



الصورة والاتصال



مجلة علمية محكمة تعني بالدراسات الإعلامية والاتصالية يصدرها مخبر
الاتصال الجماهيري وسيميولوجية الأنظمة البصرية (IMAGE)
جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)

العدد الثاني والعشرون

فبراير 2018

2253-0967:ISSN

العدد الثاني والعشرون

فبراير 2018

الصورة والاتصال

مجلة علمية محكمة تعنى بالدراسات الإعلامية والاتصالية يصدرها مخبر
الاتصال الجماهيري وسيميولوجية الأنظمة البصرية (IMAGE) جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)

الرئيس الشرفي

أ.د/ بن زيان عبد الباقي

رئيس جامعة وهران 1

المدير المسؤول رئيس التحرير

أ.د/ عبد الله ثاني قدور

أعضاء هيئة التحرير

أ.د/ بوشايخي الشيخ

أ.د/ حمر العين خيرة

د/ شرقي محمد

د/ أحمد بن دريس

د/ عبد الله ثاني محمد النذير

د/ بن صافي كلفاح يمينة

د / الهواري بركة

الهيئة الاستشارية

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------|
| أ.د/صايم عبد الحكيم (الجزائر) | أ.د/رشيد بن مالك (الجزائر) |
| أ.د/الحسين الزاوي (الجزائر) | أ.د/أحمد حساني (الإمارات) |
| أ.د/محمد زعراط (الجزائر) | أ.د/ عبد الرحمن عزي (الإمارات) |
| أ.د/بن مزيان بن شرقي (الجزائر) | أ.د/ أحمد يوسف (سلطنة عمان) |
| أ.د/محمد مجاود (الجزائر) | أ.د/ جون فرانسوا تتي (فرنسا) |
| أ.د/عبد القادر عبد الإله (الجزائر) | أ.د/منى الحديدي (مصر) |
| أ.د/فضيل دليو (الجزائر) | أ.د/عبد القادر بوعرفة (الجزائر) |
| أ.د/منير بهادي (الجزائر) | أ.د/أحمد أوصال (تركيا) |
| أ.د/طاهر بن خرف الله (الجزائر) | أ.د/ صادق الحمامي (تونس) |
| أ.د/الغوثي بن سنوسي (الجزائر) | أ.د/ إسماعيل منقاري (المغرب) |
| أ.د/ محمد بشير (الجزائر) | أ.د/جميل حمداوي (المغرب) |
| د/العربي قلايلية (الجزائر) | د/ نصير بوعلي (الإمارات) |
| د/محمود إبراقن (الجزائر) | د/طاهر عبد المسلم (العراق) |

ملاحظة: الآراء الواردة في المقالات لا تمثل رأي مجلة الصورة والاتصال بالضرورة، ويتحمل الكاتب جميع التبعات القانونية المترتبة عليها.

الصورة والاتصال

مجلة علمية محكمة تعنى بالدراسات الإعلامية والاتصالية يصدرها مخبر
الاتصال الجماهيري وسيمولوجية الأنظمة البصرية (IMAGE) جامعة وهران 1 (الجزائر)

الرقم	عنوان المقالة	الباحث	الصفحة
1.	الافتتاحية	أ.د/ عبد الله ثاني قدور ... مدير المجلة	07
2.	سيمائية الرسالة الإشهارية واستراتيجيات التواصل إشهار " Blédilait " أنموذجا	أ.د/ عبد الله ثاني قدور ... مدير المجلة	08
3.	أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تُعيق النشر الصحفي الإلكتروني	أ. رضوان جدي جامعة المسيلة	21
4.	الاتصال الاجتماعي ووقاية الشباب من السلوك الانحرافي	أ. خديجة مقاتلي ، جامعة الاغواط	40
5.	الرسالة البصرية بين اللذة والقيمة البرامج الترفيهية أنموذجا	أ. شـرارة حياة، جامعة مستغانم	55
6.	قراءة في مفهوم الصورة الذهنية	آمال بودهان جامعة الجزائر -03-	76
7.	الحماية الجزائرية لقانون الملكية الفكرية للمصنف الإلكتروني في بيئة الإنترنت و مدى إستفادة المصنف الصحفي من هذه الحماية.	أ. لفيق فتح الله د. كريم كريمة. جامعة سيدي بلعباس	86
8.	موت المؤلف بداية التلقي	د. عمر معراجي ، جامعة مستغانم	103
9.	العمل في زمن العولمة، -مقاربة نظرية-	الباحثة: بوكليخة ليلي ، جامعة تلمسان	120
10.	التصميم الجرافيكي في الاعلان ودوره في جذب انتباه المتلقي دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة	د، يامين بودهان ، جامعة سطيف 2 أ، مريم يخلف عزة ، جامعة سطيف 2	129
11.	الهوية الثقافية في السياق الإعلامي تحت ظل العولمة	د. عرقوب محمد (جامعة ابن خلدون تيارت) عادل يوسف خوجة (جامعة بجاية)	155
12.	سمطقة الأنساق الدالة	د. عبد القادر فهيم شيباني كليات التقنية العليا-رأس الخيمة دولة الإمارات المتحدة	168
13.	التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في الجزائر	د. مصطفى سحاري جامعة المدية، الجزائر	178
14.	الإشهار في الصحف الجزائرية بين شُح المداخيل و أزمة الابتكار -اليوميات الوطنية أنموذجا-	د. محمد حمادي جامعة مستغانم	194
15.	مفهوم الفضاء و تمثلاته الاجتماعية	د. عكروت فريدة جامعة مستغانم	203
16.	L'image du corps de la femme dans le nouveau cinéma tunisien : 1986-2000	Jamel ZRAN Professeur, Mass Com Departmen University	220

قواعد وشروط النشر بالمجلة

تنشر مجلة الصورة والاتصال، الأبحاث والدراسات العلمية الفكرية في تخصصات علوم الإعلام والاتصال.

أهداف المجلة

- . تنشيط حركة البحث العلمي عامة، والبحث في الصورة والاتصال بصفة خاصة
- . إعادة الاعتبار إلى علوم الصورة باعتبارها قاطرة للتواصل الحضاري بين الشعوب مختلفة، وأداة التنمية البشرية الحضارية
- . سد الفراغ الذي تعاني منه المكتبة الإلكترونية العربية في مجال البحوث الأكاديمية في الصورة والاتصال.
- . النهوض بواقع الدراسات البصرية تعليمًا وبحثًا وترجمة من خلال أبحاث علمية أكاديمية محكمة ورائدة
- . نشر البحوث والإبداعات في الدراسات البصرية، وباللغات الأجنبية المختلفة
- . إنشاء مسارد ومعاجم في الدراسات البصرية.
- . مواكبة تطور الإعلام الرقمي وتوظيفه في النشر والإبداع في الدراسات البصرية
- . المجلة الصورة والاتصال هي بوابة الإبداع العربي في مجال الدراسات البصرية.

كيفية تقديم المقالات

- أن يكون البحث مبتكرًا أصيلاً ولم يسبق نشره.
- أن يتبع الباحث الأصول العلمية المتعارف عليها وبخاصة فيما يتعلق بتوثيق المصادر، مع إحقاق كشف المصادر والمراجع في آخر البحث.
- يجب ألا يزيد عدد الصفحات البحث عن 20 صفحة مطبوعة على آلة الكمبيوتر على ورق 29.7x21 سم (A4) وبمسافة واضحة بين السطر والسطر، وأن يترك هامش بثلاث سم على يسار الورقة.
- يكتب المقال بطريقة منظمة: مقدمة، النتائج، المناقشة والخاتمة. ويخط **Sekkal Majalla**
- بعد قبول المقال يطلب من الباحثين كتابته على آلة الكمبيوتر قرص لين ليسهل عملية الطباعة بواسطة الكمبيوتر.
- المراجع: يجب أن نذكر المراجع داخل النص بالإشارة إلى رقمها في الفهرس بين قوسين. مثال يشير إلى المصدر في قائمة المراجع والمصادر المستخدمة في البحث بطريقة عادية وليس بطريقة آلية .
- عندما يشمل المرجع على أكثر من مؤلفين يذكر اسم المؤلف الأول متبوعاً بعبارة "آخرون".
- إذا كان المرجع مقالا تذكر أسماء المؤلفين، اسم المجلة ورقمها، سنة النشر وعدد الصفحات المستغلة من البحث.
- بالنسبة للكتب يذكر في الإحالة إلى المرجع اسم المؤلف، عنوان الكتاب، إسم الناشر، مكان النشر، سنة الطبع، ورقم الصفحات المستخدمة من الكتاب.
- عندما يكون المرجع أشغال الملتقيات العلمية فإن الإحالة تتضمن اسم المؤلف أو أسماء الباحثين، السنة للتعريف بالملتقى، تحديد مكان وفترة الملتقى، اسم الناشر، والصفحة الأولى الخاصة بمناقشة النتائج.
- وسائل الإيضاح: يجب أن تقدم الجداول الإحصائية والرسوم البيانية والخرائط والصور الأصلية مستقلة عن النص في ورق A4 بشكل فردي أو جماعي مع ذكر رقم الجدول أو الشكل. للحصول على أشكال وجداول

وصور واضحة فإن استعمال الطباعة ليزر أو الحبر أمر ضروري. يجب أن تتسم وسائل الإيضاح بالوضوح والنقاء لتسهيل عملية إعادة تصويرها.

عنوان المراسلة: ترسل البحوث والدراسات باسم:

أ.د/عبد الله ثاني قدور

مدير مخبر الاتصال الجماهيري وسيميولوجية الأنظمة البصرية (IMAGE) - قسم علوم الإعلام والاتصال
جامعة وهران 1-السانية. - الجمهورية الجزائرية

الهاتف النقال:

00(213) 771.29.95.13

00 (213) 697563467

الصورة والاتصال

البوابة الإلكترونية للمجلات الجزائرية ASJP

الافتتاحية

لقد اتسم العدد الثاني والعشرون من مجلة الصورة والاتصال بجملة من المقالات العلمية في حقل علوم الصورة والاتصال، فتضمن العدد خمسة عشر بحثاً متنوعاً وعميقاً في الطرح العلمي والأكاديمي، فمن ناحية الموضوعات فقد تضمن العدد موضوع في حقل الصورة والاتصال وهي دراسة الباحث العربي في علوم الاتصال جمال الزرن حول موضوع صورة جسد المرأة في السينما التونسية الموسومة ب: L'image du corps de la femme dans le nouveau cinéma tunisien : 1986-2000، كما تضمن العدد موضوعات في الأخلاقيات والتشريعات الإعلامية التي تخص الممارسة الإعلامية فجاءت دراسة الباحث رضوان جدي ب: أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تُعيق النشر الصحفي الإلكتروني، والباحث أ.لفقيه فتح الله بدراسة موسومة ب: الحماية الجزائرية لقانون الملكية الفكرية للمصنف الإلكتروني في بيئة الإنترنت ومدى استفادة المصنف الصحفي من هذه الحماية، كما جاء في العدد مواضيع تخص دلالة الرسائل البصرية وعلاقتها بالمرسل والمتلقي ونخص بالذكر موضوع الباحث د. عبد القادر فهيم شيباني المعنون ب: سمنطقة الأنساق الدالة، ودراسة الباحث عمر معراجي الموسومة ب: موت المؤلف بداية التلقي، وتضمن هذا المحور دراسة الباحث يامين بودهان بدراسة عنونها ب: التصميم الجرافيكي في الإعلان ودوره في جذب انتباه المتلقي دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة- والدراسة النظرية التي قام بها الباحث محمد حمادي حول الإشهار في الصحف الجزائرية بين شحّ المداخيل وأزمة الابتكار-اليوميات الوطنية أنموذجاً-، كما تضمن العدد مواضيع تتعلق بالعمولة والهوية الثقافية والفضاء العمومي نخص بالذكر قراءة الباحث عرقوب محمد و عادل يوسف خوجة المتعلقة بالهوية الثقافية في السياق الإعلامي تحت ظل العمولة،

وتود هيئة تحرير مجلة الصورة والاتصال من قرائها أن يتفاعلوا معها من خلال موقعها على البوابة الإلكترونية وببريدها الإلكتروني بإبداء ملاحظاتهم وتقديم مقترحاتهم التي يرون أنها يمكن لها مردود جيد على تطوير المجلة والارتقاء بها.

مدير مجلة الصورة والاتصال

أ.د/عبد الله ثاني قدور

سيمائية الرسالة الإشهارية واستراتيجيات التواصل إشهار " Blédilait " أنموذجا

أ.د/ عبد الله ثاني قدور

جامعة وهران 1

1. تمهيد

إن التفكير في الصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيدا عن أنماط بناء العلامة البصرية ذاتها. ذلك أن تحديد أنماط التدليل الخاصة بالصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيدا عن الموضوعات الثقافية التي تنتجها الممارسة الإنسانية وبعيدا أيضا عن النماذج الاجتماعية المرتبطة بها ، من زاوية النظرهاته يجب مقارنة الصورة الإشهارية، والكشف عن الطريقة التي تُبنى عبرها الإرساليات المتنوعة. لأن الخطاب الاشهاري يشكل اليوم سلطة تثيرنا وتغير قيمنا وأذواقنا واختياراتنا. وهنا مكمّن خطورة الخطاب الاشهاري، خاصة أنه يستعمل اللغة والموسيقى واللون والإيقاع والصورة لمداعبة مخيال المتلقي، والتأثير عليه لاقتناء المنتج وترسيخ سلوكيات ما. وهكذا تتشكل الإرسالية بتفاعل الأشكال اللغوية والأشكال البصرية. تقدم نفسها على أنها تمثيل وضعية إنسانية عادية يحق لكل فرد التماهي فيها وإدراكها وتحديد عمقها الاجتماعي. فالخلفية المحركة لمنتج الإشهار هي التأثير على المشاهد وإقناعه بأن منتجهم مطلق الصلاحية والفائدة، ويتحول بذلك الخطاب الاشهاري إلى خطاب الحقائق الواقعية المطلقة⁽¹⁾.

ولقد كان جوزيف غوبلز من ركائز النظام النازي، أول من جعل من الإشهار والدعاية السياسية علما وفنا في آن واحد. لقد سخر لها عددا من السينمائيين والصحفيين ومختصين في علم نفس الجماهير (La psychologie des foules) وعلوم الاتصال. لقد جعل من الدعاية السياسية عملية منسقة تخضع لمعايير وقوانين مدروسة، وليس مجرد هذر اعتباطي. إذ هو الذي كان يردد باستمرار: (ليس هناك أمر أسهل من قيادة الشعب إلى حيث نريد، يكفي أن أنظم حملة إشهارية تهره وسوف يسقط في الفخ)⁽²⁾

فلذا نجد مساءلة الصورة من خلال المقاربة السيميولوجية الحديثة، هي ليست مجردا لدوالها التقريرية بل علمها أن تبحث عن المدلولات الإيحائية للوصول إلى النسق الإيديولوجي الذي يتحكم في هذا النوع من العلامات. وخاصة شبكة تحليل الرسائل الإشهارية. لمؤلفي كتاب Publicitor لوندروفي، وبروشاند B.Brochand. J.Lendrevie وهذه الشبكة تتألف من ثلاث مجموعات من المعايير⁽³⁾.

2. الصورة الإشهارية.

يتميز النص البصري بتمثيل للواقع، إلا أنه في حقيقة الأمر خلق لواقع جديد من الزمان والمكان لأنه يتميز بالحركية وامتلاك إيقاعه الخاص ولا تقع مفرداته في سلسلة طويلة بنظام التعاقب بل تتبع

بلاغتها الخاصة المتراكبة وتستعمل التقديم والتأخير، المجاز والحذف وتنتج معناها اعتمادا على موقع كل وحدة بالنسبة للوحدات الأخرى وأهم ما يعيننا تأكيده بالنسبة لمفردات النص البصري أن الصورة بأبعادها الثلاثة: من مادة، وشكل، ودلالة هي التي تمثل وحدته البنيوية وتخلق واقعه الجديد وبذلك تصبح المجال الحيوي لتمثيل حركته وتحديد إيقاعه.⁽⁴⁾

ولقد وفرت السيميولوجية الأيقونة كعلم حديث نسبيا إمكانية دراسة الصورة في حد ذاتها من خلال ارتكازها على مناهج تحليل مستعارة من اللسانيات ما دامت قد بلغت درجة من النضج العلمي. فإنها تعتبر الصورة كنسق يحمل في نفس الوقت الدلالة والتواصل، أي تعالج الصورة كنسق يمكن أن نتحكم علميا في قوانين اشتغاله.

وفي الفوتوغرافية تعكس الصورة في مجملها الواقع، كما يصعب فصل كل ما يدخل في صياغة الدلالات عن هذا التمثيل، ويتعلق الأمر بضبط الصورة والضوء وزاوية التقاط الصورة وعمق المجال.... كما لا نجد دائما الواقع في الرسالة الأيقونة، وإنما نجد الدلالات التماثلية للواقع الذي يعاد اشتغالها بواسطة الرموز التخصصية، وعليه يظهر معنى الرسالة الأيقونية عندما يصبح المشاهد قادرا على ترجمة الرسالة وإعادة المجهول معلوما وجمع المعطيات البصرية ضمن معرفة موجودة مسبقا.⁽⁵⁾ يميز "بارث" بين ثلاثة رسائل في الصورة الإشهارية: الرسالة اللغوية، الرسالة الأيقونية المسننة، الرسالة الأيقونية غير المسننة. هذه الرسائل تجمع بينها روابط بنيوية، ورغم أن القراءة السيميولوجية تعنى بالصورة فإن: "بارث" يعتبر حضارتنا لا زالت بعد حضارة كتابة لا حضارة صورة أما بلاغة الصورة التي لا كتابة فيها فهي التي بنت المجتمعات الأمية.⁽⁶⁾

3. الصورة الإشهارية الثابتة وبعدها الدلالي.

• آليات الخطاب الإشهاري في الصورة الثابتة.

إن الخطاب الإشهاري دون غيره من الخطابات الأخرى يتميز ببناء محكم خاص تتضافر مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة محددة إذ لا ينبغي أبدا أن يخطئها المستهدف. وإلا اعتبر ذلك فشلا، ولأن الخطاب الإشهاري مفهوم عام يحيل إلى أنواع مختلفة باختلاف الوسائط الإعلامية المستعملة فإن مجال دراستنا هو الصورة الإشهارية الثابتة نموذجا لما لها من خصوصيات تكوينية تؤهلها لأداء وظيفة تواصلية.

فالصورة الإشهارية الثابتة فضاء لتقاطع علامات عديدة مختلفة ومتكاملة حددتها "مارتين جولي" في علامات أيقونية وعلامات تشكيلية أيضا وفي أغلب الأحيان علامات لغوية، لذا يجب تحديد أنماط حضور كل صنف من هذه العلامات وكيفية اشتغاله قبل الانتقال إلى المحصلة العامة لتقاطع هذه العلامات في الرسالة البصرية ويكون ذلك كالآتي:

العلامات التشكيلية: تتمثل في مجموع العناصر التشكيلية المضافة للعلامات الأيقونية والمساهمة في تكوين الصورة الإشهارية. ونتيجة الأهمية التعبيرية لهذه الاختيارات التشكيلية اعتبرتها " جماعة مو" البلجيكية أكثر من مواد تزيينية وتكميلية للعلامة الأيقونية من خلال أنها تساهم بقسط وافر في تحديد مضمون الرسالة ككل، إذ أن كل عنصر له مساهمته في توجيه المشاهد نحو قراءة محددة ومن أهم عناصرها نجد:

الإطار: إن لكل صورة حدود مادية تضبط حسب الحقب والاتجاهات بإطار وفي حالة الغائه تبدو الصورة كما لو كانت مقطوعة وغير تامة أو أن حجمها يتجاوز حجم الوسيلة الحاملة لها. وهو ما يعني عدم مشاهدة الصورة كاملة إذ تقول "مارتين جولي": « غياب الإطار يؤسس لقيام صورة مزاحة عن المركز محفزة على بناء تخيلي تكميلي.» أما حين يستعمل فضاء صفحة بيضاء إطار لصورة صغيرة أو متوسطة فيكون ذلك لإحداث تأثير عكسي أي سجن المشهد والمشاهد وجذبهما نحو بعضهما وإدخال الأخير في عالم التخيل.

التأطير: وهو غير الإطار لأنه يقابل حجم الصورة كنتيجة مفترضة للمسافة الفاصلة بين الموضوع والمصور والعدسة اللاقطة. فكما هو معروف هناك ثلاثة أنواع من العدسات لكل واحدة مواصفات تبئيرية خاصة تتناسب مع الأهداف الشخصية للمصور فالعدسة المتراوحة بين (50-58 ملم) ذات تبئير عادي يعيد المنظور لوضعه الطبيعي، أما العدسة الأقل من (35ملم) لها تبئير قصير يلتقط مجال بصري أوسع من تصغير و أبعاد الموضوعات المصورة، أما العدسة الأكثر من (65ملم) ذات تبئير طويل مجالها البصري ضيق والموضوعات مضخمة وقريبة.

زاوية التقاط الصورة واختيار العدسة: على مستوى زاوية التقاط الصورة هناك ثلاث إمكانيات مختلفة لكل منها مواصفات موحية تميزها عن غيرها، ففي الزاوية العادية توضع العدسة أمام الشخصية أو المشهد المراد تصويره وفي نفس مستواه مما يقوي الإحساس بواقعية اللقطة وقربها أكثر من الرؤية الطبيعية بخلاف الزاوية حيث تكون الصورة ملتقطة من أعلى والعدسة مائلة نحو الأسفل يعطي الإحساس بحقارة الشخصية أما الزاوية التحتية المؤدية لالتقاط صور الموضوعات من أسفل فتوحي بالقوة والشموخ. أما فيما خص العدسات فإن ذات التبئير القصير قادرة على التقاط صور دقيقة وواضحة على المستويين الأمامي والخلفي مما يكسب الصورة بعدا إضافيا ثالثا يقربها أكثر للرؤية الطبيعية ويعطي الإحساس بواقعيتهما، أما ذات التبئير الطويل فتركز الرؤية على بعض عناصر الصورة فقط أو تعطي صورا أكثر تعبيرية تزاحج بين الوضوح والتعتيم، بين الدقة والغموض وغالبا ما تعتمد هذه التقنية لفصل الموضوع عن خلفيته وفك ارتباطه بعمقه الجغرافي.

التأليف وإعداد الصفحة: أي تنظيم الفضاء ويهتم بالتوزيع الهندسي لمجال الرسالة البصرية الداخلي لا بالنظر إلى أبعاده الإيحائية القوية فحسب وإنما لكونه أيضا آلية تشكيلية أساسية معروفة بدورها الجوهرية في تحديد تراتبية الرؤية وتوجيه القراءة وهو ما يعني أن اتجاه القراءة يحمل قيمة

أساسية في استهلاك الإعلان الإشهاري. فطريق المعنى وحيد وإذا ما رسم بشكل مخالف فلن يصل القارئ إلى نفس المكان.

الأشكال: لها أبعاد انثروبولوجية وثقافية متصلة بمعارف القارئ المستهدف ومقوماته الحضارية رغم ما توجي به ظاهريا من براءة زائفة غالبا ما تنسينا أن صورة الواقع هي غير الواقع في الصورة وأن هذا الأخير مجرد نتاج اختيارات تقنية معروفة بأداء دلالة محددة، وكل هذه الاختيارات تثبت أننا نبني صورة وبالتالي يصعب فهم دلالتها ما لم نتمكن من مشاهدة الصورة في ذاتها مجردة عما تمثله. الألوان والإنارة: تأويل الألوان والإنارة ذو بعد انثروبولوجي يحيل في العمق إلى خلفية سوسيوثقافية محددة رغم ما تكتسيه أحيانا من مظهر طبيعي يخفي أبعادها التعبيرية المعروفة بدليل ما تحدثه من آثار نفسية مختلفة في المشاهد. فالأسود لون الحزن والأبيض لون الصفاء والأحمر لون العنف...، إلى غير ذلك من الإيحاءات العديدة الأخرى المدعمة لقصدية هذه الاختيارات التشكيلية في الصورة الإشهارية، وإجمالا فإن الاختيارات التشكيلية اختيارات هادفة تضرر أبعاد إيحاءية واضحة إذ تعتبر علامات مشحونة ومشكلة لضمان قراءة أفضل لذلك يجب التمعن فيها والعمل على استخلاص ظلالها الإيحاءية المختلفة.

ب- العلامات الأيقونية: تشكل مكونا أساسيا من مكونات الصورة الإشهارية لا باعتبارها تساعد على استنساخ الواقع تقديمه فقط بل لما تضرره كذلك من أبعاد إيحاءية عديدة ومتشعبة لأن الصورة دائما تريد أن تقول أكثر مما تعرضه بالدرجة الأولى أي على مستوى التصريح، وللاقترب من خصوصيات هذا المكون يتم دراسته من خلال مستويين متكاملين وهما: مستوى الموضوعات: يتم فيه التركيز على الموضوع أو الموضوعات المصورة مع وصف دقيق ومركز لجزيئاتها الحاضرة والمغيبة وما تحمله من أبعاد تعبيرية محددة.

مستوى وضعية النموذج: يتعلق الأمر بدراسة الطريقة الخاصة المعتمدة في عرض الموضوعات وتوزيعها داخل مجال الصورة الإشهارية لتحديد أبعادها التعبيرية وما تتضمنه من تسينات، تعرض الشخصية من الأمام كأنها تنظر إلى المشاهد يعطي الانطباع بوجود علاقة شخصية مباشرة بينهما، إحساس سرعان ما يختفي بمجرد استبداله بلقطة جانبية تكشف عن وجود شخص ثالث يقطع حبل هذه العلاقة، وبذلك تتضح أن تأويل الموضوعات الأيقونية في الصور الإشهارية غالبا ما ينم على أساس إجراءات إيحاءية عديدة مؤسسة على مؤثرات مختلفة، تتوزع بين الاستعمالات السوسيوثقافية للموضوعات المصورة من جهة وأشكال وطرق عرضها على المشاهد من جهة أخرى أي أن مصدر التسنين صورة إشهارية يعود دائما للتصورات اللاواعية لأناس مجتمع ما أي طريقة نظرهم للعالم أي إيديولوجيتهم.

ج- العلامات اللغوية: إن الصورة الإشهارية الثابتة تعتمد على تمرير رسالتها على مجموعة مختلفة ومتكاملة من العلامات من بينها العلامات اللغوية، وتعود ضرورة حضور هذا المكون في بناء الرسالة

الإشهارية لقدراته التواصلية الخاصة والكفيلة بسد النقص التعبيري الملحوظ في الرسائل الأخرى وتحسين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة.

- كما أن " رولان بارث" يحدد في دراسة رائدة بعنوان بلاغة الصورة وظيفتين أساسيتين للرسالة اللغوية في الصورة الإشهارية:

1- وظيفية الإرسال أو الشرح أي العمل على وقف تدفق معاني الصورة والحد من تعددها الدلالي أي قيام اللغة بوظيفة تحديد المعنى الأيقوني الصريح لتفادي أخطاء التعبير.

2- وظيفة تكميلية أي المهام التعبيرية التكميلية للرسالة اللغوية في الخطاب الإشهاري مادامت الصورة على غناها التواصلية تظل مجرد رسالة بصرية قاصرة عن أداء بعض المهام التعبيرية ما لم نستعن باللغة لدرجة أن "جان لوك جودار" ذهب لتشبيه علاقتهما التلازمية بعلاقة الكرسي بالطاولة ولن تكون الرسالة اللغوية شاملة إلا من خلال تكامل مستويين هما:

مظهرها التشكيلي لما له من دور هام في التجربة غير المباشرة لمحتوى الرسالة وبذلك تسهم في توجيه رؤية المشاهد وتبئرها في أماكن محددة غالبا ما تكون اسم المنتج مركزها، كما أن اعتماد نمط طباعة معين يعطي أبعاد إيحائية إضافية.

يخص المضمون اللساني يتم فيه التركيز على محتوى الرسالة اللغوية المصاحبة للصورة الإشهارية بهدف تحديد العلاقة التكاملية بينهما من خلال الدراسة المعجمية التركيبية في مهمة الإيقاع بالمشاهد وتحويله لزبون فعلي.⁽⁷⁾

● بلاغة الصورة الإشهارية الثابتة.

تتجسد بلاغة الصورة الإشهارية من خلال إرسالية ضمن شبكة تواصلية معقدة تحتل داخلها المعطيات الاجتماعية والنفسية موقعها متميزا تغطي على خصوصيات الدال الأيقوني⁽⁸⁾. تكون البلاغة في النص الإشهاري من خلال ثمان محاور عملية منها التركيب الحججي بإتقان الأخبار المفاجئة للمخاطب، تطبيق التأكيد المدعم للاستعمال، منهجية تعتمد على المفردات اللغوية وضرب الرؤوس لإدخال الرسائل في رأس المستقبل بالتكرار المستمد لنفس الفكرة والاعتماد على الجدل والمثالية وتحريك المشاعر وتدعيم الموضوع باسترجاع القيم الروحية والعقلية والثقافية وأخيرا خلاصة الخطاب.⁽⁹⁾

أوجه البلاغة :

التكرار أي إظهار عدة صور لنفس الشيء.

التشبيه: ويخص الشكل والمحتوى أي تشبيه شيء بشيء آخر.

التراكم والتكدس: الكمية والعدد في الصورة هي التي تقنع.

التضاد: يحدث غالبا نوعين من التصرفات.

النقيض: الحقيقة تختلف عما يظهر لنا.

الإضمار: وهي اختصار الجملة في كلمة أما في صور تستعمل المنتوجات التي لا يمكن إظهارها والتي لا فائدة منها لذا تعرض بشيء ثانوي.

تعمية الكلام والمعنى: تدور حول الشيء الذي لو تقدمه بعد وتركز على شيء غير مهم.

التعليق: تأخير الكلام بواسطة إضافات أو زيادات في الصورة الإشهارية.

التكتم والتحفظ: إشهار حول منتوجات الشخصية الخاصة أو المحتشمة.

تحصيل حاصل: وهي تكرار نفس الفكرة في صيغ مختلفة.

المبالغة: تعتمد على التكرار التسطير إبراز عنصر بتغييره.

الاستعارة: تحويل مفهوم كلمة بواسطة مقارنة تلميحية.⁽¹⁰⁾

وعلى هذا الأساس فالصورة تصل إلى التأثير العميق في القارئ نتيجة مخاطبتها الجانب النفسي في

الإنسان، فهي تجعل المتلقي يشارك في الحدث كما تجعله عاطفياً. والصورة تحمل كفاءة وقوة على

التبليغ والتواصل لأنها تستند على مؤشرات مرئية، والإنسان يميل دائماً إلى الثقة في عينيه.⁽¹¹⁾

• رمزية الأشكال والألوان في الصورة الإشهارية الثابتة

أ- دلالات الألوان: يستخدم اللون لغرضين هما الغرض الرمزي من خلال توظيف الدلالات التعبيرية

للون في سياق الفنون المرتبة لغرض الإسهام في إيصال الفكرة والتأثير والغرض الثاني انفعالي عاطفي،

فالألوان النقية الكاملة إذا نقص تشبعها ترتبط بقيم أخرى لها أبعاد اجتماعية ونفسية فاللون في

هذه الحالة هو سلسلة من الاختزالات المعنوية التي ترتقي لمستوى الرمز. فالأسود يختزن الخزن

والموت... فالألوان هي أدوات ذاتية تخدم الموقف أو الفكرة المعبر عنها أو المراد توصيله⁽¹²⁾ وفي تصنيف

الألوان هناك ألوان أساسية (أحمر، أصفر، أزرق) وثنائية (برتقالي، أخضر، بنفسجي) وهناك

تصنيف آخر بالألوان الحارة (أحمر، برتقالي، الأصفر النقي) والألوان الباردة (أخضر، أزرق) ويقول

"إيزنتشتاين": «أن هناك علاقة مادية طبيعية خالصة موجودة بالفعل بين تذبذبات الصوت واللون»⁽¹³⁾

وتتمتع الألوان بدلالات وسمات كالأزرق يرمز إلى الشوق والليل الطويل والأصفر إلى السرور والابتهاج

والأحمر إلى الحرب والدمار والحركة وهو أكثر الألوان جذبا وإثارة والأخضر يرمز إلى الهدوء والحياة

والاستقرار والازدهار والتطور والنماء. والبرتقالي إلى الدفء والانجذاب أما الرمادي فيرمز إلى التداخل

والنفاق والضبابية في كل شيء⁽¹⁴⁾.

لكن ما نلمسه مما سبق هو كثرة دلالات اللون الواحد إلى درجة تعارضها وتضادها واشتراك أكثر من

لون في أكثر من دلالة ولكي يكشف الإنسان عن رمزية أي لون يجب عليه أن يأخذ بعين الاعتبار علاقة

هذا اللون بباقي الألوان، وكذا تفاعله مع الأشياء المحيطة بها كما نشير هنا إلى أن تفسير الدلالات

الإيحائية للصور يختلف من شخص إلى آخر نظرا للسياق الذي جاءت ضمنه الألوان وكذلك تأثير

نفسية كل مفسر وثقافته.⁽¹⁵⁾

ب- دلالات الأشكال: إن الرسوم والنقوش الحجرية منذ العصور القديمة إلى يومنا هذا تشترك فيما بينها في الشكل الذي تظهر به ملامح العمل الفني من جهة و يترجم في نفس الوقت مسافات الغير ضمن وسائل تعبيرية مختلفة وبذلك تؤسر الخلجات النفسية والاضطرابات الداخلية للإنسان إلى مجرد خطوط وأشكال إذ تلم وتختصر في أضيق مساحة أرحب وأوسع العوالم.

بحيث تتفاوت الأشكال والخطوط من حيث قدرتها على التناغم وامتناع الآخرين فهناك من الأشكال ما يسر وآخر يذهل وآخر يرهب، ولكن أفضل الأشكال ما تنسجم مع الذات في تناغم جمالي مثير والطبيعة كما هو معلوم كالإنسان يقدم لنا أشكالاً جميلة أودع فيها المولى تبارك وتعالى سر الحياة والجمال والإنسان منذ العهود القديمة إلى يومنا هذا أبدع أشكالاً وخطوطاً خلدت ذكره وقوته في الإبداع وأعطت مراحل في التعبير عن حالته وظروفه الشخصية.⁽¹⁶⁾

الخطوط:

- الخطوط العمودية: تشير إلى تسامي الروح والحياة والهدوء والراحة والنشاط.
- الخطوط الأفقية: تمثل الثبات والتساوي والاستقرار، والصمت والأمن والهدوء والتوازن والسلم.
- الخطوط المائلة: تمثل الحركة والنشاط وترمز إلى السقوط والانزلاق وعدم الاستقرار والخطر الدائم. إذا اجتمعت الخطوط العمودية بالأفقية دلت على النشاط والعمل أما إذا اجتمعت الأفقية بالمائلة دلت على الحياة والحركة والتنوع.
- الخطوط المنحنية: ترمز إلى الحركة وعدم الاستقرار وقد تدجل على الاضطراب والهيجان والعنف. أن معرفة ماهية الخطوط والأشكال ما ترمز إليه مهم جداً في التجريدية التي تهدف بالدرجة الأولى إلى كشف الحقيقة الداخلية والعميقة في نفسية الإنسان. فمثلاً الأشكال المصوبة إلى الأعلى تشير إلى الروحانية الملائكية أما إذا اتجهت إلى الشمال تدل على المادية الطينية.
- قوانين تكوين الشكل: التكوين الجيد هو الذي لا يشتمت العين من خلال عدم توازن الأجزاء واستقرارها في بعض مكوناتها. ففي الأعمال الفنية المكتملة الناضجة كل العناصر تتفاعل مع بعضها البعض وحسب "ريسكن" RUSKIN هناك أنواع التكوين التي يمكن الاعتماد عليها وهي في الواقع مبادئ وقوانين:
- قانون الأساسية أو الأهمية: الشكل البارز في التكوين يكون مسئولاً عن الوحدة أي على الفنان أن يحدد شكلاً بارزاً ويجمع حوله الأشكال الأخرى الأقل أهمية وإخضاعها له.
- قانون التكرار: أي خلق نوع من الترابط بين مكونات اللوحة من خلال جعل بعض هذه المكونات مجرد صدى أقل أهمية مكونات أخرى يتم التأكيد عليها.
- قانون الاستمرار: إعطاء بعض العناصر والاستمرار المنظم لعدد من الأشياء الأكثر إثارة لدى المتلقي.

قانون الانحناء والتقويس: إن الأشكال عادة ما تخضع لنوع معين من المنحنيات أو الأقواس التي يمكن رسمها لتوضيح وتحديد الأشكال البارزة فيها ويقول "ريسكن" «إن المنحنيات أكثر جمالا من الخطوط المباشرة»

قانون التضاد والتقابل: فهو النغم الخافت والمشبع المرتفع في الموسيقى والتقاليد بين الألوان المختلفة بين الأبيض والأسود.

قانون التغيير المتبادل: يؤكد على وحدة الأشياء المتعارضة بإعطاء كل منها دورا أو المساهمة في طبيعة أو حركة الأشياء الأخرى فالتغيير في لون أو حركة أو شكل أحد مكونات يصحب بالضرورة تغيير المكونات الأخرى.⁽¹⁷⁾

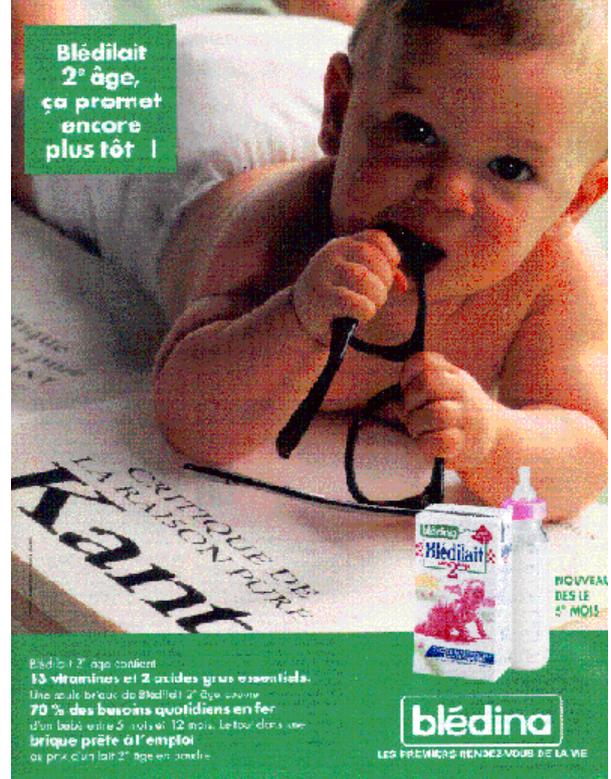
قانون الأنساق رغم الاختلافات والتباينات التي قد تكون كبيرة بين مكونات اللوحة من أشكال وألوان فالأشياء الفرعية تبدأ منسقة بالنسبة لمكونات اللوحة.

قانون التناغم: فاللوحة الجيدة هي تحديد الحقائق الطبيعية ولا يستطيع الفنان تمثيلية ولكن عليه الإيجاز والاختصار وما يجب تأكيده هو تناغم الأشكال والألوان واللمسات اللونية.

قانون الإشعاع: هناك أهمية تناسق أو تناغم الخطوط من خلال علاقتها البسيطة والمعقدة ولكن رغم هذا تبقى هذه القوانين غير كافية لتفسير حركة الرسم والتصوير في القرن العشرين.⁽¹⁸⁾

تحليل الرسالة الإشهارية " Blédilait "

Analyse sémiotisante d'une publicité



التحليل السيميولوجي للإشهار:

الإشهار المختار "Blédilait" حليب للرضع ذوو العامين.

1. وصف عام Description générale:

إن هذا الإشهار في مجمله يرسل لنا صورة مشحونة جدا، إضافة إلى تأثير التوقيع الذي يخص "blédinat" في الزاوية الداخلية اليمنى. وإن مشهد الإشهار يعرض لنا رضيع عمره حوالي 6 أشهر، مستلقي على بطنه، التقطت له الصورة من الوجه، يمسك ويعض نظرات للكبار، ويرتكز بمرفقيه على كتاب كبير مفتوح والذي من خلاله يمكننا تمييز عنوانه بسهولة وهو "نقد العقل الخالص" لإيمانويل كانط.

وتشارك في هذه الصورة بطاقتين تظهر على خلفية ملونة باللون الأخضر: إحداهما بطاقة صغيرة تظهر في الجهة العليا على يسار الصورة. وأخرى كبيرة أسطوانية تظهر في أسفل الصورة والتي منها يزخر الجانب الأيقوني المندمج في الصورة نفسها.

2. تحليل الرسائل اللسانية Analyse des messages linguistiques:

استعمل السنن عموما لفهم أو إدراك أي رسالة لسانية، وفي معرفة اللغة الفرنسية وطريقة كتابتها. وإن دعامات هذه الرسالة اللسانية هي عبارة عن بطاقة، أسطورة، وكذلك عنوان الكتاب الذي يضع الطفل عليه مرفقيه، مندمجة داخل طبيعة المشهد.

- حليب الرضع "blédilait" لذوي العامين:

إن هذا الدال موجود أربعة (4) مرات داخل مجموع الرسالة لسانية. إن هذا المنتج ينتمي إلى العلامة الغذائية المخصصة للأطفال "bélinat". هذه العلامة التجارية مكتوبة بأحرف كبيرة تدل على مجموع الإشهار. كما أن هذا الدال يستقر على معارف إضافية لها علاقة بالثقافة. حيث أن هذه العلامة التجارية قديمة جدا والدليل على ذلك هو مجموع الإشهارات التي كانت تعرض بالأخص على التلفزيون بخصوص هذا الحليب.

• ..هذا يعدكم بالكثير مبكرا "ça promet encore plus tôt...":

إن هذا الدال الظاهر على البطاقة يتضمن فكرة النضوج أو النمو المبكر. وهي الفكرة التي نجدها داخل الرسالة الأيقونية المسننة. تحت كلمة "Blédina" (التموقعة تحت الأسطورة) يوجد دال آخر وهو "المواعيد الأولى للحياة" الذي يقوي بدوره فكرة النضوج المبكر. إن نفس هذا الدال يحاول أن يقوم بترجمة فورية بطريقة حرفية بحيث يبين أن "Blédine" (حسب ذكرياته... التي سجلت) بادرة لمادة غذائية مهيأة للاستعمال من الطرف الرضع، ومن جانب آخر وبطريقة أكثر تضمينية مع "blédilait" نصل إلى المواعيد الأولى للحياة، وهو ما يعني الحيوية والفضول والعقلانية.

معلومات حول "blédilait" متموقعة على شكل أسطورة:

. هذا الحليب يحتوي على 13 فيتامين وحمضين دسمين أساسيين
. علبة واحدة تغطي 70٪. من الاحتياجات اليومية لعنصر الحديد.

. هذا الحليب مهيأة للاستعمال

. له نفس السعر مع حليب البودرة.

ونظرا لغناه بهذه العناصر فهو معني بتوقيف وتفسير هذا الاختيار وهذا بمساعدة بعض الدلالات التي استطعت الاحتفاظ بها.

. إن المحددين الأولين مرتبطين بقواعد حفظ الصحة الغذائية المتخذة حاليا والتي تركز بالأخص على تغذية محددة من حيث السكر، والدهن ولكنها غنية من حيث الفيتامينات، والأملاح المعدنية، والأحماض الأمينية، والأحماض الدسمة الغذائية الأساسية.

. خارج هذا الحليب (حليب البقرة) المعروف من طرف الجمهور الكبير عموما الغني من حيث الفيتامينات، والأملاح المعدنية، والأحماض الأمينية ومعترف به من بعض المختصين، بفقر من حيث عنصر الحديد والأحماض الدسمة الأساسية.

. إن المعلومات المقدمة من خلال هذا الإشهار تبين فقدان هذا العنصر وتؤكد في نفس الوقت على حضور الحمضين الدسمين الأساسيين إضافة إلى تغطية جزئية للاحتياجات من عنصر الحديد. كما أن الحضور 13 فيتامين تقوي أيضا غنى و ثروة المنتج. كما أن هذه المعلومات قد قدمت من وجهة نظر علمية وعليه فهي معلومات صادقة.

أما العنصر الثالث فهو يتناول الجانب التطبيقي لاستعمال هذا الحليب. حيث أنه لا يوجد أي سائل يخلط معه أو يقيس البودرة وعليه يتم ربح الوقت، حجة لها حظوة كبيرة في ثقافتنا. أما المحدد الأخير فيخص سعر هذا الحليب. في مجتمع متأزم، نجد أن ارتفاع الأسعار غير مقبولة من طرف الجميع، وبالتالي أن أي تقديم لمنتوج جديد في السوق، لابد أن لا نغامر في زيادة سعره، اللهم فقط في تغيير أشكاله، أو في كميته، أغلفة تعبئته. يمكننا أن نصف الرسالة المقدمة على شكل أسطورة تقريرية من نوع الإعلامي، لها وظيفة مرجعية حسب طرح جاكوبسون (Jakobson). ومن وجهة أخرى فهي تتضمن مستويين:

1. مستوى علمي: يعتمد على مرجعية تقوم على الثقافة الديالكتيكية (فيتامين، أحماض دسمة أساسية، حديد، احتياجات يومية).
2. مستوى تربوي: وهي الشكل المستخدم في المؤلفات والكتب المدرسية، والمعلومات التي تخص "blédilait" منتظمة على شكل ثلاث 3 جمل، وكل واحدة منها تقدم فكرة محددة، والتي تظهر النقاط المبدئية التي تحرك النص من خلال كتابته باستعمال الشكل العريض.

• جديد من الشهر الخامس :

تحمل عنصرين هذه المعلومات اللسانية، فتظهر على يمين الصورة وهي حاملة لعلبة حليب مع قارورة رضيع، ومن جهة أخرى أن هذا المنتوج جديد، ويمكن تقديمه للطفل الرضيع ابتداءً من بلوغه الشهر الخامس من عمره. وهذا العنصر الأخير يلخص مفهوم حليب الرضيع ذو العامين.

• اللون الأخضر مستعمل كلون للخلفية:

إن هناك عامل آخر يخص الرسالة اللسانية المنقولة عن الطريق البطاقات، والخلفية الملونة. إن اللون الأخضر فهو يهدف إلى تقديم أثر الطبيعة وذلك بحثاً عن الموازنة الاصطناعية لهذا النوع من الحليب.

• نقد العقل الخالص Critique de la raison pure

تقدم هذه الرسالة اللسانية من خلال عنوان الكتاب دالين، الأولى رسالة تقريرية تقدم كتاب لفيلسوف مشهور وهو إيمانويل كانط (Kant). وأما الثانية فهي رسالة تضمينية تحيلنا على فكرة الفلسفة، والعقلانية (وهنا تؤخذ في معنى الفكر المنطقي الذي هو على نقيض الغريزة والعاطفة).

3. تحليل الرسائل الأيقونية Analyse des messages iconiques

.رسالة أيقونية مركزة داخل الصورة الإشهارية :

تشكل هذه صورة علبة من الحليب تشترك مع قارورة للرضاعة مملوءة بالحليب متموقعة داخل الصورة الإشهارية وتظهر في الصورة نفسها. الاشتراك بين علبة الحليب وقارورة الرضاعة مملوءة يعطينا تصور عن الفكرة وهي أن هذا الحليب جاهز للاستعمال وبالتالي فهو يساعدنا على ربح الوقت.

. إذا نظرنا من قرب إلى كمية الحليب الموجودة في قارورة الرضاعة ومحتوى العلبه يمكننا أن نستنتج على أن علبه حليب واحدة تسمح لنا بإعداد قارورتين للرضاعة.
 إن هذه الصورة تشكل جانب من الصورة الإشهارية، ولكن في نفس الوقت الصورة الأساسية (صورة الطفل الرضيع)، وهذه العلبه والقارورة موجودتين أمام الطفل الرضيع وبين يديه. وهي بحجم صغير مقارنة بالصورة المحورية.
 إن الصورة المتوقعة على علبه الحليب تظهر رضيع جميل يحبو على أطرافه الأربعة في العشب. هذه الصورة متضمنة أساسا عن طريق فكرة حيوية لصحة. وهذا يربط علاقة مع الصورة المركزية.
 نستنتج أثر المرأة الذي يهدف إلى تبرير مضاعفة فضيلة " blédilait " والذي يسهل حيوية فيزيائية وفي نفس الوقت يوفر حيوية عقلانية مثلما يقول المثل: "العقل السليم في الجسم السليم".

• الرسالة الأيقونية المركزية Message iconique central

.رسالة رمزية:

تحيلنا هذه الصورة على العديد من العلامات. وهي التي كنت بصدد مناقشتها وتحليلها. هذا الدال الذي يظهر الرضيع في صحة جيدة بعينين ثاقبتين فيهما ضوء براق يدل على الذكاء، والذي ينظر إلينا (المتلقي)، كما يقوم بعض نظارات للكبار. وإن مختلف المدلولات مرتبطة بمفهوم الصحة، والشكل، واليقظة، وننظر إلى مفهوم العقلانية التي تشترك مع تلك النظارات في الصورة، والمعرفة اللازمة لفهم هذه الرسالة هي أساسا مرتبطة بالثقافة.

-إن كتاب "كانط" يحيلنا على مدلولات مرتبطة بالعقلانية، وبالفسلفة، وبالعقل. فالمعرفة المهمة إذا هي من جديد لها علاقة بالثقافة، من وجهة نظر ثقافية أكثر فلسفية.

. إن النظرة الشاملة لهذه الصورة ومن خلال علاقة هذه المدلولات مع بعضها البعض تعزز فكرة الإبداع والعقلانية (رؤية من خلال الذكاء) وعليه فإن فكرة الإبداع مرتبطة بالرسالة اللسانية للبطاقة الواقعة على يسار الملصقة.

. بإمكاننا إضافة إلى ذلك أن نتأكد من هذه المفارقة وفي طريقة عرض الرضيع مستلقي على كتاب الفلسفة، ومهيمنة كذلك على العقل، وتركز كذلك على المفارقة، العاطفة /العقل.

4.وظائف الرسالة اللسانية Fonctions du message linguistique :

.وظيفة الإرساء: تظهر وظيفة الإرساء راجحة من خلال الرسالة اللسانية الموجهة للتحليل. وإن الصورة المحورية تفيد الإشهار لمنتجات، مثل سلع أخرى صحية. فالإشارة، والبطاقة علاقتها مع علبه الحليب وقارورة الرضاعة تحصر القراءة للرسالة الرمزية، وتركز على المستوى الجيد للإحساس. وهنا العلاقة بين الحليب والعقلانية.

ونتأكد من خلال هذا المثال الذي يخص هذا الإشهار أن هذا النص له قيمة قمعية مقارنة باختلاف مدلولات هذه الصورة وعليه فهي تستثمر قيم المجتمع، في هذه الحالة المقدمة للعقلانية والإبكار. وظيفة الإبدال: وهي ثانوية جدا. وهي أساسا آتية من الرسالة "هذا يعدكم بالكثير مبكرا" "المواعيد الأول للحياة" واللذان يشتركان في عنوان الكتاب والذي يصب في مفهوم النمو المبكر. ولكن في الحقيقة، أن في الصورة نفسها، علاقة المدلولات مع بعضها البعض، العقلانية والرضيع تعطينا فكرة النمو المبكر ولكن في نظري عنوان كتاب الفلسفة يعزز بطريقة مهمة مدلول العقلانية الذي ذكرناه من خلال النظارات.

المراجع والمصادر

- ¹ إدريس جبري. الإشهار والمرأة <http://saidbengrad.free.fr/al/n7/7.htm>
- 2/A. Rhodes : La Propagande dans la Seconde Guerre mondiale, Paris, Presse de la Cité, 1989 (2, p. 26
- ³ / Le Publicitor. Dalloz.1983. p465 . . B.Brochand. J.Lendrevie
- ⁴ صلاح فضل، قراءة الصور و صور القراءة، دار الشروق، ط01، 1997، ص11-12.
- ⁵ موقع سعيد بن كرادنمجلة علامات ، العدد 05 ، 1996. -جوديت لازار، ترجمة حميد سلالي
- ⁶ محسن بوعزيزي، مجلة الفكر العربي، مركز الإنماء القومي بيروت ، 2000 ، ص64-65 .
- ⁷ عبد العالي بوطيب ، كلية الأدب مكناس ، موقع سعيد بن كراد ، مجلة علامات ، العدد18 ، 2002 .
- موقع سعيد بن كراد، التسميات مفاهيمها وتطبيقاتها،
- 8-Bernard Brochand, jacques l'endrevie, ibid., p363
- 9-Genzal David, ibid., p 206
- 10- /أسامة عبد الرحيم علي ، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى القراء ، ايتراك للطباعة و النشر و التوزيع ، 2003 ، ص141 .
- 11- /ظاهر عبد المسلم، عبقرية الصورة، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط01، الأردن 2002، ص 48-1
- 12- /-المرجع نفسه ، ص49 .
- 13) عبد الله ثاني قدور، تشكيل رسوم الأطفال ، دار الغرب ، 2004 ، ص42 .
- 14) عبد الله ثاني قدور، تشكيل رسوم الأطفال ، دار الغرب ، 2004 ، ص42 .
- 15) احمد مختار عمر، اللغة والفنون عالم الكتب للنشر و التوزيع القاهرة، ط02، 1997، ص 138.
- 16- /عبد الله ثاني قدور، المرجع السابق، ص134.
- 17- /عبد الله الثاني قدور، مرجع سبق ذكره ص134-137.
- 18- /عبد الله الثاني قدور، مرجع سبق ذكره ص138.

أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة

دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تُعيق النشر الصحفي الإلكتروني

أ. رضوان جدي

جامعة المسيلة

مقدّمة:

استطاعت الإنترنت أن تحقق قفزة نوعية في شتى نواحي الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية بما فيها فضاء الاتصال والإعلام، حيث أصبح العالم كما وصفه العالم الكندي "مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan" "قرية كونية Global Village".

ولعل أهم الآثار التي أفرزتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال، هي التحولات التي طرأت على فضاء الإتصال الجماهيري بانتقال وسائل الإعلام من طابعها التقليدي سواء فيما يخص التحرير أو الطبع أو التوزيع، وكذا القواعد التي تحكم عمل الصحفيين، إلى وضعها الجديد الذي غير آليات العمل الإعلامي وأسقط حاجز المكان والزمان من أجندة الصحفي، بل وغير مفهوم ودور الصحفي والقائم بالاتصال في العملية الإعلامية والاتصالية. ومن هنا فإن ثورة الاتصال، يُعتبرها الكثير من المختصين في ميدان الإعلام والاتصال من أهم المنجزات الحضارية التي توصلت إليها الإنسانية، وهي ثورة قامت بالربط بين مجموعة كبيرة من التقنيات التي أدت إلى زيادة قدرة الإنسان على الحصول على المعلومات وتخزينها واسترجاعها وتوظيفها في الوقت وبالكيفية وللهدف التي يريد.

ومع كل هذه المنجزات التي اختصرت المسافات وألغت الحدود، إلا أن استخدام التكنولوجيات في مجال الحصول على المعلومات ومعالجتها ونقلها انطلق بدون نظرية أو ميثاق يرسم لها وظيفتها تجاه المجتمع وبقية المؤسسات، وبدون دراسة لآثارها السياسية والاجتماعية والمعرفية، وبدون أخلاقيات ومعايير تحدد السلوك والأداء.

ومع ذلك فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ليست سلبية على الإطلاق، إذ أنها استطاعت أن تفتح الباب لإعادة إنتاج الأخبار والرسائل الإعلامية بعيدا عن هيمنة العالم المتقدم الذي يحتكر كبريات الشركات الإعلامية، وذلك وفقا للمنظومة القيمية للشعوب وخاصة بلدان العالم الثالث.

وعلى هذا الأساس، فإن ثورة الاتصال فتحت مجالاً واسعاً للتغيير خاصة على مستوى أخلاقيات الإعلام والذي يعتبر من أهم مداخل تشكيل مستقبل ثورة الاتصال وتحويلها إلى أداة تستعملها الشعوب في تحقيق المعرفة والتنمية وتحقيق التوازن في صناعة الإعلام والخروج من دائرة تسويق المواد الإعلامية كسلع استهلاكية بغية تحقيق السيطرة والغلبة.

ولعل أهم هدف يمكن أن يحققه مجال أخلاقيات وسائل الإعلام هو إمكانية تحويل ثورة المعلومات إلى ثورة أخلاقية مهنية، من خلال إيجاد آليات يمكن من خلالها لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة أن تلتزم بالمبادئ التقليدية، أو تجد لنفسها مبادئ مهنية جديدة تنظم هذا الفضاء الذي أفرز مفاهيم جديدة كمفهوم "الصحفي المواطن"، وساهم في الخلط بين الأدوار التقليدية والجديدة للصحفي في صناعة القصص الإخبارية والمساهمة في مختلف القضايا التي تهم الرأي العام.

1- إشكالية الدراسة وطبيعتها:

يتساءل الكثير من المهتمين بشأن مستقبل الصحافة حول إمكانية حصرها في نطاق الميثاق الإعلامي المتعارف عليه والمتمثل في الحدود الجغرافية والزمنية للدولة، أم أن هذا الميثاق يتماشى وطبيعة الوسيلة الحديثة التي من خصائصها العالمية وهو بذلك يتجاوز قطرية دولة ملغيا للحدود الجغرافية، ومغيراً لمفهوم مؤسسات الدولة والأمن القومي في ظل المستجدات الحديثة.

لذلك برزت رؤيتان مختلفتان: تقوم الأولى على أنه "لا يمكن تطبيق أخلاقيات الإعلام التقليدي على وسائل الاتصال الجديدة" مثل الصحافة الإلكترونية. ففي دراسة أجراها أرنانت Arent و أندرسون Anderson قال بأن 47% من محرري الصحف الإلكترونية يرون أن سرعة الأنترنت قد قللت من إمكانية تطبيق المعايير والأحكام المهنية الأخلاقية، مثل الدقة في المعلومات، حيث يصبح من الصعب التأكد من دقة الحقائق والمعلومات قبل ولوجها إلى موقع الصحيفة الإلكترونية. إضافة إلى ذلك فإن 37% من محرري الصحف الإلكترونية قالوا إن قلة العاملين بالصحف الإلكترونية يؤدي إلى انعدام الدقة¹.

هناك ارتباط بين تطور تكنولوجيا المعلومات والأخلاقيات الإعلامية حيث يؤدي تطور التكنولوجيا إلى فرض معايير جديدة، ويرى "كابلر (Kaplar)" أن معظم أخلاقيات الإعلام تطورت من خلال تراث الصحافة المطبوعة التي تظل هي الوسيلة التي تقدم للجماهير أخباراً ذات نوعية².

وعلى هذا الأساس فإنه من الطبيعي أن نجد من يقول أنه لا يجب تطبيق ميثاق أخلاقي أو ميثاق شرف كان يسير مؤسسة تعتمد على آليات تقليدية مقارنة مع وسائل اتصال جديدة تعتمد على الآنية، وصناعة الخبر وفقا لمنظومة القيم السائدة في أي مجتمع كان.

أما الرأي الثاني فقد بنى فرضياته على أنه لا توجد فروق في تطبيق ميثاق أخلاق إعلامي بين وسيلة تقليدية أو حديثة ، وقال معظمهم أن المعايير لا تختلف لكن في المقابل قالوا بأن السرعة التي تتسم بها الصحافة الالكترونية تؤدي الى عدم الالتزام بالمعايير المهنية³.

ومن خلال هذا كله يمكننا القول بأن عجلة التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال لا يمكن أن تتكيف بشكل كلي مع الواقع التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية. بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام أصبحت لا تلتزم بأخلاقيات الإعلام بل أكثرها ارتعى في أحضان المال لينقذ نفسه من دوامة الإفلاس فسيطرت عليه الشركات الاحتكارية وتحكمت فيه خطه الافتتاحي. ومن جهة أخرى فان ميثاق الأخلاق الإعلامي الخاص بوسائل الإعلام التقليدية به نقائص كثيرة في الميدان ذاته.

وعلى هذا الأساس يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ماهي التحديات الأخلاقية التي تواجه ممارسي مهنة الصحافة في ظل استخدام الوسائط الجديدة، والتي قد تؤثر على المبادئ العامة للممارسة الإعلامية؟

يتطلب هذا الطرح تفكيك الإشكالية الى مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1 - هل هناك ضوابط قانونية وأخلاقية تحكم الممارسة الإعلامية عبر شبكة الانترنت، وهل يمكن

تطبيق المواثيق والقوانين الكلاسيكية على الممارسات الإعلامية الجديدة؟

2 - ما هي الضوابط والتشريعات التي تنظم البيئة الإعلامية الالكترونية في الجزائر؟

3 - هل هناك نماذج أخلاقية عالمية لاستخدام الصحفيين للميديا الجديدة؟

2-الفرضية العامة للدراسة:

أفرزت الوسائط الجديدة ظهور مفاهيم جديدة للإعلام كصحافة المواطن والمواطننة والإعلام التفاعلي، الأمر الذي يُصعب من عملية تنظيم المهنة عبر شبكة الانترنت ذلك أن فضاء الانترنت الحر يتيح

لجميع الأفراد وكل من يملك إمكانيات تقنية متصلة بشبكة الانترنت من ممارسة المهنة وبالتالي يصعب حينذاك الفصل بين ما هو شخصي وما هو مهني.

وعليه_نفترض أنه لا توجد ضوابط قانونية وأخلاقية واضحة وصريحة تنظم عمل الصحف الإلكترونية في الجزائر على غرار بعض الأدبيات المهنية الموجودة في كبريات المؤسسات العالمية والإقليمية، ذلك أن الوسائط الإعلامية التقليدية مازالت تعاني القصور في هذا الجانب، فضلا عن الفراغ القانوني والتشريعي الواضح في البيئة التقليدية لوسائل الإعلام.

وعليه يمكن أن نفترض أن الأنترنت شكلت وأعدت تعريف العديد من القضايا الأخلاقية التي تُواجه الصحفيين أثناء عملهم عبر شبكة الانترنت أو استخدامها لمصادرهما، وهو السبب الذي دفعنا للتفريق بين "أخلاقيات" قديمة و"جديدة".

3-أهداف الدراسة:

- التعرف على نماذج من المدونات الأخلاقية العالمية المنظمة للممارسة الإعلامية الالكترونية.
- رصد سلبيات الحرية المطلقة التي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام الجديدة خاصة وأن شبكة الانترنت تتيح لمستخدميها إنتاج الأخبار دون مراعاة طبيعة المواضيع أو حتى مستوى محرري تلك الأخبار خاصة فيما يتعلق بالمدونات الالكترونية، أو صحافة المواطن، أو إعلام ال "نحن" كما يطلق عليه بعض الباحثين.
- التعرف على مختلف التحديات الأخلاقية التي تواجه ممارسي المهنة عبر شبكة الانترنت.
- الكشف عن المصادر التي يعتمد عليها الصحفيين في قصصهم الصحفية الإلكترونية.
- التعرف على البيئة القانونية والتشريعية لهذه الوسائط الجديدة.

4-مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

سنستخدم على امتداد هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم التي تخدم الدراسة وتحديدها يتطلب الكثير من الدقة حتى يتضح المفهوم الذي يقصده الباحث في دراسته. وقد استخدمنا في هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم هي:

- 1 - وسائط الإعلام الجديدة: ويقصد بها في ورقتنا هذه الاعلام الرقمي-التفاعلي، وهو إعلام يشمل الصحافة الإلكترونية (الإعلام الإلكتروني)، التدوين، التصوير الصحافي الرقمي، صحافة المواطن والميديا الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي4.
- 2 - أخلاقيات الممارسة الإعلامية: عرف "جون هوهنبرغ John Hohenberg" أخلاقيات الصحافة بأنها " تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة، مع مراعاة حماية المصادر و تحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص و تصحيح الأخطاء في حال وجودها"5.
- أما "أندرسون Anderson فيعرفها على أنها: المعايير التي توجه عمل المشاركين في النشاط الاتصالي، والتي يستخدمها الناقد في الحكم على أخلاقيات العمل"6.
- ويرى أحمد مصطفى عمر أن أخلاقيات الصحافة هي "منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الصحفيين خلال قيامهم بأعمالهم، واتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة المؤسسات الإعلامية ويضمن الوفاء بحقوق الجمهور، وأن هذه الأخلاقيات عبارة عن عملية صنع الاختيار في وسائل الإعلام، بمعنى أن القرار الذي يتخذه الصحفي، يجب أن يقوم على مبادئ أخلاقية، وأن ينبني على المعرفة والحرية وتقبل النقد واحترام آراء الآخرين"7.
- إن أخلاقيات الممارسة الإعلامية تتمثل في الواجب الأخلاقي الذي ينبغي أن يلتزم به الإعلامي تجاه عمله وزملائه والمجتمع، وتجاه وطنه، وتجاه الإنسانية جمعاء، فيخضع لقوانين وقواعد ومبادئ أخلاقية أثناء أداء مهامه وفق إرادته ووعيه، فيرضي ضميره، ويقنع الجمهور المتلقي برسالته النبيلة.
- 3 - الصحافة الإلكترونية: نقصد بها تلك الصحافة الممارسة في الشبكة، وهي تضم نشر الأخبار والتقارير الإخبارية والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية والتاريخية، ولها عدة مسارات تعمل على شبكة الانترنت وخدمات الطلب الهاتفي
- 4 - القائم بالاتصال: هو أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى إحدى المؤسسات الإعلامية، ويضطلع بمسؤولية محددة في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في ذلك مباشرا من خلال الحلقات المختلفة لعمليات صنع الرسالة الاتصالية، بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاءً بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه8.

ونقصد به في دراستنا هذه الصحفي الإلكتروني (Online Journalist) الذي يشرف على تحرير ونشر الأخبار والمواد الصحفية عبر الانترنت، وتشمل المحرر والمراسل الصحفي، ومتابع وسائل الاعلام للموقع، والمصور الصحفي، والمخرج الفني.

5- المعضلة الأخلاقية: هي الحالة التي يقرر فيها الشخص أو المؤسسة بين حلين جيدين أو حلين سيئين. فالقرار بين حل أخلاقي وغير أخلاقي ليس معضلة، فهي واضحة أخلاقيا. ولكن إذا كان على شخص ما أن يقرر لصالح قيمة أو هدف واحد مع إهمال عنصر آخر مهم أيضا، فإنه يصبح في هذه الحالة معضلة أخلاقية⁹.

فالمعضلات الاخلاقية في بحثنا هذا تعني تلك التحديات الاخلاقية التي تعترض عمل الصحفي الالكتروني فتؤثر على مبادئ التحرير عبر الانترنت، والتي نرى انها تختلف قليلا عن التحديات الموجودة في الاعلام التقليدي.

وسائط، ممارسات وأخلاقيات جديدة: حلقات مفقودة في القانون العضوي للإعلام:

يقول كريستيانز Christians: أن النصوص القديمة لأخلاقيات الإعلام تملك القليل أو لا تملك أجوبة لمشكلات والقضايا المستجدة لمهن وسائل الإعلام في مواجهة صحافة النت 10، وهو يقصد بذلك أن القوانين التقليدية لأخلاقيات الإعلام فيها من القصور والنقائص ما يعجز عن التصدي للمشاكل الأخلاقية التي تؤثر على عمل الصحفيين لعل أبرزها عمليات السطو على مؤلفات الآخرين¹¹.

لا أبدي تشاؤما عندما أقول بأن القانون العضوي 05-12-05 وهو آخر ما أصدرته السلطة لتنظيم قطاع الإعلام في الجزائر- لم يأت بالجديد في قطاع الصحافة الالكترونية وأخلاقياتها، فقد خصص في الباب الخامس (05) منه ستة (06) مواد، من المادة 67 الى المادة 72 تحت عنوان وسائل الإعلام الإلكترونية، وفي مجملها لم تكن واضحة ومحددة للمفهوم على الأقل، فنجد مثلا أنها تُعرف الصحافة الالكترونية على أنها "كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، ويُنشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها

الافتتاحي" حسب نص المادة 67 . في حين خصص الباب السادس لمهنة الصحفي وأداب أخلاقيات المهنة والذي يحتوي على فصلين، يتعلق الفصل الأول بمهنة الصحفي، أما الفصل الثاني فيختص بأداب وأخلاقيات المهنة 12، ويؤكد القانون على تنصيب مجلس أخلاقيات المهنة في حدود سنة من صدور هذا القانون 13، وهانحن نعيش على مشارف نهاية السنة الخامسة ولا وجود لهذه الهيئة أو لسلطة تنظم قطاع مهنة الصحافة فماذا لو تعلق الأمر بالإعلام الالكتروني؟ مما قد يفتح الباب واسعا لفوضى الممارسات المهنية ويجعل من تنظيم هذا الفضاء أمرا مستعصيا ويفاقم أزمة الضبط الأخلاقي

للسحافة، وتعمق الهوية بين القائم بالاتصال والجمهور، بل وتتداخل الأدوار بينهما وتحدث حالة من الارتباك والتخبط في سن قوانين جديدة وإلغاء أخرى. تحديات أخلاقية في الصحافة الإلكترونية:

إن الحديث عن الأخلاقيات يرجع عادة إلى "موقف شخص ما يفكر حول الأخلاقيات" 14 هذا الموقف وجها لوجه مع الأخلاق يعني الرغبة في التصرف بمسؤولية، مثل هذا الوعي الشديد "فعل الشيء الصحيح" هو أفضل من مجرد "القيام بالشيء".

من هنا نمهد لدراستنا التحليلية حول أخلاقيات وسائل الإعلام لدى صحفيي وسائل الاتصال الجديدة، مع التركيز على بناءاتهم الفردية للخيارات الأخلاقية بدلا من التعميم لجميع مجتمع (الانترنت).

1 - الضغوط التجارية (Commercial pressure):

أبرزت الإمكانيات التقنية المتاحة عبر الشبكات العنكبوتية استراتيجيات تسويقية جديدة" e-commerce " بحيث قد تحدث عملية بيع المنتجات بين الشركات، أو بين المنتج والزبون مباشرة، أو بين الزبائن. ظهور التجارة الإلكترونية أضحت المورد المالي الوحيد للمواقع، -أين لا يتم بشكل عام دفع الاشتراكات- والتي بدورها قد تؤدي إلى التأثير التجاري على المحتوى التحريري 15 إذ أنه بإمكان المستخدم أن ينقر على لافتة منتج أو شركة، ويتحول مباشرة إلى موقع المعلنين، مما يخلق شكلا هجيناً في المحتوى 16 إذ لا يدرك المستخدمون في كثير من الأحيان أنهم توقفوا عن قراءة المحتوى التحريري وتحولوا إلى قراءة رسالة تجارية 17.

وقد رأى كوبر "Cooper" في هذه التكنولوجيا أنها تؤثر على تضارب المصالح بين الشركات المتعددة الوسائط Multimedia التي تستغل مواقع الأنترنت والأفراد الذين يخلقون المحتوى - وتدفع إلى زيادة المادية والاستهلاكية من خلال الأنترنت و "الترفيه" على وجه الخصوص 18.

يبدو أنه توجد علاقة وتداخل بين المحتوى التحريري والتجاري في الصحافة الإلكترونية، فعلى سبيل المثال هناك عمليات بيع للمنتجات من خلال موقع معلومات، أو استخدام لافتات إعلانية في جميع أنحاء الموقع، ما يشكل معضلة أخلاقية حقيقية. وبالتالي لا توجد طريقة معينة للإشارة إلى الصفحات التجارية وأخرى غير تجارية.

2 - استخدام الروابط التشعبية (Hyperlinks)

لقد خلقت الإنترنت مشكلة أخلاقية جديدة تمثلت في استخدام الروابط التشعبية (Hyper-links) بالنظر إلى المسؤولية الإعلامية. توفر خاصية النص التشعبي للصحفي وهي أداة في زيادة عمق أي قصة خبرية معينة، وهي واحدة من الخصائص المميزة لمهن الإعلام الإلكتروني¹⁹. يمكن للصحفي إدراج رابط أو أكثر إلى محدد المواقع العالمية (URLS) في المقال الواحد، والمستخدم بإمكانه التحرك رقمياً إلى بيئة أخرى للحصول على معلومات إضافية حول الموضوع²⁰.

3 - الدقة (Accuracy)

يُعتبر الإنترنت من الوسائط التي تعتمد على السرعة والآنية، فلا وجود للصدقات عندما يتعلق الأمر بالدقة، والإنصاف، الكمال والتوازن. فحسب فريدمان Fred Mann²¹ يصعب التحقق من مصداقية مصادر الإنترنت. والقصة الجديدة قد توزع في ثوان قليلة عبر الشبكة العالمية²²، مما يؤدي إلى ضغوط عالية جريا وراء السبق الصحفي (Scoop).

قد لا يكون لدى صحفي الإنترنت الوقت الكافي للحصول على رد من مصدر الأخبار محل النقد أو المعارضة قبل نشره²³. هذا يخلق مشكلة جديدة وقديمة في الوقت ذاته، فالنصوص القديمة للأخلاقيات غامضة أيضاً في المعايير المعتمدة لتصحيح الأخطاء إذا وجدت. فمن غير الممكن تصحيح الأخطاء على الفور (السرعة والفورية) مع "القابلية للتعديل" من أي موقع إخباري، يخلق وضعاً يمكن أن يميل الصحفي من خلاله إلى ترك الأخلاق جانبا لصالح "السبق".

الواقع أن ضرورة الدقة (حقيقة القيم الأخلاقية التقليدية في الصحافة) هو في الأساس تحد، ويبدو أن ذلك يجبر الصحفيين على وضع نوع من المعايير (العامة) أو بروتوكولات لمعالجة الأخطاء وتصحيحها.

4 - المصادر (Sources)

المشاكل الأخلاقية المتعلقة بحقوق المؤلف موجودة دائماً في وسائل الإعلام التقليدية. ومع ذلك فإن تكنولوجيايات الإنترنت تخلق أسئلة جديدة تتعلق بحقوق المؤلف وتسمية المصادر. يُعتبر نسخ عمل آخر

من الممارسات الممنوعة في الصحافة، أما في أيامنا هذه فالإنترنت تعتبر شكلا جيدا لربط كل نص متاح حول الموضوع يتيح إمكانية التحميل من أي سيرفر يرغب فيه.

يوجد خيط رفيع جدا بين المشاركة والانتحال 24، وبالتالي فإن محاولة نسخ ولصق فقرة من منشور إلى آخر عبر الإنترنت عملية سهلة 25.

فباستطاعة أي صحفي يشتغل عبر الإنترنت أن ينسخ بسهولة مقال منشور على الشبكة (online) دون إدراك صاحب المقال الأصلي. وإمكانات التقنية فتحت الباب على مصراعيه إلى ظهور شكل جديد من انتحال الخبر (Plagiarism). بالإضافة إلى أنه من الصعوبة تقفي أثر المصدر الأصلي عبر الإنترنت، إذ أن المستخدم لا يملك أي سيطرة على المصادر التي يستخدمها الصحفي، ما لم يعرض الصحفي روابط تحيل إلى الوثائق الأصلية، والتي لا تزال-أي عملية الإحالة-نادرة في الصحافة الإلكترونية.

إن حماية سرية المصادر هو جانب أخلاقي أقره جميع الصحفيون في العالم، بيد أن الأمر صعب في مجال الممارسة الصحفية على الخط (online) يترك كل مستخدم للإنترنت أثرا إلكترونيا، ويمكن لأي مستخدم يملك المعرفة والمعدات المناسبة أن يتعقب هويات الناس بسهولة إلى حد كبير 26، هذا التناقض بين "الخداع الرقمي" و"التوقيع الإلكتروني" تخلق مطالب جديدة ومشاكل أخلاقية عديدة للوسائط الإعلامية الجديدة 27، فالبريد الإلكتروني المجهول ليس سريرا خاصة حيث يمكن تتبعه من خلال رأسه.

إن توافر معلومات المستخدم (في دردشة مجموعات المحادثة في Usenet مثلا) يعتمد على سياسة مقدم الخدمة (والتي قد تكون أو لا تكون صارمة جدا) ومواقع الويب، حتى من خلال مقدمي الخدمات المجانية، مثل Geocities أو Xoom، غالبا ما يتم إرجاعها إلى الأفراد من خلال الوصول إلى مصدر رمز HTML)) لصفحات معينة 28، يصف أحد رؤساء تحرير الصحف الإلكترونية في هولندا 29، هذه المشكلة بالقول: "ما هو الوضع القانوني للقارئ الذي يرسل لك رسالة عبر البريد الإلكتروني؟ وهل ينبغي اعتباره مصدرا؟ هل هو مجهول؟ إذا قمت بطباعة رسائل البريد الإلكتروني وحفظها، في حال كنت بحاجة إليها في المستقبل؟ هذه فقط واحدة من عديد الإجراءات الغريبة والجديدة، والتي لم تحظى سوى بالقليل من التفكير في مثل هكذا قضايا".

5 - الخصوصية: (Privacy)

لقد غمرت شبكة الانترنت بمواقع جعلت من المعاملات التجارية سبيلا لجعل الحياة الشخصية متاحة للعلن، هل يجب أن تنضم المواقع الصحفية إلى هذه اللعبة؟ هل يجب على الصحفيين استخدام هذه الخدمات في أبحاثهم؟ هل يجب على الصحفي استخدام محتوى البريد الإلكتروني ونشره، أو الدردشة؟

يوجد اتجاهين على شبكة الإنترنت هما تتبع سلوك التصفح من المستهلكين -التوقيع الإلكتروني الفردي- وبيع البيانات الشخصية على الانترنت، يتم بيع البيانات التي تم جمعها إلى المعلنين المحتملين لإقناعهم بأن زيارتهم المحتملين يزورون الموقع. والسؤال هو ما إذا كان للصحف الحق في متابعة قرائها وبيع بياناتهم لفترة من الزمن.

فرضت بعض المواقع الصحفية عبر النت تسجيلاً شخصياً قبل الولوج إلى محتواها، إنها أداة فعالة من حيث التكلفة فهي تؤثر بشكل مباشر على الحياة الخاصة لمستخدمي الانترنت. في الجزائر لم يتم ذلك رسمياً. ولكن جميع المواقع الإخبارية تستخدم إعدادات مخبأة، وسجلات الويب وملفات تعريف الارتباط والكوكيز COOKIES -ملفات نصية صغيرة تصف تاريخ التصفح، والتي يتم إرسالها تلقائياً إلى الموقع الذي تم زيارته- لتحديد ما إذا كان أو لم يكن لديهم جمهور.

يجب على المستخدم الراغب في المشاركة في مناقشة مقال أو خبر أو التعليق في صحيفة جزائرية على الانترنت، على سبيل المثال، الشروق أونلاين، التسجيل الشخصي عن طريق كتابة الاسم والذي لا يستلزم بالضرورة أن يكون حقيقياً ثم البريد الإلكتروني، في الجهة المقابلة يتم مراقبة جميع المساهمات من قبل محرري الموقع 30.

6 - الإطار التنظيمي القانوني (Regulation):

إن الطابع اللامركزي والكوني للإنترنت يجعل تنظيم هذه الوسيلة مستحيلاً. الإنترنت هو -في هذا الوقت- نظام حيث يمكن نشر أي شيء من قبل أي شخص لديه حق في الوصول إلى كمبيوتر شخصي متصل بكابل انترنت أو مودم. في هذه البيئة المماثلة المفتوحة والمعقدة، كيف يمكن تطبيق أو احترام أي نوع من المعايير والقيم؟

عملية تنظيم الإنترنت صعبة ولا تلقى الاهتمام في بيئة تعزز بحرية التعبير كاملة. إذ أن وضع سياسة تحريرية واضحة وميثاق تحريري مناسب -ينبغي نشره على شبكة الإنترنت- أمر يمكن أن يحل مشكلة التنظيم القانوني في البيئة الالكترونية. ومن ناحية أخرى، فإن معظم المحتوى الصحفي عبر الإنترنت مملوك وممول من قبل شركات الإعلام، مما يجعل استقلالية الصحفيين وحرية السياسة التحريرية نوعاً من المسائل المهددة عبر الإنترنت (أنظر، على سبيل المثال، المخاوف العالمية بعد قضية أمريكا أون لاين / تايم وارنر أو الدعوى القضائية ضد ميكروسوفت وهي شركة توظف عدداً أكبر من الصحفيين مقارنة بأي وسيلة من وسائل الإعلام التقليدية على الإنترنت³¹).

إنه من الضروري للغاية أن يكون هناك نظام قانوني خاص بالصحفيين الإلكترونيين في الجزائر يغطي تلك الثغرات التي جاء بها القانون العضوي. وينبغي أن توفر هذه القوانين معلومات واضحة بشأن أخلاقيات صحافة الإنترنت وحماية استقلالية التحرير. لا تملك أية صحيفة الكترونية أو حتى مطبوعة ميثاق أخلاقي تستند عليه ماعداً جريدتي الخبر والوطن Elwatan الصادرة باللغة الفرنسية، إلا أن قوانينهما التحريرية الخاصة لم تتكيف أبداً مع التطورات الجديدة مثل الإنترنت، وبالتالي لا مجال لتطبيق أخلاقيات قديمة على الوسائط الجديدة. إن مشاكل الفصل بين الخدمات التحريرية والإعلانية، لا تتناولها هذه القوانين. وينبغي وضع كل هذه الأمور في شكل قواعد ونظام أساسي.

7- وسائل جمع الأخبار (Newsgathering Methods):

أثناء البحث عن مصادر أو معلومات في سبيل معالجة قصة خبرية، على الصحفيين أن يتصرفوا بحذر وهذا بتقديم أنفسهم على أنهم "محترفون" عندما يتواصلون عبر الإنترنت³². لقد طورت صحيفة "وول ستريت Wall Street" سياسة مفادها أنه يتعين على صحفيها أن يُعرفوا بهويتهم في بداية أي شكل من أشكال التواصل عبر النت، ويرجع سبب ذلك إلى أن مستخدمي النت يجدر بهم أن يكونوا مدركين بأنهم يقدمون معلومات أو يجيبون عن أسئلة صحفي، وليس مجرد مستخدم عادي. وهناك مسألة ذات صلة من حيث جمع الأخبار والمسؤولية، وإلى أي مدى يمكن للصحفي أن يصل إلى هذا الفضاء السيبراني، سواء كان يعمل تحت غطاء معين أو لم يكن كذلك³³.

يمكن للمرء أن يستخدم محتوى دردشة أو مجموعات المحادثة في إنتاج قصة ما، حتى ولو أن الصحفي لم يُعرف بهويته على هذا الأساس خلال هذا النوع من الاتصال الإلكتروني غير الرسمي. المشكلة التالية هي أنه يمكن لأي شخص أن يكون صحفي عبر الشبكة، إذا ما الذي يمكن أن تضيفه

عملية الكشف عن الهويات المفتوحة إلى فوضى الأصوات الموجودة أصلا هناك؟ ليست فقط مصادر الأخبار التي غالبا ما تكون مجهولة أو على الأقل غامضة، من حيث الهوية، ولكن يمكن أيضا اعتبار الصحفي ذو شخصية متعددة "multiple personality". حيث أنه بإمكانه استخدام عناوين بريد الكتروني مختلفة لأغراض مختلفة (عموما مستخدم الانترنت يملك ثلاث عناوين: في العمل، المنزل، على شبكة الانترنت من خلال الهوتميل Hotmail أو الجيميل Gmail مثلا)، أو بعدم نشر عنوان بريده الإلكتروني في كل قصة تظهر على الانترنت.

هذه نظرة موجزة لهذه القضايا، وقد تم اختيار هذه المشكلات على أساس خصوصياتها في بيئة الأنترنت وفي العلاقة مع التأثيرات المختلفة لتكنولوجيات وسائط الإعلام الجديدة على القضايا الأخلاقية التي كتبها Cooper 34.

نماذج عالمية لاستخدام الوسائط الاجتماعية:

دأبت مختلف الهيئات والمؤسسات الإعلامية منذ نشأتها إلى محاولة تنظيم نفسها بوضع مدونات أخلاقية تلزم فيه صحفيها بتطبيق ما اتفق عليه من بنود ومواد، ولم تتخلف عن مواكبة التكنولوجيات الجديدة للإعلام فسارعت إلى تطوير أخلاقياتها بما يتماشى والثورة الرقمية التي أفرزت تجاوزات جديدة للمهنة لم تكن موجودة في عصر الوسائط الكلاسيكية.

1 - الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار "The American Society of News Editors":

وقد وضعت دليلا تضمن عشر قواعد للصحفيين الأمريكيين في كيفية استخدامهم للوسائط

الاجتماعية³⁵:

القاعدة الأولى: المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني. فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضي نشره في الصحيفة. كما لا ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية ما يسيء إليه شخصا أو مهنيا أو ما يسيء إلى مؤسسته. وعلى هذا النحو لا يوجد مبرر ألا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

القاعدة الثانية: يجب على الصحفي أن يتحمّل مسؤولية كل ما يكتبه، لأن كل ما يكتبه يصبح عمومياً، حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصّة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة وذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي.

القاعدة الثالثة: يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية، إذ يمكن للصحفي أن يتلّح عن الأحداث ويجمع المعلومات، لكن للانخراط في العالم الافتراضي حدود كأن يحجم الصحفي عن الاتصال العدائي flaming.

القاعدة الرابعة: لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفايسبوك أو على التويتر بل على موقع الصحيفة.

القاعدة الخامسة: ينتبه الصحفي إلى نظرة الآخرين إليه. على الصحفيين الإشارة إلى أن الوصلات التي يوصون بها لا تلزمهم. ومن المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار. كما أن انضمام الصحفيين إلى بعض الصفحات (عبر like) لمتابعة الأخبار قد يؤدي في الوقت ذاته إلى التأثير على صورة الصحفي، ويوصى هنا بعدم الالتحاق بالمجموعات ذات الاتجاه الإيديولوجي الأحادي. كما على الصحفي التحكّم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه نصيراً لمجموعة معينة

القاعدة السادسة: يتأكّد الصحفي من أصالة وصحّة ما يقرأه على مواقع الشبكات الاجتماعية، ذلك أن كل ما ينشر ليس دائماً صحيحاً. فدور مؤسسات الميديا والصحفيين هو التأكّد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها. وعلى الصحفي أن يكون حارس بوابة جيّد a good Gatekeeper يتأكّد من أصالة المعلومات عبر تطبيق المبدأ التقليدي الذي يقوم على استخدام المصادر المزدوجة Double sourcing

القاعدة السابعة: يقدم الصحفي نفسه دائماً على أنه صحفي، إذ لا يمكن له أن يخفي هويته سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الإنترنت. وإذا طلب الصحفي معلومات بغاية نشرها فيجب عليه أن يفصح عن هويته المهنية. القاعدة الثامنة: الميديا الاجتماعية أدوات وليست لعبة. فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة

القاعدة التاسعة: يجب على الصحفي أن يكون شفافا ويعترف بأخطائه بسرعة. فالمبادئ ذاتها التي تستخدم في الممارسات التقليدية تبقى صالحة.

القاعدة العاشرة: يحافظ الصحفي على سرية الحياة الداخلية بالمؤسسة. فعليه الامتناع عن إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير لأن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة.

2 - وكالة الأنباء الفرنسية :

تشجع الـ (AFP) صحفيها، في دليل خاص بالميديا الاجتماعية، على استخدام الفايسبوك والتويتر، وذلك لرصد الأحداث والبحث عن المعلومات وإثراء علاقاتهم وتعزيز التواصل مع المصادر والجمهور، إذ يمكن للصحفيين استخدام التويتر لنشر المعلومات الطريفة حول الفعاليات والأحداث، كما يمكن للتويتر أن يساعد الصحفي على الحصول على معلومات من مصادر جديدة.

لكنّ الوكالة تؤكد من جهة أخرى أن سلوك الصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية يؤثّر بشكل مباشر على صورة الوكالة التي تبحث من خلال هذه الوسائط على تعزيز صورتها وتأمين حضورها في المنصات الجديدة. ووضع الدليل عددا من القواعد لضبط سلوك الصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية كأن يمتنع الصحفي عن استخدام الكلام البذيء والسوقي لأن ذلك ينعكس على صورة المؤسسة وأن يلتزم بالرصانة وعدم الرد بالعنف عن ردود فعل المستخدمين. كما يجب أن يفكر الصحفي قبل نشر أي مضمون أن ما يكتبه يكتسي صبغة العمومية وأن يلتزم الصحفي باتفاقية الاستخدام. أما في حالة ما إذا كانت الوكالة موضوعا للنقد فعلى الصحفي إعلام إدارة التحرير بذلك.

وفي مستوى معايير النشر فلا يمكن للصحفي، حسب الدليل، أن ينشر معلومات داخلية عن الوكالة من باب الولاء لها أو أن ينشر معلومات على الشبكة حصل عليها في إطار عمله لأن على الوكالة الاستفادة منها أولا. كما لا يمكن للصحفي أن ينشر المعلومات العاجلة على مواقع الشبكات الاجتماعية. وفي المقابل يمكن للصحفي إدراج وصلات نحو صفحة فيسبوك للوكالة أو اليوتيوب أو التويتر. كما لا يحق له نشر معلومات أو صور أو فيديوهات من منصات الشبكة. كما يمتنع الصحفي أن يتعرض بالنقد إلى وسائل الإعلام الأخرى المنافسة.

أما في الأحداث الخاصة والحصرية فلا يمكن للصحفي نشر معلوماته على التويتر إلا بعد ترخيص من الإدارة التحريرية. في المقابل فإن الصحفي يمكن أن ينشر معلومات ذات علاقة بالأبعاد الجانبية للأحداث. ويشير التقرير كذلك أن الصحفي يتحمل المسؤولية القانونية لكل ما ينشره في صفحته.

3 - البي بي سي أخبار BBC NEWS:

في عام 2011 أصدرت البي بي سي دليلًا خاصًا باستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في قسم الأخبار News Social media guidance وقد رصد هذا الدليل ثلاث حالات من الاستخدام حدد لكل منها شروطًا ونصائح مخصصة.

فإذا استخدم الصحفي مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار شخصي للتفاعل مع أصدقائه (الحالة الأولى). فإن الدليل يطلب منه أن لا يشير إلى انتمائه إلى قسم البي بي سي أخبار. ورغم ذلك فإن سلوك الصحفي ينعكس بشكل أو بآخر على صورة المؤسسة. وفي هذا الإطار الضيق يمكن للصحفي أن يشير إلى أنه يعمل بقسم الأخبار في البي بي سي ويتفاعل مع أصدقائه حول عمله على شرط أن لا يتضمن ملامحه أية إشارة إلى انتمائه إلى البي بي سي وأن يشير إلى أن آراءه لا تعبر عن سياسة البي بي سي.

وفي الحالة الثانية يندرج استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار النشاط الرسمي لقسم الأخبار كخدمة الأخبار العاجلة على سبيل المثال. وهنا على الصحفيين التأكد مما ينشر لتفادي الإساءة إلى مؤسسة البي بي سي أو للصحفي. كما أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يجب أن يخضع لأهداف تحريرية جلية وواضحة.

في الحالة الثالثة يمكن لمقدمي البرامج والصحفيين والمخبرين والناشرين أن يستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية في إطار مؤسسي. وقد رصد قسم الأخبار هذه الحسابات في قائمة رسمية. وفي هذه الحالة على الصحفيين أن يكتبوا في مسائل غير شخصية ذات علاقة بمجال اختصاصهم، كما عليهم إتباع الإجراءات التي ينصّ عليها دليل وضع لهذا الغرض.

خلاصة:

خصوصية الإنترنت- كما هو في التصور الذاتي و المهني لصحفي الإنترنت- يلقي مواجهة شديدة من المشكلات الأخلاقية الجديدة. ولا يمكن بسهولة رفض تأثيراتها. إن الاستنتاج المؤقت الذي يمكن أن نخلص إليه، هو أنه لا يوجد اتفاق موحد وعالمي بين صحفيي الإنترنت بشأن أخلاقيات الصحافة على الإنترنت، على المستوى المحلي لا يصح أبدا الخوض في الموضوع طالما يشهد قطاع الإعلام الإلكتروني تراجعاً في قطاع التشريع.

ويبدو أننا سننتظر الكثير لمواكبة التشريعات العالمية في هذا المجال. إن بيئة الإنترنت تمثل تهديدا واضحا وجديدا للمهنة؛ ما جعل البعض من المؤسسات الإعلامية، خاصة تلك التي تملك مواقع الكترونية تستمر في استخدام المبادئ الأخلاقية للصحافة التقليدية. فصحفيو الميديا الجديدة مجبرون- في مواجهتهم لهذه التحديات- بالتخلي عن المعايير والقيم التقليدية والاحتفاظ بها في بيئة جديدة، لامناس من التكيف مع البيئة الإعلامية الجديدة بدل التغيير (الجذري).

إن المدونات الأخلاقية على الانترنت والتي تلقى الإجماع محليا يجب أن تكون ملزمة، ما يساهم في الاستقلالية المهنية للصحفيين. لقد بينت مراجعة الأدبيات أن الأخلاقيات التقليدية (الصحافة) والنظرية لا توفر الدعم الكافي لهؤلاء الصحفيين في بيئتهم الجديدة. مثل المواقف المهنية وتصور دور صحفيي الانترنت.

