمايتهم مثلما أشارت

المادة (85) " يعد السر المهني حقا بالنسبة للصحفي والمدير مسؤول كل وسيلة إعلام طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما ".

والملاحظ في هذه الحالة أن المشرع تجاوز كل القيود التي فرضتها المادة (37) من القانون 07/90 المتعلق بالإعلام على حق الصحفي المحترف في السر المهني وسمح له بممارسة هذا الحق بكل حرية مطلقة بل وحتى مسؤولي المؤسسات الإعلامية أيضا. غير أنه وفي هذا السياق يمكن طرح سؤال وجيه:

- هل يا ترى يعترف المشرع الجزائري بحق الصحفي في السر المهني لما يتعلق الأمر بالمواضيع والقضايا التي حددتها المادة (84) من ذات القانون؟

2/3 - ضمان محاكمة عادلة وحضر الحبس الاحتياطي للصحفي في قضايا النشر: لا بد من الاعتراف أن جرائم النشر هي نتيجة متوقعة أثناء أداء الصحفيين لمهامهم، وهذا ليس معناه إعفائهم مطلقا من مسؤولياتهم المترتبة عن وظيفتهم، ولكن في نفس الوقت لا بد من إعطاء اهتمام خاص بأهمية هذه الوظيفة وخصوصيتها في المجتمع، لذا من فطن الواجب إلغاء الكثير من النصوص القانونية التي تتضمن عقوبات قاسية على جرائم النشر في حق الصحفيين أو إجراءات الحبس الاحتياطي التي تتم قبل صدور الحكم النهائي.(23)

وقد حاول القانون 07/90 المتعلق بالإعلام سابقا تنظيم جرائم النشر في بابه الخاص بالمسؤولية وحق التصحيح وحق الرد وكذا الباب الخاص بالأحكام الجزائية إلا أن تدهور الأوضاع الأمنية وإقرار حالة الطوارئ حالا دون تطبيق نصوص ومواد هذا القانون بالمعنى الحقيقي لمحتواها، حيث لجأت السلطة إلى سجن الصحفيين دون محاكمة طبقا لحالة الطوارئ التي استعملت في كثير من الأحيان بطريقة تعسفية.(24)

لتزداد حدة المضايقات على الصحفيين وجرائم النشر في الجزائر بعد ظهور قانون العقوبات في 16 ماي 2001، الذي جاء نتيجة الضغوط الكثيرة التي مارسها بعض القوى في السلطة، والتي اعتبرت أن الصحافة تعدت حدود " اللباقة " باسم حرية الصحافة والإعلام فيما يتعلق بالقذف إزاء بعض الشخصيات والهيئات الرسمية.(25)

كل تلك الإجراءات ضيقّت الخناق على الممارسة الصحفية ووترت علاقة الصحافة مع السلطة، ما دفع بناشري عدد من الصحف الوطنية إلى رفع أصوات

التنديد والتخوف بخصوص اتجاه السلطة لمزيد من التضييق على حرية الصحافة في عدة مناسبات ولقاءات واجتماعات.

لتجد هذه الأصوات صداها لدى السلطة وتتجلى في محتوى القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام الذي تميز بإلغائه النهائي وطبقا لتعليمات رئيس الجمهورية العقوبات المانعة للحرية الخاصة بالسجن المنصوص عليها في القوانين السابقة، كما وقلص عدد الجنج وحجمها مع الإبقاء فقط على العقوبات المرتبطة بالغرامات المالية مع الحفاظ طبعا على تحمل المسؤولية من طرف الصحفي والمدير مسؤول النشرة أو الجهاز الإعلامي مثلما نصت المادة (115) من ذات القانون.

إلا أن هناك من يتحفظ على قضية تحرير الصحفي الجزائري من عقوبة السجن نهائيا وضمان محاكمة عادلة له بحجة احتواء هذا القانون لعقوبات مالية وغرامات ضخمة قد تصل إلى 500000 دج مما يجعل عقوبة الحبس والإكراه البدني قائمة مادامت قيمة هذه الأخيرة تتجاوز بكثير الأجر الذي يتقاضاه الصحفي، لذا فعقوبة السجن مازالت واردة في قانون الإعلام الجزائري وإن ولدت في حلة جديدة لتضييق على حرية الصحافة بطريقة أليّن.

خلاصة

بشكل عام يمكن الحكم على أن صناعة الإعلام والمعلومات لا تتطور دون توفير حد معين من الحرية والحقوق التي تصونها كشرط ضروري وموضوعي لإقامتها وتحقيق مصداقيتها وثقة الجمهور بها، وبدون ذلك ستظل هذه الصناعة مجرد آلية تابعة للسلطة والأجهزة الحاكمة.

كما قد يحكم على أن المبادئ التي حاول من خلالها القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام فتح المجال واسعا للممارسة الإعلامية في الجزائر ونقلها من الممارسة السياسية في إطار التوجه الأحادي إلى واقع إعلامي تنافسي لم تعكس كل الطموحات التي كان ينتظرها الإعلاميين في الجزائر، إذ شهد هذا الأخير جملة من الانتقادات وتضارب في الآراء حول مواده ونصوصها من قبل صحفيين ومفكرين وبعض رجال السياسة.

إلا أن ذلك لا يمنع في النهاية من اعتبار هذا القانون كأحد المكاسب الهامة لمناضلي حرية الصحافة والتعبير في الجزائر، وأنه من أهم المتغيرات السياسية والإعلامية والتكنولوجية التي فرضت نفسها على السلطة الجزائرية، كما قد يعد

أيضا خطوة يمكن أن تفتح الباب لتطورات أشمل في مجال الحريات العامة والفردية مستقبلا.

إذن فالصحفيون في الجزائر أو في كافة أنحاء العالم، لابد أن يضعوا دوما في الحسبان أن مهنتهم كثيرا ما تخلق الأنظمة السياسية، من ثمة فضمان حقوقهم وحريةهم المهنية هي مطالب دائمة الكفاح، علما أن الحقوق دائما مهما كانت لا تقدم على أطباق من الذهب أو الفضة، و لعل مسيرة الكفاح والنضال التي عاشتها وتعيشها الصحافة الجزائرية في سبيل ممارسة المهنة لخير دليل على ذلك، والتي تعد رغم كل ما يقال تجربة رائدة على مختلف المستويات العربية والعالمية نابعة من الإدراك التام لمعنى مهنة المتاعب .

الهوامش:

(1) سليمان صالح: حقوق الصحفيين في الوطن العربي، دار النشر للجامعات، مصر، 2004، ص264-ص265.

(2) أمال معيزي: التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر وأثره على الممارسة المهنية للصحفيين دراسة مسحية وصفية للنصوص التشريعية ومواقف الصحفيين من قوانين الإعلام 1982، 1990، 2012، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2014 - 2015، ص234.

(3) سليمان صالح: مرجع سابق، ص270.

(4) سليمان صالح: المرجع نفسه، ص267- ص269.

(5) علي قسايسية: ملابسات الحق في الإعلام في القانون الجزائري، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، ص187.

(6) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة التاسعة والأربعون، العدد 02، الأحد 21 صفر 1433 الموافق 15 يناير 2012، القانون العضوي رقم 05/12 مؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، ص29.

(7) سليمان صالح: مرجع سابق، ص270.

(8) سليمان صالح: مرجع سابق، ص271.

(9) سليمان صالح: المرجع نفسه، ص273.

(10) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة التاسعة عشر، العدد 06، الثلاثاء 15 ربيع الثاني 1402هـ الموافق ل 09 فبراير 1982، قانون رقم 01/82 مؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق ل 06 فبراير 1982 المتضمن قانون الإعلام، ص254.

- (11) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة الخامسة، العدد 75، الثلاثاء 24 جمادي الثانية 1388هـ الموافق ل 17 سبتمبر 1968، أمر رقم 525/68 مؤرخ في 16 جمادي الثانية 1388 الموافق ل 09 سبتمبر 1968 المتضمن القانون الأساسي للصحفيين المهنيين، ص1512.
- (12) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة التاسعة والأربعون، العدد 02، الأحد 21 صفر 1433 الموافق 15 يناير 2012، القانون العضوي رقم 05/12، مرجع سابق، ص29.
- (13) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة التاسعة والأربعون، العدد 02، الأحد 21 صفر 1433 الموافق 15 يناير 2012، القانون العضوي رقم 05/12، المرجع نفسه، ص29.
- (14) سليمان صالح: مرجع سابق، ص176.
- (15) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : الجريدة الرسمية، السنة السابعة والعشرون، العدد 17، الأربعاء أول شوال 1410هـ الموافق 25 ابريل 1990م، قانون رقم 11/90 مؤرخ في 26 رمضان 1410 الموافق 21 أفريل 1990 يتعلق بعلاقات العمل، ص564.
- (16) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية : الجريدة الرسمية، السنة الخامسة، العدد 75، الثلاثاء 24 جمادي الثانية 1388هـ الموافق ل 17 سبتمبر 1968، أمر رقم 525/68، مرجع سابق، ص1511.
- (17) سليمان صالح: المرجع نفسه، ص279.
- (18) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة التاسعة والأربعون، العدد 02، الأحد 21 صفر 1433 الموافق 15 يناير 2012، القانون العضوي رقم 05/12، مرجع سابق، ص29.
- (19) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية، السنة السابعة والعشرون، العدد 14، الأربعاء 09 رمضان 1410هـ الموافق ل 04 أفريل 1990، قانون رقم 07/90 مؤرخ في 08 رمضان 1410 الموافق ل 03 أفريل 1990 المتعلق بالإعلام، ص462.
- (20) رضوان بوجمعة: الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر، دراسة سوسيو مهنية، طاكسينج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص23.
- (21) سليمان صالح: مرجع سابق، ص284.
- (22) يوسف تمار: نظرية الأجندة سيتين دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2004 - 2005، ص143.
- (23) سليمان صالح : مرجع سابق، ص284.
- (24) Brahim Brahimi : le pouvoir ، la presse et les droits de l'homme en algerie ، pouvoir la ed Marinoor، Paris. 1996، p67.
- (25) يوسف تمار: مرجع سابق، ص136.

اليقظة التكنولوجية في المؤسسة الإعلامية الحديثة: التمثّلات والفعالية

أ.د/ بوعجيمي جمال

جامعة الجزائر 3

أ/ صحراوي أسماء

المدرسة الوطنية العليا للصحاف

وعلوم الإعلام، الجزائر

ملخص:

تعرف الممارسة الإعلامية ديناميكية متسارعة بفعل استحداث أنماط إنتاج المحتوى واستهلاكه من قبل الجمهور ومختلف أشكال التفاعل، أين تظهر التكنولوجيات الحديثة كفاعل أساسي في هذه الديناميكية كون أنها أحدثت نقلة نوعية في المنظومة الإعلامية وخلقت نماذج جديدة وثورة في مختلف مراحل الصناعة الإعلامية، وبلغت التحوّلات إلى غاية إسهام الجمهور في إنتاج المحتوى عن طريق مختلف آليات وقنوات التفاعل التي تعتبر نتاج استغلال الأدوات الرقمية، وعليه فإنّ البيئة الرقمية المتسارعة في التحديث تكون قد صنعت واقعا إعلاميا مغايرا وفوارق ما بين المؤسسات الإعلامية التي تتوجّه أغلبها نحو الاستفادة من المزايا التقنية للوسيلة (تجهيزات، معدّات، وسائل، تطبيقات، برمجيات) في ظلّ تغلغل شبكة الأنترنت والويب المتنقّل، وتعتبر المؤسسات الأكثر توظيفاً للأدوات الرقمية هي الأكثر بروزا على البيئة الإلكترونية أو على الويب (la présence sur web) والأكثر حضورا لدى الجمهور كون أنها تستعمل مختلف القنوات لنشر محتواها والتسويق لصورتها، كما يمكن تعديد الاستفادة من المزايا التقنية من عدّة أوجه تتعلق بالمصادر والمهنيين والجمهور والمعلنين والمنافسين وغيرهم، وللإندماج في المنظومة الحديثة، يتعيّن على المؤسسة الإعلامية تبنيّ اليقظة التكنولوجية كمنهجية علمية ومهنية تؤديّ إلى التحكّم في الأدوات التكنولوجية وتسخيرها لحلّ مختلف المشاكل وتجاوز العراقيل وتحسين الأداء وتطوير أساليب العمل وتقديم مخرجات ذات جودة وتسيير العلاقة مع الجمهور، ويهدف هذا المقال إلى إبراز

مختلف تمثّلات التكنولوجيات الحديثة ومدى فعالية اليقظة التكنولوجية في المؤسسة الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: اليقظة التكنولوجية- المؤسسة الإعلامية - البيئة الرقمية - الأدوات الرقمية - تحسين الأداء - تحديث أساليب العمل - الثقافة الرقمية - التكوين والتدريب.

مقدمة:

تفاوتت المؤسسات الإعلامية في الجزائر في استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتتوجّه نحو الممارسات الحديثة والتحوّلات التي تعرفها الميديا في العالم بخطى متناقلة، ممّا ينعكس على أدائها ويجعلها في وضع انتقالي يفرز الكثير من السلبيات مع بعض المزايا، التي تشكّل الفارق في الجزائريين المؤسسات الإعلامية التي تتبّنى التكنولوجيات الحديثة وتكتسب ثقافة التقنية واستغلال الأساليب الحديثة في مختلف مراحل إنتاج المضامين وصناعة المحتوى في شكله النهائي، وبين المؤسسات التي لا تزال تضع حواجز بينها وبين المستحدثات التكنولوجية لأسباب متفاوتة، فيما قفزت الميديا في المنظومات المتطوّرة من التجريب والتدريب واعتماد التكنولوجيات الحديثة كنمط إنتاج وممارسة إلى مستوى اليقظة التكنولوجية والتي تسمح للمؤسسة الإعلامية أن تكون في حالة علم بكلّ ما هو جديد في ميادين التقنية لإكسابها لطواقيمها التحريرية وتحديث منظومة صناعة الأخبار وباقي المضامين لديها، إذ تكاد تكون وتيرة الصناعة الإعلامية متقاربة مع وتيرة الاستحداث في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وذلك بتسخير كلّ ما هو جديد سواء من وسائل أو تطبيقات ناجمة عن بيئة الأنترنت في مظاهر العمل داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها، وذلك بعدما أدرك الفاعلون في مهنة الصحافة والإعلام أهمية تحديث إرغونوميا العمل واكتساب طرائق جديدة تستجيب للأنماط الاجتماعية الحديثة والحاجات والرغبات لدى جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين والمستخدمين، ومن خلال هذه الانبعاث الجديد الذي يعرفه الإعلام في العالم بفضل الثورة الرقمية، نحاول تسليط الضوء عن مدى فعالية النماذج المستحدثة للممارسة المهنية والصناعة الإعلامية التي تقترحها النخب المنتجة للتكنولوجيا في الإعلام والاتصال والنخب الفاعلة في قطاع الإعلام، ومن جانب آخر مدى اندماج المنظومة الإعلامية

الجزائرية في هذه التحوّلات المتسارعة وما يمكن أن تحصّله كنتائج في حال تبّي مفهوم اليقظة التكنولوجية.

العمل الإعلامي في البيئة الرقمية الحديثة:

تتوجّه المؤسسات الإعلامية نحو البيئة الرقمية التي تعتبر جدّ ملائمة le digital¹ est une opportunité من حيث توفيرها للحوامل والأدوات تضمن بقاء المهنيين على تواصل rester communiquer من خلال المكوث على اتصال عن طريق شبكة الأنترنت rester connecter أو ما يسمى بـ الأنترنت المتنقل le web mobile² واستغلال الاتصال متعدّد القنوات communication multi canal³ والنقر الناجع والفعال والمقصود الذي يؤدّي كذلك إلى تحقيق غايات ضمان التواجد على شبكة الأنترنت ومختلف المواقع الإلكترونية (la présence web) على رأسها عملاق المعلوماتية google (la googalisation)⁴، حيث أنّ التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتحديد الأدوات الرقمية digitools التي توقّرها شبكة الأنترنت ساعدت كثيرا على إعادة تنظيم بيئة العمل ومختلف مراحل إنتاج المحتوى الإعلامي (الجمع والترتيب والتخزين والمعالجة والنشر) والتحوّل نحو غرف الأخبار الرقمية digitale⁵ news room وأقسام الأخبار المندمجة أو ذات الوسائل المتعدّدة⁶ والمجمّعات التي تنتج محتويات مختلفة (مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية، إلكترونية)، كما توصف الأنترنت التي تغطّي كلّ هذه الأنشطة والممارسات بأنّها "توقّر أدوات لاسترجاع

¹ Manuel Diaz, « tous digitalises : et si votre futur avait commencé sans vous », Paris, Dunod, 2015, p 09.

² Pierre Jean Benghozi, Michel Bergadaa, Fatima Gueroui, « les temporalités du web », Belgique, DEBOECK, 2014, p 10.

³ Habib Oualidi, « les outils de la communications digitale : 10 clés pour maitriser le web marketing », Paris, Eyrolles, 2013, p 18.

⁴ Jean Paul Lafrance, « la civilisation du clic : la vie moderne sous l'emprise des nouveaux medias », Paris, l'harmattant, 2013, p 12.

⁵ Stephane Quinn, « knowledge management in the digital news room », first published, 2002, great Britain, p50.

⁶ السيد بخيت، "الجديد في بحوث الصحافة: مدارس غربية واسهامات عربية"، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2011، ص105.

المعلومات والاتصال والتفاعل"¹ وتعتبر ضرورة في ظلّ رقمنة المجتمع la digitalisation de la société²، إذ تستفيد وسائل الإعلام من خدمات التفاعلية والتزامنية واللاتزامنية والحركية والانتشار وتسيير المحتوى وتأمينه والتي توضع قيد الاستغلال لجميع المستخدمين، وهو ما زاد من أهميتها وضرورة توظيف الخبرات واكتساب أخرى جديدة من أجل صناعة محتويات متميزة عمّا ينتجه آخرون. وتعرف التكنولوجيات الحديثة على أنّها "وسائل تقنية وإجراءات وطرق علمية ومخططات صناعية ومنطق للابتكار والتسويق..³"، ويقسم Stephane Viale الثورة التكنولوجية إلى ثلاثة مراحل⁴:

1. 1945-1985: مرحلة الوسائل أو العدة (matériel) وكانت من أبرز المؤسسات آنذاك IBM.

2. 1985-2005: مرحلة البرمجيات والتطبيقات (logiciel) أين كانت شركة microsoft مسيطرة على السوق.

3. منذ 2005 إلى يومنا هذا: وهي مرحلة المعطيات (donnée) حيث تعتبر شركة google من أبرز الشركات في هذا المجال.

يعتبر العمل في البيئة الرقمية travailler dans le digitale على قدر من السهولة والتعقيد في نفس الوقت، نظرا لتجدّد الظواهر والسلوكات والإنتاج المتسارع للتطبيقات ومختلف الأدوات التكنولوجية التي تكون سببا أساسيا في إنتاج هذه الظواهر والسلوكات، كما يعتبر مغامرة⁵ aventure numérique يمكن أن تعصف بالمؤسسة الإعلامية في حال عدم وجود يقظة بالتكنولوجيات المتسارعة في التطور أو عدم استغلالها بالطريقة الأنسب، خصوصا وأنّ هناك تبعية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال انطلاقا من نظرية مارشال ماكلوهان التي "يعطي فيها

¹ السيد بخيت، "الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، ط 2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2010، ص 30.

² Manuel Diaz, « tous digitalises : et si votre futur avait commencé sans vous », Paris, Dunod, 2015, p 16.

³ Stephane Vial, « l'être et l'écran : comment le numérique change la perception », 1 ère édition, presse universitaire de France, 2013, p.58

⁴ IBID , p08.

⁵ Habib Oualidi, « les outils de la communications digitale : 10 clés pour maitriser le web marketing », op--cit, p21.

أهمية الوسيلة أكبر من الرسالة"¹ وخصائص هاته الوسائل التي لا تعترف بالحدود الزمانية والمكانية.

تمثّلات اليقظة التكنولوجية على مستوى المؤسسة الإعلامية

يقترّب العمل بمنهجية علمية وأدوات رقمية على مستوى المؤسسة الإعلامية من تحقيق فعالية عالية في تحسين الأداء وتحصيل ميزة تنافسية وتموقع على مستوى المنظومة الإعلامية ولدى الجمهور، وذلك من حيث بعض الأوجه التي نوجزها في تسهيل العمل الجماعي داخليا ما بين المهنيين المنتسبين لنفس المؤسسة الإعلامية (échange et partage d'information) وما بينهم وبين مهنيين من مؤسسات أخرى (linkedin)، إضافة إلى الاستفادة من العمل التعاوني مع الجمهور الخارجي crowdsourcing² الذي أصبح مساهما بنسبة كبيرة في الصناعة الإعلامية سواء من خلال المصادر المفتوحة³ (opensource) أو الآراء والاقتراحات التي ترد للمؤسسة بشأن مخرجاتها وتسيير الكمّ الهائل من المعلومات المتدفقة على المؤسسة من مختلف القنوات كمدخلات (big/opendata⁴) حيث يرى جمال العيفة في هذا الصدد أنّ تكنولوجيا الكمبيوتر وتوظيفها على مستوى المؤسسات الإعلامية يؤدي إلى "زيادة القوة الإنتاجية للمعلومات"⁵، وتساعد التطبيقات التكنولوجية الحديثة داخليا على تدفق الرسائل والمعلومات بشكل متخصص ومقصود ما بين الأقسام والهيئات الإدارية بإتباعها مسارات محدّدة مرغوبا فيها وذلك من خلال ربح الوقت والتكاليف والقيام بمختلف الأنشطة المهنية بفاعلية أكبر، وإضافة إلى تسهيل تدفق المعلومات عبر القنوات المحدّدة لها يمكن التعقّب لها أيضا la traçabilité، ومن بين التطبيقات الأكثر تواترا في السنوات الأخيرة slack والذي أصبح معوّضا للبريد الإلكتروني داخل المؤسسات الإعلامية الكبرى نظرا للمزايا التقنية والتواصلية التي

¹ Jean Paul Lafrance, « la civilisation du clic : la vie moderne sous l'emprise des nouveaux medias op-cit, p.15

² السيد بخيت، "الجديد في بحوث الصحافة: مدارس غربية وإسهامات عربية"، مرجع سبق ذكره، ص190.

³ Stephane Vial, « l'être et l'écran : comment le numérique change la perception », op-cit, p13.

⁴ Stephane Vial, « l'être et l'écran : comment le numérique change la perception », op-cit, p14.

⁵ جمال العيفة، "مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2010، ص 90.

يقدمها كإمكانية المحادثة في الزمن الحقيقي أو "الاتصال اللحظي"¹ والتواصل ما بين المجموعات المتخصصة وضمان عدم ضياع الرسائل من خلال القصص في المسارات أو القنوات الناقلة والتأكد من وصولها إلى المتلقي بآليات مختلفة والأرشفة والبحث والاستدراك أو الاسترجاع عند الطلب، وإمكانية تحويل ملفات ضخمة مرفوعة بالصور والفيديوهات، وخدمات الفيديو المباشر والنقل الحي من موقع الحدث باستخدام تطبيقات متاحة على شبكة الأنترنت تخضع للتحديث المتجدد، بحيث أصبح بإمكان الصحفي القيام بتغطيات في الميدان باستخدام هواتف ذكية أو ألواح إلكترونية أو وسائل متنقلة ومزودة بشبكة الأنترنت واستغلال مختلف المنصات والخدمات السحابية cloud computing، وتطبيق pocket الذي يسمح بتحميل المواد من مقالات وفيديوهات أو وثائق أو غيرها وإعادة قراءتها لاحقاً خارج الاتصال بشبكة الأنترنت "off line" وبالتالي التحكم في العمليات في حال اتصال أو لا اتصال بشبكة الأنترنت² actions online/offline، كما تمكن التطبيقات المستحدثة على شبكة الأنترنت من القراءة والتصفح والتنقل ما بين المواقع بأريحية أكبر في كل مكان وزمان وبالتالي الحصول على المعلومات والتزود بالشهادات والوثائق الضرورية لبناء المحتوى الإخباري أو المواد الضرورية لبناء باقي أنواع المحتويات الإعلامية وتوظيف مختلف التطبيقات لإضفاء الجودة على المحتوى وتحسين المعالجة (magisto، vivavideo، photoshopexpress، picsart، photodirector)، titanume recorder...، recorderplus، kinemaster)، كما توظف الأدوات الرقمية في التواصل ما بين المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة وإمكانية نشر المخرجات le partage والتسويق للمحتوى والمؤسسة كعلامة تجارية على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر حسب Jean Paul Lafrance "الأدوات الجديدة لمجتمع المعلومات"³، والمواقع الأكثر اتساعاً من قبل المستخدمين أو جمهور الوسيلة الإعلامية الفعلي أو المرتقب (linkedin، viadeo، youtube، google+، twiter، facebook)،

¹ السيد بخيت، "الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² Habib Oualidi، « les outils de la communications digitale : 10 clés pour maitriser le web marketing »، Paris، Eyrolles، 2013، p188.

³ Coordonne par Jean Paul Lafrance، « critique de la société de l'information »، CNRS édition Essentiel Hermès، 2009، p 103.

كما تتوجّه (flicker.¹ , slidershare. messenger. google drive. trello.buffer المؤسسات الإعلامية الحديثة التي توصف بالذكية smart media نحو استخدام أدوات تكنولوجية تساعد على اتخاذ القرارات السليمة من خلال تحليل كمّ هائل من المعطيات bigdata منها تطبيقات مبتكرة في عالم التسيير مثل .hadoop. كما توفّر شبكة الأنترنت أدوات تسيير السمعة الإلكترونية للمؤسسة الإعلامية من خلال تواجدها على مواقع الويب عن طريق العلامة logo والمحتوى brand content ، بالتعرّف على مختلف ردود الأفعال من قبل المستخدمين أو جمهورها المباشر وغير المباشر إضافة إلى الدراية بالحاجات والرغبات والانشغالات والاضطلاع بكيفيات الاستجابة لها (تسيير العلاقة مع الجمهور وخلق الوفاء للمؤسسة²)، ومن بين التطبيقات التكنولوجية الحديثة visibrain وهي منصّة تقوم بتجميع كلّ ما ردود الأفعال المدوّنة أو السلوكات عن طريق النقر التي تحصل على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات وغيرها من المواقع بخصوص المحتوى الصحفي خلال جميع مراحل انتشاره، وتطبيق social listening الذي يعمل بطريقة مغايرة عن طريق جمع مختلف ما يقال أو ينشر حول المؤسسات المنافسة سواء كان إيجابيا أو سلبيا، وبالتالي المراقبة الدائمة والمحينة للبيئة الخارجية للمؤسسة، يضاف إلى ذلك خدمات التحديد الجغرافي للجمهور وتوفير المحتوى حسب الطلب بناء على القرب الجغرافي أو الاهتمامات.