ويبدو أن الوقت قد حان للبدء في التفكير في الأخلاقيات -من وجهة نظر الصحفيين اعتمادا على الوسيلة التي يشتغلون فيها. قد يكون هذا النوع من الصحافة التي يجب أن تشارك في الجانب التجاري مع إنتاج الأخبار، لأن جميع أشكال الإعلان عبر الانترنت (انظر التجارة الإلكترونية) طمس وبشكل كبير خطوط غامضة بالفعل بين المحتوى التحريري والتجاري.

عنصر آخر يمكن الإشارة إليه، ألا وهو القيمة المضافة للبروتوكول التحريري المتاح للجمهور (ركن "من نحن")، والتي تنشر بوضوح عنوان البريد الإلكتروني على الموقع الإخباري، في الواقع هذا يُحدد أيضا سياسة الموقع فيما يتعلق بالمسائل عبر الإنترنت. ويجدر أن يُعلم المستخدم بالطريقة التي تعالج فيها قاعات التحرير كافة رسائل البريد الإلكتروني الواردة، وكيف تدير محتوى المواقع التي تم زيارتها رسمية كانت أو خاصة، وكيف تشارك هذه المواقع في الدردشة والمناقشات بين الأعضاء، وأخيرا كيف تتصرف مع التصحيحات والأخطاء على الصفحات المنشورة. وهذا لا يؤدي فقط إلى زيادة

المصدقية على الإنترنت فحسب، بل يُعطي للصحفيين أيضا بعضا من الشعور بالاستقلالية والوضوح – وهما خاصيتين أساسيتين في أي مسعى صحفي.

قائمة المراجع والمصادر:

- 1- سليمان صالح ، ثورة الاتصال وحرية الإعلام ، ط 1 ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2007. ص 294.
- 2- kaplar.R.T the government factor.(Washington:Cato institutue.1995).P.66.
- 3 - سليمان صالح: مرجع سابق، ص: 295
- 4- إيمان علوان، الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد، جريدة المدن الالكترونية www.almodon.com/opinion/2015/ تاريخ التصفح 25 ديسمبر 2017
- 5- جون هينبيرغ: الصحفي المحترف. ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996، ص 51
- 6- عبد اللطيف حمزة: الصحافة والمجتمع. الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006، ص 32 .
- 7- احمد مصطفى عمر: البحث العلمي: مفهومه، إجراءاته ومناهجه. مكتبة الفلاح، القاهرة، 2008، ص 102.
- 8- نجوى الفوال، "قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، أطروحة دكتوراه، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، سبتمبر 1995.
- 9-Amélie Vallotton Preisig,Hermann Rosch, Christoph Stuckelberger Ethical Dilemmas In The Information Society, Geneva:Globethics.net,2014
- 10- Christians,C.1998. Media ethics and the technological society.Journal of Mass Media Ethics, 13, 67-70.
- 11- شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد مجلة رؤى إستراتيجية العدد يوليو 2014.
- 12- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون عضوي للإعلام رقم 05-12 سنة 2012 الباب الخامس والسادس صص 8-11.
- 13- نفس المصدر ص 11.
- 14 - Merril, J.C.(1997).Journalism ethics: Philosophical foundations for news media. New York: St.Martin's Press. P27
- 15- Lasica, J.D.(1998) Online news:Acridibility gap ahead? orj.usc.edu/content/print.cfm? التاريخ التصفح: 20 ديسمبر 2017
- 16 - Mann, F.(1998) New media" brings a new set of problems www.poynter.org. تاريخ التصفح 25 ديسمبر 2017 p3

- 17- Williams, W.S.(1997a).Preserving the firewall between news and advertising in online publishing.
www.soc.american.edu/journalism/wendyw/firewall.htm
اطلعت بتاريخ 26 ديسمبر 2017
- 18- Cooper,T.W.1998 op.cit pp.73-74,78
- 19- Deuze, M.(1999) Journalism and the Web: An analysis of skills and standards in an online environment.Gazette,61,273-390.
- 20- Lynch,D.1998.Without a rulebook.www.ajr.newslink.org/ajrlynch.html 25/12/2017 تاريخ التصفح
- 21 - Mann, F.(1997).Do journalism ethics and Values apply to new media
www.poynter.org/research/me/nme/jvmann.htm 27 ديسمبر 2017 تاريخ التصفح
- 22-Singer, J.B. 1997a. Changes and consistencies: Newspaper journalists contemplate online future.
Newspaper Research Journal,18,2-18.
- 23 - Singer, J.B. 1997b.Still guarding the gate? The newspaper journalist's role in an on-line world.Convergence,3,72-89.
- 24- Deuze,1999 op, cit
- 25 - Patterson, P, Wilkins, L.(Eds).(1997)Media ethics: Issues and cases. St. Louis, MO: Mc Graw Hill.p.257.
- 26- Luege, J.D.)1999(.
Usage patterns and information needs of journalists on the Internet:An empirical study at USUS(Institute for Communication Sciences Research Rep.).Munich,Germany:University of Munich.
- 27 - Cooper 1998 op,cit
- 28 - What is HTML? www.w3schools.com لغة ترميز النص الفائق (Hyper Text Markup Language تاريخ التصفح:24 ديسمبر 2017
- 29 - Deuze, M.(2002) Journalists in the Netherlands. Amsterdam:Aksant Academic-Publishers..Deuze,M.(2002)
- 30 - أنظر موقع الشروق اونلاين مثلا ، تجد بأن ركن التعليقات على المقال أو الخبر يشترط على المتصفح كتابة البريد الالكتروني واسم الدخول حتى ولو كان مستعارا مع الإلتزام بشروط التعليق أو يتعرض للحذف مما يعطي الانطباع بان العملية لا تترك للصدفة أو للعبث.
- 31 - Daniel L.Rubinfeld, Hal .Singer Open Access to Broadband Networks: A Case Study of the -AOL/Time Warner Merger.
- 32- Patterson,Wilkins op,cit p.260-
- 33- Singer,1996,op,cit

34- Cooper, T.W. (1998). New Technology effects inventory: Forty Leading ethical issues. Journal of Mass Media Ethics, 13, 71-92

35- الصادق الحمادي: الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية مجلة الإعلام والعصر الإماراتية، عدد
سبتمبر 2013

الاتصال الاجتماعي ووقاية الشباب من السلوك الانحرافي

أ.خديجة مقاتلي

جامعة عمار ثليجي بالاغواط

ملخص :

بالرغم من المكانة الهامة التي يتبوؤها الشباب داخل الأسرة والمجتمع ، نظرا لما يمثلونه من طاقة وحركية ورأسمال بشري ثابت ، إلا أنهم في الوقت ذاته يمثلون تحديا حقيقيا لجميع الأمم ، بسبب تطلعاتهم الجامحة وأمالهم العريضة التي قد تجعل البعض منهم ينحرفون عن الطريق ويسلكون سلوكيات يدينها القانون أو تنبذها المعايير الاجتماعية السائدة ، وعليه ينبغي الحفاظ على هذه الشريحة الهامة للمساهمة الايجابية في كافة مجالات التنمية ، وحتى يتحقق ذلك يجب وقايتة من المشكلات بكافة أنواعها ، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال اتصال فعال يكتى بالاتصال الاجتماعي هذا الأخير كفيل بتصحيح سلوكات واتجاهات الشباب التي حكم عليها بأنها مضرّة بالمصلحة العامة .

الكلمات المفتاحية: الاتصال الاجتماعي ، الوقاية ، الشباب ، الانحراف .

Abstract:

Despite the importance of Young people in the family and society, given their energy, mobility and constant human capital, they are also a real challenge to all nations because of their unbridled aspirations and broad hopes that may make some of them deviate from the path and conduct behaviors condemned by law or Which should be preserved by the prevailing social norms. Therefore, this important segment should be preserved for positive contribution in all areas of development. In order to achieve this, it must be protected from problems of all kinds. This will only be achieved through effective communication with the latter. True behaviors and attitudes of Young people sentenced to as harmful to the public interest.

Keywords: social communication, prevention, youth, déviation

مقدمة :

يعتبر الاتصال أداة فعالة في التسيير بالنسبة للدول والمؤسسات الذي يستطيع أن يقضي على سلوكيات معينة أو يعدلها أو يؤدي إلى ظهور أخرى جديدة تماما أو تكريس بعض القيم والاتجاهات في المجتمع ككل أو في بعض قطاعاته الرئيسية ، وهذا عن طريق الإفحام والإقناع وفق أساليب وطرائق علمية أثبتت نجاعتها في الميدان لدى بلدان كثيرة تراكمت فيها تجارب توظيف الاتصال بمختلف ميادينها عموما ، وتحديد الاتصال الاجتماعي لمعالجة قضايا المجتمع المختلفة كالأمراض أو الآفات الاجتماعية ، من خلال تصحيح السلوكيات والاتجاهات التي حكم عليها أنها مضرّة بالصالح العام ، ولذلك يعد الاتصال الاجتماعي أرق أشكال الاتصال لأنه يتكفل بحاجات وانشغالات ومشاكل الأفراد والجماعات خاصة إذا سلمنا بأن المشكلات الاجتماعية والفردية هي ظواهر إنسانية مرتبطة بتعدد المجتمعات المعاصرة وتطورها وتغيرها المتسارع .

كما أن سلوك الشباب في أي مجتمع من المجتمعات وفي العديد من الفضاءات كالأُسرة والمدرسة والشارع ، هو دائما موضوع ملاحظة وتقييم بالإيجاب أو بالسلب من طرف الذين ليسوا شبابا ، وهذا لعدة أسباب منها عددهم بحيث يشكلون النسبة الأكبر من مجموع السكان في بعض البلدان وبصفة خاصة البلدان الانتقالية مثل الجزائر ، وعدم نضجهم الفكري ، وعدم شعورهم بالمسؤولية بالقدر الذي يرضاه الكبار ، وميلهم إلى التمرد عن الأوضاع القائمة ، ولأنهم يمثلون مستقبل الأمة في أي بلد كان ، بوضعهم الرأسمال البشري الثابت ، والاهم بسبب ما يصدر عنهم من انحرافات سواء كان ذلك من وجهة النظر القانونية أو الاجتماعية أو الأخلاقية ، من هذا المنظور فان سلوكيات الشباب أضحت من المواضيع الأكثر دراسة وبحث في جل البلدان ، وعليه أصبح سلوك الشباب من المواضيع التي تشغل بال المؤسسات السياسية والتربوية والأكاديمية ، وهذا الانشغال يركز أساسا على السلوكيات السلبية أو المنحرفة لدى الشباب ، وعليه جاء هذا المقال من اجل فهم الأسباب والعوامل المتسببة في انحراف الشباب ومحاولة اقتراح الحلول المناسبة والكفيلة للقضاء على تلك الظاهرة أو الحد منها ، وبالتالي تقديم أهم استراتيجيات التكفل بالشباب وسبل وقايتهم وعلاجهم من ظاهرة الانحراف ، "فدرهم وقاية خير من قنطار علاج" ، حيث أن المدخل الوقائي يوفر الوقت والجهد والتكاليف ويخفف العبء العلاجي بصفة عامة.

تحديد المفاهيم :

الاتصال الاجتماعي : يعرف " عبد الباسط محمد الحسن " الاتصال الاجتماعي على أنه : الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من إنسان لآخر أو جماعة لأخرى ، وهو نقل رسالة إعلامية للمجتمع عن طريق حملات إعلامية والتي تحمل أفكار واضحة ومفيدة تخدم الصالح العام⁽¹⁾ .

كثيرا ما يشير إلى الاتصال العمومي على انه تبادل للمعلومات فالاتصال لا يعني الإعلام والاستعلام فقط ، وإنما يعني الإقناع أي تغيير آراء وسلوك الآخرين ويتم الركون إلى الاتصال الاجتماعي كلما دعت الحاجة للبحث عن التغيير لفائدة إصلاح المجتمع ككل ، فالاتصال يصبح اجتماعيا عندما يبحث عن تغيير وتعديل لصالح المجتمع برمته ، عندما يجيب إلى تطلعات ومصالح أعضاء هذا المجتمع في مسائل تهمة (مثل : معالجة المشاكل الاجتماعية ، ترويج قيم إنسانية) ويصبح اتصالا اجتماعيا عندما يكون هدفه الأول تصحيح سلوكيات اعتبرت مجحفة بالقدر الكافي لتبرير عملية جماعية ، فيسمح بذلك بجذب موافقة اكبر عدد ممكن للقيام بمهمة مشتركة فهي تدفع كل فرد لأخذ حصته من المسؤولية لخدمة المجتمع⁽²⁾ .

ومنه يمكن القول أن الاتصال الاجتماعي نشاط أو تقنية تستخدم لحل المشكلات أو المساهمة في حل المشكلات والآفات الاجتماعية التي تفرزها التطورات المختلفة ، فهو يهدف إلى نقل وتوصيل الأفكار والمعارف حول قضية أو مشكلة اجتماعية إلى الجمهور المستهدف من اجل تصحيح سلوكيات اعتبرت مجحفة ومضرة ومعاكسة للطبيعة الإنسانية السليمة ، وذلك عن طريق الإقناع الذي يمكن الأفراد من الاندماج الطوعي .
الوقاية : بأنها مختلف الجهود المجتمعية التي تهدف إلى الحيلولة دون توفر عوامل وظروف الجريمة أصلا⁽³⁾ . لذا تعرف الوقاية بأنها محاولة التغلب على الشروط والظروف التي تؤدي بالأفراد إلى إتباع سلوكيات منحرفة أو القيام بأعمال تعد قانونيا جرائم أو سلوكيات شاذة⁽⁴⁾ . والوقاية كعملية إرشادية تتم من خلال المنهج الوقائي ، وهو منهج التحصين النفسي ضد المشكلات والاضطرابات والأمراض النفسية ، ويهتم بمنع حدوثها وإزالة أسبابها ، وكشفها مبكرا للسيطرة عليها ومنع تطورها وتفاقمها⁽⁵⁾ .

الشباب : يعرف الجعب الشباب بأنه : مرحلة قوة بين ضعفين ، قوة بين ضعف الطفولة وضعف الشيخوخة ، وهي مرحلة عمرية بين 15-25 سنة⁽⁶⁾ .

وتجدر الإشارة إلى أن بعض علماء الاجتماع المعاصرين قد حصروا فترة الشباب في الشريحة العمرية من 15 إلى 25 سنة ، وتم تبني هذا التحديد كإطار مرجعي للسنة الدولية للشباب عام 1985⁽⁷⁾ .

الانحراف : يعرف بأنه السلوك الإنساني غير السوي لأنه لا يتماشى مع القيم والعادات والتقاليد التي يعتمدها المجتمع في تحديد سلوك الأفراد ، فهو إذا عدم مسايرة المعايير الاجتماعية أو بمعنى آخر عدم التوافق أو الصراع⁽⁸⁾ .

أولا: الشباب ومشكلة الانحراف

بدأت في السنوات الأخيرة تنتشر ظاهرة اجتماعية خطيرة في المجتمع الجزائري ، هذه الظاهرة التي تهدد بالأساس فئة الشباب ألا وهي ظاهرة الانحرافات السلوكية ، هذه الأخيرة التي تجعل المجتمع على شفا حفرة ، لأنها كما وسبق الذكر تهدد الفئة التي من شأنها أن تقود المجتمع نحو الأمام الأفضل . إذن فما معنى الانحراف ؟ وما الأسباب التي تجعل من الشباب أكثر عرضة للانحراف ؟ وما انعكاسات ومظاهر انحراف الشباب داخل المجتمع ؟ وكيف يساهم الاتصال الاجتماعي في وقاية الشباب من السلوك الانحرافي ؟

الانحراف لفظ صعب التعريف لكن عموما يمكن القول انه الخروج عن الطريق السوي والخروج أيضا عن كل ماهو مألوف ومعتاد فالانحراف داء يلقي بسلاحه خاصة في فئة الشباب ، إذ كلنا نعلم أن هذه الفئة يقوم عليها بناء المجتمع أو هدمه ، وكذا تطور المجتمع أو تأخره في النمو والسيرورة ، فمرحلة الشباب مرحلة النشاط والحيوية والرغبة والإرادة ، هذه الصفات التي تكون ايجابية ومميزة لمرحلة الشباب إلا أنها تنقلب إلى العكس تماما إذا حلت مجموعة من الأسباب والعوائق.، إذ يستخدم البعض مفهوم الانحراف الاجتماعي بمعناه الواسع حيث يتمثل في تطبيقه على أي سلوك لا يكون متوافقا مع التوقعات والمعايير التي تكون معروفة داخل النسق الاجتماعي ويشارك فيه الشخص بقية أفراد المجتمع ، ويفسر بعض العلماء والباحثين مفهوم الانحراف من منظور سيكولوجي يتمثل في الربط بين الصراع ما بين الرغبات والغرائز الفردية من جهة وبين الضغوط التي يفرضها أعضاء الجماعة الاجتماعية من جهة أخرى، ومن ثم ينظر إلى الانحراف باعتباره نتيجة لفشل عوامل الضبط الاجتماعي والسيطرة عليها. وبهذا نجد أن مفهوم الانحراف الاجتماعي له دلالات متعددة تبدأ بالاتساع الشديد بحيث يشمل كل أنواع السلوك التي تعتبر خروجاً على ما استنسه المجتمع وما ارتضاه من أوضاع ، كما انه قد يضيق ليفسر في ضوء ثقافات فرعية معينة⁽⁹⁾.

يعتبر السلوك المنحرف عن قيم المجتمع احد الأمراض الاجتماعية الخطيرة التي تصيب الحياة العامة وتعطل القوانين ، وتضعف السلطة ، وتهدد منظومة القيم والتقاليد الاجتماعية السائدة التي تحفظ مصالح المكونات الاجتماعية على اختلافها ، ونظرا لما يشكله هذا الفعل الشاذ ، الذي ينمو عادة في أجواء الاضطرابات والتداعيات المحلية التي تشهدها المجتمعات ، فقد أولى الكثير من علماء الاجتماع أمثال دوركايم وميرتون هذه المسألة أهمية كبيرة وبينوا أسبابها والخطوات المطلوبة ، للتعامل معها ومواجهتها باعتبارها مرضا اجتماعيا يستدعي علاجاً سريعاً ، وأكدوا على الاحتياطات العالية لردع المتمردين وإصلاحهم ، وتفعيل الضبط الاجتماعي في حالة فشل السلطة ، موضحين في الوقت نفسه انه سلوك منحرف ينافي الأخلاق ، والآداب العامة والقانون والدين⁽¹⁰⁾.

هذه السلوكات تعبر عن المعنى العام للروح الجماعية التي يستوجب الخضوع لها من منطلقات متعلقة بالحفاظ على الموروث التاريخي ، وأيضا من اجل الحفاظ على النسيج العلائقي بين الأفراد وعلى نسقية الاستمرار والتواتر بين الأجيال ، من شأن هذا أن يضمن الحفاظ على معايير الجماعة لترسيخ وتثبيت مجموع القيم الناشئة من روح وعمق الأفراد وحفظ النسق العام من خلال آلية التماثل لهذه القوانين ، وأي اختراق لهذه القوانين ، يعتبر اختراقاً للموروث الثقافي ، وبالتالي هـ وتعبير صريح عن سلوك انحرافي يحمل في طياته الكثير من المعاني المساعدة في تفكيك النسق العام للمجموعة في مقابل ذلك ، قد يعبر السلوك الانحرافي عن مجموع الميولات والرغبات الداخلية التي تجعل الفرد يصطدم بالجماعة من خلال الأسلوب الرفض لقوانينها ، إذ يزداد هذا الشعور بالانتساب للفضاء الانحرافي تثبيتا من خلال الرفض القاطع للجماعة بفرض العقوبات كالنعت الجارح والإقصاء والتهميش وبالتالي يعرف " الانحراف " انه كل ابتعاد عن الخط السليم ، إلا أننا عندما نتحدث عن السلوك الاجتماعي ، لا يمكننا أن نطبق هذا التعريف نصيا لصعوبة تحديد ما

يمكن أن نصلح عليه بالخط المستقيم ، فمظاهر الانحراف السلوكية تتعدد وتختلف من مجتمع لآخر ومن حضارة لأخرى نتيجة اختلاف المعايير والقوانين والثقافات وكذلك نتيجة التطور الطبيعي في أساليب المعيشة⁽¹¹⁾.

ثانيا : عوامل انحراف الشباب

إن الانحراف ظاهرة اجتماعية مرتبطة اشد الارتباط بمختلف الجوانب المتعلقة بالحياة الاجتماعية ، لذلك تعددت الأسباب والمحركات التي تقف وراء حدوثه ، وبالتالي مشكلة الانحراف كظاهرة تعود بمسبباتها الاجتماعية إلى مختلف الظروف الاجتماعية والبيئية التي ترتبط بالفرد وتحيط به ، وعليه يمكن لنا إرجاع عوامل انحراف الشباب إلى العوامل التالية:

* الأسرة :

فالأسرة مسئولة إلى حد كبير عن ارتفاع مستوى الاضطرابات السلوكية بين أفرادها والميل إلى الانحراف ، وقد ينشأ ذلك عن عدم استقامة العائلة في الخطوط الأساسية للتربية التي تنتهجها ، فقد تبالغ في تعاملها بأسلوب العطف والرعاية والحماية ، وقد تستخدم الأسلوب الأخر المتناقض تماما ، فالإفراط والتفريط في تربية الأبناء يؤدي إلى ما لا تحمد عقباه من نتائج مضادة لمطالب الأبوين والمربين ، ورغبتهما في إصلاح الأبناء وسلامتهم ، فالتذليل فوق الحد الطبيعي والتحقير للسلوك والتصرفات أمام الأقران والضيوف بالذات أو جعل الأبناء يختلطون بأفراد مشبوهين ، أو عزلهم وإبعادهم لفترات طويلة عن الاجتماع المألوف لديهم لسنوات ، يجعلهم عرضة للانحراف والخمول والكسل أو بالامتثال لسلوك الخاطئ والنشاط المحرم⁽¹²⁾ .

ويضيف "عثمان احمد سلطان " أن هناك عوامل أخرى في انحراف الحدث في محيط الأسرة مثل الجو العائلي المحيط بالحدث ، ضعف الأبوين المتناهي ، القسوة البالغة ، الفقر والبخل ، وسوء السيرة أو حسن الخلق ، فقد الأبوين أو احدهما ، إدمان الأب المخدرات أو الخمر.... والبيئة الأسرية بما تضمنته من كافة مظاهر التفكك والتصدع تلعب دورا هائلا في انهيار بناء شخصية الحدث وتربيته وتنشئته وتؤدي إلى انزلاق الحدث في هوية الجريمة والانحراف ، وبالتالي إذا كانت الأسرة هي عامل للتنشئة الأول ، فهي كذلك عامل مولد للانحراف⁽¹³⁾ .

* المدرسة : تلعب المدرسة دورا هاما في الصحة النفسية والصحة الجسمية للطلاب ، فالبيئة المدرسية التي

تراعي الجوانب المرتبطة بفترة النمو والمراهقة للطلاب تساهم في جعل المراهق يستغل فترة المراهقة في اكتساب خبرات مفيدة تساعده في تكوين اتجاهات ايجابية تجاه الذات وتجاه القيم السائدة في المجتمع وتجاه المجتمع ككل ، ومما لاشك فيه أن هناك مجموعة من العوامل الاجتماعية التي قد تعيق المدرسة عن أداء الدور المناط بها في دمج الطلاب في بناء وثقافة المجتمع ككل ومن ذلك سوء معاملة بعض المدرسين للطلاب مما يولد لدى الطلاب رفض أنماط السلطة في المجتمع وعدم تقبل قيم ومعايير المجتمع ، ويفترض أن تقوم المدرسة بغرس القيم الاجتماعية الايجابية التي تحقق الأهداف العليا للمجتمع في نفوس الناشئة ولكن أحيانا يحدث العكس حيث تسهم المدرسة ولو بشكل غير مباشر في تكوين قيم سلبية ومنحرفة لدى

طلابها مما ينعكس على سلوكياتهم في المستقبل ويخرج جيل من الفاشلين والمنحرفين ، يتضح مما سبق أن للمدرسة دورا كبيرا لا يقل أهمية عن دور الأسرة من حيث الأهمية كونها ، إحدى المؤسسات الأساسية التي تساهم في تشكيل عقلية ووعي المراهق وتركيبته النفسية وكثيرا ما تلعب المدرسة دورا سلبيا يجعلها تدخل ضمن إطار العوامل المسببة للانحراف⁽¹⁴⁾ .

***الشغل :** قد ينحرف الحدث رغم تواجده بمؤسسات تربوية تعمل على تلقين القواعد والقوانين الواجب طاعتها كما وسبق ذكره الأسرة والمدرسة فما حال هذا الحدث في مجتمع العمل الذي يختلف تماما عن مجتمعه الحقيقي أين يلتقي بأفراد عديدين ، لهم نماذج سلوكية متنوعة ورب عمل لا يعني إلا بالناحية النظامية ولا يعنيه سلوك الحدث ما لم يؤثر في سير العمل ، والأحداث ميالون إلى التقليد والمحاكاة ، وقد يستغل الحدث ممن هم اكبر منه في أعمال غير مشروعة مما ينتج عنها آثار ضارة على سلوك الحدث مستقبلا⁽¹⁵⁾ .

***أصدقاء السوء :** ويقصد بها حالة الزمالة والرفقة ، والتي تعني وجود الأشخاص معا في ممارستهم لنشاط ما ، سواء كانوا في المدرسة أو المصنع أو الحقل أو المقهى ، أو النادي أو على ناصية الطريق ، وتعتبر جماعة الرفاق إحدى الجماعات الأولية التي تؤثر في سلوك الفرد واتجاهاته ، فبخروج الطفل من بيئته الأسرية إلى أول بيئة يتعامل معها في حياته والتي عادة ما تكون هي المدرسة ، يلتقي فيها بأطفال آخرين ذووا اتجاهات وسلوكات وقيم مغايرة لاتجاهاته وسلوكاته وقيمه داخل هذا المجتمع الجديد يتعرض الطفل لتأثيرات زملائه ، حيث انه يجد الفرصة للتقليد والتعلم واكتساب مبادئ وسلوكات جديدة ، وقد يكون ما اكتسبه وتعلمه من مبادئ وقيم بناءة ساعدته في تكوين شخصية سوية ، وقد يكون على النقيض تماما من هذا ، حيث انه يكتسب سلوكات منحرفة ومبادئ هدامة خارجة عن قيم وعادات مجتمعه والتي تعلمها فيما مضى داخل أسرته وبذلك يعرف طريقه إلى الانحراف ، معتبرا أن ما كان يعيشه وتلقنه له أسرته من اتجاهات وأفكار وسلوكات ما هو إلا مجرد قيود أو ضغوطات فرضتها عليه ، لطالما أتعبت وقيدت حريته ، وقد حان الوقت لان يواجه هذه الضغوط ويسترجع حريته المسلوقة ، وتزداد هذه الرغبة في التخلص منها (أي الضغوط) والشعور بالحرية خاصة في مرحلة المراهقة ، ويتم ذلك عن طريق الرفاق الذين أصبحوا يشكلون بالنسبة له أهم جماعة ، لأنه وجد فيها التعويض عن إهمال الأسرة والفقر أو القسوة الشديدة أو الحماية الزائدة ، فيشعر بترابطه مع عناصر الجماعة (الرفاق) وأنهم كل واحد ، وهذا الشعور بالانتماء يبذل لدى كل عنصر منهم الشعور بالذنب والكآبة ، والمغامرات تمنحهم فرصة الشعور بقوة الذات التي تساندها الذات الجماعية⁽¹⁶⁾ .

ويضيف " مصطفى شريك" في مدونته علم اجتماع الجريمة والانحراف عوامل نفسية أخرى متعددة من أهمها الشعور بالعجز والعداوة والشعور بالاعتراب النفسي والحرمان من مشاعر الدفء العاطفي ، وكذا عدم إشباع حاجاتهم إلى الشعور بالحب والحنان والقبول على مستوى الأسرة ثم على مستوى المؤسسات

الأخرى التي تحتضن الشباب وهي تمثل أهم الدوافع النفسية التي تجعل الأفراد ينحرفون ويدخلون عالم الجريمة⁽¹⁷⁾.

بالإضافة إلى ذلك تلعب البيئة الثقافية واحدة من المؤثرات الكبرى التي تسود الجماعة ومستوى التعليم فيها ينبثق عنها جميعا عادات الجماعة وتقاليدها وأسلوبها في الحياة ، فإذا كانت هذه الضوابط مستثمرة في غير محلها ولا تستطيع أن تستوعب الفرد وتعداها دفعت بصاحبها كما قال " كوهن " إلى العدوان واكتساب تصرفات إجرامية وذلك في دراسة له حول ارتباط العوامل الثقافية بالسلوك الانحرافي⁽¹⁸⁾.

كما تبرز أهمية العامل الاقتصادي في مجال الجريمة ، باعتباره دافعا قويا لارتكاب الأفعال المنافية للقانون ، وذلك بهدف إشباع الحاجات الضرورية ، ولقد كشفت عدة دراسات مدى تأثير المستوى الاقتصادي للأسرة على ظاهرة جنوح الأحداث منها دراسة عدلي السمري التي توصلت إلى أن الحالة الاجتماعية والاقتصادية للأسرة هي السبب الرئيسي في السلوك العدواني للأبناء⁽¹⁹⁾.

كما ينعكس الوضع الاقتصادي للأسرة على نوعية شخصية أفرادها في قدرتهم على تحمل الفقر والعوز ومقاومته ، أو عدم التمكن من ذلك مما يؤدي بهم إلى ارتكاب المخالفات والجنح ، وهذا ما ذهب إليه " كارل ماركس " بقوله " إن القضاء على المشكلات الاجتماعية ومنها ظاهرة الجريمة ، وإنما يتم بإصلاح النظام الاقتصادي⁽²⁰⁾ .

ثالثا : الإستراتيجية الوقائية لمعالجة الشباب من الانحراف

أهمية الوقاية من الجريمة والانحراف

يتمثل الانحراف في مظاهر السلوك غير المتوافق مع السلوك الاجتماعي السوي والصورة البارزة لهذا الانحراف تبدو في إقدام المنحرف على ارتكاب جريمة يعاقب عليها لمساسها بسلامة المجتمع وأمنه ، مما يعتبر انحرافا حادا أو انحرافا جنائيا ، أما الانحراف المجرد الذي لا يعد جريمة فهو الانحراف الذي ينطوي على مجرد مظهر من مظاهر السلوك السيئ ، كالمروق من سلطة الوالدين ، أو مخالطة ذوي السيرة السيئة ، أو القيام بتصرفات طائشة دون مراعاة القيم الأخلاقية والمعايير الاجتماعية ، ومثل هذه الانحرافات إذا لم تعالج تتطور غالبا إلى انحرافات حادة جنائية ينطبق عليها وصف الجريمة . ومشكلة الانحراف سواء أكان انحرافا مجردا أم انحرافا حادا جنائيا ، فهو حصيلة عوامل فردية واجتماعية وبعبارة أدق اختلالات فردية واجتماعية ، ولخطورة هذه الاختلالات وما يترتب عليها من انحرافات ، لابد من مضاعفة الجهود الوقائية للحيلولة دون نشوئها ، والجهود العلاجية لمواجهتها عند نشوئها⁽²¹⁾.

إن موضوع مكافحة الجريمة والانحراف والوقاية منها ، يعد من الموضوعات الرئيسية المهمة للمجتمع ، لأن الوقاية السليمة والفاعلة من شأنها أن تحول دون وقوع الجريمة والانحراف ، وتسهم بالتالي في إعداد المناخ الصالح الذي يتربى فيه النشء ، ولاشك أن منع الجريمة قبل وقوعها أجدى وانفع للمجتمع من مكافحتها وإيقاعها قبل حدوثها .

إن اصطلاح الوقاية من الجريمة يعني اللجوء إلى عمل كل السبل الكفيلة بمنع الجريمة قبل وقوعها من خلال إزالة كل عوامل الجريمة وأسبابها سواء كانت هذه الإزالة تقتضي علاج الخصائص البدنية والعقلية والوجدانية للفرد -حدثا أم بالغا- أو تقتضي علاج البيئة التي يعيش فيها الفرد والمجتمع الذي يعمل في محيطه أو علاج التفاعل بينهما⁽²²⁾، فالوقاية من الانحراف سياسة وعمل، تتضمن السياسة وضع الخطوط الرئيسية الموجهة لعملية الوقاية، ويتضمن العمل التنفيذي الميداني لهذه السياسة عبر الأجهزة والمؤسسات المتخصصة ذات الأدوار المحددة في عملية الوقاية، والتصدي للجريمة عبر الوقاية على مرحلتين: مرحلة متقدمة تتناول مسببات الانحراف والأوضاع الخطرة التي يسلكها بعض الأشخاص والتي يمكن أن تؤدي بهم إلى الانحراف بالإجرام، ومرحلة متأخرة تتناول علاج المجرم والمنحرف بعد سقوطه عن الطريق القويم وذلك بغية إنقاذه من الهاوية التي وقع فيها ووقاية له ومنه في المستقبل.

● المرحلة الوقائية المتقدمة: خطر الانحراف ومعالجته:

أثبتت كافة الدراسات التي أجريت على أوضاع المنحرفين والمجرمين أن سلسلة من العوامل والمسببات تتضافر قبل إقدامهم على ما أقدموا عليه فتضعهم في وضع خطر، سمي "خطر الانحراف والإجرام" لأن الفاصل بين هذا الوضع والانحراف والإجرام خطوة أو شرارة، إذا تحققت تحول الخطر إلى حقيقة قاسية ممثلة بالفاعل وضحيته لأن كليهما يصبح حالة اجتماعية تتطلب التدخل السريع لراب الصدع والتعويض عما حصل والوقاية للمستقبل.

إذ تتصف مرحلة ما قبل الانحراف بغياب التوجيه التربوي والعناية الشخصية والعاطفية الوالدية والرقابة الذاتية والاجتماعية، كما تتصف غالبا بانعدام المأوى المناسب ماديا ومعنويا وانعدام التعليم والثقيف وعدم إمكانية العمل، وكثيرا من الأحيان يرافق ما قبل الانحراف شعورا بالانزواء والرفض من قبل المجتمع أو صعوبة في التكيف معه أو عدم تقبل منه أو تعارض في المبادئ السلوكية، فإذا انضمت مثل هذه العوامل المسببة إلى تلك التي ذكرناها من قبل زاد خطر الانحراف وأصبح الأفراد في مرحلة صعبة ودقيقة لا تبعدهم عن الإجرام سوى الفرصة السانحة لذلك⁽²³⁾.

وبديهي إن هم المسؤولين عن الأمن الاجتماعي ينصب على معالجة الأوضاع المؤدية إلى خطر الانحراف بالإجرام، عبر التركيز على دراسة كل وضع من هذه الأوضاع بغية الوقوف على مسبباته والعوامل المهيأة أو المساعدة على نشوئه والعمل على معالجته بصورة تقي من هم ضحية له خطر الانحراف نحو الإجرام والسلوك الشاذ اجتماعيا وأخلاقيا، ضف إلى ذلك إيجاد العمل المناسب لإخراج المهددين بخطر الانحراف من الماسي التي يتخبطون فيها وإبعادهم عن المؤثرات السلبية التي تحكمت بهم، وتحريرهم من سيطرة ذوي البأس عليهم وضمهم إلى جماعات بناء ذات السلوك السوي والقويم. وأخيرا لا بد من القول بان العمل الوقائي يعتمد في نجاحه على توفير الاحتياجات الفردية الأساسية من غذاء وكساء وصحة وتعلم وثقيف، لأن من العبث انتظار استتباب امن اجتماعي في حالة عدم اكتمال عناصره كافة⁽²⁴⁾، ولاشك بان العوز

والفاقة والحرمان ، التي يعاني منها منعدمو الدخل وذوو الدخل الشحيح لا بد أن يدفع بعضهم لتأمين احتياجاتهم الضرورية لمواصلة الحياة إلى اللجوء لوسائل غير مشروعة تعد جرائم كالسرقة والاختلاس والاحتيال والرشوة ، كذلك قد تدفع الحاجة بعض المحرومين إلى ارتكاب جرائم قتل وإيذاء أو إتلاف لأتفه الأسباب ، من جراء توترهم النفسي الناشئ عن شعورهم الميربحرمانهم من كل أو بعض مقومات الحياة⁽²⁵⁾ .

● المرحلة الوقائية المتأخرة: معالجة المجرم والمنحرف :

إذا تعذر على الخطة الوقائية المتقدمة تحقيق أهدافها والحيلولة دون تحقيق الانحراف والإجرام اقتضى معالجة من انحرف أو أجرم ، بالرغم مما بذل تجاهه من تدابير وقائية أو نتيجة لظرف خاص قاده إلى هذا المصير دون أن يتسنى للتدابير الوقائية أن تخضع له⁽²⁶⁾ .

يتميز العمل العلاجي في هذه المرحلة المتأخرة بأنه ينصب على حالة شخصية تستدعي تعاملًا خاصًا مع المجرم أو المنحرف بالنظر للأسباب الشخصية والفردية التي قادته للوقوع في وضعه الحالي ، ويهدف هذا العمل إلى تصحيح هذا الوضع بمعالجة الأسباب التي ساهمت في إحداثه ، فإذا كانت الحالة مرضية أو نفسانية أو اجتماعية تحولت الجهود إلى معالجتها ، إذ تظهر الحاجة إلى اعتماد تقنيات وأساليب علمية من شأنها إيجاد المناخ المناسب الصالح لتقبل التوجيه والتأهيل المدني لدى من حرموا من حرية التصرف والقول والعمل إلا ضمن الحدود التي تسمح بها المؤسسات الإصلاحية والسجون ، فالمحكوم عليه بالسجن أو بالوضع في مؤسسة إصلاحية ينفذون

في الواقع عقوبات مانعة للحرية كليًا في السجن وجزئيًا في المؤسسات الإصلاحية ، وبالتالي لا بد من اخذ هذا الواقع العقابي بعين الاعتبار عند وضع الخطط العلاجية والتربوية اللازمة لإعادة تأهيل المحكوم عليهم تأهيلًا مدنيًا واجتماعيًا مهنيًا لإعادتهم إلى المجتمع كعناصر صالحة ومفيدة لأنفسهم وللغير ، كما يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار أيضًا سن المحكوم عليهم فيخصص الأحداث منهم لتدابير علاجية وتربوية تختلف نوعًا ما عن تلك المخصصة للراشدين ، كما تؤخذ بعين الاعتبار وضع الراشدين أنفسهم لأن منهم المنحرف المبتدئ والمكرر والمتمن للإجرام ، فكل فئة منهم تحتاج إلى خطط وبرامج خاصة بما تتوافق مع احتياجاتها التربوية والتوجيهية وقدراتها الشخصية على التكيف والتأهيل المدني والاجتماعي .

إن تحقيق هذا الهدف يشكل بحد ذاته، ما أسمىناه بالمرحلة الوقائية المتأخرة باعتبار أنها تساهم في الحيلولة دون حدوث الانحراف والإجرام مستقبلاً ، فالوقاية تتحقق إما في مرحلة متقدمة على الإجرام والانحراف فتحويل دون حصوله ، وإما في مرحلة لاحقة بان تحول دون حدوثه مجدداً من خلال علاج المجرم والمنحرف وتأهيله التأهيل اللازم بغية صونه من الانزلاق مجدداً ، فالوقاية في مرحلتها السابقة واللاحقة هي تحصين الفرد ضد الانحراف والإجرام بإحاطته بالوسائل المانعة لحدوث الاضطراب السلوكي لديه المؤدي للانحراف ، وتعزيز قوة التصدي لديه تجاه سلبيات الحياة ومشاكلها بحيث يتغلب على الصعاب بالوسائل

العادية والشرعية دون اللجوء إلى السلوك غير الشرعي والقانوني ، كما ترمي الوقاية إلى تعزيز مقدرة الفرد على الصمود أمام مغريات الانفلات السلوكي وما يحققه من إرواء لنزوات فردية تكون إجمالاً متعارضة مع المتطلبات الاجتماعية ومتجاوزة لحدود الحرية الفردية وملحقة الضرر بالآخرين . ومن المفيد لفت النظر في النهاية إلى الفوائد الجمة التي يجنيها المجتمع من الوقاية السابقة على الانحراف ، لما توفره من مشاكل فردية وجماعية على الصعيد الإنساني والمادي فدرهم وقاية خير من قنطار علاج⁽²⁷⁾ .

متطلبات نجاح السياسة الوقائية في المجتمع : يوضح "عمر التومي الشيباني" أن من متطلبات ومقتضيات الوقاية الناجحة من الجريمة والانحراف ما يلي:

-وأياً كانت العوامل والأسباب والمتغيرات التي تكمن وراء ظاهرة الجريمة والانحراف في المجتمع، فإنه لا بد لهذا المجتمع بكافة أفراد وقواه وجماعاته ومؤسساته ومنظماته وأجهزته ، أن يواجه هذه الظاهرة الاجتماعية المرضية مواجهة شاملة متكاملة ، تأخذ في اعتبارها كافة جوانب الظاهرة أو المشكلة وكافة العوامل والأسباب والمتغيرات والظروف ذات العلاقة بها ، حيث انه لا يمكن لهذا المجتمع يحقق تنمية حقيقية وشاملة ويحقق رضاء بين أفراد وجماعاته إلا بالمواجهة الفاعلة والشاملة لظاهرة الجريمة والانحراف بكافة مظاهرها وأشكالها ، حيث انه من خصائص المواجهة الشاملة لظاهرة الجريمة والانحراف أنها⁽²⁸⁾ : تأخذ في اعتبارها كافة مظاهر وأشكال الجريمة والانحراف وكافة العوامل والأسباب والمتغيرات والظروف ذات إمكانية التأثير فيها ، وإنما تهتم وتتكامل بين الجوانب والأبعاد الثلاثة للرعاية والخدمة الاجتماعية ، وهي : البعد الوقائي ، والبعد العلاجي ، والبعد الإنشائي أو الإنشائي ، مثلها في ذلك مثل مواجهة بقية المشكلات الاجتماعية والمشكلات الثقافية والتربوية والمشكلات الصحية والنفسية ، إن العمل الأمني في المجتمع ومواجهة الجريمة والانحراف فيه كل لا يتجزأ ولا يتحقق بصورة كاملة ومرضية إلا بالربط أو التكامل بين الأبعاد الثلاثة المشار إليها . فإذا كانت الوقاية من الجريمة والانحراف تعني في أبسط معانيها تفادي الجريمة والانحراف قبل وقوعها ، فإن المقصود بالعلاج في مجال مواجهة الجريمة والانحراف هو مكافحة الجريمة والانحراف الواقعين بالفعل وضرب كل متمرّد وانحراف يمس الجماعة أو الأفراد وتتبع المجرمين والمنحرفين والكشف عنهم وعقابهم بما يتلاءم مع جرائمهم وانحرافاتهم ، أو منع حدوث الجريمة للمرة الثانية ، أي منع وقوع الجريمة مرة أخرى بعد ان سبق وقوعها ، وحسب هذا المعنى ، فإن العلاج الذي يبدأ في مرحلة ما بعد وقوع الجريمة ينطوي ضمناً على معنى الوقاية . كذلك الجانب أو البعد الإنشائي أو الإنشائي في مواجهة ظاهرة الجريمة والانحراف ، فإنه بحكم اهتمامه بتنمية المعارف والقدرات والمهارات والاتجاهات المرغوبة لدى الفرد من خلال عمليات التعليم والتدريب والتثقيف والتوعية لمساعدته على التوافق أو التكيف مع نفسه ومع الوسط الذي يعيش فيه .

-بالنسبة للبعد الوقائي فإنه يعتبر أهم جوانب وأبعاد المواجهة للجريمة والانحراف ، لان الوقاية السلمية والفاعلة من شأنها أن تحول دون وقوع الجريمة والانحراف وتتفاداهما قبل وقوعهما ، وتوقف انتشارهما

وعدواهما ، وتسهم بالتالي في إعداد البيئة الصالحة وتحول دون نمو ونشوء الشخصية المجرمة أو المنحرفة (29)

- ومن متطلبات ومقتضيات الوقاية الناجحة من الجريمة والانحراف : أن يتم التصدي مبكرا للنوازع الراضية لقيم المجتمع ونظمه وقوانينه وللانحراف في بدايته من قبل أن يتمكن من الشخص ويصبح عادة متأصلة في نفسه ، لأنه بعد حدوث الانحراف وتكرر مظاهر تدخل مواجهته في مرحلة العلاج التي هي أصعب من الوقاية وتحتاج إلى جهود أكثر وتكاليف أكبر. ومن هذه المتطلبات أيضا أن يتم التخطيط للوقاية من الجريمة والانحراف في ضوء عواملها وأسبابها ، بحيث يستهدف التخطيط لها القضاء على العوامل والأسباب أو على الأقل التقليل منها والتخفيف من تأثيرها السلبي الضار وإيجاد ما يوازن تأثيرها السلبي بمؤثرات ايجابية . كذلك من متطلبات نجاح السياسة الوقائية أن تتعاون كافة مؤسسات المجتمع ومنظماته وأجهزته وكافة الأطراف المعنية فيه التي لها علاقة بمواجهة مشكلة الجريمة والانحراف والتي لها إمكانية الإسهام في تطبيق وإنجاح السياسة الوقائية المرسومة لمواجهة مشكلة الجريمة والانحراف .

- ومن المؤسسات المجتمعية التي يمكنها ، بل التي عليها أن تسهم في الوقاية من الجريمة والانحراف : البيت والأسرة ، والمدرسة ، والمؤسسات الإصلاحية ، ومؤسسات الرعاية والخدمة الاجتماعية ، والنوادي الرياضية والثقافية والاجتماعية ، ومراكز الشباب والمؤسسات والمراكز الصحية ، ومراكز التدريب والتأهيل المهني ، والمؤسسات العدلية والقضائية والإدارية وأجهزة الشرطة ، والمراكز الثقافية ، والمسارح ودور الخيالة والإذاعة المسموعة والمرئية ، ودور النشر والمكتبات العامة والصحافة ، والمساجد والمؤسسات الدينية الأخرى ، وما إلى ذلك من المؤسسات والأجهزة المجتمعية التي عليها أن تسهم في الوقاية من الجريمة والانحراف بأشكالها القديمة والمستحدثة وفي تطهير المجتمع من مختلف مظاهر الانحراف والحفاظ على امن الفرد وسلامته وحرية وحماية ممتلكاته وتحقيق أكبر قدر من الاستقرار له . وإسهام هذه المؤسسات والأجهزة في الوقاية من الجريمة والانحراف يتم من خلال ما تقوم به من أنشطة وعمليات مثل ، التنشئة الاجتماعية السليمة والتعلم والتربية السليمين ، والإرشاد أو التوجيه النفسي والاجتماعي والتربوي والديني والمهني ، والنشاط الرياضي والثقافي والاجتماعي ، والترويج والترفيه ، وشغل أوقات الفراغ بمناشط نافعة للفرد والمجتمع (30) .

دور الاتصال الاجتماعي في وقاية الشباب من الانحراف :

إن المؤسسات التي يحتك بها الطفل في صغره تساهم -إذا أحسن استخدامها الاتصال العمومي - بخلق جو حضاري ملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وخطته ، بتثبيت المبادئ والعمل على تطبيقها والاتصال العمومي كفيل بالقيام وبهذا الدور بفعالية عبر دعائمه المختلفة ليهيئ للفرد منذ الصغر أساليب التعامل والتكيف مع البيئة وعادات الأمة وتقاليدها الحضارة وأنماط سلوكها ، وهكذا يضع الاتصال العمومي نصب عينيه تنشئة اجتماعية صحيحة بما يتفق واحتياجات المجتمع المتحضر ليتكيف مع العوامل البيئية والمحيط الاجتماعي ، فيساعده ذلك على النمو والتعلم واكتساب المهارات

ومشاركة الجماعة نشاطها بتحمل المسؤوليات ، ولا يمكن لذلك أن يحدث دون إقحام الاتصال العمومي الذي يعمل على إشراك الفرد منذ الصغر في أهدافه ليكون التغيير الاجتماعي والتحديث أكثر فعالية. والوقاية أكثر فعالية من علاج المشكلة بعد وقوعها ومن ثمة العمل على إزالة معالمها وأثارها ، فإستراتيجية الوقاية تحتاط وتتوقع ما يمكن أن يحصل إذا توافرت شروط معينة ، فتعمل على تأمين المحيط الذي يعيش فيه الفرد بشكل يسمح له بالتكيف مع البيئة ويتألف مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده ، وإستراتيجية الوقاية أصعب بكثير من إستراتيجية العلاج الذي تنتظر حتى يحصل لذلك فالوقاية صعبة تتغير من فرد لأخر ومن مجتمع لمجتمع ، لكنها في الوقت نفسه أعظم أثرا وأكثر مردودية⁽³¹⁾.

إن مجتمعنا يحتاط مسؤلوه ويحاذرون احتمالات عدم التكيف مع قواعده وقوانينه الضابطة للسلوك الاجتماعي هو بطبيعة الحال مجتمع يستطيع أن يقلص ظاهرة الانحراف إلى حدودها الدنيا ، فيصبح قادرا على التعامل مع السلوك المنحرف والمتسرب من هفوات الوقاية بكل الوسائل العلمية العملية المتاحة وبسهولة أكبر وفعالية أعظم ، لكن ذلك لا يعني أن الوقاية تمنع دائما وبالكامل الوقوع في المحذور ، فالوقاية مجموعة جهود بشرية مستخدمة لإزالة وإبعاد الظروف المسببة والمهيأة للخروج عن الخط المستقيم ، مما يسبب ويوقع الانحراف ويكون ذلك بأخذ النفس البشرية بالتوجهات الإسلامية الشرعية والبعد بها عن التردّي في خبائث العقائد والأخلاق وسائر الأعمال ، وللوقاية مقومات نجاح يجب مراعاتها:- المعرفة الصحيحة بالمشكلات والآفات المتنبأ بها وكذا الأزمت التي يمكن أن يمر بها الإنسان في مراحل حياته. إضافة إلى التنبؤ الدقيق والعلمي لهذه المشكلات والأزمت .

-المعرفة الصحيحة للأفراد والجماعات المعرضين للمخاطر أكثر من غيرهم .

-الاقتناع بأهمية الوقاية من المشكلات وأنها ذات تكلفة اقل من علاجها .

-أن تكون هناك سياسة مكتوبة وواضحة للوقاية من المشكلات وأهدافها قابلة للتطبيق وموضوعة في ضوء نتائج ودراسات وبحوث علمية أصيلة .

-التخطيط السليم لبرامج الوقاية .فضلا على انه يجب أن يصنعها مهنيون متخصصون .

-إشراك الناس في جميع مراحل العمل الوقائي .وضرورة استمراريته.

-الوقاية مسؤولية الجميع ومشاركة لجميع فئات المجتمع ، فهي التزام فردي ومسؤولية اجتماعية .

-أهمية التقويم والمتابعة والتغذية العكسية للبرامج الوقائية بهدف زيادة كفاءة وفعالية هذه البرامج⁽³²⁾.

ويضيف " ادريس الكتاني " انه ماذا نفعل لمواجهة الانحرافات السلوكية الاجتماعية اليوم ؟ للتعامل مع

الواقع المعاش بشكل عام ، لابد من إجراء مجموعة من الخطوات الفعلية أهمها:

*إعادة النظر في المناهج التربوية التي يتبناها المرّبون سواء كانوا أبوين أو غير ذلك ، ومحاولة التخلص من

الأساليب غير السليمة .

*تعزيز دور الإرشاد النفسي والاجتماعي والمهني في المجتمع ، وتحقيق العدالة الاجتماعية.

*إيجاد المراكز المتخصصة لإعادة تأهيل المنحرفين ، وكذا إعداد مراكز للإيواء وإعادة التأهيل.

*تعزيز الوازع الديني والوعي الثقافي من خلال تكثيف الحملات الإعلامية سواء الرسمية أو الأهلية لمواجهة أخطار الانحراف .

*جذب الشباب من الجنسين للعمل التطوعي لما له من اثار ايجابية في مجابهة الانحراف ، فضلا عن إنشاء أندية للعمل الاجتماعي .

*تفعيل دور التكوين المهني في الوقاية من الانحراف⁽³³⁾ .

خاتمة :

يمكن القول في النهاية أن الاتصال أصبح حاجة ملحة لا يمكن تجاهلها نظرا لحركية المجتمع وتنميته لاسيما بعد المشاغل المرتبطة به ، هذا الأمر الذي دفع بالمختصين بهذا الموضوع ومحاولة تطوير أساليبه ووسائله لتتوج جهودهم بظهور علم جديد هو الاتصال الاجتماعي ، هذا الأخير الذي يندرج ضمن الاتصالات الاقناعية لخدمة المجتمع عن طريق إعلامه والتأثير عليه بتتبع السلوك الأفضل في مختلف الجوانب الاجتماعية ، كما ويستهدف البحث على التغيير لصالح المجتمع بأكمله ، فهو يجيب على تطلعات ومصالح أفراد المجتمع في مسائل تهمة مثل مكافحة الآفات الاجتماعية كالانحراف مثلا ويساهم في ترويج القيم الأساسية كما يؤدي إلى التواصل بين أفراد الجماعة الواحدة عن طريق مشاركة كل فرد على حدى في عملية التفاعل ، وكما هو معلوم إن الوقاية أكثر فعالية من علاج المشكلة بعد وقوعها ومن ثم العمل على إزالة معالمها وأثارها ، فإستراتيجية الوقاية تحتاط وتتوقع ما يمكن أن يحصل إذا توافرت شروط معينة ، فتعمل على تأمين المحيط الذي يعيش فيه الفرد بشكل يسمح له بالتكيف مع البيئة ويتألف مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده ، إذ أن تحديد استراتيجيات الوقاية والعلاج للشباب هو عملية مرتبطة بأحد العوامل المسببة للانحراف ، فضلا عن حمايتهم من التعرض لظروف الأسر المصدعة وما تجره تلك الظروف من عوامل دافعة لارتكاب بعض صور الانحراف وتجنبه لرفقاء السوء وغيرها من العوامل الاقتصادية كانت أم اجتماعية ، وبذلك شكلت ظاهرة الانحراف واحدة من المشكلات الاجتماعية التي تضافرت جملة من العلوم والفنون المعرفية إلى فهمها ، والوقوف على مسببتها بهدف تفسيرها وضبطها والتحكم فيها ، وصولا إلى التنبؤ بها ومكافحتها وكذا تحسين مستوى السلوك الإنساني ، وجعله أكثر توافقا مع المعايير والضوابط الاجتماعية باعتبارها ظاهرة تهدد الأمن الاجتماعي وتؤثر في الاستقرار داخل المجتمع .

قائمة المراجع :

- 1.عبد الباسط محمد الحسن ، أصول البحث الاجتماعي ، مكتبة وهبة ، ط2 ، القاهرة ، 1998 ، ص 308 .
- 2.نبيلة بوخيزة ، الاتصال العمومي أسس وتقنيات ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2014 ، ص 18 .
- 3.أحسن طالب ، الوقاية من الجريمة ، نماذج تطبيقية ناجحة ، مجلة الفكري الشرطي ، مجلد (6) ، العدد (3) ، الشارقة ، 1997 ، ص 12 .
- 4.محمد أبو حسان ، أحكام الجريمة والعقوبة في الشريعة الإسلامية ، مكتب المنار بالزرقاء ، الأردن ، 1978 ، ص 126 .

5. زهران وآخرون ، دراسات في علم النفس ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2002 ، ص 233.
6. الجعب نافذ ، دور الشباب في عصر العولمة ، وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية ، مديرية التربية والتعليم ، ورقة عمل مقدمة للشباب ، ثقافة الأمس وفكر المستقبل ، رفح ، 2001 ، ص 3.
7. الزيدي المنجي ، مقدمات لسوسيولوجيا الشباب ، عالم الفكر ، 2002 ، ص 27-57 .
8. سامية محمد جبار ، الانحراف الاجتماعي بين نظرية علم الاجتماع والواقع الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1998 ، ص 129 .
9. عبد المحسن بن عبد الرحمان الجحلان ، برامج الأندية الرياضية ودورها في وقاية الشباب من الانحراف ، دراسة ميدانية على الأندية الرياضية بميدان الرياض ، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب ، قسم العلوم الاجتماعية ، الرياض ، 1414-1413 ، ص 14.
10. عايش المطيري ، دور الأسرة والمدرسة في الحد من السلوك الانحرافي في مدارس منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية ، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع ، تخصص علم الجريمة ، جامعة مؤتة ، 2010 ، ص 4 .
11. معطى سولاف ، الانحراف الاجتماعي -أسباب الانحراف لدى الطلبة الجامعيين الداخلين ، إقامة 19 ماي 1956 ، مدينة وهران ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ، تخصص علم الاجتماع الهوية والتحول الاجتماعي ، جامعة وهران ، 2012-2013 ، ص 41-43 .
12. صباح عباس ، الانحرافات السلوكية الأسباب والعلاج ، دار البيان العربي للطباعة والنشر والتوزيع ، ط 1 ، بيروت ، 1993 ، ص 70 .
13. عثمان احمد سلطان ، المسؤولية الجنائية للأطفال المنحرفين ، المؤسسة الفنية للطباعة والنشر ، القاهرة ، 2002 ، ص 90 .
14. فهد بن ناصر بن سليمان الدرسوني ، الانحرافات السلوكية لظاهرة الدراوية في المجتمع الشبابي السعودي ، بحث مقدم للحصول على درجة البكالوريوس في علم الاجتماع من جامعة الملك فيصل ، قسم علم الاجتماع ، المملكة العربية السعودية ، 1434-1435 ، ص 33 .
15. جلال الدين عبد الخالق وآخرون ، الجريمة والانحراف ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2001 ، ص 142-144 .
16. بلمولود جمانة ، علاقة الأسرة بانحراف المراهق ، دراسة ميدانية بمركز إعادة التربية بولاية قسنطينة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التنمية ، جامعة قسنطينة ، 2004-2005 ، ص 83 .
17. مصطفى شريك ، علم اجتماع الجريمة والانحراف ، 2008 ، منشور على الموقع : <http://www.mostapha-chrik.maktoobblog.com> .
18. محمد صبيح نجم ، المدخل الى علم الاجرام والعقاب ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1988 ، ص 40 .
19. عدلي السمري ، سلوك العنف بين الشباب ، الشباب ومستقبل مصر ، أعمال الندوة السنوية السابعة لقسم علم الاجتماع ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، 2001 ، ص 222 .
20. يسرى أنور علي وآخرون ، علم الاجرام وعلم العقاب ، دار النهضة ، القاهرة ، 1970 ، ص 19 .
21. عمران عيسى حمود الجبوري ، الوقاية من الجريمة والانحراف ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، 2001 ، ص 223-224 .

22. عبد الله عبد العزيز اليوسف ، المفهوم الحديث للوقاية من الجريمة والانحراف ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، 2003، ص 10 .
23. مصطفى العوجي ، التربية المدنية كوسيلة للوقاية من الانحراف ، المركز العربي للدراسات الامنية والتدريب ، الرياض ، 1985، ص 214-215 .
24. مصطفى العوجي ، نفس المرجع السابق ، ص 216-217 .
25. عمران عيسى حمود الجبوري ، مرجع سبق ذكره ، ص 233 .
26. مصطفى العوجي ، مرجع سبق ذكره ، ص 218 .
27. مصطفى العوجي ، مرجع سبق ذكره ، ص 119-120 .
28. عمر التومي الشيباني ، دور المرابي ورجل الإعلام والمرشد الديني في الوقاية من الجريمة والانحراف ، جمعة نايف العربية للعلوم الامنية ، 1993، ص 23-24 .
29. عمر تومي الشيباني ، نفس المرجع السابق ، ص 25 .
30. عمر تومي الشيباني ، نفس المرجع السابق ، ص 226-227 .
31. أمال عميرات ، الاتصال الاجتماعي - العمومي وأبعاده في منهج الدعوة المحمدية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، الأردن ، 2014، ص 24-25 .
32. أمال عميرات ، نفس المرجع السابق ، ص 26-27 .
33. ادريس الكتاني ، ظاهرة انحراف الأحداث ، 1976 ، ص 196 .

الرسالة البصرية بين اللذة والقيمة البرامج الترفيهية أنموذجا

أ. شرارة حياة*
جامعة مستغانم

الملخص :

تعالج الورقة البحثية منطلقات القيم المتضمنة في "برنامج رامز" لكل مواسمه الخمسة وطريقة تقديمه المحتوى الترفيهي، وتعمل الورقة على رصد التحول التدريجي لسلم القيم على مر السنوات ضمن الصناعات الإعلامية جاعلة من هذا البرنامج نموذجا للدراسة، حيث سنحاول رصد التحولات نحو مختلف القيم الأخلاقية والدينية والاقتصادية والسياسية والجمالية منطلقين من تحليلات تتصل بموقف فلسفة البرنامج القائمة على الإثارة والتجارة وتسويقه لمناطق معينة مثل مصر ودبي، من جهة أخرى سنتناول بعض الشخصيات التي استضافها البرنامج وردود أفعالهم كإشارات يمكن من خلالها فهم قيمة الخصوصية واحترام المواقف الوجدانية، هذا الأمر الذي استدعى منا أن نقف أمام هذا الرأسمال الرمزي الجديد على الساحة الإعلامية وقفة قيمية أخلاقية دينية ومدى مراعاة هذا الرأسمال الرمزي للرأسمال القيمي الذي يمتلكه الجمهور المشاهد ، سيتم استخدام أداة تحليل المضمون، ومنه تحليل الصورة (التحليل السيميائي) لعينة من خمسة عشرة حلقة على الأقل من هذا البرنامج يتم اختيارها بطريقة عشوائية منتظمة، بواقع ثلاث حلقات من كل موسم من السنوات الخمسة الماضية. وستتم المعالجة في ضوء منظور الحتمية القيمية ونظرية الغرس الثقافي.

الكلمات المفتاحية : الرسالة البصرية - القيم ؛ البرامج الترفيهية التلفزيونية ؛ المتعة البصرية ؛ العنف الرمزي.

Abstract : This paper treats the values included in "Ramez program" over its five seasons and the way it provides entertainment content. The article also examines the gradual transformation over the years into the media industries, making this show a model for the study by observing the moral, religious, economic, politics, and esthetic values, starting from the analyzes related to the program's philosophy of excitement, trade, and marketing to certain areas such as Egypt and Dubai. Moreover, the reactions of many characters hosted by the show will be addressed as signs that would demonstrate the program's executer's

attitude toward privacy value and emotional reactions which require standing in front of this new symbolic capital in the media arena. The content analysis will be used and therefore the semiotic analysis of a sample of at least fifteen episodes of this program. The sample is going to be selected randomly, with three episodes of each of the past five seasons to be treated.

Key words: Visual message, values, visual pleasure, symbolic violence.

إشكالية الدراسة:

بدأت اللغة البصرية تصنع طريقها في الساحة الثقافية، كمنحى مهم للتأثير وتقوية حصانة المتابعين من جهة والتلاعب أحيانا بعاطفة المشاهد لدرجة جعلت البعض يطلق على هذا العصر "بعصر الصورة" ويصف المجتمع الحالي "بمجتمع الاستعراض" والحضارة الحالية "بحضارة المشهد" مثلما قال المخرج الراحل ريتشارد بروكس: (فالصورة تأتي أولا ومع أن الصور كالموسيقى يكون رد الفعل الرئيسي عاطفيا)¹، الخطاب البصري في التلفزيون يعد وسيطا تعبيريا حاملا لعناصره السمعية والمرئية وفاعلا مؤثرا في ذاكرة المتلقي، على وفق أنساق متعددة من الأشكال والتمثيلات هدفها الإقناع والترفيه والتأثير والإمتاع والمعرفة وهذا الخطاب لن يمر على المتلقي دون عناء فتعدد الأشكال وتقنيات العرض الصوري وتنوع المضامين المستمدة من اختلاف العقائد والمفاهيم والأفكار والتصورات قد تصل أحيانا إلى التقاطع والصراعات بما ينعكس على شكل الشاشة ونظرية التلفزيون، الأمر الذي يحفز إلى معرفة الكيفيات التي يصنع بها الخطاب سمعيا ومرئيا في التلفزيون والذي يشكل رافدا كبيرا ومؤثرا في مساحة الخطاب الثقافي العربي في وقتنا الحديث ويتجلى الخطاب البصري كأحد روافد الخطاب الثقافي بكثرة تحشيد مقتنيات الصورة من تقنيات ومعالجات حركية تسترشد بالقيم الجمالية ومنظور العلامات الفاعلة فيها، في أنساق ومقاربات تشكل عالم بناء الصورة كوسيط للخطاب البصري، من هذا نجد التلفزيون محطة صورية جارية تواجه المتلقي على مدار الساعة لتحقيق معه تواصل عبر خطابها البصري²، إذ يعد التلفزيون مركز الجاذبية البصرية الذي يشتغل على استمالة الجمهور في عرض برامج متعددة ذات المساس بحياة الفرد والمجتمع وبشكل آني سواء كانت بنقل الأخبار أول بأول أو بتسجيل وعرض البرامج والمسلسلات التلفزيونية والأفلام.

يعتبر التلفزيون أحد أبرز الوسائل الجماهيرية التي تقدم مضامين بالصوت والصورة سعيا إلى تحقيق أكبر قدر من المتابعة ولأنه أيضا كان ولازال يعد من الوسائل الترفيهية التي أصبحت أساسية وتجتثم في عقر أي منزل فقد تزايد تأثير برامجه أخذا بالاعتبار عامل التكرار وحالة الاسترخاء التي تصاحب دائما مشاهدة التلفزيون في المنازل خصوصا إذ يسهل على المشاهد تقمص بعض الشخصيات والأدوار التي يتلقاها من التلفزيون، ومن هنا يخشى أن يطال التأثير في المنظومة القيمية والثقافية للمشاهدين وهذا أخطر مستويات التأثير والذي يعد العنف بتدرجاته أخطر تلك المستويات، فمن المعروف أن مسألة تأثير العنف في التلفزيون ما زالت موضوعا للجدل والاختلاف وتعدد وجهات

النظر حول ذلك، ومن العنف الجسدي في أبسط صوره إلى العنف اللفظي في أعقد صوره وربما العنف البصري أيضا ونحن بصدد برنامج تلفزيوني يعتمد على التخويف والفرع والإثارة كأساليب ترفيهية وتسويقية، ويبقى العنف ظاهرة معقدة تتشابك فيها الكثير من العوامل والمسببات تتراوح بين الجوانب النفسية والاجتماعية والنفس -اجتماعية وتتقاطع فيها العديد من الميادين من السياسية إلى الاقتصاد إلى التربية كما تساهم فيها العديد من المؤسسات الاجتماعية من الأسرة المصدر الأول للقيم، والمدرسة التي هي الحاضن الأساس لثقافة السلم إلى المؤسسات الإعلامية بصفتها أهم المؤسسات .

تتبع خطوات مشاهدة برامج العنف في التلفزيون، من كون عنف التلفزيون ينتقل للمشاهدين بالعدوى أو التقليد وفق ما جاءت به نظرية التقليد والمحاكاة التي نادى كل من تارد (Gabriel Tarde) و "ألبرت باندوره (Bandura)" ، حيث يقول (تارد) في كتابه (قوانين التقليد) إن عامل التقليد يساعد الأفراد والجماعات على بلورة ونشر العادة الدارجة في المجتمع، وبذلك يصبح التقليد بمثابة العدوى الاجتماعية التي تنتقل انتقالا سريعا من فرد أو جماعة إلى جماعة أخرى 3 . وقد سلطت نظرية الغرس الثقافي الضوء على التأثير الكبير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام خصوصا التلفزيون الذي يقدم صورا متكررة للمشاهد، ويبرز نموذج أو مفهوم التقمص الوجداني من مفاهيم الغرس الثقافي ويعرف بأنه العملية التي نتوصل بمقتضاها إلى توقعات الحالات السيكولوجية الداخلية للإنسان ويعرف أيضا بأنه قدرة الفرد على تقمص مشاعر الآخرين أي فهم دور شخص آخر دون أن يفقد هذا الفرد شعوره بذاته، حيث تنمي وسائل الإعلام القدرة على التقمص الوجداني لدى الأفراد، لأنها تجعل التحرك النفسي يحل محل التحرك المادي الفعلي 4.

من هنا يبدو تأثير التلفزيون في تقديم شخصيات وأحداث العنف لأن نسبة من المشاهدين ستقوم بعملية التقمص الوجداني، مما سينعكس في قيمها وسلوكها في المستقبل، خصوصا مع تكرار التعرض لصور ومضامين مشابهة، بينما تؤكد بعض النظريات المعيارية أن الرسالة الإعلامية ينبغي أن ترتبط بالقيمة لتكون الأثر الإيجابي لها، وهذا ما تنادي به نظرية الحتمية القيمية، لكن في ظل الانتشار للبرامج التي تمارس العنف الرمزي لضيوفها وحتى لجمهورها المشاهد والتي تتسابق إلى كسب رضا المتلقي ينفلت معيار القيمة من تلك البرامج ليصبح هدفها الأساس التخويف والترهيب والضرب والشتيم وحتى القتل في بعض الأحيان مستغلا بذلك ثقة مربي الدعوة لذلك البرنامج ومن جهة أخرى مشاعره الإنسانية، متناسين النتائج الوخيمة النفسية التي يلحقها به.

تشهد قنوات التلفزة العربية اليوم موجة ضخمة من البرامج التي تتسابق إلى كسب رضا المشاهد خصوصا في شهر رمضان الكريم،،، وتتنوع تلك البرامج حسب طبيعتها وطرق إنتاجها حيث تبرز البرامج الترفيهية التي تتخذ طابع المقلب، إذ أصبح بعضها يعاني من الانفلات الأخلاقي والمهني، ويعد برنامج مقلب رامز التي تبثه قناة MBC نموذجا صارخا على الانفلات الأخلاقي والمهني للمضامين الترفيهية في رمضان، ، وهو في نسخته ال خامسة 2017 جاء بعنوان "رامز تحت الأرض"، وقد أثرت

حول هذا البرنامج الكثير من الاستفهامات على مدى السنوات الثلاث الماضية، في ظل غياب مبادئ المسؤولية الأخلاقية للإعلام وتجاوز على المنظومة القيمية السامية للمجتمع.

نحاول من خلال هذه الدراسة تحليل ما جاء به برنامج المقالب للمدعو جلال رامز طيلة سنوات بثه الخمسة لثلاثة أسباب أساسية: يرجع السبب الأول لما وصل إليه البرنامج من نسب عالية من المشاهدة في الشهر الكريم من مختلف الدول العربية، والسبب الثاني الطريقة المنتهجة في صنع البرنامج أو فكرة البرنامج بحد ذاتها ومدى غرابتها واستحالة تصديق الضيف انه واقع في كمين دون أن ننسى المكان أو المنطقة التي يجري فيها البرنامج وكيف يسوق لها بشكل مباشر، أما السبب الثالث: تغييب القيم الايجابية في البرنامج واستبدالها بأخرى تقوم على الإثارة الغرائزية والألفاظ البذيئة الرموز الغربية وغيرها مما ينافي تماما تعاليم الدين والشريعة الإسلامية وكذا المعايير المهنية والأخلاقية والتي أصبح المتلقي يطلب مشاهدتها لكونها خارجة عن المؤلف وتستدعي الغرابة وهذا ما يسمى بـ "جمالية الصدمة" 5.

أمام تلك المشاهد المثيرة للجدل والداعية للشجب وحتى الاستنكار في بعض الأوساط المعنية من الباحثين والإعلاميين وفئات من المشاهدين العاديين حول التجاوزات القيمية والمهنية في برنامج الإثارة الرمضاني "رامز" على قناة mbc طرح تساؤلنا الرئيس والذي جاء كالتالي: ما التجاوزات القيمية في برنامج الترفيه الرمضاني "رامز" على قناة MBC وما مدى تحقيقه لعنصر المتعة البصرية للجمهور المشاهد؟

تمخض عن إشكالية الدراسة ستة أسئلة تتضمن الأهداف البحثية وهي كالتالي:

- 1- ما طبيعة المواضيع التي تناولتها حلقات البرنامج في نسخته الخمسة؟
- 2- ما طبيعة القيم الطاغية والمتداولة في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة؟
- 3- ما أساليب الإثارة البصرية المستخدمة في برنامج رامز في نسخته الخمسة؟
- 4- ما التجاوزات المهنية في برنامج رامز في نسخته الخمسة؟
- 5- ما أساليب الإثارة المستخدمة في برنامج رامز في نسخته الخمسة؟
- 6- ما أشكال العنف التي يلاحظها المشاهد في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من خلال ما تثيره من تساؤلات حول أهمية تضمن البرامج الترفيهية التلفزيونية وبرامج القوالب على وجه الخصوص لمعيار القيم كنموذج يقتدى به في ظل الفضاءات المفتوحة والاختراق الثقافي والتقليد الغربي وكذا رصد شتى التغيرات التي ظهرت لدى المشاهد عند مشاهدته للمضامين الترفيهية كتغير الذوق الجمالي والبحث عن الغريب وغير المؤلف الذي صار ضالة المتهافتين على مثل هذه المضامين (جمالية الصدمة)، فالمتعة البصرية أضحت عنصر فرجوي يتبناه المشاهد.

مفاهيم الدراسة:

الرسالة البصرية (الخطاب البصري): الخطاب discourses من الفعل خطب، والاسم خطب وهو الشأن والأمر صغر أم عظم، وقيل هو سبب الأمر، ويقال ما خطبك؟ أي ما أمرك؟⁶، أما اصطلاحاً: شاع في الإعلام والسياسة والأدب والفن، وهو ينضوي ضمن نظام اللغة وقواعدها ونحوها، وقد احتل مساحة في أغلب الدراسات والأبحاث المتعلقة بالجمالي وتحليل النصوص وحمل هدفاً تواصلياً ضمن بنية قائمة على العلاقة التخاطبية بين طرفين وقد اختلف النقاد والمؤلفون في وضع تعريف خاص به يمثل الدلالات التي يحملها، فيقول مايكل ستابز: أن وحدة خطاب محدد يمكن تعريفها من حيث البناء أو الدلالة أو الوظيفة،⁷ "إن استخدام التلفزيون المكثف لأسلوب الخطاب المباشر وضروب سرد المقاطع والمدى الواقعي للتلفزيون وطابعه الدرامي والصحفي وأحداثه غالباً ما تكون تأثيرات خادعة، استطاع بذلك تحقيق تأثير سياسي مباشر داخل هذا المنظور"⁸.

والخطاب البصري حسب جيرالد برنس: يحتوي على - مادة - وسيط للإظهار، شفاهي أو لغة مكتوبة، صور ثابتة أو متحركة إيماءات، "وشكل" يتألف من مجموعة تقريبات سردية والتي تقدم القصة بشكل أدق وتتحكم في تقديم تتابع المواقف والوقائع ووجهة النظر التي تحكم هذا التقديم وإيقاع السرد ونوع التعليق⁹.

ونقصد به في هذه الدراسة : الصورة بما تحمله من معاني ودلالات، والذي تترجم على شكل إيقونة سمعية بصرية، والمتمثلة في المضامين والمواد التلفزيونية بجميع قوالبها والغاية منه إيصال معنى أو فكرة في قالب فني جمالي.

القيم: هي ما يسمو بالفرد ويرفعه من معاني مدركة أو مستنبطة من النص القرآني، السيرة النبوية، النصوص المرجعية التي أنتجت الحضارة العربية الإسلامية¹⁰. عرفها عبد الرحمان عزي بأنها ما يسمو في المعنى وما يعلو عن الشيء للارتباط بالمعاني الكامنة في الدين¹¹، ولقد عرف كل من بارك ويبرجس القيمة "على أنها أي شيء قيمته قابلة للتقدير" أما ماكس فيبير فأشار إلى القيم أنها "مجموعة التصديقات السيكلوجية المتولدة على الاعتقاد الديني والممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي الذي يلتزم به الفرد"¹².

ونقصد بالقيم في هذه الدراسة: مجموعة المبادئ والسلوكيات والأساليب والمعايير السلبية والايجابية المستخدمة في البرنامج والتي تشكل منها والتي مست شكل البرنامج ومقدميه وضيوفه والتي تحكم سلوكهم وتوجهه.

العنف الرمزي:

أبسط تعريف له هو إلحاق الأذى بالآخر، وفي اللغة العربية يشتق العنف من مادة عنف حيث يقال عنف به أو عليه أي أخذه بشدة وبقوة، فهو عنيف، والعنف في لسان العرب هو الخرق بالأمر وقلة الرفق به وعليه، وأعنف الشيء أي أخذه، والتعنيف هو التفرغ واللوم¹³، أما في معجم كامبريدج لعلم الاجتماع، فجوهر العنف هو إلحاق ضرر جسدي أو إيذاء شخص لشخص آخر وتشمل أشكال

العنف حسب القاموس الضرب والاعتصاب والتعذيب والقتل وبطبيعة الحال تتمايز أشكال العنف هذه عن الأشكال الغير المادية للسلطة الاجتماعية من إكراه أو قوة أو إيديولوجيا أو قوة اجتماعية والعنف هو التعبير الأكثر تطرفا عن القوة باحتوائه على أقصى مكان القوة الكلية التدمير المادي لفاعل اجتماعي من طرف آخر، 14. عبر عنه عالم الاجتماع بيير بورديو* " أنه فرض المعاني الذي يمارسه الفاعلون الاجتماعيون من كاهن وقديس وداعية ومدرس ونفساني وغيرهم 15، ويتحدث بيير بورديو عن العنف الرمزي الذي هو عنف غير فيزيائي يتم أساسا عبر وسائل التربية وتلقين المعرفة والإيديولوجيا، وهو شكل لطيف وغير محسوس من العنف، وهو غير مرئي بالنسبة لضحاياهم أنفسهم. وينتقد بورديو الفكر الماركسي الذي لم يول اهتماما كبيرا للأشكال المختلفة للعنف الرمزي، مهتما أكثر بأشكال العنف المادي والاقتصادي. كما أشار بورديو إلى أن العنف الرمزي يمارس تأثيره حتى في المجال الاقتصادي نفسه كما أنه فعال ويحقق نتائج أكثر من تلك التي يمكن أن يحققها العنف المادي أو البولييسي؛ وغني عن البيان أن العنف الرمزي يمارس على الفاعلين الاجتماعيين بموافقتهم وتواطئهم. ولذلك فهم غالبا ما لا يعترفون به كعنف؛ بحيث أنهم يستدمجونه كبديهيات أو مسلمات من خلال وسائل التربية والتنشئة الاجتماعية وأشكال التواصل داخل المجتمع.، وقد يكون هذا أحد أسباب الإقبال الكبير على برنامج رامز الذي من الواضح أنه يستحوذ على نسبة لا بأس بها من المشاهدة في مختلف الدول العربية خصوصا مصر، ومن هذه الزاوية يمكن- وحسب بورديو- فهم الأساس الحقيقي الذي تستند إليه السلطة السياسية في بسط سيطرتها وهيمنتها؛ فهي تستغل بذكاء التقنيات والآليات التي يمرر من خلالها العنف الرمزي، والتي تسهل عليها تحقيق أهدافها بأقل تكلفة وبفعالية أكثر 16. فالعنف الرمزي حسب بيير بورديو هو عنف يمارس بتواطؤ ضمني من قبل هؤلاء الذين يخضعون له وأولئك الذين يمارسونه بالقدر الذي يكون فيه أولئك كما هؤلاء غير واعين ممارسة هذا العنف أو الخضوع له 17.

هكذا يتبين أن العنف يتخذ شكلين رئيسيين؛ الأول هو العنف المادي و مظاهره المختلفة، والثاني هو العنف الرمزي الذي بين بورديو بعض وسائله ومدى فعاليته في تثبيت دعائم الدولة والسلطة السياسية. ومن هذا المنطلق تتجسد استحالة التكلم عن مجتمع إنساني يخلو من ظاهرة العنف فهو ظاهرة ملازمة للإنسانية منذ الأزل.

ونقصد بالعنف الرمزي في هذه الدراسة: مختلف الممارسات والأشكال العنيفة الجسدية واللفظية والجنسية والرمزية التي تمارس عبر برامج التلفزيون متخذة من الترفيه واللعب والهزل معيارا لها.

البرامج الترفيهية التلفزيونية:

تتعدد أنواع المضامين التي يقدمها التلفزيون ويمكن أن نقسمها إلى نوعين رئيسيين من المضامين وهي المضامين الجادة والمضامين الترفيهية وتندرج كل المواد التي تعرض تحت هذين الإطارين وعليه تعرف البرامج التلفزيونية بشكل عام على أنها "أحد الأنواع الإعلامية التي تسعى إلى نقل المعلومات التي

تهم الجمهور ونشرها في وقت معين عن طريق استخدام تقنية البث التلفزيوني المعتمدة على الصوت والصورة" 18، ومن هنا يمكن تعريف البرامج الترفيهية أو برامج الكوميديا : أنها النوعية التي تختص بما يعرض من مواد فكاهية في فترات الاستراحة او الانتقال من برنامج لبرنامج مثلا أو تكون مضمونا بذاتها كالمسرحيات الكوميديية والأفلام الكوميديية والمسلسلات الكوميديية وتدخل هذه النوعية في الإطار الترفيهي 19.

ونقصد بالبرامج التلفزيونية الترفيهية في هذه الدراسة كل أنماط النشاطات التي تخرج النطاق الجاد والتي تعتمد على المزاح والإثارة والهزل متخذة صفة الخداع والضرب والشتم والترهيب كمظهر لها في سياقات المنفعة والترفيه والتي تمارس على الأشخاص وحتى على الجمهور المشاهد مستغلة المشاعر الإنسانية لهم.

المتعة البصرية (اللذة):

ترتبط المتعة الجمالية مع ذائقة المتلقي وذلك عندما تندمج الرؤية البصرية بما تحمله من دلالات على شكل خطاب بصري يجعل المشاهد مندفعاً إليها ومستمتعاً في رؤيته للمضمون المشاهد. تؤكمن جمالية الصورة في أنها تظهر الشيء من وجهة نظر خاصة وبأكثر الطرق تميزاً وأيضاً التصوير من جهة غير مألوفة للمتفرج إضافة إلى أن الأشياء غير الهامة تخفى كلها أو جزء منها ومن ثم تأكيد الأشياء الهامة 20، وهذا ما يسمى بزواية التصوير فهذا التحديد نفسه يتيح الفرصة الفنية لجعل الحدث الخاص الجاري تصويره يؤدي فكرة معينة باعتبارها وصفا سيكولوجيا للطريقة التي صور بها المنظر إن اختيار الزاوية تجعل المتفرج ينتهي إلى رؤية الشيء المألوف وكأنه شيء غير مألوف، فإذا أحسن اختيار الزاوية فانه سيزيد اهتمام المتفرج 21، ويمكن استحضار المتعة البصرية من خلال المتلقي عن طريق المسافة الجمالية ويمكن أن تعرف على أنها " الفرق بين كتابة المؤلف وأفق توقع القارئ، بمعنى أنها المسافة الفاصلة بين التوقع الموجود لدى القارئ والعمل الجديد 22، ويمكن الحصول عليها من استقراء ردود أفعال القراء على الأثر، أي من الأحكام النقدية التي يطلقونها عليه والآثار الأدبية الجيدة هي تلك التي تمنى انتظار الجمهور بالخيبة، إذ الآثار الأخرى التي ترضي آفاق انتظارها وتلي رغبات قرائها المعاصرين هي آثار عادية جداً لأنها نماذج تعود عليها القراء 23، وعلى هذا يمكن تمييز ثلاثة أفعال لدى القارئ 24:

الاستجابة: ويترتب عليها الرضا والارتياح لأن العمل الأدبي يستجيب لأفق توقع القارئ وينسجم مع معايير الجمالية

التغيب: ويترتب عنه الاصطدام لأن العمل الأدبي قد خيب أفق توقع القارئ فيخرج من المألوف إلى الجديد.

التغيير: أي تغيير الأفق المتوقع.

وتعتمد المتعة الجمالية على عناصر منها: 25.

- فعل الإبداع: أي المتعة الناجمة عن استخدام المرء لقدرته الإبداعية الخاصة.
- الحس الجمالي: وتشير إلى اعتماد الإبداع على التلقي.
- التطهير: وهي الخبرة الجمالية الاتصالية التي تنتج لذة العواطف المثارة بواسطة البلاغة أو الشعر، وهما القادران على تعديل اقتناعات المتلقي وحركته .

ونقصد بها في هذه الدراسة عنصر جمالية المشاهدة في البرنامج الترفيهي لما يحمله من كادرات بصرية شاهقة التأمل، يستوجب إمكانات سردية وتكوينات مشهدية تثير الذائقة الجمالية لدى المتفرج وهذا ما يزيد من إثارة مشاعره واستحضار القيم المخزنة لديه عن المضمون كالرضا، وتشعره بالتشويق واللذة، بحيث يحس المتفرج باللمسة الخاصة ومتعة المشاهدة للبرنامج .

منهج الدراسة:

لقد تم اختيارنا للمنهج المسحي من خلال اعتمادنا على طريقة المسح بالعينة والتي تظهر في مجموع المضامين الإعلامية، ويعرف " أنه المنهج الذي يقوم على توثيق الوقائع والحقائق الجارية الخاصة بالظاهرة المدروسة عن طريق الوصف التصويري لها، لذا فإن العديد من الباحثين يعتبرون الدراسة الوصفية دراسة منهجية في أساسها 26 حيث تم اختيار هذا المنهج باعتبار أن دراستنا "تفرض اختيار طريقة المسح بالعينة بكونها منهجا ملائما لها والذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على البيانات والمعلومات والأوصاف عن الظاهرة موضوع الدراسة، ولعل ما أكد عليه سمير محمد حسين حول تعدد المجالات التطبيقية للدراسات الإعلامية التي تستخدم منهج المسح منها "مجال مسح المضمون الإعلامي من خلال القيام بتحليل محتوى وسائل الإعلام من الجوانب المختلفة كالموضوعات ومصادر المادة الإعلامية، واتجاهات المضمون الإعلامي.. الخ" 27، هذا ما جعلنا نتخذ المنهج المسحي لهذه الدراسة التحليلية من خلال مسح مضامين والقيم المتضمنة لسلسلة برنامج القوالب والإثارة الرمضاني رامز والتجاوزات القيمية والمهنية به.

أداة الدراسة:

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات والمعلومات من الواقع أو من الوحدات المدروسة وتوجد في إطار العلوم الاجتماعية عامة وعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع المعلومات والحقائق، وذلك عند استخدامه لمنهج معين. وعليه فإن تحليل المضمون هو الأداة الأكثر مناسبة لتحليل محتوى إعلامي من الألفاظ أو النصوص وحتى الصور، لأنه يتضمن طرقا للتحليل واستخراج المؤشرات الإحصائية حول هذه الوحدات المدروسة. حيث يعرف أنه " أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال" 28 ، وعلى هذا الأساس اعتمدنا على أداة تحليل المضمون بمراحله الأساسية، وهذا ما توافق

مع الإشكالية والأسئلة المطروحة، كما يمكننا التعامل مع مضامين البرنامج محل التحليل واستنباط أهم القيم المتداولة فيه.

تحديد وتصنيف وضبط الفئات:

إن عملية وضع الفئات هي من بين الأسس التي يقوم عليها تحليل المضمون وهي تتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء أخرى ذات سمات وصفات مشتركة 29، وعليه تم تحديد هذه المرحلة من مراحل تحليل المضمون وفق معطيات سابقة تنبني على إشكالية البحث وتساؤلاته وأهدافه المسطرة ومؤشرات العينة وإطارها الزمكاني بالإضافة إلى مؤشر رئيسي آخر يتمثل في التحليل المبدئي (الاستكشافي) الذي من خلاله أسسنا قاعدة لطرح المواضيع ونوعها وطبيعتها وسياقها، وعمل به اعتمادنا على كل من فئات المضمون والشكل وذلك للإحاطة بالشكل الكاف للأسئلة المطروحة والأهداف المراد تحقيقها، أما مسألة الضبط فتتعلق بالمفهوم الإجرائي لكل فئة حيث سلطنا الضوء على جميع مؤشراتنا التي يعكسها البرنامج ومن هنا نتضح هذه الفئات في:

فئات المضمون (أو فئة ماذا قيل؟): وهي المرتبطة بمضمون البرنامج والمتعلقة أساسا بالفئات التالية:

1-1: فئة الموضوع: تفيدنا في الكشف عن مختلف المواضيع التي تناولها البرنامج طيلة سنوات بثه الخمسة وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس أهمية كل موضوع عن الآخر لذلك اخترناها كفئة رئيسية للتحليل وقد قسمناها إلى فئات فرعية على الشكل التالي :

المواضيع الفرعية	المواضيع الرئيسية
زيارة قبور الفراعنة	مقلب عنخ أمون وعودة المومياء إلى الحياة
اجراء حوار صحفي	
الترويج السياحي عن طريق الفنانين المدعومين	
دعوة الفنانين إلى برنامج نجوم المونديال في وسط السفينة	مقلب غرق القارب في البحر وخروج القرش
استضافة الفنانين العرب والاجانب افتتاح الفندق ومول دبي	مقلب تعطل الطائرة في السماء واسقاط الركاب
ركوب الطائرة والتعريف بالمنطقة الخليجية	
الترويج السياحي للمغرب والتسويق للخدمات الفندقية	مقلب اشتعال النار في الفندق وانغلاق الغرفة
دعوة الفنانين إلى مقابلة صحفية للرد على اسئلة المعجبين في فندق كزابلانكا	
التسويق للمنطقة العربية البدوية الصحراوية	
زيارة دبي واجراء حوار تلفزيوني للحديث عن الفن وجديدهم	مقلب تعطل السيارة وسط الصحراء وغرقها في الكثبان الرملية وخروج السحلية العملاقة

جدول يبين الفئات الرئيسية والفرعية لعينة الدراسة

1- فئة القيم: تفيدنا في التعرف على مختلف القيم التي تناولها البرنامج بمواسمه الخمسة وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس أهمية كل قيمة عن الأخرى. وجاءت كالتالي: قيمة الإقناع- الخداع والكذب- الإيحاء بالإثارة والجنس- الاستهتار- الإيمان والإستغفار- الترهيب وإثارة الرعب.

3-1: فئة التجاوزات المهنية: تفيدنا في استكشاف هذه التجاوزات وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس مدى استخدام كل تجاوز مهني أكثر من الأخر. وهي: الخراب والدمار- استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب- التعدي على الخصوصيات- إظهار عورات الضيوف- خداع الضيوف.

2- فئات الشكل (أو فئة كيف قيل؟): وهي المرتبطة بشكل البرنامج وقد انحصرت بدورها في فئتين: 1-2: فئة أساليب الإثارة: تفيدنا في استكشاف أساليب الإثارة المنتهجة في البرنامج وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس مدى استخدام كل أسلوب أكثر من الآخر والتي تفرعت إلى أساليب الترهيب والتخويف - أساليب السخرية والإدانة والرفض - أساليب الاستفزاز والانتهازية أساليب التبرئة والتهديئة، أساليب التضخيم والتفخيم والمفاجئات .

2-2: فئة أشكال العنف: تفيدنا في البحث عن أشكال العنف المسيطرة في البرنامج وترتيبها عن طريق التكرار الذي يعكس مدى استخدام كل شكل أكثر من الأخر. وقد انحصرت في الشتائم المسموعة- الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج- البكاء الهستيرى- الضرب- الخوف والفزع- المطاردة - الكلمات النابية - الصراخ المرتفع.

3- وحدات التسجيل ووحدات العد: هي نفسها وحدات التحليل 30، وتعد الحلقة الواحدة من البرنامج وحدة تحليل أساسية يجري من خلالها استخراج فئات التحليل ووحدات العد ، أما وحدات العد في هذه الدراسة سنعتمد على وحدتي الكلمة، والصورة معا، باعتبار أننا بصدد تحليل برنامج تلفزي بصري إضافة إلى الصوت المسموع.

التعريف الإجرائي لفئات التحليل:

فئات المضمون:

1/ فئة الموضوع: تمثل هذه الفئة مجموعة المواضيع المطروحة التي عرضتها مضامين البرنامج عبر مواسمه الخمسة والتي تدور حولها أحداث الحلقة أو الحصة الواحدة وهي المعروضة في الجدول أعلاه.

2/ فئة القيم: ونقصد بها مجموع القيم الطاغية أو القيم الظاهرة في البرنامج في مواسمه الخمسة هي كل ما يعبر عن معتقدات الشخص من خلال إشارات بالفعل أو القول أو الرمز كلغة الجسد التي تصدر عن أي من المشاركين في البرنامج. مثلا الاستهتار ويعبر عنه بالضحك، الكذب ويعبر عنه بالقول أو الإشارات الجسدية، الخداع ويعبر عنه بالقول.. الخ

3/ -فئة التجاوزات المهنية: ويقصد بها الممارسات التي لا تتفق مع أخلاقيات الإعلام سواء في الأقوال أو الأفعال أو الصور. مثل: خداع الضيوف، إظهار عورات الضيوف، التعدي على الخصوصيات

فئات الشكل:

1/- فئة أساليب الإثارة المستخدمة: ويقصد بها الأساليب التلفزيونية البصرية والأخرى الشفهية أو الخطابية أو السلوكية التي يستخدمها الفاعلون في البرنامج التي تجلب متعة المشاهدة وال قصد منها زيادة الإثارة. مثل: المخاطرة، الاستفزاز، إثارة الرعب..

2/ فئة أشكال العنف: ويقصد بها أي شكل من أشكال العنف الجسدي أو اللفظي التي يمارسها المشاركون في البرنامج مثل: الضرب، المطاردة، الصراخ المرتفع. الشتائم، الكلمات النابية.. الشتائم المحذوفة في الحلقة التي قص صوتها في عمليات المونتاج.

مجتمع الدراسة وعينته :

يعتبر مجتمع البحث خطوة مهمة من خطوات البحث حيث يتطلب أن يحدد المجتمع الذي يود إجراء الدراسة عليه وهذا له علاقة بالتحديد الزماني والمكاني للبحث 31 ، وهو جمع محدود وغير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المدروسة 32، وعليه يتمثل مجتمع الدراسة في كافة حلقات برنامج رامز الذي اتخذ أسماء متعددة في كل نسخة على مدى الأعوام الخمسة الماضية وهي (رامز عنخ أمون، رامز قرش البحر، رامز واكل الجو، رامز يلعب بالنار، رامز تحت الأرض)، خلال شهر رمضان المبارك، وهذا يعني وجود حوالي (120) حلقة.

أما العينة والتي تعبر عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث 33 فقد تم اختيارها وفق طريقة العينة العشوائية المنتظمة Systemic random sample- Échantillon aléatoire systématique. وهي الطريقة التي توفر للبحث إمكانية تعميم نتائجه على الوحدات الأخرى في مجتمع الدراسة. وبهذا تمكنا من تنوع عينتنا حيث اشتملت على خمس مواسم كما سبق الذكر، ومن هنا تم اختيار عينة ممثلة للدراسة تكونت من 15 حلقة بواقع 3 حلقات من كل موسم وحصرتنا العينة في هذا العدد نظرا للحجم الهائل من الحصص وكذلك لتشابهها وتمائلها ، وقد تم تحديد رقم المفردة الذي يتم سحبه من طول المجموعة عن طريق القرعة وتمثلت في الرقم 9 حيث اقتصر اختيارنا للفترة ما بين شهر ماي عام 2017 وشهر جويلية من نفس السنة أي ما يعادل فترة ثلاث أشهر كمدة زمنية تم فيها اختيار العينة حيث يبرز اختيار هذه الفترة لمبدأ أساسي تمثل في أن البرنامج يتم عرضه في شهر رمضان. وباختصار فإن الجدول التالي يوضح المجال الزمكاني لعينة دراستنا ومجموع أعدادها حسب كل موسم:

اسم البرنامج	تاريخ البث	عدد الحصص
رامز عنخ أمون	18 جويلية 2013	3
	27 جويلية 2013	
	06 اوت 2013	
رامز قرش البحر	7 جويلية 2014	3
	16 جويلية 2014	
	25 جويلية 2014	
رامز واكل الجو	26 جوان 2015	3

	05 جويلية 2015	
	14 جويلية 2015	
3	14 جوان 2016	رامز يلعب بالنار
	23 جوان 2016	
	02 جويلية 2016	
3	4 جوان 2017	رامز تحت الأرض
	13 جوان 2017	
	27 جوان 2017	
15		المجموع

- جدول يوضح عينة الدراسة ومجموع أعدادها -

- عرض النتائج والبيانات:

- 1 - التعريف ببرنامج رامز للمقالب: هو برنامج فكاهي ترفيهي احترافي، يستضيف الفنانين والممثلين لغرض وضع مقالب لهم له شعبية كبيرة في مصر وكل الدول العربية يعرض في شهر رمضان الكريم على الساعة السادسة بتوقيت القاهرة ويعرض في قناتي mbc و mbc مصر.
- جدول رقم 01 يوضح : المواضيع الرئيسية المطروحة في البرنامج في نسخته الخمسة.

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع الرئيسية
20	3	مقلب عنخ أمون وعودة المومياء الى الحياة
20	3	مقلب غرق القالب في البحر وخروج القرش
20	3	مقلب تعطل الطائرة في السماء وإسقاط الركاب
20	3	مقلب اشتعال النار في الفندق وانغلاق الغرفة
20	3	مقلب تعطل السيارة في وسط الصحراء وغرقها في الكتبان الرملية وخروج السحليا
100 %	15	المجموع

تشير البيانات الموضحة في الجدول أعلاه إلى مجموع المواضيع الرئيسية المطروحة في مضامين برنامج القوالب الرمضاني رامز طوال المواسم الخمسة، حيث جاءت النسب متساوية تماما حسب عدد البرامج التي تمثلت في ثلاث حصص من كل موسم ممثلة بذلك العينة المنتظمة البسيطة التي اتخذناها في بحثنا هذا وتمثلت النسبة في 20% من كل موضوع، حيث نلاحظ من خلال هذه البيانات التماثل الموجود بين النسب وهذا راجع لطبيعة البرنامج الموحدة التي تتخذ طابع الإثارة والعنف بصفة متكررة في كل أعداد البرنامج وكذا العينة المختارة وهي العينة المنتظمة والتي فرضت علينا اختيار الحصص بهذا الشكل.

جدول رقم 02: يمثل أهم المواضيع الفرعية المطروحة في البرنامج في نسخته الخمسة :

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المواضيع الفرعية
5	3.59	3	زيارة قبور الفراغنة
5	3.59	3	اجراء حوار صحفي مع الفنانين
4	10.58	9	الترويج السياحي لمصر عن طريق الفنانين المدعوين
5	3.59	3	دعوة الفنانين إلى برنامج نجوم المونديال في وسط السفينة
3	16.47	14	استضافة الفنانين العرب والأجانب إلى افتتاح الفندق ومول دبي
2	21.17	18	ركوب الطائرة والتعريف بمنطقة الخليج
5	8.23	7	الترويج السياحي للمغرب والتسويق للخدمات الفندقية بهـ
5	3.59	3	دعوة الفنانين إلى مقابلة صحفية للرد على أسئلة المعجبين في الفندق
5	3.59	3	زيارة دبي واجراء حوار صحفي للتعريف بالصحفيين والحديث عن جديدهم
1	25.88	21	التسويق لبعض المدن والأماكن في بعض البلدان العربية
	100	85	المجموع

تشير البيانات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه إلى مجموع المواضيع الفرعية المطروحة في البرنامج، إذ يبدو من خلال الجدول أن أعلى نسبة احتلتها موضوع التسويق السياحي لبعض الأماكن والمدن العربية في مصر والخليج العربي والمملكة المغربية المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 25.88%، يليه موضوع ركوب الطائرة والتعريف بمنطقة الخليج والذي تم عرضه في الموسم الثالث من البرنامج بنسبة قدرت بـ 21.17%، كما يليه موضوع استضافة الفنانين العرب والأجانب إلى افتتاح الفندق ومول دبي والذي عرض أيضا في الموسم الثالث من البرنامج بنسبة قدرت بـ 16.47%، في المرتبة الرابعة يأتي موضوع الترويج السياحي لمصر عن طريق الفنانين المدعوين بنسبة قدرت بـ 10.58% والذي تم عرضه في الموسم الأول من البرنامج، وجاءت الرتبة الخامسة لموضوع الترويج السياحي للمغرب والتسويق للخدمات الفندقية بها والذي عرض في الموسم الرابع بنسبة قدرت بـ 8.23%، أما بقية المواضيع الخمسة فقد جاءت بنسب متشابهة بنسبة قدرت بـ 3.59%.

من خلال هذه المعطيات لاحظنا أن هناك تباين بين نسب المواضيع الفرعية المطروحة في البرنامج حيث يظهر في المفارقة بين موضوع التسويق لبعض الأماكن والمدن في البلدان العربية كونه شكل مركز اهتمام البرنامج والقائمين عليه، هذا لما يشكله موضوع السياحة لدى المشاركة وبلدان الخليج عموما بما أن البرنامج قد صورت أغلب حلقاته هناك، لتأتي بعد ذلك المواضيع الفرعية الأخرى بنسب متفاوتة قليلا وبشكل تدريجي تنازلي تقريبا حيث يمكننا تفسير هذا التباين انطلاقا من أهمية كل موضوع، وهذا مما يعطي أولوية ترتيب المواضيع وفقا لأجندة البرنامج وكذا تأثير المرحلة التي طرحت

ففيها المواضيع من كل سنة فمثلا موضوع استضافة الفنانين العرب والأجانب إلى افتتاح الفندق ومول دبي والذي جاء في الموسم الثالث لم يكن خدعة وإنما فعلا قد تصادف مع افتتاح دبي لذلك الفندق. إن خلاصة هذه الفئات تشير إلى هدفين رئيسيين: يتمثل الهدف الأول في التسويق السياحي لمدينة وأماكن معينة، كانت تقدم تسهيلات لتصوير البرنامج، وربما تسهم في كلفه وأرباحه، ثم تحقيق الإثارة التي كانت تستجلب المشاهدين والإشهارات التجارية التي تحقق الأرباح للبرنامج.

-جدول رقم 03 يمثل طبيعة القيم المتناولة في برنامج المقالب الرمضاني لمواسمه الخمسة

نوعية القيم	التكرار	النسبة المئوية	الرتبة
الإحياء بالإثارة والجنس-اللمس	80	16.74	3
الإقناع	55	11.50	5
الكذب والخداع	111	23.22	2
الاستهزاء	77	16.10	4
الترهيب وإثارة الرعب	130	27.19	1
الإيمان والاستغفار	25	5.24	6
المجموع	478	100	

تشير البيانات الموجودة في الجدول أعلاه إلى نسبة القيم المطروحة والمتداولة على طول المواسم الخمسة للبرنامج، حيث مثلت هذه الفئة العنصر الرئيس لدراستنا، إذ حاولنا من خلالها تفسير طبيعة القيم المتداولة في البرنامج، وعليه شكلت قيمة الترهيب وإثارة الرعب النسبة الأكبر بنسبة 27.19%، تليها مباشرة قيمة الكذب والخداع بنسبة 23.22%، يليها أيضا قيم الإحياء بالإثارة والجنس بنسبة 16.74% والتي جاءت تقريبا متشابهة مع قيمة الاستهزاء بنسبة 16.10%، أما بالنسبة لقيمة الإقناع فجاءت بنسبة 11.50% في حين سجلت قيمة الإيمان والاستغفار أدنى نسبة والتي جاءت بنسبة 5.24%.

ويتضح لنا من خلال هذه القراءة الكمية، أن البرنامج: أولا قد انتهك خصوصية المشاهد العربي بإدراجه مجموعة من القيم المنافية لعاداته ويظهر هذا جليا في نسب قيم الإحياء بالإثارة والجنس سواء من القائم المدعورامز وحتى بالنسبة للضيوف كالملاسمات والتغزل والغناء وإبداء الإعجاب بشكل الفنان.. الخ، ثانيا أن البرنامج لم يعطي اهتماما للمشاهد وخصوصا الأطفال من خلال إدراجه مشاهد رعب وخوف جد متطورة تضر العين البشرية وتنعدم من كل الأحاسيس الإنسانية وهي التي شكلت النسبة الأكبر في رصد القيم المتعلقة بالترهيب وإثارة الرعب وقد تم الاستدلال على هذه القيم من خلال الصور والأقوال والأفعال التي تخللت أحداث الحصة التي تم رصدها في العينة، وهذه ما يندرج في نطاق الاستدلال الصريح أو الضمني لأن الأقوال والأفعال والصور تعبر عن قيم معينة يمكن فهمها من قبل المشاهدين والمراقبين، ضف إلى ذلك لم يسترشد منتجي البرنامج باللافتات التحذيرية التي تقع أسفل الحلقة محذرين فيها ومنبهين الأولياء بمنع الأطفال ما دون 10 سنوات مثلا.

الجدول رقم 04 يوضح التجاوزات المهنية في برنامج رامز في نسخته الخمسة:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	التجاوزات المهنية
1	29.53	88	خداع الضيوف
4	19.10	48	إظهار عورات الضيوف
3	19.12	57	التعدي على الخصوصيات
2	22.48	67	استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب
5	12.75	38	الخراب والدمار
	100	298	المجموع

يوضح الجدول في الأعلى نسب التجاوزات المهنية التي وقع فيها البرنامج ، حيث احتل موضوع خداع الضيوف الرتبة الأولى بنسبة عالية تبلغ 29.53 %، تلتها مباشرة موضوع استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب بنسبة 22.48 %، ثم جاء موضوع التعدي على الخصوصيات بنسبة 19.12 %، وموضوع إظهار عورات الضيوف بنسبة 19.10 % وهي نسب جد متقاربة ومتشابهة، لتحل في المرتبة الأخيرة موضوع الخراب والدمار بنسبة 12.75 %.

من خلال المعطيات المقدمة لاحظنا مدى تقارب نسب التجاوزات المهنية، وعليه يمكننا تفسير هذه المعطيات انطلاقاً من مدى توظيف هذه التجاوزات في هذه المواضيع ، ففيما يخص موضوع خداع الضيوف والتي شكل النسبة الأكبر مقارنة بالتجاوزات الأخرى ولعل هذا يشير إلى طبيعة الموضوع الذي يخلق التوتر والقلق لدى مشاهديه ومتابعيه والتي يتطلب عنصر الخداع والذي برز في فكرة البرنامج ككل كاستدعاء الضيف إلى برنامج ما وركوب الطائرات بحجة رؤية المناطق السياحية للمنطقة، أما عن توظيف التجاوزات الأخرى والتي لم تشكل نسب الظهور عالية باعتبارها تتأثر بمدى أهمية الموضوع ومنها ما تعلق بخراب ودمار الممتلكات مثل بعض المنشآت أو الأثاث والتجهيزات من خلال الحرائق المفتعلة، أو من خلال قيام بعض الضيوف بردود فعل نتيجة المفاجئة أو في سياق الإثارة للجمهور.

وعلى هذا الأساس يمكننا أن نصل في الأخير من خلال توظيف هذه التجاوزات في هذه المواضيع حقيقة مطلقة وهي أن الإعلام العربي ومن خلال هذه المضامين الهابطة أصبح يتفه المشاهد ويستقطبه دون أن يأخذ اعتبار عادات وتقاليد المتلقي والبيئة الإسلامية المحافظة.

الجدول رقم 5 يبين أساليب الإثارة المستخدمة في برنامج رامزي في نسخته الخمسة:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أساليب الإثارة
4	14.94	55	التضخيم والتفخيم
5	8.70	32	الاستفزاز والانتهازية
3	22.28	82	إثارة الرعب والمخاطرة
2	26.36	97	التبرئة والتهديئة

1	27.72	102	السخرية والإدانة
	100	368	المجموع

تشير البيانات الموضحة في الجدول أعلاه إلى نسب أساليب الإثارة المنتهجة والمستخدمه في البرنامج، إذ تصدر موضوع السخرية والإدانة قائمة المواضيع بنسبة 27.72 %، ثم موضوع التبرئة والتهمة بنسبة 26.36%، في المرتبة الثالثة جاء موضوع إثارة الرعب والمخاطرة بنسبة 22.28%، تلاها موضوع التضخيم والتفخيم بنسبة 14.94 %، وكأدنى نسبة جاء موضوع الاستفزازية والانتهازية بنسبة 8.70 %.

وعليه يمكننا تفسير هذه الملاحظات بناء على طبيعة البرنامج الذي يتطلب هذه الأساليب حتى يحصل نسب مشاهدة عالية (وهذا حسب ما شاهدناه في البرامج المماثلة المعروضة في شهر رمضان) لأن طبيعة المضامين في المجال الترفيهي وبرامج المقالب على الوجه الخصوص لا بد لها أن تثير الجدل من خلال استمالتها لأساليب إثارة معينة وتمتع المتلقي بمضمونها البصري وخطابها ومختلف الدلالات التي تدرج عبر ايقونياتها، وهذا دليل على تناسب أجندة القناة وموالاتها مع مثل هذه المواضيع وترتيب أولوية هذه البرامج في شهر رمضان وفي ساعات البث الأكثؤمشاهدة خلال وقت الإفطار بالنسبة لمصر وضواحيها وكما وضحت في الجدول أعلاه إلى نسب الأساليب المستخدمة في برنامج رازم خلال مواسمه الخمسة، فبالنسبة لموضوع السخرية والإدانة والتي صدرت أغلبها من قبل المدعورازم القائم على البرنامج وأحيانا من بعض المشاركين والضيوف كالضحك والقهقهة على تعابير الخوف وعبارات النجدة التي يبديها المشارك باعتباره موضوع السخرية، أما موضوع الاستفزاز والانتهازية فتمثلت في الطريقة التي كان يستعملها رازم للضيف بغرض جعله متعصب كرش الماء عليه، أما موضوع إثارة الرعب والمخاطرة بحياة الفنان فتمثل في مختلف العمليات الخطيرة المجسدة في البرنامج مثل السياقة السريعة في العدد الأخير مثلا، واشتعال النار في غرفة الفندق في العدد الثالث. بخصوص موضوع التبرئة والتهمة فكان القصد في آخر البرنامج أي بعد انكشاف المقلب حيث يستعمل رازم مجموعة محفزات لهدئ الضيف مقابل ذلك يبرئ نفسه من التهم الموجهة له.

الجدول رقم 6 يوضح أشكال العنف الموظفة في البرنامج بنسخه الخمسة:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أشكال العنف
1	17.79	92	الشتائم المسموعة
3	14.89	77	الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج
8	4.83	25	البكاء الهستيري
4	13.93	72	الضرب
2	16.06	83	الخوف والفرع

المطاردة	66	12.76	5
الكلمات النابية	40	7.74	7
الصراخ المرتفع	62	12.00	6
المجموع	517	100	

يمثل الجدول أعلاه أشكال العنف التي يلاحظها المشاهد في برنامج الإثارة الرمضاني رامز في نسخته الخامسة، وبقراءة الجدول يتضح أن موضوع الشتائم المسموعة حاز على أعلى نسب العنف وفي الرتبة الأولى بنسبة 17.79%، في المرتبة الثانية جاء موضوع الخوف والفرع بنسبة 16.06%، يليها في الرتبة الثالثة موضوع الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج بنسبة 14.89%، ثم يليها موضوع الضرب بنسبة 13.93%، ثم المطاردة بنسبة 12.76%، يليها الصراخ المرتفع بنسبة 12%، ثم الكلمات النابية بنسبة 7.74%، وأخيرا البكاء الهستيرى بنسبة 4.83%.

نلاحظ من خلال هذه المعطيات مدى تباين نسبة توظيف العنف في هذه المواضيع، حيث نلاحظ تنوع ظهور أشكال العنف في مختلف الأعداد من البرنامج وأحيانا في الحصة الواحدة تكون تحتوي على مختلف أشكال العنف ومنها يمكننا أن نفسر هذه الملاحظات انطلاقا من وظيفة ودور كل شكل من أشكال العنف المصورة في البرنامج لتحقيق أهداف البرنامج أساسا حيث يبدوا بالنسبة لتوظيف الشتائم المسموعة والتي تدخل ضمن نطاق العنف اللفظي أنها تنوعت بشكل غير معقول من طرف المقدم رامز خصوصا في الدقائق الأولى حين يقدم ويعرف بالفنان أو الممثل، وكذا من طرف الضيوف وهي ردة فعل طبيعية لأن الضيف في حالة هستيرية وغضب شديدين إذ لم يكن في وعيه التام، بخصوص موضوع الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج والتي تدخل أيضا في أشكال العنف اللفظي، والتي استبدل مكانها شريط صوتي حتى يدرك المتلقي أن الشخص يشتم وقد جاءت في مختلف أعداد البرنامج وبصفة كبيرة، فيما يتعلق بكل من موضوع البكاء الهستيرى والخوف والفرع فيمكن تصنيفها ضمن أشكال العنف النفسي والتي يمكن أن تستمر لزمنا طويلا حتى ترجع الحالة إلى طبيعتها العادية وربما يستوجب تدخل أطباء نفسانيين بسبب اللاستقرار النفسي، كما أحصينا ذلك من خلال شبكة الملاحظة والرصد الدائم للبرنامج بالنسبة لموضوعي الضرب والمطاردة فنصنفها ضمن أنواع العنف الجسدي وتمثلت في الاعتداء على المدعو رامز من قبل الضيوف وكذلك اعتداء الضيف على رامز بعد انكشاف المقلب، إن التنوع في أشكال العنف هنا يشير إلى التنوع في الأهداف بناء على طبيعة الموضوع نفسه وتحبيب مثل هذه الممارسات والمضامين حتى تتميز بالسرعة أو كما يطلق عليها هيربرت شيلر " بفرورية المتابعة الإعلامية " 35 فالمتلقي أصبحت تثيره هذه المضامين كونه يبحث عن

المضامين غير المألوفة وغير المعتادة ليحقق ذائقته حيث يطلق على هذه الحالة بجمالية الصدمة فالمتلقي يبحث عن ما يصدمه ما يثير انفعالاته.

نتائج الدراسة: بينت نتائج التحليل لعينة من الحصص للدورات الخمس لبرنامج رامز جلال على مدى السنوات الخمسة تناولت مقال ومقال وخدم كانت كالتالي:

1- طبيعة المواضيع التي تناولتها حلقات في البرنامج في نسخته الخمسة.

مقلب عنخ أمون وعودة المومياء إلى الحياة مقلب غرق القالب في البحر وخروج القرش مقلب تعطل الطائرة في السماء و إسقاط الركاب مقلب اشتعال النار في الفندق وانغلاق الغرفة مقلب تعطل السيارة في وسط الصحراء وغرقها في الكثبان الرملية وخروج السحلية.

إن خلاصة هذه الفئات تشير إلى هدفين رئيسيين: يتمثل الهدف الأول في التسويق السياحي لمدن وأماكن معينة، كانت تقدم تسهيلات لتصوير البرنامج، وربما تسهم في كلفته وأرباحه، ثم تحقيق الإثارة التي كانت تستجلب المشاهدين والإشهارات التجارية التي تحقق الأرباح للبرنامج.

2- طبيعة القيم الطاغية والمتداولة في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخمسة.

شكلت قيمة الترهيب وإثارة الرعب النسبة الأكبر بنسبة 27.19 %، تليها مباشرة قيمة الكذب والخداع بنسبة 23.22 %، يليها أيضا قيم الإيحاء بالإثارة والجنس بنسبة 16.74 % والتي جاءت تقريبا متشابهة مع قيمة الاستهتار والتي جاءت بنسبة 16.10 %، أما بالنسبة لقيمة الإقناع فجاءت بنسبة 11.50 % فقط في حين سجلت قيمة الإيمان والاستغفار أدنى مستوى بنسبة 5.24 %، حيث تحليلنا هذه النسب إلى أن البرنامج انتهك خصوصية المشاهد العربي بإدراجه مجموعة من القيم المنافية لعاداته المألوفة.

4- التجاوزات المهنية في برنامج رامز في نسخته الخمسة:

احتل موضوع خداع الضيوف الرتبة الأولى بنسبة عالية تبلغ 29.53 %، تلتها مباشرة موضوع استغلال الآلات والتقنيات الحديثة لغرض الترهيب بنسبة 22.48 %، ثم جاء موضوع التعدي على الخصوصيات بنسبة 19.12 % وموضوع إظهار عورات الضيوف بنسبة 19.10 % وهي نسب جد متقاربة ومتشابهة، لتحل في المرتبة الأخيرة موضوع الخراب والدمار بنسبة 12.75 % من خلال توظيف هذه التجاوزات في هذه المواضيع تتضح حقيقة مطلقة وهي أن الإعلام العربي ومن خلال هذه المضامين الهابطة أصبح يتفه المشاهد ويستقطبه دون أن يأخذ اعتبار عادات وتقاليد المتلقي والسياق الإسلامي المحافظ.

3- أساليب الإثارة البصرية المستخدمة في برنامج رامز في نسخته الخمسة.

تصدر موضوع السخرية والإدانة، قائمة المواضيع بنسبة 27.72 %، إذ إن السخرية غالبا ما كانت تصدر عن رامز نفسه أو عن بعض المشاركين أحيانا قليلة لأنهم يكونون هم موضوع السخرية، ثم جاء موضوع التبرئة والتهدة، بنسبة 26.36 %، في المرتبة الثالثة جاء موضوع إثارة الرعب والمخاطرة بنسبة

22.28%، يليها موضوع التضخيم والتفخيم بنسبة 14.94%، ثم يليها مباشرة وكأدنى نسبة موضوع الاستفزازية والانتهازية بنسبة 8.70%

6- أشكال العنف التي يلاحظها المشاهد في برنامج الإثارة رامز في نسخته الخامسة:

يتضح أن موضوع الشتائم المسموعة حاز على أعلى نسب العنف وفي الرتبة الأولى بنسبة 17.79%، في المرتبة الثانية جاء موضوع الخوف والفرع بنسبة 16.06%، يليها في الرتبة الثالثة موضوع الشتائم المحذوفة بعد عملية القص في المونتاج بنسبة 14.89%، ثم يليها موضوع الضرب بنسبة 13.93%، ثم المطاردة بنسبة 12.76%، يليها الصراخ المرتفع بنسبة 12 بالمائة، ثم الكلمات النابية بنسبة 7.74 بالمائة، وأخيرا البكاء الهستيري بنسبة 4.83، ومن خلال هذه النسب نستنتج أن البرنامج يروج للعنف بأشكاله المختلفة، والتنوع في أشكال العنف يشير إلى التنوع في الأهداف بناء على طبيعة الموضوع نفسه.

الخاتمة: يمكن القول واستنادا إلى ما سبق أن المضامين الترفيهية المعروضة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية أبرزها التلفزيون قد وجدت خصيصا لشد انتباه المشاهد، فالترفيه عبر هذه الوسيلة هو محاولة للتنفيس عن هذا الجمهور من جهة ولإحداث تأثيرات معينة والحصول على غايات ممنهجة أبرزها الغاية التسويقية الربحية، وقد سعينا من خلال هذه الدراسة تحليل ما جاء به برنامج الإثارة والترفيه رامز عبر مواسمه الخمسة وإبراز الدلالات البصرية التي يوظفها ليخفي بذلك تجاوزاته القيمية اتجاه الجمهور بكل فئاته دون أن يراعي القيم المتداولة في السياق البيئي المحافظ خصوصا وأن البرنامج يعرض في شهر رمضان الكريم أحد أعظم الأشهر المباركة التي يتسابق المنتجين الإعلاميين فيه لعرض زوايا مختلفة من القيم السامية ومختلف المضامين الراقية.

قائمة المراجع والهوامش:

* طالبة دكتوراه، الاتصال، تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، استاذة مؤقتة بجامعة مستغانم، البريد الإلكتروني

cherrarahayat@gmail.com

1 - المجتمع والقيم المجلة الإلكترونية يو أس اي (jornel usa) ، صناعة السينما اليوم، المجلد 12، العدد 6 ، 2017

2 - صالح الصحن، الخطاب البصري في التلفزيون، د.ب، د.س، ص174

3 - أبو الحمام عزام، برامج التلفزيون بين العنف الرمزي وتغيب القيمة

https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2015/07/31/373580 تم الاطلاع على الموقع يوم 3-6-

2017 - 11.15 سا.

4 أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1988. ص 64.

- 5 - عزام أبو الحمام، حياة شرارة، المواطن الساخر بين الاستمراء أو ابداء الآراء، قراءة في ثلاثة نماذج عربية ساخرة في الفايبيوك الندوة الوطنية الأولى حول الصحافة الساخرة في الوطن العربي، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 10 جانفي 2018.
- 6 - ابن منظور، لسان العرب، باب الخطبة، دار بيروت للطباعة والنشر 1968، ص 360
- 7 - صالح الصحن، مرجع سبق ذكره، ص 175
- 8 - جون كونر، نظرية التلفزيون، تر: أديب خضور، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000، ص 14
- 9 - جيرالد برنس، المصطلح السردي، معجم مصطلحات، تر: عابد خزندار، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2003، ص 62،
- 10 - عبد الرحمن عزي: "عن الحتمية القيمية، ونظرية المعرفة، وإدوارد سعيد، وجاك دريدا وأسلمة المعرفة وقضايا شتى"،
- http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=167&Itemid
PDF created =1، تم تصفحه في: 02.07.2017
- 11 - عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار المتوسطة للنشر، ط 1، 2011، ص 10.
- 12 - نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب، المكتب الجامعي الحديث، مصر، (ب.ط)، 2008، ص 36
- 13 - لسان العرب لابن منظور، كلمة عنف، على الرابط:
http://library.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?idfrom=5769&idto=5769&bk_no=12
<http://www.goodreads.com/author/show/4444923> : تم التصفح بتاريخ 11-07-2017 على الساعة 13:25 زوالاً.

14- Bryen S.Turner , **the cambridge Dictionary of sociology**, Cambridge U.K Cambridge University Press,2006 ,p 652

- 15- Laouira Omar, **the sociological and anthropological ideas of pierre Pourdieu**, revue del'université emirabdelkader des sciences islamiques février,2003, n13, p11
- 16- بلوح ابراهيم ، **نظرية العنف الرمزي عند بيير بورديو** ، تم التصفح يوم 2017/07/26 على الساعة : 21.26
<https://www.facebook.com/sociologie04/posts/1225576190803534>
- 17- بيير بورديو ، **التلفزيون واليات التلاعب بالعقول**، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان ، دمشق، ط1، (د.س) ص46
- 18- بطرس حلاق ، **تأثير البرامج التلفزيونية في عملية التنشئة الاجتماعية- المجتمع السوري نموذجاً**، قسم الاعلام ، كلية الآداب، جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 23، العدد الثاني ، 2007، ص 99.
- 19- البرامج التلفزيونية: http://studiomisir.blogspot.com/2011/01/blog-post_2752.html تم التصفح يوم 2017-07-15 على الساعة 20:09 مساءً
- 20- عبد الفتاح رياض ، عبد الباسط سلمان ، **سحر التصوير، فن وإعلام** ، ط1: القاهرة ، الدار الثقافية للنشر 2005. ص 9
- 21- مهدي يوسف ، **جاذبية الصورة السينمائية** ، دار الكتاب الجديد المتحدة ، بيروت، 2001، ص54
- 22- صالح بشرى ، **نظرية التلقي اصول و تطبيقات**، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ط1، 2001، ص 46
- 23- حسين الوادفي **مناهج الدراسات الأدبية**، منشورات الجامعة ، الدار البيضاء، ط2، 1985م، ص 77
- 24- بو حسن أحمد ، **من قضايا التلقي والتأويل**، كلية الاداب و العلوم الانسانية، جامعة محمد الخامس، الرباط، 1995، ص 104
- 25- أبو أحمد حامد ، **الخطاب والقارئ نظريات التلقي وتحليل الخطاب و ما بعد الحداثة**، كتاب الرياض، مؤسسة اليمامة الصحفية، الرياض، 1996، ط1، ص 102 .
- 26- محمد زيان عمر ، **البحث العلمي ، مناهجه وتقنياته** ، جدة ، دار الشرق ، ط4، 1983، ص118
- 27- محمد حسين ، **بحوث الاعلام :الاسس والمبادئ** ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط1، 1922، دص126
- 28- Berelson , bernard , **contrnt analysis in communication research the free press publishers** glencoe Illinois ,1952.p18
- 29- إيمان عفاف ، **دلالة الصورة الفنية .دراسة تحليلية لمنمنات محمد راسم** ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2005، ص59
- 30- يوسف تمار ، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين** ، مرجع سبق ذكره، ص48
- 31- عبد الهادي نبيل احمد ، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية** ، عمان ، الاهلية للنشر والتوزيع ، ط2006، ص 1، ص 261، 260.
- 32- Madeline Crawitz , **Méthodes des sciences sociales** , 4ème édition , paris ,Dalloz ,1988,p293
- 33 - دلال القاضي ، محمود البياتي ، **منهجية وأساليب البحث العلمي** ، عمان ، دار حامد للنشر والتوزيع ط2008، ص1، 149
- 34- حينما تتساوى النسب تأخذ الفئات الرتبة نفسها، أي الأهمية النسبية نفسها.
- 35- هيربرت شيللر ، **المتلاعبون بالعقول**، تر: رضوان عبد السلام، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، 1999، ص42.

قراءة في مفهوم الصورة الذهنية

أمال بودهان

جامعة الجزائر-03-

مقدمة:

أعطيت للصورة الذهنية مفاهيم متعددة ومختلفة، اتفقت فيما بينها في الجوهر و اختلفت في التفاصيل، وذلك على اختلاف المعاجم و الموسوعات و المؤلفين و كذا على اختلاف الحقول المعرفية و الميادين البحثية التي ينطلق منها (كعلم النفس، علم الاجتماع، علم النفس الاجتماعي، علم السلوكيات، ميدان الفلسفة، علم السياسة، الاتصال و العلاقات العامة..). حيث يذهب الجميع إلى أن الصورة الذهنية ذات الأصول الإغريقية هي عبارة عن تمثيلات للأشياء، نتاج إدراك سابق، استرجاع ذكريات شعورية، عودة الإحساس إلى الذهن، مُدركات تمثيلية، تمثيلات عقلية، تصورات، اتجاهات، انطباعات .. ومن ثمة مواقف معينة اتجاه أشياء معينة أو دول أو أمم أو شخصيات معينة أو مؤسسات ما أو سياسات أو قرارات ..

وفي النصف الثاني من القرن الماضي عرفت علوم الإعلام و الاتصال وحقول العلاقات العامة على وجه العموم و علم التسويق السياسي على وجه الخصوص هذا المصطلح، حيث نشأ و تطور هذا المفهوم في الولايات المتحدة الأمريكية و بالتحديد العام 1960 م تزامنا مع ظهور كتاب " تطوير صورة المنشأة " للكاتب الأمريكي " لي بريستول "، حيث عرف اهتمام كبير من قبل رجال الأعمال الأمريكيين لينتقل بعدها من مجال الأعمال و التجارة إلى مجال الإعلام و السياسة أي حظي باهتمام واسع أيضا من طرف قيادات و رجالات السياسة الذين يسعون دائما إلى تشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى الرأي العام حول شخصياتهم و سياساتهم.

ومن هنا اختصت مقاربات علم السياسة و تعمقت بعدها علوم الإعلام و الاتصال في دراسة مفهوم الصورة الذهنية لما يحمله من جدلية علمية و مشكلات بحثية و إشكاليات نظرية (وهذا راجع لتقاطع علم الاتصال مع باقي العلوم الأخرى) و تم توظيفه في المقاربات العلمية، لمعرفة خصائص و سمات هذا المفهوم، تحديد أبعاده و وظائفه، تقسيم أنواعه، و ضبط أليات بنائه و التي من بينها وسائل الإعلام الجماهيري.

حيث أخذت بحوث الصورة تزايد و تتطور و تطور منمنهجها و أدوات قياسها في العالم الغربي بصفة عامة و الولايات المتحدة الأمريكية بصفة خاصة (كما تم ذكره سابقا) ، لتعرف بعدها الدراسات العربية هي الأخرى هذا الاهتمام ببحوث الصورة و التي لا نملك تاريخا محددا لبدائها و الذي كان متأخرا بعض الشيء مقارنة بالبلدان الغربية . إلا انه يمكن لنا أن نتخذ من عام 1983 م و هو تاريخ

صدر الطبعة الأولى من المؤلف العربي المعنون بـ " العلاقات العامة والصورة الذهنية " للدكتور " على عجوة " كمرجع يُستند إليه ، صدر في تلك الفترة أين كانت الدراسات العربية المهمة بمجال الصورة الذهنية في بداياتها (كما أشار المؤلف في مقدمة كتابه)، ليتبعه بعدها بطبعة ثانية العام 2003م أثارها بدراسين الأولى خاصة بصورة الإسلام والمسلمين في ظل المتغيرات العالمية الحديثة تم عرضها عام 1991م بجامعة الأزهر والثانية خاصة بالعلاقات العامة والشرطة المصرية والتي قُدمت سنة 1983م.

وقد حاولنا في هذه الورقة البحثية الإلمام بمفهوم الصورة الذهنية لما يمتاز به هذا المصطلح بتنوع مجالاته المعرفية (السيكولوجية، السوسولوجية، الفلسفية والإعلامية). وتقديم العديد من الرؤى في تحديد هذا المفهوم ومحاولة الفصل بينه وبين بعض المفاهيم المحايثة التي تتقاطع معه وتقترب منه كمفهومي الصورة النمطية والصورة الإعلامية .

أولاً: مفهوم الصورة الذهنية:

الصورة لغة:

فإن مفهوم الصورة في اللغة العربية من الناحية اللغوية يحمل عدّة معاني منها: التمثيل للشيء أو التدليل على حقيقة هذا الشيء أو وصف وتجسيد هذا الشيء. فالصورة هي التمثال أو التمثيل وجمعها صوْرٌ مثل غُرْفَة و غُرْف. وتصوّر الشيء مثل صورته وشكله في الذهن وقد يُراد بالصورة تمثيل الصفة كقولهم صورة الأمر كذا أي صفته، ومن قولهم صورة المسألة كذا أي صفتها. ويُعرف المعجم الوسيط الصورة بأنها " الشكل والتمثال الجسم، والصورة بمثابة خياله في الذهن أو العقل".⁽¹⁾

ويقول ابن الأثير في معجم لسان العرب " إن الصورة ترد في كلام العرب على ظاهرها وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته ومعنى صفته".⁽²⁾

وكلمة الصورة إغريقية الأصل وتعني ما يشبهه وما ينتهي لحقل التمثيل la représentation.⁽³⁾ ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة image المتصلة بالفعل imitari، أي بمعنى يُحاكي أو يُماثل.⁽⁴⁾ بمعنى أن الصورة تعني المحاكاة والتمثيل . أما عن مفردة الذهنية وتشير إلى الذهن بمعنى العقل، فقد عرّف " إيزنك""الذهنياء" وزانها " « ككبرياء " ، بأنها تشير إلى مجموعة الاتجاهات والتصوّرات المترابطة نحو بعض الموضوعات و الأشخاص.⁽⁵⁾

و الصورة الذهنية في اللغة تعني حضور صورة الذهن للأشياء التي سبق أن أدركها الإنسان بحاسة من الحواس.⁽⁶⁾

أما القواميس الغربية ومن بينها « le grand la rousse universel » فقد عرّفت الصورة الذهنية بمجموعة من التعريفات كالآتي: " الصورة الذهنية عبارة عن تصور ذهني تكوّن انطلاقا من إدراك

سابق، وهيالرمز أو التمثيل المادي لحقيقة غير مرئية وهي أيضا تعني الرؤية الداخلية المرتبطة بالذاكرة والمشاعر التي كونها عن كائن ما أو عن شيء ما".⁽⁷⁾ "الموسوعة البريطانية" عرّفت الصورة الذهنية على أنّها "ذكريات شعورية تسترجع إدراكا ماضيا كاملا أو مجزؤا مع غياب المنبه المؤثر عن الإدراك".⁽⁸⁾

أما فلسفيا فقد قدم "جميل صليبا في المعجم الفلسفي مفهوما للصورة الذهنية "بأنها بقاء الإحساس في النفس بعد زوال المؤثر الخارجي".⁽⁹⁾

"جون بول سارتر" فيعطي هو الآخر مفهوما فلسفيا للصورة الذهنية ملخصا إياه في كيفية تمثيل الأشياء في الوعي ، فالصورة بالنسبة له مجرد علاقة ليس إلا ، فالصورة الذهنية هي بناء يتسم بالتخطيط لأنه في آخر المطاف هو إيصال فكرة أو رأي أو معنى"⁽¹⁰⁾

في حين يرى علماء "علم النفس" أن الصورة الذهنية" هي مُدرك تمثيلي يخزن باختصار في ذاكرة قصيرة الأمد.⁽¹¹⁾ ويُنظر إليها أيضا على أنّها ملاحظة فردية للحقيقة تنعكس في صورة رموز يتلقاها أفراد الجمهور من أشخاص آخرين".⁽¹²⁾

أما علماء علم الاجتماع فقد عرفوها على أنّها "تمثيل عقلي لموضوع أو فئة معينة من الموضوعات".⁽¹³⁾

وفي قاموس "ويبستر" فقد تمّ تعريف الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر. أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة نحو شخصية معينة، أو نظام ما ، أو فلسفة ما أو أي شيء آخر. وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة ، أو هي تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو الشم أو السمع أو اللمس أو التذوق.⁽¹⁴⁾

وعليه يمكن لنا الخروج باستنتاج مفاده بأن الصورة الذهنية هي عبارة عن تمثيل لشيء ما (حقيقة ما أو موضوع ما) في ذهن الفرد انطلاقا من إدراكه السابق له باعتماده على إحدى حواسه ليشكل بذلك اتجاه معين ، يُترجمه لاحقا إلى سلوكيات كانت مخزنة على مستوى الذاكرة نحو ذلك الشيء ، الحقيقة أو الموضوع .

الصورة الذهنية اصطلاحا:

يعرفها "كينث بلدنج" في كتابه (الصورة) ، أن الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان بعدة عوامل منها : المكان الذي يحيا فيه الفرد ، موقعه من العالم الخارجي ، العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والجيران والأصدقاء المحيطين به ، و الزمان و المعلومات التاريخية والاجتماعية التي يحصل عليها .⁽¹⁵⁾

أما "أحمد سالم" فقد عرف الصورة الذهنية على أنّها "تصوّر عقلي شائع ، فرديا أو جماعيا نحو شيء معين وقد يكون هذا الشيء فردياً ، أو جماعةً ، أو شعباً ، أو ديناً ، أو رأياً ، أو مذهباً ، بحيث تتحول هذه الصورة إلى مدلول يستحضره الذهن بمجرد استحضار هذا الشيء ، وقد يبني المتصور

لهذه الصورة مواقف وعلاقاته مع هذا الشيء بناءً على هذا التصور ، مما يؤدي مع التراكم إلى تحول الصورة الذهنية إلى مركب من الأحكام ، والتصورات ، والانطباعات المتنوعة .⁽¹⁶⁾ وهذه الانطباعات التي يحملها الأفراد ، إمّا أن تكون⁽¹⁷⁾ -سلبية (معارضة): نسعى للتأثير عليها بأساليب مختلفة لتغييرها . -إيجابية (مؤيدة): نسعى لتعزيزها والحفاظ على استمرارها . -محايدة (ما بين مؤيد و معارض): سهلة التأثير .

ويضيف "يامن بودهان" أن هذه التصورات والانطباعات التي تنتج من جراء بناء الصّور و تراكمها ، هي أيضا أي "التصورات والانطباعات" تبنى على أسس موضوعية أو إدراكات عقلية ، وليس على العواطف والاتجاهات فحسب ، مُصاغة انطلاقاً من معلومات سليمة و صحيحة ، وهذا الأمر يصدق على وسائل الإعلام حين يُراد لها أن تشكل انطباعات نفسية أو ترسخ صورة أو صوراً معينة عن الآخرين وبالتالي ستكون هذه الصور والادراكات النفسية عن الغير هي التي ستحدد طبيعة علاقتنا به وتعاملنا معه .⁽¹⁸⁾

وهذه الانطباعات الذهنية للفكرة أو الظاهرة، تُبنى بمساهمة من الاتصال بشقيه أكان مباشراً أو جماهيرياً حسب أحمد فاروق رضوان⁽¹⁹⁾

وفي العلاقات العامة فإن الاتصال التنظيمي ودراسات المنظمات هي الأخرى اهتمت بالصورة الذهنية للمنظمة أو المؤسسة وقد اهتم العديد من الباحثين الغربيين بتقديم مفهوم لصورة المنظمة ، وناخذ مفهوم ألبرت ووتين الذي قدم تعريفا لها بكونها "مركزية ، ثابتة و متميزة حول خصائص المنظمة" . كما عرفها أيضا دوكريتش "بأنها الطريقة التي يؤمن أعضاء المنظمة أن الآخرين يرون بها منظماتهم أي الطريقة التي يرى بها الجمهور المنظمة من وجهة نظرهم ، وذلك للاستفادة منها في تطوير الواقع للوصول إلى الصورة المستهدفة" . أما في مجال التسويق فقد ركزت الدراسات على الصورة الذهنية لدى جمهور المنظمة حيث ذهب في ذلك برينشتين أن الصورة "ليست ما تعتقده المنظمة عن نفسها ومكانتها وإنما هي المشاعر والمعتقدات التي توجد في أذهان جمهورها عنها" ، ويضيف في مفهوم آخره لصورة المنظمة "أنها بناء من الانطباعات العامة التي يتم صنعها لجذب الجمهور" .⁽²⁰⁾ ومن الباحثين العرب الذين اهتموا بدراسة الصورة الذهنية الباحث " سليمان صالح" ، والذي قدم مفهوماً لصورة المنظمة وقد سبقه في ذلك الباحث العربي الدكتور علي عجوة في مؤلفه العلاقات العامة والصورة الذهنية "بأنها مجموعة السمات والملامح التي يدركها الجمهور ، ويبني على أساسها مواقف واتجاهاته نحو المنظمة أو الشركة أو الدولة أو الجماعة وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على أساس الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية وتشكل سمات و ملامح الصورة الذهنية من خلال إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم الأساسية التي تبناها" .⁽²¹⁾

ومن خلال ما سبق يمكننا أن نستخلص أن الصورة الذهنية هي عبارة عن :

"عملية معرفية تتم كمرحلة أولى على مستوى ذهن أو عقل الفرد وسط بيئة اجتماعية و ثقافية معينة، أين يتم إدراكه لخصائص وسمات (موضوع ما ، سياسة ما، قضية ما ،فكرة ما ،شخصية ما ، حادث ما ، منتج تجاري ما ، مؤسسة ما...) بشكل فردي أو في إطار جماعي ،معتما في ذلك على عدة مصادر من المحيط الخارجي تتمثل في الأسرة ، الحي ، المسجد ،المدرسة... وأهمها في عصرنا هذا مجتمع المعلومات و المعرفة .بواسطة الاتصال المباشر أو الجماهيري حيث تلعب هنا وسائل الإعلام دور هام جدا في تكوين مختلف التصورات الذهنية لدى المتلقي .لينتقل ذلك التصور بعد التكرار و التراكم إلى مرحلة ثانية وهي تشكيل انطباعات و مشاعر على المستوى الداخلي الوجداني للفرد .وصولاً إلى ثالث و آخر مرحلة وهي ترجمة تلك الانطباعات إلى آراء ، مواقف و سلوكيات معينة على مستوى المجتمع "

وقد كانت البدايات الأولى لاستخدام مصطلح "الصورة الذهنية " عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة أهمية وتأثير كبيرين على الحياة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي ، وكان لظهور كتاب "تطور صورة المنشأة " للكاتب الأمريكي "لي بريستول" سنة 1960 م أثر كبير في انتشار مفهوم الصورة الذهنية بين رجال الأعمال ، أين عرف هذا المصطلح استخداما متزايدا في المجالات التجارية ، السياسية و الإعلامية .وقد اهتمت العلاقات العامة بدراسة صورة الشخصيات القيادية للتعرف على وجهة نظر الجماهير عن تلك الشخصيات ، أو المؤسسات ، ومعرفة الإيجابي و السلبي في تلك الصورة بغرض تدعيم الجانب الإيجابي منها، وتعديل الجانب السلبي كما انصبت اهتمامات خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية و تطويرها في ظل ما تشهده وسائل الاتصال الجماهيري من تقدم تكنولوجي سريع .⁽²²⁾ وحاولت الدراسات العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية بعد التاريخ المذكور أعلاه أي بعد الستينات من القرن الماضي أن تطور هذا المصطلح في مقاربات علوم السياسة و الإعلام من خلال دراسات القيادات السياسية وتأثيرها على الشعوب و السلوك الجماهيري إزاءها و صورتها عبر وسائل الإعلام و بحث العوامل المؤثرة في سلوكيات القيادات و الجماهير . واهتمت القيادات السياسية في المجتمع الأمريكي آنذاك بالصورة السائدة في أذهان الجماهير حولها في وقت معين من أجل اتخاذ القرارات ووضع الخطط الكفيلة بتكوين صورة ذهنية لدى الرأي العام على النحو الذي تتمناه هذه القيادات .

إذن فإن مفهوم الصورة الذهنية نشأ و تطور في البيئة السياسية الأمريكية و سرعان ما أصبح مصطلحا متداولاً في البحوث و المقاربات العلمية في مواقع أخرى من العالم و خاصة من خلال الجدلية العلمية التي يحملها هذا المصطلح الذي اختصت به علوم العلاقات العامة و الإعلام و الاتصال في بعدها العام و علم التسويق السياسي في بعده الخاص ، ولكن هذا لا يمنع أن هذا المدلول تداولته قبل ذلك بكثير حقول معرفية أخرى كعلوم الاجتماع و النفس و طروحات و بحوث علم النفس

الاجتماعي و السلوكيات على وجه الخصوص. كما تمت الإشارة اليه سابقا في تحديد المفهوم اللغوي للصورة.⁽²³⁾

الصورة الذهنية و الصورة النمطية ، هل هما مفهوما واحدا ؟ :

يُعد مفهومي " الصورة الذهنية" و " الصورة النمطية" من أكثر المفاهيم التي عرفت خلطا وتداخلا خلال توظيفها أو استعمالها في العلوم الإنسانية حيث كانت ومازالت الأدبيات لا تميز بدقة بين (image) والنمط (stéréotype) وهذا ما نجده في العديد من البحوث المهمة بمجال الصورة وهذا راجع ربما لاتفاقها في العديد من التفاصيل إلا أن ذلك لا يسمح بتوظيفهما كمفهوم واحد .

حيث لاحظنا في بحوث الاتصال والإعلام في الوطن العربي والجزائر تحديدا أثناء اطلعنا على بعض منها بغية إجراء هذه الورقة البحثية (و التي لا يتسع المجال لذكرها هنا) أن الباحثين يتعاملون مع المفهومين على أنهما مترادفين ، مما ترتب عنه نوع من الخلط و التداخل في توظيف المفهومين .

وقد سُجل المصطلح أول مرة عام 1789 م من قبل الفرنسي "ديدوت" و الذي كان يمتن الطباعة ، إذ احتفل في ذلك العام بمناسبة اكتشاف طباعي اطلق عليه النمطية (stéréotype) ثم بعدها عرف المصطلح طريقه في مفردات الطب النفسي و علم النفس و علم الاجتماع و أخذ تعبير (stéréotype) من اليونانية التي تعني الصلب و القوي ليشير الى ذلك النوع من الطباعة (الصفائح المعدنية) لتكون سجلا لا يمكن تغييره.⁽²⁴⁾

و على الصعيد النظري فقد كان ولتر ليبمان هو أول من استعمل مصطلح الصورة النمطية ، في كتابه : " الرأي العام " ، وقد رأى أن الإنسان يصنع لنفسه داخل ذهنه صورة عن العالم الذي لا يستطيع الوصول إليه ، موضحا أن التمنييط يتضمن وسائل تنظيم الصور و الانطباعات التي تتسم بالثبات و البساطة ، و انتقاء ملامح و ابرازها لتمثل الكل.⁽²⁵⁾

فعلى المستوى اللغوي يعود الجزء الأول من المصطلح (stéréo-type) وهي " stéréo " إلى اللغة اليونانية و تعني طلب أو ثبات راسخ ، أما مصطلح " type " فهي تعني حرفا أو صورة أو نموذجا أو نوعا أو سمة أو علامة مميزة و تكون " stéréo-type " بهذا المعنى هي صورة ثابتة و أنموذج ثابت أو سمة ثابتة.⁽²⁶⁾

وقد عرّفها علي خليل شقرة في كتابه "الإعلام و الصورة النمطية" بأنها هي التصور الذي يقفز إلى الذهن عند ذكر شخص أو فئة أو شعب نتيجة ما اقترن في الذاكرة من تراكمات معرفية صنعت حولهم أحكاما مسبقة و دون مراعاة لفروق فردية أو جنسية أو ثقافية بين أفراد و فئاته ...⁽²⁷⁾

و في المعاجم العربية يقدم " أحمد زكي" بدوي في معجم مصطلحات الإعلام تعريف " stéréotype " فقط و يسميه القالب الجامد أو الأفكار النمطية الثابتة التي يراها مجموعة من التعليمات المتحيزة و المبالغ فيها في موضوع ما، و يأخذ ذلك فكرة ثابتة يصعب تعديلها حتى و إن توافرت الأدلة على خطئها و يستمد الفرد معتقداته النمطية من الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها.⁽²⁸⁾

وبعد هذا العرض المفاهيمي لكل من الصورة الذهنية و الصورة النمطية يمكن لنا أن نميز بين المفهومين كالتالي :

أنَّ الصورة الذهنية (image) تقوم على مجموعة من السمات الإيجابية التي تثير مشاعر الحب و التعاطف و التأييد و الإعجاب و الرغبة في التقليد ، كثيرا ما يكون ذلك عن طريق تصوير البطولة و الانتصارات و الأعمال الإنسانية و حب الخير و التضحية و الود و السلام .
ولذلك فقد أصبحت عملية تشكيل الصور الذهنية الإيجابية صناعة لها أهمية كبيرة تقوم بها شركات العلاقات العامة أين أصبحت تقوم بصناعة الصور الإيجابية للمؤسسات و الشركات و حتى الأفراد و المجتمعات ، و نأخذ كمثال هنا وسائل الإعلام في بعض المجتمعات العربية التي أخذت على عاتقها مهمة تلميع صورة المرأة العربية و تصويرها على أنها تتمتع بالحرية و أنها امرأة مستقلة شأنها شأن المرأة في البلدان الغربية و ذلك من خلال عدة محتويات إعلامية أهمها المضامين الدرامية و السينمائية. إضافة إلى ذلك صناعة صور للسياسيين و مرشحي الانتخابات، حيث ظهرت في هذا الصدد العديد من دراسات التي تهتم بصورة رؤساء الدول و المترشحين السياسيين خلال الحملات الانتخابية .

لكن أهم ما يميز الصورة الذهنية عن الصورة النمطية هو أن الأولى تحتاج إلى بذل جهود أكبر لتحقيق الاقناع ، و تحتاج إلى قدر أكبر من المعلومات و الحقائق .
أما الصورة النمطية فقد تعاملت معها الدراسات على أنها صورة سلبية تتشكل من خلال التعميمات ، و تقوم على مجموعة من السمات التي تثير الخوف و الكراهية و النفور و الاشمئزاز و الاحتقار ، و يكون ذلك بتصوير العنف و البطش و القسوة و سفك الدماء و الإرهاب و الهزائم و الجريمة و التخلف و الفقر.⁽²⁹⁾ ومن أمثلة ذلك نجد الدراسات العربية التي تناولت صورة العرب لدى العالم الغربي ، صورة المسلمين لدى الوعي الإدراكي الجمعي للغرب ، صورة المسلم في السينما الأمريكية ، صورة الإسلام في الإعلام الغربي (الأمريكي و الأوروبي)... إلخ.

و غالبا ما تكون هذه الصورة قد تشكلت في أذهان الأفراد أو الشعوب و المجتمعات من خلال تراكمات تاريخية و عقائدية حكمت علاقتها مع الآخر. فمثلا صورة الأفريقي النمطية في ذهن الجمعي الغربي : متفحم البشرة ، طويل القامة ، هزيل الجسد بسبب نقص التغذية... و القارة الإفريقية عموما في ذهن الغربي قارة الحروب الأهلية ، متخلفة ، قارة الأمراض و خاصة مرض نقص المناعة ، الكوارث الطبيعية و الدمار البيئي و الجوع .

و هذه الصور قطعا لم تتكون في المخيلة الغربية عن طريق دراسات علمية شاملة أو معايشة ميدانية مباشرة للأفارقة بل هي غالبا نتيجة ملاحظات جزئية مغرضة تم تعميمها، و نتاج لمخزون ثقافي وفكري تشكل لدى ذهن الغربي و الذي تكون من مصادر عدة⁽³⁰⁾ .

كما أن الصورة النمطية تعبر دائما عن علاقات السيطرة والتبعية وتركيب القوة ، و الذين يقومون بتشكيل الصورة النمطية هم من يمتلكون القوة والسيطرة⁽³¹⁾ .
 وكخلاصة لهذا التفريق بين المفهومين ، فإنه بإمكاننا القول بأن الصورة النمطية أخص من الصورة الذهنية ؛ لأن الصورة الذهنية قد لا تتحول إلى نمط ، وذلك إذا ما سلمت من عيوب الاختزال ، وظلت منفتحة وقابلة للنقد ، والمراجعة ، والزيادة⁽³²⁾ .
 أما إذا تطرفت الصورة الذهنية بتكبتها وعناصرها البنيوية فإن ذلك يجعل منها قالب نمطي لا محالة.

الصورة الذهنية ، الصورة الإعلامية والصورة النمطية أي علاقة؟:

تُعرف الصورة الإعلامية على أنها مجموعة الخصائص التي ترسمها وسائل الإعلام لدولة من الدول أو شعب من الشعوب أو جماعة من الجماعات أو شخصية معينة أو قضية محددة من خلال ما تقدمه من معالجات إخبارية تتناول الموضوعات والقضايا المختلفة. ومن ثمة يعمد الأفراد على تكوين صورهم الذهنية عن هذه الأشياء من خلال ما يحصلون عليه من معلومات، حيث ترتبط هذه الصور الذهنية لدى الأفراد بنوعية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ، أي بملامح الصورة الإعلامية التي يُقدّم من خلالها الحدث أو القضية. ووسائل الإعلام في هذه الحالة قد تلتزم في تقديمها لهذه الخصائص بمعايير التوازن والموضوعية في المعالجة وقد لا تلتزم بهذه المبادئ ، مما ينجم عنه تحريف أو تشويه في الخصائص المقدمة لتحقيق مصالح معينة ، مما يجعل وسائل الإعلام تسهم في تشكيل الوعي الزائف لدى الجماهير من خلال ما تقدمه من معالجات إعلامية غير موضوعية و بالتالي تشكيل صورة نمطية⁽³³⁾.

ونخلص في ختام هذا الحفر المعرفي لمفهوم الصورة الذهنية " لغة واصطلاحا " و من خلال عرض باقي المفاهيم التي تقترب منه في خصائصها وسماتها وتشابك معيها آليات بنائها وتشكيلها ، مما أسفر عنه خلط معرفي في توظيف هذه المفاهيم وهذا راجع لتداخل الظاهرة في حد ذاته كسائر الظواهر في العلوم الإنسانية أين يصعب تفكيك الظاهرة نظرا لتداخل المتغيرات وصعوبة عزلها عن بعضها البعض .. أن الصورة الذهنية التي تشكلها الوسائل الإعلامية بمختلف دعواتها (مكتوبة ، سمعية ، سمعية بصرية ، إلكترونية رقمية) إذا التزمت هذه الأخيرة بالحياد اللازم والموضوعية في تعاملها مع الأحداث وتغطياتها الإخبارية وتقديمها للآراء حول الوقائع والقضايا دون تزييف أو اختزال أو حذف أو أي تلاعب في معالجة المعلومة وزوايا الأحداث فإنها بذلك تشكل لنا وعي إدراكي سليم واع بحقائق الأمور و بالتالي صورة ذهنية كما هي في الواقع .

أما إذا حادت الوسائل الإعلامية عن المهنية المطلوبة خلال صناعتها للمحتويات الإعلامية من خلال التلاعب في نقل الصورة كما هي في الواقع أو إخضاع المعالجات الإعلامية لعدة عوامل تتنافى و العمل الإعلامي الموضوعي المسؤول كالانتقائية المقصودة والتكرار...رغبة في تلبية مصالحها هي أو

مصالح جهات معينة أو خدمة لفكر معين أو ثقافة معينة أو سياسة ما أو إيديولوجية ما فإنها (أي الوسائل الإعلامية) بذلك تحول الصورة الذهنية إلى صورة نمطية سلبية. ونأخذ على سبيل المثال لا على سبيل الحصر الصورة الإعلامية في التلفزيون والذي يعد أداة اتصال فعالة في نقل المحتوى الإعلامي نظرا لمقدرتها الهائلة في التأثير على المتلقي من خلال جعل المشاهد يعتقد أن ما يشاهده على الشاشة هو مطابق للواقع. فإذا تم إخضاع هذه الصورة التلفزيونية سواء في المواد الإخبارية أو الدرامية أو الترفيهية... إلى معايير موضوعية ملتزمة بالشروط المهنية المطلوبة فإن نتاج ذلك سيشكل صورة ذهنية لدى الفرد والمجتمع صحيحة، سليمة وإيجابية، وأما في حالة قولبتها و التلاعب بها من خلال الحذف والاختزال، التركيز على زوايا معينة، اختيار مناظر تصوير موجهة... فنتيجة ذلك ستكون حتما صورة ذهنية مرضية، مقولبة و نمطية لا تتطابق و ما هو موجود في الواقع .

قائمة الهوامش:

- 1- عبيدة صبطي ونجيب بخوش: الدلالة والمعنى في الصورة، الطبعة الأولى (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2009م)، ص 70.
- 2- ابن منظور: معجم لسان العرب، المجلد الرابع (بيروت، دار صادر، 1944م)، ص 473.
- 3- محمد رفيق بن شريف، صورة جهة وجيش التحرير الوطني في السينما: تحليل سيميولوجي لفيلم خارج عن القانون وفيلم معركة الجزائر، رسالة ماجستير (جامعة الجزائر 03- كلية العلوم السياسية والإعلام) الجزائر، 2011 م، ص 14.
- 4- أحمد راغب المغازي، دور محاور الحركة و النهايات البصرية في تشكيل الصورة الذهنية للمدينة: حالة دراسية - مدينة غزة -، رسالة ماجستير (الجامعة الإسلامية - كلية الهندسة) فلسطين، 2015م، ص 28.
- 5- خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، الطبعة الأولى (الجزائر: دار اللسان العربي، 1422هـ) ص 94.
- 6- قدور عبد الله الثاني: سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، الطبعة الأولى (الأردن: مؤسسة الوراق، 2007م) ص 161.
- 7- grand la rousse de la langue française (paris : librairie la rousse t 5- 1976) p 5475.
- 8- encyclopedia Britannica : a new survey of universal knowledge (William Bunton publish , v 12) p 103.
- نقلا عن باديس مجاني: صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير (جامعة قسنطينة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية) قسنطينة 2009م، ص 47.
- 9- جميل صليبا: المعجم الفلسفي، الجزء الأول (بيروت، الشركة العالمية للكتاب، 1994م) ص 144.
- 10- مخلوف حميدة: سلطة الصورة: بحث في إيديولوجيا الصورة و صورة الإيديولوجيا، الطبعة الأولى (تونس: دار سحر للنشر، 2004م) ص 19-20.
- 11- إرادة زيدان الجبوري، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي (العدد 9-10-2010م) ص 163.
- 12- شدوان على شيبه: العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق (مصر: دار المعرفة الجامعية) ص 271.

- 13- نسيمة لونيس ، التلفزيون وصناعة الصورة الذهنية ، المجلة الجزائرية للاتصال (الجزائر – العدد 24 – 2015 م) ص 185.
- 14- سالم جاسم محمد العزاوي ، صورة العراقي لدى الايطاليين ، مجلة الباحث الإعلامي (العدد 17 – 2012) ص 85.
- 15- عاطف عدلي العبد : صورة المعلم في وسائل الإعلام ، الطبعة الثانية (القاهرة : دار الفكر العربي ، 2001 م) ص 20.
- 16- أحمد سالم : صورة الإسلاميين على الشاشة ، الطبعة الأولى (بيروت : مركز نماء للبحوث والدراسات ، 2014 م) ص 55
- 17- فهد محمد العدوي : مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، الطبعة الأولى (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2011 م) ص 272
- 18- يامن بودهان : تحولات الإعلام المعاصر ، الطبعة الأولى (عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2015 م) ص 42-43
- 19- أحمد فاروق رضوان : العلاقات العامة : دراسات حالة .. وموضوعات متخصصة سلسلة [اتجاهات حديثة في الإعلام] ، الطبعة الأولى (القاهرة : دار العالم العربي ، 2013 م) ص 109.
- 20- هناء فاروق صالح : صورة الأمم المتحدة وجامعة الدول العربية لدى الراي العام المصري ، الطبعة الأولى (القاهرة : دار العالم العربي ، 2009 م) ص 180
- 21- سليمان صالح : وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية ، الطبعة الأولى (الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2005 م) ص 22-23 ،
- 22- شدوان علي شيبية ، مرجع سابق ، ص 266
- 23- سامي المالكي : الصورة الذهنية وتمثيلات السياسة الجدد في تونس (تونس : دار سحر للنشر ، 2015 م) ص 20-21
- 24- زينة عبد الستار الصفار ، نظرية الصورة الذهنية وإشكالية العلاقة مع التنميط ، مجلة الباحث الإعلامي (العدد 0) - حزيران) ص 128
- 25- أحمد سالم ، مرجع سابق ، ص 55
- 26- بسام عبد الرحمان الجرايدة : إدارة العلاقات العامة ، الطبعة الأولى (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2013 م) ص 319
- 27- علي خليل شقرة : الإعلام و الصورة النمطية : صورة العرب والمسلمين نموذجا ، الطبعة الأولى (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2015 م) ص 11
- 28- إرادة زيدان الجبوري ، مرجع سابق ، ص 163
- 29- سليمان صالح ، مرجع سابق ، ص 156-157
- 30- علي خليل شقرة ، مرجع سابق ، ص 12-13
- 31- سالم جاسم محمد العزاوي ، مرجع سابق ، ص 85.
- 32- أحمد سالم ، مرجع سابق ، ص 55
- 33- نسيمة لونيس ، مرجع سابق ، ص 192.

الحماية الجزائية لقانون الملكية الفكرية للمصنف الإلكتروني في بيئة الإنترنت ومدى إستفادة المصنف الصحفي من هذه الحماية.

أ.لفقيه فتح الله

د.كريم كريمة.

جامعة سيدي بلعباس

مقدمة:

التطور التكنولوجي المتسارع أتى بظلاله على مختلف القطاعات والميادين وأهم ميدان كانت له الحصة الأوفر من هذا التطور، هو ميدان المعلوماتية وتكنولوجيا الإتصال، لما شهده من ثورة في تغذية الأسواق العالمية بوسائل وأجهزة لم يعد في وسع الإنسان الإستغناء عنها نذكر منها على سبيل المثال: الحواسيب، الهواتف النقالة، برامج الإعلام الآلي، والمواقع الإلكترونية المختلفة...إلخ. هذا الوضع كما إستقطب إليه المهتمين بالإستثمار، جلب إليه أيضا فئة من المجرمين والمحتالين فظهرت بذلك جرائم جديدة لم تكن معروفة من قبل، أصطلح على تسميتها الجرائم المعلوماتية أو الجرائم الإلكترونية.

فإذا كان يقصد بالجريمة في مفهوم الفقه والقانون الجنائي: " كل فعل غير مشروع صادر عن إرادة جنائية يقرر لها القانون عقوبة أو تدييرا إحترازيا" ⁽¹⁾ أو: " كل فعل أو إمتناع يشكل خروجاً على نص من نصوص التجريم يرتب له المشرع عقوبة جزائية، سواء أكان النص المعتبر واردا ضمن نصوص قانون العقوبات العام...وتعديلاته، والقوانين الأخرى ذات الصلة، أو في أي قانون جزائي آخر..." ⁽²⁾ فيجب الإشارة إلى أن هذه التعاريف تعبر عن السلوك الإجرامي في مفهومه العام، أما الجرائم المعلوماتية أو الجرائم الإلكترونية فقد تعددت وتنوعت التعاريف التي وردت في شأنها وفقا للمعايير التي عالجت هذه الجريمة سواء بناء على المعيار الشخصي أو وفقا لمعيار موضوع الجريمة أو المعايير المتعلقة بالبيئة التي أرتكبت فيها الجريمة، وغيرها من المعايير. ⁽³⁾ ولقد تعددت التعاريف الفقهية والتي يمكن تقسيمها إلى إتجاهين:

✓ الأول يضيق من مفهوم الجريمة الإلكترونية، من هذه التعاريف:

- تعريف الدكتورة هدى قشقوش بأنها: " كل سلوك غير مشروع أو غير مسموح به فيما يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو نقل هذه البيانات"

وكذا تعريف الأستاذ Rosenblatt بأنها: " كل نشاط غير مشروع موجه لنسخ أو تغيير أو حذف أو الوصول إلى المعلومات المخزنة داخل الحاسب أو التي تحول عن طريقه".

وتعريف وزارة العدل الأمريكية بأنه: "أية جريمة لفاعلها معرفة فنية بالحاسبات تمكنه من إرتكابها"

✓ أما الإتجاه الثاني فيوسع في مفهومها، من هذه التعاريف:

تعريف الفقيه ArtarSolarz بأنها: "أي نمط من أنماط الجرائم المعروف في قانون العقوبات طالما كان مرتبط بتقنية المعلومات".

وتعريف الفقيه الفرنسي Vivant بأنها: "مجموعة من الأفعال المرتبطة بالمعلوماتية والتي يمكن أن تكون جديرة بالعقاب."⁽⁴⁾

كما أدى هذا الإختلاف في التعاريف إلى الإختلاف حول تسميتها، فإذا تم إعتبارها تشكل خطرا على البيانات والمعلومات تسمى جرائم الهاكرز، أما إذا تم حصرها في الجانب التقني فيمكن تسميتها جرائم معلوماتية أو جرائم تقنية عالية أو جرائم إلكترونية. ومن بين أهم التعاريف التي جمعت بين الإتجاهين، وترى في إزدواج طابع الجريمة بين التقني والقانوني هذا التعريف الذي أورده جلال محمد الزعي، في كتابه جرائم تقنية نظام المعلومات الإلكترونية⁽⁵⁾: "جرائم المعلوماتية هي كل جريمة مقصودة ترتكب بواسطة تقنية أنظمة المعلومات أو عليها يتوافر فيها معرفة تقنية لفاعلها". كما أضاف أنه يشترط لقيام هذا النوع من الجرائم: أن تتم بواسطة الحاسب الآلي أو عليه، وأن تكون جرائم مقصودة، وأخيرا ضرورة توفر حد أدنى من المعرفة والدراية التقنية لدى الفاعل.

أمام هذا الوضع، سَجَل تدخل العديد من المنظمات الدولية والإقليمية عن طريق إبرام معاهدات دولية للحد من هذا النوع من الجرائم ومعاينة مرتكبيها، ليتبع ذلك بتشريعات محلية تبنتها مختلف الدول في قوانينها الداخلية بغية التصدي لهذا النوع من الإجرام وقطع الطريق أمام أصحابه في الإفلات من العقاب، "هذا الوضع أفرز العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة وكان أثرها الأوضح في حقل الملكية الفكرية، وتحديدًا فيما يتصل بتوفير الحماية للمصنفات الجديدة التي أفرزتها ثورة المعلومات والتطور السريع في حقل الكمبيوتر والاتصالات..."⁽⁶⁾

ونظرا لإتساع رقعة الإعتداءات الإلكترونية وتشعبها، سوف نحاول تسليط الضوء على جانب منها فقط، يتعلق تحديدا بالمصنفات الإلكترونية، وذلك من خلال الإجابة عن الإشكالية التالية:

ما هي آليات الحماية الجزائية التي تقررها قوانين حماية الملكية الفكرية للمصنفات

الإلكترونية في بيئة الإنترنت وهل تمتد لتمس المصنف الصحفي؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية نحاول معالجة هذه الدراسة في إطار العناصر الآتية:

أولا- مفهوم الملكية الفكرية والمصنفات في البيئة الإلكترونية.

ثانيا- النطاق القانوني للحماية الجزائية للمصنفات الإلكترونية.

أولاً: مفهوم الملكية الفكرية والمصنفات في البيئة الإلكترونية.

الإهتمام بحماية الإنتاج الفكري لا يعد موضوعاً حديثاً، بل ترجع جذوره إلى أعقاب فترة الثورة الصناعية وما صاحبها من إبتكارات وإختراعات وتطور تكنولوجي، بإعتبارها كانت المحرك الأساسي و الدافع لعقد أول إتفاقية تعنى بحماية الملكية الصناعية التي إحتضنتها باريس في 20 مارس 1883، التي جاءت إستجابة لمطلب الكثير من مخترعي ذلك العصر الذين أبدوا إستياءهم حيال الإعتداءات و التقليد الذي طال إنتاجهم الفكري.⁽⁷⁾ وفي سنة 1891 أبرمت في مدريد بإسبانيا إتفاقية لقمع بيانات تصدير السلع الزائفة و المضللة، سميت (بإتفاقية مدريد).⁽⁸⁾ تعتبر هذه الإتفاقيات اللبنة الأولى التي أرسى أسس وقواعد حماية حقوق الملكية الفكرية، تبعها لاحقاً معاهدات أخرى نتيجة تزايد الإنتاج الفكري وتنوعه، وصولاً إلى عصر الثورة المعلوماتية الأمر الذي أدى إلى ظهور معاهدتا الويبو WIPO للأنترنت. فعلى إثر ذلك فإن الملكية الفكرية و المصنفات المرتبطة بها تأثرت بالبيئة الإلكترونية.

1- مفهوم الملكية الفكرية في البيئة الإلكترونية: سيتم بداية التعرف على المقصود من الملكية الفكرية، ثم ربطها بالبيئة الإلكترونية.

أ- تحديد المقصود من الملكية الفكرية:

يقصد بالملكية الفكرية في مفهومها العام التقليدي: " حق المؤلف أو المبدع لمصنفات أدبية أو فنية، في أن تحظى أعماله بحماية كاملة تحفظها من الإستغلال المادي أو الإساءة إليها"⁽⁹⁾ ، كما يمكن إعتبار: "...الملكية الفكرية بفرعها سواء ما أضحى على تسميته بالملكية الأدبية و الفنية أو حق المؤلف و الحقوق المجاورة، أو ما أضحى على تسميته بحق المخترع أو الملكية الصناعية فهي جميعها حقوق ذهنية، من نتاج الذهن و خلقه و إبتكاره، و مع ذلك فلكل من نوع المالكيتين له مراحل تطوره و ظهوره و خصوصيته..."⁽¹⁰⁾ ، كما يمكن تعريف حقوق الملكية الفكرية بأنها: "الحقوق التي ترد على أشياء غير مادية أي أشياء غير ملموسة لا تدرك بالحس و إنما تدرك بالفكر، هذه الأشياء هي نتاج الذهن و الفكر و من هنا كانت تسمية الحقوق التي ترد عليها بحقوق الملكية الفكرية أو الحقوق الذهنية."⁽¹¹⁾

بما أن المفهوم العام و التقليدي للملكية الفكرية يعتبرها حق المؤلف و المبدع في حماية منتوجه

الفكري أو الذهني، فما هو مفهوم الملكية الفكرية الإلكترونية؟

ب- المقصود من الملكية الفكرية الإلكترونية:

على الرغم من كثرة البحوث و الدراسات التي تناولت موضوع الملكية الفكرية، إلا أنه إتجهت جميعها إلى تعريف الملكية الفكرية بصورة عامة دون تخصيص الملكية الفكرية الإلكترونية و حتى وإن وجدت

دراسات تهتم بها، إلا أنه لم يتم وضع تعريف محدد لها وذلك راجع أساسا إلى حداثة الموضوع. لكن يمكن تعريفها اعتمادا على عدة معطيات:

- 1- الملكية الفكرية هي الحقوق الناشئة عن النشاط والجهد الفكري وما يتولد عنه من إبتكارات صناعية، علمية، وأدبية وفنية..
 - 2- الملكية الفكرية تقوم على معيار التنظيم القانوني، أي القواعد القانونية المقررة لحماية الإبداع الفكري المفرغ في مصنفات....
 - 3- إستخدام وسائل إلكترونية لتبادل المعلومات وتخزينها، وذلك بالإعتماد على إستخدام الوسائل الكهربائية، المغناطيسية، الضوئية أو الإلكترومغناطيسية أو أي وسائل مشابهة.
 - 4- ضرورة التمييز بين نوعين من المصنفات الإلكترونية، تقليدية مثل: براءة الإختراع، مؤلف، أغنية، وغيرها من المصنفات التي تمت معالجتها إلكترونيا ومصنفات إلكترونية بحتة مثل: برامج الحاسب الآلي، طبوغرافيا الدوائر المتكاملة، قواعد البيانات، مواقع الإنترنت... ونتيجة لذلك يمكن تعريف الملكية الفكرية الإلكترونية على أنها: "مجموعة الحقوق المادية و المعنوية المقررة للإبتكار والإبداع الذهني الأدبي أو الفني أو العلمي المفرغ في قالب ذي حيز مادي كان أو إلكتروني وباستخدام الوسائل الإلكترونية"⁽¹²⁾، وبذلك يتضح الفرق بينها وبين الملكية الفكرية التقليدية، فالإلكترونية كما يوحي إليها إسمها، جاءت بناء إلى نوعية الوسائط التي تم إفراغ فيها الإبتكار الذهني سواء أدبيا كان أم فنيا أو علميا.
- وما دام الدراسة تتمحور حول آليات الحماية الجزائية للمصنفات الإلكترونية، بات من الضروري قبل المرور إلى تحديد الحماية الجزائية التي تضمنها قانون حماية الملكية الفكرية، تحديد المصنفات الإلكترونية، وأنواعها؟

2- مفهوم المصنفات الإلكترونية اعتمادا على أنواعها:

المصنفات الرقمية أو الإلكترونية هي نتاج التطور التقني للحاسب الآلي وتقنياته، بدأت بوادر ظهورها إلى الوجود مع منتصف السبعينات من القرن العشرين، حيث نميز بين طائفتين من هذه المصنفات فئة ترتبط مباشرة بنظام وتقنيات الحاسب الآلي، وفئة أخرى إرتبط ظهورها بظهور التشبيك الإلكتروني العالمي عن طريق شبكة الإنترنت العالمية.⁽¹³⁾

فالمصنف الرقمي هو كل عمل إبداعي عقلي أو ذهني ينتهي إلى بيئة تقنية المعلومات.⁽¹⁴⁾ و
المصنفات المعروفة في البيئة الرقمية إلى وقتنا الحالي ستة (6) مصنفات⁽¹⁵⁾، ليست واردة على سبيل
الحرص بل يمكن أن تضاف إليها أنواع جديدة مستقبلا، وهي مقسمة إلى فئتين كما سبقت الإشارة:
- أ- المصنفات المرتبطة بنظام وتقنيات الحاسب الآلي:
ويمكن حصر هذه المصنفات في برامج الحاسب الآلي، قواعد البيانات و الدوائر المتكاملة.

• برامج الحاسب الآلي:

تعتبر برامج الحاسب الآلي أولى وأقدم المصنفات الإلكترونية، ويمكن إعتبارها الأساس التقني لباقي
المصنفات، فبدونها لا يمكن تشغيل جهاز الحاسب الآلي ولا يمكن إستغلال بقية المصنفات تقنيا. و
تدخل حماية هذه المصنفات في إطار الحماية القانونية المخصصة للأموال غير المادية التي تعتبر نتاج
الذهن البشري.⁽¹⁶⁾ هذا من الجانب الدولي، وحتى التشريعات الوطنية تبنت نفس التوجه، كالتشريع
الجزائري في المادة 04 من الأمر 05/03⁽¹⁷⁾ إعتبر برنامج الحاسب الآلي مصنفا أدبيا، حيث ورد بمتن
المادة: "تعتبر على الخصوص النصوص كمصنفات أدبية أو فنية محمية ما يلي:

المصنفات الأدبية المكتوبة مثل:

المحاولات الأدبية، و البحوث العلمية و التقنية، والروايات، والقصص، و القصائد الشعرية، و برامج
الحاسوب..."

و برامج الحاسب الآلي تنقسم تقنيا إلى نوعين: برامج تشغيل و برامج تطبيق أو تنفيذ، فالأولى التي
يتمكن بموجبها الحاسب القيام بوظائفه المحددة، كما تعتبر جزءا منه، أما الثانية فهي البرامج
المكتوبة بإحدى لغات البرمجة المعروفة، و التي يتاح إستعمالها لكافة العملاء بغض النظر عن نوع
الحاسب الآلي المستعمل.⁽¹⁸⁾

• قواعد البيانات:

أفرز التطور التقني لنظام الحاسب الآلي و توسع دائرة إستخدامه، كونه أداة تخزين و إسترجاع
لكم هائل من المعلومات، إلى إيجاد وسيلة منطقية علمية لخزن و إسترجاع المعلومة، تتمثل في قواعد
البيانات. حيث تعددت تعاريف⁽¹⁹⁾ هذه الآلية بين الفقه و التشريع، ففقهيا عرّفت بأنها: "مجموعة
بيانات مسجلة في ملفات على نحو يحدد الروابط المنطقية بين نوعياتها المختلفة و يفضلها يتم
إسترجاع مخزونها البياني بسهولة و يسر عن طريق الحسابات"

أما تشريعياً، فقد نص التشريع الأوروبي ضمن ميثاقه المتعلق بقواعد البيانات على أنها: "مجموعة المصنفات أو المعلومات أو أي عناصر أخرى معدة بطريقة منسقة منظمة وتدار بواسطة النظام الإلكتروني أو أي نظام آخر"، كما عرفت الإتفاقية الدولية لقواعد البيانات لعام 1996 التي نصت في مادتها 01 الأولى على: "مجموعة المصنفات الأدبية أو الموسيقية أو السمعية أو البصرية أو أي نوع آخر من المصنفات و أي مجموعات من المواد الأخرى كالنصوص والأصوات والصور أو الأرقام أو الوقائع أو البيانات التي تمثل أي مادة أخرى".

أما على صعيد التشريعات الداخلية فيلاحظ أن التشريع الجزائري و على غرار الكثير من التشريعات المقارنة لم يضع لها تعريفاً خاصاً، رغم أنه أدرجها ضمن المصنفات المحمية بنص المادة 5 من الأمر 05/03 السابقة الذكر، و من التشريعات التي وضعت لها تعريفاً، نجد القرار الوزاري الصادر عن وزارة الثقافة المصرية رقم 82 لسنة 1993 في المادة 2 منه: "أي تجميع متميز للبيانات يتوافر فيه الابتكار أو الترتيب أو أي مجهود شخصي يستحق الحماية و بأي لغة أو رمز و بأي من الأشكال و يكون مخزونا بواسطة الحاسب الآلي و يمكن إسترجاعه بتلك الوساطة أيضاً".

• طبوغرافيا الدوائر المتكاملة:

التطور التكنولوجي مثل فتحة جديدة و مميّزا لشبكة المواصلات في حقل صناعة الإلكترونيات و تطوير وظائف التقنية العالية، ساعد تطور عمليات دمج الدارات الإلكترونية على الشريحة في القيام بمهام و وظائف إلكترونية، و هذا التطور هو عبارة عن نتاج الإبداع الذهني في ترتيب و تنظيم الدوائر المدمجة على الشريحة، و ساهم هذا الجهد الإبداعي في تطوير نظم الكومبيوتر بشكل سريع و هائل.⁽²⁰⁾

-ب- المصنفات المرتبطة بظهور نظام الأنترنت:

سبقت الإشارة في البداية أن تعداد المصنفات الإلكترونية ستة (6) ليست واردة على سبيل الحصر، بل يمكن أن تضاف إليها أصناف جديدة مستقبلاً تبعاً للتطور التكنولوجي المعلوماتي المتسارع. و تم التطرق إلى الأنواع الثلاثة المرتبطة بتقنية الحاسب الآلي، و هي برامج الحاسوب، قواعد البيانات و طبوغرافيا الدوائر المتكاملة. و الآن نتطرق إلى المصنفات التي إرتبط ظهورها بظهور نظام و تقنية الأنترنت.

• أسماء و نطاقات (عناوين) الأنترنت:

تعددت تعاريف المواقع الإلكترونية و أثارت جدلاً فقهيّاً كبيراً، و مناط الإختلاف إلى الزاوية التي يرى بها كل طرف إلى طبيعة هذا المصنف الرقمي، حيث تم حصر ثلاثة تعاريف مختلفة:

- التعريف الأول: ربط مفهوم عنوان أو موقع الانترنت بطبيعته التقنية الفنية التي تقوم على إستبدال الأرقام بأحرف بسيطة يسهل التعامل معها و حفظها، تلك الأحرف هي التي يتشكل منها إسم الموقع فبمجرد كتابة بعض الأحرف يظهر إسم الموقع أو النطاق كاملا.
- التعريف الثاني: ربط مفهوم الموقع الإلكتروني بمكونات هذا العنوان، بإعتباره يتكون من جزأين، أحدهما ثابت ويعبر عنه بـ WWW. و جزء متغير هو الذي يميز إسم الموقع عن غيره من المواقع.
- التعريف الثالث: يربط مفهوم الموقع الإلكتروني بالجانب الوظيفي للموقع. فالموقع الإلكتروني يعبر عن العنوان الافتراضي للمشروع على شبكة الانترنت.⁽²¹⁾

● مصنفات الوسائط المتعددة :

الوسائط المتعددة مصطلح معروف في عالم الحاسوب يشير إلى إستعمال عدة أجهزة إعلام مختلفة لحمل المعلومات مثل: (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو والتطبيقات التفاعلية)، فالوسائط المتعددة تعتمد على مزج عدة عناصر من نصوص و صور و أصوات و تفاعلها معا عن طريق برنامج من برامج الكمبيوتر، مع إمكانية تسويقها تجاريا عن طريق دعائم مادية (CD - DISQUE)، أو إنزالها على شبكة الأنترنت.⁽²²⁾

و بالرجوع إلى التشريع الجزائري خاصة المرسوم التنفيذي رقم 257/98⁽²³⁾ المتعلق بضبط و شروط إقامة خدمات الإنترنت و إستغلالها نجده قد إعتبر حسب نص المادة 02 صفحة الواب متعددة الوسائط تتكون من: " نصوص، رسوم بيانية، صور أو صور موصولة بينها عن طريق وصلات تسمى نصوص متعددة".

● مصنفات النشر الإلكتروني:

مصنفات النشر الإلكتروني تنقسم إلى قسمين: مصنفات فكرية ذات أصل مادي، تمت معالجتها إلكترونيا مثل:الكتب، محاضرات، أناشيد، مسرحيات، أغاني...، وأخرى متاحة على الشبكة دون أن يكون لها أصل مادي. فكثير من الهيئات و المؤسسات لها وجود افتراضي في عالم النت، دون أن يكون لها وجود مادي. و أعتبرت هذه المصنفات سواء تلك التي لها أصل مادي أو تلك المعالجة إلكترونيا إنتاج فكري مبتكر محمي بقواعد حق المؤلف و الحقوق المجاورة.⁽²⁴⁾

ثانيا-النطاق القانوني لحماية المصنفات الإلكترونية ومدى تطبيق ذلك على المصنف الصحفي:

بعد التطرق إلى تحديد المقصود من المصنفات الرقمية، فلا بد من تحديد النطاق القانوني للحماية الجزائية التي قررها قانون الملكية الفكرية و التعرف على إمكانية تطبيقها على المصنف الصحفي.

1- النطاق القانوني لحماية المصنفات الإلكترونية:

لقد سبقت دراسة أهم التقسيمات التي تعرفها المصنفات الإلكترونية والمتمثلة في ستة مصنفات، فكيف يتدخل المشرع لحمايتها جزائيا؟

أ- النطاق القانوني لحماية المصنفات الرقمية المرتبطة بتقنية الحاسب الآلي:

سيتم دراسة الحماية الجزائية للمصنفات المرتبطة بتقنية الحاسب الآلي، على النحو التالي:

● الحماية الجزائية لبرامج الحاسب الآلي:

لا تكاد تختلف التشريعات الدولية و الوطنية في الإتفاق على إعتبار الوصف القانوني لبرامج الحاسب الآلي كمصنفات أدبية منظمة بقواعد حق المؤلف و الحقوق المجاورة. سواء أكانت بلغة الآلة أم بلغة المصدر، وسند هذا التوجه يوضحه نص المادة 10/ف1 من معاهدة التريبس TRIPS عام 1994 التي أشرفت عليها منظمة التجارة العالمية، لتحديد الشروط الواجب توافرها في قوانين الدول الأعضاء فيما يتعلق بحماية حقوق المؤلف، التي جاء فيها: "تتمتع برامج الحاسب الآلي سواء أكانت بلغة المصدر أم بلغة الآلة بالحماية بإعتبارها أعمالا أدبية بموجب معاهدة برن لسنة 1971".

كذلك في نفس السياق قررت نفس التوجه معاهدة الإنترنت الأولى سنة 1996 كما يطلق عليها، يتعلق الأمر بمعاهدة الويبو WIPO (المنظمة العالمية للملكية الفكرية) بشأن حق المؤلف التي إعتتمدها المؤتمر الدبلوماسي في 20 ديسمبر 1996، حيث نصت في مادتها الرابعة 04 على أنه: "تتمتع برامج الحاسوب بالحماية بإعتبارها مصنفات أدبية بمعنى المادة 2 من إتفاقية برن. و تطبق تلك الحماية على برامج الحاسوب أيا كانت طريقة التعبير عنها أو شكلها".

كما نصت المادة 61 من إتفاقية التريبس المذكورة سابقا في مضمونها على ضرورة إتخاذ الدول الأعضاء إجراءات جزائية ضد حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية، من أجل تكريس سياسة جنائية تحقق جو إقتصادي آمن يشجع الإستثمار.

هذا التوجه تبنته أغلب التشريعات المقارنة خاصة تلك التي تنتمي إلى المنظمة العالمية للتجارة OMC، أما بالنسبة للتشريع الجزائري وسعيها منه لوضع أرضية تشريعية صلبة توفر مناخا إقتصاديا ملائما للإستثمار من جهة، و لدعم حظوظ الجزائر في الإنضمام إلى هذا القطب التجاري العالمي من جهة أخرى، عمل هو الآخر على سنّ قوانين تواكب التطور التكنولوجي الحاصل في ميدان حقوق الملكية الفكرية، بسلسلة من القوانين جرّمت التعدي على حق الملكية الفكرية وصولا إلى الأمر 05/03 الذي نص صراحة في المادة 153 منه على: "يعاقب مرتكب جنحة تقليد مصنف أو أداء كما هو

منصوص عليه في المادتين 151 و 152 أعلاه، بالحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من خمسمائة ألف دينار 500.000 دج إلى مليون دينار 1000.000 دج سواء كان النشر قد حصل في الجزائر أو في الخارج."

مما سبق تتضح الرؤيا بما لا يدع مجالا للشك في إعتبار برامج الحاسوب من المصنفات التي تطبق عليها قواعد القانون الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية، و مناطق تشديد العقوبات وتوسيع دائرة حمايتها دوليا ومحليا يعود إلى قيمتها المالية وتزايد الطلب عليها من طرف الأشخاص الطبيعية و المعنوية.

• نطاق الحماية الجزائرية لقواعد البيانات:

فالحماية الجزائرية لقواعد البيانات على الصعيد الدولي كرسته عدة إتفاقيات ومعاهدات وقد كرس ذلك إتفاقية تريبس في مادتها العاشرة، الفقرة الثانية 2/10 المشار إليها سابقا التي تقرر أن قواعد البيانات شأنها شأن برامج الحاسب الآلي من بين المواضيع التي يسري عليها تطبيق النصوص الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية، ودعّمت هذا الإتجاه في مادتها 61 بنصها: "...و يجوز للبلدان الأعضاء فرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية في حالات أخرى من حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية، لا سيما حين تتم التعديتات عن عمد وعلى نطاق تجاري".

كما تناولتها معاهدة الأنترنت الأولى (WIPO) سنة 1996 في مادتها الخامسة 5: "مجموعة البيانات (قواعد البيانات)، تتمتع مجموعة البيانات أو المواد الأخرى بالحماية بصفتها هذه، أيا كان شكلها..."

و المشرع الجزائري كان صريحا في إعتبار قواعد البيانات مصنفات تطالها حماية قواعد حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، إذ نص عليها ضمن المادة 5 من الأمر 05/03 المذكور، وبالتالي كل من ينتهك حق ملكية هذا المصنف، يكون عرضة لتوقيع الجزاءات التي نصت عليها المادة 153 من هذا الأمر.

• نطاق الحماية الجزائرية لطبوغرافيا الدوائر المتكاملة:

الحماية القانونية لهذه المصنفات ترجمتها عدة جهود تشريعية، كمشروع قانون الحماية الذي أعدته اللجنة الأوروبية، الذي على ضوءه أصدر المجلس الأوروبي سنة 1986 دليلا لحماية الدوائر المتكاملة، بغرض توفير الإنسجام التشريعي بين دول أوروبا، بهذا الخصوص وفي سنة 1989 أبرمت

إتفاقية واشنطن بشأن الدوائر المتكاملة. فهذا التوجه التشريعي دعمته إتفاقية تريبس في موادها 35 و 38 مما ساهم في إرساء حماية فعالة في إطار قواعد وأحكام قانون الملكية الفكرية.