اليقظة التكنولوجية لدى المؤسسة الإعلامية تسمح بتطوير أساليبها في التعامل مع ما ينتجه الجمهور أو المصادر المفتوحة من حيث تجميع هذه المواد والتأكد من صحتها ومصداقيتها وتوظيفها في بناء محتويات إعلامية كمخرجات لهذه المؤسسات، حيث بدأت تظهر أدوات ومنهجيات تعمل بطريقة آلية ومعيارية للتحقق من المعلومات والصور والفيديوهات وتسهيل مهام المعالجة من قبل الصحفيين. وبالتالي الانفتاح على قدر كبير من الجمهور المنتج للمعلومات المرشحة لأن تكون أخبارا وذلك من خلال التواجد أين يتواجد المستخدمون على مختلف المواقع والتحكّم في المعالجة بمساعدة الأدوات الرقمية.

¹ Valerie March, « comment développer votre activité grâce aux medias sociaux », Paris, Dunod, 2011, p15-37.

² IBID, p 16.

الثقافة الرقمية في المؤسسة الإعلامية الحديثة

تحديث الأنشطة والممارسات الإعلامية يعتبر من أبرز آثار الثورة الرقمية والاندماج في تكنولوجيا الاتصال، أين يبرز العامل التكنولوجي في البيئة الإعلامية الحديثة، بحيث أثر ذلك على الناتج النهائي للمواد الإعلامية مع استحداث مهام وسلوكات جديدة تتعلق بمتابعة المحتوى ومرافقته من خلال توغّله وانتشاره في النسيج الجماهيري أو جمهور المستخدمين الذين يتناقضونه ويتفاعلون معه بطرق مختلفة. ويؤدّي اكتساب الثقافة الرقمية في المؤسسة الإعلامية إلى اكتساب مناهج وأساليب العمل الرقمي *digi job* وكيفيات الاستغلال الأمثل للفضاءات الافتراضية *les cyberspaces*، والتسيير الحديث للنظام المعلوماتي للمؤسسة، والبحث عن حلول تكنولوجية لمختلف المشاكل التي تعترض الصحفيين والإعلاميين أو الإداريين ومختلف العوائق التقليدية التي كانت تؤثر على نوعية الأداء المهني والمخرجات، منها تسيير العلاقة مع المصادر الجديدة والوفرة بعدما قضت الأدوات الرقمية على الندرة المسجلة سابقا، إلا أنّ الوفرة في المعلومات والمصادر المفتوحة خلقت هي الأخرى قلقا لدى المهنيين بخصوص مصداقية ما يتم تداوله ومدى صحته، لكنّ البيئة الرقمية سرعان ما استحدثت حلولاً لهذا النوع من المشاكل من خلال أدوات تمكّن من التحقق الفردي والجماعي وآليات تساعد على غرلة المعلومات المنتجة من قبل مصادر مختلفة، إضافة إلى وضع حدّ لعناء الصحفيين في بحثهم عن المعلومات لبناء قصصهم الإخبارية اليومية و"التخمة المعلوماتية أو القلق المعلوماتي"¹ والانقلاب من عملية البحث إلى عملية الاستقبال (*pull/push*) على غرار أدوات الإنذار التي تسمح بتدفّق المعلومات والرسائل والنشريات عبر قنوات سريعة لفائدة الصحفيين ووفقا للطلب أو بطريقة محدّدة مسبقا (*le choix de flux d'information*) من دون الحاجة إلى البحث على مستوى آلاف الصفحات والمواقع يوميا (مثلا RSS)، أي أنّ التطبيقات التكنولوجية ساهمت في انشغال الصحفيين بمعالجة ما يحصلون عليهم من كمّ هائل من المعلومات والبيانات أكثر الانشغال بالجمع من المصادر كما كان سابقا.

¹ السيد بخيت، "الأنترنيت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، مرجع سبق ذكره، ص 60.

وبالتالي فإنّ العمل الإعلامي في البيئة الرقمية يحتاج إلى اكتساب ثقافة رقمية ومنهجية وتحديث طريقة التفكير وليس فقط امتلاك الوسائل (being digital is not of defining the critical , it is a way of thinking,just a state of technical , ...it mean using technology more effectivel,processes that make up a news (not just using more technology .¹ فيما يرى نيكولا نيغروبونت أنّ أجهزة الكمبيوتر والأترنت أصبحت نمط حياة (l'informatique n'est plus une affaire) c'est la manière dont on vit,d'ordinateurs² فتكون موجة الرقمية قد شملت مختلف المجالات الحياتية والمهنية بما فيها قطاع الإعلام، ويتعين على المؤسسات الإعلامية في خضم هذه التطورات "التكثيف من التكوين والتدريب لمواردها البشرية من أجل إكسابهم مهارات جديدة للتعامل مع التكنولوجيات الحديثة"³. وعلى المؤسسات أن تهتمّ بعرض محتوياتها وضمان تدفقها على مختلف الوسائل الموصولة بشبكة الأنترنت (أجهزة كمبيوتر ثابتة ومحمولة، ألواح إلكترونية، هواتف ذكية..) وتكثيف هذه المحتويات مع أنظمة استغلالها (mac، Windows، androïde، los).

قد تترتب عن الاعتماد على التكنولوجيات صعوبة في القيام بمختلف الأنشطة المهنية منها التحقق من صدق الأخبار والمعلومات المنتشرة لأن الخوارزميات والذكاء الاصطناعي لا يمكنها أن تفعل ذلك ويعتبر الأمر قيد التطوير والاكتشافات للأدوات التي تغطي النقائص والثغرات، لذلك فإنّ اليقظة التكنولوجية من قبل المؤسسات الإعلامية تسمح بالاندماج السريع والمحجّن مع التكنولوجيات المستحدثة واستغلالها للقضاء على المشاكل المسجّلة على مستوى مختلف مراحل إنتاج المحتوى والتواصل مع البيئة الخارجية، فيما تبقى عمليات التدريب والتكوين للصحفيين والعاملين في البيئة الإعلامية الحديثة ضرورية في استمراريته وعدم الانقطاع لتشجيع العمل التعاوني والاستفادة من المزايا التكنولوجية على النحو الفردي والجماعي.

اليقظة التكنولوجية ودراسات الجمهور الحديثة

¹ Stephane Quinn, « knowledge management in the digital news room », OP-CIT, p53.

² Manuel Diaz, « tous digitalises : et si votre futur avait commencé sans vous », OP-CIT, p 16.

³ عبد الجواد سعيد ربيع، "إدارة المؤسسات الصحفية: دراسة في الواقع والمستحدثات"، دار الفجر للنشر والتوزيع، سنة 2004، ص 45.

يشير السيد بخيت إلى أنّ دراسات الصحافة تطوّرت مع ظهور ثورة المعلومات في التسعينيات¹، ومع الانتقال إلى الثورة الرقمية بإمكاننا الحديث اليوم عن ظهور اتجاهات بحثية جديدة ودراسات الجمهور الفائقة التي تحرّكها التكنولوجيات الحديثة وما توقّره من أدوات إلكترونية للبحث والمسح وجمع البيانات والمعلومات بالاعتماد على الآلة وبأقل تكاليف وبطرق دقيقة ومكثّفة وذات كفاءة تشمل عددا كبيرا من أفراد الجمهور المشتّت وغير المعروف سابقا، لذلك تتوجّه المؤسسات الإعلامية الحديثة نحو اليقظة التكنولوجية في هذا المجال أي البقاء على علم بأيّ مستحدثات (أدوات، تطبيقات، برمجيات، وسائل، مناهج، أساليب...) تمكّن من دراسات الجمهور والتعرّف على خصائصه وحاجاته ورغباته، بجمع أكبر قدر من المعلومات عن أكبر قدر من الجمهور وفي ظرف وجيز، لأنّ نتائج هذه الدراسات تعدّ ضرورية وتتحكّم في توجيه السياسات الإنتاجية على مستوى المؤسسات الإعلامية كما تحدّد الوسائل والأساليب التي يمكن أن تحقّق بها أهدافها، وأبرز المستحدثات التكنولوجية، الاعتماد المتبادل على شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تمثّل أفضل مصدر للحصول على معلومات حول جمهور وسائل الإعلام، إذ تعتبر مختلف التفاعلات مفيدة في تحديد خصائصه وما يرغب فيه أو ينبذه، سواء بالاعتماد على صفحات مهنية تخصّ المؤسسة الإعلامية على مواقع الشبكات الاجتماعية أو عن طريق التداول غير المقصود أو العشوائي للمحتوى الإعلامي المتوفّر على شبكة الأنترنت (التدفق الجديد للأخبار) والذي ينتج عنه الوصول لجمهور متوقّع وغير فعلي بالصدفة، أي أن يتعرّض المستخدم للمحتوى على صفحته فايسبوك مثلا من دون أن يكون لديه القصد في البحث عن المحتوى الإعلامي أو التعرّض لمخرجات مؤسسة معيّنة، ويتفاعل معه بطرق مختلف قد تكون بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو إعادة الإنتاج (البيئة الإعلامية الشبكية²)، وهي ردود أفعال ترسم ملامح هذا الجمهور وتعرّف المؤسسة الإعلامية به بسرعة وأحيانا في الزمن الحقيقي في حال الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة، منها google analytics الذي يقدّم معطيات تفصيلية عن مختلف التفاعلات التي تحدث على مواقع الشبكات

¹ السيد بخيت، "الجديد في بحوث الصحافة: مدارس غربية واسهامات عربية"، مرجع سبق ذكره، ص 13.

² السيد بخيت، "الجديد في بحوث الصحافة: مدارس غربية واسهامات عربية، مرجع سبق ذكره، ص 23.

الاجتماعية وبيانات ضخمة تخصّ مختلف التفاعلات المذكورة، كما يمكن أن يتجاوز ذلك إلى الموقع الإلكتروني الخاصّ بالمؤسسة الإعلامية ويرصد مختلف التفاعلات والمستخدمين الفعليين الذين يتصفحون الموقع "الآن"، وتقدّم هذه الخدمات أيضا عدّة أدوات تندرج ضمن تحليل الشبكات الاجتماعية social networking analyse SNA والتي توضّح بدقّة آليات وكيفيات انتقال المحتوى الإعلامي عبر الشبكات وحلقات الوصل (مثل RICC وهي أداة تعقب مراحل نشر الخبر على المواقع الإلكترونية¹)، والمستخدمين الأكثر تفاعلا والأكثر تأثيرا (قادة الرأي على الشبكة) مع تحديد دوائر الاهتمام وما يشترك فيه أغلبية المستخدمين والمواضيع الأكثر متابعة والنقاشات، إذ يمكن لهذه الأدوات التكنولوجية توفير مختلف المعلومات المطلوبة للمؤسسة الإعلامية على الرغم من أنّ الشبكات الاجتماعية على شبكة الأنترنت تزداد تعقيدا وتشبيكا. وتجاوز الأمر المقاييس الكمية إلى الكيفية من خلال توفير تطبيقات حديثة التحليل الكيفي للمعطيات الكمية التي تجمعها. يضاف إلى ذلك أنّ الصحفيين من خلال يقظتهم التكنولوجية واستفادتهم من برامج التدريب والتكوين بإمكانهم الاحتكاك المباشر بالجمهور أو المستخدمين أو القيام بدراسات إثنوغرافية أو الملاحظة بالمشاركة في مختلف المواقع التي يتردّدون عليها (فايسوك، تويتر، يوتيوب، مدونات، منتديات...)، إذ يعتبر الصحفيون العاملون في البيئة الإلكترونية أكثر معرفة باهتمامات الجمهور.

الآثار السلبية للاستخدام الفائق للتكنولوجيا بالمؤسسة الإعلامية

التزاوج بين العمل الإعلامي والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حقّق العديد من المزايا لفائدة المهنيين والجمهور على حدّ سواء، لكنّ ذلك لا يقصي ظهور بعض السلبيات التي تمسّ بالمحتوى وأبعاده الاجتماعية والثقافية والسياسية، من ذلك أنّ توظيف التكنولوجيات الحديثة على مستوى مختلف مراحل إنتاج المحتوى والتفاعل معه أدّى إلى إفراغه من مضمونه التقليدي ومقاصده الأكاديمية، فلم تعد الوظائف الإخبارية هي نفسها، وأصبح المحتوى مفرغا من الحمولة الاجتماعية والثقافية والمسؤولية الأخلاقية، إذ يرجّح العمل بهذه التكنولوجيات المتزايدة في التطوّر على الاهتمام بالجوانب الاتصالية أكثر من الجوانب الإعلامية في المحتويات التي تنقلها وسائل الإعلام، ويعدّ ذلك من أبرز السلبيات التي تظهر بسبب الاعتماد

¹ المرجع نفسه، ص111.

المتنامي على التكنولوجيات في مختلف مراحل إنتاج المحتوى الإعلامي، إذ أصبح الهدف هو الإيصال والعرض إلى حدّ الإبهار واستهواء الجمهور حتّى في نشرات الأخبار ومختلف أنواع المضامين ذات البعد الإخباري وهو ما يصفه دانيال بونيو "الاتصال ضدّ الإعلام"¹، كما تبرزه دراسات نابع عن تعاظم استخدام الجمهور للتكنولوجيات الحديثة ويقظته بها وما نتج عن ذلك من ظواهر اجتماعية واتصالية و"أنماط استهلاكية حديثة للمحتوى"²، منها تعلّقه بالبناء الحديث للمحتوى.

تنتقد دراسات أخرى الأنماط الإنتاجية الحديثة على مستوى المؤسسات الإعلامية والممارسات المهنية التي أصبحت تعتمد على الأدوات الرقمية في عمليات جمع الأخبار ومعالجتها ونشرها، مع تسجيل تراجع في الأدوار التقليدية للصحفيين والمراسلين والتقنيين والمدققين اللغويين، لأنّ المناهج الجديدة تعتمد على التقنية في أغلب هذه الوظائف خصوصاً وأنّ التطبيقات الحديثة على شبكة الأنترنت وبرمجيات أجهزة الكمبيوتر وخوارزميات المواقع الأكثر استخداماً تستغني إلى حدّ كبير عن الخدمات التقليدية، وتقترح القيام بمختلف الوظائف بسرعة وفي وقت أقلّ وبأقلّ تكاليف، ما أدّى إلى الإنقاص من جودة المحتوى في خضّم البحث عن الجودة والتجديد، ذلك أنّ مخرجات وسائل الإعلام أصبحت محلّ تشكيك ونقد شديد نظراً لأنّها تعتمد على المعلومات المتدفّقة عبر المصادر المفتوحة وقنوات المعلومات على شبكة الأنترنت، مع صعوبة التحقق من مدى صحّتها حتّى وإن كانت التكنولوجيات تقترح آليات للقيام بذلك، كما أنّ التدقّق الهائل للمحتويات يجعل الجمهور أمام خيارات كبيرة مشّتت التركيز وغير قادر على التفريق بين المحتويات البناءة والهدّامة، كما قد تكون اليقظة التكنولوجية والانشغال بكيفيات توظيفها واستغلالها، استقطاباً لاهتمام الإداريين والمحرّرين ومختلف الفاعلين على مستوى المؤسسة الإعلامية على حساب قيمة المحتويات والغايات منها والأدوار الاجتماعية والسياسية والثقافية (التنشئة الاجتماعية والسياسية والثقافية وتأطير الجماهير).

استحضار البعد التكنولوجي في البيئة الإعلامية الحديثة تحوّل إلى ضرورة بسبب الطفرة التكنولوجية والمرونة والانسيابية في صناعة المحتوى الإعلامي وانتشاره عبر مختلف الحوامل، وقد نجم عن ذلك ممارسات مهنية في طور التشكّل تشجّع عليها

¹ نصر الدين لعياضي، "عتبات التأويل"، الإمارات العربية المتحدة، دار الثقافة والإعلام، سنة 2014، ص 42

² Nathalie Sonnac, Jean Gabs Zewic, « l'industrie des medias a l'ere numérique », 3 édition, Paris, la découverte, 2013, p 09.

المجّانية وسهولة الاستعمال، كما أسهمت التقنية في خلق فلسفة ومنهجية ومجموعة من القيم المهنية الجديدة وفرضت ضرورة تحديث وإعادة تنظيم العمل على مستوى المؤسسات الإعلامية والاستجابة لمتطلبات التحوّل نحو تكثيف استخدام التكنولوجيات، بينما تعتبر اليقظة التكنولوجية فرصة وميزة تنافسية تسمح بالبقاء على علم بالمستحدثات التكنولوجية وكيفيات توظيفها في تحسين الأداء وتطوير الممارسة المهنية لجميع الفاعلين في الحقل الإعلامي، نظرا لأهمية تحديث نماذج العمل في البيئة الرقمية وعدم الاستغناء عن الأدوات المتجددة التي تخلق أنماطا إنتاجية واستهلاكية جديدة للمحتوى.

قائمة المراجع:

- السيد بخيت، "الجديد في بحوث الصحافة: مدارس غربية واسهامات عربية"، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2011.
- السيد بخيت، "الانترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2010.
- جمال العيفة، "مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2010.
- عبد الجواد سعيد ربيع، "إدارة المؤسسات الصحفية: دراسة في الواقع والمستحدثات"، دار الفجر للنشر والتوزيع، سنة 2004.
- نصر الدين لعباضي، "عتبات التأويل"، الإمارات العربية المتحدة، دار الثقافة والإعلام، سنة 2014.
- Coordonne par Jean Paul Lafrance, « critique de la société de l'information », CNRS édition Essentiel Hermès, 2009.
- Jean Paul Lafrance, « la civilisation du clic : la vie moderne sous l'emprise des nouveaux medias », Paris, l'harmattant, 2013.
- Habib Qualidi, « les outils de la communications digitale : 10 clés pour maitriser le web marketing », Paris, Eyrolles, 2013.
- Manuel Diaz, « tous digitalises : et si votre futur avait commencé sans vous », Paris, Dunod, 2015.
- Nathalie Sonnac, Jean Gabs Zewic, « l'industrie des medias a l'ere numérique », 3 édition, Paris, la découverte, 2013.
- Pierre Jean Benghozi, Michel Bergadaa, Fatima Gueroui, « les temporalités du web », Belgique, DEBOECK, 2014.
- Stephane Quinn, « knowledge management in the digital news room », first published, 2002, great Britain.
- Stephane Vial, « l'être et l'écran : comment le numérique change la perception », 1 ère édition, presse universitaire de France.
- Valerie March, « comment développer votre activité grâce aux medias sociaux », Paris, Dunod, 2011.

استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي

أ/ إيمان سكور

جامعة الجزائر3

الملخص:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثير هذه الفترة الحساسة من عمر الإنسان على استخداماتها لهذه الأخيرة وكيفية تعامله مع التقنيات الحديثة، ومحاولة الوصول إلى حلول وطريقة استعمال ممنهجة ومضبوطة لتفادي مخاطرها بشكل غير مسؤول وغير واعي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الاستخدام، المراهقين.

Abstract:

We try through this study, to know the uses of adolescents for social networking sites, and the impact of this sensitive period of human life on their use of social media, and the way they treat with modern technologies, and try to reach solutions and method of use systematic and controlled to avoid the risks of irresponsible and unconscious use.

مقدمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة، التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الانترنت، حيث لا يفصل بينهم أية عوامل، مثل السن أو النوع ... الخ، فهؤلاء تجمعهم ميولات واهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل المراهق أكثر تعرضا لهذه المواقع، نظرا لإقباله المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها Facebook، Youtube، Tweeter، Instagram أكثر من أي فئة أخرى، وذلك بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية التي تميز هذه المرحلة العمرية.

وهناك من يرى أن المجتمع الافتراضي الذي أوجدته مواقع التواصل الاجتماعي يمثل مجتمعا سلبيا يفقد الشخص القدرة على التفاعل والتعامل مع واقع الحياة الاجتماعية ومع الناس من حوله، مما يؤدي إلى تدني مستويات التوافق الاجتماعي لدى المستخدم.

كما قد يكون لمواقع التواصل الاجتماعي أثر ايجابي على الجوانب الاجتماعية، فالأفراد في هذا الموقع، قد يوجدون مجتمعات افتراضية تحقق الترابط والتواصل الاجتماعي بناء على اهتماماتهم وأفكارهم واتجاهاتهم، إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت أنماط حياة المراهقين وطريقة تواصلهم الاجتماعي مع مجتمعاتهم الافتراضية والحقيقية.

مشكلة الدراسة:

تعتبر وسائل الإعلام في عصرنا الحالي واحدة من أدوات توجيه المراهقين وبناء شخصيته، ومن ابرز هذه الوسائل التي غزت محيطنا نجد مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها (Tweeter...، Youtube، facebook)، حيث تثير انتباه المستخدم من خلال سهولة استخدامه وتوفره على مواد مختلفة من كتابات، صور وفيديوهات، التي تشده لمتابعتها باستمرار، ويعتبرها ترجمانا لأحلامه وأحاسيسه، فينشر ويعلق ويقبل أصدقاء ويرفض آخرون، يشعر من خلاله انه مسؤول وأن له جانب من الخصوصية، وقد تجعله يتقمص أدوار وشخصيات أخرى خيالية ويتحدث بلسانها أو ينقل شخصه الواقعي إلى صفحته الشخصية.

لذا تسعى دراستنا للبحث في تساؤل مهم وهو:

في ماذا تتمثل استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، وكيف تؤثر خصائص هذه المرحلة في استخداماتهم؟

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خصوصية مرحلة المراهقة باعتبارها منعطفًا أساسيا في بناء شخصية الفرد، ومن الأهمية المتزايدة لمواقع التواصل الاجتماعي في الحياة المعاصرة، باعتبارها ظاهرة تواصلية جديدة فرضت تحديات متعددة على المجتمعات الراهنة، ومنه فان استجلاء مختلف استخدامات المراهقين لهذه المواقع يتيح لنا معرفة وتفسير العديد من الظواهر والانعكاسات التي برزت في أوساط هذه الفئة في السنوات الأخيرة.

أهداف الدراسة:

- ✓ تتمثل أهداف الدراسة في ثلاثة نقاط رئيسية هي:
- ✓ تحديد استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي
- ✓ معرفة تأثير خصائص المرحلة على استخدامات المراهقين لموقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ صياغة ضوابط لهذه الاستخدامات وتوجيهها في الاتجاه الصحيح.

أولاً: المدخل المفاهيمي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي: مواقع التشبيك الاجتماعي social Networking sites أو وسائل الإعلام الاجتماعية social media ويسمى Serge Proulx تطبيقات التنشئة الاجتماعية "outils de socialisation" وهي مواقع تسمح للمستخدمين بامتلاك صفحة شخصية ونشر ما يرغبون من مضامين (صور، تسجيلات، نصوص...)، وهي تلعب دور كبير في بناء علاقات اجتماعية بين الأفراد. وقد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل، ففي دراسة أعدها "ديوان الاتصالات البريطانية" تؤكد أن نموها السريع وانتشارها الحالي، يشير إنها تقنيات الاتصال السائدة حالياً لكثير من الناس¹.

إن مفهوم الشبكات الاجتماعية ليس وليد التقنية الحديثة، إذ ينسب إلى عالم الاجتماع الألماني Georg Simmel (1858-1918)، الذي رأى أنه يجسد موقف فكري قبل كل شيء، ويستجلي أفق الكشف عن الأشكال العامة للعلاقات الاجتماعية بين الأشخاص أكثر من محتوى ما يتبادلونه، Guichard 2012، فحصر مواقع Facebook، Youtube، Twitter، Myspace في مسمى شبكات التواصل الاجتماعي فقط يجعلها تتطابق مع مفهوم الشبكات السائدة قبل ظهور الانترنت، مثل شبكة العلاقات الأسرية، وشبكة الأصدقاء، وشبكات الحرفيين والمهنيين، وشبكة مناصري الفريق الرياضي الفلاني ويحيد التكنولوجيا أو يجردها من أي تأثير. بينما ارتباط مفهوم الشبكات بالتقنية جعله معطى مجازياً أكثر منه تقنياً لأنه تحول من نمط

¹ ممدوح سيد أمين: دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو ممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، 2017، ص 94.

التفكير وتحليل المجتمعات الغربية التي يعتقد أنها تتسم بتفكك اجتماعي وتجذر سياسي¹.

اعتمد الدكتور نصر الدين لعياضي في دراسته الموسومة بـ "تكنولوجيات وسائط جديدة وإشكاليات قديمة، التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية"، على مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية التي عرفته الباحثان Ellison، (Boyd 2007) "بأنه منصة للتواصل الشبكي تتيح للمستخدمين فيها يلي: 1. امتلاك "بروفيلات" محددة ينشئها ترابط المحتويات التي يقدمها كل من مستخدم الموقع وأصدقائه، وبيانات النظام التقني 2. إمكانية عرض العلاقات التي يمكن للغير مشاهدتها والاطلاع عليها بشكل علني وأمام الملاء 3. النفاذ إلى سيل المحتويات المعممة من قبل المستخدمين، والتي تجمع النصوص والصور والفيديو عن الأماكن والأشخاص أو العلاقات التي يقيمها المشتركون في موقع الشبكات الاجتماعية".

1.1 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور في تسعينات القرن العشرين، وكانت أول مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت على شبكة الانترنت في شكل تجمعات على الانترنت معممة مثل موقع "Theglobe.com" عام 1994، وموقع "Geocities.com" في نفس السنة، وتلاههما موقع "Tripod.com". وركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال صالونات الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات وهو الأساس التي قانت عليه المدونات.

في عام 1995 Randy Conradz موقعاً للتواصل مع زملائه في الدراسة Classmates.com، ثم تلاه موقع SixDegrees.com عام 1997 اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وإرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء و الربط المباشر بينهم. مع بداية عام 2005 ظهر موقع MySpace الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ثم ظهر Facebook على يد "Mark Zuckerberg" في جامعة هارفارد، وكانت فكرته اجتماعية بحيث

¹ نصر الدين لعياضي: تكنولوجيا وسائط جديدة وإشكاليات قديمة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية، جامعة الجزائر 3، العدد 22، ص 127.

يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم ثم عملت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث ومشاركتها عبر الانترنت جاءت فكرة Youtube عام 2005، وفي مارس عام 2006 ظهر موقع Twiter.¹

2.1 الاستخدام:

يعرفه Yves-Francois بأنه نشاط اجتماعي يتحول الى عادة في المجتمع بسبب عامل التكرار، فعندما يتكرر "الاستعمال"، ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يصبح "استخداما".²

3.1 استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

1. التواصل الاجتماعي
2. التدوين والنشر الالكتروني
3. البحث عن وظائف
4. الإعلان التجاري
5. الاستخدامات الإعلامية
- منبر حرية للتعبير عن الآراء
- وكالات أنباء ومواقع إعلامية
- مصدر للأخبار والمعلومات
6. وسيط بين الأفراد
7. الممارسات السياسية
8. الاستخدامات التعليمية
- زيادة المعرفة
- إجراء الأبحاث والدروس
- تنمية المشاركات العلمية
- تعزيز العلاقات بالمؤسسة التعليمية.³

¹عباس صادق: الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، الأردن، 2008، ص157.