- ب- النطاق القانوني لحماية المصنفات المرتبطة بظهور نظام وتقنيات الإنترنت:
سيتم دراسة النطاق القانوني لحماية المصنفات المرتبطة بظهور بتقنية الأنترنت كما يلي:

● الحماية الجزائرية لمحتوى الموقع الإلكتروني:

للحديث عن الطبيعة القانونية للموقع الإلكتروني، لابد من الإشارة إلى أنه يتكون من عنصرين هما: إسم الموقع الإلكتروني، و الموقع ذاته، فإسم الموقع هو عنوان فريد يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية اللاتينية أو الأرقام التي عن طريقها يمكن الوصول لموقع ما على الإنترنت. أما الموقع فهو عبارة عن مجموعة من الصفحات مرتبطة فيما بينها عن طريق روابط معينة تسمح للشخص الإنتقال من موقع لآخر ومن صفحة لأخرى وإبحار داخل عالم الويب.⁽²⁵⁾

ورغم وجود بعض الإتجاهات الفقهية التي لم تعترف بإدراج العناوين الإلكترونية تحت طائفة أحكام وقواعد حماية الملكية الفكرية، إلا أن الفقه الغالب و القضاء و التشريع ذهبوا إلى إعتبار العنوان الإلكتروني من عناصر الملكية الفكرية و يمنح صاحبه حق ملكية بكامل إمتيازاته، فالمشرع الأمريكي ضمن قانون حماية المستهلك و القرصنة الصادر عام 1999 أعطى الحق لمن تم قرصنة عنوانه الإلكتروني أن يرفع دعوى مباشرة على الجاني و يحاكم وفقا لهذا القانون بإعتباره معتديا على الملكية الفكرية في صورتها الصناعية و التجارية.

إلا أن هناك إتجاه فقهي جديد، أمريكي و فرنسي و جانب من الفقه العربي يذهب لبحث طبيعة العنوان الإلكتروني القانونية في مجال حقوق المؤلف المجاورة أو في مجال الملكية الفكرية الأدبية و الفنية.⁽²⁶⁾

و بإسقاط هذا التوجه على التشريع الجزائري يجد تطبيقه في الأمر 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، خاصة نص المادتين 151 و 152 منه، اللتين ذكرتا الأفعال التي تدخل في إطار التقليد، بما فيها البث عن طريق الوسائل الحديثة و منظومة المعالجة المعلوماتية.

● الحماية الجزائرية للوسائط المتعددة:

و في موضوع البحث عن النص القانوني الواجب التطبيق، و الذي يجسد الحماية الجزائرية للوسائط المتعددة و بالرجوع إلى نصوص الأمر 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة لا نجد أنه قد نص صراحة على هذا النوع من المصنفات، إلا أنه بالمقابل نص على مجموعة من المصنفات

على سبيل المثال لا الحصر وترك الباب مفتوحا لإدراج مصنفات أخرى، و عليه يمكن القول بتطبيق نصوص القانون السابق لحماية المصنف المتعدد الوسائط بمجرد أن يكون أصيلا، ويظهر شخصية صاحبه.⁽²⁷⁾

وتشمل هذه المصنفات الأعمال السينمائية و التلفزيونية و الإذاعية من أفلام و مسلسلات و أغاني و محاضرات، و غيرها...⁽²⁸⁾

• الحماية الجزائية لمصنف النشر الإلكتروني:

مصنفات النشر الإلكتروني، شأنها شأن المصنفات المستجدة، يمكن أن تطبق عليها قواعد حماية حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة الواردة ضمن الأمر 05/03، حيث نجد المادة 152 منه كانت صريحة في إعتبار العمل على تبليغ المصنف أو الأداء عن طريق التمثيل أو الأداء العلني، أو البث الإذاعي السمعي أو السمعي البصري، أو التوزيع بواسطة الكبل أو بأية وسيلة نقل أخرى لإشارات تحمل أصواتا أو صورا و أصواتا أو بأي منظومة معالجة معلوماتية إرتكابا لجنحة التقليد المعاقب عليها بموجب المادة 153 بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات و بغرامة من 500.000 دج إلى 1000.000 دج. و بالتالي فالتشريع الجزائري بهذا التوجه قد وافق معظم التشريعات المقارنة التي إعتبرت التعدي على هذه المصنفات يُعالج في إطار قوانين حماية حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

و التشريع المصري عالج هو الآخر مسألة النشر الإلكتروني ضمن نصوص حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، حيث نص ضمن المادة 181/ف 4 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على: "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر و بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه و لا تتجاوز عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من إرتكب أحد الأفعال الآتية...: رابعا: نشر مصنف أو تسجيل صوتي أو برنامج إذاعي أو أداء محمي طبقا لأحكام هذا القانون عبر أجهزة الحاسب الآلي أو شبكات الإنترنت أو شبكات المعلومات أو شبكات الإتصالات أو غيرها من الوسائل بدون إذن كتابي مسبق من المؤلف أو صاحب الحق المجاور".

و تتفق جريمة التقليد مع جرائم النشر عن طريق الوسائل الحديثة، إلا أن هذه الأخيرة أوسع نطاقا من جريمة التقليد، حيث جرائم التقليد تتعلق بنسخ مقلدة للعمل الإبداعي، في حين أن جريمة النشر تتحقق في حالتين، سواء بعمل نسخ مقلدة من العمل الإبداعي ونشرها، كما تتحقق أيضا بإتاحة نسخة واحدة (أصلية أو مقلدة) مباشرة إلى الجمهور، كعرض فيلم أو أغنية.⁽²⁹⁾

2- مدى تطبيق هذه الحماية على المصنفات الصحفية:

كثيرا ما يثار التساؤل حول مدى إستفادة المصنفات الصحفية من الحماية التي توفرها أحكام و قواعد حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، و الواقع رغم عدم وجود نص صريح يخص الأعمال الصحفية و يميزها عن غيرها من الأعمال بالحماية بموجب قانون حماية حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، إلا أننا نلاحظ أن التشريع الجزائري على غرار بعض التشريعات المقارنة قد نص على هذه الحماية بطريق غير مباشر بموجب المادة 47 من القانون 05/03 المتعلق بحماية حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة التي نصت: "يعد عملا مشروعا، شريطة ذكر المصدر و إسم المؤلف، و دون ترخيص من المؤلف أو مكافأة له، قيام أي جهاز إعلامي بإستنساخ مقالات تخص أحداثا يومية نشرتها الصحافة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية أو تبليغها للجمهور ، إلا إذا كانت هناك إشارة صريحة يحظر إستعمال ذلك لمثل هذه الأغراض. يمكن الإستعمال الحر لأخبار اليوم و وقائع الأحداث التي لها صبغة إعلامية محضة."

فبمفهوم المخالفة يتضح أن المصنفات الصحفية تدخل ضمن الحقوق التي يحميها قانون الحماية الفكرية، إلا أنه استثناءا يمكن إستغلالها تحت شروط معينة مع ذكر المصدر و إسم المؤلف. كما تم تناولها بشكل غير مباشر بإدراجها تحت مصنفات أخرى محمية، كما يوضحه نص المادة 5 من الأمر 05/03⁽³⁰⁾.

و من النصوص القانونية الأخرى التي تؤكد و تعترف بحق التأليف الصحفي إذا توافرت فيه الشروط المطلوبة كأن يكون أصيلا يتضمن عنصرا للإبداع و الابتكار، نجد المادة 4/ح من الأمر 05/03 الخاص بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة التي نصت على: "... المصنفات التصويرية و المصنفات المعبر عنها بأسلوب يماثل التصوير...".

فبإستقراء نص المادتين السابقتين يتضح جليا التوجه التشريعي في تناول المقالات الصحفية المكتوبة أو المسموعة أو المرئية بالحماية القانونية، إلا أن التشريع أجاز إستعمالها تحت طائلة شروط معينة من أجل تبليغها للجمهور مع التقيد بذكر المصدر و إسم المؤلف.

وعالج التشريع السعودي نفس الموضوع بنص أكثر وضوحا في المادة 15 ضمن الفقرتين الرابعة و الخامسة (4 و 5)، من نظام حماية حقوق المؤلف الصادر بموجب المرسوم الملكي بتاريخ 02 رجب 1424 هجرية، التي نصت على إعتبار إستخدام المصنفات المحمية - أي تلك التي تناولتها أحكام و قواعد حقوق المؤلف بالحماية - مشروعا دون الحصول على إذن من المؤلف، حيث جاء في نصها: "تعد أوجه

الاستخدام الآتية للمصنف المحمي بلغته الأصلية، أو بعد الترجمة مشروعه، وذلك دون الحصول على موافقة أصحاب حقوق المؤلف، وهذه الأوجه هي:

4- نقل أو نسخ المقالات المنشورة في الصحف والدوريات عن موضوعات جارية، أو المصنفات المذاعة ذات الطابع المماثل، بشرط ذكر المصدر بوضوح، واسم المؤلف إن وجد.

5- نسخ أي مصنف إذاعي يمكن أن يشاهد أو يسمع بمناسبة عرض أحداث جارية عن طريق التصوير الثابت أو المتحرك، بشرط أن يكون ذلك في حدود الهدف المراد تحقيقه، مع ضرورة الإشارة إلى المصدر بصورة واضحة..."

بناء على ذلك فالمصنف الصحفي المكتوب أو السمعي أو البصري محمي كقاعدة عامة بأحكام وقواعد حقوق المؤلف، لكن إستثناءا يمكن إستخدامه تحت طائلة شروط قانونية معينة مع ذكر المصدر وإسم المؤلف في إطار محدد قانونا.

نفس التوجه تبناه التشريع الفرنسي فبالرجوع إلى نص المادة L 112-1 من قانون حماية الملكية الفكرية الفرنسي (Code de Propriété Intellectuelle) الذي ينص على حماية جميع المؤلفات مهما كان نوعها، أو طريقة التعبير. فحسب هذا التوجه، الصحفي هو مؤلفٌ كامل يجب إحاطة مؤلفاته بقواعد وأحكام حقوق المؤلف.⁽³¹⁾

يؤكد هذا المنحى ما ذهب إليه القضاء في فرنسا إثر تدخله في مسألة إقدام بعض شركات النشر على إعادة نشر بعض المؤلفات الصحفية وإستغلالها عبر الوسائط الإلكترونية، وذلك بمطالبة الناشرين التوقف عن هذه الممارسات وإشترط الموافقة السابقة لصاحب المقال أو المؤلف مع دفع له أجر عادل.

وما يوضح ذلك قضية صحيفة LE FIGARO الفرنسية، حيث إقتاحت الشركة الناشرة المتعاقدة مع الصحيفة إعادة نشر أرشيف الصحيفة على شبكة الأنترنت، مع إمكانية الحصول على نسخة من المقالات. الشركة الناشرة بررت هذا النشر دون الحصول على موافقة الصحيفة بحجة أن الصحيفة مؤلف جماعي، إلا أن القضاء واجه هذا الإستغلال بأن الشركة الناشرة لا تملك حق الإستثمار إلا بالنسبة لعملية النسخ الأول فقط.

بالنسبة إلى موضوع إعادة نشر الأعمال الصحفية ذات الطابع السمعي أو البصري نشير إلى حكم المحكمة العليا في ستراسبورغ بشأن قضية التلفزيون الفرنسي France 3، هذه القناة

التلفزيونية التي ألزمتها القضاء الفرنسي بضرورة الحصول على إذن جديد من الصحفي صاحب العمل الصحفي المراد إستغلاله، مع حصوله على مقابل نتيجة إستغلال عمله ذلك.⁽³²⁾

على خلاف ما سبق هناك تشريعات نصت صراحة على إدراج المصنفات الصحفية ضمن المصنفات التي تنالها حماية أحكام وقواعد حقوق المؤلف، كالتشريع الكندي الذي نص ضمن المادة 2 من قانون حق المؤلف 600 لسنة 1985 الصادر في 3 يوليو 1985 على: "الصحف والنشرات والمجلات أو أي منشورات دورية"، إلا أنه يشترط في المصنف حتى يتمتع بالحماية المذكورة أن يكون مبتكرا يحمل البصمة الشخصية للصحفي، هذا ما يؤكدته المشرع الجزائري أيضا من خلال نص المادة 3 من الأمر 05/03 المذكور.

وبالتالي "لما كان العمل الصحفي لا ينطوي دائما على عنصر الإبتكار الذي يجعله مصنفا جديرا بالحماية، فإن هذه الأخيرة لا تشمل سوى بعض صور عمل الصحفي التي تعكس شخصية الصحفي وتجسدها كالمقال والحديث الصحفي ... ولكن إذا كان المقال لا يتخذ هذا الطابع ولم تظهر في عرض شخصية الصحفي، فإنه لا يستفيد من الحماية"⁽³³⁾، نفس الشيء ينطبق على الحوار الصحفي. والخلاصة مما ذكر فإن المقال الصحفي تشمله حماية حقوق المؤلف ما دام يعبر عن شخصية الصحفي وهو ما يجري على المقال الإفتتاحي والمميز L'article de fond دون المقالات التي قد يكتبها الصحفي تعليقا ومجاراة للأحداث والوقائع الجارية فهذه تخرج عن دائرة الحماية المذكورة ما عدا إذا كانت تعكس شخصية الصحفي وتشكل عملا أصيلا ومبتكرا.⁽³⁴⁾

الخاتمة:

باعتبار المصنفات الرقمية تمثل أموالا معنوية ذات قيمة كبيرة، يعكس قيمتها الإقتصادية، تزايد وتيرة التنافس بين كبريات الشركات على الإستثمار في هذا النوع من الإنتاج الفكري، فقد بات حتما إلى جانب الحماية التقنية التي تعتمد على برامج وآليات خاصة لتحسين هذا المنتج، وعدم إتاحة إستخدامه وإستغلاله إلا بموافقة صاحب المنتج أو من يملك الحق في إستغلاله وتسويقه، أن يرافق ذلك تطوير الآلية القانونية للحماية والتي لم تعد تسير التطور المتسارع والمتزايد لهذا النوع من الإنتاج.

الهوامش والمراجع

- (1) يراجع، محمد نصر محمد، المسؤولية الجنائية لإنتهاك الخصوصية المعلوماتية، الطبعة 1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الجيزة- مصر-، سنة 2016، ص.10.
- (2) يراجع، جلال محمد الزعبي و "آخرون"، جرائم تقنية نظم المعلومات الإلكترونية، الطبعة 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، -الأردن -، سنة 2010، ص.38.
- (3) يراجع، محمد نصر محمد، المرجع السابق، ص.10.
- (4) تمت الإشارة إلى هذه التعاريف من طرف: محمد نصر محمد، المرجع السابق، ص. 11-12.
- (5) يراجع، جلال محمد الزعبي، المرجع السابق، ص. 70.
- (6) يراجع، فتن حسن حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، الطبعة 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن-، سنة 2010، ص.13.
- (7) يراجع، فتن حسين حوى، المرجع السابق، ص.23.
- (8) أحمد عبدالله مصطفى، حقوق الملكية الفكرية والتأليف في بيئة الإنترنت، مجلة Cybrarians Journal، العدد 21، ديسمبر 2009، www.journal.cybrarians.info الإطلاع بتاريخ 2017-12-24 على الساعة 21:00.
- (9) يراجع، هروال هبة نبيلة، جرائم الأنترنت دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -، السنة الجامعية 2013-2014، ص.204.
- (10) يراجع، فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية)، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، سنة 2010، ص.39.
- (11) يراجع، فتن حسين حوى، المرجع السابق، ص.27.
- (12) يراجع، أمير فرج يوسف، حقوق الملكية الفكرية الإلكترونية والمساس بها بإعتبارها جريمة معلوماتية، الطبعة 1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية - جمهورية مصر العربية -، سنة 2016، ص.24-25.
- (13) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص.99.
- (14) يراجع، خالدة هناء سيدهم، حماية حقوق الملكية الفكرية للمصنفات الرقمية في بيئة الإنترنت، مركز جيل البحث العلمي، www.jilrc.com، الإطلاع بتاريخ 2017/12/18، على الساعة 21:03.
- (15) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص.99.
- (16) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص.101.

- (17) الأمر 05/03 الصادر بتاريخ 19 جويلية 2003، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج.ر.، عدد 44 الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2003، ص.4.
- (18) يراجع، فتوح الشاذلي و"آخرون"، جرائم الكمبيوتر وحقوق المؤلف والمصنفات الفنية ودور الشرطة والقانون، الطبعة 2، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت - لبنان -، سنة 2007، ص.27.
- (19) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص ص.106-107.
- (20) يراجع، أحمد عبد الله مصطفى، المرجع السابق.
- (21) يراجع، فاتن حسين حوى، المرجع السابق، ص ص.52-53-54.
- (22) يراجع، حواس فتيحة، حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الأنترنت، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2015-2016، ص.45.
- (23) المؤرخ في 1998/08/25، ج.ر. عدد 63، بتاريخ 1998/08/26، ص.6.
- (24) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص ص.128-129-130.
- (25) يراجع، فاتن حسين حوى، المرجع السابق، ص ص.66-67.
- (26) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص ص.122-123-124.
- (27) يراجع، حواس فتيحة، المرجع السابق، ص 47.
- (28) يراجع، أمير فرج يوسف، المرجع السابق، ص.126.
- (29) يراجع، سلوى جميل أحمد حسن، الحماية الجنائية للملكية الفكرية، الطبعة 1، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، الجيزة - مصر-، سنة 2016، ص ص.197-198.
- (30) المادة 5 من الأمر 05/03 السابق: "تعتبر أيضا مصنفات محمية الأعمال الآتية:- أعمال الترجمة و الإقتباس، و التوزيعات الموسيقية، و المراجعات التحريرية، و باقي التحويلات الأصلية للمصنفات الأدبية أو الفنية،- المجموعات و المختارات من المصنفات، مجموعات من مصنفات التراث الثقافي التقليدي و قواع البيانات سواء كانت مستنسخة على دعامة قابلة للتشغيل بواسطة آلة أو بأي شكل من الأشكال الأخرى ، و التي تأتي أصلتها من إنتقاء موادها أو ترتيبها. تكفل الحماية لمؤلف المصنفات المتقة دون المساس بحقوق مؤلفي المصنفات الأصلية."
- (31) L'article 112-1 de CPI français créé par la loi 92-597-1992-07-01 annexe JORF 3 JUILLET 92.
- (32) Voir: Droits d'auteurs des journalistes sur internet, fr.jurispedia.org, consulter le 30/12/2017 à 21 :30.

- (33) يراجع: كعبش عبد الوهاب، الصحافة عبر الأنترنت و حقوق المؤلف – دراسة مقارنة -، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق - جامعة الجزائر-، السنة الجامعية 2006/2007 ص ص.11-12.
- (34) كعبش عبد الوهاب، المرجع السابق، ص. 12.

موت المؤلف بداية التلقي

د. عمر معراجي
جامعة مستغانم

إن دراسة ظاهرة موت المؤلف وبالأحرى إشكالية فهم النص ما بعد البنيوية ، بوصفها رؤية جديدة ، أخذت تبني كيانها على أنقاض التفوق المعرفي الذي لازم المنهج البنيوي وحصره في دراسة الظاهرة النصية في ذاتها ومن أجل ذاتها ، وظاهرة موت المؤلف ظاهرة لازمت قائلها ونشرها في معالم الفكر النقدي العالمي، رولان بارت Roland Bart (1) وهو مفكر وناقد فرنسي ، عرف بثورته الفكرية على الذات المبدعة من منطلق الظاهرة نفسها ، اشتهر بأعمال نقدية متنوعة ، أخذت شيوعها وانتشارها بين أوساط العارفين بالنقد الأدبي حديثا، اشتغل على النص وقدم مفاهيم معرفية ثارت عن الأدب الكلاسيكي ، والمناهج النقدية القديمة .

موت المؤلف ظاهرة اشتقت ضمنا من مفارقات عديدة وتراكمات فلسفية وإيديولوجية وأخرى ابستمولوجية ، أسست لوجودها في رحاب النقد الأدبي كثورة فكرية أو قراءة بديلة للنص ما بعد البنيوية، وتعلق استعمالها حسبما نرى بمستويات تحدد كيانها هي:

- تحدد أحيانا برؤية منهجية وإيديولوجية ذات طابع معين أو بالأحرى صنفا من أصناف التصورات المنهجية تستمد نموذجها من المسار المميز الذي يقرأ النص الأدبي أو الواقع ، أو بصفة أبلغ من الأصناف المختلفة لقراءة أو تلقي النصوص، وهذه الرؤية الإيديولوجية قد تبدو أحيانا ناجعة حينما يكون الهدف أو المغزى مجسدا في استكناه معنى افتراضي أو مفترض ، ولم يكن ليلبس رداء الشهرة الواضحة أو المباشرة على سطح الواقع (النص)

1- رولان بارت (1915-1985) يعتبر من أهم أعلام النقد ليس في فرنسا فحسب ولكن خارجها أيضا ، ولعل السبب الذي جعله يحظى بهذه المكانة ، يمكن في حساسيته الفنية مع قدرته العلمية الهائلة على اختراق ميادين معرفية وعلمية عديدة وتجاوزها (علم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة والانثروبولوجيا واللسانيات ونظرية المعرفة) ثم التركيب بينها والإفادة منها في إطار ما يسمى اليوم تداول العلوم ، من كتاب رولان بارت، لذة النص، ترجمة: منذر عياشي، الأعمال الكاملة 1 منتدى مكتبة الإسكندرية ط1 دار لوسوي باريس 1992 على صفحة الغلاف

موت المؤلف يمكن استعمالها كذلك للإجلاء على شكل من أشكال التفكير أو النظر العقلي (المعرفي) بالمنهج ما بعد البنيوية ، والذي يسعى إلى تأسيسه وتبرير وجوده ، ثم إلى ضبط مبادئه العامة لرؤية في تحليل النصوص ومجال فك شفرات النص

- تمثل ظاهرة موت المؤلف نوعاً معيناً من الطرح الفلسفي والنفسي عندما نجد ما يبرر وجودها انطلاقاً من نظرة خاصة للواقع وللوجود أو الشعور واللاشعور في أطروحات مدرسة التحليل النفسي مثلاً.

وعليه ندرك أن الظاهرة تمتلك وتنوع في نظرنا على مستويين ، مستوى إيديولوجي وآخر إبستمولوجي فلسفي.

إن النقد الذي مارسه رولان بارت على النص الأدبي القديم ، وتلك الثورة التي قادته إلى نزع السلطة الأبوية ، والمرتبة المقدسة التي كان يحتلها المؤلف أو الباحث دون غيره على النص كانت ترى أن القارئ الكلاسيكي شخص يتمتع بالعمل الأدبي أو الفني عموماً لا غير ، ولم يمتلك حق الإثارة ، ولا الاستفزاز لمعالم النص ، والترسبات المعرفية التي تتشاكل وتترابط وتتداخل داخل النص ، فهو يتلذذ بجمالها ويبصرها من خلف زجاج الواقع ، ولا يملك القدرة على لمسها ولا الإحساس بها بين أنامله و أحاسيسه المتباينة، ثم إن هذا القارئ ما كان له أن يثور على ما كان يبصره ولا يحركه ، لولا الموت الأبدي الذي دخل فيه صانع ذلك الصنف الأدبي المترامي الأطراف – حمال الأوجه - ، فهذه الموت التي تواققت مع ميلاد قارئ خرج من الذات المبصرة الراكدة التي كانت تتأمل ولا تنقد ، تقرأ ولا تفكر. إن دخول الكاتب أو المؤلف في موته الحقيقي ، لهي البساط أو الأرضية التي صار يشغل عليها القارئ ، وأن هذا الافتراض المعرفي الذي جسده هذا القارئ الحدائي لهو القراءة التي تتأسس في منظور بارت على محوريين يتقاطعان في بعض النقاط التي تخلق الفعل القرائي ، محور القراءة الاستكشافية ومحور القراءة الاستبطانية

(التكاملية) ، فكيف كانت ظاهرة موت المؤلف بداية لاستثمار الفعل القرائي؟ ، وقبلها كيف تأسست – من منطلق ما ذكرناه سلفاً – المستوى الإيديولوجي والمستوى الفلسفي الإبستمولوجي؟ أي كيف تكونت الظاهرة في رحاب هاذين المستويين؟ ، وهل في بداية موت المؤلف كانت اللبنة الأخرى في خلق نظرية التلقي؟ ، وما هي معالم فعل القراءة لدى بارت؟ ، ثم ما هي الأدوات والمفاهيم التي شحذتها ظاهرة موت المؤلف من أجل معالجة التلقي لديه؟

1- الخلفية المنهجية لظاهرة موت المؤلف :

تنكشف معالم التوجه المنهجي، لظاهرة موت المؤلف التي واكبت أحداث ماي 1968 في مقال (2) كان يحمل التوجه أو الطرح – موت المؤلف- أو الكاتب (3) هذا الإعلان كان بمثابة القطيعة المنهجية بين الطرح البنيوي الذي تشبث بالنظرة الدوغمائية (4) للعمل الفني ، والتي جعلت من النص بنية متقوقة ومنحصرة على نفسها مكتفية بذاتها ، وبذلك صار يمهد لخلق حركة نقدية تسعى إلى قلب أنساق الفكر الغربي.

إن هذا الطرح وهذا التوجه الذي استجد بعد هذه النظرة كان وقعه بالغ الأثر حينما فضح أنساق الأبنية المنغلقة عن نفسها ، وكشف اللثام عن المكونات الأساسية لأبنية النص، تلك التي تتشاكل وتتقابل وتتمازج فيما بينها ؛ إذ لا تدرك معالم النص في شكله الخفي ولا الظاهر عن مجمل الأشكال النصية التي خلقته أو أبدعته والتي صار ذاتيا ومذابا فيها . هنا تنصهر تلك الأبنية في بوتقة تلك النصوص الاجتماعية والتاريخية ويتحول النص إلى آلة تنسخ تلك العلائق الدلالية ، فيتحول المعنى إلى ضفاف نهر النص متحولا إلى كيان خاص ، مستنجدا بكل مقوماته وأدواته داخل ذلك النسق الذي ولد منه .

1- الأساس الإبستمولوجي لسلطة الباحث - المؤلف -

انحصرت دواعي المقاربات النقدية للعمل الأدبي حول سلطة المؤلف أو الكاتب ، في الكثير من مواطن تحليل الظاهرة الأدبية ، وكانت تتمحور حول هذه السلطة الأبوية وعلى ذلك التوقع المعرفي الذي ملك هو الآخر أبعاده الإيديولوجية ، نجدها بداهة في مرجعية الفكر البنيوي وواقع النص الذي تتمحور حول الباحث

و التي ظلت إلى أمد بعيد تهمل من هاذين المهلين إلى ربح غير قليل من الزمن ، ولم يكن هذا الطرح ليطفو على سطح المعارف الإنسانية ، لولا ذلك المنهج الذي تأسست معالمه وخلفت مآثره من أفكار القطيعة الإبستمولوجية De Saussure التي أحدثها عالم اللسانيات الحديثة دي سوسير (5) فهو بالرغم من عدوله عن استعمالات مادة البنية واحتكاره للغة في النسق والنظام ، إلا أنها احتكمت إلى مفارقات إجرائية وتصورات منهجية انبنت حول النص والباحث الحقيقي له ولم تكن البنيوية لتفر من هذا الحصار المعرفي الذي مورس عليها من قبل الأطروحات الإيديولوجية والنفسية والرومانسية في قيودها التاريخية ، والتي أسست لجملة من المناهج التاريخية والمقارنة (هذه الأطروحات) ، لولا النقد الذي سلط عليها فيما بعد عن طريق النقد البنيوي في صورة ما بعد الحداثة. إن التراكمات الإيديولوجية ذات الطابع النفسي والرومانسي ، تمحورت حول المبدع أو المؤلف وكان لها ذلك عندما بدأت النظرية البيولوجية الداروينية ، تطفو على سطح المعارف في العالم وخلقت هذه النظرة توجهها جديدا للدراسات السيكلوجية ، تجسدت بوادره في تلك الرؤية النفسية التي أخذت تتعامل مع الأدب والنقد تعاملًا نفسانيًا .،

ونجد سانت بييف هذا التوجه قد رسم مآثره الفنية التي تسلطت على الأبوة النصية ، في أعمال

الناقد الفرنسي

Saint-piff (6)

الذي سعى في جملة من التسلسلات المعرفية إلى تلميع صورة المؤلف في رؤية نفسية تتمحور حول الباحث، وهي محاولة سعى من خلالها إلى تجميع السير الذاتية ، والأصول التي تقوم عليها شخصية المؤلفين ثم النشأة ، وربطها بالمحيط الاجتماعي، ذلك من أجل الوصول إلى الخلفية النفسية التي طغت

على المبدع وصارت تسيير شخصه وكذا Freud إبداعه، ولم تكن هذه الدراسة لوحدها لأن تؤسس للخلفية النفسية، بل إن الأعمال التي جسدها فرويد 1856-1939 (7) قد تخطت بكثير المحيط الاجتماعي الذي صار يتحكم في شخصية ونفسية المؤلف إلى الولوج أكثر إلى أعماق النفس البشرية التي تسعى إلى خلق مآثر العمل الفني، وهنا انكب على جعل اللاشعور الشخصي هو المصدر لعملية الإبداع، وفي خطوة ثانية أدرك أن المبدع أو الباحث حالة نفسية مرضية تستدعي الإفصاح والتحليل والكشف وهنا ندرك معالم الالتفاف حول النفس المبدعة دون الإبداع نفسه.

ب- الأساس الإيديولوجي لسلطة والباحث

لقد كانت الرأسمالية ومن خلالها الرجل الإقطاعي ثم الاستبداد في المفاهيم الدينية الكنائسية الكاثوليكية، الأثر العميق في أحادية القطب والاستبداد والقهر؛ إذ أضحت تمجد كيان الفرد صاحب رؤوس الأموال مدير شؤون وأحوال الفلاحين الصغار، والأب المتسلط في الكنيسة وهيمنته على المفاهيم الميتافيزيقية وثورته على العلوم الغيبية.

إن التسلط الذي مارسه صاحب رؤوس الأموال على مجريات الأحداث الاقتصادية والسياسية وكذا الكاثوليكية مجسدة في أب الكنيسة، يدعوان إلى التمسك بالرأي وقهر العلماء مثلما هو الشأن في قتل جليلي وجاليليو اللذان فكرا في حقيقة الكون وأن الأرض كروية الشكل، وهذا الإجراء أو الاكتشاف كان له الأثر في التصور الكاثوليكي للعلوم الفلكية والتطلعات الميتافيزيقية، فكانت تقصي كل من يفكر في الأمور الغيبية، فقد تنافت مع العقل في الكثير من مواطن التفكير الإنساني، ثم إن التشدد الديني والسياسي الذي ميز الطرح الديني الكاثوليكي هو الذي

Martin Luther خلق رؤية موازية عن طريق قراءة إيديولوجية موازية ذات طابع منفتح على يد مارتن لوثر، وبالرغم من الانفتاح الذي مارسه الكنيسة البروتستانتية على الكاثوليكية والإقبال الجماهيري على هذا التوجه في أوروبا، إلا أنها كانت تتمحور هي الأخرى حول سلطة معينة، وعلى تقوقع معرفي انحصرت دواعيه في مقاربات نقدية ذات أبعاد إيديولوجية مختلفة، نجدها بداهة في المقاربات المعرفية التي خلقتها المرجعية الفكرية للمنهج البنيوي، الذي حصر الظاهرة النصية بين ذاتية المؤلف وواقع النص، تلك التراكمات الإيديولوجية والمعرفية هي التي مهدت لميلاد طرح جديد أتى على نقيض واقع الطرح البنيوي، فدعا في أبجديات تناولانه إلى الثورة ضد الامتداد الفكري والعقلي الذي يحاصر البنيوية، والذي جعلها تحمل بذور فنائها في طياتها، ومن أجل العدول عن الأحادية في الطرح على مستوى المنهج البنيوي، كانت مؤشرات نقد البنيوية تدعوا إلى التحرر من سلطة الباحث والحط من قيمته المتعالية واستبداديته في الخلق والإبداع والابتكار.

إن طابع الانفتاح على النص عن طريق استبدال الأدوار المعرفية وانتقالها من الحالة الانفرادية إلى طابع التعددية على مستوى النص جسده ظاهرة موت الكاتب أو الباحث.

إذن: تأسست الظاهرة على بساط الواقع من منطلق خلفيات معرفية وإيديولوجية ، كانت توقع في كثير من أحداثها شهادة وفاة مبدعها نتيجة لتلك السلطة التي مارسها على النص الفني بكل أبعاده الدينية والسياسية والاقتصادية والأدبية الخ.

ولقد كانت المفاهيم النقدية في الدراسات التقليدية كلها تتمحور حول المبدع ولا ترى في المتلقي إلا شخصا منتفعا من تلك التضاريس الجمالية التي يخلقها النص ، والتي تدخل في حوار دائم الحضور بينها وبين المبدع ، وكأنني به لا يكثرث إلا بالمساقات الجاهزة ، والأخرى الماثلة على سطح النص ، فيظل يتأملها ، ولا يملك الحرية في أن يتقمص أدوارها أو يحدد موقفه منها أو أن يمر إلى أبنيتها العميقة .

2- الخلفية الإستمولوجية:

إن سلطة الكاتب كانت استعمالا معرفيا للدلالة على نمط من التفكير أو النظر العقلي المتعلق بالمنهج البنيوي ، والذي يهدف إلى تأسيس هذه السلطة وتبريرها ثم إلى تحديد المبادئ العامة لمناهج البحث في مجال فك عقدة الباث .

إن مفهوم السلطة أو الأبوة النصية وإدراجها في سياق التحليل النصي يستند إلى معناها الواسع كملكة تدير النشاط الفكري عموما مثلها مثل العقل وكأنها " النشاط الفكري ذاته عندما نعتبره من ناحية ما هو جوهرى أو بالأحرى ما يدير هذا النشاط باتجاه تامه وكماله " (8) والعقل يمتلك تلك " الوظائف النفسية المتعلقة بتحصيل المعرفة كالشعور والذاكرة والتخيل والحكم والاستبدال " (9) وهذا التمرکز حول العقل له ما يبرره لدى المحلل أو الناقد الذي يتمحور حول الباث فانغماسه في هذه الذات المبدعة شهدت على التأملات العقلية والنفسية التي باتت تمجده وترفع من قيمته السلطوية في الإبداع الفني ، وأحيانا تجعله محل شبهة عندما تخضع هذه الذات إلى مخبر التجريب ، عن طريق تبني فكرة المحلل النفساني الذي يتعامل معها كحالة نفسية مرضية تستحق الكشف . لقد شهد التعامل مع النصوص القديمة والنقد الذي سلط عليها تحولات عديدة عبر التاريخ ، ومعنى تلك التحولات يدلنا إلى العلاقة المتداخلة والمتشعبة التي أقامها التحليل للأنماط النصية حاليا أو تعاصريا مع تاريخ الممارسات النقدية.

وتعود هذه التناولات أو الممارسات إلى عدة آلاف من السنين، ولربما ندرك ذلك مجسدا في النص الأول من تقاليد اليونان ذلك الذي عالج مسألة الفهم ، ولعله نص أيون لأفلاطون (10)، عندما تهجم في أحد صوره على أن المتلقي شخص متغير الأحوال يستطيع أن يقارب بين مختلف المتناقضات والتحويلات ، وهذا ما جعل القراءة الفاحصة في عرف هذا المفكر محل ارتباك، وهو بذلك لا يترك الباب مفتوحا للتأويل الذي يمارسه المتلقي أو المحلل على النص.

إن الممارسة النقدية التي جعلت من آلة التأويل ممارسة جادة على النص لا تمت بحلقة وصل إلى المعرفة والعلم ولا يعتبر تقنية في الفهم ، كما أن الفكر التحليلي التأويلي ليس له ما يبرره في سياق النص لدى أفلاطون، ثم إن أرسطو من زاويته رأى أن نطاق القراءة التأويلية والتي هي ملك المتلقي

كانت محورا هاما في محاوره حول الإرغانون وهو يقرر على أن "الدلالة قول شيء ما بخصوص شيء ما هو بالمعنى الكامل والقوي لكلمة تأويل" (11)، ولعل الإثبات في تصور أرسطو هو "بيان أن شيئا ما يتعلق بشيء آخر، والنفي بيان أن شيئا ما منفصل عن شيء آخر..." (12) فهو أن النص يدل على شيء من منطلق شيء آخر، وهو بعد ذلك ينقل فهمه أو تأويله إلى الدلالة على قول شيء آخر، وهو ما يجعل الدلالة أقرب إلى التأويل، غير أن هذا النص الذي يحمل شيئا من أجل شيء لا نجد أرسطو يكثر به كثيرا إلا كونه مجال الحق والباطل، وقضية التعارض بين ازدواجية الحق والباطل أو الإثبات وعدمه، هي المثل الأعلى أو البنية الأساس التي يستند إليها المؤلف، ثم إن هذا المشروع المعرفي الذي لا يعطي لمبدأ الدلالة الانتشار والتطور، ويسد باب الولوج إلى الدلالات الأخرى ذات الأبعاد المتعددة في المعنى، وعليه فإن الدلالة تستلزم مؤامرة تواطئية، تجعل المعنى في حلة واحدة، بالرغم من تعدد أشكال المعنى من باب تحديد مبدأ الهوية من الناحية المنطقية.

وهكذا نجد المهمة التحليلية أو النقدية بقيت معلقة عندما لم تنجح في تأسيس رؤية تحمل إلى تعدد المعاني واختلافها وعلى دراية كافية على مبدأ التضارب الحاصل بين الدلالات وتجاوزها.

إن السند الفلسفي الأفلاطوني والأرسطي، كان ضرورة علمية لنعرف أو نتمكن من الوعي بالانتقال الذي مارسه المنطق والعقل قبل أن يمنح النقد الجديد حق الوجود لدى النقاد والأدباء، وعندما كان الاعتراف بمشروعية الطرح- نقد البنيوية أو ما بعد الحداثة-، ولا يمكننا أن نضفي على هذا التوجه طابعه العقلي، ربما سيحين وقت الإفصاح عنها في مقام غير هذا.

إذن: ظاهرة موت المؤلف هي التفاتة أخرى حملت دواعي معرفية، وتطلعات فلسفية وابستمولوجية كانت سببا في نشوئها على ساحة الفكر النقدي البارتي، ثم اننا عندما نقرأ نيتشه نحس وكأننا نقرأ لاهوتيته، وذلك من باب مخالف لإعلانه عن موت الآلهة، فهو يدعي أنه طرد مفهوم الآلهة من عمله، كما هو الشأن عند موت المؤلف

عند بارت، ولكنه ما لبث أن عادت إليه الآلهة من باب آخر ولعله لا يشعر بذلك إذ قد يستحال فعل الطرد فيما يتم توظيفه كلاميا، ذلك أن ما يكتب لا يغيب منهجيا ولا معرفيا، وفعل الكتابة تثبتت للواقعة الكلامية، وعليه فإن نيتشه سابقة تاريخية لموت مؤلف بارت، وإن نيتشه بالرغم من هجومه على النص الديني فقد تمرس أكثر في خلق

ألوهية ونبوة أخرى، جاءت مثل الإنجيل الجديد (13)، فنتشه في كتابه هكذا تكلم زرادشت، كان من العيب أن يقبض على ما كان يفكر به زرادشت، لكن المتناول لديه هو النظر إلى نصوصه وما تحمله من دلالات وتأويلات وتوليدها وتحويلها (14)، ثم خلقها وبعثها من جديد، وعليه فإن الممارسة القرآنية لنتشه على نص زرادشت هي هذه، ذلك أن الكلام الذي سلب عليه أي (زرادشت) هو كلام في مضمار كلام حتى كأن القارئ صاريقي النص الأول ويحل محله نص ثان، ثم إن المؤلف وإن ورد

مفهومه حديثا إلا أنه تاريخيا جاء بعد وجود الراوي (15) وإذ إنه لمن مخلفات المجتمع الحديث الذي انبجس عن القرون الوسطى متكاملا ومدججا بالتجريبية الانكليزية والعقلانية الفرنسية ، ثم قوة التغيير عن طريق الإصلاح ، فانكب التوجه الوضعي على تمجيد الشخص ، وكأنه امتداد لأيديولوجية الرأسمالية ، فصار الباث سلطة مثلى في الإبداعات الأدبية والدراسات التاريخية ، وكذا الحوارات الفنية والنرجسيات ، وهنا تسلطت الأعمال الأدبية بالالتفات حول المؤلف في أنماط الثقافة اليومية ، فكانت تهتم بكل ما يمد بصلة إلى الشخص المبدع من تاريخ يلم بحياته وميولاته الشخصية ، وأهوائه النفسية ، ثم إن النقد الأدبي في حد ذاته ظل يقوم على تمجيد شخصه ، فامتثلت أنماط هذا

Podlar

الصدى النقدي في إخفاق بودلر

في عمل كان يدعو إليه وفان غونغ (16) حينما نجد ما يمثل ذلك الجنون الذي أصيب به الخ، وعليه فإن أي تفسير أو تحليل أو نقد لأي عمل فني لا يخرج عن الشخص الذي أودعه الحياة (المؤلف).

إن هذه السلطوية التي مارسها المؤلف على النقد منذ أمد بعيد لا تزال عظمتها قائمة بين النقاد ، حتى البعض من أولئك من سعى إلى تغييب تلك الصلابة أو القوة التي ميزت كيان الإبداع الفني ممثلة في المؤلف الذي لم تزحزحه Malarmieh أيادي الايدولوجيا ولا الفلسفة ولا الاستيمولوجيا أو الانتروبولوجيا، إلا أن أعمال مالارميه (17) قد أدخلت وضع عمل اللغة حيز الاستعمال والتداول والتحليل والنقد مكان الملك الذي طغى على النص في أمد بعيد، وهو بذلك جعل نطاق اللغة هي السبيل الذي يحدث العملية الإبلاغية والكلامية وليس المؤلف ، وعليه صار العمل الكتابي في أسى معانيه هو تلك النقطة المتحركة نفسها بنفسها وليس الأنا ومن خلاله ينتج الفعل الكلامي لا غير. (18) قد حاول هو الآخر أن يجد بابا آخر يتوقف فيه في تأملاته البلاغية Valérie ونجد فاليري حينما كان يشكك في طابع المنجز للعمل الأدبي ، فهو أحيانا نجده يسخر مما يقول به المؤلف ولا يكثر به كثيرا فيجعل هذه السخرية مطية ؛ كي يلج بها إلى الخاصية اللسانية لأعماله النقدية ، كما كان في مجمل ما يقوم به يسعى إلى رد الاعتبار للفظ الذي هو لبنة أساسية في إنتاج الأدب ولفظيته التي تخلق من الخلفية اللسانية التي تجاور بدورها المنجز اللفظي و تغوص في عمق الدلالة وتنحى عن خرافة ما يدعو إليه الكاتب من زيف مبتذل

Prost ولعل المضممار نفسه نجده لدى بروس (19) الذي كان مختبئا تحت غطاء التحليل النفسي للظاهرة الأدبية ، ما لبث أن أحدث خلخلة فنية أعاد من خلالها ليقلع جذور التمسك بالسلطوية في الأدب التي كان يتزعمها الأديب أو المؤلف حيث قلب مفاهيم الأدوار الفنية في الأدب عندما كان يرى في مساجلات الراوي الأدبية على أنها مساجلات بعدية تأتي من قالب التحولات والتوليدات التي تخلق بعد الإبداع وليس قبل أو أثناء الإنتاج؛ إذ إنه ما سينتج ليس كما هو منتج ، ثم نجد في مضممار المذهب السريالي ، ما كان يدعو إلى التمرکز حول اللغة كمحور أساسي يخلق الأدب ، وما كان لها أن

تلج إلى المقولات اللغوية لولا الحط من تلك الهالة التي كان يتمتع بها المؤلف ، من باب أن اللغة نظام يمتاز بخصوصية الانضباط والانسجام ولو أنها سعت في مضمارها المذهبي إلى التفكك من قيود المعارف الإنسانية وإلى دحض القيم والقوانين وكذا الأنظمة ، وجعلت من الكتابة منوالا معرفيا يحتذى به ؛ كي تكون آلة الكتابة حرة في مراميها وأهدافها ، وكأنها تداعيات حرة تدل على ما لم تكن تدل عليه يد الإبداع نفسها . لقد عادت هذه الخروقات المعرفية لتطفو على سطح المعرفة النقدية ما بعد الحداثة في صورة نسج فيما بارت على منوال من سبقه من الفلاسفة والأدباء والإيديولوجيون والابستمولوجيون ، وإنما هنا إذن أمام استعارة مراوغة صادرة عن مفهوم يجعلنا نعود إلى ما قبل المنجز نفسه الذي خلق علوم القراءة والنص.

وبعد علينا بعد مساءلة التقليديين الإبستمولوجي والفلسفي القديم ، وبالاستناد إلى ما آل إليه النقد الأدبي بعد الحداثة في حقل العلوم الإنسانية أن نطرح الأسئلة الآتية ، أي مسلك تسلكه ظاهرة موت المؤلف التي انفتحت على المسألة البنيوية للنص بعد النقد الذي وجه إليها وما بعد الحداثة ؟، ما هي دواعي الإقرار بمشروعية اللجوء إلى ظاهرة موت المؤلف من أجل إعادة بناء المفاهيم النصية من جديد عن طريق تلقي هذه النصوصية البارتية؟ ولم يجب على التلقي أن يكون نظرية أو منهجا بعد موت المؤلف؟

فينومولوجية النص عند بارت (20) :

كثيرا ما كانت العناوين تمتاز بالنصوص ، بمنأى أن تجد في النص ما يدل على العنونة ، إن العنوان مهما كانت الصيغة التي تحمله ، هو بذرة امتزجت بترية الواقع ، فانبثت شجرة ، إنه لبنة أولى وسطح يتأصل وفقه النص في أس ظاهر، تشكلت منه أبنيته ، وتمازجت وتشابكت في مجمل ما تدعو إليه من مفاهيم ، وعليه فهذا يجعلنا ندرك أن النص في معانيه ومشتقات دلالاته اللفظية والضمنية ، يقودنا إلى فعل النسج الذي يحملنا إلى مساءلته في منظاره الإغريقي عند القول " نسجت شيئا ، ولفظة تكستو الفرنسية هي القضية التي أوما إليها رولان بارت في كتابه لذة النص حينما ذهب إلى القيمة الاشتقاقية للفظ، وأن النص نسيج من العلامات " (21) ، ثم ما لبث أن جعل التحديد هذا مرتما في أحضان السيميولوجيا ، وكأن الطرح في مضمار العنونة السابقة يقودنا عموديا إلى أن المفهوم كان في مضمار لذة النص ، والقول بأن العنوان هو الأرضية التي تخلق أو تجهز وجود شبكة المقولات والمفردات التي يصنع منها النص وهو رأس الهرم الذي يتشكل منه الكيان الكلي للنص ، ثم أن يسترسل ما يقتضبه من المعنى ويوزع أو يشرح أو يفسر لاحقا ، وهو بهذا يلتقي مع النص في أدوار متغيرة ومتبدلة شبيهة بمبدأ السببية (لذة النص) ، وهو امتزاج انطباعي شهواني يقودنا إلى أن النص متعة جسدية تتعانق فيها الروح مع الجسد .

ويتبين من النص أنه نسيج ، بعد مفهوم اللذة التي عنونت الشكل وتركته ينسج على شاكلته شكل العلامات ؛ ولعل فكرة النسيج تسمح لنا بفهم المقصود من دلالة هذه الشفرة اللفظية لدى بارت ، ولنستجد بأمثولة القماش لنقف عند حدود إمكانات النسيج أو النسيج والتي هي ذات بعد دلالي هام من ناحية البناء والأداء الاستعمالي لها .

إن عملية القص التي تمارس على القماش هي صناعة ، ذلك أنه بإمكان وجود فعل القص أن يتجاوز فعله التفكيكي إلى فعل البناء أو الصناعة ، حيث: إنه بإمكاننا أن نبتكر أشياء نلبسها كالسراويل والفساتين ، ويتزامن بالمقابل عمل القطع مع عملية التركيب، وعليه فإن فعل القص هو فك لوحدها أولية وما يترتب عن ذلك القص أو التقطيع هو نشوء نص جديد تم تركيبه مثلما هو الشأن في فعل القص الذي يدل عليه قماش آخر يختلف عنه في البناء والنمط .

ثم إن النسيج ينشئ بالمقابل علائق دلالية تحمل المعنى إلى نطاق مستبعد على أفق ما كان عليه في نسق البنية التي حوت النص من ذي قبل ، مجسدا لعملية أخرى يخلق من خلالها عالما له خصوصياته وإنفرادية داخل النظام الذي أنتج فيه ، وهنا ندرك أن بارت يرى في أفعال النص التي تمارس عليه والتي تخلق له حركية دائمة وهي في أدوار ثنائية " العبور والاختراق" (22).

يعرف النص في عرف بارت تحديدا في كتابه "لذة النص" على أنه اقتران معرفي بجملة من المفاهيم والأطر التي تصنع كيانه وذاتيته ككائن وجودي ؛ إذ هو نسيج ، متن ومدونة ، جسد ، ساحة عمومية ، لغة كل اللغات ، بعض لغة ، يقع خارج اللغات ، بابل سعيدة ، النص جهاز بعيد توزيع نظام اللغة ... فالنص جسد أي بنية رمزية وتاريخية ، وهو ساحة عمومية متعددة الأصوات ، وهو بابل السعيدة

تتساكن فيها اللغات جنبا إلى جنب ، من غير أن تكون هناك لغة أصلية ولغة ثانوية ، نسج من الاستشهادات واللغات والملصقات الثقافية ، التي يمتصها ، ثم يحولها ، ثم يعيد إخراجها مخرج الجديد ؛ إذ يشكل أداء النص خلخلة للتصنيفات الميتافيزيقية ويسقط مقولة الأجناس ، فهو الفكاهي الذي لا يضحك ، يقع خارج اللغات أو هو بعض لغة أو لغة كل اللغات " (23)

إن النص بهذا المقدار المعرفي المتداخل في مجمل مجالاته ، يأبى أن يخضع إيديولوجيا للتداخلات الثقافية وتلك الأصناف اللغوية التي تمثله من داخل أبنيته ، ذلك أنه يمتلك صناعة أخرى ذاتية تجعله يؤسس نفسه من تلك التشابكات الحاصلة من مختلف أنماط النصوص التي نسجت مختلف العلائق الدلالية والتي تثابرت وتمازجت تحت مبدأ الرغبة ضمن ذلك الكيان الدلالي المبني تحت البنية التحتية للنص والتي ابتكرت من ذلك التفاعل وأحيانا التضارب بين الأبنية الاجتماعية والتاريخية التي ولد فيها .

وعليه فإن النص كيان وجودي يصوغ نفسه من منطلق أداءاته النصية في الوجود أو العالم مثله

مثل

الكائن الذي يحاول بناء نفسه بين جدلية الخيال والرمز، فيكون بذلك هذا الكائن منتج لعلاقة اجتماعية في محيطه المعاش، ومن خلال تعايشه تسهل حتما صناعة شخصية هذا الكائن الفرد، وهو بهذا يتماهى مع النص الذي هو صيرورة تاريخية وعملية بناء أنت من خلال تمظهرات بنائية أخرى وكأنها بناء من وراء بناء لمفكر آخر ينتظر منه الإفصاح والنظر والتحليل والكشف وكذا التنقيب، وكأن بالسؤال الذي طرحه جون بول سارت يدخل متسللا بين هذا وذاك في قوله لمن نكتب؟ (24)، أو سنجد أنفسنا تحت غطاء هذا التساؤل القول ماذا كتب لنا؟ والتساؤل الأول جعل العمل الفني محل تساؤل نقدي ووجه البحث عن ذلك المبدع الحقيقي للعمل الفني وهو الذي قاده أي جون بول سارتر في أربعينيات القرن الماضي إلى القول "لا يوجد الفن إلا من أجل الآخرويه" (25)، وكأنني بالتساؤل هو: أليس القارئ من يوجد من أجله الأثر الأدبي؟، أليس هو من يقدر كيان أو وجود العمل الفني؟ إذن: من هو القارئ عند بارت وما هي القراءة كفعل يمارسه القارئ على النص في عرف بارت؟.

القارئ البارتي :

إن دكتاتورية الممارسة الجبرية على النص المبدع والتي كان الباحث يتسلط بها على أرضية المعرفة النصية في ثقافة الفكر الكلاسيكي، جسدت فعل الإقصاء والتهميش على القارئ، وجعلته يتلذذ بجمالية الإبداع الفني في أنساقه الظاهرة فقط وسدت أمامه باب الولوج إلى عمق المعارف، ولم تكن لهذه الرؤى أن تتسلط من جديد لما حصلت على شهادة وفاة مبدعها في حلة أخرى تسامت مع بارت في إعادة الاعتبار للقارئ. حينما سلط عليه الضوء بإعدامه للمؤلف وهو خطوة أولى في صناعة معنى أخريصنعه المتلقي، وهو بهذا الموت الأبدي يرى فيه "من حيث هو مؤسسة، اختفى شخصها المدني، والغرامي واليسري ولما جرد من كل ما لديه، فإنه لم يعد يمارس عن مؤلفه تلك الأبوية الرائعة التي تكفل كل من تاريخ الأدب والتعليم بإقرارها" (26).

Michel Foucault إن قتل المؤلف لدى بارت لهو مرحلة ثانية تمخضت عن رؤية - ميشال فوكو - التي نظر من خلالها إلى أحقية موت الإنسان، الذي يحملنا إلى التمرکز حول القارئ - المنتج الفعلي للنص -، وهو بهذا المنظار سيكون له الحق - أي القارئ - لجعل النص يخرج إلى الوجود الحقيقي. خاصة عندما يساهم في عملية البناء الدلالي للنص الفني الذي يقودنا إلى رمزية البناء النصي - أو المفهوم السيميولوجي لعملية القراءة البارتية - وهذا البعد أعلاماتي - السيميولوجي الذي أخذ به بارت وطرحه في النقد الغربي الحديث جاء من باب أن القراءة لا تعتبر واجبا أدبيا بل إنها لذة، أي إن القراءة التي يقرأها القارئ تأتي عن طريق رغبة في إنشاء فعل القراءة، شبيهة بالشهوة المتبادلة بين القارئ والنص والتي تنشئ القراءة من نمط آخر والتي تعرف بالقراءة الأيروسية (27)، ثم إن هذا التبادل الحاصل بين القارئ والنص جسد أصنافا عدة للقارئ وهي أقسام أربعة عند بارت، القارئ المهبوس والقارئ الهستيري والقارئ الباروكياني والقارئ الفيتشي (28)، هذه الأصناف في الحقيقة هي أصناف لفعل القراءة الممارسة على النص والتي تشتغل بوجود طابع المتعة التي يتلذذ من خلالها

القارئ شهوته اتجاه النص، ومن هذه الأصناف نستطيع القول: إن بارت قد اقتصر العملية التواصلية لديه على المتلقي بالدرجة الأولى لأنه اعتبر "الكتابة ليست إبلاغا لإرسالية ما تنطلق من الكاتب في اتجاه القارئ، وإنما هي بالتحديد صوت مؤلف بعينه" (29) وبالتالي نرى أن القارئ لديه يكون عبارة عن بؤرة أو نواة تحتوي معاني النص المتعددة، لكن هذا لا يجعل القارئ مبصرا لحدود الدلالات التي يقرها النص، بل قد يسمو بمعارفه إلى أعلى قمة في المعنى المنتج في النص، كما أنه يلج إلى أدنى الطبقات والأبنية فيه باحثا عن العمق الدلالي والإيحائي، التي تفتح له بابا آخر للتأويل، وهنا تكون القراءة لعبة مفتوحة الجهات تحتوي بداخلها مظاهر دلالية وأنسجة من الفضاءات المفتوحة، ولعل القراءة بهذه القيمة هي محاولة تجعل النص يبتعد عن القوالب الجاهزة والمكررة ويدخل في زمن آخر هو الزمن الأسطوري (30) وكأين من نص في الوجود يقبل أن يقرأ بأوجه متباينة في الحياة، فهو الذي ييسر أمامك بيضا آخر لممارسة فعل الكتابة أي هو النص الذي يحمل قابلية الكتابة من جديد، أو هو نص يفتح أبواب المعنى على انفتاحات دلالية أخرى لا تنقطع ولا تنتهي، ذلك أن اللعب اللغوي يسعى إلى جعل النص متعدد الأوجه، ولعل هذا التعدد وقبله ذلك الانفتاح الدلالي قد جعل القارئ في مأزق حينما لا يجد توليفة دلالية بين مواضيع القراءة، ولا أن يجد ما يجمع بين مستويات العمق وإشارات المعنى، وعليه قد يكون المحلل في هذا المضمار في مهمة أشبه ما تكون صعبة (31)، وربما مستحيلة، وقد نجد أن هذه القراءة التي تمارس على النص تمتزج برغبة فذة في عملية الإبداع؛ إذ بدونها تستحيل العملية الإنتاجية وكثيرا ما نصادف في هذه الرغبة جملة من الحواجز ولعلها معوقات معرفية تحول دون ذلك، فيرجعها بارت إلى الكبت الاجتماعي، والكبت الذي نصادفه في المكتبة، وتعتبر المكتبة عائقا معرفيا وكبتا حتميا في غالب الأحيان؛ إذ إنها لا توفر للقارئ مادة مكتوبة تحقق المطلوب أو الرغبة النفسية التي يبحث عنها من قبل القارئ (32).

موقع اللذة في قراءة النص

اقتزنت المتعة بالقراءة عند بارت، فكيف هي متعة النص قبل متعة القراءة؟ إن النص يجذب القارئ نحوه بطرق متعددة قد تكون البداية بالعنوان الذي مر من خلاله إلى أولى الخطوات في النص، ثم إلى المعنى وإليه قد يجد القارئ نفسه أمام نسيج متعدد الأبنية والأشكال، فيسعى بلغة لا إرادية إلى فك طلاسم الألفاظ وكأني به يصير في حلبة الصراع يحمل هو الآخر سلاحا من أجل أن يدافع عن نفسه، وهنا يجد نفسه في مرحلة غير التي مضت أمام متعة قد خلقها هو وربما خلقها لديه محيط الألفاظ والمعاني التي صار يحارب ما فيها بكل ما أوتي من قوة واستعداد نفسي واجتماعي، فهو وإن استطاع أن يحقق شيئا من الذي كان أو هو كائن فإن جاذبية النص تجعله يشعر بمتعة من نوع ما، ولا تعتبر هذه المتعة جمالية أدبية ولا تلذذا بما هو موجود في تضاريس النص؛ بل إن الفعل هو متعة نفسية تجعل القارئ ينجذب نحو النص، غير أن القارئ في هذه المرحلة لا يبقى مكتوف الأيدي، بل إنه يسعى إلى تشحين نفسه ببعض المعطيات النفسية التي يمتلكها، وهاهنا

ينتابه شعور عابر أو إحساس بقابلية تقبل الآخر الذي استطاع أن يضعه في باب الراحة النفسية والرضا بما يقول وبما تقول ، وعليه تتحقق المتعة النفسية التي لا تنفصل عن الآثار الثقافية والتاريخية والاجتماعية ، وهي إذن: متعة القراءة في بداية التحديد ، أو القراءة الممتعة كخطوة أولى في بداية إنشاء فعل القراءة الممتعة ، ثم إن هذه الخطوة لمي الدافع نحو إنشاء مرحلة ثانية تحقق أو تبرز نشوة القراءة، وهي تحول ثان يأتي على أعقاب ما هو كائن ، ثم إن الانفصال بين متعة القراءة ونشوة القراءة قد تجعل القارئ في مهب الريح أحيانا وهنا لا يجد إلا الامتثال لما سيكون من مفاعلات دلالية وضمنية تؤسس لديه بما يعرف بالقراءة الإيروسية .

تأخذنا هذه القراءة الإيروسية الشهوانية في غالب الأحيان إلى الامتثال إلى قراءات أخرى تمتلك أدلة الإمتاع وهي في عرف بارت أقسام ثلاثة متعة أولى وهي إحساس بما هو موجود كصرح لفظي يحمل وحدات متعددة من الألفاظ اللغوية ، ومتعة ثانية تجعل القارئ يأخذ بها إلى مجمل المعاني والألفاظ الضمنية ، وهي متعة تجعله غريبا وتائها ومتوترا، أما المتعة الثالثة فهي نقطة التحول التي يسعى من خلالها إلى فعل الإنتاج أو الإبداع المعرفي بعدما شحذ السبل والطرق وامتلك الأطر والمفاهيم .

لذة النص:

لقد استعمل بارت مفهوم اللذة استعمالا مجابها لفعل القراءة في الدرس الافتتاحي بالكوليج الفرنسي سنة 1978 ، وظهر لديه هذا المفهوم اللذة منفيًا من خلاله لمفهوم المتعة (33)، "لذة النص شبيهة بتلك اللحظة التي لا يقربها قرار اللحظة المستحيلة ... اللحظة التي يتذوقها الماجن في أعقاب دسياسة جسورة ، وهو يقطع الحبل الذي يشنقه عند لحظة المتعة.." (34).

BART إن هذه اللذة التي اقترنت بالنص من باب القراءة ، هي لفظة اقترن مفهومها ببارت وهي تحمل في طياتها معاني دلالية منقطعة النظير ، خاصة عندما نجدها مقترنة بالنص ، ذلك الذي ندرك في معالمه الجمال والقيمة والأثروما إلى ذلك من أشكال البناء ، فهو بهذا المأخذ لذة ، وانحراف ، وعدول ومراوغة ، وبياض ، وانزياح ، ولم تكن هذه الألفاظ لتأخذ منه معاني الانتماء والخنوع للنص ، إلا تلك التي تحقق اللذة ، وكأنه يرى في النص جسدا يتأمل فيه ، ويتلذذ بتضاريسه التي تخرج عن العادة لديه ، فهو يكثر كثيرا بهذه المتعة التي تتطلب ذلك الجسد المتعدد ، ولعل حصول هذه المشابهة لمي الخطوة في إنشاء فعل اللذة لديه ، وهي اللبنة التي جعلت من النص جسدا نائرا مشاكسا مستعصيا وهو إذن: النص "ذلك الشخص اللامبالي الذي يعري مؤخرته في وجه الأب السياسي" وهذا فإن النص هو المجال الرحب لتحقيق اللذة ، والتي تجعل عملية اللعب قائمة (35) من باب الانحراف أو الخروقات الاجتماعية التي تضرب عرض الحائط قوانين الأعراف الاجتماعية والتي تتخلى عن مبدأ الاحترام الاجتماعي (36) .

وتعود فكرة الاستعمال لذة في مصنف بارت -لذة النص- إلى خلفية فلسفية تحققت على يد أصحاب

المذهب المادي Epicure et Diderot مجسدة في أبيقور وديدرو (37) Triste et Furby وساد وفوريي عندما كانوا ينادون بقوام مذهب السعادة، ويرجع سبب وجود المفهوم لديه أي بارت إلى بريخت الذي كان له الفضل في إنشاء مفهوم اللذة (38) وهي بهذه الصورة تحل كقاسم مشترك بين فعلي القراءة والكتابة، كما أنها بالمقابل تجعلنا تماما أمام لعبة الانحراف اللغوي التي هي انحراف اجتماعي بالأساس أو أخلاقي .

إن هذا الارتواء في أحضان الجنس لدى بارت تبرره بعض أقطاب المعرفة الميثولوجية، على أنها مس شيطاني منحرف (39) يتعلق بعلاقة شبقية يشتهي من خلالها المتلقي، ذلك الجسد النص المصنوع من العلائق الإيروسية لوحدها، وهو الذي يمثل مفهوم المدونة أو المتن عندما نجد بارت يحبذ استعمال هذا المفهوم الذي غابت دلالاته في اللغة الفرنسية، وحضرت في الثقافة العربية بدعوى أن النص هو المتن الجسم الصحيح (40)، وعليه فإن اللذة ليست حبيسة بالنص في معطاه النحوي، ومثلما هو الشأن في الجسد وما يحققه من ملكات فسيولوجية، بل إن لحظة إنشاء الفكر ولحظة سير الجسد تحت غطاء ما يملكه من أفكار خاصة (41) به هي اللذة في عرف بارت لذة القراءة، فماذا عن لذة الكتابة بعد القراءة عند بارت؛ كي تتكامل الأدوار وينسج عمل المتلقي بمختلف أبعاده المعرفية؟.

جماليات التلقي بين لذة القراءة ومغامرة الكتابة

يحدث في نظرية التلقي أن القارئ هو المنتج للنص، وهو الذي يجعل بين لبنة الأبعاد الجمالية ولبنة الأبعاد الدلالية مساقات للفهم، وهي ليست جاهزة أمام الكل؛ كي يطمها من هب دب، بل إن النص حقا قد يوجد قبل أن يقرأ وهو موجود بعد أن يقرأ، وما يثبت حق الوجود قبل وبعد هو فعل الكتابة ولا يمكنها أي القراءة تحقيق المسافة الجمالية بين النص وقارئه؛ إذ إن القراءة هي من يحقق ويقرر ذلك عبر ملء الفراغات وسد البياض ومتى يحصل هذا، يحصل معه انكشاف الأبنية والإفصاح عنها بوجود قراءة عاشقة متباينة متعددة ومتجددة دائما تحت غطاء الرغبة الإيروسية وعليه فإن القارئ يرتبط بالنص المقروء ضمن علاقة فيتشسية (42) فيتفنن ببعض الكلمات ويتلذذ ببعض مناطقه" (43) وضمن هذا العمل القرائي يكون تحقيق النص وتكون القراءة أمثلة ما انفك بارت ينتصر لها في مجمل كتاباته وضمن هذه الأمثلة -أمثلة القراءة تكون اللذة، قوة (44) في الإبداع وحينما نجد القارئ ماثلا في كيانه الذاتي وبالمقابل له نص مكتتب، تنبثق من هذه الثنائية لذة التمازج أولذة النص ويكون القارئ ساعتها قد انجذب إلى الأمام عن طريق قوة التذكر والتوتر والتشويق، فكلما تقدمت القراءة استنزف النص وفي استنزافه تكمن اللذة" (45) فهتك القارئ حدود الفصل وينشئ دلالة مودعة في النص، وهنا ندرك أن القراءة لذة تدعو إلى لذة أخرى هي الكتابة أي أن إعادة الكتابة تخلق من قواعد الكتابة، وهذا ما يقوم به القارئ النهم.

خاتمة:

مر بنا ونحن نستقرأ ظاهرة موت المؤلف عند بارت تحت غطاء منهج وصفي تحليلي ، أحبر أوراق هذه الدراسة ، وجعلها تقف عند حدود معرفية كانت تستنطق الظاهرة من أوجه تاريخية وأخرى فلسفية وابستمولوجية ومنهجية ، وأدركنا أن دواعي الوجود لها مؤثراتها الفكرية قد استطبت بها آلة التلقي في بداية التكوين ، فكانت قد وجهت العناية إلى القارئ ، وقد أهملت المنتج بمجرد الانتهاء من عمله الفني ، ثم إن بارت بهذه الرؤية الفلسفية والمنهجية اقترب كثيرا من المتلقي وأسس له لبنة معينة في تقنين النظرية ، وجعل منواله هذا يقتفي آثاره من تاريخا نية ضربت في عمق الاشتغال الفلسفي من قراءة نيتشه لنص زرادشت عندما قتلا لآلهة في ثورة فكرية على النص الديني الذي هيمن زمننا طويلا في أوروبا ، ثم التفاتة ميشال فوكو ، وإلى أعمال أخرى قاربت مفاهيمها المفهوم نفسه ، غير أن لبنة الموت أو الحفر في التراب من أجل الدفن الأبدي للمؤلف ، جهز القارئ إلى الشك في حقيقة ما كان يبينه وإلى خلخلة الأبنية التي أقامت أسوار النص و جعلت القارئ يشتهي النص ، وربما إلى حد التمتع به وصولا إلى لذة قارة كانت قبلها متعة عابرة .

تعتبر الظاهرة حدثا فكريا وفلسفيا في العالم بعدما كان الإعلان عنها في نهاية الستينيات من القرن الماضي ، ثم ما أقر في نهاية السبعينيات بالطبع في عملية متلاحقة COLLEGE DE FARNCE به كوليغ دو فرانس ، قد أدرك أهمية القراءة والتلقي حينما كان يبدي ثورته اتجاه الأفكار النقدية القديمة التي تمركزت كما قلنا سلفا حول فلسفة الباث كما تبين في خضم تلك الموت أن النص هو نسيج من العلامات وهو اشتغال سيميولوجي جعل النص يتشكل من أشكال متقطعة تصنع وحدات أخرى جاهزة وما ينقطع من النسيج سيكون تركيبا لنص آخر جديد، وهي أيضا منهجية في القراءة، والتأويل والتحليل للخطاب الأدبي والفني عامة ، وما جاء فيها فهو الانشقاق عن الآخر ، وهو التنوع والاختلاف عندما تعتمد على الحفر والتعريف والتنقيب والفضح لتلك الأبنية الضمنية واستقراءها ، وهي مختفية تحت سطح المعاني وتكشف كثيرا عن المغالطات الموروثة كلاسيكيا .

استطاع بارت أن يجعل القارئ ينتعش أكثر في حياة جديدة ، ثم أصبح الكتابة لديه حالة من التمثل الذاتي ، وهنا استطاع بارت أن يصنع من نظرية المحاكاة القديمة التي اعتبرت الأدب مرآة تعكس ما هو موجود في الحياة ، كتابة أخرى جديدة عندما نرى أن الكاتب ينسخ نصه مستمدا من المخزون اللغوي الذي يعيشه في داخله .

الهوامش والإحالات

- 2- محمد عزام ، التلقي و التأويل، بيان سلطة القارئ في الأدب ، دارالينابيع ، دمشق سوريا ، ص29
- 3- ينظر: رولان بارت ، نقد وحقيقة ، الأعمال الكاملة 3 مركز الانماء الحضاري ، تر: منذر عياشي ، ط 1 ، دارلوسوي ، باريس 1994 ص 15
- 4- رولان بارت التحليل النصي، مع تطبيقات على التورات والانجيل والقصة القصيرة ، تر: عبد الكريم الشراوي ، دار التكوين ، منشورات الزمن، الرباط المغرب 2009 ص 5 و6

- 5- مصطفى غلفان ، في اللسانيات العامة ، تاريخها ، طبيعتها ، موضوعها ، مفاهيمها ، دار الكتاب الجديد المتحدة ، ط1 ، بيروت لبنان 2010 ص 207 و208-
- 6- ينظر: محمد عزام ، التلقي والتأويل ، المرجع السابق ، ص 11
- 7- ينظر: محمد عزام ، التلقي والتأويل ، المرجع نفسه ، ص12
- 8- A-LALANDE, VOCABULAIRE TECHNIQUE ET CRITIQUE DE LA PHILOSOPHIE ,PARIS,PUF,1968-P- 878
- 9- عن، جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج 2 ، المعنى السابع ، بيروت، دار الكتاب اللبناني ، 1971، عن، نبهة قاره، الفلسفة والتأويل ، ط1 ، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت لبنان، 1998 ص6
- 10- ينظر: علي حرب هكذا أقرأ ما بعد التفكيك ، ط 1 ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت لبنان 2005 ص33
- 11- بول ريكور، صراع التأويلات ، دراسات هيرمينوطيقية ، ترجمة: منذر عياشي ، مراجعة: جورج زياتي دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1 ، دار سوي ، باريس 2005 ص 105
- 12- عن :ارسطو، في التأويل، الفقرة السادسة -17أ عن: نبهة قاره ، الفلسفة والتأويل ، المرجع السابق ، ص7
- 13- ينظر: بيتر سلوتريك، الانجيل الخامس لنييتشه ، تر: علي مصباح ، منشورات الجمل 2003 ص 25
- عن علي حرب هكذا أقرأ ما بعد التفكيك، المرجع السابق، ص32 و33
- 14- ينظر: علي حرب، المرجع نفسه ، ص30
- 15- محمد عزام ، التلقي والتأويل، المرجع السابق، ص30
- 16- رولان بارت، نقد وحقيقة ، تر: منذر عياشي ، المرجع السابق ، ص17
- 17- محمد عزام ، التلقي والتأويل ، المرجع السابق ، ص30
- 18- المرجع نفسه، ص31
- 19- المرجع نفسه، ص31 و32
- 20- نقصد هنا بالفينومولوجيا ، فينومولوجيا التأسيس وهي تلك التي تقوم على ايجاد الشروط الممكنة لكل تفكير أو تعبير وخلافا لتجليات الكائن عبر المراحل الانطولوجيا ن بيتغي من ورائها الفكر المطلق ، يطرح هوسرل فينومولوجيا التأسيس التي تبحث عن فائدة او دعامة تنبثق من خلالها او تتأسس بموجبها او ترى الوجود على اثرها كل ظاهرة معينة ، فمشكلة الفينومولوجيا هي النشوء والتكوين ، نص مأخوذ من : كتاب ، محمد شوقي الزين ، تأويلات وتفكيكات ، فصول في الفكر العربي المعاصر ، المركز الثقافي العربي ، ط1 ، الدار البيضاء ، المغرب 2002 ص 49
- 21- رولان بارت ، لذة النص ، منشورات لوسي ، ترجمة: منذر عياشي، دمشق سوريا 1992 ص109
- 22- رولان بارت، درس السيميولوجيا ، ترجمة: عبد السلام بنعدالعالى، ط3، دار توبقال للنشر ، المغرب 1993 ص61
- 23- رولان بارت، لذة النص ، ترجمة: فؤاد صفا والحسين سحبان ، ط2 دار توبقال للنشر ، المغرب 2001 ص 35 و36
- jean paul Sartre. Que est ce que la littérature .gallimand. paris 1948.p7524
- 25-jean paul Sartre.p50
- وينظر كذلك: رشيد بنحدو ، العلاقة بين القارئ والنص في التفكير الادبي المعاصر، مجلة ، عالم الفكر، الكويت، المجلد 23 العددان 1 و2، 1994، ص 472 و474
- 26- رولان بارت، لذة النص ، المرجع السابق، ص33

- 27- الايروسية نسبة إليايروس ، 1-رغبة عارمة في التملك او الحب وهي في الأغلب جنسية 2-في الأساطير اليونانية ايروس هو أصغر الالهة ، طفل له جناحان ، رشيقي لكنه متمرد يشعل نار الهوى في قلوب البشر، وظيفته الأساسية التنسيق بين العناصر المكونة للكون، وإحالة الفوضى إلى إسجام ، الشائع عنه أنه ابن افروديت الهة الحب ، مراد وهبة ، المعجم الفلسفي ، معجم المصطلحات الفلسفية، دارقباء للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة 1998 ص 127
- 28-رشيد بنحدو، المرجع السابق، ص 486
- ROLAND BARTHES .essais critiques .ed.seuil.paris 1964p4629
- 30- ROLAND BARTHES.S /Z .ed.seuil.paris. 1970 p23
- 31- ROLAND BARTHES.S /Z .p 40
- 32- ROLAND BARTHES.les bruissement de la langue. Ed.suil. paris .1984pp 40ET41
- 33- محمد خير البقاعي، تلقي رولان بارت في الخطاب العربي والنقدي واللساني والترجمي، كتابه لذة النص نموذجاً ، مجلة عالم الفكر ، مجلد 27 العدد 1 الكويت ، يوليو سبتمبر 1997 ص 28
- 34-رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 16
- 35-رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 54
- 36-رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 26
- 37-رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 63
- 38-ينظر: عمر اوكان، لذة النص او مغامرة الكتابة لدى بارت ، المرجع السابق، ص 41
- 39-رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 63
- 40 -رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 24
- 41-رولان بارت، لذة النص، المرجع السابق، ص 25
- 42- العلاقة الفيتشية هي قراءة طور من خلالها ستانلي فش الذي ينتهي إلى الأصل الأمريكي 1938 مقارنة تأويلية تتماشى مع الأسلوبية في بدايتها وخبرة القارئ والجماعة المفسرة في نهايتها ،وهي تندرج في مراحل زمانية ساعدت على تكوين مشروعه التأويلي فالقارئ في منظاره يرصد ثلاث مراحل في مسيرة فتش نحو استجابة القارئ في المرحلة الأولى التي تظهر جلية في محاولته التأكيد على أن النص الأدبي له تأثيره على القارئ وللوقوف على هذا التأثير يستلزم تحليل استجابات القارئ المتصاعدة في نسق من تعاقب الكلمات الواحدة تلو الأخرى في الزمن ، والمرحلة الثانية يقرر فيها فتش أن خبرة القارئ بالنص هي المعنى ذاته وأنه في هذين المسارين أو المرحلتين لا يخرج من أسرو حقوق النص ، فالقارئ يستقي خبرته من النص ، أما في المرحلة الثالثة فإنه ينفي وجود النص أو يكاد ويعزز سلطة الجماعات المفسرة التي ينتهي إليها القارئ، فهي التي تنشئ المعنى ، عن:محمود خليفة خضير الحياني ، ما ورائية التأويل الغربي ، الأصول ، المناهج ، المفاهيم ، معالم نقدية ، منشورات الاختلاف ، ط1، الرباط، المغرب 2013 ص 180 و 181
- 43- فؤاد صفا والحسين سبحان ، ترجمة المتعة، تقديم الترجمة العربية لكتاب لذة النص لرولان بارت ، المرجع السابق، ص 6
- 44- المرجع نفسه ، ص 10
- 45-المرجع نفسه ، ص 10 و 11
- المصادر والمراجع
- 1 -محمد عزام ، التلقي و التأويل، بيان سلطة القارئ في الأدب ، دار الينابيع ، دمشق سوريا

- 2- رولان بارت، نقد وحقيقة، الأعمال الكاملة 3 مركز الانماء الحضاري، تر: منذر عياشي، ط 1، دار لوسوي، باريس 1994
- 3- رولان بارت التحليل النصي، مع تطبيقات على التورات والانجيل والقصة القصيرة، تر: عبد الكريم الشرقاوي، دار التكوين، منشورات الزمن، الرباط المغرب 2009
- 4- مصطفى غلفان، في اللسانيات العامة، تاريخها، طبيعتها، موضوعها، مفاهيمها، دار الكتاب الجديد المتحدة ن ط 1، بيروت لبنان 2010
- 5- جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج 2، المعنى السابع، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1971
- 6- نبهة قاره، الفلسفة والتأويل، ط 1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت لبنان، 1998
- 7- علي حرب، هكذا أقرأ ما بعد التفكيك، ط 1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت لبنان 2005 ص
- 8- بول ريكور، صراع التأويلات، دراسات هيرمينوطيقية، ترجمة: منذر عياشي، مراجعة: جورج زياتي دار الكتاب الجديد المتحدة، ط 1، دار سوي، باريس 2005
- 9- بيتر سلوتريك، الانجيل الخامس لنيته، تر: علي مصباح، منشورات الجمل 2003
- 10- محمد شوقي الزين، تأويلات وتفكيكات، فصول في الفكر العربي المعاصر، المركز الثقافي العربي، ط 1، الدار البيضاء، المغرب 2002
- 11- رولان بارت، لذة النص، منشورات لوسي، ترجمة: منذر عياشي، دمشق سوريا 1992
- 12- رولان بارت، درس السيميولوجيا، ترجمة: عبد السلام بنعبداالعال، ط 3، دار توبقال للنشر، المغرب 1993
- 13- رولان بارت، لذة النص، ترجمة: فؤاد صفا والحسين سحبان، ط 2، دار توبقال للنشر، المغرب 2001
- 14- مراد وهبة، المعجم الفلسفي، معجم المصطلحات الفلسفية، دارقبا للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة 1998
- 15- محمود خليفة خضير الحياني، ما وراثية التأويل الغربي، الأصول، المناهج، المفاهيم، معالم نقدية، منشورات الاختلاف، ط 1، الرباط، المغرب 2013
- المراجع الأجنبية:

- 1- A-LALANDE ,VOCABULAIRE TECHNIQUE ET CRITIQUE DE LA PHILOSOPHIE ,PARIS,PUF,1968
- 2- ROLAND BARTHES .essais critiques .ed.seuil.paris 1964
- 3- ROLAND BARTHES.S /Z .ed.seuil.paris. 1970
- 4- ROLAND BARTHES.les bruissement de la langue. Ed.suil. paris .1984
- 5- jean paul Sartre. Que est ce que la littérature .gallimand. paris 1948

المجلات والدوريات:

- 1- مجلة عالم الفكر، مجلد 27 العدد 1 الكويت، يوليو سبتمبر 1997
- 2- مجلة، عالم الفكر، الكويت، المجلد 23 العددان 1 و2 1994

العمل في زمن العولمة

-مقاربة نظرية-

الباحثة: بوكليخة ليلى

جامعة تلمسان

مقدمة:

العمل هو الركيزة الأساسية التي تمكن الأفراد من ضمان الدخل لتأمين الحياة والمعيشة ويساهم في النمو والتطور الاقتصادي وهو الوسيلة التي تقي من آثار البطالة والفقر، إلى أن اعتبر أحد الحقوق الأساسية بتوفير فرص عمل للجميع في جو يسوده الإنصاف والعدل. وهذا ما أكد عليه شارل فورييه Charles Fourier حول الحق في العمل: " يوفر الراحة الاجتماعية والنفسية للفرد، ومن واجبات الدول توفير هذا الحق بإتاحة فرص متكافئة للمواطنين، إن توفير هذا الحق يتطلب إعادة تنظيم كاملة للمجتمع.¹ إذن فالعمل هو بداية للوصول إلى تنمية بشرية تمكن الإنسان من الرقي بتطلعاته ورفاهه المادي والروحي، و مع هذا العصر ظهرت التطورات السريعة واللامتناهية بفعل العولمة التي كانت اقتصادية أولاً من خلال تحرير التجارة وتوفير مناخ سهل لانتشار الأفكار الرأسمالية عبر الشركات المتعددة الجنسيات ووسائل التحكم العالمي المتمثلة في المنظمات والهيئات الدولية. وثانياً اجتماعية من خلال الاختلالات التي أصابت البنى الاجتماعية. هذا ما يخالف نظرة التنمية البشرية التي يلزم تحقيقها من خلال: اعتماد برنامج عمل يستند إلى عقد اجتماعي جديد، واتفق عالمي، وتنفيذ برنامج العمل اللائق¹ هذا حتى يمكن إعطاء الوجه الحقيقي للعمل من خلال توسيع مضامينه وغاياته للوصول إلى تنمية بشرية ومستدامة تشمل جميع فئات المجتمع.

فما هي التأثيرات التي أحدثتها العولمة على فضاء العمل اليوم؟

1- مفهوم العمل:

يتحدد مفهوم العمل من خلال الأثر الذي يخلفه، فبالعمل يقوم الإنسان بالتحكم في الطبيعة ويسيرها لخدمته بتوفير حاجاته وهذا ما ذهب إليه " أوغست كونت " حين وصف العمل بوسيلة للتغيير: " التغيير النافع للمحيط الخارجي من طرف الإنسان"²

كما ذهب NEFF: "العمل هو ذلك النشاط المفيد لذي يؤديه البشر بهدف الحفاظ على الحياة واستمرارها موضوعه ينصب على تغيير بعض خصائص المحيط" ³ يتضح من هذا المفهوم أن وظيفة العمل أسمى من خلق الخيرات وتغيير المحيط إلى المبدأ الأساسي للخلق ألا وهو الحفاظ على الحياة. كما أن العمل يعرف بحسب القيمة والغاية التي تؤدي إلى إنتاج الخيرات لسد الحاجات الاجتماعية، هذا ما حرص على تقديمه OTOOLE: "العمل هو ذلك النشاط المنتج للأشياء ذات قيمة للآخرين"⁴ فالعمل هو ذلك النشاط الواعي القائم على بذل جهد لتحقيق منفعة ما.

مما سبق يمكن أن نوجز العمل هو ذلك النشاط الخاص بالإنسان ضمن مجموعة اجتماعية من أجل خلق منفعة والوصول إلى غاية ما. ببذل جهد سواء فكري أو بدني. وهذا ما يسعى إلى إيجاد مفهوم التنمية البشرية من خلال تخطي الجانب الاقتصادي للعمل المرتكز على مقدار ما يتحصل عليه العامل من دخل للوصول إلى غايات وخيارات أوسع وأبعد.

2- ماهية العولمة ؟

قد تم تحديد ثلاث عمليات أساسية تكشف عن جوهر العولمة :

أ-تتعلق بانتشار المعلومات لدى غالبية الناس.

ب-تذويب الحدود بين الدول.

ج-زيادة التشابه بين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات⁵

وفي هذا الصدد يرى "علي حرب": "نحن إزاء حدث هو من الفن والكثافة والتعقيد، ما يجعله يفتح على غير معنى واتجاه، ويفتح غير مكان ومجال، بقدر ما يطلق قوى اجتماعية جديدة أو يتيح انبثاق تشكيلات ثقافية مغايرة."⁶

مع العولمة تنتقل من الواقع الفعلي المحدود إلى واقع أثري، اصطناعي، لا حدود له، يتيح المخيال السببراني بثروته العديدة وتشكيلاته الرقمية اللامتناهية. بذلك تتغير بنية الواقع بالذات، بقدر ما يجري تسريعه وتكثيفه، أو مضاعفته عبر الصور والأرقام، وهكذا مع العولمة يتغير مشهد العالم بقدر ما تتغير خارطة العلاقة بالأشياء، بحيث يتشكل واقع عالمي جديد..... ثمة اختراق للمجتمعات و

الثقافات على عدة مستويات من عمليات العولمة. مستوى أعلى يتمثل في تدفق المعلومات والصور و القيم و النماذج عبر وسائط الإعلام المتعدد التي تحول العالم إلى نظام كوني واحد للاتصال الدائم، مستوى أوسط يتمثل في توحيد الأسواق المالية عبر التجارة الإلكترونية على يد مجموعات الإنتاج و أصحاب الجنسيات المتعددة، مستوى أدنى يتمثل في حركة الأشخاص العابرين للحدود بين الدول و القارات بفعل اتساع السياحة وتزايد الهجرات وتنقل رجال الأعمال بأعمالهم المتحركة...⁷ يعتبر علي حرب أن العولمة تركت ولا زالت تترك أثرا كبيرا على الهويات الثقافية فهي قد زعزعت علاقة الإنسان بالزمان الذي أصبح زمن العمل بسرعة الضوء و الفكر عكس الزمن التقليدي الذي هو زمن الارتداد نحو الماضي الذي لا يعود أو الانتظار لمستقبل غير معروف، وعلاقة الإنسان بالمكان حيث أصبح المرء يحضر في كل مكان، هذا ما يؤدي إلى نشوء هوية جديدة.

ف "علي حرب" يشرح أثر العولمة بعبارة أن الواقع لم يعد واقعا بل أصبح افتراضيا مما يفكك أطر الوعي والانتماء

3-عوامل و آثار العولمة على العمل:

ارتبط ظهور العولمة بعوامل مختلفة أهمها:

تلك التكنولوجيات الجديدة و المتجددة التي لها القدرة على تحويل عالم العمل أكثر مما قامت به الثورة الصناعية.

كما شهد القرن العشرين نتائج كبيرة وهي تحرير سوق العمل المقرون مع الثورة الافتراضية للفرص المتاحة في الاقتصاد العالمي، هذا الأخير الذي يتطلب اليد العاملة المؤهلة و الكفوة ذات المستوى العالي التي تتسم بالتكيف والانضباط السريع المتماشي مع متطلبات السوق الدولي و العالمي، وهذه الفئة من اليد العاملة هي مضطرة إلى مواجهة التحديات المختلفة في عالم الشغل السريع، ما قد يؤدي إلى صعوبة مواجهة ضغوطات نفسية متزايدة في ظروف عمل صعبة، من أجل مسايرة التكنولوجيات المتجددة و المتسارعة وبالتالي يظهر تنظيم عمل جديد (عمال بعقود عمل محددة المدة وبالتوقيت الجزئي أو الكلي، عدم الاستقرار و الثبات في العمل ، ظروف عمل غير مستقرة بسبب تغير العمل والسلع...) كل هذا ما مكن أن نطلق عليه أنماط العمل غير المألوفة حيث أن نمط العمل المألوف هو الذي يتميز بثلاث خصائص:

- العمل بالتوقيت الكامل من خلال مبدأ التشغيل الفعلي مع توفر الحقوق المرتبطة بهذا العمل من خلال احترام الكرامة، الأمن و الحماية الاجتماعية... وما يقابله من نمط عمل غير مألوف حيث ظهر العمل بالتوقيت الجزئي الذي يكون فيه الاستغلال في ذروته وانعدام الأمن و الحماية الاجتماعية.

- العمل الدائم: إن المبدأ الأساسي في العمل هو الديمومة والسيرورة ، فبخلاف هذا نجد العمل المحدد المدة الذي لا يكون في استقرار وأمان وظيفي يوفر الراحة و السكينة للعمل.

- العمل المباشر: أي أن العمل يكون بتقديم عمل لصالح شخص معين مقابل أجر و حقوق معينة، لكن من أنماط العمل التي ظهرت في زمن العولمة العمل عن بعد الذي ليس له صفة علاقة العمل، حيث لا يمكن التعرف على طرفي علاقة العمل، ولا على الحقوق المترتبة لكلا الطرفين، كما أن هذا النمط الجديد تنعدم فيه الحماية الاجتماعية التي تعد أحد الشروط الضرورية لإقامة علاقة العمل وما يترتب عنها من حقوق أخرى كالتأمين عن المرض، التقاعد...

وتعمقت نتيجة للعولمة الفروق الاجتماعية بين أولئك الذين يملكون التعليم و المهارات و القدرة على الحراك التي تتيح لهم الازدهار في عالم الاقتصاد المتكامل، وأولئك الذين لا يملكون هذه الصفات، وهذه الفوارق الجديدة مع ما يصاحبها من أوجه انعدام الأمن، ما يؤدي إلى خلق ضروب التوتر في ما بين مختلف الشرائح الاجتماعية⁸

كما أن العولمة جاءت بآثار نتيجة تحرير نظم التجارة الدولية وهي المنافسة الكبيرة و المؤسسات الرأسمالية التي لها أهداف محددة ومقيدة باتفاقيات ذات زمن ووقت محدد، فكان العمل هو إما التخفيض من القوة العاملة عن طريق إدخال المكننة التي تفي بالغرض وتقلل من عوامل الإنتاج وتكاليفها، هذه الآلة التي تحل محل الإنسان وتقوم بدوره على أكمل وجه، أو أن تعبر القارات لتفتح مؤسسات في بلدان فقيرة ذات أجور زهيدة لا تحقق فيها العدالة الاجتماعية، هنا تستطيع هذه الشركات استغلال العمال بكل صفات وأوجه الاحتكار كالعامل الجبري وظروف عمل غير لائقة... فهذا ما يطلق عليه تسمية سلاسل التوريد العالمية من خلال اختراق جميع الحدود القارية و الوطنية وبكل التسهيلات، بغية الحصول خاصة على اليد العاملة التي تساهم في تطوير وتعظيم

أرباح هذه الشركات العابرة للقارات، إذن سلسلة التوريد تقوم على مبدأ أساسي هو تخفيض التكلفة خاصة اليد العاملة لتحقيق قيمة مضافة.

فكما هو معروف أن الهدف الأساسي للرأسمالية هو تحقيق أقصى الأرباح وهذا ما يجعل كل قيم الحياة ومن ضمنها العمل خاصة خاضعة لميكانيكية قسرية قائمة على الاضطهاد و التوسع في ميكانيكية الريح"⁹.

فالعولمة التي جاءت بصورة جديدة للرأسمالية العالمية قد انفردت بتكنولوجيات حديثة تسبق تطور الشعوب وسريعة الانتشار للوصول إلى إحداث ثقافة، اقتصاد وسياسة مختلفة أي مجتمع خاص معقد بدون حدود جغرافية محددة وبدون حضارة وثقافة مطلقة وبدون اقتصاد مستقل بذاته. حيث نرى في تعريف " دولفوس " انه اشمل ولمم لجميع جوانب العولمة « العولمة تبادل شامل إجمالي بين مختلف أطراف الكون تحول العالم على أساسه إلى محطة تفاعلية للإنسانية بأكملها، وهي نموذج القرية الصغيرة الكونية التي تربط ما بين الناس والأماكن، ملغية المسافات ومقدمة المعارف دون قيد، ..» إنها تقنيات السياسة و الاقتصاد و الاجتماع و الثقافة و تتجاوز النظم و الإيديولوجيات و تعد تشكيلة متنوعة من الأنظمة و البني تحدد ممثلها الدول الكبرى، و الشركات المتعددة الجنسيات و المنظمات العالمية، وهي ليست أكثر من حركة جهنمية تنطلق بسرعة و تخطف في طريقها الآمال و الأحلام.¹⁰

كما أدت العولمة إلى ظهور مفهوم عولمة الفقر، المصطلح الذي أطلقه عالم الاقتصاد الكندي "ميشال تشوسودوفيسكي" الذي يعبر بدقة عن فكرة توزيع الفقر من جانب القوى الكبرى التي تتحكم في الاقتصاد العالمي بما يحقق مصالحها، حيث اتفاقية بريتون وودز لعبت دورا هاما في إعادة الهيكلة الاقتصادية عالميا خاصة ما تم تدميره من اقتصاديات الدول النامية و عملاتها، فصندوق النقد الدولي و البنك الدولي و منظمة التجارة العالمية هياكل إدارية تعمل داخل نظام رأسمالي يتدخل في اقتصاد و سياسة الدول النامية أدى كل هذا إلى اضطرابات داخلية كبيرة و مشاكل لا تحصى بسبب ضعف القدرة الشرائية و ما نتج عنها من مشاكل اجتماعية: صحية، تعليمية ..، لقد أثرت هذه الأجهزة المهيمنة حتى على البيئة و القطاع الزراعي، كما زعزعت استقرار المواطنين بسبب البحث عن مكان للاستزاق مع استنفاد و تدمير أماكنهم، فنجد حتى المؤسسات العمومية التابعة للدولة قد أفلست بسبب عدم قدرتها على المنافسة الدولية المدمرة، وحتى

المؤسسات المتوسطة و الصغيرة لم تستطع التكيف أو بالأحرى التطبع باتجاهات العولمة السريعة والباهظة.