²Yves-Francois Le Coadic, usage et usagers de l'information, ABS, Paris, 1997.

³ممدوح سيد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 97

ثانيا: حاجات مرحلة المراهقة

إن التغيرات التي يتعرض لها المراهقين على المستوى الجسدي والعقلي والانفعالي تصاحبها حاجات، لكن هذه الحاجات قد تكون مختلفة في قوتها ومعانها:

الحاجة للمكانة :

إن حاجة المراهق إلى مكانة هي من أهم حاجاته حسب "فاخر عاقل". فالمراهق يريد أن تكون مكانته هامة في مجتمعه وأن يعترف به كشخص ذو قيمة. و المكانة التي يطلبها بين رفاقه أهم لديه من مكانته عند أبويه ومعلميه. و من هنا كانت أهمية حرص المعلم على أن يعامله كما ينبغي.

الحاجة لتحقيق الذات :

نقصد بتحقيق الذات أن يستطيع المراهق تحقيق إمكانياته وتنسيقها إلى أقصى حد ممكن يستطيع الوصول إليه، فيدرك ما لديه من قدرات أو يمر بالخبرات التي يستطيع أن يباشرها في جو يشعره بالطمأنينة.¹

الحاجة إلى الانتماء :

إن رغبة المراهق في الاستقلال المادي والعاطفي عن الأسرة، مرتبط برغبة في الانتماء إلى جماعات خارج إطار الأسرة، والتي تتمثل في جماعة الأصدقاء سواء كانت جماعة منظمة أو غير منظمة، وهذا نتيجة تفتح ميول المراهق واتساع دائرة اهتماماته. فالانتماء يعد عند المراهق فرصة للتحرر من السلطة الأبوية، ويضمن له الانتماء الاجتماعي الذي يناسبه.²

الحاجة إلى الاستقلال :

إن الطفل الصغير يعبر عن حاجته إلى الاستقلال حين يصر على أن يربط شريط حذائه. أما حين تبزغ المراهقة فانه يكون لهذه الحاجة معنى متزايد الأهمية. إن المراهق يتوق إلى التخلص من قيود الأهل وإلى أن يصبح مسؤولا عن نفسه. انه يرغب في أن يحيا حياته. والمراهق حريص على أن لا يظهر تعلقه الشديد بأسرته

¹ روبرت واطسون، هنري كلاي ليندجرين: سيكولوجية الطفل والمراهق، ترجمة داليا عزت مؤمن، مكتبة مدبولي، 2004، القاهرة، ص 624.

² عبد الكريم بكاز: المراهق كيف نفهمه وكيف نوجهه؟ ، دار السلام، القاهرة، 2010، ص 24.

واعتماده عليها، وهو حريص كذلك على تحمل مسؤولياته التي تظهره بمظهر المستقل الذي يمكن الاعتماد عليه من حيث القدرة والنضج.¹

الحاجة إلى القبول:

وتتضمن الحاجة إلى القبول الاجتماعي والأصدقاء، الحاجة إلى الشعبية والشعور بالانتماء للجماعة ووحدة الهدف، والتجانس في الخبرات، والألفة التي يمكنها أن تقوم بسرعة بين الأفراد، ومعرفة الأدوار في الجماعة وتحديدها. كل هذا يؤدي إلى تماسك جماعة الرفاق إلى أقصى حد.

الحاجة للعطف والحنان :

وتتمثل في شعور المراهق بأنه محبوب كفرد، وأنه مرغوب فيه لذاته، وأنه موضع حب واعتزاز، وهذه الحاجة ناشئة إذن من حياة الأسرة العادية، فهي التي تخلق الشعور بالحب عند المراهق، ويتكون لديه ما يسمى بالأمان النفسي والعاطفي، وهذا ضروري لانتظام حياة المراهق النفسية، لذلك لابد من إشباع هذه الحاجة عنده بكل ما يستطيع الوالدين حتى يحافظ على صحته النفسية، وتتكون لديه روح التعاون والمحبة، ولن يكون عدوانيا متخوفا من الآخرين.

ثالثا: تأثير خصائص مرحلة المراهقة على استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي:

توفر مواقع التواصل الاجتماعي فرصا متعددة للتواصل مع الأصدقاء والأشخاص الذين لديهم اهتمامات مشتركة. وخلال السنوات الخمس الماضية، زاد عدد المراهقين الذين يستخدمون هذه المواقع زيادة كبيرة.

وذكرت "Li Charline 2010"، في دراسة حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، أن الأفراد يستخدمونها لتحقيق هدف ما: فهناك اللذين يبحثون ويتصفحون المعلومة، وهناك المتبادلون، وهناك المعلقون اللذين يطالعون ما ينشر ويعبرون عن رأيهم، وهناك المزودون اللذين ينشؤون المحتوى الأصلي لهذه الوقائع.²

¹ روبرت واطسون، هنري كلاي ليندجرين: مرجع سابق، ص 402

² Li Charline: open technology, how social technologies can transform the way you lead, Altimeter group, San-Francisco, USA, 2010.

ووفقا لاستطلاع أجري مؤخرا، فإن 22٪ من المراهقين يسجلون الدخول إلى مواقعهم الاجتماعية المفضلة أكثر من 10 مرات في اليوم، وأكثر من نصف المراهقين يسجلون الدخول إلى موقع التواصل الاجتماعي أكثر من مرة في اليوم. ويملك 75٪ من المراهقين الآن هواتف خلوية، و 25٪ يستخدمونها في وسائل التواصل الاجتماعي، و 54٪ يستخدمونها في الرسائل النصية، و 24٪ يستخدمونها في الرسائل الفورية.¹

مما نلاحظه من حاجات مرحلة المراهقة في العنصر السابق، والخدمات والميزات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها، نجد انه يمكن المراهقين من إشباع حاجاتهم من خلال استخدامهم له.

فإذا نظرنا إلى حاجته في تكوين ذاته وإبرازها، نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح له إمكانية ذلك، من خلال خدمات متعددة قد تتمثل في صور أو تعليقات...، يتم عرضها بالطريقة التي يشاء. نجد أيضا حاجته في الانتماء توفرها صفحات أو مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي نذكر مثلا الفيسبوك، عندما ينضم الى واحدة من هذه الصفحات فانه يعلن انتمائه لمجموعة معينة.

لكن هل يمكننا أن نعتبر استخدامه من قبل المراهقين أمر جيد ولا يؤدي إلى مخاطر بمجرد أنه يشبع حاجاتهم؟

رابعاً: تحديد ضوابط لاستخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي:

من المؤكد أن أية وسيلة مهما كان طبعها إذا استخدمت استخداما سيئ ستؤدي إلى نتائج غير مرغوب فيها، هذا ما يحدث مع الاستخدام السيئ لمواقع التواصل الاجتماعي، فإن المراهقون يواجهون بعض المخاطر أثناء تنقلهم وتجربتهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشير الأبحاث الحديثة إلى أن هناك تعبيرات متكررة عبر الإنترنت للسلوكيات في وضع عدم الاتصال، مثل التنمر، والتجريب الجنسي، والتي

¹The impact of social media on children, adolescents and families, GzennSchurgin O keeffe, kathleencharke-pearson and council on communications and media, USA,2011,P 800.

أدخلت مشكلات مثل التسلط عبر الإنترنت وقضايا الخصوصية ، ومشاكل إدمان الإنترنت الحرمان من النوم المتزامن.¹

من جانب آخر يلعب الأولياء دورا مهما في الحد من مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن نجد أنهم بالرغم من معرفتهم بطبيعة هذه المواقع واستعمالها في بعض الأحيان إلا أنهم قد يفتقرون إلى الفهم الأساسي لهذه الأشكال الجديدة من التنشئة الاجتماعية، والتي هي جزء لا يتجزأ من حياة أولادهم وخاصة في مرحلة المراهقة. وهم في كثير من الأحيان لا يملكون القدرات التقنية أو الوقت اللازم لمواكبة أولادهم

في بيئة الإنترنت المتغيرة باستمرار. وبالإضافة إلى ذلك، هؤلاء الأولياء غالبا ما يغفلون عن أن حياة الأولاد في مواقع التواصل الاجتماعي هي امتداد لحياتهم اليومية. والنتيجة النهائية غالبا ما تكون معرفة ومهارة تقنية الفجوة بين الآباء والمراهقين، مما يخلق انقطاعا في كيفية مشاركة هؤلاء الآباء والمراهقين في عالم الإنترنت معا.²

لذا فأهمية مواكبة الأولياء لمواقع التواصل الاجتماعي وتفهم طبيعة الحياة بالنسبة للمراهقين في عصرنا الحالي قد يعتبر حلا للمخاطر المحيطة بهم.

كذلك تلعب المؤسسات التربوية دورا مهما في نشر التوعية بين أوساط المراهقين خاصة في مجال استخدامات التواصل الاجتماعي، واستدراج بعض المجموعات للمراهقين قد تؤثر على سلوكهم أو تحصيلهم العلمي، أ، حتى مستقبلهم إن كان الاستخدام غير واعي، مثل التحريض على الالتحاق بالجماعات الإرهابية وغيرها..

خاتمة:

إذا اعتبرنا أن كل تطور يحمل إيجابيات، وينتج عنه مخاطر في بعض الأحيان، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في اكتساب معارف وخبرات وتجارب وصداقات، بقدر ما تساهم في تعقيد بعض مجالات حياتنا الاجتماعية، وهو ما يدعونا إلى التفكير عمليا في مشروع التربية على وسائل الإعلام، ونجد دول مثل فرنسا، ألمانيا والسويد قد تبنت المشروع، ويبدو أن عالمنا بحاجة ماسة إليه لتجاوز

¹The impact of social media on children, adolescents and families, p 801.

²Sonia livigstone: taking risky opportunities in youthful content creation; teenagers use of social networking site, SAGE Publications, London, 2008, p395.

الخطر خاصة على فئة مثل المراهقين، فنحن لا نستطيع منعهم من استخدامها، لكن يجب علينا توعيتهم حتى يستخدمها بطريقة سليمة، وهنا يكمن دور الأسرة باعتبارها النواة الأولى، ثم المؤسسات التربوية.

قائمة المراجع:

روبرت واطسون، هنري كلاي ليندجرين: سيكولوجية الطفل والمراهق، ترجمة داليا عزت مؤمن، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2004.

عبد الكريم بكار: المراهق كيف نفهمه وكيف نوجهه؟، دار السلام، القاهرة، 2010.

1 عباس صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، الاردن، 2008.

2

ممدوح سيد أمين: دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو ممارسة الديمقراطية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، 2017.

نصر الدين لعياضي: تكنولوجيا وسائط جديدة وإشكاليات قديمة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية، جامعة الجزائر 3، العدد 22، 2017.

3

4

- Li Charline: open technology، how social technologies can transform the way you lead، Altimeter group، San-Francisco، USA، 2010.

- Sonia livigstone: taking risky opportunities in youthful content creation; teenagers use of social networking site، SAGE Publications، London، 2008

- The impact of social media on children، adolescents and families، GzennSchurgin O keeffe، kathleencharke-pearson and council on communications and media، USA، 2011، P 800.

- Yves-Francois Le Coadic، usage et usagers de l'information، ABS، Paris، 1997.

انواع البحوث في علوم الاعلام والاتصال

أ/ عكروت فريدة

جامعة عبد الحميد ابن باديس - الجزائر

الملخص:

يتجه هذا المقال نحو تعريف أهل الاختصاص بمختلف المناهج التي يتعرض لها ميداني الاعلام والاتصال بالدراسة، وقد تبادرت إلى الذهن هذه الفكرة رغم وجود الكثير من الكتب التي تشرح الطرق المنهجية، وبصفة شاملة العلوم الاجتماعية والانسانية، وانطلاقا من تجربة تدريسية اكتشفها بعض الخلط المنهجي فيما يخص بعض التخصصات التابعة لهذه العلوم، وقد مس ها الأمر الطالب والاستاذ على حد سواء.

Astract:

This article is heading towards the definition of professionals with various approaches involving the fields of media and communication studies, and he came to mind this idea although there are lots of books on methodological approaches, and overall social and humanitarian Sciences, and teaching experience from some discovered a Systematic mixing for some disciplines of the sciences, and might miss HA it student and teacher alike.

يتجه هذا المقال نحو تعريف أهل الاختصاص بمختلف المناهج التي يتعرض لها ميداني الاعلام والاتصال بالدراسة، وقد تبادرت إلى الذهن هذه الفكرة رغم وجود الكثير من الكتب التي تشرح الطرق المنهجية، وبصفة شاملة العلوم الاجتماعية والانسانية، وانطلاقا من تجربة تدريسية اكتشفها بعض الخلط المنهجي فيما يخص بعض التخصصات التابعة لهذه العلوم، وقد مس ها الأمر الطالب والاستاذ على حد سواء .

و بعد التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال بات من الضروري تطور المناهج الدراسية لهذه الوسائل ومستخدميها وأصبح من الضروري التعامل مع الظاهرة الاجتماعية الاتصالية في إطار منهجي أكثر دقة ووضوح.

أنواع البحوث الاعلامية

المناهج المستخدمة في بحوث الاعلامية والاتصالية

بغض النظر عن مجال البحث و تصنيفاته المختلفة المعايير أو المنهج المستخدم فيه فإنه يلاحظ الرأي قد استقر على تحديد أنواع الدراسات أو البحوث التي تجرى في ميدان الاعلام ثلاث أنواع وهي:

1/البحوث الاستطلاعية (الكشفية، الريادية، التمهيدية أو الصياغية) :

وهي تلك البحوث التي تركز على اكتشاف الظواهر و بلورة مشكلة علمية او بمعنى اخر فالباحث إنما يقوم بمثل هذه الدراسات الأولية بغرض التعرف أكثر على مشكلات أو ظواهر يريد أن يخضعها في دراسات أخرى مستقبلية لبحوث أكثر شمولية ودقة .

و قد يتم إجراء هذه البحوث في بيئة معينة مثلاً لتوضيح دلالات مفاهيم معينة للمساعدة على الاختيار بين أولويات بحثية مختلفة أو لجمع بيانات و معلومات لبحوث قادمة و أحياناً يتم القيام بهذه البحوث لمعرفة حجم المشاكل و القضايا المطروحة للنقاش في ميدان الاعلام و الاتصال و تفيد هذه البحوث الاستكشافية في الادراك الجيد لأبعاد المشكلات البحثية و تحديد متغيراتها بحيث

تساعد على معرفة الفروض التي بالإمكان اختبار مدى صحتها، او خطأها أو التساؤلات التي يمكن طرحها. إن هذه البحوث إذن ذات أهمية كبيرة حيث تتوقف عليها البحوث القادمة لأنها هي التي تشكل الأساس الاول من المعطيات التي منها ننطلق و يرى بعض المؤلفين في علم المناهج و منهم _سمير حسين- أن الدراسة الاستكشافية تتطلب القيام بالمسح للتراث العلمي في مجال موضوع الدراسة واستشارة الباحثين السابقين ذوي الخبرة و طالما أن الدراسة الاستكشافية تتم في مجال تنعدم أو تقل فيه المعلومات فإنه عادة ما يُكتفى فيها بطرح التساؤلات.

تعد البحوث الاستكشافية من الأنواع الأكثر ملائمة لاستكشاف ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر بهدف تحديد المشكلة بدقة قبل البدء في دراستها، أو وضع مجموعة معينة من الفروض بغرض اختبارها⁽¹⁾.

¹ Alain Laramée et Bernard Vallée ، البحث في الاتصال عناصر و مناهجته، ترجمة ميلود سفاري، فضيل دليو، رابح كعباش، مولود سعادة و حليلة بوشقور، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث و الترجمة 2009 ص223 .

ويعتبر هذا النوع من البحوث بمثابة الخطوة الرائدة في عملية البحث العلمي وتكتسي البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية أهمية كبيرة في مجال الإعلام والاتصال لمجموعة من الأسباب أبرزها⁽¹⁾

أولاً لأن علوم الإعلام والاتصال هي من العلوم الحديثة نسبياً إذا ما قورنت بالعلوم الطبيعية أو ببعض فروع العلوم الاجتماعية والنفسية التي حققت درجة كبيرة من التقدم العلمي.

فتقدمها إذن مرهون بالقيام بخطى أولية قبل صقل الوسائل والأدوات وهو ما تمنحه إياها الدراسات الاستكشافية.

ثانياً نظراً للنقص الملحوظ في البحوث التطبيقية والنظريات التي يمكن الاعتماد عليها بصفة أساسية في تفسير الظواهر وتحديد المشكلات في مجال الإعلام والاتصال بعكس العلوم الطبيعية أين يعتمد الباحث على عدد وفير من النظريات العلمية والبحوث السابقة.

ثالثاً لعدم تغطية البحوث في مجال الإعلام والاتصال لجميع مجالات وتخصصات وفروع هذه العلوم لا سيما وأنها تتطور باستمرار وبسرعة تفوق تطورها في العلوم الحديثة.

وتعد ظاهرة الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية من بين أكثر المواضيع دراسة في مجال الإعلام والاتصال وأكثرها حداثة وتعقيداً لكل التغيرات الاجتماعية التي واكبت موجة الإعلام الجديد.

تسعى البحوث الاستكشافية الاجتماعية "لمعرفة كيف يمكن للأشخاص المضي في إعداد الاستفسار وما المعاني التي يوضحونها وبأفعالهم وما القضايا التي يهتمون بها. ويكمن الهدف في معرفة "ماذا يجري هنا؟" والتحقيق في الظواهر الاجتماعية دون التوقعات الصريحة (Russell K. Schutt, "Investigating the Social World," 5th ed.). أنه بحث نوعي أو بحث تفسيري في محاولة لكشف النقاب عن أي نظرية من البيانات ذاتها وليس من فرضية مطروحة.

يحدد إيرل بابي (Earl Babbie) ثلاثة أغراض لبحث العلوم الاجتماعية. والأغراض هي الاستكشافية والوصفية والتفسيرية. يُستخدم البحث الاستكشافي عندما تكون

¹ نفس المرجع السابق، ص 223.

المشاكل في مرحلة أولية⁽¹⁾ إن عملية البحث الاستكشافي مرنة ويمكن معالجة استفسارات جميع أنواع المسائل البحثية (الماهية، والسبب والطريقة). (وكثيراً ما يُستخدم البحث الاستكشافي لإنشاء الفرضيات الرسمية. تربط شيلدز (Shields) وتاجالي (Tajalli) البحث الاستكشافي بالإطار النظري لفرضيات العمل⁽²⁾ .

على الرغم من ذلك لدى المتشككين شك في جدوى البحث الاستكشافي وضرورته في الحالات التي يمكن أن يتم فيها تحليل مسبق بدلاً منه⁽³⁾

2/ البحوث الوصفية أو التشخيصية أو التحليلية :

تعتمد الكثير من بحوث الاعلام والاتصال على الوصف والتحليل والتشخيص للظاهرة الاعلامية في مختلف أبعادها مثل حجم الجمهور والاستماع والمشاهدة وعادات وأنماط المشاهدة والمستوى الاجتماعي والثقافي والتوزيع الجغرافي لهذا الجمهور جمهور قراء الصحف وميولاتهم ورغباتهم، اتجاهات مضمون الصحف ومصادر الأخبار نوع الأخبار شكل الإخراج... إلخ وكذلك وصف طبيعة وسمات وخصائص وعدد تكرارات حدوث الظاهرة المدروسة من خلال الجداول التكرارية والرسم البياني، حيث تتميز البحوث الوصفية بما يلي:

يفترض في الباحث معرفة مسبقة بالمشكلة المراد دراستها وهذا بعكس البحوث الاستكشافية التي تجري بغرض بلورة وتحديد المشكلة بحد ذاتها، يتميز الباحث هنا بالمعرفة الجيدة لما يريد قياسه ودراسته كما يكون على علم بالأدوات المناسبة لذلك، يتميز أيضاً بقدرته على تحديد مجتمع الدراسة بوضوح تام.

البحوث الوصفية descriptives study إذن تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج والدلالات بحيث نصل منها إلى تعليمات بشأن الظاهرة

¹ -Babbie, Earl.1989. The Practice of Social Research. 5th edition. Belmont CA: Wadsworth; * Exploratory research is used when the topic or issue is new and when data is difficult to collect.

² Shields ,-Patricia and Hassan Tajalli. 2006. Intermediate Theory: The Missing Successful Student Scholarship. Journal of Public Affairs Link in Education. Vol. 12, No. 3. Pp. 313-334 .<http://ecommons.txstate.edu/polsfacp/39/>

³ J. Scott Armstrong (1970) "5-How to Avoid Exploratory Research" .*Journal of Advertising Research*.30-27 :10 .

المدرسة، وبصفة عامة فالبحث الوصفي " يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكتفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث"⁽¹⁾.

إن الدراسات الوصفية ليست "مجرد جمع للبيانات والحقائق، وإنما هي تعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، ولا يأتي ذلك إلا من خلال تصنيف دقيق للبيانات وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها"⁽²⁾.

3/ بحوث إختيار العلاقات السببية بين المتغيرات:

يستهدف هذا النوع من البحوث أجزاء اختيار مدى صحة فرض معينة بين متغير و متغير آخر أو مجموعة من المتغيرات المؤثرة في الظاهرة المدروسة و بالتالي فهذا النوع من البحوث الاعلامية غرضه التوصل إلى استنتاج العلاقة السببية بين المتغيرات المختلفة، مع العلم ان المتغير عبارة عن مفهوم أو مجموعة مفاهيم محتواة في سؤال البحث أو في فرضية تخضع لاحقا لإجراء عملي (الاختبار)⁽³⁾ بعد تعيين المتغيرات و تحديدها بوضوح يقوم الباحث من التحقق من العلاقة القائمة بين المتغيرات.

مختلف أنواع المتغيرات:

وقد يستعمل الباحث في حقل علوم الاعلام و الاتصال جميع انواع المتغيرات حيث يخضع إختياراي نوع منها إلى طبيعة البحث و المنهج المختار، وهي كما يلي :

المتغير التابع و هو المراد قياسه و تأثير العوامل الأخرى عليه، المتغير المستقل و هو الذي يؤثر بنفسه على الظاهرة،

¹ صالح محمد الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة: مكتبة غريب، 1982، ص. 35.

² -زيدان عبد الباقي، قواعد البحث العلمي، ط 1، 1972، ص، 135.

³ Alain Laramée et Bernard Vallée ، البحث في الاتصال عناصر و مناهجيته، ترجمة ميلود سفاري، فضيل دليو، رابحكعباش، مولود سعادة و حليلة بوشقور، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث و الترجمة 2009 ص 179.

مجموعة المتغيرات المتداخلة أو المعارضة التي تؤثر في الموقف بشكل إيجابي أو سلبي وهناك من الباحثين من يرى أن المحددات الأساسية لوجود أو استدلال على العلاقات السببية بين المتغيرات تكمن في ما يلي:

التغير بالاقتران وهو يعني مدى وجود التلازم بين المتغير التابع والمستقل ونوع هذا التلازم وقوته مثلاً: حجم مبيعات سلعة معينة (متغير تابع) و الحملة الاعلانية عن هذه السلعة (متغير مستقل) يقاس هذا التغير الاقتراني بعد تنفيذ الحملة الاعلانية، هل حدثت الزيادة في المبيعات أم لم تحدث؟ و درجة هذه الزيادة نتيجة تلك الحملة الاعلانية.

الترتيب الزمني لحدوث المتغيرات و يعني انه في الجملة السابقة و التي تعتبر السبب في إرتفاع المبيعات (النتيجة أو الأثر) إلا أنه يلاحظ في بعض الظواهر تبادل التأثير بين طرفي العلاقة فالسبب يصبح نتيجة و النتيجة تتحول إلى سبب و هو ما يعرف بالعلاقة السببية التناسبية.

المتغيرات السببية الأخرى المعارضة أو المحتملة حيث تتعدد أحيانا المتغيرات والاسباب و هو ما يتطلب ضرورة دراسة جميع هذه المتغيرات المعارضة، أو المتداخلة التي تؤثر على المتغير التابع، بحيث يجب استبعادها من نتائج تلك الدراسة حتى يكون لدينا في النهاية متغير تابع واحد فقط. و في نفس المثال السابق (الحملة الاعلانية لصالح سلعة معينة). كما يمكن أن تكون هناك عدة أسباب تقف وراء ارتفاع المبيعات بخلاف الحملة الاعلانية، من مثل اختفاء بعض السلع المنافسة في السوق و وجود ظروف موسمية أو اعتبارات ظرفية من مثل تخفيض سعر بيع السلعة.

أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال هي:

1. **منهج المسح:** ويعرف المسح بأنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر دون الخوض في تأثير الماضي والتعمق في هذا الماضي، كما انها تدرس الظواهر كما هي دون تدخل الباحث فيها والتأثير على مجرياتها. وفي المسح الاجتماعي يتم جمع بيانات مقننة من مجتمع البحث، وبعد الاستبيان والمقابلات المقننة أكثر الأساليب استخداماً في تنفيذ المسوح الاجتماعية. ويتمثل الغرض الرئيسي من إجراء المسح في إنتاج بيانات تشكل أساساً للتعميم حول مجتمع المسح أو الجماعات المستهدفة.

2. منهج دراسة العلاقات المتبادلة: ويتفرع هذا النوع من المناهج الى نوعين :

- منهج الدراسات التتبعية أو التطورية،

- المنهج التجريبي،

3 . المنهج التاريخي أو الإستردادي، يقوم المنهج التاريخي في البحث على أساس دراسة أحداث الماضي وتفسيرها وتحليلها بهدف التوصل إلى قوانين عامة تساعدنا على تحليل أوضاع الحاضر والتنبؤ بالمستقبل، وهو بذلك يصف الحوادث بطريقة موضوعية ويحاول أن يربطها في سياق زمني من أجل تقديم قصة مستمرة من الماضي الى الحاضر والمستقبل.⁽¹⁾

4. منهج التحويل بمعنى أي فكرة رئيسية يدور حولها البحث في علم معين يمكن أن تستفيد من طريقة أو أسلوب يتم ابتكاره و استخدامه في مجال علمي آخر،

5. المنهج المقارن، يركز هذا المنهج من البحوث على مقارنة جوانب التشابه والاختلاف بين الظواهر الاجتماعية لغرض اكتشاف أي العوامل أو الظروف التي تصاحب حدوث ظاهرة اجتماعية أو ممارسة معينة، على أن تكون المقارنة في حقبة زمنية واحدة، أو تقوم بمقارنة ظاهرة واحدة في نفس المجتمع في فترة زمنية مختلفة لمعرفة تطورها وتغيرها.⁽²⁾

6. المنهج السوسيوميثري: يمكن تعريف السوسيوميثري أو القياس الاجتماعي بأنها اصطلاح يطلق على طريقة خاصة تتبع في قياس العلاقات الاجتماعية داخل جماعة محدودة خلال فترة زمنية معينة وتكشف هذه الطريقة عما يحدث داخل الجماعة من جذب وتنافر وانحلال وتماسك كما تكشف عن التنظيم غير الرسمي للجماعة وكذلك المكانات الاجتماعية للأفراد. (فيردتون، 1974، ص53)⁽³⁾

7. منهج دراسة الحالة، وهو يتكيف مع الدراسات الاجتماعية و لكن فيه محاولة لتكييف هذا المنهج مع الدراسات الاعلامية ولكن نادر التطبيق،

8. منهج المسح الاعلامي و يعتبر من أهم المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية و هو يهدف إلى تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة الإعلامية في شكلها

¹ -PDF created with pdf Factory Pro trial version www.pdfactory.com

² PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdfactory.com , p72.

³ PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdfactory.com

الراهن و ذلك بعد جمع البيانات و المعلومات الكافية عنها بتطبيق عدة إجراءات منظمة، و يقسم بعض المفكرين و الباحثين منهج المسح من حيث الأسلوب الذي يتم به إلى نوعين :

1.المسح الوصفي:وهو يقتصر على وصف و توثيق مجموعة من الحقائق و الوقائع و الاتجاهات، مثل الدراسات الوصفية التي يكمن هدفها الرئيسي في التعرف مثلا على مجموعة من الخصائص التي يتميز بها قراء الصحف أو جمهور المشاهدين أو المستمعين أو المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي: من يقرأ؟ من لا يقرأ؟ من يشاهد؟ من لا يشاهد؟ من يستمع؟ من لا يستمع؟ من يستخدم؟ من لا يستخدم؟ وهكذا، إن المسح الوصفي لا يتجاوز حدود الوصف المجرد للخصائص و السمات العامة في شكل أرقام أو معطيات كمية، بمعنى يتوقف الباحث في مثل هذه الدراسات هدفه عند حدود الإجابة عن سؤالين لمن؟ وكيف؟ كما يملك المسح الوصفي عدة تقسيمات منها:

أ)المسح العارض أو المسح غير المقارن:يكمن هدفه في وصف صفات و خصائص الظاهرة المدروسة باستخدام الاحصائيات : التكرارات أو النسب المئوية مثل جمهور وسائل الاعلام أو القائمين بالاتصال قصد التعرف عليهم من النواحي التالية: السن التعليم الإقامة و أنماط القراءة...إلخ.

ب)المسح الدوري أو المتكرر: و يهدف إلى وصف التغير الحاصل في سيمات وخصائص الظاهرة المدروسة خلال فترة زمنية متتالية، و هو يستهدف فقط معرفة ماذا حدث تغيير معين في تلك الخصائص أو السمات، نتيجة تغير الفترة الزمنية التي أجري فيها المسح. تسمى المسوح التفسيرية أو التحليلية عند بعض المفكرين بالمسوح الاستدلالية فهي تتجاوز مجرد الوصف لتذهب إلى محاولة التفسير لمختلف جوانب الظاهرة المدروسة، ثم محاولة التوقع أو التنبؤ بمتغيرات المشكلة البحثية، و هي بذلك تجيب على السؤال المحوري لماذا؟

كما أنه أكثر أنواع المناهج انتشارا واستخداما، وهو اوسع انواع البحوث التربويه في مجال التربية ويقوم على دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي وكيفي. ويهتم أيضا بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع وتحديد الممارسات الشائعة والسائدة والتعرف الى المعتقدات والاتجاهات عند الافراد والجماعات وطرائقها في النمو والتطور.

2.المسح التحليلي: من خلال هذا النوع من المسوح يتضح أننا لا نقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة الإعلامية المدروسة و إنما يلجأ الباحث إلى شرح و تفسير خلفيات و اسباب الظاهرة و عادة ما يتم اللجوء إلى هذا النوع من المسوح التحليلية لاختبار العلاقة بين متغيرين و الحصول على الدلالات التفسيرية مثل أسباب التغيير في اتجاه توزيع الصحف و أسباب المفاضلة بين الاستماع للبرامج الإذاعية أو مشاهدة التلفزيون الوطني أو الأجنبي، أو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن هناك تقسيمات فرعية للمسوح التفسيرية و تتمثل فيما يلي:

(أ)مسح إختبار الجماعات: أو تسمى أيضا العينات المقارنة حيث تعتمد على المقارنة بين عينتين مختلفتين في متغير أو أكثر مثل المسرح المقارن لأنماط القراءة و التفضيل من قبل عينتين، تمثل الأولى مجموعة من سكان الريف و الثانية مجموعة من سكان المدن.

(ب)مسوح الاختبارات التتبعية للعينات و يدرس الباحث من خلالها مجموعة المثيرات أو المتغيرات الجديدة التي يدخلها على العينة الأصلية مثلا : دراسة اتجاهات المشاهدين أو القراء نحو تصميم معين لبرنامج تلفزيوني أو الصفحة الأولى من الجريدة خلال فترة معينة ثم يقوم بعد ذلك الباحث باقتراح تصميم جديد لنفس البرنامج أو الصفحة و يجري اختبار على نفس العينة من جمهور القراء أو المشاهدين.

و هناك تقسيم آخر اعتمده سمير حسن في كتابه بحوث الاعلام الأسس و المبادئ، يرى فيه بأن هناك تقسيمات فرعية لمنهج المسح الإعلامي تتلخص فيما يلي:

التوزيع الجغرافي لوسائل الاعلام :

تحليل المضمون حيث يعتبر تحليل المضمون في حد ذاته الشكل الذي قدم به نوع الموضوعات و مصادرها المضمون،

(أ)مسح جمهور وسائل الاعلام من نواحي السن، الجنس، التعليم، المهنة و التوزيع الجغرافي لهذا الجمهور،

(ب)مسح مسائل الاعلام و يهدف إلى التعرف على شخصية الوسيلة الاعلامية من عدّة نواحي من بينها أرقام التوزيع للصحف مثل :تطورها عبر الزمان و المكان، التوزيع الجغرافي، عدد القراء ...إلخ،

ج) مسح أساليب الممارسة و هي دراسات تخص النواحي الإدارية و التنظيمية لأجهزة الإعلام المشاكل اليومية التي تعاني منها أساليب التسيير و القرار الإداري، حجم العاملين و خبراتهم و الأهداف التي تسعى وسائل الاعلام إلى تحقيقها. كما كانت الأساليب الكمية حاضرة في بحوث الاعلام و الاتصال و خصت على الأغلب البحوث و الدراسات الآنية فقد شملت الأساليب الكيفية هذا النوع من البحوث والتي ضمت مجموعة كبيرة من المناهج تم الاعتماد عليها منذ تطور مفهوم المجتمع الجماهيري و ازدهار و تعقد وسائل الاتصال.⁽¹⁾

1. منهج التحليل المنطوق: و يسميه البعض التحليل التوزيعي أو التحليل الملفوظ، وضع أسس هذا المنهج عالم اللغة الأمريكي هاريس * Zellig Hariss اتبع علماء بعض المدارس الأمريكية اللغوية ما توصلت إليه المدارس الأوروبية البنوية، وأضافوا إليها وأيدوا وعارضوا... إلخ. وجاء "سابير" * بفكرة النماذج اللغوية: التي مفادها أن كل إنسان يحمل في داخله الملامح الأساسية لنظام لغته ؛ أي: إن جميع النماذج الفعلية التي تقدمها اللغة لتأكيد عملية الاتصال، هي نماذج ثابتة، وهي الخليقة بالدراسة ؛ لأنها الأهم والأكثر حيوية في حياة اللغة. وذلك مقابل الاستخدام الفعلي للغة المتمثل في المادة اللغوية المنطوقة.⁽²⁾ في حين قدم زيليج هاريس سابيتاي (23 أكتوبر 1909 – 22 مايو 1992) الهيكلية اللسانيات و تحليل الخطاب و إكتشف بنية التحول في اللغة و اختلافات الجملة الابتدائية (والمشابك التحلل)، كما قدم هياكل جبرية في اللغة، عامل تشغيل التدقيق النحوي، النحوي لغة فرعية، نظرية المعلومات اللغوية، وعلى حساب مبدئي لطبيعة و منشأ اللغة.

و ذلك بهدف تحليل دلالات مختلف الإشارات و الرموز التي تكوّن المنضومة اللغوية لنص معين و قد أدخل عليه عالم اللغة الفرنسي بعض التعديلات حتى يصبح

¹ سمير محمد حسن، بحوث الاعلام الاسس و المبادئ، علم الكتب عبد الخالق ثروت ص166 يتصرف.

* زيليج هاريس سابيتاي (23 أكتوبر 1909 – 22 مايو 1992) كان الأمريكي لغوي، سينتاكسيان الرياضية، وميثودولوجيست للعلم. أصلاً سيميست، وأفضل المعروف لعمله في الهيكلية اللسانيات و تحليل الخطاب و إكتشاف بنية التحول في اللغة. هذه التطورات من السنوات العشر الأولى من حياته نشرت ضمن 25 الأولى.

² حلبي خليل، العربية و علم اللغة البنيوي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص119، رابط الموضوع http://www.alukah.net/literature_language/0/100076/#ixzz4sXpcZidO

متكيفا أكثر مع نصوص الخطاب. و يقوم هذا المنهج على قاعدة أساسية تتمثل في إعادة تفكيك أو تقسيم النص في شكل مقاطع و جمل نحوية بسيطة ثم مقارنتها ببعضها البعض كما أنه يركز بالدرجة الأولى على الصور البسيطة للجمل و لا يأخذ بعين الإعتبار شبكة العلاقات الدلالية و السياقية بين تلك الجمل، كذلك فهو لا يأخذ بعين الإعتبار كيفية النطق.

2. **منهج تحليل القوة الفاعلة:** وضع أسس هذا المنهج العالم الروسي بروب -Propp V* و هو من رواد المدرسة الشكلية، و قد تم تطوير هذا المنهج العالم غريماس* Algirdas Julien Greimas الذي يعتبر من أبرز المتخصصين في علم الدلالة، يهدف هذا المنهج إلى تحليل القوة الفاعلة إلى فيئات إيجابية و أخرى سلبية ثم يحدد بعد ذلك صفات تلك القوة و الأدوار الموكلة لها في النص أو من خلال النص و يلاحظ أن إستخدام هذا المنهج يظهر جليا في الدراسات و النصوص الأدبية مثل القصة و التراجم، أما استخدامه في تحليل المفاهيم من مثل مفهوم الأمة،

* **Vladimir Iakovlevitch Propp**, né à Saint-Petersbourg le 29 avril 1895 et mort à Leningrad le 22 août 1970 est un formaliste russe qui s'est rendu célèbre en Occident par son étude de la composition / structure des contes merveilleux russes, mais qui se consacra à de nombreux travaux sur le folklore et plus particulièrement le folklore russe (conte, chant épique, chanson lyrique ...). Ce n'est que dans son dernier livre, resté inachevé, qu'il a aussi écrit sur la littérature.

Publié en Union soviétique sous le titre *Morphologie du conte* en 1928, son premier ouvrage que lui-même intitulait *Morphologie du conte merveilleux*, provoque une polémique importante en France dans les années 1970, lorsqu'il est traduit et publié en français, polémique due notamment à des malentendus linguistiques et culturels. D'autres critiques argumentées ont été émises depuis lors, en particulier à partir du moment où les contes d'Afanassiev, utilisés comme corpus par Propp, ont commencé à être accessibles en français.

* **Algirdas Julien Greimas** né en 1917 à Toula, en Russie et mort en 1992 à Paris, France, est un linguiste et sémioticien d'origine lituanienne et d'expression française, directeur d'études à l'Ecole des hautes études en sciences sociales, fondateur de la sémantique structurale d'inspiration saussuro-hjelmslévienne et animateur du « Groupe de recherche sémio-linguistique » (EHESS/CNRS) et de l'École sémiotique de Paris.

الديموقراطية، الحرية... إلخ فهو لا يفيد إلا بشكل جزئي، واستعماله إذن مقتصر على دراسة الفاعل أو الشخصية المحورية التي ترد في نص ما وسماتها و الوظائف المسندة إليها.

3. منهج تحليل حقول الدلالة: ويسمى أيضا منهج حقول المفاهيم، برز استخدام هذا المنهج بالدرجة الأولى بعد نشر مجموع الأبحاث و الدراسات من قبل مركز علم المفردات الفرنسي في سان كولو و قد وضع أصلا و طبق في الدراسات التي تناولت بالتحليل مجموعة من النصوص و الخطب الخاصة بزعماء فرنسا. إن القاعدة الأساسية التي ينطلق منها المحللون في هذا المنهج هي أن المفهوم ليس له أي دلالة حقيقية إلا من خلال مقارنة بالمفردات أو الكلمات أو المفاهيم الأخرى المجاورة له في النص سواء ضمن الجملة أو الفقرة أو النص ككل، و بناء على ذلك فإن الجوانب الإجرائية التي يقوم عليها تطبيق هذا المنهج في الواقع تتطلب القيام بإنجاز أربع مراحل متكاملة فيما بينها، وهي:

✓ تحديد العلاقة بين المفهوم المراد دراسته في نص ما مثل الوطن، الأمة و بقية الكلمات المحيطة بها فإذا كانت معاني هذه الكلمات مسaire أو مطابقة مع مدلول المفهوم نطلق عليها عندئذ الكلمات أو المفردات المشاركة، أما إذا كانت معانيها متناقضة أو متعارضة مع مدلول المفهوم المدروس نسميها عندئذ بالمفردات المناقضة.

✓ استخراج مجموع الكلمات أو الجمل الأخرى المتعلقة بالمفهوم و التي هي عبارة عن صفات أو جمل موصولة أو جمل من مبتدأ أو خبر أو مضاف و مضاف إليه... إلخ.

✓ تحديد شبكة الأفعال الخاصة بالمفهوم المدروس أي تحديد دور المفهوم في النص سواء عندما يكون في موقع الفاعل أو المفعول به في مختلف الجمل.

✓ استخراج كل الجمل و التراكيب التي توضح مدى وجود التعادل أو المساواة في علاقة المفهوم بالمفردات المشاركة أو المفردات المناقضة .

وجدت هذه المناهج الثلاث (منهج التحليل المنطوق، منهج تحليل القوى الفاعلة، منهج تحليل حقول الدلالة) لتحليل الخطاب السياسي و النصوص الأدبية. و يبقى في الأخير أسلوب إحصاء المفردات الذي يعتمد على الجانب الكمي حيث يشبه تحليل المضمون من خلال إحصاء جميع المفردات التي يتكون منها النص بواسطة الحاسب الإلكتروني، خاصة عندما يكون عدد النصوص كبيرا جدا، لكنه

يختلف عن تحليل المضمون من حيث كونه لا ينطلق مسبقا من مجموعة أهداف أو فيئات أو فروض و تساؤلات بل يكتفي بالحصر الشامل لمجموعة مفردات النص (كلمات، أفعال، حروف، صفات) و يتم ترتيبها و تصنيفها في جداول حسب عدد تكرار كل منها، و من هنا فإن هذا النص يقف فقط عند إحصاء الرموز اللغوية معزولة عن سياقها و دلالاتها ضمن النص، وبالتالي فهو لا يصلح إلا كمسح أولي لمكونات النص تمهيدا لدراسات أعمق فيما بعد .

مهارات الاتصال والتواصل دعائم أساسية لفعالية العمل الجماعي

أ/ ساحي على د. بكاي رشيد

جامعة عمارثليجي الاغواط

ملخص :

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى بيان مختلف العمليات الاتصالية داخل وخارج العمل الجماعي خاصة وأن الاتصال اليوم يلعب دور كبير في تعزيز العمل الجماعي ومع التعريف بمختلف نشاطات الجمعية وكذا سهولة الوصول إلى العملاء (الفئات المستهدفة) وتحقيق رضاهم عبر إحداث التغيير الاجتماعي المقصود، خاصة امام التزايد الكبير للجمعيات من جهة وانخفاض مرودية النشاط الجماعي من جهة أخرى، بالإضافة إلى تركيزنا في هذا البحث على الأعضاء في العمل الجماعي كونهم الحلقة المهمة في تحقيق الرسالة الجمعية وهو ما يتطلب إدراكهم وتوظيفهم لمختلف المهارات الاتصالية .

الكلمات المفتاحية: الاتصال الجماعي -الجمعية -المهارة - العملاء (الفئات المستهدفة).

Synopsis :

Cette recherche a pour objectif de repérer les différentes opérations communicationnelles au sein et en dehors du travail associatif. Ce dernier, dans lequel la communication joue actuellement un rôle actuellement un rôle déterminant pour le renforcer, l'étayer, et également promouvoir ces différentes activités. Devant le nombre croissant de différentes associations d'une part et son faible rendement d'autre part nous nous intéressons aux membres du travail associatif pour leur rôle primordial dans le domaine.

Mots clés : communication associative - association- agents- techniques communicationnelles

مقدمة :

العمل الجماعي قيمة سامية وظاهرة اجتماعية ليست بالجديدة على المجتمعات فهي وليدة النشأة الكونية ونشاط إنساني بثه الله في نفوس البشر وتعمل كل الديانات على تكريسه لما فيه خير للبلاد والعباد ومن زاوية أخرى تعكس السلوك الحضاري للمجتمعات ومعياريًا حقيقيا على تقدمها، ومحورا مهما في تماسك

المجتمعات ونهضتها ويأتي انضمام الأفراد إلى العمل الجماعي سعيا لنيل الأجر والثواب ونتيجة للالتزامات والمشاكل التي مست العالم وتعدّد الحياة الاجتماعية زادت أهمية العمل الجماعي وأصبحت شريكا ودائما للحكومات، فتحول العمل الجماعي من الصيغة الفردية التقليدية إلى الصيغة الجماعية المنظمة .

وقد دعت الحاجة إلى ضرورة إنشاء جمعيات ومنظمات لما أصبحت تعانيه الشعوب من اضطهاد وفقر وصراعات وحروب وكوارث طبيعية وغيرها من المشكلات الخ . . . أضف إلى ذلك ضعف الحكومات في أداء دورها على أكمل وجه . وهو ما أدى بالضرورة إلى خلق أشكال من الحركات الاجتماعية وفي شكل جمعيات نوادي منظمات واتحادات وغيرها من المسميات وان تعددت التسميات إلى أن هدفها واحد ووجودها في خط موازي مع الحكومة جعلها قوة فاعله مهامها مساعدة الأفراد ومعالجة مشاكلهم وتحقيق التمنية المستدامة .

وعلى غرار البلدان الأخرى مررت بدايات العمل الجماعي في الجزائر بوتيرة متباطئة فكان يتميز بأشكال فردية ثم عائلية وقبلية إلى أن أخذ شكله التنظيمي، مع السنوات الأولى للاستقلال لكنه لم يخرج من دائرة التضييق والحصار نتيجة لسياسة الحزب الواحد أنا ذاك، لكن ونتيجة للتغيرات السياسية والاقتصادية التي شهدتها العالم وخاصة في دول العربية جاءت مجموعة من الإصلاحات أهمها إقحام تعديلات على التشريعات الجماعية خاصة في فترة الثمانيات والتسعينيات هدفها دعم الحركة الجماعية وسن قوانين تضمن حرية التجمع والاجتماع وحرية الرأي العام .

وتلعب الجمعيات واليوم دور الوسيط مع الحكومة الجزائرية وإسماع صوتهم لدى السلطات العليا للبلاد بصفة منظمة ورسمية، وهو ما نلمسه من خلال مجهودات الحكومة الجزائرية وعلى إشباع حاجات العامة للمواطنين وفي مختلف المجالات ضمانا لتحقيق الرعاية الاجتماعية والعيش الكريم فأتسع نشاط الجمعيات وازداد عددها ليشمل جميع المجالات التعليم، الرعاية الصحية، رعاية كبار السن والمعاقين، المعسكرات، المراكز الاجتماعية للشباب، الإغاثة وغيرها من الأعمال. وبالرغم من هذا التطور الذي شهده العمل الجماعي في الجزائر إلا أن الملاحظ أن الجمعيات مازالت تعاني من ضعف قدراتها وعلى تحقيق أهدافها بصورة فعالة تمكنها من مواكبة المستجدات على الساحتين المحلية والعالمية .

هذا وتعد الجمعيات بمثابة نظام قائم يتكون من مجموعة من اللجان يشرف عليها أعضاء الجمعيات وتقوم فعالية الجمعيات على مستوى نظمها وخدماتها للعملاء وعلى مدى استخدامها لمختلف العمليات الاتصالية التي تسمح لها بالتكيف مع مختلف الظروف ومواكبتها للتغيرات الجديدة .

ويحتل الاتصال اليوم دورها مهما في حياة الأفراد وأحد الدعائم الأساسية للنشاط الجماعي ومن شأنه أن يساعد في التخطيط الجيد وفي التوجيه الإداري للعاملين بالقطاع الجماعي والحد من مختلف العوائق التي تحد من سيران المعلومات والأفكار وتدفقها بسهولة ويسر، لذلك لابد من النظر إلى الاتصال كأهم العناصر الضرورية في العمل الجماعي وليس اعتباره كجزء مستقل عن النشاط الجماعي.

ومن البديهي وجود معوقات ومشاكل تحد من النشاط الاتصالي الجماعي ولذلك كان لزاما من الجمعيات الرفع من مستوى الأداء، وتعتمد فعالية العمل الجماعي على توظيف مختلف المهارات وهذا ما يساعدهم في زيادة فرص التفاعل الاجتماعي ويعزز كفاءة الأعضاء والرفع من أدائهم وهو ما يسمح بنقل مختلف الرسائل الجماعية وتحقيق أهدافها والفوز بتعاون الآخرين وإحداث التغيير المرغوب فيه عبر الإسهام في مشروعات التنمية .

ويعتمد أداء الشخصية في أي مجال من المجالات دورا مهما في الحياة الاجتماعية فيتعاظم جهود الأفراد وتبرز فعاليتهم في مختلف المهام التي توكل إليهم وفيما مدى تجسيدها على أرض الواقع، ومهما تعددت المناصب واختلفت مسمياتها وأدوارها عبر مختلف المؤسسات والمنظمات أو الهيئات أو غيرها وسعيا منا إلى تحقيق أهداف ورسالة المهنة التي ننتهي إليها فان من الضروري أن يقدم العامل نفسه للآخرين ويشرح أفكاره عبر مختلف الأنماط الاتصالية والقنوات المتاحة لديه وهذا لا يتحقق إلا إذا تمكن الفرد من اكتساب مهارات وأساليب اتصالية سليمة وإدراكه لمختلف المعاني والإشارات إلى تجلعه يحافظ على مكانته الاجتماعية وتعد الجمعية الفضاء الرحب لتبادل مثل هذه العمليات الاتصالية، فكيف تساهم مختلف العمليات الاتصالية في تحقيق أهداف العمل الجماعي؟

ومن هنا جاءت الرغبة لكتابة هذه الورقة البحثية وقد اقتضى البحث تقسيمه إلى المحاور:

المحور الأول: مدخل مفاهيمي . المحور الثاني : وظائف الاتصال الجماعي. المحور الثالث: كيف تنمي مهارات الاتصال الجماعي. المحور الرابع : فاعلية الأداء في الاتصال الجماعي.

المحور الأول: مدخل مفاهيمي:

أ. الاتصال الجماعي : يعرفه رشاد عبد اللطيف " تلك العملية التي يتم من خلالها نقل الآراء والأفكار والمعنى والخبرات من الجمعية أو أعضاء الجمعية المكلفون بنقل هذه الآراء والأفكار والمعاني والخبرات عن طريق أساليب ووسائل اتصالية وفق ميزانيتهم إلى جمهورها من المجتمع الواسع والعريض والمختلف الفئات أو إلى جمهور مستهدف من قبل الجمعية"¹.

ب. الجمعية :

تعدد مسميات هذا المصطلح من دولة إلى أخرى وعلى الرغم من تعدد المسميات ألا أنهدف هذا القطاع واحد، فمهم من يربط تسميتها حسب القطاع فيطلق المسميات التالية: القطاع الأهلي، القطاع الخيري، القطاع الخاص، القطاع المعفى من الضرائب، القطاع غير الساعي للربح، القطاع الأهلي، القطاع التطوعي ومنه من يعطي لها مسميات أخرى مثلاً في مصر تسمى بالجمعيات الأهلية أو المنظمات الطوعية وفي شمال إفريقيا يطلق عليها تسمية الجمعيات. ويمكن تعريفها على أنها " جماعة ذات تنظيم لمدة محددة أو غير محددة تتكون من عدد من الأشخاص لا يقل عن عشرة تجمع بينهم أهداف مشتركة وينظمون أنفسهم للعمل في أي مجال من المجالات المنصوص عليها في القانون على أساس الاستقلال السياسي وعدم التدخل في السياسة، على ألا تهدف أنشطة الجمعية لأي ربح مادي مؤسسي"². وهنالك تعريف آخر يشير إلى "الجهود التي يبذلها الإنسان لخدمة المجتمع، دون الحصول على فوائد مادية، بدافع إنساني يتحمل مسؤولياته، ويشترك في أعمال تستغرق وقتاً وجهداً، وتضحيات شخصية، وببذل المتطوع كل ذلك عن رغبته، باختياره، معتقداً بأنه يجب تأديته"³.

¹ - فتحة أوهابية، الاتصال الجماعي، (الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة، ب. ن، 2012)، ص. 48.

² - فاطمة علي أبو الحديد، دور المجتمع المدني في مواجهة الفقر في المناطق العشوائية، (القاهرة: دار المعرفة، ط1، 2015)، ص. 47.

³ - هناء حسني محمد النابلسي، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص 86.

ت. المهارة

هي القدرة الأدائية المتميزة لأداء عمل أو نشاط معين وهذا الأداء تتحكم فيه العديد من العوامل والمتغيرات فمن المسلم به أن المهارة تقوم على ثلاث عوامل أساسية هي: الاستعداد الفطري والعلوم المعرفية والتدريب بالممارسة¹. ويعرفها "احمد عبد الفتاح" قدرة أو استطاعة الفرد أو الجماعة على أداء الوظائف المنوطة بها بكفاءة وفعالية، وهذه المهارات قد تكون إدارية أو تنظيمية أو تكنولوجية². وهناك تعريف آخر من زاوية الخدمة الاجتماعية فيعرفها نزال عبد اللطيف برهم ومن "هي القدرة والرغبة في عملية المساعدة وإحداث التغيير المطلوب"³.