فهذه الهياكل الإدارية التي من المفروض أن دورها هو تقليص الفقر هي من تولد الفقر بسبب وجود أقلية مستأثرة بالثروة وأغلبية تعيش في مستوى متدني من الفقر يكاد يتجاوز خط الفقر إن لم نقل انه تجاوزه، إن مهمة منظمة التجارة العالمية تنطوي على تنظيم التجارة لمنفعة البنوك الدولية والشركات المتعددة الجنسيات، وكذا مراقبة تنفيذ لسياسات التجارة الوطنية.

أما منظمة التجارة العالمية تنتهك الحقوق السياسية للشعوب وبشكل خاص في ميادين الاستثمار الأجنبي والشؤون الحياتية وحقوق الملكية الفكرية، هذا يعبر عن ظهور تقسيم ثلاثي جديد للسلطة يركز على التعاون الوثيق بين صندوق النقد و البنك الدولي و منظمة التجارة العالمية لفرض مراقبة السياسة الاقتصادية للدول النامية¹¹.

تطبق وصفة صندوق النقد الدولي التي ترمي إلى:

التقشف في الميزانية وتخفيض سعر العملة وتحرير التجارة والخصخصة... وتفقد الدول المدينة السيادة الاقتصادية والسيطرة على السياسة المالية والنقدية ويعاد تنظيم البنك المركزي ووزارة المالية وتفكك مؤسسات الدولة...¹²

إن هذا الشكل الجديد للسيطرة الاقتصادية من طرف الثلاثي الدولي أدى إلى تدمير الاقتصاد الوطني وعملته، حيث يأمر صندوق النقد الدولي بتخفيض سعر العملات لكي ترتفع الأسعار بصفة فجائية وتنخفض قيمة تكاليف العمال وهنا تظهر مشكلة اقتصاد العمل الرخيص والأيدي العاملة الرخيصة، يعنى الحصول على عوامل إنتاج بما فيها العمل الرخيص، هذه النقطة نشرحها كما يلي اعتمادا على بعض الحالات:

- في حالة المستوى التكنولوجي المنخفض: يتزايد الطلب على العمالة الغير ماهرة وبالتالي يحدث نوع من التكافؤ في الدخل بين أجور العمال المهرة وغير المهرة (أي التي لا تواكب التقنية الحديثة).

- في حالة التطور المستمر والعالي للتقنية: ينتقل مستوى الإنتاج لمرحلة التطور وعندما يكثُر الطلب هنا لا يحدث التكافؤ في الفرص بين الفئتين، حيث المؤسسات تحتاج إلى أيدي عاملة متطورة وتستبعد الفئة الأخرى.

هذا ما يؤكدُه Heckscher Ohlin Samuelson في نظريته إلى أنه: " قد يؤدي انفتاح الأسواق وإلغاء القيود على الاستثمارات الأجنبية في الدول النامية ذات الوفرة العالية إلى انتقال الطلب على العمل غير الماهر مما يدفع في زيادة أجور هذه الفئة وإلى تقلص الهوة بين أجر عمل الماهر وغير الماهر في تلك الدول، كما يؤدي فتح الأسواق وتزايد التبادل التجاري بين الدول الصناعية والنامية عاملاً يدفع باتجاه تزايد استيراد الدول الصناعية منتجات الدول النامية كثيفة العمل والتي تتطلب عمالة غير ماهرة وبإمكان إنتاجها بأسعار أقل من إنتاجها في الدول المتقدمة، وهنا يتراجع الطلب على العمل غير الماهر في الدول الصناعية وبالتالي خفض الأجور.

فسياسات فتح الأسواق تؤثر سلباً على الأجور الحقيقية للعمال غير الماهرة في الدول الصناعية، وهو تأثير مماثل لنقل الشركات المتعددة الجنسيات لصناعاتها للدول النامية¹³

مما تقدم يظهر أن الأيدي العاملة الرخيصة والأجور المتدنية تؤدي إلى معيشة متدنية وقدرة شرائية منخفضة وبالتالي إلى طلب غير كفو، فهذه صورة الاقتصاد العالمي المنفتح على التبادل والذي أحدث مشكل العمال الفقراء.

من هنا نستنتج أنه في إطار العولمة الاقتصادية ظهرت أشكال جديدة لانعدام الأمن في العمل ومحيطه، حيث يؤكد ألان توران: "...وقد يكون من الطبيعي التحدث عن الحرف أكثر من التأهيل. إذ انخفضت إمكانات التحول من حرفة إلى أخرى لتجعل حياة العامل مأساوية أكثر، إذ لم يعد باستطاعته ممارسة حرفته: وإذا ما أجبرته أزمة اقتصادية معينة على تغيير مهنته لا يعود بإمكانه أن يكون إلا عاملاً يدوياً..."¹⁴ وهذا ما أكدته منظمة العمل الدولية سنة 1999 في خطابها: "باتت المطالبة بعمل لائق اليوم تحدياً عالمياً مطروحاً أمام القيادات السياسية والتجارية في العالم أجمع. ومستقبلنا المشترك يرتهن إلى حد بعيد بكيفية ردنا على هذا التحدي"¹⁵

خاتمة: تبقى من السلبات الكبرى العولمة ظهور فئة عمال مستضعفون، توجب علينا إيجاد حلول تضمن ديمومة قيمة العمل ولن يتأتى ذلك إلا بتبني مشروع دولي يفرض حماية كرامة العامل من

خلال توفير فرص عمل لائقة وهو الأمر الذي أكدت عليه منظمة العمل الدولية: "العمل ليس سلعة" و لجميع البشر الحق في العمل من اجل رفاهيتهم المادية وتقدمهم الروحي في ظروف توفر لهم الحرية و الكرامة و الأمن الاقتصادي و تكافؤ الفرص"¹⁶.

و العمل على إيجاد سياسات واستراتيجيات هادفة لخلق فرص عمل ذات صفات نوعية وكمية تتماشى مع تعقيدات العصر الحالي.

الهوامش:

1. DAVID A. SHIMAN, ECONOMIC AND SOCIAL JUSTICE, A Human Rights Perspective, Human Rights Resource Center University of Minnesota 2011, page 05.

2. تقرير التنمية البشرية 2015 تحت عنوان التنمية في كل عمل، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ص 01.

3. جلال الدين سعيد، معجم المصطلحات و الشواهد الفلسفية، دارا لجنوب، للنشر، تونس، ص 256.

4. بوحفص مباركي، العمل البشري، دار الغرب للنشر و التوزيع، ط 02 2004، ص 44

5. نفسه، ص 44.

6. عوفي مصطفى، العولمة و اثرها في قضايا العمل، مجلة العلوم الانسانية العدد السابع جامعة محمد خيضر بسكرة ، فيفري 2005. ص 01.

7. علي حرب، حديث النهايات فتوحات العولمة و مأزق الهوية ، المركز الثقافي العربي، المغرب ط 02 2004 ص 30 .

8. نفسه، ص 32.

9. D AVID A. SHIMAN , op.cit p4.

10. رابح بوقرة و عبد الله خبايا، الوقائع الاقتصادية من التاريخ القديم إلى بداية القرن الواحد و العشرون، دار الجامعة الجديدة ، ص 157.

11. رابح بوقرة، مرجع سابق ص 243

12. نفسه 243.

13. احمد هاشم اليوشع، عولمة الاقتصاد الخليجي قراءة للتجربة البحرينية، المؤسسة العربية للدراسات و النشر ط 01، 2003، ص 84.

14. الان توران، رسالة في سوسيولوجيا العمل (01) ترجمة بولاند عمانوئيل، منشورات عويدات، بيروت- باريس- ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ط 1 ، 1985 ص 491 .

¹⁵D AVID A. SHIMAN ,op.cit p.6.

¹⁶ Ibid p 06

التصميم الجرافيكي في الاعلان ودوره في جذب انتباه المتلقي دراسة ميدانية بمدينة قسنطينة

د، يامين بودهان ، جامعة سطيف 2

أ، مريم يخلف عزة ، جامعة سطيف 2

ملخص:

يعتبر الإعلان أداة مهمة ومؤثرة بالنسبة للمؤسسات سواء كانت ذات طابع ربحي أو غير ربحي، وقد زادت أهميته في الآونة الأخيرة نظرا لزيادة الوعي بالمزايا التي يحصل عليها المعلن من هذا النشاط نتيجة المنافسة الشديدة بين المؤسسات في مختلف القطاعات وإقبال العديد منها على الترويج لمنتجاتها وخدماتها ، من خلال الإعلانات عبر مختلف الوسائل والدعائم التي تطورت وتعددت وأصبحت موجودة في كل مكان ، مما جعل الإعلان بدوره منتشرا ويحاصر المتلقي من كل ناحية ، هذا التزاحم نتج عنه سباق بين المصممين للخروج بإعلانات مبتكرة ومتفردة حتى تحظى بلفت الانتباه لدى المتلقي، فالتصميم كغيره من الفنون البصرية هو فن تواصل يبتغي هدفه إيصال رسالة للمتلقي من خلال محاولة جذب انتباهه لمضمون الإعلان ، ويتوقف هذا على طريقة تعامل المصمم مع العناصر الجرافيكية (صور، رسوم، ألوان... إلخ) ، بطريقة للخروج بتصاميم تؤثر في المتلقي وتجعله ينتبه للإعلان من بين العديد من الإعلانات التي يتعرض لها يوميا ليتحقق الغرض من الرسالة وبالتالي المعلن.

Abstract :

Advertising is an important and influential tool for enterprises, both profit-making and non-profit, and has increased in recent times due to increased awareness of the benefits the advertiser gets from this activity ;As well as the result of fierce competition between institutions in various sectors and the desire of many of them to promote their products and services through advertising through various Means and props that have developed and multiplied and become in every place, which made the advertisement in turn is widespread and besieged the recipient from each hand ;this cluttering resulted in a race between designers to come up with creative and unique ads to attract attention to the recipient. Design, like other visual arts, is purely communicative art intended to convey a message to the receiver by trying to attract his attention to the content of the advertisement. This depends on the way the designer deal with graphic elements (images, graphics, colors ...) in a manner that comes out with designs that affect the receiver and make him aware of the advertisement among the many advertisements he is exposed to daily to achieve the purpose of the message and thus the advertiser.

I. إشكالية الدراسة:

يعد الإعلان حاليا أحد أبرز مظاهر عصرنا، إذ فرض نفسه مؤخرا لثناعة قائمة بذاتها، و كمنط حياة، يعكس هوية الأفراد والمجتمعات، وقد عرفت صناعة الإعلان تطورات هائلة وسريعة، خصوصا في النصف الثاني من القرن العشرين، حيث بلغت أشواطها من التقدم والتطور الناتجين عن حصول طفرات كبرى في العديد من العلوم: الإنسانية، الاجتماعية، التقنية، الفنون... إلخ هذا التداخل بين الإعلان ومختلف العلوم استفاد منه الإعلان، ليتحول من أسلوب بسيط لعلم قائم بذاته له أسسه، ومبادئه، وقواعده ونظرياته متميزا بذلك عن غيره من العلوم الأخرى، ومن خيار بعيد إلى أحد أهم الخيارات أمام المؤسسات المختلفة مهما كان نوع نشاطها: تجاري، اجتماعي، سياسي... إلخ

منه فإن كثرة وتعدد استخدامات الإعلان سينتج عنه بالضرورة كثرة الرسائل الإعلانية التي يتعرض المتلقي يوميا لكم هائل منها، وهي تهدف للتأثير فيه، لكن هل تنجح كلها في إحداث الأثر على قراره وسلوكه الشرائي؟ الواقع أن نتائج الأبحاث الحديثة في علم النفس أثبتت أن الرسالة الإعلانية الفعالة هي تلك التي يتوفر فيها شرطين أساسيين: القدرة على جذب الانتباه وإمكانية الإقناع. عملية جذب انتباه المتلقي ومحاولة الاحتفاظ به تعد إحدى أهم الصعوبات التي تواجه عملية الاتصال الإعلاني، كون الفرد يتعرض للعديد من الرسائل الإعلانية لكافة المؤسسات والبرامج، ونتيجة لذلك انتشار استخدام كلمة "كلوتر" advertising clutter في مجال الإعلان التي تشير إلى التزاحم والكم الهائل الذي يتعرض له الفرد من الرسائل الإعلانية يوميا، ومن هنا فإن الإعلان الذي لا يستطيع جذب انتباه أو لفت نظر المعلن إليه لمشاهدته، قراءته أو الإسماع إليه يعتبر فاشلا. بهذا الخصوص توصلت الدراسات إلى أن الإعلان في أية وسيلة إعلامية، يهدف لتحقيق ستة أهداف: جذب الانتباه، إثارة الاهتمام، إثارة الرغبة، إحداث إقناع، استجابة وسلوك وتثبيت الإعلان، وهناك من يراها أقل كنموذج (AIDA (attention, intérêt, désir, action): جذب الانتباه، خلق الاهتمام داخله، تكوين الرغبة، الفعل أو السلوك، إلا أنه ومهما تعددت النماذج فإنها كلها تتفق حول نقطة جوهرية، وهي أن جذب الانتباه هو الخطوة الأولى والضرورية لاستمرار باقي مراحل العمل الإعلاني والوصول لجعل المتلقي يتخذ قرار شراء السلعة، طلب الخدمة أو تبني فكرة معينة.

يلعب الانتباه بوصفه نشاطا ذهنيا وفيزيولوجيا دور المصفاة في مراقبة كمية وطبيعة المحتويات الاتصالية التي يستقبلها المتلقي لهذا تتكفل هذه المصفاة بمهمتين أساسيتين، الأولى تتمثل في حماية المتلقي من كل زيادة في كمية المادة الإعلامية وخاصة الإعلان إضافة لمساعدته في تشكيل مساره قراره من خلال اختيار المعلومة التي تنفعه. وبالتالي فإنه رغم تعرض المتلقي لكثير من المؤثرات، إلا أنه لا يدركها كلها، ويرجع ذلك إلى أن الفرد يطبق لا شعوريا بعض العمليات الانتقائية: الانتباه

الانتقائي، الإدراك الانتقائي، التذكر الانتقائي، وهي عمليات تؤهله لتصفية المادة الإعلامية والوقوف على أهمها، وحصيلة هذه الانتقادات ستحدد ردة فعله واستجابته، أي تأثير الرسالة عليه. بهذا فإنه وفي سبيل زيادة فرصة ونسبة التأثير فإن مصممي الإعلان يتنافسون لابتكار طرق توظيف العناصر المكونة للتصميم، والمؤثرة في عملية الاتصال الإعلاني، والتي تجذب انتباه المتلقي إليه، ويكون هذا من خلال تصميم وإخراج متميز يثير اهتمام المتلقي ويبقى ثابتا في ذهنه وسط الكم الكبير من الإعلانات في مختلف الوسائل.

لذلك يسعى مصمم الإعلان للخروج من هذا الضجيج الإعلاني والتفرد بإعلانه، من خلال تصميمات جديدة ومبتكرة، مراعيًا فيها مجموعة من العوامل المؤثرة في التصميم، ومستفيدًا من التطورات التكنولوجية الهائلة التي فتحت آفاقًا اتصالية وترويجية مميزة، إذ تعزز عالم الإعلان بأدوات وأساليب جديدة لم يشهدها لا المعلن ولا المستهلك من قبل، ليعدل النشاط الإعلاني العديد من تطبيقاته السابقة أو يغيرها تمامًا للتأقلم مع البيئة الإعلانية الجديدة، وهذا التعديل مس العمل الإعلاني في كافة مراحلها بما في ذلك مرحلة تصميم وإخراج الرسالة الإعلانية التي استفادت من خلال ما وفره الحاسوب من برمجيات وتطبيقات تعد من الأدوات الأكثر فعالية في المجال الإبداعي الفني للحصول على رسائل مبتكرة، ومن بين هذه التقنيات برامج الجرافيك (illustration, flash, Photoshop...) المستخدمة للتحكم في الصور، الخطوط، الألوان، الأشكال، النصوص وغير ذلك. وبهذا قد أتاحت فرصًا لا حصر لها أمام مصممي الإعلان لتصميم إعلان مبهروجذاب. ومن هنا ظهر مفهوم التصميم الجرافيكي، الذي يعبر عن استخدام أساليب متنوعة لإنشاء والجمع بين الرموز والصور، الكلمات لخلق تمثيل مرئي للأفكار والرسائل، حيث انتقل كمنشآت في للعمل في بيئة الكمبيوتر وبالتالي التصميم الجرافيكي كأداة تشكيل فني ووسيلة تعبير هو سبيل المصمم للفت انتباه المتلقي، من خلال تحقيق وصول واضح لمضامين الرسالة الإعلانية لضمان انتقائها من بين العديد من الإعلانات التي يتعرض لها يوميًا، وهذا بإيصالها في صورة بصرية ناجحة، فالمصمم يجب أن يضع مبدأ العلاقات البصرية في أولويات التصميم حتى يستطيع أن يوصل رسالته الإعلانية بشكل جيد.

فكيف يقوم التصميم الجرافيكي بجذب انتباه المتلقي للإعلان؟

-تساؤلات الدراسة:

- 1/ هل تحكّم المصمم في برامج الجرافيك لوحده كاف للحصول على إعلانات مبتكرة؟
- 2/ هل إلمام المصمم بالجانبين النفسي والفني للجمهور المستهدف ضروري لتصميم إعلان ملفت للانتباه؟
- 3/ هل استخدام العناصر الجرافيكية (ألوان، صور، رسوم...) يزيد من فرص تصميم إعلان ملفت للانتباه؟

4/ هل اللجوء للتصميم الجرافيكي يخلق علاقات بصرية بين المنتج والإعلان؟

II- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها لثلاث مواضيع أساسية، متمثلة في: التصميم الجرافيكي، الإعلان، الانتباه الانتقائي للمتلقى، ودراسة نقطة الالتقاء بين هذه المواضيع، وعلاقة التأثير والتأثر التي تجمع بينها، فالإعلان الناجح يقوم على أساس التصميم الفعال القادر على جذب انتباه المتلقى وإثارة اهتمامه، لذلك لا بد من وجود تصميم ابتكاري يعتمد على الجوانب الفنية والنفسية والسلوكية، والأساليب والصيغ العلمية والتحكم في مبادئ التأثير النفسي على المتلقى .

III. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة للوصول إلى مجموعة من الأهداف والمتمثلة في:

- 1- التعرف على درجة ومدى اعتماد الوكالات الإعلانية على مختصين في مجال التصميم الجرافيكي.
- 2- التعرف على طبيعة نشاط المصمم الجرافيكي داخل الوكالة.
- 3- التعرف على المحددات أو العناصر الأساسية الفنية في الرسالة الإعلانية، التي تجعل المتلقى يتابع الإعلان ويتذكره من بين الكم الهائل من الإعلانات.
- 4- التعرف على ما إذا كان الجانب الفني للرسالة الإعلانية هو العنصر الأساسي في جذب انتباه المتلقى وتذكره للإعلان، أم أن موضوع الإعلان في حد ذاته هو الذي يثير اهتمامه.

IV. الدراسات السابقة:

حاولنا عرض أهم الدراسات التي تطرقت لموضوع التصميم الجرافيكي في الإعلان ودوره في جذب انتباه المتلقى عرضاً كرونولوجياً بهدف إلى توضيح التطور المستمر الذي طرأ على هذا الميدان:

-الدراسة الأولى:

"Intractivegraphicsnovels : A HybridAdvertising technique". Mike Ayer⁽¹⁾

حاولت هذا الدراسة فهم دراسات التفاعل الجرافيكي المتحركة، وقدرتها على توصيل المعلومات في ظل استمرار التكنولوجيا القائمة على الويب في تطوير وتقديم المعلنين والمسوقين المقترنين بالإعلان التقليدي، وذلك من خلال خلق طرق مبتكرة لإيصال رسائلهم، عن طريق تقنيات جديدة على شبكة الأنترنت.

وقد قامت هذه الدراسة بتحليل روايات التفاعل الجرافيكي المتحركة، ويتضح جرافيكياً أو من واقع حياة الرسوم المتحركة الهجين "الغير حقيقي"، والتي تكون القصص فيها عادة على شكل لعبة فيديو أنها تمنح للمستخدمين مستوى من التفاعل مع الأحداث أو السيطرة على نتائج القصة، لذلك فأشكالها الدراسة تمحورت حول "معرفة ما إذا كانت روايات التفاعل الجرافيكي الهجينة هي وسيلة فعالة بإمكان المسوقين والمعلنين استخدامها اليوم.

تم التركيز في هذه الدراسة على الجانب التقني للتصميم الجرافيكي ومدى فعالية تطبيقه في الإعلان والتسويق، حيث يمكن من توفير طرق ابتكاره في تصميم الرسائل وتثبيتها في ذهن المتلقي، ولكن عبر الانترنت فقط والوسائط المتعددة وشبكات التواصل الاجتماعي "تويتر"، أما دراستنا فستتناول الجانب الفني في التصميم الجرافيكي المتمثل في الصور، الرسوم، الألوان... للإعلان ودورها في جذب انتباه المتلقي بغض النظر عن الوسيلة التي سوف يتم نشر الإعلان فيها سواء كانت تقليدية أو الكترونية.

-الدراسة الثانية:

"الابتكار في الإستراتيجية الإعلانية وأهميتها في جذب انتباه المستهلك ، بالإشارة إلى مؤسسة اتصالات الجزائر – المتطلبات والتوصيات" -بارك نعيمة⁽²⁾.

تناول هذا المقال العلمي أهمية اعتماد وتبني مؤسسة اتصالات الجزائر لاستراتيجية إعلانية ابتكاره لكي تعرف بنفسها وبخدماتها الجديدة، بهدف بناء صورة ذهنية لها عند المستهلك الجزائري وجذب انتباهه، وقد تجلت إشكالية هذه الورقة البحثية في: إلى أي مدى يؤدي الابتكار في الاستراتيجية الإعلانية إلى جذب انتباه المستهلك الجزائري؟

وقد توصلت الباحثة إلى أن درجة إثارة إعلانات مؤسسة اتصالات الجزائر لاهتمام ولفت انتباه المشتركين الجزائريين ليست مثيرة لدرجة كبيرة، بل لدرجة متوسطة. وبالرغم من ذلك إلا أن عدد مشتركى اتصالات الجزائر لا زال في الارتفاع بنسبة 61%، في الفترة الممتدة من 2000-2008، وهذا باعتماد المؤسسة على استراتيجية ابتكاره تتكون من مجموعة رسائل إعلانية مسموعة ومرئية ومكتوبة.

بينت هذه الدراسة أهمية الاستراتيجية الابتكارية للإعلان في جذب انتباه المتلقي من خلال النتائج التي وصلت إليها والتوصيات التي قدمتها لشركة اتصالات الجزائر، وتعتبر هذه الدراسة جزء أساسي من الدراسة التي نقوم بإعدادها والتي تتصف بالعمق مقارنة بها، فهي تحدثت عن الاستراتيجية الابتكارية ومحدداتها ومحتواها وأهدافها ومتطلباتها وتناولت استفادة الإعلان من التطور في تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

V. فرضيات الدراسة:

- 1/ لا يكفي تحكم المصمم في برامج الجرافيك للحصول على إعلانات مبتكرة.
- مؤشراتها: إلمام بالتطبيقات التي تحتويها برامج الجرافيك، إعلانات مختلفة و متميزة عن إعلانات المنافسين، الجودة في الأفكار، ترجمة وتحويل البيانات والمعلومات لرموز (صور، ألوان...)، ترتيب عناصر الإعلان بطريقة مبتكرة.
- 2/ إلمام المصمم بالجانبين النفسي والفني للجمهور المستهدف ضروري لتصميم إعلان ملفت للانتباه.
- مؤشراتها: مراعاة خصائص الجمهور المستهدف (ثقافية، اجتماعية، سياسية...)، معرفة مبادئ ونظريات

علم النفس والعلوم السلوكية، تحكم في قواعد تصميم الإعلان (التوازن، التناسب، التتابع، الوحدة، البساطة، التباين، التناغم بين عناصر التصميم الإعلاني)، خيال خصب وقدرة على الإبداع.

3/ استخدام العناصر الجرافيكية (ألوان، صور، رسوم...) يزيد من فرص تصميم إعلان ملفت للانتباه. مؤشراتهما: نوع الصور والرسوم المستخدمة في الإعلان، عدد الألوان المستخدمة، طريقة تصميم عنوان للإعلان، كمية الصور والرسوم المستخدمة في الإعلان، التناسق بين العناصر الجرافيكية في التصميم.

4/ اللجوء للتصميم الجرافيكي يخلق علاقات بصرية بين المنتج والإعلان. مؤشراتهما: رؤية المنتج وربطه بإعلانه، تذكر خصائص ومواصفات المنتج، التمييز بين مختلف العلامات التجارية، تصميم شعار المنتج، العناصر الجرافيكية المكونة للعلامات التجارية.

VI. منظور الدراسة:

تختلف النظرة إلى موضوع الانتباه من حيث كونه قدرة ذات سعة محدودة ومن حيث دوره في مراحل بناء المعلومات ومعالجتها إذ أن هناك مجموعة من النظريات المفسرة للانتباه والمتمثلة فيما يلي:

-مجموعة نظريات الانتباه أحادية القناة (نظريات الترشيح): ظهرت عدة تطورات نظرية للانتباه عرفت باسم "نظريات الترشيح أو الفلتر" تتمثل أهمها فيما يلي:

-تصور التقنية أو الترشيح الذهني لبرودبنت: قام (Broadbent عام 1958 م) ببناء أول نظرية كاملة عن الانتباه في بريطانيا وقد شبه "برودبنت" هذه العملية بـ "عنق الزجاجة"، وسميت هذه الفلتر بهذا الاسم كمؤشر على محاولة هذا الفلتر تحديد حجم المعلومات التي يسمح لها بالوصول إلى مرحلة التعرف. ويوضح الشكل التالي أنه يمكن استقبال الكثير من المعلومات أو المثيرات التي تفوق سعة التجهيز أو المعالجة، ويرى "برودبنت" أنه لكي يحدث تجنب لزيادة الضغط على نظام تجهيز المعلومات يقوم المرشح الانتقائي بتحويل جزء من المعلومات أو المثيرات لأى من القنوات الحسية.

-نموذج الإضعاف (التوهين) لتريسمان Treisman: يقترح هذا النموذج نظرية في الانتباه الانتقائي عام 1964 م حيث يشير إلى أن هناك عملية إضعاف المثيرات القوية ومنع المثيرات الضعيفة من المرور إلى مرحلة التعرف والإدراك.

ويقوم نموذج التوهين على افتراض أننا لا نحجب بعض المثيرات أو المدخلات كما يفترض نموذج المرشح، وإنما يحدث تباين في تركيز الانتباه للمثيرات أو المدخلات الحسية فبينما يحدث تركيز على بعض هذه المدخلات إذا كانت تشكل أهمية أكبر بالنسبة للفرد وبالتالي تجهيزها ومعالجتها، فإن بعض المدخلات التي تشكل أهمية أقل يحدث لها توهين أو إضعاف أو تهيميش، بمعنى أنها تترأى على هامش الذاكرة أو المعالجة.

-نموذج "دوتش-نورمان في الفلتر المتأخرة: اقترح (Deutch 1963) هذا النموذج ثم عدله نورمان (Norman 1968) ويقوم هذا النموذج على الفروض التالية:

-تخضع المثيرات أو الإشارات التي يتم استقبالها لتحليل مبدئي ثم تمر في المضعف الذي يخضع لهذه المثيرات أو الإشارات للتجهيز الإضافي في صيغة معدلة.

-يفترض النموذج أن هناك خصائص تجهيز محدودة، وبسبب محدودية هذه الخصائص كل المثيرات أو الإشارات في الذاكرة تخضع للتحليل وإضفاء المعاني ثم يحدث ميكانيزم الانتقاء⁽⁵⁾

يؤكد النموذج أن المعلومات التي تجتاز مرحلة التعرف تحتاج إلى طاقة عقلية عالية لتمريرها إلى مرحلة الاستجابة للمثير مما يعني الحاجة إلى فلترة للمعلومات، ويسمح للمعلومات ذات العلاقة بالمثير فقط بالمرور حتى يتمكن الدماغ من معالجتها بفعالية عالية في مرحلة الاستجابة للمثير، حيث يتم في هذه المرحلة إعادة بناء المعلومات واختيار خطة مناسبة للاستجابة للمثير، أما المعلومات غير الضرورية لمرحلة الاستجابة للمثير فإنها تصبح في حالة النسيان⁽⁶⁾. وافترض هذا النموذج أن مرشح المعلومات يكون بين مرحلي التعرف واختيار الاستجابة.

-نظرية التوزيع المرن لسعة الانتباه: يفترض كاهنمان (1973 Kahnemen) أن سعة الانتباه يمكن أن تتغير على نحو مرن تبعاً لتغيرات متطلبات المهمة التي نحن بصدد الانتباه إليها، ففي الوقت الذي ينتبه الفرد إلى مهمتين مختلفتين فإن سعة الانتباه يمكن أن تتغير على نحو مرن تبعاً لتغيرات متطلبات المهمة التي نحن بصدد الانتباه إليها، ويرى أنه في حالة زيادة متطلبات إحدى المهمات بحيث تستوجب الطاقة العليا من الانتباه، فإن التداخل يحدث بحيث يكف الانتباه عن الأخرى.

- نظريات الانتباه متعدد المصادر:

تفترض هذه النظريات أن الانتباه يجب ألا ينظر إليه على أنه عبارة عن مصدر أو طاقة محدودة السعة (أحادي القناة)، وإنما مصادر متعددة القنوات لكل منها سعة معينة ومخصصة لمعالجة نوع ما من المعلومات⁽⁷⁾. وحسب هذه النظريات فإن الانتباه يمكن توجيهه إلى أكثر من مصدر من المعلومات المختلفة ويستمر خلال مراحل معالجة المعلومات دون أدنى تداخل فيما بينها، أو تأثر مستوى الانتباه.

- نظرية اختيار الفعل (نيومان 1987 Neuman) يفترض أن اختيار النشاط أو الفعل هو الآلية الأساسية في عملية الانتباه وفي توجيهه، فهو يفترض أن الفرد يحدد انتباهه في أي لحظة من اللحظات من أجل تحقيق هدف معين ويرى أن الفرد في أي لحظة من اللحظات يستقبل العديد من المنبهات الحسية أو يواجه عدة مثيرات معاً، ولكن المحصلة النهائية للانتباه تتوقف على اختيار الفعل المناسب وبناء على عملية الاختيار يتم كبح العديد من العمليات الأخرى نظراً لتوجيه الانتباه إلى فعل آخر، بحيث ينتج عن ذلك صعوبة الإدراك وتنفيذ المهمات الأخرى، في حين يتم أداء الفعل أو المهمة التي تم توجيه الانتباه إليها على

نحو سهل ويرى (نيومان 1996) أن التداخل في الانتباه بين مهمتين لا يحدث بسبب أن الانتباه طاقة

محدودة السعة وإنما بسبب عملية اختيار الفعل المنوي تنفيذه أو القيام به، ويرى أن اختيار الفعل لتوجيه الانتباه إليه يعتمد على مدى أصحية هذا الفعل والحاجة إلى تنفيذه⁽⁸⁾.

VII. تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم العلمية والمصطلحات مسألة مهمة للباحث لذلك تم تحديد المفاهيم الأساسية للبحث، ومن تم تحديد المفهوم الإجرائي لها:
-الإعلان:

اختلفت التعاريف المقدمة للإعلان نظرا لاختلاف تخصصات الباحثين في العلوم المختلفة:

- كالإدارة، التسويق، الإعلان، العلاقات العامة، ومن أهمها ما يلي:
- عرفته دائرة المعارف الفرنسية: "بأنه مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف جمهور بمنشأة تجارية أو صناعية وإقناعه بامتياز بمنتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها"، فمن خلال هذا التعريف تظهر بعض ملامح الإعلان التي يمكن تلخيصها في⁽⁹⁾:
- اتساع نطاق الإعلان وتوجيهه لجمهور الوسيلة ككل، مما يشير إلى أن الإعلان نشاط اتصالي جماهيري.
- تعدد الأساليب والوسائط التي يمكن اللجوء إليها في صياغة وإخراج الإعلان، وأيضا تعدد الوسائط التي تمثل حلقة وصل بين المعلن والمستهلك.
- اعتماد الإعلان على الاتصال الغير مباشر.
- شمول الرسالة الإعلانية على الجانب المعرفي الذي يخاطب العقل والجانب النفسي والعاطفي الإيحائي أي يتوجه من خلاله المعلن.
- تعريف جمعية التسويق الأمريكية: هو عبارة عن وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات، بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع⁽¹⁰⁾
- إذا يعتبر الإعلان بهذا المعنى أحد عناصر المزيح الترويجي الرئيسية، ويختلف عن الأنشطة الأخرى، كونه اتصال غير شخصي ينفي المواجهة، وهو بذلك يختلف عن البيع الشخصي، ومدفوع الأجر، أي يختلف عن الدعاية كونها دون مقابل مع عدم الإفصاح عن شخصية المعلن التي تكون معروفة في الإعلان، إضافة إلى شموليته فهو يروج السلع والخدمات والأفكار وحتى المبادئ.

إجرائيا:

- الإعلان هو عبارة عن اتصال غير شخصي مدفوع الأجر من قبل المعلن، بهدف التعريف بالسلع والخدمات والأفكار، باستخدام وسائل الإعلام والاتصال المختلفة لنقل رسائل إعلانية مبتكرة، ومصممة بطريقة تجذب انتباه الجمهور، وتحثه على الإقدام على الشراء أو التعامل مع الخدمة أو تبني الفكرة المعلن عنها.
- الوكالة الإعلانية:

يمكن تعريفها على أنها منشأة تسويقية متخصصة تساعد المنشآت المعلنة على تخطيط

وإعداد إعلاناتها.

- أو هي عبارة على شركة أعمال متخصصة في تخطيط وإدارة تنظيم ورقابة وتنسيق النشاطات والفعاليات الإعلانية للمعلنين.

ومن خلال هذه التعاريف السابقة نستنتج أن وكالة الإعلان تهدف إلى:

* توفير النفقات لعدد كبير من المعلنين فيها بدلا من تحمل كل معلن نفقاته بمفرده.

* ارتفاع كفاءة النشاط الإعلاني بما تضمنه الوكالة من فنيين واختصاصيين.

* توفير وقت المعلن الذي يبذله في مقابلة مندوبي الإعلان.

* تقديم النصح والإرشاد للمعلنين.

* الاستفادة من أحدث التطورات الفنية والعلمية في مجال الإعلان⁽¹¹⁾.

إجرائيا:

الوكالة الإعلانية هي شركة مستقلة متخصصة تقوم بتصميم وإخراج الإعلان بالاعتماد على عدد كبير من المختصين في فن إدارة الإعلان، بالإضافة إمكانية البحث وتوفير المعلومات والبيانات عن السوق وظروف المنافسة.

-التصميم الجرافيكي:

اصطلاحا: ويعرف التصميم الجرافيكي على أنه "تخصص واسع من فروع المعرفة ويعني بالإبداع البصري ويشتمل جوانب عدة مثل الإخراج الفني وتصميم الحروف الطباعية وتنسيق الصفحات وتصميمها،

وتكنولوجيا المعلومات وجوانب إبداعية أخرى، ويعني هذا التنوع أن هناك مساحات مجزأة يمكن للمصممين

التخصص في أي منها"⁽¹²⁾.

كما عرف بأنه التخصص الذي يعنى باستحداث أفكار جديدة خلاقة وتنفيذها يدويا (قدما)، أو من خلال الحاسوب (حاليا)، باستخدام مجموعة من البرامج التي تعنى بإدخال النصوص والصور، ومن ثم معالجتها وتنسيقها، ومن ثم إخراجها بما يتلاءم مع الشكل النهائي للعمل⁽¹³⁾.

ويعرفه قاموس ويبستر Webster "هو فن مهنة استثمار عناصر التصميم (مثل التبوغرافيا والصور) لنقل المعلومات أو خلق أو تكوين تأثير معين والذي هو نتاج لهذا الفن"⁽¹⁴⁾.

يلاحظ من خلال هذه التعاريف أنها كلها تجمع أن التصميم الجرافيكي فن، مهنة وتخصص

يقوم على الإبداع باستخدام برامج وأدوات تتيح التحكم في العناصر التصميمية، طور أشكال، ألوان... في سبيل نقل الأفكار والتأثير في المتلقي.

إجرائيا:

التصميم الجرافيكي هو عملية إبداعية فنية يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين بناء

على طلب عميل أو زبون باستخدام وسائل تقنية حديثة (طباعة، وسائل الكترونية أو وسائل أخرى)، التي تجمع بين العناصر المختلفة (كلمات، صور، ألوان...) لإنتاج رسائل إعلانية تشد انتباه المتلقي وتنقل المعلومة بطريقة سهلة وفعالة.
-الانتباه:

يعرفه ويليام جونس **William Jaunes** "هو الاستحواذ والأسر لشعور ما أو لفكرة ما بواسطة العقل في صورة نشطة وواضحة ومستخلصة أو مستثناة من الأشياء، والأفكار العديدة الممكنة التي تبدو متزامنة أو تحدث في وقت واحد"⁽¹⁵⁾.
أما بالنسبة لبرودبانت **BroadBent** فالانتباه بمثابة محصلة الطاقة المحدودة لنظام معالجة المعلومات"⁽¹⁶⁾.

ويعرفه قاموس **L'arousse** بأنه تركيز الذهن إراديا حول موضوع معين.
من خلال التعريفات السابقة يمكن استنتاج أن الانتباه هو قدرة الفرد على اختيار مثير معين والاستمرار في التركيز فيه مستثنيا بذلك مثيرات ومنبهات أخرى مستخدما قدراته العقلية من انتباه، إدراك، تذكر وقد يكون انتقائي أو تلقائي.
إجرائيا:

الانتباه هو عملية توجيه وتركيز الوعي بالنسبة للمتلقي على منبهات معينة (عناصر تصميمية معينة) في الرسالة الإعلانية واستبعاد منبهات أخرى في نفس اللحظة.

VIII. الإجراءات المنهجية:

أ.مجالات الدراسة:

-المجال المكاني:

أجريت الدراسة على مستوى ولاية قسنطينة وهي تقع في الجزء الشمالي الشرقي للجزائر، وتحتل موقعا طبيعيا هاما جعلها عاصمة للإقليم الشرقي، وتقدر المسافة بين المركز الرئيسي للولاية والجزائر العاصمة بـ 439 كلم، وهي تعتبر من كبريات مدن الجزائر من حيث المساحة وتعداد السكان، حيث بلغت مساحتها 183 ألف كلم² وعدد السكان حوالي 438205 نسمة، وبكثافة سكانية بلغت 2394 نسمة في كلم² وهي بذلك تحتوي ثراء أو تنوعا من القطاعات السكانية والأحياء والمقاطعات الإدارية والأجناس البشرية، وقد تم اختيار مدينة قسنطينة محاولة لربح الوقت، التكاليف.

-المجال الزمني: دراستنا بدأت في شهر سبتمبر إلى غاية نهاية شهر مارس من سنة 2017.

ب.منهج الدراسة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وموضوع دراستنا "دور التصميم

الجغرافيا في جذب انتباه المتلقي للإعلان" جعلنا نعتمد على هذا المنهج لعدة أسباب:

- أن موضوع الدراسة يتناسب مع المنهج الوصفي من أجل وصف التصميم الجغرافي، والدور الذي يلعبه في جذب انتباه المتلقين للإعلان من خلال الكشف عن الوسائل التكنولوجية والأساليب العلمية المستخدمة في التصميم، ووصف أهم العناصر الفنية في الإعلان التي تلعب دورا في جذب الانتباه إليه.

- يتيح هذا المنهج استخدام العديد من أدوات جمع البيانات مثل: الاستمارة، المقابلة... إلخ، والتي من خلالها يتسنى الحصول على إجابات للأسئلة المطروحة.

- المنهج الوصفي لا يكتفي بمجرد الوصف، بل يسعى إلى التحليل والتفسير، وهذا من خلال الاعتماد على الأسلوب الإحصائي الذي يحول المعطيات من الصيغة الكيفية إلى الصيغة الكمية القابلة للقياس، ويظهر ذلك عند تفريغ البيانات وعرضها في جداول تشمل تكرارات ونسب مئوية.

وعليه اعتمدنا المنهج الوصفي لغرض الوصول لوصف كامل ودقيق لموضوع البحث، جمع البيانات المتعلقة به وتحليلها بأكبر قدر من الدقة والموضوعية.

ج. أدوات جمع البيانات: وقد اعتمدنا في دراستنا على أداتي الاستبيان والمقابلة كأداتين أساسيتين لجمع المعلومات فيما يخص موضوعنا المتعلق بالتصميم الجغرافي في الإعلان ودوره في جذب انتباه المتلقي.

- الاستبيان: وقد اعتمدنا على الاستبيان المقنن الذي تكون صياغة الأسئلة فيه معينة وموضوعية مسبقا للتعرف على الآراء ووجهات النظر لعدد كبير من المبحوثين، وقد تم توزيعه باليد على المبحوثين.

ويعود سبب اختيارنا لهذه الأداة، كونها أكثر كفاءة في البحوث الوصفية لتقريرها ما توجد عليه الظاهرة في الواقع، إضافة إلى طبيعة موضوع دراستنا والتساؤلات والفرضيات، وكذا الأهداف المسطرة، فرضوا علينا ذلك.

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة واحدة وزعت على كافة مفردات العينة، وحاولنا قدر الإمكان أن تكون الأسئلة ملمة وواضحة، وقد تمت صياغتها انطلاقا من علاقتها بإشكالية البحث وما تتطلبه الفرضيات من شروط التحقيق والقياس، متبعين في ذلك الخطوات المنهجية المتعارف عليها في تصميم الاستمارة، وقد تكونت أسئلة الاستمارة من 29 سؤال تتنوع بين أسئلة مغلقة والنصف مغلقة التي تتضمن خيارات جانبية، وقد قسمت استمارة البحث التي اعتمدنا عليها إلى ثلاث محاور:

- المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية وهي: السن، الجنس، المستوى التعليمي، والهدف من هذا المحور هو تهيئة المبحوث للإجابة عن بقية الأسئلة، ومعرفة خصائص مفردات العينة بشكل جيد.

- المحور الثاني: يتكون هذا المحور من 19 عشر سؤالاً يهدف إلى دراسة دور العناصر الجغرافية من صور ورسوم، ألوان، والعنوان في زيارة فرص انتباه المتلقي للإعلان، وذلك من خلال طرح أسئلة حول العناصر السابقة بهدف قياسها.

-المحور الثالث: يتكون هذا المحور من 10 أسئلة تدور حول دور العناصر البصرية المكونة لصورة المنتج، ودور الإعلان في ترسيخها لدى المستهلك، ويهدف هذا المحور إلى دراسة دور التصميم الجرافيكي في التعرف على المنتج بصريا من خلال ألوان أو صور أو أشكال محددة والإعلان الذي جاء فيه. -المقابلة: واعتمدت هذه الأداة لجمع البيانات في هذا البحث لأنها تناسب مشكلة البحث من جهة، كما أنها تضمن لنا وصول الفهم الجيد لموضوع البحث، والتمكن من الحصول على إجابات لكل الأسئلة. وقد تم اعتماد المقابلة الموجهة في هذا البحث (بأسئلة مفتوحة) وهي التي يقوم فيها الباحث بتوجيه أسئلة محددة إلى المبحوث، وبطريقة محددة ولا يتمتع الباحث في هذا النوع من المقابلات بأي جدية في الخروج عن نظام المقابلة⁽¹⁷⁾.

وتجدر الإشارة إلى أنه كان هناك التزام بالشروط المنهجية المتعارف عليها في تحضير دليل المقابلة من خلال إعداد موضوعها وهو موضوع البحث، محاورها والمتمثلة في محورين أساسيين، المحور الأول: علاقة التحكم في برامج الجرافيك بالإعلانات المبتكرة، والثاني بعنوان درالإمام بالجانبين النفسي والفني للجمهور المتلقي في تصميم إعلان ملفت للانتباه بشكل دقيق بناء على أهداف البحث وفرضياته.

د.مجتمع البحث وعينة الدراسة: وقد تمثل مجتمع بحثنا في:

- سكان بلدية قسنطينة والبالغ عددهم أزيد من 450.000 نسمة، حسب آخر إحصاء وطني للسكان والسكان في الجزائر، بتاريخ 16-29 أفريل 2008.

وقد اعتمدنا على أسلوب العينة القصدية ويعود سبب اعتمادنا على هذا النوع من العينات الاحتمالية كوننا اخترنا سكان بلدية قسنطينة دون باقي الولايات لأنها من أكبر بلديات ولاية قسنطينة من حيث الكثافة السكانية. ونظرا لسعة الجمهور وكبر مجتمع البحث فقد اكتفينا بـ 100 مفردة، وذلك في حدود الإمكانيات المتاحة، وقد تم توزيع الاستمارة على سكان بلدية قسنطينة بشكل عشوائي، وبصفة مباشرة على المبحوثين.

- كما شمل مجتمع البحث الوكالات الإعلانية المتواجدة على مستوى ولاية قسنطينة والبالغ عددها

64 وكالة حسب مديرية التجارة لولاية قسنطينة، والمقسمة إلى خمس فئات أساسية:

1-الوكالة الإعلانية المتخصصة في اتصال المؤسسة communication d'entreprise والبالغ عددها 21 وكالة.

2-الوكالات الإعلانية المتخصصة في انفوغرافيا infographique والبالغ عددها 04 وكالات

3-الوكالات الإعلانية المتخصصة في التسويق marketing وهي وكالة واحدة.

4-الوكالات الإعلانية المتخصصة في الإشهار publicité والبالغ عددها 27 وكالة.

5-الوكالات الإعلانية المتخصصة في المطبوعات les affiches والبالغ عددها 07 وكالات.

وقد قمنا باختيار 07 وكالات إعلانية بهدف إجراء مقابلة مع المصمم الجرافيكي الذي يعمل بها

اعتمادا على العينة العشوائية البسيطة التي هي أول وأبسط أنواع العينات الاحتمالية، وسبب استخدامنا لهذه العينة في اختيارنا للوكالات الاعلانية راجع لكون مجتمع البحث يتسم بالتجانس وعدم وجود خصوصية في ممارسة النشاط، حيث أن جميع الوكالات الاعلانية تمارس نفس النشاط رغم التقسيم السابق، وهذا راجع لطبيعة القطاع الإشهاري في الجزائر الذي يتسم بالفوضى، حيث أن الانفتاح الاقتصادي في الجزائر والرامي إلى اقتصاد السوق، تمخض عنه بحكم الواقع تحرير النشاط في مجال الإشهار الذي جاء بشكل مفاجئ دون إعداد له ودون سن الضوابط القانونية التي من شأنها تنظيم سوق الإشهار في الجزائر.

IX- عرض بيانات الدراسة الميدانية

1. عرض البيانات ومعالجتها إحصائيا:

المحور الأول: دور العناصر الجرافيكية (صور، رسوم، ألوان...) في زيادة فرص انتباه المتلقي للإعلان

الجدول رقم (01): يوضح دور التصميم الجيد في دفع المتلقي لقراءة الإعلان حتى انتهائه

العبارة	التكرار	النسبة
نعم	84	84%
لا	16	16%
المجموع	100	100%

يبين الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يجبرهم التصميم الجيد للإعلان لمتابعته حتى

انتهائه بلغت نسبة 84%، في حين 16% فقط يرون غير ذلك.

ويعود سبب ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يجبرهم التصميم الجيد للإعلان لمتابعته حتى

انتهائه، إلى الإستراتيجية الابتكارية التي أصبحت المؤسسات تتبناها في الترويج لمختلف خدماتها ومنتجاتها بهدف التميز والاختلاف عن الآخرين. فبالفعل أن التصميم الجيد يخاطب الناحية الفنية والجمالية في المتلقي كونه يتعامل مباشرة مع العين، إلا أنه في نفس الوقت مبني على فكرة معينة يسعى المصمم إيصالها للمتلقي من خلال تصميم مبتكر، إضافة إلى أن التصميم الجيد للإعلان أيضا هو عبارة عن مثير حسي مرئي في يلفت انتباه المتلقي له تلقائيا ولا إراديا ويفرض نفسه عليه ويجبره لمتابعة الإعلان حتى انتهائه، بسبب وجود عامل في جعله يحاول التعرف على كل عنصر من عناصر الإعلان بناء على الطريقة التي صمم من أجلها بغض النظر عن موضوع الإعلان في حد ذاته ومدى أهميته للمتلقي وتوجهه له.

الجدول رقم (02): يوضح العناصر الاعلانية الأكثر لفتا لانتباه المتلقي

العبارة	التكرار	النسبة
---------	---------	--------

الألوان	28	13,28%
الموسيقى	35	16,35%
الحركة	15	7%
الشعارات والرموز	26	12,14%
الصور والرسوم	15	7%
العنوان	28	13,08%
الشخصية المستخدمة	38	17,75%
كلمات الإعلان	29	13,55%
المجموع	214	100%

يوضح الجدول أعلاه أنه من بين العناصر الإعلانية التي تلفت انتباه المتلقي أكثر للإعلان كان عنصر الشخصية المستخدمة بنسبة 17,75% ثم تليه بقية العناصر على التوالي، الموسيقى 16,35%، كلمات الإعلان 13,55%، العنوان بنسبة 13,08%، والألوان بنسبة 13,28%، ثم الشعارات والرموز بنسبة 12,14%، الحركة والصور والرسوم بنسبة 7%.

ونلاحظ أن هناك تقارب بين هذه العناصر من حيث النسب وذلك بسبب كونها عبارة عن وحدة متكاملة فيما بينها تهدف لجعل الإعلان ناجحاً من خلال جذب الانتباه له وإحداث التأثير الذي يسعى إليه في نفسية المتلقي، وأيضاً طبيعة معالجة المتلقي لهذه العناصر التي تمر أولاً عبر مصفاة الانتباه الانتقائي التي تحدد حجم ونوع المثيرات المرئية (العناصر) التي يسمح لها بالمرور من أجل الوصول لمرحلة التعرف، أين يتم معالجتها بناء على أسلوب تصميمها ودورها في الإعلان ومدى أهميتها للمتلقي الذي يقوم باختيار إرادي انتقائي لعنصر معين مرتبط بدافع شعوري قوي يمتلكه، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة المبحوثين الذين تلفتهم الشخصية المستخدمة في الإعلان وبسبب الإحساس الذي يمتلكهم عند مشاهدتها حيث تجعل المتلقي يحلم، ويسعى لاقتناء ذلك المنتج حتى يصل إلى نفس مستوى الشخصية المستخدمة في الإعلان، ويشعر بنفس الشعور الذي يمتلكها عند استخدام المنتج إضافة لخبراته السابقة مع تلك الشخصية مما يجعله يحس بالثقة نحوها. أما بالنسبة لتساوي النسب بين المبحوثين الذين يجذب انتباههم في الإعلان العنوان والألوان معا كونهما يؤديان نفس الوظيفة وهي جذب انتباه المتلقي للإعلان وإثارة اهتمامه لمشاهدة أوقراءه مضمونه.

الجدول رقم (03): يوضح ضرورة استخدام الصور والرسوم لفهم مضمون الإعلان

العبارة	التكرار	النسبة
نعم	55	55%
لا	45	45%

المجموع	100	%100
---------	-----	------

يرى أفراد العينة من خلال بيانات الجدول أعلاه أن استخدام الصور والرسوم ضروري لفهم مضمون الإعلان بنسبة 55%، في حين 45% يرون أن استخدامها غير ضروري. ويعود هذا التقارب في النسب لكون الإعلان اليوم أصبح لا يعتمد فقط على عنصر واحد في إيصال فكرته إلى المتلقي، وإنما أصبح يستخدم مجموعة من العناصر الإعلانية المختلفة التي لها دلالاتها ورمزيتها ودورها، ولكنها بالضرورة تخدم بعضها البعض وتسعى إلى جذب انتباه المتلقي وتحقيق التأثير المطلوب الذي يسعى الإعلان له، إضافة إلى التطور التكنولوجي الحاصل الذي استفاد منه الإعلان في تصميمه وإخراجه وإضافة لمسات فنية إبداعية تقنية على جميع تفاصيله، مما جعل كل عنصر من العناصر المكونة للرسالة الإعلانية يبرز دوره وينتبه له المتلقي كمثير مرئي مميز ويمكنه من فهم الفكرة الأساسية للإعلان، إضافة لتطور الصيغ الإعلانية وتنوعها واختلافها في توظيفها للعناصر الإعلانية بناء على الهدف النهائي من الإعلان.

المحور الثاني: دور التصميم الجرافيكي في خلق علاقات بصرية بين المنتج والإعلان
الجدول رقم (04): يوضح ربط رؤية المتلقي للمنتج بإعلانه

العبارة	التكرار	النسبة
نعم	77	%77
لا	23	%23
المجموع	100	%100

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يربطون الإعلان بمنتجه بلغت نسبة 77%، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين لا يربطون الإعلان بمنتجه 23% فقط.

يعود سبب ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يربطون الإعلان بمنتجه كون تصميم الإعلان سمح بتكوين هوية بصرية له عند الفرد تتعامل مع المثيرات الحسية المرتبطة بالطبيعة الإنسانية، تتكون من مجموعة من العناصر المرئية المتمثلة في: العلامة التجارية، الأشكال الجرافيكية، العناصر التيبوغرافية فبعد عملية الانتباه لمثير مرئي حسي معين تتكون هذه الهوية، وعندما قرر الفرد القيام بفعل الشراء فإن هذا الأخير هو الذي حدد انتباهه ووجهه للمنتجات التي شاهد إعلاناتها. لذلك فإن الهوية البصرية التي قام التصميم بخلقها وابتكارها تعد طريقة إستراتيجية فعالة تساعد على التعرف والتمييز والقدرة على التذكر لذلك نجد أغلبية مجتمع البحث يربطون المنتجات بإعلاناتها وذلك من خلال مراعاتها للجوانب الوظيفية بمعنى أن تعتمد على فكرة أو قيمة أساسية واحدة مع طرحها في شكل تصميم جيد يجعلها قابلة للفهم والإدراك فتؤثر على المتلقي بقدرتها على الإقناع وتوصيل المعلومات وبالتالي

التذكر. ويعود سبب انخفاض نسبة أفراد العينة الذين لا يربطون الإعلان بمنتجه إلى غياب مفهوم الثقافة الإعلانية لدى المؤسسات الجزائرية في تسويق مختلف خدماتها ومنتجاتها ، لذلك توجد منتجات ذات جودة عالية إلا أنها لا تمتلك لها إعلانات في وسائل الإعلام المختلفة وان وجدت فهي لا تتمتع بدرجة عالية من الابتكار.

الجدول رقم(05): يوضح أسباب ربط رؤية المتلقي للمنتج بإعلانه

العبرة	التكرار	النسبة
جاء في شكل غير مألوف	11	12,79%
تصميمه جيد	34	39,53%
المعلومات المقدمة عن المنتج	38	44,18%
أسباب أخرى أذكرها	03	3,48%
المجموع	86	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أفراد العينة يربطون رؤيتهم للمنتج بإعلانه بسبب المعلومات المقدمة عن المنتج بالدرجة الأولى وهو ما تعكسه النسبة المئوية 44.18%، وبالدرجة الثانية التصميم الجيد للإعلان بنسبة 39.53% وهما نتيجتان متقاربتان ويعكسان تقديم المبحوث الأولوية لهذين العنصرين عند رؤيته لإعلان منتج ما، كما أن هذه النتائج جاءت متوافقة مع نتيجة الجدول المتعلق بالعناصر الأكثر لفتا لجذب انتباه المتلقي للإعلان حيث كانت النتيجة متقاربة بين نسبة التصميم الجيد للإعلان وموضوع الإعلان وهو ما يعكس ثبات المبحوثين على نفس الرأي كون السؤالين كانا يصبان في نفس الأسباب.

الجدول رقم(06): يوضح مساعدة العلامة التجارية المتلقي لاستحضار خصائص ومواصفات المنتج

العبرة	التكرار	النسبة
نعم	45	45%
لا	02	2%
أحيانا	53	53%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين تساعدهم العلامة التجارية على استحضار وتذكر خصائص ومواصفات المنتج بلغت نسبة 45%، في حين الذين لا تساعدهم إطلاقا بلغت نسبة 2%، أما أحيانا فبلغت نسبة 53%.

وتبين نسب الجدول أعلاه أن هناك تقارب بين نسب المبحوثين الذين أجابوا بنعم والذين أجابوا بأحيانا، وذلك راجع إلا أن العلامة هي عبارة عن رابط وإحساس يتشكل من خلال المعرفة الجيدة للمستهلك بعلامة معينة وعندما ينتبه لها فان مجموعة من العمليات الذهنية تحدث بداية بتنشيط شبكة المعلومات المرتبطة بها والمخزنة بذاكرة الفرد، وبعدها يقوم بعملية استحضار لها وهي تتعلق بجميع المعاني والدلالات التي خصها المستهلك بها والمتمثلة في: التركيبة الفنية للمنتج، لونه، شكله، خصائص ومواصفات المنتج، سعر المنتج، المنافع التي يتحصل عليها من خلال علامة المنتج والمتعلقة عادة بتلبية الحاجات والإحساس الناتج عن استخدام المنتج، والانتماء الاجتماعي الذي سوف يتحقق عن طريق استعمال هذه العلامة.

ب. الدراسة الميدانية للجُمهور (المقابلة):

تم إجراء المقابلات مع مصممي الجرافيك في كل وكالة إعلانية تم التوجه إليها. المحور الأول: العلاقة بين التحكم في برامج الجرافيك و الحصول على إعلانات مبتكرة - الشهادة التي يحملها المصمم:

وكالة "G2M /Meri Mark group" وهي وكالة تعمل في مجال أنشطة الخدمات المؤسسية تقدم خدمات في الاتصال والإعلان بكافة أنواعه بما في ذلك الإعلان السمعي البصري الذي تتولاه من ناحية الإنتاج والتوزيع والتنفيذ، بالنسبة لهذه الوكالة فمصممها لا يحمل شهادة تؤهله للعمل في هذا التخصص ويرى أن هذا العمل عبارة عن فن متعلق بالموهبة أكثر إلا أنه لا ينكر أهمية الشهادة الأكاديمية للعمل بطريقة منهجية.⁽¹⁸⁾

أما وكالة "Mega pub" المتواجدة بدائرة الخروب وهي تقدم خدمات في الطباعة الإلكترونية (مطويات، كتيبات، نشرات، ...)، هوية بصرية (الشعار، الميثاق الجرافيكي la charte graphique) ...، إضافة لمرافقة الزبون، خدمات جرافيكية، نصائح ومتابعة ...، وعن مصمم هذه الوكالة فإنه رغم تحصيله على شهادة من مدرسة الفنون الجميلة تخصص اتصال مرئي، فهو يرى أن الخبرة والممارسة الميدانية هي التي مكنته من مزاوله هذه المهنة لأن التكوين الأكاديمي الذي تلقاه لم يكن كافياً⁽¹⁹⁾. بالنسبة لوكالة "El amine" المتواجدة ببلدية قسنطينة وهي وكالة اتصال، إعلان وطباعة على كل أنواع الدعائم فمصممها يحمل شهادة تقني سامي في الإعلام الآلي تحصل عليها من مركز التكوين المهني، وهو يرى أن دراسته لم تكن كافية لتمكنه من أداء هذه المهنة لأنها كانت نظرية أكثر منها تطبيقية حيث دفعته للاعتماد على نفسه أكثر من الاعتماد على الأستاذ⁽²⁰⁾.

أما وكالة "Luma" المتواجدة ببلدية قسنطينة، مصممها الجرافيكي يحمل شهادة في التسويق السمعي البصري ويقول أن دراسته أفادته في هذا العمل إضافة للخبرة التي اكتسبها في الميدان⁽²¹⁾. وكالة "Oured ETS" المتواجدة ببلدية الخروب (المدينة الجديدة) مصممها متحصل على شهادة

الدراسات التطبيقية (DEA) في الإعلام الآلي ويرى أن هناك فرق شاسع بين ما تعلمه خلال دراسته الجامعية وبين ما هو موجود في الواقع الذي يفرض على المصمم تعلم أمور لم يتلقاها في تكوينه، وحسب رأيه الخبرة أو الميدان هو الذي يعلم كل ما هو جديد⁽²²⁾.

وكالة "Pub conception" المتواجدة ببلدية الخروب، مصمما تخرج من مدرسة الفنون

الجميلة بالجزائر العاصمة، وهو يرى أن هذه الشهادة شرط لمزاولة هذه المهنة إضافة للموهبة المصمم الجرافيكي يجب أن يكون فنان قبل كل شيء ويعرف أساسيات الرسم التي تعتبر من أبجديات هذه المهنة وهي أساسية، أي أن التصميم الجرافيكي يقوم عليها وعلى التحكم في برامج الجرافيك التي عوضت الأدوات التقليدية⁽²³⁾.

وأخيرا وكالة "Raja graphic" المتواجدة ببلدية قسنطينة فمصمما لا يحمل شهادة في هذا التخصص وهو يعمل منذ 1995_1996 ويقول أنه في ذلك الوقت كانت هناك حاجة ماسة للإشهار، كما أنه لم تكن هناك مقاييس أو تخصصات تدرس في هذا المجال ماعدا مدرسة الفنون الجميلة التي لم تتح له الفرصة للدخول إليها وهو يقول أن الخبرة والموهبة هي أساس هذا العمل⁽²⁴⁾.

أغلب المصممين في هذا البحث مختصون في الأنفوغرافيا.... وليسوا مصممو جرافيك وهذا يعود لكون هذا المجال مازال حديثا في الجزائر حيث الشهادة غير مطلوبة وليست شرطا لمزاولة هذه المهنة، فكل شخص قادر على التحكم في برامج الجرافيك مؤهل لأن يصبح مصمم بامتياز. كما أن ممارسة هذا النشاط لم تضبط بعد وهذا ما يفسر وجود مصممين يحملون شهادات في مجالات أخرى ويعملون كمصممين جرافيكين، والسبب في ذلك ما يعانيه القطاع الأشهاري في الجزائر من مشاكل وصعوبات وعدم وجود قوانين تنظم المهن التابعة له.

- دور الانترنت في التصميم الجرافيكي:

يرى مصمم وكالة "G2M/Meri mark group" أن الانترنت أحيانا تساعد وأحيانا، تساعد من خلال التعرف على أعمال الآخرين، إلا أنها تؤدي إلى قتل روح الابتكار في المصمم وتدفع بالبعض إلى نقل أفكار الآخرين وتقليدها، أما بالنسبة للمصمم الجرافيكي لوكالة "Mega pub" يرى أن دورها إيجابي حيث يستخدمها للحصول على تصميمات شبه جاهزة يقوم بإجراء تعديلات عليها ليخرج بتصميم جديد يقدمه للزبون.

في حين أن مصمم وكالة "EL amine" يرى أنه لا يمكن الاستغناء عنها كون تصاميمه تركز عليها فهو يأخذ منها الصور والرسوم وكل ما يحتاجه ويقوم بإجراء تعديلات وتركيب عناصر مختلفة للحصول على تصميم جديد خاص به.

بالنسبة للمصمم الجرافيكي لوكالة الإعلام "Luma" فهو يعتبر أن الانترنت أداة لتوسيع

اطلاعه بالتعرف على أعمال الآخرين، كما أنها مفيدة في الحصول على بعض النماذج التي تضاف إلى

التصميم في حال تطلب الأمر ذلك.

المصمم الجرافيكي لوكالة "Oured ets" يولي أهمية للانترنت ويعتبر أن لها الدور الأعظم في التصميم لأنها أزالته الكثير من العبء وساعدت على ربح الوقت نظرا لعدم قدرة المصمم على ترجمة أفكاره برسوم يدوية، فهو يركز عليها للحصول على الصور، الرسوم، الأشكال ... التي تمكنه من تجسيد أفكاره.

مصمم وكالة "Pub conception" يرى أن الانترنت أداة كأى أداة أخرى أو تطبيق آخر فبدلا من جمع قصاصات ورقية لصور من جرائد، مجلات ... التي عوضت بالانترنت إلا أن هذه الأخيرة فتحت المجال أمام التقليد، بإعادة نسخ أعمال الآخرين وهو الأمر الشائع حاليا.

وأخيرا مصمم وكالة "Raja graphic" يعتبر أن الانترنت تقتل الروح الفنية، حيث يصبح المصمم كآلة ولكن هذا يتوقف على ذكائه، وعادة المصممين المبتدئين هم اللذين يلجؤون لطريقة النسخ حيث يذهبون إلى الانترنت ويكتبون كلمات مفتاحية للحصول على نماذج يقومون بتعديلات عليها لاستخدامها لاحقا.

لأنترنت دور عظيم وصحيح أنه يمكن اللجوء إليها لكن استخدامها لا يجب أن يتعدى إمداد المصمم لمحة عما يدور من حوله وما وصل إليه مصممون آخرون كما أنها يمكن أن تمده بإحساءات لينطلق في إعداد تصميمه الخاص، إضافة لفتحها مجالا جديدا واسعا للتصميم الجرافيكي الذي أصبح يستخدم في تصميم مختلف المواقع الالكترونية مما يجعله يتعامل مع معطيات فنية وتطبيقية من نوع جديد. أما بالنسبة لاستخدامها في الجزائر فهي كأداة للنسخ وتقليد أعمال الآخرين كما ذكره بعض المصممين، فهذا راجع لغياب الرقابة على هذه المهمة وغياب تطبيق فعلي للتشريعات الخاصة بحقوق التأليف التي تردع مثل هذا النوع التجاوزات.

المحور الثاني: دور الإمام بالجانبين النفسي والفني للجماهير المستهدف لتصميم إعلان ملفت للانتباه

-مواصفات المصمم الناجح:

مصمم وكالة "G2M Meri Mark group" يقول أن المصمم الناجح يجب أن يكون موهوب، يحب هذه المهنة، يتحكم في برامج التصميم، إلا أن هذا وحده غير كافي لأن التصميم يحتاج لقواعد معينة ومقاييس لتحقيق التوازن المرئي، مثلا التي تتطلب معرفة بالأبعاد، لذلك يفضل أن يكون مهندس معماري متحكم في برامج الجرافيك ولديه قدرة على التصميم.

بالنسبة لمصمم وكالة "Mega pub" فيرى أن المصمم الناجح هو القادر على التحكم في برامج الجرافيك لوحدها كون التصميم الجرافيكي في الجزائر لا يزال متأخرا ولا يعتمد كثيرا على الابتكار في التصميم.

في حين مصمم وكالة "El amine" يعتبر أن المصمم الناجح يجب ان يتوفر على المخيلة،

الجانب الفني والذوق، وكذا فهم الناس، إضافة إلى الرسم، وهي من مواصفات المصمم الناجح الذي يجب عليه مراعاة الجانب النفسي لجمهوره أيضا.

كما يرى مصمم وكالة "Luma" أن المصمم الناجح يجب أن يكون شخص مبدع لديه موسوعة من البحث والاطلاع من جهة والإبداع والبساطة في تصميم الإعلان من جهة أخرى، ويعتبرهما ضروريان لنجاحه حيث يجب الابتعاد عن التعقيد الذي يؤدي إلى صعوبة الفهم بالنسبة للمتلقي لأن التعامل يكون مع إنسان عادي وليس مع فئة محددة.

فيما يعتبر مصمم وكالة "Oured ets" أن المصمم الناجح يجب أن يكون تفكيره غير محدود لأن حاجات الزبون تختلف وتدفع بالمصمم دائما للبحث والتفكير.

أما بالنسبة لمصمم وكالة "Pub conception" فإنه يحدد مواصفات المصمم الناجح بأنه يجب أن يكون فنانا يمتلك الموهبة إلى جانب التحكم في برامج التصميم الجرافيكي، وهو لا يكفي أن يعمل وحده بل يحتاج لفريق معه: خطاط، مخرج ...

أخيرا فإن مصمم وكالة "Raja graphic" فيرى أنه من الضروري أن يمتلك المصمم الموهبة والحس الفني والذوق والقدرة على الإبداع والابتكار، إضافة لمعرفة المبادئ الأساسية للرسم والتصميم وأن يكون لديه حب ممارسة هذه المهنة والتقبل لأفكار الآخرين.

يرى معظم المصممين أن المصمم الناجح هو الذي يتوفر على الموهبة والقدرة على الإبداع بحيث يحدث شيئا لا مثيل له في السابق أو يؤلف شيئا جديدا من عناصر موجودة سابقا، إلا أن الموهبة بالنسبة لهم غير كافية حيث يؤكدون على ضرورة تدعيمها بمقدرة على استخدام برامج الجرافيك نظرا للإمكانيات التي توفرها هذه الأخيرة لتطوير الإبداع في عملية التصميم إضافة للحرية التي تمنحها للمصمم حيث البدائل المتنوعة في الاختيار والتطبيق والتنفيذ.

-الانطلاق من معطيات معينة قبل التصميم:

ينطلق مصمم وكالة "G2M Meri mark group" من معطيات ومعلومات عند التصميم كدراسة الجمهور التي يعتبرها غائبة في الجزائر، فالزبون يميل إلى البساطة لتفادي هذا النوع من الدراسات ويرجع سبب غياب هذا النوع من الدراسات أن الخدمات التي تقدمها الوكالات الإعلانية هي خدمات اتصالية غير ثابتة، بحيث لا يمكن عرضها كسلع محددة ورغم ذلك فهو يراعي عند إعداد تصميمه: نوع الجمهور الذي يتجه إليه ليخلق لديه حاجة بدفعه لتجربة المنتج والتي إذا تحققت فهي تشكل 50% من نجاح الإعلان، إضافة إلى دراسة المنافسين بهدف مخالفتهم بتقديم شيء جديد تماما ويرى أن الإعلان يجب أن ترافقه جودة المنتج وحسبه فإن التصميم هو عبارة عن قصة بين المصمم الجرافيكي والمتلقي.

أما بالنسبة لمصمم وكالة "Mega pub" فإنه يكتفي قبل التصميم بأخذ فكرة عن خصائص الجمهور المستهدف الذي سوف يتوجه إليه الإعلان لمراعاتها أثناء التصميم ويحصل على هذه

المعلومات من الزبون.

يعتبر مصمم وكالة "El amine" أن المصمم يجب أن يكون على دراية بالجمهور الذي سيتوجه إليه بتصميماته، أن يحصل على معلومات عن المنتج الذي سيصمم له الإعلان ليتناسب التصميم معه.

مصمم وكالة "Luma" من جهته يرى أنه يجب إيلاء أهمية لرأي الزبون وأخذه بعين الاعتبار عند التصميم فهو يراه مبدعا وأكثر دراية بمنتجه.

فيما يعتاد مصمم وكالة "Oured ets" الانطلاق من معلومات التي يقدمها له الزبون ويحاول تجسيد الأفكار التي اقترحها هذا الأخير بناء على طبيعته، فهناك من يترك للمصمم المجال ليبدع كما يشاء وهناك من يطالبه بأمور معينة حتى يخرج بالإعلان الذي يرغب فيه.

فيما يخص مصمم وكالة "Pub conception" يجب مراعاة خصوصيات المجتمع في تصميم الإعلان لأن هناك أخلاقيات لا ينبغي تجاوزها والتصميم يتأثر بمتطلبات الزبون، الذي قد يكون من الذين يضعون ثقتهم التامة في المصمم، كما قد يضغط على هذا الأخير.

أخيرا المصمم الجرافيكي لـ "Raja graphic" يرى أنه يجب الانطلاق من دراسة للجمهور المستهدف بناء على المعلومات التي يقدمها الزبون لمراعاة خصوصيات هذا الجمهور، إضافة لمعلومات حول موضوع الإعلان ولابد من فهم هذا الزبون والأخذ بعين الاعتبار اقتراحاته لأنه أدري بالسوق التي يعمل فيها وعلى هذا الأساس يضع معايير تصميماته.

أغلب المصممين اتفقوا أنه قبل الانطلاق في التصميم فانه يجب توفر معلومات عن الجمهور الذي سيتم استهدافه أي خصائصه السن، الجنس.... لتتم مراعاتها عند التصميم ، لأن هذا الأخير له جوانب أخرى عدا الجوانب الجمالية فهناك الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، العلمية كما أن هناك معايير اجتماعية، ثقافية، سياسية.... تطبع كل مجتمع بحيث لا يجدر الخروج عن إطارها أو حدودها وإلا لن يلقى التصميم قبولا من طرف الجمهور المتلقي.ومن الأمور التي يرجحها معظم مصممو الجرافيك كضرورة لا يمكن الاستغناء عنها قبل البدء في أي تصميم رأي الزبون ، وهذا لأن عمل المصمم أساسا يرتكز على الأخذ بعين الاعتبار متطلبات الزبون عند التصميم، اضلفة ضرورة معرفة مواصفات المنتج (نوعه، دورة حياته، سمعته...) ليستفيد منها عند التصميم ، كما يجب امتلاك معلومات عن المنافسين ليتم تقديم شيء جديد مختلف عما يقدمونه ، حيث أن فكرة التصميم ككل تكون غير واضحة في البداية إلا أنه مع التقدم في المشروع المراد إنجازه وجمع المعطيات اللازمة والتفتح على مقترح يستهدف الفكرة الأساسية للموضوع يزول هذا الغموض ، أي أنه وتلبية متطلبات تصميم ما فان هذا قد يتطلب إجراء بحوث حول موضوع التصميم لتوليد أفكار⁽²⁵⁾

-طريقة توزيع وتوظيف العناصر الجرافيكية:

أكد مصمم وكالة "G2M Meri Mark group" بأنه يعتمد على قواعد مشيرا إلى استخدامه

لقاعدة الثلاث أجزاء (LA règle des trois tiers)، إضافة على اعتماده على مخطط مرسوم على ورق (Story-board) وهي إعلان مرسوم باليد صورة بصورة، هذا بالنسبة للإعلان السمعي البصري وهو يختلف عن الجرافيك الذي يقترح في شكل نموذج (Maquette) على ورق وعندما يقبله الزبون يتم تحويله لعمل جرافيك والتصميم الجرافيكي قد يكون افتراضي بالكامل أو يربط بين الواقعي (صور واقعية) بإضافات افتراضية واستخدام الألوان، الرموز، الصور... في الإعلان حسب رأيه يكون حسب دلالاتها وبناء على طبيعة المنتج الذي سيتم الإعلان عنه والزبون أيضا، الذي في بعض الأحيان يفضل التقيد بألوان معينة على عكس المصمم الذي تكون لديه رؤية عالمية مبنية على كل ما هو جديد في العالم.

بالنسبة لوكالة "Mega pub" فالمصمم يرى أن الزبون هو من يحدد التصميم لهذا فهو يتقيد بالألوان والأفكار التي يقترحها هذا الأخير، والعناصر الجرافيكية يتعامل معها حسب المنتج الذي سيصمم له الإعلان وخصائصه.

مصمم وكالة "El amine" فإنه يقول أنه خلال التصميم لا يعمل بقاعدة معينة بل يوزع العناصر الجرافيكية بشكل عشوائي بالاعتماد أكثر على الناحية الجمالية مع مراعاة نوعية المنتج المعلن عنه، إلا أن استخدام الألوان يتم حسب دلالاتها ومعانيها.

أما بالنسبة لمصمم وكالة "Luma" فإنه يقول بأن استخدام العناصر الجرافيكية يكون بشكل مدروس بحيث يكون ملفت للانتباه وجذاب، فمثلا الألوان يجب أن تكون جذابة ومناسبة لطبيعة المنتج إضافة لمعايير أخرى فمثلا يتم استخدام الألوان الساخنة في فصل الشتاء والألوان الباردة في فصل الصيف. عند استخدام مصمم وكالة "Oured ets" للعناصر الجرافيكية فهو يركز على الناحية الجمالية في اختيارها ويرى أنها بدورها تنعكس على الناحية النفسية للمتلقى، مع تقيده باستخدام نفس ألوان المنتج لأنه يرى أنها تميزه من بين المنتجات المختلفة أما توزيع هذه العناصر فيرى بأنها تقوم على مخططات مبدئية على الورق قبل انتقاله إلى الحاسوب.

ويرى مصمم وكالة "Pub conception" أن التصميم لا يكون عشوائي فهناك مدارس لكل منها توجه، فهناك من تعتمد على ما يسمى "parentage" حيث تستخدم شخصية مشهورة تدعو لاستعمال منتج وهذا سيؤثر في المتلقين الذين لديهم ثقة فيها أو استعمال تقنية "l'accroche" وهي تعتمد على الإغراءات أو تقنية "gégantisme" أي الرسالة العملاقة التي يتم فيها التركيز على الجزء الأكبر أو العنصر الأكبر

أو "brain storming" أي الزوبعة الفكرية التي تعتمد للخروج بأفكار خلاقة وتوزيع العناصر يدخل فيه الجانب الفني، نوع الرسالة فمثلا المشروبات الباردة نستعمل في إعلاناتها الألوان الباردة. مصمم وكالة "Raja graphic" يختار الصور والرسوم والنص الإعلاني والشعار حسب الدعامة، فلكل واحدة عناصر خاصة بها وبالنسبة لهذه الأخيرة فهو يقوم بتقسيمها وتوزيعها على ورقة وأحيانا

يعمل مباشرة على الكمبيوتر، أما عن استخدام الألوان مثلا فيكون بناء على دلالاتها وذلك من خلال الخبرة التي اكتسبها في هذا المجال.

هناك تباين في الآراء حيث أن جلهم يوزع العناصر بطريقة عشوائية لاتعتمد على أي قاعدة بل أن ذلك مقتصر على الحس الفني وذوق المصمم، أما الفئة الأخرى التي تمثل أقلية فهي توزع هذه العناصر بطريقة مدروسة.

وطريقة توظيف وتوزيع العناصر الجرافيكية تزيد من فرص نجاح الإعلان لأن مناشدة النظام الحسي المتعدد يزيد من فعالية إيصال الرسالة من خلال التفاعل والصور التي يمكنها مناشدة مختلف حواس الإنسان وتجعل القصة مثيرة للاهتمام وجذابة، ويتم اللجوء أحيانا لروايات التفاعل الجرافيكي المتحركة لجعل الجمهور يتذكر ويستوعب المعلومات، وهذه الظاهرة يمكن استخدامها من خلال الإعلان والمسوقين لخلق رسائل لا تنسى في إعلانات الانترنت والهاتف المحمول⁽²⁶⁾.

2. النتائج على ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى:

لا يكفي تحكم المصمم في برامج الجرافيك للخروج بإعلانات مبتكرة.

- مصمموا الجرافيك في الجزائر لا يحملون شهادات أكاديمية تؤهلهم لأداء هذه المهنة أو التكوين المناسب

لمزاولتها نظرا لما يعانيه قطاع الإشهار في الجزائر من مشاكل وصعوبات وعدم وجود قوانين تنظمه.
- اعتماد المصممين على برامج التصميم الجرافيكي بشكل كلي عند تصميم الإعلان واعتبارها الأداة الأساسية وليست أداة مساعدة فقط نظرا لغياب مهارة الرسم التي تعتبر أساس التصميم الجرافيكي ليأتي الكمبيوتر وبرامج الجرافيك بعدها كأداة مساعدة ومكملة في التصميم.
- يلجأ المصممون للانترنت كوسيلة للحصول على تصاميم جاهزة، أو شبه جاهزة توفر عليهم عناء خلق تصميم جديد نظرا لغياب الموهبة الفنية التي تمكنهم من الاعتماد على قدراتهم الخاصة للخروج بتصاميم متفردة بهم.

انطلاقا من هذه النتائج فإن التحكم في برامج الجرافيك لوحده كاف للحصول على إعلانات مبتكرة وبالتالي الفرضية لم تتحقق.

الفرضية الثانية:

- إلمام المصمم بالجانبين النفسي والفني للجمهور المستهدف ضروري لتصميم إعلان ملفت للانتباه.
- الاعتماد على الابتكار، البساطة، التميز عن المنافسين، مراعاة حركة العين هي شروط الإعلان الملفت للانتباه بالنسبة لمصممي الجرافيك.
- الموهبة والقدرة على الإبداع، التحكم في برامج الجرافيك صفات المصمم الناجح.
- عدم الانطلاق قبل التصميم من دراسة علمية خاصة بالجمهور والاكتفاء فقط بمعلومات بسيطة

وسطحية يقدمها الزبون وغالبا ما تعكس وجهة نظر هذا الأخير في التصميم الذي يريد الحصول عليه.
- المصممون الجرافيكيون يوزعون العناصر الإعلانية بشكل عشوائي وليس بأسلوب علمي ومدروس، مع أن هذا التوزيع للعناصر له تأثير كبير على نفسية المتلقي ويزيد من فرصة نجاح الإعلان وانتباه المتلقي إليه.

- توظيف الألوان والرموز لا يتم بناء على ما تشير إليه من معاني أو دلالات بل بناء على وظيفتها الجمالية فقط.

- التصميم الجرافيكي في الجزائر بعيد عن الاحترافية والتخصص وممارسوه مبتدئون تنقصهم الخبرة والمواصفات التي يجب أن تتوفر في المصمم الجرافيكي الناجح.
وبالتالي غياب الإلمام بالجانبين النفسي والفني للجمهور المستهدف لتصميم إعلان ملفت للانتباه ومنه فإن هذه الفرضية لم تتحقق.

الفرضية الثالثة:

استخدام العناصر الجرافيكية يزيد من فرص تصميم إعلان ملفت للانتباه.
- توظيف العناصر الجرافيكية بطريقة معينة هو الذي يلفت انتباه المتلقي إليها.
- الصور والرسوم تزيد من فرصة تصديق المتلقي لمضمون الإعلان وتساعد على إيصال فكرته بسرعة أي أسرع من الكلمات كما يمكن أن تعوض هذه الأخيرة لما تتمتع به من قدرة تعبيرية اتصالية.
- تأثر العناصر الجرافيكية بالتطور التكنولوجي لبرامج التصميم مما ساهم في زيادة جودتها وقدرتها على تصوير مزايا السلع والخدمات بطريقة ملفتة للانتباه.
-الألوان كعنصر جرافيكي تتمتع بخاصية جذب انتباه نظرا لما تتمتع به من معاني ودلالات مختلفة تزيد من جمالية التصميم وتؤثر على نفسية المتلقي.
- العنوان يلفت انتباه المتلقي من خلال ما يتضمنه من معلومات وتقديمه فكرة سريعة عن محتوى الإعلان.

من هذا المنطلق فإن استخدام العناصر الجرافيكية يزيد من فرص انتباه المتلقي للإعلان، وبالتالي فإن الفرضية تحققت.

الفرضية الرابعة:

اللجوء إلى التصميم الجرافيكي يخلق علاقات بصرية بين المنتج والإعلان.
-الإعلان المصمم بطريقة جيدة يلفت انتباه المتلقي إليه مما يسمح بتكوين هوية بصرية عن المنتج المعلن عنه.
- تصميم العلامة التجارية للمنتج يسمح بتكوين صورة ذهنية لدى المتلقي ويساعده على التمييز بين المنتجات نظرا لما تتضمنه هذه الصورة من قيم شكلية ووظيفية.
- طريقة تصميم شعار المنتج تؤثر على جذب انتباه المتلقي إليه.

- يعد الرمز في العلامة التجارية بمثابة مثير مرئي كلما كان تصميمه مميزاً من فرص انتباه المتلقي إلى العلامة وبالتالي المنتجات المدرجة تحت هذه العلامة.
وبالتالي فإن اللجوء للتصميم الجرافيكي يخلق علاقات بصري بين الإعلانات والمنتج، ومنه فإن هذه الفرضية تحققت.

الهوامش:

- (1) Mike Ayer, **Intracative graphics novels : A hybrid advertising technique**, Elon university, the Elon journal of graduate research in communication ,V015,n°02, Fall 2014 ,www.elon.edu/docs/e-web/.../04AyerEJFall14.pdf.
- (2) بارك نعيمة، الابتكار في الإستراتيجية الإعلانية وأهميتها في جذب انتباه المتلقي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد العاشر، 2001، ص 316-337.
- (3) Maude Bouchard ,**L'affiche comme mode d'expression d'un graphisme d'auteur à portée social**, mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'université LAVAL dans le cadre du programme de maitrise en arts visuels pour l'obtention du grade de maitre arts (M.A) , Québec, 2007.
- (4) رضا أحمد حافظ وآخرون، فاعلية استخدام استراتيجيات التدريس في تحصيل تلاميذ الصف الرابع الابتدائي مفرطي الانتباه، 2005/03/15، متوفر على الانترنت على الموقع : <http://www.angelfire.com/mau/red.html>، ص 198.
- (5) فتحي مصطفى الزيات، الأسس المعرفية للتكوين العقلي وتجهيز المعلومات، دار النشر للجامعات، مصر، 2006، ص 229.
- (6) عدنان يوسف العتوم، علم النفس المعرفي، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، ط 1، 2004، ص 88.
- (7) فتحي مصطفى الزيات، مرجع سابق، ص 230.
- (8) رافع نصير الزغلول وعماد عبد الرحيم الزغلول، علم النفس المعرفي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، 2003، ص 106.
- (9) عاطف عدي العبد، الاتصال والرأي العام الأسس النظرية، الإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 12.
- (10) نور الدين أحمد النادي وآخرون، الإعلان التقليدي والالكتروني، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2011، ص 42.
- (11) علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، مدخل منهجي تطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط 1، 2010، ص 235.
- (12) غافنا مبروزوبول هاريس، أساسيات التصميم الجرافيكي، ترجمة حسام درويش القرعان وريم عبد العزيز الدويب، جبلعمان ناشرون، ط 1، 2015، ص 12.
- (13) نور الدين النادي، مقدمة في التصميم الجرافيكي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009، ص 7.
- (14) Sperka, prof-martin and stolar Anton, **graphic design in the age of interactive media**, sobak university of technologies- department of fine arts,

Slovakia 2005, p 02, newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd_05/16.pdf.

(15) Yves Girard, **attention et distraction : un essai de typologie des défaillances attentionnelles dans les accidents de circulation routière**, p 02, https://www.fundacioabertis.org/rcs_jor/girard.pdf

(16) رافع النصير زغلول، عماد عبد الرحيم الزغلول، مرجع سبق ذكره، ص 97.

(17) منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 234.

(18) مقابلة مع السيد فوزي ديلمي، مصمم جرافيكي، 20/03/2016، على الساعة 13:45

(19) مقابلة مع السيد، بن كوساس حسام، مصمم جرافيكي، 21/03/2016، على الساعة 14:00

(20) مقابلة مع السيد أمين خوجة محمد الأمين، مصمم جرافيكي، 28/03/2017، على الساعة 15:00

(21) مقابلة مع السيد صلاح شيباني، مصمم جرافيكي، 31/03/2017، على الساعة 10:00.

(22) مقابلة مع السيد أوراود محمد، مصمم جرافيكي، 31/03/2016، على الساعة 14:00

(23) مقابلة مع السيد رحمان عبد القادر، مصمم جرافيكي، 02/04/2016، على الساعة 13:30

(24) مقابلة مع السيد سالمي أمين، مصمم جرافيكي، 02/04/2016، على الساعة 16:15

(25) Jean- Olivier Noreau, **ibid**

(26) Mike Ayer, **ibid**

الهوية الثقافية في السياق الإعلامي تحت ظل العولمة

د. عرقوب محمد (جامعة ابن خلدون تيارت)

عادل يوسف خوجة (جامعة بجاية)

تنطلق هذه الورقة البحثية من محور الهوية والعولمة الثقافية والتحديات والإشكاليات والآفاق التي يطرحها هذا الواقع النوعي في كافة المجالات الرئيسية لحياة أبناء المجتمع العربي، وذلك في ظل العولمة والثورة الهائلة في مجال الاتصالات والمواصلات وتحول العالم إلى قرية صغيرة تتفاعل تكاملا وتناقضا سلما وحربا، في مختلف القضايا التي تواجهها البشرية، من المستحيل علينا سبر أغوار الهوية الجديدة وتداعياتها بعيدا عن التفاعلات الحيوية مع القضايا العربية في ظل الأوضاع الدولية الراهنة. وضمن هذا السياق تستهدف هذه الورقة البحثية توضيح معالم المجتمع وهويته في السياق الإعلامي في ظل العولمة، ثم توضيح مدى معيارية سلوكيات الأفراد والجماعات وتفاعلاتهم وعلاقاتهم في ظل هذه المنظومة الاجتماعية والثقافية.

1 - مشكلة البحث:

ازداد الاهتمام بقضايا الشباب ومشكلاتهم المعاصرة في العالم العربي عموما والمجتمع الجزائري بوجه خاص لسببين: أن الشباب يشكلون شريحة كبيرة من هرم البلاد، وثانيا لما تتميز به هذه المرحلة العمرية من طاقة وقدرة على العمل والإنتاج والإنماء.

لقد شهد المجتمع العربي سلسلة من التغيرات في جل المجالات السريعة والمتلاحقة في العديد من الجوانب الاجتماعية والثقافية والفكرية والاقتصادية، وكانت لهذه التغيرات آثارها السلبية في طمس معاني الحياة الإنسانية، واضطراب منظومة القيم الحاكمة لسلوك الأفراد وتصرفاتهم وعجزهم عن التواصل مع الآخر، وبالتالي العجز عن تحقيق الذات، وظهر على مسرح الحياة الاجتماعية حالة تبني الذات لقيم اللامعيارية، وبدأ المجتمع ينظر إلى الذات الملتزمة على أنها غير واعية ولا تعيش عصرها، مما يدل على أن انقلابا جذريا قد حدث في معايير القيم.⁽¹⁾

ولعل أهم هذه التغيرات، التطور التكنولوجي الهائل خاصة في مجال الاعلام بشتى أنواعه (أنترنت، قنوات فضائية، الاتصالات... إلخ) الذي يسعى إلى إرضاء زبائنه، من خلال ما يقدمه من خدمات، ولاشك أن الشباب هم الفئة الأكثر استهدافا لهذا التطور، لأنهم هم الأكثر اقتناء لهذه المواد. وبهذا شاركت وسائل الإعلام في إثارة الغريزة والفردانية ودافعية الانحراف، التي تتحول من صورة ذهنية إلى فعل اجتماعي بحث عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبع الاجتماعي.

يمتلك الإعلام الإمكانية على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، كما يمثل عنصراً هاماً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر والمروج الأساسي للفكر والثقافة، مما تحدد من خلاله هوية الأفراد، وتشكيل الوعي الاجتماعي لهم، إلى جانب الأسرة ومؤسسات ومنظمات المجتمع المدني، التعليمية منها والتنظيمية. من البديهي أن وسائل الإعلام إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول.⁽²⁾

ولا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي، نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالذات الفضائيات التي توصف وسائل الإعلام بوصفها الراهن إذ تمثل متغيراً اجتماعياً، وثقافياً مهماً في حياة الشباب، فهو المصدر الرئيسي للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر عمليات تشكيل الهوية الثقافية في عصر العولمة الإعلامية.⁽²⁾ وفي هذا السياق، يورد محمد الذواوي (2002) في كتابه: "عولمة الهوية الثقافية لبلدان العالم الثالث": أن أهم ملامح التخلف اللغوي والثقافي يرجع إلى تقليد الغرب، الطرف الغالب في التوزيع الحضاري الراهن، وبهذا يرتبط هذا التقليد بنظرية ابن خلدون التي تصف تقليد الطرف المغلوب للطرف الغالب في دورات الحضارات، وهذا ما يوضحه في أبعاد التخلف الثقافي والنفسي.⁽³⁾

من بين اتجاهات العولمة، الاتجاه الثقافي الذي تندثر بمقتضاه الخصوصيات الثقافية وأنماط الاستهلاك أمام نقل الثقافات والأفكار إلى المستوى العالمي مما يسمح ببروز مفاهيم إنسانية مشتركة عابرة لكل المناطق، وبالتالي فههدف العولمة الثقافية ليس هو خلق ثقافة عالمية واحدة بل هو خلق عالم بلا حدود ثقافية، لكن من الملاحظ أن الثقافات الوطنية أصبحت تنصهر في ثقافة العولمة بهدف ترسيخ نمط ثقافي معولم (هو النمط الغربي) تهيمن عليه قيم المجتمعات الأكثر تقدماً. والسؤال الذي يطرح نفسه هو: ما المقصود بالهوية الثقافية وما هي عوامل تشكيل وجودها والتحديات التي تواجهها في ظل العولمة؟

بناء على ما سبق يمكن طرح الإشكال لهذا البحث في التساؤلات التالية:

- 1- ما هي تأثيرات عولمة وسائل الإعلام على الهوية الثقافية؟
 - 2- هل هناك علاقة بين الهوية الثقافية والتطور التكنولوجي الذي تشهده وسائل الإعلام؟
 - 3- هل باستطاعة العولمة هدم الهوية الثقافية؟ وفي أي إطار يمكن لها ذلك؟
- الهوية تعني جوهر الشيء وحقيقته، إنها كالبصمة للإنسان يتميز بها عن غيره، وقد شخصها "إليكس ميكشيللي" بأنها "عبارة عن مركب من العناصر المرجعية والمادية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للفاعل الاجتماعي، فالهوية طالما أنها مركب من عناصر فهي بالضرورة متغيرة في الوقت ذاته الذي تتميز فيه بثبات معين، مثل الشخص الواحد يولد ويشب ويشيخ وتتغير ملامحه وتصرفاته وأحياناً ذوقه (أي تتغير شخصيته)، ولكنه يبقى في الأخير هو نفس الشخص وليس شخصاً آخر.

والهوية هي التكوين النفسي الذي يبرر سلوك الأفراد وأفكارهم والخصوصية الثقافية أو " النمط الثقافي " أو " الذاتية الثقافية " والتي تسيطر على ثقافة ما وتطبعها بطابع خاص يميزها عن غيرها وهي ما أسماها عالمة الأمريكية (روث بندكيت) بنظرية الصيغة الثقافية العامة.

والشعوب في سعيها لتحديد معنى لهويتها الثقافية. إنما تعني ذاتها وتعني تفرد هـا مدركة أن التباين في الهويات الثقافية هو الذي يتيح ثراء في المحتوى الثقافي العالمي. وأن هذا التباين يستلزم قدرا كبيرا من التسامح للالتقاء والحوار بين الأمم والشعوب.

مع ازدياد ارتفاع تيار الفردانية صار محل اهتمام في ظل استمرار المجتمع في فقد وعيه الجماعي الذاتي، أدى إلى خلط أوراق الدول في تعريفها للهوية والمواطنة، خاصة بارتفاع تدفق الهجرة وتكوين شركات عابرة للقارات التي ترسو قواعدها عبر العالم بأسره، مما أكسبها أكثر قوة ونفوذاً على الحكومات القومية والبرلمانات للدول الضعيفة، مما أدى إلى ظهور موضوعات اخترقت الواجهة الديمقراطية وأعطت لها وجهاً مميزاً.

ومع ازدياد تقدم التكنولوجيا تحتم على المجتمعات حتى الأصيلية منها محاولة التحكم بهذه التكنولوجيا، والتي أصبحت خارج نطاق المراقبة، خاصة مدركات الانترنت التي حولت العالم بأسره إلى قرية صغيرة، كان لابد من مشاهدة ظهور هويات جديدة واختفاء أخرى، فنجد بعض الدول التي ترتفع أسهمها الاقتصادية والعسكرية ترتفع من جهة أخرى أسهم هويتها التي تفرضها هي الأخرى كما تفرض اقتصادها.

ويترتب على ما سبق التساؤل الذي يفرض نفسه: هل العولمة تفرض التنوع الثقافي؟ وهل

يتوجب على الدول التي ترغب في الالتحاق بركب الدول المتقدمة الالتزام بمعايير العولمة؟

إن ظاهرة العولمة القائمة تعتمد أكثر فأكثر على وسائل الإعلام والاتصال (TIC) قد قلبت من جهتها العلاقات الدولية التي انتقلت إلى العصر الإعلامي المدعم. وهذه الأخيرة تنقل كمّاً هائماً من الإعلام تتجاوز سرعة نقله الحدود الوطنية، حتى في البلاد ذات الرقابة الأشد صرامة. والحال، وعلى الرغم من عرضها على أنها تقدم حاسم في تقاسم المعرفة، فإن التقنيات الإعلامية الحديثة، هذه الطرق السريعة الإعلامية الشهيرة، تبدو أنها أصبحت تدريجياً أداة إضافية لسيطرة الشمال على الجنوب، ووسط الدول الغنية، أداة استعباد الولايات المتحدة لشركائها. بات من الواضح الآن إذن إنه على الرغم من كل الدعاوى الصاخبة التي تحيط بها، فإن العولمة ليست الترياق الشافي خاصة بالنسبة لهذا الشرق من اقتصاديات البلدان الفقيرة.⁽⁴⁾

تنوعت نظرة المتبعين لظاهرة العولمة بين المؤيدين والرافضين لها، فلكل حجته في القبول أو الرفض. وهناك من غالى في تبنيه للعولمة دون أن يقيم اعتباراً للهوية الثقافية، واعتبرها واقعاً موضوعياً متحققاً كالقدر، ولذلك يجب التعامل معها بوصفها سيرورة موضوعية والدخول فيها، باعتبارها فضاء مفتوحاً على النظام الكوني.⁽⁵⁾

وهناك من يعتقد أن الحديث عن الهوية، أو أزمة الهوية في الحقيقة ليست حقيقية، وإنما هي أزمة مفتعلة توجد في الذهن أكثر مما توجد في الواقع، نتيجة لعدة عوامل لعل أهمها هي التغيرات والتحولت التي يشهدها العالم المعاصر وخاصة مع ظهور نظام العولمة.

قد تناولت مجموعة الدراسات موضوع الهوية والعولمة، فقد كانت دراسة اسماعيل الفقي (1999) حول مفهوم العولمة وعلاقتها بالهوية والانتماء، بحيث كشفت نتائج هذه الدراسة عن علاقة متغيري الهوية والانتماء بمتغير العولمة.

وقد تعددت وجهات نظر الرافضين للعولمة وأسباب رفضها، فمنهم من يرى فيها مزيدا من الاستغلال الاقتصادي، وما هي إلا حجة للنهب المباحة تحت شعار نقل التكنولوجيا والتقدم والأزدهار، ويرى هؤلاء الرافضين أن حماية الهوية القومية والثقافية واجبة كوسيلة للتصدي لهذا الاستغلال. وهناك فريق آخر من الرافضين لهذه الظاهرة لسبب ديني التي تعتبر استعمارا وطريقة لطمس

الهوية الدينية، وذلك عن طريق اجتياح الهوية الدينية من طرف دول الغرب المتقدمة التي أغلبها لائكية على دول الجنوب المتمثلة في النموذج الأمريكي للحضارات والديانات الأخرى، فالعولمة عملية تهدف إلى هيمنة الفكر والثقافة الغربية على الثقافات الأخرى بدعوى التعاون والتواصل وإزالة الحدود والمسافات بين الدول والشعوب.

وقد خلصت دراسة أحمد كنعان⁽⁶⁾ إلى ضرورة التسلح من أجل مواجهة دعاة العولمة وهيمنة القطب الواحد على العالم مستفيدين من التجارب العالمية ومن تمازج الثقافات محافظين على تراث أمتنا وأصالتها مؤمنين بقدرتها على قيادة العالم من جديد إذا ما أولت البحث العلمي اهتماما أكبر وخصصت له الميزانيات الملائمة للنهوض به، وأفادت من خبرات أبناء الأمة وباحثيها الذين يوزعون إبداعاتهم في أنحاء العالم.

ولكن التوجه إلى العولمة ليس شرا محضا وإنما السوء فيما تحمله هذه العولمة من شر، فهي كفكرة أو كنظام عام يشمل الإنسانية جمعا، تتيح للإنسان حقه في التميز وتحقيق الذات وفرص التمتع بالإنجازات والمزايا العالمية الإيجابية، إلا أن هذه القيم في أسوأ معانيها لا تتحقق من خلال ما تبشر به بعض الدول الغربية وخاصة أمريكا، وما تجنده من آليات وإجراءات سياسية واقتصادية وثقافية وإعلامية وتربوية... إلخ تحاول فرضها كنظام سياسي اقتصادي ثقافي على العالم، وتحاول بذلك إفراغ مفهوم الهوية والخصوصية من أركانها الرئيسية ويبقى السؤال قائما:

- هل هناك إمكانية لتغيير واقع الأمة العربية الإسلامية، والمحافظة على هويتها وخصوصيتها الثقافية في ظل تكالبات الأنظمة العالمية الغربية وفي المقابل في ظل التشتت والضعف العربي الإسلامي في جميع الميادين؟

ويرى ابراهيم الحسين أن العولمة تعطي الهوية الثقافية فرصة للانفتاح و التعرف والتفاعل مع مستجدات العلم والمعرفة، وأن العولمة تعطي فرصة لإعادة الديمقراطية لمجتمعاتها ولتجديد الهوية الثقافية لذاتها وإبداع أفرادها .

ويرى الدكتور معتز بالله عبد الفتاح بأن مفهوم الخصوصية الثقافية يتحدد من خلال خمسة أسئلة رئيسية:

1 - سؤال يتعلق بالهوية وتعريف الذات وتحديد الانتماء على أساس أركان الهوية (اللغة، الدين، العرق، المصير المشترك، التاريخ)

2 - سؤال التراث: ويشمل الرموز التاريخية التي يعترفها الأفراد، ويعتبر التمسك بالتراث أحد مكونات الهوية على عكس ما تروج له الثقافات الدخيلة (الغريبة) بأنه عبء ثقيل لا بد من تركه والتخلي عنه لمسايرة التقدم والرقى.

3 - سؤال الواقع: وهو تساؤل الأمم عن واقعها المعاش وعن مدى تخلفها أو تقدمها عن بقية الأمم ومعيار ذلك التقدم أو التخلف.

4 - سؤال الفرصة البديلة: ويتعلق بالخيارات المطروحة ومدى التعارض بينها.

5 - سؤال المستقبل: ويتعلق بتأثير الاستيراد الثقافي من الآخر على الهوية، فهو يطرح رد فعل لكافة الأسئلة السابقة وربطها بعضها ببعض وتأثيرها في النهاية على سؤال الهوية.

تعني الهوية التفرد، والهوية هي السمة الجوهرية العامة لثقافة من الثقافات، والهوية ليست منظومة جاهزة ونهائية، وإنما هي مشروع مفتوح على المستقبل، أي أنها مشروع متشابك مع الواقع والتاريخ، لذلك فإن الوظيفة التلقائية للهوية هي حماية الذات الفردية والجماعية من عوامل التعرية والذوبان، إن هذا التصور لمفهوم الهوية يجعلنا نميز بين تأويلين لمعنى الهوية:

أ - التصور الستاتيكي أو الماهوي للهوية، الذي يرى أن الهوية، عبارة عن شيء اكتمل وانتهى وتحقق في الماضي، ففي فترة زمنية معينة، أو نموذج اجتماعي معين وأن الحاضر ما هو إلا محاولة إدراك هذا المثال وتحقيقه.

ب - التصور التاريخي والديناميكي للهوية الذي يرى أن الهوية شيء يتم اكتسابه و تعديله باستمرار، وليس أبدا ماهية ثابتة، أي أن الهوية قابلة للتحويل والتطور، وذلك لأن تاريخ أي شعب هو تاريخ متجدد ومليء بالأحداث والتجارب، فإن الهوية الأصلية تتغير باستمرار، وتكتسب سمات جديدة، وتلفظ أخرى وهذا يعني أن الهوية شيء ديناميكي وهو سلسلة عمليات متتابعة كما أنها تتحول مع الزمن فهي ديناميكية، وهي ترتبط بالأثر الذي تركه الحضارة عبر التاريخ، ويمكن النظر إلى الهوية في صورتها الديناميكية على أنها مجموعة من المقررات الجماعية التي يتبناها مجتمع ما، في زمن محدد للتعبير عن القيم الجوهرية العقائدية (والاجتماعية والجمالية والاقتصادية والتكنولوجية والتي تشكل في مجموعها صورة متكاملة تعبر عن ثقافة هذا المجتمع.⁽⁷⁾

إن ترسيخ مبدأ التنوع وإنعاش فكرة الحوار بين الثقافات والتأكيد على ضرورة تفعيل التعاون الدولي الثقافي في إطاره الشامل، كفيل بأن يحد من الآثار الذي لا يقيم اعتبارا للهويات الثقافية والحضارية السلبية للعولمة في شكلها المتجهج لشعوب العالم. فالعولمة محكوم عليها أن تتعايش مع الهوية في إطار التنوع الثقافي من أجل ازدهار الإنساني والسلام العالمي وبذلك تصبح العولمة مرحمة وليست هيمنة ومظلمة.⁽⁸⁾

وبعضهم الآخر يرى أن التعامل الناجع مع العولمة لا يتم من خلال بعض المحاولات الدفاعية العربية الإسلامية وذلك في جعل هدفنا وموضوع طموحنا السيطرة الثقافية العالمية المعاكسة؛ بل هدفنا ينبغي أن يكون الخروج من الهامشية نحو الفعل والمشاركة مع بقية الإنسانية من أجل تقويض أسس السيطرة الأحادية وتعزيز إطار التعددية الثقافية الكونية في إطار الاحترام والتعاون والتفاعل الثري.

إن المحافظة على بقائنا لا يكون بالاختيار الأول الذي يعبر عن موقف الاندفاع والهرولة واللاحاق بالركب دون فهم لطبيعة ما يجري وما يمكن أن تؤدي إليه عولمة التعلم، والأصح أن نتوجه نحو تعلم العولمة، أي فهمها ونعرف مبادئها وافتراضاتها والنتائج المترتبة عليها وتدريب أطفالنا وشبابنا على فنيات وآليات التعامل معها وإدراك ما تتضمنه من تهديدات وفوضى، فالعولمة ليست شرا خالصا كما أنها ليست خيرا محضا، وإنما هي شأنها شأن كل التحديات التي واجهت الإنسان طوال تاريخه تجمع بين المخاطر والإمكانيات.

ولا بد من الوقوف على أهمية الدور الذي تقوم به مؤسسات التنشئة الاجتماعية في غرس ودعم الخصوصية الثقافية لكل شعب في نفوس النشء وعقولهم، وانتقاء النافع من المعلومات واستخدام المعارف في إنتاج أفكار جديدة ومواد جديدة وإنتاج البرامج والأفلام الهادفة لمقارعة ما ليس من حياتنا الثقافية والدينية والاجتماعية.

إن تعدد أنماط العولمة أدت إلى تعدد التعريفات لهذا المصطلح، بحيث ركز كل منها على جانب

معين من جوانب العولمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

العولمة السياسية: "العولمة السياسية هي عكس سيادة الدولة، أي فقدان الدولة لسيادتها، ودورانها في عجلة العالمية، وهو هدف تحاول الدول الراعية للنظام العالمي الجديد تحقيقه تحت مسمى العولمة وحدوث ذلك يؤدي إلى فقدان الدول نفوذها وتأثيرها في عالم السياسة."⁽⁶⁾

العولمة الاقتصادية: ويقصد بالعولمة الاقتصادية نشر القيم الغربية في مجال الاقتصاد مثل الحرية الاقتصادية وفتح الأسواق وترك الأسعار للعرض والطلب، وعدم تدخل الحكومات في النشاط الاقتصادي وربط اقتصاد الدول النامية بالاقتصاد العالمي، وتعكس هذه الظاهرة زيادة حركة رؤوس الأموال وتفسح المجال واسعا أمام أصحاب رؤوس الأموال لجمع المزيد من المال.⁽⁹⁾

العولمة الاجتماعية: وفيها "تتعرض مؤسسات المجتمع لكثير من الضغوط الخارجية التي تستهدف التأثير في معتقدات أبنائه ومشاعرهم واتجاهاتهم وانتمائهم إلى مجتمعهم من خلال مجموعة التقنيات

الحديثة المتطورة، والبيث الإعلامي المباشر واختراق سماء تلك الحدود ومن شأن ذلك التأثير في شخصية الفرد نفسياً واجتماعياً وعقلياً بتقبل ما يستقبله من أفكار تؤثر في انتمائه للمجتمع".⁽⁶⁾

العولمة الثقافية: وتشير إلى بروز الثقافة كسلعة عالمية تسوّق كأى سلعة تجارية أخرى ومن ثم بروز وعي وإدراك ومفاهيم وقناعات ورموز ووسائل ثقافية عالمية الطابع .

وهي محاولة لوضع شعوب العالم في قوالب فكرية موحدة وذلك لسليخها عن ثقافتها وموروثها الحضاري، " فالعولمة نظام يقفز على الدولة والأمة والوطن، نظام يريد رفع الحواجز والحدود، إنه نظام يعمل على إفراغ الهوية الجماعية للأمة من أي محتوى، ويدفع إلى التفتيت والتشتيت ليربط الناس بعالم اللاتون والأمة واللدولة".⁽¹⁰⁾

2 - الهوية الثقافية والإعلام:

يرتبط الإعلام بالبيئة السياسية الدولية، وبالبيئة الاقتصادية، والاجتماعية، وبالبيئة الثقافية، وترى نظرية الإعلام التنموي أن وسائل الإعلام في أي نسق اجتماعي تعد بمثابة المؤشر والعامل الرئيس، أو الوكيل للتغيير فيه، وهكذا فإنه من المتوقع من وسائل الإعلام تغيير اتجاهات الناس وتعليمهم التوحد، أو الحراك النفسي المهم والضروري لعملية التغيير الاجتماعي.⁽¹¹⁾

لا تبدو براعة وسائل الإعلام في عصر العولمة وقدراتها الفائقة على صناعة القبول، عندما تلتزم بحد أدنى من المستوى الأخلاقي في عرض الحقائق والدفاع عنها، لأن الحق في ذاته قوة قادرة على الإقناع. إنما تظهر براعتها بقدر ما تنجح في صرف أنظار الناس عن صميم المشكلات وفي طمس الهويات الوطنية والحقائق واختلاق البدائل، وتزيينها في أعين الناس بغية تغيير قناعاتهم حولها . ولا بد لتسويق وجودها من شطر الناس إلى نخبة واعية تفرض وصايتها على رعاي غبي لا يقوى بنفسه على إدراك مصالحه. ولا بد أن تكون القوة في يد هذه النخبة لتقرر نوع المعلومات والأهداف المطلوبة للإقناع، فتتحرك الآلة الإعلامية، رغياً أو رهياً، لترويض الرعاي عليها. وتروج في نفس الوقت سوق النفاق، وازدواج المعايير، وتلك هي هيمنة وسائل الإعلام.

لا ينحصر دور وسائل الإعلام في النقل والنشر وحسب بل تحقق تعاضدها مع الثقافة نوع من التكامل الاجتماعي ويجعلها تلعب دوراً أساسياً في بلورة الثقافة وإزالة ما لصق بها من التشوهات التي لحقتها.

باعتبار الهوية الثقافية جزء لا يتجزأ من الثقافة لمجتمع ما، فإن الاتصال هو أحد العناصر المكونة لهذه الثقافة، فلا يمكن تصور أي ثقافة بدون إبلاغ وترويج لها، لأنه مصدر تكوينها وعامل من عوامل اكتسابها وراثتها، ولا يمكن أن تنجح وسائل الإعلام بدون زاد ثقافي يشد اهتمام الجمهور إليها، لذلك نجد العلاقة بين الهوية الثقافية والإعلام هي علاقة تأثير وتأثر، إذ يعطها الإعلام الشكل والوسيط، وتعطيه المعنى والروح.

وإن كان التشرذم والتفتت سمة مجتمعات ما بعد الحداثة، التي طبعها التحولات الاجتماعية والاقتصادية والصناعية، مستحدثة بذلك تقاسيم جديدة للتقاليد والبنى الاجتماعية، مطورة أساليب الفردانية واللامركزية، فإن هذا التشرذم، وهذه اللامركزية تأخذ أبعادا وتغيرات أخرى مع التطور التكنولوجي للقرن المعاصر، الذي تلعب فيه تكنولوجيا الاتصالات الدور الفاعل والأبرز في تشكيل المفاهيم والأدوار. فالإنترنت، وبصفتها أهم فاعل تكنولوجي في العصر الحديث، لم تشكل وسيطا إصاليا فحسب، بل هي أكثر الوسائط الاتصالية راديكالية بقلها لمفاهيم الزمان والمكان والفضاء والتواصل، واستحدثها لمفاهيم وأطر جديدة للعلاقات الإنسانية، تشرلئها وتقولبها الوسائط التكنولوجية والعوامل الافتراضية.

وسواء كان امتدادا أو نقيضا للواقع، يشكل هذا الحضور الرمزي الافتراضي فضاء للتعبير عن الذات الأصلية والأنا الداخلي الحقيقي، بعيدا عن إكراه الواقع وحدوده، فالفضاء الرمزي، وبما يميزه من لا مركزية واسعة وحرية، هو فضاء للانكشاف الحر غير المقيد، يسمح للفرد بالتفاعل والتواصل من وراء حجب الشاشات الصغيرة بطرائق متعددة.

وإن كان الحديث عن الشبكات الاجتماعية ضمن هذا العالم الافتراضي حديثا واسعا، فإن الحديث عن الفيسبوك بالذات لا يعد ترفا ولا مجازا، لكنها ضرورة تملها الأرقام المتزايدة لمستخدمي هذه الشبكة دون غيرها من الشبكات، حيث يتجاوز عدد مستخدمي هذه الشبكة مليار مشترك فعال من بينهم ملايين من المشتركين العرب.

وهكذا تربع الفيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي الذي أصبح الأكثر استخداما عند الانترنتيين الذين وجدوا على جدران هذا العالم الافتراضي مساحات للتعبير عن ذواتهم سواء كانت زائفة أو حقيقية، وكذا التعبير عن خلجات أنفسهم وآرائهم واتجاهاتهم ومشاكلهم من خلال إنشاء صفحات ومجموعات خاصة التي يطورون فيها أفكارهم الذاتية، وبذلك تتشكل الهوية الثقافية التي تكون غالبا افتراضية، وثمة يطرح الإشكال، لأن الممارسات الافتراضية التي تتعلق بالهوية لها امتداداتها ومداهما وتأثيراتها في الهوية الوجودية للفرد، وابعادها الثقافية والاجتماعية.

وتتكون من خلال وسائل الإعلام الجديدة كيانات اجتماعية من أشخاص، مؤسسات اجتماعية ترتبط فيها بروابط ناجمة عن تفاعلاتهم المتبادلة، حيث ستسمح تكنولوجيات المعلومة والانترنت على وجه الخصوص لكل الفئات العمرية المختلفة بأن تعلن آرائها - ولو كانت غير رسمية - وأن تدافع عن مواقفها، لكن من سلبيات هذه التكنولوجيا هي استخدام الميديا من أجل فرض القيم والعادات والتقاليد، التي تكون في غالب الأحيان متعارضة مع قيم وثقافة المجتمع المحلية.

إذ يمثل الإعلام سلاح ذو حدين ورهان من أهم رهانات العولمة وآلياتها في تعميم الثقافة ونشرها، وغرس هوية حسب ما تمليه الثقافة الغربية التي تدعي الحداثة على حساب الدول النامية أو المتخلفة، بفرضها الخضوع دون الحاجة إلى التدخل العسكري، والسعي إلى إخضاع النفوس، وتعطيل

العقل وتكييف المنطق والقيم وتوجيه الخيال وتنميط الذوق وقولية السلوك، كما أنها تصادر الضمائر ومناهج التفكير وطرق العيش وتسكين الوعي الاجتماعي للأفراد.

3- الهوية الثقافية والعملة:

ورد على لسان صاموئيل هانتغتون في كتابه المنشور عام 1996 بعنوان " صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العالمي " حيث ينطلق في نظريته المذكورة من فرضية مفادها أن المصدر الأساسي للنزاعات في العالم لم يعد يتحدد بالعوامل الاقتصادية أو الايديولوجية، وإنما بالمعايير الثقافية " فالانقسامات الكبرى بين البشر ستكون ثقافية والمصدر المسيطر للنزاع سيكون مصدرا ثقافيا وستظل الدول والأمم هي أقوى اللاعبين في الشؤون الدولية لكن النزاعات الأساسية في السياسات العالمية ستحدث بين أمم ومجموعات لها حضارات مختلفة، وسيسيطر الصدام بين الحضارات على السياسات الدولية، ذلك أن الخطوط الفاصلة بين الحضارات تكون هي خطوط المعارك في المستقبل" (12)

هناك فريقان وردت آراءهم إزاء العملة وعلاقتها بالهوية الثقافية، بحيث هناك فريق مؤيد للعملة، مؤمنين بأنها جاءت من أجل أن تكون بديلا لكل الانتماءات الأخرى، ومن مؤيدي هذه الفكرة نجد رجال الأعمال الذين لا يهمهم إلا الكسب بشتى الطرق- الغاية تبرر الوسيلة- ونجد إلى جانبهم هؤلاء الأفراد التائبين، ونجد فريق آخر الذي يكون متفائلا اتجاه العملة، وهو الذي يميل إلى الاعتقاد بأنه لا يوجد تناقض، إطلاقا بين العملة والهوية، فالعملة تسير في طريقها المعروف تعتمد على سيادة العلم، بينما يكون من حق كل واحد أن يحتفظ بهويته، كما شاء وعلى الطريقة التي يريد، ولو تعددت الهويات داخل هذه العملة.

العملة تدعو إلى تجاوز الهوية القومية (الدين، اللغة، الأرض، التاريخ) لصالح "هوية" أوسع، هوية كونية، فماذا يفعل الذين ما يزالون يسألون من نحن؟ ماذا سيصنع الذين يدخلون القرن الواحد والعشرين بدون هوية، أو بدون (نية) واضحة.

إن سياسات ومآرب العملة في المجال الثقافي التي تستهدف الهويات القومية ومقوماتها الرئيسية اللغة والدين والسمات التاريخية وأنماط العيش والسلوك والعادات والتقاليد ومعطيات الاختلاف والتمايز بين المجتمعات تضعنا أمام مسؤولياتنا المادية والمعنوية والروحية الجوهرية في الحياة البشرية. وعلى ذلك فإن البعض يرى أن انتشار التكنولوجيا يغفر للعملة أي تأثير سلبي على الهوية الثقافية، كما يرى البعض أن الهوية سوف تفيد من العملة، أما الراضون للعملة فيرون أنها استغلال اقتصادي وأن حماية الهوية الثقافية واجبة كوسيلة للتصدي لهذا الاستغلال، وفريق آخر يرى أن العملة آتية من دول تنكرت للدين، وآخرون يرون أن العملة غزو يهدد هوية الأمة من خلال هوية أمة أخرى، حيث أن خطورة العملة في المعلومات التي تبثها شبكات الإعلام، والتي تسيطر عليه القيم الغربية التي لا تتناسب مع قيمنا الإسلامية وأكثر ما تؤثر بالسلب على الهوية. (13)

من أجل الحفاظ على مكتسباتنا هذه أمام محاولات العولمة ومجابهة أي تهديد يؤدي إلى التغيير القسري والعمل على الاستفادة من الثقافات الأخرى من خلال الحوار البناء. إن مخاطر العولمة على الهوية الثقافية إنما هي مقدمة لمخاطر أعظم على الدولة الوطنية والاستقلال الوطني والإرادة الوطنية والثقافة الوطنية، فالعولمة تعني مزيداً من تبعية الأطراف لقوى المركز.

فبالقاء نظرة مقارنة على مظاهر التوتر والعنف الاثنى والثقافي وبؤها في العالم بين الماضي والحاضر فإننا نستنتج أن الحروب الأهلية والتوترات العرقية والقبلية آخذة في التآجج في عصر العولمة رغم لبوساتها السياسية (العراق- أفغانستان - الصومال - السودان).

والعولمة في أصلها اقتصادية، قائمة على إزالة الحواجز والحدود أمام حركة التجارة، لإتاحة حرية تنقل السلع ورأس المال، ومع أن الاقتصاد والتجارة مقصودان لذاتهما في العولمة، إلا أنها لا تقتصر عليهما وحدهما وإنما تتجاوزهما إلى الحياة الثقافية والحياة الاجتماعية بما تتضمنانه من أنماط سلوكية ومذاهب فكرية ومواقف نفسية، وكل ذلك هو الذي يصوغ هوية الشعوب والأمم والأفراد.

فالولايات المتحدة الأمريكية أعلنت بعد أن أصبحت الحاكم القوي في العالم أنها ستعمل على نشر القيم والسلوك الأمريكي ونمط الحياة الأمريكي في العالم كله وهو ما يفتح باب الغزو للشعوب وعقائدها وثقافتها فالعولمة بالرغم من الصبغة الاقتصادية لها فإنها تعمل من أجل أهداف أخرى تطل ثقافة الشعوب وهويتها القومية والوطنية ومصالحها وخصوصياتها في الصميم وترمي إلى تعميم نماذج وأنماط من السلوك والعيش وفرض منظومات من القيم وطرائق التفكير والتدبير وتكوين رؤى وأهداف تعمل في خدمتها ومن ثم فهي تحمل ثقافة تغزو بها ثقافات ومجتمعات أخرى وتؤدي إلى تخريب منظمات وقيم وإحلال قيم أخرى محلها ليست بالضرورة أفضل من القيم التي لحق بها التخريب فضلاً عن كونها لا ترتبط بخصوصيات الأمم وثقافتها ولا يخلو ذلك من توجه استعماري جديد يتركز على احتلال العقل والإرادة وجعلها يعملان وفق أهداف المستعمر وفي إطار خطته ومصالحه مع تحييد قوة الدولة أو إنهاكها واستلابها وانتزاع مقومات حضورها وتأثيرها الاجتماعيين وفرض نوع من الإدراك الواقعي مع إلحاق شلل بالوعي المنقذ والإرادة والقوة وطاقت الروح وبالإيمان وقدراته الخلاقة عند المؤمنين⁽¹⁴⁾.

وقد تجاوز مخطط التفتيت للمجتمع العربي الأبعاد السياسية والجغرافية إلى الأبعاد الاجتماعية والثقافية والفكرية والروحية وتأتي العولمة لتحقيق هذه الأهداف. إن النظام الأمريكي يعمل على تدمير البنى الثقافية للبلدان النامية من خلال تدمير بناها المجتمعية وعزل الثقافة عن الواقع وتهميش المثقف والحد من فاعليته في حياة مجتمعه لذا فإن العولمة أصبحت تحمل في طياتها نوعاً آخر من الغزو الثقافي أي قهر الثقافة الأخرى لثقافة أضعف منها لأن العولمة لا تعني مجرد صراع الحضارات أو ترابط الثقافات بل أنها توصي أيضاً باحتمال نشر الثقافة الاستهلاكية والشبابية عالمياً والخطورة في هذه الثقافة وبهذا تختلف العولمة عن العالمية والتي تعني إغناء للهوية الثقافية بينما العولمة تعني اختراقاً فالاختراق العولمي

يعني إلغاء الحوار والتبادل الحضاري والحلول محله ويستهدف العقل والنفوس و هما الأداتان اللتان بهما يتم التفسير والتأويل والتسريع وقبول ما هو مفيد ومحاربة ومواجهة ما لا يتناسب مع خصائصنا بحيث انتقل من السيطرة عن طريق الإيديولوجيا إلى السيطرة عن طريق الصورة السمعية والبصرية التي تسعى إلى تسطيح الوعي.

إن انفتاح العالم العربي الإسلامي على الغرب لم يحدث طوعا، فقد جاء على طريقتين أوسعهما محاولات النفوذ الأجنبي التي توجهت بسيطرة الاستعمار مباشرة على معظم أقطار المسلمين وسيطرته المقنعة على البقية، والطريق الآخر هو انفتاح الحكومات المسلمة التي أرادت تعزيز سلطاتها بتحديث إدارتها وجيوشها، فأرسلت البعثات إلى العواصم الغربية واستقدمت المستشارين والخبراء الأجانب.⁽¹⁵⁾

والمجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات العربية والإسلامية التي تعاني بدورها خطر العولمة الثقافية، فالمسألة الثقافية في المجتمع الجزائري تبدو شائكة لبعض الدارسين نظرا للتعدد الثقافي الموجودة فيه، فالمتبع لواقع الهوية الثقافية الجزائرية يلاحظ كما ذكرنا سابقا أنها متعددة الأبعاد ومتشعبة الأطراف، نلاحظ غلبة التوجه الفرنسي فيها على سبيل المثال لا سبيل الحصر ولهذا يحتدم الصراع بين المعربين والمفرنسين وبالتالي نحن في مواجهة أزمة لغوية وثقافية في الجزائر فعلى الرغم من تنوعه الثقافي إلا أنه قائم في إطار وحدة ثقافية وطنية واحدة " فالقبائلية والشاوية والمزابية والتارقية... ليست ثقافات منغلقة ومعيقة للتحديث والوحدة والتحول، بل هي واحدة من المكونات الأساسية للهوية الوطنية ولا يحق لأي جهة احتكارها، هذه الأخيرة التي تبدو في صور عدة منها الهوية المستمرة وهي الخطوط الكبرى التي تتناقل جيلا بعد جيلا ويكون المجتمع بواسطتها هو ذاته لا الآخر، أما الهوية المتحولة فتتشكل بواسطة التأثيرات التي تتلقاها ولكن تتحول عموما داخل الاستمرار ذاته.⁽¹⁶⁾

غير أن هذا الوجود بات مهددا في الوقت الذي أصبحت فيه المجتمعات الغربية تروج لثقافتها وأنماطها السلوكية المتناقضة مع شخصيتنا العربية الإسلامية عبر وسائل إعلامية مختلفة، فأصبح هاجس الخصوصية في الهوية الثقافية والوطنية هو نفسه هاجس الأصالة والمعاصرة معا ومحاولة تنميط سلوكيات البشر وثقافتهم في المجتمعات كافة وإخضاعها لقيم وأنماط سلوك سائدة في ثقافات أخرى لمجتمعات حديثة، الأمر الذي يحمل إمكانية تفجير أزمة الهوية الثقافية التي أصبحت من المسائل الرئيسية التي تواجه المجتمعات الإنسانية على المستوى العالمي.

فالهوية نخرج بموجبها من حالة العدم إلى طور الوعي بالذات، وتطرح في مقابل ذلك فكرة الوعي بوجود آخر مختلف وبالتالي تدفع إلى النظر في المعنى الكينوني للإنسان وفي مراكز التقاء الجماعة أو تنافرها، هذا إلى جانب ما تحتمله لفظة « التحديث أو الحداثة » من محمولات عقلية انتقائية أو ترجيحية أو نمطية فاعلة في الهوية.

فمحاولة الترنج بين صدمة العولمة وما حملته من قيم جديدة ونرجسية قيمنا الأصيلة، وما تتركه الأولى من جرح عميق يحتاج لفعل معرفي لتجاوزه، وما تتصف به الثانية دفع الكثير من المفكرين للمزج

بين قيمنا الأصيلة وما احتوت عليه العولمة من قيم، فالواقع الاجتماعي بنموذجيه الثقافي والطبقي لم تتح له الفرصة بعد لمعايشة التكوينات الحديثة أما النرجسية في قيمنا الأصيلة والتي تعتبر إحدى العلامات المميزة للثقافات المغلقة وهي بعيدة جدا عن سمات الثقافة العربية الإسلامية.⁽¹⁷⁾

4 - كيفية الحفاظ على الهوية الثقافية في ظل العولمة:

تعتبر التغيرات السريعة والمتلاحقة في هذا العالم هي التي أوجدت وضعا استثنائيا يهدد هويتنا الثقافية في بنائها وفي وجودها وحتى بقائها، فلم يعد الذهول والاستغراب والخوف مما يجري أسلوب تعاطينا مع هذه المتغيرات، بل وحتى التفكير والمراجعة وابتكار آليات فاعلة هي الإجراءات التي تبنى لنا استمرار وجودنا، والحفاظ على هويتنا الثقافية.

فالعولمة بكل ما جاءت به من قيم قد نوافق على بعضها ونرفض بعضها الآخر ولا يمكن الحديث عن الابتعاد عنها وتحاشيها وإنما لابد لنا بعد فهم ذواتنا وقيمنا أن نعمل على تصفية قيم هذه العولمة لتأخذ منها ما يزيد في تطورنا ويخرجنا من دائرة التخلف، وبالتالي معرفة هل نحن فعلا بحاجة إلى ما يسمى العولمة الغربية بكل ما جاءت به من قيم، وبالتالي التعرف على ما جاءت به الحداثة أمر ضروري ولا بد منه والأخذ بقيمها أو تركها يبقى اختياري لدينا كمجتمع عربي مسلم بعد أن نضع أنفسنا في مكان يحق لنا فيه الاختيار وتكون لنا القدرة الواعية لتطبيق ذلك وفقا لما تقتضيه هويتنا الثقافية وقيمنا الإسلامية، ومنها نؤسس لحداثة إسلامية وفقا لمفاهيمنا وتشريعنا دون أن نهمل الحداثة الغربية في إطار الاستفادة من تجربتها اقتداء قياسا على ما فعل الرسول عليه الصلاة والسلام لم يبدأ من الصفر في بناء أمته وإنما حافظ على الأخلاق الكريمة الموجودة في عصر الجاهلية ونفى السيئ منها وبنأ على الصالح منها فهو القائل عليه الصلاة والسلام (إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق)، كل ذلك للوصول في النهاية لهضة عربية إسلامية ليس فقط لمجتمعنا وإنما للبشرية كافة، وهذه هي العولمة التي يجب أن ننادي بها، وليس بإدخال نخورنا في ثقافات ليس لنا بها لا أصل ولا فصل.

5 - خلاصة:

على الرغم من وجود إجماع بين المراقبين للحياة الدولية على أن العمليات السياسية والأحداث والأنشطة في عالم اليوم لها بعد كوني دولي متزايد يرى بعض الباحثين: بأن هناك أربع عمليات أساسية للعولمة وهي: المنافسة بين القوى العظمى، والابتكار التقني (التكنولوجي) وانتشار عولمة الإنتاج والتبادل والتحديث.

إن هذا الأمر سيقود بالدرجة الأساس العديد من الأمم التي لها خصوصيتها إلى اتخاذ مجتمعاتها مواقف مختلفة ومتباينة من العولمة، حيث هناك معارك كبرى أيديولوجية وسياسية واقتصادية وثقافية تدور حول العولمة.

بالتالي القول بأن العلاقة بين الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة هي علاقة تبادلية فيه نوع من المغالطة، فالأصل أن الإعلام في عصر العولمة هو المنفذ الأساس لتدفق المضمون الثقافي الغربي من أجل تعميم نمط ثقافي واحد تستخدم فيه كل التقنيات الحديثة وعلى رأسها تقنية الصورة والصوت. من خلال ما مر بنا نرى أهمية الحديث عن شباب العالم العربي وقضاياه بصورة عامة، والشباب الجزائري على وجه الخصوص الذي تطلع إلى المحافظة على الهوية الثقافية النابعة من أصالة الأمة العربية وقوميتها وتراثها الحضاري، ورفضها للعولمة بمختلف أشكالها، لاسيما حينما يتعلق الأمر بأمركة العالم والصهيونية العالمية والأراضي المحتلة، نجد الشباب الجزائري يلتف حول هويته ويحاول الدفاع عنها.

الهوامش:

- 1/- خليفة، عبد اللطيف، 2007، التغيير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي: مظاهره وأسبابه على الموقع الإلكتروني [http://www.badernarmoesari.info/general 20% conference % papers. Doc.](http://www.badernarmoesari.info/general%20conference%20papers.Doc)
- 2/- موسي حلس، شكري صابر، 2002، الوعي الاجتماعي العربي، تحليل سوسيولوجي، مكتبة دار المنارة غزة.
- 3/- العلي، أحمد عبد الله، 2002، العولمة والتربية، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- 4/- محمد عمارة، نبيل أبو صعب، 2007، أثار العولمة على الهوية الثقافية، مركز دراسات الوحدة العربية في بيروت.
- 5/- غليون برهان، 1999، ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، دمشق، دار الفكر غربي، علي، 1999، العولمة وإشكاليات الخصوصية الثقافية، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة منتوري، العدد الثاني، السنة الثانية، قسنطينة.
- 6/- كنعان، أحمد، 2000، العولمة والبحث العلمي واقعا وطموحا، ندوة العولمة والتعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي المنعقد بجامعة العلوم والتقنيات والطب في تونس بالتعاون مع اتحاد الجامعات العربية- 2000/11/23.
- 7/- حافظ عبد الفتاح وآخرون، 2000، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، مكتبة زهراء الشرق، ص 128.
- 8/- التويجري، عبد العزيز، 1997، الهوية و العولمة من منظور حق التنوع الثقافي، منشورات الايسيكو.
- 9/- الجابري، محمد عابد، 1998، العولمة و الهوية الثقافية: عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، العدد (228).
- 10/- علم الدين، محمود، 1999، تعقيب ورقة حسن حامد، الاختراق في مجال الأخبار والمعلومات ندوة، الاختراق الإعلامي للوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ط 2.
- 11/- أبا السيد، ولد، 2001، اتجاهات العولمة - إشكالات الألفية الجديدة-، المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، دار البيضاء، المغرب.
- 12/- جلال أمين، 1998، العولمة، ط 2، دار المعارف، القاهرة.
- 13/- يعقوب سعيد، 2002، الصهيونية والعولمة، الفكر السياسي، العدد السادس عشر، ص 264.
- 14/- السويدي، محمد، 1990، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري المعاصر، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- 15/- عماد علي، 2010، الحداثة وتأثيراتها على الهوية الثقافية في منطقتنا، مجلة المثقف، العدد 13.
- 16/- خريسان، باسم علي، 2001، العولمة والتحدي الثقافي، دار الفكر بيروت.
- 17/- عرسان، علي عقلة، 1999، العولمة والثقافة، مجلة الفكر السياسي، العددان 4 - 5.

سمطقة الأنساق الدالة

د. عبد القادر فهميم شيباني
 قسم اللغة العربية والدراسات الإماراتية
 كليات التقنية العليا-رأس الخيمة
 دولة الإمارات المتحدة

توطئة:

لم يتضح الفارق الجوهرى بين اللغة العامة ولغة العلم إلا بظهور أقطاب الوضعية المنطقية، فلم تكد لغة العلم تخرج عن لوك المعاد المكرور من الفتات الميتافيزيقي الذي تخلفه اللغة بصياغاتها المغالطة: تلك الصياغات التي تحول جل المسائل الموضوعية المطروحة على منطق العلم (العدد، الزمن، الفضاء، الخ) إلى أشباه - مسائل موضوعية تحليل إلى جمل و مفردات أو نظريات بدل أن تحيل إلى حقيقة الأشياء ذاتها¹.

وقد وجد هذا المشروع منطلقه في مفهوم التعيين الذي حدده جون أستورت ميل عبر إزاحته من مجال المعنى إلى مجال الإحالة، فالكلمة أو العلامة تعين الأشياء قبل أن تدل على المعنى لذلك نلفي شال ويليام موريس يفصل بين الممدلل significatum والمعين denotatum على غرار رودولف كارناب في فصله بين القصد intention والمصادق extension.

وقد كان على كارناب أن ينتظر الفتح الذي جاء به هيلبرت ضمن مشروع الرياضيات الواصفة ليديعي فرضية بناء لغة مثالية (اصطناعية) فقد وجدت الرياضيات (بما فيها الهندسة والجبر، التحليل، الإحصاء، الخ) في التحسيس مجالاً صوريا كاشفا عن البنية المنطقية للتفكير الرياضي، فهي إذ ذاك يستطيع، أن يحلل مختلف العلامات الرياضية وأن يحررها من تلك المعاني الغامضة بتقديم تعاريف: عمليات وقواعد دقيقة ومنطقية ف: فتجينشتين يرى أنه مثلما نستطيع حل مشكل شطرنجي على الورق و عبر رموز واصفة، فإننا نستطيع حل الأشكاليات الهندسية عن طريق التحسيس و من دون أن نؤسس لنظرية جيدة² ولقد أتاحت هذه الفرضية مجالاً للتحري عن منطق اللغة: منطق يعتمد الدلالة المعرفية (التعيين=التعبير الموضوع) منطلقاً- بدل الدلالة التعبيرية- في تأسيس تراكيب تخلو من كل ما هو ميتافيزيقي، و عن إستمولوجيا فعلية للغة- الواصفة، يقول كارناب: "...يبدو أن التطوير التام لفرضية اللغة- الواصفة سيسهم في إيضاح واسع في صياغة الإشكاليات الفلسفية والحديث عنها"³.

حيث يسمح الارتفاع باللغة إلى أعلى مستوياتها التعبيرية عبر الجمل التركيبية بالاقتراب من الموضوعات و الأشياء والابتعاد عن معيناتها الوسيطة. إن الجمل التي تحقق شرط الموضوعية والتي يستحيل تحويلها إلى جمل تركيبية ضمن إطار نظرية التركيب المنطقي للغة، تتخذ وضع جمل ميتافيزيقي تخلو من أية علاقات رياضية أو منطقية و من أي معنى معرفي.

أفضت الاستمولوجيا السيميائية للغة الواصفة يامسليف إلى إحداث قطيعة مع كل ما هو واقعي و من ثم مع الميتافيزيقا كون صورة الدلالة ، ضمن التصور الغلوسيماتى، تتفك عن الارتباط بالأشياء أو حالاتها ، فالعلامة ليست علامة لشيء، وإنما تجد محايثتها في تلاحم شكلي التعبير و المحتوى عبر الوظيفة السيميائية الداخلية التي تحدد العلامة بوصفها تمثالا لعينيات اعتبارية تتصرف عن أية قيمة واقعية . ويستطيع هذا التصور أن يحفظ للعلامة خاصيتها الدلالية ضمن إطار اللغة الواصفة و يؤسس للتراتب الدلالي في كل علاقة واصفة و ذلك بالنظر إلى اهتمامات النظرية اللسانية التي لا تتوقف عند حدود الوصف الصوري لشكل التعبير (أوصوره) بقدر ما تجد موضوعها في تلاحم هذا الأخير مع شكل المحتوى فاللغة- الواصفة ضمن هذا الإطار تؤسس لتراتب اللغات (أو أي بنية مجموعانية تتألف عناصرها من جمل أو علامات) ضمن علاقات دلالية: أين محتوى اللغة ن+ 1 هو اللغة ن، من المحتويات للغتين متباينتين على التوالي . في حين تكتفي اللغة- الواصفة المنطقية بالمستويات التعبيرية و تسعى لخلق ترتب بينها عبر علاقات احتوائية: ن+1 ن+2.....⁴.

تستمد العلاقة الواصفة مرجعيتها من ذلك التباين الحاصل بين اللغات الذي يؤسس لعماد الترتاب السيميائي، فقد لاحظ يامسليف مدى التباين الحاصل بين اللسان الطبيعية (أو فيما سماه باللغات – غير المقيدة) التي تستطيع أن تعبر عن أية دلالة وجدت، و تلك اللغات المقيدة التي لا تخص سوى قسما معينا من الدلالة فهي تستعمل لغايات محددة ، و كل دلالة تغطيها هذه الأخيرة تستطيع الألسن أن تستوعبها مثلما تستوعب بعضها البعض⁵ ، بل إنها قد تمتد لتصف نفسها بنفسها أثناء عملية التواصل ، ف: ياكوبسون يرى أن اللغة- الواصفة ظاهرة طبيعية ، لا تمثل فقط تلك الأداة العلمية الضرورية لمتطلبات المنطق أو اللسانيات، بل إنها تغلغل في لغتنا اليومية و حتى في تمرسنا على اللغة ذاتها⁶ . عبر هذه الخصيصة يستطيع اللسان أن يجد لنفسه موقعا مميزا عن باقي الأنساق السيميائية الأخرى لكونه لا يحتاج إلى أكثر من لعبة تركيبية ليصف نفسه بنفسه و ذلك على نقيض تلك الأنساق السيميائية التي تحتكم إلى أسنن خاصة و تحتاج في وصف نفسها إلى أن تستعين بلغات أخرى أو إلى معايير تفتقدها (دلالية، تركيبية، تداولية). إن خاصية التعالي التي تتمتع بها الألسن تجيز لها اختراق كل الأنساق الدالة و ردها إلى لغة وحيدة و مشتركة ، و تجعل منها المؤول الشمولي أو العام بوصفها سيميائية- واصفة métasémiotique. إلى هنا فإن مجموع العمليات : المعايير و المبادئ التي تؤسس للغة- الواصفة تستطيع أن تؤلف بدورها مبادئ للسيميائيات العامة.

1. العلامة الواصفة:

تكمن أهمية اللغة- الواصفة في طرحها لجملة من المفردات الناشئة عن مفردات اللغة- الموضوع ، فهي بذلك تتمركز حول علامة العلامة ، حيث تسمح العلاقة الاعتبارية المتعدية القائمة بين العلامة الواصفة و العلامة الموضوع ببلورة علامة مضاعفة تستمد خصوصيتها من ذلك المعنى التقني الذي تحمله، إنها ذلك الكيان المميز الذي لا هو بالتعبير نفسه و لا هو بالمثل لخصائصه فهو بذلك

يختلف تماما عن شكل التعبير الاستعمالي⁸. ولقد مثلت العلامة- الواصفة إشكالية تقليدية عبر تاريخ فلسفة اللغة بدءا ب: بورفير و بوريس فيما أسماه ب: "أسماء الأسماء" او "أسماء الكلمات"، ووصولاً إلى أوغسطين الذي تنبه إلى أن التصور الرواقى للعلامة (دال مدلول) يستطيع أن يحول و عبر مبدأ الاعتباط كل الأشياء إلى علامات - و من ثم فقد ميز بين "العلامة العادية" أو علامات الأشياء و بين "العلامة - الواصفة"، في حين ظهر مصطلح *le suppositio materialis* لدى كل من شرسوود و أوكام ، بينما حدد كارناب مفهوم العلامة- الواصفة بمصطلح *autonym*⁹.

وسعى لاستنفاد امتدادات النسق الدال حاول يامسليف تقديم تصور شمولى ضمن شبكة

تراتبية تتخذ الأنساق الدالة منطلقا و تقوم أساسا على ثلاثة مستويات سيميائية:

(1) السيميائية التعيينية تع(مح).

(2) السيميائية الواصفة تع (تع مح).

(3) السيميائية الإيحائية تع مح(مح).

و قد استطاع هذا التحديد رفع ذلك اللبس الذي أثارته العلامة الواصفة لدى البعض من فلاسفة اللغة- حيث وصفت باللاعامة، و بالتعبير المحروم من المحتوى ، و بالذكر في مقابل الاستعمال ، الخ- حين حدها ضمن مستوى اللغة- الواصفة . بيد أن ما يلفت الانتباه في تصور يامسليف للغة الواصفة هو تحديده للعلاقة الواصفة بين علامتين (العلامة الواصفة لعلامة اخرى) و ليس بين العلامة و مستوى من مستوياتها (العلامة الواصفة لنفسها) و التي تسمى بالعلامة المنعكسة *le signe réflexive* . ففي مقابل العلامة الواصفة العادية : تع(تع مح) تتحدد العلامة المنعكسة تع (تع مح) بوصفها:¹⁰

(1) علامة معللة يتضمن مستوى المحتوى فيها نفس تعبيرها.

(2) لا تخضع للتسنين.

(3) غير قابلة للمرادفة التعبيرية: فالتعبير فيها غير قابل لأن يعبر عنه بتعبيرات أخرى.

(4) غير قابلة للرد إلى لغة أخرى.

و إذا فإن العلامة الواصفة لا تتمظهر فقط في صورة علامة دالة على علامة أخرى، و لكنها تطرح كذلك إشكالية العلامة الدالة على "علامة خاصة" من نفس تعبيرها . مثل هذا التصور يستطيع أن يدقق صورة السيميائيات العامة في تعاملها مع الأنساق الدالة و ضمن مختلف أوضاعها ، فكذلك على السيميائيات العامة أن تميز بين أوضاع النسق الدال ، فصورة الإشارة المرورية مثلا على صفحة من صفحات كتاب المرور تختلف تماما عن وضعها في الواقع ، لكونها تأخذ وضع علامة منعكسة : فهي لا تدل على أمر مروري معين، بقدر ما تدل على الإشارة المرورية في حد ذاتها.

و قد أغرى هذا التصور بشموليته الدلالية جزيت راي- ديوف إلى استثمار فرضية العلامة

الواصفة (المنعكسة و الغير المنعكسة) ضمن المستويات التي حدها يامسليف، و ذلك سعيا لاشتمال

البعد الدلالي للعلامات اللسانية الواصفة ، ومشيرة في نفس الوقت إلى إمكانية إسقاط مثل هذا التصور على كل الأنساق الدالة¹¹.

1. السيميائية التعيينية:

يرى يامسليف أن التعيين بوصفه قاعدة لكل لغة فهو يستطيع أن يحقق مظهره السيميائي ضمن الإطار الذي لا يتوفر فيه كل مستوى من مستوييه على الخاصية السيميائية ، ذلك أن الخاصية السيميائية لأي نسق ترتبط بالحضور الثنائي والمتزامن لمستويي التعبير والمحتوى . فبعض الأنساق التعيينية تستطيع أن تحقق شرط قابلية الرد إلى اللسان ، لكنها تقوم أساسا على مستوى وحيد كتلك الأنساق التركيبية الخالصة من مثل الصيغ الرياضية ، والموسيقى ، الخ ، وتلك الأنساق الرمزية التي توجد في تماثل مع مؤولاتها ، وصولا إلى تلك العلامات المحاكية ، ويقترن المبدأ السيميائي للتعين (التعيين = التعبير (المحتوى) بالمرجعية السوسيرية التي ترى أن العلامة تعرف بدلالاتها ، ففي ظل مبدأ القيمة كشف لنا الوعي السيميائي عن الثنائية الشكلية للتعبير والمحتوى ، وذلك على خلاف التوجه المنطقي الذي يقرن الخاصية السيميائية بمستوى التعبير وحده ، لذلك أغيينا اللغة- الواصفة المنطقية- والتي حددها المناطق الوضعية (كارناب)- تعتمد التركيب أساسا لها¹² . وتتألف السيميائية التعيينية من أنساق منعكسة وأخرى غير منعكسة:¹³

أ. الأنساق الغير المنعكسة:

يتألف هذا النسق عادة من علامات مسننة واعتباطية موكلة للتحدث عن عالم الأشياء عبر انتقالها من الدلالة على العلامة إلى الدلالة على عالم الأشياء : أي أنها تتحول من وضع العلامة الواصفة المنعكسة تع₁ (تع₁ مح₁) إلى تجاوز شق المحتوى (تع₁) ضمن علامة مجازية . وتنظم هذه الأنساق ضمن صيغة عامة: تع₁ (مح₁) إذ يمكن لهذه الصيغة أن تضبط الوضعية السيميائية الدقيقة لتلك العلامات المجازية ، من مثل تلك التي حددها ياكوبسون : فالرسم التكميبي مثلا بوصفه نسقا سيميائيا ، لا يعمل إلا على تحويل الموضوعات إلى سلسلة من المجازات الكلية ، وكذلك تأخذ التقنيات السيميائية (تقنية الإطار المكبر، المونتاج، الخ) وضع علامات مجازية صيغتها العامة : تع₁(مح₁).
ب. الأنساق المنعكسة:

يتألف هذا النسق من تلك العلامات المحاكية (anomatopéiques) التي يتوحد فيها التعبير بالمحتوى و يصعب ضمنها التمييز بينهما ، وتوصف عادة بضجيج اللغة ، علامات هذا النسق غير قابلة للمرادفة وتأتي تارة مسننة وأخرى غير مسننة لكونها معللة. وتنظم ضمن صيغة عامة تع₁(تع₁).

وتستطيع هذه الصيغة أن تضبط وضعية تلك الأنساق السيميائية التي تستند على علامات حسية في جوهرها من مثل العلامات الشمية والعلامات الذوقية وكل العلامات المحاكية فمثل هذه العلامات

لم تحظ بالدراسة السيميائية، ويشكك البعض في إمكانية إدراجها ضمن الأنساق التواصلية المعتادة اللسانية أو البصرية فقط لكونها غير قابلة للوصف وتعريفها يخرج عن متناول اللغة. لكن المتأمل في تلك المنتجات العطرية مثلا، يلقي أن تلك الأسماء أو العلامات التي اختيرت لها لا تمثل في واقع الأمر سوى محتويات - شمية تأخذ وضع شكل تعبيرى منعكس: تع₁ (تع₁).

2. السيميائية الإيحائية:

تحدد سيميائية الإيحاء في الوقت الذي يتخذ فيه مستوى التعبير وضعاً سيميائياً: أي في الوضع الذي يتحول فيه مستوى التعبير إلى علامة تحقق الشرط السيميائي للتعين¹⁴، وبعبارة أخرى فإن سيميائية الإيحاء تحول كل نسق أولي (تع مح) إلى مستوى تعبيرى بسيط ضمن نسق ثان (تع مح) مح، صيغة تنقل النسق الأول من وضعيته التعيينية إلى درجة إيحائية يحقق ضمنها مستوى التعبير المبدأ السيميائي. فالعلامة تنشأ للوهلة الأولى بوصفها موضوعاً استعمالياً إذ يكتسب هذا الموضوع انطلاقاً من المجتمع غايات دلالية تراكم ضمن مستويات لغوية متباينة تتخذ العلامة الأولية قاعدة لها، فمثلاً يحتاج التوظيف المتراد (خدمة الدفاع) للمعطف الريشي بوصفه علامة إلى لغة من الدرجة الثانية ليستطيع أن يحقق عبرها وجوده الإيحائي، ويتم ذلك عبر إعادة تمثيل العلامة نفسها بوصفها تعبيراً و ذلك حتى تتوافق مع المؤسسة الدلالية الجديدة (الرفاهية). فالعلامة الإيحائية هي بمثابة قناع حقيقي يتولى إخفاء الحقيقة الدلالية للعلامة. و بدورها تنقسم السيميائية الإيحائية إلى أنساق منعكسة و أخرى غير منعكسة:¹⁵

أ. الأنساق الغير المنعكسة:

ينبغي تمييز الصيغة العامة للعلامة الإيحائية ضمن مجال السيميائية الإيحائية وذلك بحسب الطبيعة السيميائية أو اللسانية التي يحددها التعبير، فإذا كان التصور السيميائي العام يحدد العلامة الإيحائية بوصفها ذلك التعبير الذي يتخذ المحتوى التعييني جزءاً منه: تع مح (مح)، فإنها تأخذ ضمن التصور اللساني وضع ذلك التعبير المتعلق بالمحتوى التعييني من جهة، والإيحائي من جهة أخرى: تع₁ (تع₁ مح س)، إذ ينتسب هذا الأخير تارة إلى عالم الأشياء من مثل محتوى القوة للأسد، وأخرى إلى عالم اللغة- وهو الذي يهمننا- فيأخذ وضع علامة قائمة بذاتها (مح س = تع₂ مح₂) ضمن صيغة عامة تأخذ ضمنها العلامة الإيحائية وضعاً واصفاً: تع₁ [مح₁ (تع₂ مح₂)] فتدل حضورياً وبالغياب على محتواها الإيحائي.. و يبرز هذا النوع من الإيحاء بجلاء ضمن "النسق البلاغي" الذي حدده رولان بارت للموضبة:¹⁶

3- الإيحاء.

2- التعيين: اللغة الواصفة

1 - النسق الواقعي.

ب. الأنساق المنعكسة:

يتحدد الإيحاء المنعكس ضمن الصيغة العامة للإيحاء تع₁ (مح₁ مح_س) حيث يتخذ المحتوى الإيحائي (مح_س) وضع علامة تع₁ (مح₁) ضمن صيغة عامة تع₁ [مح₁ (تع₁ مح₁)] وتستطيع تمفصلات هذه الصيغة أن تحدد وبدقة الوضع السيميائي لصيغ مقول القول بين حالات التقديم تع₁ [مح₁ (تع₁ مح₁)] و التأخير تع₁ (تع₁ مح₁)، وأن تستوعب كل المقاطع المنعكسة للعلامات المحاكية تع₁ [تع₁ (تع₁ مح₁)]، و الواصفة تع₁ [تع_س مح_س (تع₁ مح₁)] كقولنا: /التشاكل مثلما سماه غريماس/، ويمكنها أن تمتد إلى تلك الإيحاءات المنعكسة التي تأخذ وضع استعارات كلامية كقولنا: /الأفكار الخضراء تنام غاضبة مثلما قال تشومسكي/ فمثل هذه الجملة تتحدد بوصفها مقطعا منعكسا لإيحاء منعكس ضمن الصيغة تع₁ [تع₁ مح₁ (تع₁ مح₁)] وبشكل عاك فإن سيميائية الإيحاء المنعكس تخص بالتحديد كل التعابير و الصيغ اللغوية التي تستمد مرجعيتها من المعرفة بعالم اللغة لا بعالم الأشياء كأسماء الأعلام، عناوين الآثار الإبداعية ، الخ. أين يوجه القصد فيها إلى التعبير ، فأسماء الأعلام لا تعين علاماتها الخاصة ولا تصفها بل توحى إليها: تع₁ [؟ (تع₁)]، وكذلك هي عناوين الآثار الإبداعية فهي تأخذ وضع إيحاء منعكس صيغته العامة: تع₁ [تع_س مح_س (تع₁)] .

وتكمن أهمية هذا التصور للإيحاء المنعكس في إمكانية تحديد الوضع السيميائي لظاهرة التناص، ذلك أن القيمة الدلالية لألية التناص تتجلى أساسا عبر فعل إيحائي متبادل بين النصين المتناصين فالنص الأول يوحى إلى النص الثاني و عبر تحميله بقيم دلالية إضافية ، بينما يوحى النص الثاني إلى النص الأول عبر التذكير به. ومهما تكن طبيعة العلاقات التناصية المتعددة فإن العلاقة التي ندركها بين بعض عناصر النصين تؤلف دالا للإيحاء ، بينما تأخذ تلك القيم الدلالية المحولة (من التمظهر إلى التضمين): انطلاقا من تغاير وضعية النصين، وضع مدلول للإيحاء، حيث يأخذ كل من دال الإيحاء: ومدلوله صورة منعكسة ضمن وضع التناص تع₁ [مح₁ (تع₁ مح₁)] . وقد لاحظت ك. كيربرايت-أوريثيوني على غرار ميشال أريفي، أن مفهوم الإيحاء – المنعكس الذي حددته دوفوف يمكنه أن يمتد إلى تلك التمظهرات الغير لسانية، وأن يحتل أنساقا سيميائية متباينة: كالرسم، و الموسيقى، و حتى السينما، الخ¹⁷. وبالفعل يستطيع هذا التصور أن يحل عديد الإشكالات المرتبطة بتداخل العلامات أو النصوص ضمن مجال الأنساق السيميائية التي تقوم دلالتها أساسا على استراتيجية تناصية كالإشهار مثلا، حيث يسهم تحديد تخوم النصوص المتداخلة في فضح الألية الدلالية لصورة التناص.

3. السيميائية الواصفة:

قد يحدث أن يتخذ مستوى المحتوى وضعا سيميائيا ضمن الإطار الذي يتحول فيه إلى علامة تحقق الشرط السيميائي في التعيين، فالسيميائية الواصفة تعمل على مضاعفة المستوى التعبيري للنسق التعييني ضمن لغة واصفة تتخذه صعيدا للمحتوى ، حيث تتولى ضمنها السيميائية الكبرى

معالجة السيميائية الصغرى تع (تع مح) ¹⁸ وتنقسم السيميائية الواصفة إلى أنساق منعكسة وأخرى غير منعكسة: ¹⁹

أ. الأنساق الغير المنعكسة:

لسانيا ، يتألف هذا النسق من كلمات لسانية – واصفة تدل على قسم من الكلمات وتأخذ وضع مفردات شمولية archilexèmes . وهي تأخذ في الغالب وضع خطاب حول اللغة تع ₁ (تع س مح س) أو حول اللغة الواصفة تع ₁ [تع ₁ (تع س مح س)]. وتستطيع هذه الصيغة أن تشمل بالتحديد تلك العلامات المضاعفة بعلامات أيقونية عامة، فصورة الإشارة المرورية مثلا، تتخذ وضعاً سيميائياً تع ₁ (تع س مح س) مغايراً تلك الإشارة المرورية الواقعية تع س (مح س)، فإذا ما حولنا هذه الصورة إلى رسم تبسيطي (كاريكاتوري) لانتقلنا إلى وضع واصف مضاعف تع ₁ [تع س (تع س مح س)].

ويندرج ضمن هذه الأنساق صورة الأسطورة تتخذ وضع لغة واصفة لكونها لغة تتحدث عن

لغة ، إذ تتحول ضمنها كل علامة من النسق الأولى إلى دال بسيط ضمن مستوى النسق الثاني (مستوى الاسطورة) ، فالمصارعة الحرة تأخذ وضع علامة أسطورية في الوقت الذي تبدوا فيه واصفة للمصارعة الإغريقية بسياقاتها (الفرجة، العرض، الألم، العراك، الصراخ القوة، صخب الجمهور، الخ)، حيث تتحدد آليتها الدلالية ضمن العلاقة التماثلية المعللة التي تحول علامة المصارعة إلى دال بسيط ضمن مستوى الأسطورة ²⁰.

ب. الأنساق المنعكسة:

و تمثل مجموع الأنساق التي تأخذ ضمنها العلامات صيغة عامة تع ₁ (تع ₁ مح ₁)، إذ تستطيع

هذه الأنساق أن تنقل تلك العلامات المنعكسة من وضع وحدات غير مسننة على صعيد الكلمات المنعكسة إلى وضع علامات مسننة على صعيد الجمل، أين تأخذ العلامات المنعكسة وضعاً سيميائياً أكثر ملائمة من مثل تلك الكلمات الغامضة: تع ₁ (تع ₁؟)، و الصور البيانية تع ₁ (تع ₁)، وكذلك العلامات المحاكية وحتى أسماء الأعلام ، ذلك أن الكلمات المنعكسة لا تكثرت بالسنن فهي في غالب معللة ، ولا حتى بشكل التمدل الذي استعملت له، وهي في الوقت نفسه غير قابلة للمرادفة أو أن ترد إلى لغة أخرى.

إذ يمكن للسيميائيات العامة ضمن هذا الإطار أن تشمل بالتحديد حالات الأيقون المنحل:

بوصفه علامة تنشأ عن الوضع المضاعف للأيقون الأصلي (أيقون أصلي x أيقون أصلي= أيقون منحل)، فصورة تمثال أفلاطون مثلا ، تأخذ في الحقيقة وضعاً سيميائياً واصفا انطلاقاً من النسق المنعكس لوضع التمثال، وكذلك يعتمد الفن التشكيلي على أشكال غريبة و غامضة تأخذ وضعها السيميائي بوصفها أنساقاً دالة ضمن صيغة يحددها الوضع الواصف تع ₁ (تع ₁؟): فالشكل أو اللون لا يجد دلالته إلا إذا جسد ضمن تمثيل حسي (لوحة، النموض الحاصل عن كثرة التفاصيل المدركة عبر عملية تجريدية تنقلها إلى وضع لغة واصفة تع ₁ [تع ₁ (تع ₁ مح ₁)])، وينطبق الأمر نفسه على تلك الأصوات

المحاكية إذا ما سجلت على شريط سمعي مثلا، إذ أنها تأخذ ضمن هذا الأخير وضع لغة واصفة تع¹ (تع¹ تع¹) وتقريبا من الوضع الأولي لهذه العلامة. تتولى اللغة الواصفة ضمن هذا الإطار فتح مكنون العلاقة الاعتباطية الغامضة بين التعبير والمحتوى، إذ تسعى إلى بلوغ نواة العلامة (الوظيفة السيميائية) لاستكشاف الحقيقة الدلالية لعلاقة التعبير بالمحتوى، ويتم ذلك في صورة نشاط يسعى لخلق مستوى تعبيرى يتوافق مع المحتوى الجاهز الذي تحدده العلامة الأولية.

تستطيع السيميائية الواصفة أن تعالج السيميائية العلمية فتأخذ وضع سيميائية علمية واصفة، مثلما تستطيع معالجة الغير علمية فتأخذ وضع سيميائية غير علمية واصفة وهو حال السيميائيات *lasémiologie* التي حددها سوسير، حيث تتحدد السيميائيات الواصفة *métasémiologie* بوصفها سيميائية علمية واصفة تتخذ السيميائيات موضوعا لها²¹.

3. السيميائيات الواصفة: (*métasémiologie*):

إنه إذا ما سلمنا بأن السيميائيات تسعى إلى وصف كل ما هو سيميائي (أي كل سيميائية) داخل اللسان: لا تختلف بهذا عن اللسانيات التي تصف اللسان بالعودة إليه في الوصف، فإننا سنجد السيميائيات – الواصفة تدور في حلقة تكرارية- في وصفها لسيميائية السيميائيات (السيميائية- الموضوع)- لتلك المعطيات التي انتهت إليها السيميائيات، وذلك لأنها مطالبة بتحقيق التطابق الكلي أو الجزئي مع السيميائية- الموضوع إن الفرق هنا يكمن حسب يامسليف في حصريّة موضوع السيميائيات – الواصفة في مقابل ميعان موضوع السيميائيات، وهو الأمر الذي يرهن سلامة الترتيب السيميائي الذي حددها سلفا، إذ لا مجال لأي ارتقاء سيميائي – واصف في ظل غياب حدود الموضوع الموصوف: أو في ظل وصف سابق للموضوع نفسه²².

فإذا ما أبنا إلى تلك المحاولات و/ أو التنظيرات السيميائية التي أفرزتها جهود رولان بارت) الموضفة، الأسطورة، الأثاث، الطعام، السيارات، الخ) لألفيناها، حسب تصور يامسليف، لا تخرج عن حدود السيميائيات، حتى وإن اشتغلت في كل هذه الأنساق الدالة على نسق الأنساق، وحتى وإن قدمت وصفا "عبر-لسانيا *translinguistique* تتداخل فيه اللغة – الواصفة مع الإيحاء إنها تمثل لسانيات من الدرجة الثانية تهتم باللغة- الواصفة كما بالإيحاء: وبشكل عام ببناء أسنن أو بإعادة بنائها انطلاقا من اللغة²³، فهي بذلك أقرب إلى الوصفية من أن تكون واصفة، ومن جهة أخرى فإن بارت لا يقر بإمكانية تراتب اللغات الواصفة إلا في وجود موضوع واقعي مشترك بينها يؤلف أساس الوصف الذي تقدمه، حيث يترتب على السيميائيات – الواصفة ان تتولى اختيار شق متميز من تلك المواضيع التي يطرحها الموضوع الواقعي، ومثل هذه الاختيارات تحددها السيرورة التاريخية لتلك العلوم الإنسانية التي تتخذ السيميائيات موضوعا لها: فرضا، بوصفها تعاقبية من اللغات – الواصفة²⁴. يتحدد موضوع السيميائيات كغيره من العلوم الإنسانية ضمن طرق وأساليب معرفة وإدراك الواقعة المادية حيث تسعى وجهات النظر المحددة ضمنها: أي تلك الوظائف أو الغايات العملية)

اللسان ، الدلالة، التواصل، التداول، الخ) إلى الملائمة المعرفية لتلك الطريقة أو الأسلوب في إدراك الواقعة المادية، فهي بذلك لا تدرس الموضوع ذاته بقدر ما تهتم بأسلوب وطريقة إدراكه ومعرفته من هنا تبدو وجهات النظر فيها مائعة وغير محددة، فالفونولوجيا مثلا لا تدرس الأصوات ولكنها تدرس تلك الفونيمات التي تؤلف طريقة أو أسلوبا في إدراك ومعرفة الأصوات²⁵. إن طرق وأساليب إدراك ومعرفة الوقائع المادية بوصفها موضوعا للعلوم الإنسانية عامة و السيميائيات خاصة ، تفترض في الوقت نفسه طرقا وأساليب خاصة في إدراك ومعرفة وقائع أخرى فهي بذلك دالة (significative) بانتظامها من جهة، وقابلة للمدلة (la sémantisation) من جهة أخرى²⁶. وهو ما يعني أن قابليتها للمدلة يوهم في كثير من الأحيان ، المعرفة نفسها بكونها لغة- واصفة.

حتى لا تقع السيميائيات – الواصفة في حلقة تكرارية للوصف الذي تقدمه السيميائيات ، فإنه ينبغي عليها أن تهتم بتلك التغيرات المحتملة للنسق الدال وكل ما يجعل منه نسقا خاصا: فهي بذلك لغة للكائن والممكن، وليس عليها البتة أن تخوض في وصف تلك القضايا التي تندرج في نظرية السيميائيات ، بل ينبغي أن تتولى إخضاع محتوى العلامات الدنيا للسيميائيات إلى تحليل علائقي يتناسب مع نفس تلك القواعد التحليلية للنصوص ، بالارتفاع عن المستوى الشكلي للسيميائيات إلى مستوى الجوهر ، مهمتها في ذلك أن تقدم تحليلا تاما . ويفترض تغيير وجهة النظر هذه – الإنتقال من السيميائية الموضوع إلى السيميائية الواصفة- بالنسبة للسيميائيات الواصفة استحداث أدوات جديدة لدفع عجلة التحليل المستنفذ من قبل السيميائيات إلى الأمام وذلك بتطبيق مناهج السيميائيات نفسها²⁷.

إن للسيميائيات – الواصفة كامل القدرة على استعاب موضوعات السيميائية التعيينية و السيميائية الإيحائية ، ففي اللسان يمكن لها أن تعالج مواضيع الصوتيات والدلالات بوصفها سيميائية تعيينية ، ومواضيع اللسانيات الاجتماعية و اللسانيات الخارجية (التي حددها سوسير) بوصفها سيميائية إيحائية فتشمل بذلك مختلف معاني المحتوى (الجغرافية، التاريخية السياسية، الدينية، الخ) بهذا المعنى فإن علوما من مثل الاجتماعيات ، الإيثولوجيا و علم النفس ستجد نفسها مطالبة بالاهتمام في بناء سيميائيات واصفة²⁸.

الإحالات:

- 1 - J.J Kartz, la philosophie du langage , trad,J Gzio,Paris, éd Payot,1971,PP,35-36.
- 2 - J,Bouverse ,la parole Malheureuse, de l'alchimie linguistique à la grammaire philosophique, Paris, éd, Minuit,1971 ;PP 162-163.
- 3 - J,Rey- Debove, le Métalangage, étude linguistique du discours sur le langage , Paris ,éd Armand Colin,1997,p20.

- L,Hjelmslev, Prolégomènes à une théorie du langage ,trad , U, Canger ,suivie de ,la structure - 4
fondamentale du langage ,tard A-M, Léonard,Paris, éd, Minuit ,PP183-184.
- R,Jakobson, Essais de linguistique générale , les fondements du langage, tard et préf N,Rewet, - 6
Paris,éd, Minuit,1963,PP,217-218.
- D Bougnoux ,les sciences du langage et de la communication ,in ,Epistémologie des sciences - 7
sociales (sous la dir.J-M Berthelot),Paris, éd, P.U.F.,1^{er} éd ,2001,P ,168.
- J.Lyons, Eléments de sémantique , trad J.Durant, Paris éd,Larousse,1978,PP,16-17. - 8
J.Rey-Debove, le métalangage ,PP,84-87. - 9
- J,Rey Debove , la réflexivité et le blocage du sens , in ,A,Rey, théories du signe et du sens, II, - 10
Paris ,éd,Klincksieck,1976,P,226.
Idem.- 11
Hjelmslev, Op, Cit,PP,139-144.- 12
Voir J,Rey- Debove, la réflexivité et le blocage du sens .- 13
L.Hjelmslev,Op. Cit,P,150.- 14
Voir,J,Rey-Debove, la réflexivité et le blocage du sens.- 15
R.Barthes , L'aventure sémiotique, Paris,éd.Seuil,1973,P,79.- 16
C.Cerbat-Orecchioni,la connotation ,Lyon,éd.P.U.F.,3éd,1977,P ,129.- 17
L,Hjelmslev,Op,Cit,P,150.- 18
Voir J,Rey ,-Debove,la réflexion et le blocage du sens.- 19
R. Barthes, Mythologies,Paris,éd seuil,1957,PP,299-200.- 20
L.Hjelmslev,Op,Cit p,151.- 21
Idem,P,152.- 22
L.Porcher,introduction à une sémiotique des images ,sur quelque exemple d'images - 23
publicitaires,éd.Marcel didier, Paris,1976,PP.12-13.
R.Barthes,L'aventure sémiologique, PP,79-80.- 24
L,J, Prieto, Pertinence et pratique , essais de sémiologie, paris ,éd, Minuit, 1975,PP.155-156.- 25
Idem.,P.147.- 26
L.Hjelmslev,Op.Cit,pp.152-155.- 27
Idem.,PP.156-157.- 28

التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في الجزائر

الدكتور: مصطفى سحاري

جامعة المدية، الجزائر

مقدمة:

يعد المؤتمر الدولي المخصص للبيئة والتنمية، والمنعقد بريودي جانيرو في البرازيل خلال الفترة الممتدة من الثالث إلى الرابع عشر من شهر جوان حزيران عام 1992، من أهم النشاطات الدولية التي تم التأكيد خلالها على ضرورة اعتماد استراتيجيات وطنية للتنمية المستدامة، والجزائر من بين الدول 172 التي شاركت ووافقت على توصيات هذا المؤتمر، ومنذ ذلك الحين أصبحت التنمية المستدامة تحتل مكانة بارزة في سياساتها واستراتيجياتها وخططها وبرامجها الإنمائية. في ظل هذا، كان لابد على وسائل الإعلام الوطنية الجزائرية بمختلف أنواعها وأصنافها وأطيافها أن تولي الموضوع أهمية بالغة من خلال متابعتها لمختلف البرامج والمشاريع المتعلقة بالتنمية، لتعريف الجماهير بها وإبراز إيجابياتها وسلبياتها عبر التقارير اليومية والريبورتاجات والتحقيقات الجادة. ومن بين هذه الوسائل نجد الصحافة المكتوبة، خاصة الصحافة الخاصة منها التي تتوفر على هامش من الحرية في الطرح والمعالجة، على عكس الصحافة العمومية التي تبقى مجرد منبر لمدح كل مبادرات الحكومة ومشاريعها. ومن أهم الصحف تأثيرا في الرأي العام في الجزائر نجد صحيفة الخبر التي تحتل مكانة بارزة في أوساط المجتمع الجزائري نظرا لقوة الطرح الذي تتمتع به، فضلا عن الاحترافية والمصداقية اللتان تتمتعان بهما في تغطيتها لمختلف القضايا الوطنية، ولعل من بين القضايا التي أولتها الصحيفة عبر نسخها الالكترونية أهمية بالغة قضايا التنمية المستدامة التي خصصت لها حيزا هاما أثناء تغطيتها ومتابعتها، ويشرف عليها صحفيون يتمتعون بقدر عال من الكفاءة والاحترافية كل حسب مجاله وتخصصه.

I. الإطار المنهجي للبحث

1/ الإشكالية

لم يكن التطور الإعلامي المذهل الذي حصل في السنوات القليلة الماضية وليد الصدفة، بل أملت به بعض العوامل الموضوعية والذاتية التي أدت إلى تقدم المجتمعات الإنسانية، ومع هذا التطور تعاضمت أدوار وسائل الإعلام والاتصال، وخاصة في مجال تحقيق التفاعل السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتنمية الإحساس بالتوافق الاجتماعي، وتحديد القواسم المشتركة في أي مجتمع، كقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها.

ويعتمد ذلك على كيفية حسن استخدام هذه الوسائل وإدارتها إدارة جيدة في مواضيع ذات أهمية خاصة، كموضوع التنمية المستدامة مثلا، والتي تعد نوعاً خاصاً من التغيير الاجتماعي من خلال إحداثها تحولات واسعة وكبرى في بنية المجتمع، وإدخالها أفكاراً جديدة لرفع مستوى المعيشة، والحق بركب التطور والتقدم استناداً إلى إدارة متميزة، واستخدام وسائل إنتاج أكثر عصرية، وتنظيم اجتماعي متطور. والجزائر من بين الدول التي أدركت أهمية التنمية المستدامة بمعناها الشامل، خاصة بعد صدور تقارير الأمم المتحدة الإنمائية، حيث كان المقصود بالتنمية سابقا النمو الاقتصادي، ليتحول التركيز فيما بعد من النمو الاقتصادي إلى التنمية البشرية والتنمية المستدامة، بمعنى الانتقال من الرأسمال البشري إلى الرأسمال الاجتماعي، وصولاً إلى التنمية الإنسانية ببعدها الشامل، أي الترابط بكل مستويات النشاط السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والبيئي، وهذا بالاستناد إلى نهج متكامل يعتمد على مبدأ المشاركة والتخطيط طويل الأمد في حقول التعليم والتربية والثقافة والإسكان والصحة والبيئة وغيرها، ويتوخى قدراً كبيراً من العدالة والمساءلة والشرعية والتمثيل.

في خضم كل هذا كان لابد من حضور إعلامي دائم في كل مشروع تنموي تطرحه السلطة السياسية في الجزائر، باعتبار أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً وأساسياً في التعريف بكل المشروعات التنموية، وإبراز إيجابياتها وسلباتها وانعكاساتها وتداعياتها على المجتمع ككل.

ولعل من بين وسائل الإعلام التي أولت لمشاريع التنمية في الجزائر أهمية قصوى، نجد الصحافة المكتوبة، خاصة الصحافة الخاصة منها، من خلال متابعتها وتغطيتها لمختلف المشاريع التنموية عبر تقاريرها وتحقيقاتها الدورية لتعريف الرأي العام المحلي والوطني بهذه المشاريع، وإبراز محاسنها ومساوئها، وعليه كيف تغطي الصحافة الجزائرية قضايا التنمية المستدامة؟ وما هي حدود المعلومات التي تقدمها للرأي العام الجزائري؟ وهل تفي بمسؤوليتها الاجتماعية في كشف الحقائق؟ 2/ نوع الدراسة ومنهج البحث: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، التي هدفها الحصول على الحقائق المتعلقة بالجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع المدروس، والتعرف على الظاهرة بطريقة مفصلة ودقيقة، إذ تقوم البحوث الوصفية عادة على تحليل الحقائق تحليلاً دقيقاً، كما تتميز بكونها تدرس الوقت الحاضر، أي تتناول مواضيع موجودة فعلاً وقت إجراء الدراسة، وهذا ما ينطبق على موضوع التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة في الجزائر، كما أن هذا النوع من البحوث لا يتوقف فقط عند جمع البيانات وتفسيرها وعرضها، واستخلاص النتائج والدلالات التي تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها⁽¹⁾.

ويعرف "هويتني Whitney" البحث الوصفي بأنه ذلك "البحث الذي يتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الأشخاص، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع"⁽²⁾، فهو أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن

ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة زمنية معينة من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

هذا، ويعتبر المسح من المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية التي تعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، حيث واستخدمه الباحث من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة لمعرفة خصائص التغطية الصحفية لقضايا التنمية المستدامة، معتمداً في ذلك على مسح المضمون من خلال تحليل مضمون عينة من المواد الصحفية لجريدة الخبر من خلال نسخها الإلكترونية، حيث يستخدم مسح تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر للاتصال وصفا موضوعياً، ومنظماً، وكما بغرض تحديد أسس الموضوعات والبرامج التي تقدمها وسائل الاتصال⁽³⁾، ولأجل تجنب المسح الشامل الذي يتطلب وقتاً أطول وجهداً مضاعفاً، اختار الباحث منهج المسح بالعينة كمنهج يتناسب وأهداف الدراسة من أجل جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالموضوع محل الدراسة.

3/ أدوات جمع البيانات: تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى، لا سيما وأنّ عملية تحليل محتوى الاتصال تستهدف عزل خصائص وسمات المحتوى عن بعضها، ليتمكن وصفها بوضوح واكتشاف العلاقة بينها وبين بعضها البعض، أو بينها وبين عناصر أخرى ترتبط بها، مثل أسباب ودوافع وأهداف ما قيل أو ما كتب ومعرفة شخصية المصدر أو سمات الجمهور⁽⁴⁾، وفي هذا الشأن صمم الباحث استمارة تحليل المحتوى بهدف تحليل مضمون النسخة الإلكترونية لصحيفة الخبر الجزائرية.

4/ مجتمع البحث وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع البحث في جميع المفردات التي يدرسها الباحث سواء كانت جمهوراً أو مواداً إعلامية، وعلى هذا الأساس لابد من التعرف على ما يحتويه مجتمع البحث من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً، لأنه أساس نجاح اختيار العينة فيما بعد⁽⁵⁾، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في المواد الصحفية التي تتعلق بقضايا التنمية المستدامة التي نشرت في جريدة الخبر الجزائري، والتي تعد من أكبر الصحف وأكثرها مقروئية واحترافية، واختار الباحث هذه الصحيفة كونها ذات تأثير، حيث قام بأخذ عينة من أعداد الصحيفة بطريقة عشوائية، أخذاً من كل أسبوع عدداً، حتى يكون أقرب إلى التمثيل، وبعيدا عن التحيز، وهنا تم تحديد الفاتح من جانفي 2015 إلى غاية 31 مارس 2016، أي 15 أسبوعاً، وبذلك بلغ عدد الموضوعات 33 موضوعاً ضمن أعداد الصحيفة الخمسة عشر.

أولاً/ مفهوم التنمية المستدامة

قبل التطرق لمفهوم التنمية المستدامة، لابد من تعريف التنمية، فالتنمية هي تحقيق زيادة سريعة تراكمية ودائمة عبر فترة من الزمن في الانتاج والخدمات، نتيجة استخدام الجهود العلمية لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية منها والخاصة، وتنمية المجتمعات المتخلفة تعني نقلها من مستوى إلى مستوى أفضل، ومن نمط تقليدي إلى نمط متقدم كما ونوعاً.

هذا وقد عرفت الأمم المتحدة التنمية بعدة تعريفات، لعل أبرزها الذي يعرفها بأنها تدعيم الجهود ذات الأهمية للمجتمع المحلي بالخطط الحكومية، وذلك لتحسين الحالة الاقتصادية والاجتماعية والحضارية لهذا المجتمع، على أن تكون خطط الإصلاح لهذه المجتمعات متماشية ومتكاملة مع خطط الإصلاح العامة للدولة⁽⁶⁾.

ونظرا لحدثة وعمومية مفهوم التنمية المستدامة ، فقد تنوعت معانيه في مختلف المجالات العلمية والعملية، لأن البعض يتعامل مع هذا المفهوم كرؤية أخلاقية، والبعض الآخر كنموذج تنموي جديد، بينما يرى آخرون أن المفهوم عبارة عن فكرة عصرية للدول الغنية، الأمر الذي أضفى على المفهوم نوعا من الغموض، فبالرغم من أن المفهوم واسع التداول، ولكنه في نفس الوقت متعدد المعاني، وهذا راجع إلى تعدد التعريفات واختلاف معانيها، حيث حصر التقرير الصادر عن معهد الموارد العلمية عشرين تعريفاً واسع التداول ، قسمت إلى أربع مجموعات، اقتصادية واجتماعية وبيئية وتكنولوجية.

تركز التعريفات الاقتصادية على الإدارة المثلى للموارد الطبيعية، وذلك بالحصول على الحد الأقصى من منافع التنمية الاقتصادية، شريطة المحافظة على خدمات الموارد الطبيعية ونوعتها، وعلى الصعيد الاجتماعي، تعني السعي من أجل استقرار النمو السكاني ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية، وعلى صعيد البيئة، تعني حماية الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل للأرض الزراعية والموارد المائية، وأخيرا الجانب التكنولوجي، فتعني نقل المجتمع إلى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم التكنولوجيا الصديقة للبيئة⁽⁷⁾.

ومن بين التعريفات التي قدمت للتنمية المستدامة نجد تعريف إدوارد باربي Edward Barbier الذي يرى بأنها النشاط الذي يؤدي إلى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية أكبر قدر ممكن، مع الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة وبأقل قدر ممكن من الأضرار والإساءة إلى البيئة، فهي من هذا المنطلق تختلف عن التنمية، في كونها أكثر تعقيدا وتداخلا فيما هو اقتصادي واجتماعي وبيئي⁽⁸⁾.

وعرفها تقرير بروتلاند عام 1987 بأنها عملية التنمية التي تلي احتياجات الحاضر، دون تعريض قدرة أجيال المقبلة على تلبية حاجاتهم للخطر⁽⁹⁾، كما عرفها بأنها عملية التفاعل بين ثلاثة أنظمة، نظام حيوي، ونظام اقتصادي، ونظام اجتماعي.

وعرفت اللجنة العالمية للتنمية المستدامة، التنمية المستدامة على أنها التنمية التي تفي

احتياجات الحاضر دون المجازفة بموارد أجيال المستقبل.

لكن تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2002 تناول التنمية المستدامة من زاوية التمكين السياسي، واعتبر أن التنمية المستدامة هي تنمية ديمقراطية تهدف إلى بناء نظام اجتماعي عادل ورفع القدرات البشرية عبر زيادة المشاركة الفاعلة والفعالة للمواطنين وتمكين الفئات المهمشة، وتوسيع

خيارات المواطنين وإمكاناتهم المرتبطة ارتباطاً محورياً بالقدرات والفرص المتاحة التي تتضمن الحرية بمعناها الواسع، واكتساب المعرفة وتمكين الإطار المؤسسي⁽¹⁰⁾.

واقع التنمية المستدامة في الجزائر

في مجال البيئة، تعد مهمة حماية البيئة والمحيط بصفة عامة، مهمة أفراد ومؤسسات المجتمع، حكومية أو غير حكومية، ولا يتأتى ذلك إلا بتكريس مبادئ التنمية المستدامة، فالجميع معني بقضية حماية البيئة، وهنا يتجلى دور المؤسسات الاقتصادية في التعاون مع باقي الأطراف، كون هذه الأخيرة مسؤولة مسؤولية كبرى عن بعض الآثار الجانبية التي تخلفها العملية الاقتصادية على البيئة. وبعد الانفتاح الاقتصادي في أواخر الثمانينات وبداية التسعينات، وضعت الجزائر آليات مؤسسية وقانونية ومالية لضمان إدماج البيئة والتنمية في عملية اتخاذ القرار، على غرار كتابة الدولة للبيئة، والمجلس الأعلى للبيئة والتنمية المستدامة، وهو جهاز للتشاور متعدد القطاعات يرأسه رئيس الحكومة، والمجلس الاقتصادي والاجتماعي الوطني، بل أكثر من ذلك خصصت وزارة كاملة سميت بوزارة البيئة والإقليم ترأسها السيد شريف رحمانى آنذاك.

أما على الصعيد الإنساني والاجتماعي فقد أنجزت الجزائر العديد من الأعمال المهمة في إطار مجهودات التنمية والتي تدخل ضمن تطبيق جدول أعمال القرن الواحد والعشرين، هذه الأعمال أعطت نتائج جديرة بالاهتمام في العديد من الميادين، منها على الخصوص محاربة الفقر، والحماية والارتقاء بالوقاية الصحية وتحسين الظروف المعيشية للمواطن الجزائري بتوفير السكن الاجتماعي، ومجانية التعليم والصحة، والإدماج في عملية اتخاذ القرار المتعلقة بالبيئة، وقد سجلت مع ذلك معوقات كبيرة منها صعوبات تمويلية ومشاكل ذات صلة بالتمكين من التكنولوجيا وغياب أنظمة الإعلام الناجعة، عرقلت نوعاً ما مجهودات الجزائر في مجال تطبيق جدول أعمال القرن الواحد والعشرين⁽¹¹⁾.

وعلى هذا الأساس شرّعت الجزائر العديد من القوانين وأصدرت المراسيم، التي من شأنها الحد من التجاوزات الخطيرة لبعض المؤسسات الاقتصادية، ومن بين هذه الاجراءات نجد الرسم على النشاطات الملوثة للبيئة، وذلك ابتداء من قانون المالية لسنة 1992 م، الذي أسس رسماً سنوياً يتراوح ما بين 3.000 دج إلى 30.000 دج على النشاطات الملوثة أو الخطيرة على البيئة، والتي تزاو لها المؤسسات، ويكون مبلغ الرسم الواجب تحصيله من طرف الإدارة الضريبية المحلية (قباضة الضرائب للولاية) مساوياً لحاصل المعدل الأساسي ومعامل مضاعف يتراوح من واحد إلى ستة عن كل نشاط من النشاطات الخطيرة أو الملوثة، حيث يحدد المعامل من طرف التنظيم حسب طبيعة وأهمية تلك الأنشطة.

وفي قانون المالية لسنة 2000، تم تعديل المادة المتعلقة بتأسيس الرسم على الأنشطة الملوثة أو الخطيرة على البيئة، وقد تمثل التعديل في إحداث تغييرين، الأول يتعلق برفع المبلغ السنوي للرسم،

والثاني يتعلق بفرض مبلغ رسم (معدل) لكل صنف من أصناف المؤسسة الخاضعة للترخيص، حيث أن هذه الأخيرة ترتب حسب درجة الأخطار أو المساوي التي تنجم عن نشاطها.

إلى جانب فرض إتاة المحافظة على جودة المياه، حيث جاء قانون المالية لسنة 1996 ليؤسس إتاة على جودة المياه والتي تجبى لحساب الصندوق الوطني للتسيير المتكامل للموارد المائية، تحصل لدى مؤسسات إنتاج المياه وتوزيعها، أو لدى دواوين المساحات المسقية، وبصفة عامة لدى المؤسسات العامة أو الخاصة التي تمتلك أو تستغل آبارا أو تنقيبات، وتوجه هذه الأتوى لضمان مشاركة المنظمات المذكورة في برامج حماية جودة المياه والحفاظ عليها.