المحور الثاني: وظائف الاتصال الجماعي

إن الاتصال اليوم برزت أهميته في جميع ميادين الحياة الاجتماعية فلا يمكن أن نتصور عالم من دون اتصال، فلا يكاد أي تنظيم اجتماعي أو مؤسسة أو منظمة أن تمارس نشاطها خارج نطاق الاتصال ففعاليتها تحددها العملية الاتصالية، والجمعيات واحدة من بين هذه التنظيمات الواجب توظيفها لكامل الأنماط الاتصالية والوسائل من أجل تفعيل برامجها والتواصل مع العملاء لتقديم خدمات ترقى إلى تطلعاتهم. ومما لاشك فيه أن الاتصال له أهمية كبيرة عند العمل مع أفراد المجتمع وهذا الأخير حصيلة الأفراد والجماعات المكونة له وكذلك المؤسسات الاجتماعية والإنتاجية التي تشكل المصدر الأساسي للحفاظ على المجتمع ولذلك تستهدف عملية الاتصال ما يلي:

أ- تكوين العلاقة والمحافظة عليها في إطار التنمية المحلية :

حيث يرى علماء الخدمة الاجتماعية وعلماء التنمية بصفة عامة أن تنمية المجتمع هي العملية التي يكون فيها أعضاء المجتمع المحلي هو العامل الرئيسي في

¹- السيد عبد الحميد عطية وآخرون، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ب ط، 2003)، ص. 121.

²- أحمد عبد الفتاح ناجي، تطوير وتحديث المنظمات التطوعية في العالم النامي، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2014)، ص. 244.

³- نزال عبد اللطيف برهم، الخدمات الاجتماعية، (الأردن: مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2011)، ص، 46.

تحريك وتنمية المجتمع نحو تحقيق أهدافه والتي تم رصدها عن طريق أعضاء المجتمع أيضا.

ب- توصيل الخدمات للفئات المستحقة فعلا للخدمات :

من خلال اعتماد أساليب للاتصال التي يتم استخدامها لتحديد الجماعات التي يمكن أن تستفيد من الخدمات وكيف تم الاتصال ومن شارك في عملية الاتصال بالإضافة إلى المعايير (للموارد المتاحة - الأهداف المرجو تحقيقها - المصالح المشتركة... الخ).

ت- زيادة معدلات المشاركة بين الأفراد :

المشاركة هي العمود الفقري لأي جهد تنموي يستهدف النهوض بالمجتمع والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين اجتماعيا واقتصاديا لذلك تعتبر المشاركة بالرأي هي من أهم صور المشاركة¹.

وعند امتلاك الأطراف الفاعلين في العمل الجماعي خبرة ومعرفة في الحياة الاجتماعية فإنهم ينقلون تجاربهم وخبراتهم عبر الاتصال بمختلف وسائل إلى الأفراد المتلقين وبالتالي فهم يقدمون إضافة إلى العقل الآخر وهذا النقل للأفكار والمعاني يكون ايجابيا يهدف إلى تعديل السلوك الإنساني سواء بصفة جزئية أو كلية .

ويمكن للجمعيات أن يكون لديها وظيفة إعلامية وإخبارية عبر توظيف منابر الوسائل الجماهيرية في نشر الحس الجماعي وغرس قيم المواطنة وإشعار المواطن بالمسؤولية الاجتماعية وعبر هذه القنوات يمكن شرح مختلف البرامج للجماهير المتابعة والاستفادة من مختلف النقاشات والتحليلات وهذا ما يسهم في إدخال تعديلات نزولا عن رغبة الجماهير وتطلعاتهم.

والشيء المشترك بين مؤسسات المجتمع المدني والإعلام هو الهدف النظري القائم على أساس الرغبة في إحداث تنمية حقيقة وتغيير مجتمعي نحو الحكم الراشد الذي يحقق العدالة ويمنع الظلم عن المقهورين من خلال سياسات وعمل إعلامي قائم على المعلومة الحقيقية والدقيقة، إضافة إلى أن مؤسسات المجتمع المدني ووسائل

¹ -محمد محمود مهدي، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، بدون طبعة، 2005)، ص . 28 . (بالتصرف).

العلام لديها القدرة على فرض رقابة وتدخلات في عمل السلطات الثلاث التي بواسطتها يحدث التغيير¹.

ويلعب أيضا الاتصال الجماعي دورا في تكوين الاتجاهات والآراء وإثارة الوعي بالقضايا الحياتية من خلال ما تقوم بإذاعته مختلف الجمعيات عبر عديد المنابر الاتصالية، فلغة التفاعل الموجودة هنا تمكننا من بيان قبول الرسالة من عدمها حيث يكون الجمهور هو سيد القرار وعلى سبيل المثال :هنالك جمعيات حماية المستهلك تسهر على توعية المواطن بالأخطار الصحية وجمعيات حقوق الإنسان تنشر ما يتعلق بانتهاكات حقوق الأفراد طبقا لما تضمنه التشريعات والقوانين .

وعليه يمكن لهذه الآليات الاتصالية أن تكون درعا ودافعا نحو تماسك المجتمع والحفاظ على الهوية الوطنية وتعاليم الدين الإسلامي، خاصة في ضوء العولمة وما أنتجت من مظاهر سلبية أثرت على ثقافات المجتمع وقيمه. وتمارس وسائل الإعلام والاتصال اليوم دورا مهما في المجتمع عبر إثارتها لقضايا اجتماعية واقتصادية وثقافية الخ . . . ، وتكون دافعا إلى التغيير الاجتماعي والتحول من الممارسة التقليدية إلى معاصرة لمختلف التطورات مع الحفاظ على التركيبة الاجتماعية الأساسية من قيم وعادات وثقافات.

وهنا يبرز دور الجمعيات فاعتبارها أحد آليات التغيير الاجتماعي عبر إعداد خطط وبرامج تكون بمثابة المادة الدسمة لوسائل الإعلام ونظرا لتلقي الأهداف بين الصحافة والجمعيات بهدف تنمية المجتمعات والنهوض باقتصاد الجزائري، فالجمعيات تستغل كل الوسائل الاتصالية من أجل إيصال رسائلها إلى كل مكان خاصة وان قوة وسائل الإعلام تتمثل في قدرة انتشارها على حيز كبير وهذا ما لا تستطيع الطاقم الجماعي الوصول إليه دون التنسيق مع مختلف الوسائل الإعلامية الأخرى .

ويمكن للجمعيات أن تلعب دورا نشر التعليم والقضاء على الأمية وعبر مختلف الوسائل المتوفرة لديها من تنظيم فعاليات إعلامية وتظاهرات تعليمية داخل مقر الجمعيات أو بالتعاون مع المدارس والمعاهد والهيئات التي لديها اهتمام بالجانب الأكاديمي التعليمي، فعن طريق هذه الفعاليات يمكن استضافة أساتذة وباحثين

¹ - حسام عزالدين، الصحافة الاستقصائية لمؤسسات المجتمع المدني الفكرة وتطبيقاتها، (معهد الإعلام العصري، جامعة القدس، ب ن، 2013)، ص. 12.

للقيام بندوات، أيام دراسية، ملتقيات . . . الخ، ويتم تغطيتها من قبل وسائل الإعلام.

وتهدف هذه الفعاليات إلى نشر القيم أو إحداث التغير الاجتماعي وتزويد الأفراد بمعارف جديدة قد تعجز المؤسسات الاجتماعية الأخرى من تجسيدها ويشير (شرام) في هذا الصدد " أن وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تعاون معاونة كبيرة في أنماط التعليم والتدريب فقد أثبتت فعاليتها في ظروف عديدة (. .) في التكفل بقدر كبير من مهنة التعليم وأثبتت قدرتها الفائقة في مجال تعليم الكبار والتدريب على القراءة"¹. وعلى الصعيد الديني ونظرا لأهمية الدين في تشكيل أنماط التفكير والسلوك لدى الأفراد فهناك من الجمعيات تعمل على نشر تعاليم الدين الإسلامي من خلال البرامج والدروس التي تنظمها في الأماكن العمومية .

كما يمكن أن يعزز الاتصال الجمعي قدرات الأفراد والإسهام في تكوين رصيد معرفي عبر إشراك الشباب في مختلف التظاهرات، فلانتماء إلى العمل الجمعي من شأنه أن يخلق لدى الأفراد بيئة جديدة تتشارك فيها مختلف الشخصيات والنماذج الفاعلة في المجتمع بحيث يمكن للأفراد وعن طريق الاحتكاك بهم من اكتساب مجموعة من المعارف تحقق لهم الاندماج في المجتمع وتطور قدراتهم.

ويذهب فريق آخر إلى العكس من ذلك بحيث يقولون أن وسائل الإعلام وعبر مضامينها المختلفة يمكن أن تبث رسائل معادية للقيم الاجتماعية وتكرس مضامين تحريضية ومن بين هؤلاء ما أشار إليه (ديفيد رايسمان) بقوله " أن وسائل الاتصال تؤثر على أخلاق الشباب لان بعض أنواع المضامين قد تحدث تأثيرا اكبر من اللازم على الشباب بمناظر العواطف والجنس والعنف"².

وبإسقاط هذا التصور على الاتصال الجمعي لابد من إعداد المضامين التي تقدمها الجمعيات إعدادا مدروسا قبل نشره عبر وسائل الإعلام، وعلى معد الرسالة أن يكون على اطلاع واسع بأعراف وقيم المجتمع وما تعكسه الرسالة من مضامين تعود على المجتمع بالنفع والفائدة، فوظيفة الجمعيات هي إحداث التغير الاجتماعي، فما تعكسه برامجها من مضامين ايجابية تساهم في تثبيت هذه القيم، ويمكن القول أن الاتصال الجمعي هو درع واقى للأفكار الهدامة والسلوكات السلبية

¹ - تبسیر أحمد أبو عرجة، الاتصال وقضايا المجتمع، (عمان : دارالمسيرة، ط1، 2013)، ص26.

² - مرجع نفسه، ص30.

بحيث يكون قوة فعالية الأداء الجماعي في نشاطه الدائم والمستمر ويمكن تشبيهه بمهمة رجل الأمن في رقابته على الوطن فالجمعيات هي العين الساهرة على المجتمع للحيلولة دون تصدعه .

وتسعى الجمعيات في وظائفه الاتصالية إلى بعد آخر أكثر عمقا وتأثيرا في شخصيات العملاء إلى تفعيل الدور الترفيهي خلال برامجها السنوية على إدراج مناسبات ولقاءات ترفيه تمس المجتمع بصفة كلية أو بصفة خاصة مثل: الأطفال اليتامى، رعاية المسنين، ذوي الاحتياجات الخاصة وغيرها، وتعد هذه البرامج الترفية بمثابة فضاءات لخلق جو يسوده الفرح والمحبة بعيدا عن التوتر الاجتماعي والنفسي ويتم اعتماد وسائل الاتصال: كالمسرح، شاشات العرض الكبيرة . . . الخ. ومن بين وظائف الاتصال الجماعي أيضا حماية الموروث الثقافي ونقله من جيل إلى آخر فهناك من الجمعيات من تحمل تصنيفا ثقافي ويهدف إنشاءها إلى إحياء النشاطات الثقافية الوطنية والمحلية فمن خلال أعمالها تقيم الجمعيات نشاطات من شأنها أن تعرف بالموروث المادي واللامادي (الرقص بأنواعه، المعارض، الفلكلور)، لكن لابد من الاعتماد على مختلف الأساليب الاتصالية والتي من خلالها يتم التواصل مع العالم الخارجي فهذه الأساليب تعرف بالثقافة الجزائرية كما يمكن أن تكون احد الاستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي كبديل اقتصادي من خلال استقطاب السياح والنهوض بالسياحة .

وفي سبيل الرفع من فعالية الأداء الجماعي لابد من الجمعيات أن تسهر على تشجيع الإبداع من خلال دعم الأفكار والاقتراحات الجديدة التي يقدمها الأعضاء أو عبر الاستفادة من خبراء الجمعيات الأخرى محليا أو دوليا عبر تفعيل أسلوب التشبيك التي تهدف من خلاله الجمعيات إلى تطوير العمل الجماعي . وكذلك تطوير الاتصالات الإدارية بمختلف أنماطها أو من خلال الأطراف التي تبدي مساعدتها من حين لآخر وهؤلاء الأشخاص يقدمون اقتراحات مكتوبة وشفوية إلى رؤساء الجمعيات .

المحور الثالث: كيف تنمي مهارات الاتصال الجماعي

إن اكتساب المهارات وتعلمها من قبل الفاعلين في العمل الجماعي يسهم في الرفع من الأداء العملي وبناء شخصية الأعضاء وفي إدارة مختلف الأزمات التي تهدد العمل الجماعي وأهم المهارات الواجب توافرها في العمل الجماعي نجد:

1- تنمية مهارات التحدث والمخاطبة :

هي إحدى المهارات المهمة في التواصل الجماعي لذا من الضروري تطوير هذه المهارة لدى الفاعلين في العمل الجماعي عبر التعليم والتدريب المستر قاصد الرفع من فعالية الأداء أو عبر استقطاب كفاءات في المجتمع لديها القدرة على المحاوره، وتكمن أهمية هذه المهارة في أنها احد الركائز الضرورية في التأثير على سلوكيات الأفراد عبر استخدام جمل، عبارات، أصوات، اماءات من شأنها أن تستميل المتلقي. فحضورك الشخصي "يعطي الصورة الكلية الكاملة الناطقة، والوقفة الجيدة تساعدك في التنفس الجيد والتعبير بصوتك واستخدام طاقتك الصوتية بطريقة جيدة . . . ويقلل من الحركات المشتتة للانتباه"¹. كما أن التحدث يأخذ المجال الكبير لدى الأفراد أثناء ممارستهم لنشاطاتهم داخل الجمعية أو في التواصل مع العملاء، وحتى يتمكن الأعضاء داخل الجمعية من الرفع من كفاءة الحديث أثناء ممارستهم لأدوارهم لابد من التمكن من العناصر التالية:²

أولاً: من الجوانب اللغوية :

1. الدراية بعلم الأصوات وعلم الإملاء Phonology and Orthography : ويتم اكتساب مهارة تعلم الأصوات من الأسرة كوحدة أولية ثم من خلال الجماعة أو المجتمع ككل بحيث يستطيع الأفراد التمييز بين الأصوات ودلالاتها، ويتعلم الأفراد الحديث وفق السياق الاجتماعي المتواجدين فيه . ويجب على الفاعلين في العمل الجماعي إنتاج الأصوات المميزة للغة وتتمثل في إنتاج الحروف الساكنة وحروف العلة والتنغيم المناسب للموقف من حيث سرعة الكلام أو بطئه أو ما يسمى بالإيقاع .

2. النحو Grammar: كما هو معروف أن أي لغة تتحكم فيها قواعدها من ناحية تركيب العبارات وانسجامها واشتقاق الكلمات اشتقاقاً صحيحاً في ضوء القواعد الحاكمة للغة حتى يتم توظيفها بصفة سليمة وواضحة في النص المكتوب والشفوي.

3. المفردات Vocabulary: يتم عملية اكتساب المفردات منذ ولادة الأفراد ويتم تلقينهم هذه المفردات عبر الولدين أو من المحيطين بهم، ويستطيع الأفراد من تطوير واكتساب مهاراتهم من خلال الوسط الجماعي وبذلك يستطيع المخ الإنساني من

¹ - راتب جليل صوبيص وآخرون: تقنيات ومهارات الاتصال، (عمان: إثناء للنشر والتوزيع، ط1، 2008)، ص 21

² - ماهر شعبان عبد الباري، مهارات التحدث العملية والأداء، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2011)، ص 90-92. (بالتصرف).

تصنيفها في حقول الدلالة وبذلك يتم التميز بين دلالتها ووقت توظيفها في الرسالة الجموعية. وهنا نشير إلى اعتماد المفردات السهلة والبسيطة بحيث يتم فهمها من قبل العملاء .

4. الخطاب (النصية) (Discourse Textual) : عملية إنتاج الخطاب يتطلب الإلمام بالجمل والعبارات والمفردات وانسجامها في النص الخطابي ويتم بعث الخطاب إلى العملاء وفق السياق الثقافي والاجتماعي .

ثانيا: الجوانب الواقعية وتشمل هذه الجوانب على مايلي :

1. الوظائف Fonctions: ونشير هنا أن العمل الجموعي يعتمد كفاءته على التنظيم وتصنيف الأدوار لذلك فكل عضو داخل العمل الجموعي مطالب بفهم دوره والطريقة التي يتم بها الاتصال .

2. الاختلافات Variations: إنالأعضاء في العمل الجموعي لابد عليهم من معرفة الاختلافات والمفروقات الموجودة بين المعاني بناء على الاختلافات اللغوية الموجودة في الحديث، حتى لا يتم تأويل المعاني بصفة قد تشوش المعنى المقصود من أطراف العملية الاتصالية .

3. المهارات التفاعلية InteractionalSkills: ونقصد هنا توظيف مختلف الأنماط الاتصالية من اجل الرفع من فعالية الأداء داخل الرسالة الجموعية وكذلك درجة التأثير في العملاء (الفئات المستهدفة، الأطراف المانحون) .

4. الكفاءة الثقافية CompetanceCulturale: على الأعضاء في العمل الجموعي احترام التركيبة الاجتماعية من دين، أعراف، قيم، معتقدات، سلوكيات . . . الخ، كل هذه العناصر تدخل في بناء النص الجموعي حفاظا على تماسك الجماعة والمجتمع وعدم الدخول في صراع مع البناء الاجتماعي ما قد ينجر عليه مساس باستقرار الجمعية وفقدان عاملين مهمان: الثقة والتعاون .

وبالإضافة إلى ماسبق ذكره فان على العاملين بالميدان الجموعي أثناء حديثهم مع الفئات المستهدفة استخدام روح الدعابة والفكاهة لإراحة العميل وإخراجه من الدائرة الضيقة للحوار، وهذه الدعابة والنكت لا يجب أن تلمس وتخدش مشاعر الآخرين لذلك لابد الحذر أثناء استخدام هذا الأسلوب كما يجب ضمان الجو المريح أثناء التواصل مع العملاء وجعلهم يتحدثون بكل أريحية بعيدا عن اقحام تصرفات تشعرهم بالتهديد والخوف .

2- مهارة الكتابة في العمل الجماعي

ويتم هذا من خلال تدريب الأعضاء فنون التحرير وتجنب الأخطاء الهجائية والإملائية ويجب أن يأخذ في عين الاعتبار النقاط التالية :

لأن ما يكتب يحمل طابع مهم للعمالء وخالي من التكرار وان المضمون الرسائل الجموعية مهم ويحمل طابع علمي مؤسس خالي من الملل .
لأن هل اعتماد النص الكتابي مفيد بالنسبة للهدف والمتلقي مقارنة بالوسائل الأخرى.

لأن أن تحمل المضامين المكتوبة تسلسل في الأفكار وعبارات بسيطة تنسجم مع البيئة المعاشة.

لأن الأخذ بعين الاعتبار المستوى الثقافي والتعليمي للعمالء الذين يتعامل معهم المرسل الجموعي.

3- المهارة في الإصغاء

عند حدوث اللقاء المباشر بين الفاعلين في العمل الجموعي في بينهم عن طريق الاجتماعات الدورية أو بين الأعضاء والعمالء يتطلب اليقظة تماما لما يقال . ومهارة الاصغاء "هي تركيز الانتباه على آراء وأفكار ومشاعر وتعبيرات الآخرين اللغوية والجسدية وعدم الاعتماد على محتوى الكلمات ولكن الوصول إلى اتجاهات المحدث"¹. وحتى يتسنى الإصغاء للطرف الآخر جيدا يجب توفير الجو والمكان لملائم وهذا الإجراء راجع إلى أن اغلب الحالات المستهدفة تكون لديها ظروف معيشية صعبة وتمر بنفسية يملئها القلق والتوتر والعصبية، فأتثناء الحديث نترك العميل يتكلم بأريحية من دون مقاطعته حتى يشعر بان من يخاطبه يود سماعه ويسعى جاهدا إلى إيجاد مختلف الحلول .

وفي أثناء الحديث يتم تسجيل كلام العميل في أوراق ورقية أو عبر تسجيل الصوتي أو المرئي، قصد جمع الحقائق وتحليلها فيما بعد . كما تجدر الإشارة هنا انه أثناء بدا الحديث لابد من التركيز على الموضوع وعدم الخروج عليه أو القيام بإعمال أخرى تخلق التشويش وتؤثر على العميل مثل: الإفراط في استعمال الهاتف،

¹- علاء محمد القاضي وبكر محمد حمدان، مهارات الاتصال، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع بالتعاون مع مكتبة المجتمع العربي، ط1، 2010)، ص. 140.

دخول آخرين غير معنيين بالحوار ما يجعل العمل مرتبطا وغير قادر على العطاء أكثر، كثرة الحركة أثناء الجلوس ، ترتيب أوراق المكتب، تناول الأكل.

4- المهارة في إدارة الاجتماعات

ومن الضروري على كل جمعية مها كانت طبيعة نشاطها من عقد اجتماعات دورية تتعلق بالجانب التسييري الداخلي (تسيير المالي، استغلال الموارد* ، . . الخ) أو بالعلاقات الخارجية مع الجهات المستهدفة (العملاء) . ومن هذا المنطلق نحاول أن نوضح كيف يمكن لعملية إدارة* الاجتماعات أن ترفع من جاهزية الأعضاء في العمل الجماعي وتحقيقهم للأهداف تماشيا مع رسالة الجمعية ومن بين عوامل نجاح الاجتماعات داخل العمل الجماعي نجد:¹

أ. احترام وقت الاجتماع : وهنا نشير إلى ضبط الوقت والتاريخ مسبقا في جدول الأعمال سواء الاجتماعات التي يعقدها مجلس الإدارة أو رئيس الجمعية مع الأعضاء، ففي كثير من الأحيان يتأخر القائمون عن الاجتماع ويتجاوزون الوقت المحدد له، لذلك لابد من الحرص على احترام الوقت وهو بدوره احترام لوقت الأعضاء فمن الممكن أن يكون لديهم انشغالات أخرى. لذلك فإن الاجتماعات المطولة وغير محددة التوقيت تشعر الأعضاء بالملل وتجعلهم في حيرة من أمرهم بين المغادرة الآنية أوإتمام الجلسة مع عدم الحضور مرة أخرى وكل هذا ينعكس على فعالية الأداء الجماعي.

* الموارد: هي مجموعة الإمكانيات المتاحة للجمعية والتي تمكّنها من تنفيذ مشروعاتها تعمل على تحسين مستوى معيشة الفئات المستهدفة وتمكينهم من أداء دورهم بفعالية في تنمية المجتمع وهي تنحدر في ثلاث أصناف :

1- الموارد العينية : [خدمات – أراضي – مباني] . هي الأنشطة والمساهمات الجماعية لأفراد المجتمع سواء كانت في صورة مساهمة بالأرض أو المباني أو الخامات أو المعدات للمشاركة في تنفيذ مشروعات لتنمية المجتمع .

2- الموارد البشرية : [استشارات – عمالة] . وهي الجهود التطوعية لأفراد المجتمع سواء كانت مساهمة بالمجهود أو الوقت وسواء كانت مساهمة فنية أو في صورة عمالة في تنفيذ مشروعات تنمية المجتمع .

ج- الموارد النقدية : وهي الأموال والنقود السائلة التي يتبرع بها أفراد المجتمع أو يتم تجميعها منهم أو عائد المشروعات والأنشطة التنموية والتي يتم استخدامها في تنفيذ مشروعاتها تنمية المجتمع، وكذلك المخصصات المالية الحكومية وأيضا المنح الخارجية (جهات محلية – جهات دولية) . أنظر: دليل صادر عن الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية بعنوان "التخطيط الاستراتيجي لمنظمات المجتمع المدني" ص 25، 26 من موقع <https://www.usaid.gov>

* الإدارة توفير نوع من التعاون والتنسيق بين الجهود البشرية المختلفة من اجل تحقيق هدف معين . أنظر:عبد الهادي الجوهري وإبراهيم أبو الغار: إدارة المؤسسات الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، بط، 2001).

¹ - حسين جمعة :الجمعيات والمؤسسات الأهلية –الجهات المانحة الدولية -، المشاريع، الإدارة، (القاهرة: دار المعرفة بالتعاون مع مكتب الدراسات والاستشارات الهندسية، ب ط، 2004)، ص 22- 29 . (بالتصرف)

ب. توفير المعلومات للأعضاء :لابد من توفر المعلومات حول الهدف من الاجتماع وجدول الأعمال حتى يتسنى للمدعوين بدعم الموضوع من تقارير ومقترحات وغيرها . ويتم تقديم المعلومات قبل وأثناء الاجتماع.

ج. تحديد الهدف من الاجتماع :قبل أي اجتماع يجب تحديد الهدف منه من خلال جعل مخطط يجسد تلك الأهداف.

د. مسؤولية عقد الاجتماع :في كثير من الأحيان تلقى المسؤولية على مجلس الإدارة أو رئيس لجمعية في تسير الاجتماعات وهنا نشير إلى ضرورة التنسيق الكامل بين مختلف الأعضاء في الاجتماع من خلال تقديم الاقتراحات والمشاكل المتعلقة بالعمل الجماعي ومختلف البدائل لتخطيها .

هـ- رسم جدول الأعمال ويتم ذلك من خلال عناصر التالية :

- ✓ أن يكون الغرض من الاجتماع واضحا في ذهنك قبل أن تدعوا لعقده .
- ✓ ابتعد عن الموضوعات المتكررة في الاجتماعات كلما أمكن.
- ✓ راعي أن يكون المكان مناسباً للاجتماع وقم بتهيئته وتزويد التجهيزات المطلوبة .
- ✓ حدد وقتا للاجتماع ولكل بند في جدول الأعمال حسب أهميته .
- ✓ احرص على وصول جدول الأعمال إلى الأعضاء قبل الاجتماع بوقت كاف حتى يتسنى لهم فرصة الاطلاع عليه.
- ✓ ترتيب جدول الأعمال ومن الحسن البدء بالنقاط التي لا تثير الأعضاء الحاضرين أو الجهات الأخرى (عملاء، هيئات، مؤسسات عمومية وخاصة . . . الخ).
- س- تقييم الاجتماعات :من المفيد جدا في العمل الجماعي تقييم الاجتماع في ما يتعلق بنقاط التوافق والاختلاف ففي الكثير من الأحيان تنتهي الاجتماعات بالتوتر والقلق وعدم الرضا، فبعمل التقييم على التماس وجهات النظر وبسط الجو المريح للحاضرين (على المستوى النفسي).

5- المهارة في التفاوض :

التفاوض يعني ذلك الحوار القائم بين شخصين أو أكثر وهو عملية اتصالية يهدف من خلالها الأطراف من تغليب رأيه عن الآخر وينتج عن ذلك اتفاق جميع الأطراف بعيدا عن الاستغراق في صراعات القوى والتي من الممكن أن يبطل العمل الجماعي وكذا بلوغ أهدافه، وتتطلب مهارة التفاوض حس الكلام والإقناع من المفاوض ومرونته أثناء الحديث ويطلب من الشخص المفاوض الإلمام بما يلي :

التفاوض مع شخص يستطيع صنع القرار- التحضير الجيد للأسئلة - التركيز الجيد مع عيّنين- اطلب دائما أكثر - اختيار الشخصية الأنسب للتفاوض - الهدوء والثبات أثناء التفاوض - الاحتفاظ بالأوراق الراجعة في آخر الوقت - التحلي بالمظهر الحسن.

ودليل نجاح عملية التفاوض في العمل الجماعي هو تحصيل أكبر قدر من الفوائد أثناء عملية التفاوض ويمكن للجمعيات اعتماد أسلوب التفاوض في مناقشة القضايا الاجتماعية والاقتصادية مع الجهات الحكومية وعن طريق التفاوض يمكن حل القضايا العالقة في المجتمع .

6- المهارة في اتخاذ القرار:

إن عملية بلوغ الأهداف والتخطيط الجيد لا يمكن الوصول إليها في العمل الجماعي من دون دراية تامة بعملية اتخاذ القرار وهذه الأخيرة هي اختيار حلول وبدائل بما يتوافق مع إمكانيات المادية والبشرية للجمعية بحيث يكون اتخاذ القرار في مسألة ما يعود بالفائدة على العمل الجماعي وان أي فشل في اتخاذ القرار يمكن أن يسبب مشاكل للجمعية، ونخص هنا رئيس الجمعية فهذا الأخير فعالية في إدارة العمل الجماعي تكمن في كفاءته ومهارته في اتخاذ القرار وهناك بعض الصفات الشخصية التي تؤثر في صناعة القرار لدى رؤساء الجمعيات:¹

○ مستوى الذكاء: مستوى الذكاء العالي لدى رؤساء الجمعيات له تأثير في اتخاذ القرارات .

○ التعليم والخبرة: يعتبر التعليم والخبرة والمعلومات عناصر أساسية داعمة في اتخاذ القرار بالإضافة إلى توفر الدافعية نحو التعلم وإكساب خبرات جديدة.

○ التصور والإدراك والقيم والاتجاهات: تساعد هذه العناصر رؤساء الجمعيات في إدراك المواقف المختلفة والإحاطة بمختلف المشاكل .

○ العوامل الدافعة والشجاعة : ينبغي على رؤساء الجمعيات أن تكون لديهم الشجاعة والثقة في النفس في اتخاذ القرار.

¹ - هاشم حمدي رضا، تمنية مهارات الاتصال والقيادة الإدارية، (لبنان: دار الراجية للنشر والتوزيع، ط 1، 2010)، ص. 131-133، (بالتصرف).

○ الشخصية : هي احد العناصر المهمة في اتخاذ القرار فيجب على رئيس الجمعية أن يثق بإمكاناته وقدراته واستعداده الكافي لمواجهة مختلف المواقف وحسمه للأمور في الوقت المناسب .

7- المهارة في إدراك الذات

بمعني أن يقف الفرد على قدراته الخاصة والعامة ويدرك جوانب القوة والضعف في شخصيته ويقف على طاقاته ومواهبه وان يستطيع أن يكون فكرته عن ذاته من خلال نظرة الآخرين له¹. فعلى العاملين في العمل الجماعي من ممارسة أنشطة تدريبية خارج الجمعية في المنزل مثلا أو من خلال اللقاءات التي تجمعهم مع الأصدقاء وكل هذه الأنشطة تجعلهم يكتشفون قدراتهم وتصحيح أخطائهم.

8- المهارة في تحصيل واستقطاب الكفاءات

المتطوعون هم المحرك الأساسي للناشط الجمعوي، وهم القوة البشرية التي لا يمكن الاستهانة بها كما لابد من الانتقاء الجيد للأعضاء(القدرة على تحمل المسؤولية، اتخاذ القرارات، التخطيط . . . الخ) ولذلك من الضروري إجراء اختبار لشخصية المتطوع عن طريق المقابلات الشخصية ويمكن تحصيل الكفاءات ودمجهم في العمل التطوعي من خلال :

- شبكة العلاقات الاجتماعية ومن خلال تفعيل الاتصال الشخصي فالشخص المنتمي إلى العمل الجمعوي يستطيع عبر شبكة الاتصالات من استقطاب زملائه، والشخصيات المتواجدة في محيطه .

- عن طريق حضور الفعاليات التي تنظمها الجهات الحكومية أو المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية فهذه الفعاليات تكون غنية بالموارد البشرية .

- العلاقات الخارجية فمن خلالها تستطيع أن تبني الجمعيات علاقاتها مع العالم الخارجي بكل أطيافه وتستطيع جلب الخبرات والمهارات اللازمة للتخطيط أو تنفيذ عملياتها².

9- المهارة في توظيف وسائل الاعلام

¹ - السيد عبد الحميد عطية وآخرون، الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية:المكتب الجامعي الحديث، ب ن، 2003)، ص 130.

² - أحمدعبد الفتاح ناجي، تطوير وتحديث المنظمات التطوعية في العالم النامي، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2014)، ص. 240.

من الضروري أن تطور الجمعيات استراتيجياتها الاتصالية نحو وسائل الإعلام كون هذه الأخيرة أصبحت المتحكم في عقول وعواطف الجماهير وتعلب دورا في تحديد أجندات العمل في المجتمع، ولا يمكن إغفال وسيلة عن الوسائل الأخرى بل إن فعالية العمل الاتصالي تحدد في مدى الاستغلال المناسب لكل وسيلة ودورها في نقل المضامين الجمعوية ويلعب كفاءة ومهارة المرسل الجمعوي ودرايته بمختلف الوسائل الاتصالية الإعلامية وأهم الفروقات الموجودة بين كل وسيلة وظروف أداء الرسالة الجمعوية وفق سياقها الاجتماعي (الموقع، البيئة) دورا فاعلا في اختيار الوسيلة دون أخرى. وإذا كانت لدى الجمعية مداخل مالية جيدة فإن أحسن طريقة للرفع من فعالية الرسالة الجمعوي هي توظيف مختلف الوسائل الاتصالية والإعلامية في وقت واحد.

ويذهب (ويلبرشرام) إلى أن الاتصال الإنساني يعني المشاركة بين شخصين أو أكثر في المعلومات والأفكار والآراء والاعتمادات والعواطف وغيرها من الرسائل التي يرغبون في تبادلها¹ وتعمل الاتصالات المفتوحة بين جميع الأعضاء داخل الجمعيات إلى زيادة عملية التفاعل، فهي تتيح لكل عضو إمكانية التواصل بكل حرية وتجعله أكثر ثقة بانتمائهم للعمل الجمعوي وإحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية، بل يستطيعون تقديم كل مرة إضافة جديدة (ابتكار، إبداع، اتخاذ قرار) وهنالك مجموعة من العوامل بإمكانها أن تقدم دعما وتأثير في فعالية عملية التواصل²:

1. الأدلة والمدعمات **Cues and Reinforcers**: باستطاعة رئيس الجمعية أو الأشخاص الاجتماعي أن يدعم حديثه ومناقشاته مع الأعضاء بمجموعة الكلمات والإشارات والإيماءات بشكل يجعل هذه الأخيرة تعمل على دعم التفاعل وتشجيعه كما يمكن أيضا القيام ببعض السلوكيات اللفظية وغير اللفظية التي تسهل إيجاد أنماط التفاعل.

2. الروابط الانفعالية **Emotional bonds**: وهنا يتعلق بالجوانب الإنسانية لدى الأعضاء داخل العمل الجمعوي وخارجه. فمختلف الأزمات الاجتماعية التي يتعرض لها الأعضاء مثل وفاه، المرض، الفقر... الخ، تزيد من تلاحم الجماعة

¹ - محمد الفاتح حمدي وآخرون: مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2017)، ص. 17.

² - حسين حسن سلمان وآخرون، الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية مع الجماعة والمؤسسة والمجتمع، (لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2005)، ص 197، 196. (بالتصرف).

عبر مواساتهم وتقدير الدعم المعنوي لهم ومحاولة التقليل من الآثار النفسية كلها جهود إنسانية تقوى الروابط الايجابية بين الأعضاء .

الجماعة الفرعية Sub-groups: وهي مختلف الجماعات التي تتشكل داخل الجمعية نفسها نتيجة لوجود نقاط تلاقي قوية بين الجماعة وأعضائها، ولا يجب أن ينظر رئيس الجمعية إلى هذه الجماعة محل تهديد له، بل يمكن أن يكون على تواصل معهم ويراقب سلوكياتهم، وفي كثير من الاحيان يعمل رئيس الجمعية على تكوين جماعات فرعية خاص إذا كان حجم الجمعية كبير، من اجل توزيع المهام والقيام بها في أسرع زمن ممكن . ويمكن لوسائل الإعلام أن تعمل على ترسيخ العمل الجماعي من خلال النقاط الآتية:¹

- 1- توضيح الثواب الجزيل والأجر العظيم الذي أعده الله سبحانه وتعالى لفاعلي الخير والباذلين لجهودهم وأوقاتهم في نفع العباد وهذا مهم لان رجاء المثوبة من الله تعالى سيظل المحرك الأقوى للمسلم في اتجاه التطوع والتبرع.
- 2- توثيق الصلة بالجمعيات الخيرية والمنظمات والهيئات الاغاثية والتطوعية وإتاحة مساحة أسبوعية مجانية لمن يرغب منها في التحدث عن قضايا ومشكلاته وحاجاته.
- 3- مقابلة المتميزين من المتطوعين وتعريف الناس بمبادراتهم وعطاءاتهم وتقديمهم للمجتمع بوصفهم عناصر خيرة وبناءة .
- 4- تسليط الضوء على العقبات والمشكلات التي تقف في طريق المنظمات والهيئات الخيرية والتعاطف معها في مواجهة تلك العقبات .
- 5- شيء رائع أن يكون لدينا قناة فضائية تكون مهمتها نشر ثقافة العمل التطوعي والخيري والحديث عن انجازاتها وعن الصور الجميلة والمشرقة التي أوجدتها في حياة الأمة.

وعليه فان اعتماد الجمعيات على وسائل الاتصال المختلفة من شأنها أن يخرجها من الدائرة الضيقة (المقر) إلى العالم الانفتاحي ودعم جهود التطوع والتي من خلالها أيضا تستطيع الجمعية إثبات وجودها خاصة وأن المجتمع الجزائري يعيش حركية جموعية متزايدة وان كان هذا الأمر ايجابي باعتبار أنه مؤشر للتطور والتنمية، إلا أن هذا التزايد في العدد ننظر إليه من زاوية المنافسة بين الجمعيات الأخرى وهو ما

¹ - عبد الكريم بكار، ثقافة العمل الخيري، (القاهرة: دار السلام، ط1، 2012)، ص 34، . 35

يخلق بالضرورة صعوبات في استقطاب الكفاءات وطول واستمرارية الجمعية وبقائها لمدة أطول. وكذلك في الكيفية التي يتم من خلالها جمع التبرعات والحفاظ على المانحين .

ويمكن أن نقول أن العلاقة بين الجمعيات ووسائل الإعلام ليست ذات اتجاه واحد بل أنها ذات علاقة تكاملية بحث أن وسائل الإعلام وعبر نقلها للرسائل الجمعية تستطيع أن تنقل صورة حسنة لدى الجمهور وهي الطابع الإنساني لوسائل الإعلام وبدورها تكون وسائل الإعلام على دراية تامة بحاجيات المواطنين ما يجعلها تسعى في منحنى آخر يتمثل في إيجاد حلول جادة وحقيقة ترتقي بالمستوى الاجتماعي للمواطنين . وهناك أيضا هدف آخر لوسائل الإعلام خفي للجمعيات هي أن وسائل الإعلام وعبر احتكاكها بالجمعيات بإمكانها بناء قاعدة جماهيرية وشبكة من العلاقات تجعلها تتغلغل في المجتمع في محاولة منها للظفر بالسبق الإعلامي والسرعة في الحصول على المعلومات .

ولذلك من الواجب على الجمعيات إمداد وسائل الإعلام بإحصاءات وتقارير صحيحة غير مبالغ فيها أو تهدف إلى اديولوجيات تستغل بوابة وسائل الإعلام تحت غطاء العمل الجمعوي ومن جهة أخرى على وسائل الإعلام أن تؤمن بأخلاقيات المهنة الإعلامية وأن الهدف من نشر الرسائل الجمعية هو خدمة الصالح العام وتعريف بنشاطات الجمعيات وأهم الحالات المستهدفة والتي هي بحاجة إلى دعم المعنوي والمادي، وكل ماسبق يصب في خانة بناء الثقة والتعاون بين الجمعيات ووسائل الإعلام.

المحور الرابع: كيف نرفع من فعالية الأداء الجمعوي؟

أن تمارس الاتصال ليس هو الهدف، فاستطاعة أي فرد في المجتمع أن يتواصل والأهم هنا كيفية ضمان وصول الرسالة إلى العملاء وفق ما يهدف إليه المرسل الجمعوي وبأقل جهد وتكاليف وبأكبر سرعة ممكنة ومن الصعوبة في العمل الجمعوي قياس فعالية التنظيم الجمعوي فعلى سبيل المثال يمكن قياس فعالية المنظمات الربحية على مستوى الخدمات والمنتجات التي تقدمها ولكن الأمر يختلف في العمل الجمعوي بحيث يمكن معرفة مردودية ونشاط الجمعية على مستوى وفائها وتقديمها للخدمات للعملاء وكلما استمرت على هذا المنحنى ارتقى أداؤها . ويتعرض(جون أرجنتيني) " وبتوسع لمفهوم الأداء بالمنظمات غير ربحية ويؤكد على

أن تلك النوعية من المنظمات، تعرف نفسها من خلال حجم الأداء المحقق المقبول، كما تعرف من خلال تقليص النقد الخارجي الموجه إليها أو من خلال التمسك بنظم إدارية يتحقق لها الشفافية والمساءلة لكوادرها الإدارية¹. ولكي نرفع من حجم الأداء الجماعي يجب الإلمام بالنقاط التالية :

- وضوح الهدف بحيث يكون يتوافق مع البيئة الاجتماعية للعمالء ويلبي حاجاتهم .
- الدراية التامة بمختلف المشاكل التي تحيط بالعمالء وكذا التركيز على النواحي النفسية حتى يتسنى لنا تفهم ظروفهم والتواصل معهم بطريقة جيدة خالية من الصراع وهذا يسمح لنا أيضا بقدرتنا على التأثير والإقناع.
- بيان الرسالة ووضوحها لدى العمالء وخالية من التعقيدات والتراكيب الغامضة والتي تكون سببا في تأويل الأهداف وانحراف الرسالة عن مسارها .
- التركيز على الاتصالي المواجهي (كلام، أصوات، إشارات، اماءات، حركات) نظرا لقوته في التأثير وهو ما أثبتته العديد من الدراسات مقارنة بالاتصال المكتوب وهذا راجع إلى حضور لغة المشاعر والأحاسيس والعواطف وهو ما يدعمه الباحث "أحمد النواعرة" على أن نجاح أي عملية اتصالية "لابد أن تتصل بالمخاطب عن طريق البعد العاطفي وإلا فإنه لن نتواصل مع احد على الإطلاق(. . .)، الناس يستشعرون بالعاطفة ويبررون الفعل بما يعتقدون انه حقائق وذلك بسبب قوه العقل الأول"²(المقصود هنا العقل العاطفي وليس العقل المفكر) وهنا تتم القراءة الفعلية لمواقف وردود أفعال من العمالء ويمكن إضفاء تعديلات على الرسائل أنيا .
- "تشجيع التغذية الراجعة وفسح المجال لاستيضاح الرؤوسين حول ما تقوم به من اتصالات"³ ويتم ذلك من خلال تشجيع رؤساء الجمعيات لروح المبادرة ونزع رهبة الخوف وإبداء آرائهم واقتراحات تعمل على ترقية الحس الجماعي.
- تحديد الأولويات في عملية الاتصال الجماعي وعدم الانغماس في الأمور الثانوية وإغفال النظر عن الأهداف المعلنة في رسالة الجمعية .

¹ - أحمدعبد الفتاح ناجي، تطوير وتحديث المنظمات التطوعية في العالم النامي، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2014)، ص 54.

² - أحمد النواعرة، الاتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص. 191.

³ -هاشم حمدي رضا، نفس المرجع، ص. 99.

- استخدام وسائل الاتصال المناسبة بما يتوافق مع المضامين الموجهة للعملاء وإمكانات الجمعيات.
- أثناء التواصل مع العملاء (الحوار، المقابلات، اجتماعات) من الضروري أن نعطي لهم الوقت الكافي في تفسير وشرح موقفهم وأرائهم دون مقاطعتهم ومع الإصغاء إليهم وفهم معاني الكلمات بدقة وتجنب الأحكام المسبقة المبنية على أحكام ذاتية وليست على حقائق وأسس علمية .
- الاهتمام بالنقاط المهمة والرئيسة التي لها علاقة بالموضوع المطار.
- تنظيم الدورات التدريبية للأعضاء قصد توعيتهم برسالة الجمعية وهيكلها التنظيمي وكذا مختلف نشاطاتها وتزويدهم بمختلف التشريعات، وبتيح التدريب للأعضاء من الكشف عن آرائهم ومواقفهم اتجاه الجمعية ويعمل التدريب أيضا على تزويد الأعضاء بمختلف المهارات من خلال: الورشات، الندوات، الدورات، الاجتماعات. . . الخ.
- التحفيز والاهتمام بالفعالين في الميدان الجمعوي من خلال تكريمهم تارة بالجوائز أو الشكر في أعداد مجلة الجمعية، تنظيمها للرحلات، تنظيم مأدبة عشاء أو ترقية في مهامهم وهذا ما يعطيهم إحساسا بالانتماء ويضاعف مجهوداتهم .
- ويضيف الباحث "محمد الصيرفي" في هذا الصدد انه يمكن رفع درجة وفعالية الاتصالات داخل المنظمات (الجمعيات) من خلال توافر الشروط التالية:¹

إنسانية واجتماعية	تكنولوجية	لغوية	تنظيمية
• تشجيع النقد . • الإصغاء الجيد. • عدم التحيز. • الأمانة. • القيم الثقافية.	• القنوات المناسبة. • تدريب الأفراد. • التنظيم غير رسمي . • فرق العمل. • التغذية العكسية.	• الدقة . • البساطة. • الوضوح	• الوسائل الحديثة • الملائمة لطبيعة العمل.

¹ - محمد الصيرفي، الاتصالات الإدارية، (الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، بن، 2006)، ص 13.

خاتمة :

إن نجاح أي جمعية مهما كانت طبيعتها ومجالاتها وبقائها واستمرارها وعطائها على المدى البعيد لا يكون محل الصدفة أو الحظ العارض، ولكن ضمان نجاحها يكون ضمن استغلال القدرات المالية والموارد البشرية واستغلالها أحسن استغلال مع الحرص على تطوير مهاراتها من خلال التدريب والاطلاع الواسع لمختلف العلوم والاحتكاك المتواصل بأصحاب الخبرة، لأنه كلما تعددت المهارات لدى الجمعيات أدى ذلك إلى زيادة فعاليتها وتحقيق رضا العملاء ويكون ذلك من خلال دحر كل الاتجاهات السالبة الموجودة بين العاملين في الفضاء الجموي عبر تفعيل الاتصالات الأفقية والأخذ بآراء الأعضاء وإشراكهم في صناعة القرار.

وتكثيف الاتصالات غير الرسمية احد الاستراتيجيات الفاعلية في كسب اكبر عدد ممكن من الوافدين وكذا ضمان موارد جديدة أخرى خارج (الرعاية، جمع التبرعات من رجال الأعمال، تنظيم المعارض والمزادات، تنظيم دورات رياضية)، خاصة وأننا اليوم نعيش قفزة نوعية ومتزايدة في عدد الجمعيات وان كان هذا مؤشرا مهما على التطور، لكن قد يصعب على الجمعيات خاصة ذات الاعتماد الجديد الحفاظ على بقائها في ظل التنافس الشديد فالكل يهدف إلى استقطاب الكفاءات وتحصيل اكبر عدد من المانحين واثبات وجود الجمعية في الساحة الوطنية ولما لا الدولية أيضا .

الإعلام و الحراك الثوري العربي

أ/ نوارى دبي

جامعة باتنة 1

ملخص:

لم تكن رغبة الشعوب في الخروج من الأزمة التي تكمن في الظلم و الاستبداد ودكتاتورية الحكام مسألة خفية، بل كانت رغبة تسكن في وجدان قطاعات كبيرة من المجتمعات العربية التي ظلت على امتداد عقود طويلة في مسيرة بحث عن أفضل السبل التي توصلها إلى حياة أفضل وفقا للحياة الديمقراطية التي اعتمدتها الشعوب في العالم المتقدم التي تأثرت بها الشعوب العربية حيث ظل النموذج الغربي للديمقراطية حلما يراود الكثير من الشعوب العربية لأنهم وجدوا فيه من القيم السامية التي ينشدها الإنسان في حياته العامة.

لكن هذه الرغبة في التغيير وجدت الكثير من الصعوبات التي تعيق مسيرتها نحو الوصول، فكان العمل السياسي بكل أشكاله عاجزا عن تحقيق هذه المطالب نظرا للعديد من المسائل المتعلقة بالأنظمة الحاكمة؛ إلى أن ظهرت رياح التغيير السياسي عن طريق الحراك الثوري الذي استعملت فيه الشعوب العربية وسائل الإعلام الحديثة و مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لإعادة ترتيب بعض المفاهيم في العلاقة بين الشعوب و الأنظمة العربية فكان التغيير الثوري في العديد من الدول العربية إما عن طريق الثورة كتونس - مصر - اليمن، و إما عن طريق الإصلاح السياسي كالجزائر، المغرب، البحرين.

Résumé :

Ce ne fut pas le désir des peuples à sortir de la crise qui se trouve dans l'injustice et de la tyrannie et dirigeants dictature une problématique cachée, mais était un désir de vivre dans la conscience des grands segments des sociétés arabes qui sont restées au cours des longues décennies dans le processus de recherche de la meilleure façon que vous joindrez à une vie meilleure selon la démocratie adoptée par le peuple dans les pays développés qui ont été touchés par les peuples arabes selon les termes du modèle occidental de la démocratie, un rêve de nombreux peuples arabes

parce qu'ils ont trouvé des valeurs nobles que l'homme a cherchées dans sa vie publique.

Mais ce désir de changer a trouvé beaucoup de difficultés qui entravent leur marches vers l'accès, c'est pour ça l'action politique était sous toutes ses formes incapable de répondre à ces demandes en raison des nombreuses questions liées aux régimes au pouvoir, que les vents du changement politique ont émergé à travers le mouvement révolutionnaire dans lequel les peuples arabes ont utilisé les médias et sites de réseaux sociaux modernes comme un moyen de réarranger certains des concepts dans les relations entre les peuples et les régimes arabes ici, un changement révolutionnaire était dans de nombreux pays arabes, que ce soit par la révolution comme la Tunisie – L'Égypte – Le Yémen, soit par une réforme politique, comme l'Algérie, le Maroc, le Bahreïn.

مقدمة

يعيش المجتمع العربي مرحلة انتقالية، ويختبر تناقضات وصراعات تاريخية حادة، مما يجعل قضية التغيير في صلب القضايا العربية. بين مصادر الإحباطات العربية، أن بعض معالم الحياة العربية تتغير بسرعة مذهلة (كثيرا ما يكون ذلك في غير الاتجاهات التي نريدها لأنفسنا) حتى نحس أن أقدامنا لا تطأ أرضا صلبة، فيما تظل بعض الأوضاع الأخرى على حالها تقاوم التغيير ضد إرادتنا. بكلام آخر، كثيرا ما يحصل التغيير دون أن يكون لنا دور في التخطيط له وصنعه فيحتاجنا حيث وحين لا نتوقعه، حتى لتصبح حياتنا كفاحا بئسا ضمن حدود ضيقة. وبكلام أبسط، التغيير يحصل لنا أكثر مما نشارك في صنعه مشاركة ايجابية، فتتراكم التحديات والتناقضات والمعضلات.

انطلاقا من هذا الواقع المحبط، نسعى إلى رسم إطارا عاما لعملية التغيير في المجتمع العربي فنلخص ما نعتبره المعضلات والمشكلات والحاجات الأساسية في الواقع العربي الحاضر، ونقدم تصورا للمستقبل العربي عن طريق التنمية الشاملة و/أو التحول الثوري.

أولا: الواقع العربي: حالة الاغتراب

ظهر جليا من خلال الدراسات أن واقع المجتمع العربي الحاضر هو واقع مغرب يحيل الشعب، وخاصة طبقاته وفئاته المحرومة، إلى كائنات عاجزة لا تقوى على

مواجهة تحديات العصر. بل أن المجتمع العربي بالذات مصاب بحالة الاغتراب، فلا يسيطر على موارده ومصيره ويتداعى من الداخل حتى يكاد يفقد محوره وصميمه، فلا يملك إرادة وهدفا وخطة، وتسيطر عليه مؤسساته بدل أن يسيطر عليها، فتستعمله لمصالحها الخاصة أكثر مما تخدم مصالحه وتثبت مناعته وتقدمه. وحتى يستعيد المجتمع سيطرته على موارده ومؤسساته ويتكون له صميم ومحور وغاية، سيستمر الانهيار العربي وبسرعة أقصى فأقصى.

إن الشعب (كما يتميز عن الطبقات الحاكمة) عاجز تجاه الدولة والعائلة والدين ومؤسسات العمل والتربية وغيرها، وعاجز ضمنها، فهو يعيش في كابوس وليس حلم. انه محاصر ودائرة الحصار تضيق باستمرار، فيضطر إلى الانشغال بمسألة مجرد الاستمرار. وتسيطر الدولة على الشعب ولا يسطر هو عليها، فلا تحميها منها قوانين ودساتير ومناقب، ويتصرف الحاكم وكأن البلاد امتداد لذاته. كما أن المؤسسات الدينية أغرقت المؤمنين في التقاليد التي ترسخت في عصور التخلف، فبقدر ما يضعون من أنفسهم بها بقدر ما تصبح قوية غنية، فيما يصبحون هم عاجزين فقراء حتى في طلب نظرتهم إلى حياتهم (هذا بالإضافة إلى نقل الثقافة من عالم النسبي إلى عالم المطلق وتسويغ الواقع وإحلال الماضي مكان المستقبل).

وانطلاقاً من إيديولوجية عائلية هرمية على أساس الجنس والعمر (الأب معيل والنساء والأبناء عيال)، تعمم دور الأب إلى العمل (يتصرف رب العمل مثل رب الأسرة) والتربية والسياسة والعبادة (الأستاذ والحاكم ورجل الدين أبناء، والتلامذة والمواطنون والمؤمنون أبناء). وسلبت مؤسسات العمل العامل والموظف سيطرته على إنتاجه، وحرمته من الإبداع والاكتفاء الذاتي في عمله، فأصبح يفتقر بقدر ما ينتج ويعمل لمصلحة غيره على حسابه. قديما قال بن تيمية إن "الله خلق الخلق لعبادته". وأصبح واضحاً أن مؤسسات الدولة والعائلة والدين والتربية والعمل تتصرف وكأنها خلقت الإنسان لعبادتها.