أما فيما يخص خطر الرصاص على الصحة العامة، تسعى السلطات العمومية مؤخرا إلى تعميم استعمال البززين الخالي من الرصاص على اعتبار أنه غير ملوث بالمقارنة مع أنواع الوقود الأخرى، بالإضافة إلى محاولة تخفيض سعره كسياسة تحفيزية.

وفي المقابل فرض قانون المالية لسنة 2000 الرسم على الوقود المحتوي على الرصاص، سواء كان بزين عادي أو ممتاز، بحيث حدد بـ 1 دج لكل لتر، يحصل لحساب التخصيص الخاص بالصندوق الوطني للطرق والسريعة، والصندوق الوطني للبيئة وإزالة التلوث وذلك مناصفة (أي 50% لكل صندوق)⁽¹²⁾.

وفي هذا الصدد أصدرت الجزائر قانون تهيئة الإقليم الجزائري في 2001 الذي بموجبه انطلقت وزارة تهيئة الإقليم والبيئة في إحصاء وطني شامل لكل النفايات الخاصة، من خلال تنظيم ورشات عمل لتدريب أشخاص من القطاعات المنتجة لهذا النوع من النفايات للقيام بعملية الإحصاء وفق منهجية مدروسة وبالفعل، شهدت سبع ولايات في البلاد، هي الجزائر، سكيكدة، غرداية، تلمسان، المسيلة، باتنة، تنظيم ورشات دامت كل واحدة منها يومين تحت إشراف خبراء دوليين، وشملت المهندسين المكلفين بملف النفايات الخاصة على مستوى المفتشيات الولائية للبيئة، وكذلك المسؤولين داخل المنظمات التي تفرز النفايات الخاصة وقد تضمن جدول أعمال الورشات الوضعية الحالية لتسيير النفايات الخاصة في الجزائر، والتسهيلات التي يقدمها القانون الجديد، وكذلك وضع مخطط لتنسيق العمل بين مختلف الجهات.

أما في المجال السياحي صادق المجلس الشعبي الوطني في 2003 على مشروعين قانونيين يتعلقان بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع والمواقع السياحية، وقد أخذت التعديلات المقترحة على المشروع بعين الاعتبار ضرورة الارتقاء بقطاع السياحة إلى مصاف القطاعات المدرة للثروة وتسييره عقلانيا.

وتمحورت التعديلات حول ضرورة وضع حد للفوضى وعدم الانسجام السائدين في التنمية السياحية الذين تعرفهما المؤسسات السياحية الوطنية عن طريق تبني أسلوب جديد في تسيير هذه المؤسسات يضمن الاستمرارية في العمل، ويعتمد على تثمين الثروات الطبيعية والثقافية والحضارية

المتاحة، كما بادرت وزارة المالية في إطار البرنامج الموجه لدعم النمو وتهيئة الإقليم بتخصيص 36.5 مليار دينار غلafa ماليا لدعم التنمية المستدامة من خلال إنجاز مشاريع هامة على غرار، مشروع حماية الساحل ومشروع حماية التنوع البيولوجي، ومشاريع خاصة بتوفير الماء الشروب، فضلا عن عمليات تحسين المحيط الحضري، وغيرها من المشاريع الأخرى.

ثانيا/ تحديات التنمية المستدامة في الجزائر: هناك عدة تحديات للتنمية المستدامة في الجزائر نذكر منها

1/ ضعف معدل النمو الاقتصادي⁽¹³⁾: يعتبر النمو الاقتصادي أهم المؤشرات في التحليل الاقتصادي لأي دولة، والذي يتعلق بارتفاع مستمر للإنتاج والمدخيل و ثروات الأمة، وهذا بالاعتماد على الناتج الداخلي الخام كأداة لقياس النمو.

ومن المعروف أن الجزائر بعد نيلها للاستقلال السياسي في الخامس جويلية 1962 تبنت النموذج الاشتراكي القائم على التخطيط المركزي، والاعتماد على سياسة التصنيع على حساب القطاع الزراعي الذي انخفضت مساهمته في الناتج الداخلي الخام، أضف إلى ذلك اعتماد برامج التصنيع على المدخيل البترولية، لذلك فإن الاقتصاد الجزائري مرتبط ارتباطا وثيقا بتقلبات أسعار البترول في الأسواق العالمية، فقد بينت الازمة الاقتصادية وانخفاض أسعار البترول عام 1986 هشاشة الاقتصاد الوطني، حيث ترتب على ذلك زيادة حدة التضخم وارتفاع حجم البطالة وارتفاع المديونية الخارجية ونقص العملات الأجنبية، وانخفاض معدلات النمو حتى أصبحت معدلات سالبة في الفترة 1994/1986، الأمر الذي أجبر الجزائر على تطبيق اصلاحات اقتصادية أفرزت ما يلي:

أ/ تطهير المؤسسات العمومية ومنحها الاستقلالية وإخضاعها للقانون التجاري.

ب/ طرح قانون جديد للاستثمار عام 1988 أكثر انفتاحا على القطاع الخاص.

ج/ تحرير الأسعار وجعلها تعتمد على قواعد السوق بدل تدعيمها.

د/ تشجيع المؤسسات على التصدير.

ورغم هذه الاجراءات فقد انخفضت معدلات النمو بشكل رهيب حتى وصلت إلى 1.2% سنة 1998، لتعاود الارتفاع بداية من عام 1999.

وفي عام 2001 تم اعتماد برنامج الانعاش الاقتصادي الذي خصص له غلاف مالي قدره 525 مليار دينار قصد تحفيز النمو، وترقية الاستثمار وتهيئة البنية التحتية للاقتصاد الوطني، وتحفيز الاستثمار الاجنبي المباشر، وبفضل هذا البرنامج الذي امتد إلى عام 2004، وبفضل هذا البرنامج حققت الجزائر نموا في معدلات النمو، حيث ارتفع من 2.1% سنة 2001 إلى 6.2% عام 2003، لكنه سرعان ما عاود الاتخفاظ بداية من عام 2004 إلى أن وصل إلى أدنى مستوى عام 2006، وبداية من عام 2010 بقي معدل النمو في الجزائر محافظا على نفس المستويات تقريبا، إذ تراوح المعدل ما بين 3.3% إلى 3.8% عام 2016.

الجدول رقم 01 يوضح معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر (14)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013
معدل النمو	%0.2	%2.5	%4.1	%6.8	%5.2	%5.1	%2.0	%3.0	%2.4	%2.4	%3.3	%3.3	%2.3

2/ ظاهرة البطالة: بعد الازمة الاقتصادية سنة 1986 بدأت مشكلة البطالة في الجزائر تطفو على السطح حتى بلغت ذروتها سنة 1988، الأمر الذي أدى إلى انفجار اجتماعي عرف تاريخيا بأحداث أكتوبر 88، ولتهدئة الأوضاع اتخذت الجزائر عدة إجراءات لمحاربة البطالة ودعم التشغيل وذلك من خلال عدة أجهزة يمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين هما⁽¹⁵⁾:

أ/ النشاطات التابعة للشبكة الاجتماعية والتشغيل التضامني، والتي تضم الأشغال ذات المنفعة العامة وعقود ما قبل التشغيل، والتأمين على البطالة وغيرها.

ب/ الإجراءات الخاصة بالاستثمار من خلال ترقية الاستثمار والمحافظة على الشغل عن طريق القرض المصغر والمؤسسات الصغيرة، وإعانة المؤسسات التي تواجه صعوبات.

هذه الإجراءات سمحت بتقليص حجم البطالة في الجزائر، فعلى سبيل المثال كان حجم البطالة سنة 2004 يقدر بـ 17.7% انخفض عام 2007 إلى 13.8% ليصل إلى 11.2% عام 2015 حسب إحصاءات المكتب الدولي للعمل⁽¹⁶⁾، ليعاود في الارتفاع مع بداية العام 2017، حيث وصلت نسبة البطالة في الجزائر في الربع الأول من نفس السنة إلى 12.3% حسب الديوان الوطني للإحصاء .

الجدول رقم 02 يوضح معدلات البطالة في الجزائر من 2004 إلى 2016 (17)

السنة	200	200	200	200	200	200	200	201	201	201	20	201	201
معدل البطالة	4	5	6	7	8	9	0	1	12	13	4	5	6
	%	%	%	%	%	%	%	%	0	%	%	%	%

ورغم انخفاض معدلات البطالة، إلا أن هذه المستويات تبقى مقلقة نظرا لعدة اعتبارات نذكر منها⁽¹⁸⁾:

أولاً/ مناصب العمل التي تم فتحها منذ عام 2004 معظمها مؤقتة في إطار ما يسمى بعقود ما قبل التشغيل.

ثانياً/ هيمنة قطاع التجارة والخدمات والإدارة على حساب قطاع الصناعة والفلاحة والسياحة، حيث بلغت النسبة في قطاع الفلاحة 13.5% وفي الصناعة 12% فقط.

ثالثاً/ ضعف مستوى تأهيل اليد العاملة، إذ أن الأغلبية المطلقة من طالبي العمل في الجزائر غير مؤهلة.

3/ تفاقم ظاهرة الفقر⁽¹⁹⁾: الفقر هو أبرز المشاكل الاجتماعية التي هددت وتهدد استقرار الجزائر، ولعل تنفيذ الإصلاحات الاقتصادية في الثمانينات وبرنامج التعديل الهيكلي في التسعينات، ساهمت بشكل مباشر في تفاقم الظاهرة، وتدهور الحالة المعيشية للفئات الضعيفة في ظل التحول من الاقتصاد الاشتراكي إلى نظام اقتصاد سوق تضبطه قوانين المنافسة، والذي زاد الطين بلة اعتماد إجراءات تصفية المؤسسات المفلسة، الأمر الذي أدى إلى الاستغناء كلية عن العمالة، وإقرار الخصخصة التي تسعى إلى رفع درجة الكفاءة الاقتصادية للمؤسسات وإهمال الاعتبارات الاجتماعية، بمعنى تحقيق أرباح أكبر بأقل التكاليف.

في ظل هذه الوضعية بلغت نسب الفقر في الجزائر مستويات قياسية، حيث بلغت سنة 1995 بفعل سياسات التعديل الهيكلي 25.2% وفي سنة 1999 بلغت 23.3% ثم نزلت إلى 16.6% عام 2005، ليصل إلى أدنى مستوى خلال سنتي 2012 و 2013 حسب الديوان الوطني للإحصاء.

الجدول رقم 03 يوضح معدل الفقر في الجزائر منذ 1995 إلى 2013

السنة	1995	1999	2000	2004	2005	2008	200	201	201	2013
معدل الفقر	25.2%	23.3%	23.0%	18.1%	16.6%	11.1%	9.8%	6.2%	5.5%	5.03%

4/ مشكلة التوسع العمراني على حساب الأراضي الزراعية: هناك مساحات هائلة يتم تحويلها إلى مباني، مع فقدان كميات كبيرة من الغابات بفعل الحرائق، كما تقلص نصيب الفرد من الأراضي الزراعية، من 1.1 هكتار في عام 1962 م إلى 0.35 هكتار في عام 1980، ويتوقع أن يقل عن 0.15 هكتار مع منتصف القرن الحالي⁽²⁰⁾.

5/ التلوث البيئي: ارتبطت إشكالية التلوث البيئي في الجزائر بالسياسات التنموية الاقتصادية والاجتماعية المنتهجة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، هذه السياسات أهملت الاعتبارات البيئية في مخططاتها التنموية، ومع تحول الجزائر إلى اقتصاد السوق بداية تسعينات القرن الماضي، بدأت الحكومة تدرك أهمية البيئة، لكن هذا لم يمنع من تفاقم حدة التلوث البيئي في الجزائر، وهذا راجع إلى الأسباب التالية⁽²¹⁾:

أ/ إهمال القضايا البيئية في البرامج التنموية

ب/ وجود صناعة قائمة على الاستغلال المكثف للطاقة

ج/ ضعف برامج التطهير واستغلال مياه الصرف

د/ سوء استغلال موارد الطاقة

هـ/ النمو الديمغرافي المتزايد وضعف طرق جمع وتسيير النفايات بمختلف أصنافها

و/ سوء التهيئة العمرانية المنجزة
6/ تلوث المياه: ⁽²²⁾ يجمع علماء البيئة على المستوى العالمي أن الألفية الثالثة هي ألفية الذهب الأبيض (الماء الصالح للشرب)، هذا نظرا لتوقع نقص في عرض هذا الأخير مقابل الزيادة في الطلب العالمي عليه، ومن أهم عوامل تلوث المياه قصور خدمات الصرف الصحي و التخلص من مخلفاته، التخلص من مخلفات الصناعة بدون معالجتها، وإن عولجت فيتم ذلك بشكل جزئي، وتسرب المواد الكيميائية والمبيدات الحشرية في الأرض وتلويث المياه الجوفية . وتبين دراسة حديثة قامت بها الوكالة الوطنية للموارد المائية في الجزائر، عن نوعية المياه المستهلكة أن 40 % منها ذات نوعية جيدة، و 45 % ذات نوعية مرضية بينما 15 % ذات نوعية رديئة.
وفيما يخص الحد من مشكل نقص المياه على مستوى الجزائر العاصمة وبعض المدن الساحلية الكبرى، لجأت الحكومة إلى إنشاء محطات تحلية مياه البحر والتي كلفت حوالي 25 مليون دولار أمريكي، تصل قدرتها إلى 200 ألف متر مكعب يوميا.

7/ تلوث الهواء: تشكل السيارات خاصة القديمة منها أهم ملوث للبيئة في المدن الكبرى، ففي الجزائر هناك نسبة عالية من السيارات المفترض إبعادها عن الاستعمال، إضافة إلى الحجم الهائل للنفايات الطبية التي يتم حرقها بطريقة غير سليمة وغير صحية لتقليل التكلفة والتهرب من دفع الضرائب، و يقدر حجمها بحوالي 124 ألف طن سنويا، منها 22 طن فضلات متعفنة شديدة الخطورة على الصحة، و 29 ألف طن فضلات سامة.

نتائج الدراسة التحليلية

الجدول رقم 4 يوضح توظيف الصورة في المواد الصحفية للصحيفة

النسبة	التكرار	الشكل
15.1%	05	من دون صورة
24.3%	08	صورة واحدة
60.6%	20	أكثر من صورة
100%	33	المجموع

من خلال الإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه يتبين أن أغلبية المواد الصحفية التي وردت في النسخة الإلكترونية لصحيفة الخبر في تناولها قضايا التنمية المستدامة وظفت أكثر من صورة، وهذا بنسبة 60.6% من المواد الصحفية محل التحليل، بينما المواد التي وظفت صورة واحدة بلغت نسبتها 24.3%، في حين بلغت نسبة المواد التي لم توظف أي صورة 15.1%.
ويتحكم في توظيف الصور في المواد الصحفية لأي صحيفة عدة عوامل منها طبيعة القضية محل المعالجة والنوع الصحفي الذي يعالج هذه القضية، فمثلا كثيرا ما توظف الصور في الريبورتاج

والتحقيق والتقرير، وهذا لإعطاء مصداقية أكثر للمواضيع، فضلا عن أنها أبلغ في الدلالة والتعبير عن الواقع، وهناك قضايا أخرى وأنواع صحفية أخرى كالخبر مثلا لا تحتاج إلى توفر صور، حيث تكتفي فيها الصحفية فقط بإعطاء معلومات حول الموضوع المعالج، وهذا ما يجزنا الاعتراف بأن توظيف الصور في الصحافة الجزائرية يتوقف على النوع الصحفي الذي من خلاله يتم تناول قضايا التنمية المستدامة وطبيعة المواضيع المعالجة، ودرجة حساسيتها وإمكانية توفر صور تدعم الموضوع المعالج. والصحيفة عند توظيفها للصور خاصة في التحقيقات والريبورتاجات، وكأنها تريد تمرير رسالة للقارئ والمسؤول على حد سواء، مفادها أن المعلومات التي نطرحها حقيقية ولا مجال للشك فيها، وهي بذلك تفي بمسؤولياتها تجاه القارئ في إيضاح الرؤية له بخصوص مشاريع وبرامج الحكومة الإنمائية، والملاحظة البارزة التي اكتشفناها من خلال تحليل محتويات الصحيفة فيما يتعلق بالصورة هي أن الصور تستخدم أكثر في القضايا الحساسة والهامة بالنسبة للرأي العام خاصة في مجال البيئة وكل ما يهدد صحة المواطن الجزائري.

الجدول رقم 05 يوضح الأنواع الصحفية المستخدمة

النوع الصحفي	التكرار	النسبة
الريبورتاج	03	9.1 %
التحقيق	1	03.1 %
التقرير	20	60.6 %
الخبر	09	27.2 %
المجموع	33	100 %

تبين الإحصاءات في الجدول أعلاه أن التقرير هو أكثر الأنواع الصحفية استخداما في الصحيفة خلال تغطيتها قضايا التنمية المستدامة في الجزائر، في حين أن التحقيق هو الأقل استخداما في هذه الصحيفة. وعليه فقد وظفت الصحيفة التقرير في تغطيتها لقضايا التنمية المستدامة بنسبة 60.6%، وحل الخبر في المرتبة الثانية بنسبة 27.2%، ثم الريبورتاج بنسبة 9.1%، وأخيرا التحقيق بنسبة 03.1% لا أكثر. ويعود ارتفاع نسبة استخدام التقرير والخبر في تغطية صحيفة الخبر لقضايا التنمية المستدامة إلى عدة عوامل منها صعوبة الوصول إلى مصادر معلومات معلنة في التحقيق وعليه الصحيفة تتعامل مع هذه النقطة بحساسية خوفا من المساءلات القضائية، لأن تجربة الصحيفة مع هذه النقطة مريرة خلال السنوات الأخيرة خاصة في تسعينيات القرن الماضي وبداية الألفية الجديدة، إضافة إلى كون

التقرير والخبرهما أكثر المواد الصحفية سهولة من ناحية الإعداد وإيصال المعلومة في حينها، وهو ما يؤكد دائما مسئولو هذه الصحيفة بأن الخبر هي صحيفة معلومات لا صحيفة رأي.

الجدول رقم 06 يوضح طبيعة المواضيع المتداولة

النسبة	التكرار	طبيعة الموضوع
25%	09	اجتماعي
22.2%	08	سياسي
33.3%	12	اقتصادي
11.2%	04	بيئي
8.3%	03	سياحي
100%	36	المجموع

تعد قضايا التنمية المستدامة ذات الطابعين الاقتصادي والاجتماعي أكثر أنواع القضايا المعالجة من قبل الصحيفة وذلك بنسبة 33.3% للجانب الاقتصادي و 25% للجانب الاجتماعي، بينما القضايا البيئية والسياحية هي الأقل معالجة، فالقضايا البيئية لم تحض بنسبة معالجة سوى 11.2%، والقضايا السياحية بنسبة 8.3% لا أكثر، فيما كان نصيب القضايا السياسية نسبة قدرها 22.2%. والملاحظة البارزة هو أن هناك خلل كبير في فهم التنمية المستدامة في الصحافة الجزائرية عموما، لأن هذه الصجافة دائما ما تربط التنمية المستدامة بالجوانب الاقتصادية والسياسة والاجتماعية، متجاهلة الأبعاد الأخرى للتنمية المستدامة، كالبعد البيئي واستخدام التكنولوجيا الحديثة الصديقة للبيئة، وربطها بأهداف المجتمع والترويج للسياحة المحلية على اعتبار الجزائر بلد سياحي بامتياز، الأمر الذي يؤهل السياحة لأن تكون عنصر مهم جدا في الاقتصاد الوطني ومورد هام للمداخيل المالية.

ولكن للأسف الشديد أن الصحيفة تقوم في كثير من الأحيان بتغطية فقط النشاطات الرسمية للشخصيات السياسية والاقتصادية أثناء خرجاتهم الميدانية وحديثهم عن التنمية المستدامة في الجزائر، ورغم أن الصحيفة تستعمل أسلوب النقد في تعامل الرسميين مع قضايا التنمية المستدامة، إلا أن نوع التغطية يبقى بعيدا عن الطموحات، خاصة إذا علمنا ان صحيفة الخبر تعد الصحيفة رقم واحد في الجزائر من ناحية الاحترافية والمهنية وإن لم نبالغ من ناحية المصداقية.

الجدول رقم 07 يبين فئة الفاعل

النسبة	التكرار	الفاعل
67.5%	25	الشخصيات السياسية

والاقتصادية		
المؤسسات الاقتصادية	07	18.9%
المنظمات	02	5.4%
أخرى	03	8.2%
المجموع	37	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أغلب الأحداث والقضايا التي عالجتها الصحيفة خلال فترة الدراسة كانت الشخصيات هي الفاعل والمحرك الأساسي فيها، سواء كانت هذه الشخصيات سياسية أو اقتصادية وذلك بنسبة 67.5%، ونسبة 18.9% كان الفاعل فيها مؤسسات اقتصادية، أما نسبة 8.2% من القضايا المعالجة فكان الفاعل فيها عناصر عامة أو غير محدد، بينما كانت نسبة المنظمات خاصة منظمات المجتمع المدني قليلة جدا حيث لم تتعد حدود 5.4% فقط.

ويعد الفاعل عنصرا هاما وأساسيا في القضايا التي تعالجها الصحافة كونه يكشف عن صانع الحدث والمحرك الأساسي له، وهو مصدر الغموض الذي يخفي الحقائق والمعلومات حول مختلف القضايا، وكلما كان الفاعل صاحب قوة ونفوذ كلما صعب على الصحفي الوصول إلى الحقيقة كاملة، خاصة أثناء قيامه بتحقيقات أو ريبورتاجات حول تهديد المؤسسات الصناعية للبيئة في الجزائر واستغلال الأراضي الزراعية في التوسع العمراني والصناعي، وغيرها من القضايا التي تبقى عصية على الصحفيين الجزائريين للوصول إلى حقائق حولها.

والملاحظة البارزة في تغطية صحيفة الخبر بعد تحليلنا للمواضيع المعالجة، وجدنا أن الصحيفة تعالج القضايا الحساسة باحترافية عالية، خاصة إذا تعلق الأمر بالقضايا الحساسة، مثل قضية استغلال الغاز الصخري في عين صالح بتمنراست، وتهديده للجانب البيئي والصحي في المنطقة، لأن الصحفي في تناوله للموضوع وتحليله له يستعين بخبراء أكفاء في هذا المجال لإيضاح الرؤية للقراء، أولا حول إيجابيات المشروع من الناحية الاقتصادية والمالية، دون نسيان مخاطر هذا الاستغلال على الصحة والبيئة في المنطقة، وعليه فالصحفي لا يتكلم عن هذه القضايا من وجهة نظره الخاصة، وإنما من وجهة نظر الخبراء والمختصين، وهكذا هو الشأن مع باقي القضايا الحساسة، فضلا عن أنها تفسح المجال دائما للرأي والرأي الآخر، وهذا ما نلمسه دائما في تقارير وريبورتاجات وتحقيقات الصحيفة، الأمر الذي أكسبها مكانة خاصة عند قرائها في الجزائر.

الجدول رقم يوضح 08 اتجاه الصحيفة نحو القضايا المعالجة

الاتجاه	التكرار	التكرار
إيجابي	11	33.3%
سلبي	19	57.6%

محاييد	03	% 9.1
المجموع	33	%100

توضح الإحصاءات في الجدول أعلاه أن الصحيفة تعالج أغلب القضايا معالجة سلبية وذلك بنسبة 57.6% خاصة القضايا التي تضر بالبيئة والمحيط والجانب الإنساني والاجتماعي، حتى ولو كانت هذه المشاريع تعود على الدولة الجزائرية بالفائدة، ومن وجهة نظر الصحيفة فإن الجانب الإنساني والبيئي والصحي أولى من الموارد المالية، لأن هذه الأمور إن تعرضت للتهديد تكون نتائجها وخيمة على بناء الدولة، فمثلا من ناحية الجانب الصحي في الجزائر فإن موارد مالية ضخمة تصرف جراء التلوث الصناعي والمنزلي (النفايات الصناعية والمنزلية) نتيجة انتشار الأمراض الخطيرة والمستعصية في اوساط الساكنة القريبة من هذه المراكز، وهو ما يكلف خزينة الدولة امولا باهظة، فمثلا فاتورة استيراد الأدوية خلال عام 2014 بلغت 2.07 مليار دولار، وقدرت مصالحي الجمارك الجزائرية فاتورة استيراد الأدوية بأكثر من 450.6 مليون دولار خلال الثلاثي الاول من العام الجاري مقابل 318.08 مليون دولار خلال الفترة ذاتها من العام الماضي، اي بزيادة قدرت نسبتها 41.67 بالمائة، وأغلب هذه الادوية موجهة لأمراض ناجمة عن التلوث البيئي والمحيط.

وبالعودة إلى نفس الاحصاءات فإن هناك قضايا اخرى تعاطت معها الصحيفة بايجابية، وهذا ما توضحه النسبة المحصل عليها والمقدرة بـ 33.3%، وهي نسبة لا بأس بها، وهو ما يعني أن الصحيفة فعلا تعمل باحتراف ومهنية عالية، فالقضايا التي تعود بالفائدة على الدولة المجتمع الجزائري تشجعها الصحيفة وتعمل على الترويج لها من خلال كتاباتها بذكر ايجابيات هذه المشاريع كالقضايا التي تهتم بالبيئة وتحسين الجانب المعيشي للمواطن الجزائري، وتنمية الساحة المحلية والترويج لها وغيرها من القضايا الأخرى، فيما فضلت الصحيفة في قضايا اخرى ان تقف موقف الحياد، ربما لعدم اتضاح الرؤية أكثر لها بشأنها أو أسباب أخرى نجملها، حيث بلغت النسبة هنا 9.1%.

نتائج الدراسة

أولا/ صحيفة الخبر توظف الخبر والتقرير أكثر من الانواع الصحفية الأخرى في تغطيتها لقضايا التنمية في الجزائر، وهذا أمر يعاب على الصحيفة لأن التحقيق والتحقيق الاستقصائي جد مهم في مثل هذه القضايا من أجل تنوير الرأي العام، وهو الأقدر على الإحاطة والإلمام بالموضوع من كل جوانبه. ثانيا/ الصحيفة تركز في تغطيتها لقضايا التنمية المستدامة في الجزائر على المواضيع الاقتصادية، وكأن التنمية المستدامة تنحصر في الجانب الاقتصادي فقط، بالرغم من أن كثير من المشاريع الاقتصادية في جانبها الصناعي هي المهديد الأول والرئيس للبيئة والإنسان، وهو محوران هامان في فلسفة التنمية المستدامة، وكثيرا ما يتم التركيز عليهما في المؤتمرات الدولية والوطنية حول التنمية المستدامة.

ثالثا/ تؤكد نتائج التحليل أن الشخصيات السياسية والاقتصادية هي الفاعل الأبرز في قضايا التنمية المستدامة، والصحيفة في تحليلها لمختلف المواضيع كثيرا ما تركز عليهما، بينما هناك فاعلين آخرين كان بإمكان الصحيفة التركيز عليهم، تم تجاهلهم خاصة المنظمات الحقوقية ومنظمات المجتمع المدني وغيرهم.

رابعا/ الصحيفة تعاطت مع أغلب المواضيع خاصة المتعلقة بالنشاط الحكومي، واتخذت منها موقفا سلبيا، بينما وقفت موقفا إيجابيا مع مواضيع أخرى مثل تلك المواضيع التي تتحدث عن وقوف المجتمع المدني ضد الاعتداءات اليومية من قبل الصناعيين على البيئة والمحيط، وهذا يحسب لصالح الصحيفة من خلال إيفائها بمسؤولياتها تجاه الرأي العام الجزائري في الدفاع عن مصالحه، والوقوف ضد كل المخاطر التي تهدد المجتمع الجزائري والأجيال القادمة.

خامسا/ عالجت صحيفة الخبر القضايا المطروحة معالجة سلبية، خاصة تلك القضايا التي تقوض البيئة وتهدد سلامة وصحة المجتمع، حيث تعتبر الصحيفة أن المشاريع التي تعود بالفائدة على المجتمع والدولة الجزائرية، ولكنها تشكل خطرا على البيئة والمحيط لا تدخل ضمن إطار مشاريع التنمية المستدامة، لأن التنمية المستدامة تعني بالضرورة الحفاظ على هذه المقومات الأساسية وهي البيئة والمحيط وصحة الإنسان.

الخاتمة: يمكن القول ان هناك محاولات من الصحافة الجزائرية عامة، وصحيفة الخبر على وجه الخصوص لتغطية قضايا التنمية المستدامة في الجزائر بكل مهنية واحترافية، ولكنها تبقى دون مستوى الطموحات، نظرا لعدم توفر الظروف الملائمة للعمل الصحفي، خاصة إذا علمنا أن حجم التغطية ونوعها يتحكم فيه الجانب السياسي والقانوني أكثر من الجانب المهني.

ورغم ذلك، فإن صحيفة الخبر استطاعت أن تفي بمسؤولياتها تجاه المواطن الجزائري، ولو بنسبة قليلة من خلال توفير المعلومات اللازمة حول مختلف القضايا، وتفسير الغامض والمهم منها، لأجل تنوير الرأي العام بها، ومن ثمة اتخاذ الإجراء المناسب بشأنها، وهذا ما لمسناه خلال تغطيتها لأزمة الغاز الصخري خلال عام 2015 على سبيل المثال لا الحصر.

هوامش الدراسة:

¹ محمد نوال عمر، مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1986، ص 110.

² منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 106.

³ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 89.

⁴ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص 06.

- ⁵ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 172.
- ⁶ عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، (الأسس النظرية والنماذج التطبيقية)، دار الفكر العربي، ط5، القاهرة، 2008، ص.09
- ⁷ عبد القادر عوينان، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة سعد دحلب، البليدة، ماي 2008، ص.26.
- ⁸ أسيا قاسمي، التنمية المستدامة بين الجق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، ورقة مقدمة للملتقى الدولي الثاني حول السياسات والتجارب التنموية بالمجال العربي والمتوسطي، تونس، 26 و27 أفريل 2012، ص.05
- ⁹ F. Douglas Muschett, **an integrated approach to sustainable development**, in Douglas Muschett and others book: principles sustainable development, ST lucie press, florida, 1997, p 07.
- ¹⁰ حسن كريم، مفهوم الحكم الصالح، في كتاب اسماعيل الشطي وآخرون، الفساد والحكم الصالح في البلاد العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004، ص 97.¹¹ حرفوش سهام وآخرون، الإطار النظري للتنمية الشاملة المستدامة ومؤشرات قياسها، ورقة بحث مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، 07-08 أفريل 2008، جامعة سطيف، الجزائر.
- ¹² أسيا قاسمي، مرجع سبق ذكره، ص.11.
- ¹³ مراد ناصر، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، مجلة تواصل، العدد 26، جوان 2010، ص.141
- ¹⁴ نقلا عن الديوان الوطني للإحصاءات عبر الرابط التالي: www.ons.dz.statistiques Algérie , comptes économiques .
- ¹⁵ مراد ناصر، مرجع سبق ذكره، ص 144.
- ¹⁶ نقلا عن موقع الديوان الوطني للإحصاء عبر الرابط التالي: www.ons.dz.statistiques,emploi et 2015
- ¹⁷ نقلا عن موقع الديوان الوطني للإحصاء عبر الرابط التالي: www.ons.dz.statistiques,emploi et chômage
- ¹⁸ مراد ناصر، مرجع سبق ذكره، ص 146.
- ¹⁹ المرجع نفسه ص 147.
- ²⁰ أسيا قاسمي، مرجع سبق ذكره، ص.15.
- ²¹ نقلا عن مراد ناصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 150، 151.
- ²² كربالي بغداد وحمامي محمد، إستراتيجيات والسياسات التنمية المستدامة في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية بالجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 45، شتاء 2010، ص 12.

الإشهار في الصّحف الجزائرية بين شَحّ المداخل و أزمة الابتكار -اليوميّات الوطنيّة أنموذجاً-

د.محمد حمادي

جامعة مستغانم

مقدمة

امتدت الأزمة الاقتصادية الناجمة عن تهاوي أسعار النفط في السوق العالمية منذ صيف 2014 إلى مجال الإعلام في الجزائر، وأصابت في المقام الأول الإشهار خاصة العمومي، الذي يعدّ مورداً مالياً أساسياً للمؤسسات الإعلامية، تغطي به مختلف نفقاتها من أجور صحفيين ومراسلين وتقنيين وسائر أعضاء هيئة التحرير، وتكاليف تأجير المقار، ودفع فواتير الكهرباء والهاتف والانترنت، ومختلف الأعباء التي يفرضها النشاط في ميدان الصحافة.

في الجزائر يتلون المشهد الإعلامي بعدد المنابر الإعلامية من صحف ومجلات وقنوات تلفزيونية وإذاعية ومواقع إخبارية، تسعى كل واحدة لإيجاد مكانة لها في ساحة إعلامية، باتت تعرف تنافساً "حاداً" لأجل استقطاب قراء ومستمعين ومشاهدين، وكذا المعلنين الذين يمنحون مساحات إخبارية لهذه المنابر، إلا أنّ الملاحظ هو الوضع المالي الصّعب الذي تعيشه الصّحف نظراً لتراجع المساحات الإخبارية المحصلة أساساً من الوكالة الوطنية للنشر والإشهار.

لقد تقلّص الإشهار العمومي بشكل لافت في سنتي 2016 و 2017؛ حيث لم تعد الوكالة الوطنية للنشر بصفتها المسؤول المباشر عن تزويد الصحف بالمساحات الإخبارية تؤمّن هذه الخدمة، كون أنّ الأزمة المالية فرضت على جميع القطاعات العمومية إتباع سياسة تقشفية قوامها ترشيد النفقات وتحجيمها، ما أدى إلى تراجع مداخل كثير من العناوين الصحفية التي كانت تعتمد فقط على الأموال التي يدرّها الإشهار العمومي؛ وهو الوضع المالي الصّعب، الذي دفع بهذه المؤسسات الإعلامية إلى التوقف عن النشاط، بعدما عجزت عن صرف مرتبات العمال؛ من مراسلين وصحفيين ومصورين، فضلاً عن الديون المتراكمة على عاتقها لدى المطابع العمومية، التي عجزت عن تسديدها، حيث تشير الإحصائيات التي قدّمها وزير الاتصال جمال كعوان إلى توقف 60 جريدة ما بين يومية وأسبوعية عن الصدور، بفعل أزمة الإشهار العمومي.

إنّ البحث عن الإشهار بات "هاجساً" لكلّ مؤسسة إعلامية في الجزائر تريد إثراء مداخلها لتغطية مصاريفها من أجور العمال ومستحقات الكهرباء والهاتف والإنترنت وغيرها من الأعباء. وإذا كانت بعض الصّحف قد حجزت لنفسها مكاناً في الساحة الإعلامية ووصلت إلى أرقام قياسية في المقروئية والسّحب، مكّنتها من جلب معلنين خواص ضاعفوا من مساحاتها الإخبارية، فإنّ أخرى ما تزال تعيش على دعم الدولة ممثلاً في الوكالة الوطنية للنشر والإشهار باعتبارها مؤسسة عمومية تحتكر الإشهار

العمومي وتتولى توزيعه على الجرائد العمومية والخاصة. وأمام تقلص دعم الدولة للصحف، فإن كثيراً منها أضحي مهدداً بالغلق نهائياً، وما ينتج عنه من فقدان الآلاف من العمال لوظائفهم، ما يؤدي إلى مضاعفة نسبة البطالة، في قطاع الإعلام الخاص، الذي كان يؤمن مناصب عمل لخريجي الجامعات، فضلاً عن تراجع المضامين الإعلامية التي تقدمها الصحف.

فإلى أي مدى يمكن أن يؤثر الإشهار على حرية التعبير عبر الصحف وعلى الأداء المهني للصحفيين؟ وهل يمكن تقديم مضامين إعلامية راقية في ظل انكماش مداخل العناوين الصحفية؟ هل الإشكال يكمن في شح المداخل أم في غياب الابتكار؟ ما هي البدائل التي يمكن الاستعانة بها لمواجهة أزمة الإشهار؟

حديث النهايات في مستقبل الصحف المطبوعة

مكمن الصعوبة في الأزمة المالية التي خنقت الجرائد هي العراقيل التي باتت تواجه المسؤولين عن التسويق ومختلف المعاملات التجارية؛ فيجدون أنفسهم أحياناً يتعاملون مع أنماط مختلفة من المعلنين، الذين يمتنعون عن الإعلان عن منتوجاتهم بالجرائد، ويتوجهون نحو وسائل أخرى أقل تكلفة، كالمصقات الإشهارية، رعاية الملتقيات والندوات العلمية، ومختلف النشاطات الاجتماعية؛ وهو ما يؤدي إلى فقدان الصحف مصادر تمويل مهمة.

هذا الوضع المالي الصعب ازداد حدة، في ظل توجه المعلنين نحو الفضاء الرقمي، الذي أصبح يعجّ بالمواقع الإعلامية الإلكترونية، التي تتوجه بمضامين صحفية إلى جمهور العالم الافتراضي. مثل هذه المواقع الافتراضية باتت هي الأخرى توفر خدمات تجارية عبر الإعلان عن خدمات ومنتجات؛ وهو ما جعل الكثير من الباحثين الغربيين، في مجال الإعلام يقدمون نظرة تشاؤمية عن مستقبل الصحف المطبوعة في السنوات المقبلة.

يقول الباحث الفرنسي Bernard Poulet: "إن الصحف المطبوعة مهددة بالزوال بسبب اكتساح وسائل الإعلام الإلكترونية"¹، هذا الطرح عززه أيضاً أحد المحللين الإعلاميين في الولايات المتحدة الأمريكية وهو Vin Crosbie الذي قال: "إن نصف اليوميات المطبوعة المقدرة بـ 1439 يومية في الولايات المتحدة، لن تكون موجودة في الساحة الإعلامية في نهاية العشرية المقبلة، سواء على الورق أو على مواقع الإنترنت بسبب الأوضاع المادية الصعبة التي تتخبط فيها الناجمة عن نقص المساحات الإشهارية"² حيث لم يبق من كلمة Newspaper سوى كلمة News في إشارة واضحة إلى مخاطر المحدقة بالصحافة الورقية، التي كشفتها الأرقام التي قدمتها جريدة The Economist، إذ تناولت في أكتوبر 2006 موضوعاً، تناول أزمة تراجع مقروئية الصحف وانخفاض مبيعاتها. ومثال ذلك تراجع أسهم مؤسسة نيويورك تايمز بنحو النصف خلال 4 سنوات. هذه الجريدة التي كانت تزن ما يقارب الأربعة كيلوغرامات جراء كثرة صفحاتها وملاحقها، انتقلت إلى الفضاء الرقمي عبر نسخة إلكترونية غير مكلفة ومريحة من ناحية مداخل الإشهار.

وفي الجزائر يرى وزير الاتصال جمال كعوان، أن أمثل حلّ لمواجهة أزمة الإشهار العمومي التي عصفت بكثير من الصحف الوطنية، هو التوجه إلى الفضاء الرقمي، والحرص على الحضور القوي عبر الشبكة العنكبوتية، عن طريق نسخ الكترونية ذات مضمون راق تجلب القراء والمعلنين على حدّ سواء. ويرى ذات الوزير، أنّ انتقال الصحافة الورقية إلى الفضاء الرقمي سيمكنها من مواجهة الأزمة المالية، التي خنقت عديد العناوين ودفعت ببعضها إلى التوقف نهائياً عن الصدور وتسريح عمالها. وبزّر الوزير طرحه هذا، بأنّ النسخ الالكترونية للجرائد التي تصدر عبر الانترنت، غير مكلفة مادياً مقارنة بالنسخة الورقية، التي تحتاج إلى وسائل ومعدات ومصاريق إضافية تنهك ميزانية الجرائد. كما دعا في الوقت ذاته إلى ترقية المضامين الإعلامية الموجهة للقارئ الافتراضي بغرض استقطابه وبالتالي جلب معلنين يقدمون مساحات إخبارية تمكّن من إثراء مداخل الصحف.³

ووفقاً لهذا الطرح، فإنّ الصحف الجزائرية وفي مقدمتها اليوميات الإخبارية الوطنية أمام تحدّ صعب؛ وهو التنافس على البقاء في مشهد إعلامي يعجّ بكثير من المنابر الإعلامية، التي تتنافس من أجل جلب قراء ومعلنين سواء عبر النسخ الورقية أو الالكترونية.

المداخل الفنية للخطاب الإشهاري وابتكار الأفكار الترويجية

لم يعد الخطاب الإشهاري مجرد إعلان عن منتج أو خدمة معينة عبر وسائل الإعلام، بل أضحت عملية منظّمة ومدروسة تستهدف الدفاعات الشعورية للمتلقّي، لتغيير سلوكياته وأذواقه واختياراته وحتى قيمه، مستخدمة كل المؤثرات، بما فيها العبارات الجميلة والمنمقة والصوّر والألوان الزاهية والموسيقى التي تستهدف عواطف الجمهور قبل مدركاته العقلية، لذلك ينبغي اختبار مدى نجاعة الإشهار الذي سيداع وتحديد مواطن التفاؤل المحتملة في نجاحه⁴. هدف الإشهار هو بيع كثير من الأشياء، لكثير من الناس، في غالب الأوقات من أجل الحصول على كثير من المال⁵. وهذا لا يتأتى إلا بإقناعهم بالرسالة التي يحملها عبر أربع مراحل متتالية: الوعي؛ بأن يعي الجمهور نوعية السلعة أو الخدمة وما تحمله من مزايا ثم فهم ميزاتها ثم الإقناع بالسلعة أو الخدمة ثم يأتي سلوك الشراء في النهاية.

الخطاب الإشهاري لابد أن يحمل مجموعة من القيم على غرار تشويق القارئ وإثارة انتباهه إلى السلعة أو الخدمة المراد التشهير بها، بأسلوب ينطوي على مخاطبة مشاعر المتلقّي لجعله يقبل على اقتناء المنتج أو طلب تلك الخدمة. تصميم الإشهار يلعب هو الآخر دوراً كبيراً في إثارة الانتباه نحوه، وكذا الشأن بالنسبة لصياغة العبارات الجميلة والمؤثرة، لذلك يجب أن يكون مصمم الإشهار ملماً بجميع المعلومات المتعلقة بالسلعة والخدمة وعلى علم بطبيعة الجمهور المستهدف، تركيبته الاجتماعية والنفسية ودوافعه ورغباته ومخاطبته باللغة التي يفهمها. أن تكون فكرة الإشهار بسيطة ومعبرة وسهلة التذكر وتعززها بأدلة وبراهين من أجل إقناع المتلقّي، وأحياناً يلجأ مصمم الإشهار إلى إدراج أفكار

غامضة، بشكل مقصود، وذلك لخلق نوع من الفضول لدى الجمهور، الذي يدخل في نقاشات لفك لغز هذا الإشهار أو ذلك.

من بين الصعوبات التي تواجه مصمّم الرسالة الإشهارية هو الهدف في حدّ ذاته من هذه الرسالة، الذي لا يكون فقط تحقيق الإثارة ولفت الانتباه نحو الإشهار، بل إقناع المتلقي بالفكرة التي تحملها الرسالة قبل إقناعه باقتناء المنتج. الرسالة الإشهارية تحتكم أيضا إلى مداخل فنية تتمثل في عمليات التصميم، التي تعتمد على المهارة وابتكار أفكار ترويجية وأساليب فنية في إخراج الرسالة⁶. كما أن الإشهار لا يبني فقط على الجانب الجمالي فقط، بل ينبغي أن يراعي المستويات الثقافية والتعليمية للجمهور وكذا أعمارهم وجنسهم؛ فالإشهار الموجه للطفل يختلف عن ذلك الموجه إلى الشاب اليافع أو الرجل المسن أو المرأة الماكثة بالبيت.

الإشهار و"المقالة" الصحفية

إنّ حرية التعبير والصحافة من الحقوق الجوهرية التي كفلتها المواثيق والقوانين العالمية للرفع من مستوى الوعي لدى المجتمعات الإنسانية وتمكينها من كافة المعلومات حول الأحداث والقضايا التي تشكل الصالح العام؛ فالصحافة هي بمثابة مرآة للرأي العام وأداة قوية للتعبير عن هذا الرأي، الذي تؤثر فيه وتتأثر به، حيث تقوده نحو مسائل حساسة أو تافهة عبر ما تنشره من أخبار وتقارير وتحقيقات وما تكتبه من تعليقات وأعمدة وافتتاحيات، رسوم كاريكاتورية، فبالإمكان أن يصنع رسم كاريكاتوري هزلي رأيا عاما إزاء قضية معينة.

وتعمل الصحف المشهود لها بالتأثير في الرأي العام وتغيير أفكاره تجاه القضايا الجوهرية، على توخي الدقة والصدق في تقديم المواد الإخبارية عن طريق نشر الأخبار صحيحة وكاملة؛ فالأخبار تعد بمثابة المحرك الرئيس للرأي العام، وبدونها لا يكون هناك وجود له، وكي تؤدي المواد الإخبارية الغاية المرجوة منها، تقوم الجرائد بتفسيرها من خلال تلك المقالات التحليلية التي يحررها خبراء وكتاب صحفيون، حيث يذهبون ما وراء الأحداث ويقفون على خلفياتها ويشرحون أسباب وقوعها.

إنّ الصحافة تمتلك قوة كبيرة مكنتها من أن تكون رقيب على أداء القطاعات الحكومية، وكذا القوى الفاعلة في المجتمع، حيث تقيمها وتنتقد نشاطاتها وتوفر المعلومات عنها للرأي العام. وتضطلع الصحف بجملة من الوظائف الهامة من بينها: تزويد القراء بالأخبار وتفسيرها، التسلية والتوجيه والإرشاد، بالإضافة إلى التثقيف والتسويق والإشهار... ويولي القارئون على الصحف أهمية كبيرة لمقالات الرأي على غرار الافتتاحية التي تعبر عن الاتجاه السياسي الذي تبناه، وكذا الأعمدة الصحفية التي تعالج القضايا الجوهرية بأسلوب تهكمي يحمل في طياته رسائل معينة، بالإضافة إلى المقالات التحليلية، حيث يستعان بهاته الأنواع الصحفية لمخاطبة القراء، لما لها من تأثيرات على نفسياتهم، ويختار لكتابتها أعم الأقسام الصحفية التي تملك القدرة على إقناع القراء واستثارة عواطفهم. وهناك بعض الجماهير التي يمكن إقناعها من خلال التأثير العاطفي عليها، حيث يكون الأثر النفسي عالي، وبالتالي يكون المتلقي أكثر

تهيئاً وقبولاً للأفكار التي تعرض عليه، ويعتبر التأثير العاطفي من أكثر الاستمالات التي يمكن الاعتماد عليها في إقناع ذوي الثقافة المحدودة، والبسطاء، والعامّة، في حين يصعب استخدام مثل هذه الإستراتيجية في حالة المثقفين ثقافة عالية⁷. وبالرغم من كل هذه الدوار التي تلعبها الصحافة، إلا أنّ بعض الممارسات في الميدان تبقى بعيدة عن كل هذا التوجه، كون بعض الدول باتت تضع قيوداً وتزرع عقبات أمام وسائل الإعلام، خاصة تلك المعارضة، التي تتناول القضايا الشائكة والأحداث الخطيرة بجرأة كبيرة؛ ومن بين هذه العراقيل "الإشهار العمومي"، الذي يعتبره كثير من ممثني الصحافة في الجزائر أنّه "سلاح" تستعمله الحكومة لكبح حرية التعبير وترويض الجرائد المعارضة.

يُعدّ الإشهار العمومي والمؤسساتي المسير عن طريق الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بمثابة مساعدة مالية تمنحها الدولة للصحف، التي تجني مداخيل معتبرة نظير نشرها لمساحات إخبارية، لفائدة هيئات رسمية على غرار الوزارات والمديريات والولايات والدوائر والبلديات، وكذا مختلف الشركات العمومية، التي تعلن عن المناقصات الوطنية والدولية لإنجاز مشاريع معينة أو إطلاق مسابقات التوظيف.

وقد أنشئت الوكالة الوطنية للنشر والإشهار في الجزائر، في 1967، حيث تتوفر الوكالة على فروع عدّة تابعة لها، كوحدة الإعلانات ووحدة الطباعة، فرع الاتصال والإشهار الخارجي، فرع التوزيع السريع، سبر الآراء، صنع الصورة والتسويق. وتقوم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، بتسيير الميزانيات الإخبارية لصالح أكبر المعلنين وكذلك المناسبات الكبرى والتظاهرات الرياضية والشبابية والثقافية والعلمية، كما تعتبر الوكالة المؤسسة الوحيدة التي تزوّد السوق الجزائرية بورق الجرائد، وتتولى الوكالة طباعة الكتب، والمجلات، ودليل المؤسسات.

من بين القوانين الناظمة لسوق الإشهار، قانون 1999 الذي جاء استجابة للتحويلات التي عرفتها الجزائر في شتى المجالات، حيث بني على عديد المبادئ التي تركز الحريات الفردية، كرفع العراقيل عن الإشهار، بتمكين المعلن من اختيار الوسائل المناسبة لنشر إخباراته، وفتح فرص الاستثمار أمام الخواص الراغبين في دخول سوق الإشهار، بالترخيص لهم بإنشاء وكالات إخبارية، كما شدّد القانون على ضرورة استخدام اللغة العربية في الإشهار المنشور في المنابر الإعلامية الوطنية، في حين توظف اللغة الأجنبية في الإشهار القنوات الإذاعية والتلفزيونية الموجهة إلى الخارج، وكذا الصحف التي تصدر بلغات أخرى، وأشار القانون أيضاً إلى حماية المستهلك من الإشهارات الكاذبة والإشهارات المضرة، بإخضاع بعض الإشهارات إلى ترخيصات مسبقة للتأكد من صحة فعالية المواد المشهريها، كما حافظ قانون الإشهار لسنة 1999، على القيم الأخلاقية والدينية في المجتمع الجزائري، بمنع بث كل الإشهارات التي تسيء إلى هذه القيم، كتلك التي تشهر بالتبغ والمشروبات الكحولية، والعلاقات غير الشرعية.

الإشهار العمومي في الجزائر ما يزال يثير جدلا كبيرا بخصوص المقاييس المعتمدة من طرف الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، في منح المساحات الإشهارية للصحف، حيث ترى الجرائد المحسوبة على المعارضة ك"الخبر" و"الوطن" أنّ السلطات الرّسمية تمارس عليهما ضغطا كبيرا عن طريق حرمانهما من الإشهار العمومي، كإجراء عقابي ضدهما بسبب جرأتهم وشجاعتهم في تناول الأحداث الهامة، وكذا اللّغة الحادّة الموظفة في معالجة ومناقشة الملفات السياسية الخطيرة، المبنية على النقد اللاذع لأداء المسؤولين في الجزائر.

وطالبت جريدتا الخبر، والوطن في 2014، بمعالجة إشكالية فتح سوق الإشهار وتنظيمه، وفصل الإشهار العمومي عن القرار السياسي، حيث ترى الجريدتان أنّ الدولة تحتكر الإشهار وتمنعه عن الجرائد المعارضة⁸. قضية الإشهار العمومي الذي اعتبرت جريدتا الخبر والوطن أنّهما محرومتان منه، وصل صداها إلى البرلمان، الذي برمج سؤالاً شفويا طرحه برلماني على وزير الاتصال حميد قرين آنذاك، حول توزيع الإشهار على الصحف في الجزائر. وطلب البرلماني في سؤاله لوزير الاتصال "تفسير السياسة المتبعة في تنظيم الإشهار من قبل الوصاية، والمعايير المعتمدة في توزيع الإشهار على مختلف الوسائل الإعلامية، وخاصة الصحف، من خلال التباين الملحوظ والذي يدر مبالغ مالية كبيرة على بعضها في ظل غياب القانون. وتساءل البرلماني عن "سرّ منح الإشهار لبعض الجرائد وإغداقها به، فيما بعض الجرائد لا تمكّن من الإشهار"⁹. ومن جهته ردّ وزير الاتصال حميد قرين بخصوص منع الجريدتين من الإشهار العمومي، في إحدى خرجاته الميدانية التي قادتته إلى مدينة وهران في 2014، بالقول أنّ الدولة لا تتدخل في عمل الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ولا تفرض عليها أسماء العناوين الصحفية التي تمنحها الإشهار، بل هي تعمل باستقلالية وهي التي تحدّد من يحصل على المساحات الإشهارية.

ويرى كثير من ممتني الإعلام بأنّ الممارسات التي تقوم بها المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار في ميدان الإشهار، تعدّ وجها من أوجه الاحتكار الذي تمارسه الدولة ما يؤثّر على حرية التعبير عبر المنابر الصحفية التابعة للقطاع الخاص، وتتمظهر أشكال هذا الاحتكار في تفرّد المؤسسة السالفة الذكر بتنظيم الإشهار بين الصحافة العمومية والخاصة وبين المتعاملين الاقتصاديين. وهو ما يشكل تهديدا لصحافة القطاع الخاص خاصة تلك المعارضة لتوجهات السلطة، ما يضطر القائمين عليها إلى انتقاء مواضيعها وطريقة معالجتها وعدم الخوض في المسائل التي "تزعج" السلطة، حفاظا على قدر كبير من مداخلها المتأتية من الإشهار العمومي.

يعتقد السّواد الأعظم من الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية التابعة للقطاع الخاص، أنّ الإشهار العمومي بات من المخاطر الحقيقية التي تهدّد بقاء الصحف المعارضة للسلطة في الجزائر، بعدما تحوّل إلى أداة ضغط على هذه الصحف لتغيير توجهاتها واعتماد خطاب إعلامي لئّن يساند

قرارات الحكومة، في حين نجد أنّ الإشهار العمومي يذهب بنسبة كبيرة إلى الصحف التابعة للقطاع العام، كما تستفيد أيضا منه بعض الصحف التي لا تتوفر على موارد مالية لطبع نسخها وتوزيعها. الجدول الدائر حول الإشهار العمومي دفع وزارة الاتصال إلى إعداد مشروع القانون التمهيدي للإشهار، في أكتوبر 2014، حيث تضمن القانون ضوابط وكيفيات ممارسة نشاط الإشهار، كما ينصّ على تشكيل مجلس لمتابعة الإشهار، يتشكل من المتعاملين في الإشهار وممثلي الجهات المعنية، بينها وكالات الإشهار ووزارة التجارة والغرف الصناعية ومنتجو السمعي البصري وجمعيات حماية المستهلكين¹⁰.

إن إدراك الصحفيين للتأثير الإعلامي يكون متصلا بسلوكياتهم وإدراكهم لجوانب المهنة الصحفية، فهم يتوقعون بأن الأعمال الإعلامية التي يقومون بها لها تأثيرات اجتماعية مهمة، هذا الشعور المتوقع لتأثيرهم على الجمهور يدفعهم لتقديم أعمال إعلامية أكثر جدية، مع الاحتفاظ بالقيم المهنية الإعلامية (الواقعية، الموضوعية، التوازن، وبالعكس من ذلك، فإن الصحفيين عندما لا يشعرون بالتأثير الإعلامي على المجتمع بحدّه الأدنى، فعند ذلك لا يكون مهما مراعاة القيم المهنية مثل الحيادية¹¹. لكن أحيانا يجد الصحفي نفسه مصدرا لممارسة الرقابة الذاتية على نفسه، فلا يخوض في قضايا أو مشكلات ترتبط بالمعلنين في جريدته، فهناك بعض المؤسسات الاقتصادية في الجزائر تعلن عن منتجاتها وخدماتها عبر صحف معينة، فتجد الصحفيين يتدعون عن معالجة المواضيع التي تحمل انتقادات لهذه المؤسسات كي يحافظوا على علاقتهم الجيدة مع هذه المؤسسات باعتبارها زبونا وفيما يمد جريدتهم بمساحات إخبارية تدرّ الملايين، وهو ما يؤثر على حرية الصحافة ويجعل المنابر الإعلامية غير قادرة على الخوض في عديد المسائل الهامة لدى الرّأي العام؛ فتطمس بذلك عديد الحقائق أو يمارس عليها التعقيم.

الصحفي المُخبر وتحرير المواضيع الإخبارية

يقرّ المختصون والباحثون في قطاع الإعلام بأهمية الإشهار ليس فقط كمدخول مهم بالنسبة للجريدة، بل يعد أيضا مصدرا مهما للمعلومات للقراء، وتشكل المساحات الإخبارية حصة كبيرة من مداخل الجرائد في البلدان الغربية، في حين أن سوق الإشهار في الاقتصادات السائرة في طريق النمو ما تزال متأخرة مقارنة بنظيرتها الغربية، لذلك نجد أن المعلنين لا يهتمون بسحب الجريدة وتوزيعها فحسب، وإنما بمقدرتها على جعل القراء أو بالأحرى الزبائن يقبلون على شراء منتجاتهم. تعمل مصلحة الإشهار على جعل الجريدة معروفة لدى المعلنين، ومن ثم السعي إلى إقناعهم بالإعلان عن منتجاتهم عبر صفحاتها، ما يتطلب إعداد قائمة بأسمائهم والقطاعات التي ينشطون فيها، و الصحف المتواجدة في السوق الإعلامية التي يعلنون فيها عن منتجاتهم وخدماتهم، وكي تستطيع الجريدة مضاعفة مداخلها من الأشهار، عليها الاستعلام عن المؤسسات الجديدة التي أنشئت بالمنطقة التي توزع فيها، وهنا يظهر دور الممثلين التجاريين للجريدة، الذين عليهم أن يبتدعوا طرائق ناجعة من

أجل مساعدة مؤسستهم على الوصول إلى تحقيق أهدافها، ومن بين هذه السبل دعوة المعلنين إلى قسم التحرير وتقديم شروحات لهم حول كيفية ربحهم لأموال إضافية عن طريق الإشهار في الجريدة. وتقديم اقتراحات لأولئك المعلنين الذين لم يسبق لهم وأن نشروا مساحات إشهارية بالجريدة، كأن ينشر لهم الإشهار الأول والثاني مجاناً، أما الذين سبق ولهم وأن أعلنوا عن منتوجاتهم تمنح لهم امتيازات من خلال تخفيض الأسعار.

وأحيانا تعمد بعض الجرائد الجزائرية، إلى كتابة مواضيع إخبارية تحمل صبغة إشهارية عن تظاهرات اقتصادية نشطتها مؤسسات اقتصادية معينة، بهدف الظفر بمساحات إشهارية لاحقاً. وهنا يظهر ما يسمى بـ"الصحفي التجاري" الذي يحرق مواضيع لديها أغراض تجارية بحتة، وكي تكون عملية الإشهار أكثر تنظيماً في الجريدة، يتوجب وضع جدول للأسعار، من أجل توفير معلومات للزبائن حول الأثمان المطبقة من طرف الجريدة، التي تكون عادة مرتفعة إذا نشرت الإشهارات في أماكن مهمة من الجريدة، كالصفحة الأولى والأخيرة. و"كي يتم مرور رسالة ما، عليها أن تثير الانتباه، أن تتوجه نحو الهدف، أن تثير الرغبة، وتقود الفعل أو الشراء"¹².

وكي تؤدي الصحافة رسالتها على أكمل وجه لابد لها أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي، في تناول الأحداث والقضايا الهامة، وألا تنجرف وراء الإشهار كي لا تصبح مؤسسات تجارية بحتة تنشد الربحية على حساب حق مقدس اسمه "الحق في الإعلام"، كما عليها أن توقع عقد معنوي مع زبائنها من المعلنين يجعلهم يتقبلون النقد كسائر الهيئات والمؤسسات ولا يساومون حرية الصحافة بالإشهار.

خاتمة

مواجهة الأزمة المالية التي تتخبط فيها الصحف المطبوعة في الجزائر جراء تقلص الإشهار العمومي، يفرض عليها إدارة البوصلة نحو المضمون بابتكار أفكار وابتداع صفحات وأقسام والتركيز على الأخبار والقضايا التي يتفاعل معها القراء؛ باللعب على وتر الإثارة المحببة التي تحمل بين ثناياها قيما إنسانية وأخلاقية، تنمي الوعي الفردي والجمعي لدى مكونات المجتمع. المضمون الراقى كما يجذب القراء يجذب أيضا المعلنين الذين يفضلون الإعلان عن خدماتهم ومنتوجاتهم عبر الصحف الأكثر انتشارا ومقروئية.

الانفجار التكنولوجي الهائل الذي مسّ عديد المجالات بما فيها الإعلام، بقدر ما عقد الحياة الاجتماعية، فإنه فرض أنماطا وادوات أخرى في التلقي، حيث أضحت المواقع الخيرية الالكترونية، هي الأخرى تستقطب قراء ومعلنين، وجدوا في الفضاء الرقمي وسيلة للحصول على الأخبار وكذا الخدمات التجارية، لذلك فإن الصحف الورقية أصبحت مطالبة بإنتاج نسخ إلكترونية على شبكة الانترنت، تكون مصممة بطريقة فنية جذابة وتقدم مادة إعلامية وخدمات في المستوى بإمكانها أن تستقطب قراء وزبائن افتراضيين، مستغلة في ذلك اتصالاتهم الدائم بشبكة النت.

علاقة الجرائد بالمعلنين لا بدّ أن تحكمها قواعد قانونية وأخلاقية قوامها ميثاق شرف يوقع عليه الطرفان، يتيح لهيئة تحرير الصحيفة معالجة كل المواضيع بكل حيادية وموضوعية، بعيدا عن التحويل أو التضخيم أو التزييف أو التعتيم أو التستر، حتى ولو كان المعلن طرفا فيها؛ يعني لا ينبغي للمعلن بصفته زبونا أن يقايز الجريدة أو يساومها؛ كأن يفرض عليها ضغطا مشفوعا بالتهديد بحجب الإشهار عنها، في حال معالجتها لقضايا أو أحداث أو مشاكل تسبب فيها الزبون أو شركته. مثل هذه الممارسات هي ضدّ حرية التعبير وستؤدي إلى حجب حق المواطن في الإعلام، خاصة عندما تلجأ هيئة التحرير تحت ضغط زبائنها إلى التكتّم والتستر عن تصرفات وممارسات غير قانونية يقف وراءها المعلنون في حدّ ذاتهم، في محاولة من إدارة الصحيفة لكسبهم ومضاعفة مداخيلها على حساب الحقائق التي من المفروض أن تكشف للرأي العام.

المراجع

1. Bernard Poulet: *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Edition Gallimard, 2009, page .08
2. Ebid p: 18.
3. محمد حمادي : *التوجه نحو الفضاء الرقمي أمثل حل لمواجهة أزمة الإشهار* ، جريدة الشروق اليومي، العدد: 5676، الجزائر، 25 ديسمبر 2017، ص:5.
4. Françoise Frisch : *Etude Marketing Et Opinion*, Paris, Dunod, 2007, p :266.
5. Sergio Zyman : *Les derniers jours de la publicité*, traduit de l'anglais (Etas- unies) par Eileen Tyack-Lignot, Paris, Edition Générales First, 2003, p :9.
6. مرزوق عبد الحكم العادلي: *الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباعات* ، ط 1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص:181.
7. علي برغوث: *الاتصال الإقناعي*، غزة، جامعة الأقصى، 2005، ص:14.
8. ب. خالد: *إشهار عمومي "تحت الطاولة" وضغط على المعلنين الخواص* ، جريدة الخبر، العدد: 7580، الجزائر، 13 أكتوبر 2014، ص:5.
9. ز.ف: *ملف "الخبر" يجرفين إلى البرلمان*، جريدة الخبر، العدد: 7582، الجزائر، 15 أكتوبر 2014، ص:03.
10. سفيان ع، *"أخلفة" الصحافة.. حماية الصحفيين ووقف فوضى الإشهار* ، جريدة الشروق اليومي، العدد: 4554، 2014/11/12، ص:03.
11. عبد الرحمن بن نامي المطيري: *مداخلة بعنوان: دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث* ، أبحاث المؤتمر الدولي، *الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد*، جامعة البحرين، من 7 إلى 9 أبريل 2009، ص:215.
12. Bernard Dobiecki : *Communication Des Entreprises Et Des Organisations Psychosociologues*, Paris, Ellipses, 1996, page :62.

مفهوم الفضاء و تمثلاته الاجتماعية

د. عكروت فريدة

جامعة مستغانم

الملخص: الفضاء كلمة تحمل معاني عديدة ومرادفات كثيرة تعطيها وظيفة واستعمالا حسب السياق، تجدر الإشارة في البداية إلى أن مفهوم الفضاء بمعنى المكان الذي يتم التعامل فيه من حيث السياق الذي يتواجد فيه ، فهو إما حيزا أو مكانا أو فضاء ، لا يمكن تحديده إلا في إطار الثقافة و المرجع التاريخي و الحضري ، لذا فإن أشكال تمثل الفضاء حسب تموضعه في العملية الاتصالية مهم جدا لتحديد تمثله الاجتماعي . ان النموذج الثقافي لمفهوم الفضاء يكون حسب إستخداماته في الثقافات المختلفة و التي هي على الأغلب غير معلنة أو غير معروفة . كما أننا سنعرض كيف أنّ تاريخية المكان تحدد التقليد في السلوك من خلال القيم السائدة .

Abstract

Space Word carries many meanings and many synonyms given function and used depending on the context, Be noted at the outset that the concept of space in the sense where it is treated in terms of the context in which it exists, it is either a space or a place or space, can only be determined in the context of culture and historical reference and urban, so the shapes representing space by positioning in the communicative process important to determine social stands. Cultural model of the concept of space is by using in different cultures, which are often unstated or unknown. We'll show how to set place historical tradition in behavior by the dominant values.

الفضاء كلمة تحمل معاني عديدة ومرادفات كثيرة تعطيها وظيفة واستعمالا حسب السياق، فقد نستعمل كلمة فضاء بالنسبة للحديث عن الفضاء الخارجي مثل الفضاء خارج الكرة الأرضية كما يقصد بالكلمة تحديدا للمكان فنحدد أنه فضاء لممارسة نشاط ما. أما بالفرنسية فنقصد به L'espace المكان أو endroit ou place كما يمكن أن نقصد به البعد la distance كأن نقول: " il ya le même espace entre chaque point ."

فالفضاء هو ذلك المكان أو المجال المادي والمعنوي المفتوح أمام الأفراد من أجل الاستفادة المشتركة في النشاط لتحقيق المعنى المشترك، حيث يتخذ الأفراد في الفضاء المعين سلوكيات معينة حسب الوضعية التي يتواجدون فيها (أي حسب طبيعة الفضاء) يتفاعلون ويتبادلون الآراء، المواقف

والاتجاهات، ينشئون بذلك فضاءً حيويًا ذا دلالة لجميع المتدخلين فيه وذا منفعة مشتركة يستعملونه لبلوغ أهداف وغايات معينة.

الفضاء كحيز مكاني لا فائدة منه إذ لما يستغل ويوظف لتبادل الآراء والأفكار والاتجاهات والنقاشات والتفاعل بين الأفراد رمزيًا ومعنويًا، حيث يحدد ذلك الديناميكية الاجتماعية لأفراد المجتمع، فالمدرسة فضاء عمومي وكذا المسجد والسوق والحديقة والحمامات والزوايا ومؤسسات الدولة الخاصة بالتعليم ومرافق الصحة والقضاء والإعلام وكذا المؤسسات التشريعية والتنفيذية والأحزاب والجمعيات والمنظمات والهيئات، ومن هذا المنطلق تعد الجامعة فضاءً عموميًا.

يقابل مصطلح الفضاء بالأجنبية Espace ويقصد به الفضاء في حد ذاته في معناه الواسع بعيدا عن كل شيء، فضاء العالم الخارجي الحقيقي، أو الكون المعيش والذي يخضع ويخضع له وحدات القياس والأبعاد والمسافات المتعارف عليها ويتجاوزها إلى القياس بالسنوات الضوئية..... وهو الفضاء الذي يشمل كل ما يحيط بالإنسان بداية من باطن الأرض إلى اللامتناهيات الكونية كالكوكب والسديم والمجرات.... وهو الفضاء الحقيقي الوحيد الموجود والذي يوحى بإنشاء فضاءات جديدة من خلاله ومحاكاة كل الأشياء والأمكنة التي تتحيز فيه لتختص بعدها بعالم الرواية كما توجد فضاءات تتعلق ببعضها البعض تساعد على بلورة بعضها دون أن تلغي خصوصية بعضها. أصر حسن نجمي على ضرورة الانتباه للناقد العربي إلى فرق الهواء القائم بين الفضاء والمكان خاصة بعد ترجمة غالب هالسا لكتاب *Gaston Bachelard la poétique de l'espace* شعرية الفضاء المكتوب بالفرنسية نقلًا عن الإنجليزية والذي ترجمه بعنوان "جمالية المكان" والذي اعتبره حسن نجمي خيانة لا ترجمة أخلط فيها المترجم مفهوم الفضاء بمفهوم المكان ليلاقي بذلك كتاب *Bachelard* تهميشًا وإقصاء عند ترجمته¹.

كما يجب أن ننبه إلى الزاوية الفلسفية التي تقر بفكرة أسبقية الفضاء للوجود عن الأمكنة حيث أعطى الفلاسفة للفضاء الأولوية على الأمكنة لأنه هو الذي يحتويها مهما كانت طبيعة هذه الأمكنة، فالفضاء سابق للمكان؛ هناك فضاء أولاً ومن بعده تأتي الأمكنة لتجد وضعها ضمن هذا الفضاء². حيث يدعو أرسطو باعتباره من كبار الفلاسفة لهذه الفكرة حيث يعدّه موجوداً ما دام نشغله وتتحيز فيه وكذلك ما يمكن إدراكه عن طريق الحركة التي أبرزها حركة النقلة من مكان إلى آخر وهو مفارق للأجسام المتمكنة فيه وسابق عليها ويفسد بفسادها³ إلا أن ما كان يفهمه قدماء اليونان وقدماء العرب المسلمون من مفهوم الفضاء ليس ما تفهمه أوروبا النهضوية أو أوروبا القرن (19 م)، وليس ما نفهمه اليوم من هذا المفهوم في مجموع استعمالته وتوظيفاته الإستباقية والأدبية والفلسفية⁴.

تعد الثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتحدد بالفعل والممارسة⁵ درس وحلل Habermas المجتمع الغربي خلال القرن (18) و(17) من خلال التطرق للفضاء العمومي البرجوازي ودوره في تغييره دون أن يعايش ذلك الزمان والمكان.

كما درس ابن خلدون ووصف وحلل المجتمع العربي الإسلامي في مرحلة النزعات الفكرية والدينية والسياسية وهو معاش له في القرن 8 هـ-14 للميلاد، من خلال الفضاءات المادية والمعنوية، السياسية والدينية، الثقافية، الفكرية والعمرانية وذلك لفهم حركية المجتمع ككل. يرى نصر الدين العياضي أن الحديث عن الفضاء العمومي في العالم العربي والجزائر يشكل مغامرة حقيقية لأنه يوجد من يعارض استخدام هذا المفهوم في المجتمعات العربية، هذا الإعتراض نابع من نزعة أساسية تتمثل في الوقوف ضد كل محاولة توظيف مفاهيم غربية عن البيئة العربية الإسلامية لتوضيح ظواهر اجتماعية وسياسية أو تفسيرها⁶.

ينشأ المفهوم وينمو من خلال منظومة تصورات دالة على معاني ورموز محددة مأخوذة من رحم الميادين الفكرية، المرتبطة بالمجال النظري والسياق النصي واللغوي لأي مجتمع من أجل التواصل والاتصال من أجل الحوار الفكري الاجتماعي، ومن أجل بناء نسق فكري مرجعي، ذلك أن أي مفهوم يساهم في تحديد التصور النظري والإمبريقي لدراسة ظاهرة ما في مجتمع ما وزمان ما. يقول أ/ محمد محفوظ: "إن الوعي الجماعي الاجتماعي عبارة عن جملة المفاهيم والأفكار والثقافات التي توجه حركية أفراد المجتمع لذلك يختلف الوعي الاجتماعي من مجتمع إلى آخر، باختلاف المفاهيم المهيمنة على المسار الاجتماعي وطبيعة الإنسان إلى تلك المفاهيم والحوافز القصوى التي تخلقها المفاهيم في حياة الناس. لذلك فإن الوعي الاجتماعي هو وليد فهم الناس لتاريخهم وحاضرهم وقيمهم العليا، ونتائج التفاعل البشري مع الأطراف النظرية المتاحة أو المتداولة"⁷.

يقول Debray, Régis: "إن المدرسة النظرية ليست فقط مجموعة الأطروحات وقناعات، إنها بيئة حياة وملجأ أمان ومأوى للمساعدة والحماية الاجتماعية، إن الإنتاجات الكبرى والمعتقدات في البشرية هي أدوات ووسائل تنظيم جماعي للتفكير يعني التنظيم، الترتيب"⁸ يعرف Habermas الفضاء العمومي على أنه: "الحيز المعنوي الذي يتم فيه عقد النقاشات العامة من أجل اتخاذ القرارات التي تسير الشأن العام"⁹، وعليه فكلمة عمومي هي كلمة مشتقة من كلمة عام أي الشأن الجماعي المشترك وهي عكس كلمة "خاص أو شخصي" أو فردي الذي يؤدي إلى منفعة شخصية أو ذاتية. حيث تعني هذه الكلمة بالفرنسية le commun général /public/ ويقصد بها الجمهور كأن نقول: "l'exposition est ouverte au public"¹⁰.

كما يعرفه Louis Quéré على أنه: "فضاء رمزي symbolique أين يسمح للأفراد بالتموقع و التوضع داخل المجتمع واتجاهه، فالمفهوم يحمل فكرتين: الأولى أنه مجال عمومي للتعبير الحر، ننظر

إليه كفضاء للاتصال و الثانية أن الأفراد بداخله يبرزون آراءهم خلال النقاش العلني، بحيث يلجأون إلى استعمال دلالات عقلانية في محاولة إيجاد حلول مناسبة للمسائل العامة"¹¹.

أما مدرسة شيكاغو وعلى لسان **Richard Semret** فترى أن الفضاء العمومي هو ذلك المكان أين نجد الإشارات والرموز تحت تصرف الأفراد الذين يقومون بترجمتها وتأويلها من أجل بناء علاقات تبادلية بينهم ، كما أن هذا النوع من الفضاءات هو تلك: "العلاقات المبنية بين الأفراد المعروفين بذواتهم وبأفعالهم في المجتمع حيث يبنون هذه العلاقات من أجل التبادل والتفاهم والتعاون الاجتماعي"¹².

يتبنى من جهة أخرى **Wolton Dominique** فيعرفه على أنه: " مجموعة المسارح والساحات كمؤسسات أين تتبلور وتوضح وتفرز فيها مجموعة من الأفعال الموجهة سياسيا والتي تتم فيها المشاركة الجماعية، أين تلتقي أشكال الفضاء السياسي والفضاء الاجتماعي"¹³.

ويعرفه **Pierre Chambat** على أنه: " فكرة موجهة بطريقة إعلامية بين المجتمع المدني والدولة، بين الإجماعي *la sociabilité* والمواطنة بين الخاص والعام بين الأخلاق والسياسة"¹⁴.

ونرى أن الفضاء يمكن أن يكون أقرب إلى تحقيق كل هذه التقاطعات بين العام والخاص من خلال عمليات الاتصال التنظيمي التي تحددها طبيعة الفضاء الأكاديمي، وبين الإعلام والسياسة على أساس أنه فضاء تمارس فيه عملية الإعلان عن الاتجاهات السياسية بطرق مختلفة أهمها التنظيمات الطلابية، ومن جهة أخرى أنه فضاء يضم مستويات اجتماعية مختلفة من منطلق أنه فضاء يجمع بين فئات المجتمع المختلفة، في غياب خيارات (بدل أن نقول طبقات) أخرى كالجامعات الخاصة، على أساس يمكن التوقع بسلوكات مختلفة نسبة للمراجع السوسيوثقافية المختلفة وإعطاء عينة (نموذج *un modèle*) من السلوك المختلط بين الريفي والحضري، وبين البدوي والمتطور.

إن العلاقات بين الأفراد كانت تربطها (أو تفرضها) المكانة الاجتماعية ولا تزال الطبقة ولكن بأشكال مختلفة الآن، حيث يظهر أن مفهوم الطبقات قد ولى، ففي القديم كان الانتماء إلى المدينة أولاً، العبيد والملوك، وهي آليات تغيرت بالنسبة للمجتمع البرجوازي في القرن 18 م فالمدينة في الخطاب الاجتماعي المعاصر انزلت فيها مفاهيم التمدن *urbanité* الاجتماعي *sociabilité* والمواطنة.

تقول **Arendt Hannah** أن: "إضفاء صفة العمومية على الفضاء يوضح تبادل الآراء والأفكار حيث أن فكرة الرأي العام أصبحت مرتبطة بمفهوم الفضاء العمومي"¹⁵.

إذن يرى العديد من الباحثين أنه لا يجب توظيف مفاهيم أنتجها الواقع والفكر الغربي على المجتمعات العربية الإسلامية لاختلاف البيئتين المنتجتين للمعاني والسلوكيات والأفكار على مستوى الأهداف، التحليل والمبدأ، إلا أننا نرى أن الفكر العربي فقير في إنتاجاته في الوقت الراهن وهو ما أجبر المفكر العربي على اللجوء إلى ما أنتجه الفكر الغربي، إلا أن الأمر لا يتعلق بعملية اللجوء وإنما يتوقف على عملية التكيف والقبول وحسن الاستعمال والتموضع الإستمولوجي للموضع وأرجأته.

إن فكرة الفضاء العمومي تبلورت مع تطور المجتمع البرجوازي الأوروبي الذي عرف إبتداءً من القرن (18) م تغييرات جذرية على مستوى العلاقات بين الفئات الاجتماعية المكونة له على مستوى العلاقات بين الطبقة السياسية والطبقة البرجوازية وعلى مستوى الإنتاج المادي والمعرفي، من وسائل الإنتاج الصناعية إلى وسائل الإنتاج الفكرية.

ويفرق **Habermas** بين السلطة الاتصالية وسلطة الاتصال *communicationnel pouvoir* والسلطة الإدارية أو سلطة الإدارة، فيميز بينهما انطلاقاً من حضور أو غياب السيطرة *la domination* (16) وعليه فالسلطة الاتصالية عند هابرماس تمكن من تكريس الإرادة الشعبية التي تعتبرها تصوراً معيارياً *normatif* للفضاء العمومي (17) تأكيداً منه على أن الشعب هو المانح الأول لشرعية الحاكم وللسلطة السياسية، لذلك يقول أن الفضاء العمومي تصور عقلائي مرتبط بالسلطة والممارسة الجماعية، التمثيل والشرعية وهو يعمل على تهذيب السياسة ونقدها ويبحث عن تجسيد سلطة الأفراد والجماعات (18) على أساس أن هاتين السلطتين يوجد بينهما علاقة ترابطية، أن الواحدة منها في حاجة للأخرى. حيث يقول **Habermas**: "كلٌّ من السلطتين الاتصالية والإدارية، مكمل لبعدها البعض فالأولى تمنح الشرعية للثانية والثانية تؤخذ من الإرادة الشعبية المؤسسة والمجددة في النظام السياسي.

فالأولى تعمل على توجيه المجتمع، والثانية تأخذ مسؤولية اتخاذ القرارات بتنفيذ التوجيهات المأخوذة بطريقة ديمقراطية (19) ذلك أن الاتصال هو أساس الحوار، المفاهيم والنقاشات الحرة والعامية، والتي هي بحاجة إلى فضاء تتم من خلاله عملية التبادل والتواصل الاجتماعي حيث يرى **Habermas** أن السلطة الاتصالية تتطلب وبحاجة إلى فضاء عمومي من أجل الوجود (20). إن الفعل والمعنى الاتصالي كان وما زال الميدان أو الوسط الذي يسبح فيه الفضاء العمومي، فهذا الميدان أمر يشغل فكر العلوم الاجتماعية لأنه من الملاحظ أن تطور العلوم الاتصالية م² حيث تناولها من الجانب النظري الفلسفي والفكري كانت متعلقة بتطور الفعل الاتصالي للاتصال والمجتمع، وهذا ما طرحه مثلاً **Habermas** في كتابه *l'agir* «*communicationnel paris 1987*» حيث ورد في ص 91 أن عملية التفسير البراغماتي الرسمي لمفهوم النشاط الاتصالي مرتبط مباشرة بالنشاط اللغوي، وفي هذا الكتاب يدعو **Habermas** إلى مجتمع اتصالي مثالي وإلى ما يسمى بالعقلانية الاتصالية *la communauté de la communication idéale et la rationalité ensemble*.

وعليه تعتبر معيارية الفضاء العمومي عند **Habermas** تأخذ بعين الاعتبار المستوى الاستمولوجي والنموذجي المطالب الأساسية لعقلانية الاتصال وكيفية استعمالها، لذلك يعتبر المعيار شرطاً أساسياً لنظرة نقدية له بدل أن تنظر للمجتمع كما هو عليه وتقوم بتحليله ونقده (بمعنى نقد الحقيقة الاجتماعية) فالمجتمعات تطورت في كل الميادين المؤسساتية، التنظيمية والتركيبية، الاجتماعية والسياسية والاتصالية والفكرية وكذا التكنولوجيا التي أفرزت أوضاعاً ووضعيات

وظائف وأدوار جديدة للمجتمع والأفراد، الأمر الملاحظ في الجامعة، والتي كان ينظر إليها بالمنظور الجمعي الاجتماعي على أنها فضاء علمي يفرز أفراداً وجماعات علمية تساعد وتعمل على حل مشاكل المجتمع وتطويره، وأصبح ينظر إليه على أساس أنه فضاء يعمل على امتصاص البطالة كحلول مؤقتة إلى حين.

اعتبر إذن **Habermas** الفضاء العمومي عنصراً أساسياً من المنظومة الديمقراطية للمجتمع، على أساس أنه العنصر الأساسي لدراسة التحركات الاجتماعية والسيروية التاريخية للمجتمع . وعن مفهوم المصطلح سيميائياً، لقد سعى السيميائيون إلى إعطاء الفضاء مفهوماً خاصاً به، حتى لا يلبس بغيره، وكانت أولى البدايات مع السيميائي **Youri Lotman** الذي يرتبط مفهوم الفضاء عنده بمفهوم العمل الفني، وقد حدده على أنه مجموعة من الأشياء المتجانسة المتماثلة (من الظواهر والأحوال والوظائف والأشكال أو الوجوه والدلالات المتغيرة... الخ). والتي تربط بينهما علاقات شبيهة بالعلاقات الفضائية المعتادة أو المتعارف عليها كالاستمرارية والبعد... الخ. وإذا اعتبرنا أن هذه الأشياء المذكورة تمثل فضاء، فلا بد أن نجردها من كل خصائصها الأخرى، ما عدا تلك التي تعرفها العلاقات ذات المظهر الفضائي والتي تؤخذ بعين الاعتبار²¹ وبهذا يتحدد الفضاء عند **Lotman** من خلال العلاقات الفضائية مجتمعة (الأمكنة والأحداث، الشخصيات...).

في حين تحدث كل من **A. j. Gréimas** و **J. Courtés** حول مصطلح الفضاء الذي استعمل سيميائياً بمفاهيم مختلفة يجمع بينهما قاسم مشترك يتمثل في اعتبار الفضاء موضوعاً مبنياً²².

الفرق بين الفضاء والمكان :

من الباحثين من يعتبر الفضاء عالماً متناهياً بالنسبة للباحث السيميوطيقي يمكن حصره في مكونين بنيويين هما المكان والزمان²³. وهناك من يرى أن مجموع الأمكنة هو ما يبدو منطقياً أن نطلق عليه تسمية فضاء، ذلك أن الفضاء أشمل وأوسع من معنى المكان، وبهذا المعنى المكان هو مكون للفضاء ومادامت الأمكنة غالباً ما تكون متعددة ومتفاوتة فإن الفضاء هو الذي يلفها جميعاً بما فيها الأحداث التي تكون فيه، فالمكان يسعى إلى تشكيل الفضاء وليس العكس.

يعد **Poulet** من السابقين إلى إظهار طبيعة العلاقة التي تربط المكان بالفضاء حيث قال أن: " الأمكنة عبارة عن جزر متنقلة داخل الفضاء، وهي أكوان صغيرة على حدة²⁴. فالمكان يتداخل مع أمكنة أخرى سواء بإدراكها حسيًا أم بواسطة تجريدتها ذهنياً حيث أشار **Hume** بوصف المكان أنات وكل (أنا) تندمج في نظام لعلاقات مكانية تشكل عنقودياً مكان²⁵. يقول متران أن المكان يبني الفضاء فيرى أنه لا يكون المكان كقطعة القماش بالنسبة إلى اللوحة، بل يكون الفضاء الذي تضعه اللوحة²⁶.

يرى **حسن نجمي** أنه ربما كان المكان أو العلائق بين أمكنة أحد أسس هذه الفضائية التجريدية لكنها ليست هي كل شيء عند تحديد الفضاء كما ينبغي له لأن هذه التفاصيل الطبوغرافية لأسماء وعلائق الأمكنة، المشاهد الجغرافية، الحضرية والطبيعية للتأثير والديكور. ليس لها سوى

لعب أدوار ثانوية ضمن بنية الفضاء لأن مفهوم الفضاء أكثر انطلاقاً و شساعة من مثل هذه التحديات الضيقة وإلا ماذا نقول بالنسبة للفضاء، الحلم، الموت، الذاكرة والهوية... إلخ²⁷ التي يقصد بها هنا تجليات الفضاء الذهنية والنفسية، في حين تمثل (الساحات، الشوارع والبيوت..) الفضاءات المرجعية التي تحيل على معرفة منظمة أو تحيل على أشياء مادية لها دلالات معروفة لدينا. قدمت لنا مختلف هذه التعاريف صورة شبه دقيقة على ما نحاول دراسته من خلال هذه المحاولة العلمية، فقد اتخذنا مفهوم الفضاء في هذه الدراسة على أنه المكان والحيز الإنساني الحاوي للعادات والتقاليد والصيغ الفكرية كمظهر أساسي يحدد الوظيفة الأساسية للمكان، على أساس أنه عنصراً لفهم طبيعة تفاعل الإنسان مع -الفضاء، المكان- وسلوكه فيه، فهو عامل أساسي لتحريك البنية الحضارية للمجتمع، يحقق الهوية الحضارية والتي يُشأنها التنظيم الإدراكي للأفراد والذي بدوره يهيئ وسائل الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية مع مختلف الأشياء الموجودة في محيطهم. يحقق ذلك التوازن بين الذات وما حولها، فالفضاء أو المكان لا يصبح ذا معنى إلا عندما يشعر الفرد بالانتماء إليه.

1 الإنسان والفضاء :

إن مشكلة تمثل فضاء (المكان) في مجتمع خاص تتموضع حول مفهوم السلوك والاتصال داخل هذا الفضاء الذي يهيكله علاقة الإنسان بهذا الفضاء وبصورة أوسع بالمجتمع الذي يتواجد فيه كعنصر فاعل. يحمل كل فضاء خصوصية ما يمارس فيه، وكيف يتم التعامل داخله من خلال الحدود التي يرسمها ويرتسمها في أذهان من يترددون عليه²⁸.

تعتبر علاقة الإنسان بالفضاء (المكان) علاقة دينية واجتماعية و نفسية واقتصادية وأدبية وعلمية وسياسية وثقافية وقد يرتبط الإنسان بالمكان بأكثر من علاقة، والعلاقة الدينية هي العلاقة الأقوى التي تتبعها سائر العلاقات الأخرى كالنفسية والاجتماعية والأدبية والاقتصادية والسياسية والعلمية والثقافية عامة، فمنذ الأزل والإنسان يجهد نفسه في استيعاب المكان وإدراكه وفهم الزمن ومجرياته. وأثمرت جهوده هذه العلوم جميعاً. فالبعض قد ركز على الطبيعة ومكوناتها، والآخر انصب اهتمامه على الإنسان ونشاطاته ومنهم من حاول سبر أغوار الإنسان لفهم كنهه، والبعض خلق في أجواء فكرية تنأى عن المكان والزمان قصد فهمهما. وفي جميع هذه الحالات كان الإنسان وخدمته هو الهدف المعلن وغير المعلن (أفراداً ومجموعات). هدف الإنسان المكان لأنه يعيش فيه وينشط، ويدرس الزمن لأنه من نتائج حركة الإنسان والمادة (الطبيعة والكون) وتفاعلهما مع بعض. يشير محمد علي المحمود في مقال له عن جدلية الإنسان والمكان إلى أن عنصر المكان "لا يقتصر على دراسة الجغرافيا، وإنما يشمل الواقعة الاجتماعية ككل²⁹ وبهذا فله أهمية كبرى في سياق تحليل الظواهر الإنسانية، ذات الطابع العام. وإن عنصر المكان "مشدود إلى حقول معرفية لا حصر لها، حتى وإن كانت هذه الحقول - من حيث المرجعية التخصصية - تتمحور حول تخصصين اثنين، يشكلان الدعامة الأساسية لها، وهما

علم النفس الاجتماعي، وعلم اجتماع المعرفة. "وحسب رأيه فإنه من عالم " هذين التخصصين، تستمد معظم الرؤى التحليلية - واعية وغير واعية - آلياتها في مقارنة جدلية الإنسان والمكان ". فعلماء الاجتماع يركزون على دور المجتمع (مجموعة من الناس تربطهم روابط ويعيشون في مكان محدد وفي زمن محدد). مما يعني أن العلوم الاجتماعية على وجه الخصوص تتباهى في تخصصها بالمكان وتعدده ملكا لها، وبهذا لم تعد الجغرافيا بدون منافسين كما يعتقد البعض ويجعل ذلك الكثير .

وركز عمر منيب إدلبي على تبادلية التأثير بين الإنسان والمكان، حيث يقول " إذ يسهم المكان في تشكيل وعي الإنسان بوجوده، ويطلع فكره وهويته - وقبل ذلك كله فيزيولوجيته - بطابعه فيما يسهم الإنسان في إضفاء خصائص إنسانيته على المكان بتبدل صفاته وبنيته، وأنسنة فضائه، وهذه العلاقة التأثيرية المتبادلة تتحول بفعل التعود على مر الزمن إلى علاقة حميمة، يترك هدمها أو قمعها آثارا كارثية على الطرفين فشخصية المكان يرسمها الإنسان وخصائصه، وسماته تتحدد بنسب متباينة بالمكان. ولا يعني هذا الاعتقاد بالحتم الطبيعي (الجغرافي) بل إن التأثير موجود (سلبا وإيجابا) ولكنه ليس العامل الوحيد والحتي، إنه يتفاعل مع عوامل أخرى ذاتية وموضوعية في جدلية صارخة أحيانا وهامسة أحيانا كثيرة. يقول الإدلبي " ولما كان للمكان حضوره المؤسس والبناء لعلاقات المجتمع بفعل تفاعل الإنسان مع محيطه الجغرافي وأشياءه، فإن للإنسان بالمقابل دوره في تشكيل القيم الخاصة بهذا المكان عبر مجموعة العلاقات والسلوكيات الإنسانية التي تصبح فيما بعد رموزا دلالية تشكل في مجموعها صفات مكان ما هناك الكثير من الأمثلة عن تباين القيم الخاصة بين سكان المناطق المختلفة حيث رسمها المعينون بالقيم الاجتماعية وتمحورها مكانيا كجزر حضارية (البعض يسميها ثقافات فرعية، وتقود نشاطات المجتمع وقيمه، العليا منها على وجه الخصوص، وتتجسد واقعيًا بالتراتبية الاجتماعية التي تصنع المكان والمكانة"³⁰ (محمد علي محمود).

كما أن الكثير من الدراسات البيئية إهتمت بدراسة المكان و علاقة الإنسان إرتباطه به وفقد قدمت مدرسة شيكاغو للبيئة الاجتماعية الأدلة الإحصائية على الترتيب الاجتماعي -الاقتصادي- المكاني لسكان المدن الكبيرة. فالإنسان ينظم مكانه ليعبر خصائصه الذاتية والاجتماعية بصيغ مكانية.

كما نجد على المستوى الفردي (الشخصي) كتب السير الذاتية يركزون على المكان وأثره على شخصية المبحوث وأفكاره ونتاجه الأدبي أو العلمي. وفي الأدب فان "الفضاء الجغرافي" والإشارة إليه له أهميته في تشكيل الصورة في ذهن ومخيلة المتلقي للتعرف على خصائص الأمكنة وصفاتها. وعودة إلى عمر منيب الذي يؤكد أن عنصر المكان " لا يمكن النظر إليه من منطلق عزلة عن بقية العناصر السردية الأخرى (الزمن، الشخصية...)، ولاسيما عنصر الزمن، إذ (يستحيل وجود مكان أرضي، أو غير أرضي لا يتضمن كمية من الزمن وجدت بوجوده واستمرت باستمراره)، كما أن المكان (لا تتجلى أبرز صفاته الجمالية إلا من خلال الزمن والإنسان)". فعملية الفصل بين الإنسان والمكان والزمان اعتبارية وليست حقيقية.