وتتصل بحالة الاغتراب العامة هذه، مشكلات التفكك الاجتماعي وخلخلة القيم، والتبعية، والطبقية، وسلطوية الأنظمة أو غياب الديمقراطية.

التحول الثوري: إقامة نظام جديد

يعود الاختلاف حول اختيار البديل التنموي الأفضل في تغيير الواقع العربي، فيما يعود إلى مواقع الأفراد والجماعات في البنى الاجتماعية-الاقتصادية-السياسية، وإلى مستوى الوعي والتحليل الإيديولوجي، وإلى نوعية الغايات الكبرى التي نريدها لأنفسنا

وللمجتمع والعالم. هذه العوامل الأساسية وغيرها، هي في صلب ما إذا كنا نقبل بالأنظمة الراهنة، فنعمل من ضمنها ونتمسك بالتطور التكيفي والإصلاح الليبرالي أو الاشتراكي العربي، أو نرفضها ونكافح لإقامة نظام جديد بديل.

وبقدر ما تقترب مواقع الأفراد والجماعات من قمة بنية النظام الهرمي السائد تميل للتمسك بالنظام العام وتكافح للمحافظة عليه. وعلى العكس، بقدر ما تتدنى مواقع الأفراد والجماعات من أسفل الهرم إلى رفض النظام القائم والكفاح لتغييره. ويتوقف اختيارنا أيضا على نوعية التحليل الذي نعتمده في وصف الواقع وتفسيره. تتمسك قوى المحافظة بأيديولوجية تشدد على الانسجام والتعاون والتكامل، لا على التناقضات الاجتماعية، وعلى أهمية الاستقرار، وعلى المذهب المثالي الغيبي وعلى ترسيخ الأسطورة التي توازي بين مصلحة الطبقة الحاكمة ومصلحة المجتمع وبين النظام والمجتمع نفسه، وعلى اعتبار المحرومين مسؤولين عن حرمانهم، وعلى العكس من ذلك، تتمسك قوى التغيير الثوري بأيديولوجية تشدد على التناقضات الاجتماعية في تحليلها للواقع، وعلى ضرورة التحول، وعلى المذهب العلمي التاريخي، وعلى فضح الأسطورة التي تخطط بين مصلحة الطبقة الحاكمة ومصلحة المجتمع وبين العداء للنظام والعداء للمجتمع، وعلى انطلاق من تحرير المظلومين واعتبارهم ضحايا الواقع والنظام.

ثم إن الاختلاف يأتي نتيجة الغايات التي نريدها لأنفسنا والمجتمع. لذلك يكون من المهم جدا أن نتساءل: ما هي الغايات الكبرى التي يجب أن نكافح من أجلها في سبيل النهوض بالمجتمع العربي؟

توصلنا بعد استعراض مختلف جوانب الحياة في المجتمع العربي المعاصر، إلى أن النهضة التي كافحنا في سبيلها منذ مطلع القرن التاسع عشر اقتضت ولا تزال تقتضي، تحقيق خمس غايات أساسية:

أ- القضاء على التبعية والتخلف

إنهاء الحالة التبعية وردم الهوة الحضارية بين المجتمع العربي والمجتمعات المتقدمة، لا يكونان بتقليد هذه الأخيرة بل بإبداع نظامنا الخاص دونما انغلاق على تجارب مجتمعات العالم الأخرى.

تعلمنا من تجاربنا التاريخية، أن التخلف متلازم مع التبعية، فلا يكون الخروج من التخلف إلا بالتحرر من التبعية. يبدأ النهوض بسيطرتنا على مواردنا الطبيعية والإنسانية والاعتماد على النفس والمشاركة في صنع الحضارة على قدم المساواة مع

الشعوب الأخرى. بذلك فقط، نتغلب على الانهزاميات ونواجه التحديات التاريخية ونحقق النهضة.

إن من أهم مسؤوليات العالم المتخلف هو أن يضع حدا لتخلفه، ويكون ذلك بالتوصل إلى المشاركة الإبداعية في صنع التاريخ، وبالإنتاج فلا نكون مجرد موارد للبلدان المنتجة وأسواق لبضائعها الاستهلاكية، وبرفض علاقات السيطرة والاستغلال والقهر والتعالي التي تمارسها علينا المجتمعات المتقدمة.

لقد سحقت التبعية إنسانيتنا بما فيه الكفاية، وبقدر ما تستمر عملية السحق هذه تطول أزمة التخلف وتزداد صعوبات التحرر، فلا يجوز انتظار حل من الغرب الذي يصر على علاقات التبعية. إن التبعية ليست مجرد سلب الموارد والأرض والممتلكات. أنها قبل كل شيء، سلب لإنسانيتنا وهويتنا بالذات ولطاقاتنا على النمو والإبداع والتفتح على العالم. نحن في نظر هذا الغرب مساحة لا إنسانية مسطحة ومجرد مورد وسوق. هذا هو كل اهتمامه بنا، ولا ينتظر أن يتغير طالما يسوده هذا النظام الرأسمالي الذي ينخر روحه هو بالذات كما ينخر روح العالم. لذلك ليست عملية التحرر من التبعية مهمة سهلة ولا تتحقق في وقت قصير. غير أنها يجب أن تصبح في صلب تخطيطنا وأن نحاسب أنفسنا باستمرار على الخطوات التي نخطوها بهذا الاتجاه.

ب- إقامة المساواة

وذلك بردم الهوة بين الأغنياء والفقراء داخل المجتمع العربي والقضاء على الفقر. إن ما يمارسه الغرب المستعمر علينا، تمارسه الطبقات الحاكمة والغنية على الغالبية العظمى من الشعب العربي الذي يعيش في حالة فقر ساحق، فيما تنعم فئة ضئيلة بثروات البلاد وتسيطر على المؤسسات الاجتماعية كلها وعلى النظام بمجمله. إن هذه الطبقات الحاكمة الغنية مرتبطة بشبكة الاستغلال العالمي، فيحتميها الغرب ضدنا مقابل تأمينها لمصالحه على حسابنا. لذلك تكون علاقات الاستغلال والقهر في الداخل امتدادا لعلاقات الاستغلال والقهر بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات المتخلفة والعكس صحيح. إن الدائرة شرسة ويصعب كسرها إلا بالكفاح في ضوء إستراتيجية بعيدة المدى. ويعيش الشعب العربي في أسفل طبقي ساحق، والمجتمع العربي يعيش بدوره في أسفل هرم طبقي عالمي، فيكافح العرب مجردين من إنسانيتهم في أسفل هرم تعلوه أهرامات متراكمة محليا وعالميا.

إن أية عملية تغيير تتجاهل هذه الطبقة الساحقة هي تثبيت لحالة الاغتراب العامة. من هنا، أهمية أن يحمل الشعب عبء تحرير نفسه عن طريق الانتظام في حركات شعبية ثورية، الأمر الذي تمكنت الأنظمة أن تمنعه.

ج- انجاز الوحدة العربية

يجدر بنا أن نضع حدا لهذه التجزئة الاجتماعية والسياسية التي تفتت المجتمع العربي وتباعد المسافات النفسية والاجتماعية بين أفراد وجماعاته وأقاليمه القريبة البعيدة. وقد سبق أن وضعنا فصلا خاصا حول هذا الموضوع واقترحنا تصورا يهدف إلى تحقيق الاندماج الاجتماعي الذي لا يكون التوحد السياسي بدونه، كما لا يكتمل هو دون التوحد السياسي.

د- التخلص من الاغتراب

تجاوز حالة الاغتراب ولا بد من وضع حد لحالة العجز التي يعاني منها الشعب العربي كي ينقل من هامش الوجود إلى المركز، حيث يمكنه أن ينشط ويبدع ويحقق. ان التعليل الأساسي لإلحاحنا في الدعوة إلى التحول الثوري هو، بالإضافة إلى ما ذكرنا، التحرر من هذه الأنظمة والبنى والمؤسسات والاتجاهات الثقافية المعادية للإنسان، المعادية لنموه، وسعادته، وقدرته على تحقيق ذاته وأمانه، وحقوق الإنسانية بما فيها حقوقه في تجاوز أوضاعه، ومشاركته الخلاقة في صنع مصيره والسيطرة على إنتاجه ومؤسساته، ومخلوقاته محيطة. في ظل هذا النظام المهيمن، يتحول الانسان الى كائن عاجز، ومسحوق تحت أثقال حاجاته اليومية، فيعيش على هامش وجوده هو بالذات ونشاطاته واهتماماته بدلا من العيش في صميمها. تحتل الأشياء حياته فيفكر، أنما ليس بنفسه، ويشعر إنما ليس بوجوده، ويحقق إنما لغيره، ويقيم علاقات أنما محبطة مذلة، إن الإنسان في المجتمع العربي يعيش على الهامش وليس في صميم الوجود، مهدد باستمرار باحتمالات السقوط فريسة.

هـ- تحقيق الحرية والعدالة

تحقيق الحرية التي لا تكون بدون تحقيق العدالة. لا يستطيع الإنسان أن يكون حرا في أسفل الهرم وفي مناخات تجرده من إنسانيته، ومن القدرة على التفكير تفكيرا حرا ودون خيارات.

وإذا اتفقنا على هذه الغايات، عند ذلك لا نجد حقا بديلا للتحول الثوري. ليكن النقاش إذا حول هذه الغايات الأساسية بالذات، قبل النقاش حول طبيعة الحل والوسائل. وأظن أننا حين نتفق حول هذه الغايات بالذات. نتفق حول التصور

المستقبلي الذي سبق لنا عن العالم المتقدم. هنا نذكره فقط بالإشارة إشارة عابرة إلى عناصره الأساسية التي تشكل تدريجيا قناعات راسخة في صلب الإيديولوجية العربي التقدمية وهي:

- إقامة الديمقراطية على أساس احترام التنوع المنسجم لا على إلغائه، وفرض ثقافة ذات بعد واحد وهوية أحادية تراثية مطلقة.

- اعتماد التحليل الطبقي والتحليل القومي معا في سبيل فهم هذا الترابط بين القهر الطبقي والقهر القومي والتحرر منهما.

- تبني الاشتراكية التي تسعى بالضرورة إلى إلغاء النظام الطبقي المهيمن.

- تطبيق العلمنة بفصل الدين عن الدولة، إلغاء الطائفية، وتعزيز المحاكم المدنية، وتوحد قانون الأحوال الشخصية، والقول بنسبية ومجتمعية القيم، فنعتبر إن الحاكم يستمد سلطته من الناس لا من إرادة فوق المجتمع، واحترام حق الإنسان بالإيمان، وممارسة معتقداته دون خوف، وتشجيع التفكير العلمي فنحكم العقل بالنصوص.

- تجاوز حالة الاغتراب.

2- كيف يحصل التغيير الثوري؟ وأين البداية؟

إذا تشكل لنا الوعي الكافي للاتفاق على هذه الغايات الأساسية، والتزمنا بمثل هذا البرنامج بعناصره المتداخلة، حينئذ ستنحسن احتمالات الاتفاق حول إستراتيجية التغيير وإمكانات اتخاذ المبادرة، عندما تتوفر الظروف الموضوعية والذاتية الضرورية. بل ستنحسن عندئذ، ليس فقط احتمالات الاستفادة من الظروف المستجدة، بل سيكون بالإمكان خلق هذه الظروف الضرورية لنجاح أية إستراتيجية ثورية.

إننا ندرك جيدا بأن أصحاب نظرية التطور التكميلي ونظرية الإصلاح لا يتفقون معنا على هذه الغايات وهذا البرنامج بالذات. ولو فعلوا ذلك لاضطروا للاعتراف بضرورة التغيير الجذري، واضطروا أيضا أن يتخلوا عن مقولة البدء في أحداث تغيير في النفوس والعقليات، وليس في النظام العام، متجاهلين إن "النفسية" أو "العقلية" السائدة إنما تنبثق عن هذا النظام وبفعله، ولا تأتي من الخارج وبالرغم عنه.

بداية الثورات العربية:

جاءت الثورات العربية متناقضة مع التغيرات التي يشهدها العالم وفتحت باب التغيير والإصلاح خصوصا في الأنظمة التعسفية والدكتاتورية وبعض الأنظمة الملكية. وعلى الرغم من أن واقع التغيير غير قابل للتحليل بدقة في هذا الوقت نتيجة الإختلالات الناتجة عن المرحلة الانتقالية والغير مستقرة في كثير من الدول العربية خاصة مع دخول المتغير الجديد في صناعة الأحداث والثورات وهو الرأي العام العربي الذي أصبح له دور كبير في تغيير المفاهيم والآراء والأفكار الخاصة في الفترة الأخيرة وذلك على الصعيد العربي العالمي. حيث يعتبر الرأي العام متغيرا ايجابيا له دوره الفعال على مستوى النظام السياسي، فان له انعكاساته الايجابية على إعادة فهم الدول العربية لمفهوم أمنها الوطني أو القومي بشكل يقرب من الاتجاهات السائدة شعبيا. والهدف من ذلك هو تقليص الهوة الموجودة بين الأنظمة والشعوب. ومن هنا بدأ إحساس النخب الحاكمة بهذا الخطر أو الإحساس بالخوف من خلال دور الجامعة العربية كمنظمة إقليمية لزرع الثقة بين الشعوب والأنظمة العربية من خلال طرح حلول السياسية لقضايا الثورة السورية من خلال وقف إطلاق النار وسحب الجيش من المدن وغيرها وكذلك المساهمة في حل الأزمة الليبية واقترح خطوات سياسية لنقل السلطة.

خلفت الثورات العربية أثارا بارزة في مختلف مناحي الحياة السياسية والأمنية والاقتصادية.

حيث لم يظهر هذا جليا في الثورتين التونسية والمصرية وذلك لقصر مدتها الزمنية ومرورها بالتغيير المنشود والخروج بأقل خسائر مادية أو بشرية مقارنة مع الثورة السورية الليبية.

حيث أزاحت الثورة المصرية نظام الحكم وأطاحت بفكرة التوريث وأزالت القوى التي تغلق الباب أمام الإصلاح وذلك من دون تدخل خارجي.

وتدخلت الإدارة الأمريكية في نظام مبارك وتم تشكيل المجلس العسكري برئاسة المشير طنطاوي لتولي الفترة الانتقالية.

ومع انطلاق الثورة الليبية حصلت تفاعلات أثرت في الثوري بطريقة مباشرة حيث حصل تباين في الرأي العام من خلال تعاطيه مع قضية التدخل الخارجي.

ففي الوقت الذي كانت فيه مؤشرات الرأي العام تقف ضد التدخل الخارجي في العراق (حتى مع حل مفاهيم الديمقراطية وحقوق الإنسان) فان الموقف في ليبيا

كان مختلف تماما حيث كانت بعض المواقف تؤيد الحل العسكري والتدخل في ليبيا باستثناء بعض والتي كانت الدبلوماسية الجزائرية رائدة في هذا الطرح وأن التدخل الخارجي في ليبيا سوف يؤزم الوضع في حين كانت دولة قطر من الدول التي استفادت من تعزيز حصورها في تفاعلات المشهد الثوري العربي فقامت بالدور الريادي في المبادرة الدبلوماسية في مجلس التعاون الخليجي في التأثير على فرنسا في الدعم العسكري للثوار الليبيين.

وقد ساهمت الثورة التونسية والثورة الليبية في التشريع من وتيرة الإصلاحات في دول المغرب العربي، فشرعت في التعاطي مع المطالب الشعبية بطريقة مختلفة وهذا ما حدث في الجزائر في عام 2011 من خلال مجموعة من الإصلاحات اقتصادية لخدمة التنمية ودعم الشباب.

وتعتبر السياسة الجزائرية من بين أنجع السياسات في هذه الفترة التي قفزت على واد الثورة قفزة بعيدة.

كذلك الإصلاحات التي بادر لها الملك محمد السادس تحت وطأة التظاهرات الشعبية التي قادتها حركة 20 فبراير إلى طرح تعديلات دستورية أفضت إلى استفتاء شعبي *** كذلك سنة 2011 وبعدها انتخابات تشريعية تمكن فيها حزب العدالة والتنمية من الفوز بأغلبية المقاعد وتشكيل حكومة برئاسة عبد الإله بن كيران.

أما في دول المشرق العربي فان الحركة الاحتجاجية في البحرين واليمن وسورية أثرت فيها القوى الإقليمية بشكل واضح وذلك لأهمية موقع هذه الدول لتلك القوى الإقليمية حيث ظهرت الانقسامات الطائفية حتى ضمن الإقليم (الخليج العربي) وظهرت إيران كلاعب أساسي في دعن الاحتجاجات في البحرين وبدأت الخوف في المد الإيراني وانتشار الثورة خارج البحرين خاصة بعد تجربة العراق مما جعل الأنظمة الملكية في الخليج عرضة للاحتجاجات.

حيث ظهرت المملكة العربية السعودية بموقفها المناهض للثورات كافة إذ عارضت طريقة التغيير بواسطة الاحتجاجات الشعبية وجعلت تسوق لمفهوم الثورة والاحتجاجات هي خاصية من خصائص الأنظمة الجماهيرية لان أنظمة الحكم فيها لا تتمتع بالشرعية التاريخية وهذا ما يجعلها بعيدة عن رياح التغيير التي هبت على باقي الدول.

لم تكن ثورة اليمن أقل أهمية من سابقتها في الوطن العربي خاصة في البحرين، إذ حاولت السعودية الحفاظ على نفوذها في اليمن المتصل جغرافيا بدول

مجلس التعاون الخليجي، وذلك بحكم الخصومة القبلية للمجتمع اليمني كما انطوت مجريات الثورة بشكل بسيط على تنافس جيواستراتيجي بين السعودية وإيران التي بدأت تدخل إلى اليمن قبيل الثورة مع التمرد الحوثي.

انطلقت الثورة السورية في ظل واقع جيواستراتيجي معقد فالقيادة السورية اتجهت نحو التقرب من الغرب بحيث حافظ النظام السوري على تحالفه الاستراتيجي مع إيران خاصة فيما يتعلق بالجانب الأمني وعمد إلى تحالف آخر مع تركيا تفاجأ النظام السوري بانتقال الثورة إليه لأنه كان يعتقد أنه على بينة من الأمر لاسيما عندما وضع شرعية بقائه في اهتمام السياسة الخارجية وتجاهل الأسباب الاجتماعية والسياسة والحقوق الداخلية للثورات.

لم تتضح أهداف الثورة السورية في الأسابيع القليلة لانطلاقها حيث غلب عليها مطلب الإصلاح والمطالبة بالتغيير الديمقراطي بقيادة النظام نفسه دون اللجوء إلى القوة والعنف.

بدأت الحركة الاحتجاجية في سورية وتصاعدت شعاراتها ومطالبها حتى بلغت إلى مطلب إسقاط النظام، وفشل النظام في التعاطي مع الأزمة والاحتجاجات عندما وصف الحركة الاحتجاجية بالمؤامرة والصهيونية والتدخل الخارجي...).

ثم بدأ الحل العسكري الذي تبناه النظام وإسرار الشعب السوري على الاستمرار في الثورة.

ومن هنا بدأت مؤشرات ظهور القوى الكبرى والإستراتيجية في منطقة روسيا، تركيا، أمريكا وإيران.

أما روسيا فكانت تعتبر الثورة في سورية من المناطق ذات حساسية بالنسبة إليها من خلال موقعها من البحر المتوسط وبقاء النظام السوري هو نفوذ استراتيجي لها وموقف روسيا في الثورة في سوريا دليلا على نمو دورها في واجهة أمريكا.

أما تركيا فقد وافقت على نصب الدرع الأمريكي المضاد للصواريخ على أرضها ورفضت المشاركة في أسطول الحرية (02) كما أعادت تنسيقها الأمني والاستخبارات مع إسرائيل خصوصا مع تقدم الملف الكردي وتراجع مستوى التنسيق مع كل من إيران وسورية.

أما إيران فتفاعلت مع الثورات العربية بما يلائم مصالحها الوطنية وتحالفاتها الإقليمية حيث يولي النظام السياسي في إيران اهتماما بالغا بالسياسة الخارجية في غياب السياسة الداخلية مركبة أو ديمقراطية. اتبعت إيران سياسة مذهبية في

تعاطفها مع الثورات العربية إذ قدمت نفسها على أنها حاملة لواء الدفاع عن الشيعة في الوطن العربي مع أنهم عرب وليسوا إيرانيين.

وفي ظل هذه الحالة من الثورات العربية فرض على أمريكا أن يعيد النظر في سياستها الخارجية في الشرق الأوسط وتغيير استراتيجياتها مستخدمة القوة الناعمة التي ظهرت في محاولة الإدارة الأمريكية تجنب التصادم مع اتجاهات الرأي العام العربي والتعاطي معه بايجابية خصوصا فيما يتعلق بالتقاطعات مع الحركات الإسلامية التي وصلت إلى الحكم في عدد من الدول العربية ومحاولة احتواء نتائج توسعها، أما دور الولايات المتحدة الأمريكية رياديا فمشهد تراجع بناء على المعطيات التي ظهرت في هذه الفترة خاصة مع تغيير سياستها في المنطقة وظهور لاعبين دوليين وإقليميين كاليمن وروسيا وإيران وتركيا.

قائمة المراجع:

- 1- أبو عامود محمد سعد، الرأي العام والتحول الديمقراطي، ط 1، الإسكندرية، مصر، دار العربي..
- 2- انتصار إبراهيم و آخرون، الإعلام الجديد، تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، بغداد، الدار الجامعية للطباعة و النشر و الترجمة، 2011.
- 3- بشارة عزمي، في الثورة و القابلية للثورة، ط 1، بيروت المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013.
- 4- بن خرف الله الطاهر، مدخل إلى التسويق السياسي، ط 2، الجزائر، دار هومة للنشر و التوزيع، 2010.
- 5- حسن رمضان يوسف سالم، تحديات التحول السياسي، الإسكندرية، دار الوفاء، و الدنيا للطباعة و النشر، 2014.
- 6- أحمد جواد، إدارة المرحلة الانتقالية ما بعد الثورات العربية، ط 1 عمان، مركز دراسات الشرق الأوسط، 2012.
- 7- الحمداني حسني بشرى، الإعلام و ثقافة التغيير في ظل الثورات العربية، ط 1، القاهرة، دار العالم العربي، 2014.
- 8- نجيب بوطالب محمد، الأبعاد السياسية للظاهرة القبلية في المجتمعات العربية، المركز العربي للأبحاث و الدراسات السياسية.
- 9- حليم بركات، المجتمع العربي المعاصر، بحث استطلاعي اجتماعي. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2008.
- 10- الأخرس محمد صفوح، تركيب العائلة العربية و وظائفها، دراسة ميدانية لواقع العائلة في سورية، دمشق، 1986.
- 11- د. عزيزة عبده، الإعلام السياسي و الرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004.
- 12- أحمد يوسف أحمد و آخرون، صناعة الكراهية في العلاقات العربية الأمريكية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004.

موقع وسائل الاعلام من الوقاية من ظاهرة الجريمة

أ/ يمينة بلغول

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر

الملخص:

لطالما قدمت وسائل الاعلام عدة أدوار للمجتمع منذ وجودها و ظهورها وتطورها، حتي أصبح من الصعب فصلها من جوانب الحياة اليومية في المجتمع، والإجابة عن السؤال الذي يظل مطروحا حول ما تقدمه هذه الوسائل بكافة أنواعها و ما تستطيع أن تقدمه من دور إيجابي، كالتوعية و الوقاية من أشكال الجريمة و الانحراف و أشكال العنف يظل غير واضح؛ فالبرغم من أنها تلاقى عدة اتهامات أن لها جانب بارز في ظهور أشكال جديدة من الجرائم لم تكن معروفة من قبل وعرضها بصورة ايجابية تجعل المتلقي تظهر له بطابع مغري و جميل و تساهم في انتقالها بشكل أسرع . وفي مقابل هذا تري وسائل الاعلام و العناصر الفاعلة فيها أن الواقع مليئ بالعنف ، وليس غريبا أن تقوم هذه الوسائل بعرض جزء من هذا الواقع باعتبار التلفاز أو أية وسيلة إعلامية أخرى جزء من هذا الواقع، وهي تساهم في اظهاره حتي تقوم بتوعية الجمهور و إخطارهم و ذلك من خلال تثقيفهم و تعزيز القيم لديهم من خلال مشاهدة مشاهد العنف و العواقب المنجرة وراء ذلك مما يعزز لديهم شعور الخوف و الإدراك حسب ما تراه نظرية التطهير حول العنف في وسائل الاعلام، لكن يظل دورها مهم حول دورها الحقيقي في تركيبة النسق الاجتماعي للمجتمع.

و من خلال هذا الطرح تحاول هذه الدراسة البحث في موقع وسائل الاعلام في الوقاية من ظاهرة الجريمة و دورها في التوعية من أشكال الجرائم و أنواعها والكشف عن الجرائم الحديثة؟

The Abstract

The media has always played a number of roles for the society since its existence, its appearance and its development, that it is difficult to separate these means from the aspects of the daily life in society. And the answer to the question that remains about what all

kinds of media offer and what positive role they can provide as awareness and prevention from all forms of crime, delinquency, and violence remains obscured. Despite the fact that it is accused to have a prominent part in the emergence of new forms of crimes that were not known before and which are presented in a positive way to make them appear attractive to the recipient and contributes to their fast transfer, the media see that reality is full of violence, and it is no surprise that these media present a part of this reality as television or any other media is part of this reality, and it contributes to its visibility so as to educate and inform the public through educating them and enhancing their values by watching the scenes of violence and the consequences behind them, which will enhance their sense of fear and understanding as perceived by the cleansing theory about violence in the media. But its role remains unclear about its real role in the social structure of society.

Through this thesis, this study attempts to search in the position of the media in the prevention of the crime phenomenon and its role in raising awareness about the forms and types of crimes and the detection of modern crimes.

أولاً: اشكالية الدراسة:

لطالما لعبت وسائل الاعلام عدة أدوار للمجتمع منذ وجودها وظهورها حتى أصبح من الصعب فصلها من جوانب الحياة اليومية في المجتمع، والاجابة عن التساؤل الذي يظل مطروحا حول ما تقدمه هذه الوسائل بكافة انواعها، وما يستطيع أن يقدمه من دور إيجابي كالتوعية والوقاية من أشكال المظاهر السلبية كالعنف والانحراف و الجريمة يظل غامضا، فالبرغم من أنها تلاقى عدة اتهامات ان لها جانب بارز في ظهور أشكال العنف والجريمة التي تظهر في التلفاز وعرضها بصورة ايجابية تجعل المتلقي تظهر له هذه الظواهر بطابع مغرى وجميل. في مقابل هذا ترى وسائل الاعلام أن الواقع مليء بالعنف وليس غريبا أن تقوم وسائل الإعلام بعرض جزء من الواقع باعتبار التلفاز هو أيضا جزء من هذا الواقع وهي تساهم في اظهاره. حتى تقوم بتوعية الجمهور واطارهم وذلك من خلال تثقيفهم وتعزيز القيم لديهم من خلال مشاهدة العنف والاجرام لا تعزز القيام به بل بناء حالة من الذعر والخوف والادراك بخطورة هذه الافعال مثل النشرات الاخبارية التي لها جانب توعوي واخبار.