2 - الدراسات الخاصة بالمكان كبيئة اجتماعية :

نذكر في هذا المقام الدراسة التي قدمها **Robert Bark** حول المدينة والتي تضمنها مقاله بعنوان (المدينة) عام (1915) التي تعدّ من الدراسات المبكرة والتي أسهمت في إرساء أسس علم الاجتماع الحضري بوصفه فرعاً من فروع علم الاجتماع يهتم بدراسة المدينة، وذلك ما أكده بوضوح مؤلف **Bark et Berges** الذي نشر عام (1926) بعنوان (المجتمع المحلي الحضري. يرى **Bark** أنّ المدينة ليست تجمعات من الناس فقط، مع ما يجعل حياتهم فيها أمراً ممكناً، بوجود الشوارع والمباني والكهرباء ووسائل النقل والمواصلات. كما أنّها ليست فقط مجموعة من النظم والإدارات مثل: المحاكم والمستشفيات والمدارس والشرطة والخدمات. إنّ المدينة فوق هذا كله، اتجاه عقلي ومجموعة من العادات والتقاليد والعواطف المتأصلة في هذه العادات؛ بكلام آخر أنّ المدينة ليست مكان فيزيقي أو بناء صنعه الإنسان فقط، وإنّما هي نتاج الطبيعة وذات طبيعة إنسانية، ومن ثم هي في النهاية مكان إقامة طبيعي للإنسان المتمدن، لهذا فإنّها تُعدّ منطقة ثقافية متميزة.

فأي تجمع إنساني تقوم بين أعضائه روابط الاعتماد الوظيفي المتبادل ويشغل منطقة جغرافية محددة ويستمر خلال الزمن عن طريق ثقافية مشتركة تمكن الأفراد من تطوير أنساق محددة للاتصال والإجماع فيما بينهم كما تيسر لهم سبل التفاعل وتنظيم أوجه نشاطاتهم اليومية، حيث تقوم على اعتبارين اثنين:

- يختص بتقييم البعد المكاني.

- البعد الزمني .

والمقابل فإن أصحاب النظرية التفاعلية يبدؤون بدراستهم للنظام التعليمي من خلال دراستهم للفصل الدراسي (مكان حدوث الفعل الاجتماعي). فالعلاقة في الفصل الدراسي والتلاميذ والمعلم، هي علاقة حاسمة؛ لأنه يمكن التفاوض حول الحقيقة داخل الصف، إذ يُدرك التلاميذ حقيقة كونهم ماهرين أو أغبياء أو كسالى. وفي ضوء هذه المقولات يتفاعل التلاميذ والمدرسون بعضهم مع بعض، حيث يحققون في النهاية نجاحاً أو فشلاً تعليمياً.

المكان كعامل في عملية الاتصال:

إنّ الأمكنة وفق السياق الذي تتواجد فيه، هي الفضاء الذي يتحرك فيه الإنسان ويمارس نشاطاته المختلفة، فالمكان بالنسبة لهذه الدراسة لا يتوقف عند وصفه رقعة جغرافية محضة، بل هو منتج للهوية الإنسانية ومستوياتها، فهو دلالة انتماء الأفراد، وعليه فهو يحدد بحكم هذه الصفة الفرد وخصوصيته عند التواجد فيه أو عليه.

إن توضيح الانتماء المادي والمعنوي تكون أهم المرتكزات التي تحدد عليها الهوية الإنسانية، وهي الحالة التي تعطي الشعور بالاطمئنان والراحة والحب... إلخ، كما أن البعد الدلالي للمكان يتشكل عبر السياق الزمني من حياة الإنسان، كما يحدده Bakhtin: "الزمن يعد البعد الرابع للمكان" ضمن جدلية العلاقة التاريخية بينهما. والتي تحدها عمليات أساسية:

1 - الاستقرار: لا يتوقف على المستوى الحسي، يتغلغل إلى مستويات الذات.

2 - التفاعل: ذلك أن المكان يتضمن عمليات التفاعل.³¹

إن علاقة الزمان بالمكان تظهر من مبدأ أساسي لاستمرار الحياة بأكملها، فلا يمكن أن يستغني الواحد عن الآخر، لأنهما في نهاية الأمر ركنان من أركان العملية الاتصالية، يستمدان أهميتهما وقيمتها من شبكة العلاقات التي ينسجانهما بينهما أولاً، وبين كل منهما وباقي أركان مكونات العملية الاتصالية ذاتها، ثانياً. فجدلية العلاقة بين الزمان والمكان والعملية الاتصالية يقتضي تحديد العلاقة التي تربط بينهما فهما عنصرين فاعلين ومؤثرين في العملية الاتصالية ككل، وخاضعين بدورهما للتأثير. إن نظرنا إلى الزمن على أنه جبار وقادر على الفعل، ودليل ذلك في أقوال العرب "فعل به الزمن هذا"، أما المكان فهو ثابت لا يتحرك يرى ويلم ويفعل به من قبل الزمن، ومع ذلك فإن الزمن يفترق إلى المكان ليرسل من خلاله دلائل وعلامات وجوده.

كما أن المكان كان سببا في تراجع بعض الحضارات أو تقدمها وذلك في علاقته بمفهوم القيمة وهو الأمر الذي كتب فيه عزي قائلا: «وقد يدخل من أسباب تراجع الحضارة العربية الإسلامية تفكك المكان وفقدان صلة المكان بالقيمة إذا تحول المكان إلى حيز للشقاق وحب السيطرة والخوض في ملذات الحياة الدنيا:» ربما ينطبق ذلك على الحضارة الإسلامية لكنه ليس كذلك بالضرورة في الحضارة الغربية. وقد تكون هذه الصورة دليلا على أن المكان له دلالات ثقافية وعلى أساس أن الإنسان يتدبر المكان والزمان فإن استعماله لهذين المكونين الثقافيين يعفيه من البرهنة على أن السلوكيات والمواقف تبرمج أو تحدد وفقا لذلك وتعد أطروحة Hall رائدة في هذا المجال، من أحسن ما قدم هذا الكاتب من خلال كتابين "البعد المحجوب" و"اللغة الصامتة". وفي هذا الكتاب الأخير تطرق لثلاثة عناصر أساسية لها دور كبير في التواصل الغير اللفظي هي الزمان والمكان والثقافة «والتي استنطق فيها المكان بطريقة تجعل المفكر يرى ما لهذا العنصر من أهمية في حياتنا اليومية لما له من وظائف تواصلية.

نظرا لأهمية المكان في التواصل، خصص له Hall كتابا بأكمله: La dimension cachée وجزء من كتابه: Le langage silencieux تحت عنوان "المكان يتكلم" ونقتطف بعض أقوال Hall للتدليل على الدور الكبير الذي يقوم به المكان في العملية التواصلية إذ يقول: "خلال وجودنا، نتعلم حرفيا آلاف العلامات المكانية التي تأخذ كل واحدة منها معنى خاصا في سياق خاص". ثم يكرس هذا القول بطريقة مباشرة فيضيف: "حرفيا، بينت لنا آلاف التجارب أن المكان وسيلة تواصل".

وحديثاً، أدخلت وسائل الإعلام بعداً آخر للمكان، فالمكان لم يعد مرتبطاً بالواقع المعاش ولكن ما يأخذ الفرد رمزياً إلى إمكانية لم يكن ممكناً الوصول إليها لولا الصورة الإعلامية السائدة. واعتبر **Macluhan** أن وسائل الإعلام قربت المسافات و"ألغت" العائق الجغرافي في العلاقة مع الأحداث التي تشغل بال الأفراد والمجتمعات. وعامة فقد قل عامل المكان "المعاش" كمتغير أساسي في تغيير ذات الفرد وانتمائه وشخصيته في المجتمع المعاصر إلى حد كبير. عزي، وقد يتموضع الفرد في هذه الحالة حول نقاط افتراضية وينتقل إلى أماكن وهمية تنزعه من المكان الذي يتواجد فيه فيصبح واقعه غير الواقع الذي يعيش فعلاً ويعيش بمواقع غير موجودة أصلاً، مما سموه في علم الاجتماع بالاعتراب، ويعبر عنه بصورة أكثر وضوح عزي قائلاً: « فوسائل الإعلام "تقلعه" من هذا المكان وتنقله إلى المكان الرمزي بصفة مستمرة. ويقضي الإنسان المعاصر جل وقته مع هذه الوسائل وكذا في أماكن معلومة محدودة في واقعه كمراكز التسوق والمباني الإدارية والفنادق وقاعات الانتظار والبنائيات المغلقة عامة، الشيء الذي يولد ما سماه ألفن توفلر ب "انهيار الجغرافيا" (demise of geography). يضاف إلى ذلك أن الإنسان المعاصر كثير التنقل والهجرة بحثاً عن الرقي الاجتماعي. إن انتقال الفرد من مكان إلى آخر لا يمثل فعلاً فردياً، بل انتقال شبكة من العلاقات والارتباطات وما ترتب عن ذلك من فقدان البيئة الأصلية والدخول في بيئة فيزيقية جديدة. والحاصل أن كثرة الحركة الاجتماعية وسرعة تبديل الحيز الفيزيقي بفقد الإحساس بالمكان المعاش، ويصبح الفرد على حد قول قلين ورد "بدون مكان" (no place).³² ضف إلى ذلك أن للعلامات المكانية أثر بالغ في عملية التواصل فهي تتجاوز الكلام وتقف به في مستوى أدنى، يحدد **Hall** هذه العلامات بما يلي:

- أ - **الحدودية Territorialité**: هي فعل المطالبة والدفاع عن أرض أو حدود معينة ويعطي **Hall** أمثلة كثيرة لتوضيح معنى هذه العلامة. فالكلب مثلاً يعبر عن ذلك بامتياز إذ يغير من سلوكياته كلما اقتحم أحد الحدود المرسومة لديه (غير المرئية)، وهناك من الطيور والأسماك التي ترجع سنة بعد أخرى إلى نفس العش أو نفس الصخرة، ومن الأمثلة الدالة على ذلك بالنسبة للإنسان إحساس شخص ما بالضيق والانزعاج إذ خرج للاستراحة خلال محاضرة ما وعند رجوعه وجد شخصاً جالساً على كرسيه، والمرأة تحس كذلك بقلق لما تستعمل امرأة أخرى مطبخها ولو كانت من أقرب الناس إليها...
- ب - **القرب Proximité**: له دور كبير في التواصل إذ يدل قرب المباني مثلاً في الولايات المتحدة الأمريكية عن سهولة وسلاسة العلاقات بين الجيران إذ للجوار حقوق تماماً كما للأقرباء. يقول **Hall**: "في الولايات المتحدة، على العكس من ذلك، يعتبر القرب أساساً جزء كبير من العلاقات... يحاول الأمريكي أن يختار بدقة جيرانه لأنه يعرف أنه سيدخل في اتصال مباشر معهم".
- ت **التنظيم Organisation**: ليظهر **Hall** دور التنظيم والتوزيع في التواصل يعطي مثلاً خاصاً بتوزيع الفضاء بين الموظفين الذين يشتغلون في مكتب واحد. فالأمريكيون يوزعون الفضاء بشكل عادل وديمقراطي بين الأشخاص بغض النظر عن التمايزات الاجتماعية، وإذا ما عين موظف جديد

بمكتبتهم فإنهم يعيدون تقسيم المكان ليأخذ قسطه منه وهذا دليل على ترحيبهم به".
ويعطي مثالا عن الفرنسيين أما الفرنسيون، فلا يأبهون بالملتحق الجديد، بل يخصصون له مكتبا في
مكان مظلم متجها نحو الحائط، وإذا كان الموظف الجديد أمريكيا فسيحس بالإحباط والقلق لأن
المكان مكنه من فهم رفض الآخرين له وهذا دليل واضح وقوي على دور المكان ودور الثقافة في
التواصل.

ث الاتجاه **Orientation**: لا تفضل الثقافة الأمريكية اتجاهها عن آخر، لكن يكتسي الاتجاه أهمية
كبرى في ثقافات أخرى، نلاحظ أن بعض الاتجاهات مقدسة أو مفضلة".
ن- المسافة **Distance**: تدل المسافة بين المتخاطبين، فربها أو بعدها، على علاقات حميمية، شخصية،
اجتماعية أو عامة. كما يمكنها لوحدها أن تعبر عن العنف أو المواجهة أو راحة المتخاطبين أو قلقهم.³³
أولا: إن المكان في القرآن الكريم لم يمثل عنصرا أساسيا من عناصر السرد القرآني؛ وذلك لأن القرآن
لا يهدف إلى تقديم عمل فني، بقدر ما يهدف إلى بيان العقائد والشرائع وسوق العبر والتذكرة...

ثانياً: ينبني على ذلك أن المكان أو أحد تفاصيله عندما يأتي ذكره في القرآن يفسح المجال أمام الخيال
لكي يكمل بقية التفاصيل والعناصر المتعلقة بالمكان..

ثالثاً: ومع ذلك فإن المكان في القرآن الكريم قد أتى على هذا النحو إلا أنه لم يغفله تماما، بل هناك
إشارات تحفز المتأمل وتدفعه دفعا نحو الالتفات إليها وتدبرها فهناك أماكن بعينها أقسم الله سبحانه
وتعالى بها، مثل قوله تعالى: {لا أقسم بهذا البلد وأنت حل بهذا البلد}.

قال أبوحيان في البحر: « أقسم بها لما جمعت من الشرفين؛ شرفها بإضافتها إلى الله تعالى، وشرفها
بحضور رسول الله " صلى الله عليه وسلم " فيها وإقامته بها فصارت أهلا لأن يقسم بها»

وهناك سور حملت أسماء أماكن مدن (الحجر، سبأ) وجبال (الطور) وأماكن خاصة (كالحجرات).

رابعاً: وأيضاً فإن القرآن الكريم لم يقف عند هذا الحد فإنه في كثير من المواضع ذكر المكان بمفهومه
العام (المطلق)، فذكر سموات وأراضي وجنان وحدائق ذات بهجة، وألحق هذه الأماكن بأوصاف تلفت
عين انتباه القارئ إلى عظيم قدرة الله سبحانه وتعالى في خلق هذه الأماكن وتحويلها من حالة إلى حالة،
فاقرأ إن شئت قول الله تعالى: {أمن خلق السموات والأرض وأنزل لكم من السماء ماء فأنبتنا به
حدائق ذات بهجة ما كان لكم أن تنبتوا شجرها إلا مع الله بل هم قوم يعدلون} (النمل: 60)

موقع القيم والثقافة في جغرافيا المكان:

إن المكان جزء من القيمة وثقافة المجتمع وتاريخه، والحاصل أن الفرد في المنطقة العربية الإسلامية يعيش نوعاً من الاغتراب في مكانه نظراً لانحصار القيمة في العلاقة مع البيئة رغم أن ذلك يختلف من بيئة إلى أخرى ومن حي إلى آخر. فالتركيز في هذا التناول المكاني ما هو المشترك أو السائد في البيئة العربية والإسلامية عامة، ويظهر مثل هذا الاغتراب في اهتزاز العلاقة مع الذات والآخرين والمحيط الفيزيقي. فالسعادة الداخلية والتضامن الاجتماعي وممارسة القيم و"جمالية" المحيط محدودة على اعتبار أن البيئة تتدخل فيها سلباً فلا تجعلها تبرز أو تنمو. كما أن شكل البيئة غير متوازن و"مشوه" وملوث إلى حد كبير، وعادة ما تكون الأماكن الخضراء وأماكن العبادة "أبعد" أو الوصول إليها صعب أو غير موجودة في الحيز الجغرافي المحدود نسبياً. وعمرانياً فإن هندسة البناء لا تعكس النمط القيمي الذي ينتمي إليه الفرد، بل يسمى هذا النمط في الكثير من البلدان العربية والإسلامية بـ"البناء الفوضوي"، وذلك على الرغم من وجود أكثر من بيئة فيزيقية في المدينة الواحدة كما أسلفنا. وعامة، فالنوافذ متقابلة³⁴ ومتقاربة الشيء الذي لا يحافظ على حرمة العائلة وخصوصياتها، وكثيراً ما تترك هذه النوافذ مقفلة حفاظاً على هذه الحرمة، غم أن دلالة النافذة تعني "المنفذ إلى الخارج". وكانت النوافذ في البناء السكني الأصلي تفتح على الساحة الداخلية للبيت الذي عادة ما تتوسطه أيضاً ساحة داخلية الشيء الذي يحافظ على خصوصية العائلة وتوازنها في العلاقة مع البيئة. كما ازداد الضجيج في البناء الحالي كضجيج الأطفال، وصوت الموسيقى الذي يكون على حساب راحة الجيران. وعامة فإن الحيز السكني "الضيق" لا تأخذ بعين الاعتبار حق الجار في معظم الحالات. ويترب عن ذلك أن يتراجع الفرد و"يسجن" نفسه في حيزه المكاني، ويعزل نفسه عن الجيران والآخرين على حد أحد الأمثلة الشائعة في منطقة المغرب العربي "اخطا راسي"، أي أن المهم أن لا تمسني الكارثة مباشرة. وتاريخياً، فقد كان المسجد أعلى بناية في البلدة أو القرية إذ إنه يمثل سلطة معنوية عليا، ويكون مركز استقطاب معنوي وفيزيقياً. وما زالت هذه الظاهرة قائمة في بعض القرى النائية، ومن أشهر المدن التي بنيت على هذا النمط مدينة غرداية بجنوب الجزائر إذ يعلو المسجد وتنحدر المساكن بالتدرج أسفله فيكون المسجد أعلى معلم في المدينة. أما حديثاً، فقد تطاول الناس في البنيان وأصبح المسجد بناية من البنايات الأخرى وأدى هذا البناء الفوضوي إلى التنافس على حيز فيزيقي محدود إما لأن المكان غير مكلف فيستقطب عامة الناس أو قريب من بعض المرافق الضرورية أو يقع بعيداً عن أعين أصحاب القرار والنفوذ... الخ، فتكدست هذه البنايات ونمت مع تزايد السكان أو أفراد العائلة الواحدة في شتى الاتجاهات وملأت جل المساحات الفارغة وأصبح الحي أشبه ما يكون بـ"الصندوق العجيب" الذي يحتوي على دهاليز وأزقة وخنادق ومنعرجات يصعب الدخول أو الخروج منها بسهولة وغالباً ما تنسد هذه المنافذ أمام السيارات أو الحافلات أو مركبات الإسعاف والمطافئ لضيقها وفوضاها. وأدى الاكتظاظ داخل المساكن إلى الاندفاع نحو الشارع، فيقضي أفرادهم معظم أوقاتهم خارج البيت ويكونون حلقات الجلوس والمحادثة على أركان الشوارع أو المقاهي ويدخلون بيوتهم فقط

للنوم آخر الليل. وانعكس هذا الجو على انعدام الأمن في البيئة سواء تعلق الأمر بالأمن الشخصي أو الأمن على الممتلكات، وكأن حق الإنسان في دمه وماله وعرضه تراجع إلى مستويات دنيوية³⁵ في هذه البيئة. وعادة ما تكون المرافق محدودة في هذا الحيز وأهمها الماء والكهرباء ومجاري المياه والمواصلات والمدارس والعيادات... الخ. ويترتب عن ذلك التلوث وقلة النظافة أو انعدامها أو انتشار الأمراض الجسدية والنفسية وغيرها، يضاف إلى ذلك أن اغتراب الفرد عن حيزه الفيزيقي ولد عدم الاكتراث بالمحيط والإهمال والتسيب الذي انعكس على المحيط والإنسان، ويتصف هذا الحيز السكني بانعدام الجانب الجمالي الذي يمكن أن يبث في الفرد روح الألفة والتعلق والانتماء، بل إن الحيز يبعث في نفوس أهلها نزعة الإحباط واليأس والنفور. وتنعدم المساحات الخضراء إلا ما ندر. وطالما أن المكان يقيّم ماديا فحسب فإن المساحة الخضراء تعتبر فضاء ضائعا يتعين استغلاله في البناء أو التجارة. وقد تداخل الحيز السكني مع التجارة بشكل لم يسبق له مثيل في تاريخ تطور المكان، فكل بناية يرافقها محل تجاري، فالإنسان لا يبني للسكن فحسب ولكن للتجارة أيضا، وهكذا اختلط الحيز السكني بالحيز التجاري تحت طائلة ومبررات البطالة، وقلة المرافق الضرورية في هذه الأحياء... الخ.

يخلص هذا العرض إلى ضرورة بعث القيمة في البيئة بالمنطقة العربية الإسلامية، وذلك عن طريق إعادة تشكيل البيئة القائمة أو المستحدثة بما يحقق التوازن الداخلي وممارسة القيم واحترام حق الجار في خصوصيته وممتلكاته ومشاركته في أفراحه ومؤازرته في أحزانه وتحقيق التآلف الاجتماعي، وإضفاء الجمالية على الهندسة المعمارية. فالمكان يتمحور حول القيمة التي هي أساس العمران، فما انتفت القيمة في الهندسة والتخطيط العمراني انقلب المكان إلى مصدر توتر وقلق، وعدم إحساس بالأمن والانتماء. وإذا كان الإنسان بن بيئته، فإن البيئة غير المحكومة بالقيمة تصبح مصدر نفور ومنشأ مختلف الانحرافات، كما تولد مثل هذه البيئة غير السوية الدافع نحو ترك المكان والهجرة وقطع مع ما يمثله المكان من ذكريات وحنين وتجارب وعلاقات.

إن إهمال قيمة المكان يمس قيمة الإنسان ذاته، فقيمة الفرد في بيئته الفيزيكية التي تحوي قيمه، هي مصدر التنشئة القيمية والاجتماعية للأجيال الناشئة. فالفرد يحتاج معايشة قيمه في بيئته. إن مثل هذا الطرح ليس بالشيء غير المألوف فالكثير من المجتمعات المعاصرة أدرجت مبادئها أو فلسفتها في الحياة كمبدأ الخصوصية والفردانية في عمرانها، والعمران³⁶ أحد التعبيرات الأساسية في تحقيق سعادة الفرد والألفة الاجتماعية والانسجام مع البيئة، وما أحوج البيئة الفيزيكية في المنطقة العربية والإسلامية إلى الوعي القيمي إن صح هذا التعبير وإعادة الصلة المفقودة مع هذه البيئة الغنية بالقيم والعبر والتاريخ والانجازات في شتى المجالات.³⁷

يعتبر المكان، أي البيئة الفيزيكية الذي يعيش فيه الأفراد، جزءا من التكوين الذاتي والاجتماعي والتاريخي في أي مجتمع، ويشمل ذلك:

أ - جغرافيا المكان: التضاريس، كالسهول والهضاب والجبال والصحاري والأنهار والبحار وأحوال الطقس.

ب - القيم والتقاليد التي تحكم العلاقة مع البيئة.³⁸

ت - العمران: المساكن والأزقة والشوارع والحوانيت والمدارس والمقاهي والمخابز والمطاعم والساحات والحدائق وأماكن العبادة والملاعب والمقابر ومقرات الإدارة والجسور والسجون والملاهي والثكنات العسكرية والمصانع الخ.

فكل عنصر من هذه البيئة، المكان والقيم والعمران، يلعب دورا في تأسيس ذهنية الفرد وما يحمله من شخصيته وذاكرته، وكذا نظرتة إلى المحيط الاجتماعي والفيزيقي، والحاصل أن المكان والقيم والعمران عناصر ضرورية تنبني عليها التربية والتنشئة والعلاقات الاجتماعية التي يتحرك في دائرتها المخزون الثقافي كالعادات والتقاليد والتجارب والمعاناة والطموحات والحراك السياسي، والعلاقة مع الدوائر الجغرافية الأخرى المحيطة، وأنماط الاتصال المتعددة الخ، فالمكان تمازج بين الطبيعة والقيم والثقافة وأنماط التعامل مع البيئة والآخر والعمران. يضاف إلى ذلك تدخل وسائل الإعلام والاتصال كالتلفزيون والمجلات والسينما والصحف والإنترنت في تكوين أنماط من الصور المكانية التي تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد فتدخل عليه مكانا رمزيا متباعدا ومألوفا مع تزايد الارتباط بهذه الوسائل، وتؤدي " كثرة " استخدام وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون والإنترنت إلى نوع من " الاغتراب " عن المكان المعاش، والتعلق بالمكان المألوف الجديد الذي تعرضه هذه الوسائل في صور الأفلام والمسلسلات والإعلانات عامة، وبمعنى آخر يصبح المكان الرمزي الجديد هو المكان " الحقيقي "، فيبدو متشابهها تغيب فيه الخصوصية المكانية، وذلك جزء من العولمة المكانية فالمكان ليس حيزا فيزيقيا فحسب، بل فضاء يمس شتى مجالات الحياة كالقيم "المكانية"، ونوع العلاقات الاجتماعية وشكل العمران وغيرها، فهناك تداخل بين المكان والجوانب القيمية والثقافية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتاريخية والعمرانية في المجتمع عامة.³⁹

كما أن التطور الهائل الذي عرفته البشرية جعل الفضاءات ذات طبيعة وأشكال مادية ومعنوية، فبعد أن كان الإنسان يقتصر على العمل بمكان والسكن بأخر تعقدت الحياة الاجتماعية وجعلت الأمكنة خاصة وعامة، شخصية وجماعية وهي كلها تحديدات تُوضع الإنسان وتموضعه نسبة للتخصص الدقيق في الأدوار الاجتماعية وتبعاً لميولاته التي تملك أو لا تملك المبرر الكافي لوجودها الفضاء الشخصي: ثمة اختلافات ثقافية في تعريف الفضاء الشخصي في الثقافة الغربية، يميل الناس إلى الاحتفاظ بمسافة تبلغ نحو متر واحد فيما بينهم عندما يدخلون في حالة التفاعل المركز؛ وقد يتقاربون عندما يصطفون واقفين جنبا إلى جنب. أما في بيئة الشرق الأوسط الثقافية فالناس يتقاربون وتقتصر المسافة بينهم عندما يتجمعون⁴⁰ سويا. ومن هنا فإن عددا كبيرا من الغربيين الذين يزورون المجتمعات العربية والإسلامية للمرة الأولى قد يواجهون حالة من العزلة والارتباك عند لقاءهم

بأهل البلاد وإدراكهم قصر المسافات التي تفصل بينهم. ويرى Hall (1959-1966) الذي قام بدراسات مكثفة وموسعة عن أشكال التواصل غير الشفوي أن هناك أربعة أصناف من الفضاء الشخصي فالمسافة "الحميمة" التي تبلغ نحو نصف مترا تشمل إلا عددا قليلا جدا من عمليات التواصل الاجتماعي ويشيع استعمالها في أغلب الحالات بين الأفراد الذي يسمح لهم باللمس والتقرب الجسدي بصورة منتظمة مثل: العشاق، الوالدين، والأهل، والأطفال. أما المسافة "الشخصية" التي تتراوح بين نصف متر ومتر واحد فهي المسافة التي تفصلنا عن لقائنا بالأصدقاء والمعارف المقربين. وقد يسمح بقدر من التلامس الحميم في مثل هذه اللقاءات، غير ذلك يجري بصورة محدودة جدا. وهناك المسافة "الاجتماعية" التي تتراوح بين متر إلى ثلاثة أمتار، وتمثل المجال المادي العياني الذي تدور فيه التجمعات الرسمية مثل المقابلات والندوات الصغيرة. أما الصنف الرابع، فهو المسافة "العامة" التي تزيد على أربعة أمتار وتفصل بين من يقومون بأداء فعل أو دور ما أمام الجمهور.

وفي مجالات التفاعل العادية يستخدم على الأكثر الفضاءان الحميم والشخصي، وإذا ما اقتحم واحد من هذين المجالين؛ فإن الناس سرعان ما يحاولون استرجاع الفضاء الذين يخصهم وكأنهم يطلبون من الأطراف الغازية أن تعود أو تبتعد عنهم. وإذا ما تعرض الناس لتقارب غير مرغوب فيه فإنهم قد يقومون بوضع حاجز مادي للحيلولة دون اقتحام فضائهم الشخصي، كان يقوم أحد زوار المكتبة العامة بإقامة حاجز من الكتب حول البقعة التي يقرأ فيها لردع الآخرين عن تجاوزها.⁴¹

الهوامش

1. حمد اسويتري، النقد البنيوي والنص الروائي: نماذج تحليلية من النقد العربي، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، ط1 1999.
2. حسن نجحي، شعرية الفضاء المتخيل والهوية في الرواية العربية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط 1، 2000.
3. المرجع السابق .
4. المرجع السابق .
5. -عزي عبد الرحمن، الثقافة وممارسة الاتصال- نظرية قيمية، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية، جامعة الجزائر 2، كلية العلوم السياسية والإعلامية، شتاء 2002-2003، العدد 2، ص248.
6. فعاليات الملتقى الدولي، إشكالية حضارة المجتمع الإعلامي بالجزائر، جامعة وهران، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 14 - 15 مارس 2005
7. محمد محفوظ، الفكر الإسلامي المعاصر ورهانات المستقبل، ط1، الدار البيضاء، المغرب، بيروت، لبنان، المركز الثقافي العربي، 1991، ص121.

8. روجيس دوبري، ترجمة فؤاد شاهين، جورجيت الحداد، محاضرات في علم الإعلام العام: الميديولوجيا، ط1، بيروت، دار الطليعة، 1996، ص 93.
9. Alain Cottureau et Paul Ladriere' pouvoir et légitimité, Paris, édition de l'école des haute études eu science sociale, 1992, p35
10. Roger Boutier, Habermas et le champ de la communication, revue cinémactions, édition S F S I C, Paris, corlet N° 36, Mars 1992, p 89.
11. Louis Quéré, agir dans l'espace public : les formes de 4 action, Paris, édition de L'EHESS, 1990, p 101.
12. Ibid, p 102.
13. Dmominique Wolton, communication politique construction de modèle, revue Hermès N°= 4 le nouvel espace public, Paris, édition CN RS 1989, p 27.
14. - Pierre Chambat, le rôle de la médiation technique, textes réunir par isabelle Paiuart: l'espace et l'emprise de la communication rendable, édition E L V, 1995, p 67.
15. Ibid, Alain Cottureau, Paul Ladriere' pouvoir et légitimité, opcit, p 30.
16. Ibid, p 35.
17. Ibid, p 8-9.
18. Ibid, p 20.
19. Ibid, p 39.
20. Ibid, p 35.
21. louri Lotman, la structure de texte artistique, traduite par Anne Fournier et autres, paris, Galtimard 1973, p 310 .
22. Ibid, Greimas A.J. et Courtés J, Dictionnaire raisonné des la théorie du langage, p 132-133.
23. الطاهر رواينية، شرديات الفضاء الروائي في الجازية والدرأويش، مجلة المساءلة. ع1. ربيع 1991 ص 19.
24. Ponlet, p 51
25. منصور نعمان نجم الدليمي، المكان في النص المسرحي، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 1999، ص 19.
26. أحمد زياد محبك، ص 55.
27. - Williams Raymand, communications comme science de la culture in réseaux, (CENT) France, N 80, novembre-decembre 1996, p.p 90-106.
28. محمد بن علي المحمود، التقليدي. جدلية الإنسان والمكان، جريدة الرياض الخميس 21 رجب 1429 هـ - 24 يوليو 2008م - العدد 14640 نقلا عن:

29. Tornqvist, G. , 2004 : Creativity in time - and space . Geogr. Ann. , 86 , B (4) : 227-243 . Gunnar Tornqvist , Department of Social and Economic Geography , Lund University, Solvegatan 12 , 223 62 Lund , Sweden,
30. المرجع السابق، نفس العدد.
31. عزي عبد الرحمن، الإعلام وتفكك البنايت القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطة للنشر، ط1، 2009، ص 52.
32. Edward Twitchell Hall, le langage silencieux, traduit de l'américain par Jean Mesrie et Barbara Nineall, edition de Seuil (07-2009).
33. عزي عبد الرحمن، الإعلام وتفكك البنايت القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، مرجع سابق، ص71.
34. المرجع السابق، ص72.
35. المرجع السابق، ص73.
36. المرجع السابق، ص74.
37. المرجع السابق، ص47.
38. المرجع السابق، ص48.
39. المرجع السابق، ص 49.
40. المرجع السابق، ص50 .
41. أنتوني غدنز، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصباغ، المنظمة العربية للترجمة، ط4، بيروت، 2001، ص175.

L'image du corps de la femme dans le nouveau cinéma tunisien : 1986-2000

Jamel ZRAN

Professeur, Mass Com Department- Qatar University

1- Introduction : de l'image de la femme dans le cinéma tunisien

L'image du corps de la femme était à un certain temps dans le cinéma tunisien très timide, comme s'il n'y avait jamais eu de danseuses du ventre, comme si les Tunisiennes n'avaient jamais été à la plage, ou comme si les rapports entre l'homme et la femme dans une société de culture arabe et de religion musulmane ne pouvaient susciter une recherche, une certaine interpellation. Une question s'impose d'emblée : pourquoi ce retard ? Et pourquoi cette apparition brutale du corps de la femme au cours des années 90 ? Depuis *l'Homme de Cendres* (1986) dans lequel des jeunes apprentis sont violés par leur maître, *Les Sabots en or* (1989) où on assiste à une scène d'amour, *Le Sultan de la Médina*¹ (1993) où l'on voit le corps de Fraj intégralement nu et encore, *Un été à la Goulette*² (1995) où par sa nudité une jeune fille cause la mort du vieux Hadj Beji, l'image de la femme vole en éclat³.

C'est, certes, dans *Halfaouine* (1990) que la tension atteint son sommet : des Tunisiennes apparaissent toutes nues du pied à la tête. Ferid Boughedir a profité de l'accumulation d'une vingtaine d'années d'absence du corps ; il a bien su gérer la frustration du public tunisien et bien exploité le nouveau contexte de libéralisme dans la société tunisienne. Dans *Halfaouine*, Ferid Boughedir introduit la caméra dans un espace exclusivement féminin, à savoir le hammam. Là, c'est le corps de la femme que le réalisateur filme. Dans cet espace, il nous livre des femmes vivantes avec leurs désirs, leurs joies, leurs bonheurs et leurs frustrations.

2- Problématique : femme et image quel rapport ?

Il est vrai à dire que ni le nudisme, ni l'érotisme, et ni le sexe ne font nécessairement le succès d'un film, encore quand il s'agit d'un pays de culture arabo-musulmane. Pour preuve, dans *Les Silences du Palais* (1994), on n'a pas vu des seins nus, ni de moindre baiser au sens érotique du terme. Cela n'a pas empêché *Les Silences du Palais* d'être un beau film tunisien et de traiter avec audace le problème de la femme. En effet, dans *La Trace* (1982) de Najia Ben Mabrouk, réalisé en 1982, il s'agit de l'autobiographie d'une intellectuelle qui refuse sa condition. Appartenant à un milieu de mineurs du sud, l'héroïne du film débarque d'abord dans la capitale puis décide de partir à l'étranger à la recherche de sa liberté, elle choisit donc la rupture.

¹Une jeune fille nommée Ramla est ramenée par ses parents de l'extérieur de la ville pour épouser son cousin Bab auquel elle est promise depuis son plus jeune âge. En attendant son mariage et la sortie de Bab de prison, elle est emprisonnée par sa future belle-mère Rabha dans l'une des chambres de la [oukala](#), un lieu d'habitation où se croisent des résidents de tous types. Ne pouvant pas supporter son incarcération dans cet espace clos et malsain, elle fuit avec l'aide de son deuxième cousin Fraj, un prédicateur simple d'esprit.

² Durant l'été 1966, à la veille de la [guerre des Six Jours](#), Youssef le [musulman](#), contrôleur sur le [TGM](#), Jojo le [juif](#), roi de la [brik](#) à l'[œuf](#), et Giuseppe le [catholique](#), pêcheur [sicilien](#), vivent avec leur famille dans le même immeuble qui est la propriété du [hadj](#) Beji. Les trois hommes sont inséparables en dehors du travail, leurs familles vivent en bon voisinage et partagent un bonheur nonchalant dans le petit village portuaire de [La Goulette](#) dans la banlieue de [Tunis](#). Jusqu'au jour où chacune de leurs filles, Meriem la musulmane, Gigi la juive et Tina la catholique, inséparables comme leurs pères, décident de perdre leur [virginité](#) avant le [15 août](#) avec un garçon d'une autre [religion](#) que la leur.

³ Interprété par le regretté Jamil Ratib star du cinéma égyptien.

Une fois à l'écran, l'image de la femme devient un sujet à débat, voire même un sujet complexe⁴. C'est lors d'un colloque organisé les 12 et 13 janvier 1996 à Tunis par l'Association des Cinéastes tunisiens : *L'image de la Tunisie et du Tunisien dans le cinéma national*, que la communication de Nouri Bouzid sur *l'image de la femme à l'écran* suscite un débat. Pour Bouzid, telle que portée à l'écran, l'image de la femme tunisienne ne semble pas convaincante, voire totalement irréaliste. Ses propos ont été considérés par la critique présente comme une provocation. Absence d'identité, de nudisme, d'érotisme, d'amour, de rapports sexuels, d'adultères et de scènes de ménage. Il dit : "*Une constante dans le cinéma tunisien, c'est l'absence du cliché de la femme fatale sous tous ses formes : ni pécheresse qui se rebondit, ni vamp qui détourne du droit chemin le fils de bonne famille, ni danseuse du ventre, ni méchante qui se fait punir. Même Habiba M'Sika⁵ a échappé au stéréotype et sa fin tragique a été filmée comme une chorégraphie, un rêve (...) le manichéisme est banni du cinéma tunisien*"⁶. L'auteur a tenté ainsi dans son quatrième long métrage "*Tunisiennes-Bent Familia*" de répondre. Si sa critique de l'image de la femme portée alors à l'écran est assez convaincante, son film entièrement consacré aux femmes n'est pas une consécration. Alors, quelle est l'image de la femme portée à l'écran en Tunisie ? Et cette image est-elle proche de celle de la réalité ?

A travers les films tunisiens, il existe plus qu'une image, plus qu'une femme⁷. Le singulier est souvent à l'écran un pluriel féminin. C'est surtout selon l'approche du metteur en scène et de son expérience personnelle que cette image est forgée⁸. Notre intention est donc de cerner l'expérience de certains réalisateurs, particulièrement auteurs de longs métrages ayant marqué, par le thème de la femme, le nouveau cinéma tunisien (1986-2000)⁹. Nous allons à travers cette période, qui est certes la plus riche au niveau thématique, stylistique et au niveau de la production, tenter d'aborder le sujet qui nous semble le plus préoccupant chez les cinéastes tunisiens à savoir l'image de la femme. Pour ce faire, nous optons pour une analyse filmique adaptée à une approche socio-sémiologique. Par une analyse filmique des extraits de dialogues et de séquences choisies, nous allons faire le rapprochement entre la société comme une série de codes et de signes et le cinéma comme un art et un support permettant de transmettre tout cela en images.

3- La femme à travers des films représentatifs :

La représentation du corps de la femme dans le cinéma tunisien est fréquemment présente. Pour dégager l'image du corps féminin dans le cinéma tunisien, nous choisirons chronologiquement quelques films représentatifs ayant reçu un bon accueil auprès de la critique et du public et ayant connu un rayonnement international. Rappelons que ces films ne sont qu'un échantillon représentatif et non exhaustif de notre recherche.

- "L'homme de cendres (1986)" : corps violé, corps voilé

Dans *L'Homme de Cendres* de Nouri Bouzid, sortie en 1986, toute la trame se déroule autour du viol perpétré sur la personne de Hechmi. Le réalisateur a voulu tracer la mémoire collective d'une génération où le viol était assez fréquent. Le viol apparaît comme un moyen de dominer l'autre¹⁰. Bouzid a fait du viol une structure mentale et psychique. Le film se présente comme un témoignage d'une génération qui a grandi dans la

⁴ MABROUKI Anwar (2011); L'image de la femme dans le cinéma contemporain <http://www.critique-film.fr/1%E2%80%99image-de-la-femme-dans-le-cinema-tunisien-contemporain/>

⁵ Film de Selam Bacchar sortie en 1995.

⁶ BOUAMOUD Mohamed : *L'Absence-présence de la femme dans le cinéma tunisien*, in *Réalités*, revue tunisienne hebdomadaire, N° 533 du 26 au 01 janvier 1996 compte rendu du colloque, p.13.

⁷ Voir la communication de IDA Kummer : "L'image de la femme dans le cinéma tunisien", in *Tunisie Plurielle*, Actes du colloque International : "La traversée du français dans une Tunisie plurielle", volume I, université York, Toronto, Canada, dirigés par Hédi Bouraoui, Ed, L'Or du Temps, Tunis, 1997, pp. 249-260.

⁸ Il existe dans le cinéma tunisien une série de films à caractère biographique et autobiographique tel que film *La Trace* de Nejia Ben Mabrouk (1982) *Les Sabots en or* de Nouri Bouzid (1989), la biographie de Habiba M'Sika *La danse du Feu* (1995), et *Demain je brûle* de Ahmed Ben Smail (1998).

⁹ CHAMKHI Sonia, Cinéma tunisien nouveau, Parcours autres, Sud éditions Tunis, 2002.

¹⁰ Entretien avec Nouri Bouzid : Synthèse réalisée par Raoudha Amara *La Presse-Tunis*, du 14/11/1986.

peur du viol. L'auteur traite du rapport parents-enfants, et de l'homosexualité. Tout au long du film, Hechmi le héros, est à la recherche du père affectueux et dévoué. Bouzid a volontairement choisi un père autoritaire représentant l'image du pouvoir de l'époque marquée par la présence quasi-totale du charisme de Bourguiba¹¹. Rappelons que le film date de 1986, date du conflit entre le pouvoir et les islamistes et le syndicat et de celles des grèves des étudiants sans oublier les islamistes et les émeutes du janvier 1984 dites du pain¹². Pour passer ce message à l'écran, Bouzid prend l'audace de déranger.

L'Homme de Cendres est en effet une histoire qui s'intéresse aux malaises de deux jeunes de la ville de Sfax marqués par le viol que leur a fait subir leur patron menuisier. A la veille de son mariage, Hechmi n'arrive pas à assumer sa virilité. Il se dérobe pour fuir les préparatifs de sa noce. Comment un homme violé peut assumer une vie sexuelle normale, alors qu'il était un objet sexuel et sujet au viol ? Le cinéaste décrit un blocage psychique qui interpelle des traditions et une communication à sens unique. Farfat¹³, l'ami de Hechmi, fut rejeté par son père à cause de sa réputation d'homosexuel. Il parcourt la ville, s'envole comme un oiseau farouche. Il est aussi chassé par les gamins du quartier qui inscrivent sur les murs : *Frafat est un pédé*. Cette phrase sera gommée (dernière séquence du film), par un enfant du quartier qui croit à l'innocence de Farfat. Hechmi, soutenu par ses amis, est initié à sa nouvelle vie. Pour ce faire, ils lui programment une soirée dans des maisons closes. Même en se réfugiant dans la société des marginaux, celle des putains (Chajra- Arbore), le futur jeune marié n'arrive pas à oublier son passé et se trouve toujours hanté par cet héritage lourd. Le rapport n'aboutit pas, il est stérile comme c'est le cas dans *Bezness*. La soirée se transforme alors en une poursuite sanglante dans les ruelles de la vieille ville de Sfax à la recherche du vrai coupable : le menuisier qui a violé Hechmi et l'a rendu incapable d'assumer sa vie sexuelle. La vengeance : œil par œil sera le moyen de se libérer de ce blocage accablant. Le patron-menuisier sera poignardé au niveau de son sexe, d'où vient le mal. La règle veut que pour assassiner il faut s'attaquer au cœur ou à la tête. Et Bouzid nous déroute, plaçant son couteau-caméra au niveau du bassin. Ce plan fera l'objet de l'affiche du film. *L'Homme de Cendres* est un chef d'œuvre, et même un classique du cinéma tunisien et arabe, son originalité thématique est en fait à l'origine de son succès.

Le corps est représenté dans ce film comme un facteur déterminant dans la formation psychique et idéologique de la personnalité arabo-musulmane. Chez Bouzid, le corps violé est impuissant, incapable de construire et d'avancer, c'est le cas de son héros Hechmi. Dans *L'Homme de Cendres*, le corps de la femme est impuissant et ne peut pas veiller sur le corps de l'homme violé. Une réciprocité et une inversion des rôles qui, selon le réalisateur, demeure vitale.

- "*Halfaouine (1990)*" : *L'espace féminin*

Il y'a dans *Halfaouine* une volonté d'exister à partir d'un lieu qui lui aussi devient sujet et corps en même temps qu'il sert de repère. C'est la vieille ville, l'ancienne médina de Tunis, dite médina arbî (la ville arabe) en opposition à celle des Européens de l'époque coloniale que le film de Boughedir prend pour espace et pour champ d'action. Boughedir construit sa trame narrative sur une complicité et une harmonie sociale : entre le père de la famille et sa femme, entre le cordonnier (Mohamed Driss) et sa bien-aimée, le cheikh et sa patiente, mais aussi entre l'enfant et l'adulte.

Dans ce temple plus que millénaire du hammam, les corps nus défilent devant nous. Boughedir n'est pour rien dans tout cela ; il n'a de choix que suivre la logique narrative de son histoire. Logique relative au désir d'un adolescent de découvrir le corps de la femme. C'est là où apparaît le talent de l'artiste : se laisser prendre par le fonctionnement interne de l'histoire. Le hammam est un culte hygiénique auquel s'adonnent nos citadins dans un espace qui fut un haut lieu de sociabilité pour les femmes, et où s'accomplit aussi une éducation poursuivie dans le privé. Un espace qui prend le relais de l'espace privé, celui du dâr (maison).

C'est le corps de la femme qui est fortement présent, mère, épouse, détentrice d'un certain capital symbolique. Le corps dans *Halfaouine* est très féminin, le corps, c'est tante Latifa (Hélène Catzaras), la veuve,

¹¹ Président de la Tunisie 1956-1987.

¹² Voir *l'Annuaire de l'Afrique du Nord*, Paris, C.N.R.S, 1987 et 1988. (Chroniques tunisiennes).

¹³ GUELLALI Amna : *Les Silences du Palais de Moufida Tlatli*, in journal, *La Presse-Tunisie*, du 18/11/1994.

jeune, coquine, grâce au jeu du port et du dévêtu du safsari, et de la démarche, mais qui a toujours sa place dans ce milieu familial et social. A celui-ci s'oppose l'autre extrême, le corps de la tante paternelle, non mariée et qui arrive à exorciser ses élans et ses désirs avec le cheikh. Le corps dans *Halfaouine* est aussi celui de la jeune fille et de sa naïveté, vis-à-vis de son corps, avec Noura. Quand ce dernier est refoulé du hammam après avoir été suivi par la gouvernante, il ne trouve point de ressource que la jeune fille orpheline qui est sa nourrice. Elle aussi pauvre, opprimée et exclue, car elle n'est pas encore une femme. Boughedir se réfère à son enfance représentée par le jeune Noura. L'auteur voulait aussi faire plaisir au public en faisant que ce gamin arrive à son but : découvrir le corps de la femme (la nourrice), après avoir été à la recherche d'un regard clandestin (le hammam).

En comparaison avec Hechmi le héros de *L'Homme de Cendres* de Nouri Bouzid, marqué à jamais par un choc psychologique, Noura dans *Halfaouine* est au seuil d'une puberté frustrante. Un nouveau monde s'offre à lui, à l'opposé du premier qui était doux et tendre ; celui des hommes et de la prise de conscience de sa condition. Ce changement brutal lui est imposé. Hechmi, quant à lui, est amené presque de force à découvrir le corps de la femme. Deux situations analogues. Mais Noura ne sera pas totalement privé de l'univers des femmes. Car il fera ses premiers pas grâce à la présence d'une nourrice. L'impact de la femme dans la vie quotidienne, particulièrement à l'intérieur des logis, est reconstitué par le réalisateur. Ces personnages ne sont pas tous typiques. La vision y est exagérée car l'analyse de leur comportement est dominée par un clin d'œil caricaturé. Le résultat s'attache et se détache de la réalité. Le film invite au rêve et à la nostalgie malgré la légèreté de son récit et la sobriété du jeu des comédiens.

- "*Bezness (1992)*¹⁴" : corps nu, corps voilé.

Le film *Bezness*, sortie en 1992, est par excellence le film qui a donné tant d'importance à la femme. Il n'a pas eu sa chance de la part de la critique et a été considéré comme un film léger, s'attaquant aux effets pervers du tourisme. Cette critique se place en comparaison à *L'Homme de Cendres* et aux *Sabots en or*, les deux films précédents de Bouzid. La richesse et l'exploit de Bouzid dans *Bezness* demeurent incontestablement dans les dialogues.

Certes, Bezness est un type d'homme qui vend son charme aux touristes pour de l'argent. Cette catégorie fleurit aux alentours des hôtels dans les régions à vocation touristique. A partir de ce thème social, Nouri Bouzid construit un mélodrame. Roufa (Abdekechiche)¹⁵, bezness en fin de carrière, veut assurer son avenir d'autant plus que sa fiancée, Khomsa, interprétée par Galia Lacroix, s'impatiente pour le mariage. Aux abords des piscines des hôtels de la région de Sousse et de Hammamet, Roufa fait la chasse aux belles à moitié nues, en leur proposant d'éveiller leurs sens. Hommes et femmes, jeunes ou vieux, belles ou laides sont bonnes pour le bezness déchu.

A l'autre bout de la ville, Fred, interprété par Jacques Penot, photographe français de profession en vacances dans la région, s'intéresse aux charmes discrets des femmes, comme un orientaliste du XIX siècle fasciné par l'exotisme à l'orientale. Bouzid filme Fred chassant les femmes voilées en Sefsari (habille féminin tunisien, traditionnel) dans le Souk de la Médina, guidé par un bezness junior, le petit frère de Roufa. Il fait parler son acteur français en voix off :

Plus je m'enfoncé, plus je me pose des questions, plus je reste, je sens que le voyage est total, tous est différent. Le dedans m'intrique, tout est voilé, le voile qu'on porte n'est rien, c'est le voile invisible qui

¹⁴ Bezness du dialecte tunisien signifie le dragueur des touristes.

¹⁵ D'origine tunisienne, arrivé à Nice à 6 ans, le jeune Abdellatif Kechiche prend des cours de comédie au Conservatoire d'Antibes. Passionné par le théâtre, il enchaîne les spectacles, comme acteur, mais aussi comme metteur en scène. Sollicité par le cinéma, il décroche le rôle principal du *Thé à la menthe* d'[Abdelkrim Bahloul](#). Gigolo chez [André Techiné](#) (dans *Les Innocents*, face à [Brialy](#) en 1987) puis dans le très remarqué *Bezness* de [Nouri Bouzid](#) (avec à la clé un Prix d'interprétation à Namur en 1992), Abdellatif Kechiche décide ensuite de passer derrière la caméra. En 2012, Kechiche, remporte, la Palme d'Or lors du 66ème Festival de Cannes pour [La Vie d'Adèle](#).

*m'intrigue, je n'arrive pas à le percer. Derrière chaque regard il y a un mystère, derrière chaque porte il y a une ville, un monde qui m'échappe. Comment peuvent-ils s'y retrouver ?*¹⁶

En visitant les ruelles de la ville, il tombe net sur Khomsa et la traque avec son appareil. Celle-ci s'abandonne volontairement au visiteur. Aucune complicité ne se crée entre le couple. Il l'invite chez lui. Pour Khomsa c'est une première que d'être seule avec un homme.

J'entre chez un homme, je ne sais même pas m'y prendre. Et s'il abusait de moi ! Khomsa (Bezness)

La relation entre Khomsa la Tunisienne et Fred le Français est stérile, et sans échange. Une relation fautive, superficielle et sans consistance. La nature de leur relation leur ôte toute sensibilité et toute fantaisie. Par contre, dans ses relations avec les femmes touristes, son fiancé Roufa arrive à ses fins. Dans *Bezness*, Bouzid renverse les rôles et fait du dialogue Nord-Sud un dialogue entre corps nu et corps voilé. En second lieu, il affronte deux positions différentes du corps par l'intermédiaire de deux couples de cultures différentes. Homme-oriental (Roufa) en relation avec une femme-occidentale (La touriste) et homme-occidental (Fred) en relation avec une femme-orientale (Khomsa). Les deux couples sont à la recherche d'une liberté. La liberté occidentale épuisée par son contenu matériel, et la liberté orientale étouffée par son contenu moral et spirituel. Aucun n'arrive à donner un certain équilibre à l'autre qui est l'être, autrement lui-même. Le dialogue chez Bouzid n'aboutit pas à changer la réalité. S'il faut arriver à un échange, il faut qu'il se fasse dans le respect de la différence et dans la tolérance.

- *Les Silences du Palais (1994) : femme soumise-femme révoltée*

Dans *Les Silences du Palais*, le corps est autrement représenté même si le viol est, en profondeur, semblable à celui présenté dans *l'Homme de cendres*. Au lendemain de la mort d'un des membres de la famille beylicale, une jeune femme Alia, fille d'une ancienne servante du palais, retourne sur les lieux de son enfance. Le film est le récit de ce voyage, au cœur d'une mémoire refoulée. On constate, que ce soit dans *l'Homme de Cendres*, ou dans *les Silences du Palais*, que le passé est le générateur du présent et de l'action. La technique de flash-back est dans les deux films parfaitement maîtrisée et nous livre une continuité où se rencontrent le passé, le présent et le futur. Les thèmes qui émergent du film de Moufida Tlatli gravitent autour d'un sujet principal, celui de la femme et de son corps. Aussi la violence et les silences dans lesquelles sont emprisonnés tous les personnages féminins alimentent-ils successivement la montée du drame dans le film. Moufida Tlatli a parfaitement réussi à faire de la femme un lieu (le palais) et du lieu une femme et de la femme un corps parlant. Toute l'histoire se passe dans un palais, une concentration de l'espace, du corps et des personnages qui, à un certain degré risque d'étouffer le spectateur.

Les corps, ceux des domestiques, objet d'exploitation, sont enfermés entre deux lieux : la cuisine et la chambre à coucher des maîtres. Ce sont les lieux de passage de la fonction de la simple servante à celle de la servante des besoins de la chair. Le premier lieu filmé est un bas-fond de la misère féminine, marginalisé par rapport aux autres espaces. C'est un lieu où les domestiques se réunissent autour d'une table pour parler des airs nostalgiques donnant libre cours à leur tristesse et à leur colère, se découvrant telles quelles, sans masques. Cette image du corps comme simple objet sexuel modifie le regard que toute femme porte sur elle-même, auquel se mêlent la honte et la haine de leurs propres corps.

Alya, l'héroïne du film, voit son passage à l'âge adulte comme un mal humiliant. Elle refuse de l'assumer¹⁷. Sa mère, Khadija, bafouée et humiliée dans sa dignité, va jusqu'à martyriser ce corps qu'elle ne possède plus. Elle refuse le futur enfant du bey par un avortement, qui va lui coûter la vie. Une scène impressionnante, magnifiquement filmée par Tlatli et magistralement interprétée par Amel Hidhili. Dans cette séquence, on assiste à l'image de cette femme en train de frapper, avec ses propres mains, son propre ventre pour étouffer le futur bébé, dont le père est pour elle connu, mais restera inconnu aux autres domestiques du palais. Tel était le cas de sa fille Alia, objet d'un plaisir sexuel du bey qui se transformera plus tard en haine. Dans un tel monde, caractérisé par la domination exercée sur le sexe féminin, la seule traduction possible de ce

¹⁶ Le photographe dans *Bezness*

rapport de force est la violence. A travers cette scène, on comprend à la fin du film pourquoi Alia la chanteuse garde son enfant bien qu'il soit issu d'un mariage illégal avec son amant l'instituteur.

Dans *les Silences du Palais*, la violence est contenue, mais latente et le degré de sa gravité monte au sein de l'intrigue en alimentant la dramaturgie narrative, d'où le grand effort accompli dans l'écriture avec une touche propre à Nouri Bouzid¹⁸. C'est le cri de la mère qui refuse son corps où pousse un cri coupable, au cri d'Alya la fille qui court vers la porte en lançant un hurlement inaudible. La violence se manifeste aussi en une scène significative, celle du viol de Khadija par l'un des beys. Le désir du bey ne s'arrête pas à la mère, mais il veut que la fille hérite la place de la mère servante vieillissante. Une image qui reste exclusive à Tlatli, la succession du corps, c'est le féodalisme des corps. Une possession qui doit être transmise d'une génération à l'autre. Le bey veut faire l'amour avec la fille de Khadija (la petite Alya) qui est la copine d'une fille de la Cour beylicale. Des images qui interpellent, avec beaucoup d'audace, un passé et toute une culture. Les hommes qui sont derrière cette violence sont traités comme des brutes, leur seul but étant de satisfaire leur plaisir. Mais il y a une autre forme de violence, une violence qui caractérise les rapports entre la mère et la fille. Entre l'une qui cherche une identité et refuse la servitude, et l'autre enfermée dans son secret. Le dialogue est rompu par le non-dit et les tabous.

Le corps de Khadija, mère de Alya, servante privilégiée, a été élevée au palais dans le respect des règles qui régissent ce milieu : obéir aveuglément, sans aucune révolte à toutes les exigences des beys. Elle n'a ni à penser, ni à juger : c'est son destin. Personnage important du film, elle symbolise tous les aléas du statut de la femme à une certaine époque. La femme, rabaisée, faite pour donner du plaisir, sans consistance, sans espoir, sans projets. Khadija, maîtresse du bey Ali, violée par un autre bey, Bechir, est incapable de préserver sa fille, seul projet qui n'a pas avorté. Son désespoir est immense face à sa fille devenue femme, une adolescente qui ne supporte pas les huis clos et ses secrets. C'est ainsi succinctement le résumé d'une éternelle question pleine de curiosité et de révolte :

Alors dis-moi qui est mon père ? (Alya à sa mère Khadija).

Cette question peut être traduite par la suivante : Qui suis-je ? L'interrogation touche la femme, la société, la culture, la nation, le passé et le futur. Ce n'est pas un hasard si tous les événements du film se passent à une période historique de la Tunisie : les années 1954-1956 d'un mouvement national montant, avec cet instituteur en fuite des poursuites et des répressions coloniales.

Alya est le personnage central du film. Elle est la seule à ne pas savoir, et seule à ne pas comprendre, donc seule à vouloir briser les silences du palais. N'ayant aucun doute sur la personnalité de son père et vivant au quotidien l'avilissement de sa mère elle se retrouve impuissante, frustrée dans ses plus simples sentiments filiaux. La musique (le luth-Al Oud), son seul refuge devient son seul moyen d'expression. Et l'art devient remède ! C'est le cas aussi du juif et de son luth dans *l'Homme de Cendres*, Amine et ses toiles dans film *Essaida*. Tout ce qu'elle veut Alya c'est qu'on lui avoue ouvertement l'identité de son père, et comprendre sa mère pour se comprendre elle-même. Parallèlement, tout ce que voulait la Tunisie des années 50, c'était prendre en main son destin. La quête de Alya, c'est la révolution et l'aspiration du peuple tunisien à l'indépendance. La femme sert dans *Les Silences du Palais* à une double fonction et fiction, celle de la femme-femme et celle de la femme symbole (la Tunisie) et ses composantes : politique, historique et socio-culturelle.

- **"Habiba M'Sika (La Dance du Feu 1995)" : La mythification de la femme**

La question posée par la critique lors de la sortie du film était : mystification ou démythification de Habiba M'Sika ?¹⁹ En effet, de part son titre, le film s'annonce comme étant une biographie de la célèbre chanteuse danseuse qui était Hbiba Msika, genre très difficile dans le cinéma où se croisent plusieurs lectures. Il est vrai qu'il y a une fin mais y a-t-il un début ? Il est très difficile de trouver un semblant de structure de récit.

¹⁸ Nouri Bouzid est également conseiller à l'écriture sur *Les Silences du Palais* et aussi *Halfaouine*.

¹⁹ YAZIDI Khalifa : *Haiba M'Sika de Selma Baccar : Vaine plaidoirie pour un fantasme*, in *Septième Art*, Tunis, n° 80, novembre 1995.p 2.

La première séquence du film nous montre une Habiba M'Sika adulée par une poignée de personnages, sans plus. Et si l'on s'accroche désespérément aux images, en établissant des liens entre les éléments et en les associant nous comprendrons que Habiba M'Sika est déjà une star, mais son itinéraire pour en arriver là est laissé dans l'ombre, donc jugé non important. C'est là peut-être l'importance de la biographie qui a pour rôle de nous montrer comment Habiba M'Sika est devenue une star au lieu de la montrer déjà star²⁰. On découvre qu'elle avait un riche amant rural, fou amoureux d'elle. Elle découvre un jeune poète, dont elle fait un amant et qu'elle s'empresse de mettre dans son lit. Et dans l'enchevêtrement des scènes, nous retrouvons M'Sika tour à tour, danseuse, actrice ratée du théâtre, patriote à ses moments perdus, chanteuse sans conviction. Ce qui ne l'empêche pas d'être entourée d'une nuée d'admirateurs qui gravitent autour d'elle, pour entretenir l'image de la star que la presse essaye d'imposer. En effet, dans une biographie filmée, il est difficile de tout raconter. Le cinéma exige de tracer les moments forts de la vie de M'Sika. D'autres supports, l'écriture en particulier, peuvent se permettre de présenter une vie détaillée d'un personnage.

Par la mythification de M'Sika, Selma Baccar veut rendre hommage à la femme en général et à une époque précise. Il est vrai que l'histoire du film se déroule dans les années 30, une période considérée encore par la classe des intellectuels comme l'âge d'or de la création tunisienne sous toutes ses formes. A titre d'exemple, on citera Echabbi le poète, Douaji le nouvelliste, Saliha et M'Sika les chanteuses, Haddad le défenseur farouche de la femme, Mohamed Ali Al Hammi le syndicaliste, sans oublier Bourguiba le militant et le futur président de la Tunisie. Par cette rétrospective Baccar nous montre que la femme tunisienne émancipée ne date pas d'aujourd'hui. Il existait des femmes qui se battaient pour la liberté, la création et la patrie dont Habiba M'Sika était la pionnière.

- **"Bent familia –Tunisiennes (1997)" : La femme encore et toujours.**

Les cinéastes tunisiens ont-ils fini de nous raconter leur vie et leur passé et de nous parler encore de la femme ? La réponse est non. Nouri Bouzid nous livre son quatrième long métrage, un film qui parle intégralement de la femme et intitulé *Bent Familia*.

Aïda divorcée, Amina, mariée à un notable tunisois, et Fatiha l'Algérienne réfugiée en Tunisie, trois femmes de trente-cinq ans, qui ont fait des études, et ont découvert la liberté. Un microcosme d'une génération née avec l'indépendance qui représente la société tunisienne de l'époque. Trois projets de vie qui font naufrage dans l'océan des hommes. L'écriture fragmentée du scénario se reflète dans le récit filmé. D'où l'impression de vivre trois petites histoires et le sentiment que l'intrigue échappe souvent à l'auteur.

Amina trouve dans le regard de Fatiha une sensibilité à fleur de peau, proche de la sienne. Toutes deux écorchées vives, toutes deux silencieuses, toutes deux couvrent une révolte sourde mais impuissante. Fatiha est comme en instance de vie en sursis. Elle attend un visa pour l'Europe comme si elle attendait le Messie. La forte personnalité et l'énergie que met Aïda, la divorcée magnifiquement interprétée par Amel Hedhili, à affronter les difficultés de la vie quotidienne vont aider les deux autres femmes, pourtant très différentes, à se dépasser. Amina, à son tour, apprend à affronter ; elle va se refuser à son mari. Celui-ci ne pouvant supporter ce refus qui est pour lui une humiliation, la prend de force pour faire respecter «ses droits sur elle ». Amina va jusqu'à quitter le domicile conjugal et Majid (son époux), interprété par Raouf Ben Amor, en perd tous ses moyens. On a du mal à croire à cette relation de couple trop simpliste et celle de Aïda avec son amant imaginaire, le palestinien, apparaît trop superficielle aussi.

Aïda et Fatiha vont exprimer ce qu'elles ont sur le cœur, elles vont jouer, rire, se disputer et se réconcilier pour remettre l'épave à flots, l'épave de l'amour. Là le récit atteint son sommet. C'est cette partie du film qui nous retient. On retrouve Bouzid d'avant avec un décor recherché, une direction qui laisse aux acteurs tout le loisir de la spontanéité. Pour les personnages de Bouzid, l'indépendance est certainement une conquête mais la famille reste écrasante. Il est presque honteux pour un homme d'être sans femme et vice-versa. Il doit

²⁰ Sur la biographie de M'Sika voir : D'ARCIER Jeanne Faivre : *Habiba Messika : la brûlure du péché*, Paris, Belfond, 1997. Et le travail de maîtrise de ERRABIH Nadia : *Habiba Messika de l'histoire récente au mythe littéraire*, Montpellier III, 1999.

être fort, violent. *Bent Familia* tente de parler d'une manière plus ou moins réussie des problèmes nouveaux de la femme en général, et du statut de la femme divorcée en particulier. Accueilli timidement par le public et la critique, pour eux Bouzid ne trouve ici ni son originalité ni une suite à ses débuts marqués par une audace et un cinéma d'auteur confirmé.

- "*Keswa - Le Fil Perdu (1998)*" de Kalthoum Bornaz

Keswa - Le Fil Perdu de Kalthoum Bornaz raconte 24 heures de la vie de Nozha, femme tunisienne des années 90 qui par le passé a quitté le pays, fuyant un destin tracé par les traditions et les vœux familiaux. Interprété par Rim Turki, actrice dans deux autres longs métrages tunisiens *Le sultan de la Médina* de Moncef Douib et *Les Hirondelles ne meurent pas à Jérusalem* de Ridha Behi. La réalisatrice de *Keswa* est la quatrième femme cinéaste en Tunisie à réaliser un long métrage. Après Selma Baccar, auteur de *Fatma 75* et *La danse de feu* (1995) et Moufida Tlatli réalisatrice de : *Les Silences du Palais* (1994), Bornaz met en scène le cinquième long métrage féminin.

Partie à la suite d'une brouille avec sa famille, due à un mariage contre leur gré. Nozha, à présent divorcée, revient au pays avec un sentiment d'échec et de désarroi profond. Mais c'est avec une nouvelle maturité avide de vérité et un regard nouveau sur ce qu'elle avait renié qu'elle affronte ce retour. L'heure est à la joie des retrouvailles et de la réconciliation. Pour faire plaisir à sa famille, elle accepte de revêtir la lourde *Keswa* traditionnelle (costume de cérémonie de mariage) brodée de fil d'argent, pour la noce de son frère qui a eu lieu le soir même.

Mais un incident mènera Nozha à chercher cette noce à travers Tunis, ses fêtes et sa magie. Prisonnière de ce qu'elle avait rejeté par le passé (symbolisé par la lourde *Keswa* qu'elle porte), elle passe une nuit d'errance balisée de rencontres fortes et renoue avec ce qu'elle avait enfoui au fond d'elle-même. Pour Kalthoum Bornaz, c'est à travers Nozha, qu'elle tient à cœur selon son expression, de : *représenter la vie à Tunis aujourd'hui, avec son dédale de contradictions et de cohérences, de libertés et de barrières, de reprendre nos archétypes traditionnels trop souvent falsifiés par un orientalisme racoleur*²¹. Mais le film reste loin de faire l'unanimité sur sa qualité et sa thématique, il reste désormais un premier film trop chargé, à tel point qu'il échappe à son auteur.²²

4- *Le cinéma tunisien et la femme : vue d'ensemble*

*L'Homme de Cendres*²³ de Nouri Bouzid annonce alors, la couleur d'un nouveau cinéma tunisien ou d'une nouvelle vague. Nous sommes en 1986, une crise politique, économique et sociale règne dans le pays, sous le régime de Bourguiba. Voilà un auteur qui nous dérouté et aborde un sujet loin de l'actualité. Mais dans l'art, contrairement au discours politique et social, la dénonciation est indirecte, le refus et la participation au débat peuvent prendre comme prétexte mille sujets, différentes formes et plusieurs supports. Le cinéma, le théâtre et la littérature en Tunisie ont été à cette période sévèrement contrôlés, la censure était là²⁴. Bouzid traite de sujets tabous : la pédophilie, la femme, le mariage et l'autorité parentale. Un courage qui vaudra au film consécration et considération du public et sera couronné par le jury des J.C.C (Journées Cinématographiques de Carthage) de 1986 d'un Tanit d'Or.

Nouri Bouzid changera de ton dans son deuxième film : *Les Sabots en Or*, avec une histoire d'engagement politique, semi-autobiographique, mais qui ne passe pas inaperçue. Dans son troisième long

²¹ Voir la note d'intention de l'auteur.

²² GABOUS Abdelkarim: *Silence, Elles Tournent! les femmes et le cinéma en Tunisie, Tunis, CERES Editions, 1998.*

²³ *L'Homme de Cendres* de Nouri Bouzid est considéré par la critique tunisienne et étrangère comme un nouveau souffle dans l'histoire du cinéma arabe et tunisien, voir les travaux de Hédi Khelil dont : *Résistance et utopies, essai sur le cinéma arabe et africain, Tunis, Shar, 1994.*

²⁴ Plusieurs films, romans et recueil de poèmes ont été censurés durant les années 80, tel que le recueil de Sgheir Awled Ahmed : *Cantique de six jours*, et celui de Hassan Ben Othman *Abbas perd la boussole.*

métrage *Bezness*, il quitte l'intérieur et va vers la côte²⁵. Evoquer le tourisme et la prostitution masculine, tel sujet frappe encore une fois et provoque des débats. Il donne au cinéma tunisien plus d'audace et de liberté. Le quatrième film de Bouzid *Bent Familia -Tunisiennes*, ne pouvait être qu'entièrement consacré à la femme. S'il est permis de récapituler le parcours du cinéma tunisien, on pourra remarquer que depuis 1986, chaque réalisateur a tourné dans sa propre logique. Chacun est guidé par sa propre vision des choses, sans considérations pour les préoccupations des Tunisiens des années 90, à l'exception du film *Essaïda*²⁶ de Mohamed Zran sorti en 1996 et qui s'inscrit dans un temps actuel et un style néoréaliste²⁷.

Trois films : deux en 1994 et 1995 et un en 1996. Les deux premiers sont venus de deux femmes cinéastes : *Les Silences du Palais* de Moufida Tlatli qui est tout simplement un chef d'œuvre, et *La Danse du Feu ou Hbibba Msika* de Salma Bacchar, qui a le mérite de faire connaître à plusieurs générations le personnage presque mythique qu'avait été Habiba M'Sika. Le troisième vient de Ferid Boughedir avec son second film *Un été à la Goulette* dont l'histoire gravite autour de trois familles, de trois communautés différentes des années 60. Les trois films sont incontestablement trois films qui ont fait date. Mais au-delà de la qualité de ces films, pourquoi ce retour à l'histoire et au passé dont la femme est l'axe ?

C'est peut-être que le quotidien est très douloureux et que les moyens d'expression ont bien des limites. Alors que dans le monde entier, les thèmes essentiels sont entre autres : le polar, le chômage, le sida, la corruption, la jeunesse, la vie conjugale, une série de thèmes auxquels les réalisateurs tunisiens quant à eux tournent le dos. Peut-être que la société n'a rien à leur inspirer. Ce qui n'est pas vrai puisque la réalité de l'époque inspire les romanciers, les poètes et les sociologues²⁸. Seuls les cinéastes échappent à l'actualité du temps réel. Il nous semble que l'image est plus poignante et dérange plus que d'autres supports artistiques : un phénomène propre aux cinéastes tunisiens. Mais les limites de cette recherche ne peuvent sans doute avancer de réponse.

Le passé trouve, lui aussi, refuge dans la femme. Une présence remarquable de la femme à travers un corps nostalgique. Les cinéastes tunisiens après avoir été emportés par le souffle quasi-épique des années 60 (après l'indépendance) se trouvent au cours des années 80 confrontés à la défaillance du système culturel, politique et social de la décolonisation. L'interprétation et la dénonciation de cette situation réelle et amère n'est accessible que par le retour vers le Moi et le passé. Pour réussir à s'exprimer, ils avancent l'hypothèse de la femme comme alibi et l'autobiographie comme un échantillon microscopique de la société tunisienne. Les cinéastes sont en face d'une question majeure : pour changer la société il faut se changer soi-même. C'est avant tout à travers ces thèmes-là que le cinéma tunisien a fait son public et son succès national et international. Le cinéma est devenu en Tunisie, au cours des années 80 et 90, le phénomène culturel le plus remarquable. Il provoque des débats, brise les tabous, pose des interrogations d'ordre moral, social et civilisationnel.²⁹

5- La femme entre tradition et création

L'image de la femme dans le cinéma est souvent en étroite relation avec la situation sociale de celle-ci, caractérisée par la domination d'une culture traditionnelle. En Tunisie, comme dans le reste des pays arabes, la

²⁵ Les deux premiers films de Bouzid ont été tournés en majorité à l'intérieur, *l'Homme de Cendres* à Sfax et *les Sabots en Or* à la Médina quant à *Bezness*, il fut tourné à Hammamet dans la côte tunisienne et *Bent Familia* à Tunis.

²⁶ Célèbre [artiste peintre](#) vivant à [Tunis](#), Amine, la quarantaine, prépare une exposition mais traverse une crise de création. Il rencontre Nidal, un adolescent délinquant qui [mendie](#) pour subvenir aux besoins de sa famille, et battu par son père chômeur et alcoolique. Intrigué, Amine suit Nidal jusqu'à Essaïda, quartier populaire de Tunis où réside le jeune homme. Bouleversé par le quartier et ses habitants, Amine décide de s'y installer pour commencer sa nouvelle vie.

²⁷ SKANDRANI Maryam : *Un nouveau cinéma est né*, in revue *Réalités*, n° 572, novembre 1996.

²⁸ BEN NABLIA Sahbi : *Femmes et médias au Maghreb*, Unesco, Paris, 2011.

²⁹ EUVRARD Janine; *Les femmes et le cinéma dans le monde arabe*,

<https://www.erudit.org/fr/revues/images/1996-n83-84-images1080412/23373ac.pdf>, consulte le 20 juin 2017.

femme est confrontée à un système de valeurs traditionnelles. Bien que la femme tunisienne soit l'une des plus privilégiées dans le monde arabe, l'évolution des mentalités envers son statut n'est pas en parfaite harmonie avec les acquis juridiques et socio-politiques. Malgré un Code de statut personnel révolutionnaire, ce dernier quitte difficilement les labyrinthes des palais de justice pour embrasser la large société. C'est à ce problème que les cinéastes tunisiens veulent consciemment ou inconsciemment s'attaquer.³⁰

Dès l'enfance, la femme est soumise à un certain nombre de règles morales quelle doit respecter. Khomsa en voix-off dans *Bezness*, se révolte face à ce système et veut se libérer de cette éducation :

Emmenez-moi loin.

Là où personne ne me commande.

Je veux errer là où les regards ne m'effraient pas.

Je veux défoncer les remparts de la ville et connaître ces secrets.

Toute la vie réduite au silence. Pas un mot pas un geste.

Soumise à leur loi.

Khomsa ! Tu es une fille. Tu n'as pas honte.

Khomsa ! baisse tes yeux.

Khomsa ! rentre et ferme la porte.

Khomsa ! Couvre-toi.

Khomsa ! attache tes cheveux.

Khomsa ! tu es promise à un homme.

Un homme qui me jette entre quatre murs comme on jette les femmes.

Khomsa dans -Bezness.

C'est la mère, en tant que gardienne de la tradition, qui joue le rôle de l'initiatrice pour sa fille. L'exemple représentatif dans le cinéma tunisien demeure incontestablement *La Trace*³¹ de Najia Ben Mabrouk. On assiste à la remarquable actrice Mouna Noureddine dans le rôle de la mère, en train d'inculquer à sa fille une fois atteint l'âge de la puberté comment elle doit préserver sa virginité. Ce film est le premier à contester et à prendre comme sujet principal la femme et son éducation. Une dénonciation très forte qui ne manque pas d'une teinte autobiographique. Nous assistons dans ce film au parcours d'une jeune fille confrontée à une éducation traditionnelle et côtoyant de nouvelles formes de la vie moderne. Cela se passe dans un village situé dans le sud de la Tunisie, où une jeune fille prénommée Sabra tente de préserver son identité et son indépendance, ce qui la pousse finalement à s'exiler en Europe. Mais, généralement, la mère greffe à sa fille, comme c'est le cas dans *La Trace*, les préjugés traditionnels. Dans un autre registre, comme dans *Halfaouine*, la mère de Noura toujours interprétée par Mouna Noureddine, s'adresse à la jeune fille en lui disant :

"Regarde ça (les traces du sang), je te dis cent fois de bien tout laver. Une jeune fille doit être discrète, alors, tu ne penses pas que tu es assez grande. Les jeunes filles ne doivent rien laisser paraître."

C'est ainsi qu'elle la prépare à perpétuer et préserver la tradition. A partir du moment où la fille atteint la puberté, elle représente une menace : la perte de la virginité. Tout au long de la relation de Roufa et Khomsa dans *Bezness*, la tension tourne autour de la virginité, l'honneur et la peur de l'homme. Bouzid nous décrit avec beaucoup d'audace la nature des relations entre homme et femme dans une société arabo-musulmane. Au cours d'une conversation avec sa cousine et après un échange de caresses avec son fiancé Roufa, voilà ce que Khomsa pense de leur relation :

Cousine : qu'est-ce que tu as ?

Khomsa : j'ai peur de me faire avoir avec Roufa.

Cousine : c'est fait.

Khomsa : je n'en sais rien.

³⁰ BRAHIMI Denise, Cinémas d'Afrique francophone et du Maghreb, Nathan université, Paris 1997.

³¹ *La Trace* a été achevé en 1982 et ne fut projeté sur les écrans qu'en 1988, suite à un litige entre le producteur du film et la SATPEC.

Cousine : tu es mal tombé, tu mérites mieux que lui.

Khomsa : je l'aime et j'ai peur de lui, j'ai peur qu'il abuse de moi par surprise.

Extrait du dialogue (Bezness)

Cette crainte est renforcée par l'entourage car la perte de la virginité signifie la perte de l'honneur³². Et voilà Roufa, le fiancé de Khomsa, qui s'adresse à sa sœur et à sa cousine en leur rappelant l'honneur de la famille :

Roufa : vous n'avez pas honte ? Et vous fumez en plus, et puis quoi encore !

La voisine : ça ne te regarde pas.

Roufa : tu leur ouvres les yeux.

La voisine : elles sont aveugles !

Roufa : et l'honneur de la famille ?

Extrait du dialogue (Bezness)

L'honneur et le déshonneur ne sont pas liés seulement à la virginité. Malgré les droits acquis, le statut de la femme en Tunisie et ailleurs dans le monde arabe reste encore traditionnel. La virginité doit être réservée et offerte à l'homme lors du mariage. Avant cette date tout rapport est interdit. Après une dispute entre le couple, Roufa offre une bague à sa fiancée Khomsa, mais elle lui barre la route en lui disant :

"Ne crois pas me posséder avec la bague, tu ne me toucheras pas avant la noce. "

Khomsa à Roufa dans (Bezness)

C'est ainsi qu'une femme vierge, mariée ou veuve qui commet l'adultère devient sujet à châtiment. Si Azzouz, dans *Halfaouine*, interdit à sa femme d'héberger Latifa qui a quitté son mari, c'est qu'il a aussi peur de ce que les gens pourraient dire d'elle et de lui. Le tabou de la virginité n'est pas un tabou propre à la Tunisie, c'est un tabou universel qui a perdu son caractère sacré dans les sociétés occidentales. La femme est considérée comme responsable de tout ce qui touche à sa sexualité. Que la perte de sa virginité soit volontaire ou occasionnelle ne modifie en aucun cas le sort qui l'attend ! C'est pour cela que plusieurs jeunes filles tunisiennes tentent de refaire une virginité dans des cliniques spécialisées ; Bouzid a le mérite de démontrer cette vérité à travers le dialogue suivant :

Cousine : là, il devra t'épouser.

Khomsa : tu crois ? Il peut arriver à ses fins et partir... Non, je l'aime.

Cousine : Une petite intervention et tu te refais une virginité, le plus rusé des mâles n'y verra que dalle !

(Extrait du dialogue-Bezness)

Un été à la Goulette nous démontre la conception de la virginité chez les trois familles, musulmane, chrétienne et juive. Les trois pères essaient de surveiller leurs filles et remettent la responsabilité aux mères. Même si la fille veut dépasser et briser les tabous de la virginité, la société contrôle à tel point que la fille est possédée par la peur face aux regards des autres. Khomsa dans *Bezness* explique cette injustice et cette souffrance quand elle se trouve toute seule dans la maison du photographe français :

Moi tout le monde me surveille.

Pas comme toi Roufa.

Roufa, le Bezness.

Plutôt rester veille fille que partager ta couche.

Jamais tu ne m'enfermeras.

Qu'est ce qu'elles ont de mieux, les touristes.

Je pourrais les supplanter toutes.

S'il n'y avait pas cette peur.

La peur des gens, la peur de moi-même.

Heureusement, personne n'a entendu, je mérite la mort.

Khomsa dans Bezness.

³² WASEF Magda : *L'image de la femme à la campagne dans le cinéma égyptien des années 60*. Thèse de 3^{ème} cycle, E.H.E.S.S, Paris, 1982, p. 25.

6- L'image de la femme à travers le nudisme et l'érotisme

La question érotique était toujours traitée dans le cinéma arabe et tunisien avec prudence, voire avec méfiance. Car dans tous les pays la commission de censure du ministère de la Culture ne fait pas de cadeau. Pour cela, il y a des raisons politiques, socioculturelles et religieuses³³. Mais il faut signaler aussi que rares sont les comédiennes qui se prennent au jeu. Mohamed Zran, pour sa scène d'amour dans le film *Essaïda* a fait appel à une actrice parisienne Myriam Amarouchène, et Salma Baccar engage Souad Hamidou, une actrice marocaine, pour interpréter le rôle de Habiba M'Sika.³⁴

Dans l'histoire du cinéma tunisien, tout le monde se rappelle la scène d'amour dans *Les Sabots en Or* (1988), le film de Nouri Bouzid : une scène juste qui se place en plein cadre narratif de l'histoire. Un prisonnier politique, Yousef Sultan, quitte la prison et cherche dès sa sortie à faire l'amour avec une femme. Mais le sort de la comédienne qui a interprété cette scène de fiction avec son partenaire Hichem Rostom fut catastrophique. Comme si elle avait commis l'adultère.³⁵ Depuis elle n'a décroché aucun rôle. Quant à l'acteur, il sera une vedette et devient la star incontestable du cinéma et de la télévision tunisienne. Chez les réalisateurs, les scènes d'amour diffèrent d'un contexte à un autre. Quant à l'érotisme lui-même, il n'est en vérité que des tableaux de charme, de sensualité et d'excitation sexuelle. C'est la mission essentielle de l'érotisme à l'écran. Une scène d'amour dans le seul but d'exister à l'écran touche non seulement le public mais aussi les qualités esthétiques du film, le raccord, la continuité et la logique interne du récit.

Pour ce qui est de *Halfaouine* et malgré tout ce qui a été dit du film, il remporta un succès auprès du public et un Tanit d'Or aux J.C.C de 1990. Lorsque le courage épouse l'intelligence, le produit ne peut être qu'un succès. L'audace de Boughedir incite d'autres cinéastes à mener le même jeu auprès du public. Encouragé certainement par l'exploit de *Halfaouine*, par le fait que le nudisme est très rentable, Moncef Douib réalise *Le Sultan de la Médina* (1992). Mais il dépasse les limites. Dans son film, il a osé un nudisme rétrograde sans se rendre compte que le public tunisien est un public très averti, possède un regard critique et fait la part entre l'art et la médiocrité. La vulgarité avec laquelle ont été filmés certains attouchements et autres scènes d'amour ont fini par cultiver le rejet de Douib par le public. Ce qui a été permis chez Boughedir n'est pas automatiquement permis pour d'autres cinéastes. Depuis le film de Douib, la femme, le sexe et l'érotisme sont regardés par le public tunisien avec beaucoup de méfiance et de critique, le nudisme n'étant point un facteur évident dans le succès d'un film.

La réussite de sa première expérience de long métrage de fiction (*Halfaouine*), a poussé Ferid Boughedir à penser que la notoriété acquise auprès du public peut toujours faire passer le nudisme. La dernière séquence où on voit l'actrice Sonia Manghî dans *Un été à la Goulette* devant le Haj (l'acteur égyptien Jamil Ratib) intégralement nue a été considérée comme une séquence déplacée. Après avoir vu le corps nu de cette belle jeune fille, le vieux meurt. Ce nudisme gratuit dans *Un été à la Goulette* suscita une polémique au sein de la critique. L'aspect proprement commercial de cette séquence a sans doute détourné le sens du film, et est un abus de l'image du corps de la femme. Dans *Essaïda* de Mohamed Zran on assiste à une scène d'amour : Amine, l'artiste en proie à la création, trouve dans le corps de la femme le seul refuge. La scène a engendré, elle aussi, un débat.

Pourtant dans d'autres films tunisiens le nudisme et le sexe étaient un facteur esthétique indispensable. Moufida Tlatli a magnifiquement réussi un soupçon d'érotisme dans *Les Silences du Palais*. En revanche et

³³ Il existe une commission de censure composée de plusieurs membres du Ministère de Culture, de l'Intérieur, un Moufti, elle livre les autorisations de tous les films en vue d'exploitation en Tunisie

³⁴ Myriam Amrouchène, la comédienne dans film *Essaïda* est une française d'origine algérienne sa voix a été doublée, quant au film *la Danse du Feu*, l'actrice principale est d'origine marocaine, elle fut, elle aussi, doublée.

³⁵ La comédienne n'a jamais décroché un autre rôle depuis le tournage de cette scène d'amour car la majorité de comédiens tunisiens sont des comédiens qui travaillent pour la télévision.(feuilleton, épisode, série télévisée...).

malgré la composition dramatique de Souad Hamidou dans *Habiba M'Sika*, l'érotisme avait l'air d'une comédie dans une comédie, d'où le froid de certaines séquences. Dans la totalité des scènes d'amour filmées dans le cinéma tunisien, on assiste toujours à un refus, même parmi les plus modérés des critiques ou des cinéastes. Les scènes d'amour sont toujours mal reçues. On arrive même à refuser un bon film en raison d'une scène osée.

7- Le corps de la femme à travers les dialogues :

A côté des images, les cinéastes tunisiens exploitent le dialogue quand ils n'arrivent pas à affranchir les tabous. Le support est le dialecte, une langue populaire très chargée de significations et de métaphores. Le nudisme et l'érotisme dans le cinéma tunisien sont plus présents dans le discours que dans l'image à l'exemple de ce dialogue dans *Halfaouine* de Boughdir:

Noura : Des grands comme des melons.

Copain 1 : Ceux de la fille de Fatima.

Noura : Plutôt en forme de pommes

Copain 1 : Ah ! Tais-toi, des figues, des poires, des pommes, je voudrais goûter tous ces fruits.

Copain 2 : Et le reste.

Noura : Je n'ai pas pu voir, elles le cachait avec un gant de toilette ou une casserole...

Extrait de dialogue (*Halfaouine*)

Les cinéastes se cachent alors derrière le verbe et la phrase pour exprimer le désir, le sexe et la sensualité.

Sami : Regarde, voilà du melon libanais (les seins d'une passante) !

Nidal : Je ne suis pas beau ? Je ne fais pas l'affaire ?

Extrait du dialogue, film *Essaïda*

Dans le dialogue suivant on découvre, par la conversation de Roufa et la touriste au bord de la piscine, un discours totalement érotique et inédit dans le cinéma tunisien et arabe.

Roufa : tu es seule !

La touriste : ici oui, mais je vis avec un ami là-bas.

Roufa : tu fais souvent l'amour avec lui

La Touriste : quand on aime on le fait bien...au début et après...

Roufa : il n'aime pas ça.

La touriste : souvent il s'endort.

Roufa : c'est fou.

La touriste : je n'aime pas coucher, je préfère la tendresse, et toi !

Roufa : je peux te rendre folle, je suis infatigable, près à conquérir le monde, je sors de mille et une nuits.

Extrait du dialogue-*Bezness*.

8- Conclusion : pour en finir avec l'image de la femme

Nous avons ainsi suivi la représentation du phénomène du corps de la femme à travers quelques films représentatifs de la production tunisienne entre 1986 et 2000 à savoir : *Bezness*, *Les Silences du Palais*, *Halfaouine*, *Essaïda* et autres. Cette manière de procéder nous a permis d'analyser les différentes interprétations de l'image du corps de la femme chez nos cinéastes. Du corps nu chez Boughedir, au corps soumis chez Tlatli, du corps tabou chez Bouzid au corps mythique chez Baccar, la femme est prise de toute face et exploitée en vue d'une condition féminine et sociale meilleure.

L'importance du corps de la femme dans le cinéma tunisien est une image qui diffère d'un cinéaste à un autre, mais aussi d'un thème à un autre. La caractéristique hétérogène de l'image de la femme est un fait spécifique à la cinématographie tunisienne. Si la femme chez Bouzid est un moyen de battre les tabous, chez Boughedir, elle un espace où se rencontre l'érotique, le rituel et la tradition (Hammam). Tlatli dans *les Silences du Plais*, lance un cri d'une femme (la mère) soumise et d'une autre révoltée (la fille), et fait parler ses acteurs à travers leurs silences.

Une autre idée clé se dégage de notre analyse des films tunisiens : c'est la femme-sujette et le corps-lieu. Une femme qui revendique son statut, fait appel à une coexistence avec l'autre et se présente comme le témoin de la bonne santé de la société entière. En Tunisie et dans le reste du monde arabe³⁶, la femme sert pour les artistes comme un alibi de contester et de critiquer toute la réalité sociale, politique et économique. Le corps lieu est dans le cinéma tunisien une signification très chargée de signes et de symboles. Du quartier (Halfouine, Essaïda...) au Hammam, palais et autres lieux, les cinéastes nous livrent des lieux magiques historiques largement encrés dans la tradition arabe.

Nous avons essayé à travers les films de quelques cinéastes tunisiens de montrer que le cinéma tunisien incruste le corps féminin nombre d'espaces sociaux et inconscients. Ainsi s'opère l'association du corps féminin à un espace pour former une certaines images de la femme et de la société. Le corps inscrit par le cinéma est déjà un corps inscrit dans la culture elle-même traversée par l'historique, l'économique et le social.³⁷

La filmographie tunisienne de ces dernières années, à savoir *Satin Rouge*³⁸ (2002) de Raja Laamari ou *Fatma*³⁹ (2002) de Khaled Gorbali ou *Lilia*⁴⁰ de Mohamed Zran ou *Nhibak Hedi* (2016) de Anwar Attia⁴¹, n'a pas abandonné le thème de la femme et de son corps. Le thème de la femme ainsi que la biographie et l'autobiographie sont toujours une des inspirations majeures chez les cinéastes tunisiens. Il nous semble que les auteurs tunisiens sont encore occupés de régler leurs comptes avec le passé et les sujets considérés jusque-là tabou.⁴²

³⁶ Dönmez-Colin Günül (dir.), *The Cinema of North Africa and the Middle East*, London, Wallflower, Samt Al-Qusur, 2007.

³⁷ GRAVET Catherine, Khadija Mohsen-Finan, sous la dir : *L'image de la femme au Maghreb*, Paris, Éd. Actes Sud/Barzakh, 2008, https://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=QDC_015_0031.

³⁸ L'héroïne, à la fois "femme rangée" et mère attentive, croit que Salma, sa fille, vit une "liaison dangereuse" avec un musicien dans un cabaret, le *Satin rouge*. Pour détourner l'amour de sa fille, Lilia se rapproche du musicien en devenant danseuse.

³⁹ A Sfax, Fatma, une adolescente de 17 ans dont la mère est décédée, vit dans une maison avec son père, ses frères, ses sœurs et un cousin, Taher, hébergé pour quelque temps. Une nuit, celui-ci la viole. La jeune fille choisit de se taire et la vie continue. Après avoir obtenu son bac, Fatma part étudier à Tunis. Nommée institutrice dans un petit village retiré du Sud, elle fait la connaissance d'Aziz, un jeune et brillant médecin dont elle tombe amoureuse. Mais la société traditionnelle dans laquelle ils vivent fragilise leur relation.

⁴⁰ *Lilia* raconte l'histoire d'une jeune femme très moderne qui vit dans sa propre bulle, bien dans son époque, sans tenir compte des risques qu'elle encourt et qui peuvent lui jouer de sales tours au moment où le pays a failli perdre les acquis de la femme au lendemain des élections du 23 octobre 2011, qui ont amené les islamistes au pouvoir.

⁴¹ Kairouan en Tunisie, peu après le printemps arabe. Hedi est un jeune homme sage et réservé. Passionné de dessin, il travaille sans enthousiasme comme commercial. Bien que son pays soit en pleine mutation, il reste soumis aux conventions sociales et laisse sa famille prendre les décisions à sa place. Alors que sa mère prépare activement son mariage, son patron l'envoie à Mahdia à la recherche de nouveaux clients. Hedi y rencontre Rim, animatrice dans un hôtel local, femme indépendante dont la liberté le séduit. Pour la première fois, il est tenté de prendre sa vie en main

⁴² Mathilde Rouxel. *L'alternative démocratique dans le cinéma des femmes en Tunisie*. Africultures, Africultures, 2016, <https://hal-univ-paris3.archives-ouvertes.fr/hal-01574327/document>