لكن يظل دور هذه الوسائل مهم حول دورها الحقيقي في تركيبة النسق الاجتماعي هل هي فعلا لها دور في الوقاية من الجريمة أم أنها تزيد من تعزيزها ونشرها بصورة أوسع ومن خلال هذا الطرح تحاول هذه الدراسة البحث الموقع لوسائل الاعلام في الوقاية من ظاهرة الجريمة.

ثانيا: أهمية الدراسة

يكتسي موضوعا الجريمة ووسائل الاعلام أرضية خصبة للدراسة والتحليل في عدة مجالات وظواهر اجتماعية حتي كادا يصبحان مساران لبعضهما، مما جعلهما محط بحث وتحليل العديد من الدراسات لمعرفة درجة ارتباطهما ببعض من عدمه

وتعتبر ظاهرة الجريمة في المجتمع من أهم القضايا التي تؤرق المجتمع الدولي وتطور تقنيات ووسائل التكنولوجيا زاد الأمر صعوبة.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة لمحاولة ابراز الدور الحقيقي لوسائل الاعلام والاتصال والعلاقة التي تربطها بالجريمة وما اذا كانت لها دور وقائي أم مساعد و محفز على ظهور ظواهر إجرامية جديدة في المجتمع

رابعا: تحديد المصطلحات:

1 : الاعلام

أ لغة: كلمة إعلام مشتقة من العلم يقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته¹

إعلام: مصدر أعلم أعلم يعلم إعلاما، يعلمه إعلاما: أعلمه بالأمر، أخبره به وعرفه إياه أطلع عليه، أعلمه بما حدث.²

ب اصطلاحا: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة.

و الإعلام و الإعلام هو عملية نشر و تقديم المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة، وهو نشر أخبار صادقة ، ووقائع محدودة وأفكار منطقية³.

2 : الجريمة:

أ لغة : الجمع : جرائم (بوجه خاص) : الجنائية، جَرَمَ: (فعل) جَرَمْتُ ، أَجْرِمُ ، إِجْرِمُ ، مصدر جَرِيْمَةٌ ، جَرَمٌ، جَرَمَ الرَّجُلُ : أَذْنَبَ ، إِرْتَكَبَ ذَنْبًا ، جَرَمَ نَفْسَهُ أَوْ قَوْمَهُ أَوْ جَرَمَ عَلَيْهِمُ : جَنَى جِنَايَةً جَرَمَ لِأَهْلِهِ : كَسَبَ لَهُمُ

جَرَمَ الرَّجُلُ : أَكْسَبَهُ جُرْمًا المائدة آية 2 لَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ (قرآن)⁴
ب : اصطلاحا: هي حدث يحدث أو واقعة تقع أو خبرة تمارس أو تجربة تمر سواء عن قصد تدبير أو بشكل عارض دون قصد و تدبير⁵

خامسا: الأطفال، الإعلام، العنف... إلى أين؟

أوضحت الدراسات والبحوث الميدانية أن نسبة كبيرة من الأطفال يشاهدون برامجهم في التلفزيون ويرجع ذلك إلى ما للتلفزيون من تأثير في جذب الأطفال إليه من خلال البرامج العديدة والمتنوعة التي يقدمها، باستخدام الأساليب الفنية الجذابة مثل الرسوم المتحركة والموسيقى وكذلك من خلال تنوع الفقرات في برامج الأطفال، واختيار شخصيات جذابة لتقديم هذه البرامج فضلا عن وجود نوع من العلاقة بين الأطفال وهذه البرامج من خلال المشاركة في تقديم البرامج، وإرسال الرسائل إلى المسؤولين عنها.

كل هذه الأساليب يمكن أن تجعل هذه البرامج تحظى بالمشاهدة من جانب الأطفال، ولكن ليس معنى لذلك أنها ستحقق من خلالها المطلوب بل يجب أن تعالج من خلال البرامج عن قضايا تفيد الطفل في البناء الاجتماعي والثقافي للطفل .

فنجد أنه غالبا ما تكون القيم التي يبينها التلفزيون هي بمثابة ركام هائل من المعلومات ذات القيمة وغير القيمة دون مغزى أو هوية إذ تتوالى الإعلانات والموسيقى والأغاني والتمثيلات والخطب السياسية والصور الرخيصة وحيث يرتفع هذا الركام في شكل أكوام دون احتفال أو تمييز أو اكتراث حتى يصاب الطفل بانعدام التوازن والتمييز والدور الذي تلعبه الأسرة والمدرسة أصبح أكثر انحصارا.⁶

أشار الأستاذ أحمد بهجت الكاتب الصحفي المصري إلى تأثير مشاهد العنف ومسؤولية المنتجين والكتاب في بعث العنف حقيقة في المجتمع، لا تمثيلا فقال: «إن العنف في المسلسلات والأفلام قد أثر على سلوك المواطن حتى صار أسهل الحلول، وأقلها تكلفة هو العنف» ويرى الدكتور إبراهيم إمام احتمال أن جميع الأطفال قد

يتعلمون نماذج سلوكية معادية للمجتمع من وسائل الإعلام، ويقوم الأطفال بتقليد السلوك الإجرامي في الظروف التي تكون فيها المعايير الاجتماعية ضعيفة أو غير عاملة.⁷

وبطبيعة الحال إن التحريض على الجريمة، والتدريب عليها ليس مسؤولية التلفزيون وحده إذ يشاركه في ذلك وسائل أخرى كالقصاص والروايات البوليسية والسينما، إضافة إلى الأسباب التقليدية كاضطراب الحياة الأسرية والاجتماعية والسياسية، أو الإصابة بالأمراض العقلية والنفسية، ولكن مما لا شك فيه أن التلفزيون يفوق هذه الوسائل جميعا لما له من تأثير مؤكد أخذ، ولإلحاحه اليومي على التشجيع على الجريمة، وذلك عن طريق تناوله الموضوعات التي يعالجها فيها تناولا تحريزيا، فالمجرمون كما يصورهم التلفزيون أذكاء، أشداء نشطون ويحصلون على المال بأقل الجهود ويناورون رجال الشرطة.⁸

هذا بالنسبة لوسائل إعلامية تقليدية فما بالك بوسائل إعلام واتصال مدمجة بأحدث الأجهزة الإلكترونية تطورا وتكون في أيدي الأطفال فيشاهدون ما يشاؤون وينشرون ما يشاؤون دون التفكير في العواقب.

ففي دراسة امريكية أجريت لتقييم مضمون العنف في البث التلفزيوني تم تقسيم 10 آلاف ساعة من البث عام 1995 إلى 1997 ووجد من خلالها بأن 61% من مضمون العنف كان عبارة عن مشاهد عنف بين الافراد وقد وجد بأن أعلى معدل لمشاهدة العنف كان في برامج الاطفال، وحسب الدراسات الامريكية لا يكاد يبلغ الطفل سن الثانية عشرة من عمره حتى يكون قد استهلك 12 ألف حالة قتل متلفزة (بمعدل ست حالات كل ساعة)

وتقول الكاتبة ديان ليفن في كتابها (الريموت كنترول أو طفولة أجهزة التحكم) أن الاطفال يقضون ما معدله 35 ساعة اسبوعيا مشاهدة امام اجهزة التلفزيون وألعاب الكمبيوتر وترى ماري وين أن الاكثر خطورة أن الاطفال يقضون أكثر من ثلث ساعات يقظتهم اليومية في مشاهدة التلفزيون.

وليس خافي على أحد أن الأطفال غالبا ما يميلون إلى تقليد ما يروه في الرسوم المتحركة ويتقمصون شخصيات ابطالهم المفضلين في ألعابهم ويرددون غالبا العبارات والالفاظ والأغاني التي تعرف بها هذه الشخصيات وهذا ما تلاحظه عائلات الاطفال أو القائمون على التربية في المدارس ورياض الأطفال.

وما يلاحظ هو رؤية الاطفال وهم يصابون بالاضطراب أو الهياج وفرط الحركة، بعد مشاهدتهم لبعض برامجهم المفضلة أو لجؤهم للصراع أو المقاتلة بينهم تقليدا لما شاهدوه في التلفزيون وتقع الكثير من الأحداث جراء ذلك.

وقد درس باندورا (الولايات المتحدة) سلوك الاطفال من خلال لعبة تدعى دمية بوب دول BOB.DOLL حيث قام بعرض فيلم على مجموعة من الاطفال لم يعرض عليهم الفيلم الذي يحتوي على مشاهد العنف وقدم لهم تلك اللعبة وكانت استنتاجاتهم واضحة تماما حيث العدائية واضحة لدى الاطفال الذين شاهدوا المشاهد العنيفة كانت اكبر منها لدى الاطفال، الذين لم يتعرضوا لهذه التجربة، وكان العنف الذي أبداه الاطفال اتجاه اللعبة أكثر شدة، حيث كلما كانت همجية المتعدي في البرامج المشاهدة كبيرة كلما كان عدائية الاطفال كبيرة.

وما أصبح ظاهرا بشكل واضح وجلي هو ضعف العلاقات الاجتماعية وانزواء الطفل بعيدا عن المجتمع مخلفا وراءه الكثير من الواجبات التي من المفترض على الطفل الالتزام بها، فالطفل في الاغلب بعد عودته من المدرسة فإن أول ما يقوم به هو تناول جهاز التحكم عن بعد وتصفح ما يبث في التلفاز من أفلام الكرتون فهو مقبل على مادة كفيفة بتغذيته من منابعها الفياضة حتى المساء ويحين وقت النوم.⁹

سادسا: وسائل الإعلام ،منتج أم مستهلك للعنف...؟

بعد كل حادث عنف، تتضارب أقوال المهتمين بتفسيرها، فمنهم من يحمل المتورط في أعمال العنف مسؤولية تورطه، معتقدين أنه مهياً بطبعه عضويا ونفسيا لهذا التورط ومنهم من يحمل المجتمع بمؤسساته التربوية والإعلامية والاقتصادية هذه المسؤولية فإهدار القيم، وغياب التنمية الشاملة ونشر ثقافة العنف والحث عليه (كما تفعل الأفلام) وراء تزايد أعمال العنف في العالم كله.

وربما تكون وسائل الإعلام عاملا شرطيا في السلوك العنيف، وتدور مناقشة بين وسائل الاعلام والجريمة، منذ سنوات طويلة، فالإعلام خاصة التلفزيون الذي له تأثير قوى على مجال عريض من القيم والمعايير وانماط تصرفات الناس لدرجة ان هناك ثقافة معينة يشكلها الاعلام وربما نلاحظ أن بعض وسائل الاعلام تعيش على وصف العنف بدقة في أكثر أشكاله دموية إما للترفيه او خلال نشرات الأخبار.¹⁰

وشكلت ظاهرة العنف التي كان لتأثير وسائل الاعلام ومدى التهديد الذي يمكن ان تنعكس به على النظام الاجتماعي القائم موضوعا هاما لعدد كبير من الدراسات والبحوث الاعلامية، وحظيت الظاهرة اهتمام الباحثين من مجالات متعددة وخاصة

في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع، وشهدت أعوام الستينات ارتفاعا كبيرا في درجة العنف الملاحظ في المجتمعات الديمقراطية على وجه العموم : التظاهرات الشعبية والمظاهرات ضد الأنظمة المدرسية ، ومن بين وسائل الاعلام المتاحة في تلك المرحلة كان للتلفزيون النصيب الأكبر بين وسائل الاعلام في تأثيره على الجمهور، ويتجلى من خلال موجات العنف الشبابية التي شهدتها البلدان العربية والتي حمل لواءها الشباب فتم الاستنتاج ان الشباب أصبحوا أكثر ميلا للعنف بسبب البرامج التلفزيونية والتي بدأت تشكل المصدر الرئيسي لمعارفهم فتوجهت اللجان الحكومية بنداء للباحثين لاختيار مدى العلاقة بين العنف التلفزيوني وتأثيره على الجمهور¹¹ حتى وصلت الى الميدان أكثر من 2500 دراسة نشرت حول تأثير وسائل الاعلام (التلفاز خصوصا) وأغلب هذه الدراسات ركزت على أثار العنف التلفزيوني (منذ ظهور هذه الوسائل وتم تصنيفها من منتجي العنف).

سابعا: تدهور اخلاقي أم تدهور إعلامي؟ ...

تعرف كلمة أخلاقيات بأنها مجموعة من المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول، وهي مشتقة من الاصل اللاتيني ethos وتعني الشخصية القويمة أو ما يجب أن تكون عليه الشخصية السوية وكيفية اكتسابها وكلمة المبادئ الاخلاقية أو قواعد السلوك الاخلاقي moralité مشتقة من الاصل اللاتيني mores بمعنى العرف والعادات وتشير إلى الطريقة التي يتصرف بها الناس وفقا للعادات الاجتماعية التقليدية أو الممارسات السلوكية او كيفية تطبيق الاخلاقيات.

والتطور التكنولوجي الذي عرفته وسائل الاعلام أنشأت عدة جامعات منها Carnegie Mellon في وضع بعض العلامات emotions لإشارة لبعض التعبيرات واضفاء ابتسامات على الرسائل كالتعبير عن وجه مبتسم للمحتوي الجيد.¹² و الحديث عن الاعلام يلازمه دائما حديث عن الأخلاق والقيم باعتبار ان هذه الوسائل هي التي أصبحت منبع لهذه الاخيرة لمختلف فئات المجتمع.

والحديث عن الاعلام والاخلاق ليس موضوع جديد بل ظهر منذ البدايات الأولى لظهور وسائل الاعلام والاتصال وزاد تركيزا بتطور هذه الوسائل وارتباطها بالتكنولوجيات الحديثة، فبمجرد الحديث عن الاعلام بكل نواذره الاعلامية ووسائله تبرز الاخلاق والقيم محل جدال ونقاش حول ما إذا كان لهذه الوسائل دور في بروز

القيم السلبية لدى الافراد أم أن الافراد يحملون هذه القيم منذ البداية لكن الأعلام أظهرها وقام بفضح خبايا السلوك الانساني والنزعات السلوكية حقيقة ان الاعلام يعلم الكثير من القيم السلبية من صور للعنف والعدوان والقيم غير الاخلاقية لكن السلوك الانساني لا يخلو من هذه النزعات وهذه الوسائل ساعدت بشكل كبير على ابرازها وإظهارها.

وينظر الكثير من المثقفين أو الصفوة في مختلف المجتمعات أن ثمة مسؤولية كبيرة لوسائل الاعلام عما أصاب المعايير الثقافية والفكرية والاخلاقية على السواء من تدهور وانحطاط.

باعتبار أن أخلاقيات الاعلام تعني منظومة من المبادئ والمعايير لترشيد سلوك الاعلاميين خلال عملهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الاعلامية ودورها في المجتمع وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور او الافراد أو المصادر.

لكن من الصعب أن يفرض أمن على الاعلام، ما لم يتطوع فيه المستقبل ليشترك المرسل في فرض ذلك على نفسه رغم أن سلاح الوقاية الذاتية في باطن الانسان هو المنتظر دوما في المواجهات أو هو الذي يدلل ويبين امكانية ترشيد الانسان من عدمه إذ تشير الدراسات النفسية الخاصة بالقرن الحادي والعشرين إلى أن معركة القيم تكون في مكان متقدم مستقبلا وتجعل وسائل الاعلام هذه المعركة والاعداد لها أكثر إلحاحا للعديد من الاسباب فهناك من ناحية الأوجه المظلمة لتقدم وسائل الإعلام على القيم، حيث أصبحت وسائل الاعلام هي من تسير القيم ومن المعروف أن القيم ثابتة نسبيا لكنها بسبب تزاخم وسائل الاعلام المختلفة بدأت بالتغلغل والتقهقر، كما انها لم تعد تسيطر على حياة الافراد كما كان سابقا، وهذا للأسف مما أدت به وسائل الاعلام لأنها أصبحت ظاهريا مثاليا ولكنها في الحقيقة تعاني من واقع مر

والانترنت الذي تم توظيفه ابشع توظيف من قبل الشباب العربي والمسلم، فالدراسات تشير إلى نه الاكثر اقبالا على المواقع الجنسية، وتمثل الصفحات الاباحية أكثر صفحات الانترنت بحثا وطلبا في العالم العربي وتفيد الاحصائيات أن 63% من المراهقين المرتادين على المواد الاباحية تتراوح أعمارهم ما بين 12 و 17 سنة وقد تكون نتائج هذا واضحة للعيان وأبرزها العام القيم ونفي ما هو عيب وحرام.¹³

فللقيم أهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع فهي تمثل إطارا مرجعيا يحكم تصرفات الانسان في حياته كما أنها تمكنه من مواجهة المشاكل، وفهم الانسان يكن في فهم أخلاقه فهي تمثل سلوك الفرد وترسم مقوماته، فهي تحافظ على تماسك المجتمع وتمثل مثله العليا.¹⁴

لكن توجد نظريات فسرت أن سلوك العنف موجود أصلا عند الانسان ووسائل الاعلام فقط قامت بإظهاره وكشفه وان مصدر وسائل الاعلام هو الواقع الاجتماعي والنفسي للأفراد والاقتصادي والثقافي والسياسي وأن التدهور الاخلاقي موضوع يطرح في كل مكان وزمان لكن هذه الوسائل كشفت ما كان غير ظاهر لكل الافراد وأصبح من اليسير كشفه وهذا ما زاد من حدة المشكلة، أن وسائل الاعلام تظهر الجانب الخفي في الفرد.

وعموما كانت توجد محاولات لضبط أخلاقيات وسائل الاعلام وفرض القيود والرقابة عليها إلا أن الانتشار الواسع لهذه التكنولوجيات وظهور شبكات التواصل الاجتماعي صعب من قيام هذه العملية، وطرح موضوع الاخلاق أصلا متعلق بالقائمين بالاتصال فهم من يقومون بنشر المعلومات والفيديوهات من جهة ومتعلق بالقائمين على صناعة المواد الاعلامية الاخبارية والدراسة لبرامج الأطفال والمسلسلات إلى غير ذلك من البرامج التي لها الاثر الواضح في التأثير على سلوك الافراد فالعملية هنا ليست مرتبطة بطرف بمعزل عن الطرف الاخر، فهناك نظريات ترى أن الافراد لهم نزعات عدوانية اجرامية.

يبدو الحديث هنا كله عن الدور غير الوقائي لوسائل الاعلام وذلك أن معظم الدراسات العلمية التي أجريت في الميدان رأت أن وسائل الاعلام تغطي عليه السلبيات أكثر من الإيجابيات وإذا ما قارنا الاثنين معا نجد أن الخسارة تفوق الفائدة التي يجنيها الطفل خصوصا ، لان الحديث عن ما تقدمه هذه الوسائل للطفل من علم و معرفة و ترفيه يمكن استبداله بطرق اخري تكون فاعلة فالمطالعة في الكتاب الورقي بطبيعة الحال ليس اقل جمالا و متعة من الكتاب الالكتروني الذي يسبب الكثير من التعب و قلة التركيز و اللعب في الواقع ليس أقل متعة من اللعب في العالم الافتراضي

ثامنا: وسائل الاعلام بين الخطر والوقاية:

أن ظاهرة التلوث الاجرامي تصنع الكثير من وسائل التقنية الحديثة التي يتعامل معها الأطفال، وهي ظاهرة خطيرة تعانها كل دول العالم دون استثناء ، فوسائل

الاعلام و التقنية الحديثة التي يستعملها الأطفال حاليا كالقنوات الفضائية و شبكة الأنترنت و ألعاب الفيديو و محتوى الهاتف الجوال ، و هذا في ظل انعدام الرقابة على استخدامها و ادمان الطفل عليها ، مما يمكن ان تشكل خطرا حقيقيا على نفسية الطفل و صحته و مستقبله ، فهذه الوسائل تقوم بعملية تنشئة اجتماعية متواصلة و دائمة و شاملة، تغذي الطفل بالقيم و تتعهدهم بالرعاية. و هي تحدث في الأصل آثارا سلبية عميقة الأثر في نفوسهم التي تتعرض لهذه المؤثرات بشكل مستمر شديد الكثافة و التركيز.

فألعاب الفيديو العنيفة التي يشارك الطفل بنفسه في العنف بالضرب و القتل والتخريب و التفجير و السحق و الخطف من خلال أداة تحكم على هيئة مسدس في يديه، فتكون بمثابة تدريب شخصي فردي له و الادمان على مشاهدة العنف يؤدي الي تراكم المشاعر العدوانية و العزلة ، و قد يقود الطفل لخطر الانحراف و معادات المجتمع و الادمان على ألعاب الفيديو العنيفة. و يؤدي أحيانا لإصابة الطفل بتشنجات عصبية تدل على توغل سمة العنف و التوتر الشديد، حتى قد يصل الأمر الي حد الصرع الدماغيت فبعض الألعاب تعتمد على قتل رجال الشرطة و تعتبره نوع من البطولة بدلا من أن ينشأ الطفل على حب الشرطة و حب النظام فإدمان العنف يؤدي لتلبد المشاعر اتجاه ضحايا العنف و عدم الشعور بمعاناتهم.

ظف الي ذلك مواقع الأنترنت الاباحية و القنوات الفضائية الهابطة تقتل البراءة وتشوش أفكارهم و تشوه جمالهم، فالتعرض للمحتوى الاباحي يؤثر سلبا على شخصية الطفل و يوجهه نحو مناطق تفكير أكبر من سنهم لا يقدر نموه العقلي على استيعابها، مما يعرضه لنوع من الخلل و الاضطراب و يؤدي الي الاغتراب بين الطفل و أسرته و مجتمعه ، فالطفل يتعلم السلوك الذي يشاهده دون ادراك لصحة هذا السلوك أو خطئه حتى عندما يدرك خطأ هذا السلوك فإنه يختزن في العقل الباطن و يخرج عندما تتاح له ظروف خارجية محفزة¹⁵ . إلا أنه لا يمكن إغفال الجوانب الإيجابية التي تحققها وسائل الإعلام وذلك عبر البرامج الملتزمة في كافة حقول الترفيه والتوجيه والمعرفة، بغض النظر عما يقال عن اهتمام الناشئة بما توفره وسائل الإعلام على حساب التحصيل العلمي، إلا أن المحصلة الإجمالية لثقافة الطفل في عصر التلفزيون قد تفوق في النوعية و الحجم عصر ما قبله. من المعلوم أن الإعلام يخاطب عقول الجماهير لذلك يعتبر وسيلة أساسية لنشر الثقافة وتنمية الفكر، كما يعمل الإعلام على إيصال الأخبار والمعلومات للجماهير بهدف زيادة المعرفة وتشجيع

التعلم واكتساب المعارف والمهارات والحصول على معلومات وخبرات جديدة تساعد على الارتقاء بثقافة الفرد والمجتمع، ومن هنا يمكن القول أن الإعلام يقوم بمهمة ثقافية جلية تتمثل في نشر الأفكار المتقدمة والمعلومات الحديثة والتقدم العلمي والتكنولوجي بالإضافة إلى التعليم ومحو الأمية ونقل التراث الثقافي عبر الأجيال وغرس القيم الاجتماعية والوطنية النبيلة.

وبالتالي تتحمل وسائل الإعلام المختلفة من تلفاز وإذاعة وصحافة ومسرح مسؤولية أساسية وكبيرة في إذكاء وتنمية الشعور لدى الأفراد بالانتماء و تشير الدراسات والأبحاث العلمية في علم الاجتماع الجريمة إلى أن هناك علاقة متفاعلة بين وسائل الضبط الاجتماعي وظاهرتي الجريمة والجنوح ومن أكثر الوسائل فعالية للضبط هي وسيلة الضبط الاختياري التي يفرضها بعض الأفراد على أنفسهم وهذا من خلال التوعية بمخاطر السلوكات المنحرفة في المجتمع والرسائل التي تمررها وسائل الإعلام إلى المجتمع بضرورة الابتعاد عن الممارسات السلوكية التي تضر بالأفراد والمجتمع، وهذه الطريقة يساهم الإعلام في عملية الضبط الاجتماعي باعتباره أهم الوسائل الناجعة في الوقاية من الجريمة والانحراف¹⁶

خلاصة:

ان وسائل الاعلام بالرغم ما تعرضه من تطور و ازدهار و خدمة للمجتمع من نشر للمعلومات و الاخبار و الاتصال و التواصل إلا ان دورها الحقيقي يكاد يكون مهم بسبب الآراء و الاتجاهات حول موقعها في عدة قضايا كانتشار الجريمة في المجتمع ،و هل لها دور فاعل في نشر الجريمة و عرضها بشكل مغري خاصة إذا كان المشاهد هو الطفل و المراهق اللذان لا يستطيعان تمييز السلوك السوي من عدمه ،مما جعل موقع وسائل الاعلام في الوقاية من ظاهرة الجريمة غير واضح و مهم بالرغم من كثرة الدراسات التي اقيمت حول الموضوع.

قائمة المراجع:

- 1- رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 18.
- 2- معجم المعاني، معجم إلكتروني، www.almaany.com/ar/dict
- 3- حسن محمد عبد الرحمن، الاعلام والاتصال، شركة رؤيا للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص 53.
- 4/ 11/ 2017 16: 17 <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/20>
- 5 سامية حسن الساعاتي، علم الاجتماع الجنائي بحوث و دراسات، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2005، ص 23.
- 6- تيسير أحمد أبو عرجة، الاتصال وقضايا المجتمع، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2013، ص، ص 137، 138.
- 7- مروان محمد كجك، آثار الفيديو والتلفزيون على الفرد والمجتمع، ط1، مكتبة الكوثر للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1997، ص، ص 60.
- 8 مروان محمد كجك، مرجع سابق، ص 63.
- 9- فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عما، الاردن، 2010، ص 73.
- 10- عبد الحليم حمود، الاجرام الاعلامي تأثير مشاهد العنف على السلوك الاجتماعي، ط 1، مركز الدراسات والترجمة، دار المؤلف للتوزيع، بيروت، لبنان، 2010، ص ص، 16، 38، 39.
- 11 جوديت لازاز، سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة علي وطفة هشم سطايجي، دار الينابيع، لبنان، 1994، ص ص، 224، 223.
- 12- ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط 1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص، 197، 198.
- 13- جمال عبد الناصر، ثروة الاخلاقيات في مهب ثورة المعلومات، موقع اسلام اون لاين، 2006/03/14
- www.islamonline.net/arabic/indeptch/baktoallah/articles/2006/03/1416 :22
- 14- المركز الوطني لأبحاث واستطلاع الرأي
- www.ncro.sy/?P=5367 12/10/2017 00: 15
- 15- مصطفى يوسف كافي، وسائل الاعلام و الطفل، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2015، ص، ص 45، 46، 47.
- <https://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajma/mwady-amte/alalam-alwqayte>
- 16
- 22/11/2017 29 :23